



เศรษฐกิจสัตว์เลี้ยง (Pet Economy) บูมอย่างมากในจีน มีมูลค่าตลาดสูงและเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

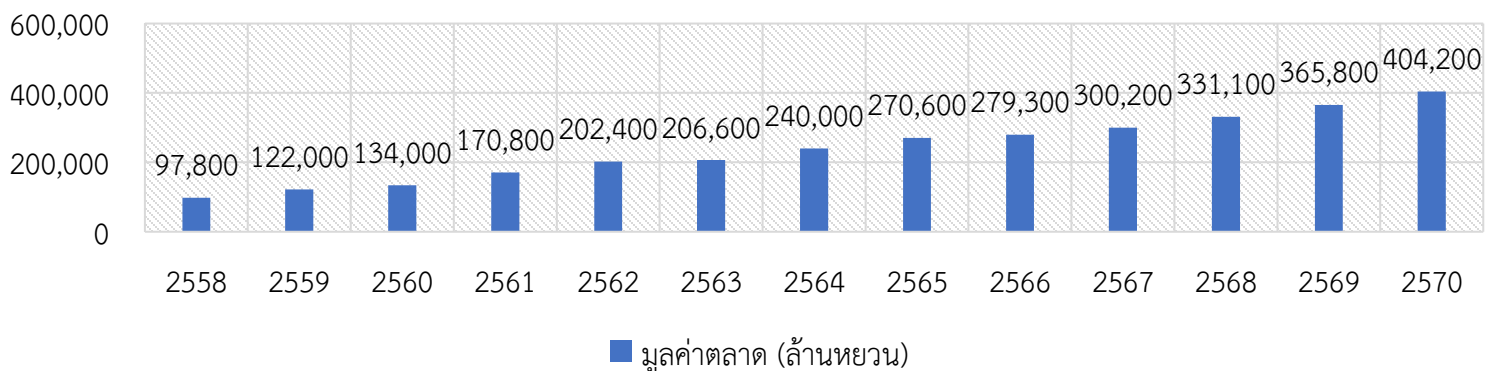


การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของ "เศรษฐกิจสัตว์เลี้ยง" (Pet Economy) ในจีนเป็นเทรนด์ที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน ถือเป็นการสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและพฤติกรรมของประชากรชาวจีน เป็นทางเลือกใหม่ในการเลี้ยงสัตว์ให้เสมือนเป็นสมาชิกในครอบครัว (Pet Parents) เพื่อเติมเต็มความเหงาและรับมือกับวิกฤตอัตราการเกิดต่ำ ส่งผลอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงมีมูลค่าตลาดทะลุหลักแสนล้านหยวน และมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้จึงเป็นโอกาสที่สำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในระดับพรีเมียม

1. มูลค่าตลาดและการเติบโต

ในปี 2567 จีนมีมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยง 300,200 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 เป็นมูลค่าตลาดสินค้าสำหรับสุนัข 155,700 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.63 และมูลค่าตลาดสินค้าสำหรับแมว 144,500 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.7

มูลค่าตลาดและคาดการณ์มูลค่าตลาดอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงในจีน ตั้งแต่ปี 2558 - 2570

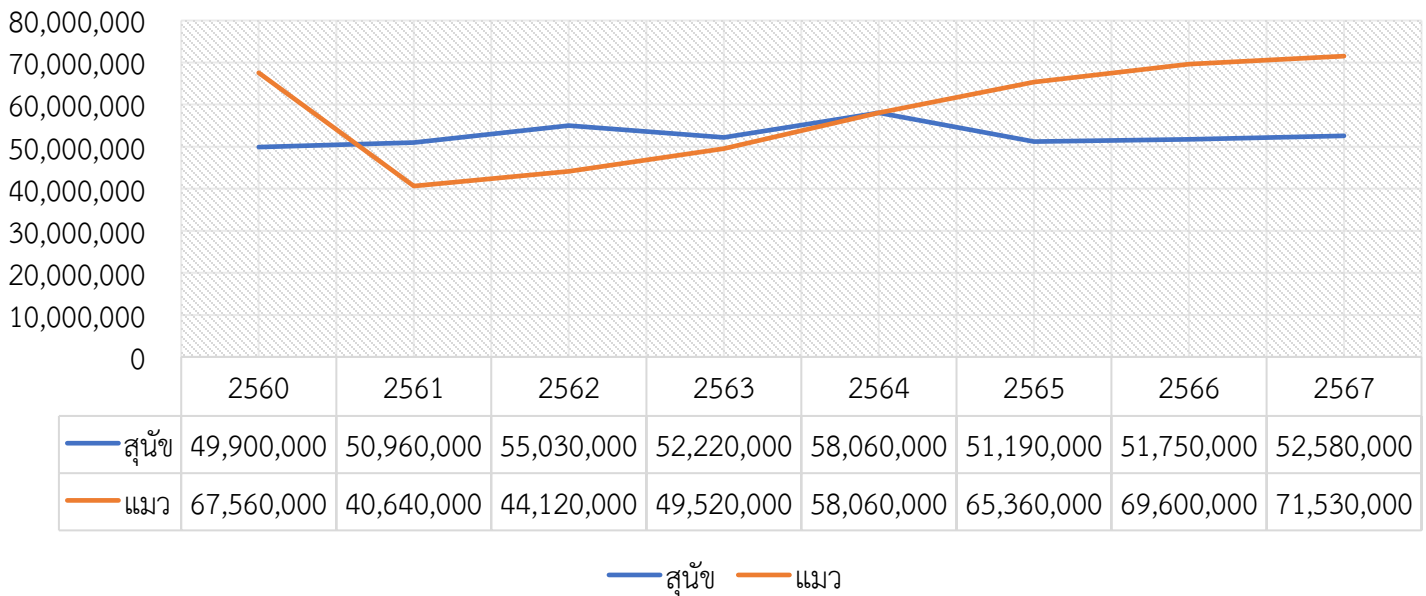


อัตราการเติบโตของมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยง แยกประเภทสัตว์เลี้ยง (สุนัขและแมว)										
ประเภทสัตว์เลี้ยง	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567
สุนัข	-	-	-	-	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 17.8	ลดลง ร้อยละ 5.1	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 21.1	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.1	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.9	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 4.6
แมว	-	-	-	-	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 19.6	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.3	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 19.9	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 16.1	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 6.0	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.7

2. จำนวนของสัตว์เลี้ยงในจีน

ตั้งแต่ปี 2560 จีนมีจำนวนของสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วงปี 2562 มีจำนวนสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด และสถิติล่าสุดในปี 2567 จีนมีจำนวนของสัตว์เลี้ยง 124,110,000 ตัว เพิ่มขึ้นจากปี 2567 อยู่ร้อยละ 2.1 ในจำนวนนี้เป็นสุนัขจำนวน 52,580,000 ตัว เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6 และแมวจำนวน 71,530,000 ตัว เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5

จำนวนของสัตว์เลี้ยงในจีน ตั้งแต่ปี 2560 - 2567 (ตัว)



2. มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง

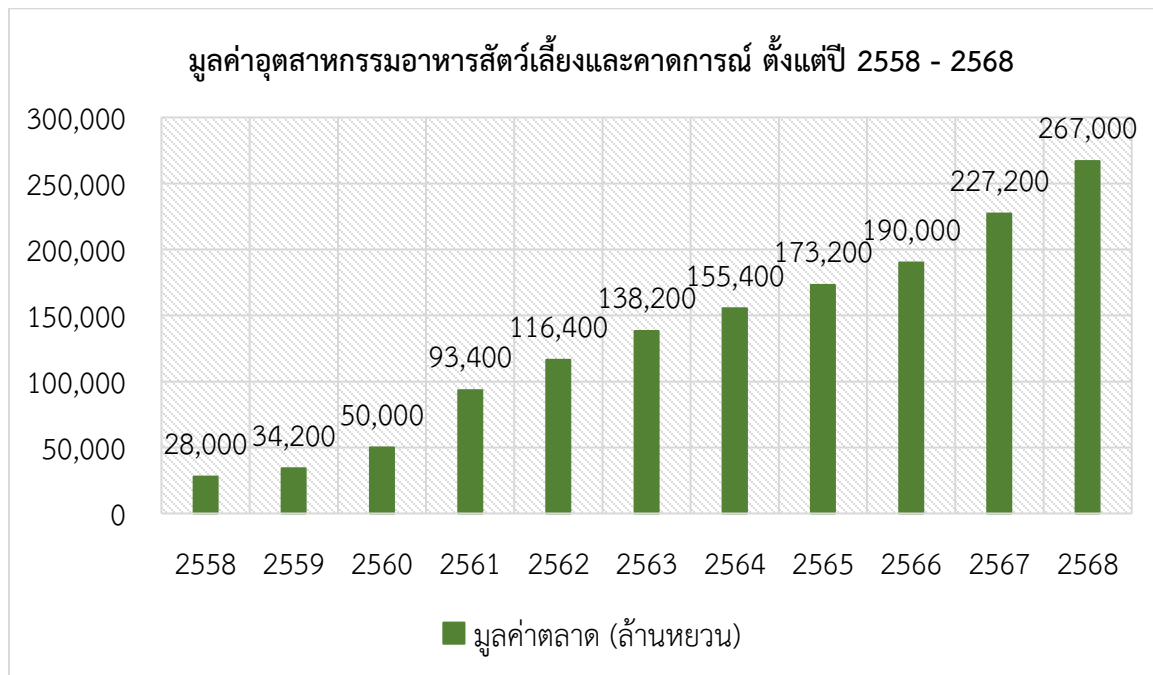
2.1 อาหารสัตว์เลี้ยง

ในปี 2565 จีนมีมูลค่าการค้าอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงในจีนเท่ากับ 173,200 ล้านบาท และเนื่องจากประเทศจีนมีการส่งเสริมแนวคิดการเลี้ยงสัตว์ ทำให้อุตสาหกรรมอาหารสัตว์มีความต้องการสูงในตลาด ส่งผลให้เกิดการดึงดูดบริษัทสตาร์ทอัพจำนวนมากเข้ามาทำธุรกิจดังกล่าวมากขึ้นและค่อย ๆ

Weekly News from China

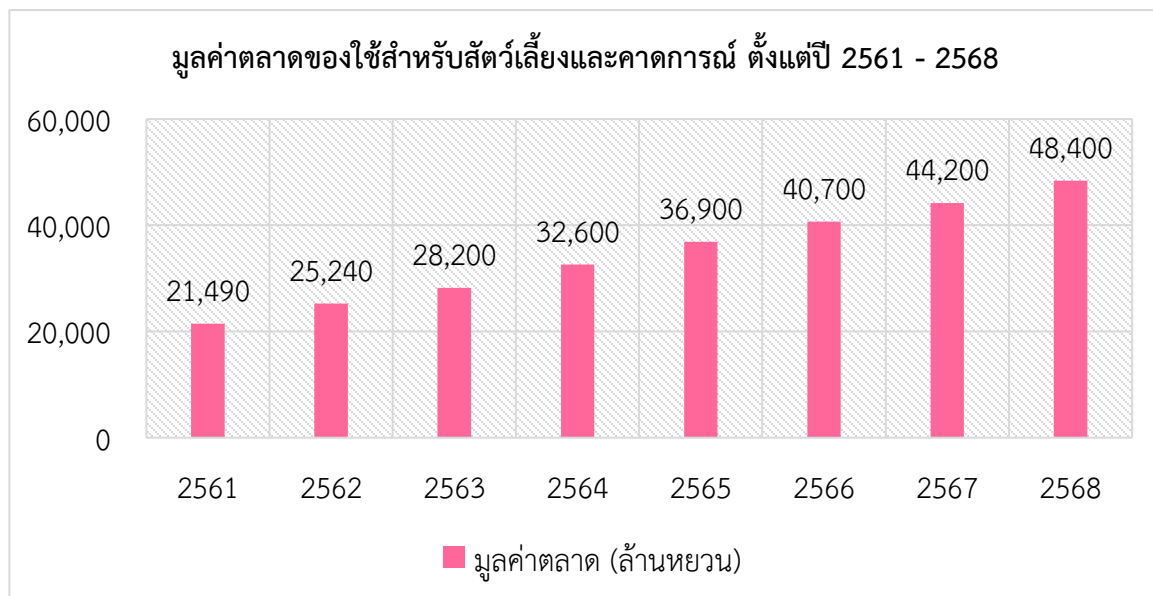
Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของสินค้าจีน คาดการณ์ว่าในปี 2568 ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในจีนจะมีมูลค่าสูงถึง 267,000 ล้านบาท



2.2 สินค้าของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยง

จากข้อมูล พบว่า ตลาดสินค้าของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง คาดการณ์ว่า ในปี 2565 มูลค่าตลาดสินค้าของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยงในประเทศจีนจะสูงถึง 36,900 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.2 และคาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดจะเพิ่มขึ้นเป็น 48,400 ล้านบาทในปี 2568



Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครหนิงหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

3. พฤติกรรมการบริโภค

3.1 เทรนด์การบริโภค

การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของเศรษฐกิจสัตว์เลี้ยงจีน ถูกขับเคลื่อนด้วยแนวคิด "Pet Humanization" หรือการปฏิบัติต่อสัตว์เลี้ยงเสมือนเป็นสมาชิกในครอบครัวและเป็นลูกรัก (Fur Baby) ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร โดยเจ้าของสัตว์เลี้ยงชาวจีน (โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ Gen Z และ Millennials) พร้อมทั้งจะจ่ายในราคาสูงขึ้นเพื่ออาหารที่มีคุณภาพและคุณประโยชน์เทียบเท่าอาหารมนุษย์ (Human-Grade) จนทำให้เกิดเทรนด์อาหารสัตว์เลี้ยงที่มาแรง ได้แก่

- อาหารเฉพาะทางเพื่อสุขภาพ (Functional Food) : ความต้องการอาหารสัตว์เลี้ยงในจีนไม่ได้จำกัดแค่การทานเพื่อให้อิ่มท้อง แต่ยังเปลี่ยนเป็นการดูแลสุขภาพของสัตว์เลี้ยง ทำให้มูลค่าตลาดอาหารเฉพาะทางในจีนเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการสินค้าประเภทดังกล่าวที่สูงขึ้น

- อาหารแปรรูป (Novel Processing Staple Food) : เช่น 1) อาหารฟรีซดราย เป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มเจ้าของแมว ครองสัดส่วนตลาดถึงร้อยละ 49.7 เนื่องจากเชื่อว่าเป็นอาหารที่ใกล้เคียงกับอาหารสดตามธรรมชาติ สะดวกในการเก็บรักษาและมีโปรตีนสูง 2) อาหารอบแห้ง มีอัตราการเติบโตสูง เนื่องจากมีรสชาติที่ดีกว่าอาหารอัดเม็ด และมีการรักษาสารอาหารได้ดี



นอกจากนี้ เจ้าของสัตว์เลี้ยงพรีเมียมในจีนยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับฉลากและส่วนผสม มุ่งเน้นเลือกซื้อสินค้าที่ปราศสารปรุงแต่ง เช่น สารกันบูด มักพิจารณาจากส่วนผสมที่ช่วยลดอาการแพ้ และเป็นมิตรต่อระบบย่อยอาหารของสัตว์เลี้ยง หรือเลือกซื้ออาหารที่มีสรรพคุณช่วยบำรุงสุขภาพของสัตว์เลี้ยง เช่น อาหารสัตว์ที่ช่วยรักษาฟันให้สะอาด ทำให้ผิวดี รักษากระดูกและข้อต่อของสัตว์เลี้ยง อีกทั้งเลือกซื้อสินค้าที่เป็นออร์แกนิก และเป็นระดับไฮเอนด์กันมากขึ้น โดยส่วนใหญ่จะพิจารณาจากแบรนด์ที่มีชื่อเสียง ไม่ว่าจะเป็นแบรนด์ท้องถิ่นของจีน หรือต่างประเทศ ซึ่งสินค้าอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงที่นำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกาได้รับความนิยมสูงในจีน คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 69 เนื่องจากชาวจีนเชื่อมั่นในด้านคุณภาพและมาตรฐาน

Weekly News from China

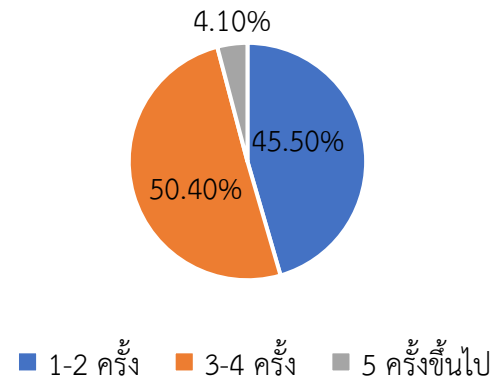
Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

ทั้งนี้ ชาวจีนมีการจับจ่ายสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงเฉลี่ยประมาณเดือนละ 1-2 ครั้งหรือ 3-4 ครั้ง โดยมีผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 80 ใช้จ่ายสำหรับสินค้าอาหารสัตว์เฉลี่ยต่อปีมากกว่า 500 หยวน ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้อยู่ในระดับสูงจะมีการใช้จ่ายสำหรับสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงมากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้ พบว่า ความเสถียรภาพของการบริโภคสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงเป็นผลมาจากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของจีนที่มีการเติบโตขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง

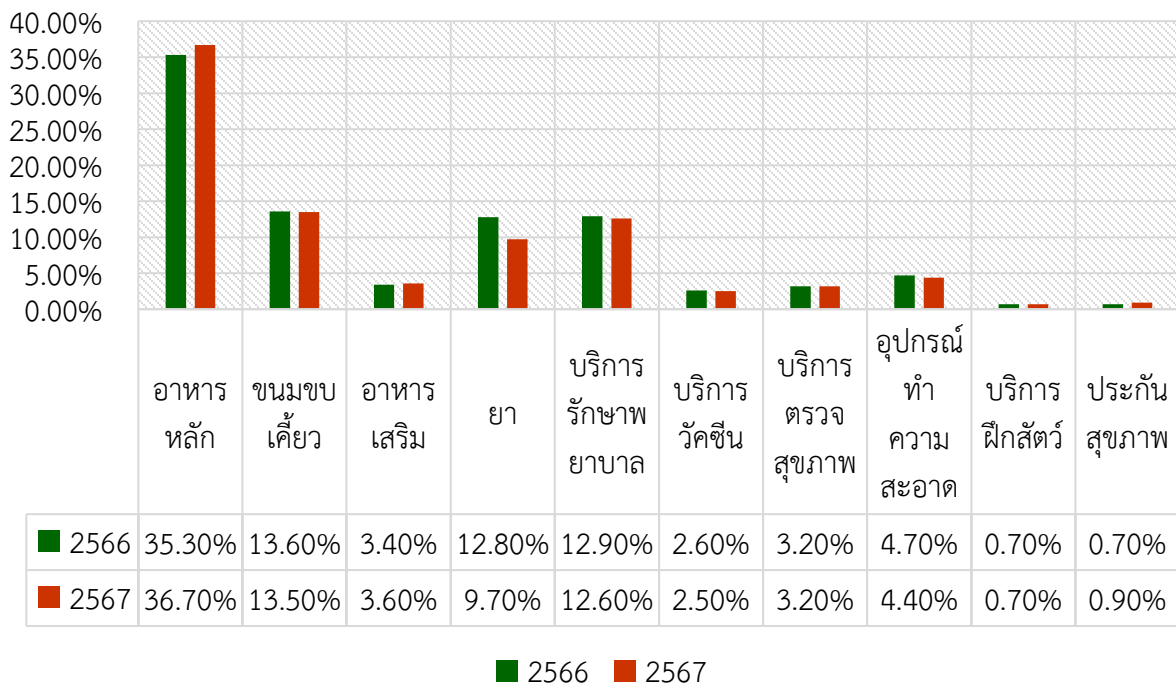
3.2 สินค้า/บริการที่เป็นที่นิยม

ในปี 2567 ชาวจีนนิยมเลือกซื้อสินค้าอาหารและอาหารเสริมสำหรับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น รองลงมาคือ อุปกรณ์สำหรับการรักษาพยาบาลสำหรับสัตว์เลี้ยง บริการวัคซีน ยา ตามลำดับ

สัดส่วนผู้บริโภคที่มีการซื้อสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงแบ่งตามความถี่ในการซื้อแต่ละเดือน



สัดส่วนสินค้า/บริการสำหรับสัตว์เลี้ยงที่ได้รับความนิยมในจีน เปรียบเทียบระหว่างปี 2566 และ 2567

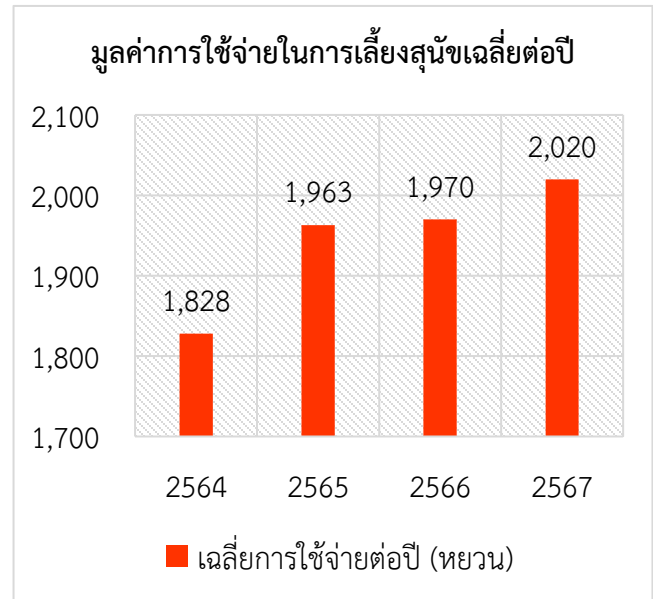
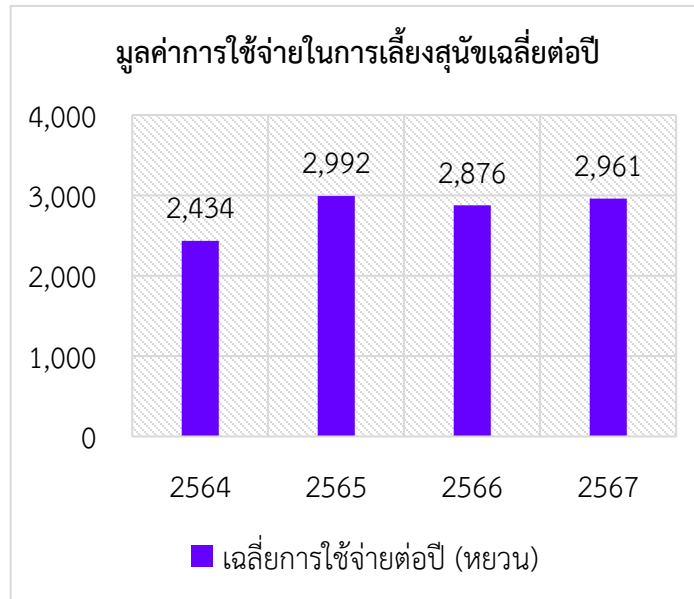


4. อัตราเฉลี่ยการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

จีนมีอัตราเฉลี่ยการใช้จ่ายสำหรับการเลี้ยงสุนัขอยู่ที่ 2,961 หยวน/ตัว/ปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.0 ส่วนการใช้จ่ายสำหรับการเลี้ยงแมวเฉลี่ยอยู่ที่ 2,020 หยวน/ตัว/ปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.9

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด



5. อันดับแบรนด์สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงที่เป็นที่นิยมในตลาดจีน 10 อันดับแรก

อันดับ	ชื่อแบรนด์	สินค้าที่จำหน่าย
1	Homrun	เครื่องให้น้ำสัตว์เลี้ยง เครื่องอบสัตว์เลี้ยง เครื่องให้อาหารสัตว์เลี้ยง
2	Pidan	ของเล่น เพอร์นิเจอร์สำหรับสัตว์เลี้ยง
3	Hoopet	ของเล่น เครื่องให้น้ำสัตว์เลี้ยง เครื่องให้อาหารสัตว์เลี้ยง
4	Pu An Te (ปู อาน เท้อ)	อาหารเสริมและวิตามิน
5	Hipidog	ของเล่น เพอร์นิเจอร์สำหรับสัตว์เลี้ยง เครื่องให้น้ำสัตว์เลี้ยง เครื่องให้อาหารสัตว์เลี้ยง
6	ROYALCANIN	อาหารสัตว์เลี้ยง
7	Myfoodie	อาหารสัตว์เลี้ยง
8	Marpetscare	อาหารสัตว์เลี้ยง
9	PURINA	อาหารสัตว์เลี้ยง
10	Wanpy	อาหารสัตว์เลี้ยง



Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

ความคิดเห็น สศค.

ตลาดสินค้าสัตว์เลี้ยงในจีนกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีขนาดใหญ่ โดยเฉพาะในกลุ่มคนเมืองที่มีรายได้สูงและให้ความสำคัญการเลี้ยงสัตว์มากขึ้น เช่น เชียงไฮ้ ปักกิ่ง กวางโจว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรมของสังคมจีนที่ทำให้การเลี้ยงสัตว์กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน จึงเป็นโอกาสของสินค้าไทย ซึ่งได้ขึ้นชื่อในเรื่องของคุณภาพและความปลอดภัย เช่น อาหารสัตว์เลี้ยงที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ และไทยมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าหลายประเทศที่ผลิตสินค้าเหมือนกัน ด้วยเหตุนี้ จึงถือเป็นโอกาสสำคัญของผู้ประกอบการไทย ในการขยายตลาดส่งออกสินค้าในกลุ่มดังกล่าว ทั้งนี้ ผู้นำเข้าสินค้าหมวดนี้ส่วนใหญ่จะอยู่ทางฝั่งตะวันออกของประเทศจีน รวมถึงมีผู้ผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนผลิตในประเทศจีน ทำให้สินค้าสัตว์เลี้ยงของไทยยังมีความท้าทายที่จะเจาะตลาดจีน โดยเฉพาะในทางตะวันตกของประเทศ อย่างไรก็ตาม มณฑลแถบตะวันตกของจีนยังมีโอกาสที่จะสามารถ Create Demand สินค้าสัตว์เลี้ยงของไทยได้อีกมาก ซึ่งหากทำให้ Distributors ในพื้นที่นี้ผันตัวมาเป็นผู้นำเข้าสินค้าไทยเสียเอง ก็จะเป็นโอกาสอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการสินค้าสัตว์เลี้ยงของไทยในอนาคต

แหล่งที่มา :

<https://www.xinhuanet.com/fortune/20250930/ab26e2e8d13b43649e41b51ac335937e/c.html>

https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzI0MDc1NDYxNA==&mid=2247527235&idx=1&sn=4d611dc71ad769b95c19bc0286f3dde7&chksm=e8350dfe0cb3b8c9879f7d9cc199a385b0c82e7e78c76e8caaa8aaf4028d3f2b8065d2fd10e9&scene=27

<https://www.chinapp.com/brand/629>

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Consulate - General,
Kunming, Yunnan, China

6th Floor, Crowne Plaza,
339 Qing Nian Road, 650011
T: 001-86-871-6316-5006
E-mail: ttckmchina@sina.com