



## แนวโน้มสินค้า/บริการจากเบอร์ลิน

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

28 พฤษภาคม 2569

### “เครื่องดื่มไร้แอลกอฮอล์ไม่ใช่กระแสเฉพาะกลุ่มอีกต่อไปแล้ว”

ปัญหาภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ค่าเงินดอลลาร์ที่อ่อนค่า และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ กำลังส่งผลกระทบต่ออย่างหนักต่อ “ตลาดไวน์มีฟอง” (หรือ Sparkling wine) ซึ่งบริษัท Henkell Freixenet ผู้ผลิต Sparkling wine รายใหญ่ที่สุดของโลก ก็ได้รับผลกระทบทางธุรกิจด้วยเช่นกัน นาย Andreas Brokemper ซีอีโอ



ของ Henkell Freixenet กล่าวว่า “ปีที่ผ่านมาเป็นปีที่ท้าทายอย่างมาก เป็นปีที่เราต้องบริหารจัดการอย่างเข้มข้น และเรียกได้ว่าเราสามารถผ่านพ้นปีก่อนไปได้ค่อนข้างดีทีเดียว” ในปี 2025 บริษัทผู้ผลิตไวน์/ไวน์มีฟอง/สุราแห่งนี้สามารถทำยอดขายได้มากกว่า 1,250 ล้านยูโร (คิดเป็นเพิ่มขึ้น 0.5%) ซึ่งโดยปกติแล้วบริษัท Henkell Freixenet ซึ่งตั้งอยู่ในเมือง Wiesbaden จะไม่เปิดเผยตัวเลขยอดขายหรือกำไรให้ทราบ

นาย Brokemper กล่าวว่า “ภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ส่งผลกระทบต่ออย่างเห็นได้ชัดต่อธุรกิจของเราในสหรัฐฯ โดยเราสามารถพลิกภาวะต้นทุนที่เพิ่มเติมไปให้ลูกค้าได้เพียงบางส่วนเท่านั้น นอกจากนี้ ราคาสินค้าที่สูงขึ้นยังส่งผลให้ยอดขายลดลงด้วย ชาวอเมริกันมีความอ่อนไหวต่อราคาสินค้า หากพวกเขาจะต้องจ่ายเพิ่มอีกสองดอลลาร์สำหรับไวน์มีฟองยี่ห้อ Freixenet Cava Cordon Negro ของเราในวันนี้” ทั้งนี้ เมื่อศาลฎีกาสหรัฐฯ ได้ประกาศว่า อัตราภาษีที่ประธานาธิบดี Donald Trump กำหนดนั้นไม่ชอบด้วยกฎหมาย (ไวน์จากสหภาพยุโรปถูกเรียกเก็บภาษีเพิ่ม 20% จากนั้น 15% และปัจจุบันอยู่ที่ 10%) โดยในช่วงไม่กี่สัปดาห์ที่ผ่านมา ผู้นำเข้าสามารถขอคืนภาษีที่จ่ายไปอย่างไม่เป็นธรรมผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ในสหรัฐฯ ได้ นาย Brokemper กล่าวว่า “เรากำลังตรวจสอบคำขอคืนภาษีกับสมาคมอุตสาหกรรมอยู่ด้วย”

สหรัฐอเมริกาเป็นตลาด Sparkling wine ที่ใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นตลาดที่สำคัญเป็นอันดับสองของบริษัท Henkell Freixenet รองจากเยอรมนี ในปี 2025 บริษัทแห่งนี้สามารถทำรายได้มากกว่า 200 ล้านยูโรในสหรัฐอเมริกา โดยส่วนใหญ่มาจาก Sparkling wine ประเภท Prosecco จากอิตาลี (Mionetto) และ Sparkling wine ประเภท Cava จากสเปน (Freixenet) ซึ่งมากกว่ายอดส่งออกของอุตสาหกรรมไวน์เยอรมันทั้งหมดไปยังสหรัฐอเมริกาเลยทีเดียว

จากข้อมูลของสถาบันไวน์เยอรมัน ในปี 2025 การส่งออกไวน์เยอรมันไปยังสหรัฐอเมริกา มีมูลค่าเพียง 51 ล้านยูโร ซึ่งลดลง 20% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า นาย Brokemper มองว่า ตัวเลขเหล่านี้เป็น “ตัวเลขที่น่าตกใจ” ค่าเงินดอลลาร์ที่อ่อนลง ยิ่งทำให้ต้นทุนการนำเข้าสินค้าจากกลุ่มประเทศที่ใช้เงินยูโรสูงขึ้นไปอีก

นาย Gerhard Brauer ประธานสมาคมผู้ส่งออกไวน์เยอรมัน กล่าวว่า “ตลาดไวน์อเมริกาเป็นตลาดที่สำคัญที่สุดสำหรับภาคอุตสาหกรรมไวน์ของยุโรปและเยอรมนี ไม่มีตลาดไวน์อื่นใดที่จะสามารถชดเชยการสูญเสียปริมาณการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ ได้” อย่างน้อยที่สุดบริษัท Henkell Freixenet ก็พบหนทางชดเชยในตลาดสหรัฐฯ ที่ยากลำบากบ้าง โดยในเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา บริษัท Henkell Freixenet ได้เข้ามาจับช่วงการจัดจำหน่ายทั่วโลกให้กับบริษัท Korbel ผู้ผลิตไวน์มีฟองจากรัฐแคลิฟอร์เนีย ซึ่งหมายความว่า พวกเขาไม่จำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้า และภาระภาษีในสหรัฐฯ เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป โดยยอดขายไวน์มีฟองประเภท Cava จากสเปนได้รับผลกระทบอย่างหนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหรัฐฯ เนื่องจากภัยแล้งรุนแรงในพื้นที่คุ้มครองแหล่งกำเนิดไวน์ Penedès ใกล้เมืองบาร์เซโลนา ทำให้ผลผลิตไวน์มีฟอง Cava ลดลงอย่างมาก หรือมากถึง 45% ตั้งแต่ปี 2022 ส่งผลให้ นาย Brokemper กล่าวว่า “ราคาไวน์มีฟอง Cava พื้นฐานเพิ่มขึ้นสามเท่าในเวลาเพียงปีครึ่ง” ดังนั้น Freixenet จึงถูกบังคับให้บริษัทต้องเข้ากระบวนการเลิกจ้างระยะสั้น (Kurzarbeit) ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

ในปี 2018 บริษัท Henkell เข้าซื้อหุ้นมากกว่า 50% ในบริษัทผู้ผลิต Sparkling wine สเปน และด้วยยี่ห้อ Freixenet ทำให้บริษัท Henkell ก้าวขึ้นมาเป็นผู้ผลิต Sparkling wine รายใหญ่ที่สุดในโลก (จากรายงานของสื่อสเปน บริษัท Henkell จากเยอรมนีจ่ายเงินประมาณ 220 ล้านยูโรเพื่อซื้อหุ้นครึ่งหนึ่งในปี 2018) นาย Brokemper กล่าวว่า “เป้าหมายใหญ่ของเราคือ การเข้าครอบครอง Freixenet อย่างสมบูรณ์ในสักวันหนึ่ง เมื่อ 20 ปีที่แล้ว Henkell เป็นผู้ผลิต Sparkling wine ของเยอรมนีแทบไม่มีโอกาสเข้าถึงตลาดต่างประเทศในระดับสากล เนื่องจากลูกค้า Sparkling wine มักให้ความหมายกับ Prosecco และ Asti จากอิตาลี ให้ความหมายกับ Cava จากสเปน และให้ความหมายกับ Champagne และ Crémant จากฝรั่งเศส นาย Brokemper กล่าวเสริมว่า “เราสามารถเติบโตในตลาด Sparkling wine ทั่วโลกได้ ก็เมื่อเราสามารถเข้าซื้อกิจการสินค้าเหล่านี้เท่านั้น”

การเข้าซื้อกิจการครั้งสำคัญครั้งแรกของบริษัท Henkell คือการเข้าซื้อกิจการผู้ผลิตไวน์ Prosecco อย่าง Mionetto ในปี 2008 นาย Brokemper กล่าวว่า “ปัจจุบันไวน์มีฟองยี่ห้อ Mionetto จากประเทศอิตาลี สร้างรายได้มากกว่าสิบเท่าของรายได้ในช่วงเวลาที่เข้าซื้อกิจการ” ทำให้ Henkell เป็นบริษัทที่แตกต่างไปจากเมื่อสองทศวรรษก่อนอย่างสิ้นเชิง ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา นาย Brokemper ได้ขยายพอร์ตโฟลิโอของไวน์มีฟอง “Freixenet” อย่างมีนัยสำคัญ ไม่ใช่เพียงเพราะปัญหาการขาดแคลน Cava เท่านั้น นาย Brokemper กล่าวว่า “เราต้องการส่งเสริมรากฐานของ Freixenet ในสเปน และพัฒนาต่อยอดไปยังภูมิภาคต่างๆ อย่างเช่น เอเชีย อเมริกาใต้ และแอฟริกา”



ภูมิภาค Penedès พื้นที่ผลิตไวน์มีฟองประเภท Cava ยังไม่ฟื้นตัวจากภัยแล้งครั้งประวัติศาสตร์ในปี 2023 เมื่อไม่นานมานี้ มีปริมาณน้ำฝนมากเกินไป และเกิดการกัดเซาะดิน นาย Brokemper คาดการณ์ว่า

“กว่าการผลิต Cava จะกลับสู่ระดับปกติได้คงต้องรอจนถึงปี 2028” นอกจากเหตุการณ์สภาพอากาศที่แปรปรวนอย่างในปัจจุบันแล้ว นาย Brokemper ยังจับตาดูสงครามในอิหร่านด้วยความกังวลและกล่าวว่า “ราคาน้ำมันดีเซลและน้ำมันดิบที่สูงขึ้นส่งผลกระทบต่อต้นทุนการขนส่งของเรา ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน จนถึงมือลูกค้า” ราคาที่สูงขึ้นอาจส่งผลให้ยอดขายไวน์ทั่วโลกลดลงอีก ตามข้อมูลขององค์การอุ้งุ่นและไวน์ระหว่างประเทศ (OIV) ระหว่างปี 2015 ถึง 2024 ยอดขายไวน์ลดลง 11% ในขณะที่ Sparkling wine กลับเพิ่มขึ้นร้อยละ 5%

นาง Silvia Wiesner ซีอีโอของผู้ผลิตไวน์มีฟอง Rotkäppchen-Mumm บริษัทผู้นำตลาด Sparkling wine ของเยอรมนีกล่าวกับหนังสือพิมพ์ Handelsblatt เมื่อเร็วๆ นี้ว่า “การตีตลาดแอลกอฮอล์น้อยลงเป็นปรากฏการณ์ระดับโลก แต่ Sparkling wine มีความต้านทานตลาด (resilient) มากกว่าไวน์ธรรมดาอย่างแน่นอน” อย่างไรก็ตาม ยอดขาย Sparkling wine ก็ลดลงในปี 2025 เช่นกัน โดยมียอดขายลดลงทั่วโลก 10.7 ล้านขวด ตามตัวเลขจากสมาคมไวน์เมดิเตอร์เรเนียน ซึ่งลดลงเกือบหนึ่งเปอร์เซ็นต์ มีเพียงไวน์มีฟองประเภท Prosecco และ Crémant เท่านั้นที่มียอดขายเพิ่มขึ้นในปี 2025 รวมถึงผลิตภัณฑ์จากบริษัท Henkell Freixenet ด้วย ไวน์มีฟองประเภท Prosecco ที่ขายดีที่สุดในระดับนานาชาติของ Henkell อย่าง Mionetto มียอดขายเพิ่มขึ้น 3% สูงกว่าการเติบโตของตลาดโดยรวมที่ 2% ส่วนไวน์มีฟองประเภท Crémant ของ Henkell อย่างยี่ห้อ Gratien Meyer ก็มีผลประกอบการดีขึ้นเป็นสองเท่า โดยเพิ่มขึ้น 14% ซึ่งสูงกว่าอัตราเฉลี่ยของตลาดถึงสองเท่า

บริษัท Henkell Freixenet กำลังขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเรียกน้ำย่อย (Aperitivo) และเครื่องดื่มไร้แอลกอฮอล์ด้วย นาย Brokemper กล่าวว่า “ความต้องการเครื่องดื่มไร้แอลกอฮอล์กำลังเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ และใส่ใจสุขภาพ” จากข้อมูลของบริษัทวิจัยตลาด Circana พบว่าปัจจุบัน Sparkling wine ไร้แอลกอฮอล์ครองส่วนแบ่งตลาด 7% ในเยอรมนี นาย Brokemper กล่าวส่งท้ายว่า “เรากำลังเห็นการเติบโตของผลิตภัณฑ์ไร้แอลกอฮอล์ในทุกภูมิภาคทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเครื่องดื่มเรียกน้ำย่อย เครื่องดื่มไร้แอลกอฮอล์ไม่ใช่กระแสเฉพาะกลุ่มอีกต่อไปแล้ว”

(แหล่งที่มา : หนังสือพิมพ์ Handelsblatt เดือนพฤษภาคม 2569)