



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน
ประจำเดือนกรกฎาคม
โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้
thaitcshanghai@ditp.go.th

ตลาดผลไม้อบแห้งและผลไม้แช่อิ่มของจีนเติบโตอย่างก้าวกระโดด

สู่โอกาสของสินค้าไทยในกระแสนิยมทานเล่นเพื่อสุขภาพ

การปรับปรุงนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มแรงขับเคลื่อนการเติบโต
ให้กับตลาดผลไม้แห้งและผลไม้แปรรูป



ขนาดตลาดและการคาดการณ์ของตลาดผลไม้แห้งและผลไม้แปรรูปในจีน ปี 2018-2028
Market scale and forecast of dried fruits and preserved fruits in China from 2018 to 2028

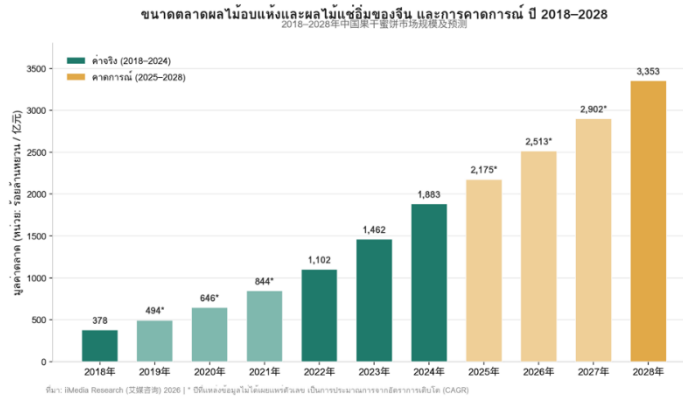


แหล่งข้อมูล: ศูนย์ข้อมูลไอมิดี (data.iimedia.cn)
ที่มาของข้อมูล: ข้อมูลจากกรมสถิติแห่งชาติจีน (CNGA)
ข้อมูลตลาดผลไม้แห้งและผลไม้แปรรูปในจีน: รายงานการวิเคราะห์อุตสาหกรรมผลไม้แห้งและผลไม้แปรรูปในจีน
ศูนย์ข้อมูลไอมิดี: report.iimedia.cn 62026 Iimedia Research Inc.

<https://img.iimedia.cn/000011d3d733933dfff8a9599c008181168428978f17df0d7f46b9b8c0923db3272cc8>

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ระดับรายได้ที่สามารถจับจ่ายได้ (Disposable Income) ของประชาชนจีนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ความต้องการบริโภคสินค้าประเภทขนมทานเล่นขยายตัวตามไปด้วย โดยเฉพาะกลุ่ม “ผลไม้อบแห้งและผลไม้แช่อิ่ม” ซึ่งเป็นหมวดสินค้าย่อยที่สำคัญ และกำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนจากพฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีนที่หันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพและคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น

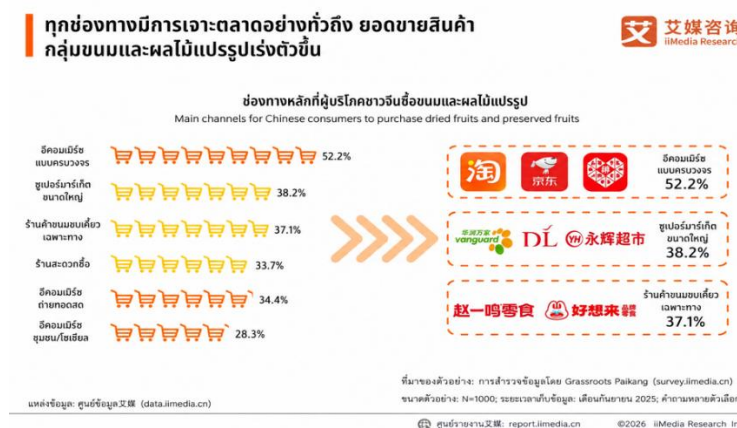
ในปี 2024 ตลาดผลไม้อบแห้งและผลไม้แช่อิ่มของจีนมีมูลค่าสูงถึง 188,300 ล้านหยวน เติบโตขึ้นร้อยละ 28.9 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 335,300 ล้านหยวน ภายในปี 2028 สะท้อนถึงแนวโน้มการเติบโตที่แข็งแกร่งและต่อเนื่องของอุตสาหกรรมนี้



<https://data.iimedia.cn/data-classification/theme/49160330.html>

นอกจากนี้ ภาพรวมของอุตสาหกรรมขนมทานเล่นจีนโดยรวมก็ยังคงขยายตัวต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะมีมูลค่าตลาดสูงถึง 1,237,800 ล้านหยวน ภายในปี 2027 ซึ่งเป็นฐานตลาดขนาดใหญ่ที่เอื้อต่อการเติบโตของสินค้ากลุ่มผลไม้อบแห้งและผลไม้แช่อิ่ม

บริโภคชาวจีนใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้อบแห้งและผลไม้แช่อิ่มประกอบด้วยสุขภาพและคุณค่าทางโภชนาการ (ร้อยละ 82.0) รสชาติและสัมผัสของสินค้า (ร้อยละ 78.7) และ แบรินด์สินค้า (ร้อยละ 76.3) ทั้งนี้ ผู้บริโภคจีนกว่าร้อยละ 80.6 ให้ความสำคัญกับการอ่านฉลากส่วนประกอบ (Ingredients) ก่อนตัดสินใจซื้อ สะท้อนกระแส “ฉลากสะอาด” (Clean Label) น้ำตาลต่ำ (Low Sugar) และปราศจากวัตถุเจือปน (No Added Additives) ที่กำลังกลายเป็นมาตรฐานใหม่ของสินค้าในกลุ่มนี้



<https://img.iimedia.cn/00001f7530f26df2c9d8cfce7c8bff458220b2b28b3f63cdc4b4eafdc167a849e2906>

ด้านช่องทางการจำหน่าย ผู้บริโภคจีนนิยมซื้อผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซแบบครบวงจร (ร้อยละ 52.2) และห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ (ร้อยละ 38.2) เป็นหลัก ควบคู่ไปกับการเติบโตอย่างรวดเร็วของร้านขนมราคาประหยัดแบบรวมสินค้า (Snack Collection Store) ซึ่งอาศัยรูปแบบ Hard Discount และความหลากหลายของสินค้าเป็นจุดแข็ง โดยตลาดร้านขนมรวมของจีนมีมูลค่า 104,000 ล้านหยวนในปี 2024 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 154,700 ล้านหยวน ภายในปี 2027 เนื่องด้วยเชื่อมโยงช่องทางการจำหน่ายให้ผู้ประกอบการ

SMEs โดยเฉพาะช่องทางอีคอมเมิร์ซและร้านขนมรวม (Bulk Snack Stores) ซึ่งเป็นช่องทางที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วหรือพิจารณามาตรการสนับสนุนด้านภาษีหรือค่าใช้จ่ายในการเข้าตลาดสำหรับ SMEs ในช่วงเริ่มต้นทดลองตลาด

ข้อคิดเห็นของสศต.เชียงใหม่

จากแนวโน้มการเติบโตของตลาดผลไม้อบแห้งและผลไม้แช่อิ่มของจีนดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าเป็นโอกาสสำคัญของผู้ประกอบการไทย เนื่องจากประเทศไทยมีจุดแข็งที่ชัดเจนในฐานะแหล่งผลิตผลไม้เมืองร้อนคุณภาพสูงที่หลากหลาย เช่น มะม่วง ทุเรียน สับปะรด ลำไย มะพร้าว และกล้วย ซึ่งสามารถต่อยอดสู่สินค้ากลุ่มผลไม้อบแห้งและผลไม้แช่อิ่มได้เป็นอย่างดี โดยสินค้าอย่าง “มะม่วงอบแห้ง” “ทุเรียนพรีซดราย” และผลไม้อบแห้งชนิดต่าง ๆ ของไทย เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในตลาดจีนอยู่แล้วในด้านคุณภาพและรสชาติ

สศต. ณ นครเชียงใหม่ จึงขอให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการไทยที่สนใจขยายตลาดในกลุ่มสินค้าดังกล่าว ดังนี้

1. พัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับกระแส “ฉลากสะอาด” น้ำตาลต่ำ และปราศจากวัตถุเจือปน ซึ่งกำลังกลายเป็นมาตรฐานใหม่ของตลาด พร้อมทั้งศึกษาข้อกำหนดด้านความปลอดภัยอาหารของจีน
2. นำเทคโนโลยีแปรรูปสมัยใหม่ เช่น การทำแห้งแบบเยือกแข็ง (Freeze-dry) มาใช้ยกระดับสินค้าให้เป็นสินค้าพรีเมียมเพื่อสุขภาพและเพิ่มมูลค่า ตอบโจทย์กระแสความต้องการของผู้บริโภคจีนในปัจจุบัน
3. จัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของสินค้า (Traceability) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคจีน
4. ให้ความสำคัญกับช่องทางจำหน่ายที่กำลังเติบโต โดยเฉพาะแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและร้านขนมรวมราคาประหยัดแบบรวมสินค้า (Bulk Snack Stores) ควบคู่กับซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ในเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจอย่างนครเชียงใหม่ ซึ่งผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงและเปิดรับสินค้านำเข้าที่มีคุณภาพ
5. พัฒนากลยุทธ์ด้านรสชาติในอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป โดยผสมผสานรสชาติที่มีความเป็นจีนดั้งเดิมเข้ากับคุณภาพและเอกลักษณ์ของผลไม้ไทย เพื่อตอบสนองแรงจูงใจและความต้องการของผู้บริโภคจีน

จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเชียงใหม่

กรกฎาคม 2569

แหล่งที่มา

<https://www.iimedia.cn/c400/108039.html>