



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน (Weekly News from China)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว
ประจำวันที่ 9 - 15 มีนาคม 2569

กระแสความตระหนักด้านคุณภาพในตลาดน้ำมะพร้าวจีน เอื้อต่อโอกาสของมะพร้าวไทยคุณภาพสูง



กระแสความนิยมของ “น้ำมะพร้าว” ในตลาดเครื่องดื่มจีนกำลังเผชิญบททดสอบครั้งสำคัญ หลังจากเครื่องดื่มที่เคยถูกยกให้เป็น “เครื่องดื่มสุขภาพจากธรรมชาติ” และได้รับความนิยมอย่างสูงในหมู่คนรุ่นใหม่ ถูกตั้งข้อสงสัยอย่างหนักเกี่ยวกับการปลอมปนวัตถุอันตราย ทั้งการเติมน้ำ เติมน้ำตาล รวมถึงการระบุแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง กระแสความตระหนักด้านคุณภาพในตลาดน้ำมะพร้าวจีนครั้งนี้ อาจกลายเป็น “โอกาสทางการค้าใหม่” สำหรับประเทศผู้ผลิตมะพร้าวคุณภาพสูง

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา น้ำมะพร้าวได้ก้าวขึ้นมาเป็นเครื่องดื่มดาวรุ่งของตลาดจีน หลังจากกระแสเครื่องดื่มน้ำตาลเริ่มชะลอตัว ผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ หันมาให้ความสำคัญกับเครื่องดื่มที่มีภาพลักษณ์ด้านสุขภาพมากขึ้น น้ำมะพร้าวเป็นเครื่องดื่มจากธรรมชาติที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง อุดมด้วยน้ำตาลธรรมชาติ แร่ธาตุ และวิตามินหลายชนิด อีกทั้งยังให้ความหวานตามธรรมชาติ มีปริมาณแคลอรีต่ำ และให้ความสดชื่นแก่ร่างกาย จึงตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการ “ความอร่อยควบคู่สุขภาพ” ข้อมูลจากอุตสาหกรรมเครื่องดื่มจีนระบุว่า ในปี 2567 มูลค่าตลาดน้ำมะพร้าวของจีน อยู่ที่ประมาณ 1.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีสูงถึง 61% ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตาม เมื่อกระแสความนิยมพุ่งสูง การแข่งขันที่รุนแรงก็เริ่มตามมา โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคา ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมมะพร้าวรายหนึ่งเปิดเผยว่า ปัจจุบันมะพร้าวสดหนึ่งลูกในตลาดจีน มีราคาขายปลีกมากกว่า 10 หยวน และสามารถคั้นน้ำมะพร้าวได้เพียงประมาณ 300 มิลลิลิตรเท่านั้น หมายความว่า หากต้องการผลิตน้ำมะพร้าว 1 ลิตร จำเป็นต้องใช้มะพร้าวประมาณ 3-4 ลูก แต่ในแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซของจีน กลับพบว่ามีการจำหน่ายน้ำมะพร้าวขนาด 1 ลิตรในราคาเพียง 9.9 หยวน ซึ่งต่ำกว่าต้นทุนวัตถุดิบอย่างเห็นได้ชัด

ปัจจุบันมีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับ “น้ำมะพร้าวปลอม” เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในสื่อสังคมออนไลน์ อย่างเช่นกรณีที่มีสื่อออนไลน์ในจีน มีการเปิดเผยข้อมูลว่า อุตสาหกรรมน้ำมะพร้าวบรรจุกระป๋องและบรรจุขวด อาจมีการเติมน้ำ น้ำตาล และสารแต่งกลิ่นลงในผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีผู้บริโภคบางรายตั้งใจซื้อแบรนด์ชื่อดัง แต่กลับได้รับสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์คล้ายกันจากแบรนด์เลียนแบบ ขณะที่บางรายร้องเรียนว่าผลิตภัณฑ์มีรสชาติผิดปกติ หรือมีอาการท้องเสีย หลังการบริโภค แม้ปัจจุบัน จีนยังไม่มีมาตรฐานเฉพาะสำหรับการตรวจสอบน้ำมะพร้าว ทำให้ผลการทดสอบยังไม่สามารถใช้เป็นหลักฐานทางกฎหมายได้อย่างเต็มรูปแบบ อย่างไรก็ตาม หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้เริ่มให้ความสำคัญและติดตามสถานการณ์ความผิดปกติที่เกิดขึ้น ในตลาดน้ำมะพร้าวอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งอยู่ระหว่างการเร่งพัฒนาฐานข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมะพร้าวภายในประเทศ เพื่อรองรับการตรวจสอบและการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในระยะยาว หากจีนกำหนดมาตรฐานตรวจสอบน้ำมะพร้าวอย่างเป็นทางการ ตลาดอาจเข้าสู่ยุค “คัดกรองคุณภาพ” ซึ่งจะทำให้ผู้ผลิตที่มีแหล่งวัตถุดิบแท้จริงและระบบตรวจสอบย้อนกลับที่ชัดเจน มีความได้เปรียบมากขึ้น

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

จากกรณีข่าวดังกล่าวที่มีการเปิดเผยว่าผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าวบรรจุกระป๋องและบรรจุขวดบางส่วน อาจมีการปรุงแต่งกลิ่นและรสชาติที่ไม่ได้มาจากธรรมชาติ ส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ประเภทดังกล่าวได้รับผลกระทบในระดับหนึ่ง สถานการณ์นี้ จึงอาจถือเป็นโอกาสสำคัญในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการบริโภคมะพร้าวสด ซึ่งมีจุดเด่นด้านความเป็นธรรมชาติและคุณภาพของวัตถุดิบ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจมะพร้าวสดมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม เพื่อให้น้ำมะพร้าวสดสามารถตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะพร้าวสดในรูปแบบ “พร้อมเปิดรับประทาน” ที่สะดวก และใช้งานง่าย เช่น มะพร้าวเปิดง่ายหรือมะพร้าวพร้อมดื่ม เพื่อลดข้อจำกัดด้านความสะดวกในการบริโภค ซึ่งถือเป็นจุดอ่อนสำคัญของสินค้ามะพร้าวสดในปัจจุบัน การยกระดับด้านบรรจุภัณฑ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ดังกล่าว จะช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของมะพร้าวสดในตลาดจีนได้ และควรเพิ่มการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพน้ำมะพร้าวไทยตั้งแต่ต้นทางการผลิต เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรที่มีความเป็นธรรมชาติและปลอดภัยต่อผู้บริโภคในตลาดจีนได้ในระยะยาว

นอกจากนี้ ผู้ส่งออกไทยสามารถสร้างความแตกต่างด้วยการยืนยันแหล่งที่มา และมาตรฐานการผลิตที่เชื่อถือได้ พร้อมพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์คุณภาพสูง เจาะกลุ่มผู้บริโภคจีนที่ใส่ใจความปลอดภัยและคุณภาพอาหาร การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือและความเป็นธรรมชาติของน้ำมะพร้าวไทย จะช่วยเพิ่มความมั่นใจแก่ผู้บริโภคและขยายโอกาสทางการค้าได้ ทั้งนี้ หากไทยสามารถยืนยันคุณภาพและแหล่งที่มาได้ จะมีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน และรักษาตลาดเครื่องดื่มสุขภาพที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องในประเทศจีน ตลาดน้ำมะพร้าวจีนยังคงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง ผู้ส่งออกไทยสามารถใช้ข้อได้เปรียบด้านคุณภาพและความโปร่งใสของวัตถุดิบ ในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคจีน พร้อมพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามมาตรฐานสากล เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกและขยายบทบาทของสินค้าเกษตรไทยในตลาดโลก