



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

ประจำวันที่ 5 - 11 ตุลาคม 2569

กระแสเครื่องดื่มจากข้าวมาแรงในจีน สร้างโอกาสเพิ่มมูลค่าสินค้าข้าวไทย



ตลาดเครื่องดื่มจีนกำลังให้ความสำคัญกับการนำข้าวมาเป็นส่วนประกอบหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มากขึ้น จากเดิมที่ใช้เป็นเพียงส่วนประกอบเสริม เช่น โมจิข้าวและข้าวเหนียว ปัจจุบันขยายไปสู่การผลิตน้ำนมข้าว ข้าวหมัก พุดดิ้งข้าว และไอศกรีมข้าว ตลอดจนการนำมาใช้เป็นเบสสำหรับเครื่องดื่มชาและกาแฟ สะท้อนโอกาสในการเพิ่มมูลค่าสินค้าข้าวผ่านการแปรรูปและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคจีน

ข้อมูลจาก Ka Men Yin Li Laboratory (咖门饮力实验室) ระบุว่า รายงานเครื่องดื่มประจำเดือนสิงหาคม 2569 ได้ติดตามผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มใหม่จำนวน 235 รายการ พบว่า 23 รายการใช้ส่วนประกอบจากข้าว หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 9.8 สะท้อนว่าข้าวกำลังได้รับความสนใจในฐานะวัตถุดิบสำหรับการพัฒนาเครื่องดื่มในตลาดจีน

ซีรีส์เครื่องดื่มชาปรุงพิเศษ Bingniang (冰酿) ของ Bawang Chaji (霸王茶姬) ใช้ข้าวหมักเป็นองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดโครงสร้างรสชาติ ขณะที่ Guming (古茗) เปิดตัวเมนู Matcha You Mi Latte (马上有米拿铁) โดยใช้น้ำนมข้าวที่ทำจากข้าวหอมมะลิไทยเป็นเบส ส่วน Cotti Coffee และ Luckin Coffee ก็มีการนำเครื่องดื่มน้ำนมข้าวมาใช้ในเมนูกาแฟก่อนหน้านี้แล้ว

ขณะเดียวกัน ตลาดเครื่องดื่มบรรจุขวดก็เริ่มขยับตาม โดย Yuanqi Forest (元气森林) เปิดตัวเครื่องดื่มน้ำนมข้าวกล้อง Dan Zhen (淡真糙米乳) ขณะที่ FamilyMart และ Hema เริ่มจำหน่ายเครื่องดื่มจากข้าว นอกจากนี้ Yiming (一鸣) และ Dingdong (叮咚) ยังมีผลิตภัณฑ์นมรสข้าว รวมถึงการนำข้าวไปใช้ในผลิตภัณฑ์เบียร์และไอศกรีม

ข้าวเปลี่ยนบทบาทจากส่วนประกอบเสริมสู่หัวใจของผลิตภัณฑ์

แนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้าวในตลาดจีนมีการเปลี่ยนแปลงสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

ประการแรก ข้าวกำลังเปลี่ยนจากส่วนประกอบที่เน้นให้เนื้อสัมผัส เช่น โมจิข้าวและข้าวเหนียว ไปสู่การเป็นวัตถุดิบหลักและเบสของเครื่องดื่ม โดยเฉพาะข้าวหมักและน้ำนมข้าวที่มีบทบาทในการกำหนดรสชาติของผลิตภัณฑ์

ประการที่สอง ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสายพันธุ์และแหล่งผลิตมากขึ้น เช่น ข้าวเหนียวจากอุ้งฉาง มณฑลเหอหลิงเจียง และข้าวหอมมะลิไทย เพื่อสร้างความแตกต่างด้านกลิ่นหอม รสชาติ และเนื้อสัมผัส รวมถึงใช้แหล่งกำเนิดของวัตถุดิบเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ด้านคุณภาพ

ประการที่สาม ข้าวถูกนำมาผสมผสานกับเครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ของหวานในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งพุดดิ้ง ไอศกรีม และโยเกิร์ต เพื่อเพิ่มความหลากหลายของเนื้อสัมผัสและประสบการณ์การบริโภค

การแปรรูปและความสดใหม่เป็นปัจจัยสร้างความแตกต่าง

แม้ข้าวจะเป็นวัตถุดิบที่ผู้บริโภคจีนคุ้นเคย แต่การนำมาแปรรูปเป็นเครื่องดื่มยังต้องอาศัย เทคโนโลยีและการพัฒนาสูตร โดยเฉพาะการสกัดกลิ่นหอม การควบคุมความเนียนนุ่ม และการป้องกันการตกตะกอนหรือแยกชั้นระหว่างการเก็บรักษา

ผู้ประกอบการเครื่องดื่มขงสดบางรายยังให้ความสำคัญกับการนึ่งและบดข้าว รวมถึงการเตรียม ส่วนผสมภายในร้าน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความสดใหม่ ขณะเดียวกัน การทดลองปลูกข้าวร่วมกับกาแฟ ของ Grid Coffee ในมณฑลยูนนาน และการพัฒนากาแฟที่มีกลิ่นหอมคล้ายข้าว สะท้อนการค้นหาแนวทาง ใหม่ในการสร้างเอกลักษณ์ด้านรสชาติ

อย่างไรก็ตาม การขยายตลาดเครื่องดื่มจากข้าวยังมีความท้าทาย ทั้งการรักษาคุณภาพและ รสชาติให้สม่ำเสมอ การยืดอายุการเก็บรักษา และการสร้างความแตกต่าง โดยเฉพาะในตลาดเครื่องดื่มบรรจุ ขวดที่มีการแข่งขันด้านราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และแบรนด์ค่อนข้างสูง

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

การขยายตัวของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจากข้าวในจีนอาจเป็นปัจจัยสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าให้กับ สินค้าข้าวไทย โดยเฉพาะการเปลี่ยนจากการส่งออกข้าวในรูปวัตถุดิบไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปและ วัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งสามารถสร้างโอกาสทางการค้าและเพิ่มช่องทางการใช้ ประโยชน์จากข้าวไทยในตลาดจีน

สำหรับผู้ประกอบการไทย ข้าวหอมมะลิไทยมีจุดเด่นด้านกลิ่นหอมและมีการนำไปใช้เป็น วัตถุดิบในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการจีนแล้ว ดังเช่นเมนู Matcha You Mi Latte ของ Guming ผู้ประกอบการจึงสามารถพิจารณาต่อยอดไปสู่ผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำนมข้าว ข้าวหมัก วัตถุดิบจากข้าวสำหรับ เครื่องดื่มขงสด และส่วนประกอบสำหรับผลิตภัณฑ์ของหวาน รวมทั้งพัฒนาความร่วมมือกับผู้ผลิตเครื่องดื่ม และผู้ผลิตวัตถุดิบในจีน

ในส่วนของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ด้านการแปรรูป การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานและข้อกำหนดของตลาดจีน ขณะที่ภาคเอกชนควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพ ความคงตัวของผลิตภัณฑ์ การสร้างความแตกต่าง ด้านกลิ่นรส ตลอดจนการสื่อสารจุดเด่นของวัตถุดิบไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

9 ตุลาคม 2569

แหล่งข้อมูล :

<https://mp.weixin.qq.com/s/aJYzUP8s9vgHWFxgTt5sdw?scene=1>

<https://mp.weixin.qq.com/s/1dYYMpklt2Funcw-reZ-2g?scene=1>