



## สองสถานการณ์อุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสัตว์



อุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสัตว์กำลังกลายเป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าอาหารแปรรูปที่มีการเติบโตสูงในจีน ซึ่งจีนเป็นประเทศที่มีฐานผู้บริโภคขนาดใหญ่และมีพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เน้นความสะดวกเพียงอย่างเดียว ปัจจุบันผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพ รสชาติและคุณค่าทางโภชนาการมากยิ่งขึ้น จนเกิดเป็นแนวคิดการบริโภคเพื่อสุขภาพ เช่น สินค้าน้ำตาลต่ำ ไขมันต่ำ มีใยอาหารและโปรไบโอติกในสินค้าขนมขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสัตว์ รวมถึงมีการพัฒนาสินค้าที่หลากหลาย เช่น สินค้าที่ทำจากเนื้อวัว เนื้อไก่และเนื้อเป็ด รวมถึงส่วนประกอบต่าง ๆ เพื่อเปิดตลาดสินค้ารสชาติใหม่ ๆ

### 1. มูลค่าตลาดขนมขบเคี้ยวของจีน

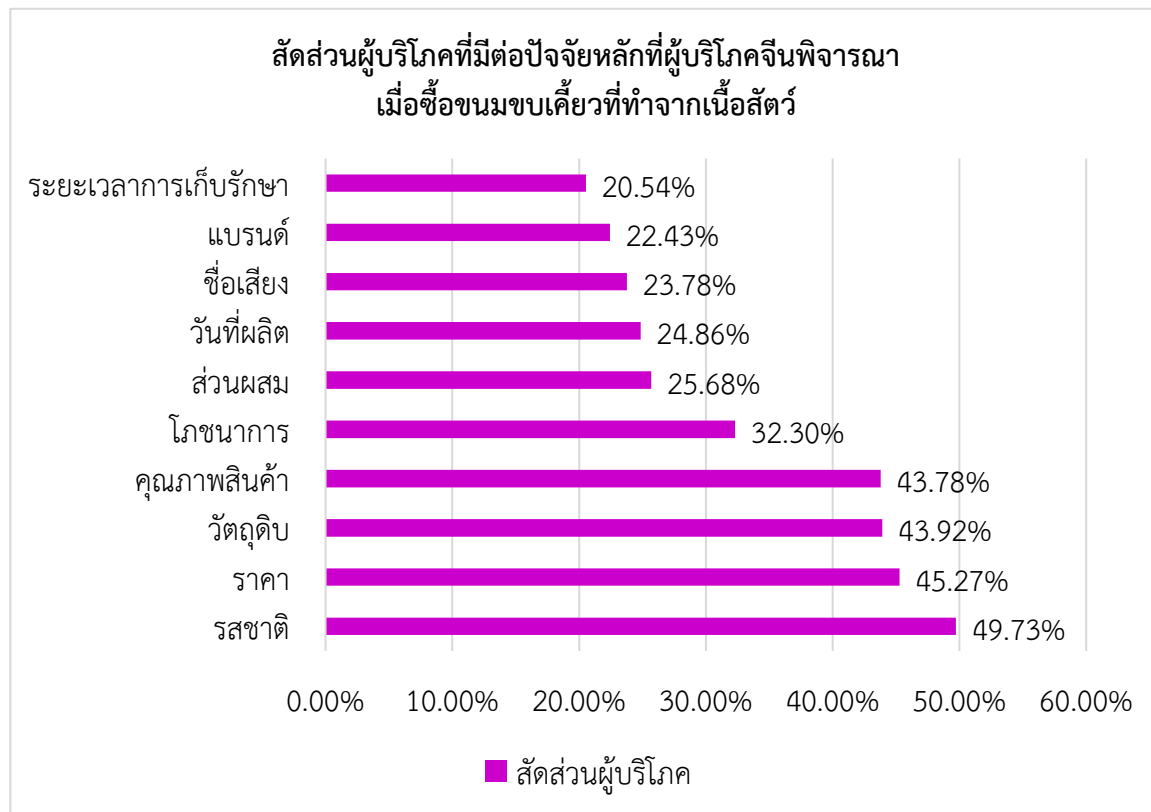
ในปี 2568 มูลค่าตลาดอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวของจีนอยู่ที่ 1,180,400 ล้านหยวน และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเป็น 1,237,800 ล้านหยวนในปี 2570 แนวโน้มของการเติบโตของอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวสะท้อนให้เห็นถึงการยกระดับการบริโภคของชาวจีน และไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตแบบพักผ่อน (Relaxing Lifestyle) ของคนจีนในปัจจุบัน การเติบโตของอุตสาหกรรมดังกล่าวไม่เพียงแต่มาจากจำนวนประชากรที่มากและกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคของชาวจีนที่รับประทานขนมเพื่อสุขภาพ และการเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

### มูลค่าตลาดขนมขบเคี้ยวในจีน ตั้งแต่ปี 2553 - 2570



## 2. ปัจจัยหลักที่ผู้บริโภคนพิจารณาเมื่อซื้อขนมขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสัตว์

ในปี 2568 ปัจจัยที่ผู้บริโภคนให้ความสำคัญมากที่สุด คือ รสชาติ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49.73 รองลงมา คือ ความเหมาะสมผลของราคา ร้อยละ 45.27 นอกจากนี้ วัตถุดิบอาหารและคุณภาพของสินค้าก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคนให้ความสนใจ ร้อยละ 43.92 และ 43.78 ตามลำดับ ดังนั้น พฤติกรรมผู้บริโภคนในการซื้อขนมขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสัตว์หลัก ๆ คือ รสชาติและราคาสินค้า ผู้ประกอบการจึงควรพัฒนานวัตกรรมด้านรสชาติอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการปรับต้นทุนให้เหมาะสม เพิ่มความโปร่งใสของวัตถุดิบและการรับประกันคุณภาพของสินค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน



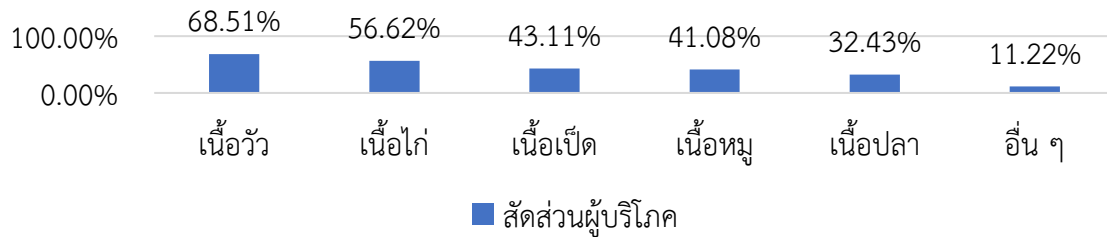
## 3. รสชาติจากเนื้อสัตว์ที่ผู้บริโภคนชื่นชอบ

ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า ในปี 2568 เนื้อวัวเป็นวัตถุดิบที่จีนนำมาผลิตเป็นขนมขบเคี้ยวมากที่สุด โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 68.51 รองลงมา คือ เนื้อไก่ ซึ่งได้รับความนิยมไม่น้อย มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 56.62 ขณะที่เนื้อเป็ดและเนื้อหมูมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 43.11 และ 41.08 ตามลำดับ ดังนั้น ผู้ประกอบการอาจพิจารณาพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงส่งเสริมการขายสินค้าจากเนื้อวัวและเนื้อไก่ รวมถึงอาจพิจารณาสำรวจโอกาสในการพัฒนาวัตถุดิบทางเลือก เช่น เนื้อเป็ดและเนื้อหมู เพื่อสร้างความแตกต่างในตลาด

Weekly News from China

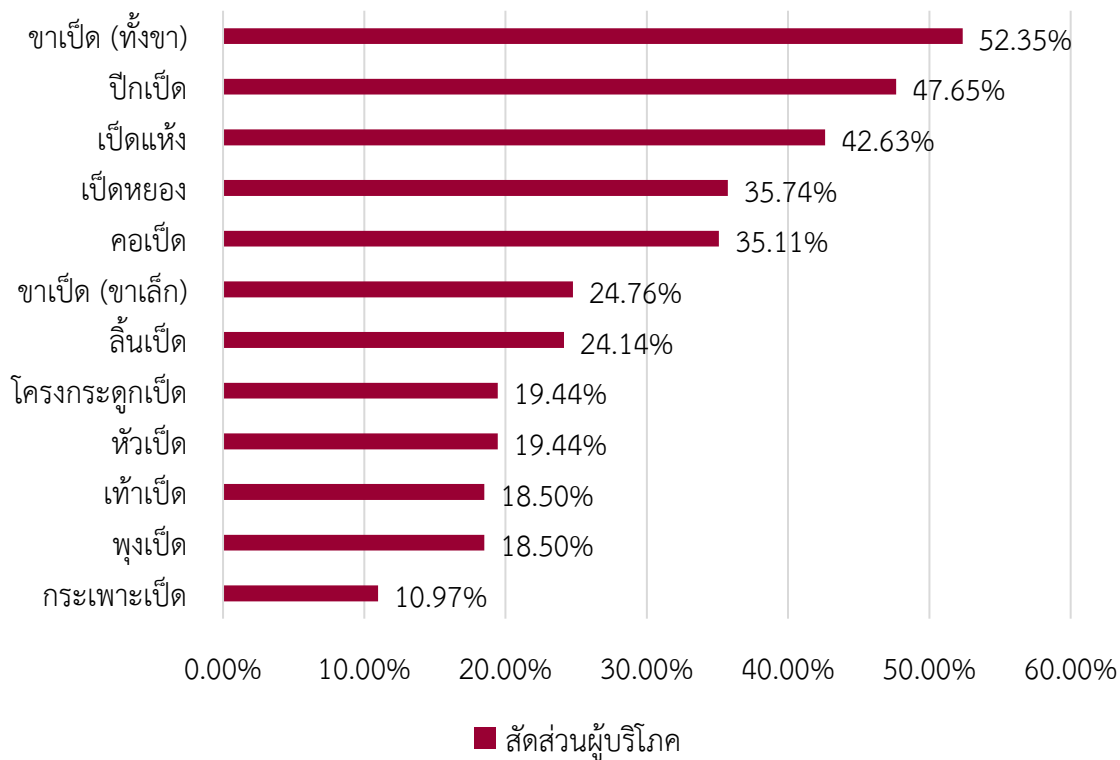
Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

### สัดส่วนผู้บริโภคที่มีต่อประเภทเนื้อสัตว์ในปี 2568



ตัวอย่างขนมขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อเป็ดที่ชาวจีนชื่นชอบ เช่น ขาเป็ด (มีสัดส่วนผู้บริโภคร้อยละ 52.35) ปีกเป็ด (มีสัดส่วนผู้บริโภคร้อยละ 47.65) และเนื้อเป็ดแห้ง (มีสัดส่วนผู้บริโภคร้อยละ 42.63)

### สัดส่วนผู้บริโภคที่มีต่อประเภทขนมขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อเป็ด



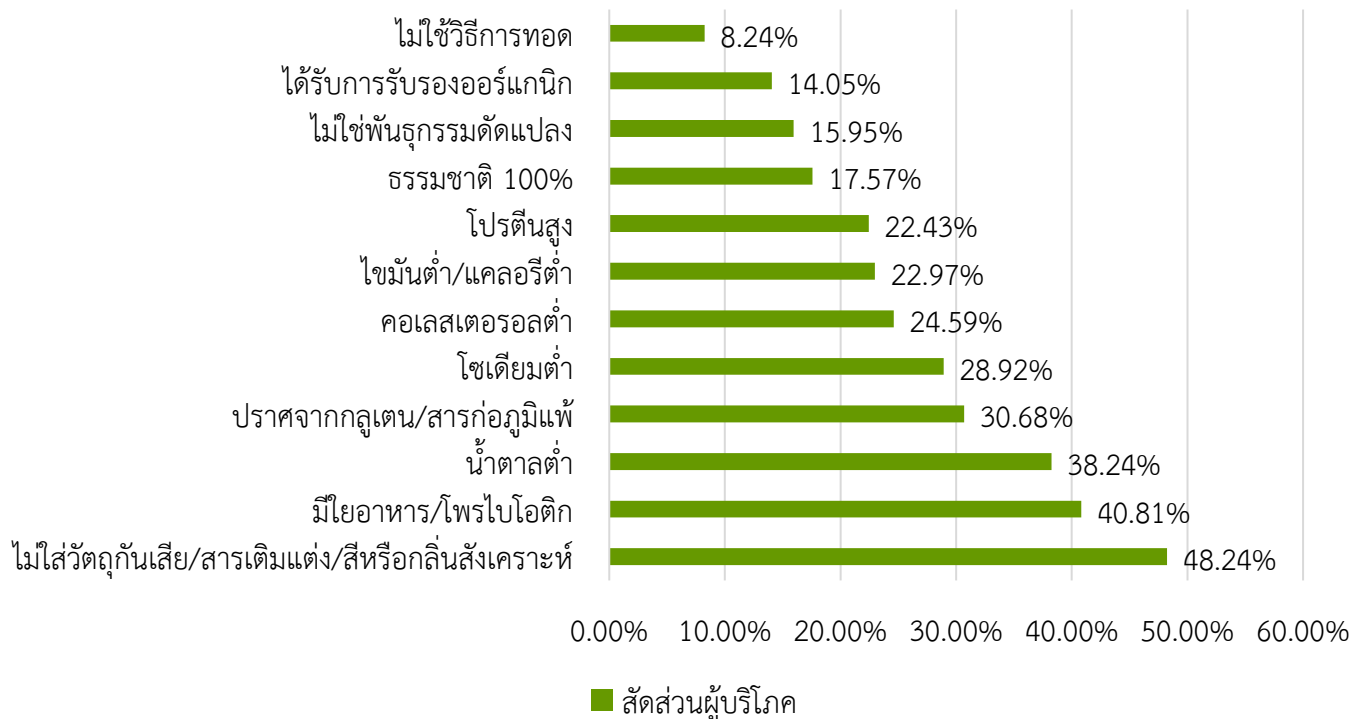
Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

#### 4. คุณสมบัติด้านสุขภาพของขนมขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสัตว์ที่ผู้บริโภคชาวจีนให้ความสำคัญ

สิ่งที่ผู้บริโภคชาวจีนให้ความสำคัญมากที่สุด เมื่อเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวจากเนื้อสัตว์ คือ การไม่ใส่วัตถุกันเสีย/สารเติมแต่ง/สีหรือกลิ่นสังเคราะห์ โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 48.24 รองลงมาคือ มีใยอาหาร/โปรไบโอติก ร้อยละ 40.81 นอกจากนี้ ยังนิยมเลือกซื้อสินค้าที่มีน้ำตาลต่ำ และปราศจากกลูเตน/สารก่อภูมิแพ้ ร้อยละ 38.24 และ 30.68 ตามลำดับ

##### สัดส่วนผู้บริโภคที่มีต่อคุณสมบัติด้านสุขภาพของขนมขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสัตว์ที่ผู้บริโภคชาวจีนให้ความสำคัญ



#### 5. ตัวอย่างแบรนด์/สินค้าขนมขบเคี้ยวที่ทำจากเนื้อสัตว์ของจีน

##### ➤ Mr. Kangaroo

ก่อตั้งตั้งแต่ปี 2560 เป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียงในด้านอาหารพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพ มุ่งเน้นโปรตีนจากเนื้อสัตว์ เบเกอรี่ไฟเบอร์สูง มีสินค้าภายใต้แบรนด์รวมกว่า 80 รายการสินค้า Mr. Kangaroo มีความเข้มงวดในการผลิตอาหารตั้งแต่การคัดสรรแหล่งที่มาของวัตถุดิบและการปรุงอาหาร มุ่งเน้นการลดไขมัน น้ำตาลทรายและสารเติมแต่งในอาหาร จนกระทั่งปี 2568 สินค้าของ Mr. Kangaroo ได้ขยายตลาดไปทั่วทุกภูมิภาคของจีน และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง



สะโพกวัว



อกไก่

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

### ➤ หนิวเหมิงจี (Niu Meng Ji)

เป็นแบรนด์ที่มุ่งเน้นการผลิตและจำหน่ายเนื้อวัวอบแห้ง บริษัทก่อตั้งในช่วงที่มีการใช้สารเติมแต่งอาหารและเกิดปัญหาด้านความปลอดภัยของอาหารในจีนอย่างแพร่หลาย มีเป้าหมายในการผลิตอาหารที่มีความโปร่งใสและใส่ใจด้านวัตถุดิบเพื่อสุขภาพ คัดสรรเนื้อวัวคุณภาพสูงให้กับผู้บริโภค นอกจากสินค้าเนื้อวัวอบแห้งแล้ว สินค้าใหม่ ๆ ได้แก่ เอ็นเนื้อวัว เนื้อวัวหันเต้า อีกด้วย



เนื้อวัวหันเต้า

### ➤ เซียวยาเซียน (Xiao Ya Xian)

ก่อตั้งในเมืองฉางซา มณฑลหูหนาน โดยมีสินค้าหลักคือ เป็ดหยองย่าง (ย่างด้วยถ่านไม้โบราณ) พร้อมสินค้าที่ทำจากเนื้อเป็ดอย่างอื่น และทำเป็นขนมซองเล็ก ๆ สำหรับพกพา กรรมวิธีการผลิตคือ การใช้ถ่านไม้ไผ่สำหรับย่าง และการตุ๋นด้วยเครื่องเทศหอม ๆ



คอเป็ดย่างโบราณ

ปีกเป็ดย่างโบราณ

### ความคิดเห็น สศต.

จากสถานการณ์อุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวที่ทำมาจากเนื้อสัตว์ในจีน มีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นถึงการขับเคลื่อนตลาดด้วยคุณภาพของสินค้ามากกว่าความสะดวก จึงถือเป็นโอกาสสำคัญของสินค้าไทยในการเข้าสู่ตลาดจีน เช่น เนื้ออบแห้ง หมูหยอง หมูแผ่นหรือไก่ปรุงรส เนื่องจากมีจุดแข็งด้านรสชาติที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันจีนยังไม่อนุญาตให้นำเข้าสินค้าเนื้อวัวและหมูแปรรูปจากไทย อนุญาตให้นำเข้าเฉพาะสินค้าจากเนื้อไก่และส่วนประกอบจากไก่ และปลาจากไทย ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการขายสินค้าในตลาดจีน อาจพิจารณาขยายตลาดสินค้าขนมขบเคี้ยวจากไก่หรือปลาก่อน โดยสินค้าขนมขบเคี้ยวที่ทำมาจากเนื้อปลาของไทย ถือเป็นสินค้าใหม่ที่มีศักยภาพในตลาดจีน โดยอาจพิจารณาสร้างความแตกต่างของสินค้าด้วยการนำเสนอรสชาติใหม่ ๆ ที่สะท้อนความเป็นไทยอย่างรสต้มยำกุ้ง อย่างไรก็ตาม การนำเข้าสินค้าเนื้อสัตว์จากต่างประเทศมีข้อจำกัดหลายอย่าง ผู้ประกอบการควรมีการศึกษากฎระเบียบและมาตรฐานในการนำเข้าของจีนอย่างรอบคอบ เพื่อป้องกันความเสียหายทางธุรกิจในอนาคต

\*\*\*\*\*

ที่มา: <https://www.iimedia.cn/c400/108781.html>

☐ 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

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