



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา (ส่วนที่ 2)
 ขาวเด่นประจำสัปดาห์จากไต้หวันประจำวันที่ 16 - 31 ส.ค. 2569

อาหารฟังก์ชัน โดยเฉพาะซูปไก่สกัดมีโอกาสขยายตัวได้ดีในไต้หวัน

อาหารฟังก์ชัน หมายถึงอาหารที่นอกจากให้คุณค่าทางโภชนาการพื้นฐานแล้ว ยังมีคุณประโยชน์เฉพาะด้านต่อสุขภาพ ในภาวะที่ผู้บริโภคทั่วโลกให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น ตลาดประเภนี้จึงเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยคาดว่ามูลค่าตลาดอาหารฟังก์ชันทั่วโลกจะอยู่ที่ 793,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2032 (Global Market Insights, 2024)

สำหรับไต้หวันกระแสใส่ใจสุขภาพ ประกอบกับไต้หวันเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยระดับสุดยอด เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของตลาดอาหารฟังก์ชัน ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่นอกจากให้สารอาหารพื้นฐานแล้ว ยังตอบโจทย์ด้านสุขภาพ เช่น การบำรุงร่างกาย เพิ่มความแข็งแรง และเสริมภูมิคุ้มกัน ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพในไต้หวันจึงมีการพัฒนาที่สูงมาแล้ว ดังนั้น ผู้บริโภคจึงคุ้นเคยกับอาหารเสริม เครื่องดื่มสุขภาพ และอาหารฟังก์ชัน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสาน ทั้งความสะดวก คุณภาพ และประโยชน์ต่อสุขภาพ จึงมีโอกาสขยายตัวได้ดีในตลาดไต้หวัน มูลค่าการผลิตของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพมีมูลค่าเกินปีละ 150,000 ล้านดอลลาร์ไต้หวัน (ราว 157,500 ล้านบาท)



ซูปไก่สกัดมีฐานตลาดและโอกาสขยายตัวในไต้หวัน

หนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพโดดเด่น คือ ซูปไก่สกัด หรือซูปไก่ต้มเคี้ยว ซึ่งได้รับความนิยมในไต้หวันมาเป็นเวลานาน และกำลังขยายฐานผู้บริโภคจากกลุ่มหญิงตั้งครรภ์ ผู้สูงอายุ และผู้ที่ต้องการฟื้นฟูร่างกาย ไปสู่คนวัยทำงาน คนรุ่นใหม่ และครอบครัวที่ใส่ใจการดูแลสุขภาพในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้การบริโภคเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์และช่องทางจำหน่ายมีความหลากหลายมากขึ้น จนกลายเป็นหนึ่งในสินค้าดาวเด่นของตลาดอาหารฟังก์ชันไต้หวัน โดยมีมูลค่าการผลิตปีละ 5,000 ล้านดอลลาร์ไต้หวัน (ราว 5,250 ล้านบาท)

ซูปไก่สกัดมีจุดเด่นด้านความสะดวก รับประทานง่าย พกพาสะดวก และเหมาะกับการบริโภคในหลากหลายโอกาส ทั้งการดูแลสุขภาพในชีวิตประจำวัน การฟื้นฟูร่างกาย การดูแลผู้สูงอายุ ตลอดจนการซื้อเป็นของขวัญ แม้ตลาดจะมีการแข่งขันระหว่างแบรนด์ค่อนข้างสูง แต่ยังมีโอกาสขยายฐานผู้บริโภคและเพิ่มอัตราการเข้าถึงครัวเรือน จึงนับเป็นตลาดที่มีศักยภาพและสามารถเติบโตได้อีกมากในระยะยาว

จุดเด่นของซูปไก่สกัด คือ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้ โดยการปรับส่วนผสมที่สร้างความแตกต่าง เช่น สูตรสำหรับคนวัยทำงาน ผู้สูงอายุ เด็ก หรือสูตรรสชาติอ่อนและไขมันต่ำ อย่างไรก็ตาม รสชาติและกลิ่น เป็นปัจจัยสำคัญ ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีกลิ่นคาว ดมง่าย รสชาติกลมกล่อม และไม่มัน ผู้ผลิตที่สามารถผสมผสานรสชาติที่ดีเข้ากับคุณค่าทางโภชนาการจึงได้เปรียบมากกว่า

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

ปัจจุบัน ฐานผู้บริโภคยังขยายจากผู้สูงอายุและหญิงตั้งครรภ์ไปสู่คนวัยทำงานและคนรุ่นใหม่ที่มีใส่ใจสุขภาพมากขึ้น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย ขนาดเหมาะสม และสื่อสารภาพลักษณ์ในฐานะ “อาหารเพื่อสุขภาพในชีวิตประจำวัน” จะช่วยเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคและสร้างโอกาสเติบโตให้ตลาดซุ๊ปไก่สกัดในไต้หวันได้อีกมาก

ช่องทางออนไลน์และกลยุทธ์การตลาดเพิ่มโอกาสขยายตลาดซุ๊ปไก่สกัด

การเติบโตของอีคอมเมิร์ซเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขยายตลาดอาหารฟังก์ชันในไต้หวัน ผู้บริโภคสามารถค้นหาข้อมูล เปรียบเทียบราคา อ่านรีวิว และสั่งซื้อสินค้าได้สะดวกตลอดเวลา ขณะที่ภาครัฐยังสนับสนุนแพลตฟอร์มการขายสินค้าเกษตร ซึ่งช่วยเชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้บริโภคโดยตรง และส่งเสริมสินค้าที่มีระบบตรวจสอบย้อนกลับหรือเครื่องหมายรับรองคุณภาพ

ช่องทางออนไลน์เหมาะกับการจัดจำหน่ายซุ๊ปไก่สกัดในรูปแบบแพ็คเกจ เช่น ชุดดูแลสุขภาพ ชุดของขวัญ หรือแพ็คเกจสำหรับบริโภครายเดือน นอกจากนี้ ผู้ผลิตสามารถใช้เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบ กระบวนการผลิต คุณค่าทางโภชนาการ และมาตรฐานความปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม ช่องทางออฟไลน์ยังมีความสำคัญ โดยเฉพาะซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าส่ง ร้านสะดวกซื้อ และร้านจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ การวางจำหน่ายครอบคลุมหลายช่องทางช่วยเพิ่มโอกาสให้ผู้บริโภคทดลองซื้อ และสร้างการรับรู้แบรนด์

ตลาดซุ๊ปไก่สกัดของไต้หวันมีการแข่งขันสูง แบรนด์ต่างๆ จึงต้องสร้างความแตกต่างทั้งด้านสูตร รสชาติ บรรจุภัณฑ์ และการตลาด โดยแบรนด์อย่าง เหล่าเสี่ยเจิน (老協珍), หงฉุนเซียง (農純鄉), และ BRAND'S (白蘭氏) ต่างมีกลยุทธ์เฉพาะเพื่อสร้างจุดแข็ง ขณะที่ บางแบรนด์ อาทิ เกียนหยวนเซียง (田原香) พัฒนาช่องทางจำหน่ายของตนเองเพื่อสร้างความแตกต่าง



ซุ๊ปไก่ BRAND'S
ขนาด 68 ml.



ซุ๊ปไก่ เหล่าเสี่ยเจิน (老協珍)
ขนาด 42 ml.



ซุ๊ปไก่ “หงฉุนเซียง” (農純鄉)
ขนาด 50 ml.

แนวโน้มในอนาคต

ตลาดอาหารฟังก์ชันของไต้หวันมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้น ความสะดวก สุขภาพ และ โภชนาการเฉพาะบุคคล เทคโนโลยี AI การวิเคราะห์ข้อมูล และระบบอัตโนมัติจะช่วยยกระดับการผลิตและควบคุมคุณภาพได้ ผู้ผลิตยังควรให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ลดของเสีย บรรจุภัณฑ์ และการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซุ๊ปไก่สกัดจึงมีศักยภาพขยายตัวจากกระแสใส่ใจสุขภาพ สังคมสูงวัย และการเติบโตของ

อีคอมเมิร์ซ หากพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัย รสชาติดี และมีข้อมูลรองรับ ย่อมมีโอกาสเติบโต
ทั้งในไต้หวันและตลาดต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็นของ สศต.

อาหารฟังก์ชัน โดยเฉพาะซูปเปอร์ฟู้ดเป็นสินค้าที่มีจุดเด่นด้านวัตถุดิบคุณภาพสูง ความเป็นธรรมชาติ
กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน และเรื่องราวของแหล่งผลิต สามารถสร้างความแตกต่างและเพิ่มความน่าสนใจ
ในตลาดไต้หวันได้ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านอาหาร มาตรฐานความปลอดภัย การติด
ฉลากภาษาจีน (ตัวเต็ม) และข้อกำหนดเกี่ยวกับการกล่าวอ้างคุณประโยชน์ต่อสุขภาพ รวมทั้ง ควรปรับรสชาติ
รูปแบบ และบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคไต้หวัน เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและสร้าง
ตลาดได้อย่างยั่งยืน

ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์และแบรนด์ ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในตลาดอาหารฟังก์ชัน
ผู้บริโภคไต้หวันให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาของวัตถุดิบ มาตรฐานการผลิต ผลการตรวจสอบจากหน่วยงานภายนอก
และข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ ผู้ประกอบการจึงควรสื่อสารข้อมูลอย่างโปร่งใส หลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างสรรพคุณเกินจริง
พร้อมนำเสนอข้อมูลโภชนาการและผลการตรวจสอบคุณภาพที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค

ที่มา: Taiwan Smart Agriweek <https://www.taiwanagriweek.com/media-detail/638>