

นมควายกลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับความนิยมขึ้นจากชาวจีน



ปัจจุบันผู้บริโภคชาวจีนเริ่มหันมานิยมดื่มนมควายซึ่งเป็นนมที่มีโปรตีนสูงมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากแพลตฟอร์ม Tmall Global ที่รายงานว่า ในช่วงก่อนถึงเทศกาลตรุษจีน นมควายมี ยอดขายมากกว่าร้อยละ 400 และมีอัตราการเติบโตเร็วกว่านมทั่วไปถึง 5 เท่า นอกจากนี้ ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและความนิยมของสื่อโซเชียลมีเดีย และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ทำให้นมควายมี ยอดขายขยายตัวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้นมควายกลายเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งพบว่าในช่วงปี ค.ศ. 2021 นมควายบนแพลตฟอร์ม Tmall Global มียอดขายขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 (YoY) และเมื่อวันที่ 6 มกราคม 2022 ที่ผ่านมามีการถ่ายทอดสดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมควายบนแพลตฟอร์ม Tmall Global ทำยอดขาย ขยายตัวเพิ่มขึ้นเกือบร้อยละ 200 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาปกติ

นักวิเคราะห์อุตสาหกรรมของจีน แสดงความเห็นว่าเป็นเพราะเนื่องจากนมควายมีคุณค่าทางโภชนาการสูง และดีต่อสุขภาพมากกว่านมทั่วไป จึงกลายเป็นที่ชื่นชอบ และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคชาวจีนในปัจจุบัน นอกจากนี้ นักวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์นม ยังเปิดเผยว่า นมควาย 100 มิลลิลิตร มีโปรตีนสูงถึง 4 – 5 กรัม และอาจ สูงถึง 6 กรัม ซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการสูงกว่านมปกติ ส่งผลให้นมควาย และผลิตภัณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้องที่จำหน่าย บนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์นมทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับรายงานแนวโน้มตลาดในผลิตภัณฑ์ นมควายของจีน ในปี ค.ศ. 2020 – 2024 ของศูนย์วิจัยอุตสาหกรรม Newsijie ที่รายงานว่า โปรตีน และไขมันดี ของนมควายทำให้รสชาติอร่อยกว่านมทั่วไป และมีการนำนมควายมาใช้เป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น พุดดิ้ง ชีส เนย และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังมีโอกาสเลียนแบบรสชาติชีสแบบดั้งเดิมที่ใช้ นมควายเป็นวัตถุดิบหลักอีกด้วย

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ



ศูนย์ข้อมูลอาหารและโภชนาการ (China Food Information Center: CFIC) เปิดเผยข้อมูลว่าการที่ผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคนมควายที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ดีกว่า และยินดีจ่ายเงินให้กับนมควายที่มีราคาสูงกว่านมทั่วไป เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ยอดขายผลิตภัณฑ์นมควายขยายตัวเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่านมควายจะมีคุณค่าทางโภชนาการสูง และเป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน แต่ในทางกลับกันการพัฒนานมควายยังคงประสบปัญหาหลายด้าน เช่น ข้อจำกัดด้านภูมิศาสตร์ โดยพื้นที่หลักในการผลิตนมควายส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ทางตอนใต้ของจีน ได้แก่ มณฑลกว่างซีจ้วง และมณฑลยูนนาน แสดงให้เห็นได้จากข้อมูลของบริษัท iResearch ที่รายงานว่าจีนมีผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์นมควายมากกว่า 360 ราย และในช่วง 5 ปี ที่ผ่านมามีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 47 และร้อยละ 77 ซึ่งเป็นผู้ประกอบการในพื้นที่มณฑลกว่างซีจ้วงมากถึง 270 ราย ขณะที่การเพิ่มหรือขยายพื้นที่ในการผลิตนมควายในภูมิภาคอื่นเป็นไปได้ยาก เพราะจำเป็นต้องใช้พื้นที่ที่เหมาะสมในการผลิต ส่งผลให้นมควายมีแหล่งผลิตที่ค่อนข้างกระจุกตัว และมีปริมาณการผลิตน้อยกว่านมทั่วไป นอกจากนี้ มาตรฐานการผลิตนมควายแต่ละบริษัทยังมีความแตกต่างกัน เช่น นมควายบางแบรนด์ไม่ได้มีส่วนผสมจากนมควาย 100% แต่ยังมีส่วนผสมอื่นๆ เข้าไปอีกด้วย

ปัจจุบันอุตสาหกรรมนมควายยังไม่มีกฎเกณฑ์มาตรฐานในการผลิตที่แน่นอน มีเพียงแต่มาตรฐานความปลอดภัยระดับท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์นมควายต่างๆ อาทิ นำนมควายดิบ นมควายพาสเจอร์ไรส์ และนมควายที่ผ่านการฆ่าเชื้อ เป็นต้น นอกจากนี้ นมควายบางชนิดได้อ้างอิงมาตรฐานการผลิตจากนมทั่วไปมาเป็นข้อกำหนดมาตรฐานในการผลิต ทำให้ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่านมควายมีราคาสูง แต่ใช้มาตรฐานของนมทั่วไปที่มีราคาต่ำกว่ามาใช้ในการผลิต อีกทั้งคุณภาพของแต่ละแบรนด์ยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน จึงทำให้เป็นจุดอ่อนของอุตสาหกรรมนมควายในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมนมควายของจีนได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้นมควายและสินค้าที่เกี่ยวข้องยังคงได้รับความนิยมในปัจจุบัน ซึ่งหากมีการปรับปรุงพัฒนาห่วงโซ่การผลิตอุตสาหกรรมนมควายในจีนให้ดีขึ้น ก็จะทำให้อนาคตนมควายมีแนวโน้มเติบโตได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

ปัจจุบันพบว่าผู้บริโภคชาวจีนนิยมบริโภคนมควาย รวมถึงสินค้าที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ด้วยข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ ส่งผลให้ผลผลิตนมควาย และสินค้าที่เกี่ยวข้องมีให้เลือกไม่หลากหลาย ซึ่งจุดอ่อนเหล่านี้อาจจะเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากนมควาย ไม่ว่าจะเป็นชีส หรือเนย เพื่อขยายตลาดผลิตภัณฑ์นมควายไทยสู่ตลาดจีน เนื่องจากปัจจุบันรัฐบาลพยายามผลักดันให้เกษตรกรไทยหันมาเลี้ยงควายเป็นสัตว์เศรษฐกิจมากขึ้น ประกอบกับผลิตภัณฑ์นมควายมีผลผลิตที่มีมูลค่าสูงเมื่อเปรียบเทียบกับสัตว์เศรษฐกิจชนิดอื่น อีกทั้งยังสามารถคิดค้นสูตรผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อควาย หรือสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้อีกหลายประเภท ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรติดตามสถานการณ์การบริโภค และกฎระเบียบในการนำเข้าสินค้าอาหารของจีนอย่างใกล้ชิด เพื่อปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถเจาะตลาดผลิตภัณฑ์นมควายในตลาดจีนได้อย่างง่ายดาย และเข้าไปแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดในจีนได้อย่างยั่งยืนในระยะยาวต่อไป

แหล่งที่มา: <http://www.xfrb.com.cn/article/exclusive/14534076818696.html>
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงเต่า

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

