

จับตาการลงทุนในตลาดสัตว์เลี้ยงของจีน



ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ตลาดสัตว์เลี้ยงของจีนเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับรายงานตลาดและสถานการณ์อุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงในช่วงครึ่งปีแรกของปี ค.ศ. 2021 ของบริษัท iiMedia Research บริษัทวิเคราะห์ด้านการตลาดของจีน ที่เปิดเผยว่า ในช่วงปี ค.ศ. 2020 ตลาดสัตว์เลี้ยงของจีนมีมูลค่าสูงถึง 295,300 ล้านหยวน หรือประมาณ 1.57 ล้านล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.5 (YoY) และคาดว่าในปี ค.ศ. 2023 ตลาดสัตว์เลี้ยงของจีนจะมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นเป็น 592,800 ล้านหยวน หรือประมาณ 3.14 ล้านล้านบาท (อัตราแลกเปลี่ยน 1 หยวน เท่ากับ 5.3 บาท) ซึ่งการเติบโตนี้มีปัจจัยสนับสนุนมาจากการพัฒนาของตลาดสัตว์เลี้ยงของจีน และจำนวนประชากรผู้สูงอายุชาวจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพังก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยประชากรผู้สูงอายุคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.4 ของจำนวนประชากรจีนทั้งหมด และมีการคาดการณ์ว่าในอนาคตไม่อีกกี่ปีข้างหน้าจะมีผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพังโดยไม่มีลูกหลานอยู่ร่วมด้วยถึงร้อยละ 90 ซึ่งภายใต้สถานการณ์แบบนี้ ทำให้ผู้สูงอายุจำนวนมากเลือกที่จะเลี้ยงสัตว์เพื่อคลายความเหงา และในขณะเดียวกันก็ยังพบว่าคนวัยหนุ่มสาวชาวจีนที่อาศัยอยู่ตามลำพังหรือคนโสดที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกวันก็หันมาเลี้ยงสัตว์เพื่อคลายความเหงาด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ ยังพบว่ามียารายงานผลสำรวจการบริโภคอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงปี ค.ศ. 2021 เปิดเผยว่า จีนมีจำนวนคนวัยหนุ่มสาวที่อาศัยอยู่ตามลำพังเกือบ 100 ล้านคน และมีจำนวนคนที่เลี้ยงสัตว์ถึง 62.94 ล้านคน ซึ่งการเลี้ยงสัตว์ดังกล่าวย่อมก่อให้เกิดการบริโภคที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงมีความจำเป็น และมีโอกาสขยายตัวได้อย่างแข็งแกร่ง ไม่ว่าจะเป็นอาหาร ข้าวของเครื่องใช้สำหรับสัตว์เลี้ยง หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีให้เลือกมากมายพอกๆ กับของใช้ของคนทั่วไป ไม่เพียงเท่านั้น ปัจจุบันผู้บริโภคชาวจีนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวโลกโซเชียล และนิยมชมคลิปวิดีโอสั้นมากขึ้น ทำให้คอนเทนต์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงจึงเป็นที่น่าจับตามองอย่างยิ่ง โดยมีข้อมูลเปิดเผยว่า อินฟลูเอนเซอร์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงอันดับหนึ่งในแอปพลิเคชัน Douyin (โดวอิน) หรือ Tiktok ของจีนที่ชื่อว่า หุยซัวฮัวเตอะเอ้อไต้ว (会说话的二豆) มีแฟนคลับติดตามถึงกว่า 40 ล้านราย นอกจากนี้ ยังมีเพจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงต่างๆ ที่มีแฟนคลับติดตามจำนวนมาก อาทิ เพจซูปิงต้าเหริน (酥饼大人) บนเว่ยป๋อที่มีผู้ติดตามกว่า 6 ล้านคน ซึ่งได้จัดทำคลิปวิดีโอสั้นเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงน่ารักต่างๆ ที่มี

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ



คอนเทนต์ที่น่ารัก และกระตุ้นให้ผู้ชมหันมาเลี้ยงสัตว์มากขึ้น ในขณะที่เดียวกัน บล็อกเกอร์ (Blogger) สัตว์เลี้ยง ก็มักจะนำเสนอสิ่งของเครื่องใช้เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงเข้ามาเผยแพร่ในคอนเทนต์ด้วย ทำให้ยอดขายสินค้า และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงมีการพัฒนา และขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง

ภายใต้ปัจจัย และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในตลาดจีน ทำให้เศรษฐกิจสัตว์เลี้ยงของจีน ในช่วงหลายปีมานี้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และเริ่มมีการพัฒนาเชิงลึกมากขึ้น โดยอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงเป็นตลาดที่ได้รับการพัฒนาเป็นอันดับแรก ซึ่งมีการเปิดเผยข้อมูลที่พบว่า ผู้ที่เลี้ยงสุนัขและแมวในจีนมีค่าใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงต่อตัวขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี ค.ศ. 2020 มีค่าใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงต่อตัวถึง 6,653 หยวนหรือประมาณ 35,260.9 บาทต่อปี ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.98 (YoY) ซึ่งการเติบโตนี้ทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากต่างทยอยเข้ามาแข่งในสนามอาหารสัตว์เลี้ยง อาทิ บริษัท Health & Happiness Group (健合集团 เจี้ยนเหอจีถวน) ได้เข้าซื้อแบรนด์ Solid Gold ซึ่งเป็นแบรนด์อาหารสัตว์เลี้ยงระดับกลางถึงไฮเอนด์ของสหรัฐอเมริกา ขณะที่บริษัท New Hope Group (新希望集团 ซินซิว่างจีถวน) ได้เปิดตัวแบรนด์อาหารสัตว์ Zhen Cheng Ai Chong (เงินเฉิงอ้ายชง) เพื่อตีตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงระดับไฮเอนด์ นอกจากนี้ ยังพบว่าในปี ค.ศ.2020 จีนมีบริษัทที่เกี่ยวข้องกับอาหารสัตว์เลี้ยงจำนวน 191,633 ราย ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 234.58 (YoY) และจนกระทั่งถึงเดือนมิถุนายน 2021 จีนมีจำนวนบริษัทที่เกี่ยวข้องกับอาหารสัตว์เลี้ยงจำนวนทั้งสิ้น 274,624 ราย แสดงให้เห็นถึงการเติบโตที่รวดเร็ว และยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันผู้ที่เลี้ยงสัตว์ส่วนใหญ่ล้วนมีความต้องการให้สัตว์เลี้ยงได้รับประสบการณ์เหมือนเจ้าของ ทำให้ในตลาดสัตว์เลี้ยงมีผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น บริการสปาสัตว์เลี้ยง บริการดูแลขน บริการความสวยความงาม เป็นต้น ซึ่งถือเป็นช่องทางใหม่ในการทำธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง นอกจากนี้ ยังพบว่า ยอดค้าปลีกตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยงของจีนก็มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ค.ศ. 2015 จีนมียอดค้าปลีกตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยงเป็นมูลค่า 3,100 ล้านหยวน หรือประมาณ 16,430 ล้านบาท และในปี ค.ศ. 2021 มีมูลค่า 9,600 ล้านหยวน หรือประมาณ 50,880 ล้านบาท ซึ่งแนวโน้มความนิยมผลิตภัณฑ์เพื่อสัตว์เลี้ยงที่เติบโตอย่างรวดเร็วดังกล่าวทำให้บริษัท Unilever ได้เปิดตัวแบรนด์ผลิตภัณฑ์เพื่อสัตว์เลี้ยงที่ชื่อว่า DOLI PLANET ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น ได้แก่ น้ำยาสระขนที่มีคุณสมบัติป้องกันโรคผิวหนัง และบำรุงให้ขนสวย และทิชชูเปียกฆ่าเชื้อสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

นอกจากผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยงที่ใช้ภายนอกแล้ว ยังพบว่าผู้เลี้ยงสัตว์ยังให้ความสนใจต่อสุขภาพของสัตว์เลี้ยงด้วย จึงทำให้ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมการแพทย์สำหรับสัตว์เลี้ยงมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยพบว่าในปี ค.ศ. 2020 จีนมีขนาดตลาดการแพทย์สำหรับสัตว์เลี้ยงคิดเป็นมูลค่า 40,000 ล้านหยวน หรือประมาณ 212,000 ล้านบาท คาดว่าในปี ค.ศ. 2025 ตลาดจะมีมูลค่าถึง 100,000 ล้านหยวน หรือประมาณ 530,000 ล้านบาท จึงทำให้นักลงทุนจำนวนมากเริ่มหันมาลงทุนในอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น บริษัท Hillhouse Capital ที่เข้ามาลงทุนในด้านการแพทย์สำหรับสัตว์เลี้ยง โดยมีโรงพยาบาลสัตว์เลี้ยงออฟไลน์กว่า 700 แห่งทั่วประเทศ เช่น กรุงปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ ซื่ออัน ชิงต่าว หนานจิง เป็นต้น นอกจากนี้ ยังได้ร่วมมือกับบริษัท New Ruipeng Pet Healthcare Group ที่มีโรงพยาบาลสัตว์เลี้ยงแบรนด์ดังเกือบ 500 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งการร่วมมือกันของทั้งสองบริษัทนี้จะทำให้กลายเป็นองค์กรรายแรกที่มีธุรกิจเกี่ยวกับการแพทย์สัตว์เลี้ยงที่มีจำนวนกว่า 1,000 แห่งทั่วประเทศจีน ในขณะที่ยักษ์ใหญ่อินเทอร์เน็ตอย่าง บริษัท Alipay ก็เริ่มเข้าสู่การแข่งขันในอุตสาหกรรมการแพทย์สำหรับสัตว์เลี้ยงเช่นเดียวกัน โดยในปี ค.ศ. 2020 ได้ร่วมกับบริษัท China Continent Insurance และบริษัทจิ่งอานเป่าเซี่ยน (众安保险) เปิดตัวประกันภัยสำหรับสัตว์เลี้ยงด้วยเช่นกัน

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong
Road, Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Insight CHINA : โอกาสสู่ตลาดจีน by สศค.ชิงต่าว



สำหรับแนวโน้มตลาดสัตว์เลี้ยงของจีนในอนาคต เมื่อนำเอากฎการพัฒนาของอุตสาหกรรมมาพิจารณา จะพบว่าอุตสาหกรรมจะเริ่มต้นจากตลาด Blue Ocean ไปจนถึงการแข่งขันที่รุนแรง และเข้าสู่ตลาด Red Ocean ในที่สุด ซึ่งในตลาดสัตว์เลี้ยงของจีนเริ่มต้นเห็นได้ชัดเจนในปี ค.ศ. 2019 โดยพบว่าอัตราการเลี้ยงสัตว์ในครอบครัวชาวจีนอยู่ที่ประมาณร้อยละ 17 ซึ่งยังต่ำกว่าของชาวอเมริกันที่มีอัตราการเลี้ยงสัตว์ในครอบครัวอยู่ที่ร้อยละ 67 ขณะที่อัตราการเลี้ยงสัตว์ของชาวออสเตรเลียอยู่ที่ร้อยละ 62 และอัตราการเลี้ยงสัตว์ของชาวอังกฤษอยู่ที่ร้อยละ 44 ซึ่งอัตราการเลี้ยงสัตว์ในประเทศจีนยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังนั้น ตลาดสัตว์เลี้ยงของจีนในอนาคตจึงยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก นอกจากนี้ ในด้านค่าใช้จ่ายในการบริโภคยังพบว่า ในปี ค.ศ. 2020 จีนมีค่าใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงต่อตัวอยู่ที่ 59 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 2,006 บาท (อัตราแลกเปลี่ยน 1 เหรียญสหรัฐ เท่ากับ 34 บาท) ซึ่งยังต่ำกว่าประเทศญี่ปุ่นและประเทศสหรัฐอเมริกา โดยสหรัฐอเมริกามีค่าใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงต่อตัวอยู่ที่ 343 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 11,662 บาท และญี่ปุ่นมีค่าใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงต่อตัวอยู่ที่ 317 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 10,778 บาท แสดงให้เห็นว่า ตลาดสัตว์เลี้ยงของจีนยังอยู่ในช่วงของการเริ่มต้นพัฒนา ในขณะที่นักลงทุนเริ่มหันไปลงทุนในโรงพยาบาลสำหรับสัตว์เลี้ยง ก็แสดงให้เห็นว่าโอกาสในการพัฒนาในตลาดสัตว์เลี้ยงของจีนยังมีอีกมากมายหลายด้าน ประกอบกับประเทศจีนมีจำนวนประชากรมากที่สุดในโลก แต่กำลังเริ่มที่จะมีประชากรวัยผู้สูงอายุมากขึ้น ขณะที่คนวัยหนุ่มสาวเริ่มมีความกดดันจากการทำงานและวิถีชีวิตประจำวันมากขึ้น ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่จะช่วยผลักดันให้ตลาดสัตว์เลี้ยงของจีนมีการพัฒนา และเติบโตได้อย่างต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

ตลาดสัตว์เลี้ยงของจีนยังอยู่ในช่วงการเริ่มต้น จึงถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับนักลงทุนไทย และผู้ประกอบการสินค้าและบริการสำหรับสัตว์เลี้ยงของไทยที่จะพิจารณาขยายตลาดส่งออกเข้าสู่ตลาดสัตว์เลี้ยงของจีน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงที่ครองส่วนแบ่งตลาดที่ใหญ่ที่สุด รองลงมา ได้แก่ การแพทย์สำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นโรงพยาบาลสัตว์ และคลินิกรักษาสัตว์ส่วนบุคคล นอกจากนี้ ยังมีผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงอีกเป็นจำนวนมากที่กำลังเป็นที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงอัจฉริยะ (Smart Pet Devices) ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้ง บริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงที่นับวันก็เริ่มเป็นที่ต้องการสำหรับผู้เลี้ยงสัตว์มากขึ้นเช่นกัน ซึ่งผู้ประกอบการไทยสามารถพิจารณาศึกษาและเลือกที่จะเข้ามาแสวงหาโอกาสได้อย่างหลากหลาย แต่อย่างไรก็ดี ตลาดสัตว์เลี้ยงเป็นตลาดที่นักลงทุนต่างจับตามองจึงทำให้ในอนาคตอาจจะมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่สนใจเข้ามาขยายตลาดสัตว์เลี้ยงในจีนจึงต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ คำนึงถึงคุณภาพ และความปลอดภัยมาเป็นอันดับหนึ่ง ตลอดจนแสวงหาความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญด้านสัตว์เลี้ยงในประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการไทย รวมทั้งร่วมมือกับอินฟลูเอนเซอร์ชาวจีนในการจัดทำคอนเทนต์ที่น่าสนใจ เพื่อเผยแพร่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย และคลิวิดิโอสั้นที่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้บริโภควัยหนุ่มสาว และผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของตลาดสัตว์เลี้ยงในจีน ขณะเดียวกัน หากสามารถจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า/ ผู้นำเข้าจีนทดลองใช้ก่อนตัดสินใจนำเข้าในปริมาณมาก ก็จะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ มีความประทับใจ และทำให้การเข้ามาลงทุนประกอบธุรกิจ และเจาะตลาดส่งออกจีนได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แหล่งที่มา: <https://finance.ifeng.com/c/8D2p4vjDBuX>
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงเต่า

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong
Road, Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Insight CHINA : โอกาสสู่ตลาดจีน by สกต.ชิงเต่า

