



จับตาดตลาดจีนแนวโน้มผู้บริโภคใหม่เปิดโอกาสให้สินค้าของไทยเข้าสู่ตลาดจีน



จีนเดินหน้าสู่ “ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลเต็มรูปแบบ” ภายใต้นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจคุณภาพสูงของรัฐบาลกลาง โดยอาศัยการขับเคลื่อนจากเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และพฤติกรรมผู้บริโภค รุ่นใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในปี 2568 ยังคงรักษาตำแหน่งเศรษฐกิจขนาดใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก และเป็นศูนย์กลางสำคัญของระบบเศรษฐกิจโลกที่มีความสำคัญ แม้จะเผชิญความผันผวนทางเศรษฐกิจ แต่ด้วยกำลังซื้อภายในประเทศที่แข็งแกร่ง ประกอบกับมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้จีนยังคงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงสำหรับผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ รัฐบาลจีนมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งเสริมเทคโนโลยีดิจิทัล และการยกระดับคุณภาพการบริโภค เพื่อขับเคลื่อนประเทศไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการขยายตลาดเข้าสู่จีนควรจับตามอง 10 กระแสสำคัญที่จะสะท้อนทิศทางของเศรษฐกิจจีนยุคใหม่ และเป็นโอกาสสำคัญในการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างไทยและจีนในอนาคต

1. เศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ขยายสู่ระดับแลนด์มาร์ก เศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ (Experience Economy) กำลังกลายเป็นแนวโน้มสำคัญในเมืองหลักของจีน เช่น เซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง และกวางโจว ที่เน้นการสร้าง “ประสบการณ์เฉพาะตัว” ให้แก่ผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น โครงการ LV Giant Boat ในนครเซี่ยงไฮ้ ที่ผสมผสานแฟชั่น ศิลปะ และเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน จนกลายเป็น

จุดหมายปลายทางแห่งใหม่ของนักท่องเที่ยวเมืองใหญ่ แนวโน้มนี้สะท้อนว่าผู้บริโภครุ่นใหม่ในจีนให้ความสำคัญกับ “คุณค่าทางอารมณ์” และ “ประสบการณ์ร่วม” ผู้ประกอบการควรพัฒนาแบรนด์ให้มีเอกลักษณ์และเน้นประสบการณ์ เพื่อสร้างความจดจำในตลาดที่มีการแข่งขันสูง



2. การบริโภคอย่างมีเหตุผลและตลาดเฉพาะกลุ่มเติบโตต่อเนื่อง ผู้บริโภคจีนยุคใหม่มีความละเอียดรอบคอบและเปรียบเทียบข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ โดยมากกว่า 70% จะมีการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเปรียบเทียบราคาและรีวิวลสินค้าตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น สินค้าเพื่อสุขภาพ อาหารออร์แกนิก และการบริการเฉพาะแต่ละบุคคล ผู้ประกอบการไทยควรใช้ข้อมูลเชิงลึกด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการเฉพาะของแต่ละกลุ่ม

3. โอกาสและแนวโน้มทางธุรกิจหรือการค้ารูปแบบใหม่ๆ ในพื้นที่ต่างจังหวัดหรือชนบท นโยบาย “การฟื้นฟูชนบท” (Rural Revitalization) ของรัฐบาลจีนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ระดับอำเภอและชนบทให้เติบโตอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในมณฑลเสฉวน ยูนนาน และก๊วยโจว ที่เริ่มมีรายได้และกำลังซื้อเพิ่มขึ้น ธุรกิจค้าปลีกและบริการขยายตัวต่อเนื่อง ถือเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการขยายตลาดสู่ภูมิภาคภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน

4. เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ควบคู่กับอุตสาหกรรมร้านอาหาร อุตสาหกรรมอาหารจีนพัฒนาไปสู่ยุคของ “ประสบการณ์และคุณค่า” มีตัวอย่างชัดเจนอย่างร้าน Haidilao และร้าน Quanjude ที่นำเทคโนโลยีความจริงเสมือน (VR) มาใช้สร้างประสบการณ์รับประทานอาหารเสมือนจริงสร้างบรรยากาศการรับประทานอาหารที่แปลกใหม่ แนวโน้มนี้เปิดโอกาสให้ธุรกิจร้านอาหารไทยนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทยควบคู่กับเทคโนโลยี และการนำเสนอวัฒนธรรมอาหารได้อย่างสร้างสรรค์

5. การพัฒนารูปแบบธุรกิจที่เชื่อมโยงระหว่างช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ จีนยังคงเป็นผู้นำในการเชื่อมโยงโลกออนไลน์และออฟไลน์ ผ่านแพลตฟอร์มยักษ์ใหญ่ เช่น Alibaba และ JD.com ที่พัฒนาโมเดลรูปแบบธุรกิจเชื่อมโยงระหว่างช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ (O2O) อย่างเต็มรูปแบบโดยใช้ AI และ Big Data ช่วยให้ร้านค้าสามารถคาดการณ์พฤติกรรมผู้บริโภค ได้อย่างแม่นยำ

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

และนำเสนอสินค้าได้ตรงกลุ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิด “ร้านค้าดิจิทัล” ที่สามารถปรับกลยุทธ์ แบบทันท่วงที และได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. การบริโภคยุคดิจิทัลขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ ภายใต้นโยบาย “แผนพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลแห่งชาติ พ.ศ. 2568” จีนมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เทคโนโลยี 5G IoT AI และ VR เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคเกินกว่า 80% ใช้สมาร์ทโฟนในการซื้อสินค้าและบริการทุกประเภท ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าถึงตลาดจีนได้ง่ายขึ้นผ่านช่องทางดิจิทัล

7. แนวโน้มการบริโภคเพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม นโยบาย “การพัฒนาแบบสีเขียว” ของรัฐบาลจีนผลักดันให้ธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ และพลังงานสะอาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้จุดแข็งด้านวัตถุดิบธรรมชาติและมาตรฐานการผลิตเพื่อสร้างความแตกต่างในตลาดนี้ได้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8. การพัฒนาโลจิสติกส์อัจฉริยะและห่วงโซ่อุปทาน จีนพัฒนาระบบโลจิสติกส์ได้อย่างก้าวกระโดด ด้วยการใช้เทคโนโลยีโดรน (เครื่องบินขนาดเล็กที่บินได้เองโดยใช้การบังคับผ่านอุปกรณ์) รถขนส่งไร้คนขับ และคลังสินค้าอัจฉริยะ เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดส่ง สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ “หนึ่งแถบ หนึ่งเส้นทาง” Belt and Road Initiative (BRI) เชื่อมโยงเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้ประโยชน์จากเครือข่ายดังกล่าวเพื่อขยายศักยภาพทางการค้า และลดต้นทุนโลจิสติกส์ได้ในระยะยาว



9. การขยายธุรกิจค้าปลีกจีนสู่ตลาดต่างประเทศ แบรินด์จีนหลายราย เช่น Shein Temu และ Miniso ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการเจาะตลาดต่างประเทศด้วยกลยุทธ์การออกแบบให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและการบริหารจัดการด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง รวมถึงการสนับสนุนจากรัฐบาลผ่านข้อตกลงทางการค้า และการเจรจาความร่วมมือระหว่างประเทศช่วยผลักดันให้แบรนด์จีน

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครหนิงหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น แนวโน้มนี้ถือเป็นการให้ผู้ประกอบการไทยเร่งพัฒนาศักยภาพแบรนด์ของตนเองเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

10. การใช้ข้อมูลเป็นหลักของการดำเนินธุรกิจ ข้อมูลกลายเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่าที่สุดในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล การใช้ Big Data และ AI ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การบริหารห่วงโซ่อุปทาน และการวางกลยุทธ์ทางการตลาด สามารถช่วยลดต้นทุนเพิ่มยอดขาย และยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานได้อย่างมีนัยสำคัญ ผู้ประกอบการที่สามารถใช้ข้อมูลได้อย่างเป็นระบบจะมีความได้เปรียบในการแข่งขัน และพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและตลาดในอนาคต

ความคิดเห็น สศต.

แนวโน้มทางเศรษฐกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการเติบโตของตลาดจีนและความนิยมในสินค้าเพื่อสุขภาพ และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ถือเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในต่างประเทศ โดยเฉพาะในตลาดจีนที่มีศักยภาพสูง ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้จุดแข็งด้านคุณภาพของสินค้ามาตรฐานการผลิต และเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยเป็นจุดขายในการเจาะตลาด นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มการค้าออนไลน์และการใช้ช่องทางดิจิทัลในการเข้าถึงผู้บริโภคจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการไทยจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาแบรนด์ การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของสินค้า และการทำการตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ทั้งนี้ ทาง สศต. นครคุณหมิง พร้อมให้การสนับสนุนในด้านข้อมูลตลาด การจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าอย่าง Quick-win Business Matching และการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทย เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสทางการค้าที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แหล่งที่มา :

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1842879504332331056&wfr=spider&for=pc>

สศต. ณ นครคุณหมิง