



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

ประจำวันที่ 17 - 23 พฤศจิกายน 2568

เทรนด์ “ฉลากสะอาด” สะท้อนกระแสการบริโภคสุขภาพในจีน



เทรนด์ “ใส่ใจสุขภาพ” จุดเปลี่ยนของพฤติกรรมผู้บริโภคจีน

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เทรนด์การ “ใส่ใจสุขภาพ (Health Consciousness)” เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก รวมถึงในประเทศจีน ผู้บริโภคจีนให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพตนเอง ทั้งทางร่างกายและจิตใจ ผ่านพฤติกรรมในชีวิตประจำวัน เช่น การเลือกรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ การออกกำลังกาย และการพักผ่อนอย่างเพียงพอ

กระแสดังกล่าวได้ส่งผลให้ตลาดอาหารและเครื่องดื่มของจีนเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน ผู้บริโภคจีนเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับ “ความปลอดภัยและความโปร่งใสของส่วนผสม” จากรายงาน “การบริโภคเพื่อสุขภาพของคนจีน ปี 2024” โดย 丁香医生 ระบุว่า 72% ของผู้บริโภคจะ “ตรวจสอบฉลากส่วนผสมก่อนซื้อ” เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์นั้นปลอดภัยและเชื่อถือได้ จึงเกิดเป็นเทรนด์ใหม่ในตลาดอาหารจีน คือ “ฉลากสะอาด”

ความหมายของ “ฉลากสะอาด”

“ฉลากสะอาด” หมายถึง ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติ ปราศจากสารปรุงแต่งหรือวัตถุเจือปนที่ไม่จำเป็น และมีฉลากที่อ่านเข้าใจง่าย โปร่งใส และไม่ใช้คำศัพท์ที่กำกวม เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ได้ชัดเจนว่าในสินค้านั้นมีส่วนผสมอะไรบ้าง

เทรนด์ในการบริโภคนี้นิยามเพียงแค่ว่ากลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น แต่ยังรวมถึงกลุ่มผู้ปกครองที่ให้ความสำคัญกับบุตรหลานของตนเอง โดยมักตรวจสอบ “ฉลากส่วนผสม” ของอาหารเด็กอย่างละเอียด เพื่อให้มั่นใจว่าสิ่งที่บุตรหลานบริโภคปลอดภัยและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

จากเทรนด์สู่กลยุทธ์การตลาด

ปัจจุบัน “配料表比脸干净” หรือ “ฉลากส่วนผสมสะอาดกว่าหน้า” กลายเป็นวลียอดนิยมในโลกสื่อสังคมออนไลน์จีน สะท้อนถึงความนิยมในสินค้าที่ระบุถึงส่วนผสมอย่างชัดเจน ไม่ใช้คำกำกวม เช่น “น้ำผลไม้แท้” ที่ต้องระบุวัตถุดิบจริง ไม่ใช่เพียงคำว่า “เนื้อผลไม้สด” หรือ “สารสกัดธรรมชาติ” เพื่อหลีกเลี่ยงการเปิดเผยสารเติมแต่ง

อย่างไรก็ตามเทรนด์ “ฉลากสะอาด” นี้ไม่ได้หยุดอยู่แค่พฤติกรรมของผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังกลายเป็น “กลยุทธ์การตลาด” ที่ผู้ประกอบการจีนใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของตนเอง เนื่องจากผู้บริโภคพร้อมจะจ่ายในราคาที่สูงขึ้นเพื่อสินค้าที่ดีต่อสุขภาพ เช่น จากข้อมูลของ Nielsen พบว่าส่วนแบ่งตลาดของน้ำผลไม้ประเภทคั้นสด NFC มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากที่มีส่วนแบ่งไม่ถึงร้อยละ 8 ในปี 2561 เพิ่มขึ้นเป็นประมาณร้อยละ 18% ในปี 2566 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพการเติบโตที่ยังมีอยู่มาก

ความท้าทายของเทรนด์ “ฉลากสะอาด”

ความเชื่อที่ว่า “ยิ่งฉลากส่วนผสมสั้น ยิ่งดีต่อสุขภาพ” ก็เป็นความเข้าใจผิดเช่นกัน เพราะ “วัตถุเจือปนอาหาร” ถือเป็นสิ่งจำเป็นในอุตสาหกรรมอาหาร ตั้งแต่ช่วยให้ขนมปังฟู นึ่งซาลาเปาได้นุ่มเนียน ไปจนถึงช่วยยืดอายุเครื่องดื่มและซอสปรุงรส หากใช้ตามมาตรฐานที่กำหนด ไม่ว่าจะเป็นสารจากธรรมชาติหรือสังเคราะห์ความปลอดภัยก็ไม่ต่างกัน สิ่งที่เราควรระวังคือ ผู้ผลิตบางรายมีความพยายามลดการใช้สารเจือปน อาจเลิกใช้สารกันเสียที่ปลอดภัย แล้วหันไปใช้เกลือหรือน้ำตาลในปริมาณสูงเพื่อถนอมอาหารแทน ซึ่งกลับสร้างความเสี่ยงต่อสุขภาพมากกว่า นอกจากนี้ เครื่องปรุงบางชนิดติดฉลาก “0 การเติมสาร” ตัวใหญ่โต ทั้งที่เพียงแค่ “ไม่ตรวจพบ” สารกันเสียหรือสารให้ความหวานบางประเภทเท่านั้น ขณะที่บางยี่ห้อใช้คำว่า “สารสกัดจากธรรมชาติ” แทน “สารสังเคราะห์” ทั้งที่แท้จริงแล้วแทบไม่ต่างกัน ทำให้คำว่า “ฉลากสะอาด” กลายเป็นเพียงกลยุทธ์ทางการตลาด

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

การเติบโตของเทรนด์ “ฉลากสะอาด” ในจีนถือเป็นโอกาสสำคัญของผู้ประกอบการไทยที่ต้องการขยายตลาดสู่จีน โดยเฉพาะสินค้าที่มีจุดเด่นด้าน “ธรรมชาติ ปลอดภัย และโปร่งใส” เช่น ผลไม้แปรรูป น้ำผลไม้ 100% เครื่องดื่มสมุนไพร และอาหารสุขภาพ ที่มีศักยภาพสูงในการเจาะตลาดผู้บริโภคจีนระดับกลาง-บน ที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและธรรมชาติ โดยผู้ประกอบการควรจัดทำฉลากสินค้าที่แสดงข้อมูลส่วนผสมอย่างชัดเจน ตามมาตรฐานที่ทางการจีนกำหนด ใ เพื่อสร้างความมั่นใจและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้อย่างมากในตลาดจีน รวมไปถึงการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ประกอบ เช่น เพิ่ม QR Code เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบได้ เป็นต้น

ในยุคที่ “ส่วนผสมสะอาด” ไม่ได้หมายถึง “ไม่มีสารเติมแต่ง” แต่หมายถึง “ความโปร่งใสและความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค” ผู้ประกอบการไทยควรมองเห็นแนวโน้มนี้เป็นสัญญาณเชิงบวกในการปรับตัว เพื่อยกระดับภาพลักษณ์สินค้าไทยให้สอดคล้องกับเทรนด์สุขภาพของตลาดจีนที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว เล็งเห็นว่าการพัฒนาแบรนด์และการแสดงข้อมูลของส่วนผสมบนฉลากอย่างครบถ้วน เป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดจีน ซึ่งผู้ประกอบการสามารถใช้เทรนด์ “สุขภาพ-โปร่งใส” นี้เป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างความแตกต่างและขยายส่วนแบ่งตลาดในอนาคต

ทั้งนี้ สำหรับผู้ประกอบการไทยที่มีความประสงค์จะส่งออกสินค้าอาหารไปจำหน่ายในตลาดจีน ควรดำเนินการ “ตรวจสอบฉลากอาหาร” กับ หน่วยงาน CIQ (China Inspection and Quarantine) ให้เรียบร้อยก่อนการส่งออกไปยังตลาดจีน โดยต้องจัดเตรียมเอกสารประกอบ เช่น ฉลากต้นฉบับและฉลากภาษาจีน ใบอนุญาตการประกอบธุรกิจของผู้นำเข้า ผู้จำหน่ายหรือตัวแทนที่ระบุบนฉลาก เอกสารกำกับสินค้า และเอกสารประกอบอื่นๆ ทั้งนี้ ฉลากภาษาจีนต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของ มาตรฐาน GB 7718 รวมถึงผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้านโภชนาการตามมาตรฐาน GB 28050 และถ้าหากสินค้ามีส่วนผสมของวัตถุเจือปนอาหารจะต้องผ่านมาตรฐาน GB 2760 เพื่อให้สามารถวางจำหน่ายสินค้าได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายของจีน

จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

20 พฤศจิกายน 2568

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1847602119742722976&wfr=spider&for=pc>

<http://www.news.cn/food/20251105/a615de1a79a249c0b0665ea3e96c07fa/c.html>