



สถานการณ์ตลาดสินค้ากีฬากลางแจ้ง (Outdoor) ในจีน



ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ตลาดสินค้ากีฬาและอุปกรณ์ Outdoor ในจีนเติบโตอย่างรวดเร็ว ตามกระแสการดูแลสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และไลฟ์สไตล์การทำกิจกรรมกลางแจ้งที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนรุ่นใหม่ อย่างแคมปัง เดินป่าหรือกีฬาผจญภัยก็ได้กลายเป็นกิจกรรมประจำของคนจีนในเมืองใหญ่ ๆ ส่งผลให้ความต้องการอุปกรณ์กีฬา Outdoor เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

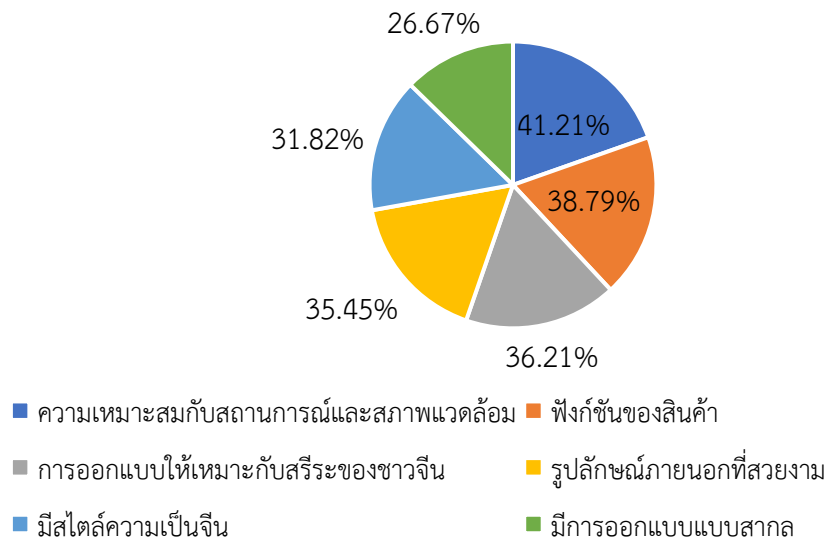
1. ความต้องการสินค้ากีฬา Outdoor

ในปี 2568 ความต้องการสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกีฬา Outdoor ในจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยหลักในการเลือกซื้อสินค้าคือ “ความเหมาะสมกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อม” คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.21 รองลงมาคือ “ฟังก์ชันของสินค้า” คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.79 และ “การออกแบบให้เหมาะกับสรีระของชาวจีน” คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.21 ซึ่งบ่งชี้ว่า ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้ากีฬา Outdoor ที่ให้ความสะดวกสบายและการสวมใส่ที่พอดี เหมาะกับสรีระของผู้บริโภค นักวิเคราะห์เชื่อว่าแบรนด์สินค้ากีฬา Outdoor ควรเน้นการวิจัยและพัฒนาสินค้าตามสถานการณ์/สภาพแวดล้อมของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย รวมถึงใช้นวัตกรรมต่าง ๆ ในการพัฒนาสินค้าให้มีฟังก์ชันการใช้งาน มุ่งเน้นประสิทธิภาพของสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับปรุงสินค้าด้านการตัดเย็บให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานและเหมาะสมกับสถานการณ์/สภาพแวดล้อมของกีฬา Outdoor

Weekly News from China

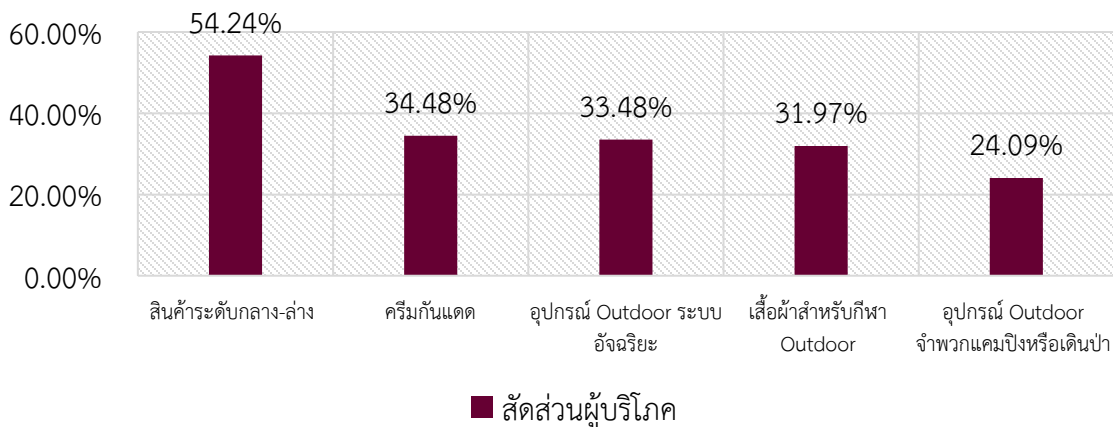
Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

สัดส่วนผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อปัจจัยหลักในการเลือกซื้อสินค้ากีฬา Outdoor



ในปี 2568 ผู้บริโภคจีนมองว่า แบรนด์ท้องถิ่นมีความสามารถในการแข่งขันมากที่สุดในกลุ่มสินค้าระดับกลาง-ล่าง โดยมีสัดส่วนสูงอยู่ที่ร้อยละ 54.24 รองลงมาคือ สินค้าในกลุ่มย่อย เช่น ครีมกันแดด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.48 ส่วนอุปกรณ์ Outdoor ระบบอัจฉริยะและเสื้อผ้าสำหรับกีฬา Outdoor คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.48 และ 31.97 ตามลำดับ ขณะอุปกรณ์ Outdoor จำพวกแคมป์ปิ้งหรือเดินป่า คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.09 ทั้งนี้ แบรนด์ท้องถิ่นควรต่อยอดความได้เปรียบในตลาดระดับกลาง-ล่าง พร้อมเจาะลึกและพัฒนาสินค้ากลุ่มย่อยอย่างครีมกันแดด ควบคู่กับการเสริมสร้างนวัตกรรมด้านอุปกรณ์อัจฉริยะและเสื้อผ้าเชิงฟังก์ชัน (เสื้อป้องกัน UV เสื้อระบายอากาศ เสื้อป้องกันเหงื่อ) เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดต่อไป

สัดส่วนผู้บริโภคแบ่งตามสินค้าในหมวดสินค้า/อุปกรณ์กีฬา Outdoor



Weekly News from China

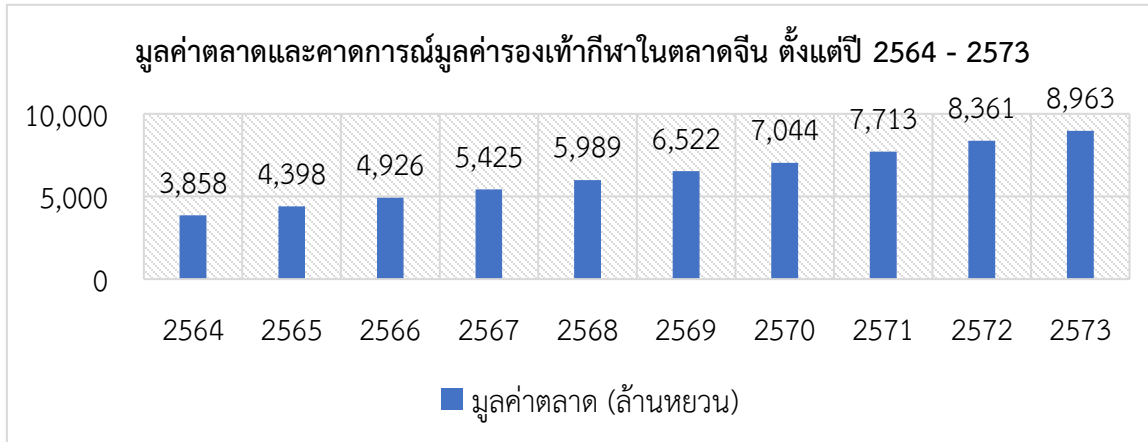
Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

ตัวอย่างสินค้ากีฬา Outdoor ที่เป็นที่นิยมในจีน

รองเท้ากีฬา : ในปี 2568 จีนมีมูลค่าตลาดรองเท้ากีฬาในจีน อยู่ที่ 598,900 ล้านบาท คาดการณ์ว่าจะเพิ่มเป็น 896,300 ล้านบาท ในปี 2573 เนื่องจากชาวจีนมีความตระหนักรู้ด้านสุขภาพเพิ่มมากขึ้นและมีไลฟ์สไตล์ที่เร่งรีบ กระฉับกระเฉง จึงเกิด



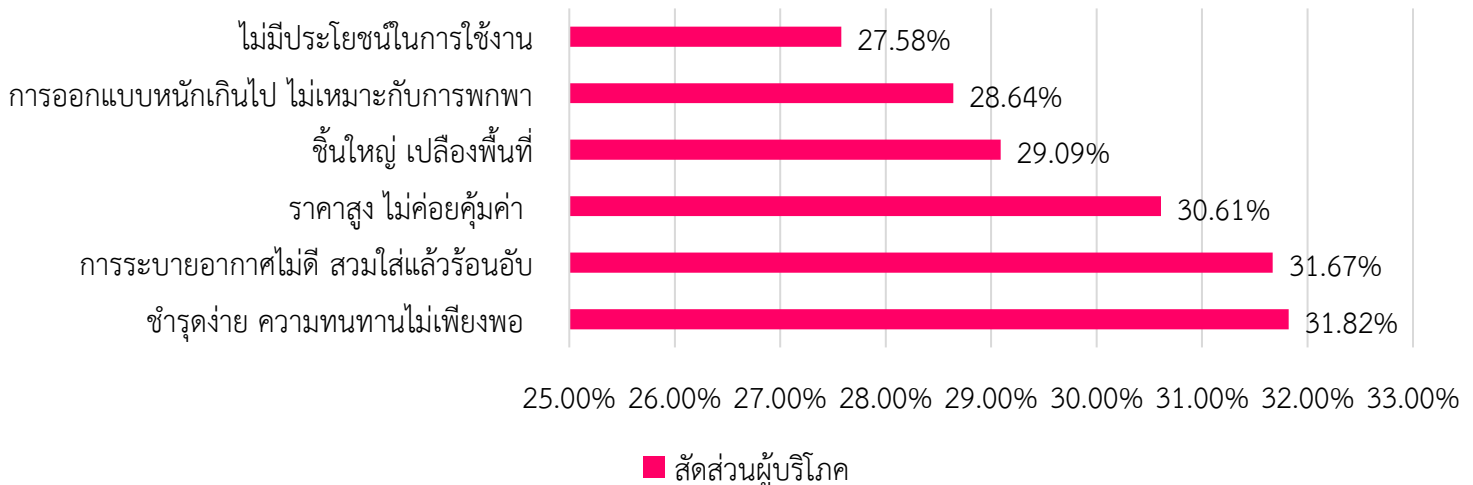
ความต้องการด้านชุดกีฬายาวตัวอย่างต่อเนื่อง ในอนาคตอุตสาหกรรมชุดกีฬาของจีนจะเร่งการยกระดับสู่ชุดกีฬาที่มีฟังก์ชันด้านการใช้งานมากขึ้น และมีการเสริมสร้างสินค้าที่แสดงถึงวัฒนธรรมจีนมากขึ้น



2. ปัญหาของสินค้ากีฬา Outdoor ในจีน

จากข้อมูลในปี 2568 ผู้บริโภคชาวจีนมองว่า ปัญหาที่ควรได้รับการปรับปรุงมากที่สุดของสินค้ากีฬา Outdoor คือ 1) ขำรู้ดง่าย ความทนทานไม่เพียงพอ มีสัดส่วนสูงสุด ร้อยละ 31.82 2) การระบายอากาศไม่ดี สวมใส่แล้วร้อนอับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31.67 และ 3) ราคาสูง ไม่ค่อยคุ้มค่า คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.61 นักวิเคราะห์เห็นว่า แบรด์สินค้ากีฬา Outdoor ควรมุ่งเน้นแนวทางการพัฒนาสินค้าให้มีความทนทาน ระบายอากาศได้ดี ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการเลือกซื้อสินค้าประเภทดังกล่าว อีกทั้งควรควบคุมต้นทุน เพื่อเพิ่มความคุ้มค่า และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

สัดส่วนผู้บริโภคที่มีความเห็นต่อปัญหาที่ควรได้รับการปรับปรุงมากที่สุดของสินค้ากีฬา Outdoor ในจีน



3. ช่องทางการบริโภคสินค้ากีฬา Outdoor ในจีน

ในปี 2568 ช่องทางหลักที่ผู้บริโภคชาวจีนใช้ในการเลือกซื้อสินค้ากีฬา Outdoor คือ ร้านจำหน่ายสินค้าเฉพาะแบรนด์ ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 43.48 กลายเป็นช่องทางสำคัญในการจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าว ในขณะที่ร้อยละ 37.58 ของผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าออนไลน์ทั่วไป และในแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Xiaohongshu และ Douyin คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35

4. โอกาสสินค้ากีฬา Outdoor ของไทยในจีน

- เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย Outdoor : เช่น เสื้อกันแดด เสื้อระบายอากาศ และเสื้อผ้าสำหรับเดินป่าหรือแคมป์ เนื่องจากไทยมีจุดแข็งด้านการพัฒนาสิ่งทอ การตัดเย็บและมีวัสดุผ้าที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อนชื้น ซึ่งสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคจีนที่ทำการกิจกรรมกลางแจ้งในฤดูร้อนได้เป็นอย่างดี
- รองเท้าสำหรับ Outdoor : เช่น รองเท้าสำหรับเดินป่า หรือรองเท้าแตะ ไทยเป็นประเทศที่มีการผลิตสินค้าอย่างมีคุณภาพ ทั้งนี้ ควรมีการพัฒนาดีไซน์และฟังก์ชันให้มีความหลากหลายมากขึ้น
- อุปกรณ์สำหรับแคมป์ : เช่น เต็นท์ เสื้อพิกนิก หรืออุปกรณ์สำหรับแคมป์ที่มีความสวยงามและใช้งานง่าย เหมาะสำหรับพกพา สอดรับกับกระแสธุรกิจแคมป์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในตลาดจีน
- ครีมกันแดด : สินค้าเพื่อสุขภาพและความงามของไทยได้รับความนิยมในตลาดจีนเป็นเดิมที่อยู่แล้ว ทำให้เป็นโอกาสของครีมกันแดดไทยที่เป็นหนึ่งอุปกรณ์สำคัญสำหรับการเล่นกีฬาหรือสันทนาการ Outdoor



ความคิดเห็น สศต.

ปัจจุบันชาวจีนนิยมเลือกซื้อสินค้ากีฬา Outdoor ที่มีคุณภาพ มีฟังก์ชันการใช้งานที่มีประสิทธิภาพและมีความคุ้มค่า สำหรับสินค้ากีฬา Outdoor ของไทยมีความโดดเด่นในด้านสิ่งทอ ถือว่ามีศักยภาพในการขยายตลาดสู่จีน โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน และมีดีไซน์แปลกใหม่สวยงาม มีสไตล์รูปแบบไม่ซ้ำกับสินค้าจีน อย่างไรก็ตาม ตลาดจีนมีการแข่งขันที่สูง โดยผู้ประกอบการไทยอาจต้องเผชิญกับคู่แข่งของจีนหรือแบรนด์ต่างชาติอื่น ๆ ไทยจึงควรสร้างแบรนด์ ประชาสัมพันธ์แบรนด์และสินค้าให้เป็นที่รู้จักในตลาดจีน เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านเน็ตไอดอล/KOL หรือใช้วิธีการรีวิวสินค้าบนแพลตฟอร์ม Xiaohongshu และ Douyin ก็จะสร้างการรับรู้สินค้าได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

แหล่งที่มา : <https://www.iimedia.cn/c400/108323.html>

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Consulate - General,
Kunming, Yunnan, China

6th Floor, Crowne Plaza,
339 Qing Nian Road, 650011
T: 001-86-871-6316-5006
E-mail: ttckmchina@sina.com