

คำถาม : ตลาดอาหารสุนัขและแมวในจีนเป็นอย่างไร

คำตอบ : จีนเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจในการส่งออกอาหารสุนัขและแมว เนื่องจากตลาดมีแนวโน้มขยายตัวสูงตามจำนวนสัตว์เลี้ยงในจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งเป็นผลจากรูปแบบการดำรงชีวิตของชาวจีนที่เปลี่ยนไปตามสภาพเศรษฐกิจและสังคม อาทิ การมีครอบครัวขนาดเล็กลง และมีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น การมีบุตรน้อยลงจากนโยบายลูกคนเดียวของรัฐบาลจีน ตลอดจนค่านิยมในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเพื่อแสดงฐานะทางสังคม จากปัจจัยเกื้อหนุนต่าง ๆ ดังกล่าว ประกอบกับศักยภาพของไทยในการเป็นผู้ส่งออกอาหารสุนัขและแมวรายใหญ่อันดับ 1 ของเอเชีย และอันดับ 5 ของโลก ทำให้คาดว่าอาหารสุนัขและแมวของไทยจะมีแนวโน้มสดใสในตลาดจีน และมีโอกาสอีกมากในการขยายส่วนแบ่งตลาดที่มีอยู่ร้อยละ 27 ในปัจจุบัน เป็นรองแต่เพียงนิวซีแลนด์ ซึ่งครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 35

ข้อมูลที่น่าสนใจของตลาดอาหารสุนัขและแมวในจีน มีดังนี้

- **ขนาดและลักษณะตลาด** ปัจจุบันชาวจีน โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ นิยมเลี้ยงสุนัขและแมวเพิ่มขึ้นมาก ส่งผลให้ยอดจำหน่ายอาหารสุนัขและแมวในจีนสูงถึง 220 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2548 (ขยายตัวร้อยละ 13) แบ่งเป็นมูลค่าจำหน่ายอาหารสุนัข 134 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อาหารแมว 86 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ ตลาดอาหารสุนัขและแมวในจีนแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

- **ตลาดระดับบน** เน้นอาหารสุนัขและแมวคุณภาพดี (ใช้วัตถุดิบคุณภาพสูงใกล้เคียงกับวัตถุดิบที่ใช้ผลิตอาหารคน และให้สารอาหารที่จำเป็นครบถ้วน) และอาหารที่มีสูตรเฉพาะ อาทิ อาหารควบคุมน้ำหนัก อาหารบำรุงกระดูกและฟัน ซึ่งมีทั้งอาหารแบบแห้งและแบบเปียก^{1/} มีกลุ่มลูกค้าหลัก คือ ชาวจีนที่มีรายได้สูง โดยเฉพาะที่อาศัยอยู่ในปักกิ่ง และเซี่ยงไฮ้ ซึ่งมักนิยมซื้ออาหารสุนัขและแมวที่มีตราสินค้าของผู้ผลิตต่างชาติมากกว่าที่ผลิตโดยผู้ผลิตในประเทศ

- **ตลาดระดับกลางถึงระดับล่าง** เป็นอาหารสุนัขและแมวคุณภาพปานกลาง (ใช้วัตถุดิบเกรดอาหารสัตว์) มีราคาไม่สูงนัก ส่วนใหญ่เป็นอาหารสุนัขและแมวแบบแห้งเพราะราคาถูกกว่าอาหารสุนัขและแมวแบบเปียก มีกลุ่มลูกค้าหลัก คือ ชาวจีนที่มีรายได้ต่ำถึงปานกลาง

- **รสนิยมของตลาด** อาหารสุนัข ที่นิยม เป็นอาหารแบบแห้ง มีสัดส่วนร้อยละ 55 ของยอดจำหน่ายอาหารสุนัขทั้งหมด ที่เหลือร้อยละ 37 เป็นอาหารสุนัขแบบเปียก และอีกร้อยละ 8 เป็นของขบเคี้ยวสำหรับสุนัข สำหรับอาหารแมว ที่นิยม คือ อาหารแมวแบบแห้ง มีสัดส่วนร้อยละ 65 ของยอดจำหน่ายอาหารแมวทั้งหมด ขณะที่อาหารแมวแบบเปียกมีสัดส่วนร้อยละ 35 อย่างไรก็ตาม อาหารสุนัขและอาหารแมวแบบเปียกมีแนวโน้มขยายตัวสูง โดยเฉพาะในเซี่ยงไฮ้ และปักกิ่ง เพราะประชากรมีกำลังซื้อสูง

- **อัตราภาษีนำเข้า** จีนเรียกเก็บภาษีนำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยง รวมถึงอาหารสุนัขและแมว ในอัตราร้อยละ 15

- **คู่แข่งและส่วนแบ่งตลาด** ตลาดอาหารสุนัขและแมวในจีนแข่งขันกันค่อนข้างรุนแรง โดยมีคู่แข่งสำคัญ 2 กลุ่ม คือ

- **บริษัทต่างชาติ** ทั้งที่เข้าไปตั้งโรงงานผลิตในจีน และที่เข้าไปตั้งสำนักงานในจีนเพื่อนำเข้าอาหารสุนัขและแมว ผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีส่วนแบ่งตลาดราวร้อยละ 70 ของยอดจำหน่ายอาหารสุนัขและแมวทั้งหมดในจีน โดยมีผู้ประกอบการรายสำคัญ ดังนี้

- ⇒ **บริษัท Effem Foods** มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 42 จำหน่ายสินค้าตรา Pedigree, Whiskas, Advance และ Cesar

- ⇒ **บริษัท Royal Canin** มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 16 จำหน่ายสินค้าตรา Royal Canin และ Canine 163

^{1/} อาหารสุนัขและแมวแบบแห้ง มีลักษณะเป็นเม็ด และใช้ธัญพืช อาทิ ข้าวโพด ปลายข้าว และกากถั่วเหลือง เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต ขณะที่อาหารสุนัขและแมวแบบเปียก มีลักษณะเป็นชิ้นหรือเป็นเศษของเนื้อสัตว์ ส่วนใหญ่ใช้เนื้อไก่ เนื้อวัว และปลาทูน่า เป็นวัตถุดิบหลัก

- ⇒ บริษัท Iams มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 7 จำหน่ายสินค้าตรา Iams และ Eukanuba
- ⇒ บริษัท Nestle มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 4 จำหน่ายสินค้าตรา Purina, Pro Plan และ Cat Chow
- ⇒ บริษัท Hill's Pet Nutrition มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 4 จำหน่ายสินค้าตรา Hill's Science Diet และ Hill's Prescription Diet

- บริษัทของชาวจีน มีส่วนแบ่งตลาดราวร้อยละ 30 ของยอดจำหน่ายอาหารสุนัขและแมวทั้งหมดในจีน บริษัทที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุดในบรรดาบริษัทของชาวจีนด้วยกัน คือ บริษัท Chengdu Care Pet Food มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1 ผลิตสินค้าตรา Care

• **ช่องทางการจัดจำหน่าย**

- ร้านจำหน่ายสัตว์เลี้ยงและของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet Shops) เป็นช่องทางจำหน่ายอาหารสุนัขและแมวสำคัญที่สุดของจีน มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 50 ของยอดจำหน่ายอาหารสุนัขและแมว เน้นจำหน่ายสินค้าหลากหลายยี่ห้อ
- ซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ต มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 31 ของยอดจำหน่ายอาหารสุนัขและแมว เน้นจำหน่ายอาหารสุนัขและแมวราคาปานกลาง ทั้งนี้ บริษัทต่างชาติมักใช้ช่องทางนี้สร้างการรับรู้ในตราสินค้าแก่ชาวจีน เนื่องจากเป็นแหล่งที่ชาวจีนในเมืองนิยมซื้อสินค้า
- คลินิกสัตวแพทย์ (Veterinary Clinics) มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 10 ของยอดจำหน่ายอาหารสุนัขและแมว

ส่วนวิเคราะห์ธุรกิจ ฝ่ายวิชาการ
พฤศจิกายน 2549