



สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงปักกิ่ง

แนวโน้มและการตลาดไข่ไก่ในจีน



อุตสาหกรรมไข่ไก่ในจีนตอนนี้เต็มด้วยโอกาสในการพัฒนา ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจีน รวมถึงมาตรฐานและความต้องการของผู้บริโภคชาวจีนที่ยกระดับสูงขึ้น ไข่ไก่ที่วางขายในท้องตลาดจีนขณะนี้มีความหลากหลาย และแบ่งประเภทอย่างชัดเจน รวมถึงมีจุดขายที่โดดเด่น เช่น ไข่ไก่ที่มีแร่ธาตุซีลีเนียมอันอุดมด้วยสารโอเมก้า 3, ไข่ไก่แปด, ไข่ไก่ปลอดยาปฏิชีวนะ, ไข่ที่เกิดจากไก่ที่เลี้ยงในสนามหญ้าอย่างอิสระ, ไข่ที่เกิดจากไก่ที่กินธัญพืชเท่านั้นและอาศัยอยู่ในคอกหลาสน์, ไข่ที่สามารถทานแบบดิบๆ ได้ เป็นต้น

I. ขนาดของตลาดและโครงสร้างการบริโภค

ขนาดของตลาดไข่ไก่ของจีนในปี 2568 คาดว่าจะมีมูลค่าเกินหลายแสนล้านหยวน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลสืบเนื่องจากการเติบโตของประชากร ระดับการบริโภคที่เพิ่มขึ้น และความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสัดส่วนการบริโภคไข่สดแบบดั้งเดิมนั้น ค่อยๆ ลดลง รวมถึงความต้องการผลิตภัณฑ์ไข่แปรรูปเพิ่มสูงขึ้น โดยร้านอาหาร อุตสาหกรรมอาหาร และอีคอมเมิร์ซ ล้วนเป็นแรงผลักดันหลักของการเปลี่ยนแปลงนี้

2. การผลิตและการรูป

ผลผลิตไข่ไก่ของจีนในปี 2567 มีมากกว่า 30 ล้านตัน อุตสาหกรรมแปรรูปไข่กำลังเดินทางสู่ความทันสมัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สายการผลิตอัตโนมัติ บรรจุภัณฑ์ปลอดเชื้อ และการขนส่งห่วงโซ่ความเย็น ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ในขณะเดียวกัน การแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน โดยแบ่งเป็นไข่พรีเมียม ไข่ออร์แกนิกส์ และไข่เหลว เพื่อตอบสนองเทรนด์การบริโภคระดับไฮเอนด์ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ที่ผู้บริโภคต้องการไข่ที่อุดมไปด้วยสารอาหาร

3.การตลาดบัตรกำนัลไข่

ภายใต้บริบทของอุตสาหกรรมไข่ไก่ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว บัตรกำนัลไข่เป็นรูปแบบการตลาดที่ใช้นวัตกรรมเข้ามาส่งเสริมการตลาด โดยมีบัตรกำนัลแบบออฟไลน์ที่ผู้บริโภคสามารถแลกไข่ไก่สดได้ทุกเวลาที่ร้านค้าออฟไลน์ภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งเหมาะสำหรับการเป็นของขวัญตามเทศกาล หรือสวัสดิการขององค์กร นอกจากนี้ยังมีบัตรสมาชิกที่ผู้ประกอบการจัดส่งไข่แบบ door-to-door เป็นประจำตามเวลาที่กำหนด เพื่อเพิ่มประสบการณ์การบริโภคตามความต้องการของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม

วิเคราะห์หลักการตลาดของไข่ไก่ในจีน

จากแนวทางส่งเสริมการขายไข่ไก่ในจีน ได้มีส่วยช่วยใน 1. เพิ่มความเหนียวแน่นและชื่อเสียงของฐานลูกค้า อันสามารถสร้างกลุ่มลูกค้าที่มั่นคงในระยะยาวได้ 2. เพิ่มมูลค่าแบรนด์ โดยการจัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ และเพิ่มระดับคุณภาพการให้บริการ ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มความไว้วางใจของผู้บริโภคได้ 3. เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลัง เนื่องจากการจัดการการผลิตที่เหมาะสม อันเป็นผลจากการขายบัตรกำนัลล่วงหน้าจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถคาดการณ์และจัดการปริมาณการผลิตและปริมาณการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4. ขยายช่องทางการขาย โดยการรวมร้านค้าออนไลน์และออฟไลน์เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

แหล่งข่าวที่มา: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1824909775273325974&wfr=spider&for=pc>