



ในฤดูใบไม้ร่วงนี้ มีผลไม้อะไรบ้างได้เป็นของโปรดใหม่ของผู้บริโภคชาวจีน?



ในช่วงประมาณเดือนกันยายน ตลาดผลไม้จีนเข้าสู่ช่วงที่ผลไม้ฤดูใบไม้ร่วงทยอยออกสู่ตลาดจำนวนมาก โดยผลไม้หลายชนิดอยู่ในช่วงที่มีรสชาติดีและได้รับความนิยมจากผู้บริโภค เช่น แดงโม ลูกพีช และบ๊วย ซึ่งเป็นผลไม้ที่ช่วยเพิ่มความหลากหลายให้กับตลาดและสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลของผู้บริโภค

แดงโม ลูกพีช และบ๊วย เป็นผลไม้ที่มียอดจำหน่ายสูงสุด 3 อันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 21.5 ,16.7 และ 14.1 ตามลำดับ โดยทั้ง 3 ชนิดรวมกันมีสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของยอดจำหน่ายทั้งหมด โดยเฉพาะแดงโมที่มีโดดเด่นอย่างชัดเจน และ 7 ใน 10 มณฑลที่แดงโมมียอดจำหน่ายสูงสุด ปัจจัยสำคัญมาจากสภาพอากาศร้อนในช่วงฤดูร้อน ประกอบกับเป็นช่วงผลผลิตออกสู่ตลาด ส่งผลให้แดงโมมีรสชาติหวานและราคาเข้าถึงได้ ขณะที่ลูกพีชและบ๊วยซึ่งเป็นผลไม้ตามฤดูกาลก็ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง

อ้างอิงตามความชื่นชอบของผู้บริโภคแต่ละช่วงอายุ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยผู้บริโภคอายุไม่เกิน 25 ปี นิยมมะเขือเทศเชอร์รี่/มะเขือเทศผลไม้ อายุ 26-35 ปี นิยมมะพร้าวอ่อน อายุ 36-45 ปี นิยมแอปเปิ้ล และผู้บริโภคอายุ 46 ปีขึ้นไป นิยมบ๊วย ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนว่าผู้บริโภคจีนมีความต้องการผลไม้ที่หลากหลายมากขึ้น และไม่ได้เลือกซื้อจากความอึดหรือความจำเป็นเพียงอย่างเดียว แต่ยังให้ความสำคัญกับรสชาติ ประเภทของผลไม้ และประสบการณ์ในการบริโภค

ตลาดเมืองรองและชนบทมีบทบาทเพิ่มขึ้น โดยเมืองระดับ 4 และพื้นที่ชนบทมีสัดส่วนยอดขายผลไม้ตามฤดูกาลร้อยละ 38.8 ซึ่งสูงกว่าเมืองระดับ 1-3 ผู้บริโภคในพื้นที่ให้ความสำคัญกับราคาค่อนข้างมาก ทำให้ผลไม้ที่ขายในปริมาณมากและราคาเข้าถึงง่ายยังเป็นสินค้าหลัก ส่วนผลไม้ที่มีราคาสูงหรือสินค้ากลุ่มเฉพาะยังมีพื้นที่ให้พัฒนาในตลาดอีกมาก นอกจากนี้ ระบบห้องเย็นและคลังสินค้าในบางพื้นที่ยังจำเป็นต้องได้รับการ

พัฒนา

ผลไม้ฤดูใบไม้ร่วงเริ่มเข้าสู่ตลาดเร็วขึ้น โดยลูกพลับ ทับทิม ส้มโอ ส้ม/ส้มเขียวหวาน และพุทรา มี ยอดขายเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนร้อยละ 360, 287.5, 155.7, 111.7 และ 87.2 ตามลำดับ สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการพัฒนาพันธุ์ที่สามารถเก็บเกี่ยวได้เร็วขึ้น รวมถึงการใช้โรงเรือนและเทคโนโลยีควบคุมอุณหภูมิ ทำให้สามารถควบคุมช่วงเวลาการสุกของผลไม้ได้ดีขึ้น ขณะเดียวกัน ผู้ค้าปลีกก็เร่งการจัดซื้อและประชาสัมพันธ์ผลไม้ออกสู่ตลาดเร็วขึ้น เพื่อให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภค

โดยภาพรวม ตลาดผลไม้จีนกำลังเปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายมากขึ้น ขณะเดียวกัน ผู้ผลิตและผู้ค้าก็ปรับตัวด้วยการพัฒนาพันธุ์ผลไม้ เทคโนโลยีการผลิต และระบบกระจายสินค้าให้รวดเร็วขึ้น การติดตามความต้องการของผู้บริโภคและปรับช่วงเวลาการผลิตและจำหน่ายให้เหมาะสม จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มโอกาสทางการตลาดของผลไม้ในจีน