

# “ช็อคกี้” ขนมเวเฟอร์แบรนด์ไทย ทำยอดขายสูงสุด ในเทศกาลช้อปปิ้ง 11.11 ของจีน



เทศกาลช้อปปิ้ง 11.11 ในจีนจบลงไปเป็นที่เรียบร้อย นอกเหนือจากการแข่งขันอันดุเดือดของผู้ประกอบการในจีนแล้ว ผู้บริโภคต่างต้องการอาหารนำเข้าคุณภาพสูงมากขึ้น หนึ่งในสินค้าจากต่างประเทศที่ทำผลงานได้อย่างยอดเยี่ยมคือ “ช็อคกี้” ขนมเวเฟอร์แบรนด์ไทย ซึ่งจับมือเป็นพันธมิตรกับบริษัท Beijing Tian Fu Ying International Trade Company ของจีน โดยทำยอดขายสูงสุดเป็นอันดับ 1 ในหมวดขนมเวเฟอร์บนเว็บไซต์ Tmall ในระหว่างวันที่ 21 ตุลาคม ถึง 11 พฤศจิกายนที่ผ่านมา

ผู้บริโภคชาวจีนใส่ใจในคุณภาพอาหารอย่างมากมาแต่โบราณ และอุตสาหกรรมอาหารทานเล่นก็ครองส่วนแบ่งตลาดมหาศาลมานานแล้ว ข้อมูลจาก Frost & Sullivan เผยให้เห็นว่า อุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวของจีนมียอดขายสูงถึง 1.029 ล้านล้านหยวนในปี 2561

ขณะเดียวกัน เศรษฐกิจจีนที่เฟื่องฟูยังผลักดันให้อาหารนำเข้าเติบโตอย่างสดใสในจีน โดยกรมศุลกากรจีนเปิดเผยว่า ยอดขายอาหารนำเข้าในจีนมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 17.7% ในช่วงปี 2552-2561 และแตะระดับ 5 แสนล้านหยวนในปี 2561

ตลาดการท่องเที่ยวไทยที่เติบโตอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ขนมจากไทยเป็นม้ามืดในเทศกาลช้อปปิ้ง 11.11 ของจีนในปี 2562 โดยมีสามเหตุผลหลักที่ทำให้อาหารจากไทย ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ “ช็อคกี้” เป็นที่ชื่นชอบในหมู่ผู้บริโภคชาวจีน

ประการแรกคือ ประเทศไทยเป็นเมืองพุทธ ผู้ประกอบการจึงมีคุณธรรมและให้ความสำคัญกับคุณภาพอาหาร  
ประการที่สองคือ ผู้ประกอบการจำนวนมากเป็นชาวไทยเชื้อสายจีน จึงสามารถผลิตสินค้าให้เข้ากับรสนิยมของคน  
จีนพร้อมกับรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย ประการที่สามคือ แบรินด์ซ็อคกี้จับมือเป็นพันธมิตรกับบริษัท Beijing  
Tian Fu Ying International Trade Company ซึ่งมีประสบการณ์ในตลาดอาหารจีนมานานกว่า 10 ปี และมีการ  
โปรโมทแบรินด์ซ็อคกี้ทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ตลอดสองปีที่ผ่านมา และนี่คือเหตุผลสำคัญที่ทำให้แบรินด์ขนม  
จากไทยแบรินด์นี้ได้รับความนิยมอย่างมากในจีน

ความนิยมในแบรินด์ “ซ็อคกี้” ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในจีน สะท้อนให้เห็นว่าอาหารนำเข้าคุณภาพสูงเป็นที่ต้องการ  
มากขึ้น นางสาวศุภรา เสกาจารย์ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครกว่างโจว กล่าวว่า  
ตลาดขนมขบเคี้ยวจีนมีศักยภาพสูงมาก และผู้ประกอบการไทยควรคว้าโอกาสนี้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้ โครงการ Belt  
and Road Initiative และตลาดอีคอมเมิร์ซที่เฟื่องฟูในจีน จะผลักดันให้การค้าไทย-จีนแข็งแกร่งขึ้นในอนาคต

เว็บไซต์: <http://www.team-fortune.com.cn/>

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20191209/2664511-1>