

ยูบีเอ็ม เปิดเทรนด์อาหารและเครื่องดื่ม 2019 ซี เท รนด์รักษ์โลก- รักษาสุขภาพมาแรง



งานแสดงเทคโนโลยีส่วนผสมอาหารและเครื่องดื่ม หรือ ฟู้ด อินกรีเดียนท์ เอเชีย 2018 เผย 10 เทรนด์ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มประจำปี 2019 ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ กระบวนการผลิตที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม,อาหารเพื่อสุขภาพแบบทางสายกลาง,กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ,บรรจุภัณฑ์ที่น่ากลับมาใช้ใหม่,การเติบโตของรสชาติและกาแฟ, อาหารที่มีรูปปลั๊กอินสีสันสวยงามเหมาะกับการโพสต์ลงโซเชียลมีเดีย อาหารสำเร็จรูปที่สะดวกง่ายคุณภาพมาตรฐาน,อาหารมือหลักกำลังถูกแทนที่ด้วยขนมขบเคี้ยว,ผลิตภัณฑ์อาหารจากท้องทะเล และเทรนด์การสร้างสินค้าแปลกใหม่ที่กำลังมาแรง

1.MINDFUL CHOICES : ผู้บริโภคมีความใส่ใจมากขึ้นในการเลือกอาหารที่มีกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งจะเห็นได้จากการที่แบรนด์ระดับโลกเปิดตัวผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติต่าง ๆ ที่ตอบโจทย์ในเรื่องเหล่านี้มากยิ่งขึ้น

2.LIGHTER ENJOYMENT : กระแสอาหารรักษาสุขภาพที่ถูกพูดถึงอยู่บ่อย ๆ นั้น ทำให้เกิดทางเลือกใหม่ในการบริโภค ที่ผู้บริโภคยังเลือกสิ่งที่ชอบได้เหมือนเดิมในรูปแบบอาหารทางเลือกที่เป็นทางสายกลาง โดยลดสารต่าง ๆ ลงให้เหลือในปริมาณที่พอเหมาะ ไม่เว้นแม้แต่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความหวาน รสชาติ เนื้อสัมผัส หรือแม้กระทั่งขนาดรับประทาน

3.POSITIVELY PROCESSED : ผู้บริโภคมองหาหลักประกันที่ทำให้มั่นใจในกระบวนการผลิตอาหารมากขึ้น และผู้ผลิตบางรายก็มองเห็นโอกาสในการชี้แจงรายละเอียด เพราะการสื่อสารและชี้แจงที่ชัดเจนนั้นจะยิ่งทำให้รู้สึกว่าคุณค่ามีคุณภาพที่ดีมากยิ่งขึ้น

4.GOING FULL CIRCLE : Circular Economy หรือเศรษฐกิจที่เน้นการนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่แทนการผลิตใช้แล้วทิ้ง จะส่งผลอย่างมากในอุตสาหกรรมอาหาร โดยการใช้ทรัพยากรอย่างฉลาดและคุ้มค่าจะกลายเป็นเรื่องจำเป็นต่อธุรกิจ และเกิดบริโภคซ้ำ (Circular Consumption) จะทำให้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ในธรรมชาติและบรรจุภัณฑ์ที่น่ากลับมาใช้ใหม่เป็นที่น่าจับตามอง รวมถึงการตระหนักถึงปัญหาพลาสติกและของเสียจากอาหารที่เพิ่มขึ้นนั้นทำให้ภาครัฐร่วมมือในการจัดการปัญหาเหล่านี้อย่างจริงจัง

5.BEYOND THE COFFEEHOUSE : ธุรกิจกาแฟและชา กลายเป็นสิ่งดึงดูดผู้บริโภคในกลุ่ม Millennial และ GEN-Z ทำให้รสและส่วนผสมของชาและกาแฟนั้นขยายออกไปแทบทุกประเภทของอุตสาหกรรมอาหาร นอกจากนี้รสชาติที่มากกว่าคำว่า “กาแฟ” อย่าง ลาเต้, เอสเพรสโซ่ และมัทคิอาโต้ ยังได้รับความนิยมจนได้รับพื้นที่บน Shelf มากขึ้น ส่วนชาาก็กลายมาเป็นเครื่องดื่มที่ให้ความพรีเมียม ให้ผู้บริโภคได้ดื่มดำกับรสชาติแปลกใหม่ หรือรสชาติที่

ถูกปรั้งขึ้นจากการผสมผสาน

6.SAY IT WITH COLOR : การถ่ายภาพอาหารแล้วโพสต์ลงโซเชียลมีเดีย กลายเป็นเรื่องสำคัญสำหรับผู้บริโภค ทำให้อาหารที่เต็มไปด้วยสีสันนั้นได้รับความนิยมอย่างมาก และอาหารหรือเครื่องดื่มสวย ๆ ที่โพสต์ลงอินสตาแกรม หรือ “Instagramability” นั้นกำลังจะกลายมาเป็นกระแสหลักของวงการ ซึ่งความนิยมของตลาดในเรื่องสีสันนี้ได้ส่งแรงสนับสนุนไปยังโอกาสทางธุรกิจของสีจากธรรมชาติที่มาพร้อมกับฉลาก Clean Label นอกจากนี้ อาหารที่ให้อรรถประโยชน์อย่างพิทูรหรือขมิ้น ยังได้รับการจดจำในฐานะอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพอีกด้วย

7.DINING OUT,IN : ผู้บริโภคกำลังมองหาอาหารที่มีรสชาติดี ให้ประสบการณ์และคุณภาพดี เหมือนกับที่ทานในร้านอาหาร แต่สามารถทานเองได้ที่บ้าน ทำให้เกิดนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อตอบสนองความต้องการนี้ ความแตกต่างของรูปแบบการรับประทานอาหารนั้นนอกจากจะส่งมอบรสชาติที่ดีแล้วยังต้องส่งมอบประสบการณ์ของมือพิเศษได้อีกด้วย โดยเส้นแบ่งที่จางลงระหว่างธุรกิจบริการอาหารและค้าปลีกนั้นจะเพิ่มโอกาสทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้น

8.FROM SNACKS TO MINI MEALS : เป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของมื้ออาหาร ที่ขับเคลื่อนจากปัจจัยเรื่องความสะดวก สุขภาพดี และการทานขนมขบเคี้ยวเป็นอาหารว่างอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอุตสาหกรรมของขนมขบเคี้ยวได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ช่วยเพิ่มพลังงานและทดแทนมื้ออาหารหลักได้ โดยมีวัตถุดิบหลักที่เป็นส่วนประกอบของขนม อย่างมะเขือเทศขนาดเล็ก ซึ่งมีผลทำให้ตลาดมะเขือเทศเล็กเกิดการเติบโตขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตของตลาดขนมขบเคี้ยวด้วยเช่นกัน

9.OCEAN GARDEN : คุณค่าทางอาหารที่อัดแน่นในผลิตภัณฑ์จากทะเล กำลังเพิ่มความหลากหลายทั้งในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม โดยพื้นที่ของเนื้อสัตว์ในผลิตภัณฑ์อาหารต่าง ๆ จะถูกแทนที่ด้วยปลา เพราะผู้บริโภคลดการทานเนื้อแดงลง ผลิตภัณฑ์จากสาหร่ายทะเลชนิดต่าง ๆ จะเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจนอกจากผัก นอกจากนี้ความเค็มในผลิตภัณฑ์จากทะเลนั้น ยังสามารถแทนที่ความเค็มจากเกลือแล้วให้รสชาติและคุณภาพที่ดีขึ้นอีกด้วย

10.BOUNTIFUL CHOICE : แปรนัยต่าง ๆ ถูกขับเคลื่อนด้วยอารมณ์และความต้องการของผู้บริโภค นำไปสู่การสร้างสินค้าที่มีความสร้างสรรค์และมีนวัตกรรมที่ตรงกับความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ซึ่งนอกจากการตลาดที่แบ่ง segments ลูกค้านับแบบเดิม ๆ นั้นแปรนัยต่าง ๆ ยังหันมาให้ความสนใจกับรสชาติ รูปแบบและบรรจุภัณฑ์มากขึ้น รวมถึงการพัฒนาสินค้าแบบ OUR OF THE-BOX เพื่อรักษาการมีส่วนร่วมระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภค และความกระหายใคร่รู้ของผู้บริโภคยังเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้เกิดความหลากหลาย และนำดีนตาของอุตสาหกรรมอาหารในปัจจุบัน