

ไวต์ เฟธ ฟู้ด ส่ง “ไรซ์ บัดดี” บุกตลาดสแน็คแดน

มังกร



“ไวต์ เฟธ ฟู้ด” ส่ง “ไรซ์ บัดดี” ข้าวแผ่นอบกรอบเพื่อสุขภาพ บุกตลาดสแน็คแดนมังกร ตั้งเป้าปีแรกโกย 150 ล้านบาท

“ไวต์ เฟธ ฟู้ด” ผู้ผลิตข้าวแผ่นอบกรอบเพื่อสุขภาพ ที่ผลิตจากข้าวไทย 100% ตรา “ไรซ์ บัดดี” พร้อมลุยส่งออก เตรียมเซ็นสัญญาแต่งตั้ง “เซี่ยงไฮ้ เซาฮู เทรดิง” (SHANGHAI SHOUYU TRADING) ขายข้าวแผ่นอบกรอบ ไรซ์ บัดดี ทั้งออฟไลน์ออนไลน์ ตั้งเป้ายอดขายในจีนปีแรก 150 ล้านบาท พร้อมลุ้นขึ้นแท่นผู้นำตลาดสแน็คเพื่อสุขภาพในจีนภายใน 5 ปีหน้า

นายโอลิเวอร์ เย้ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไวต์ เฟธ ฟู้ด จำกัดผู้ผลิตข้าวแผ่นอบกรอบเพื่อสุขภาพยี่ห้อ ไรซ์ บัดดี ในประเทศไทย เปิดเผยว่า บริษัทได้เซ็นสัญญากับ “เซี่ยงไฮ้ เซาฮู เทรดิง” SHANGHAI SHOUYU TRADING CO., LTD. จากประเทศจีน เพื่อให้เป็นบริษัทเป็นผู้แทนจำหน่ายข้าวแผ่นอบกรอบยี่ห้อ “ไรซ์ บัดดี” ในประเทศจีน อย่างเป็นทางการในปีนี้ โดยสินค้าของ ไรซ์ บัดดี ที่จะจำหน่ายในจีนจะประกอบไปด้วยสแน็คหลายประเภทซึ่งทำจากข้าวขาวและข้าวกล้อง เป็นต้น โดยสินค้าดังกล่าวจะจำหน่ายผ่านร้านค้ากว่า 5,000 แห่ง ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เช่น โอล, ซิตี ซูเปอร์, กรีนแลนด์, แฟมิลีมาร์ท, ลอว์สัน, อาทีมาร์ท, คาร์ฟู, เมโทร, แซมคัลบ, วอลล์มาร์ท และเจดี ดอท คอม เป็นต้น บริษัทฯ คาดว่าจะมียอดขายจากตลาดประเทศจีนประมาณ 5 ล้านเหรียญสหรัฐในปีแรกหรือประมาณ 150 ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์ข้าวแผ่นอบกรอบของ ไวต์ เฟธ ฟู้ด มีหลากหลายแบรนด์ โดยแต่ละแบรนด์จะอยู่ภายใต้ แบรนด์แม่ Master Rice ไม่ว่าจะเป็น Rise Buddy, Alright, Rice Wonder Rice Bites และ Mello โดยผลิตภัณฑ์แต่ละแบรนด์จะมีลักษณะเป็น ขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพที่มีรสชาติไม่เหมือนใคร มีความบางและมีรสชาติที่ดีกว่าแบรนด์อื่นๆ อีกทั้งยังใช้กรรมวิธีการอบ ใช้น้ำมันรำข้าว ปราศจากกลูเตน ไร้ไขมันทรานส์ และมีไขมันน้อยกว่า 10% สอดคล้องกับกระแสด้านสุขภาพทั่วโลก

ปัจจุบันบริษัทฯ ส่งออกสินค้าไปจำหน่ายมากกว่า 30 ประเทศทั่วโลก และเพื่อการเติบโตของธุรกิจส่งออกให้มากยิ่งขึ้น บริษัทฯ จึงตัดสินใจขยายตลาดไปยังประเทศจีน เนื่องจากจีนเป็นตลาดใหญ่และจีดีพีสูงถึง 81.71 ล้านล้านหยวนในปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ในปี 2017 ยอดขายค่าปลีกของธุรกิจอาหารที่เกี่ยวข้องกับไลฟ์สไตล์ในประเทศจีนมีมูลค่าสูงถึง 919.1 พันล้านหยวน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึง 11.8%. ตลาดขนมขบเคี้ยวในประเทศจีนยังมี

โอกาสเติบโตได้อีกมาก เนื่องจากการบริโภคต่อหัวยังต่ำอยู่ หรือมีมูลค่าประมาณ 86.2 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปี ซึ่งน้อยกว่าการบริโภคสแน็คต่อหัวในสหรัฐอเมริกาและอังกฤษที่สูงถึง 394.2 และ 327.5 เหรียญสหรัฐต่อหัว ตามลำดับ

ทั้งนี้บริษัทฯ ยังได้ผู้แทนจำหน่ายในประเทศจีน “เซียงไฮ้ เซาญู เทรดดิ้ง” SHANGHAI SHOUYU TRADING ที่มีความเชี่ยวชาญด้านเบเกอรี่ และสแน็ค ซึ่งมีเครือข่ายการกระจายสินค้าที่แข็งแกร่ง เข้ามาเป็นพันธมิตรในการบุกตลาด ดังนั้น บริษัทฯ คาดว่าจะทำให้สินค้าของ ไรซ์ บัดดี้ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในประเทศจีนได้อย่างทั่วถึงในทุกช่องทางในเวลาอันรวดเร็ว พร้อมทั้งช่วยเพิ่มการจดจำแบรนด์สินค้าได้เร็วขึ้น ด้วยจุดแข็งต่างๆ เหล่านี้ คาดว่าสินค้าของ ไรซ์ เฟซ ฟู้ด น่าจะก้าวขึ้นเป็นผู้นำหนึ่งในสามของแบรนด์ สแน็คเพื่อสุขภาพได้ภายใน 5 ปี นายโอลิเวอร์ เย่ กล่าวปิดท้าย