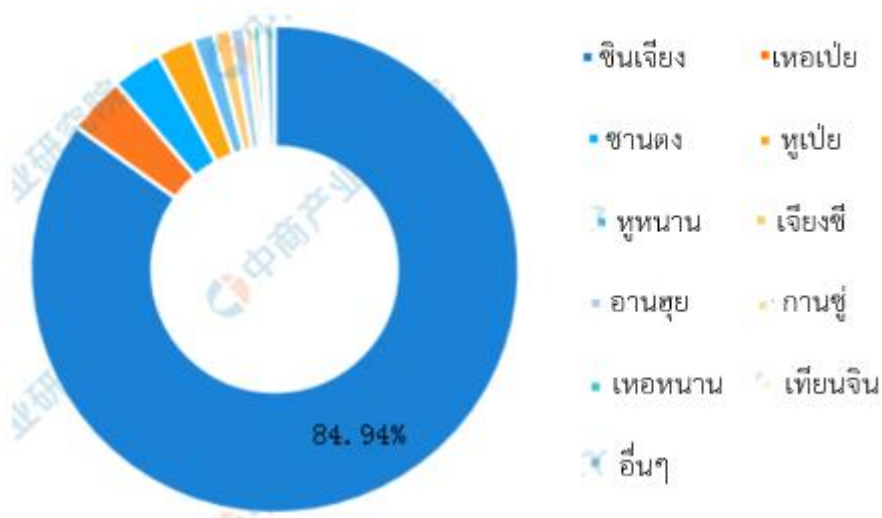


แนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมเสื้อผ้าจีน



หลายปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมเสื้อผ้าจีนมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยปัจจัยหลักที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาอย่างรวดเร็ว คือ การที่จีนมีแหล่งวัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์ อาทิ ฝ้าย ขนไหม เป็นต้น ซึ่งจากการสำรวจพบว่าในปี 2019 มณฑลซินเจียงเป็นแหล่งผลิตฝ้ายหลักของจีน มีปริมาณผลผลิตฝ้ายสูงกว่าร้อยละ 80 ในขณะที่มณฑลฝูเจี้ยน มณฑลเจียงซู มณฑลชานตง มณฑลเหอหนาน และมณฑลหูเป่ย์ มีปริมาณการผลิตเส้นด้ายจากฝ้ายรวมกันคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 67.08 ของปริมาณการผลิตทั่วประเทศ

แหล่งและปริมาณการผลิตฝ้ายพื้นที่หลักของจีน ในปี 2019



นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

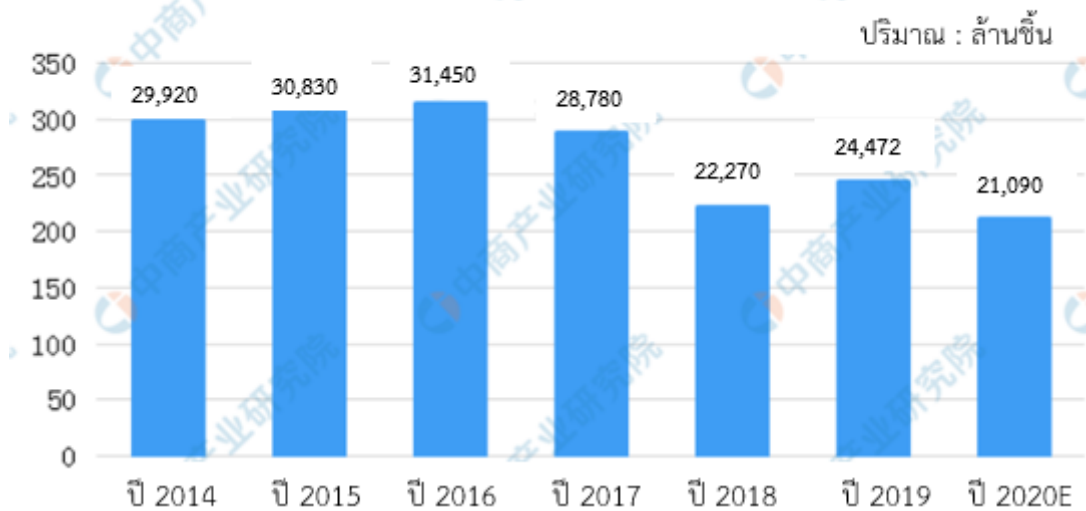
แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ

สำนักงานสถิติแห่งชาติจีน เปิดเผยข้อมูลอุตสาหกรรมเสื้อผ้าจีน ปี 2019 พบว่าปริมาณการผลิตเสื้อผ้าของจีน มีจำนวนมากถึง 24,472 ล้านชิ้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.28 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (YoY) ขณะที่ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2020 ปริมาณการผลิตเสื้อผ้าของจีนจำนวน 4,618 ล้านชิ้น ลดลงร้อยละ 20.3 (YoY) ทำให้มีการคาดการณ์ว่าในปี 2020 อุตสาหกรรมเสื้อผ้าของจีนจะมีปริมาณการผลิตเสื้อผ้ารวมทั้งสิ้นประมาณ 21,090 ล้านชิ้น ลดลงร้อยละ 13.8 (YoY)

สถานการณ์และคาดการณ์ปริมาณการผลิตเสื้อผ้าจีนช่วงปี 2014-2020



แนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมเสื้อผ้าจีนในอนาคต

ปัจจุบันผู้บริโภควัยทำงานหรือวัยหนุ่มสาวกำลังกลายเป็นผู้บริโภคกลุ่มหลักในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าของจีน โดยแนวคิดในการบริโภคของผู้บริโภคชาวจีนกำลังเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบของการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีลักษณะเฉพาะ มีความเป็นสากล มีความคิดสร้างสรรค์ มีราคาสมเหตุสมผลมากขึ้น รวมทั้งได้รับประสบการณ์ในการช้อปปิ้งและบริการที่ดีขึ้นควบคู่กันไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภควัยหนุ่มสาวที่กำลังอยู่ในวัยที่ให้ความสำคัญและความสนใจต่อการมีบุคลิกภาพที่ดีและความทันสมัยของแฟชั่นเสื้อผ้า จึงทำให้ผู้บริโภคหนุ่มสาวชาวจีนมีความต้องการที่จะสวมใส่เสื้อผ้าแบรนด์ที่สามารถสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ในขณะนั้น เพื่อให้เสื้อผ้าแบรนด์ดังกล่าวแสดงวิถีชีวิตและไลฟ์สไตล์ของพวกเขาได้อย่างลงตัว

นอกจากนี้ ยังมีการเพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้บริโภคใหม่ ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถรับรู้ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งหมด เนื่องจากการบริโภคมีรูปแบบที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ประกอบกับบริษัทผู้ผลิตแบรนด์เสื้อผ้าหลายยี่ห้อเริ่มที่จะเปิดตัวแบรนด์น้องใหม่ที่มีความวัยรุ่นและมีสไตล์ ตามความนิยมในปัจจุบันที่แบรนด์ขนาดเล็กเริ่มได้รับความชื่นชอบ เพราะมักจะแสดงออกถึงความเป็นวัยรุ่น ไม่เพียงเท่านั้นเสื้อผ้าที่มีลักษณะเฉพาะสูง หรือมีความโดดเด่นและสามารถใส่ได้เฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง หรือกลุ่มไฮเอนด์ จะกลายเป็นแนวโน้มที่สำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าจีนในอนาคตอย่างแน่นอน

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

เมื่อพิจารณาในด้านรสนิยม พบว่า การเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของความต้องการเสื้อผ้าที่ทันสมัย รสนิยมที่ชื่นชอบแฟชั่น และความต้องการส่วนบุคคลของผู้บริโภคเกี่ยวกับการแต่งกายเพื่อยกระดับบุคลิกภาพ ให้ดูดีมากขึ้น ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงรูปการบริโภคเสื้อผ้า ยกตัวอย่างเช่น เสื้อผ้าผู้ชายที่จะมีความเป็นแบรนด์ มีความเป็นความสากล สวมใส่ความสบายในทุกโอกาส และมีความเป็นทางการมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการ ต้องมีการปรับปรุงกลยุทธ์ และวิธีการทางการตลาดที่ถูกต้อง ดังนั้น **การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดสำหรับการแข่งขันของแบรนด์เสื้อผ้า**

ไม่เพียงเท่านั้น เมื่อเทคโนโลยีมีความก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น จึงทำให้**สังคมออนไลน์หรือโลกแห่งโซเชี่ยลกลายเป็นเครื่องมือของผู้บริโภคในยุคใหม่** เนื่องจากโลกโซเชี่ยลสามารถกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่ใช้เวลากับแสวงหาข้อมูลข่าวสารและซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังสามารถใช้ฟังก์ชันการแบ่งปันข้อมูลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ดังกล่าว เพื่อสร้างเครือข่ายผ่านผู้ใช้ที่มีชื่อเสียง หรือ KOL (Key Opinion Leader) รวมทั้งผ่านประสบการณ์การบริโภคและการสื่อสารของคนรู้จัก ซึ่งจะเพิ่มความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภครายใหม่ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้การสื่อสารระหว่างแบรนด์กับลูกค้าดีขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ **อุตสาหกรรมเสื้อผ้าได้เริ่มเข้าสู่กระบวนการผลิตในยุคดิจิทัลและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์** เช่น อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยี Cloud และ AI เป็นต้น เพื่อคาดการณ์ความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งช่วยประโยชน์ในการสร้างสรรค์ ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันได้อย่างครบวงจร

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

สำนักงานสถิติแห่งชาติจีนเปิดเผยว่าในปี 2019 อุตสาหกรรมเสื้อผ้าขนาดใหญ่ของจีน (อุตสาหกรรมเสื้อผ้าที่มีรายได้ 20 ล้านหยวนต่อปีขึ้นไป) มีจำนวนผู้ผลิตมากถึง 13,876 ราย มีรายได้รวมกว่า 1.6 ล้านล้านหยวน ลดลงร้อยละ 3.45 (YoY) โดยมีกำไรสุทธิ 87,283 ล้านหยวน ลดลงร้อยละ 9.75 (YoY) นอกจากนี้ ยังพบว่าชาวจีนมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าโดยเฉลี่ยคนละ 1,338 หยวนต่อปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.80 (YoY) ขณะที่การส่งออกเสื้อผ้าของจีนในปี 2019 พบว่า จีนส่งออกเสื้อผ้าไปยังสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และอาเซียนลดลง แต่การส่งออกเสื้อผ้าไปยังประเทศตามเส้นทางเศรษฐกิจสายใหม่ทางบกและทางทะเลมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ซึ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมเสื้อผ้าของจีนที่มีแนวโน้มขยายตัว และมีการพัฒนารูปแบบและภาพลักษณ์ของเสื้อผ้าให้มีความเป็นสากลมากยิ่งขึ้น อาจจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกเสื้อผ้าของไทยไปยังจีนไม่มากนักน้อย เนื่องจากความได้เปรียบในการมีแหล่งวัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์ แต่อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาด้านการผลิตจะพบว่าจีนมีแนวโน้มการผลิตเสื้อผาลดลงในช่วง 5 – 6 ปีที่ผ่านมา **จึงยังถือว่ามีโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะพัฒนาคุณภาพของเสื้อผ้า รวมทั้งรูปแบบของเสื้อผ้าให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และ**

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

รสนิยมของผู้บริโภคชาวจีนที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดเสื้อผ้านำเข้าในประเทศจีน โดยปัจจัยที่จะทำให้ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จในตลาดจีนในยุคปัจจุบันมากที่สุด ก็คือการใช้สื่อบริโภคกลุ่มหลัก ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งใช้สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มให้มากที่สุด ดังนั้น การศึกษาและติดตามพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคชาวจีนจึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไทยไม่ควรมองข้าม เพื่อให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การขยายตลาดเข้าสู่ตลาดจีนในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาการนำเข้าเสื้อผ้าของจีนจากประเทศไทยในปี 2019 และในช่วงไตรมาสแรกปี 2020 พบว่าเสื้อผ้าที่จีนนำเข้าจากประเทศไทยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ชุดวอร์ม ชุดสกี และชุดว่ายน้ำ 2) เสื้อของบุรุษหรือเด็กชาย และ 3) เสื้อโอเวอร์โค้ด เสื้อกันลม ซึ่งมีแนวโน้มการนำเข้าที่ขยายตัวต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยสามารถพิจารณาพัฒนาผลิตภัณฑ์และผลักดันการส่งออกเสื้อผ้าประเภทดังกล่าวเข้าสู่ตลาดจีนได้ โดยอาศัยข้อมูลรสนิยมของผู้บริโภคชาวจีนในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมต่อไป รายละเอียดประเภทเสื้อผ้าที่จีนนำเข้าจากประเทศไทย มีดังนี้

Hs Code : สินค้า	มูลค่า (USD)	%Δ	มูลค่า (USD)	%Δ
	2019	18/19	ม.ค. - มี.ค. 2020	19/20
6201 : เสื้อโอเวอร์โค้ด คาร์โค้ด เคป โคล้ก อาโนรัก (รวมถึงแจ็กเก็ตที่ใส่เล่นสกี) เสื้อกันลม แจ็กเก็ตกันลมและเสื้อคลุมที่คล้ายกัน ของบุรุษหรือเด็กชาย นอกจากของตามประเภทที่ 62.03 ไม่ได้ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์	14,079,307	24.04	2,401,406	1.06
6202 : เสื้อโอเวอร์โค้ด คาร์โค้ด เคป โคล้ก อาโนรัก (รวมถึงแจ็กเก็ตที่ใส่เล่นสกี) เสื้อกันลม แจ็กเก็ตกันลมและเสื้อคลุมที่คล้ายกันของสตรีหรือเด็กหญิง นอกจากของตามประเภทที่ 62.04 ไม่ได้ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์	9,508,750	2.09	1,564,433	-0.16
6203 : สูท เครื่องแต่งตัวเป็นชุด แจ็กเก็ต เสื้อเบลเซอร์ กางเกงขายาว ชุดหมี่ที่มีเอี๊ยมและสายโยง กางเกงขาสวมส่วนและกางเกงขาสั้น (นอกจากชุดว่ายน้ำ) ของบุรุษและเด็กชาย ไม่ได้ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์	8,610,395	2.54	2,375,850	-42.22
6204 : สูท เครื่องแต่งตัวเป็นชุด แจ็กเก็ต เสื้อเบลเซอร์ เสื้อกระโปรงชุดกระโปรง กระโปรงกางเกง กางเกงขายาว ชุดหมี่ที่มีเอี๊ยมและสายโยง กางเกงขาสวมส่วน และกางเกงขาสั้น (นอกจากชุดว่ายน้ำ) ของสตรีหรือเด็กหญิง ไม่ได้ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์	3,670,175	- 19.90	1,378,508	40.10
6205 : เซ็ตของบุรุษหรือเด็กชาย ไม่ได้ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์	14,324,613	- 2.53	3,098,540	7.97

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong Road,
Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditppqingdao
Wechat Official: 泰国驻青岛总领事馆商务处

Hs Code : สินค้า	มูลค่า (USD)	%Δ	มูลค่า (USD)	%Δ
	2019	18/19	ม.ค. - มี.ค. 2020	19/20
6206 : เสื้อเบลาส์ เชิ้ต และเชิ้ตเบลาส์ของสตรีหรือเด็กหญิง ไม่ได้ถักแบบนิตหรือแบบโครเซต	3,964,702	50.91	754,144	-10.89
6209 : เสื้อผ้าและของที่ใส่ประกอบกับเครื่องแต่งกายของเด็กเล็ก	872,888	- 32.61	206,012	-32.89
6211 : ชุดวอร์ม ชุดสกีและชุดว่ายน้ำ รวมทั้งเสื้อผ้าอื่นๆ (นอกจากเสื้อผ้าที่ระบุไว้ตามประเภทที่ 62.01 ถึง 62.10) ไม่ได้ถักแบบนิตหรือแบบโครเซต	17,182,980	321.55	4,300,127	35.07

ที่มา : Global Trade Atlas, May 2020

แหล่งที่มา: https://www.askci.com/news/chanye/20200515/1001121160382_2.shtml

<http://www.cnga.org.cn/m/view.php?aid=52043>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงต่าว

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong Road,
Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Wechat Official: 泰国国驻青岛总领事馆商务处