

10 รายการสินค้าที่มี Volume การจำหน่ายสูงสุดในปี 2566



สื่อ The Grocer ได้ทำการสำรวจสินค้าที่ Volume การจำหน่ายสูงสุด 10 อันดับในสหราชอาณาจักรในปี 2566 โดยมีผลการสำรวจดังนี้

1. บุหรี่ไฟฟ้า (Vape) – บุหรี่ไฟฟ้าแบบใช้แล้วทิ้งที่มีสลิคส์รสชาติมีเยื่อหุ้มเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 108.4 ในปี 2566
2. ผลิตภัณฑ์ทดแทนนิโคติน (Nicotine replacement) – มีเยื่อหุ้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.4 ในปี 2566 หรือคิดเป็นจำนวน 6.6 ล้านแพ็ค โดยนวัตกรรมและการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญในการขยายตัวของตลาดผลิตภัณฑ์ทดแทนนิโคติน
3. สมุนไพรและเครื่องเทศอบแห้ง – มีเยื่อหุ้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.4 ในปี 2566 สืบเนื่องจากชาวสหราชอาณาจักรมีการปรุงอาหารที่บ้านมากขึ้น จึงมีการใช้เครื่องเทศในการปรุงอาหารเพิ่มขึ้นถึง 828,000 กิโลกรัม โดยเครื่องเทศที่ได้รับความนิยม ได้แก่ พริกป่น เมล็ดยี่ห่วย ไขมัน เป็นต้น
4. เครื่องสำอาง – มีเยื่อหุ้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 ในปี 2566 โดยเครื่องสำอางที่ราคาเยอ (affordable) แต่มีความหรูหรา (high-end feel) ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก
5. เครื่องดื่มสำหรับนักกีฬาและเครื่องดื่มชูกำลัง (Sport & energy drinks) – มีเยื่อหุ้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.4 ในปี 2566 หรือคิดเป็นจำนวน 81.4 ล้านลิตร โดยแบรนด์เครื่องดื่มชูกำลังที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ Red Bull และ Monster
6. ผลิตภัณฑ์รักษาอาการหวัด (Cold & flu remedies) – มีเยื่อหุ้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.9 ในปี 2566 หรือคิดเป็นจำนวน 9.6 ล้านกล่อง สืบเนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้ส่งผลให้ชาวสหราชอาณาจักรหาวิธีป้องกันโรคหวัดและไข้หวัดใหญ่มากขึ้น
7. ยาแก้ปวดสำหรับเด็ก (Paediatric analgesics) – มีเยื่อหุ้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9 ในปี 2566 จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้เด็กมีความเสี่ยงต่ออาการเจ็บคอและน้ำมูกไหลได้มากกว่าผู้ใหญ่ จึงทำให้ยาแก้ปวดสำหรับเด็กเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเยื่อหุ้มเพิ่มขึ้น

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

สำนักงานส่งเสริมการค้าใน
ต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน
11 Hertford Street, Mayfair,
London W1J 7RN

Phone : +44 207 4935749

e-Mail :
info@thaitradelondon.com

8. ผลិតภัณฑ์บำรุงผิวสำหรับผู้หญิง - มียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 ในปี 2566 เช่นเดียวกับเครื่องสำอาง การเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์ดูแลผิวสำหรับผู้หญิงบ่งชี้ว่าชาวสหราชอาณาจักรกำลังมองหาสินค้าราคาไม่แพงแต่มีความหรูหรา หรือ budget beauty

9. ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง - มียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.3 ในปี 2566 โดยผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งที่เหมือนกับการรับประทานอาหารที่ร้าน แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ราคาไม่แพง สะดวกในการรับประทาน และสามารถเก็บได้นาน เนื่องจากผู้บริโภคมีการรับประทานอาหารที่บ้านมากขึ้น

10. แป้งทำขนม - มียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 ในปี 2566 เนื่องจากผู้บริโภคต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย จึงมีการทำอาหารที่บ้านมากขึ้น

ที่มา: Grocery Gazette และ Grocer

ข้อมูลเพิ่มเติม/ความเห็น สคต.

บุหรี่ป่ายังคงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มี Volume การจำหน่ายสูงสุดติดต่อกัน 2 ปี ตั้งแต่ปี 2565 – 2566 ในขณะที่ชาวสหราชอาณาจักรต้องเผชิญกับวิกฤตค่าครองชีพได้ส่งผลให้ชาวสหราชอาณาจักรมีการทำอาหารที่บ้านเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้ยอดขายสินค้าประเภท สินค้าสมุนไพรและเครื่องเทศอบแห้ง ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง และ แป้งทำขนม มียอดขายเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดย สคต. เห็นว่าตลาดสหราชอาณาจักรเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายการจำหน่ายสินค้าประเภท สินค้าสมุนไพรและเครื่องเทศอบแห้ง ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ทั้งนี้ผู้ประกอบการควรติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจและตลาดของสหราชอาณาจักรอย่างใกล้ชิด เพื่อหาแนวทางในการขยายตลาดต่อไป

สรุปโดย สคต. ลอนดอน