

จีเอฟเคชี้ตลาดอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน เอเชียแปซิฟิกส่งสัญญาณเติบโตเชิงบวก



เครื่องปรับอากาศแบบสมาร์ทที่สามารถต่อเชื่อมกับเครือข่ายเพื่อการสั่งงานได้นั้นมีแนวโน้มที่ดี ได้รับการตอบรับเพิ่มขึ้นในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน

ความช่างเลือกใส่ใจในรายละเอียดของผู้บริโภคในโซนเอเชียแปซิฟิกที่เพิ่มขึ้นนั้นส่งผลเชิงบวกต่อทิศทางการจำหน่ายในเซกเตอร์อุปกรณ์เครื่องไฟฟ้าสำหรับใช้ในครัวเรือน (domestic appliances sector) ของภูมิภาค ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2559 ถึงเดือนมกราคม 2560, ยอดการจำหน่ายเครื่องปรับอากาศ, เครื่องซักผ้า และตู้เย็นมีมูลค่าทั้งสิ้น 11.13 พันล้านเหรียญสหรัฐจากการจำหน่ายใน 12 ตลาดหลักในเอเชียแปซิฟิก คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2558

จากการติดตามตลาดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ได้แก่ สิงคโปร์, ไต้หวัน, ฮองกง, ไทย, เวียดนาม, อินโดนีเซีย, มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์, เมียนมาร์, กัมพูชา, ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์นั้นพบว่ามีสามประเทศ ได้แก่ เวียดนาม, ฟิลิปปินส์ และไต้หวันที่มีอัตราการเติบโตของยอดจำหน่ายสูงที่สุดที่ 18%, 14% และ 5% ตามลำดับ ในสามส่วนหลักของอุปกรณ์เครื่องไฟฟ้าสำหรับใช้ในครัวเรือน

เครื่องปรับอากาศมีอัตราการเติบโตรวดเร็วที่สุด และเป็นเซกเมนต์ที่มียอดจำหน่ายดีที่สุดในช่วงด้วยอัตราการเติบโตของยอดจำหน่ายที่พุ่งถึง 9% คิดเป็นมูลค่า 3.6 พันล้านเหรียญสหรัฐ ยอดการจำหน่ายที่ทะยานและแข็งแกร่งของเซกเมนต์นี้มาจากยอดการใช้จ่ายของผู้บริโภคในเวียดนามและไทยที่เพิ่มขึ้น จากภาวะอากาศร้อนอย่างต่อเนื่องระหว่างเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2559

จัสมิน ลิ้ม, Account Director ฝ่ายครัวเรือนและไลฟ์สไตล์ จีเอฟเค เอเชีย กล่าวว่า “ประเทศที่ตั้งอยู่ในเขตร้อนในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกต้องเผชิญกับภาวะอากาศที่ร้อนอบอ้าวในช่วงกลางปี อุณหภูมิพุ่งขึ้นสูงเป็นประวัติการณ์กระตุ้นให้ผู้บริโภคออกมาจับจ่ายซื้อหาเครื่องปรับอากาศเพื่อทำความเย็นในบ้าน”

เกิดการเปลี่ยนแปลงในประเภทของเครื่องปรับอากาศที่ผู้บริโภคซื้อโดยกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นนั้นจะมองหาเครื่องปรับอากาศที่ประหยัดพลังงาน แบบ inverter ใช้ R32 เป็นตัวทำความเย็นล่าสุดที่ใช้ในเครื่องปรับอากาศ โดยรุ่น inverter นี้มียอดจำหน่าย 28% ของยอดรวมเครื่องปรับอากาศทั้งหมดในปีที่ผ่านมา คิดเป็นมูลค่า 46% ของภูมิภาค และขณะเดียวกัน รุ่น R22 ซึ่งเก่ากว่าและมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่านั้นค่อยๆ เสื่อมความนิยมลง ด้วยยอดจำหน่าย 11% ของตลาดเท่านั้น

เครื่องปรับอากาศแบบสมาร์ทที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายเพื่อการสั่งงาน (Smart connected air conditioners) นั้น ก็เริ่มเติบโตขึ้นด้วยยอดขายถึง 42 ล้านเหรียญสหรัฐ (+36%) ในปี 2559 ไต้หวันมีส่วนแบ่ง

ตลาดสูงที่สุดในเอเชีย (24 ล้านเหรียญสหรัฐ) ตามด้วยออสเตรเลีย, นิวซีแลนด์, ไทย และเวียดนามก็มีสัญญาณการเติบโตที่ดีเช่นเดียวกัน

“ภาพรวมสำหรับตลาดอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะยังคงแนวโน้มที่สดใสเนื่องจากอุณหภูมิที่ทะยานสูงขึ้น และแนวโน้มปัจจุบันของการซื้อขายเครื่องใช้ไม่สอยในบ้านที่เน้นรูปแบบดูดีมีราคา มีสไตล์ และเทคโนโลยีที่แอตวังก์ยิ่งขึ้น” จัสมัน ลิม กล่าว “ในระดับหนึ่ง การเลือกซื้อของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากรูปลักษณ์และสไตล์ของผลิตภัณฑ์เทคโนโลยี จะเห็นได้จากผลการสำรวจของจีเอฟเคชี้ว่าผู้บริโภค 21% ในฮ่องกง และ 33% ในจีนที่เห็นด้วยว่านี่คือปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีของตน”

ในการศึกษาหัวข้อ การปรับปรุงบ้านที่อยู่อาศัย (Home Improvement) โดยจีเอฟเค ผู้บริโภคทั่วเอเชียแปซิฟิกต่างมีบ้านในฝันที่ต่างกันไป แต่โดยรวมเรื่องขนาดและแผนผัง และพื้นที่เก็บสัมภาระเป็นประเด็นเด่นเมื่อพูดถึงการปรับปรุงบ้าน จากผู้เข้าร่วมการสำรวจ 6,000 รายในออสเตรเลีย, จีน, ฮ่องกง, เกาหลี และญี่ปุ่น เราพบว่าผู้ตอบแบบสำรวจในจีนอยากได้อุปกรณ์ที่ดีขึ้นมาไว้ใช้สอยในบ้าน โดย 40% เลือกเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน และ 34% เลือกอุปกรณ์สันหนากการเพื่อความบันเทิง ในฮ่องกง นอกจากขนาดและแผนผัง และพื้นที่เก็บสัมภาระในบ้านแล้ว พบว่า 28% ของผู้ตอบแบบสำรวจจะระบุความปรารถนาที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านของตน

จีเอฟเค เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Canton Fair โดยมีสามเฟส ดังนี้ 15 – 19 เมษายน, 23 – 27 เมษายน และ 1 -5 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 ที่เมืองกวางโจว ประเทศจีน เยี่ยมชมเว็บไซต์ของงาน เพื่อรายละเอียดเพิ่มเติมได้

ด้วยการเป็นสมาคมวิจัยผู้ผลิตภาคภัณฑ์ด้านการค้าปลีกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของโลก จีเอฟเคได้ติดตามเก็บข้อมูลโดยอิงจากข้อมูลการขายตามจริงจากทั้งผู้ค้ารายย่อยและผู้ขาย และนำเสนอข้อมูลลึกเชิงวิเคราะห์ เพื่อช่วยให้ลูกค้าสามารถปรับปริมาณสินค้าพร้อมขายให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมทั้งความหลากหลายในการคัดสรรสินค้าการจัดจำหน่ายและกลยุทธ์ในการตั้งราคา

หมายเหตุ:

- เอเชียแปซิฟิก ประกอบด้วยสิงคโปร์, ไต้หวัน, ฮ่องกง, ไทย, เวียดนาม, อินโดนีเซีย, มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์, เมียนมาร์, กัมพูชา, ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์
- ช่วงเวลาการติดตามผล ณ จุดขายของจีเอฟเค: กุมภาพันธ์ 2559 – มกราคม 2560 เทียบกับ กุมภาพันธ์ 2558 – มกราคม 2559
- มูลค่าของการเติบโตที่ติดตามอิงค่าสกุลเงินท้องถิ่น แต่สกุลเงินที่ใช้ในการรวมการติดตามทั้งหมดจะอิง ดอลลาร์สหรัฐ
- ผลการสำรวจต่างๆ ทั่วโลกของจีเอฟเค สามารถดาวน์โหลดได้ที่:

<http://www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/>