



## 10 เทรนด์ธุรกิจอาหาร จากงาน THAIFEX-ANUGA 2020 (ตอนที่ 1)

เรียบเรียงโดย  
นางสาวภิญญาพัชญ์ คำมามูล  
นักวิชาการ ฝ่ายส่งเสริมนวัตกรรม  
โทร 02 422 8688 ต่อ 9503  
Email: pinyapat@nfi.or.th



งานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม THAIFEX - ANUGA ASIA 2020 จัดขึ้นที่ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพค เมืองทองธานี ระหว่างวันที่ 22 - 26 กันยายน 2563 โดยครั้งนี้ได้มีการปรับปรุงแบบการจัดงานใหม่ในลักษณะ “The Hybrid Edition” โดยจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เป็นลักษณะไฮบริดที่ผสมผสานการจัด Virtual Trade Fair และ Virtual - Online Business Matching เพื่อรองรับวิถีชีวิต New Normal จัดให้มีการเจรจาซื้อขายแบบออฟไลน์ควบคู่ออนไลน์ ผ่านประเภทการจัดแสดง 8 กลุ่ม ได้แก่ Future Food, Free from Food, Food Ingredients, Asia’s Herb to the World, New Protein Source, Thailand Trust Mark, Style Bangkok Showcase และ Halal to the World โดยทาง Innova Market Insight ได้เผยแพร่สุดยอด 10 เทรนด์ธุรกิจอาหารแห่งปี 2563 ดังนี้

01

**เล่าเรื่องราวให้เป็น (Storytelling: Wining with words)** การเล่าเรื่องราวของแบรนด์หรือสินค้าเป็นกุญแจสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้า ผู้บริโภคต้องการรู้เรื่องราวที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังของผลิตภัณฑ์มากขึ้นกว่าเมื่อก่อน ไม่ว่าจะเป็นแหล่งที่มาของวัตถุดิบและคุณประโยชน์ของสินค้า การเชื่อมโยงสินค้ากับไลฟ์สไตล์ผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคต้องการความซื่อสัตย์ ความถูกต้อง ความมั่นใจในแบรนด์หรือสินค้า รวมถึงประสบการณ์ที่ได้รับเพิ่มมากขึ้น



[www.facebook.com/Danone-Tepatitl](http://www.facebook.com/Danone-Tepatitl)



[www.naturesway.com](http://www.naturesway.com)

โยเกิร์ตแบรนด์ DANONE (แด็งชีโก) ได้ใช้ผลไม้ท้องถิ่นประจำรัฐต่างๆมาผสมเป็นรสชาติของโยเกิร์ต ซึ่งแต่ละรสชาติจะบอกเล่าเรื่องราวเล็กๆน้อยๆ เกี่ยวกับรัฐนั้นๆ ภายใต้แนวคิด “Let’s celebrate what unites us” สิ่งนี้ทำให้ผู้บริโภครู้สึกมากกว่าแค่ผลิตภัณฑ์ แต่สามารถเชื่อมต่อบริโภคจากรัฐต่างๆเข้าด้วยกันได้

Nature’s Way Spirulina Organic High Nutrient Superfood Powder (นิวซีแลนด์) เป็นวิตามินรวมจากธรรมชาติที่เต็มไปด้วยสารอาหารกว่า 80 ชนิดที่ย่อยและร่างกายดูดซึมง่าย ช่วยในการทำงานของภูมิคุ้มกันและยังเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ซึ่งสารต้านอนุมูลอิสระนี้ยังทำให้สาหร่ายสไปรูลินามีสีเขียวอมฟ้าอันเป็นเอกลักษณ์



[www.coca-colacompany.com/brands/honest-tea](http://www.coca-colacompany.com/brands/honest-tea)

Coca-Cola’s Honest Tea (สหรัฐอเมริกา) แบรนด์ชาออร์แกนิกสำเร็จรูปชื่อดังของอเมริกาได้สื่อสารที่มาของชาซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของตัวสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงความ เป็นออร์แกนิกและการค้าที่เป็นธรรมในการรับซื้อชา เพื่อยืนยันการสร้างแบรนด์ที่ซื่อสัตย์ตามชื่อของแบรนด์และให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงผู้ที่อยู่เบื้องหลังขวดชาแต่ละขวดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค



**02** **ผลิตภัณฑ์ทดแทนเนื้อสัตว์จากพืช (The Plant-Based Revolution)** ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา กลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มจากพืชมีการขยายใหญ่ขึ้นในทุกๆปีและกำลังเติบโตสูงขึ้นทั่วโลก โดยผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าประเภทนมทางเลือกและผลิตภัณฑ์ทดแทนเนื้อสัตว์ที่ทำจากพืช จะเห็นได้ว่าในงานปีนี้ได้มีผู้ผลิตหันมาผลิตผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มากขึ้น



[www.ju.st/en-us](http://www.ju.st/en-us)

**JUST Egg (แคนาดา)** ไข่ที่มีเนื้อสัมผัสเหมือนไข่แต่ไม่ได้มาจากไก่ หลักการคือการใช้ถั่วเขียวสกัดออกมาให้ได้โปรตีนผสมกับเลซิทินชนิดผงจากถั่วเหลือง น้ำมันคาโนลา หอมใหญ่บด และสารสกัดจากไขมันเพื่อให้ได้สีเหลืองธรรมชาติเหมือนไข่ บรรจุในขวด เทลงกระทะพร้อมปรุงได้ทันทีโดยไม่ต้องมาตีไข่ให้เสียเวลา



[www.primeroots.com](http://www.primeroots.com)

**Prime Roots Bacon (สหรัฐอเมริกา)** เบคอนทางเลือกจากการหมักโดยเชื้อรา Koji ซึ่งคุณลักษณะเด่นของ Koji ที่เป็นเส้นใยและมีโครงสร้างเหมือนกับเส้นใยของเนื้อสัตว์ ที่สำคัญเชื้อราตัวนี้ยังมีรสชาติอูมามิ ทำให้เมื่อนำมาผลิตเบคอนจึงให้ความกลมกล่อมคล้ายเนื้อสัตว์จริงและมีโปรตีนมากกว่าเบคอนจริงด้วย



[www.nestle.com](http://www.nestle.com)

**VUNA (สวิตเซอร์แลนด์)** ทูน่าเจ ผลิตภัณฑ์ทางเลือกแบรนด์ใหม่ของเนสท์เล่ ผู้ผลิตอาหารรายใหญ่จากสวิตเซอร์แลนด์ ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ชื่นชอบรสชาติของปลาทูน่า เพราะมีรสชาติและเนื้อสัมผัสคล้ายเนื้อปลาทูน่า แต่ผลิตมาจากถั่วเขียวและวัตถุดิบจากพืชอีก 5 ชนิด



[www.tofunafysh.com](http://www.tofunafysh.com)

**fyshsauce (สหรัฐอเมริกา)** น้ำปลาที่ไม่ได้ทำมาจากปลา แต่ผลิตจากสาหร่ายทะเลออร์แกนิก ให้กลิ่นคาวแบบน้ำปลา แต่ใช้วัตถุดิบจากพืช







03

**ก้าวต่อด้วยความยั่งยืน (The Sustain Domain)** ในปัจจุบันผู้บริโภคมีความคาดหวังเรื่องความยั่งยืน ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูงขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตภายใต้วิถีของความยั่งยืน รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จะได้เห็นหลาย ๆ แบรินด์มีการปรับตัวโดยใช้บรรจุภัณฑ์ให้มีความ eco-friendly มากขึ้นและการเปลี่ยนวัตถุดิบอาหารเหลือทิ้งนำกลับมาใช้ใหม่ ทำใหม่ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ผ่านกระบวนการแนวคิด Upgrade & Recycling เพื่อสร้างมูลค่าและลดขยะอาหาร ตามวิถีความยั่งยืน



[www.republicoftea.com](http://www.republicoftea.com)

**CASCARA GRAPE Tea (สหรัฐอเมริกา)** ชาแบรนด์ Root to Petal ที่ผลิตจากพืชทั้งต้น โดยไม่มีของเสียนเลย โดยการเบลนรสชาติของชาและ by-product เล็กน้อยผ่านกระบวนการ upcycled ได้ประโยชน์จากสารต้านอนุมูลอิสระในกาแฟและไวน์ โดยไม่มีคาเฟอีน เมื่อจิบชาจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกเหมือนได้ทำสิ่งดีๆ ให้แก่โลก



[www.srisangdao.co](http://www.srisangdao.co)

**ข้าวศรีแสงดาว (ไทย)** บรรจุภัณฑ์กล่องสำหรับใส่ข้าวหอมมะลิ GI ณ หุ่นกุลาร้องไห้ที่ทำมาจากแกลบซึ่งเป็นของเหลือใช้ในอุตสาหกรรม เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ของเศษวัสดุที่เหลือจากกระบวนการผลิตให้คุ้มค่าที่สุด ส่วนถุงข้าวด้านในใช้พลาสติกไบโอย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ โดยบรรจุภัณฑ์นี้ยังสามารถนำมาใช้ซ้ำ สร้างประโยชน์อย่างอื่นต่อไปได้ เป็นกล่องใส่กระดาษทิชชู



[www.recyclablecheesepack.eu](http://www.recyclablecheesepack.eu)

**Recycling Plastic Cheese Pack (เนเธอร์แลนด์)** FrieslandCampina ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกกรีไซเคิลสำหรับชีส ผลิตจาก polypropylene ซึ่งสามารถแยกกรีไซเคิลและนำกลับมาใช้ใหม่ได้ มีพลาสติกน้อยกว่าบรรจุภัณฑ์แบบเดิมถึง 40% ที่รีไซเคิลได้และมีขนาดบาง



[www.elmhurst1925.com](http://www.elmhurst1925.com)

**Hemp Milk Barista Edition (สหรัฐอเมริกา)** ประกอบด้วย hemp cream และไอต์ โดยใช้เทคนิค HydroRelease ในการสกัดส่วนต่างๆ ของ nuts, grain และเมล็ดด้วยน้ำ จากนั้นนำมาผสมกันให้มีความ creamy และอุดมไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการจากส่วนผสมต่างๆ โดยไม่เติม gums และสารอิมัลซิไฟเออร์



04

## The Right Bite

จากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้นและต้องการอาหารที่ดีหรืออาหารที่รับประทานเข้าไปแล้วยังคงความรู้สึกดีกับการกินอาหารนั้นๆ หรืออาหารที่เชื่อมโยงกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น ในกลุ่มวัยทำงานที่ได้รับความเครียดและแรงกดดันจากการทำงาน มีแนวโน้มบริโภคกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารที่ช่วยลดความเครียด หรือจากชีวิตประจำวันของผู้บริโภคที่มีแต่ความเร่งรีบ จะชอบสินค้าที่พกพาง่ายไปได้ทุกที่ ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานแบบอุ่นร้อนด้วยไมโครเวฟหรือแม้กระทั่งผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุง ในขณะที่ผู้บริโภคบางกลุ่มชอบผลิตภัณฑ์ประเภทโปรตีนและจะรู้สึกสนุกไปกับอาหารที่มีความน่าสนใจ น่าดึงดูด



[www.beezendrinks.com](http://www.beezendrinks.com)

**Bee Zen Organic Herb Tea (ฝรั่งเศส)** สปรังก์กึ่งชาสมุนไพรออร์แกนิก ที่ช่วยให้ผ่อนคลายและลดความเครียด



[www.beezendrinks.com](http://www.beezendrinks.com)

**Beet Root Crisps (อังกฤษ)** ของว่างเพื่อสุขภาพจาก บีทรูทผ่านการอบแห้งโดยไม่ผ่านการทอด ได้รสชาติธรรมชาติของบีทรูทและเพิ่มน้ำส้มสายชูแอปเปิ้ลไซเดอร์ ที่มีรสเปรี้ยวซึ่งเหมาะสำหรับการลดคอเลสเตอรอล อุดมไปด้วยโปรตีน ไฟเบอร์และโพแทสเซียม



[www.seedandbean.co.uk](http://www.seedandbean.co.uk)

**Lavender Extra Dark Chocolate (สหรัฐอเมริกา)** ช็อกโกแลตช่วยในการผ่อนคลายและลดความเครียดและผ่อนคลาย อบอวลไปด้วยรสชาติน้ำมันลาเวนเดอร์จากฝรั่งเศส เหมาะกับชีวิตประจำวันที่เร่งรีบ



[www.oikosyogurt.com](http://www.oikosyogurt.com)

**OIKOS PRO FUEL (สหรัฐอเมริกา)** เครื่องดื่ม Caffeinated และ Cultured Dairy ประกอบด้วย โปรตีน 25 กรัม ช่วยในการเสริมสร้างกล้ามเนื้อ และมีคาเฟอีน 100 มิลลิกรัม เพื่อช่วยในการกระตุ้นระบบประสาทส่วนกลาง





05

**เนื้อสัมผัสเปิดประสบการณ์ที่น่าจดจำ (Tapping into Texture)** เนื้อสัมผัสของอาหารและเครื่องดื่มนั้นมีส่วนช่วยให้การรับประทานแต่ละครั้งมีประสบการณ์ที่น่าจดจำ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประสบการณ์รับรสชาติเนื้อสัมผัสมากกว่าส่วนผสมของผลิตภัณฑ์อาหาร



[www.wallsicecream.com/uk/our-brands/solero.html](http://www.wallsicecream.com/uk/our-brands/solero.html)

Solero's refreshing vegan ice-creams (สหรัฐอเมริกา) ไอศกรีมปราศจากนม ทำจากน้ำผลไม้แท้ผสม puree ให้ความรู้สึกสดชื่น และมีแคลอรีเพียง 60 Kcal เท่านั้น



[www.riviera1920.com](http://www.riviera1920.com)

Cherry goat yogurt (แคนาดา) โยเกิร์ตจากนมแพะพร้อมมันเนรสเซอร์รี่ ผสมวิตามินดีเป็นแหล่งแคลเซียมและโปรตีน



[www.mbcdrinks.com.au/product/shelbys-almonds](http://www.mbcdrinks.com.au/product/shelbys-almonds)

Dipped & Dusted Almonds (ออสเตรเลีย) อัลมอนต์เคลือบราสเบอร์รี่และดาร์กช็อกโกแลต เปิดประสบการณ์ใหม่ในการทานอัลมอนต์ให้ไม่น่าเบื่ออีกต่อไป



[www.nescafe.com/gb/our-coffees/azera](http://www.nescafe.com/gb/our-coffees/azera)

NESCAFÉ AZERA Nitro (สวิสเซอร์แลนด์) กาแฟไนโตร Ready to Drink กาแฟสกัดเย็นที่ได้จากการอัดก๊าซไนโตรเจน ทำให้กาแฟมีความเป็นครีม โดยฟองครีมของกาแฟนั้นจะมีความละเอียดนุ่มคล้ายฟองเบียร์ อีกทั้งกาแฟยังมีรสชาติหอมหวานละมุนคงอยู่อย่างชัดเจน โดยไม่ต้องใส่น้ำแข็งเพิ่ม

