

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส
รายงานแนวโน้มสินค้าเกษตรธรรมชาติและเกษตรอินทรีย์
ในงานแสดงสินค้าธรรมชาติฝั่งตะวันตก (Natural Products Expo West 2025)
ระหว่างวันที่ ๕ - ๗ มีนาคม ๒๕๖๘ ณ ศูนย์ประชุมอานาไฮม์ เมืองอานาไฮม์ มลรัฐแคลิฟอร์เนีย

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส ได้เข้าร่วมสังเกตการณ์งานแสดงสินค้าธรรมชาติฝั่งตะวันตก (Natural Products Expo West 2025: NPEW) ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าจากธรรมชาติและอินทรีย์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก จัดขึ้นระหว่างวันที่ ๕ - ๗ มีนาคม ๒๕๖๘ ณ ศูนย์ประชุมอานาไฮม์ เมืองอานาไฮม์ มลรัฐแคลิฟอร์เนีย โดยการเข้าร่วมสังเกตการณ์ในครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อสังเกตการณ์และวิเคราะห์แนวโน้มของนวัตกรรมด้านอาหาร รวมถึงผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและอินทรีย์ที่ผู้ประกอบการจากทั่วโลกนำมาจัดแสดง โดยสามารถสรุปรายละเอียดที่สำคัญได้ดังนี้

บรรยากาศในภาพรวมของงานแสดงสินค้าธรรมชาติและกิจกรรมภายในงาน

❖ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงาน

งาน NPEW ได้ชื่อว่าเป็นงานแสดงสินค้าจากธรรมชาติและอินทรีย์ที่ใหญ่ที่สุดของโลก และจัดขึ้นทุกปีทั้งทางฝั่งตะวันตกและตะวันออกของสหรัฐฯ ยกเว้นในปี ๒๕๖๓ ที่ได้ยกเลิกการจัดงานและในปี ๒๕๖๔ ที่ต้องจัดในรูปแบบเสมือนจริง เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-๑๙ ในสหรัฐฯ โดยงาน NPEW ฝั่งตะวันตกจัดขึ้น ณ ศูนย์ประชุมอานาไฮม์ เมืองอานาไฮม์ มลรัฐแคลิฟอร์เนีย สำหรับปีนี้เป็นการจัดงานครั้งที่ ๔๔

งาน NPEW ถือเป็นงานแสดงสินค้าธรรมชาติและอินทรีย์ชั้นนำที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และประชาสัมพันธ์สินค้าของตน เนื่องจากในแต่ละปีมีผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้านี้เป็นจำนวนมาก และเป็นที่ยึดตามองของผู้ประกอบการในภาคธุรกิจสินค้าจากธรรมชาติและอินทรีย์

นอกจากนี้ งาน NPEW ยังเป็นเวทีสำคัญสำหรับการติดตามแนวโน้มและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและอินทรีย์ เนื่องจากผู้ประกอบการต่างนำเสนอสินค้าใหม่ของตนเพื่อแสวงหาคู่ค้า โดยผลิตภัณฑ์ที่นำมาจัดแสดงนั้นมีหลากหลายประเภท ครอบคลุมตั้งแต่อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ความงาม ของใช้ในบ้าน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อาหารสัตว์เลี้ยง วัตถุดิบต่างๆ ไปจนถึงบริการด้านธุรกิจอาหาร

❖ กลุ่มเป้าหมายผู้ร่วมงาน

ปีนี้มีผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมงานกว่า ๖๔,๐๐๐ คน และมีผู้แสดงสินค้าทั้งหมด ๓,๐๐๐ ราย โดยร้อยละ ๓๐ ของผู้แสดงสินค้าทั้งหมด หรือประมาณ ๙๐๐ ราย เป็นผู้จัดแสดงสินค้าครั้งแรกที่ได้นำเสนอไอเดียและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ภายในงาน โดยในแต่ละปี งาน NPEW ดึงดูดผู้เข้าร่วมจากหลากหลายประเทศทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ต้องการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของตน หรือผู้ที่กำลังมองหาสินค้าและบริการด้านอาหาร ผู้ร่วมงานส่วนใหญ่เป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในบริษัทหรือองค์กรของตน ทำให้งานนี้เป็นเวทีสำคัญสำหรับผู้ค้าปลีกที่ต้องการค้นหาสินค้าใหม่ๆ เพื่อนำไปวางจำหน่ายทั้งในร้านและร้านค้าออนไลน์ โดยเฉพาะร้านค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ และซูเปอร์มาร์เก็ตที่เน้นสินค้าธรรมชาติและอินทรีย์ นอกจากนี้ กลุ่มผู้ร่วมงานยังครอบคลุมถึงผู้ประกอบการ/บริษัทที่จัดแสดงสินค้า ผู้ประกอบการที่เป็นตัวกลางทางการตลาด เช่น ผู้นำเข้า ผู้ส่งออก และผู้จัดจำหน่าย ตลอดจนธุรกิจด้านบรรจุภัณฑ์

บริการด้านการลงทุน ระบบโลจิสติกส์ทางการตลาด และองค์กรรับรองมาตรฐานต่างๆ เนื่องจากงาน NPEW เป็นงานแสดงสินค้าแบบ Business to Business (B2B) หรือการติดต่อซื้อขายระหว่างธุรกิจด้วยกันเอง นอกจากนี้ USDA National Organic Program ภายใต้ หน่วยงานบริหารการตลาดสินค้าเกษตร (Agricultural Marketing Service: AMS) ของกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ ก็ได้เข้าร่วมออกบูธในงานนี้เช่นกัน

❖ สินค้าและบริการที่นำมาจัดแสดง

สินค้าและบริการที่นำมาจัดแสดง ประกอบด้วยสินค้าจากธรรมชาติและอินทรีย์ อาหาร ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เพื่ออนามัยส่วนบุคคลและความงาม วิตามิน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและสมุนไพร ของใช้สำหรับชีวิตประจำวัน และสินค้าทั่วไป อาหารสัตว์เลี้ยง การบริการทางธุรกิจ และวัตถุดิบ จากการเข้าร่วมสังเกตการณ์พบว่าแนวโน้มของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความนิยมและได้รับความสนใจ มีดังนี้

- **ผลิตภัณฑ์จากพืช (Plant-Based Product)** ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ภายในงานมีการนำผลิตภัณฑ์จากพืชมาจัดแสดงเป็นจำนวนมากและผู้เข้าชมงานให้ความสนใจ ผลิตภัณฑ์จากพืชที่นำมาจัดแสดงในงานมีหลากหลายประเภท อาทิ ไข่จากโปรตีนถั่วลูกไก่และถั่วเหลือง นมจากพืช/นมทางเลือก แคลมอนนมควิน กุ้งซูบแปงทอด ซูชิไส้เนื้อสัตว์จากพืช และเนื้อเบอร์เกอร์ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ถั่วเหลืองและถั่วลูกไก่เป็นส่วนผสมหลัก

- **สินค้าเน้นโปรตีน** เป็นอีกหนึ่งกลุ่มสินค้าที่มีการนำมาจัดแสดงภายในงานเป็นจำนวนมาก และได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในช่วง ๒ - ๓ ปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ ยังเป็นที่น่าสังเกตว่าสินค้าเน้นโปรตีนจะเน้นข้อความบนบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ว่าจุดเด่นของสินค้าคือมีคุณค่าทางโภชนาการโปรตีนสูง ซึ่งเป็นจุดที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจสินค้าได้ โดยเฉพาะในกลุ่มคนรักสุขภาพและชอบในการออกกำลังกาย ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เน้นโปรตีนที่ผู้ประกอบการนำมาจัดแสดงภายในงาน ได้แก่ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปโปรตีนสูง เครื่องดื่มชาไทย/ชา/กาแฟโปรตีนสูง น้ำผลไม้ สมูทตี้ บาร์โปรตีน ขนมขบเคี้ยวแผ่นกรอบจากไก่ ขนมขบเคี้ยวแผ่นจากไข่ขาว ข้าวจากไข่ขาว เส้นก๋วยเตี๋ยวและพาสต้าจากไข่ขาว แผ่นแป้งทอดจากไข่ คุกกี้ ขนมขบเคี้ยวจากถั่ว แครกเกอร์ เป็นต้น

- **ผลิตภัณฑ์เห็ด** ที่ผู้จัดแสดงสินค้านำมาจัดแสดงภายในงาน มักเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาพร้อมสรรพคุณต่างๆ ทั้งในด้านการบำรุงและเสริมสร้างสมอง คลายหรือลดความเครียด เพิ่มพลังงาน ระบบภูมิคุ้มกัน ความจำ และสมาธิ/มีโฟกัส เป็นต้น โดยตัวอย่างผลิตภัณฑ์เห็ดที่พบภายในงาน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เห็ดอบแห้ง (Mushroom Jerky) ขนมขบเคี้ยวจากเห็ด ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กาแฟที่มีส่วนผสมของเห็ด ผงโปรตีนจากเห็ด ผงสำหรับทำอาหารหรือขนมร่วมกับกาแฟและสมูทตี้ และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของเห็ด

- **อาหารและอาหารว่างสัตว์เลี้ยงคุณภาพและมีฟังก์ชัน** ภายในงานมีการจัดแสดงผลิตภัณฑ์อาหารและอาหารว่างสัตว์เลี้ยงสำหรับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น โดยสินค้าที่นำมาจัดแสดงส่วนใหญ่เป็นสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงพรีเมียม ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบคุณภาพดี อาทิ แคลมอนจับธรรมชาติ (Wild Caught Salmon) เนื้อวัวที่เลี้ยงด้วยหญ้า (Grass-Fed Beef) ไก่ หมู เป็นสินค้าที่ปราศจากธัญพืช (Grain-free) โดยบางยี่ห้อใช้ส่วนผสมเดียวกับอาหารมนุษย์ นอกจากนี้ ยังเป็นอาหารและอาหารว่างสัตว์เลี้ยงที่ให้คุณประโยชน์มากมาย เช่น เสริมสร้างระบบย่อยอาหาร ระบบภูมิคุ้มกัน ความยืดหยุ่น ผิวและขน สะโพกและข้อต่อ ความเครียด โปรไบโอติก เป็นต้น

- **ตรารับรองและฉลากช่วยสร้างความโดดเด่นสินค้าและแบรนด์** ภายในงานมีการจัดแสดงสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ และมีการติดฉลาก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการที่แบรนด์ให้ความสำคัญต่อสุขภาพ สิ่งแวดล้อม ไปจนถึงประโยชน์/ประเด็นทางสังคม โดยเป็นที่น่าสังเกตว่าตราและฉลากสินค้าแบ่งออก ๒ กลุ่มหลัก ได้แก่

- ประเภทอาหารและรูปแบบการรับประทานอาหาร เช่น ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ไม่มีกลูเตน (Gluten Free) มังสวิรัติ/ไม่มีเนื้อสัตว์ ปลอดจากอาหารดัดแปรพันธุกรรม (Non-GMO) ไม่มีน้ำตาลเพิ่ม โปรไบโอติกส์ โปรตีนสูง คีโตนาล เป็นต้น
- ประโยชน์/ประเด็นสังคม อาทิ สภาพอากาศเชิงบวก (Climate Positive) หรือความสามารถในการกำจัดก๊าซเรือนกระจกและมลพิษทางอากาศไปได้มากกว่าที่ปล่อยออกมา ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) หรือ การลด ดูดซับ หรือชดเชยคาร์บอนไดออกไซด์ในปริมาณที่เท่ากับคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปล่อยออกไป ก่อตั้ง/เจ้าของธุรกิจเป็นผู้หญิง (Women Founded/Owned) เป็นต้น

ข้อสังเกตและข้อคิดเห็น

๑. อุตสาหกรรมอาหารมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง จำนวนผู้ร่วมแสดงสินค้าในปีนี้และผู้จัดแสดงสินค้าครั้งแรกที่นำสินค้าโอเคียใหม่ ๆ มาจัดแสดงภายในงานมีมากถึง ๙๐๐ ราย นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้จัดแสดงสินค้านำรายเดิมมีการพัฒนาสินค้าของตนเพื่อให้มีความแปลกใหม่และตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-๑๙ ส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาสนใจสุขภาพกันมากขึ้น

๒. คูหาจัดแสดงสินค้าในนามประเทศ (Country Pavilion) ในปีนี้ คูหาจากหน่วยงานภาครัฐของไทยที่เข้าร่วมงานในปีนี้มีทั้งหมด ๒ คูหา ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงพาณิชย์ ได้แก่ (๑) คูหาของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) ณ นครลอสแอนเจลิส โดยผลิตภัณฑ์ที่นำมาจัดแสดงภายในคูหาของ สคต. ลอสแอนเจลิส ในปีนี้ได้แก่ ข้าวและผลิตภัณฑ์ ข้าวและชาสมุนไพร ชุดแกงและก๋วยเตี๋ยวสำเร็จรูป เมล็ดโกโก้และผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลต เครื่องดื่มช็อกโกแลต ช็อกโกแลตไส้ผลไม้ต่างๆ โกโก้ nibs ผงโกโก้ กาแฟกระป๋องไอศกรีมผลไม้แช่แข็งและขนมหวานไทยแช่แข็ง ขนมขบเคี้ยว ยาสีฟัน ข้าว เส้นก๋วยเตี๋ยว อาหารและขนมสำหรับเด็กเล็ก น้ำผลไม้วุ้นทางจระเข้ ผักผลไม้แช่แข็งแห้ง (Freeze Dried) ผลิตภัณฑ์กระเทียมดำ และผลิตภัณฑ์ขิง โดยมีผู้ประกอบการสินค้าอาหารไทยจำนวน ๑๔ ราย เข้าร่วมจัดแสดงสินค้าในคูหาของ สคต. ลอสแอนเจลิส ซึ่งได้แก่ บริษัท Markrin Chocolate Co., Ltd. บริษัท SIAM CHILI FOODS LTD. บริษัท CHANTHABURI GLOBAL FOOD CO., LTD. บริษัท GREEN TEA COMPANY LIMITED บริษัท SIAM HEALTH GROUP CO., LTD. บริษัท MAI MEE OD CO., LTD. บริษัท KTT MERCHANDISE COMPANY LIMITED บริษัท 3 SEASONS FRUIT INDUSTRY CO., LTD. บริษัท CITY FARM INTERFOOD CO., LTD บริษัท Nopphada Superfoods Co., Ltd บริษัท 4 CARE INNO CO., LTD. บริษัท SIAM ORGANIC FOOD PRODUCTS COMPANY LIMITED บริษัท FOOD AND DRINKS PUBLIC COMPANY LIMITED และบริษัท Toumi Foods & Product Co., Ltd. และ (๒) คูหาของกรมการค้าต่างประเทศ ที่ได้จัดแสดงข้าวหลากหลายชนิด รวมทั้งผลิตภัณฑ์จากข้าว อาทิ เส้นก๋วยเตี๋ยวจากข้าว และบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจากข้าว เป็นต้น อีกทั้ง ยังมีการสาธิตการทำอาหารไทยเป็นรอบๆ ภายในคูหาของหน่วยงานด้วย

นอกจากคูหาของ สคต. ลอสแอนเจลิส แล้ว ยังมีคูหาที่จัดแสดงสินค้าในนามประเทศอีกหลายประเทศ แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานภาครัฐของหลายประเทศสนใจที่จะเข้าชิงส่วนแบ่งตลาดสินค้าธรรมชาติและอินทรีย์ในสหรัฐฯ และเล็งเห็นความสำคัญของการเข้าร่วมจัดแสดงสินค้าในงาน NPEW ในการเพิ่มโอกาสในการส่งออกสินค้าของประเทศตน โดยคูหาจัดแสดงสินค้าในนามประเทศนอกเหนือจากไทยที่พบภายในงานปีนี้ ได้แก่ บราซิล ลิทัวเนีย อาร์เจนตินา อินโดนีเซีย อินเดีย ญี่ปุ่น เวียดนาม สิงคโปร์ และเกาหลีใต้ เป็นต้น ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าคูหาจัดแสดงสินค้าในนามประเทศของเกาหลีใต้มีขนาดใหญ่เป็นพิเศษ โดยมีหน่วยงาน Korea Agro-Fisheries and Food Trade Cooperation

เป็นหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน โดยมีบริษัทเข้าร่วมจัดแสดงสินค้าภายใต้คูปองของเกาหลีใต้เป็นจำนวน ๑๓ บริษัท แต่ละบริษัทจะได้รับการจัดสรรพื้นที่เท่าๆ กัน และภายในคูหาที่มีพื้นที่ส่วนกลางสำหรับการเจรจาธุรกิจ นอกจากนี้ ยังเป็นที่น่าสังเกตว่าปีนี้เป็นปีแรกที่พบคูปองประเทศสิงคโปร์และเวียดนาม

๓. รสชาติอาหารไทยเป็นที่นิยม จากการสังเกตการณ์ภายในงาน พบว่ามีการจัดแสดงสินค้าอาหารและขนมไทย และสินค้าอาหารหรือขนมขบเคี้ยวที่ทำเป็นรสชาติไทยๆ เป็นจำนวนมาก และเป็นสินค้าที่ได้รับความสนใจ โดยส่วนมากเป็นสินค้าจากไทยที่ผลิตภายใต้แบรนด์อเมริกัน ตัวอย่างสินค้าที่นำมาจัดแสดงภายในงาน ได้แก่ ทองม้วน ข้าวแกงพะแนง/แกงเขียวหวานสำเร็จรูปที่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ที่อุณหภูมิห้องเป็นเวลานานได้ (Shelf Stable) เครื่องแกงเขียวหวานและต้มยำ ผงซังโปรตีนรสชาติไทย ขนมขบเคี้ยวเพรสเซลผสมถั่วและซีเรียล Corn Square รสพริกและมะนาวไทย (Thai Chili Lime) ขนมขบเคี้ยวกะหล่ำดาวทอดกรอบรสซอสน้ำจิ้มไก่ (Sweet Thai Chili Sauce) ขนมข้าวพองและผลิตภัณฑ์เห็ดอบแห้งรสซอสศรีราชา ขนมขบเคี้ยวส้มตำทอดกรอบซึ่งประกอบด้วยมะละกอด้านทอด ถั่วฝักยาวทอด และพริกหยวกทอด เป็นต้น

๔. งานแสดงสินค้าด้านธรรมชาติและอินทรีย์มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทย ทั้งสินค้าธรรมชาติและสินค้าอินทรีย์ไปยังตลาดสหรัฐฯ ดังนั้น ประเทศไทยจึงควรสนับสนุนในการเข้าร่วมงานดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของไทย รวมถึงเพิ่มโอกาสในการสร้างเครือข่ายและเจรจาการค้ากับผู้ซื้อ พร้อมทั้งเรียนรู้และรับทราบแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในสหรัฐฯ ซึ่งจะช่วยในการปรับปรุงสินค้าให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในตลาดสหรัฐฯ และหลายประเทศทั่วโลกมากยิ่งขึ้น สำหรับงาน Natural Products Expo West 2026 มีกำหนดจัดขึ้นระหว่างวันที่ ๓ - ๖ มีนาคม ๒๕๖๙ อนึ่ง ฝ่ายเกษตรฯ ได้เข้าร่วมออกบูธจัดแสดงสินค้าเกษตรและอาหารไทยในงาน NPEW มาตั้งแต่ปี ๒๕๕๙ ถึงปี ๒๕๖๕ โดยปีนี้นับเป็นปีที่ ๓ ติดต่อกัน นับตั้งแต่ปี ๒๕๖๖ ที่ฝ่ายเกษตรฯ ไม่ได้เข้าร่วมแสดงสินค้าเนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณ

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส

มีนาคม ๒๕๖๘

บรรยากาศของงานในภาพรวม



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจภายในงาน



แซลมอนรมควันจากพืช



เนื้อเบอร์เกอร์จากพืช



อาหารสุนัขพรีเมียม



อาหารว่างสุนัขฟังก์ชัน



ข้าวและพาสตาจากไข่ขาว



ผงชงโปรตีนรสชาไทย



กาแฟที่มีส่วนผสมของเห็ด



ผลิตภัณฑ์เห็ดอบแห้ง (Mushroom Jerky)



ผงเห็ดสำหรับเครื่องดื่มและอาหาร และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเห็ด



ข้าวแกงไทย Shelf Stable



ขนมขบเคี้ยวส้มตำทอดกรอบ



ขนมขบเคี้ยวเปรสเซลผสมถั่วและซีเรียล
รสพริกและมะนาวไทย

คูหาแสดงสินค้าของประเทศไทยและประเทศอื่นๆ



ไทย: คูหาสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส



ไทย: คูหาของกรมการค้าต่างประเทศ



เกาหลีใต้



อินโดนีเซีย



สิงคโปร์



เวียดนาม



อินเดีย



อาร์เจนตินา