

## สนค. เปิดบริการใหม่ “คิดค้า Briefing: ปักหมุดสินค้าไทยรุกตลาดจีน” เปิดข้อมูลเจาะลึกตลาดจีนรายมณฑล ดันสินค้าไทยขยายตลาดต่อเนื่อง

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยถึงการขยายผลความสำเร็จของการบริการข้อมูล “คิดค้า Briefing” ที่นำเสนอข้อมูลเศรษฐกิจการค้าเชิงลึกในรูปแบบของการเล่าเรื่อง (Data Storytelling) ที่เข้าใจง่ายและใช้งานสะดวก โดยล่าสุดได้เปิดตัวบริการใหม่ หัวข้อ “ปักหมุดสินค้าไทยรุกตลาดจีน” ที่นำเสนอข้อมูลการค้าเชิงลึกในระดับมณฑลของจีน เพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยตัดสินใจเชิงนโยบาย ปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ และเพิ่มโอกาสในการส่งออกไปตลาดจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถใช้งานได้แล้วบนเว็บไซต์ “คิดค้า.com”

บริการข้อมูล “ปักหมุดสินค้าไทยรุกตลาดจีน” เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ ที่มุ่งส่งเสริมเศรษฐกิจการค้าระหว่างไทยและจีน เพื่อกระชับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างสองประเทศ เนื่องในโอกาสครบรอบ ๕๐ ปีของการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างสองประเทศ โดยจีนเป็นคู่ค้าอันดับ 1 ของไทยมาเป็นเวลากว่าทศวรรษ มีมูลค่าการค้าระหว่างกันสูงสุดต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา และในปี 2567 จีนมีสัดส่วนการค้า คิดเป็นประมาณร้อยละ 19 ของมูลค่าการค้าทั้งหมดของไทย ซึ่งบริการดังกล่าวมุ่งเน้นการเพิ่มโอกาสทางการค้าและขยายตลาดสู่พื้นที่ภูมิภาคต่าง ๆ ของจีน ที่มีความแตกต่างกันทั้งขนาดพื้นที่ จำนวนประชากร ระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนวิถีชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภค บริโภคของผู้คน โดยนำเสนอข้อมูลในระดับ “มณฑล” เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงข้อมูลสำคัญ และใช้ประโยชน์ในการวางแผนการค้าในตลาดจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

- เอกสารสรุปข้อมูลสำคัญ (Factsheet) ของแต่ละมณฑลที่สามารถดาวน์โหลดได้ทันที เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นได้อย่างรวดเร็ว ประกอบด้วย พื้นที่ ขนาดเศรษฐกิจ จำนวนประชากร รายได้ต่อหัว และการค้าระหว่างไทยและแต่ละมณฑล
- การซื้อ/ เติมน้ำมัน สถานการณ์นำเข้าสินค้าจากไทยในมณฑลต่าง ๆ ของจีน โดยแบ่งเป็น 6 กลุ่ม ตามแนวโน้มการนำเข้าสินค้าและส่วนแบ่งตลาดของไทยในแต่ละมณฑล เพื่อสนับสนุนการวางแผนทางการค้าอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมไปถึงข้อมูลเชิงลึกด้านผลไม่ส่งออกสำคัญของไทย ซึ่งนำเสนอการเปรียบเทียบสถานการณ์ทางการค้าของผลไม้ไทยชนิดต่าง ๆ กับประเทศคู่แข่งอีกด้วย

โดยมีตัวอย่างข้อมูลที่น่าสนใจ ดังนี้

1) การค้าระหว่างไทยและจีนในปี 2567 มีมูลค่า 134,236 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มณฑลที่มีมูลค่าการค้ากับไทยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กวางตุ้ง มูลค่า 31,488.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมา คือ เจียงซู มูลค่า 18,871.31 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และเจ้อเจียง มูลค่า 17,333.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

นอกจากนั้น ยังพบมณฑลดาวรุ่งที่มีความต้องการนำเข้าสินค้าไทยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มณฑลเซียงไฮ้ มูลค่าการนำเข้าจากไทย 6,347.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 7.99% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของ

ปีก่อน (AoA) ตามด้วยเสฉวน มูลค่าการนำเข้า 714.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 47.65%AoA และหุเป่ย์ มูลค่าการนำเข้า 683.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 79.86%AoA

2) กลุ่มสินค้าไทยที่จีนนำเข้ามูลค่าสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กลุ่มผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง โดยมีมณฑลดาวรุ่งที่น่าสนใจ คือ มณฑลหุเป่ย์ มูลค่า 175.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 367.15%AoA และไห่หนาน 57.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 45.57%AoA สำหรับกลุ่มเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ มณฑลที่น่าสนใจ คือ เจียงซู มูลค่า 830.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 10.94%AoA และเซี่ยงไฮ้ 459.99 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 45.97%AoA และกลุ่มแผงวงจรไฟฟ้า ตลาดที่น่าสนใจ คือ มณฑลฝูเจี้ยน มูลค่า 69.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 12.55%AoA

สำหรับสินค้าดาวรุ่งของไทยที่จีนนำเข้าเพิ่มขึ้น คือ สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ มูลค่า 1,976.26 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 9.70%AoA โดยมีมณฑลที่น่าสนใจ คือ มณฑลเจียงซู 364.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 20.19%AoA ถัดมา คือ สินค้าอุตสาหกรรมการเกษตรอื่น ๆ 1,315.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 30.08% ตลาดที่น่าสนใจ คือ เจ้อเจียง 334.85 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 98.48% และไม้แปรรูป 1,246.99 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 25.75%AoA มณฑลที่น่าจับตามอง คือ มณฑลกวางตุ้ง 940.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 31.51%AoA

3) ในส่วนของสถานการณ์ผลไม้ไทยในตลาดจีน พบว่า ไทยยังคงครองตำแหน่งแหล่งนำเข้าผลไม้อันดับหนึ่งของจีน ด้วยส่วนแบ่งตลาด 52.71% โดยผลไม้ไทยที่จีนนำเข้ามูลค่าสูงสุด ได้แก่ ทูเรียนสด มังคุดสดหรือแห้ง และลำไยสด นอกจากนี้ ยังมีผลไม้ไทยชนิดอื่นที่ได้รับความนิยมจากจีนเช่นกัน เช่น เกรปฟรุ้ตและส้มโอที่มีการนำเข้าขยายตัว 16.12%AoA รวมถึงมีหลายมณฑลที่นำเข้าผลไม้ไทยเพิ่มขึ้น เช่น มณฑลเสฉวน มูลค่า 269.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 79.0%AoA เซี่ยงไฮ้ 267.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 11.89%AoA และเหอเป่ย์ 228.95 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว 57.75%AoA

นายพูนพงษ์ กล่าวทิ้งท้ายว่า การพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องของจีนส่งผลให้ความเป็นเมืองในมณฑลต่าง ๆ ของจีนขยายตัวขึ้น ยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรม โครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชนจีนในมณฑลต่าง ๆ ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญของผู้ประกอบการไทยที่จะขยายตลาดลงสู่ระดับมณฑลของจีน โดยเฉพาะมณฑลชั้นในที่มีความต้องการสินค้าไทยมากขึ้น ทั้งนี้ การให้บริการข้อมูลสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างไทยและจีนรายมณฑล “**คิดค้า Briefing**” หัวข้อ “**ปักหมุดสินค้าไทยรุกตลาดจีน**” จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนข้อมูลแก่ผู้ประกอบการ ช่วยให้วางแผนการส่งออกได้อย่างรอบคอบและแม่นยำ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และช่วยขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ตลอดจนเสริมสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และกระชับความสัมพันธ์ของทั้งสองประเทศให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น