

BIC YEARBOOK 2023

# เจาะลึก ตลาดจีน

และโอกาสของธุรกิจไทยหลังโควิด-19

Post COVID-19



## สารจากเอกอัครราชทูตไทย ประจำสาธารณรัฐประชาชนจีน

เมื่อต้นปี 2566 รัฐบาลจีนได้ปรับปรุงและผ่อนคลายมาตรการการควบคุมโควิด-19 เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและการเดินทางระหว่างประเทศ การดำเนินการดังกล่าวถือได้ว่าเป็นจุดพลิกผันที่สำคัญในการนำพาจีนเข้าสู่ยุคหลังโควิด-19 อย่างสมบูรณ์แบบและได้ช่วยให้บรรยากาศของเศรษฐกิจโลกกลับมามีพลวัตอีกครั้ง โดยหลายฝ่ายได้ฝากความหวังให้จีนในฐานะประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของโลก เป็นแสงไฟที่จะส่องสว่างท่ามกลางพายุเศรษฐกิจโลกที่ผันผวนและขบเซาในช่วงโควิด-19

ความสัมพันธ์ไทย - จีนที่ใกล้ชิดดังวลี “จีนไทยใช่อื่นไกล พี่น้องกัน” เป็นพื้นฐานของความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและการไปมาหาสู่กันระหว่างประชาชนของทั้งสองประเทศ โดยในระยะแรกที่จีนเปิดประเทศไทยเป็นประเทศกลุ่มแรกที่ทำให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวจีนและในครั้งแรกของปี 2566 มีนักท่องเที่ยวจีนเยือนไทยมากถึง 1.44 ล้านคน

จีนได้ตั้งเป้าหมายให้เศรษฐกิจขยายตัวประมาณร้อยละ 5 ในปี 2566 โดยให้ความสำคัญกับการรักษาเสถียรภาพควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นอันดับต้น และจะเชื่อมโยงและบูรณาการนโยบายด้านการคลัง การเงิน อุตสาหกรรม เทคโนโลยีและสังคม เพื่อผลักดันการพัฒนาที่มีคุณภาพสูง (high-quality development) และสนับสนุนเศรษฐกิจวงจรคู่ (dual circulation) ภายใต้ภารกิจสำคัญ 5 ประการ คือการขยายอุปสงค์ภายในประเทศ การสร้างระบบอุตสาหกรรมสมัยใหม่ การสนับสนุนเศรษฐกิจภาคเอกชน การดึงดูดทุนต่างชาติ และการป้องกันความเสี่ยงทางเศรษฐกิจและการเงิน

ทิศทางด้านนโยบายของจีนเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไทยต้องติดตามอย่างใกล้ชิด “สำหรับโลกในปัจจุบันการประสานงานและการแลกเปลี่ยนเป็นสิ่งที่ยั่งยืนมากที่สุด และการเปิดกว้างและความร่วมมือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด” คำกล่าวของนายหลี่ เฉียง นายกรัฐมนตรีจีนในการประชุม Summer Davos Forum ประจำปี 2566 สะท้อนให้เห็นถึงจุดยืนของรัฐบาลจีน

ต่อนักธุรกิจต่างชาติได้เป็นอย่างดี โดยการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีคุณภาพสูง และการขยายอุปสงค์ภายในประเทศของจีนจะเป็นโอกาสสำหรับบริษัทต่างชาติที่จะเข้ามาลงทุนในจีน

BIC Yearbook 2023 ฉบับนี้จึงได้จัดทำขึ้นภายใต้หัวข้อ “เจาะลึกตลาดจีนและโอกาสของธุรกิจไทยหลังโควิด-19” โดยศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (ศูนย์ BIC) ทั้ง 10 แห่ง ในกรุงเทพฯ นครเชียงใหม่ นครขอนแก่น นครศรีธรรมราช นครสงขลา นครอุดรธานี นครอุบลราชธานี นครขอนแก่น นครเชียงใหม่ นครน่านหนิง เมืองเซี่ยเหมิน เมืองฮองกง และเมืองชิงเต่า ได้ถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพของจีนทั้งในภาพรวมและในระดับมณฑล จากประสบการณ์และกิจกรรมที่ได้ร่วมจัดกับหน่วยงานต่างๆ ของจีน เพื่อนำเสนอบทความและคำแนะนำด้านเศรษฐกิจที่สะท้อนแนวโน้มและโอกาสทางธุรกิจในจีนยุคหลังโควิด-19 รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภค โครงสร้างธุรกิจของจีน แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศในมณฑลต่าง ๆ ของจีน เพื่อเป็นข้อมูลเชิงลึกสำหรับผู้ประกอบการไทยและผู้สนใจประกอบธุรกิจในจีน

สุดท้ายนี้ ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่า BIC Yearbook 2023 ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านทุกท่าน รวมถึงผู้ประกอบการและภาคส่วนต่าง ๆ ของไทยในการเข้าใจจีนยุคหลังโควิด-19 และสามารถนำไปปรับใช้เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไทยในจีน ทั้งนี้ ศูนย์ BIC ประจำสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเทพฯ และสถานกงสุลใหญ่ทั้ง 9 แห่งในจีน มีความตั้งใจและมีความยินดีที่จะนำเสนอข้อมูลและแบ่งปันเกร็ดความรู้ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์แก่ทุกท่านต่อไป

นายอรรถยุทธ ศรีสมุทร  
เอกอัครราชทูต ณ กรุงเทพฯ

## คำนำ

จีนได้ก้าวสู่ยุคหลังโควิด-19 อย่างเต็มตัวในปี 2566 และประชาคมระหว่างประเทศต่างมองว่าจะเป็นปีแห่งความหวังและการปลดล็อกแรงขับเคลื่อนใหม่ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลจีนที่ได้กำหนดให้ปี 2566 เป็นปีแห่งการฟื้นฟูและการบริโภค

BIC Yearbook 2023 จึงได้จัดทำขึ้นเพื่อต่อยอดจากฉบับปี 2021 และ 2022 โดยนำท่านผู้อ่านมาสอดคล้องโอกาสในช่วงที่จีนกำลังฝ่าวิกฤตโควิด-19 และเดินหน้าเพื่อเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงในยุคหลังโควิด-19 เพื่อติดตามพัฒนาการที่มีพลวัตของจีน ทั้งในระดับประเทศและในระดับท้องถิ่น ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการพัฒนาและส่งเสริมสินค้า บริการ และความร่วมมือด้านเศรษฐกิจของไทยในจีน

ศูนย์ BIC ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2550 โดยกระทรวงการต่างประเทศ มีจุดประสงค์เพื่อให้บริการข้อมูลทางเศรษฐกิจเชิงลึกรายมณฑลผ่านเว็บไซต์ [www.thaibizchina.com](http://www.thaibizchina.com) ปัจจุบัน ศูนย์ BIC มีสำนักงานรวม 10 แห่งทั่วประเทศจีน ได้แก่ กรุงปักกิ่ง นครเซี่ยงไฮ้ นครคุนหมิง นครกว่างโจว นครเฉิงตู นครหนานหนิง นครซีอาน เมืองเซี่ยเหมิน เมืองชิงต้าว และเมืองฮอังกง

หนังสือ BIC Yearbook 2023 ภายใต้หัวข้อ “เจาะลึกตลาดจีนและโอกาสของธุรกิจไทยหลังโควิด-19” จะพาท่านผู้อ่านเกาะติดกระแสการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวจีนในยุคหลังโควิด-19 ผ่านบทความและเกร็ดภาพเล่าเรื่องที่นำเสนอมากมาย อาทิ “จับตาเทรนด์บริโภคของชาวจีนในยุคหลังโควิด” “ส่องตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็กจีนในยุคเด็กเกิดน้อย” “การพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวของมณฑลผู้เจี้ยนและโอกาสความร่วมมือกับไทย” และ “โอกาสของบริษัท StartUp ไทยในฮอังกงพร้อมเงินสนับสนุนธุรกิจ”

ในการจับเทรนด์ตลาดธุรกิจของจีน ศูนย์ BIC ได้คัดสรรบทความจากผู้รู้ นำท่านผู้อ่านมาทำความรู้จักกับรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ ที่เป็นที่ยอมรับในจีน อาทิ “เจาะลึก ‘Wanghong Economy’ ผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์เทรนด์ใหม่ในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล” “รู้จักโรงงานกำจัดเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนแห่งแรกของจีน” “บทวิเคราะห์ตลาดผู้สูงอายุฮอังกงกับโอกาสของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทย” และ “เรียนรู้การทำธุรกิจในจีนผ่าน ‘Sexy Tea’ เครื่องดื่มชานมยอดนิยมในนครฉางซา”

นอกจากนี้ ยังมีบทความที่เฟื่องฟูทิศทางการเปลี่ยนแปลงของจีน อาทิ “ไฟฟ้าพลังงานลมใน YRD นำจับตา.. ตอบโจทย์การพัฒนาพลังงานทดแทนของไทย” “การเป็นรัฐบาลดิจิทัลของจีน” “การพัฒนาอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันในเมืองเซี่ยเหมิน และโอกาสการลงทุนในไทย” และ “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน ณ มณฑลกว่างตุงกับโอกาสและความท้าทายของไทย”

สุดท้ายนี้ ศูนย์ BIC ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้การสนับสนุนเว็บไซต์ [www.thaibizchina.com](http://www.thaibizchina.com) อย่างต่อเนื่อง ทุกท่านยังสามารถติดตามความเคลื่อนไหวของศูนย์ BIC ได้ผ่านทาง [www.facebook.com/thaibizchina](http://www.facebook.com/thaibizchina) และ [www.blockdit.com/thaibizchina](http://www.blockdit.com/thaibizchina) เพื่อรับทราบข้อมูลเชิงลึกและครอบคลุมเกี่ยวกับประเทศจีน รวมถึงข่าวสารและกิจกรรมที่ศูนย์ BIC ทั้ง 10 แห่ง จะรายงานให้ทุกท่านทราบตลอดทั้งปีอีกด้วย

หวังเป็นอย่างยิ่งว่า BIC Yearbook 2023 จะมีส่วนในการจุดประกายโอกาสทางธุรกิจและเป็นสื่อกลางให้ท่านผู้อ่านเข้าถึงประเทศจีน ผู้บริโภคชาวจีน และโอกาสทางธุรกิจในแดนมังกรแห่งนี้ได้ไม่มากนักน้อย

## ผลงานเขียนร่วม

### โดยศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน

“หลากมูมอง...  
จับจ้องเศรษฐกิจจีน”  
นานาบทความเจาะลึก  
เศรษฐกิจจีนในวันนี้  
เมื่อพฤษภาคม 2551

“หึ่งเซ่งจิ้นกับโอกาส  
ของผู้ประกอบการไทย”  
รวมบทความเกี่ยวกับทิศทาง  
เศรษฐกิจ และประสบการณ์  
ในการทำธุรกิจจีน  
เมื่อกันยายน 2554

แฟ้มข้อมูลรายมณฑลของจีน  
เมื่อกรกฎาคม 2555

BIC YEARBOOK  
ศึกษาโอกาส เรียนจากผู้รู้  
แห่งการเปลี่ยนแปลง 2014  
เมื่อกันยายน 2557

BIC YEARBOOK  
ศึกษาโอกาส เรียนจากผู้รู้  
แห่งการเปลี่ยนแปลง 2017  
เมื่อกันยายน 2560

BIC YEARBOOK 2018  
INNOVATIVE E-COMMERCE  
รู้ให้ลึก ผนึกกลยุทธ์  
เจาะตลาดจีน  
เมื่อตุลาคม 2561

BIC YEARBOOK 2019  
CONSUMPTION UPGRADE  
โอกาสใหม่ของสินค้า  
และบริการไทยในตลาดจีน  
เมื่อธันวาคม 2562

BIC YEARBOOK 2021  
ส่งเงินยุคโควิด-19  
กับโอกาสของธุรกิจไทย  
เมื่อธันวาคม 2564

BIC YEARBOOK 2022  
ฝ่าวิกฤตโควิด-19  
พินิจโอกาสทางธุรกิจ  
ในแดนมังกร  
เมื่อกันยายน 2565



# สารบัญ

## ศึกษาโอกาส

- 012 จับตาเทรนด์บริโภคของ  
ชาวจีนในยุคหลังโควิดโอกาส  
และความเปลี่ยนแปลง  
ด้านการบริโภคอาหารที่  
ผู้ประกอบการไทยต้องรู้!
- 020 คอยเฟื่อง เรื่อง “มะม่วง” :  
โอกาสและความท้าทาย  
ของมะม่วงไทยในตลาดจีน
- 032 ส่องตลาดผลิตภัณฑ์แม่  
และเด็กจีนในยุคเด็กเกิดน้อย
- 044 อนาคต R3A หลังรถไฟฟ้า-ลาว  
ขนส่งผลไม้เข้าจีน  
ผ่านด่านรถไฟโมฮานาได้
- 054 “เครื่องดื่มมะพร้าวรูปแบบใหม่”  
โอกาสใหม่ของอุตสาหกรรม  
มะพร้าวไทยในจีนตะวันตก  
เฉียงเหนือ
- 070 จัดจ้องศักยภาพ NEV  
ในเขต YRD...โอกาสที่ไทย  
ไม่ควรพลาด
- 090 การพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว  
ของมณฑลฝูเจี้ยน และโอกาส  
ความร่วมมือกับไทย
- 112 โอกาสของบริษัท StartUp ไทย  
ในฮ่องกงพร้อมเงินสนับสนุน  
ธุรกิจ

## เรียนจากผู้รู้

- 122 เจาะลึก “Wanghong  
Economy” ผู้ทรงอิทธิพล  
บนโลกออนไลน์ เทรนด์ใหม่  
ในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล
- 138 รู้จักโรงงานกำจัดเครื่องใช้ไฟฟ้า  
ในครัวเรือนแห่งแรกของจีน
- 146 เรียนรู้การทำธุรกิจการเงิน  
ผ่าน “Sexy Tea” เครื่องดื่ม  
ชาสมุนไพรนิยมในนครฉางซา
- 156 บทวิเคราะห์ตลาดผู้สูงอายุ  
ฮ่องกงกับโอกาสของธุรกิจ  
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทย  
(Medical & Wellness Tourism)



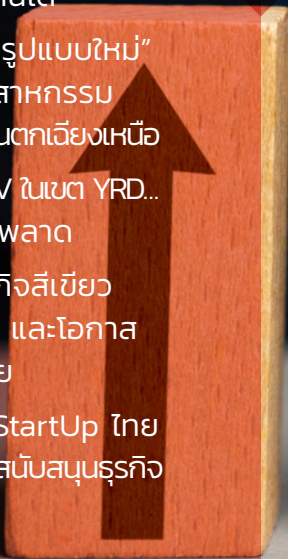
- 166 โอกาสมาถึงแล้ว กว่างซีชู  
Digital Construction ปักธง  
อาเซียน แจกจัดหนัก
- 174 ทำความรู้จัก “แอปเปิล  
เยียนไถ่” แอปเปิลชื่อดังเมืองจีน  
ตำนานแอปเปิลลูกแรกของจีน

## เฟื่องดูการเปลี่ยนแปลง

- 186 ไฟฟ้าพลังงานลมใน YRD  
นำจับตา...ตอบโจทย์  
การพัฒนาพลังงานทดแทน  
ของไทย
- 198 การเป็นรัฐบาลดิจิทัลของจีน
- 210 การพัฒนาอุตสาหกรรมเกม  
และแอนิเมชันในเมืองเซี่ยเหมิน  
และโอกาสการลงทุนในไทย
- 220 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
ข้ามพรมแดน ณ  
มณฑลกว่างตุง กับโอกาส  
และความท้าทายของไทย
- 228 ศึกษาศักยภาพเศรษฐกิจ  
นครเฉิงตู เมืองที่คว้าอันดับ 1  
ในการจัดอันดับ “เมืองที่ดึงดูด  
การลงทุนมากที่สุดของจีน”  
ต่อเนื่อง 10 สมัย
- 238 ส่อง “ฉางอันห้าหัว” ปี 2023  
ฟันเฟืองสำคัญ ขับเคลื่อนการค้า  
ระหว่างประเทศของนครซีอาน

## ศึกษาโอกาส

- จับตาเทรนด์บริโภคของชาวจีน ในยุคหลังโควิด ติดตามโอกาส และความเปลี่ยนแปลงด้านการบริโภค อาหารที่ผู้ประกอบการไทยต้องรู้!
- คุยเฟื่อง เรื่อง “มะม่วง” : โอกาสและความท้าทาย ของมะม่วงไทยในตลาดจีน
- ส่งตลาดผลิตภัณฑ์แม่และ เด็กจีนในยุคเด็กเกิดน้อย
- อนาคต R3A หลังรถไฟจีน-ลาวขนส่งผลไม้เข้าจีน ผ่านด่านรถไฟโมฮานาได้
- “เครื่องดื่มมะพร้าวรูปแบบใหม่” โอกาสใหม่ของอุตสาหกรรม มะพร้าวไทยในจีนตะวันตกเฉียงเหนือ
- จดจ้องศักยภาพ NEV ในเขต YRD... โอกาสที่ไทยไม่ควรพลาด
- การพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว ของมณฑลฝูเจี้ยน และโอกาส ความร่วมมือกับไทย
- โอกาสของบริษัท StartUp ไทย ในฮ่องกงพร้อมเงินสนับสนุนธุรกิจ



จับตาเทรนด์  
บริโภคของชาวจีน  
ในยุคหลังโควิด  
ติดตามโอกาสและ  
ความเปลี่ยนแปลง  
ด้านการบริโภคอาหาร  
ที่ผู้ประกอบการไทย  
ต้องรู้!



ช่วงต้นเดือนธันวาคมที่ผ่านมา รัฐบาลจีนได้ประกาศผ่อนคลายมาตรการควบคุมโควิด-19 ทั่วประเทศ หลังบังคับใช้มาตรการที่เข้มข้น เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 มาอย่างต่อเนื่องถึงสามปี อย่างไรก็ตาม ถึงแม้การควบคุมที่เข้มงวดจะจบลง แต่จำนวนผู้ติดเชื้อก็เพิ่มสูงขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยชาวจีนส่วนใหญ่ที่ติดเชื้อยังคงต้องพักรักษาตัวที่บ้าน และบางส่วนที่มีความกังวลยังคงหลีกเลี่ยงการออกนอกบ้านพบปะเพื่อนฝูงหรือรับประทานอาหารนอกบ้านอีกด้วย ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อทำให้รูปแบบพฤติกรรมบริการบริโภคของชาวจีนเปลี่ยนแปลงไป

ซึ่งในบทความนี้ ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ประจำสถานกงสุลใหญ่ นครกว่างโจว จะมาเล่าถึง **“เทรนด์สินค้าอาหารและเครื่องดื่มของจีน”** เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยที่สนใจสามารถพิจารณารูปแบบสินค้าที่เหมาะสมและตอบโจทย์ผู้บริโภคชาวจีนในยุคหลังโควิด-19 นี้

ข้อมูลจากบริษัท Kantar Worldpanel ปี 2565 เผยว่า ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ผลลัพธ์ด้านอาหารและเครื่องดื่มที่เน้นการส่งเสริมสุขภาพเติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะ เครื่องดื่มอัดลมไม่มีน้ำตาล เยลลี่อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ และนมโปรตีน

ในขณะเดียวกัน แปรนอาหารและเครื่องดื่มในจีนต่างปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการและความรู้สึกสงบในสินค้าเพื่อดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มใหม่อีกด้วย แต่ผู้อ่านทราบหรือไม่ว่า ภายหลังการยกเลิกมาตรการควบคุมโรคที่เข้มงวด แนวโน้มพฤติกรรมบริการบริโภคของชาวจีนได้เปลี่ยนแปลงไปอีกครั้ง โดยมีแนวโน้มที่ต้องติดตาม ดังนี้

### กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เน้นความสะดวกรวดเร็ว

สินค้าอาหารสำหรับ **“หม้อทอดไร้น้ำมัน”** ในช่วงที่ผ่านมา หม้อทอดไร้น้ำมัน (Air Fryer) เป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนที่ได้รับความนิยมในจีนอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการใช้งานที่สะดวกและสามารถปรุงอาหารได้หลากหลายมากกว่าเตาอบหรือ

*หม้อทอดไร้น้ำมันเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนที่ได้รับความนิยมในจีน เนื่องจากมีการใช้งานที่สะดวกและปรุงอาหารได้หลากหลาย*

ไมโครเวฟ ดังนั้น ผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าในจีนต่างมุ่งเน้นการพัฒนาให้หม้อทอดไร้น้ำมันสามารถปรุงอาหารได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ผู้ผลิตสินค้าอาหารต่างเริ่มหันมาผลิตสินค้าสำหรับหม้อทอดไร้น้ำมันเพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้หม้อทอดไร้น้ำมันมากขึ้นด้วย เช่น เทอหม่า (盒马) ซุปเปอร์มาเก็ตและแพลตฟอร์มค้าปลีกแนวใหม่ที่อยู่ภายใต้การบริการของบริษัทในเครืออาลีบาบา ได้ออกผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับหม้อทอดไร้น้ำมันโดยเฉพาะ อาทิ ปูทอดกระเทียมและหมูกรอบ และบริษัทอาหารซานฮวน (三全) ได้ออกผลิตภัณฑ์ อาทิ ลูกชิ้นทอด หมูซุบแป้งทอด และไส้กรอกย่าง เป็นต้น

**เครื่องปรุงรสสำเร็จรูป** นอกเหนือจากอาหารสำเร็จรูปที่กำลังได้รับความนิยม ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสสำเร็จรูปก็เป็นอีกหนึ่งแนวโน้มสินค้าอาหารที่กำลังได้รับความสนใจจากผู้บริโภคชาวจีนเช่นกัน โดยเฉพาะ





## ตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์สำหรับหม้อทอดไร้น้ำมัน



ปูทอดกระเทียม



ลูกชิ้นทอด

“ซูพหม้อไฟสำเร็จรูป” ซึ่งผู้บริโภคสามารถรับประทานซูพหม้อไฟ ซาบู หรือหม้อไฟได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยตลาดเครื่องปรุงสำเร็จรูปเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 11 ต่อปี และคาดการณ์ว่าภายในปี 2565 ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงสำเร็จรูปจะมีมูลค่าสูงถึง 1.78 แสนล้านบาท (25,797 ล้านบาท สหรัฐ)

### กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เน้นสุขภาพกายและใจ

สินค้าเพื่อสุขภาพ ปฏิเสธไม่ได้ว่านอกเหนือจากความอึดท้องแล้วคุณค่าทางความรู้สึกที่ผู้บริโภคจะได้รับจากสินค้าก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญสำหรับการแข่งขันในตลาดสินค้าอาหารในจีน ผู้บริโภคชาวจีนหันมาให้ความสนใจ “ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยบรรเทาความกังวลด้านสุขภาพ” มากขึ้นภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดย “เอกสารปกขาว

ว่าด้วยการปรับปรุงสุขภาพแห่งชาติ และภูมิคุ้มกันในยุคหลังการระบาดใหญ่หลังปี 2021” ของ iResearch ชี้ให้เห็นว่า ผู้บริโภคชาวจีนมากกว่าร้อยละ 90 เริ่มหันมาให้ความสนใจในการเพิ่มภูมิคุ้มกันของตนเพื่อเผชิญหน้ากับโรคระบาด โดยนอกจากการออกกำลังกายให้แข็งแรงแล้ว ผู้บริโภคชาวจีนยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มการใช้ยาเพื่อซื้ออาหารเพื่อสุขภาพเพื่อเพิ่มภูมิคุ้มกันอีกด้วย

เครื่องดื่ม DIY ข้อมูลจากบทวิเคราะห์เทรนด์ผู้บริโภคของโลกในปี 2565 (Global Consumer Trends 2022) ที่จัดทำโดยบริษัท Mintel ระบุว่าในช่วงการดำเนินมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่เข้มงวด เครื่องดื่ม DIY หรือ เครื่องดื่มที่สามารถปรับสูตรได้เองเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถเยียวยาจิตใจให้แก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี บทวิเคราะห์เทรนด์ตลาดผู้บริโภคของจีน ประจำปี 2565 ที่จัดทำ

โดยบริษัท CTR ระบุว่า เมื่อช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน 2565 ยอดจำหน่ายกาแฟสำเร็จรูปขยายตัวกว่าร้อยละ 42 และนมข้าวโอ๊ต ขยายตัวกว่าร้อยละ 88 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 รวมถึงเทรนด์การค้นหา “สูตรกาแฟ+นม” ได้กลายเป็นหัวข้อที่ได้รับความนิยมสูงขึ้น นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ชาและกาแฟสำเร็จรูปในจีนนับว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการแข่งขันสูงโดยผู้ผลิตต่างใช้เทคโนโลยีเพื่อถนอมกลิ่นรสชาติ และคุณค่าทางโภชนาการไว้ให้ได้มากที่สุด รวมถึงการผสมและจับคู่ชากาแฟ กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อาทิ น้ำผลไม้ ก็ได้กลายเป็นจุดขายที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี



### ผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่ม “Work from Home”

Work from Home หรือ การทำงานที่บ้านกลายเป็นรูปแบบการทำงานในยุคโควิด-19 และยุคหลังโควิด-19 กลายเป็นรูปแบบการทำงานที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในจีน การทำงานที่บ้านในบรรยากาศที่ผ่อนคลายอาจทำให้ ความตื่นตัวลดลง และอาจทำให้เกิดความรู้สึกเฉื่อยชา จนอาจกระทบต่อประสิทธิภาพและสมาธิในการทำงาน ดังนั้น ผู้ประกอบการอาจออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่ม WorkFormHome โดยอาจแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้ (1) ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยในการทำงาน โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยให้เกิดความกระปรี้กระเปร่า กระตุ้นสมอง และทำให้เกิดสมาธิในการทำงาน เช่น เครื่องดื่มชูกำลัง หรือลูกอมต่าง ๆ (2) ผลิตภัณฑ์สำหรับการพักผ่อน ในช่วงพักผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่ช่วยบรรเทาความอ่อนล้าจากการทำงาน รวมถึงฟื้นฟูร่างกายให้คืนสู่สภาพพร้อมทำงาน เช่น กาแฟสำเร็จรูปหรือชาผลไม้ (3) ผลิตภัณฑ์ให้พลังงาน โดยผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับจุดประสงค์ของอาหารแต่ละมื้อ โดยเฉพาะกลุ่มอาหารสำเร็จรูปแบบรับประทานได้ทันที เช่น มื้อเช้าต้องเสริมพลังงานช่วยให้พร้อมทำงาน

ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการนำสินค้าเข้ามาในจีน  
นอกเหนือจากการพิจารณาประเภทสินค้า รูปแบบและขนาด  
ของบรรจุภัณฑ์แล้ว อาจจะต้องพิจารณาถึงต้นทุนสินค้า  
เพื่อให้สินค้าสามารถสร้างความได้เปรียบด้านราคา

มือเพียงต้องสะดวกรวดเร็ว เป็นต้น  
**(4) ผลិតภัณฑ์ขบเคี้ยวยามบ่าย**  
หลังความเหนื่อยล้าจากการทำงาน  
ผู้บริโภคต้องการเติมความสุขด้วย  
การบริโภคตามใจโดยที่ไม่ละเลย  
สุขภาพจนเกินไป เช่น ซีอ็อกโกแลต  
แคลเลอรี่ต่ำ ถั่วอบกรอบต่าง ๆ เป็นต้น

### บรรจุภัณฑ์เก็บได้นานและขนาด กระทัดรัด

ถุงรีทอร์ทเพาซ์ แนวโน้มความนิยม  
ในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม  
ในยุคหลังโควิด-19 นอกจากจะเน้น  
ความสะดวกในการรับประทานแล้ว  
แต่ยังต้องคำนึงถึง “ระยะเวลาใน  
การเก็บรักษา” ด้วย โดยบรรจุภัณฑ์

สำหรับอาหารสำเร็จรูปที่กำลังได้รับความ  
นิยมนิยมและตอบโจทยดังกล่าวในจีน  
คือ ถุงรีทอร์ทเพาซ์ (Retort Pouch)  
ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหาร  
สำเร็จรูปที่ทำมาจากฟิล์มหลายชั้น  
มีความแข็งแรง ทนความร้อนสูง  
สามารถเก็บรักษาคุณภาพอาหาร  
ได้นาน อีกทั้งยังสามารถเก็บไว้ใน  
อุณหภูมิห้องได้ด้วย

บรรจุภัณฑ์กระทัดรัด ในช่วง  
โควิด-19 และช่วงหลังโควิด-19 อาหาร  
สำเร็จรูปแช่แข็งเป็นอีกรูปแบบ  
ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจาก  
ผู้บริโภคชาวจีน โดยในช่วงที่ผ่านมา  
ผู้บริโภคชาวจีนที่นิยมซื้ออาหาร  
แช่แข็งต่างประสบปัญหาพื้นที่ในตู้เย็น



อาหารสำเร็จรูปบรรจุถุงรีทอร์ทเพาซ์



ซูปสำเร็จรูปบรรจุถุงรีทอร์ทเพาซ์



ไม่เพียงพอ ดังนั้น ผู้ประกอบการ  
ที่กำลังพิจารณานำสินค้าทั้งแช่แข็ง  
และสินค้าทั่วไปเข้ามาทำตลาดในจีน  
อาจต้องพิจารณา “ขนาดบรรจุภัณฑ์”  
ที่มีขนาดกระทัดรัด สามารถเก็บ  
ในพื้นที่ที่จำกัดได้ ซึ่งขนาดของสินค้า  
อาจเป็นจุดขายสำคัญที่สามารถดึงดูด  
ผู้บริโภคชาวจีนได้เช่นกัน

ข้อมูลจากบทวิเคราะห์เทรนด์  
ผู้บริโภคของโลกในปี 2565 (Global  
Consumer Trends 2022) โดยบริษัท  
Mintel ยังระบุว่า ปัจจุบัน ผู้บริโภค  
ชาวจีนกว่าร้อยละ 68 ควบคุมการใช้จ่าย  
และกำหนดงบประมาณอย่างเข้มงวด  
ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการนำ  
สินค้าเข้ามาในจีน นอกเหนือจาก  
การพิจารณาประเภทสินค้า รูปแบบ  
และขนาดของบรรจุภัณฑ์ อาจจะต้อง  
พิจารณาถึงต้นทุนสินค้าเพื่อให้สินค้า

ของท่านสามารถสร้างความได้เปรียบ  
ด้านราคา และช่วยให้สินค้าสามารถ  
แข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ดี  
ยิ่งขึ้นด้วย

ปัจจุบัน ถึงแม้การดำเนินมาตรการ  
ป้องกันการระบาดที่เข้มงวดจะผ่อน  
คลายลงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม  
ปัญหาการแพร่ระบาดของโควิด-19  
ยังไม่ได้คลี่คลายลงโดยสิ้นเชิง  
การกักตัวอยู่ในบ้านหลังการติดเชื้อ  
ยังคงเป็นแนวโน้มที่จะดำเนินต่อไป  
อย่างแน่นอน ดังนั้น ผู้ประกอบการที่  
สนใจตลาดจีนหลังยุคโควิด-19 สามารถ  
นำสินค้าที่เหมาะสมกับรูปแบบการใช้  
ชีวิตรูปแบบใหม่ในจีน เพื่อตอบสนอง  
ความต้องการของผู้บริโภคชาวจีน  
ตลอดจนเกื้อหนุนรูปแบบการใช้ชีวิต  
ของผู้บริโภคในยุคหลังโควิด-19 นี้

คุยเฟื่อง  
เรื่อง “มะม่วง” :  
โอกาสและ  
ความท้าทาย  
ของมะม่วงไทย  
ในตลาดจีน

รู้หรือไม่ว่า...เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง เป็นมณฑลหนึ่งในจีนที่สามารถปลูกผลไม้เมืองร้อนได้หลากหลายชนิดตลอดทั้งปี ด้วยสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยทำให้กว่างซีได้รับการขนานนามว่าเป็น “สวนผลไม้หลังบ้าน” ของจีน

ในขณะที่ประเทศไทย ...อย่างเข้าเดือนหก ฝนก็ตกพรำพรำ กบมันก็ร้องจิ้งจก ระวังไปทั่วท้องนา.... แต่ที่กว่างซีเมื่ออย่างเข้าเดือนหกเป็นช่วงที่ผลไม้หน้าร้อนจะเริ่มทยอยออกสู่ตลาดไม่ว่าจะเป็นลิ้นจี่ มะม่วง และลำไย ตอนที่ผู้เขียนกำลังเขียนบทความฉบับนี้อยู่ก็เป็นช่วงที่กว่างซีกำลังเข้าสู่ “หน้ามะม่วง” ในบทความฉบับนี้ขอถือโอกาสมาเล่าเรื่องเกี่ยวกับ “มะม่วง” ของกว่างซีกัน

“มะม่วง” เป็นหนึ่งในผลไม้เมืองร้อนที่ได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวจีน ทั้งการรับประทานผลสด มะม่วงแปรรูปหรือแม้กระทั่งการนำไปปรุงกับอาหารคาว เป็นที่น่าสังเกตว่าพื้นที่จีนตอนใต้และภาคตะวันตกของจีนเป็นแหล่งปลูกมะม่วงที่สำคัญ มีสายพันธุ์ที่หลากหลาย (บางสายพันธุ์ซ้ำซ้อนกับที่นิยมปลูกในไทย เช่น เชี่ยวเสวย งามช้าง)

เมื่อพูดถึงมะม่วงของกว่างซีต้องพูดถึง...เมืองไปเซ่อ (Baise City/百色市) เพราะเป็นแหล่งปลูกมะม่วง



ที่มีขนาดใหญ่และมีชื่อเสียงมากที่สุดของประเทศ กว่าที่จะเป็น “ที่หนึ่ง” ในวงการมะม่วงจีน ต้องย้อนกลับไปเมื่อ 30 กว่าปีที่แล้ว ที่รัฐบาลไปเซ่อได้เริ่มวางยุทธศาสตร์ให้ “มะม่วง” เป็นอุตสาหกรรมเสาหลักที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและช่วยให้ประชาชนหลุดพ้นจากความยากจน

ข้อมูล ณ สิ้นปี 2564 เมืองไปเซ่อมีพื้นที่ปลูกที่พร้อมให้ผลผลิต 4.58 แสนไร่ ชาวสวนมะม่วงในเมืองไปเซ่อมีการปลูกมะม่วงมากกว่า 30 สายพันธุ์ เริ่มเก็บเกี่ยวตั้งแต่เดือนมิถุนายนยาวไปจนถึงปลายเดือนสิงหาคมของทุกปี โดยคาดว่า ปี 2565 ผลผลิตมะม่วงจะทะลุ 1 ล้านตันเป็นครั้งแรก กำลังการผลิตคิดเป็น 30% ของทั้งประเทศ และคาดว่าเฉพาะมะม่วงสด จะสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้มากกว่า 5,500 ล้านบาท หรือเกือบ 30,000 ล้านบาทเลยทีเดียว

เมื่อเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา รัฐบาลเมืองไปเซ่อเพิ่งจัดแถลงข่าวการเริ่มเก็บเกี่ยวและจำหน่ายมะม่วงในเมืองไปเซ่ออย่างเป็นทางการ ผู้อ่านหลายท่านอาจมีคำถามว่า... ชาวสวนจะเก็บ จะขายมะม่วง ทำไมต้องรอสัญญาณจากรัฐบาล???

เพราะนี่เป็น “มาตรการจัดระเบียบตลาดมะม่วง” ที่เริ่มใช้มาตั้งแต่ปี 2558 ด้วยการกำหนดเวลาการเก็บเกี่ยวมะม่วง เพื่อป้องกันปัญหาการเก็บผลมะม่วงอ่อน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของมะม่วงไปเซ่อ และเป็นการสร้างหลักประกันด้านคุณภาพ รสชาติ และความสุขของผลมะม่วงที่ออกสู่ตลาด ที่สำคัญ

เป็นการสร้างอำนาจการต่อรองให้มะม่วงได้ราคาดี ซึ่งภาคเกษตรไทยสามารถนำไปปรับใช้กับผลไม้ไทยได้

เมืองไปเซ่อยังมีแนวทางการพัฒนา “อุตสาหกรรมมะม่วง” ที่หลากหลายและน่าสนใจ ซึ่งประเทศไทยสามารถเรียนรู้และนำไปประยุกต์ใช้ได้ โดยนอกเหนือจากมีนโยบายสนับสนุนการปลูกแล้วรัฐบาลยังส่งเสริมการลงทุนด้านการแปรรูปมะม่วงเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้า และแก้ไขปัญหาผลผลิตล้นตลาด รวมถึงมีการจัดตั้ง “สถาบันวิจัยมะม่วง” เพียงแห่งเดียวในจีน เพื่อส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีด้านการพัฒนาสายพันธุ์และเทคนิคการปลูกมะม่วงหลากหลาย





สายพันธุ์ ซึ่งถือเป็นต้นแบบการเรียนรู้สำหรับประเทศไทยได้แทบทั้งสิ้น

แม้ว่าประเทศจีนจะสามารถปลูกมะม่วงได้ แต่ผลผลิตยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างเต็มที่ และปฏิเสธไม่ได้ว่า... มะม่วงนำเข้าจากต่างประเทศมีคุณภาพ รสชาติ และเนื้อสัมผัสที่พิเศษแตกต่างจากมะม่วงท้องถิ่น จากสถิติศุลกากรจีน พบว่าปี 2564 ประเทศจีนนำเข้ามะม่วง (พิกัดศุลกากร 08045020) น้ำหนักรวม 14,460 ตัน มูลค่าการนำเข้า 135 ล้านบาทในภาพรวม “มะม่วงไทย” ยังครองแชมป์ในตลาดจีนทั้งในด้านมูลค่าและปริมาณ (43.02% ในเชิงมูลค่าและ 39.08% ในเชิงปริมาณ)

อย่างไรก็ดี ปริมาณการนำเข้ามะม่วงของจีนมีแนวโน้มลดลงจากปีก่อนหน้า โดยปัจจัยสำคัญมาจาก

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่เป็นอุปสรรคต่อกระบวนการนำเข้า-ส่งออกสินค้าผ่านระบบห่วงโซ่ความเย็นไม่ว่าจะเป็นกระบวนการขนส่ง กระบวนการทางพิธีการศุลกากร การตรวจสอบกักกันโรคพืชและแมลงศัตรูพืช และการตรวจและฆ่าเชื้อบนบรรจุภัณฑ์ด้านนอก (ผลไม้ชนิดอื่น ส่วนใหญ่มีแนวโน้มเป็นไปในทิศทางเดียวกัน)

ทั้งนี้ หากพิจารณาจากปริมาณการนำเข้าเป็นรายมณฑล(เทียบเท่า) พบว่า เขตฯ กว่างซีจ้วง ยังคงเป็นมณฑลที่มีปริมาณการนำเข้ามะม่วงมากที่สุดในประเทศจีน (คิดเป็น 34.88% ของทั้งประเทศ) ตามมาด้วยมณฑลฝูเจี้ยน มณฑลเจ้อเจียง มณฑลยูนนาน และมณฑลกว่างตง (ในแง่มูลค่าการนำเข้ารายมณฑลได้แก่

มณฑลฝูเจี้ยน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นมะม่วงใต้หัวน มณฑลเจ้อเจียง มณฑลกว่างตง เขตฯ กว่างซีจ้วง และนครเซี่ยงไฮ้)

อย่างไรก็ดี การนำเข้ามะม่วงของเขตฯ กว่างซีจ้วง ส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศเวียดนาม เนื่องจากมีพรมแดนติดกัน (51.06% ของปริมาณนำเข้าจากต่างประเทศ) ทั้งนี้ ยังไม่นับรวมมะม่วงที่นำเข้าผ่านการค้าชายแดน (และมะม่วงไทยใส่อาวหุญาเพื่อใช้สิทธิการค้าชายแดน) ซึ่งไม่ได้ถูกรวมในระบบข้อมูลของศุลกากรแห่งชาติด้วย รองลงมาเป็นมะม่วงกัมพูชา (สัดส่วน 47.51%) และมะม่วงไทยปริมาณ 72 ตัน คิดเป็นสัดส่วนเพียง 1.43% เท่านั้น

ภาพรวมปี 2564 การนำเข้า “มะม่วงไทย” ของจีน แม้ว่ามะม่วงไทยยังคง “ยืนหนึ่ง” ในตลาดจีนด้วยสัดส่วน 39% ของปริมาณนำเข้ามะม่วง (ในเชิงมูลค่ามีสัดส่วน 43.02% ของมูลค่านำเข้า)



“มะม่วง” เป็นหนึ่งในผลไม้เมืองร้อนที่ได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวจีน ทั้งการรับประทานผลสดและมะม่วงแปรรูป

แต่การนำเข้ากลับมีแนวโน้มลดลงกว่าครึ่ง (จาก 11,710 ตันในปี 2563 เหลือ 5,651 ตันในปี 2564) เนื่องจากปริมาณการนำเข้าของมณฑลที่เคยนำเข้ามะม่วงไทยเป็นจำนวนมากกลับ “ลดฮวบ” ในปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะมณฑลยูนนาน (ลดลง 2,457 ตันจากปี 2563) มณฑลฝูเจี้ยน (ลดลง 1,958 ตัน) มณฑลกว่างตง (ลดลง 1,254 ตัน) เขตฯ กว่างซีจ้วง (ลดลง 1,120 ตัน) มณฑลชานตง (ลดลง 451 ตัน)

ด้วยเหตุใด.... ทำไมจีนถึงนำเข้ามะม่วง(ไทย) “ลดฮวบ” เดิมทีปี 2563 เกือบ 50% ของการนำเข้ามะม่วงไทยเป็นการนำเข้าของมณฑลชายแดนอย่างยูนนาน (37.89%) และกว่างซี (10.19%) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการขนส่งด้วยรถบรรทุก จึงพอประเมินได้ว่า... เป็นเพราะสถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อ การขนส่งและการดำเนินพิธีการศุลกากรที่ด่านชายแดน (การเปิด-ปิดด่านกระทันหัน รถบรรทุกรอคิวนาน/ตกค้าง) ทำให้ผู้นำในพื้นที่



เกิดความไม่มั่นใจและชะลอการนำเข้า ก็เป็นได้ เนื่องจากมะม่วงสดเป็นผลไม้ที่มีความบอบบางและเน่าเสียง่าย

เมื่อสถานการณ์เป็นเช่นนี้.... แล้วตลาดมะม่วงไทยในจีน ยังมีโอกาสเติบโตอยู่หรือไม่ ต้องบอกว่า... ท่ามกลางข่าวร้าย ก็ยังมีข่าวดีอยู่บ้าง ปี 2564 มณฑลเจ้อเจียงเป็น “พระเอก เบอร์ 1” ในการนำเข้ามะม่วงไทยชนิดที่เรียกว่า “ฟ่งสวนกระแสด” เลยกี่ว่าได้ คิดเป็นปริมาณนำเข้าจากไทย 1,501 ตัน (เพิ่มขึ้น 1,089 ตันจากปี 2563) คิดเป็นมูลค่านำเข้า 16.75 ล้านหยวน นับเป็นมูลค่าสูงสุดของมณฑลในจีน (ปี 2563 มูลค่า 5.6 ล้านหยวน) ยังไม่นับรวมตลาดใหม่อย่างนครฉงชิ่ง และมณฑล

.....  
*ช่วงสถานการณ์ไม่ปกติ จากโควิด-19 ทำให้ชาวจีน “คิดถึงเมืองไทย” “คิดถึงอาหารไทย” เชื่อว่าเมนู “ข้าวเหนียวมะม่วง” เป็นรายการของหวานบนเมนู ร้านอาหารไทยในจีนแทบทุกแห่ง*  
.....



เจียงซู ที่มีแนวโน้มการนำเข้ามะม่วง ไทยมากขึ้นเช่นกัน

มองหา ‘โอกาส’ ของมะม่วงไทย ในช่วงสถานการณ์ไม่ปกติจากโควิด-19 ทำให้ชาวจีน “คิดถึงเมืองไทย” “คิดถึงอาหารไทย” เชื่อว่าเมนู “ข้าวเหนียวมะม่วง” เป็นรายการของหวานบนเมนูร้านอาหารไทยในจีนแทบทุกแห่ง จึงเป็นโอกาสที่ดีในการส่งเสริมการบริโภค ‘มะม่วงน้ำดอกไม้ไทย’ ในตลาดจีน เพราะด้วยรสชาติและเนื้อสัมผัสของมะม่วงน้ำดอกไม้ไทยแล้ว ไม่สามารถทดแทนด้วยมะม่วงท้องถิ่นได้เป็นแน่

ช่วงเวลาการออกสู่ตลาดที่คลาดกัน ก็เป็นโอกาสทางการตลาดที่มะม่วงไทย

จะเข้ามาขยายตลาดในพื้นที่กว้างซี และกระจายสู่มณฑลรอบข้างได้ เพราะว่ามีมะม่วงไทยออกสู่ตลาดก่อนในช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม ขณะที่มะม่วงไปเซอจะออกสู่ตลาดในช่วงเดือนมิถุนายน-สิงหาคม ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ในปัจจุบัน ผู้ส่งออกไทยสามารถใช้จุดแข็งด้านที่ตั้งของกว้างซีที่อยู่ไม่ไกลจากประเทศไทยในการส่งออกมะม่วงไปทำตลาดจีนผ่านกว้างซีได้ โดยเฉพาะด่านท่าเรือ ในเส้นทางขนส่งท่าเรือแหลมฉบัง-ท่าเรือชินโจว ซึ่งมีอยู่สี่ท่าที่หลายหลายเที่ยวและมะม่วงเขมรก็ใช้ช่องทางการขนส่งนี้อยู่ด้วย หรืออาจพิจารณาใช้การขนส่งทาง

เครื่องบินผ่าน “ด่านท่าอากาศยานนานาชาติ อู่ฮั่นนครหนานหนิง” (รหัสท่าอากาศยาน IATA : NNG) ใช้เวลาบินเพียง 2 ชั่วโมง ซึ่งเป็นช่องทางใหม่ล่าสุดที่สามารถใช้ตอบโจทยผลไม้พรีเมียม/บอบช้ำง่ายอย่างมะม่วง

ประเด็น “มะม่วงเขมร” เป็นเรื่องที่ต้องจับตาอย่างใกล้ชิดเพราะปีที่ผ่านมา มะม่วงกัมพูชาถือเป็น “ม้ามีด” ในวงการส่งออกมะม่วงที่เข้ามาตีตลาดจีน หลังจากที่ศุลกากรแห่งชาติจีน หรือ GACC เพิ่งอนุญาตให้ “มะม่วง” เป็นผลไม้สดชนิดที่ 2 ของกัมพูชา (ต่อจากกล้วยหอม) ที่สามารถส่งออก ไปประเทศจีนได้เมื่อปี 2563 และเพิ่งจะมีการนำเข้าล็อตแรกเมื่อเดือน

.....  
*ลองคิดดูเล่น ๆ ว่า... หากผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตชาวจีนสั่งมะม่วง ผ่านระบบออนไลน์เพียงแค่นั่งลูก ประเทศไทยเราจะสร้างยอดขาย ได้มากแค่ไหน?*  
.....

พฤษภาคม 2564 ด้วยระยะเวลาสั้น ๆ ไม่ถึงปี มะม่วงเขมรเข้าไปทำส่วนแบ่ง ตลาดได้ 23.12% ของปริมาณนำเข้า ทั้งประเทศ

เป็นที่น่าสังเกตว่า...ราคาเฉลี่ยของ มะม่วงเขมรที่เข้าประเทศจีนมี “ราคาถูกมาก” เพียงกิโลกรัมละ 2.02 หยวน เท่านั้น (เวียดนามกิโลกรัมละ 5.14



หยวน) ขณะที่ราคานำเข้าเฉลี่ยของ มะม่วงไทยอยู่ที่กิโลกรัมละ 10.30 หยวน สูงสี่กับมะม่วงไต้หวัน ที่เป็นเจ้าตลาด รองจากไทย ที่กิโลกรัมละ 14.17 หยวน (ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย และเปรู กิโลกรัมละ 74.03 / 49.05 และ 30.70 หยวน ตามลำดับ)

แม้ว่าขณะนี้ กัมพูชาจะได้รับ อนุญาตให้ส่งออกผลไม้ไปจีนได้เพียง 2 ชนิด แต่กัมพูชากำลังเดินหน้า ส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตร ไปตีตลาดจีนเพิ่มมากขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะผลไม้เมืองร้อนที่หลายชนิด มีลักษณะทับซ้อนกับผลไม้ไทย อาทิ ลำไย (ที่เพิ่งได้รับอนุมัติจากศุลกากร แห่งชาติจีนเมื่อ 19 พ.ค. 2565) ทุเรียน

(กำลังประสานกับฝ่ายจีนเพื่อศึกษา รายละเอียดเกี่ยวกับเงื่อนไข/มาตรการ ด้านสุขอนามัยที่เกี่ยวข้องของ ประเทศจีน พล. ขณะที่เวียดนาม ได้ส่งหนังสือพิธีสารไปยัง GACC แล้ว รอเพียง GACC จรดปลายปากกาเท่านั้น) แก้วมังกร ส้มโอ และมะพร้าวน้ำหอม

**การบ้านสำหรับผู้ส่งออกมะม่วงไทย** คือ การจัดการด้านสุขอนามัยพืช ของสวนผลไม้และโรงคัดบรรจุ การรักษาคุณภาพให้ได้ระดับพรีเมียม โดยเฉพาะการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ (packaging) ที่สามารถปกป้อง ผลมะม่วงระหว่างการขนส่ง เนื่องจาก มะม่วงเป็นผลไม้เปราะบางและ บอบช้ำง่าย จึงต้องใช้ความพิถีพิถัน

ปี 2564 มะม่วงมีอัตรา  
การเปลี่ยนแปลงไปสู่  
e-Commerce สูงถึง 60%  
และมียอดขายผ่านช่องทาง  
e-Commerce รวมมูลค่า  
ราว 4,600 ล้านบาท

ในการคัดเลือกบรรจุกฎเกณฑ์ที่แข็งแกร่ง  
ทนทาน และมีการเจาะรูเพื่อระบาย  
อากาศ เพื่อป้องกันไม่ให้มะม่วง  
อับชื้นจนเน่าเสียได้ง่าย ร่วมกับการใช้  
ระบบโลจิสติกส์ห่วงโซ่ความเย็น (cold  
chain) เพื่อรักษาความสดใหม่

ในกลุ่มผลไม้ตามฤดูกาล มะม่วง  
เป็นผลไม้ที่ถูกค้นหา (คำค้นหายอด  
นิยมสูงสุด) มากที่สุดกันติดต่อกัน 3 ปี  
ตั้งแต่ปี 2562 - 2564 ปีที่ผ่านมา  
(ปี2564)มะม่วงมีอัตราการเปลี่ยนแปลง  
ไปสู่ e-Commerce สูงถึง 60% และมี  
ยอดขายผ่านช่องทาง e-Commerce  
รวมมูลค่าราว 4,600 ล้านบาท

ดังนั้น การพัฒนาช่องทางการจัด  
จำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์  
เป็นอีกสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม เพราะด้วย  
พลเมืองเน็ต (Netizen) ของจีน ณ สิ้นปี  
2564 ที่มีมากมายมหาศาลกว่า  
1,032 ล้านคน (มากกว่าประชากรไทย  
14 เท่า) และผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต  
ผ่านมือถือ 1,029 ล้านคน และมี  
แนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ



การทำตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์  
จึงกลายเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ทางธุรกิจ  
ที่สำคัญ ที่จะทำให้ผู้ประกอบการ  
สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง อาทิ

- แพลตฟอร์ม e-Commerce อาทิ  
taobao.com (淘宝) jd.com (京东商城)  
suning.cn (苏宁易购)

- แอปพลิเคชันบนมือถือ อาทิ  
โปรแกรมชิตแชทอย่าง Wechat  
ที่สามารถห้อย Mini program  
ของร้านผลไม้เฟรนไชส์น้อยใหญ่  
และ Wechat moment ของผู้ค้า  
ผลไม้รายย่อย

- แอปพลิเคชัน Food Delivery อาทิ  
Meituan (美团) และ eleme (饿了么)  
ที่มักจะมีร้านผลไม้เฟรนไชส์น้อยใหญ่  
และร้านค้าผลไม้รายย่อยเปิดอยู่

- แอปพลิเคชันไลฟ์สด (Live  
streaming) ที่กำลังได้รับความนิยม  
อย่างมากในขณะนี้ อาทิ Tiktok  
(抖音) Kuaishou (快手) taobao  
(淘宝直播/点淘)

ในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศ  
เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิต  
ประจำวัน และแทบจะแฝงตัวในทุก  
กิจกรรมจนกลายเป็นส่วนหนึ่ง  
ของชีวิตและพฤติกรรมใหม่ให้กับ  
ผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น  
การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่าง  
เหมาะสมย่อมสร้างโอกาส “ทำเงิน”  
ให้กับผู้ที่พร้อมและมองเห็นโอกาสเสมอ





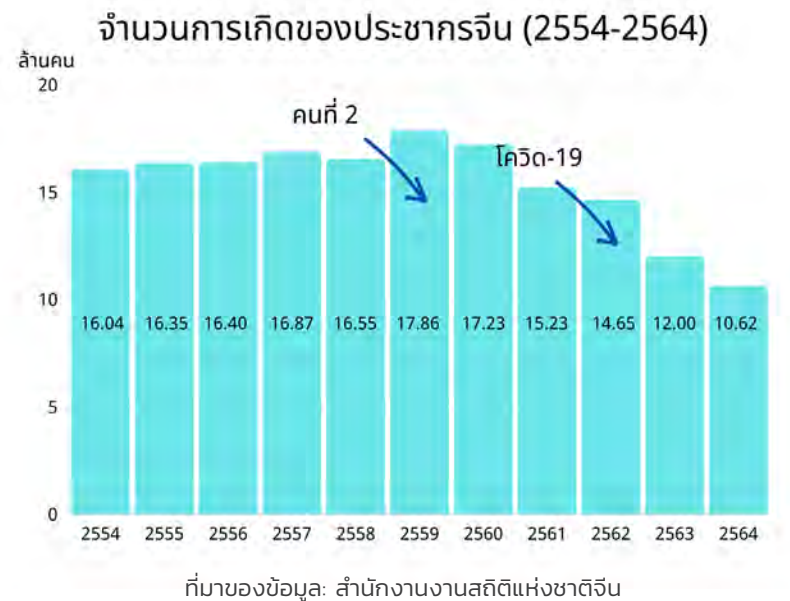
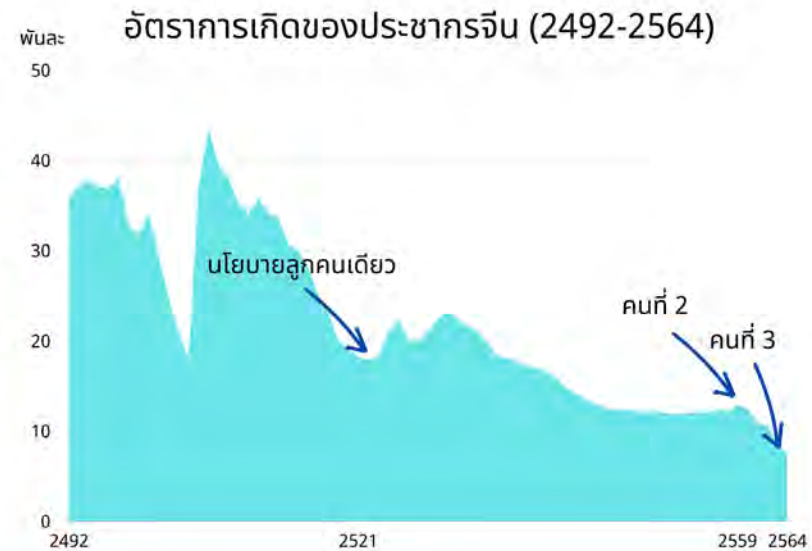
สองตลาด  
ผลิตภัณฑ์แม่และ  
เด็กจีนในยุค  
เด็กเกิดน้อย



ในปี 2564 อัตราการเกิดใหม่ของประชากรจีนลดและระดับต่ำสุดในรอบ 70 ปี หรือตั้งแต่ปี 2492 (ค.ศ. 1949) ที่พรรคคอมมิวนิสต์จีนขึ้นมากครองประเทศ แม้ว่าในปี 2559 รัฐบาลจีนได้เริ่มอนุญาตให้ประชาชนมีบุตรได้ 2 คน และต่อมาเมื่อปี 2564 จีนประกาศอนุญาตให้คู่สามีภรรยาสามารถมีบุตรได้ถึง 3 คน พร้อมมาตรการสนับสนุนต่าง ๆ ถึงกระนั้น อัตราการเกิดของจีนไม่ได้เพิ่มขึ้น แต่กลับมีแนวโน้มที่ลดลง แต่เนื่องด้วยปัจจัยตัวเร่งของตลาดแม่และเด็กมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเช่น มาตรฐานและคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การยกระดับการบริโภคของคนจีน การเพิ่มขึ้นของอัตราการจ้างงานของสตรีและ

การเพิ่มขึ้นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ทำให้การลดลงของอัตราการเกิดใหม่มีผลกระทบต่อตลาดแม่และเด็กในจีน ในทางกลับกัน ตลาดแม่และเด็กกลับยังคงสามารถขยายตัวได้เป็นอย่างดี

*คุณแม่จีนในยุค consumption upgrade หรือยุคที่มีการยกระดับพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เกิดหลังยุค 90s มีการศึกษาในระดับที่สูง*





แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับคุณแม่ที่ได้รับความนิยม 3 อันดับแรก  
ที่มาของข้อมูล: <https://www.chinapp.com/>

### มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก

ข้อมูลจากสถาบันอุตสาหกรรมแม่และเด็กจีน (China Commercial Maternal and Child Industry Institute: MACII) ระบุว่า มูลค่าของตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็กในจีนได้ขยายตัวจาก 2.59 ล้านล้านหยวนในปี 2560 เป็น 3.75 ล้านล้านหยวนในปี 2564 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีมากกว่าร้อยละ 11 และคาดว่าในปี 2566 มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็กนี้จะสามารถทะลุระดับ 4 ล้านล้านหยวนได้

### พฤติกรรมผู้บริโภค

คุณแม่จีนในยุค consumption upgrade หรือยุคที่มีการยกระดับพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เกิดหลังยุค 90s มีการศึกษาในระดับที่สูง มีความเป็นตัวของตัวเอง และมีอิสระทางการเงิน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาอาชีพของตน เลี่ยงลูกตามหลักวิทยาศาสตร์ และมักจะหาความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ผ่านแพลตฟอร์มโทรศัพท์มือถือ โดยคุณแม่มักจะตัดสินใจซื้อจากคำแนะนำของญาติ เพื่อน ผู้เชี่ยวชาญ และเนื้อหาในแพลตฟอร์มออนไลน์

จากผลการสำรวจของบริษัท iResearch บริษัทวิจัยการตลาดที่มีชื่อเสียงในจีน พบว่า คุณแม่ยุคหลัง 90s จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับแม่และเด็กเฉลี่ยร้อยละ 21 ถึงร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่ายครัวเรือนในแต่ละเดือน โดยคุณแม่มักจะเลือกซื้อ

1. ของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ผ้าอ้อมสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด/บำรุงผิวสำหรับเด็ก
2. ของเล่นและคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับแม่และเด็ก เช่น การ์ตูน เพลงและคอร์สเรียนสำหรับเด็ก

พฤติกรรม การซื้อของเหล่าคุณแม่ คือ จะเก็บข้อมูลและเปรียบเทียบอย่างละเอียดก่อนซื้อ โดยมองว่าราคานั้นสอดคล้องกับคุณภาพ ยอมที่จะจ่ายแพงกว่าเล็กน้อยเพื่อให้ได้ของที่คุณภาพดีกว่า

3. เสื้อผ้าและรองเท้า อาหาร เช่น นมผง อาหารเสริมและแคลเซียมสำหรับเด็ก

## 3 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แม่และเด็กของจีน (ปี 2564)



ที่มาของข้อมูล: iResearch

## คุณพ่อคุณแม่จีนยุคใหม่

ให้ลูกใกล้ชิดธรรมชาติ

เลี้ยงลูกอย่างปล่อยวาง

เรียนรู้อย่างสนุกสนาน



ภาพกิจกรรมที่คุณพ่อคุณแม่จีนยุคใหม่ไปจัดสรรให้ลูกในวันหยุดพักผ่อนจาก XiaoHongShu

4. ของใช้ในการเลี้ยงลูก เช่น ขวดนม เครื่องปัมนม รถเข็นเด็ก

5. บริการต่าง ๆ เช่น บริการนัดบริหารพักผ่อนหลังคลอดบุตร

พฤติกรรมกรรมการซื้อของเหล่าคุณแม่คือ จะเก็บข้อมูลและเปรียบเทียบอย่างละเอียดก่อนซื้อ โดยมองว่าราคานั้นสอดคล้องกับคุณภาพ เช่น หากคุณซื้อสินค้าในราคา 1 บาท คุณก็จะได้สินค้าคุณภาพ 1 บาท ยอมที่จะจ่ายแพง

กว่าเล็กน้อยเพื่อให้ได้ของที่คุณภาพดีกว่า ชอบลองของใหม่ และชอบเลือกซื้อสินค้าตามไลฟ์สไตล์มากกว่าตามการใช้งาน ชอบดูการไลฟ์สดและวิดีโอสั้น

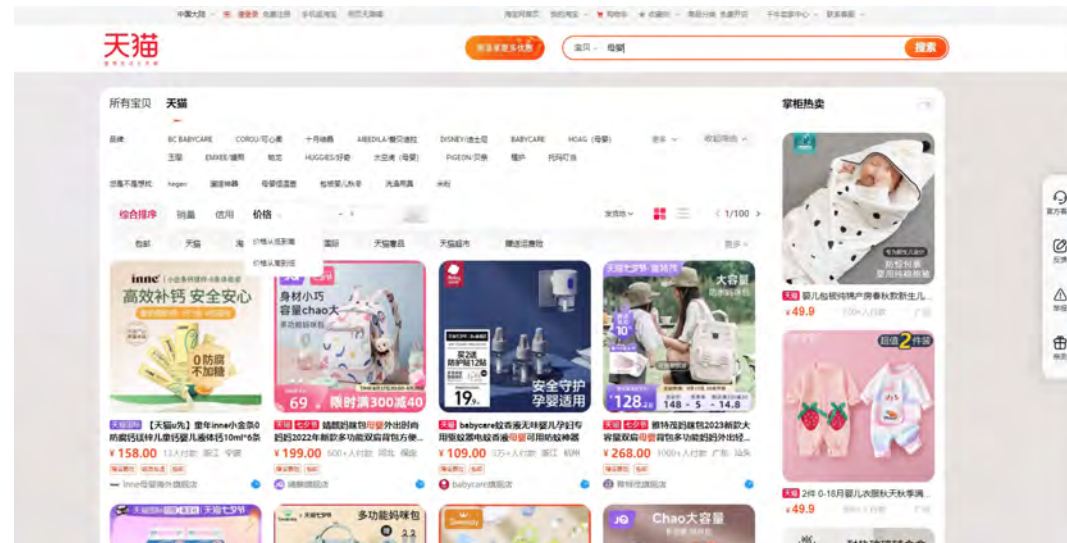
แนวคิดการใช้ชีวิตและการเลี้ยงดูบุตรของคุณพ่อคุณแม่จีนยุคใหม่มีความแตกต่างและหลากหลายมากยิ่งขึ้น อาทิ (1) แม่ผู้มีอิสรภาพ ใช้ชีวิตตามความต้องการในช่วงตั้งครรภ์

และสามารถทำหน้าที่แม่และกิจกรรมที่ตนชื่นชอบควบคู่กันไปได้อย่างลงตัว (2) ซามูไรพ่อลูกอ่อน มีสามมีที่มีส่วนร่วมและมีความถนัดในการเลี้ยงดูบุตรมากขึ้น (3) เลี้ยงลูกให้ใกล้ชิดธรรมชาติ นอกจากสถานที่ท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม เช่น สวนสนุกและพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ มีแนวโน้มที่คุณพ่อคุณแม่จะพาลูกไปสัมผัสธรรมชาติมากขึ้น เช่น กิจกรรมตั้งแคมป์ในป่า ไปท่องเที่ยวตามทุ่งหญ้าหรือเดินป่า (4) เลี้ยงลูกอย่างปล่อยวาง ปล่อยให้ลูกได้สำรวจและค้นคว้าสิ่งต่าง ๆ ด้วยตัวเอง ปลูกฝังให้ลูกพึ่งพาตนเองได้ และ (5) เรียนรู้อย่างสนุกสนาน

สนับสนุนให้ลูกเรียนรู้จากกิจกรรมที่สร้างสรรค์และของเล่นเพื่อพัฒนาการและการศึกษา

## ช่องทางการจัดจำหน่าย

การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยข้อมูล ณ สิ้นปี 2564 มีผู้บริโภคชาวจีนซื้อผลิตภัณฑ์แม่และเด็กผ่านช่องทางออนไลน์ถึง 250 ล้านคน และแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมก็ไม่แพ้แพลตฟอร์ม B2C ยักษ์ใหญ่ เช่น JD และ Tmall ที่ผู้บริโภครสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้จากร้านค้าทางการของแบรนด์ชั้นนำ



ที่มาของข้อมูล: <https://www.tmall.com/>

ทั้งยังมีกิจกรรมส่วนลดต่าง ๆ และได้รับสินค้าอย่างรวดเร็วผ่านเครือข่ายการขนส่งที่มีประสิทธิภาพจากบริษัทขนส่งชั้นนำของจีน

ร้านขายสินค้าแม่และเด็กครบวงจรอยู่ในช่วงขาตกก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 ทั่วประเทศจีนมีร้านขายสินค้าแม่และเด็กเกือบ 250,000 แห่ง หลังจากการระบาด ร้านออฟไลน์แบบดั้งเดิมเหล่านี้ต่างทยอยปิดตัวกันอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 นี้มีร้านค้าปิดตัวลงไปแล้วอย่างน้อย 30,000 แห่ง เนื่องจากปัจจุบัน ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างง่ายดาย อีกทั้งยังมีรีวิวจากผู้ที่เคยซื้อสินค้า ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่ถูกลงได้โดยไม่จำเป็นต้องเสียเวลาเดินทาง

### คู่แข่งในตลาด

แม้ว่าขนาดตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็กจีนจะมีขนาดใหญ่แต่ความหอมหวานนี้ก็ดึงดูดนักธุรกิจชาวจีนและบริษัทต่าง ๆ ทั่วโลกเช่นเดียวกัน ข้อมูล ณ สิ้นเดือน พ.ย. 2564 จาก Qichacha บริษัทฐานข้อมูลธุรกิจ ในจีนค้นพบว่าในจีนมีบริษัทที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็กจำนวน



การเพิ่มขึ้นของคู่แข่งนั้นก็เป็นที่  
ปัจจัยหนึ่งที่สามารถสะท้อนได้ว่า ตลาดนี้มีศักยภาพควรค่า  
แก่การเข้ามาแย่งชิง

2,803 ล้านแห่ง โดยส่วนมากมีที่ตั้งอยู่ในมณฑลसानซี มณฑลชานตง และมณฑลเจ้อเจียง ในปี 2563 มีบริษัทจดทะเบียนใหม่ 898,000 แห่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6 เมื่อเทียบกับปี 2562 และในช่วง 11 เดือนแรกของปี 2564 มีบริษัทจดทะเบียนใหม่ถึง 1,295,000 แห่ง ซึ่งมากกว่าช่วงเดียวกันของปี 2563 ถึงร้อยละ 61.9

### โอกาสของผู้ประกอบการไทย

การเพิ่มขึ้นของคู่แข่งนั้นก็เป็นที่ปัจจัยหนึ่งที่สามารถสะท้อนได้ว่าตลาดนี้มีศักยภาพควรค่าแก่การเข้ามาแย่งชิง ผลិតภัณฑ์แม่และเด็กไทยก็มีได้แพ้ชาติใดในโลก หากผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและตอบโต้ภัยความต้องการพร้อมโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์ที่เป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญในยุคปัจจุบัน โอกาสที่จะเข้ามาครองใจของคุณพ่อคุณแม่จีนยุคใหม่นั้น ก็อาจไม่ไกลเกินเอื้อม

ปฏิเสธไม่ได้ว่า การแข่งขันที่ดุเดือดในจีนเป็นเรื่องที่มีความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการต่างชาติ ต้องอาศัยการปรับตัวอย่างรวดเร็วตามสถานการณ์ และต้องแข่งขันในสภาพแวดล้อมที่อาจอยู่ในสถานะเสียเปรียบ โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาว่าจีนได้ก้าวเข้าสู่ยุคของอุตสาหกรรมการผลิตอัจฉริยะที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ และรัฐบาลจีนรณรงค์การใช้แบรนด์และสินค้าที่ผลิตในจีนตามคำขวัญของวัยรุ่นจีนยุคใหม่ “เงินทำ เงินใช้ เงินโชว์” โดยจากผลสำรวจพบว่ามากกว่าร้อยละ 60 ของคุณแม่ยุคหลัง 90s พึงพอใจกับผลิตภัณฑ์แบรนด์จีน

อย่างไรก็ดี ในหลายสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอาหาร โภชนาการ และการเติบโตของเด็ก คุณแม่ชาวจีนยังคงเลือกใช้แบรนด์ต่างชาติ เนื่องจากมั่นใจในคุณภาพและความน่าเชื่อถือของกระบวนการผลิต โดยเฉพาะสืบเนื่องจากเหตุการณ์เมื่อปี 2551 ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอาหารในจีน โดยมีการตรวจพบนมและนมผงดัดแปลงสำหรับทารกตลอดจนวัตถุดิบประกอบอาหารและส่วนประกอบอื่น ๆ ที่เจือปนสารเมลามีนซึ่งอันตรายต่อสุขภาพ ซึ่งได้สร้างกระแสหวาดระแวงของผู้บริโภคชาวจีนต่อผลิตภัณฑ์นม

และนมผงที่ผลิตในจีนเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้ ตลาดนมผงสำหรับทารกในจีนมากกว่าครึ่งหนึ่งจึงยังถูกครอบงำโดยแบรนด์ต่างประเทศและในบางเมืองสัดส่วนทางการตลาดสูงถึงร้อยละ 80

ไทยในฐานะผู้ผลิตและผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารระดับแนวหน้าของโลก มีภาพลักษณ์ในสายตาชาวจีนของการเป็นแหล่งวัตถุดิบอาหารที่อุดมสมบูรณ์ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเป็นศูนย์ให้บริการด้านสุขภาพและการแพทย์ครบวงจร จึงควรใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของไทย โอกาสจาก “perception gap”



ของผู้บริโภคชาวจีนต่อแบรนด์ต่างชาติเป็นทุนเดิม และช่องทางการตลาดออนไลน์ต่าง ๆ ในการพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นและมีคุณภาพ อาทิ ผลิตภัณฑ์อาหารเด็ก บริการและผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวที่มีเด็กเล็ก และผลิตภัณฑ์บำรุงและอาหารเสริมสำหรับคุณแม่หลังคลอดบุตร เพื่อให้ทุกอย่างก้าวน้อย ๆ (baby steps) ของการขยายตลาดในจีนเป็นไปได้อย่างมั่นคงและรวดเร็ว และตอบสนองต่อรูปแบบการใช้ชีวิตของคุณพ่อคุณแม่ชาวจีนยุคใหม่ได้ดียิ่งขึ้น

อนาคต R3A  
หลังรถไฟจีน-ลาว  
ขนส่งผลไม้  
เข้าจีนผ่านด่าน  
รถไฟไม่ฮานใต้

การประกาศผ่อนคลายมาตรการควบคุมและป้องกันโรคโควิด-19 ของรัฐบาลจีนในช่วงเดือนธันวาคม 2565 ถึงเดือนมกราคม 2566 ไม่เพียงเป็นจุดเริ่มต้นของการเปิดกว้างให้ประชาชนสามารถเดินทางระหว่างประเทศเท่านั้น แต่ยังส่งผลดีต่อการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศด้วย เพราะเท่ากับเป็นการยกเลิกขั้นตอนการตรวจกรดนิวคลีอิกเพื่อหาเชื้อโควิด-19 ที่อาจปะปนมากับสินค้า จึงสามารถช่วยลดต้นทุนในการขนส่งด้านเวลาและค่าใช้จ่ายได้

รวมทั้งยังเป็นข่าวดีสำหรับประเทศไทย ซึ่งขณะนี้กำลังเข้าสู่ช่วงที่ผลไม้เมืองร้อนทยอยเข้าสู่ท้องตลาด โดยผลผลิตส่วนหนึ่งถูกส่งออกไปยังประเทศจีน เนื่องจากผลไม้ไทยเป็นสินค้าศักยภาพที่ประเทศจีนต้องการสูง โดยเฉพาะผลไม้จำพวกทุเรียน มังคุด มะพร้าว ลำไย สับปะรด และส้มโอ



ทุเรียนยังคงครองอันดับ 1 ของมูลค่าผลไม้ที่นำเข้ามาในจีน โดยทุเรียนไทยครองสัดส่วนถึงร้อยละ 95 ตามมาด้วยเชอร์รี่ กล้วย มังคุด และมะพร้าว

โดยจีนเป็นผู้นำเข้าผลไม้จากไทยสูงเป็นอันดับ 1 ตามมาด้วยซีลี เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ ทุเรียนยังครองอันดับ 1 ของมูลค่าผลไม้ที่นำเข้ามาในจีน โดยทุเรียนไทยครองสัดส่วนถึงร้อยละ 95 ตามมาด้วยเชอร์รี่ กล้วย มังคุด และมะพร้าว

**ช่องทางการขนส่งผลไม้จากประเทศไทยสู่มณฑลยูนนาน**

สำนักงานศุลกากรแห่งชาติจีน (General Administration of Customs of the People's Republic of China: GACC) มีนโยบายในการกำหนด “ด่านจำเพาะเพื่อการนำเข้าสินค้าควบคุม” เช่น ผลไม้ ธัญพืช เนื้อสัตว์ ไม้ สัตว์น้ำเพื่อการบริโภค สินค้าประมงแช่เย็น และต้นกล้าและเมล็ดพันธุ์พืช เป็นต้น



โดยในส่วนของมณฑลยูนนาน ปัจจุบัน มีด่านจำเพาะเพื่อการนำเข้าผลไม้ รวม 9 แห่ง ประกอบด้วย

- ด้านทางอากาศ ได้แก่ ด่านท่าอากาศยานนานาชาติฉางชู่ย นครคุนหมิง
- ด้านทางบกบริเวณชายแดน จีน-เวียดนาม ได้แก่ ด่านเหอฮั่ว และด่านเทียนเป่า
- ด้านทางบกบริเวณชายแดนจีน-

แผนที่ด่านจำเพาะเพื่อนำเข้าผลไม้ของมณฑลยูนนาน/ด่านในพิธีสารฯ ส่งออก-นำเข้าผลไม้ผ่านประเทศที่สามระหว่างไทย-จีน

เมียนมา ได้แก่ ด่านต้าลั่ว ด่านจางเฟิง ด่านหวานติง และด่านไหวเฉียว

- ด้านทางบกบริเวณชายแดน จีน-ลาว ได้แก่ ด่านโมฮาน และด่านรถไฟโมฮาน





ทั้งนี้ หากอ้างอิงตามพิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดในการกักกันโรคและตรวจสอบสำหรับการส่งออกและนำเข้าผลไม้ผ่านประเทศที่สามารถระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีน (พิธีสารฯ) ซึ่งในส่วนของมณฑลยูนนานกำหนดให้ด่านโมฮาน ด่านรถไฟโมฮานด่านเหอโจวด่านรถไฟเหอโจว และด่านเทียนเป่าสามารถนำเข้าผลไม้ไทยที่ขนส่งทางบกผ่านประเทศที่สามได้

ในทางปฏิบัติ ไทยสามารถส่งออกผลไม้ไปจีนผ่านมณฑลยูนนานได้ 5 ช่องทาง ได้แก่ (1) ด่านท่าอากาศยาน

นานาชาติฉางสู่ยนครคุนหมิงซึ่งเป็นการขนส่งโดยตรงโดยไม่ผ่านประเทศที่สาม (2) ด่านโมฮาน (3) ด่านรถไฟโมฮาน (4) ด่านเหอโจว และ (5) ด่านเทียนเป่า โดยปัจจุบันทุกช่องทางข้างต้นมีการนำเข้าผลไม้ไทย ยกเว้นด่านเทียนเป่า ขณะที่ ด่านรถไฟเหอโจว ยังไม่สามารถนำเข้าผลไม้ไทยได้ แม้ว่าด่านรถไฟเหอโจวจะถูกระบุในพิธีสารฯ แต่จนถึงปัจจุบัน GACC ยังไม่ได้ประกาศรับรองให้ด่านรถไฟเหอโจวเป็นด่านจำเพาะเพื่อการนำเข้าผลไม้

## สถานการณ์การค้าผลไม้ ไทย-ยูนนานผ่านด่านโมฮาน

ผลไม้เป็นสินค้าที่มณฑลยูนนานมีมูลค่าการนำเข้าจากไทยสูงสุดเป็นอันดับ 1 ต่อเนื่องกันมานานหลายปี โดยปี 2565 มณฑลยูนนานนำเข้าผลไม้ไทยคิดเป็นมูลค่า 900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ร้อยละ 32.6 และคิดเป็นร้อยละ 79 ของปริมาณการนำเข้าสินค้าไทยทั้งหมดในจำนวนนี้ทุเรียนครองสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 64.6 หรือคิดเป็นมูลค่า 582 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 80.3 ตามมาด้วยมังคุด ลำไย ส้มโอ ขนุน และสับปะรด ส่งผลให้มณฑลยูนนานเป็นมณฑลที่นำเข้าผลไม้ไทยมากที่สุดเป็นอันดับสองของจีน รองจากมณฑลกว่างตุ้งเท่านั้น

ด่านโมฮานเป็นช่องทางที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยมากที่สุดในบรรดาด่านทั้งหมดของมณฑลยูนนานที่สามารถ



ภาพช่องทางผ่านแดนของด่านโมฮานในปัจจุบัน

ด่านโมฮานเป็นช่องทางที่มีการนำเข้าผลไม้ไทยมากที่สุด ในบรรดาด่านทั้งหมดของมณฑลยูนนานที่สามารถนำเข้าผลไม้ไทยได้

นำเข้าผลไม้ไทยได้ โดยมีขั้นตอนดังนี้ ตู้คอนเทนเนอร์ผลไม้ออกจากประเทศไทยที่ด่านเชียงของ จังหวัดเชียงรายข้ามสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 เข้าลาวที่ด่านห้วยทราย แขวงบ่อแก้วเปลี่ยนไปใช้รถหัวลากลาวเดินทางระยะทาง 247 กิโลเมตรไปยังด่านบ่อเต็น เปลี่ยนไปใช้รถหัวลากจีนเดินทางผ่านด่านโมฮานเข้าจีน

แม้กระทั่งในช่วงระหว่างปี 2563-2566 ซึ่งเป็นช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 ปริมาณผลไม้ไทยที่นำเข้าผ่านด่านโมฮานก็ยังคงมีการขยายตัวประมาณร้อยละ 20 ต่อเนื่องทุกปี โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้ปริมาณผลไม้ไทยที่นำเข้าผ่านด่านโมฮานมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปีในช่วงการระบาดของโควิด-19 ได้แก่ สถานการณ์โรคระบาดและมาตรการป้องกันโควิด-19 ส่งผลให้เกิดอุปสรรคต่อการขนส่งสินค้าข้ามแดน โดยเฉพาะช่องทางด้านชายแดน

เวียดนาม-จีนซึ่งเดิมในช่วงก่อนเกิดโรคระบาดเป็นช่องทางที่จีนนำเข้าผลไม้ไทยและผลไม้เวียดนามเป็นจำนวนมากเกิดประสพปัญหาการจราจรแออัดและติดขัดจนทำให้ผลไม้เกิดการเน่าเสียในขณะที่ผู้บริโภคชาวไทยยังคงมีความต้องการบริโภคผลไม้ไทยอยู่ในระดับสูงอยู่ ผู้ประกอบการผลไม้ไทยจึงได้เปลี่ยนเส้นทางการขนส่งโดยส่วนหนึ่งใช้การขนส่งทางทะเลไปยังมณฑลกว่างตุงและอีกส่วนหนึ่งใช้การขนส่งทางบกผ่านถนน R3A เข้ามณฑลยูนนานที่ด่านโมฮาน

### การขนส่งผลไม้ไทยผ่านเส้นทางรถไฟจีน-ลาว

นอกจากด่านโมฮานซึ่งเป็นช่องทางหลักของมณฑลยูนนานในการนำเข้าผลไม้ไทยในช่วงที่เกิดการระบาดของโรคโควิด-19 แล้ว เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2564 มณฑลยูนนานได้เปิดใช้เส้นทางรถไฟจีน-ลาว พร้อมด่านรถไฟโมฮาน

ผู้ประกอบการผลไม้ไทยได้เปลี่ยนเส้นทางการขนส่งโดยส่วนหนึ่งใช้การขนส่งทางทะเลไปยังมณฑลกว่างตุงและอีกส่วนหนึ่งใช้การขนส่งทางบกผ่านถนน R3A



ภาพรวมสถานีรถไฟโมฮานและด่านโมฮาน

เพื่อรองรับการขนส่งสินค้าข้ามแดน อย่างไรก็ตาม ในระยะแรกด่านรถไฟโมฮานยังคงไม่สามารถนำเข้าผลไม้ได้ จนกระทั่งวันที่ 30 พฤศจิกายน 2565 เมื่อ GACC ได้ประกาศให้ด่านรถไฟโมฮานเป็น “ด่านจำเพาะเพื่อการนำเข้าผลไม้” อย่างเป็นทางการ

โดยมีขั้นตอนดังนี้ ตู้คอนเทนเนอร์ผลไม้ออกจากประเทศไทยโดยรถบรรทุกหรือรถไฟที่ด่านหนองคาย จังหวัดหนองคาย ข้ามสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 1 เข้าลาวที่ด่านท่านาแล้ง-ท่าบกท่านาแล้ง เปลี่ยนไปใช้รถหัวลากลาว นำตู้คอนเทนเนอร์ผลไม้จากท่าบกท่านาแล้งไปส่งที่สถานีรถไฟขนส่งสินค้าเวียงจันทน์ใต้ ขนส่งโดยระบบราง ผ่านด่านรถไฟบ่อเต็น-ด่านรถไฟโมฮานเข้าจีน

นับจนถึงวันที่ 14 มีนาคม 2566 ด่านรถไฟโมฮานได้มีการนำเข้าผลไม้โดยรถไฟ 22 ครั้ง รวม 157 ตู้ รวม 3,675 ตัน ได้แก่ ทูเรียน 4 ตู้ ลำไย

90 ตู้ กัลย 53 ตู้ และอื่น ๆ (ส้มโอ มะพร้าว มะม่วง) 10 ตู้ ปัจจุบันมีขบวนรถไฟขนส่งสินค้าระหว่างจีน-ลาวผ่านเข้า-ออกด่านรถไฟโมฮานวันละ 7 คู่ (ตู้สินค้าธรรมดาและตู้สินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ)

### เปรียบเทียบศักยภาพในการขนส่งผลไม้ไทยระหว่าง “ถนนสาย R3A” กับ “เส้นทางรถไฟจีน-ลาว”

การใช้รถไฟจีน-ลาวขนส่งผลไม้ไทยข้ามมณฑลยูนนานผ่านด่านรถไฟโมฮาน ถือเป็นการเพิ่มทางเลือกในการขนส่งให้แก่ผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม พบว่าการขนส่งผลไม้ไทยโดยรถไฟจีน-ลาวยังคงมีอุปสรรคหลาย

ประการ เช่น (1) ต้นทุนราคาค่าขนส่งที่ค่อนข้างสูง (2) การเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งระหว่างระบบรางและถนนหลายครั้ง (3) ความไม่ราบรื่นในการขนถ่ายตู้สินค้าระหว่างท่าบกท่านาแล้งกับสถานีรถไฟเวียงจันทน์แม้จะมีการเชื่อมรางรถไฟระหว่างกันแต่ก็ยังไม่สามารถใช้งานได้เนื่องจากผลประโยชน์ไม่ลงตัว และ (4) ความไม่สมดุลระหว่างขบวนรถไฟและตู้สินค้ากับปริมาณสินค้าเป็นต้น

ส่วนการขนส่งด้วยรถบรรทุกผ่านถนนสาย R3A แม้จะต้องเปลี่ยนหัวรถลากไทย-ลาว-จีน แต่ไม่ต้องเปลี่ยนรูปแบบการขนส่ง ซึ่งช่วยลดขั้นตอนการขนถ่ายสินค้าและลดความเสี่ยงที่ผลไม้จะบอบช้ำ อีกทั้งการกระจายสินค้า



ตู้คอนเทนเนอร์ผลไม้ออกจาก  
ประเทศไทยโดยรถบรรทุกหรือ  
รถไฟที่ด่านหนองคาย จังหวัด  
หนองคาย ข้ามสะพานมิตรภาพ  
ไทย-ลาวแห่งที่ 1

ผลไม้ภายในมณฑลยูนนานและจาก  
มณฑลยูนนานไปยังมณฑลใกล้เคียง  
ก็นิยมใช้การขนส่งด้วยรถบรรทุก  
มากกว่าระบบราง เนื่องจากสามารถ  
ขนส่งโดยรถบรรทุกไปยังตลาดค้าส่งได้  
โดยตรง ขณะที่การขนส่งด้วยระบบราง  
แม้จะมีความรวดเร็วในการขนส่งแต่ก็  
จำเป็นต้องรอให้สินค้ามีปริมาณมาก  
เต็มขบวน และเมื่อเดินทางถึงสถานี  
ปลายทางแล้ว ยังต้องเปลี่ยนถ่ายสินค้า  
ใส่รถบรรทุกเพื่อขนส่งไปยังตลาดค้าส่ง  
ปลายทางอีกทอดหนึ่งอยู่ดี

ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบ  
การค้าส่งผลไม้ไทยในมณฑลยูนนาน  
ส่วนใหญ่ เห็นว่า การขนส่งผลไม้ไทย  
ผ่านถนนสาย R3A มีข้อได้เปรียบและ  
ความคุ้มค่ามากกว่าการขนส่งผ่านเส้น  
ทางรถไฟจีน-ลาว รวมทั้ง ในอนาคต  
หากมีทางด่วนบ่อเต็น-ห้วยทราย ระยะ  
ทาง 175.97 กิโลเมตร ซึ่งจะช่วย  
ลดระยะเวลาการขนส่งเหลือ 1.30  
ชั่วโมง แม้จะมีต้นทุนค่าบริการผ่าน  
ทางเพิ่มขึ้นมาก็เป็นต้นทุนที่ยอมรับได้

เมื่อเปรียบเทียบกับการประหยัดเวลา  
แม้ว่าการขนส่งผลไม้ไทยผ่าน  
ถนนสาย R3A จะมีข้อได้เปรียบและ  
ความคุ้มค่ามากกว่าการขนส่งผ่าน  
เส้นทางรถไฟจีน-ลาว โดยเฉพาะเมื่อมี  
การเปิดใช้ทางด่วนบ่อเต็น-ห้วยทราย  
ในอนาคต จะช่วยร่นระยะเวลาใน  
การขนส่งได้อย่างไรก็ตามยังมีประเด็น  
ที่ต้องพิจารณาและเตรียมการล่วงหน้า  
กล่าวคือปัญหาการจราจรติดขัดที่อาจ  
เกิดขึ้นได้หากขีดความสามารถในการ  
ระบายรถบรรทุกสินค้าระหว่างด่าน  
บ่อเต็น-ด่านโมฮานาไม่เพียงพอ

ทั้งนี้ ปัจจุบัน ด่านโมฮานาได้  
ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเพิ่มขีด  
ความสามารถในการขนส่งสินค้าข้าม  
แดนแล้ว โดยระยะที่ 1 ได้ปรับระบบ  
จราจรให้รถบรรทุกสินค้าขาออกไป  
ใช้ช่องทางผ่านแดนสำหรับรถบรรทุก  
สินค้าแห่งใหม่ที่หลักหมุดฯ หมายเลข



แผนภาพบริเวณชายแดนด่านโมฮานา  
ของจีนและด่านบ่อเต็นของลาว



แผนภาพช่องทางผ่านแดนของด่านโมฮานาในปัจจุบัน (ซ้าย) และแผนภาพช่องทาง  
ผ่านแดนของด่านโมฮานาในอนาคต (ขวา)

29/3 ขณะที่ช่องทางผ่านแดนสำหรับ  
รถบรรทุกสินค้าแห่งเดิมที่หลักหมุดฯ  
หมายเลข 29 จะใช้สำหรับรถบรรทุก  
สินค้าขาเข้าเท่านั้น ส่งผลให้ช่องทาง  
หลักหมุดฯ หมายเลข 29 มีช่องจราจร  
ขาเข้า 2 ช่องทาง จากเดิมที่เป็นช่อง  
จราจรขาเข้าและขาออกอย่างละ 1  
ช่องจราจร เพื่อรองรับรถบรรทุกสินค้า  
ขาเข้าจากลาวได้มากขึ้น

ในระยะที่ 2 จะดำเนินการขยาย  
ช่องทางผ่านแดนสำหรับรถบรรทุก  
สินค้าแห่งเดิมที่หลักหมุดฯ หมายเลข  
29 ให้มีช่องจราจรขาเข้าและขา  
ออกอย่างละ 5 ช่องจราจร รวมทั้ง  
ขยายพื้นที่ลานสินค้าของด่านโมฮานา  
ซึ่งปัจจุบันอยู่ระหว่างการก่อสร้างและ  
คาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2566

จากนั้นระยะที่ 3 จะปรับให้  
รถบรรทุกสินค้าทั้งหมดกลับไปผ่าน  
เข้า-ออกที่ช่องทางผ่านแดนหลักหมุดฯ  
หมายเลข 29 ขณะที่พื้นที่ในเขตรั้วล้อม  
รอบช่องทางผ่านแดนบริเวณโดยรอบ

หลักหมุดฯหมายเลข 29/3จะพัฒนาเป็น  
ช่องทางผ่านแดนสำหรับการท่องเที่ยว  
ข้ามแดน การค้าปลอดภาษี และตลาด  
การค้าชายแดนด่านโมฮานาต่อไป

จากแนวโน้มปริมาณการนำเข้าสินค้า  
เกษตรผ่านด่านโมฮานาที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง  
กوبرกับแนวทางพัฒนาโครงสร้างพื้น  
ฐานในระยะยาวของด่านโมฮานา สรุปว่า  
แม้จะมีการใช้รถไฟจีน-ลาวขนส่งผลไม้  
ไทยข้ามมณฑลยูนนานผ่านด่านรถไฟ  
โมฮานา แต่ถนนสาย R3A และด่านโมฮานา  
ยังคงเป็นช่องทางหลักสำหรับนำเข้า  
สินค้าเกษตรจากลาวและผลไม้ไทย  
โดยเฉพาะในปัจจุบันที่เป็นฤดูเก็บเกี่ยว  
และส่งออกสินค้าเกษตรของลาวและ  
ไทย ส่งผลให้ในเดือนเมษายน 2566  
มีปริมาณรถมากกว่าปกติจนมีสินค้า  
ตักค้างในฝั่งลาว ซึ่งล่าสุดฝ่ายจีน-  
ลาวได้ตกลงร่วมกันในการขยายเวลา  
ทำการในแต่ละวันจนถึงเวลา 20.30  
น. ต่อเนื่องไปจนกว่าจะระบายรถสินค้า  
ที่ตักค้างได้หมด

“เครื่องดื่มมะพร้าว  
รูปแบบใหม่”  
โอกาสใหม่ของ  
อุตสาหกรรม  
มะพร้าวไทยในจีน  
ตะวันตกเฉียงเหนือ



ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา นอกจากการส่งออกมะพร้าวสดและน้ำมะพร้าวธรรมชาติของไทยที่ได้รับความนิยมในตลาดจีนแล้ว ปัจจุบัน อีกหนึ่งในโอกาสและเทรนด์ที่น่าจับตามองคือ “กลุ่มเครื่องดื่มมะพร้าวรวมไปถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าวรูปแบบใหม่” ที่เข้ามาเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคในตลาดเครื่องดื่มตลอดจนอาหารของจีน

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) ณ นครซีอานจึงขอชี้ช่องทางโอกาสดังกล่าวให้แก่ผู้ประกอบการไทยด้วยข้อมูลที่ได้จากการสำรวจตลาดพร้อมมุมมองจากผู้ประกอบการในพื้นที่นครซีอาน มณฑลส่านซี

### ผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว ยอดฮิตในจีน

ปัจจุบัน เครื่องดื่มมะพร้าวที่ปรากฏในจีนส่วนใหญ่ใช้นมมะพร้าวหรือน้ำมะพร้าวเป็นส่วนผสมหลัก โดยในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2564 ในตลาดจีนมีผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มมะพร้าวเปิดตัวมากกว่า 130 รายการ ไม่ว่าจะเป็นแบรนด์เครื่องดื่มชารูปแบบใหม่อย่างแบรนด์ Hey Tea, Nayuki, Luckin Coffee, และแบรนด์อาหารฟาสต์ฟู้ดชื่อดังอย่าง KFC ก็ได้มีการเปิดตัวเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของมะพร้าวมากกว่า 20 รายการ โดยยกตัวอย่างเครื่องดื่มรสชาติมะพร้าวที่ได้รับความนิยมในตลาดจีน ซึ่งรวมถึงความนิยมในตลาดซีอาน ได้แก่

1. เครื่องดื่มมะพร้าวปั่นและมะพร้าวปั่นผสมผลไม้อื่น ๆ โดยใช้

นมมะพร้าวและน้ำมะพร้าวเป็นส่วนผสมพื้นฐานร่วมกับผลไม้สด เมื่อเดือนสิงหาคม 2563 แบรนด์ Hey Tea ได้เปิดตัวเมนูใหม่ 2 รายการในซีรีส์ “Shengda Coconut (มะพร้าวสด)” ได้แก่ เมนู ShengDaYeye (生打椰椰) และมะพร้าวผสมมะม่วง YeyeMangmang (椰椰芒芒) โดยเครื่องดื่มของ Hey Tea เน้นรสชาติธรรมชาติของมะพร้าวอ่อน ไร้น้ำตาล ไขมันต่ำ และสามารถดื่มได้ง่าย ซึ่งจากรายงานประจำปี 2563 ของ Hey Tea ที่พบว่า Hey Tea ใช้มะพร้าวสดไปมากกว่า 3,200 ตันต่อปี และเมนูเครื่องดื่มมะพร้าวอยู่ในอันดับที่ 5 ของยอดผลิตภัณฑ์ใหม่ขายดีของ Hey Tea ปี 2563

2. กาแฟลาเต้มะพร้าว (Raw coconut latte: 生椰拿铁) ของ

Luckin Coffee ซึ่งเปิดตัวตั้งแต่วันที่ 21 เมษายน 2564 สามารถจำหน่ายได้ถึง 100,000 แก้ว ภายในระยะเวลาเพียง 3 วันเท่านั้น และจากสถิติล่าสุดที่เมื่อเดือนเมษายน 2565 Luckin Coffee ได้ประกาศว่า กาแฟลาเต้มะพร้าวมียอดจำหน่ายถึง 100 ล้านแก้วต่อปี

3. เครื่องดื่มมะพร้าวผสมกับชา (ในรูปแบบชานม) เมื่อเดือนตุลาคม 2564 Hey Tea ได้คิดค้นเมนูใหม่โดยผสานชาไทยร่วมกับนมมะพร้าวพร้อมตั้งชื่อน่ารัก ๆ ว่า “泰好喝了椰” หมายถึงอร่อยมาก (โดยเล่นคำการออกเสียงคำว่า “ไท่ 泰” หมายถึงประเทศไทย การออกเสียงเหมือนคำว่า “ไท่ 太” หมายถึง มาก ร่วมกับและคำว่า “เย 椰” หมายถึงมะพร้าว การออกเสียงเหมือนคำว่า “เย 耶” ซึ่ง



รูปประกอบจากผู้ใช้ออปเวลีเคชั่นเสี่ยวหงซู (Little Red Book: 小红书)



รูปจากเว็บไซต์การของ Luckin Coffee



瑞幸什么最好喝?  
老瑞本人的个人排名:  
☀️☀️☀️☀️☀️ 牛椰拿铁  
如果这辈子只能喝一种咖啡, 我选择生椰拿铁哈哈哈哈哈。  
很喜欢椰子的清甜和咖啡的苦混, 融合在醇厚的奶

รูปจากผู้ใช้เสี่ยวหงซู

เป็นคำอุทานเพื่อแสดงถึงความอารมณ์ดีและเสริมความน่ารักด้วย) เมนูนี้จำหน่ายในบรรจุภัณฑ์มะพร้าวทั้งลูกด้วย ถึงแม้ว่าราคาจำหน่าย 59 หยวนต่อชุดแพงกว่าการจำหน่ายชานมมะพร้าวใสในแก้วปกติที่จำหน่ายในราคา 30 หยวน แต่ก็ยังคงมียอดจำหน่ายที่สูง เนื่องจากตรงต่อความต้องการของผู้บริโภควัยหนุ่มสาวที่นิยม upload รูปถ่ายลงในสื่อโซเชียล

นอกจากแบรนด์ Hey Tea แล้ว เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2565 ร้านเครื่องดื่มชาของท้องถิ่นมณฑลसानซีฉาฮ้วนง์ (Chahuanong :茶话弄) ก็มีการเปิดตัวเครื่องดื่มรูปแบบใหม่ที่มีส่วนผสมเป็นนมมะพร้าว เช่น เมนู Mitaoshuimoyunye (蜜桃水墨云椰) และ Guixiangshuimoyunye (瑰香水墨云椰) ซึ่งผสมนมมะพร้าวร่วมกับชาผลไม้และชาดอกไม้ สะท้อนให้เห็น

ว่า กระแสการนำนมมะพร้าวไปเพิ่มรสชาติใหม่ หรือทำเป็น functional drink กำลังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องในตลาดจีนตลอดจนในตลาดซีอานด้วย

### ตลาดเครื่องดื่มนมมะพร้าวสำเร็จรูปในจีน

นอกจากเครื่องดื่มรูปแบบใหม่ที่สามารถซื้อได้จากร้านเครื่องดื่มแล้ว “เครื่องดื่มสำเร็จรูปโดยใช้นมมะพร้าว” ก็ยังเป็นกระแสในกลุ่มวัยรุ่นจีนด้วย โดยเฉพาะบริษัท Feinuo (菲诺) ที่เป็นบริษัทมุ่งเน้นการผลิตนมมะพร้าวของจีน และเป็น supplier ใหญ่ให้แก่ Luckin Coffee โดยหลังจากกาแฟมะพร้าวได้ฮิตติดตลาดกาแฟแล้ว Feinuo ได้เริ่มผลิตนมมะพร้าวแบบมินิแพ็คเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่อยากทำกาแฟมะพร้าว

ด้วยตนเอง ข้อมูลจาก TMall.com เดือนมิถุนายน 2564 ระบุว่านมมะพร้าวของ Feinuo มียอดจำหน่ายอันดับ 1 ในกลุ่มเครื่องดื่มโปรตีนที่ทำจากพืช (plant protein beverage) นอกจาก Feinuo แล้ว ยังมี 5 ผลิตภัณฑ์มะพร้าวแปรรูปที่ได้ล้นแล้วแต่มียอดขายมากขึ้น ได้แก่ YeeTree (椰树) แบรินด์เก่าแก่จาก

มณฑลไหหลำ, YEGU (椰谷) แบรินด์ของมณฑลกว่างตุ้ง, Coco100 (可可满分) แบรินด์นมมะพร้าวใหม่ของจีนก็ได้หันมาจับตลาดการผลิตนมมะพร้าวเช่นกันตั้งแต่ปี 2563, NanGuo (南国) แบรินด์ของมณฑลไหหลำ โดยศูนย์ BIC นครซีอานขอแนะนำรูปแบบและราคาของแต่ละแบรินด์ดังนี้

| แบรินด์      | ผลิตภัณฑ์นมมะพร้าว  | ราคา              |
|--------------|---|-------------------|
| Feinuo 菲诺    |    | 4.8 หยวน / 200 ml |
| YeeTree 椰树   |    | 3.7 หยวน / 245 ml |
| YEGU 椰谷      |  | 8.7 หยวน / 245g   |
| Coco100 可可满分 |  | 8.25 หยวน / 300ml |
| NanGuo 南国    |  | 5.5 หยวน / 245 ml |



太好喝了椰~ 提着椰子喝泰奶! 太可爱啦  
喜茶又出新品啦~ HEYTEA 泰奶系列新品真的很泰奶椰, 这次和 Tatan 联动, 外包装用椰叶、咸水粽装饰, 放着 Tatan 超可爱的表情包贴纸和标签, 满满泰式可爱风

ชาวไทยนมมะพร้าวของ Hey Tea รูปจากผู้ใช้แอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู (Little Red Book)

### เทรนด์เครื่องดื่มมะพร้าวในโซเชียลเน็ตเวิร์คของจีน

ทั้งนี้ เมื่อสืบค้นคำว่า “นมมะพร้าว” ในแอปพลิเคชันเสี่ยวหงซู (小红书) แพลตฟอร์มที่แบ่งปันวิถีชีวิตของวัยรุ่นจีนซึ่งปัจจุบันมีผู้ใช้มากกว่า 100 ล้านคน มีโพสต์เกี่ยวกับนมมะพร้าวจากผู้ใช้งานกว่า 730,000 รายการ มีโพสต์เกี่ยวกับ “กลุ่มเครื่องดื่มมะพร้าว” มากกว่า 40,000 รายการ และเมื่อสืบค้นโดยใช้คำว่า “เครื่องดื่มไร้น้ำตาล ไขมันต่ำ” นมมะพร้าวก็

ปรากฏขึ้นมาเป็นอันดับแรกซึ่งแสดงให้เห็นว่านมมะพร้าวหรือกะทิของไทยก็สามารถนำไปเพิ่มรสชาติใหม่ หรือทำเป็น functional drink แบบไร้น้ำตาล ไขมันต่ำ แคลอรีต่ำ หรือนมมะพร้าวที่ใช้เป็นส่วนผสมในเมนูร้านเครื่องดื่มชากาแฟแนวใหม่จะเป็นอีกหนึ่งสินค้าใหม่ที่สามารถเข้ามาบุกตลาดคนรักผลิตภัณฑ์สุขภาพระดับ high-end ในจีนได้ เนื่องด้วยมะพร้าวมีคุณค่าทางโภชนาการสูง เป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ และมีประโยชน์ต่อร่างกาย และยังเป็นผลไม้ที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของฤดูกาล ประกอบกับมะพร้าวสามารถนำไปผสมเข้ากับวัตถุดิบต่างๆ ได้ง่าย

### กลยุทธ์การตลาดการประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มมะพร้าวในจีน

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาออกไปอีก จะพบว่าปัจจุบัน การใช้แนวทางพิเศษในกลยุทธ์ทางการตลาดของเครื่องดื่มมะพร้าวรูปแบบใหม่ก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญในความสำเร็จ ยกตัวอย่างเช่น เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2565 Luckin Coffee ร่วมมือกับ Yeetree ในเมนูกาแฟนมมะพร้าว Yeyun Latte (椰云拿铁) ราคา 29 หยวนต่อแก้ว โดยจำหน่ายได้ถึง 660,000 แก้วในวันแรกของการเปิดตัว โดย Luckin Coffee แบรินด์ร้านกาแฟชื่อดังของจีนได้เลือกจับคู่แบรินด์น้ำมะพร้าว/นม



เมนูชาของร้านฉาอ้วนงภาพขาวดำ ที่ต้องการสื่อถึงการใช้ชาโรล และนมมะพร้าว ผสานรสชาติของพืช รูปจากเว็บทางการของฉาอ้วนง

มะพร้าวที่เก่าแก่ที่สุดในจีน ทำให้สามารถกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค ส่งผลให้เมนูกาแฟนมมะพร้าวประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง นอกจากนี้ Hey Tea ก็มีกิจกรรมร่วมมือกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียงหลายครั้ง เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2565 ร่วมมือกับ Farmer Bob ในเมนูน้ำมะพร้าวรสมะนาว (夏日柠打椰) ราคา 16 หยวนต่อแก้ว โดยเมื่อซื้อ Hey Tea สองแก้ว ก็จะมีการแถมพวงกุญแจตุ๊กตา Farmer Bob หนึ่งตัว สามารถกระตุ้นความสนใจของคนหนุ่มสาวได้สำเร็จโดยผสมผสานสิ่งที่วัยรุ่นจีนให้ความสนใจกับเครื่องดื่มและในเดือนกันยายน 2565 ก็ยังได้ร่วมมือ

กับเกมส์ชื่อว่า Genshin impact (原神) ของจีน ในเมนูน้ำมะพร้าวผสมลำไย (龙眼椰) ราคา 19 หยวนต่อแก้ว ซึ่งการร่วมมือครั้งนี้คือการเลือกตัวละครในเกมส์ซึ่งเป็นนักเรียน สอดคล้องกับช่วงเวลาการเปิดเทอมใหม่ จะเห็นได้ว่าจุดสำคัญของกลยุทธ์การตลาดเครื่องดื่มคือการผสมผสานองค์ประกอบที่อยู่ในกระแส ที่สามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคหรือจับกลุ่มวัยรุ่นในช่วงเวลาใดช่วงหนึ่ง เช่น IP การ์ตูน ตัวละคร โทรที่ศน์หรือเกมส์ เป็นต้น

### ความต้องการมะพร้าว นำเข้าในตลาดจีน

เมื่อพิจารณาจากอุปทานในตลาดจีนในปัจจุบัน จะพบว่า จีนยังต้องพึ่งพาการนำเข้ามะพร้าว ซึ่งสอดคล้องกับรายงานคาดการณ์การลงทุนอุตสาหกรรมน้ำมะพร้าวของจีนเชิงลึกปี ค.ศ. 2020 – 2025 ที่เผยว่า จีนมีปริมาณความต้องการมะพร้าวถึง 2,600 ล้านลูกต่อปี และมณฑลไหหลำ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตมะพร้าวที่สำคัญของจีนมีกำลังการผลิตเพียง 250 ล้านลูกต่อปี นอกจากนี้ จีนยังมีความต้องการใช้มะพร้าวแปรรูปถึง 150 ล้านลูก เนื่องจากจีนมีความต้องการบริโภคมะพร้าวต่อปีเป็นจำนวนมาก แต่มีปริมาณผลผลิตเพียงร้อยละ 10 จีนจึงต้องพึ่งพาการนำเข้า



มะพร้าวจากต่างประเทศเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการในการบริโภค สอดคล้องกับข้อมูลการนำเข้ามะพร้าวของจีนจากศุลกากรแห่งชาติจีนพบว่า ในปี 2565 จีนนำเข้ามะพร้าวอ่อนจากไทยไปแล้ว 523,000 ตัน ปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 57 (YoY) รวมมูลค่า 570 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเกือบ 19,861 ล้านบาท มูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 26 (YoY) โดยมะพร้าวไทยครองสัดส่วนร้อยละ

48.26 ของปริมาณการนำเข้ารวม และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73.38 ในแง่มูลค่าการนำเข้ารวม โดยอินโดนีเซียร้อยละ 30.77 เวียดนามร้อยละ 20.59 เป็นคู่แข่งที่ต้องจับตามอง หากเปรียบเทียบเมื่อ 10 ปีก่อน โดยในปี 2556 จีนได้นำเข้ามะพร้าวจากไทยแค่เพียง 3,542 ตัน จากตัวเลขข้างต้น คงพิสูจน์ได้ว่าโอกาสมะพร้าวไทยโดยเฉพาะมะพร้าวแปรรูปในตลาดจีนมีอนาคตที่สดใสมากแค่ไหน

### BIC ชี้ช่องโอกาสแก่ผู้ประกอบการมะพร้าวไทย

ศูนย์ BIC นครซีอานเห็นว่าโอกาสของมะพร้าวไทยในตลาดจีนยังสามารถเติบโตได้อีกมาก เนื่องจากจีนเป็นตลาดใหญ่และมีกำลังซื้อเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะมะพร้าวเป็นสินค้าที่หาได้ตลอดทั้งปี ต่างจากผลไม้ประเภทอื่นที่มีตามฤดูกาล



คำค้นหา “นมมะพร้าว/椰奶” คำค้นหา “เครื่องดื่มนมมะพร้าว/椰奶饮品” คำค้นหา “เครื่องดื่มรับน้ำตาลไขมันต่ำ”





Luckin Coffee & Yeetree



Hey Tea & Farmer bob



Hey Tea & Genshin impact

การนำมะพร้าวมาผสมเครื่องดื่มจึงสามารถจำหน่ายและตอบรับความนิยมของผู้บริโภคได้ตลอดทั้งปี สำหรับผู้ประกอบการสวนมะพร้าวคงสามารถมองหาโอกาสร่วมมือกับผู้ประกอบการผลิตนมพราวของจีนเพื่อร่วมมือในด้านการปลูกมะพร้าวเพื่อแปรรูปยกตัวอย่างเช่น ปัจจุบัน Feinuo มีพันธมิตรในด้านการจัดหาวัตถุดิบโดยไปร่วมมือกับสวนหรือผู้ปลูกมะพร้าวทั้งในไทย เวียดนาม และมณฑลไหหลำจำนวน 38000 หนู่ (15,573.77 ไร่) เพื่อเป็นวัตถุดิบป้อนให้กับร้านกาแฟและเครื่องดื่มกว่า 130,000 รายในจีน จึงได้มีกำลังในการสนับสนุนส่วนผสมหลักของเครื่องดื่มให้แก่ ร้านกาแฟและร้านชาของจีนมากกว่า 8,000 ร้าน สำหรับผู้ประกอบการผลิตสินค้ามะพร้าวแปรรูปอย่างน้ำมะพร้าว/

นมมะพร้าวขวด/กล่อง ควรมองหาโอกาสร่วมมือกับร้านกาแฟร้านเครื่องดื่มหรือร้านชาในจีน โดยข้อมูลจาก China Chain Store Association ระบุว่า ณ สิ้นปี 2563 จีนมีร้านเครื่องดื่ม on-site ประมาณ 596,000 แห่งโดยเพิ่มขึ้นมากกว่า 100,000 แห่งจากปี 2562

ในส่วนของมณฑลसानซี มีร้านสินค้าเครื่องดื่มแบรนด์ท้องถิ่น เช่น ร้านฉาฮ้วนง์ (茶话弄) ซึ่งเป็นร้านที่เป็นเอกลักษณ์ของมณฑลसानซี เน้นวัตถุดิบและรสชาติชาโบราณที่มีคุณค่าและความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของมณฑลसानซี โดยยังได้ขยายสาขาไปยังกรุงปักกิ่ง นครเจิ้งโจว กว่า 100 แห่ง ซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถหาโอกาสในการนำชาसानซีกับมะพร้าวไทย ตลอดจนผสมผสานวัฒนธรรมทั้งสองฝ่ายในด้านการประชาสัมพันธ์



สินค้า น่าจะเป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดวัยรุ่นท้องถิ่นได้ **สำหรับผู้ประกอบการค้าปลีก**ยังคงต้องการโอกาสขยายตลาดมะพร้าวในจีนหรือตลาดซีอาน สามารถพิจารณาแสวงหาช่องทางในการเจาะตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์มะพร้าวของไทยให้มีความหลากหลายและโดดเด่นเพื่อดึงดูดความต้องการของผู้บริโภคชาวจีนที่มีความนิยมและชื่นชอบมะพร้าวของไทยอยู่แล้วให้มากขึ้น นอกจากนี้ยังควรพิจารณาร่วมมือกับ KOL/KOC ในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์มะพร้าวไทยบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่างๆ ของจีน รวมทั้งพิจารณาใช้วิธีการถ่ายทอดสด (Livestreaming) แนะนำสินค้าบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ

ยอดนิยม ตลอดจนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ของจีน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคชาวจีนให้มากขึ้น ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์มะพร้าวของไทยสามารถครองใจผู้บริโภคชาวจีนได้อย่างยั่งยืนต่อไป

### สถานการณ์ผลิตภัณฑ์มะพร้าวไทยในตลาดซีอาน

สำหรับสถานการณ์ผลิตภัณฑ์มะพร้าวไทยในตลาดซีอาน พบว่ามะพร้าวไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้นและมีจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ตร้านจำหน่ายผลไม้ทั่วไป และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ โดยรูปแบบของมะพร้าวไทยในตลาดซีอาน ส่วนใหญ่เป็นน้ำ



มะพร้าวบรรจุขวด/กล่องและมะพร้าวสด ทั้งลูกแบบพร้อมรับประทาน โดยมีการเจาะรูสำหรับมะพร้าวลูก โดยพบว่า น้ำมะพร้าวบรรจุขวด/กล่องในซูเปอร์มาร์เก็ตนครซีอานมีราคาจำหน่ายขวด/กล่องละ 7 – 15 หยวน หรือประมาณ 37.1 – 79.5 บาท และราคาจำหน่ายมะพร้าวสดลูกละประมาณ 10 – 20 หยวน หรือประมาณ 50.5 – 106 บาท ส่วนนมมะพร้าว

ในปัจจุบัน ตลาดซีอานยังไม่มีจำหน่ายนมมะพร้าวของไทยซื้อได้เพียงนมมะพร้าวแบรนด์จีน ถึงแม้ CP Group จะมีการจำหน่ายนมมะพร้าวแต่ก็เป็นนมมะพร้าวที่ผลิตในมณฑลไหหลำ นอกจากนี้ BIC นครซีอานยังได้มีโอกาสทราบจากนายเมี่ยว เกาจง (Mr. Miao Gaozong) รองประธานบริหารอาสุส CP Group

(Shaanxi) ด้านกลุ่มธุรกิจอาหารว่า **“ผู้บริโภคในซีอานชื่นชอบมะพร้าวสดของไทยมาก ในปี 2565 ซีพีส่วนซีมีการนำเข้ามะพร้าวสดจากไทย 100,000 ลูก”** และจำหน่ายหมดในระยะเวลาสั้นเนื่องจากได้รับผลกระทบของการแพร่ระบาดโควิด-19 ปีนี้จึงนำเข้ามะพร้าวสดจากไทยไม่มาก แต่ความกระตือรือร้นของผู้บริโภคที่มีต่อมะพร้าวไทยไม่ได้จางหายไปเนื่องจากกระแส Raw Coconut Latte ของ Luckin Coffee ในปี 2564 เครื่องดื่มนมมะพร้าวจึงค่อย ๆ เข้าสู่การเปิดรับของผู้บริโภคตลาดซีอานด้วย ทั้งนี้ นมมะพร้าวของซีพีที่ไม่ได้นำเข้าจากประเทศไทย แต่ผลิตในมณฑลไหหลำ มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปีที่ก่อนหน้า ปัจจุบัน CP Group (China) ได้มีการวางจำหน่าย



รูปนมมะพร้าว CP



รูปน้ำมะพร้าว CP

น้ำมะพร้าว RU Coco (爱与可可) ด้วย” โดยนายเมี่ยววา เชื่อว่า แนวคิด การบริโภคที่มุ่งสู่การรักสุขภาพ เครื่องดื่มจากพืชบริสุทธิ์อย่างนม มะพร้าวมีโอกาสที่ดีในตลาดจีน ที่มีกำลังการบริโภคสูง โดยได้ เสริมว่าในปัจจุบัน กลุ่มผู้บริโภคหลัก ของน้ำมะพร้าวและนมมะพร้าวในนคร ชีอานเป็นผู้หญิง

### โอกาสของอุตสาหกรรมมะพร้าว ไทยที่มาพร้อมกับความท้าทาย

แน่นอนว่าสินค้าใหม่ ๆ ของไทยที่จะเข้ามาเจาะตลาดผู้บริโภคชาวจีน ในระยะเวลาสั้นคงไม่ใช่เรื่องง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขณะที่แบรนด์สินค้า ดังเดิมก็มีฐานผู้บริโภคที่แข็งแกร่ง อยู่แล้ว ดังนั้น การเน้นคุณภาพและรสชาติที่ถูกปาก/บริโภคง่าย จึงถือเป็น หัวใจหลักในการพัฒนาสินค้าตลอดจน ราคาที่จับต้องได้สำหรับกลุ่มคนรุ่นใหม่ล้วนเป็นปัจจัยการแข่งขันที่สำคัญ ซึ่งจากการสังเกตของ ศูนย์ BIC นครซีอานพบว่าเครื่องดื่มมะพร้าว รูปแบบใหม่ของ Hey Tea ในปี 2565 มีราคาเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 15-19 หยวน ต่ำกว่าราคาเฉลี่ยของเครื่องดื่มในกลุ่มเดียวกันที่ก่อนหน้านี้ที่อยู่ระหว่าง 23-25 หยวน ซึ่งอาจเกิดจากเหตุที่ กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของเครื่องดื่ม มะพร้าวรูปแบบใหม่ส่วนใหญ่เป็น

*ผู้ประกอบการไทยสามารถ  
พิจารณา นำประเด็นข้างต้น  
ไปปรับใช้กับกลยุทธ์ทาง  
การตลาดเพื่อให้สอดคล้อง  
กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย  
สร้างการรับรู้และสร้าง  
แรงจูงใจให้ตรงกับ  
ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค*

กลุ่มวัยรุ่นและในกลุ่มนี้ยังคงต้องพึ่งพา ผู้ปกครองในเรื่องค่าครองชีพ จึงมีกำลัง การบริโภคค่อนข้างจำกัด หากราคา จำหน่ายของเครื่องดื่มสูงเกินไปก็อาจ ไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อ และลดทอน ความน่าสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ลงไป

นอกจากนี้ พบว่าความท้าทาย ที่ผ่านมาก็คือต้นทุนของสินค้าไทยที่ ส่งออกไปยังตลาดจีน อันประกอบ จากต้นทุนของสินค้าเองและค่าขนส่ง ซึ่งในปี 2562-2565 ผู้ประกอบการที่ ทำธุรกิจผลไม้ระหว่างไทย-จีน ล้วน ได้รับผลกระทบจากการเพิ่มสูงขึ้น ของต้นทุนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อย่างไร ก็ดี เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2565 ที่ นอกจากจะมีประกาศยกเลิกมาตรการ กักตัวแก่ผู้ที่เดินทางเข้าประเทศตั้งแต่วันที่ 8 มกราคม 2566 รัฐบาลจีน ยังได้ประกาศจะยกเลิกมาตรการในการตรวจสอบป้องกันการแพร่ระบาด



ของโควิด-19 สำหรับสินค้านำเข้าจาก ต่างประเทศด้วย ซึ่งถือเป็นสัญญาณที่ ดีต่อผู้ประกอบการที่วางแผนจะขยาย ตลาดในจีนที่อาจสามารถลดต้นทุน การขนส่งได้

โดยสรุป ศูนย์ BIC นครซีอาน เห็นว่าอุตสาหกรรมเครื่องดื่มมะพร้าว รูปแบบใหม่ที่เติบโตในตลาดจีน ถือเป็นโอกาสใหม่ที่น่าจับตามอง อย่างยิ่งของผู้ประกอบการมะพร้าวไทย ด้วยคุณประโยชน์ทางธรรมชาติและ รสชาติของมะพร้าวที่ตอบโจทย์กลุ่ม ผู้บริโภคชาวจีนที่รักสุขภาพ โดยเฉพาะ กลุ่มผู้บริโภคหญิงและกลุ่มเยาวชนคน รุ่นใหม่ของจีน ดังนั้น ในการทำการตลาด เครื่องดื่มมะพร้าว ผู้ประกอบการไทย สามารถพิจารณานำประเด็นข้างต้น ไปปรับใช้กับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย สร้างการรับรู้และสร้างแรงจูงใจให้ตรง กับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้ ดีขึ้นผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซใน ตลาดจีน โดยร่วมมือกับแบรนด์อื่น ๆ หรือกลุ่ม KOLs ในประเทศจีนได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2566 นี้ที่รัฐบาลจีน จะผ่อนคลายนโยบายมาตรการโควิด-19 ต่าง ๆ ลงก็เป็นโอกาสอันดียิ่งให้แก่ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะกลุ่ม SMEs ที่อาจ พิจารณาใช้โอกาสและข้อได้เปรียบต่างๆ ในปีนี้แสวงหาช่องทางและโอกาส ในการเจาะตลาดผู้บริโภคชาวจีนต่อไป

จัดจ้องศักยภาพ  
NEV ในเขต  
YRD...โอกาส  
ที่ไทยไม่ควรพลาด





## New Energy Vehicle (NEV)

“คาร์บอนคู่ (Dual Carbon)” คือ คำมั่นสัญญาที่จีนประกาศเมื่อกันยายน 2563 โดยตั้งเป้าหมายบรรลุการปล่อยคาร์บอนในระดับสูงสุด (Carbon Peak) ภายในปี 2573 (ค.ศ. 2030) และบรรลุการปล่อยคาร์บอนเป็นศูนย์ (Carbon Neutral) ภายในปี 2603 (ค.ศ. 2060) ซึ่งจีนได้หันมาเพิ่มการใช้พลังงานที่ไม่ใช่ฟอสซิล การปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และลดการปล่อยคาร์บอนอย่างจริงจัง

เพื่อบรรลุคำมั่นดังกล่าว จีนได้ดำเนินการภายใต้ระบบนโยบาย “1+N” โดย “1” คือ แนวทางเพื่อการบรรลุเป้าหมายคาร์บอนคู่ และ “N” คือนโยบายย่อยที่เกี่ยวข้องของแต่ละพื้นที่ในจีน ซึ่งจะเป็นการควบคุมการใช้

ถ่านหิน และเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมพลังงานสะอาดต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจแห่งอนาคตควบคู่กันไป

“รถยนต์พลังงานใหม่ (New Energy Vehicle: NEV)”<sup>1</sup> เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ตอบโจทย์เรื่องลดการใช้พลังงานฟอสซิลและเป็นปัจจัยสำคัญที่จีนจะใช้ขับเคลื่อนนโยบายคาร์บอนคู่ ปัจจุบันแต่ละพื้นที่ในจีนได้เร่งกระตุ้นการพัฒนาอุตสาหกรรม NEV และรณรงค์ให้ผู้บริโภคหันมาใช้รถยนต์ NEV กันมากขึ้น โดยมีมาตรการและแรงจูงใจที่หลากหลาย อาทิ การยกเว้นภาษีการซื้อรถยนต์ การให้เงินอุดหนุนสำหรับภาคธุรกิจและผู้บริโภค การเร่งสร้างเครือข่ายให้

บริการชาร์จไฟฟ้าเป็นต้น รวมทั้งส่งเสริมการเป็นผู้นำในระดับโลกของจีนในการผลิตและใช้รถยนต์ NEV ซึ่งเห็นได้จากยอดขายที่สูงเป็นอันดับที่ 1 ของโลกติดต่อกันถึง 8 ปี<sup>2</sup>

เมื่อก้าวถึงรถยนต์ NEV จะต้องนึกถึงเขตเศรษฐกิจสามเหลี่ยมปากแม่น้ำแยงซี (Yangtze River Delta: YRD) ซึ่งประกอบด้วยนครเซี่ยงไฮ้ มณฑลเจียงซู มณฑลเจ้อเจียง และมณฑลอานฮุย เนื่องจากเป็นหนึ่งในพื้นที่ฐานอุตสาหกรรม NEV ระดับแนวหน้าของจีน โดยในปี 2565 มีส่วนแบ่งตลาดการผลิตรถยนต์ NEV ถึงร้อยละ 39.6 ของยอดการผลิตรถยนต์ NEV ทั่วทั้งจีน ศูนย์ BIC จึงขอเสนอข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการกระตุ้นการพัฒนาอุตสาหกรรม NEV และการบริโภครถยนต์ NEV รวมถึงศักยภาพของอุตสาหกรรม NEV ใน YRD และโอกาส

ขยายความร่วมมือด้าน NEV ระหว่างไทยกับ YRD

### YRD ตั้งใจจริง.. ตั้งเป้าหมายดัน NEV ชัดเจน

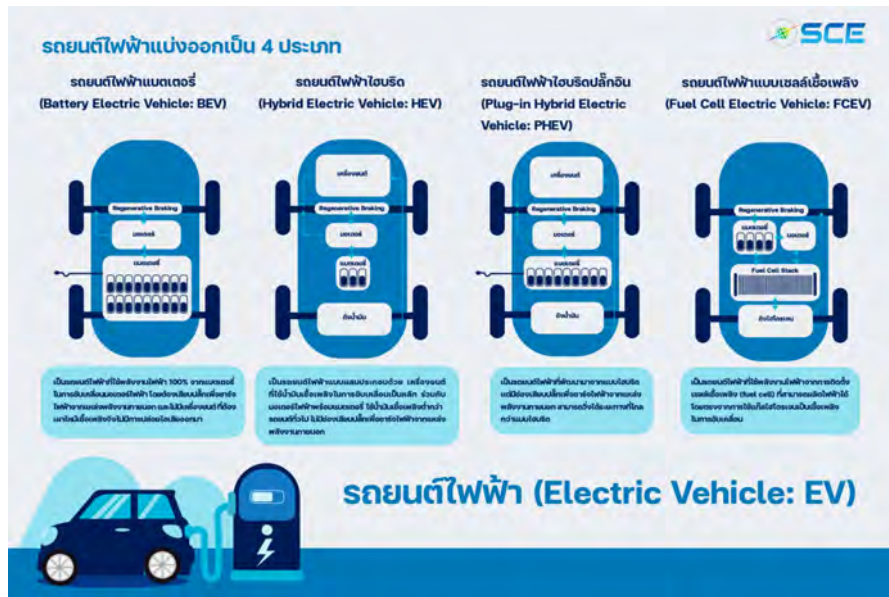
เขต YRD เป็นพื้นที่ที่มีความตื่นตัวอย่างมากในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรม NEV โดยมีนโยบายและแผนงานที่เป็นรูปธรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

เซี่ยงไฮ้ ออก “แผนปฏิบัติการเพื่อเร่งการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์

<sup>1</sup> รถยนต์ NEV แบ่งออกเป็น 4 ประเภทตามรูปแบบการใช้พลังงาน ได้แก่ รถยนต์ไฟฟ้าแบตเตอรี่ 100% (Battery Electric Vehicle: BEV) รถยนต์ไฟฟ้าไฮบริด (Hybrid Electric Vehicle: HEV) รถยนต์ไฟฟ้าไฮบริดปลั๊กอิน (Plug-in Hybrid Electric Vehicle: PHEV) และรถยนต์ไฟฟ้าแบบเซลล์เชื้อเพลิง (Fuel Cell Electric Vehicle: FCEV)

<sup>2</sup> ปี 2565 จีนมียอดขายรถยนต์ NEV 6,887,000 คัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.6 ของยอดขายรถยนต์ NEV ทั่วโลก (10,824,000 คัน) เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ร้อยละ 93.4





พลังงานใหม่ (ปี 2564 - 2568)” โดยเมื่อถึงปี 2568 เชื้อเพลิงธรรมชาติ เป้าหมายที่สำคัญ อาทิ

1. มีปริมาณการผลิตรถยนต์ NEV มากกว่า 1.2 ล้านคันต่อปี และมีมูลค่าการผลิตมากกว่า 350,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 35 ของมูลค่าการผลิตรถยนต์ทั้งหมดในเชียงใหม่
2. การซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบตเตอรี่ 100% (Battery Electric Vehicle: BEV) ส่วนบุคคลจะมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50 ของการซื้อรถยนต์ใหม่ทั้งหมดของผู้บริโภคในเชียงใหม่
3. ปรับเปลี่ยนรถโดยสารประจำทาง รถแท็กซี่ รถยนต์หน่วยงานภาครัฐ รถบรรทุกในเขตเมือง และรถขนส่งทางไปรษณีย์ ให้เป็นรถยนต์ NEV ทั้งหมด

เมื่อกล่าวถึงรถยนต์ NEV จะต้องนึกถึงเขตเศรษฐกิจสามเหลี่ยมปากแม่น้ำแยงซี ซึ่งประกอบด้วยนครเซี่ยงไฮ้ มณฑลเจียงซู มณฑลเจ้อเจียง และมณฑลอานฮุย

และมีการใช้รถยนต์ไฟฟ้าแบบเซลล์เชื้อเพลิง (Fuel Cell Electric Vehicle: FCEV) เกินกว่า 10,000 คัน

เจียงซู ประกาศ “ข้อเสนอแนะการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์พลังงานใหม่อย่างมีคุณภาพสูง” เมื่อ 1 มิถุนายน 2565 โดยตั้งเป้าหมาย อาทิ

1. เมื่อถึงปี 2568 จะมีปริมาณ



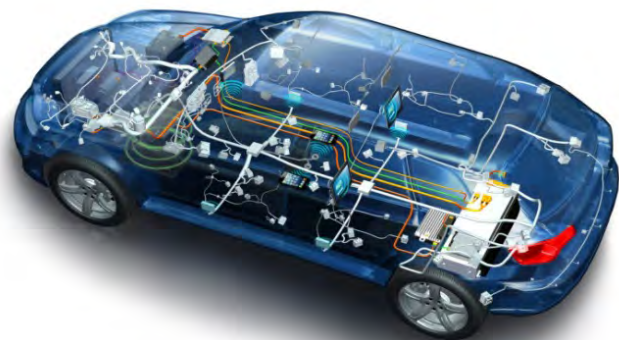
การผลิตรถยนต์ NEV มากกว่า 1 ล้านคันต่อปี มีบริษัทผู้ผลิตที่มียอดจำหน่ายรถยนต์ NEV เกินกว่า 300,000 คันต่อปีจำนวน 2 - 3 ราย นอกจากนี้ จะเพิ่มศูนย์เทคโนโลยีวิศวกรรมระดับชาติจำนวน 5 - 8 แห่ง และสร้างศูนย์นวัตกรรมอุตสาหกรรมการผลิตระดับชาติ 1 - 2 แห่ง

2. พัฒนาให้เจียงซูเป็นฐานการผลิตแบตเตอรี่ไฟฟ้าขนาดใหญ่ที่สุดในจีน (ปัจจุบันมีเมืองที่โดดเด่นในด้านนี้หลายเมือง อาทิ ฉางโจว และหนานจิง) และบ่มเพาะห่วงโซ่อุตสาหกรรมรถยนต์ FCEV ที่ครอบคลุม โดยผลักดันให้เมืองซูโจวและเมืองหนานทงเข้าร่วมการก่อสร้างกลุ่มเมืองสาธิตรถยนต์ FCEV ในจีน

**เจ้อเจียง** ออก “แผนปฏิบัติการเพื่อเร่งการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์พลังงานใหม่” เมื่อ 29 มกราคม 2566 โดยตั้งเป้าหมายผลสำเร็จเมื่อถึงปี 2568 อาทิ

1. มีปริมาณการผลิตรถยนต์ NEV มากกว่า 1.2 ล้านคันต่อปี คิดเป็นสัดส่วนสูงกว่าร้อยละ 60 ของปริมาณการผลิตรถยนต์ทั้งหมดในมณฑล และคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของปริมาณการผลิตรถยนต์ NEV ทั่วทั้งจีน โดยมียอดส่งออกรถยนต์ NEV ไปยังต่างประเทศเกิน 200,000 คันต่อปี

2. ทั่วทั้งมณฑลมีแท่นชาร์จไฟฟ้า



ในพื้นที่สาธารณะไม่ต่ำกว่า 100,000 แท่น และมีสถานีเติมไฮโดรเจนสำหรับรถยนต์ FCEV รวม 50 แห่ง

3. กระตุ้นให้มีการใช้รถยนต์ FCEV ในการขนส่งสาธารณะ การขนส่งในท่าเรือ และการขนส่งระหว่างเมืองรวมประมาณ 5,000 คัน

**อานฮุย** ออก “แผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์พลังงานใหม่ (ปี 2564 - 2566)” โดยได้ตั้งเป้าหมายที่สำคัญ อาทิ

1. บ่มเพาะวิศวกรรมรถยนต์ NEV ที่มีศักยภาพจำนวน 3 - 5 ราย และวิศวกรรมผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์ NEV ที่มีความสามารถในการแข่งขันระดับโลกจำนวนหนึ่ง อีกทั้งกระตุ้นให้มีแบรนด์ชื่อดังในสาขาอุตสาหกรรมรถยนต์ NEV มากกว่า 10 แบรินด์ (อาทิ Chery, Nio, JAC, JETOUR, BODGE เป็นต้น)

2. ในปี 2566 อานฮุยจะมีส่วนแบ่งตลาดการผลิตรถยนต์พลังงานใหม่ใน

จีนมากกว่าร้อยละ 10 และมีส่วนแบ่งตลาดการผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์ NEV ในจีนมากกว่าร้อยละ 70

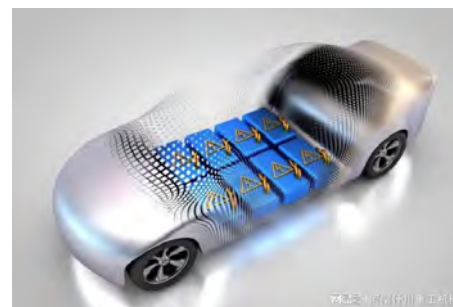
### ผลักดัน NEV ไม่ถอย.. YRD ปลดล็อคมาตรการหลายชุด

เพื่อดำเนินการตามแผนปฏิบัติการข้างต้นและส่งเสริมให้เขต YRD เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นด้านอุตสาหกรรม NEV อย่างแท้จริง แต่ละพื้นที่ในเขต YRD จึงได้ออกมาตรการเพิ่มเติมที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นการพัฒนาอุตสาหกรรมและการบริโภค NEV ดังนี้

#### เซี่ยงไฮ้

##### มาตรการส่งเสริมการพัฒนา

ผลักดันการก่อสร้างระบบการชาร์จพลายไฮโดรเจนสำหรับรถยนต์ FCEV รวมถึงลดต้นทุนการขนส่งไฮโดรเจนด้วยการใช้เทคโนโลยีการขนส่งแบบผสมผสาน อาทิ การขนส่งผ่านระบบท่อ การขนส่งในสถานะ



ของเหลวอุณหภูมิต่ำ การขนส่งในสถานะก๊าซอุณหภูมิติดลบ และการขนส่งในสถานะก๊าซความดันสูง เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ FCEV

#### มาตรการกระตุ้นการบริโภค อาทิ

1. สิทธิพิเศษด้านภาษี โดยจะยกเว้นภาษีการซื้อรถยนต์ระหว่าง 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2566 สำหรับการซื้อรถยนต์ BEV รถยนต์ไฟฟ้าไฮบริดปลั๊กอิน (Plug-in Hybrid Electric Vehicle: PHEV) และรถยนต์ FCEV ที่ตรงตามเงื่อนไขการยกเว้นภาษี

2. เงินอุดหนุน โดยผู้บริโภคที่ซื้อรถยนต์ BEV คันใหม่ภายใน 30 มิถุนายน 2566 จะได้รับเงินอุดหนุน 10,000 หยวนต่อคัน

#### เจียงซู

##### มาตรการส่งเสริมการพัฒนา อาทิ

1. เร่งสร้างเครือข่ายให้บริการชาร์จไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพสูงและรวดเร็ว และออกระเบียบการบริหารจัดการและการก่อสร้างอุปกรณ์ชาร์จไฟฟ้าฉบับแรกของจีน

2. ผลักดันการวิจัยพัฒนาในสาขาแบตเตอรี่ สาขารถยนต์เชื่อมต่ออัจฉริยะ (Intelligent Connected Vehicles: ICV) และสาขา FCEV เป็นต้น

#### มาตรการกระตุ้นการบริโภค อาทิ

เมืองอู่ซี มณฑลเจียงซูจัดเทศกาลช้อปปิ้งให้ทุ และแจกคูปองสำหรับ



ใช้ซื้อรถยนต์ NEV รวมมูลค่า 12 ล้านหยวน โดยผู้บริโภครถยนต์ NEV เพื่อใช้ในครัวเรือนที่มีราคาตั้งแต่ 100,000 หยวนขึ้นไปจะได้รับคุ้มครอง 3,000 หยวนสำหรับรถยนต์ BEV และคุ้มครอง 1,500 หยวนสำหรับรถยนต์ NEV อื่น ๆ

**เจ้อเจียง**

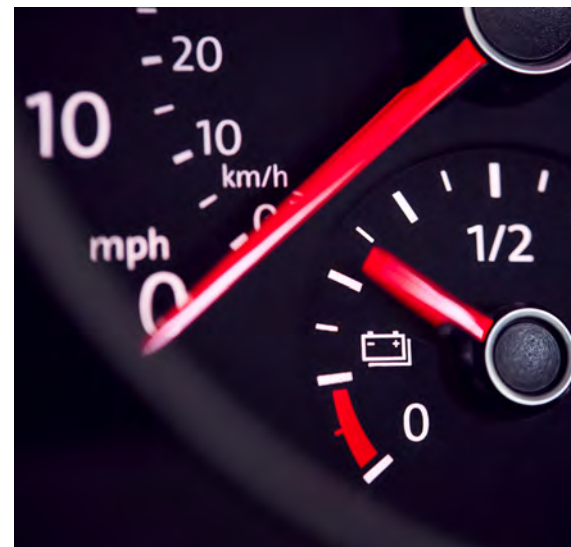
**มาตรการส่งเสริมการลงทุน อาทิ**

- 1. สนับสนุนการพัฒนาห่วงโซ่อุตสาหกรรม อาทิ
  - บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ NEV ที่พัฒนารถยนต์รุ่นใหม่จะได้รับเงินรางวัล 1 ล้านหยวนต่อรุ่น โดยได้รับเงินสูงสุดไม่เกิน 5 ล้านหยวน
  - เมื่อวิสาหกิจมียอดจำหน่ายรถยนต์ NEV 500,000 คันต่อปี 100,000 คันต่อปี และ 150,000 คัน

ต่อปี จะได้รับเงินรางวัล 10 ล้านหยวน ในแต่ละยอดจำหน่ายดังกล่าว และเมื่อมีปริมาณซัพพลายแบตเตอรี่ถึง 3 GWh ต่อปี 6 GWh ต่อปี และ 9 GWh ต่อปี จะได้รับเงินรางวัล 5 ล้านหยวน ในแต่ละปริมาณซัพพลายดังกล่าว

- ให้เงินรางวัล 3 - 10 ล้านหยวนสำหรับบริษัทรถยนต์ NEV ที่สร้างศูนย์นวัตกรรมทางเทคโนโลยี ศูนย์นวัตกรรมการผลิต ศูนย์นวัตกรรมอุตสาหกรรม ศูนย์เทคโนโลยีวิสาหกิจ และวิจัยพัฒนา และศูนย์วิจัยทางวิศวกรรมในระดับมณฑลหรือระดับชาติ
- ให้เงินรางวัล 300,000 หยวน สำหรับการสร้างกลุ่มวิสาหกิจต้นน้ำถึงปลายน้ำในห่วงโซ่อุตสาหกรรมรถยนต์ NEV ระดับมณฑลได้สำเร็จ

- ให้เงินรางวัล 500,000 หยวน สำหรับวิสาหกิจชิ้นส่วนอะไหล่ที่รับหน้าที่เป็นซัพพลายเออร์ระดับ 1 ให้แก่บริษัทรถยนต์ NEV แบบทั้งคันเป็นครั้งแรก โดยให้สูงสุดไม่เกิน 1.5 ล้านหยวน
- 2. สนับสนุนการก่อสร้างอุปกรณ์ชาร์จไฟฟ้า อาทิ
  - ให้เงินอุดหนุน 200 หยวน/ kW สำหรับการก่อสร้างอุปกรณ์ชาร์จไฟฟ้ากระแสตรง และ 80 หยวน/ kW สำหรับอุปกรณ์ชาร์จไฟฟ้ากระแสสลับ
  - ให้เงินอุดหนุน 0.1 หยวน/ kWh สำหรับหน่วยงานและสถานที่ต่าง ๆ ที่ให้บริการชาร์จไฟฟ้า
  - ให้เงินอุดหนุน 800 หยวน/ kWh สำหรับการก่อสร้างสถานีชาร์จไฟฟ้า



*ผู้ที่ซื้อรถยนต์ NEV คันใหม่ สำหรับใช้บุคคล จะได้รับคุ้มครองมูลค่า 1,500-10,000 บาท เพื่อนำไปใช้จ่ายได้ ในห้างสรรพสินค้า และร้านอาหารได้*

• ให้เงินช่วยเหลือ 600 หยวน สำหรับผู้ที่ยื่นขอติดตั้งแท่นชาร์จไฟฟ้า เพื่อใช้ส่วนบุคคล

**มาตรการกระตุ้นการบริโภค อาทิ**

1. เขตใหญ่ เมืองหนึ่งไป จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลหยวนเซียว (ช่วงต้นกุมภาพันธ์ 2566) โดยผู้ซื้อรถยนต์ NEV คันใหม่สำหรับใช้ส่วนบุคคล จะได้รับคุ้มครองมูลค่า 1,500 - 10,000 หยวนสำหรับนำไปใช้จ่ายได้ในห้างสรรพสินค้าและร้านอาหารที่เข้าร่วมกิจกรรม
2. เมืองเยวี่ซิงภายใต้การปกครองของเมืองวินโจว ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในช่วงตรุษจีนปีนี้ (ปลายมกราคม - ต้นกุมภาพันธ์ 2566) โดยได้แจกคุ้มครองสำหรับซื้อรถยนต์ NEV รวมมูลค่า 10 ล้านหยวน ซึ่งผู้บริโภครถยนต์ NEV จะได้รับคุ้มครอง 2,000 - 8,000 หยวนสำหรับซื้อรถยนต์ NEV ในระดับราคาต่าง ๆ





## NEV ในเขต YRD มาแรง.. ส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในจีน

แม้ว่าในปี 2565 ทั่วทั้งจีนยังคงเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 แต่ทุกพื้นที่ในเขต YRD ยังมีศักยภาพในการผลิตรถยนต์ NEV ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2564 โดย

ในปี 2565 เขต YRD มีปริมาณการผลิตรถยนต์ NEV รวมทั้งสิ้น 2,799,500 คัน ครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดในจีนซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.6 ของปริมาณการผลิตรวมของจีน (7,058,000 คัน) โดยสามารถแยกเป็นรายพื้นที่ ดังนี้

| พื้นที่เขต YRD | ปริมาณการผลิตรถยนต์ NEV ปี 2565 (คัน) | อัตราการเปลี่ยนแปลงเทียบกับปี 2564 | ส่วนแบ่งในตลาดจีน |
|----------------|---------------------------------------|------------------------------------|-------------------|
| เซี่ยงไฮ้      | 990,000                               | + 56.5%                            | 14.0%             |
| เจียงซู        | 687,000                               | + 175.0%                           | 9.7%              |
| เจ้อเจียง      | 581,500                               | + 170.0%                           | 8.2%              |
| อานฮุย         | 541,000                               | + 144.5%                           | 7.7%              |

นอกจากนี้ ในปี 2565 เขต YRD ยังมีรถยนต์ NEV ยอดนิยมติด 10 อันดับแรกของจีนรวม 5 แบรินด์ (มีจำนวนมากที่สุดในจีน) ได้แก่ SAIC (เซี่ยงไฮ้) Tesla China (เซี่ยงไฮ้) Geely (เจ้อเจียง) Chery (อานฮุย) และ NETA (เจ้อเจียง)



### อานฮุย

#### มาตรการส่งเสริมการพัฒนา อาท

1. ให้เงินอุดหนุนร้อยละ 20 ของเงินทุนที่หน่วยงานใช้ในโครงการนวัตกรรมเทคโนโลยีอุตสาหกรรมด้านรถยนต์ NEV และรถยนต์ ICV โดยอุดหนุนโครงการละไม่เกิน 10 ล้านหยวน

2. สนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยอัตราพิเศษสำหรับภาคการผลิตรถยนต์ NEV และรถยนต์ ICV พร้อมทั้งให้เงินช่วยเหลือร้อยละ 40 ของดอกเบี้ยเงินกู้ที่ผู้ผลิตต้องชำระ

3. กำหนดให้ชุมชนที่พักอาศัยและลานจอดรถสาธารณะที่จะสร้างขึ้นใหม่ต้องมีอุปกรณ์ชาร์จไฟฟ้าคิดเป็น

ร้อยละ 100 ของจำนวนรถยนต์ทั้งหมดในพื้นที่ดังกล่าว ขณะที่การขยายพื้นที่ลานจอดรถเดิมของชุมชนที่พักอาศัยและลานจอดรถยนต์สาธารณะในเขตเมืองจะต้องมีอุปกรณ์ชาร์จไฟฟ้าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 และร้อยละ 35 ของจำนวนรถยนต์ทั้งหมดในพื้นที่ดังกล่าว

#### มาตรการกระตุ้นการบริโภค อาท

นครเหอเฟยประกาศมาตรการส่งเสริมให้บุคคลที่จำหน่ายหรือยื่นขอทำลาयरรถยนต์ที่ใช้ในครัวเรือนที่ตรงตามเงื่อนไข และซื้อรถยนต์ NEV คันใหม่เพื่อใช้ในครัวเรือนภายใน 30 มิถุนายน 2566 จะได้รับเงินอุดหนุนไม่เกิน 5,000 หยวนต่อคัน

## ศักยภาพน่าสนใจ.. หลายบริษัท YRD นำจับตา

สืบเนื่องจากรัฐบาลท้องถิ่นในเขต YRD มุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ NEV มาโดยตลอด จึงส่งผลให้เขต YRD เป็นที่ตั้งของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ NEV และแบตเตอรี่ไฟฟ้าที่มีศักยภาพหลายราย อาทิ



Shanghai Automotive Industry Corporation (SAIC) (นครเซี่ยงไฮ้)

ผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ที่สุดของจีน โดยในปี 2565 มียอดขายรถยนต์ 5.3 ล้านคัน ซึ่งมียอดขายครองอันดับที่ 1 ในจีนติดต่อกัน 17 ปี นอกจากนี้ยังเป็นบริษัทรถยนต์แห่งแรกของจีนที่มียอดขายรถยนต์ NEV สะสมถึง 1 ล้านคัน อีกทั้งยังเป็นผู้ผลิตรถยนต์สัญชาติจีนรายแรกที่มีปริมาณการผลิตมากกว่า 1 ล้านคันในต่างประเทศ โดยมีฐานการวิจัยและพัฒนาสำคัญ 3 แห่ง ได้แก่ อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และอิสราเอล

SAIC ตั้งเป้าหมายที่จะเป็นผู้ผลิตรถยนต์ FCEV ที่สามารถแข่งขันได้ใน

ระดับโลก โดยภายในปี 2568 จะสร้างทีมงานกว่า 1,000 คน เพื่อวิจัยและพัฒนาระบบเซลล์เชื้อเพลิง เพื่อบรรลุเป้าหมายการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ FCEV 10,000 คันต่อปี

ในส่วนของที่เกี่ยวข้องกับไทย ในปี 2556 SAIC ได้ร่วมมือกับ CP ของไทย ก่อสร้างโรงงานประกอบรถยนต์แบรนด์ MG ที่จังหวัดชลบุรีในไทย (ทั้งรถยนต์น้ำมัน เชื้อเพลิง และรถยนต์ NEV) โดยมีบริษัท เอ็มจี เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด ทำหน้าที่กำกับดูแลงานด้านการจัดจำหน่าย การตลาด และบริการหลังการขายรถยนต์ MG ในประเทศไทย



Zhejiang Geely Holding Group Co., Ltd. (ZHN) (นครหางโจว มณฑลเจ้อเจียง)

ก่อตั้งเมื่อปี 2540 เป็นผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำของจีน และเป็นอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีขนาดใหญ่และเงินทุนมากที่สุดรายหนึ่งในจีน มีปริมาณการผลิตและยอดขายเกิน 1 ล้านคันเป็นเวลา 6 ปีติดต่อกัน และติดลำดับที่ 239 ใน Fortune 500 ของโลกประจำปี 2564



เมื่อพฤศจิกายน 2562 Geely ได้ร่วมกับ U. Asia Cab Co., Ltd. ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ที่ฮ่องกง เริ่มผลิตรถโดยสารรุ่น TX4 ที่ประเทศไทย นับเป็นจุดเริ่มต้นที่ Geely เข้าสู่ตลาดไทย

ปี 2565 มียอดขายรถยนต์รวม 1.43 ล้านคัน แบ่งเป็นยอดขายรถยนต์ NEV 328,727 คัน (ส่งออกไปต่างประเทศ 198,242 คัน) Geely ตั้งเป้าหมายกระตุ้นยอดขายรถยนต์ NEV ในปี 2566 ให้เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าของปี 2565 ผ่านการพัฒนาทั้งรถยนต์ BEV รถยนต์ HEV และรถยนต์ PHEV รวมถึงอุปกรณ์เคลื่อนที่สำหรับการเปลี่ยนแบตเตอรี่

ทั้งนี้ เมื่อพฤศจิกายน 2562 Geely ได้ร่วมกับ U. Asia Cab Co., Ltd. ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ที่ฮ่องกง เริ่มผลิตรถโดยสารรุ่น TX4 ที่ประเทศไทย นับเป็นจุดเริ่มต้นที่ Geely เข้าสู่ตลาดไทย ล่าสุดมีรายงานข่าวว่า ปัจจุบัน Geely อยู่ระหว่างทำการศึกษาดูตลาดและหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทย ในการเข้าไปลงทุนก่อสร้างโรงงานผลิตและท่าตลาดรถยนต์ NEV ในไทย

Hozon Auto New Energy Automobile Co., Ltd. (เมืองฉงชิ่ง มณฑลเจ้อเจียง)

เป็นผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์ NETA ซึ่งได้รางวัลถ้วยรางวัลรถยนต์ยอดเยี่ยม 10 อันดับแรกของจีนประจำปี 2565 โดย NETA เริ่มเปิดตัวรถยนต์

ไฟฟ้ารุ่นแรกในปี 2561 และจัดอยู่ในกลุ่มบริษัทรถยนต์ NEV ที่มียอดขายที่เติบโตสูงอย่างต่อเนื่องในตลาดรถยนต์ของจีน มีโรงงานผลิตมาตรฐานระดับโลกรวม 3 แห่ง (เจ้อเจียง เจียงซี และกว่างซี) รวมกำลังการผลิต 250,000 คัน/ปี นอกจากนี้ ยังมีศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์รวม 6 แห่ง (อยู่ในต่างประเทศ 3 แห่ง ได้แก่ เยอรมนี อิตาลี และ สหรัฐอเมริกา) อีกทั้งยังได้มีความร่วมมือกับผู้นำด้านนวัตกรรมระดับโลก อาทิ SenseTime (ผู้พัฒนา AI รายใหญ่จากเซี่ยงไฮ้) Horizon Robotics (ผู้นำด้านแพลตฟอร์มการประมวลผล AI สำหรับยานยนต์จากปักกิ่ง) Huawei (ผู้ให้บริการโซลูชันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจากเซินเจิ้น) และ CATL (ผู้ผลิตแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้ารายใหญ่ของจีนจากฝูเจี้ยน)



NETA ได้ขยายธุรกิจสู่ไทย ในปี 2565 โดยการไปทำการตลาดในประเทศไทยในนาม Neta Auto (Thailand) Co., Ltd. ทั้งนี้เมื่อสิงหาคม 2565 ผู้บริหาร NETA ได้เข้าร่วมการประชุม Bangkok - Shanghai Economic Conference (BSEC) ครั้งที่ 5 ที่สถานกงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้ จัดขึ้นที่นครเซี่ยงไฮ้ โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ตัดสินใจของบริษัทฯ ในการเข้าไปลงทุนในประเทศไทย โดยเฉพาะนโยบายที่ชัดเจนของรัฐบาลไทย ในการสนับสนุนอุตสาหกรรม NEV



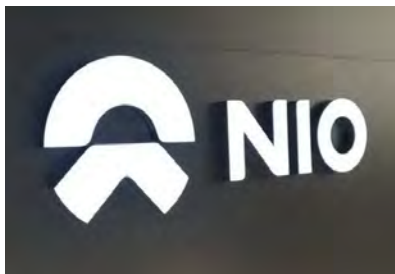
Chery Automobile Co., Ltd. (เมืองอู่หู มณฑลอานฮุย)

บริษัทรถยนต์ชั้นนำของจีนที่ส่งออกรถยนต์มากที่สุดติดต่อกัน 20 ปี (ปี 2545 - 2565) ในปี 2565 มียอดขายรถยนต์สะสม 1.27 ล้านคัน มีลูกค้ากว่า 11.20 ล้านคนทั้งในจีนและต่างประเทศ อีกทั้งได้รับรางวัล International Convention on Quality Control Circles (ICQCC) ซึ่งเป็นที่รู้จักในนาม “Quality Olympics” เป็นเวลา 5 ปีติดต่อกัน และรางวัลความรับผิดชอบต่อสังคมในโครงการ “Dual Carbon”

ปัจจุบัน Chery มุ่งพัฒนาเทคโนโลยีของตนเอง โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนารถยนต์ NEV แบตเตอรี่และยานยนต์อัตโนมัติภายใต้แบรนด์ Cherylion ซึ่งมีศูนย์วิจัยทั้งในจีน เยอรมนี สหรัฐอเมริกา และบราซิล



อีกทั้งมีทีมวิจัยด้านยานยนต์มากกว่า 5,500 คน มีโรงงานผลิต 10 แห่ง ในต่างประเทศ ซึ่งมีกำลังผลิตรวม 200,000 คันต่อปี รวมทั้งสนใจขยายเข้าสู่ไทยและอยู่ระหว่างทำการศึกษาเชิงลึก



**NIO Co., Ltd. (นครเหอเฟย มณฑลอานฮุย)**

บริษัทสตาร์ทอัพรถยนต์ NEV ซึ่งก่อตั้งขึ้นที่นครเหอเฟย มณฑลอานฮุยเมื่อปี 2557 โดยในปี 2565 มีปริมาณผลิตรถยนต์ NEV 120,000 คัน เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ร้อยละ 34

NIO เป็นผู้ผลิตรถยนต์รายแรกที่เปิดตัวรถยนต์ NEV รุ่นที่ใช้ชิปเซต EyeQ4 ทั้งยังพัฒนาเทคโนโลยี NOMI ซึ่งเป็นระบบ AI ในรถยนต์รุ่นแรกที่สามารถเปิดใช้งานระบบนำทางของรถ ควบคุมเสียงเพลงในรถ และสามารถถ่ายเซลฟี่โดยสารในรถยนต์ได้อัตโนมัติ รวมถึงยังเป็นผู้ผลิตรถยนต์ NEV อีกหลายรุ่น อาทิ ซูเปอร์คาร์ไฟฟ้า EP9 (มีความเร็วสูงที่สุดในโลก) และ



รถยนต์ไฟฟ้า EC7 (มีค่าสัมประสิทธิ์แรงต้านอากาศดีที่สุดในโลก และสามารถแล่นต่อเนื่องได้สูงสุดถึง 920 กิโลเมตรตามมาตรฐาน CLTC<sup>3</sup> ของจีน) นอกจากนี้ NIO ยังได้สร้างสถานีให้บริการเปลี่ยนแบตเตอรี่ได้ภายใน 5 นาที (ไม่ต้องรอชาร์จ) โดยล่าสุดได้ลงนามความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับ Sinopec Shanghai Petrochemical Company Limited (SHI) เพื่อสร้างสถานีเปลี่ยนแบตเตอรี่อีก 4,000 แห่งทั่วโลกภายในปี 2568

<sup>3</sup> China Light-Duty Vehicle Test Cycle (CLTC) เป็นมาตรฐานการทดสอบรถยนต์ของประเทศจีน ทั้งนี้ รถยนต์ที่จัดจำหน่าย ในจีน (โดยเฉพาะแบรนด์รถยนต์สัญชาติจีน) มักจะใช้มาตรฐานนี้ในการทดสอบ โดยจะทดสอบการขับด้วยความเร็ว 3 แบบ ทั้งความเร็วต่ำ - กลาง - สูง รวมถึงการทดสอบเบรก และการใช้พลังงานขณะรถจอดหยุดนิ่งด้วย



**SVOLT Energy Technology Co., Ltd. (เมืองฉางโจว มณฑลเจียงซู)**

ก่อตั้งเมื่อปี 2561 แยกออกจาก Great Wall Motor เชี่ยวชาญการผลิตแบตเตอรี่รถยนต์ EV ทั้งการผลิตลิเทียมไอออนแบตเตอรี่ ระบบบริหารจัดการแบตเตอรี่ ผลิตภัณฑ์จัดเก็บพลังงาน รวมถึงธุรกิจพลังงานแสงอาทิตย์ โดยเน้นการลงทุนตลอดห่วงโซ่การผลิต รวมถึงการรีไซเคิลแบตเตอรี่ที่ใช้แล้ว และมุ่งพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเอง SVOLT เป็นผู้ผลิตแบตเตอรี่รถยนต์ NEV รายแรกในจีนที่สามารถ

วิจัยและพัฒนาต้นแบบแบตเตอรี่โซลิดสเตต (Solid State) ที่มีเซลล์เฟอร์ไรต์ 20 แอมแปร์-ชั่วโมง สามารถขับเคลื่อนรถยนต์ NEV ได้ไกลถึง 1,000 กิโลเมตรต่อการชาร์จหนึ่งครั้ง ซึ่งถือเป็นการพัฒนาเทคโนโลยีแบตเตอรี่แห่งอนาคต ทั้งนี้ SVOLT ได้ประกาศยุทธศาสตร์ “SV 600” โดยตั้งเป้าหมายจะเพิ่มกำลังการผลิตแบตเตอรี่ไฟฟ้าให้ได้ 600 กิกะวัตต์ในปี 2568

SVOLT มีฐานการผลิต 12 แห่งในจีนและเยอรมนี และมีศูนย์วิจัยและพัฒนา 10 แห่ง รวมถึงในเกาหลีใต้ อินเดีย และเยอรมนี และอยู่ระหว่างก่อสร้างโรงงานประกอบแบตเตอรี่ไฟฟ้าในไทย ซึ่งจะเป็นการลงทุนแห่งแรกของบริษัทฯ ในอาเซียน



## มุ่งมั่นจับมือกับ YRD.. สู่เป้าหมาย “NEV Hub” ในอาเซียนของไทย

NEV เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายของไทยตามนโยบาย Thailand 4.0 Bio-Circular-Green (BCG) Economy Model และการขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออกหรือ EEC โดยรัฐบาลไทยได้สนับสนุนอุตสาหกรรม NEV อย่างเต็มที่ทั้งในด้านนโยบายมาตรการจูงใจการพัฒนาเทคโนโลยี และการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ เพื่อให้ไทยเป็นฐานด้าน NEV ในระดับภูมิภาค

หลายปีที่ผ่านมา ไทยจึงได้ชักชวนการลงทุนจากกลุ่มอุตสาหกรรม NEV

และแบตเตอรี่ของจีนอย่างต่อเนื่อง (อาทิ BYD, MG, GWM, NETA, SVOLT) โดยเฉพาะการลงทุนใน EEC ทั้งนี้ การดึงดูดเงินและนำความก้าวหน้าด้านอุตสาหกรรม NEV ในเขต YRD เข้าสู่ไทย จะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้ไทยสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ เนื่องจาก แต่ละพื้นที่ในเขต YRD ล้วนมีจุดแข็งที่จะช่วยผลักดันการพัฒนาอุตสาหกรรม NEV ของไทยได้อย่างต่อเนื่อง อาทิ เชียงไฮ้เป็นฐานอุตสาหกรรมรถยนต์ NEV ที่มีปริมาณการผลิตมากที่สุดในเขต YRD และมีแบรนด์ดังติด Top 2 ของจีน (SAIC) เจียงซูเป็นฐานอุตสาหกรรมแบตเตอรี่ที่สำคัญระดับ

แนวหน้าของจีน (รวมถึง SVOLT) เจ้อเจียงเป็นฐานการผลิตรถยนต์ NEV ที่สำคัญของจีน มุ่งพัฒนารถยนต์ FCEV และกระตุ้นการส่งออกรถยนต์ NEV ไปต่างประเทศ และอานฮุยเป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์ NEV ที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดในจีน

นอกจากความก้าวหน้าและปริมาณการผลิตรถยนต์ NEV ของเขต YRD ที่อยู่ในระดับแนวหน้าของจีนแล้ว หากเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่น ๆ จะพบว่า เขต YRD เป็นพื้นที่ที่มีห่วงโซ่อุตสาหกรรมส่วนประกอบรถยนต์ NEV ที่ครบวงจร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านชิ้นส่วนภายในรถยนต์และโครงรถยนต์ ซึ่งเขต YRD มีจำนวน

ธุรกิจประเภทนี้มากที่สุดและมีชื่อเสียงอย่างมากในจีน อาทิ Yanfeng Automotive/ Daimay Automotive Interior ในเซี่ยงไฮ้ Jifeng Co., Ltd./ Huaxiang Group/ Tuopu Group ในเจ้อเจียงและ Xinquan Automotive Trim Co., Ltd./ Changshu Automotive Trim Group Co., Ltd. ในเจียงซู เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ เขต YRD จึงเป็นพื้นที่เป้าหมายสำคัญที่ไทยเร่งพยายามขยายความร่วมมือ เพื่อการพัฒนาที่เข้มแข็งและยั่งยืนในสาขาอุตสาหกรรม NEV ของไทยต่อไป



การพัฒนา  
เศรษฐกิจสีเขียว  
ของมณฑลฝูเจี้ยน  
และโอกาส  
ความร่วมมือ  
กับไทย

## นโยบายเศรษฐกิจสีเขียวของจีน

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จีนมุ่งให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจสีเขียวอย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายการปล่อยคาร์บอนในระดับสูงสุด (Carbon Emission Peak) ภายในปี ค.ศ. 2030 และการปล่อยคาร์บอนเป็นศูนย์ (Carbon Neutral) ภายในปี ค.ศ. 2060 ตั้งแต่การประชุมสมัชชาพรรคคอมมิวนิสต์จีน ครั้งที่ 18 เมื่อปี 2555 เป็นต้นมา จีนยึดมั่นแนวคิด “น้ำใสและ ทอง” ของประธานาธิบดีสี จิ้นผิง กล่าวคือ ธรรมชาติเป็นทรัพย์สินล้ำค่าและเป็นฐานรากสำคัญสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนของมนุษยชาติ และสังคม และจีนจะมุ่งสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมสีเขียวทุกมิติอย่างรอบด้าน โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ครอบคลุมทั้งการพัฒนาโครงสร้างพลังงาน การยกระดับอุตสาหกรรมและระบบการขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเปิดตลาดคาร์บอนระดับชาติ การเพิ่มพื้นที่สีเขียว การพัฒนาหมู่บ้านและชุมชนสีเขียว โรงเรียนสีเขียว และสถาปัตยกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและลดการใช้พลังงาน เป็นต้น

ความมุ่งมั่นในการผลักดันการพัฒนาสีเขียวของจีน ทำให้เกิดผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม



ฐานการผลิตกระแสไฟฟ้าจาก solar cell ที่ใหญ่ที่สุดของจีน

โดยในช่วง 10 ปี (2555 - 2565) จีนลงทุนงบประมาณกว่า 1 แสนล้านหยวนเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อม มูลค่าการผลิตของอุตสาหกรรมการประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 10 / ปริมาณการผลิตอุปกรณ์พลังงานสะอาดสูงเป็นอันดับแรกของโลก ปริมาณการผลิตและจำหน่ายยานยนต์พลังงานใหม่สูงเป็นอันดับแรกของโลกติดต่อกัน 8 ปี / ปริมาณการใช้พลังงานต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ในปี 2565 ลดลงร้อยละ 26.4 เมื่อเทียบกับปี 2555 เทียบเท่ากับการประหยัดพลังงานถ่านหินประมาณ 1.4 พันล้านตัน และการสร้างสวนสาธารณะในเขตเมือง

เฉลี่ย 14.8 ตารางเมตรต่อคน การปลูกป่าเพิ่มขึ้น 6.77 ล้านเฮกตาร์ โดยมีพื้นที่ป่าไม้คิดเป็นร้อยละ 24 ของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ ทั้งนี้ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาจีนได้ขยายพื้นที่ป่าไม้ใหม่ประมาณ 1 ใน 4 ของพื้นที่ป่าไม้ใหม่ทั่วโลก

ในปี 2565 อุตสาหกรรมสีเขียวของจีนเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอุตสาหกรรมพลังงานใหม่และวัสดุใหม่ อาทิ การผลิตรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น 7.06 ล้านคัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 97 / จำนวนแท่นขาร์จรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น 5.1 ล้านแห่งทั่วประเทศ เพิ่มขึ้นร้อยละ 80.3 / ปริมาณการผลิตไฟฟ้าจาก solar cell เพิ่มขึ้นกว่า 233 GW เพิ่มขึ้นร้อยละ

48 และปริมาณการผลิตอุปกรณ์พลังงานใหม่ อาทิ กังหันลมเพิ่มขึ้นร้อยละ 46 คิดเป็นร้อยละ 70 ของการผลิตส่วนประกอบของกังหันลมทั่วโลก ส่งเสริมให้จีนเป็นฐานการผลิตกังหันลมที่ใหญ่ที่สุดของโลก

ล่าสุดเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2566 สำนักงานสารนิเทศแห่งคณะรัฐมนตรีจีน คณะกรรมการพัฒนาและปฏิรูปแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรมและสารสนเทศ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อมจีนได้ร่วมประกาศ “สมุดปกขาวว่าด้วยการพัฒนาสีเขียวของจีนในยุคใหม่” โดยมีสาระสำคัญครอบคลุมการปรับ



แต่เดิมมีพื้นที่ดินรกราคิดเป็นร้อยละ 98.5 ของพื้นที่ทั้งหมดที่ทะเลทรายทาลาซิงให้รวม 609 ตร.กม.

โครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตขั้นสูง และการส่งเสริมค่านิยมการดำเนินชีวิต ที่ลดการใช้พลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ทั้งนี้ จีนได้กำหนดทิศทาง การพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียวที่สำคัญได้แก่ การพัฒนาอุตสาหกรรม การประหยัดพลังงานและการรักษา สิ่งแวดล้อม<sup>1</sup> (节能环保产业) การยกระดับอุตสาหกรรมการผลิตที่สะอาดขึ้น การพัฒนาพลังงานหมุนเวียน การให้บริการเทคโนโลยีด้านการฟื้นฟู สภาพแวดล้อมทางนิเวศวิทยา และการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานสีเขียว โดยมากกว่า 20 มณฑลของจีนได้เร่ง การพัฒนาสีเขียวอย่างต่อเนื่อง

อาทิ มณฑลฝูเจี้ยน มณฑลกวางตุ้ง มณฑลเจ้อเจียง มณฑลชานตง มณฑล ไท่หนาน มณฑลเหอเป่ย์ และมณฑล เจียงซู ได้บรรจุเป้าหมายการพัฒนา อุตสาหกรรมสีเขียวในแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมระยะ 5 ฉบับที่ 14 ของมณฑล โดยระบุสาขาการพัฒนา หลัก ดังนี้

1 อุตสาหกรรมการประหยัดพลังงานและรักษา สิ่งแวดล้อม (节能环保产业) ครอบคลุม หลายหลายสาขาการผลิต อาทิ (1) การผลิต อุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีประหยัดพลังงาน (2) การผลิตวัสดุก่อสร้างสีเขียวรวมถึงวัสดุผนัง และฉนวนผนัง กระฉก และผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้าง สีเขียวอ่อน ๆ (3) การผลิตอุปกรณ์เพื่อ การรีไซเคิล อาทิ การรีไซเคิล ซากอิฐหรือของเสีย จากการก่อสร้างอาคารและถนน และรีไซเคิลขยะใน คริวเรือน และ (5) การควบคุมมลพิษ อาทิ การควบคุมฝุ่นในเมือง



### การพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียวในมณฑลต่าง ๆ ของจีน

|                   |             |  |
|-------------------|-------------|--|
| พื้นที่ภาคเหนือ   | ปักกิ่ง     | พลังงานไฮโดรเจน พลังงานลม ยานยนต์ไฟฟ้าและแบตเตอรี่   |
|                   | เทียนจิน    | ยานยนต์ไฟฟ้าและแบตเตอรี่ วัสดุใหม่ พลังงานลม และพลังงานไฮโดรเจน                                    |
|                   | เหอเป่ย์    | ยานยนต์ไฟฟ้า พลังงานใหม่ และยานยนต์ที่เชื่อมต่อระบบอัจฉริยะ (Intelligent Connected Vehicles - ICV) |
| ลุ่มแม่น้ำอวโงโหม | ชานตง       | อุตสาหกรรมเคมีสีเขียว พลังงานลม พลังงานแสงอาทิตย์ สถาปัตยกรรม สีเขียว และการปกป้องสิ่งแวดล้อม      |
|                   | เหอหนาน     | วัสดุใหม่ การประหยัดพลังงานและการรักษาสิ่งแวดล้อม พลังงานใหม่ พลังงานไฮโดรเจน และการกักเก็บพลังงาน |
|                   | ฉานซี       | การรีไซเคิลขยะมูลฝอย พลังงานลม พลังงานแสงอาทิตย์ และเคมีภัณฑ์ ขั้นดี (fine chemical)               |
|                   | ฉานซี       | พลังงานใหม่ ยานยนต์เชื่อมต่ออัจฉริยะ ยานยนต์ไฟฟ้า การใช้ถ่านหิน อย่างสะอาดและมีประสิทธิภาพ         |
|                   | ซิงไห่      | พลังงานลม พลังงานแสงอาทิตย์ วัสดุเทียม และการกักเก็บพลังงาน  |
|                   | มองโกเลียใน | พลังงานลม พลังงานแสงอาทิตย์ ยานยนต์ไฟฟ้าและแบตเตอรี่ พลังงานไฮโดรเจน                               |





## ภาพรวมนโยบายเศรษฐกิจสีเขียวของมณฑลผู้เจียน

มณฑลผู้เจียนมุ่งมั่นพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว ซึ่งเป็นหนึ่งในสาขาเป้าหมายภายใต้แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมระยะ 5 ฉบับที่ 14 (ปี 2564 - 2568) ของมณฑลผู้เจียน โดยมีการตั้งเป้าหมายการพัฒนาปี 2568 ครอบคลุมหลายสาขาอุตสาหกรรม อาทิ พลังงานใหม่ ยานยนต์ไฟฟ้า และแบตเตอรี่ ลิเทียมไอออน และอุตสาหกรรมป่าไม้ เช่น การเพิ่มกำลังการผลิตแบตเตอรี่ลิเทียมให้สูงกว่า 500 GWh มูลค่าการผลิตของห่วงโซ่อุตสาหกรรมแบตเตอรี่ลิเทียมไอออนทั้งหมดให้สูงกว่า 6 แสนล้านบาท เพิ่มจำนวนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้ากว่า 560,000 คัน เพิ่มจำนวนสถานีชาร์จและสถานีเปลี่ยนแบตเตอรี่ยานยนต์ไฟฟ้ามากกว่า 1,000 แห่งทั่วมณฑล มูลค่าของอุตสาหกรรมพลังงานใหม่สูงกว่า 1 แสนล้านบาท และมูลค่าการผลิตทางอุตสาหกรรมการป่าไม้สูงกว่า 1.2 แสนล้านบาท

ที่ผ่านมา รัฐบาลมณฑลผู้เจียนได้มีการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการพัฒนาสีเขียว

การให้เงินอุดหนุนสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยในปี 2565 รัฐบาลมณฑลผู้เจียนได้ประกาศแผนปฏิบัติการเร่งส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวของมณฑลผู้เจียน (ปี 2565 - 2568) โดยมีมาตรการสำคัญ ได้แก่

**1. การพัฒนาอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและคาร์บอนต่ำ**  
 อาทิ อุตสาหกรรมการก่อสร้าง โครงสร้างพื้นฐาน พลังงาน และคมนาคม และภาคส่วนอื่น ๆ โดยมุ่งส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและคาร์บอนต่ำ อาทิ การผลิตพลังงานฟอสซิลด้วยเทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เป็นศูนย์ การส่งเสริมอุตสาหกรรมเกิดใหม่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ พลังงานใหม่



|                        |           |   |
|------------------------|-----------|---|
| แถบเศรษฐกิจแม่น้ำแยงซี | เสฉวน     | พลังงานแสงอาทิตย์ ยานยนต์ไฟฟ้าและแบตเตอรี่ วัสดุแร่ธาตุ Vanadium และ Titanium   |
|                        | เจียงซู   | พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานไฮโดรเจน พลังงานลม และการรีไซเคิลทรัพยากร  |
|                        | เซี่ยงไฮ้ | การประหยัดพลังงาน การเงินสีเขียว และการรีไซเคิลในนิคมอุตสาหกรรม   |
|                        | เจ้อเจียง | พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม การประหยัดพลังงาน โรงงานอุตสาหกรรมสีเขียว และยานยนต์ไฟฟ้า   |
|                        | เจียงซี   | พลังงานใหม่ วัสดุใหม่ เกษตรอินทรีย์สีเขียว บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม  |
|                        | หูหนาน    | พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม การประหยัดพลังงาน และอาคารสีเขียว   |
|                        | หูเป่ย์   | พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานไฮโดรเจน พลังงานลม และการประหยัดพลังงาน  |
|                        | ฉงชิ่ง    | พลังงานไฮโดรเจน พลังงานลม และการประหยัดพลังงาน  |
|                        | อานฮุย    | พลังงานแสงอาทิตย์ การประหยัดพลังงาน การรีไซเคิลทรัพยากร และยานยนต์ไฟฟ้า   |
| ชายฝั่งภาคใต้          | ผู้เจียน  | พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลมทางทะเล วัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ยานยนต์ไฟฟ้า และป่าไม้                                    |
|                        | กวางตุ้ง  | พลังงานแสงอาทิตย์ การกักเก็บพลังงานแบตเตอรี่ลิเทียม การรีไซเคิลทรัพยากร พลังงานลมทางทะเล ยานยนต์ไฟฟ้าและแบตเตอรี่ และการเงินสีเขียว |
|                        | กวางซี    | วัสดุใหม่ ยานยนต์ไฟฟ้าและแบตเตอรี่ และเครื่องใช้ในครัวเรือนที่ประหยัดพลังงาน  |
|                        | ไห่หนาน   | พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม วัสดุชีวภาพที่ย่อยสลายได้ และการสร้างพื้นที่ Blue Carbon <sup>2</sup>                                   |

2 Blue Carbon คาร์บอนไดออกไซด์ที่สะสมในระบบนิเวศทางทะเลและชายฝั่ง โดยพื้นที่ Blue Carbon หรือระบบนิเวศตามแนวชายฝั่งทะเล มีประโยชน์ในการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่กักเก็บไว้ในใต้ดิน ซึ่งจะช่วยยับยั้งการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก

.....  
*บทบาทผู้เจียนมุ่งมั่นพัฒนา  
เศรษฐกิจสีเขียว ซึ่งเป็นหนึ่ง  
ในสาขาเป้าหมายภายใต้  
แผนการพัฒนาเศรษฐกิจ  
และสังคมระยะ 5 ฉบับที่ 14  
(ปี 2564 - 2568)*  
.....

วัสดุใหม่ยานยนต์ไฟฟ้า เรือยนต์ไฟฟ้า และเรือพลังงาน solar cell ฯลฯ รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีรีไซเคิลของเสียที่ล้ำสมัย และการก่อสร้างศูนย์วิจัยเทคโนโลยีสีเขียวคาร์บอนต่ำของ Chinese Academy of Sciences ที่มณฑลฝูเจี้ยนเพื่อส่งเสริมความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนา และแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีสีเขียวคาร์บอนต่ำ อาทิ เทคโนโลยีการดักจับ การใช้ประโยชน์ และการกักเก็บคาร์บอน (Carbon Capture, Utilization and Storage - CCUS) โดยตั้งเป้าหมายการก่อสร้างโรงงานสีเขียว 150 แห่ง และนิคมอุตสาหกรรมสีเขียว 15 แห่ง ภายในปี 2568

**2. การพัฒนาพลังงานหมุนเวียน**  
โดยเน้นการพัฒนาพลังงานลม และพลังงานแสงอาทิตย์ควบคู่กับการเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตพลังงานไฮโดรเจน รวมถึงอุปกรณ์กักเก็บไฮโดรเจน เซลล์เชื้อเพลิง

ส่วนประกอบและวัสดุหลัก โดยตั้งเป้าหมายมูลค่าการผลิตของอุตสาหกรรมพลังงานไฮโดรเจนสูงกว่า 5 หมื่นล้านหยวน เพิ่มปริมาณยานยนต์เซลล์เชื้อเพลิงมากกว่า 4,000 คัน การสร้างสถานีเติมเชื้อเพลิงไฮโดรเจนมากกว่า 40 แห่ง ภายในปี 2568 นอกจากนี้ยังส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีอัจฉริยะในภาคพลังงาน โดยเร่งการก่อสร้างโครงการนวัตกรรมพลังงานแบบครบวงจรที่เมืองเซี่ยเหมิน ฝูโจว เฉียนโจว จางโจว หนานผิง และผิงถาน อาทิ การก่อสร้างเขตสาธิตนวัตกรรมอุตสาหกรรมพลังงานใหม่แห่งชาติที่เมืองเฉียนโจว และศูนย์วิจัยวิศวกรรมแห่งชาติด้านการผลิต solar cell และชิ้นส่วนประกอบที่เมืองเซี่ยเหมิน ทั้งนี้ มณฑลฝูเจี้ยนตั้งเป้าหมายเพิ่มกำลังการผลิตของฐาน



สถานีเชื้อเพลิงไฮโดรเจน  
ที่นครฝูโจว



โครงการฐานการผลิตฟิล์ม BOPLA  
ชีวภาพที่ย่อยสลายได้ ของบริษัท Xiamen  
Changsu Industry จำกัด

พลังงานลมนอกชายฝั่งของมณฑลให้สูงกว่า 4 ล้านกิโลวัตต์ และปริมาณการใช้ไฟฟ้าใหม่สูงกว่า 2 หมื่นล้านกิโลวัตต์ชั่วโมง ภายในปี 2568

**3. การส่งเสริมผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตรอินทรีย์** โดยมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาข้าว ผลไม้และผักออร์แกนิก และส่งเสริมการสร้างฟาร์มเชิงนิเวศ และผลิตภัณฑ์ GI อาทิ “น้ำดื่มภูเขาอู่อี้ซาน” และ “ใบชาภูเขาเถียนแดง” เพื่อส่งเสริม การสร้างห่วงโซ่อุตสาหกรรมเชิงนิเวศ และการเติบโตทางเศรษฐกิจสีเขียวของมณฑลฝูเจี้ยน รวมทั้งการปรับปรุงแพลตฟอร์มการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยตั้งเป้าหมายอัตราการใช้จ่ายอินทรีย์ให้สูงกว่าร้อยละ 60 ภายในปี 2568

**4. การส่งเสริมความตระหนักรู้ของประชาชนในการดำรงชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม** อาทิ การท่องเที่ยวแบบ

คาร์บอนต่ำ การปรับปรุงโครงสร้างสถาปัตยกรรม/อาคารให้เอื้อต่อการประหยัดพลังงาน ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ ผลิตภัณฑ์ชีวภาพที่ย่อยสลายได้ และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนปรับวิถีการเดินทางที่ประหยัดพลังงานและคาร์บอนต่ำ เช่น การใช้รถโดยสารประจำทาง รถไฟฟ้าใต้ดิน ขี่จักรยานไฟฟ้า และรถยนต์ไฟฟ้า เป็นต้น

**ศักยภาพด้านเศรษฐกิจสีเขียว  
ของมณฑลฝูเจี้ยน**

การพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวของมณฑลฝูเจี้ยนมีความก้าวหน้าจากปัจจัยเกื้อหนุนหลายประการ ได้แก่

**1. ความอุดมสมบูรณ์ทางระบบนิเวศ** มณฑลฝูเจี้ยนมีพื้นที่ป่าไม้ครอบคลุมทั้งหมดกว่า 50.85 ล้านไร่

ในปี 2565 มณฑลฝูเจี้ยน  
มีส่วนการผลิตกระแสไฟฟ้า  
จากพลังงานสะอาดที่มณฑล  
คิดเป็นร้อยละ 58 ของการผลิต  
กระแสไฟฟ้าทั้งมณฑล

คิดเป็นร้อยละ 66.8 ของพื้นที่มณฑล  
ทั้งหมด สูงสุดเป็นอันดับ 1 ของ  
ประเทศติดต่อกัน 44 ปี และได้รับ  
การจัดตั้งเป็นพื้นที่สาธิตอารยธรรม  
เชิงนิเวศแห่งชาติแห่งแรกของจีน  
ตามนโยบายการสร้างอารยธรรมเชิง  
นิเวศวิทยาของจีน

2. โครงสร้างพื้นฐานด้าน  
อุตสาหกรรมพลังงานสะอาด  
ที่แข็งแกร่ง โดยมีความโดดเด่นด้าน  
การพัฒนาอุตสาหกรรมพลังงานใหม่  
 อาทิ solar cell พลังงานลมออกชายฝั่ง  
 พลังงานนิวเคลียร์ และยานยนต์ไฟฟ้า  
 โดยในปี 2565 มณฑลฝูเจี้ยนมีส่วน  
การผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงาน  
สะอาดที่มณฑลคิดเป็นร้อยละ 58  
ของการผลิตกระแสไฟฟ้าทั้งมณฑล  
ทำให้มณฑลฝูเจี้ยนได้รับการยกย่อง  
ให้เป็นมณฑลแห่งพลังงานสะอาด  
ของจีน และตั้งเป้าหมายกำลังการผลิต  
ไฟฟ้าติดตั้ง (Installed Capacity)<sup>3</sup>

3 กำลังการผลิตไฟฟ้าติดตั้ง หมายถึง กำลังการผลิต  
ไฟฟ้าสูงสุดที่โรงไฟฟ้าสามารถผลิตได้



รวมกว่า 80 ล้านกิโลวัตต์ในมณฑลภายในปี 2568 นอกจากนี้ รัฐบาลมณฑลฝูเจี้ยนยังส่งเสริมการใช้ไฟฟ้าพลังงานสะอาดในภาคการเกษตรในระดับท้องถิ่น เช่น เมืองซานหมิง ซึ่งเป็นแหล่งผลิตหน่อไม้บอบแห้งคุณภาพสูงของจีน ได้เปลี่ยนวิธีการอบแห้งผลิตภัณฑ์หน่อไม้จากการเผาไหม้เป็นการอบแห้งด้วยไฟฟ้าที่ผลิตจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาครัวเรือน ซึ่งนอกจากจะช่วยลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์แล้วยังช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมโดยลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ได้กว่า 15,000 ตันต่อปี

**3. วิสาหกิจชั้นนำ** มณฑลฝูเจี้ยนเป็นที่ตั้งของวิสาหกิจชั้นนำด้านเทคโนโลยีสีเขียว อาทิ บริษัท Fujian Longking จำกัด ผู้วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรายใหญ่ที่สุดของมณฑลฝูเจี้ยน รวมถึงการให้บริการและเทคโนโลยีด้านการควบคุมมลพิษทางอากาศ ทางน้ำ และทางเสียง การกำจัดขยะ มูลฝอย และการฟื้นฟูหน้าดินเพื่อการเกษตร โดยล่าสุดเมื่อเดือนมกราคมปี 2566 บริษัท Fujian Longking ได้ประสบความสำเร็จในการวิจัยและพัฒนา และนำเทคโนโลยีการกำจัดกำมะถันแบบแห้งที่อุณหภูมิสูงและเทคโนโลยีการกรองฝุ่นละอองและ

สารไนเตรตด้วยแผ่นเซรามิกมาทดลองใช้เป็นครั้งแรกเพื่อบำบัดก๊าซเสียจากอุตสาหกรรมการผลิตแผ่นกระจก solar cell ของบริษัท Clenergy (Xiamen) Technology จำกัด โดยเทคโนโลยีดังกล่าวมีประสิทธิภาพในการกำจัดมลพิษจากฝุ่น ก๊าซ Sulfur dioxide / ก๊าซ Nitrogen Dioxide โลหะหนัก และมลพิษอื่น ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบทางเดินหายใจ ทำให้บริษัท Fujian Longking ได้ขึ้นเป็นวิสาหกิจประหยัดพลังงานสีเขียวระดับ A (ระดับสูงสุดของมณฑลฝูเจี้ยน) และเทคโนโลยีดังกล่าวยังได้รับการรับรองจากสมาคมอุตสาหกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทยและประสบความสำเร็จในการนำไป



โครงการการบำบัดก๊าซอุตสาหกรรมจากการผลิตแผ่นกระจก Clenergy Solar cell ของบริษัท Fujian Longking จำกัด



โรงงานผลิตแผ่นกระจก solar cell ของบริษัท (Xiamen) Technology จำกัด

ใช้ในโครงการกำจัดมลพิษมากกว่า 20 โครงการในอุตสาหกรรมเตาหลอมแก้ว เตาเผาแก้วน้ำ หม้อต้มชีวมวล และเตาเผาปูนขาว ฯลฯ

นอกจากนี้ มณฑลฝูเจี้ยนยังมีวิสาหกิจการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มีศักยภาพ อาทิ บริษัท Chengtun Mining Group จำกัด วิสาหกิจชั้นนำของเมืองเซี่ยเหมินด้านการพัฒนาวัสดุโลหะประเภทไม่ใช่เหล็ก (Non-Ferrous Metals) โดยเฉพาะทรัพยากรโลหะประเภทไม่ใช่เหล็กที่จำเป็นสำหรับแบตเตอรี่พลังงานใหม่ อาทิ โลหะประเภทโคบอลต์ นิกเกิล คอปเปอร์ และสังกะสี / บริษัท Weiming Environment จำกัด ผู้พัฒนาห่วงโซ่อุตสาหกรรมการผลิตไฟฟ้าจากการเผาขยะมูลฝอยชุมชนที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงระดับประเทศ

และบริษัท Zijin Mining Group จำกัด ผู้พัฒนาเหมืองแร่ข้ามชาติขนาดใหญ่ระดับโลกที่มีศักยภาพด้านการสำรวจและแปรรูปทองแดง ทอง สังกะสี และทรัพยากรแร่ของเมืองเซี่ยเหมิน และมีห่วงโซ่อุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงกลางน้ำ

ปัจจุบันเศรษฐกิจสีเขียวของมณฑลฝูเจี้ยนมีมูลค่าการผลิตสูงกว่า 1.8 ล้านล้านหยวน คิดเป็นร้อยละ 43 ของมูลค่า GDP ทั้งหมด สูงเป็นอันดับต้น ๆ ของจีน ในจำนวนนี้อุตสาหกรรมการประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีมูลค่าการผลิตกว่า 2.3 แสนล้านหยวน คิดเป็นร้อยละ 5 ของมูลค่า GDP ทั้งหมด สูงเป็นอันดับ 10 ของประเทศ และเป็นที่ตั้งของวิสาหกิจในอุตสาหกรรมการประหยัดพลังงานและการรักษาสิ่งแวดล้อมมากกว่า 320 แห่ง

**เมืองที่มีศักยภาพด้านการพัฒนาสีเขียวของมณฑลฝูเจี้ยน พื้นที่สำคัญ**

.....  
*ปัจจุบัน เศรษฐกิจสีเขียวของมณฑลฝูเจี้ยนมีมูลค่าการผลิตสูงกว่า 1.8 ล้านล้านหยวน คิดเป็นร้อยละ 43 ของมูลค่า GDP ทั้งหมด สูงเป็นอันดับต้น ๆ ของจีน*  
 .....

ของการพัฒนาสีเขียวของมณฑล ผู้เจียนส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่เมืองเซี่ยเหมิน นครฝูโจว เมืองจางโจว และเมืองหนิงเต๋อ ทั้งนี้ อุตสาหกรรมการประหยัด พลังงานและ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ของเมืองเซี่ยเหมินมีมูลค่าการผลิต สูงกว่า 7 หมื่นล้านหยวน คิดเป็นร้อยละ 43 ของอุตสาหกรรม การประหยัด พลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งหมด

**เมืองเซี่ยเหมิน** นอกจากขึ้นชื่อว่า เป็นเมืองสะอาดและน่าอยู่เป็นอันดับต้น ๆ ของจีนแล้ว เมืองเซี่ยเหมินยังได้รับการจัดอันดับเป็นเมืองสีเขียวและ คาร์บอนต่ำที่แข็งแกร่งเป็นอันดับ 3 ของจีน ประจำปี 2565 รองจากเมือง เซินเจิ้น และกรุงปักกิ่ง โดยเซี่ยเหมิน มีการวางผังเมืองที่เน้นการจัดสรร พื้นที่สีเขียวอย่างเหมาะสม โดยมี สวนสาธารณะต่อประชากร 1 คน เฉลี่ย 14.6 ตารางเมตร และมุ่งดำเนินการ เพื่อลดปริมาณการปล่อยสิ่งปฏิกูลของ เขตเมืองและการปล่อยคาร์บอนต่อ หัวประชากรรวมทั้งการวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยีการบำบัดของเสียและ สิ่งปฏิกูลจากบ้านเรือนทั้งในเขตเมือง และเขตชนบทด้วย

ด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมสีเขียว เมืองเซี่ยเหมินเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรม เป้าหมาย อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์ ไฟฟ้าโดยมุ่งพัฒนาห่วงโซ่อุตสาหกรรม

การผลิตชิ้นส่วนแบตเตอรี่ลิเทียม ไอออน และใช้เขตไห่ซางเป็นพื้นที่หลัก ในการดึงดูดการลงทุนจากวิสาหกิจ ชิ้นส่วนแบตเตอรี่ไฟฟ้า พร้อมออก มาตรการและสิทธิประโยชน์ทั้งภาษี และมิใช่ภาษีเพื่อส่งเสริมการลงทุน อาทิ การซื้อที่ดินและลดภาษีร้อยละ 20 ของรายได้นิติบุคคลของวิสาหกิจ ชิ้นส่วนแบตเตอรี่ยานยนต์ไฟฟ้า และ การให้เงินอุดหนุน รวมทั้งส่งเสริม การใช้ยานยนต์ไฟฟ้าอย่างแพร่หลาย ทั้งรถยนต์ส่วนบุคคลและรถโดยสาร สาธารณะ และการใช้งานในฟังก์ชัน ต่าง ๆ เช่น รถโดยสารไฟฟ้าขนาดเล็ก สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวในอุตสาหกรรม การขนส่งภายในท่าเรือรถท่าความสะอาด เป็นต้น รวมทั้งเร่งเพิ่มอุปสงค์การซื้อ ยานยนต์ไฟฟ้าผ่านนโยบายการให้เงิน



เส้นทางรถโดยสารประจำทางพลังงาน ไซโดรเจนที่เมืองเซี่ยเหมิน



ท่าเรืออัจฉริยะสีเขียวที่เขตไห่ซาง เป็นท่าเรือแห่งแรกในมณฑลที่ใช้ระบบไฟฟ้า อย่างครบวงจร โดยพาหนะสัญจรในบริเวณท่าเรือล้วนใช้พลังงานไฟฟ้า และยังมีระบบผลิตไฟฟ้าที่เชื่อมต่อกับกริด solar cell สำหรับจ่ายไฟฟ้ากับอาคาร สำนักงาน และการใช้พลังงานโดยรวมของท่าเรือ ลดลงร้อยละ 36.5 และได้รับรางวัล “Asia-Pacific Green Port” โดย Asia-Pacific Port Service Organization (APSN) และรางวัล “China Green Port ระดับ 4 ดาว” โดยสมาคมท่าเรือแห่งชาติจีน

อุดหนุนสำหรับการซื้อยานยนต์ไฟฟ้า ที่มีราคาสูงกว่า 300,000 หยวน จำนวน 3,000 หยวนต่อคัน

ขณะที่เมืองเซี่ยเหมินยังมีศักยภาพ ด้านอุตสาหกรรม solar cell ครอบคลุม ทั้งห่วงโซ่อุตสาหกรรม solar cell ตั้งแต่ กลางน้ำถึงปลายน้ำ เช่น การผลิตผลึก ซิลิคอนและอุปกรณ์ยึดแผงโซลาร์เซลล์ โดย 3 พื้นที่ของเมืองเซี่ยเหมินได้รับ คัดเลือกเป็นพื้นที่นำร่องการพัฒนา สถานีไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ได้แก่ เขตไห่ซาง เขตถงอัน และเขตเสียงอัน และเมืองเซี่ยเหมินมีบริษัทชั้นนำ ด้านอุตสาหกรรม solar cell หลายบริษัท อาทิ บริษัท Clenergy (Xiamen) Technology จำกัด และบริษัท Serve (Xiamen) New Energy จำกัด ซึ่งทั้ง 2

บริษัทติดอันดับบริษัทผู้ผลิต solar cell ที่มีรายได้สูง 20 อันดับแรกของจีน ประจำปี 2565 ขณะเดียวกัน บริษัท Xiamen Faratronic จำกัด ซึ่งมีบริษัท แม่ตั้งอยู่ที่เมืองเซี่ยเหมิน ครอบงำส่วน แบ่งตลาดเครื่องกักเก็บพลังงาน solar cell ภายในประเทศถึงร้อยละ 60 และมีพันธมิตรสำคัญรวมถึงผู้ผลิตเครื่อง Inverter แปลงไฟจาก solar cell เช่น บริษัท Huawei และ Sungrow และบริษัท Xiamen Faratronic เร่ง ส่งเสริมการวิจัยเทคนิคด้านการผลิต กระแสไฟฟ้าจาก solar cell ประเภท perovskite<sup>4</sup> ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับ

4 แร่ Perovskite ประกอบด้วยตะกั่วหรือดีบุก กับเฮไลด์ สามารถผสมกับสารละลายเพื่อแปรรูป ง่ายเป็น solar cell ได้ด้วยการพิมพ์สามมิติ



โครงการผลิตไฮโดรเจนของ  
บริษัท Hengshen Holding Group จำกัด  
ที่เขตวางเล่อ

solar cell ที่ทำจากซิลิคอนแบบดั้งเดิมแล้ว มีข้อได้เปรียบในด้านประสิทธิภาพการแปลงพลังงานที่สูง มีต้นทุนต่ำกว่า น้ำหนักเบาแต่ทนทาน และมีประสิทธิภาพการผลิตไฟฟ้าที่มีแสงน้อยได้ดี โดยปัจจุบัน ต้นทุนต่อหน่วยของการผลิตผลึกซิลิคอนของบริษัทชั้นนำอยู่ที่ประมาณ 1.6 หยวน และต้นทุนต่อหน่วยด้านเทคนิคอยู่ที่ประมาณ 1 หยวน ในขณะที่เทคโนโลยี perovskite สามารถลดต้นทุนต่อหน่วยได้เหลือประมาณ 0.5 - 0.6 หยวน

**นครผู้โจว** ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงาน อาทิ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุปกรณ์เครื่องจักร ชีวการแพทย์ วัสดุใหม่

และพลังงานใหม่เพื่อเร่งพัฒนาคลัสเตอร์อุตสาหกรรมสีเขียวของเมือง ในปี 2565 นครผู้โจวได้ประกาศแผนปฏิบัติการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวของนครผู้โจว (ปี 2565 - 2568) โดยเร่งการเปลี่ยนผ่านทั้งด้าน hardware อาทิ ระบบอุตสาหกรรม พลังงาน ระบบโลจิสติกส์และคมนาคม และ software อาทิ นโยบายด้านการเงิน และมาตรการการดึงดูดการลงทุน

ปัจจุบัน นครผู้โจวมีวิสาหกิจที่มีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมชั้นนำ อาทิ บริษัท Hengshen Holding Group จำกัด ผู้วิจัยและผลิตสารเคมีเส้นใยเคมี วัสดุใหม่และพลังงานใหม่ชั้นนำของมณฑลฝูเจี้ยน ได้วิจัยและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการผลิตก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์แบบ food grade จากก๊าซเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม และสร้างกำไรให้บริษัทมากกว่า 10 ล้านหยวนต่อปี และปัจจุบันบริษัท Hengshen มุ่งวิจัยและพัฒนา

*ผู้วิจัยประยุกต์ใช้เทคโนโลยี  
การผลิตก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์  
แบบ food grade  
จากก๊าซเสียจากโรงงาน  
อุตสาหกรรมและสร้างกำไร  
ให้บริษัทมากกว่า 10 ล้านหยวน*





ทะเลที่มีลมแรงที่สุดของจีน โดยเฉพาะ เขตผิงถานเป็น 1 ใน 3 ช่องลม (wind gap) ที่ใหญ่ที่สุดของโลก มีลักษณะ ความเร็วลมสูง คลื่นขนาดใหญ่ และ กระแสน้ำเร็ว ผู้ใจได้กลายเป็นฐาน การผลิตพลังงานลมนอกชายฝั่ง ที่สำคัญของจีน โดยกำลังการผลิต ไฟฟ้าของฟาร์มกังหันลมนอกชายฝั่ง เขตผิงถาน 1.4 พันล้านกิโลวัตต์ชั่วโมง ต่อปี ซึ่งสามารถรองรับการใช้ไฟฟ้า ตามปกติของ 700,000 ครอบครัวที่มี สมาชิก 3 คนต่อปี

เมืองหนึ่งเตอ มุ่งพัฒนา อุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการส่งเสริมความแข็งแกร่ง ของห่วงโซ่อุปทานการผลิตของ อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าตั้งแต่ ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยเมืองหนึ่งเตอ

การพัฒนาสีเขียวกลายเป็น โมเดลการพัฒนาใหม่ที่จะช่วย บรรเทาผลกระทบจากปัญหา การเปลี่ยนแปลงของสภาพ ภูมิอากาศ ปัญหาสิ่งแวดล้อม และการขาดแคลนพลังงาน

มุ่งส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านจาก อุตสาหกรรมเหมืองแร่ การสำรวจและ แปรรูปแร่ธาตุ ทองแดง ทอง สังกะสี และทรัพยากรโลหะอื่น ๆ ที่มีมลพิษสูง สู่อุตสาหกรรมผลิตยานยนต์ไฟฟ้า และแบตเตอรี่ลิเทียมไอออนระดับโลก เมืองหนึ่งเตอเป็นที่ตั้งของวิสาหกิจ ยานยนต์และชิ้นส่วนชั้นนำจำนวน หลายราย อาทิ บริษัท SAIC Motor

เทคโนโลยีหลักด้านการผลิตพลังงาน ไฮโดรเจน รวมถึงอุปกรณ์กักเก็บ ไฮโดรเจน เซลล์เชื้อเพลิง ส่วนประกอบ และวัสดุหลักของเซลล์เชื้อเพลิง

นอกจากนี้ นครผู้โจวยังเป็นหนึ่งใน ฐานการผลิตพลังงานนิวเคลียร์ ที่ใหญ่เป็นอันดับต้น ๆ ของจีน โดยเป็น ที่ตั้งของโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ผู้ชิง “หัวหลง-1” ซึ่งเป็นโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ แห่งแรกของจีน และด้วยข้อได้เปรียบ ด้านภูมิศาสตร์ในการเป็นที่ตั้งของ ช่องแคบไต้หวันซึ่งเป็นหนึ่งในพื้นที่



โรงงานผลิตแบตเตอรี่อีหลิน ของบริษัท CATL



แบตเตอรี่อีหลิน



รถยนต์ไฟฟ้า ZEEKR 001 ที่ใช้แบตเตอรี่อีหลิน

Group เมืองหนิงเต๋อ จำกัด ผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้าที่ใหญ่ที่สุดของมณฑลฝูเจี้ยน และบริษัท CATL ผู้ผลิตแบตเตอรี่ยานยนต์ไฟฟ้ารายใหญ่เป็นอันดับต้น ๆ ระดับโลก โดยในปี 2565 บริษัท CATL ได้เปิดตัวแบตเตอรี่ฉีหลิน (Qilin) ซึ่งเป็นการใช้เทคโนโลยีแบตเตอรี่ CTP รุ่นที่ 3 ของบริษัท ประสิทธิภาพความจุทำลายสถิติที่ร้อยละ 72 และความหนาแน่นของพลังงานสูงสุดถึง 255 Wh/kg และสามารถวิ่งได้ระยะทางไกลกว่า 1,000 กม. ทำให้แบตเตอรี่รุ่นนี้กลายเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงของวงการแบตเตอรี่ไฟฟ้าในปัจจุบัน ปัจจุบันมีวิสาหกิจยานยนต์ 2 รายได้เริ่มใช้แบตเตอรี่รุ่นนี้ได้แก่ ZEEKR 001 และ SERES AITO ทั้งนี้ อุตสาหกรรมแบตเตอรี่ลิเทียมไอออนของเมืองหนิงเต๋อมีมูลค่าการผลิตกว่า 2.75 แสนล้านบาท ขณะที่เมืองหนิงเต๋อได้พัฒนาเป็นหนึ่งใน “ฐานการผลิตสแตนเลส” ที่สำคัญของโลกด้วยการขับเคลื่อนของบริษัท Tsingtu Group จำกัด ผู้ผลิตสแตนเลสซึ่งเป็นชิ้นส่วนสำคัญในการผลิตรถยนต์ มีปริมาณการผลิตคิดเป็นร้อยละ 23 ของปริมาณการผลิตสแตนเลสทั่วโลก และรัฐบาลหนิงเต๋อตั้งเป้าหมายมูลค่าการผลิตของอุตสาหกรรมแบตเตอรี่ลิเทียมไอออนให้ได้สูงกว่า 3.6 แสนล้านบาท และ



วัสดุสแตนเลสใหม่ 2.3 แสนล้านบาทภายในปี 2566

**โดยสรุป** การพัฒนาสีเขียวกลายเป็นโมเดลการพัฒนาใหม่ที่จะช่วยบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ปัญหาสิ่งแวดล้อม และการขาดแคลนพลังงานที่หลายประเทศกำลังเผชิญ ในปัจจุบัน จีนเป็นหนึ่งในประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจที่มุ่งปรับกระบวนทัศน์สู่การพัฒนาเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีคุณภาพและยั่งยืน โดยเน้นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมครอบคลุมทุกมิติ เร่งส่งเสริมการบูรณาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมกับระบบดิจิทัล Big data และ AI เพื่อยกระดับโครงสร้างพลังงาน

และการบำบัดของเสียและการนำกลับมาใช้ใหม่ รวมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ในระดับมณฑลนั้น มณฑลฝูเจี้ยนมีศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวจากปัจจัยส่งเสริมด้านระบบนิเวศและทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ นโยบายของรัฐบาลท้องถิ่นที่มุ่งส่งเสริมอุตสาหกรรมสีเขียว อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า วัสดุใหม่ พลังงานลม พลังงานนิวเคลียร์ และพลังงานแสงอาทิตย์ รวมถึงการปรับโครงสร้างสังคมให้มีความตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น อีกทั้งมณฑลฝูเจี้ยนยังเป็นที่ตั้งของวิสาหกิจชั้นนำในสาขาที่เกี่ยวข้องหลายแห่ง ทำให้มณฑลฝูเจี้ยนมีศักยภาพในการสร้าง

คลัสเตอร์อุตสาหกรรมสีเขียวที่แข็งแกร่งระดับต้น ๆ ของจีน

การพัฒนาสีเขียวของจีนสอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจสีเขียว เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (BCG) ซึ่งมุ่งเน้นการยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สร้างความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางธรรมชาติ และการอนุรักษ์ การพัฒนาชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง โดยที่จีนเป็นหนึ่งในประเทศเป้าหมายในการดึงดูดการลงทุนจากวิสาหกิจที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในพื้นที่ EEC โดยเฉพาะด้านการพัฒนายานยนต์ไฟฟ้าและโครงสร้างอุตสาหกรรมพลังงาน รวมทั้งวิสาหกิจรายใหญ่ที่มีศักยภาพในด้านพลังงาน และวิสาหกิจในสาขาที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ไทยจึงควรติดตามนโยบายและแนวโน้มการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวของจีนและระดับท้องถิ่นของมณฑลฝูเจี้ยนเพื่อสำรวจโอกาสด้านการลงทุน การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนการส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เพื่อประโยชน์ในการสร้างความมั่นคงด้านพลังงานและเสริมความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุตสาหกรรมสีเขียวของไทยในอนาคตต่อไป



โอกาสของ  
บริษัท StartUp  
ไทยในฮ่องกง  
พร้อมเงิน  
สนับสนุนธุรกิจ



หลังจากสถานการณ์โควิด-19 เริ่มคลี่คลายเมื่อต้นปี 2566 รัฐบาลฮ่องกงได้ออกนโยบายต่าง ๆ เพื่อเร่งการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงรุกแบบยั่งยืน โดยเน้นการดำเนินธุรกิจตามแนวคิด ESG (Environmental, Social, and Governance) การเงินและการลงทุนสีเขียว (Green Economy) โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับนโยบายดังกล่าว ซึ่งถือเป็นทางเลือกใหม่ อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รัฐบาลฮ่องกงจึงให้งบประมาณสนับสนุนการพัฒนา นวัตกรรมใหม่ ๆ จำนวนมากผ่านภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นรากฐานของระบบ

เศรษฐกิจของฮ่องกงโดยให้การช่วยเหลือแบบครบวงจรทั้งด้านองค์ความรู้เงินทุน รวมถึงไปถึงช่องทางการค้าที่หลากหลาย

**การดำเนินการของ สถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองฮ่องกง**

สถานกงสุลใหญ่ฯ เห็นโอกาสจากนโยบายดังกล่าวของฮ่องกงที่สามารถเปิดโอกาสให้แก่ธุรกิจ Startup ที่ประสบความสำเร็จของไทยโดยสามารถใช้ฮ่องกงในฐานะเมืองที่มีมาตรฐานสากล และเป็นเมืองท่าระหว่างประเทศที่สำคัญ เป็นฐานการทำธุรกิจและขยายตลาดการค้าไปยังเมืองต่างๆ ในเขตเศรษฐกิจ Greater Bay Area (GBA) ที่รวมฮ่องกง

มาเก๊า และอีก 9 เมืองของจีน อันมีประชากรรวมกันเกินกว่าร้อยล้านคน

สถานกงสุลใหญ่ฯ จึงได้จัดให้มีการพบปะหารือระหว่างตัวแทนจากประเทศไทยและฮ่องกงเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2566 โดยมี นายจาตุรนต์ ไชยะคำ กงสุลใหญ่ ณ เมืองฮ่องกง พร้อมทีมเศรษฐกิจนำคณะผู้แทนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ(NIA) ดร. กริชผกา บุญเฟื่อง เข้าพบตัวแทนจากหน่วยงาน The Hong Kong Productivity Council (HKPC) ของฮ่องกง เพื่อเยี่ยมชมสำนักงาน และศึกษาความเป็นไปได้ในการร่วมมือพัฒนาและสนับสนุนนวัตกรรมใหม่ ๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทธุรกิจ ทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของทั้งสองฝ่าย

**HKPC คือใคร**

HKPC (The Hong Kong Productivity Council) เป็นองค์กรที่ไม่มุ่งเน้นกำไร จัดตั้งขึ้นในปี 1967 โดยมีคณะกรรมการเป็นตัวแทนจากหลากหลายวิชาชีพ มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนและพัฒนาผลิตผลของภาคธุรกิจฮ่องกงโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน และช่วยลดต้นทุนในการผลิต ทั้งนี้ HKPC จะมุ่งเน้นที่การช่วยเหลือแบบครบวงจรให้กับธุรกิจขนาดย่อม และขนาดกลางที่มีการจัดตั้งบริษัทในฮ่องกง เริ่มจากการช่วยจัดหาเงินทุนสนับสนุนจากรัฐบาลฮ่องกง ให้คำปรึกษา ให้บริการตรวจสอบด้านเครื่องมือ บริการช่วยเหลือทางด้านเทคนิค รวมไปถึงบริการให้คำแนะนำช่องทางการค้าและ



หน่วยงาน HKPC เป็นองค์กรที่ไม่มุ่งผลกำไร  
โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนและพัฒนาผลิตผล  
ของภาคธุรกิจให้อ่องกง

การขยายตลาดทั้งในฮ่องกงและ  
ในเขต GBA (Greater Bay Area)  
ของประเศจีน

เนื่องจากหน่วยงาน HKPC ได้รับ  
เงินสนับสนุนบางส่วนจากรัฐบาล  
ฮ่องกง การให้บริการลูกค้าจึงมุ่งเน้น  
ไปยังความโปร่งใส และการเข้าถึง  
ความช่วยเหลือได้ง่าย ราคาอ่อมเยา  
โดยในปัจจุบันมีคณะผู้แทนจากสาขา  
อาชีพต่าง ๆ เป็นกรรมการถึง 23 คน  
มีพนักงานในองค์กรมากกว่า 850 คน  
และให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ  
ไปแล้วมากกว่า 700 โครงการ  
ที่ผ่านมาลูกค้ามากกว่าร้อยละ 61  
เป็นบริษัทขนาดเล็กเพื่อที่จะขยาย

ช่องทางความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ  
ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นทาง HKPC  
จึงได้จัดตั้งสำนักงานเพิ่มขึ้นถึง 4 แห่ง  
ในเขต GBA ของประเศจีนและ  
มีพันธมิตรในหลายประเทศทั่วโลก  
(Global Partnership)

**ผลงานของ HKPC มีอะไรบ้าง**

ผลงานของ HKPC มีมากมาย  
โดยตัวอย่างผลงานที่น่าจะเป็น  
ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการไทย  
มีคร่าว ๆ ดังนี้

- เครื่อง Cold Plasma Disinfection System ซึ่งเป็นเทคโนโลยีในการถนอมอาหาร



เครื่อง Cold Plasma Disinfection System



เครื่อง High Pressure and Thermal Processing machine (HPTP)

รูปแบบใหม่ สามารถยืดอายุอาหาร  
และน้ำผลไม้ให้อยู่ได้นานมากขึ้น  
โดยไม่ทำให้คุณค่าและรสชาติเสียไป  
(สำหรับรายละเอียดของนวัตกรรม  
ดังกล่าว รวมไปถึงประโยชน์ต่อ  
ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอาหาร  
จะเขียนไว้ในรายงานฉบับต่อไป)

- เครื่อง High Pressure and Thermal Processing machine (HPTP) ซึ่งใช้ความดันสูงแทนความร้อนในการถนอมอาหารโดยให้ผลเทียบเคียงได้กับการพาสเจอร์ไรซ์ (pasteurisation) แต่เนื่องจากอุณหภูมิของอาหารเพิ่มขึ้นน้อยมาก ทำให้ลดการสูญเสียคุณภาพอาหาร และยังรักษาสี กลิ่น และ เนื้อสัมผัสของอาหารได้

- ระบบ Liquid Chilling Tunnel system
- Metal 3D Printing Manufacturing Technology

- Metallic and Ceramic Powder injection Moulding (PIM) Technology
- Eco-Design & Manufacturing Consultancy Service
- Artificial Intelligent with Pattern Recognition in Robotics Application
- Robotics Application
- AI Sheet Metal Surface Defect Detection Technology
- บริการตรวจสอบคุณภาพสมุนไพรจีน
- การสนับสนุนโรงงานผลิตยาสมุนไพรแบบโบราณ PO SUM ON factory limited ในการใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ระบบหุ่นยนต์ทั้งหมด (Fully-automated intelligent packaging system) ตามมาตรฐาน GMP โดยไม่ทำให้คุณค่าที่ได้จากสมุนไพรหายไป และสามารถช่วยเหลือจนโรงงานสามารถได้รับเงินสนับสนุนบางส่วนจากรัฐบาลเพื่อลดค่าใช้จ่ายและต้นทุนการผลิตได้



**ประเภทของธุรกิจที่จะ  
ขอความช่วยเหลือจำเป็น  
ต้องเกี่ยวกับเทคโนโลยี  
และนวัตกรรมหรือไม่**

ไม่จำเป็นเสมอไป คุณอาจจะ  
เป็นเจ้าของร้านอาหารขนาดเล็ก  
เป็นดีไซเนอร์ที่มีร้านขายเสื้อผ้า  
เป็นร้านขายส่งสินค้า มียาแผนโบราณ  
ที่อยากจะสร้างธุรกิจ ฯลฯ เนื่องจาก  
รัฐบาลฮ่องกงมีทุนสนับสนุนให้กับ  
ธุรกิจหลากหลายประเภท และทาง  
HKPC มีบริการช่วยให้คำแนะนำช่วยหา  
ทุนสนับสนุน พร้อมทั้งช่วยจัดหา  
พันธมิตรด้วย ดังนั้นทางผู้ประกอบการ  
สามารถขอคำปรึกษาเบื้องต้นได้

**ผู้ประกอบการไทย  
สามารถใช้ประโยชน์  
และบริการของ HKPC ได้หรือไม่**

ได้ ถ้าผู้ประกอบการไทยมีการ  
จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในฮ่องกง  
แม้จะเป็นเพียงบริษัทขนาดเล็กก็ตาม  
ฮ่องกงเปิดกว้างสำหรับชาวต่างชาติ  
เสมอ หากบริษัท StartUp ไทยที่สนใจ  
สามารถติดต่อสำนักงานนวัตกรรม  
แห่งชาติ (NIA) หรือ ศูนย์บริการ  
ข้อมูลธุรกิจไทยในฮ่องกงที่อีเมลล์  
[bizhk@thai-consulate.org.hk](mailto:bizhk@thai-consulate.org.hk)





## เรียนจากผู้รู้



- เจาะลึก “Wanghong Economy” ผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ เทรนด์ใหม่ในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล
- รู้จักโรงงานกำจัดเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนแห่งแรกของจีน
- เรียนรู้การทำธุรกิจ在中国 ผ่าน “Sexy Tea” เครื่องดื่มชานมยอดนิยมในนครฉางซา
- บทวิเคราะห์ตลาดผู้สูงอายุ อ่องกงกับโอกาสของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทย (Medical & Wellness Tourism)
- โอกาสมาถึงแล้ว กว้างซีชู Digital Construction ปักธงอาเซียน แจกจัดหนัก
- ทำความรู้จัก “แอปเปิลเยียนไท่” แอปเปิลชื่อดังเมืองจีน ตำนานแอปเปิลลูกแรกของจีน

เจาะลึก  
"Wanghong  
Economy"  
ผู้ทรงอิทธิพล  
บนโลกออนไลน์  
เทรนด์ใหม่ใน  
ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล





## ไอเท็ม

• โลกปัจจุบันที่อินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด ทำให้สังคมออนไลน์ของจีนเกิด “หว่างหง” หรือ “คนดังบนโลกออนไลน์” เพิ่มขึ้นจำนวนมาก และด้วยความนิยมและจำนวนผู้ติดตามที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้หว่างหงพัฒนาไปเป็นปัจจัยสำคัญทางเศรษฐกิจของจีน จนเกิดเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “เศรษฐกิจหว่างหง” พาณิซย์อิเล็กทรอนิกส์รูปแบบใหม่ที่มีวิธีการทางการตลาดที่แม่นยำและตรงกลุ่มเป้าหมาย สร้างเม็ดเงินจำนวนมหาศาลให้กับภาคธุรกิจจีน

• “หว่างหง” เป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันธุรกิจพาณิซย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญ ๆ เช่น วันคนโสด 11.11 วันสตรีสากล 3.8 สามารถสร้างยอดขายได้ถึงหลักพันล้านหยวนผ่าน

• การ Live-Streaming เพียงไม่กี่ชั่วโมง กลายเป็นกำลังสำคัญและตัวเชื่อมระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคที่ภาคธุรกิจทั้งหลายในจีนกำลังจับตามอง

• ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว จีนก้าวเข้าสู่ยุคของการนิยมชมคลิปสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งกลายเป็นช่องทางการสร้างรายได้ของ “หว่างหง” โดยนำ “คลิปสั้น+เอกลักษณ์เฉพาะ” มาเป็นรูปแบบในการสร้างสรรค์ผลงาน ขยายขอบเขตรูปแบบการทำงาน นับเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการผลักดัน “อำนาจละมุน” (Soft Power) ของจีน ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

## บทนำ

บทบาทของอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มบนโซเชียลมีเดียได้ทวีความสำคัญมากขึ้นโดยเฉพาะหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 การแพร่ระบาดฯ ส่งผลให้ผู้คนใช้เวลาในการท่อง

การขายผลิตภัณฑ์จากความนิยมที่เพิ่มมากขึ้นทำให้พวกเขาได้พัฒนาไปเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ จนเกิดเป็น “Wanghong Economy”

โลกออนไลน์มากขึ้นความนิยมในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และการรับชมคลิปสั้นบนโซเชียลมีเดียเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยปัจจัยสำคัญหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อสังคมออนไลน์จีนก็คือ “หว่างหง (Wanghong : 网红)” ซึ่งมีความหมายว่า “ผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์” และเนื่องจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์จีนทำให้เกิดหว่างหงเพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างรวดเร็วและขยายวงกว้างจนเกิดเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “网红经济” หรือ “Wanghong Economy”

## “Wanghong” และ “Wanghong Economy” คืออะไร และมีอิทธิพลอย่างไรต่อการพัฒนาธุรกิจการค้า

“Wanghong” (หว่างหง) หรือที่ในภาษาอังกฤษมักจะเรียกว่า “Influencer” หมายถึง “คน” ที่ดึงดูดความสนใจบนโลกอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก และด้วยจำนวนผู้ติดตามที่เพิ่มสูงขึ้น

ทำให้พวกเขาค่อย ๆ พัฒนาไปสู่การได้รับความสนใจในวงกว้าง จนกลายเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างหนึ่ง ซึ่งการเกิดขึ้นของ “หว่างหง”



ได้สร้างความหมายแฝงและขยายขอบเขตของทฤษฎีคนดังให้กว้างมากยิ่งขึ้น โดยบุคคลเหล่านี้สามารถสร้างรายได้ผ่านการโฆษณา การรับรองแบรนด์สินค้า การเข้าสู่วงการบันเทิงและการขายผลิตภัณฑ์ จากความนิยมที่เพิ่มมากขึ้นทำให้พวกเขาได้พัฒนาไปเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ จนเกิดเป็น “Wanghong Economy” (เศรษฐกิจหว่างหง) หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “เศรษฐกิจผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์” ซึ่งถือได้ว่าเป็นพหุวิชาชีพอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบใหม่ที่มีวิธีการทางการตลาดที่แม่นยำและตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยอิทธิพลและความนิยมของคนดังบนโลกออนไลน์เป็นช่องทางในการสร้างรายได้และผลประโยชน์ทางธุรกิจ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยกลุ่มแฟนคลับหรือผู้ติดตามรูปแบบหนึ่ง

ปัจจุบัน บทบาทที่ค่อนข้างเด่นชัดของ “หว่างหง” ในจีนคือ การโฆษณาขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้ ธุรกิจพหุวิชาชีพอิเล็กทรอนิกส์ในจีนพัฒนาอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องจากรายงานข้อมูลธุรกิจพหุวิชาชีพอิเล็กทรอนิกส์ประจำปี 2564 ของ Douyin (หรือ TikTok) และ Kuaishou โดย GUOJI.PRO บริษัทให้บริการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดบนสื่อ



ออนไลน์ พบว่า ขนาดธุรกรรมของแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์ยอดนิยมทั้งสองแพลตฟอร์มยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 มีจำนวนการถ่ายทอดสด (Live-Streaming) รวมมากถึง 75 ล้านครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 100 และมียอดขายจากการถ่ายทอดสดเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 เมื่อเทียบเป็นรายปีและจากรายงานทางการเงินของAlibaba ระบุว่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 Taobao Live มียอดขายสินค้าออนไลน์ (GMV) ในช่วง 12 เดือนเกิน 4 แสนล้านบาท มีการถ่ายทอดสดมากกว่า 100,000 รายการ

มีผู้ใช้งานเข้าชมการถ่ายทอดสดมากกว่า 500,000 ชั่วโมงต่อวัน และมีจำนวนการไลฟ์สดเพิ่มขึ้นจากปี 2562 ถึงร้อยละ 661

เมื่อปลายปี 2563 Taobao Live และ Taobangdan ได้จัดอันดับ “10เมืองผู้นำแห่งการ Live-Streaming”

ซึ่งนอกจากกรุงปักกิ่ง นครเซี่ยงไฮ้ นครกว่างโจว และเมืองหางโจวที่เศรษฐกิจพหุวิชาชีพอิเล็กทรอนิกส์มีการพัฒนาเต็มที่อยู่แล้ว ยังมีเมือง “ม้ามืด” เกิดใหม่มากกว่าครึ่ง นครเฉิงตูและนครฉงชิ่งได้ถูกจัดเป็นเมืองม้ามืดอยู่ในรายชื่อ 10 เมืองดังกล่าวด้วย โดยมีความโดดเด่นด้วยการถ่ายทอดสดผ่านรูปแบบ “การถ่ายทอดสดและอุตสาหกรรมลักษณะเฉพาะ” อาทิ รองเท้าสตรี อาหาร เสื้อผ้าสตรี พลัสไซส์ เป็นต้น

บุคคลผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ที่ได้รับความนิยมและความสนใจในการขายสินค้าออนไลน์ผ่าน



Live-Streaming มากที่สุดในจีนในขณะนี้คือ หลี่ เจียฉี “Li Jiaqi” ชายหนุ่มที่ได้รับการขนานนามว่าเป็น “ราชาแห่งลิปสติก” (口红一哥) โดยการไลฟ์รีวิวและขายสินค้าบนแพลตฟอร์มเถาเป่า (Taobao) เป็นหลัก และในกิจกรรมพรีเซลส์ของงาน Tmall 3.8 Goddess Festival ของอาลีบาบา (Alibaba) เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2565 มีผู้เข้าชมการถ่ายทอดสดของเขามากถึง 70 ล้านครั้ง สามารถทำยอดขายได้ถึง 2,825 ล้านบาท จากสถิติยอดขายสินค้าผ่านการ Live-Streaming เพียงไม่กี่ชั่วโมงของเหล่าหว่างหงสามารถสร้างยอดขายให้กับแบรนด์สินค้าได้อย่างมหาศาล ทำให้พวกเขากลายเป็นกำลังสำคัญและตัวเชื่อมระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคที่ภาคธุรกิจทั้งหลายในจีนให้ความสนใจและจับตามอง

### บทบาทของ “หว่างหง” มีมากกว่าการโฆษณาขายสินค้าออนไลน์

ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องทำให้ผู้คนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายมากขึ้น ปัจจุบันอาจเรียกได้ว่าเป็นยุคแห่งการนิยมชมคลิบบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีทั้งความคิด



รัฐบาลไทยเริ่มให้ความสำคัญ  
และสนับสนุนซอฟต์แวร์  
ส่งเสริมความเป็นไทยให้มี  
บทบาทในการสร้างภาพลักษณ์  
ที่ดีให้แก่ประเทศเศรษฐกิจ

สร้างสรรค์และความหลากหลาย  
ทำให้คลิปสั้นค่อย ๆ กลายเป็น  
ส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของ  
คนส่วนใหญ่ และกลายเป็นช่องทาง  
หนึ่งในการสร้างรายได้ให้กับ “หว่างหง”  
จากรายงานการวิจัย “การพัฒนา  
เศรษฐกิจผู้ทรงอิทธิพลบนโลก  
ออนไลน์ ประจำปี 2564” โดย  
Qianji touxing , Zichan xinxi wang ,  
iFinD พบว่า ฝ่ายโฆษณาของแบรนด์  
สินค้าต่าง ๆ ยินดีที่จะใช้ผู้นำทาง  
ความคิดบนสื่อออนไลน์ (Key  
Opinion Leader : KOL) ในการส่งเสริม  
การขายมากกว่าร้อยละ 60 และเลือกใช้  
การโฆษณาผ่านคลิปสั้นถึงร้อยละ 55  
“หว่างหง” ของจีนส่วนใหญ่จะอาศัย  
แพลตฟอร์ม อาทิ Miaopai, Kuaishou  
และ Douyin เป็นช่องทางในการเผยแพร่  
คลิปสั้นด้วยการสร้างคอนเทนต์ให้  
โดนใจกลุ่มเป้าหมายหรือเรียกว่า  
“Content Marketing” ซึ่งเป็นหัวใจ  
สำคัญในการทำโฆษณา ตามรายงาน  
สถิติเกี่ยวกับการพัฒนาอินเทอร์เน็ตใน

จีนครั้งที่ 48 โดยศูนย์ข้อมูลเครือข่าย  
อินเทอร์เน็ตของจีน ณ เดือนมิถุนายน  
2564 มีจำนวนผู้ใช้งานในแพลตฟอร์ม  
คลิปสั้นถึง 888 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก  
เดือนธันวาคม 2563 14.4 ล้านคน  
คิดเป็นร้อยละ 87.8 โดยมีระยะเวลา  
ในการเข้าชมคลิปสั้นเฉลี่ย  
69 นาที/คน/วัน เนื้อหาคลิปสั้นมี  
ความหลากหลาย อาทิ อาหาร แฟชั่น  
ครอบครัว การท่องเที่ยว เป็นต้น และ  
เนื่องจากคลิปมีเวลาจำกัดทำให้น้องหา  
ต้องกระชับ เน้นสาระสำคัญ สร้างสรรค์  
และน่าสนใจ และด้วยความนิยมคลิปสั้น  
ประกอบกับจำนวนผู้ติดตาม “หว่างหง”  
ที่เพิ่มมากขึ้นจึงทำให้คลิปสั้นที่  
ถูกเผยแพร่ออกไปเกิดเป็น “ไวรัล”  
บนอินเทอร์เน็ตและเกิดเป็นปรากฏการณ์  
ใหม่ ๆ บนโลกออนไลน์ได้ภายใน  
ชั่วข้ามคืนสถานที่ท่องเที่ยวหว่างหง



ร้านหนังสือหว่างหง ร้านหม้อไฟหว่างหง  
ร้านกาแฟหว่างหง... ทุกวันนี้ “หว่างหง”  
กลายเป็นธุรกิจที่สามารถพบเห็นได้  
ทุกที่ในชีวิตประจำวันของจีน นอกจากนี้  
“หว่างหง” จะสามารถใช้กับคนแล้ว  
ยังสามารถใช้กับสถานที่ได้อีกด้วย  
ในภาษาจีนจะเรียกสถานที่เหล่านั้นว่า  
“สถานที่ที่มีชื่อเสียงบนโลกออนไลน์”  
หรือ “网红点” และยิ่งเมื่อสถานที่เหล่านี้  
มีเหล่า “คนดังบนโลกออนไลน์” มาเช็คอิน  
หรือใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำแล้วนำไป  
เผยแพร่ต่อบนแพลตฟอร์มสื่อ  
ออนไลน์ เหล่าผู้ติดตามก็จะถูกดึงดูด  
ให้สนใจสถานที่เหล่านั้นตามไปด้วย  
ชาวจีนจะเรียกสถานที่เหล่านั้นว่า  
“จุดเช็คอินหว่างหง” หรือ “网红打卡点”  
ซึ่งส่วนใหญ่จะทำเป็นคลิปสั้นนำไป

“สะพานอันซุน (Anshun Bridge)”  
สถานที่ที่มีชื่อเสียงบนโลกออนไลน์  
ในนครเฉิงตู มณฑลเสฉวน

เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มคลิปสั้น อาทิ  
Xiaohongshu, Douyin, Kuaishou,  
Weibo ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก  
จนเกิดเป็นไวรัลบนอินเทอร์เน็ต ทำให้  
สถานที่เหล่านั้นกลายเป็นสถานที่ที่  
ยอดนิยมได้ภายในชั่วข้ามคืน เช่น  
ทะเลสาบเกลือฉาซ่า สถานที่ที่ได้ชื่อ  
ว่าเป็นกระจกแห่งท้องฟ้าจากสถิติของ  
สำนักงานการท่องเที่ยวอำเภอฮูลาน  
เขตปกครองตนเองไต้ซี มณฑลชิงไห่  
พบว่า หลังจากทะเลสาบเกลือฉาซ่าได้  
กลายเป็น “สถานที่ท่องเที่ยวหว่างหง”  
ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

อย่างมาก จากปี 2555 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 54,000 คน เพิ่มขึ้นเป็น 3.5 ล้านคนในปี 2562 และในช่วงวันแรงงานของปี 2564 มีจำนวนนักท่องเที่ยวกว่า 78,000 คน ปัจจุบันคนชาวต่างชาติจึงได้หันมาดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 80 และนี่คืออิทธิพลของ “หว่างหง” และอินเทอร์เน็ตหรือโลกออนไลน์

### มณฑลเสฉวนเป็นหนึ่งในเมืองแห่งผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ของจีน

มณฑลเสฉวนได้ขึ้นชื่อว่าเป็น “ศูนย์บ่มเพาะหว่างหง” ขนาดใหญ่ เพราะเป็นเมืองที่มี Yin ของการเป็น

หว่างหงมาแต่กำเนิด ซึ่งยีนที่เรากำลังกล่าวถึงนี้คือ ยีนเด่นหรือเอกลักษณ์เฉพาะของเมืองนั่นเอง หมี่แพนด้า อาหารเสฉวน โรงน้ำชา ถนนคนเดินซุนซีลู่ ไท่กุ่หลี่ วัดต้าฉือซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างประวัติศาสตร์และความทันสมัยได้อย่างลงตัว ล้วนเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงภาพลักษณ์ของมณฑลเสฉวนได้เป็นอย่างดี และด้วยเอกลักษณ์เฉพาะเหล่านี้ทำให้สถานที่หลายแห่งในมณฑลเสฉวนถูกจัดอันดับให้เป็น “สถานที่ที่มีชื่อเสียงบนโลกอินเทอร์เน็ต” และกลายเป็น “จุดเช็คอิน” ที่นักท่องเที่ยวจะต้องมาถ่ายภาพ โพสต์ลงบนโมเมนต์ วีแชท เว่ยป้อ และแพลตฟอร์มคลิปสั้น จนกลายเป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโต



สาวน้อยที่ชื่อว่า หลี่ จื่อซี “Li ziqi” ชาวเมืองเหมียนหยาง มณฑลเสฉวน ถ่ายทอดวิถีชีวิตเรียบง่ายในชนบทกับคุณยายของเธอผ่านคลิปสั้น

ทางเศรษฐกิจที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่งของมณฑล หลายคนอาจไม่เข้าใจว่าการที่เมืองมีเอกลักษณ์เฉพาะจะทำให้กลายเป็นเมืองแห่งผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ได้อย่างไร จึงจะขอยกตัวอย่างที่ทำให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น เชื่อว่าหลายคนทั่วโลกอาจจะเคยดูคลิปของสาวน้อยที่ชื่อว่า หลี่ จื่อซี “Li ziqi” ชาวเมืองเหมียนหยาง มณฑลเสฉวน ผู้ถ่ายทอดวิถีชีวิตเรียบง่ายในชนบทกับคุณยายของเธอผ่านคลิปสั้น โดยเธอเล่าเรื่องราวที่แสดงให้เห็นถึงความเรียบง่ายและเรียบง่ายในชนบทของจีน ทั้งยังให้ความรู้ในด้านการทำเกษตร วิธีการทำอาหารแบบโบราณ งานฝีมือแบบโบราณ โดยบางคลิปเธอจะสวมใส่ชุดจีนโบราณอันผู้ชุดที่เฝ้าในการถ่ายทำเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ทั้งของจีนและระดับนานาชาติอย่าง YouTube โดยมีผู้ติดตามมากถึง 17 ล้านคน และมีคลิปที่มียอดวิวสูงสุดถึง 100 ล้านวิว ทำให้เธอได้ชื่อว่าเป็นผู้นำทางวัฒนธรรมจีนที่จับต้องไม่ได้เปิดเผยสู่สายตาของชาวโลก เธอเคยกล่าวว่า “ฉันรักเหมียนหยางบ้านเกิดของฉัน เหมียนหยางมีทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงามและมีมรดกทางวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง ซึ่งมันได้สร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อจะถ่ายทอดทิวทัศน์ในชนบท มรดกทางอาหาร



หนุ่มอีกคนที่ถูกแชร์จนเป็นไวรัล ชั่วข้ามคืน นามว่า “ดิงเจิน” (Ding zhen) ชาวอำเภอหลี่ถิง เขตปกครองตนเองชนชาติทิเบตกานจิว มณฑลเสฉวน หนุ่มน้อยคนนี้เป็นที่รู้จักมาจากการที่นักท่องเที่ยวถ่ายคลิปตัวเขาในความยาวเพียงไม่กี่วินาทีลงใน Douyin

ที่จับต้องไม่ได้ของบ้านเกิดของฉัน ผ่านวิดีโอให้ผู้คนรู้จักบ้านเกิดของฉัน และประเทศจีนมากขึ้น” ในปี 2562 เธอได้รับการแต่งตั้งให้เป็นทูตทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของนครเฉิงตู และได้เป็น 1 ใน 10 ตัวแทนผู้สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้แห่งชาติ ประจำปี 2564 หนุ่มอีก



คนที่ถูกแชร์จนเป็นไวรัลชั่วข้ามคืน นามว่า “ดิงเจิน” (Ding zhen) ชาวอำเภอหลี่ถิง เขตปกครองตนเองชนชาติทิเบตگانจื่อ มณฑลเสฉวน หนูน้อยคนนี้เป็นที่รู้จักมาจากการที่นักท่องเที่ยวถ่ายคลิปลตัวเองในความยาวเพียงไม่กี่วินาทีลงใน Douyin ก่อนจะกลายเป็นไวรัลในชั่วข้ามคืน ด้วยรอยยิ้มอันไร้เดียงสา ภาพวิวัฒนาการอันสวยงามของอำเภอหลี่ถิงสามารถดึงดูดความสนใจของผู้คนมากมายบนโลกออนไลน์ ผู้ให้บริการด้านการจองที่พักโรงแรมและบริการด้านการท่องเที่ยว (OTA) ได้เปิดเผยสถิติว่า ตั้งแต่วันที่ 20 พฤศจิกายน ถึงปลายเดือนพฤศจิกายน 2563 ปริมาณการค้นหา “หลี่ถิง” เพิ่มขึ้นร้อยละ 620 สูงกว่าช่วงวันหยุดวันชาติจีน 4 เท่า จำนวนการจองโรงแรมในเขตปกครองตนเองชนชาติทิเบตگانจื่อ ในบางแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 89 และต่อมาดิงเจินก็ได้รับแต่งตั้งให้เป็นทูตส่งเสริมวัฒนธรรมการท่องเที่ยว

.....  
*ออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อน Soft Power เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือขับเคลื่อนสังคมและเศรษฐกิจให้ไปในทิศทางที่เป็นประโยชน์กับประเทศชาติ*  
.....

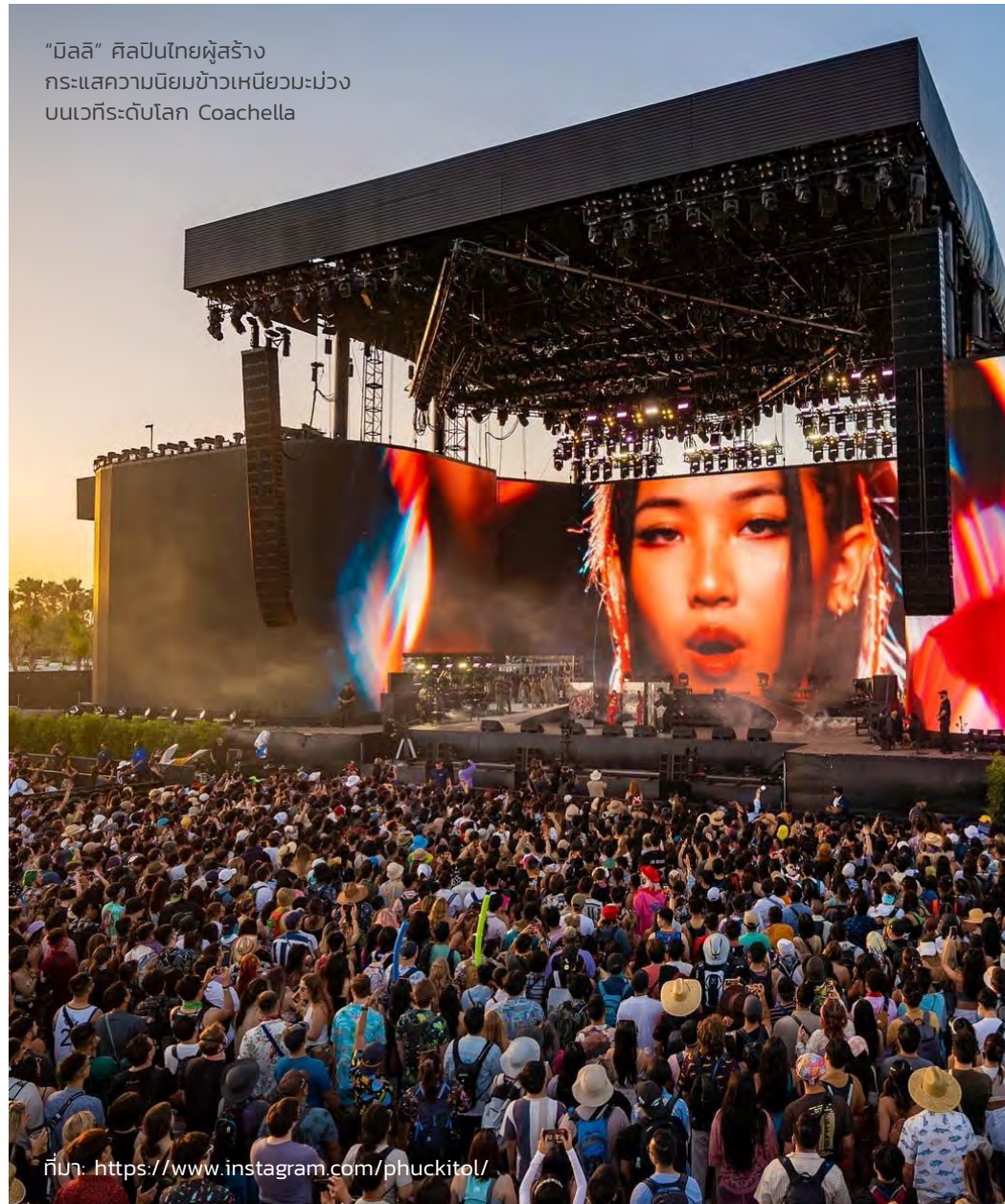


หลายคนมีความฝันอยากจะเป็น “หว่างหง” ในนครเฉิงตู ตลอดจนมณฑลเสฉวน “เศรษฐกิจหว่างหง” ไม่ใช่ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงช่วงเวลาสั้น ๆ แต่ต้องอาศัยการบ่มเพาะและกลยุทธ์ต่าง ๆ เห็นได้จากในปี 2562 เพียงปีเดียว มีสถาบัน MCN (Multi-Channel Network) หรือเรียกว่า “ผู้จัดการส่วนตัวของเหล่าหว่างหง” เกิดขึ้นในนครเฉิงตูประมาณ 200 แห่ง และปัจจุบันสถาบัน MCN ได้กลายเป็นหนึ่งในธุรกิจสำคัญของนครเฉิงตูไปแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา นครเฉิงตูได้เพิ่มการลงทุนด้านอาหาร ดนตรี แฟชั่น และสาขาอื่น ๆ ด้วยการทำงานร่วมกับสื่อรูปแบบใหม่ ตลอดจนส่งคำเชิญขอความร่วมมือไปยังกลุ่ม “大V” หรือ “บุคคลสาธารณะ” ที่มีผู้ติดตามบน Weibo 500,000 คน อาทิ บริษัท Tencent บริษัทเทคโนโลยีแอปพลิเคชันทางโลกออนไลน์ยักษ์ใหญ่ของจีน เชื่อว่า

มาตรการเหล่านี้จะนำโอกาสมากมาย มาสู่การพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างงและการพัฒนาสถาบัน MCN ในอนาคต

### ผู้นำทางความคิดกับบทบาทสำคัญในการผลักดัน “อำนาจละมุน” (Soft Power)

“ซอฟต์แวร์ พาวเวอร์” หรือ “อำนาจละมุน” หลายคนอาจเคยได้ยินคำเหล่านี้ผ่านหูมาบ้างแล้ว แต่อาจจะยังไม่เข้าใจว่า “อำนาจละมุน” แท้จริงแล้วคืออะไร สามารถอธิบายอย่างง่ายได้ว่าเป็นความสามารถในการดึงดูดและสร้างการมีส่วนร่วม โดยไม่ใช่กำลังหรืออำนาจบีบบังคับผู้อื่นให้ปฏิบัติตาม ซึ่งในทางเศรษฐกิจมองว่าเป็นความสามารถในการปรับโครงสร้างแรงจูงใจของกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น มิลลิ-ดนตรี คณาธิ์รกุล ผู้สร้างกระแสความนิยมข้าวเหนียวมะม่วงบนเวทีระดับโลก Coachella ให้ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจนทำให้ยอดขายข้าวเหนียวมะม่วงพุ่งกระชูดหรือ ลิซ่า-ลิซ่า มโนบาล นักร้องวง BLACKPINK ผู้ที่ทำให้ชุดไทยชฎาไทยกลายเป็นที่รู้จักทั่วโลกผ่านมิวสิกวิดีโอของเธอ และทำให้ร้านลูกชิ้นยืนกินในจังหวัดบุรีรัมย์บ้านเกิดเป็นที่รู้จักไปทั่ว สิ่งเหล่านี้เป็นแรงดึงดูดที่ไม่ได้เกิดจากการบังคับให้ทำตาม แต่เป็นแรงดึงดูดที่ทำให้ผู้คนสนใจโดยสมัครใจ นอกจากนี้



ยังมีเนเน่-พรนับพัน พรเพ็ญพิพัฒน์ ไอศกรีมสาวไทยที่ถือทุเรียนเดินแบบโชว์ผ่านรายการไลฟ์สดของจินจกกลายเป็นไวรัลและพุ่งติดเทรนด์ทวิตเตอร์อันดับหนึ่งอย่างรวดเร็ว

บุคคลเหล่านี้ล้วนเป็น “ผู้ทรงอิทธิพล” หรือ ซอฟต์ พาวเวอร์ ที่สามารถขับเคลื่อนสังคมผ่านโลกออนไลน์ได้รัฐบาลไทยเริ่มให้ความสำคัญและสนับสนุนซอฟต์แวร์ พาวเวอร์ ส่งเสริมความเป็นไทยให้มีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ และเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ที่มีศักยภาพ 5 F ได้แก่ อาหาร (Food) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) ผ้าไทยและการออกแบบแฟชั่น (Fashion) มวยไทย (Fighting) และเทศกาลประเพณี (Festival) สู่ระดับโลก ตัวอย่างเช่น ละครเรื่อง บุพเพสันนิวาส ที่มีภาพผสมผสานวัฒนธรรมไทยโบราณและร่วมสมัยเข้าด้วยกันอย่างลงตัว ได้สร้างชื่อเสียงโด่งดังจนเป็นที่รู้จักในหลาย ๆ ประเทศ รวมถึงเงินและประเทศเพื่อนบ้านของไทย สิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากทั้งภาครัฐ เอกชน สังคมบันเทิง และประชาชนในการทำให้ 5 F กลายเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยในอนาคต

กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อออนไลน์นับเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อน

“ซอฟต์แวร์ พาวเวอร์” ของไทย ปัจจุบัน บุคคลกลุ่มนี้กำลังเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ในไทย โดยเฉพาะภายหลังเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดฯ และมีการรับเอาแพลตฟอร์มคลิปลื่นอย่าง TikTok เข้ามาจนเป็นที่นิยมอย่างมาก ในขณะนี้ ประกอบกับ YouTube ที่มีความนิยมอยู่แล้วในประเทศไทย จนเกิดอาชีพใหม่อย่าง Youtuber และ TikToker ขึ้นมา ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบแล้วบุคคลกลุ่มนี้มีลักษณะการทำงานที่คล้ายคลึงกับ “หว่างหง” ของจีน โดยเป็นกลุ่มบุคคลที่กำลังพัฒนาไปเป็นเครื่องมือสำคัญหนึ่งในภาคธุรกิจ และด้วยจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นและความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานที่แปลกใหม่ การคิดคอนเทนต์ให้โดนใจทั้งเจ้าของแบรนด์และผู้บริโภคที่ติดตามพวกเขาจึงเป็นที่น่าจับตามองว่าบุคคลกลุ่มนี้จะสามารถพัฒนาไปเป็นธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่สามารถ

“เศรษฐกิจผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์” แม้จะยังคงเป็นสิ่งใหม่สำหรับใครหลายคน แต่ก็เป็นเรื่องสำคัญที่หลายภาคส่วนกำลังจับตามองในสังคมจีนในปัจจุบัน

ขยายอิทธิพลจนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเหมือนอย่างหว่างหงในจีนได้หรือไม่

### บทส่งท้าย

“เศรษฐกิจผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์” แม้จะยังเป็นสิ่งใหม่สำหรับใครหลายคน แต่ก็เป็นเรื่องสำคัญที่ภาคส่วนต่าง ๆ กำลังจับตามองในสังคมจีนในปัจจุบัน คำพูดและการกระทำของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์สามารถชักจูง โน้มน้าวผู้ติดตามได้อย่างมาก ซึ่งไม่ได้เป็นแต่เพียงปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจที่สามารถทำให้พฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคเปลี่ยนไปจนสามารถสร้างเม็ดเงินจำนวนมหาศาลให้แก่ภาคธุรกิจและตนเอง และเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งในการฟื้นฟูเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดฯ แต่ยังเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม



ที่สามารถขยายผลจากการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ไปสู่การพัฒนาในมิติอื่น ๆ อาทิ อาหาร การท่องเที่ยว และวัฒนธรรม จึงอาจกล่าวได้ว่าผู้ทรงอิทธิพลบนโลก

ออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อน Soft Power เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือขับเคลื่อนสังคมและเศรษฐกิจให้ไปในทิศทางที่เป็นประโยชน์กับประเทศชาติ

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยอาจเรียนรู้และพิจารณาเลือก “หว่างหง” ของจีนไปเป็นตัวช่วยในการเชื่อมต่อระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค โดยหนุ่มหลี่ เจียฉี หว่างหงจีนที่ได้รับความนิยมในการรีวิวขายสินค้า

ออนไลน์มากที่สุดในตอนนี้ก็ได้รีวิวขายครีมกันแดดของ “ธัญ (THANN)” ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลสุขภาพผิวแบรนด์ไทยมาแล้วเช่นกัน หรืออาจพิจารณาเลือกกลุ่ม “อินฟลูเอนเซอร์” ไทยที่กำลังพัฒนาและเพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในขณะนี้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการโฆษณาสินค้า อย่างไรก็ตาม เมื่อขึ้นชื่อว่าเป็นโลกออนไลน์ หลายคนหลายมุมมองย่อมมีผลลัพธ์ทั้งในทางบวกและทางลบ จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายในการใช้การควบคุมและผลักดัน โดยตั้งอยู่บนบรรทัดฐานของความถูกต้องและสร้างสรรค์



รู้จักโรงงานกำจัด  
เครื่องใช้ไฟฟ้า  
ในครัวเรือน  
แห่งแรกของจีน





รูปภาพจาก <https://board.postjung.com/817967>

“เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน” สิ่งอำนวยความสะดวกในยุคปัจจุบัน ที่ทุกบ้านต้องมี

จากอดีตที่มีการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนอยู่ไม่มากยังไม่มีความทันสมัยและมีราคาสูงเครื่องใช้ไฟฟ้าบางประเภทอาจต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มอาจยังไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ แต่ปัจจุบันด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการแข่งขันทางการตลาดที่นับวันยิ่งทวีขึ้นทำให้เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนเหล่านี้มีราคาต่ำลง ผู้บริโภคจำนวนมากจึงสามารถจับจองเป็นเจ้าของได้จนทำให้เครื่องใช้ไฟฟ้ากลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุก ๆ บ้านและได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของเราไปด้วย

เมื่อเครื่องใช้ไฟฟ้ามีราคาต่ำลงส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนเครื่องใช้ไฟฟ้าใหม่ได้บ่อยยิ่งขึ้น จึงทำให้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ใช้แล้วกลายเป็นขยะอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้าแบบเก่าที่มีขนาดใหญ่และมีอัตราการใช้พลังงานมาก ถูกเปลี่ยนอย่างรวดเร็วและกลายเป็นขยะสร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศเป็นอย่างมาก

จากข้อมูลของ Global E-waste Statistics Partnership (GESP) พบว่าปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลกเพิ่มขึ้นร้อยละ 21 ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาคิดเป็นการสร้างขยะอิเล็กทรอนิกส์ถึงจำนวน 53.6-54 ล้านตันต่อปี และมีเพียงร้อยละ 18 ที่ได้รับการกำจัดอย่างถูกวิธี ทั้งนี้ ยังมีการคาดการณ์ว่า

“จีน” เป็นหนึ่งในประเทศที่ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ของโลก โดยมีเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนมากกว่า 2,100 ล้านเครื่อง

ปริมาณขยะประเภทนี้จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากการขยายตัวของผู้ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ โดยเฉพาะในช่วงของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19

“จีน” เป็นหนึ่งในประเทศที่ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ของโลก และมีขยะเครื่องใช้ไฟฟ้า (Waste household appliances) จำนวนมาก ปัจจุบัน จีนมีเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนมากกว่า 2,100 ล้านเครื่อง มีการกำจัดเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนที่ไม่ใช้แล้วมากถึง 100-190 ล้านเครื่อง และเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ในทุก ๆ ปี โดยอัตรารีไซเคิล

เครื่องใช้ไฟฟ้าเก่าในครัวเรือนผ่านช่องทางที่ได้มาตรฐาน ที่สำเร็จมีเพียงร้อยละ 44 รัฐบาลจีนได้ถึงตระหนักถึงปัญหาเหล่านี้ และเร่งปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมรีไซเคิลเครื่องใช้ไฟฟ้าเก่าในครัวเรือน

### รัฐบาลจีนกับบทบาทการสนับสนุนการแก้ไขปัญหา

รัฐบาลจีนได้สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมรีไซเคิลเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนและได้ออกนโยบายหลายชุด อาทิ แผนการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงระบบการรีไซเคิลและการแปรรูปของเสียเครื่องใช้ภายในบ้าน และส่งเสริมการต่ออายุและการบริโภคเครื่องใช้ในบ้าน ทั้งนี้ ได้มีการเสนอเป้าหมาย “คาร์บอนคู่” ซึ่งเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากการรื้อถอนเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยกระบวนการที่ได้มาตรฐานจะทำให้วัสดุส่วนใหญ่ อาทิ ทองแดง อลูมิเนียมและพลาสติกภายในเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีกครั้ง ซึ่งสามารถช่วยลด



รูปภาพจาก <https://bit.ly/3QER3JO>

ต้นทุนในส่วนของวัสดุ และยังสามารถช่วยในการลดการปล่อยคาร์บอนได้อีกด้วย รวมถึงมีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนในปัจจุบันที่มีความจำเป็นต้องปรับปรุงระบบการรีไซเคิลและกำจัดของเสียในครัวเรือน ในขณะที่การรีไซเคิลและการกำจัดของเสียจากเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนที่ไม่ได้มาตรฐานอาจนำไปสู่การทำลายสภาพแวดล้อมทางนิเวศวิทยาตามธรรมชาติและเป็นอันตรายต่อสุขภาพของมนุษย์ เนื่องจากในเครื่องใช้ไฟฟ้ามีส่วนประกอบที่เป็นอันตราย อาทิ ตะกั่ว ปรอท และแคดเมียม

**สองโรงงานรีไซเคิล  
เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน  
แห่งแรกของจีน**

โรงงานรีไซเคิลเครื่องใช้ไฟฟ้าแห่งนี้ เป็นผลงานชิ้นโบว์แดงของบริษัท Haier บริษัทผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ของจีน ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในเมืองชิงเต่า มณฑลซานตง ภาคเหนือของประเทศจีน ซึ่งได้เริ่มดำเนินการในวันที่ 2 กันยายน 2565 ที่ผ่านมา โดยโรงงานแห่งนี้เป็นโรงงานที่มีความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon neutrality) แห่งแรกในอุตสาหกรรมรีไซเคิลและแพลตฟอร์มดิจิทัลของอุตสาหกรรมรีไซเคิลของจีน นอกจากนี้ โรงงานรีไซเคิลแห่งนี้ยังเป็นโรงงาน



รีไซเคิลโรงงานแรกที่เชื่อมโยงกับระบบเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนของจีน ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการรวมกลุ่มของการแปรรูปทรัพยากรรีไซเคิล และช่วยสำรวจรูปแบบใหม่ของการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนสีเขียวของอุตสาหกรรมทั้งหมด รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนด้วยระบบดิจิทัลและสร้างความมั่นใจในการกำจัดเครื่องใช้ไฟฟ้าเก่าในครัวเรือนอย่างถูกวิธี

โรงงานแห่งนี้มีพื้นที่ 100,000 ตารางเมตร ประกอบด้วย สายการผลิตเครื่องใช้ในครัวเรือน 6 สาย สายทำความสะอาดและบัด3สายสายคัดกรองไฟฟ้าสถิต 1 สาย และสายการอัดเม็ด 8 สาย หลังจากเริ่มดำเนินการแล้ว โรงงานแห่งนี้จะสามารถรีดถอนเครื่องใช้ไฟฟ้าได้ถึง 3 ล้านหน่วย และสามารถฟื้นฟูได้ถึง30,000ตันรวมทั้งมีการสร้าง

อาชีพกว่า300ตำแหน่งคาดว่าในอนาคตโรงงานแห่งนี้จะสามารถขยายไปสู่การผลิตชิ้นส่วนใหม่ การรีไซเคิลและรี้อกำจัดซากรถยนต์ การกลั่นกรองโลหะมีค่าและอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่มของอุตสาหกรรมแปรรูปทรัพยากรรีไซเคิลที่ได้มาตรฐานและสะอาด

บริษัท Haier ในฐานะที่เป็นผู้บุกเบิก “ระบบรีไซเคิลขอต่อเป้าหมายการรีไซเคิล” ได้นำธุรกิจรีไซเคิลมาเป็นจุดเริ่มต้น ขยายไปสู่การเชื่อมโยงการรีดถอน และสร้างระบบรีไซเคิลสีเขียวแบบวงปิดของอุตสาหกรรม “การรีไซเคิล-รี้อ-ฟื้นฟู-การผลิตใหม่” เพื่อให้เกิดการจัดการวงจรแบบเต็มรูปแบบ และแพลตฟอร์มดิจิทัลแบบเต็มกระบวนการ รวมถึงระบบนิเวศทั้งหมดเพื่อสร้างสถานการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย



รูปภาพจาก <https://bit.ly/3U9PyGt>

*บริษัท Haier  
ได้นำธุรกิจรีไซเคิล  
มาเป็นจุดเริ่มต้น  
เพื่อขยายไปสู่ระบบ  
รีไซเคิลสีเขียวแบบวงปิด  
ของอุตสาหกรรม*

นอกจากการรีไซเคิลและรีดถอนเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนแล้ว บริษัท Haier ได้นำแนวคิด ESG (Environment, Social Responsibility และ Corporate Governance) มาใช้ภายใต้ยุทธศาสตร์ “คาร์บอนคู่ (carbon peak และ carbon neutral)” ระดับชาติ และยังได้จัดทำยุทธศาสตร์ “6-Green” ที่รวมการอนุรักษ์พลังงาน คาร์บอนต่ำสำหรับขับเคลื่อนการพัฒนาสีเขียวของห่วงโซ่อุตสาหกรรมทั้งหมด และนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพสูงของอุตสาหกรรม

**สร้างระบบรีไซเคิลออนไลน์  
และออฟไลน์ ครอบคลุมชุมชน  
และเมืองต่าง ๆ ทั่วประเทศ**

บริษัท Haier ได้ตระหนักถึงปัญหาที่ผู้ใช้ไม่สามารถกำจัดเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนที่ไม่ใช้แล้วได้อย่างถูกวิธี จึงได้สร้างแพลตฟอร์มการกำจัดเครื่องใช้ไฟฟ้าออนไลน์และออฟไลน์ขึ้นมา



เพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนที่ไม่ใช้แล้วอย่างเป็นทางการและมีความสะดวก โดยได้จัดตั้งเครือข่ายผู้ติดต่อทั่วประเทศ ปัจจุบันเครือข่ายการรีไซเคิลของบริษัท Haier ได้รวมร้านค้าออฟไลน์ 32,000 แห่ง พนักงานบริการมากกว่า 100,000 คน และศูนย์โลจิสติกส์และการกระจายสินค้ามากกว่า 100 แห่ง ครอบคลุมกว่า 2,800 มณฑลและเมืองต่าง ๆ ทั่วประเทศ

ทั้งนี้ บริษัท Haier ยังมีโครงการสร้างแพลตฟอร์มข้อมูลขนาดใหญ่ของอุตสาหกรรมรีไซเคิลระดับชาติด้วยศูนย์เทคโนโลยีการจัดการขยะมูลฝอยและสารเคมีของกระทรวงนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อมจีนซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินการโดยมุ่งเน้นที่การพัฒนาอุตสาหกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยใช้อินเทอร์เน็ต นวัตกรรมปัญญาประดิษฐ์ และบล็อกเชน รวมถึงเทคโนโลยีดิจิทัลอื่น ๆ เพื่อแก้ปัญหากระบวนการอนุมัติที่ซับซ้อนและการป้อนข้อมูลจำนวนมากสำหรับ



การรีดถอนเครื่องไฟฟ้าครัวเรือน รวมถึงการยกระดับอุตสาหกรรม การรีดถอนอีกด้วย

บริษัท Haier ไม่เพียงนำแนวปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมในการนำยุทธศาสตร์ “คาร์บอนคู่” ไปใช้จริง แต่ยังเป็นแบบอย่างสำคัญในการปฏิบัติตามความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนา ESG (Environment, Social Responsibility และ Corporate Governance) ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะเดียวกันยังเป็นแบบอย่างของการสร้าง “เมืองสาธิตระบบรีไซเคิล วัสดุเหลือใช้” และ “เมืองปลอดขยะ” ในมณฑลซานตงและเมืองชิงต้า

## บทส่งท้าย

ปัจจุบันไทยมีกฎหมายเกี่ยวกับการกำจัดและการนำเข้าขยะอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงความพยายามในการแก้ปัญหาเหล่านี้จากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ การกำหนดแผนที่แนวทาง (Road Map) การแก้ปัญหา การประชาสัมพันธ์ การจัดทำโครงการต่าง ๆ การส่งเสริมการนำกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น เพื่อลดผลกระทบของการกำจัดขยะอิเล็กทรอนิกส์ไม่ถูกวิธีต่อสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ รวมถึงผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน BIC ชิงต้าว่ามองว่าในอนาคตผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในไทย

สามารถศึกษานวัตกรรมเทคโนโลยีต่างๆ จากโรงงานแห่งนี้ เพื่อนำไปบูรณาการให้เหมาะสมกับธุรกิจกำจัดขยะของตนเอง และอาจมีความร่วมมือกันในด้านต่างๆ กับต่างประเทศในการพัฒนาระบบการกำจัดขยะอิเล็กทรอนิกส์อย่างถูกวิธี ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการไทยเท่านั้น แต่ยังช่วยพัฒนาระบบนิเวศสภาพแวดล้อม และสุขภาพของประชาชนทั้งสองประเทศ และยิ่งไปกว่านั้น การดำเนินการเหล่านี้ยังสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในเรื่องการแก้ปัญหาขยะมูลฝอยและของเสียอันตราย





เรียนรู้การทำธุรกิจ  
ในจีนผ่าน“Sexy Tea”  
เครื่องดื่มชายอดนิยม  
ในนครฉางชา

Sexy Tea หรือชื่อในภาษาจีน “ฉาเหียนเยว่เซ่อ” (茶颜悦色) เปิดตัวครั้งแรกเมื่อปี 2556 ในย่านธุรกิจหวงซิง (Huangxing Square) ของนครฉางซา หลังผ่านร้อนผ่านหนาวมานานเกือบเก้าปีจนกลายเป็นแบรนด์เครื่องดื่มชาแนวใหม่ที่ได้รับความนิยมสูงสุดของมณฑลหูหนาน และติดลำดับ 3 “แบรนด์ร้านชาแนวใหม่” ที่ได้รับความนิยมสูงสุด 15 อันดับแรกของจีนประจำปี 2565” รองจาก Heytea ของเมืองเซินเจิ้น มณฑลกว่างตุง และ Mixue Ice-cream & Tea ของนครเจิ้งโจว มณฑลเหอหนาน จากการจัดอันดับของ iiMedia Ranking ซึ่งเป็นหน่วยงานประเมินแบรนด์และการบริโภคสินค้าของจีนภายใต้สังกัด iiMedia Research บริษัทให้คำปรึกษาด้านการวิจัย ทั้งนี้ ปัจจุบัน “ฉาเหียนเยว่เซ่อ” มีสาขากว่า 400 แห่งในจีน



สาเหตุที่ “ฉาเหียนเยว่เซ่อ” เติบโตและได้รับการตอบรับที่ดีโดยเฉพาะผู้บริโภคหลักในกลุ่มเจนเนอเรชั่น Z เพราะมีความคุ้มค่าในด้านราคาและคุณภาพ โดยหากเป็นสินค้าในลักษณะเดียวกัน แบรนด์ไฮเอนด์อย่าง Heytea และ Nayuki ขายในราคา 20-30 หยวน ขณะที่ “ฉาเหียนเยว่เซ่อ” สนนราคาอยู่ที่ 15-18 หยวน สิ่งสำคัญ คือ การออกแบบโลโก้ร้านและลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ในสไตล์จีนโบราณที่ผสมผสานความทันสมัยเข้าไว้ด้วยกัน ถือเป็น การวางภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้มีความโดดเด่นจากแบรนด์อื่น เช่น โลโก้ร้านเป็นลวดลายการ์ตูนสาวงามจีนโบราณถือพัดทรงกลม รวมถึงการตั้งชื่อเครื่องดื่มที่มีความหมายแฝงไว้ซึ่งคุณค่าของกวีนิพนธ์และสุนทรียศาสตร์ในวัฒนธรรมจีนดั้งเดิม สอดรับกับกระแส “กั๋วเฉา”

การออกแบบโลโก้ร้าน  
ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ในสไตล์  
จีนโบราณที่ผสมผสานความทันสมัย  
เข้าไว้ด้วยกัน ถือเป็น การวาง  
ภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้  
โดดเด่นจากแบรนด์อื่น

(国潮/China-Chic) หรือคลื่นกระแสความนิยมในวัฒนธรรมจีนที่หวนกลับมาอีกครั้ง ผนวกกับพลังของโซเชียลมีเดียที่คนหนุ่มสาวนิยมแชร์เรื่องราวในโลกออนไลน์ เป็นการบอกต่อเพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ด้วย Viral Marketing จนทำให้ชาสไตล์จีนที่ทันสมัยและหาดีได้เฉพาะที่นครฉางซาได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วและมีชื่อเสียงโด่งดังมากในระดับเดียวกับเต้าหู้หมื่นฉางซา กลายเป็นจุดนัดพบที่ต้องแวะเช็คอินสักครั้ง รวมถึงชาวพร้อมดื่มหลากหลายกลิ่นที่ได้กลายเป็นของฝากหายากที่นักท่องเที่ยวแห่กันซื้อหาเป็นจำนวนมากเมื่อเดินทางมาเยือนนครฉางซา

อย่างไรก็ตาม ตลอดการเดินทางบนธุรกิจเครื่องดื่มชาแนวใหม่ของ “ฉาเหียนเยว่เซ่อ” ต้องพบเจอกับ

อุปสรรคมากมายไม่ว่าจะเป็นการฝึกฝน การบริการของพนักงาน การถูกก๊อปปี้ โลโก้และบรรจุภัณฑ์ รวมถึงล่าสุดเมื่อเดือนกันยายน 2565 กับประเด็นชื่อร้านภาษาอังกฤษ Sexy Tea ที่ชาวเน็ตถกเถียงกันถึงความไม่เหมาะสมกับภาพลักษณ์ของโลโก้สาวงามจีนโบราณ ทั้งที่ความตั้งใจเดิมทางแบรนด์ต้องการสื่อความหมายว่าลูกค้าจะประหลาดใจและหลงใหลในเสน่ห์ของรูปลักษณ์และรสชาติของชาอย่างไรก็ดี ทางแบรนด์ได้ออกมาขอโทษและประกาศจะเปลี่ยนชื่อภาษาอังกฤษใหม่ รวมถึงทยอยปลดป้ายชื่อภาษาอังกฤษออกจากทุกสาขา แต่ผลกระทบหนักที่สุดคงหนีไม่พ้นวิกฤตช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ทำให้เมืองท่องเที่ยวสุดฮอตของจีนอย่างนครฉางซาซบเซาลง ประกอบกับ





ปัญหาคู่แข่งและวิกฤตโควิด-19 ส่งผลให้ธุรกิจร้านน้ำสุดฮิตอย่าง “ฉาเหยียนเยว่เซ่อ” ถึงขั้นขาดทุนต่อเดือนหนักสุดกว่า 20 ล้านบาท และจำต้องทยอยปิดสาขาในนครฉางชารวมกว่า 80 แห่ง

ตลาดชาแนวใหม่ในนครฉางชาก็มีคู่แข่งทยอยเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดมากมายทั้งแบรนด์ต่างมณฑล เช่น Heytea, Nayuki, CoCo, Shuyi, Good Me, Chabaidao, alittle-tea และ Auntea Jenny รวมถึงแบรนด์ท้องถิ่นของนครฉางชา เช่น Guoyaya, Fruitea Bomb และ Crazy Fruits ด้วยเพราะนครฉางชาเป็นเมืองในกลุ่ม “New First-tier Cities” หรือเมืองใหญ่ของจีนที่มีระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสาธารณูปโภคสูงถือเป็นกลุ่มเมืองที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูง รองจากเมือง First-tier Cities 4 แห่งของจีน ได้แก่ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กว่างโจว และเซินเจิ้น ปัจจุบัน มณฑลหูหนานติดอันดับ 4 ในมณฑลที่มีร้านชาขนม และร้านที่เกี่ยวข้องกับชาขนมมากที่สุด โดยมีจำนวนกว่า 25,500 แห่ง

ด้วยปัญหาคู่แข่งและวิกฤตโควิด-19 ส่งผลให้ธุรกิจร้านน้ำสุดฮิตอย่าง “ฉาเหยียนเยว่เซ่อ” ถึงขั้นขาดทุนต่อเดือนหนักสุดกว่า 20 ล้านบาท และจำต้องทยอยปิดสาขาในนครฉางชารวมกว่า 80 แห่ง โดยการปิด

สาขาจำนวนมากส่งผลให้รายได้ของธุรกิจหายไปกว่าร้อยละ 15 ผู้บริหารของบริษัทจึงตัดสินใจปรับกลยุทธ์ครั้งใหญ่ด้วยการขยายตลาดไปต่างเมืองและต่างมณฑล รวมถึงการแตกไลน์ธุรกิจใหม่ เพื่อกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจและเพิ่มฐานลูกค้า

“ฉาเหยียนเยว่เซ่อ” เริ่มออกจากคอมฟอร์ทโซนครั้งแรกเมื่อปลายปี 2563 หลังจากยึดพื้นที่ในนครฉางชาเพียงแห่งเดียวมานานกว่า 7 ปี โดยเริ่มต้นขยายสาขาไปต่างเมืองและต่างมณฑลที่มีระยะห่างจากนครฉางชาไม่เกิน 400 กิโลเมตรและค่อยขยับไปยังเมืองที่ไกลออกไป รวมถึงทยอย





เปิดสาขาที่ละเมืองอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพื่อคำนึงถึงการควบคุมคุณภาพสินค้า การบริหารร้านและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากการขยายสาขาของ “ฉาเหียนเยว่เซ่อ” เป็นบริษัทที่เข้าไปทำตลาดเอง ไม่ใช่รูปแบบการขายแฟรนไชส์ ทำให้ต้องขนทั้งทีมงานและวัตถุดิบไปจากนครฉางซา นอกจากนี้ วัตถุดิบส่วนใหญ่ยังเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศซึ่งทำให้ต้นทุนสูง ยกตัวอย่างเช่นมยอดนิยมของร้านชื่อ You Lan Lattle (Black Tea & Pure Milk) ใช้ชาซีลอน (Ceylon Black Tea) จากประเทศศรีลังกา วิปิงครีมยี่ห้อ Elle & Vive จากฝรั่งเศส และถั่วพีแคนจากสหรัฐอเมริกาซึ่งผิดกับชาแบรนด์อื่นที่มีผู้จัดหาวัตถุดิบภายในประเทศให้โดยเฉพาะหรือผ่านการทำเกษตรแบบมีสัญญา (Contract Farming) กับบริษัท

ปัจจุบัน ร้านโรงน้ำชา  
แนวใหม่กำลังกลายเป็น  
แหล่งแอ่งค์เอ้าท์เทรนด์ใหม่  
ที่คนหนุ่มสาวจีนชื่นชอบ  
โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ของจีน

ปัจจุบัน “ฉาเหียนเยว่เซ่อ” ได้ขยายตลาดไปยังเมืองฉางเต๋อ เมืองจูโจว เมืองเหิงหยาง เมืองเยว่หยาง และเมืองเซียงถานของมณฑลหูหนาน นครอู่ฮั่น ในมณฑลหูเป่ย์ นครฉงชิ่ง และนครหนานจิงในมณฑลเจียงซู ซึ่งต่างได้รับการต้อนรับอย่างล้นหลามและลูกค้าแห่กันมาต่อคิวยาวเหยียด เช่น การเปิดสาขาแรกที่นครอู่ฮั่นมีคนเข้าคิวรอนานถึง 8 ชั่วโมง แม้จากนครอู่ฮั่นถึงนครฉางซาจะมีรถไฟความเร็วสูงวิ่งทุก 10 นาที และใช้เวลาเดินทางเพียงชั่วโมงครึ่ง นอกจากนี้คนที่ไปเข้าคิวแทนสามารถเรียกค่าตัวสูงถึง 600 หยวน

ล่าสุดการเปิดสาขาแรกที่นครหนานจิงเมื่อเดือนสิงหาคม 2565 ก็มีลูกค้าไปเข้าคิวตั้งแต่ตีสี่เพื่อรอร้านเปิดขายในตอนเก้าโมงเช้า รวมถึง “ฉาเหียนเยว่เซ่อ” ยังเคยร่วมมือกับศูนย์การค้าเวินเหอโฮ่ยว่ (Wenheyou) ในลักษณะ Collab Marketing ด้วยการเปิดร้านชั่วคราวเพื่อช่วยสร้างกระแสในการโปรโมท การเปิดศูนย์การค้าเวินเหอโฮ่ยว่ที่เมืองเซินเจิ้น ซึ่งการเปิดร้านวันแรกก็มีคนมาเข้าคิวนับหมื่นคน การเข้าคิวรอยาวเหยียดทุกครั้งที่มีการเปิดร้านใหม่กลายเป็นวัฒนธรรมดึงดูดลูกค้าและเทคนิคกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคด้วย Hunger Marketing รวมถึงเป็นเครื่องพิสูจน์ถึงความนิยมและความแข็งแกร่งของแบรนด์ “ฉาเหียนเยว่เซ่อ”

ขณะเดียวกัน “ฉาเหียนเยว่เซ่อ” ยังแตกไลน์ธุรกิจด้วยการเปิดร้านโรงน้ำชาแนวใหม่ (Tea House) สองแห่งในย่านธุรกิจของนครฉางซา เมื่อเดือนพฤษภาคม 2565 ภายใต้ชื่อ “เสี่ยวเสินเซียน” (小神仙茶馆) ซึ่งมีลักษณะคล้ายโรงน้ำชาสมัยโบราณของจีนแต่ตกแต่งร้านด้วยความทันสมัย หรือเสมือนกับการนั่งในร้านสตาร์บัคแต่เปลี่ยนจากการดื่มกาแฟเป็นการดื่มชาแทน โดยลูกค้าสามารถนั่งจิบชาพร้อมกับชิมขนมกับเพื่อนฝูงได้แบบชิล ๆ ร้านแห่งนี้มีขนาดพื้นที่ 200 ตารางเมตร และเมนูให้เลือก รวม 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชาที่สำเร็จรูปที่มาเป็นซองดริปหรือแบบดริปสดในร้าน กลุ่มชาจีนโบราณ และกลุ่มชานมที่เป็นชิกเนเจอร์ของร้าน “ฉาเหียนเยว่เซ่อ” ราคาอยู่ที่ 16-18 หยวน นอกจากนี้ ภายในร้านยังมีของที่ระลึกจำหน่ายอีกด้วย เช่น ชาซองพร้อมดื่ม อุปกรณ์ชงชา และขนมที่รับประทานร่วมกับชาจีน ถือเป็น การตอบสนองกลุ่มลูกค้า “niche market” ที่ต้องการรับประสบการณ์ใหม่ ๆ รวมถึงส่งเสริมให้วัยรุ่นจีนหันมา รักการดื่มชามากขึ้น ปัจจุบันร้านโรงน้ำชาแนวใหม่กำลังกลายเป็นแหล่งแอ่งค์เอ้าท์เทรนด์ใหม่ที่คนหนุ่มสาวจีนชื่นชอบโดยเฉพาะในเมืองใหญ่ของจีน



เช่น ร้าน Tea'stone แบรินด์จากเมืองเซินเจิ้น และร้าน Kaiji แบรินด์จากนครเซี่ยงไฮ้

นอกจากเปิดร้านโรงน้ำชาแนวใหม่แล้ว “ฉาเหยียนเยว่เซ่อ” ยังเปิดร้านกาแฟสดภายใต้ชื่อ YUENN & YANG เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2565 พร้อมกันถึง 5 สาขาบริเวณย่านธุรกิจถุนอู่อี (Wuyi Square) ซึ่งเป็นย่านธุรกิจขึ้นชื่อของนครฉางชา แนวคิดการออกแบบร้านและบรรจุภัณฑ์ของ YUENN & YANG มาแนวทางเดียว

กับรุ่นพี่อย่าง “ฉาเหยียนเยว่เซ่อ” ที่เน้นสไตล์จีนโบราณผสมผสานความทันสมัย โดยโลโก้เป็นเปิดแมนดารินสี่สันสอดใส่สองตัวหันหน้าเข้าหากัน ส่วนตัวร้านตกแต่งด้วยไม้ไผ่สีเขียว รวมถึงการตั้งชื่อเมนูในเชิงบทกวี และราคาที่เป็นมิตรโดยเฉลี่ยแก้วละ 14-20 หยวน แม้หลายคนจะมองว่า ตลาดกาแฟสดในจีนยังมีช่องว่างการขยายตัวได้อีกมาก โดยสถิติในปี 2564 คนจีนดื่มกาแฟในร้านกาแฟสดโดยเฉลี่ยปีละ 1.6 แก้วต่อคน ส่วนเมืองขนาดใหญ่

ระดับหนึ่งและระดับสองมีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นไปอยู่ที่ปีละ 3.8 แก้วต่อคน แต่ยังคงถือว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่นอย่างญี่ปุ่นซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 176 แก้วต่อคน หรือสหรัฐอเมริกาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 313 แก้วต่อคน แต่ถึงกระนั้น การกระโดดเข้าสู่เส้นทางธุรกิจกาแฟของ “ฉาเหยียนเยว่เซ่อ” ดูเหมือนไม่ง่ายเลย เพราะมีคู่แข่งมากมายไม่ว่าจะเป็นสตาร์บัคและ Luckin ที่ครองใจมหาชนเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ร้านชาแนวใหม่ที่แตกไลน์ธุรกิจด้วยการเปิด

ร้านกาแฟสด เช่น ร้านกาแฟ Lucky Cup ของร้านชา Mixue ร้านกาแฟ Nayuki PRO ของร้านชา Nayuki ร้านกาแฟ Seesaw ของร้านชา Heytea ร้านกาแฟ RUU ของร้านชา Ningji และร้านกาแฟ D.O.C ของร้านชา Shuyi รวมไปถึงร้านกาแฟต่างถิ่นและร้านกาแฟแบรินด์ต่างประเทศ เช่น ร้านกาแฟ M Stand จากนครเซี่ยงไฮ้ ร้านกาแฟ Algebraist จากเมืองซูโจว ร้านกาแฟ Tims แบรินด์จากแคนาดา และร้านกาแฟ Lavazza แบรินด์จากอิตาลี จึงถือเป็นความท้าทายสำหรับแบรินด์น้องใหม่อย่าง YUENN & YANG อย่างมาก

จะเห็นได้ว่า สิ่งที่ได้เรียนรู้จากความสำเร็จของ “ฉาเหยียนเยว่เซ่อ” คือ การทำธุรกิจในจีนนั้นมีความท้าทายอย่างมาก ต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงหลายด้าน เช่น การแข่งขันสูง การลอกเลียนแบบสินค้าแต่หัวใจสำคัญของความสำเร็จ คือ การเรียนรู้เทคนิคการทำตลาด การสร้างอัตลักษณ์ของแบรินด์ และมีกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขาย การสร้างกระแสบนโซเชียลมีเดีย การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและเข้าใจตลาดของแต่ละมณฑล ขณะเดียวกัน ยังได้เรียนรู้อีกว่า แม้สินค้าและบริการจะดีเยี่ยมแล้ว ก็ยังต้องรักษามาตรฐานไม่ให้ตก รวมถึงต้องปรับตัวและพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่องประกอบกัน





บทวิเคราะห์ตลาด  
ผู้สูงอายุฮ่องกง  
กับโอกาสของ  
ธุรกิจการท่องเที่ยว  
เชิงสุขภาพไทย  
(Medical  
& Wellness  
Tourism)

ฮ่องกงเป็นเมืองที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงเนื่องจากเป็นหนึ่งในศูนย์กลางทางการเงินแห่งเอเชีย โดยมีรายได้หลักมาจากภาคการเงิน เป็นสำคัญ ประชากรฮ่องกงมีประมาณ 7.29 ล้านคน (ข้อมูลปี 2565) แม้ฮ่องกงจะเป็นแค่เมืองเล็ก ๆ ที่มีจำนวนประชากรไม่มากแต่เป็นประชากรที่มีกำลังซื้อสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในโลกในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา และหนึ่งในธุรกิจที่มีหลายประเทศให้ความสนใจในฮ่องกง คือ ธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการผู้สูงอายุ เนื่องจากปริมาณผู้สูงอายุในฮ่องกงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้รายได้จากการขยายตัวของภาคธุรกิจนี้เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด

บทความนี้จึงเน้นศึกษาวิเคราะห์ ข้อมูลที่สำคัญเบื้องต้นอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและแรงงานไทยให้เข้าใจถึงบริบทของธุรกิจนี้ในฮ่องกงพอสังเขปเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจหรือการพัฒนาต่อยอดธุรกิจต่อไป

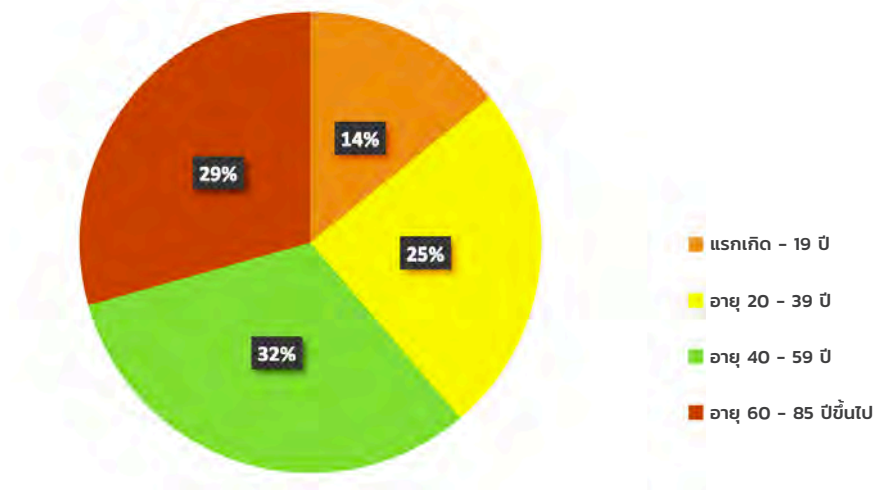
### ข้อมูลโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุในฮ่องกง

“สังคมผู้สูงอายุ” (Aging Society) คือสังคมที่มีสัดส่วนของประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปเกินกว่าร้อยละ 10 ต่อประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปที่อยู่จริงในพื้นที่ต่อประชากรทุกช่วงอายุในพื้นที่เดียวกันมากกว่าร้อยละ 7 ในปัจจุบันนี้ประเทศต่างๆหลายประเทศ

### อัตราค่าครองชีพทั่วไปของพลเมืองฮ่องกงในช่วงปี 2564 - 2565 (สกุลเงินฮ่องกงดอลลาร์)

| ค่าเช่าที่พัก (นอกเมือง)   | ค่าเช่าที่พัก (ในเมือง)    | ค่าแรงขั้นต่ำ     | ค่าอาหารทั่วไป | รายรับเฉลี่ย        |
|----------------------------|----------------------------|-------------------|----------------|---------------------|
| \$2,850 (10 ตร.ม.)         | \$3,680 (10 ตร.ม.)         | \$40 (ต่อชั่วโมง) | \$60 (ต่อมื้อ) | \$18,700 (ต่อเดือน) |
| ประมาณ 11,685 บาท ต่อเดือน | ประมาณ 15,088 บาท ต่อเดือน | ประมาณ 124 บาท    | ประมาณ 246 บาท | ประมาณ 76,670 บาท   |

### จำนวนประชากรแยกตามอายุในปี 2565

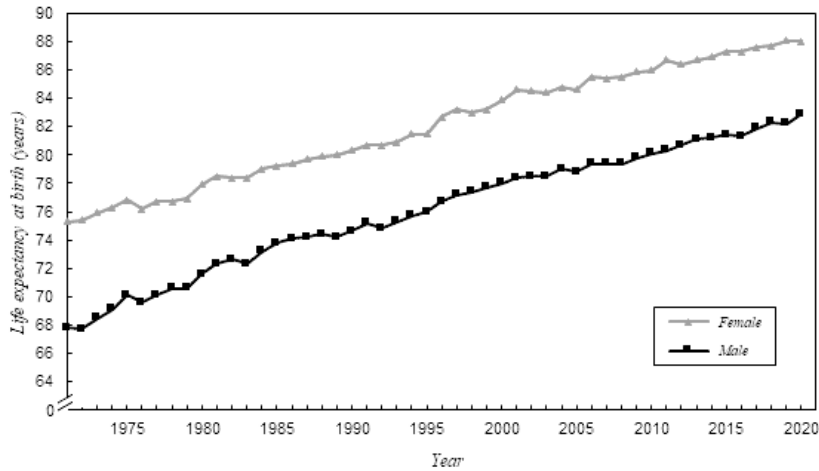


รวมทั้ง ไทย สิงคโปร์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ได้มีปัญหาเรื่องนี้แล้ว โดยญี่ปุ่นมีสัดส่วนผู้สูงอายุมากที่สุดในโลก ในขณะที่ประเทศไทยมีสัดส่วนผู้สูงอายุประมาณ 7 ล้านคน ส่วนฮ่องกงมีสัดส่วนผู้สูงอายุที่มีอายุเกิน 60 ปีขึ้นไปประมาณร้อยละ 29 ของจำนวนประชากรทั้งหมด (ข้อมูลในปี 2565) สิ่งที่น่าสนใจคือจำนวนผู้สูงอายุในฮ่องกงที่มีอายุเกินกว่า 100 ปีได้เพิ่มขึ้นมาก จากจำนวนเพียง 289 รายในปี 2524 ได้เพิ่มเป็น 11,575 รายในปี 2564 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากการแพทย์ที่พัฒนาเพิ่มขึ้นทำให้อัตราการเสียชีวิตลดลง

จากข้อมูลตามแผนภูมิด้านบนพบว่าเมื่อสิ้นปี 2564 ฮ่องกงมีประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปถึงร้อยละ 29 ซึ่งเกินกว่า 1 ใน 4 ของประชากรทั้งหมดตามมาด้วยประชากรในกลุ่มอายุ 40-59 ปี ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 32 ทำให้จำนวนประชากรผู้สูงอายุในอีก 5 ปีข้างหน้าจะเพิ่มสูงขึ้นจนถึงระดับประมาณ 1 ใน 3 ของประชากรทั้งหมด

.....  
*สิ่งที่น่าสนใจคือ ในปี 2564 จำนวนผู้สูงอายุในฮ่องกงที่มีอายุเกินกว่า 100 ปี ได้เพิ่มเป็นจำนวน 11,575 ราย*  
 .....





จากข้อมูลในแผนภูมิด้านบนนี้พบว่า เมื่อสิ้นปี 2565 ประชากรฮ่องกงจะมีสัดส่วนโดยประมาณ เป็นผู้ชายร้อยละ 46 ผู้หญิงร้อยละ 54 และอายุขัยโดยเฉลี่ยของผู้หญิงอยู่ที่ 88 ปี ขณะที่ของผู้ชายอยู่ที่ 82.9 ปี ซึ่งโครงสร้างประชากรประกอบด้วยผู้หญิงมากกว่าผู้ชายประมาณร้อยละ 8 และมีอายุขัยโดยเฉลี่ยที่สูงขึ้นทุกปี ทำให้ทั้งภาครัฐและเอกชนต้องเตรียมความพร้อมในเรื่องบริการผู้สูงอายุ โดยเน้นที่ผู้หญิงเป็นหลัก

### ปัญหาที่เกิดขึ้นในสถานพยาบาลฮ่องกง

1. ฮ่องกงมีปริมาณผู้สูงอายุมากเกินกว่าปริมาณสถานพยาบาลของภาครัฐที่จัดเตรียมไว้ให้ ทำให้การพบแพทย์หรือพยาบาลต้องรอคิว

เป็นเวลานาน พลเมืองจึงจำเป็นต้องใช้บริการจากภาคเอกชนซึ่งมีราคาสูงกว่าไม่ว่าจะเป็นการรักษาพยาบาลทั่วไปรวมถึงการตรวจสุขภาพขั้นพื้นฐานและการบริการฟื้นฟูสุขภาพ

2. ภาวะขาดแคลนแรงงานในภาคสาธารณสุข ไม่ว่าจะเป็นแพทย์พยาบาลผู้ช่วยพยาบาลอันเนื่องมาจากอัตราการเกิดต่ำ และปัญหาการย้ายถิ่นฐานออกจากเมืองของบุคลากรในวิชาชีพนี้เนื่องจากเป็นวิชาชีพที่ต้องการของประเทศพัฒนาแล้ว อาทิ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น แคนาดา สิงคโปร์ ฯลฯ และปัจจุบันมีการแข่งขันการช่วงชิงบุคลากรวิชาชีพด้านนี้สูงมาก

3. ค่าใช้จ่ายในการเข้ารับการรักษาพยาบาลในสถานพยาบาลฮ่องกงสูงมาก ในขณะที่รายได้หลังเกษียณอายุมีจำกัด ทำให้ผู้สูงอายุเริ่มมองหา

เมื่อสิ้นปี 2565 พบว่าประชากรฮ่องกง มีสัดส่วนโดยประมาณ ผู้หญิงร้อยละ 54 และอายุขัยโดยเฉลี่ยของผู้หญิงอยู่ที่ 88 ปี





ทางเลือกที่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าและสามารถมีคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า โดยในปัจจุบันยังคงเลือกประเทศจีนใน Greater Bay Area เป็นอันดับ 1 เนื่องจากเดินทางสะดวก ค่าใช้จ่ายน้อย และใช้ภาษาจีนกลาง ในขณะที่ประเทศไทยและเมืองได้ทวันเป็นตัวเลือกในลำดับรองลงมา

### โอกาสของธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทย

Medical and Wellness Tourism เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่มีกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพควบคู่กับการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการมาพบแพทย์เพื่อตรวจร่างกายทั่วไป

การรับค่าปรึกษาทางการแพทย์ การทำศัลยกรรม ทันตกรรม และอื่น ๆ ธุรกิจดังกล่าวเป็นธุรกิจที่สร้างมูลค่าสูงสำหรับประเทศไทยเนื่องจากสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศอย่างครบวงจร ประกอบด้วยบริการด้านการโรงแรม สายการบิน ร้านอาหาร สถานพยาบาล รถเช่า พนักงานบริการ และอื่น ๆ ทั้งนี้ ข้อมูลของสถาบันพัฒนาสุขภาพอาเซียน แสดงให้เห็นว่า ในปี 2560 - 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนประเทศไทยในรูปแบบ Medical Tourism สูงถึง 3.6 ล้านคน ทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 41,000 ล้านบาท เกิดการจ้างงานกว่า 9,195 คน

ในส่วนของโรงพยาบาลเอกชน พบว่ามีรายได้จากค่ารักษาพยาบาลไม่ต่ำกว่าปีละ 39,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24 ของรายได้โรงพยาบาลเอกชนทั้งหมด ในขณะที่ Wellness Tourism สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าประเทศได้สูงถึง 12.5 ล้านคนทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 409,200 ล้านบาท และเกิดการจ้างงานกว่า 530,000 คน (ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย ดีพีเอ็มพีลิ่งโน นสพ.ฐานเศรษฐกิจ เมื่อ 30 ต.ค. 2564)

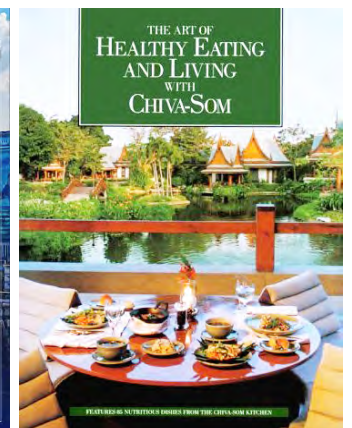
### ข้อคิดเห็นเสนอแนะ

การจะขยายธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทยเพื่อดึงกำลังซื้อของคนฮ่องกงไปยังประเทศไทยควรดำเนินการในลักษณะความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน โดยมี

การวางแผนศึกษาอย่างรัดกุมในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เนื่องจากการเปิดตลาดฮ่องกงหากสามารถทำได้จะเป็นประตูสู่ตลาดจีนซึ่งมีปริมาณและมูลค่ามหาศาล สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมากมายและยั่งยืน

1. กลุ่มเป้าหมาย ของประเทศไทยควรจะเป็นผู้มีรายได้ระดับปานกลางในฮ่องกงที่มีรายได้ต่อครัวเรือนอยู่ที่ 55,000 ดอลลาร์/เดือน (ขนาดของครัวเรือนอยู่ที่ 2 คน) เนื่องจาก

ในปี 2560 - 2562 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในรูปแบบ Medical Tourism สูงถึง 3.6 ล้านคน

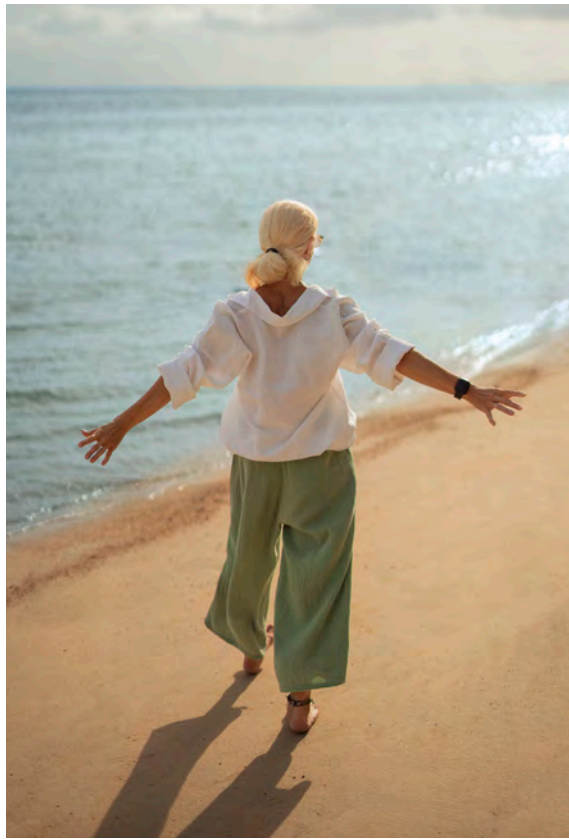


ตามข้อมูลของ  
South China Morning Post  
ในปี 2565 ฮองกง  
มีปริมาณเศรษฐกิจ  
เป็นอันดับที่ 7 ของโลก

ตลาดของผู้มีรายได้ระดับบนแม้จะมีอยู่มากในเมืองนี้ แต่กลุ่มนี้มักจะไม่เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมาย (ตามข้อมูลของ South China Morning Post ในปี 2565 ฮองกงมีปริมาณเศรษฐกิจเป็นอันดับที่ 7 ของโลก โดยให้นิยามว่าเศรษฐกิจคือ ผู้ที่มีทรัพย์สินเพื่อการลงทุน มากกว่า 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ดังนั้น ตลาดผู้มีรายได้ระดับปานกลางซึ่งมีปริมาณมากกว่า และไทยมีโอกาสเข้าถึงได้ง่ายกว่า จึงน่าจะเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด

**2. กลุ่มอายุ** ของคนฮองกงที่มีความเป็นไปได้ในการเลือกใช้บริการสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย คือ 40-65 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มอายุที่กำลังซื้อพอสมควรและยังสามารถเดินทางไปกลับระหว่างประเทศไทยและฮองกงโดยสะดวก อีกทั้งคนเหล่านี้พร้อมที่จะยอมรับทางเลือกสำหรับการเกษียณอายุรูปแบบใหม่ๆ ที่คุ้มค่าและสะดวกสบายในอนาคต

**3. ระยะเวลาและค่าใช้จ่าย**



คนฮองกงมีพฤติกรรมการไปเที่ยวประเทศไทยในระยะสั้นไม่เกิน 1 สัปดาห์เนื่องจากฮองกงเป็น dynamic city ที่คนทำงานรวดเร็วชอบความเปลี่ยนแปลง ชอบสิ่งทันสมัยและการเดินทางไปยังที่ต่าง ๆ ดังนั้น สังคมลักษณะนี้ทำให้คนฮองกงไม่ชอบอยู่กับที่แม้จะอายุมากขึ้นก็ตาม การเดินทางไปเพื่อที่จะอยู่ในไทยเป็นเวลานาน ๆ จึงยังไม่ใช่เป้าหมายของคนที่นี่สำหรับค่าใช้จ่ายราคาแพ็คเกจเริ่มต้นไม่เกิน 7,000 ฮองกงดอลลาร์/คน

(รวมตั๋วเครื่องบินค่าตรวจสุขภาพเบื้องต้น ค่าโรงแรม 7 วัน 3 คืน) น่าจะดึงดูดให้คนฮองกงตัดสินใจได้ไม่ยาก

**การสนับสนุนสินค้าไทย  
ที่มีศักยภาพในการทำตลาด  
ผู้สูงอายุในฮองกงควรมุ่ง  
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ**

1. อุปกรณ์ทางการแพทย์และอุปกรณ์ดูแลผู้สูงอายุ ได้แก่ รถเข็น พ้นปลอม เครื่องช่วยฟัง ข้อต่อเทียม และอื่น ๆ เนื่องจากไทยสามารถผลิตและส่งออกไปยังตลาดโลกได้แล้ว โดยมีการขยายตัวของยอดสั่งซื้อถึงร้อยละ 34.4 ในปี 2564 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้านี้ โดยตลาดคู่ค้าสำคัญของไทยคือ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เยอรมนี ฝรั่งเศส และออสเตรเลีย

2. สินค้าสุขภาพและสุขภาพดี ได้แก่ แก้วน้ำสุขภาพ ภาชนะรองรับการขับถ่ายและอื่นๆ โดยในปีพ.ศ.2564 ไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไปยัง สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และแคนาดา ได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 65.9 เมื่อเทียบกับปีก่อนสินค้านวัตกรรมใหม่ที่ไทยเริ่มมีการส่งออกแล้ว คือ หองน้ำพกพา ที่ใช้นวัตกรรม Liquid drop

3. อาหารเสริม โดยสินค้าในกลุ่มนี้ประเทศไทยได้มีอัตราการส่งออกไปยังตลาดโลกมูลค่า 300,00 ดอลลาร์สหรัฐ แม้มูลค่ารวมจะดูไม่มาก แต่นับเป็นสัดส่วนจะพบว่าเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 65.6 ในปี 2564 เมื่อเทียบกับปีก่อน แสดงว่าเป็นกลุ่มสินค้าไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกในอนาคต โดยตลาดคู่ค้าสำคัญในขณะนี้ คือ ออสเตรเลีย บรูไนดารุสซาลาม บาห์เรน แอลจีเรีย และบังกลาเทศ





**โอกาสมาถึงแล้ว  
กว้างซีชู  
Digital  
Construction  
ปีกรงอาเซียน  
แจกจัดหนัก**

ทุกวันนี้ โลกของเรากำลังก้าวเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในแวดวงธุรกิจที่หลายคนคงอาจเคยได้ยินคำว่า “Digital Transformation” โดยจีนแผ่นดินใหญ่เป็นกรณีศึกษาที่สำคัญของประเทศที่มีความก้าวหน้าในการส่งเสริมและนำเทคโนโลยีเข้าไปเป็นปัจจัยหลักเพื่อขับเคลื่อนความก้าวหน้าและสร้างความแข็งแกร่งให้กับประเทศผ่านกระบวนการ Digitization และ Digitalization รวมทั้งหลุดพ้นจากกับดัก Digital Disruption และสงครามเทคโนโลยีความตื่นตัวที่มีต่อกระแส Digital Transformation ในจีน ทำให้รัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่นทยอยคลอดนโยบายการสนับสนุนความเป็นดิจิทัล

ของมณฑล รวมถึงเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงในบริบทของความใกล้ชิดกับอาเซียนและบทบาทการเป็น Gateway to ASEAN ของจีน เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงได้ตีโจทย์การพัฒนาสู่ความเป็นดิจิทัลผ่านยุทธศาสตร์ “เส้นทางสายไหมดิจิทัล” หรือ Digital Silk Road (DSR) ที่มุ่งสู่อาเซียน เป็นหนึ่งในปฏิบัติการ “Mission Possible” ที่รัฐบาลกลางให้กับเขตฯ กว่างซีจ้วง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายข้างต้น รัฐบาลกว่างซีได้ประกาศนโยบาย Digital Guangxi เพื่อเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนและยกระดับเศรษฐกิจและสังคมเชิงคุณภาพของกว่างซี มุ่งสร้างระบบนิเวศเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Ecosystem)

รัฐบาลกว่างซีได้ประกาศจุดยืนที่ชัดเจนว่าจะให้การสนับสนุนการจัดตั้งพื้นที่เขตนำร่องเศรษฐกิจดิจิทัล และการพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อการสร้างสรรคดีด้านดิจิทัล

ที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และส่งเสริมการพัฒนาความร่วมมือด้านเศรษฐกิจดิจิทัลกับอาเซียน

ก่อนหน้านี้ รัฐบาลกว่างซีได้ประกาศจุดยืนที่ชัดเจนว่าจะให้การสนับสนุนการจัดตั้งพื้นที่เขตนำร่องเศรษฐกิจดิจิทัลและการพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อการสร้างสรรค์ด้านดิจิทัล รวมถึงสนับสนุนการพัฒนาการเงินดิจิทัลและการค้าบริการด้านเศรษฐกิจดิจิทัลด้วย

นอกจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศจีน-อาเซียน หรือ China-ASEAN Information Harbor – CAIH ซึ่งเป็นโปรเจกต์นำร่องสำคัญ (Key project) ที่ได้รับนโยบายจากรัฐบาลกลางให้เป็นแพลตฟอร์มความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนด้านเทคโนโลยีดิจิทัลระหว่างจีนกับอาเซียนแล้ว รัฐบาลกว่างซีกำลังเร่งพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมเพื่อรองรับอีกหลายโครงการ เช่น ศูนย์การค้าดิจิทัลจีน-อาเซียน (China-



ASEAN Digital Trade Center/中国-东盟数字贸易中心) ศูนย์วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศจีน-อาเซียน (China-ASEAN Information Harbor Research & Development Center/中国—东盟信息港小镇(研发中心) และนิคมอุตสาหกรรมเศรษฐกิจดิจิทัลจีน-อาเซียนด้วย

ล่าสุด รัฐบาลกว่างซีโดยสำนักพัฒนาข้อมูลขนาดใหญ่เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง (Guangxi Big Data Development Bureau/广西壮族自治区大数据发展局) ได้ประกาศ “ข้อคิดเห็นว่าด้วยมาตรการสนับสนุนการก่อสร้างดิจิทัลที่มุ่งสู่อาเซียน” (Digital Construction) เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลของมณฑลกับประเทศสมาชิกอาเซียน ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 20 เมษายน 2565 (วันประกาศ) ไปจนถึงสิ้นปี 2569 โดยมีสิทธิและประโยชน์ที่น่าสนใจดังนี้

1. โครงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ อาทิ อินเทอร์เน็ตทุกสรรพสิ่ง (Internet of things: IoT) ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) คลาวด์คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยี 5G ปัญญาประดิษฐ์ (AI) แพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Twin) บล็อกเชน (Blockchain) ที่ได้รับการรับรองให้เป็นต้นแบบโครงการความร่วมมือด้านดิจิทัลระดับมณฑลที่มุ่งสู่อาเซียน จะได้รับเงิน



สนับสนุนปีละ 200,000 - 500,000 หยวน โดยในแต่ละปีจะมีผู้ได้รับคัดเลือกไม่เกิน 30 ราย

2. บริษัทหรือองค์กรที่ลงทุนก่อสร้างและดำเนินธุรกิจในเขตนิคมเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital economy) ที่เปิดดำเนินธุรกิจกับอาเซียน โดยกิจการ (entity) เป็นอุตสาหกรรมเศรษฐกิจดิจิทัล

• ในกรณีที่มีธุรกิจที่เข้าจัดตั้งกิจการและมีการดำเนินธุรกิจจริงในเขตนิคมเศรษฐกิจดิจิทัล เกิน 30 ราย แต่ละปีได้รับคัดเลือกไม่เกิน 8 ราย แต่ละรายจะได้รับเงินสนับสนุน 500,000 หยวน

ความตื่นตัวที่มีต่อกระแส Digital Transformation ในจีน ทำให้รัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่นทยอยคลอดนโยบายการสนับสนุนความเป็นดิจิทัลของมณฑล

• ในกรณีที่มีรายได้ผลประกอบการรายปีทะลุ 100 ล้านหยวนเป็นครั้งแรก จะได้รับเงินสนับสนุน 500,000 หยวน

• ในกรณีที่มีรายได้ผลประกอบการรายปีทะลุ 500 ล้านหยวนเป็นครั้งแรก จะได้รับเงินสนับสนุน 800,000 หยวน

• ในกรณีที่มีรายได้ผลประกอบการรายปีเกินกว่า 1,000 ล้านหยวนเป็นครั้งแรก จะได้รับเงินสนับสนุน 1,000,000 หยวน โดยจะจ่ายชำระในงวดเดียว

4. แพลตฟอร์มสาธารณะ ห้องปฏิบัติการ ศูนย์นวัตกรรม องค์กรด้านการวิจัยและพัฒนา ที่สนับสนุนงานบริการเชิงเทคนิค ในสายธุรกิจ Digital economy ที่มุ่งสู่อาเซียน และได้รับการรับรองให้เป็นแพลตฟอร์มบริการเชิงสาธิตระดับมณฑล ได้รับคัดเลือกไม่เกิน 10 ราย แต่ละรายจะได้รับเงินสนับสนุนปีละ 200,000 - 500,000 หยวน

• ในกรณีที่มีธุรกิจที่เข้าจัดตั้งกิจการและมีการดำเนินธุรกิจจริงในเขตนิคมเศรษฐกิจดิจิทัล เกิน 50 ราย แต่ละปีได้รับคัดเลือกไม่เกิน 5 ราย แต่ละรายจะได้รับเงินสนับสนุน 800,000 หยวน

• ในกรณีที่มีธุรกิจที่เข้าจัดตั้งกิจการและมีการดำเนินธุรกิจจริงในเขตนิคมเศรษฐกิจดิจิทัล เกิน 100 ราย แต่ละปีได้รับคัดเลือกไม่เกิน 3 ราย แต่ละรายจะได้รับเงินสนับสนุน 1,000,000 หยวน

3. ธุรกิจประเภท Digital economy ที่ดำเนินงานบริการที่มุ่งสู่อาเซียน

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา บริษัทที่มีนวัตกรรมขั้นสูงในประเทศจีนเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก อาทิ Alibaba, Tencent, Huawei, Baidu, Xiaomi, BYD รวมถึงสตาร์ทอัพพล่มมิ่ง (มีมูลค่า 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และยังไม่ได้เข้าตลาดหลักทรัพย์) และสตาร์ทอัพนิคอร์น (มีมูลค่า 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเข้าตลาดหลักทรัพย์แล้ว) ขึ้นนำอีกไม่น้อย บริษัทเหล่านี้กำลังสร้างอุตสาหกรรมดิจิทัลที่หลากหลาย ทั้งการประยุกต์เทคโนโลยีของโลกตะวันตกไปสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพเหมาะสม ราคาประหยัด และเข้ากับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของจีน ทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์ในวงกว้าง

โดยเฉพาะในรายของสตาร์ทอัพพล่มมิ่ง สตาร์ทอัพนิคอร์น และบริษัทเทคโนโลยีอื่น ๆ ในประเทศจีน มีการลงทุน/ระดมทุนเป็นจำนวนมาก ผ่าน Venture Capital จากนักลงทุนรายใหญ่เพื่อสร้างระบบนิเวศเศรษฐกิจดิจิทัลให้สามารถเติบโตได้แบบทวีคูณ สตาร์ทอัพด้านดิจิทัลในจีนนอกจากจะได้รับการสนับสนุนด้านเงินลงทุนจากบริษัทขนาดใหญ่แล้ว ยังได้รับแรงหนุนจากความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับบริษัทผู้ผลิตฮาร์ดแวร์ ที่ให้การสนับสนุนในการนำไอเดียของสตาร์ทอัพไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์



*การขับเคลื่อนนโยบาย Digital Guangxi กับการส่งเสริมการ 'ก้าวออกไป' ของธุรกิจด้านดิจิทัลของกวางซี เพื่อไปแสวงหาความร่วมมือกับอาเซียน เป็นโอกาสของสตาร์ทอัพไทยที่จะร่วมพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลระหว่างสองฝ่าย*

ปีโอซีเห็นว่าการขับเคลื่อนนโยบาย Digital Guangxi กับการส่งเสริมการ 'ก้าวออกไป' ของธุรกิจด้านดิจิทัลของกวางซีเพื่อไปแสวงหาความร่วมมือกับอาเซียนเป็นโอกาสของสตาร์ทอัพไทยที่จะร่วมพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลระหว่างสองฝ่าย ซึ่งจะแรงขับเคลื่อนให้ประเทศไทยเร่งฝีเท้าสู่เป้าหมายนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ตลอดจนจรรยาบรรณการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทยจากการปรับใช้เทคโนโลยีสำคัญ

(core technology) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต คุณภาพสินค้า และการสร้างสรรค์นวัตกรรมในภาคอุตสาหกรรมหลัก ลดปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านเทคโนโลยี ส่งเสริมความหลากหลายทางเทคโนโลยีแก่ภาคธุรกิจสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ภาคธุรกิจในยุคหลังโควิด-19 และสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ ในภาคธุรกิจที่สำคัญ (key sector) ทั้งภาคการผลิตและบริการ



ทำความรู้จัก  
“แอปเปิลเหียนไถ”  
แอปเปิล  
ชื่อดังเมืองจีน  
ตำนานแอปเปิล  
ลูกแรกของจีน





หากพูดถึง “แอปเปิล” คงปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นผลไม้ที่ทานผู้อ่านหลายๆท่านชอบรับประทาน เพราะนอกจากมีรสชาติที่หวานอร่อยแล้ว แอปเปิลยังเป็นผลไม้ที่มีประโยชน์มากมาย อาทิ ช่วยป้องกันโรคมะเร็ง ควบคุมความดันโลหิตสูง ลดน้ำหนัก เป็นต้น หากนึกถึงแหล่งปลูกแอปเปิลที่มีชื่อเสียง แอปเปิลนิวซีแลนด์ แอปเปิลญี่ปุ่น น่าจะเป็นที่คุ้นหูคนไทย แต่หลายท่านอาจจะยังไม่ทราบว่าแท้จริงแล้วแอปเปิลเยนไถก็เป็นแอปเปิลจากอีกแหล่งหนึ่งที่มีรสชาติดี มีชื่อเสียง และมีการส่งออกไปทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยด้วย วันนี้ BIC ชิงตัวจะพาท่านผู้อ่านทุกท่าน

มาทำความรู้จัก “แอปเปิลเยนไถ” แอปเปิลพันธุ์เก่าแก่ชื่อดังของจีน

### ทำความรู้จักแอปเปิลเยนไถ

“แอปเปิลเยนไถ” เป็นแอปเปิลที่ปลูกในพื้นที่เมืองเยนไถมณฑลซานตงภาคเหนือของประเทศไทยจีน เมืองเยนไถเป็นพื้นที่ปลูกแอปเปิลที่เก่าแก่ที่สุดของจีนด้วยประวัติศาสตร์ที่ยาวนานกว่า 150 ปี นับตั้งแต่ครั้งแรกที่มีการนำแอปเปิลจากตะวันตกเข้ามายังประเทศจีน ณ เมืองเยนไถในปี 2414 ทำให้เมืองเยนไถเป็นที่รู้จักกันในฐานะของ “แหล่งกำเนิดของแอปเปิล

แอปเปิลเยนไถ เป็นแอปเปิลที่เก่าแก่ที่สุดของจีน โดยมีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 150 ปี และเป็นที่ยอมรับกันในฐานะของ แหล่งกำเนิดแอปเปิลจีนสมัยใหม่

จีนสมัยใหม่” ทั้งนี้ เมืองเยนไถมีสภาพอากาศและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมอย่างยิ่งในการปลูกแอปเปิล จนได้รับการยกย่องจากกระทรวงเกษตรและกิจการชนบทแห่งประเทศจีนว่า เป็นพื้นที่ปลูกแอปเปิลที่โดดเด่นแห่งหนึ่งของจีน ด้วยลักษณะของแอปเปิลเยนไถ

ที่ชาวจีนต่างทราบดีว่า “รูปร่างของผลสวยงาม สีสด เนื้อหวาน กรอบ และกลิ่นหอม” ทำให้แอปเปิลเยนไถมีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ และกลายเป็น “แบรนด์มาตรฐาน”<sup>1</sup> ของเมืองเยนไถ

สำหรับเมืองเยนไถ อุตสาหกรรมแอปเปิลมีความสำคัญเป็นพิเศษ โดยเมืองเยนไถมีพื้นที่เพาะปลูกแอปเปิลรวมประมาณ 1,870 ตารางกิโลเมตร คิดเป็น 72% ของพื้นที่เพาะปลูกแอปเปิลทั้งหมดของ

<sup>1</sup> แบรนด์มาตรฐาน คือ ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่องค์กรที่เกี่ยวข้องเป็นเจ้าของและใช้ร่วมกัน โดยผู้ผลิตและผู้ประกอบการทางการเกษตรหลายรายในพื้นที่

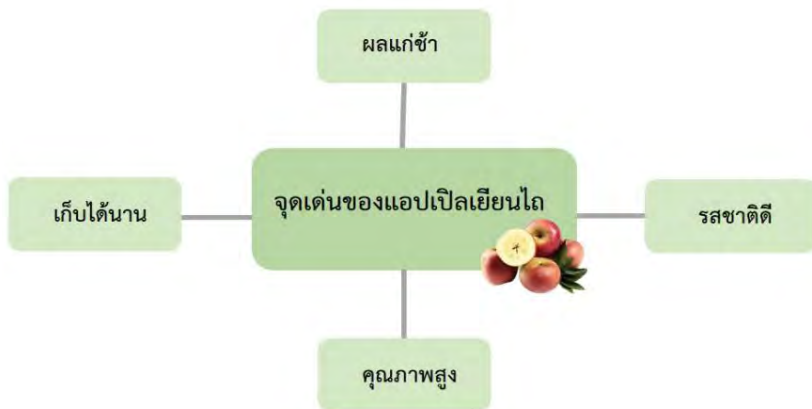


มณฑลซานตง โดยมีพื้นที่หลักในการปลูกแอปเปิลอยู่ที่เขตซีเสียนจนได้รับการขนานนามว่าเป็น “เมืองแห่งแอปเปิลจีน” และ “เมืองอันดับ 1 ของแอปเปิลจีน” นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการปลูกแอปเปิลยังเป็นแหล่งรายได้สำคัญของชุมชน โดยมีประชากร 7.1 ล้านคน ประมาณ 8.1 แสนครัวเรือน และ 1.725 ล้านคน มีส่วนร่วมในการเพาะปลูกและแปรรูปแอปเปิล เรียกว่า เมืองเยียนไถเป็นตลาดแอปเปิลที่แท้จริงเมืองเยียนไถมีพื้นที่สวนผลไม้มาตรฐานที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ ในปี 2564 แอปเปิลเยียนไถมีมูลค่าแบรนด์มากถึง 15,034 ล้านหยวน นับเป็นมูลค่าที่สูงสุดเป็นประวัติการณ์ แอปเปิลเยียนไถได้รับรางวัลแบรนด์อันดับหนึ่ง



อุตสาหกรรมผลไม้จีนเป็นปีที่ 13 ติดต่อกัน นอกจากนี้ ยังได้รับการประกาศให้เป็นเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงของจีน และได้รับเครื่องหมายรับรองสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (National Geographical Indication Certification) อีกด้วย

### จุดเด่นของแอปเปิลเยียนไถ



### เพราะเหตุใดแอปเปิลเยียนไถจึงมีรสชาติดี

แอปเปิลเยียนไถมีคุณลักษณะที่พิเศษไปกว่าแอปเปิลจากพื้นที่อื่น ๆ คือ คุณภาพและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ แอปเปิลเยียนไถมีขนาดใหญ่รูปทรงตรง มีสีสดใสและมีลักษณะเรียบ และผิวละเอียด มีรสหวานอมเปรี้ยว กรอบ มีกลิ่นหอมเหมือนน้ำผึ้ง มีเนื้อแน่น มีเส้นใยน้อยกว่าและเนื้อละเอียด โดยมีปริมาณน้ำผลไม้มากกว่า 89% ปริมาณน้ำตาลรวมมากกว่า 14.4% และอุดมไปด้วยธาตุเหล็ก สังกะสี แมงกานีส แคลเซียม และแร่ธาตุที่เป็นประโยชน์อื่น ๆ เช่น กรดอะมิโน

ด้วยพื้นที่ในการปลูก มีภูมิอากาศเป็นแบบมรสุมทวีปที่อบอุ่น โดยมีเนินเขาต่อเนื่องลำธารแนวตั้งและแนวอน อากาศชื้น แสงแดดเพียงพอ

มีความแตกต่างของอุณหภูมิระหว่างกลางวันและกลางคืน ซึ่งเอื้อต่อการสะสมน้ำตาลอย่างมีประสิทธิภาพ ลักษณะของดินเป็นดินร่วนปนทรายที่เป็นกลาง อุดมด้วยฟอสฟอรัส โพแทสเซียม แคลเซียม แมกนีเซียม และธาตุอื่น ๆ มีสภาพธรรมชาติที่หลากหลายสำหรับการเพาะปลูกแอปเปิลและเอื้อต่อการเจริญเติบโตของแอปเปิลได้เป็นอย่างดี

ณ เมืองเยียนไถ ฐานอุตสาหกรรมแอปเปิลทั้งหมดใช้การควบคุมทางชีวภาพ การควบคุมทางการเกษตร และสารกำจัดศัตรูพืชที่ปลอดภัย รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีการบรรจุแอปเปิลชั้นสูงระดับสากลมาใช้ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายของภาครัฐของจีนที่มุ่งมั่นที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมคุณภาพสูงโดยไม่ใช้สารกำจัดศัตรูพืชตกค้างซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานอาหารสีเขียวแห่งชาติ

*ความแตกต่างของอุณหภูมิระหว่างกลางวันและกลางคืน ซึ่งเอื้อต่อการสะสมน้ำตาล สภาพธรรมชาติที่หลากหลาย ทำให้การเพาะปลูกเอื้อต่อการเจริญเติบโตของแอปเปิลเยียนไถได้เป็นอย่างดี*



## จากแบรนด์ท้องถิ่น สู่แบรนด์อันดับหนึ่ง ของอุตสาหกรรมผลไม้จีน

เพราะเหตุใดแอปเปิลเยียนไถจึงสามารถพัฒนาจากแบรนด์ท้องถิ่นไปสู่แบรนด์อันดับหนึ่งของอุตสาหกรรมผลไม้จีน นอกจากในเรื่องของการรักษาคุณภาพที่ยอดเยี่ยมแล้วยังมีปัจจัยที่ทำให้แอปเปิลเยียนไถสามารถยกระดับไปสู่แบรนด์อันดับหนึ่งได้ คือ

1. การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ แอปเปิลเยียนไถได้นำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้ในการพัฒนา โดยมีเทคโนโลยีที่โดดเด่น ดังนี้

- การใช้ระบบเกษตรอัจฉริยะในการจัดการข้อมูลสวนผลไม้ผ่านแพลตฟอร์มคลาวด์ ซึ่งสามารถตรวจสอบการเติบโตของแอปเปิลในระยะต่างๆ ผ่านทางระบบออนไลน์ นอกจากนี้ระบบยังสามารถเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มคลาวด์ Big data และเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญสามารถให้คำแนะนำช่วยเหลือในประเด็นที่เกี่ยวข้องผ่านการตรวจสอบแบบเรียลไทม์

.....

*แอปเปิลเยียนไถ  
ได้นำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่  
มาใช้ในการพัฒนา จนสามารถ  
ยกระดับเป็นแบรนด์อันดับหนึ่ง*

.....

- การพัฒนาคิดค้นแอปเปิลหลากสายพันธุ์และการสร้างสวนสาธิตการเพาะปลูกแอปเปิลหลากหลายสายพันธุ์ โดยปัจจุบันมีแอปเปิลกว่า 60 สายพันธุ์

- การนำแนวคิดเทคโนโลยีสีเขียวมาประยุกต์ใช้ อีกทั้งเมืองเยียนไถยังเป็นผู้นำการใช้เทคโนโลยีสีเขียวในอุตสาหกรรมแอปเปิลอีกด้วย อาทิ นวัตกรรมการบรรจุแอปเปิลไร้ถุง ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมดังกล่าวได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อของนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่โดดเด่นของจีน

- มีการจัดตั้งสถานีวิจัยและพัฒนาแอปเปิลกว่า 10 แห่ง อาทิ ศูนย์ตรวจสอบผลไม้และต้นกล้าของกระทรวงเกษตรและกิจการชนบทฯ

2. แอปเปิลเยียนไถมียุทธศาสตร์การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ ผ่านการส่งเสริมภาพจำจากเอกลักษณ์ของแอปเปิลเยียนไถที่มีลักษณะ “รูปร่างของผลสวยงาม สีสด เนื้อหวาน กรอบ และกลิ่นหอม”

3. การวางแผนการตลาดในรูปแบบการขายสินค้าออนไลน์ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึง

4. การส่งเสริมศักยภาพของอุตสาหกรรมแปรรูปแอปเปิล ช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า อาทิ น้ำแอปเปิล น้ำส้มสายชูแอปเปิล

แอปเปิลแผ่นทอดกรอบ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากแอปเปิล เป็นต้น

5. นอกจากนี้ แอปเปิลเยียนไถได้รับการสนับสนุนในการพัฒนาจากหน่วยงานรัฐบาล มีการวางกรอบเป้าหมายที่ชัดเจนในการพัฒนา อีกทั้งยังมีการจัดสรรเงินในการพัฒนาอุตสาหกรรมแอปเปิลอีกด้วย

กว่าจะมาเป็น “แอปเปิลเยียนไถ” ที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพดีในทุกวันนี้ นอกเหนือจากปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ที่มีความเหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของแอปเปิลแล้วนั้น ยังมีปัจจัยในด้านของการใช้เทคโนโลยีทางการเกษตรได้อย่างเหมาะสม ทำให้สามารถบริหารจัดการสวนแอปเปิลได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนกลายเป็นแอปเปิลชื่อดังที่มีคุณภาพของเมืองจีนที่โด่งดังไปทั่วทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่อุตสาหกรรมแอปเปิล



เยียนไถประสบความสำเร็จมาถึงจุดนี้นั้น เนื่องจากภาครัฐของจีนได้ให้ความสำคัญในการพัฒนา โดยภาครัฐได้วางรากฐานการพัฒนาอุตสาหกรรมไว้อย่างเป็นระบบ โดยไม่เพียงแต่มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาอุตสาหกรรมแอปเปิล แต่ยังมีมุมมองไปที่การพัฒนาพื้นที่ชนบท บูรณาการในเชิงท่องเที่ยวซึ่งนอกจากจะได้พัฒนาในส่วนของอุตสาหกรรมแอปเปิลแล้ว ยังเป็นการสร้างรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นอีกด้วย

BIC ชิงต้าว เห็นว่า ภาคการเกษตรของไทยสามารถศึกษาต้นแบบการนำเทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมแอปเปิลเยียนไถมาบูรณาการใช้กับผลไม้ไทย เพื่อส่งเสริมศักยภาพในการส่งออก อาทิ ทุเรียน มังคุด ลำไย เป็นต้น

รวมไปถึงระบบการจัดการของอุตสาหกรรมเพื่อผลักดันให้ผลไม้ไทย

มีคุณภาพที่ดีขึ้นและเป็นที่รู้จักไปทั่วโลกมากขึ้น อีกทั้ง ในอนาคตภาคการเกษตรไทยอาจแสวงหาช่องทางร่วมกับผู้ประกอบการจีนในการนำเข้าและส่งออกสินค้าเกษตร แลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน โดยอาจพัฒนาไปถึงการสำรวจเส้นทางนำเข้าผลไม้ใหม่ ๆ เช่น ใช้รูปแบบการขนส่งทางเรือทางภาคเหนือโดยตรง อนึ่ง ณ ปัจจุบันเมืองชิงต้าวมีท่าเรือและโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมในการขนส่งแบบหลายรูปแบบ สถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองชิงต้าว มีแนวคิดชิงต้าวมีศักยภาพในการเป็น “ประตูขนส่งสินค้าเกษตรของไทยสู่ภาคเหนือของจีน” เพื่อผลักดันการส่งออกสินค้าเกษตรไทยด้วยอีกทางหนึ่งได้เป็นอย่างดี

## เพ่งดูการเปลี่ยนแปลง



- ไฟฟ้าพลังงานลมใน YRD นำจับตา...ตอบโจทย์การพัฒนาพลังงานทดแทนของไทย
- การเป็นรัฐบาลดิจิทัลของจีน
- การพัฒนาอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันในเมืองเซี่ยเหมินและโอกาสการลงทุนในไทย
- พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน ณ มณฑลกว่างตู่กับโอกาสและความท้าทายของไทย
- ศึกษาศักยภาพเศรษฐกิจนครเฉิงตู เมืองที่คว้าอันดับ 1 ในการจัดอันดับ “เมืองที่ดึงดูดการลงทุนมากที่สุดของจีน” ต่อเนื่อง 10 สมัย
- ล่อง “ฉางอันห้าหัว” ปี 2023 ฟันเฟืองสำคัญ ขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศของนครซีอาน





**ไฟฟ้าพลังงานลม  
ใน YRD นำจับตา...  
ตอบโจทย์  
การพัฒนาพลังงาน  
ทดแทนของไทย**



“พลังงานลม” เป็นพลังงานสะอาดชนิดหนึ่งที่แต่ละประเทศพยายามพัฒนานำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด จีนเป็นประเทศหนึ่งที่มีความสำคัญกับการพัฒนาการผลิตไฟฟ้าพลังงานลมอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากที่ประกาศเป้าหมาย “คาร์บอนคู่ (Dual Carbon)” เมื่อกันยายน 2563

ปัจจุบัน จีนเป็นประเทศที่ผลิตไฟฟ้าพลังงานลมได้ในปริมาณมากเป็นอันดับที่ 1 ของโลก (ซึ่งคิดเป็นประมาณ 1 ใน 3 ของปริมาณการผลิตไฟฟ้าพลังงานลมจากทั่วโลก) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตไฟฟ้าพลังงานลมนอกชายฝั่ง โดยปี 2565 จีนได้เพิ่มกำลังการผลิตไฟฟ้าโดยกังหันลมนอกชายฝั่ง 5.157 กิกะวัตต์ ทั้งนี้ เขตเศรษฐกิจสามเหลี่ยมปากแม่น้ำแยงซี (Yangtze River Delta: YRD) ซึ่งประกอบด้วยนครเซี่ยงไฮ้ มณฑลเจียงซู มณฑลเจ้อเจียง

และมณฑลอานฮุย ถือเป็นพื้นที่ที่ผลิตไฟฟ้าพลังงานลมนอกชายฝั่งได้มากที่สุดในจีนเมื่อเทียบกับพื้นที่อื่น ๆ อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของธุรกิจผลิตกังหันลมที่มีชื่อเสียง ศูนย์ BIC จึงขอนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพและความก้าวหน้าของไฟฟ้าพลังงานลมในเขต YRD ซึ่งสามารถต่อยอดการพัฒนาอุตสาหกรรมไฟฟ้าพลังงานลมของไทยได้

## YRD จริงจัง.. ตั้งเป้าหมายพลังงานลมชัดเจน

ภายหลังจากที่จีนประกาศเป้าหมาย Dual Carbon โดยจะหันมาใช้พลังงานที่ไม่ใช่ฟอสซิล และลดการปล่อยคาร์บอนอย่างจริงจัง จีนได้ประกาศแผนงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตไฟฟ้าพลังงานลมหลายฉบับ อาทิ “แผนพัฒนาพลังงานหมุนเวียน ระยะ 5 ปี (ปี 2564 - 2568)” และ “แผนงานระบบพลังงานใหม่

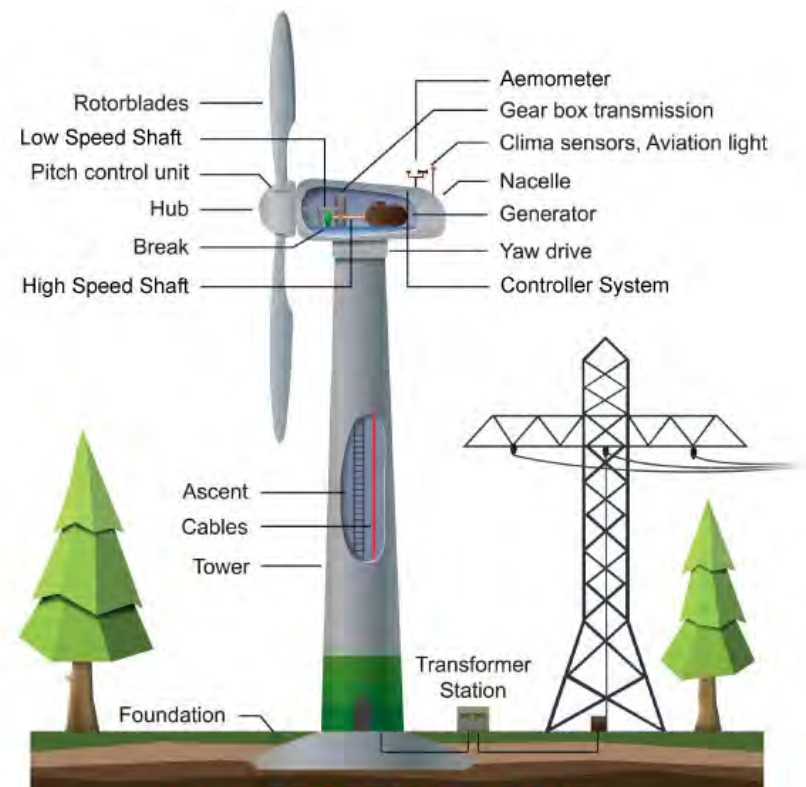
*จีนเป็นประเทศที่ผลิตไฟฟ้าพลังงานลมได้ในปริมาณมากเป็นอันดับที่ 1 ของโลก (ซึ่งคิดเป็นประมาณ 1 ใน 3 ของปริมาณการผลิตไฟฟ้าพลังงานลมจากทั่วโลก)*

ระยะ 5 ปี (ปี 2564 - 2568)” เป็นต้น โดยเขต YRD ได้มีการประกาศแผนงานที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับแผนงานระดับชาติ ดังนี้

### เซี่ยงไฮ้

เมื่อ 11 สิงหาคม 2565 รัฐบาลเซี่ยงไฮ้ประกาศ “แผนดำเนินงาน Carbon Peak ด้านพลังงานไฟฟ้า นครเซี่ยงไฮ้” ซึ่งระบุว่า เร่งบุกเบิกการพัฒนาไฟฟ้า

พลังงานลมบนและนอกชายฝั่ง และจัดทำแผนพัฒนาไฟฟ้าพลังงานลม นอกชายฝั่งชุดใหม่ เพื่อยกระดับมาตรฐานการใช้ประโยชน์ไฟฟ้าพลังงานลมนอกชายฝั่งเป็นการเฉพาะ ทั้งนี้ เซี่ยงไฮ้ได้ตั้งเป้าหมายว่า ภายในปี 2568 และปี 2573 จะมีกำลังผลิตไฟฟ้าพลังงานลมไม่ต่ำกว่า 2.62 กิกะวัตต์ และ 5 กิกะวัตต์ ตามลำดับ



www.gpscgroup.com

## เจียงซู

เมื่อกรกฎาคม 2565 มณฑลเจียงซูได้ประกาศ “แผนงานพิเศษสำหรับการพัฒนาพลังงานหมุนเวียนมณฑลเจียงซู ระยะ 5 ปี (ปี 2564 - 2568)” โดยตั้งเป้าหมายว่าในช่วง 5 ปีดังกล่าวเจียงซูจะเพิ่มกำลังการผลิตไฟฟ้าโดยกังหันลมอีก 12.53 กิกะวัตต์ และภายในปี 2568 เจียงซูจะมีกำลังการผลิตไฟฟ้าโดยกังหันลมไม่ต่ำกว่า 28 กิกะวัตต์

## เจ้อเจียง

เมื่อ 30 มิถุนายน 2564 คณะกรรมการพัฒนาและปฏิรูปมณฑลเจ้อเจียงได้ประกาศ “แผนพัฒนาพลังงานหมุนเวียนมณฑลเจ้อเจียง ระยะ 5 ปี (ปี 2564 - 2568)” โดยตั้งเป้าหมายว่าภายในปี 2568 เจ้อเจียงจะเพิ่มกำลังการผลิตไฟฟ้าโดยกังหันลมอีก 10.41 กิกะวัตต์ และจะสร้างทุ่งกังหันลมที่มีกำลังการผลิตติดตั้งระดับ 1 กิกะวัตต์ขึ้นไปไม่ต่ำกว่า 3 แห่งในพื้นที่ทะเลของเมืองหนิงโป เมืองโจวซาน เมืองไทโจว และเมืองเวินโจว

## อานฮุย

เมื่อ 1 สิงหาคม 2565 มณฑลอานฮุยได้เน้นย้ำเป้าหมายการพัฒนาพลังงานสะอาดตาม “แผนพัฒนาพลังงานมณฑลอานฮุย ระยะ 5 ปี (ปี 2564 - 2568)” ว่า ภายในปี 2568 จะเพิ่มกำลังการผลิตไฟฟ้าโดยกังหันลมอีก 3.88 กิกะวัตต์ ซึ่งจะทำให้ทั่วทั้งมณฑล



จะมีกำลังการผลิตไฟฟ้าโดยกังหันลมผลิตไฟฟ้ารวม 8 กิกะวัตต์

## YRD ชুক্তยภาพ.. ยืนหนึ่งการผลิตไฟฟ้าพลังงานลมนอกชายฝั่ง

ด้วยความโดดเด่นในที่ตั้งภูมิศาสตร์ซึ่งมีแนวชายฝั่งทะเลรวม 3,507 กิโลเมตร กอปรกับมีจำนวนเกาะมากที่สุดในจีน และมีกระแสลมบริเวณชายฝั่งทะเลที่มากเพียงพอ จึงทำให้เขต YRD เป็นพื้นที่ผลิตไฟฟ้าพลังงานลมนอกชายฝั่งที่สำคัญที่สุดของจีน จากสถิติล่าสุดเมื่อสิ้นปี 2563 ซึ่งเป็นช่วงสิ้นสุดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติจีน ฉบับที่ 13

(ปี 2559 - 2563) พบว่า ทั่วทั้งจีนมีกำลังการผลิตไฟฟ้าโดยกังหันลมนอกชายฝั่งรวม 10.87 กิกะวัตต์ โดยแบ่งเป็นกำลังการผลิตติดตั้งในเขต YRD 7.64 กิกะวัตต์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70.28 ของกำลังการผลิตไฟฟ้าโดยกังหันลมนอกชายฝั่งทั้งหมดของจีน ทั้งนี้ ช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติจีน ฉบับที่ 14 (ปี 2564 - 2568) แต่ละพื้นที่ของเขต YRD ได้วางแผนพัฒนาการผลิตไฟฟ้าพลังงานลมนอกชายฝั่งเป็นการเฉพาะ อาทิ

- นครเซี่ยงไฮ้ จะผลิตไฟฟ้าพลังงานลมนอกชายฝั่งในโครงการนอกชายฝั่งระยะใกล้ 3 พื้นที่ทางตอนใต้ของเซี่ยงไฮ้ ได้แก่ เขตเฟิ่งเสียน

เขตหนานฮุย และเขตจินชาน และโครงการนอกชายฝั่งระยะไกล 1 พื้นที่ในทะเลทางทิศตะวันออกของเกาะฉงหมิงที่ตั้งอยู่ทางเหนือของเซี่ยงไฮ้

- มณฑลเจียงซู มุ่งพัฒนาโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานลมนอกชายฝั่งรวม 28 แห่ง (มีระยะห่างจากแนวชายฝั่งทะเลมากกว่า 10 กิโลเมตร) ครอบคลุมพื้นที่ 1,444 ตารางกิโลเมตร รวมกำลังการผลิตติดตั้ง 9.09 กิกะวัตต์

- มณฑลเจ้อเจียง มุ่งดำเนินการตามโมเดลการพัฒนาแบบใหม่ซึ่งประกอบด้วย “ฐานประยุกต์ใช้

1 แบ่งเป็นมณฑลเจียงซู 6.81 กิกะวัตต์ (มากที่สุดฉบับจีน) นครเซี่ยงไฮ้ 0.42 กิกะวัตต์ และมณฑลเจ้อเจียง 0.41 กิกะวัตต์



ไฟฟ้าพลังงานลมนอกชายฝั่งระยะใกล้ และไกล + พลังงานจากมหาสมุทร (Marine Energy)+ฐานอุตสาหกรรมบนบก” รวมทั้งตั้งเป้าหมายว่า ในช่วงปี 2564 - 2568 จะเพิ่มกำลังผลิตไฟฟ้าโดยกังหันลม นอกชายฝั่งอีกไม่ต่ำกว่า 4.5 กิกะวัตต์ และภายในปี 2568 ทัวทั้งมณฑล จะมีกำลังผลิตไฟฟ้าโดยกังหันลม นอกชายฝั่งรวม 5 กิกะวัตต์



**รู้จักเทคโนโลยีกังหันลม YRD.. แหล่งรวมผู้ผลิตระดับโลก**

นอกจากเขต YRD จะเป็นแหล่งผลิตไฟฟ้าพลังงานลมที่สำคัญแล้วยังเป็นที่ตั้งของบริษัทผู้ผลิตกังหันลมที่มีชื่อเสียงระดับโลกอีกด้วย อาทิ

**• Envision Energy Co., Ltd. (นครเซี่ยงไฮ้)**

เป็นผู้ผลิตกังหันลมและซัพพลายเออร์รายใหญ่ชั้นนำของโลก ก่อตั้งเมื่อปี 2550 โดยเมื่อปี 2565 ได้ถูกจัดอันดับ

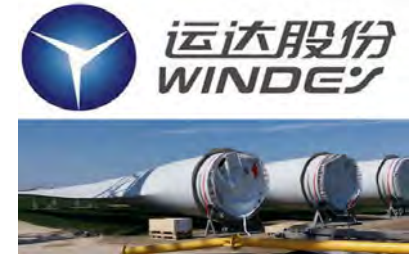
ให้เป็นผู้ผลิตกังหันลมรายใหญ่อันดับที่ 5 ของโลก และในปี 2562 ได้รับความจัดอันดับให้เป็น 1 ใน 10 อันดับแรกของ “World’s 50 Smartest Companies” โดย MIT Technology Review โดย Envision Energy ยังให้บริการซอฟต์แวร์บริหารจัดการพลังงาน และบริการด้านเทคโนโลยีพลังงานด้วย Envision Energy ได้ติดตั้งกังหันลมทั่วโลกกว่า 12,500 เครื่อง และได้พัฒนาซอฟต์แวร์ที่ใช้ในกังหันลมกว่า 6,000 เครื่องในอเมริกาเหนือ ยุโรป ลาตินอเมริกา และจีน เป็นต้น ล่าสุด Envision Energy ได้เปิดตัวกังหันลมบนบกขนาดใหญ่ที่สุดในโลก รุ่น EN-220/10MW ซึ่งมีกำลังการผลิตไฟฟ้าขั้นต่ำได้สูงถึง 10 เมกะวัตต์ และมีเส้นผ่านศูนย์กลางระยะกวาดใบพัด (Rotor Diameter) กว้างที่สุดในโลก

*บริษัท มียอดกำลังการผลิตไฟฟ้าใหม่อกชายฝั่งทะเลเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจาก Vestas โดยเครื่องกำเนิดไฟฟ้ากังหันลมรุ่น EW8.X-230 ติด 1 ใน 10 กังหันลมอกชายฝั่งยอดนิยมประจำปี 2565*

**• Shanghai Electric Wind Power Group Co., Ltd. (นครเซี่ยงไฮ้)**

ก่อตั้งขึ้นในปี 2549 เป็นบริษัทผลิตไฟฟ้าและอุปกรณ์ผลิตไฟฟ้า อาทิ กังหันลม เครื่องกำเนิดไฟฟ้า และระบบอัจฉริยะ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประกอบธุรกิจการประเมินทรัพยากรลม การลงทุนและพัฒนาฟาร์มกังหันลมดิจิทัล การบริหารจัดการสินทรัพย์ฟาร์มกังหันลม และพลังงานอัจฉริยะ เป็นต้น โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทประกอบด้วยกังหันลมที่มีกำลังการผลิตตั้งแต่ 1.25 - 10 เมกะวัตต์

ปี 2565 บริษัทฯ มียอดกำลังการผลิตไฟฟ้าใหม่อกชายฝั่งทะเลเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจาก Vestas (เดนมาร์ก) โดยเครื่องกำเนิดไฟฟ้ากังหันลมรุ่น EW8.X-230 ติด 1 ใน 10 กังหันลมอกชายฝั่งยอดนิยมประจำปี 2565 ด้วยเส้นผ่านศูนย์กลางระยะกวาดใบพัดขนาด 230 เมตร (กว้างที่สุด



ในบรรดารุ่นกังหันลมที่มีการติดตั้งหรือมีขนาดเท่ากับขนาดสนามฟุตบอลมาตรฐาน 5.8 สนาม

ล่าสุด บริษัทฯ ได้ติดตั้งกังหันลมขนาด 8 เมกะวัตต์ที่ฐานการผลิตอัจฉริยะเมืองชานไหวกว้างขวางตั้งซึ่งมีกำลังการผลิตมากที่สุดที่เคยติดตั้งในจีน

**• Zhejiang Windey Co., Ltd. (นครหางโจว มณฑลเจ้อเจียง)**

เดิมคือ Zhejiang Windey Wind Power Co., Ltd. ซึ่งก่อตั้งใหม่เมื่อปี 2544 โดยเป็นหนึ่งในผู้ผลิตกังหันลมที่เก่าแก่และใหญ่ที่สุดในจีน เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีพลังงานลมมาเป็นเวลา 40 ปี รวมทั้งเคยเป็นศูนย์วิจัยพลังงานลมของ Zhejiang Institute of Mechanical and Electrical Engineering Co., Ltd. ที่เป็นผู้บุกเบิกและผู้ผลิตกังหันลมรายแรกในจีน ต่อมาในปี 2553 ได้เปลี่ยนชื่อเป็นชื่อปัจจุบัน

บริษัทฯ มุ่งเน้นการวิจัยการออกแบบ การดำเนินงาน และการบำรุงรักษา

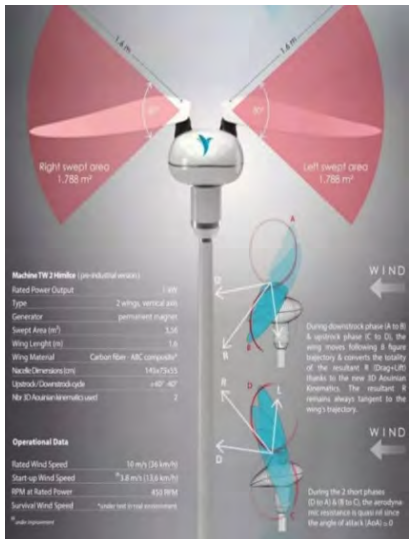


กังหันลม รวมทั้งมีการลงทุนและบริหารจัดการฟาร์มกังหันลม โดยในปี 2565 บริษัทฯ ติดอันดับที่ 7 ของผู้ผลิตกังหันลมรายใหญ่ของโลก มีฐานการผลิต 3 แห่งในจีน ได้แก่ นครหางโจว ในมณฑลเจ้อเจียง เมืองจางเป่ย์ ในมณฑลเหอเป่ย์ และเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย โดยผลิตภัณฑ์ที่สำคัญคือ กังหันลมขนาด 1.5 - 3 เมกะวัตต์

ล่าสุด บริษัทฯ ได้ลงนามในข้อตกลงกับ Fintel (อิตาลี) เพื่อส่งมอบประกอบ และบำรุงรักษากังหันลมสำหรับโครงการ Maestrale Ring ขนาด 854 เมกะวัตต์ที่ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของเซอร์เบีย ซึ่งเป็นฟาร์มกังหันลมบนบกขนาดใหญ่ที่สุดในยุโรป

- Anhui Hummer Dynamo Co., Ltd. (นครเหอเผ่ย์ มณฑลอานฮุย)

ก่อตั้งขึ้นในปี 2548 เป็นบริษัทที่เชี่ยวชาญด้านการวิจัย พัฒนา ผลิต และส่งเสริมระบบเครื่องกำเนิดไฟฟ้ากังหันลมขนาดกลาง - เล็ก และการตั้งค่าฟาร์มกังหันลมขนาดเล็ก โดยใช้เทคโนโลยี Supercritical Fluid (SCF) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญทางเทคนิคในการวิจัยและพัฒนาเครื่องกำเนิดพลังงานลมแบบรันด HUMMER โดยกังหันลมที่ผลิตโดยบริษัทฯ จะเน้นที่น้ำหนักเบา มีขนาดเล็ก และมีประสิทธิภาพสูงด้วยระบบเครื่องกำเนิดไฟฟ้ากังหันลมทั้งแบบ off-grid และ on-grid ตั้งแต่ 500 วัตต์ - 200 กิโลวัตต์



.....

การผลิตไฟฟ้าพลังงานลม ซึ่งเป็นพลังงานสะอาด สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ Thailand 4.0 โมเดล เศรษฐกิจ Bio-Circular-Green (BCG) และเป้าหมาย ความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี ค.ศ. 2050

.....

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับการยอมรับจาก 91 ประเทศทั่วโลก เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย เยอรมนี สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส รัสเซีย ชิลี อาร์เจนตินา แอฟริกาใต้ แทนซาเนีย อินเดีย ปากีสถาน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เป็นต้น

- Nanjing High Speed Gear Manufacturing Co., Ltd (NGC) (นครหนานจิง มณฑลเจียงซู)

เป็นหนึ่งในซัพพลายเออร์ก่อตั้งกังหันลมรายใหญ่ที่สุดของโลก

ในปี 2565 ได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กร  
 สาธิตนวัตกรรมทางเทคโนโลยีแห่งชาติจีน  
 และเป็นแบรนด์หลักที่มีฉันทพลเจียงซู  
 มุ่งเป้าและพัฒนา โดยได้เข้าร่วม  
 กับ China High Speed Transmission  
 Equipment Group Co., Ltd. ตั้งแต่  
 ปี 2512 ทั้งนี้ NGC ได้ผลิตและจำหน่าย  
 อุปกรณ์ส่งกำลังลม ก่อตั้งเครือข่ายผลิต  
 และผลิตภัณฑ์อื่นๆ รวมทั้งมุ่งพัฒนา  
 ระบบขับเคลื่อนความเร็วปานกลาง รวมถึง  
 ก่อตั้งเครือข่ายขนาด 13.5 - 15.0 เมกะวัตต์  
 ซึ่งปัจจุบันใช้กันอย่างแพร่หลายใน  
 อุปกรณ์พลังงานลม อุตสาหกรรมยานยนต์

รถไฟหุ่นยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง  
 ก่อตั้งเครือข่ายพลังงานลมของ NGC  
 มีการใช้งานกว่า 100,000 ชุด ใน  
 30 ประเทศทั่วโลก และในปี 2565  
 NGC ได้รับรางวัล “Gold Award  
 for Best Transmission Chain”  
 จากวารสารพลังงานลมระดับโลก  
 Windpower Monthly โดยปัจจุบัน  
 NGC ได้ผลิตก่อก่อตั้งรุ่นใหม่  
 ขนาด 16-18 เมกะวัตต์ และอยู่ระหว่าง  
 ขยายขีดความสามารถเป็น 20 เมกะวัตต์  
 ภายในปี 2568



### เทคโนโลยี YRD ก้าวไกล... ตบโจทย์การพัฒนา พลังงานลมในไทย

การผลิตไฟฟ้าพลังงานลม  
 ซึ่งเป็นพลังงานสะอาดสอดคล้องกับ  
 ยุทธศาสตร์ Thailand 4.0 โมเดล  
 เศรษฐกิจ Bio-Circular-Green  
 (BCG) และเป้าหมายความเป็นกลาง  
 ทางคาร์บอนภายในปี ค.ศ. 2050  
 ของไทย โดยแผนพัฒนาพลังงาน  
 ทดแทนและพลังงานทางเลือก  
 (Alternative Energy Development  
 Plan: AEDP) พ.ศ. 2561 - 2580  
 ระบุว่า ภายในปี 2580 ไทยตั้งเป้าผลิต  
 ไฟฟ้าพลังงานลมรวม 3,000 เมกะวัตต์  
 จากปัจจุบันที่มีการผลิตไฟฟ้าพลังงานลม  
 เข้าระบบ Overcurrent Device  
 (OCD) รวมกว่า 1,500 เมกะวัตต์  
 ซึ่งนับเป็นการกำหนดกรอบและ  
 ทิศทางการพัฒนาพลังงานลม  
 ของไทยที่ชัดเจน

.....  
*เขต YRD เป็นพื้นที่ที่มี  
 ความก้าวหน้าในการพัฒนาไฟฟ้า  
 พลังงานลมระดับแนวหน้าของจีน  
 รวมทั้งเป็นที่ตั้งของธุรกิจ  
 ด้านกังหันลมที่มีชื่อเสียงระดับสากล  
 ทั้งบริษัทผู้ผลิตกังหันลม  
 และส่วนประกอบกังหัน*  
 .....



กรมพัฒนาพลังงานทดแทนได้จัดทำ  
 รายงานข้อมูลโรงไฟฟ้าพลังงานทดแทน  
 ณ มกราคม 2565 ซึ่งมีโรงไฟฟ้าพลังงานลม  
 29 แห่งทั่วประเทศที่จ่ายไฟฟ้า  
 เข้าระบบ OCD แล้ว โดยมีแหล่ง  
 ผลิตไฟฟ้าพลังงานลมที่สำคัญ 2 แห่ง  
 ได้แก่ โรงไฟฟ้าแหลมพรหมเทพ  
 จ. ภูเก็ต และโรงไฟฟ้าลำตะคอง  
 จ. นครราชสีมา

ทั้งนี้ เขต YRD เป็นพื้นที่ที่มี  
 ความก้าวหน้าในการพัฒนาไฟฟ้า  
 พลังงานลมระดับแนวหน้าของจีน  
 รวมทั้งเป็นที่ตั้งของธุรกิจด้านกังหันลม  
 ที่มีชื่อเสียงระดับสากล (ทั้งบริษัทผู้ผลิต  
 กังหันลมและส่วนประกอบกังหันลม)  
 เขต YRD จึงนับเป็นพื้นที่เป้าหมายหนึ่ง  
 ที่ไทยสามารถศึกษาเรียนรู้และแสวงหา  
 โอกาสความร่วมมือด้านเทคโนโลยี  
 และการลงทุน เพื่อสนับสนุนการผลิต  
 ไฟฟ้าพลังงานลมของไทยให้เติบโต  
 ตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนา  
 ที่เกี่ยวข้องของไทยต่อไป



## การเป็นรัฐบาล ดิจิทัลของจีน



ในอดีตสำหรับชาวจีนหรือชาวต่างชาติที่เคยมีประสบการณ์ยื่นเอกสารเพื่อขออนุมัติจากหน่วยงานภาครัฐจีนในเรื่องต่าง ๆ คงเข้าใจและคุ้นเคยกับสำนวนจีนที่ว่า “หน่วยงานภาครัฐจีนมักเข้าถึงยาก เจ้าหน้าที่ที่หน้าบูด พูดจาไม่สุภาพ และทำเรื่องยาก” (门难进、脸难看、话难听、事难办) ซึ่งสะท้อนปัญหาด้านคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐจีน และเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมการประกอบธุรกิจในจีน

ภายหลังที่จีนเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) เมื่อปี 2544 ได้เริ่มเปลี่ยนผ่านจากรัฐบาลที่เน้นการควบคุม (control-oriented government) สู่รัฐบาล

ที่เน้นการให้บริการ (service-oriented government) เพื่อสอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์ รวมทั้งปรับปรุงสภาพแวดล้อมการลงทุนเพื่อดึงดูดเงินทุนจากต่างประเทศซึ่งเห็นได้จากหน่วยงานภาครัฐของจีน ทั้งในส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นมีความพยายามในการยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพการให้บริการในเรื่องต่าง ๆ อาทิ เมื่อปี 2556 ในประกาศของรัฐบาลเมืองฉินหวงต่าว มณฑลเหอเป่ย์ ได้ระบุถึงแนวทางการเร่งแก้ไขปัญหาการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐตามสำนวนข้างต้นโดยตรง

### e-government ยุกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพการให้บริการ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การพัฒนาระบบรัฐบาลดิจิทัลหรือรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-government) ของจีนเป็นช่องทางสำคัญในการยกระดับ

เมื่อปี 2563 ธนาคารโลก  
ได้จัดอันดับความยากง่าย  
ในการประกอบธุรกิจ  
โดยจีนอยู่ในอันดับที่ 31  
จากทั้งหมด 189 ประเทศ

คุณภาพและประสิทธิภาพการให้บริการแก่ชาวจีน รวมถึงชาวต่างชาติและนักลงทุนต่างชาติในจีน ซึ่งได้เพิ่มความสะดวกในการยื่นเอกสารผ่านช่องทางออนไลน์ ลดจำนวนเอกสารลดขั้นตอนและระยะเวลาดำเนินงานผ่านการเพิ่มความโปร่งใสของขั้นตอนดำเนินงานและรวมศูนย์การให้บริการของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ให้อยู่ในแพลตฟอร์มเดียว อาทิ การริเริ่มธุรกิจใหม่และการขอใบจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทางออนไลน์มีความสะดวกและชัดเจน

มากขึ้น จึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลให้การจัดอันดับความยากง่ายในการประกอบธุรกิจ (Doing Business) ของจีนโดยธนาคารโลก ขยับขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยเมื่อปี 2556 จีนอยู่ในอันดับที่ 96 จากทั้งหมด 189 ประเทศ/เขตเศรษฐกิจ และเมื่อปี 2563 ได้ขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 31 หรือขยับขึ้น 65 อันดับในเวลาเพียง 7 ปี

นอกจากนี้ ข้อมูลจาก United Nations e-government Survey ชี้ว่า ในปี 2565 ดัชนีการพัฒนา e-government ของจีนได้เพิ่มขึ้นสู่

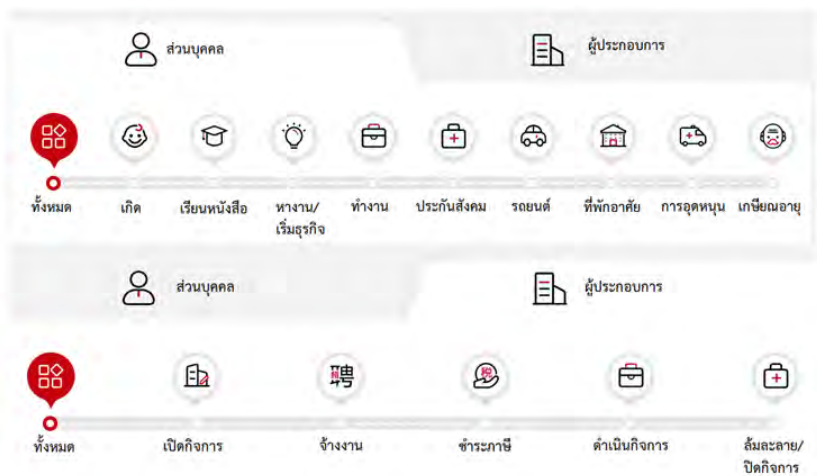


ระดับ 0.8119 (อันดับที่ 43 ของโลก) จากระดับ 0.5359 เมื่อปี 2555 (อันดับที่ 78 ของโลก) และการพัฒนา e-government ของจีนถูกจัดในเกณฑ์ “ระดับสูงมาก” นับตั้งแต่ปี 2563 ตัวอย่างเช่น การชำระค่าประกันสังคมออนไลน์หรือผ่านโทรศัพท์มือถือของชาวจีนและบริษัทในจีน คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 95

### นโยบายสำคัญที่สนับสนุนการพัฒนา e-government ของจีน

- เมื่อเดือนกันยายน 2562 จีนประกาศ กฎระเบียบเพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมการประกอบธุรกิจ

ให้ดีขึ้น ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 นับเป็นกฎระเบียบระดับชาติฉบับแรกด้านการปรับปรุงสภาพแวดล้อมการประกอบธุรกิจของจีน โดยมีเนื้อหาสำคัญ อาทิ การผลักดันสร้างระบบ e-government ที่เป็นแพลตฟอร์มเดียวและสามารถให้บริการแก่ประชาชนทั่วประเทศ (<http://gjzfwfwww.gov.cn/>) ซึ่งการให้บริการครอบคลุม (1) การให้บริการส่วนบุคคลในทุกระยะเวลาชีวิตของชาวจีน นับตั้งแต่เกิดจนถึงเกษียณอายุ และ (2) การให้บริการแก่ผู้ประกอบการตลอดวงจรชีวิตของธุรกิจ ตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจจนถึงการยกเลิกธุรกิจ



ภาพ: การให้บริการส่วนบุคคลตั้งแต่เกิดจนถึงเกษียณอายุและบริษัท ตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจจนถึงการยกเลิกธุรกิจ ที่มา: <http://gjzfwfwww.gov.cn>



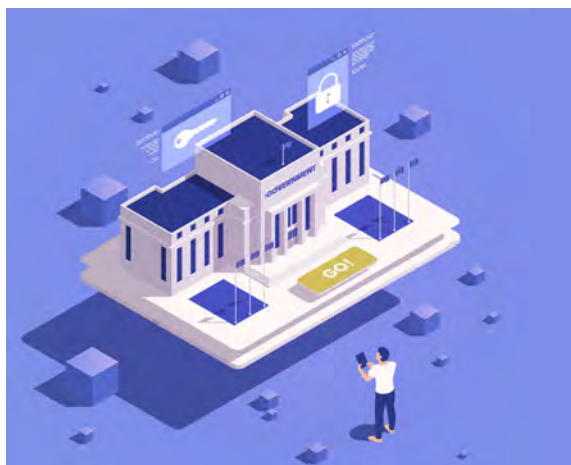


• เมื่อเดือนมีนาคม 2564 จีนประกาศแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระยะ 5 ปี ฉบับที่ 14 (2564 - 2568) ซึ่งกำหนดให้การพัฒนา e-government เป็นหนึ่งในภารกิจเพื่อเปลี่ยนผ่านสู่ “Digital China” รวมทั้งส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและการรับมือและจัดการกับภัยธรรมชาติและเหตุการณ์ฉุกเฉิน

• เมื่อเดือนมิถุนายน 2565 จีนประกาศแนวทงนโยบายเพื่อพัฒนา e-government โดยได้กำหนดเป้าหมายสำคัญ ได้แก่ (1) ภายในปี 2568 จีนจะสร้างระบบ e-government ที่สามารถส่งเสริมการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐได้อย่างครบถ้วน มีความปลอดภัย และสนับสนุนโดยทรัพยากรข้อมูล (data) และ (2) ภายในปี 2578 จีนจะสร้างระบบ e-government ที่สมบูรณ์แบบ ซึ่งจะสามารถให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ มีความเปิดกว้าง

โปร่งใส และมีความยุติธรรม โดยจะเป็นแพลตฟอร์มที่สนับสนุนการพัฒนาให้จีนเป็นประเทศสังคมนิยมที่ทันสมัยอย่างรอบด้าน

• เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2566 จีนประกาศเค้าโครงแผนงานการสร้าง “Digital China” ซึ่งได้กำหนดให้การพัฒนาาระบบ e-government เป็นภารกิจสำคัญอันดับที่ 2 รองจากการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล โดยจีนจะยกระดับการให้บริการของระบบ e-government ผ่านการแบ่งปันข้อมูลระหว่างหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งยกระดับการให้บริการทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยเฉพาะผลักดันให้ประชาชนสามารถ “ทำเรื่องให้สำเร็จผ่านการยื่นเอกสารเพียงครั้งเดียว” (一件事一次办)



## การประเมินผลและการจัดลำดับการพัฒนา e-government ของมณฑลต่าง ๆ

ปัจจุบัน จีนมีศูนย์วิจัยด้าน e-government (เว็บไซต์ [www.egovernment.gov.cn](http://www.egovernment.gov.cn)) ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับของสถาบันธรรมาภิบาลแห่งชาติจีน (National Academy of Governance) และเป็นหน่วยงานภาครัฐจีนที่ทำหน้าที่ประเมินผลและการจัดอันดับการพัฒนา e-government ของมณฑลและเมืองสำคัญต่าง ๆ ในจีน

ในรายงานการจัดอันดับระดับ e-government ของจีนประจำปี 2565 ระบุว่า (1) มณฑล 16 แห่งมีระบบ e-government ที่จัดอยู่ในระดับสูงมาก คิดเป็นร้อยละ 51.6 ของทั้งหมด 31 มณฑล (2) มณฑลที่มีระบบ e-government ที่จัดอยู่ในระดับสูงมีทั้งหมด 12 แห่ง และระดับกลาง 3 แห่ง โดยรวมกันแล้วคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.4 (3) ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ เจียงซู เจ้อเจียง กวางตุ้ง และกุ้ยโจว เป็นมณฑลนำหน้าและเป็นต้นแบบการพัฒนา e-government ในระดับมณฑล (4) กว่างโจว หนานจิง หางโจว และเซินเจิ้น เป็นเมืองนำหน้าและเป็นต้นแบบการพัฒนา e-government ในระดับเมือง และ (5) อู่ฮั่น ฮาร์บิน ฉิงตู กุ้ยหยาง และคุนหมิง เป็น 5 เมืองที่มี

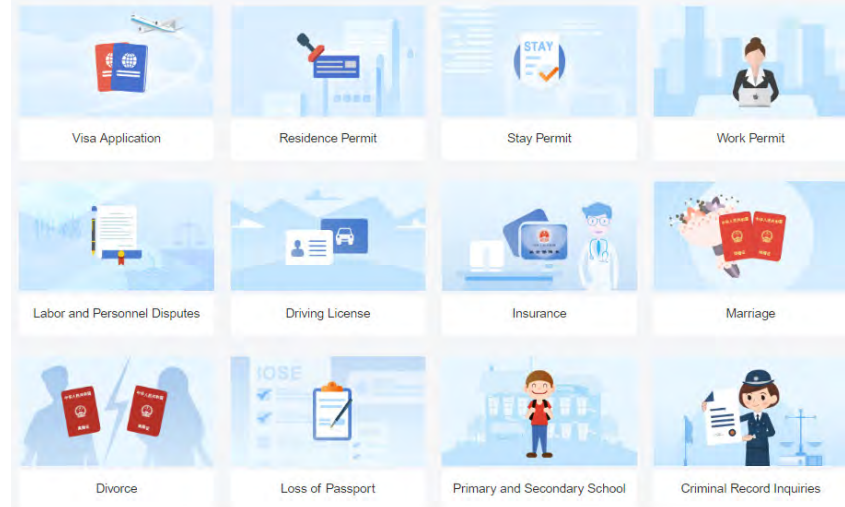


พัฒนาการด้านระบบ e-government มากที่สุด โดยได้ขยับขึ้นจากระดับสูงไปอยู่ในระดับสูงมาก

## แล้วคนไทยและผู้ประกอบการไทยจะได้อะไรจากระบบ e-government ของจีน

ต้องยอมรับว่า ปัจจุบันระบบ e-government และเว็บไซต์การให้บริการของแต่ละมณฑลที่รวมศูนย์ในแพลตฟอร์มเดียว (<http://gjzfwf.www.gov.cn>) ยังคงเน้นให้บริการแก่ชาวจีนเป็นหลัก โดยหน้าเว็บจะปรากฏข้อมูลเป็นภาษาจีนภาษาเดียว อย่างไรก็ตาม เมืองขนาดใหญ่ส่วนหนึ่ง อาทิ กรุงปักกิ่ง ในฐานะเมืองหลวงที่มีเป้าหมายการพัฒนาเป็นศูนย์กลางด้านการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ และ ศูนย์กลางด้านนวัตกรรมทางเทคโนโลยีระดับสากล ได้เปิด

Most Requested



ภาพ: หน้าเว็บไซต์ให้บริการชาวต่างชาติของกรุงปักกิ่ง ที่มา: <http://english.beijing.gov.cn>

การจัดอันดับระดับ e-government ของมณฑล/มหานคร/เขตปกครองตนเองต่าง ๆ ของจีน ประจำปี 2565

|   |  |
|---|--|
| <p><b>ระดับสูงมาก (≥90)</b></p> <p>กวางตุ้ง เจียงซู ซานตง (+) เจ้อเจียง<br/>เหอหนาน (+) เสฉวน หูเป่ย์ (+) ผู้เจี้ยน (+)<br/>อันฮุย เซียงไฮ้ เหน่เป่ย์ (+) ปักกิ่ง<br/>ฉงชิ่ง (+) กุ้ยโจว จีหลิน (+) หมิงเซี่ย (+)</p> | <p><b>ระดับสูง (80-90)</b></p> <p>หูหนาน ซานซี (+) เจียงซี เหลียวหนิง<br/>ยูนนาน กว่างซี มงโกเลียใน เทียนจิน<br/>เสยหลงเจียง กานซู (+) ไท่หนาน ทิเบต (+)</p> |
| <p><b>ระดับกลาง (65-80)</b></p> <p>ซานซี ฉินเจียง ชิงไห่</p>  | <p><b>ระดับต่ำ (≤65)</b></p> <p>(ไม่มี)</p>  |

หมายเหตุ: 1. (+) หมายถึง เลื่อนระดับขึ้นจากปี 2564  
2. อันดับมณฑล/มหานคร/เขตปกครองตนเองจัดเรียงตาม GDP ประจำปี 2565  
3. ที่มาของข้อมูล <http://www.egovernment.gov.cn/>



การจัดอันดับระดับ e-government ของเมืองในจีนแผ่นดินใหญ่ ประจำปี 2565

|   |  |
|---|--|
| <p><b>ระดับสูงมาก (≥90)</b></p> <p>เซินเจิ้น กว่างโจวเฉิงตู (+) อู๋ฮั่น (+)<br/>หางโจวหนานจิงหนิงโป๋ชิงต้า<br/>เหอเฟย์คุนหมิง (+) ฮาร์ปิ่น (+) กุ้ยหยาง (+)</p> | <p><b>ระดับสูง (80-90)</b></p> <p>ฉางชาเจิ้งโจวผู้โจวจีหนาน<br/>ซีอานต้าเหลียนเซี่ยเหมินเสิ่นหยาง (+)<br/>หนานชางฉางชุนไท่หยวน (+) หนานหนิง (+)<br/>ซูเหอเห่าเห่อ (+) หอหนานไห่โซว<br/>หลานโจว (+) ล่าซา (+)</p> |
| <p><b>ระดับกลาง (65-80)</b></p> <p>ฉือเจียจางอูร์มชีชีหนิง</p>  | <p><b>ระดับต่ำ (≤65)</b></p> <p>(ไม่มี)</p>  |

หมายเหตุ: 1. (+) หมายถึง เลื่อนระดับขึ้นจากปี 2564  
2. อันดับเมืองจัดเรียงตาม GDP ประจำปี 2565  
3. ที่มาของข้อมูล <http://www.egovernment.gov.cn/>



บริการหน้าเว็บ e-government เป็นภาษาอังกฤษ (<http://english.beijing.gov.cn/>) เพื่อให้บริการ

แก่ชาวต่างชาติรวมถึงคนไทยและ ผู้ประกอบการไทย

เว็บไซต์ e-government ของกรุงปักกิ่งมีชื่อภาษาจีนว่า “首都之窗” ซึ่งหมายถึง “หน้าต่างของเมืองหลวง” นับเป็นเว็บไซต์ที่มีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับคนไทยหรือผู้ประกอบการไทยที่ใช้ชีวิตหรือประกอบธุรกิจในกรุงปักกิ่ง โดยสามารถทำการยื่นขอตรวจลงตราประเภทต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์และทุกขั้นตอนจะมีคำชี้แจงเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งรวมถึงข้อมูลเอกสารที่ต้องการ/ที่อยู่/เบอร์โทร/เวลาทำการ/ค่าธรรมเนียมของสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองของกรุงปักกิ่ง นอกจากนี้ เว็บไซต์ยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ชีวิตในกรุงปักกิ่ง อาทิ การขอใบขับขี่ การจดทะเบียนสมรสกับชาวปักกิ่ง หรือการร้อง

เรียนกับสถานีตำรวจในกรณีหนังสือเดินทางหาย ก่อนที่จะไปขอเล่มใหม่จากสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง สำหรับผู้ประกอบการไทย เว็บไซต์ก็มีการให้ข้อมูลการเริ่มต้นธุรกิจประเภทต่าง ๆ ในกรุงปักกิ่งอย่างไรก็ดีจากการทดสอบใช้งานของศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) ณ กรุงปักกิ่ง เว็บไซต์เป็นการให้ข้อมูลเอกสารที่ต้องการและขั้นตอนริเริ่มธุรกิจมากกว่า โดยยังคงไม่สามารถยื่นขอเปิดบริษัทโดยตรง ซึ่งผู้ประกอบการไทยที่ประสงค์เริ่มธุรกิจ在京ปักกิ่งยังคงต้องพึ่งพาทักษะภาษาจีนหรือพนักงานชาวจีนผ่านเว็บไซต์ e-government ภาษาจีน <https://banshi.beijing.gov.cn>





## เมื่อโครงการ “Doing Business” เปลี่ยนเป็นโครงการ “Business Ready (B-READY)”...

เมื่อเดือนกันยายน 2564 ธนาคารโลกระงับการประกาศรายงาน Doing Business ต่อมาเมื่อเดือนธันวาคม 2565 ประกาศเกณฑ์ใหม่ในการประเมินสภาพแวดล้อมการประกอบธุรกิจ โดยใช้ชื่อว่า “Business Ready (B-READY)” ซึ่งมีการปรับปรุงตัวชี้วัดบางรายการโดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะระบบ e-government เป็นตัวชี้วัดที่ได้รับความสำคัญมากขึ้นในเกณฑ์การประเมินใหม่อาทิตัวชี้วัดอันดับแรก

“Business Entry” มีตัวชี้วัดย่อย 3 ตัว ซึ่งมี 2 ตัวเกี่ยวข้องกับระบบ e-government ได้แก่ (1) การให้บริการในรูปแบบดิจิทัลแก่บริษัทที่ขอริเริ่มธุรกิจ และความโปร่งใสของข้อมูลเพื่อริเริ่มธุรกิจ และ (2) ประสิทธิภาพของการริเริ่มธุรกิจ รวมถึงต้นทุนและเวลาในการริเริ่มธุรกิจ

ปัจจุบัน รัฐบาลท้องถิ่นส่วนหนึ่งของจีนได้เริ่มมีความตื่นตัวและปรับปรุงสภาพแวดล้อมการประกอบธุรกิจในท้องถิ่น เพื่อให้สอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินใหม่ของธนาคารโลกอาทิ เมื่อเดือนเมษายน 2566 นครเซี่ยงไฮ้ได้ประกาศจะปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อม

การประกอบธุรกิจให้ดีขึ้นของนครเซี่ยงไฮ้เป็นครั้งที่สอง รวมถึงได้ยกระดับการให้บริการของระบบ e-government และไบจดทะเลเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนครเซี่ยงไฮ้ ทั้งนี้ คาดว่าธนาคารโลกจะประกาศผลการประเมินฉบับใหม่ในเดือนเมษายน 2567

## บทสรุป

แนวทางข้างต้นของจีนในการพัฒนารัฐบาลดิจิทัลและระบบ e-government เป็นแนวปฏิบัติที่ไทยควรศึกษาเรียนรู้เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบรัฐบาลดิจิทัลของไทยให้มีความทันสมัยและเข้าถึงง่าย

โดยบูรณาการฐานข้อมูลและบริการของหน่วยงานต่าง ๆ ให้รวมศูนย์ตลอดจนสามารถให้บริการแก่ประชาชนได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ ในขณะที่เดียวกันยังควรเสริมสร้างการดำเนินงานด้านการต่างประเทศของไทยโดยเฉพาะการอำนวยความสะดวกการใช้ชีวิตและการประกอบธุรกิจของชาวต่างชาติในไทย ดังเช่นระบบออนไลน์ของรัฐบาลกรุงปักกิ่ง ซึ่งจะสนับสนุนการดึงดูดการท่องเที่ยวและการลงทุนจากต่างประเทศและส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศของไทยในภาพรวม



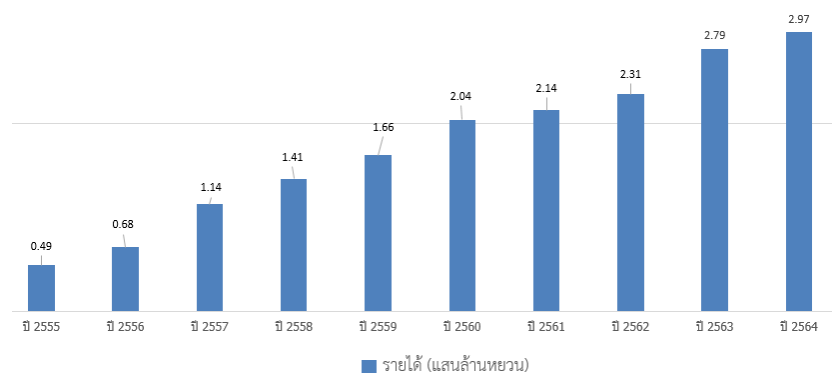
การพัฒนา  
อุตสาหกรรม  
เกมและแอนิเมชัน  
ในเมืองเชียงใหม่  
และโอกาส  
การลงทุนในไทย

อุตสาหกรรมเกมของจีนเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา โดยในช่วงปี 2555 - 2564 จำนวนวิสาหกิจเกมในจีนเพิ่มขึ้นประมาณ 70 เท่า สร้างรายได้เพิ่มขึ้นกว่า 6 เท่า ปัจจุบันจีนครองส่วนแบ่งตลาดเกมที่ใหญ่ที่สุดในโลก สัดส่วนร้อยละ 26.5 ของตลาดเกมโลก ตามด้วยสหรัฐฯ สัดส่วนร้อยละ 23.3 และญี่ปุ่นสัดส่วนร้อยละ 12.3 โดยในปี 2564 ตลาดเกมของจีนสร้างรายได้เกือบ 3 แสนล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.4 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมีจำนวน ผู้เล่นเกมภายในประเทศ สูงกว่า 666 ล้านคน และมีผู้ประกอบการธุรกิจเกมกว่า 390,000 ราย มีบริษัทเกม และดิจิทัลคอนเทนต์ชั้นนำหลายบริษัท อาทิ Tencent / NetEase / Sohu และ Perfect World

.....  
**บริษัทเกมและแอนิเมชัน  
 จำนวนมากเลือกจัดตั้งธุรกิจ  
 ที่เมืองเซี่ยเหมินเพื่อขยาย  
 การส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ**  
 .....

แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จะส่งให้บริษัทผู้ผลิตเกมต้องแบกรับต้นทุนการดำเนินงานสูงขึ้น อุตสาหกรรมเกมของจีนยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องจากจำนวนผู้เล่นเกมที่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก โดยในปี 2563 การดาวน์โหลดเกมออนไลน์ผ่าน Apple store ในจีนเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 80 เมื่อเทียบกับปี 2562 และอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมเกมทั่วประเทศเฉลี่ยร้อยละ 14 ในช่วงปี 2562 - 2564

**รายได้ของอุตสาหกรรมเกมของจีนในช่วงปี 2555 - 2564**



แหล่งที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติจีน



**นโยบายอุตสาหกรรมเกมของจีน**

ตั้งแต่ปี 2560 สำนักงานสื่อและสิ่งพิมพ์แห่งชาติของจีน (National Press and Publication Administration: NPAA) ได้ประกาศนโยบายเพิ่มความเข้มงวดในการควบคุมและตรวจสอบเกมออนไลน์ก่อนจำหน่ายในตลาดจีน โดยมีการจำกัดจำนวนการขออนุมัติหมายเลขเวอร์ชันเกมออนไลน์ซึ่งเป็นหมายเลขอนุมัติสำหรับการดำเนินการเผยแพร่และจัดจำหน่ายเกมใหม่ ๆ ส่งผลให้ผู้ประกอบการเกมจีนต้องหาช่องทางกระจายการส่งออกเกมไปยังตลาดต่างประเทศมากยิ่งขึ้น โดยประเภทเกมจีนที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในตลาดต่างประเทศคือ ประเภทแอปพลิเคชันเกมบนโทรศัพท์มือถือซึ่งสร้างรายได้จาก

การส่งออกสูงกว่า 1 แสนล้านหยวน หรือร้อยละ 29 ของตลาดเกมประเภทแอปพลิเคชันทั้งหมดของโลก

เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2564 สำนักงานสื่อและสิ่งพิมพ์แห่งชาติจีนได้ประกาศ “นโยบายป้องกันเยาวชนหมกมุ่นกับเกมออนไลน์อย่างเข้มงวด” โดยให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลพฤติกรรมการเล่นเกมของเยาวชนจีน ด้วยการบังคับใช้มาตรการ (1) จำกัดเวลาเล่นเกมสำหรับผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่เกิน 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยอนุญาตให้บริษัทเกมออนไลน์เปิดบริการช่วงเวลาเล่นเกมระหว่าง 20.00 - 21.00 น. เฉพาะวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดราชการ วันละ 1 ชั่วโมงเท่านั้น และห้ามให้บริการเกมออนไลน์แก่เยาวชนนอกเหนือจากช่วงเวลาดังกล่าวในรูปแบบใด ๆ (2) ผู้เล่นเกมต้องลงทะเบียนเล่นเกมด้วยชื่อ - นามสกุล และ หมายเลขบัตรประชาชนของตนเพื่อให้สามารถตรวจสอบได้ และเมื่อเล่นเกมออนไลน์เกินเวลาที่กำหนดจะถูกตัดสิทธิ์การเข้าเล่นโดยอัตโนมัติ (3) บริษัทเกมต้องตรวจสอบเนื้อหาเกมออนไลน์อย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม อาทิ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงและการจัดตั้งแพลตฟอร์มเพื่อให้ประชาชนจีนสามารถร้องเรียนเกี่ยวกับบริษัทเกมที่ละเมิดข้อจำกัด

## ภาพรวมนโยบายอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันของเมืองเชียงใหม่

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายของแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์และบริการข้อมูลของเมืองเชียงใหม่ฉบับที่ 14 (ปี 2564 - 2568) โดยที่ผ่านมารัฐบาลเมืองเชียงใหม่ได้มีการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชัน การให้เงินอุดหนุนและเงินรางวัลสำหรับการผลิตแอนิเมชันและเกมออนไลน์ และการพัฒนาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์และบริการข้อมูลโดยเน้นการส่งเสริมแพลตฟอร์มสื่อใหม่ (New Media) เป็นต้น

อุตสาหกรรมเกมของเมืองเชียงใหม่เริ่มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องภายหลังจากการออกนโยบายเพิ่มความเข้มงวดในการอนุมัติเกมออนไลน์ของจีนในปี 2560 โดยเมืองเชียงใหม่กลายเป็นฐานการผลิตเกมเพื่อการส่งออกไปยังพื้นที่นอกจีนแผ่นดินใหญ่ อาทิ ฮองกง มาเก๊า ไต้หวัน และประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยในปี 2561 มูลค่าการส่งออกเกมของบริษัทในเมืองเชียงใหม่เติบโตอย่างก้าวกระโดด เพิ่มขึ้นร้อยละ

739.3 จากปีก่อนหน้า มูลค่าการส่งออกเท่ากับ 163 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีการส่งออกเกมไปยังฮ่องกง มาเก๊า ไต้หวัน และอาเซียนจำนวนกว่าร้อยละ 60 ของมูลค่าการส่งออกเกมทั้งเมือง

ล่าสุดเมื่อเดือนสิงหาคม 2565 สำนักงานอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศเมืองเชียงใหม่ออกมาตรการส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันโดยมีมาตรการสำคัญได้แก่ (1) การเพิ่มความเข้มงวดในการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาและเครื่องหมายการค้าสำหรับการวิจัยและผลิตเกมและแอนิเมชันมากยิ่งขึ้น (2) สนับสนุนให้วิสาหกิจ มหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยที่มีชื่อเสียงมีความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเกมและแอนิเมชัน เช่น ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยี Metaverse ควบคู่การพัฒนาอุตสาหกรรมเกมและยกระดับการประยุกต์



ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลความละเอียดสูงและเทคโนโลยีแอนิเมชันในรูปแบบ 3 มิติ (3) สนับสนุนความร่วมมือระหว่างบริษัทเกมและแอนิเมชันของเมืองเชียงใหม่กับไต้หวันเพื่อจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมวิจัยและพัฒนาเกมและแอนิเมชันแห่งใหม่ที่เขตจี๋เหมย์ เมืองเชียงใหม่ เพื่อรองรับการพัฒนาเทคโนโลยีด้านเกมและแอนิเมชันจากไต้หวัน (4) การให้เงินอุดหนุนและเงินรางวัลเพื่อดึงดูดวิสาหกิจเกมและแอนิเมชันและวิสาหกิจในห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้อง มาจัดตั้งสำนักงานใหญ่ที่เมืองเชียงใหม่ รวมทั้งการพัฒนาและดึงดูดผู้เชี่ยวชาญสาขาเกมและแอนิเมชัน และ (5) การเป็นเจ้าภาพจัดงานการประชุมร่วมระหว่างวิสาหกิจเกมและแอนิเมชันของจีนและวิสาหกิจจากกลุ่มประเทศ BRI เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนและความร่วมมือ

ด้านอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชัน รวมถึงการส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์เกมและแอนิเมชันที่มีคุณภาพสูง

## ศักยภาพด้านอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันของเมืองเชียงใหม่

อุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันของมณฑลฝูเจี้ยนส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่นครฝูโจวและเมืองเซี่ยเหมิน โดยเฉพาะเมืองเซี่ยเหมินเป็นหนึ่งในเมืองกลุ่มแรกของจีนที่เริ่มให้ความสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชัน โดยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมามูลค่าการผลิตของอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันเติบโตกว่า 20 เท่า จากปัจจัยเกื้อหนุนหลายประการ อาทิ (1) โครงสร้างพื้นฐาน อาทิ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยเมืองเซี่ยเหมินเคยได้รับรางวัลเป็น 1 ใน 5 เมืองแห่งการพัฒนาอินเทอร์เน็ตคุณภาพสูง และมีจำนวน Domain สูงเป็นอันดับต้น ๆ ในจีน (2) ความพร้อมด้านบุคลากร

*อุตสาหกรรมเกมเมืองเชียงใหม่เริ่มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องภายหลังจากการออกนโยบายเพิ่มความเข้มงวดในการอนุมัติเกมออนไลน์ของจีนในปี 2560*

โดยเมืองเซี่ยเหมินมีการเปิดการเรียนการสอนสาขาการออกแบบเกมและแอนิเมชัน การออกแบบสื่อดิจิทัลที่มหาวิทยาลัยหลายแห่ง อาทิ มหาวิทยาลัยเซี่ยเหมิน มหาวิทยาลัยจีเหมย์ และมหาวิทยาลัยหัวเฉียว (3) เป็นฐานรองรับการลงทุนของผู้ประกอบการเกมจากได้วันจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงต้นทศวรรษที่ 90 ส่งผลให้อุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันของเมืองเซี่ยเหมินเติบโตอย่างต่อเนื่อง

**โซนที่ตั้งหลัก** บริษัทเกมจำนวนมากเลือกจัดตั้งธุรกิจที่เมืองเซี่ยเหมิน เพื่อขยายการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศโดยที่ที่ตั้งหลักของคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันในเมืองเซี่ยเหมินคือ Xiamen Software Park ซึ่งมีการก่อสร้างฐานอุตสาหกรรมวิจัยและพัฒนาซอฟต์แวร์ และฐานอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันด้วยเงินลงทุนจำนวน 4.6 หมื่นล้านหยวน สามารถรองรับวิสาหกิจได้ 2,000 รายและบุคลากรกว่า 200,000 คน โดย Xiamen Software Park ถูกกำหนดให้เป็นฐานอุตสาหกรรมแอนิเมชันแห่งชาติของจีน และเป็นที่ตั้งของบริษัทเกมและแอนิเมชันรายใหญ่ อาทิ บริษัท G-BITS Network Technology (Xiamen) จำกัด บริษัท MIGU จำกัด และบริษัท Feiyu Technology International จำกัด นอกจากนี้

Xiamen Software Park ยังเป็นพื้นที่จัดงานเทศกาลแอนิเมชันนานาชาติประจำปีของเซี่ยเหมิน ซึ่งแต่ละปีมีบริษัทแอนิเมชันและเกมเข้าร่วมผ่านระบบออนไลน์และออฟไลน์ประมาณ 10,000 รายจาก 60 ประเทศทั่วโลก กิจกรรมภายในงานประกอบด้วย การจัดการแข่งขันออกแบบเกมต่างๆ เช่น การแข่งขันประกวดการผลิตแอนิเมชัน “รางวัลปลาโลมาทองคำ” ซึ่งเป็นเวทีการประกวดที่ได้รับการยอมรับจากสมาคมแอนิเมชันนานาชาติ (Association Internationale du Film d'Animation - ASIFA)

นอกจากนั้น เมืองเซี่ยเหมินเป็นที่ตั้งของศูนย์ NetEase Xiamen Digital Industry Center ซึ่งจัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2563 โดยการร่วมลงทุนระหว่างรัฐบาลเซี่ยเหมินและบริษัท NetEase, Inc.



Xiamen Software Park



งานเทศกาลแอนิเมชันนานาชาติของเมืองเซี่ยเหมิน ครั้งที่ 14 ประจำปี 2564 มีผู้เข้าร่วมมากกว่า 100,000 คน

ผู้วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตชั้นนำของจีนจากนครหางโจว มณฑลเจ้อเจียง เพื่อเป็นศูนย์การวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันแห่งใหม่ของเซี่ยเหมิน โดยมีการบริการด้านการวิจัยและพัฒนาเกมแก่บริษัทเกมขนาดเล็กและขนาดกลาง เพื่อส่งเสริมขีดความสามารถของบริษัทเกม

SMEs ในการขยายตลาดส่งออกไปยังต่างประเทศมากยิ่งขึ้น ปัจจุบัน มีบริษัทเกมและแอนิเมชันกว่า 20 ราย ที่จัดตั้งสำนักงานภายในศูนย์ฯ

บริษัทที่มีศักยภาพ ปัจจุบันเมืองเซี่ยเหมินมีบริษัทเกมและแอนิเมชันทั้งหมดประมาณ 300 ราย โดยมีบริษัทที่มีศักยภาพด้านการผลิตเกมและแอนิเมชันที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ทั้งหมด 22 ราย หรือร้อยละ 80 ของมูลค่าการผลิตทางอุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันของทั้งเมือง อาทิ บริษัท G-BITS Network Technology (Xiamen) จำกัด เป็นบริษัทเกมรายใหญ่ที่สุดของเมืองเซี่ยเหมิน สร้างรายได้จำนวน 4.6 พันล้านหยวนในปี 2564 เพิ่มขึ้นร้อยละ 68 บริษัท 4399 Network จำกัด เป็นบริษัทเกมรายใหญ่เป็นอันดับ 2 ของเมืองเซี่ยเหมิน โดยในปี 2564



NetEase Xiamen Digital Industry Center

สร้างรายได้จากการส่งออกเกมสูงเป็นอันดับ 8 ของจีน บริษัท Qingci Game Digital Technology (Xiamen) จำกัด มีความโดดเด่นด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเกมใหม่ ๆ อาทิ เกม “The Marvelous Snail” ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ในกลุ่มวัยรุ่นชาวจีน บริษัท Xiamen Dianchu Technology จำกัด ผู้ผลิตเกมออนไลน์ รายใหญ่ของเซี่ยเหมิน และเป็นบริษัทที่ผลิตเกมออนไลน์แข่งแกร่ง 100 อันดับแรกของจีน และบริษัท Xiamen Yaji Software จำกัด ผู้วิจัยและผลิตซอฟต์แวร์รายใหญ่ และเป็นผู้ผลิตซอฟต์แวร์สำหรับสร้างเกม “Cocos Engine” ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดสูงเป็นอันดับ 2 ของโลก ทั้งนี้ ล่าสุดในเดือนกันยายน 2565 บริษัทเปิดตัวเกมใหม่ “Yang Le Ge Yang หรือ Sheep and Sheep” เป็นเกมจับคู่บนแพลตฟอร์มมินิโปรแกรมของ WeChat ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในสื่อสังคมออนไลน์ของจีน โดยมี ผู้ค้นอ่านหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเกมดังกล่าวติดอันดับต้น ๆ ของ Weibo มากกว่า 6 พันล้านครั้ง

นอกจากนี้ เมืองเซี่ยเหมินยังเป็นแหล่งรองรับการลงทุนจากบริษัทเกมและแอนิเมชันรายใหญ่หลายรายจากเมืองที่มีศักยภาพด้านเกมและแอนิเมชันอย่างเซี่ยงไฮ้และหางโจว อาทิ บริษัท Hangzhou Electronic



เกม Yang Le Ge Yang



Soul Network Technology จำกัด และบริษัท 37 Interactive Entertainment (Shanghai) Technology จำกัด

โดยสรุป อุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันของเมืองเซี่ยเหมินมีศักยภาพในการเติบโตสูงจากปัจจัยส่งเสริมด้านนโยบายที่ส่งเสริมการดึงดูดบริษัทเกมและแอนิเมชันชั้นนำมาลงทุน การเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของบริษัทเกมรายใหญ่และการบ่มเพาะวิสาหกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง รวมทั้งพัฒนาขีดความสามารถของ SMEs เกมผ่าน การร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาเกมกับบริษัทรายใหญ่ที่มีศักยภาพ ทำให้เมืองเซี่ยเหมิน



เกมและแอนิเมชันที่ได้รับความนิยมอย่างมากในจีนผลิตโดยบริษัทในเมืองเซี่ยเหมิน

สามารถสร้างคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเกมและแอนิเมชันที่แข็งแกร่งของมณฑลฝูเจี้ยน ขณะที่อุตสาหกรรมเกมเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายในแผนการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลของไทย โดยปัจจุบันไทยถือเป็นตลาดเกมที่นำจับตามอง เนื่องจากมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จำนวนผู้เล่นเกมไทยสูงกว่า 30 ล้านคน หรือร้อยละ 40 ของประชากรทั้งประเทศ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมเกมไทยยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมากโดยไทยต้องเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์และดิจิทัลเพื่อรองรับการพัฒนาเกมและแอนิเมชันที่ต้องอาศัยเทคโนโลยี



ขั้นสูงและมีความซับซ้อน รวมทั้งการส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการรายย่อยและนักพัฒนาเกมรุ่นใหม่ ดังนั้น ไทยควรเร่งสร้างโอกาสจากการเป็นตลาดเกมอันดับต้น ๆ ในอาเซียนด้วยการเร่งส่งเสริมความร่วมมือกับวิสาหกิจจีนด้านการค้าและการลงทุน รวมทั้งความร่วมมือเพื่อพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้อง อาทิ เทคโนโลยีซอฟต์แวร์และดิจิทัล และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เพื่อพัฒนาบุคลากรด้านเกมและดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาห่วงโซ่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น



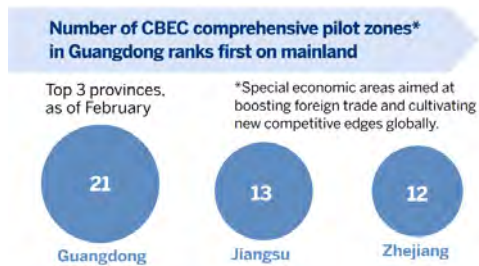
E-Commerce

พาณิชย์  
อิเล็กทรอนิกส์  
ข้ามพรมแดน  
ณ มณฑลกว่างตุ้ง  
กับโอกาสและ  
ความท้าทาย  
ของไทย



ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-Border E-Commerce: CBEC) ได้กลายเป็นแรงผลักดันทางเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ของมณฑลกว่างต้ง โดยเฉพาะต่อการรักษาเสถียรภาพของการค้ากับต่างประเทศ รัฐบาลมณฑลกว่างต้งและเมืองต่างๆ ในมณฑลกว่างต้งต่างให้ความสำคัญต่อการพัฒนา CBEC และได้ประกาศมาตรการเพื่อส่งเสริมการพัฒนาของ CBEC อย่างต่อเนื่อง

กรมพาณิชย์มณฑลกว่างต้งระบุ ปริมาณการนำเข้าและส่งออกในรูปแบบ CBEC ของมณฑลกว่างต้งคิดเป็นร้อยละ 40 ของมูลค่าการนำเข้าและส่งออกในรูปแบบ CBEC ทั้งหมดของจีน โดยนับตั้งแต่ปี 2559 - 2564 มณฑลกว่างต้งมีอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม CBEC เฉลี่ยร้อยละ 92.1 ต่อปี โดยเมื่อปี 2559



มูลค่าการค้ากับต่างประเทศในรูปแบบ CBEC มีมูลค่ากว่า 22,800 ล้านหยวน (ประมาณ 3,534 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และเมื่อปี 2564 เพิ่มขึ้นเป็น 331,000 ล้านหยวน (ประมาณ 51,317 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยมีมณฑลกว่างต้งมีจำนวนวิสาหกิจที่ดำเนินธุรกิจด้านการบริการ CBEC กว่า 1 แสนราย มากที่สุดในจีน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 ของบริษัท CBEC ทั้งหมดในจีน และมีคลังสินค้าในต่างประเทศกว่า 300 แห่ง อีกทั้ง ปัจจุบัน มณฑลกว่างต้งเป็นที่ตั้งของโครงการเขตนำร่องบูรณาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน 21 แห่ง มากที่สุดในจีน ครอบคลุมทั้ง 21 เมืองในมณฑลกว่างต้ง

### มณฑลกว่างต้ง ตัวเลือกของวิสาหกิจ CBEC

ศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาโกลบอล (Glocal Research And Consultancy Services) เผยข้อมูลการจัดหาเงินทุนและการลงทุนของวิสาหกิจด้าน CBEC

พบว่า เมื่อระหว่างเดือน ม.ค. - ส.ค. 65 จีนมีการลงทุนจัดตั้งวิสาหกิจ CBEC เพิ่มขึ้น 101 แห่ง คิดเป็นเงินลงทุนกว่า 16,800 ล้านหยวน (2,604 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยมีมณฑลกว่างต้งเป็นที่ตั้งของวิสาหกิจ CBEC รายใหม่ 47 แห่งมากที่สุดในจีนในจำนวนดังกล่าว เป็นวิสาหกิจที่ตั้งอยู่ที่เมืองเซินเจิ้น 33 แห่ง และนครกว่างโจว 10 แห่ง

รายงานดังกล่าว ยังเปิดเผยสาเหตุสำคัญที่ทำให้มณฑลกว่างต้งกลายเป็นที่ตั้งของบริษัทอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนจำนวนมากหลายประการ ได้แก่ (1) มณฑลกว่างต้งมีการพัฒนาด้านอีคอมเมิร์ซในระดับค่อนข้างสูง และมาเก๊า ทำให้มีห่วงโซ่อุตสาหกรรมและโลจิสติกส์ที่สมบูรณ์และเกื้อหนุนกัน (3) มณฑลกว่างต้งมีความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจมากเป็นอันดับ 1 ของจีน

*กรมพาณิชย์มณฑลกว่างต้งระบุว่า ปริมาณการนำเข้าและส่งออกในรูปแบบ CBEC ของมณฑลกว่างต้งคิดเป็นร้อยละ 40 ของมูลค่าการนำเข้าและส่งออก*

ติดต่อกันกว่า 36 ปี และ (4) มณฑลกว่างต้งเป็นฐานการผลิตสินค้าที่สำคัญ โดยเฉพาะสินค้าเทคโนโลยี เครื่องจักร และมอเตอร์ไฟฟ้า สินค้าปิโตรเคมี สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป อาหาร และเครื่องดื่ม และสินค้าวัสดุก่อสร้าง เป็นต้น

นาย Zhang Yi ผู้บริหารของ iiMedia Consulting Group ซึ่งทำการวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจอีคอมเมิร์ซมาเป็นเวลานาน กล่าวในการให้สัมภาษณ์กับนักข่าว





จากสำนักข่าว Yangcheng Evening News ว่า มณฑลกว่างตุ้งได้รับอนุมัติให้ดำเนินโครงการเขตนำร่องบูรณาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนครอบคลุมทั้ง 21 เมือง

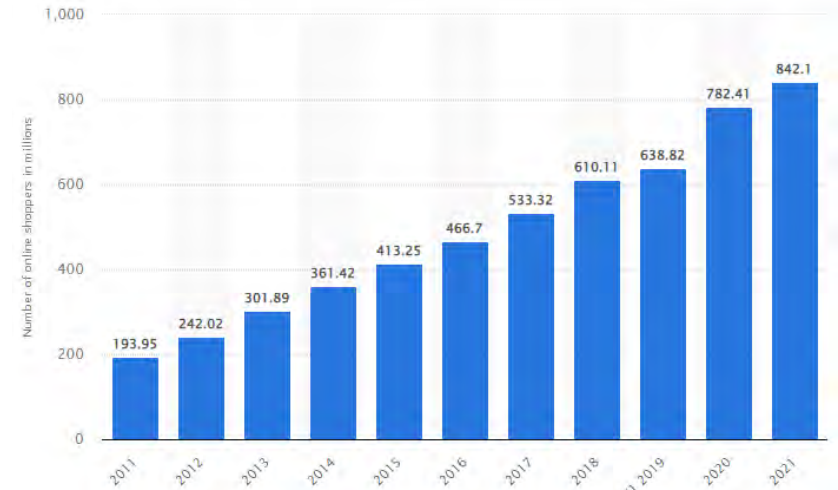
จากสำนักข่าว Yangcheng Evening News ว่า มณฑลกว่างตุ้งได้รับอนุมัติให้ดำเนินโครงการเขตนำร่องบูรณาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนครอบคลุมทั้ง 21 เมือง นับว่าเป็นการต่อยุ่บเทาและความสำคัญของมณฑลกว่างตุ้งในอุตสาหกรรม CBEC ของจีน และเป็นโอกาสทางเศรษฐกิจที่สำคัญของมณฑลกว่างตุ้งและกล่าวว่า ในอีก 3 - 5 ปีข้างหน้าพัฒนาการอุตสาหกรรม CBEC ของมณฑลกว่างตุ้งจะกลายเป็นต้นแบบของการพัฒนา CBEC ของจีน ซึ่งนับว่ามีความสำคัญต่อการรักษาเสถียรภาพทางการค้ากับต่างประเทศและอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนของจีน

### โอกาสของไทย

การจำหน่ายสินค้าบนแพลตฟอร์ม CBEC ของจีน นับว่าเป็นการสร้างโอกาสให้กับสินค้าจากต่างประเทศ

ให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคชาวจีนได้ง่ายขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการและนักธุรกิจของไทยที่สนใจจะนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในจีนอาจพิจารณาศึกษา CBEC เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางจำหน่ายสินค้าในจีนที่สะดวกและรวดเร็วกว่าเดิม โดยศูนย์ BIC เห็นว่า CBEC จะสามารถเปิดโอกาสสำคัญดังนี้

1. โอกาสของสินค้าไทยในการเข้าถึงตลาดผู้บริโภคชาวจีนได้ง่ายขึ้น จีนนับว่ามีตลาดผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก โดยเมื่อปี 2549 จีนมีผู้ซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์เพียง 34 ล้านคน และเพิ่มขึ้นเป็น 841 ล้านคนเมื่อปี 2564 อีกทั้ง จีนยังมีนโยบายส่งเสริมการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม CBEC โดยการกำหนดโควตา การซื้อสินค้าโดยไม่ต้องเสียภาษีในมูลค่าที่กำหนด



และการยกเว้นภาษีและเอกสารให้แก่สินค้าที่จำหน่ายผ่านแพลตฟอร์ม CBEC ยิ่งทำให้ผู้บริโภคชาวจีนมีโอกาที่จะซื้อสินค้าของไทยได้ง่ายยิ่งขึ้น

2. โอกาสสร้าง Brand Awareness ในตลาดจีน เว็บไซต์ adchina.io เผยว่า ผู้บริโภคชาวจีนกว่าร้อยละ 68 เชื่อว่าสินค้าจากต่างประเทศคุณภาพดีกว่าสินค้าจีน โดยเฉพาะสินค้าแฟชั่นและเครื่องสำอาง ในมณฑลกว่างตุ้ง ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักและคุ้นเคยกับสินค้าไทยซึ่งรับว่าเป็นข้อได้เปรียบของผู้ประกอบการที่ต้องการนำสินค้าใหม่เข้ามาทำตลาดในจีน และเป็นปัจจัยส่งเสริมในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ของแบรนด์ให้แก่ผู้บริโภคชาวจีนได้อีกทางหนึ่งด้วย

3. โอกาสในการลดต้นทุนการขยายธุรกิจออนไลน์ โดยผู้ประกอบการที่

ต้องการจะเข้ามาทำตลาดสินค้าในจีนสามารถเปิดร้านหน้าบนแพลตฟอร์ม CBEC ในขณะที่ การจำหน่ายสินค้าผ่านทาง CBEC บริษัทไทยไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาตประกอบกิจการ หรือการจดทะเบียนบริษัทในจีนก็สามารถเปิดร้านบนแพลตฟอร์ม CBEC เพื่อจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคชาวจีนได้ แทนการเข้ามาเช่าพื้นที่อาคารเพื่อเปิดร้านในจีน นอกจากนี้ยังสามารถลดต้นทุนและระยะเวลานำเข้าสินค้า โดยการซื้อสินค้ารายการเดียวมูลค่าต่ำกว่า 5,000 หยวน หรือมูลค่าการซื้อต่อปีต่ำกว่า 26,000 หยวน จะได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าและสามารถลดภาษีมูลค่าเพิ่มได้ 30 เปอร์เซ็นต์ ทำให้การดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าในจีนสามารถทำได้สะดวกกว่าการค้ารูปแบบเดิม

## ความท้าทาย

**1. การแข่งขันที่รุนแรง** CBEC เป็นช่องทางการค้าที่เปิดโอกาสให้สินค้าจากทั่วโลกสามารถเข้าถึงตลาดจีนได้ง่ายขึ้น ทำให้ผู้บริโภคว่าจีนมีโอกาสตัวเลือกสินค้าประเภทเดียวกันจากผู้ผลิตที่หลากหลายมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการไทยที่ต้องการนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายจะต้อง “กำหนดและทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย” ก่อนนำไปปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สินค้าตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นกว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันจากผู้ผลิตอื่น

**2. ต้นทุนแฝง** ถึงแม้ว่าการจำหน่ายสินค้าผ่าน CBEC จะสามารถดำเนินการได้ง่ายและสะดวกกว่าการค้าแบบออฟไลน์ แต่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับต้นทุนแฝง อาทิ (1) ค่ามัดจำ (Deposit fee) ประมาณ 10,000 - 300,000 ดอลลาร์สหรัฐ ขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มและประเภทสินค้าที่จำหน่าย โดยร้านค้าจะต้องวางมัดจำกับแพลตฟอร์มเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายกรณีที่เกิดการคืนหรือยกเลิกการซื้อสินค้า (2) ค่าบริการรายปี (Annual service fee) ประมาณ 1,000 - 10,000 ดอลลาร์สหรัฐ (3) ค่าบริการการจัดการสินค้า กรณีที่จัดส่งสินค้าจากคลังสินค้า



ที่จัดเก็บไว้ในคลังสินค้าที่ขนส่งมาในจีน และ (4) ค่าใช้จ่ายกรณีที่สินค้าที่จัดเก็บไว้ในคลังสินค้าที่ขนส่งมาหมดอายุ เป็นต้น โดยผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาและสอบถามข้อมูลจากแพลตฟอร์มที่สนใจ เพื่อนำข้อมูลไปเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายและรูปแบบของการจำหน่ายสินค้าที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อให้การจำหน่ายสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์ม CBEC ดำเนินไปอย่างราบรื่นและมีค่าใช้จ่ายอยู่ในงบประมาณที่กำหนด

**3. พฤติกรรมทางการตลาดในจีน** มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเดิมการทำตลาดในจีนนิยมใช้ประโยชน์จาก Baidu SOE ซึ่งภายหลังนักการตลาดหันมาเปิดช่องทางทางการตลาดในโซเชียลมีเดีย อาทิ Weibo และ WeChat รวมถึงยุคของการ Live ขายสินค้า โดยการว่าจ้าง KOL องค์กรที่ดี ปัจจุบัน

นักการตลาดจีนหันมาใช้ TikTok หรือ Douyin หรือ RED (Xiao Hong Shu) เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคโดยใช้ประโยชน์จากอัลกอริทึมและปัญญาประดิษฐ์บนแพลตฟอร์ม ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการจะดำเนินกิจกรรมทางการตลาดควรพิจารณาแพลตฟอร์มและรูปแบบการดำเนินกิจกรรมที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งการทำตลาดที่ถูกต้องจะนำมาซึ่งความสำเร็จในการเพิ่มยอดขายและการขยายตลาดสินค้าอื่น ๆ ในอนาคต

## บทสรุป

CBEC เป็นอีกหนึ่งช่องทางการค้ากับจีนที่ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญและพิจารณาศึกษาข้อมูลเพื่อเป็นการขยายตลาดสินค้าของไทยให้สามารถเข้ามาจำหน่ายในจีนมากขึ้น



ซึ่งการศึกษาข้อมูลของแพลตฟอร์มต่าง ๆ รวมถึงพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคยังคงเป็นกุญแจสำคัญที่อาจทำให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จในจีน

อย่างไรก็ดี นโยบาย CBEC ของจีนไม่เพียงแต่สนับสนุนการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในจีนเท่านั้น CBEC ยังสนับสนุนให้ SMEs จีนส่งออกสินค้าเพื่อจำหน่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ในต่างประเทศ ขณะเดียวกันรัฐบาลยังสนับสนุนให้บริษัทที่ดำเนินธุรกิจแพลตฟอร์มจำหน่ายสินค้าของจีนขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศด้วย โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจีนได้มอบสิทธิประโยชน์ด้านภาษี อาทิ การยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) และภาษีผู้บริโภค (CT) สำหรับสินค้าที่ส่งออกไปจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ในต่างประเทศ รวมถึงยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล (CIT) ให้แก่วิสาหกิจขนาดเล็ที่ดำเนินธุรกิจ CBEC และมีรายได้ปีละไม่เกิน 1 ล้านบาท (148,080 ดอลลาร์สหรัฐ) ซึ่งนโยบายดังที่กล่าวมานี้ ทำให้ราคาสินค้าจากจีนที่จำหน่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ในไทยมีราคาที่ถูกลงกว่าเมื่อเทียบกับราคาสินค้าไทย ดังนั้นผู้ประกอบการไทยควรใช้ประโยชน์จากนโยบายในการนำสินค้าไทยเข้ามาขายในตลาดจีนมากขึ้น เพื่อให้ไทยเศรษฐกิจไทยมีดุลการค้าที่เพิ่มสูงขึ้นต่อไป



ศึกษาศักยภาพ  
เศรษฐกิจนครเจิ้งตู  
เมืองที่คว้าอันดับ 1  
ในการจัดอันดับ  
“เมืองที่ดึงดูด  
การลงทุน  
มากที่สุดของจีน”  
ต่อเนื่อง 10 สมัย

หลายคนอาจเคยได้ยินชื่อ “นครเจียงตู มณฑลเสฉวน” ในฐานะบ้านเกิดของ หมี่แพนด้า เมืองแห่งความเผ็ดซาของ หม้อไฟหม่าล่าเสฉวน แต่อาจไม่รู้ว่านครเจียงตูมีดีมากกว่านั้น จากการเป็นเมืองแรกที่ตอบสนองแนวคิด “เมืองแห่งสวนสาธารณะ” สู่การเป็นพื้นที่สาธิตการสร้างเมืองในสวนของจีน ทำให้นครเจียงตูกลายเป็นเมืองที่มีการจัดการสภาพแวดล้อมของเมืองที่ดีจนสามารถดึงดูดประชากรจากทั่วสารทิศเข้ามาลงหลักปักฐานในเมืองแห่งความสุขแห่งนี้... ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีนจะขอแนะนำข้อมูลเพื่อแสดงให้ทุกคนได้เห็นถึงศักยภาพและความสำเร็จของนครเจียงตูในอีกด้านที่ท่านอาจไม่เคยรู้มาก่อน...

ปัจจุบัน จีนกำลังมุ่งมั่นพัฒนาเศรษฐกิจในภาคตะวันตกของจีนอย่างเต็มกำลัง และนครเจียงตูจัดเป็นเมืองที่มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดและมีศักยภาพทางเศรษฐกิจจัดอยู่ในอันดับต้น ๆ ของจีนตะวันตก

ล่าสุดเมื่อวันที่ 2 เมษายน 2566 Global Times จัดงาน “THE 3RD GLOBAL PROMOTION EVENT FOR FOREIGN BUSINESS INVESTMENT ATTRACTION” ณ กรุงปักกิ่งมีการรายงานดัชนีความน่าดึงดูดการลงทุนของจีนและนครเจียงตูคว้าอันดับ 1 ในการจัดอันดับเมืองที่ดึงดูดการลงทุนที่ดีที่สุดของจีน ประจำปี 2565 “2022 China’s Most Attractive Cities for Investment”



ตามรายงาน นับตั้งแต่ปี 2554 ที่ “Global Times” เริ่มมีการประเมินและจัดอันดับมายาวนาน **นครเจียงตูสามารถครองตำแหน่ง “เมืองที่ดึงดูดการลงทุนมากที่สุดของจีน” มา นับตั้งแต่ปี 2556 - 2565 ต่อเนื่อง 10 สมัย** ในปีนี้ เขตพัฒนาเศรษฐกิจใหม่เจียงตูตะวันออกได้รับการจัดอันดับให้เป็น “10 เขตพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ที่มีมูลค่าการลงทุนสูงสุดของจีน ประจำปี 2565” เขตชิงไปเจียงและเมืองเฉิงโจวของนครเจียงตูได้รับเลือกให้เป็น “10 เมือง/เขตที่มีสภาพแวดล้อมด้านการลงทุนคุณภาพดีที่สุดของจีน ประจำปี 2565” เขตพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีเจียงตูได้รับเลือกให้เป็น “เขตอุตสาหกรรมที่ดึงดูดการลงทุนที่สุดของจีน ประจำปี 2565” และเขตเศรษฐกิจใหม่เทียนฝู

ได้รับเลือกเป็น “เขตเศรษฐกิจใหม่ที่ดึงดูดการลงทุนที่สุดของจีน ประจำปี 2565” โดยนครเจียงตูได้รับการประเมินด้วยคะแนนที่โดดเด่นใน 2 ตัวชี้วัด คือ สภาพแวดล้อมการลงทุนและระดับความเป็นสากล ด้วยคะแนนประเมิน 98.19 และ 98.01 ตามลำดับ และอีก 4 ตัวชี้วัดก็ได้รับการประเมินในระดับคะแนนที่ดีเช่นกัน โดยด้านทรัพยากรมนุษย์ความมั่นคงในการดำรงชีวิตของประชาชน ความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง และความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจได้รับคะแนนประเมิน 97.86, 97.08, 95.22 และ 94.53 ตามลำดับ ด้วยข้อได้เปรียบที่ชัดเจนเหล่านี้ทำให้นครเจียงตูได้รับการจัดอันดับเป็นเมืองดึงดูดการลงทุนอันดับที่ 1 ครองแชมป์ต่อเนื่องเป็นสมัยที่ 10

จากข้อมูลของสำนักส่งเสริมการลงทุนนครเจียงตู แสดงให้เห็นว่า นับตั้งแต่เดือนมกราคม-ธันวาคม 2565 นครเจียงตูได้ลงนามในสัญญาเพื่อเปิดตัวโครงการหลักกว่า 378 โครงการ มูลค่าการลงทุนรวม 723,759 ล้านหยวน โดยในบรรดาโครงการที่เปิดตัวในปีที่แล้วมี 131 โครงการที่มีมูลค่ามากกว่า 3,000 ล้านหยวน โดยมีการลงทุนรวม 610,378 ล้านหยวน และการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) อยู่ที่ 2,590 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จัดอยู่ในระดับแนวหน้าของภาคกลางและ

## นครเจียงตู อันดับ 1

### “เมืองที่ดึงดูดการลงทุนที่สุดของจีน”

- เขตพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยีเจียงตูได้รับเลือกเป็น “เขตอุตสาหกรรมที่ดึงดูดการลงทุนที่สุดของจีน ประจำปี 2565”
- เขตพัฒนาเศรษฐกิจใหม่เจียงตูตะวันออกได้รับเลือกเป็น “10 เขตพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ที่มีมูลค่าการลงทุนสูงสุดของจีน ประจำปี 2565”
- เขตชิงไปเจียง/เมืองเฉิงโจวได้รับเลือกเป็น “10 เมือง/เขตที่มีสภาพแวดล้อมด้านการลงทุนคุณภาพดีที่สุดของจีน ประจำปี 2565”
- เขตเศรษฐกิจใหม่เทียนฝูได้รับเลือกเป็น “เขตเศรษฐกิจใหม่ที่ดึงดูดการลงทุนที่สุดของจีน ประจำปี 2565”

ภาคตะวันตกของจีน คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 73 ของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของทั้งมณฑล

**เพราะเหตุใด นครเฉิงตูจึงสามารถครองตำแหน่งเมืองที่ดึงดูดการลงทุนมาอย่างยาวนานกว่า 10 สมัย และสามารถดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศได้จำนวนมาก**

ในฐานะที่เป็นเมืองชั้นหนึ่งใหม่ (New first-tier cities) นครเฉิงตูมุ่งมั่นส่งเสริมสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มุ่งเน้นตลาด ถูกกฎหมาย เป็นสากล และสะดวกสบาย โดยมีการสร้างห่วงโซ่อุตสาหกรรมให้แข็งแกร่งในหลายด้าน อาทิ อุตสาหกรรมข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์ การบินและอวกาศ การแพทย์และสุขภาพ การขนส่งทางรถไฟ อุตสาหกรรมรถยนต์ วัสดุใหม่ เศรษฐกิจดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ ฯลฯ โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา นครเฉิงตูได้ส่งเสริมการพัฒนาแบบเปิดและเชื่อมโยงทรัพยากรทั่วโลกด้วยกลยุทธ์การพัฒนา ดังนี้

**• กลยุทธ์การขยายช่องทางโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ** นครเฉิงตูได้ปรับปรุงและขยายท่าอากาศยานนานาชาติเฉิงตูชวงหลิว และเปิดใช้งานท่าอากาศยานนานาชาติเฉิงตูเทียนฝู และได้กลายเป็นเมืองที่ 3 ในจีนที่มีท่าอากาศยานนานาชาติ 2 แห่ง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ได้เปิดเส้นทาง

การขนส่งผู้โดยสารและขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (ระดับภูมิภาค) ใหม่ 43 เส้นทาง โดยในปี 2565 ได้เป็นเมืองที่มีปริมาณผู้โดยสารทางอากาศจัดอยู่ในอันดับ 1 ของจีน นายหลี่ เว่ยหราน รองผู้อำนวยการคณะกรรมการการจัดการเขตเศรษฐกิจการบินเฉิงตูชวงหลิว กล่าวว่า เขตชวงหลิววางแผนก่อตั้งเขตเศรษฐกิจสนามบินนานาชาติเฉิงตูในอนาคต โดยจะสร้างเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องบิน อุตสาหกรรมการบำรุงรักษาเครื่องบิน และอุตสาหกรรมบริการการบินสมัยใหม่ นอกจากนี้ ยังมีเส้นทางรถไฟความเร็วสูง อาทิ รถไฟจีน-ยุโรป รถไฟจีน-ลาว รถไฟจีน-เวียดนาม ที่เชื่อมกับนครเฉิงตูเชื่อมโยงไปยัง 100 เมืองในต่างประเทศด้วย



**• กลยุทธ์ความร่วมมือแบบรวมกลุ่ม** นครเฉิงตูอยู่ระหว่างการเร่งรัดการก่อสร้างอุทยานความร่วมมือร่วมกับต่างประเทศระดับชาติ 6 แห่ง อาทิ จีน-อิตาลี จีน-ฝรั่งเศส สิงคโปร์-เสฉวน เป็นต้น และกำลังเร่งก่อสร้างโครงการสาธิตความร่วมมือแบบเปิดของอุตสาหกรรมบริการสมัยใหม่ และปริมาณการนำเข้าและส่งออกทั้งหมดของ Chengdu High-tech Comprehensive Bonded Zone จัดอยู่ในอันดับ 1 ของจีน เป็นเวลา 5 ปีติดต่อกัน

**• กลยุทธ์ขยายขอบเขตความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศ** นครเฉิงตูได้รับการอนุมัติให้เป็นฐานการส่งออกบริการด้านวัฒนธรรม ข้อมูลดิจิทัล และทรัพยากร

บุคคลแห่งชาติ โดยได้รับเลือกให้เป็นเขตนำร่องการขยายและเปิดอุตสาหกรรมบริการครบวงจรแห่งชาติ นอกจากการขยายความร่วมมือแล้ว นครเฉิงตูยังนำกลยุทธ์ในการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ เพื่อขยายขอบเขตความร่วมมือด้านการค้าและการลงทุนกับต่างประเทศ อาทิ งานประชุมสัมมนาความร่วมมือการลงทุนการค้าด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจีน-ยุโรป งานมหกรรมแสดงสินค้า Western China International Expo ซึ่งนับเป็นกำลังสำคัญที่ส่งเสริมให้นครเฉิงตูประสบความสำเร็จในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ โดยมีบริษัทใหม่จากต่างประเทศเข้ามาลงทุนกว่า 566 แห่ง และมีบริษัทที่ติดอันดับ Fortune 500 เพิ่มขึ้นอีก 34 แห่งรวมเป็น 315 แห่งในปัจจุบัน

**• กลยุทธ์ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ** ปัจจุบันนครเฉิงตูมีสถานกงสุลใหญ่ต่างประเทศที่ได้รับ การอนุมัติให้ก่อตั้งสำนักงานที่นครเฉิงตูเพิ่มขึ้นอีก 8 แห่ง รวมเป็น 23 แห่ง ซึ่งจัดอยู่ในลำดับต้น ๆ ของเมืองในภาคกลางและตะวันตกของจีน นอกจากนี้ จำนวนเมืองที่เมืองนึ่งกับต่างประเทศก็เพิ่มขึ้นเป็น 105 แห่งโดยนครเฉิงตูได้มีการลงนามเป็นเมืองพี่เมืองน้องกับ 3 จังหวัดของไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และอุบลราชธานี

## แชมป์ “เมืองที่มีความสุขที่สุดของจีน” 14 สมัยติดต่อกัน

เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2565 ในงาน The “2022 China’s happiest cities” ที่นครหางโจว จัดโดย Oriental Outlook ร่วมกับ Liaowang Institute ได้มีการประกาศรายชื่อ “2022 China’s happiest cities” 10 อันดับแรก และนครเฉิงตูคว้าอันดับ 1 ในการจัดอันดับอีกครั้ง นับตั้งแต่ปี 2552 ถึงปี 2565 สามารถครองแชมป์เป็นสมัยที่ 14 ได้สำเร็จ

แม้ว่านครเฉิงตูอาจยังฟังดูใหม่สำหรับใครหลายคน แต่หลายคนคงเคยได้ยินได้รู้จักมณฑลเสฉวนมาบ้างจากการบังคับใช้ของความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน และความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) รวมถึงการลงทุนในข้อตกลงความร่วมมือโครงการสาธิตการเชื่อมต่อโครงข่ายยุทธศาสตร์จีน-สิงคโปร์ (ฉงชิ่ง) และความเชื่อมโยงทางรถไฟไปยังทวีปยุโรปผ่านเส้นทางทรังโหวพลัสที่ส่งเสริมให้มณฑลเสฉวนเป็นศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์แห่งภาคตะวันตกของจีน ส่งผลให้การค้าระหว่างมณฑลเสฉวนและไทยอยู่ในทิศทางที่ดีขึ้น ปัจจุบันบริษัทของไทยเริ่มมีการขยายกิจการสู่ภาคตะวันตกของจีนมากขึ้น เริ่มมีการเข้ามาลงทุนในมณฑลเสฉวนทั้งในด้านการบริการ อุตสาหกรรมการผลิต

เมื่อจีนเปิดประเทศ  
หลังจากช่วงโควิด-19  
ผ่านไปกว่า 3 ปี ทั้งภาครัฐ  
และภาคเอกชนได้ฟื้นฟู  
เศรษฐกิจ โดยการขยาย  
ขอบเขตทางการค้าและ  
ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

กิจการค้าปลีก-ส่ง ฟาร์ม ร้านอาหารไทย การเงิน และเครื่องดื่ม อาทิ เครื่องเจริญโภคภัณฑ์ที่ได้เข้ามาก่อตั้งโรงงานแปรรูปอาหารสัตว์ และฟาร์มสัตว์ ธนาคารกสิกรไทยที่ได้มาเปิดสาขาที่นครเฉิงตูเป็นสาขาที่ 2 ในประเทศจีน และล่าสุดกลุ่มธุรกิจ TCP ก็ได้มาก่อตั้งฐานการผลิตเครื่องดื่มกระทิ้งแดงที่มณฑลเสฉวนแล้วเช่นกัน



เมื่อจีนเปิดประเทศหลังจากที่ปิดประเทศไปในช่วงการระบาดของโควิด-19 นานกว่า 3 ปี ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนมีการทยอยยกเลิกกีดกันขยายขอบเขตความร่วมมือทางการค้าและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศขึ้นมาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจภาครัฐในหลายมณฑลของจีน รวมถึงมณฑลเสฉวนมีการนำคณะวิสาหกิจจีนเดินทางมุ่งหน้าสู่ทวีปยุโรปตลอดจนประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อฟื้นฟูความร่วมมือกับคู่ค้ารายเก่าและจับมือกับคู่ค้ารายใหม่

## สิ่งที่ผู้ประกอบการไทยควรจับตามอง

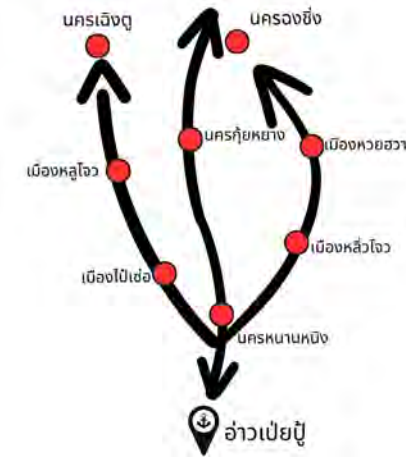
ในปี 2566 นครเฉิงตูวางแผนจะก่อสร้างศูนย์การค้าเสรีอาเซียน-จีน (เสฉวน) เพื่อสนับสนุนการพัฒนา



เศรษฐกิจแบบเปิด มุ่งมั่นเสริมความแข็งแกร่งด้านการขนส่งโลจิสติกส์ ผลักดันการเปลี่ยนแปลงศูนย์กลางการบินสู่รูปแบบ “ผู้โดยสาร+สินค้า” มากขึ้น ดึงดูดฐานบริษัทขนส่งสินค้าทางอากาศ เสริมความแข็งแกร่งของศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศ อาทิ ระบบขนส่งด่วน และระบบขนส่งโซ่ความเย็นฯลฯ พยายามเชื่อมโยงเครือข่ายช่องทาง “EU-Chengdu-ASEAN” สร้างเขตสาธิตการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบระหว่างประเทศ “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” โดยวางแผนให้มีการเดินรถไฟระหว่างประเทศมากกว่า 4,700 ขบวน และเร่งส่งเสริมการก่อสร้างเส้นทางขนส่งเชื่อมทางบกกับทางทะเลสายใหม่แห่งภาคตะวันตก (ILSTC) สายตะวันตก โดยปัจจุบันเส้นทาง ILSTC มีช่องทางหลักสามช่องทาง ได้แก่



3 เส้นทางหลักของเส้นทางการขนส่งเชื่อมทางบกและทางทะเลระหว่างประเทศสายใหม่แห่งภาคตะวันตก (จีน)



- สายกลาง : วิ่งจากนครฉงชิ่ง - นครกุ้ยหยาง มณฑลกุ้ยโจว - นครหนานหนิง เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง - อ่าวเป่ย์ปู้ (ท่าเรืออ่าวเป่ย์ปู้/ท่าเรือหยางผู่ เมืองตันโจว มณฑลไห่หนาน)
  - สายตะวันออก : วิ่งจากนครฉงชิ่ง - เมืองหวยฮวา มณฑลหูหนาน - เมืองหลิวโจว เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง - อ่าวเป่ย์ปู้
  - สายตะวันตก : วิ่งจากนครเฉิงตู - เมืองหลิวโจว/เมืองอู่ปิ่น มณฑลเสฉวน - เมืองไป๋เซ่อ เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง - อ่าวเป่ย์ปู้
- เส้นทางดังกล่าวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ระดับชาติในการพัฒนา

ความเชื่อมโยงของจีนกับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเริ่มจากภาคตะวันตกของจีน (นครฉงชิ่ง/นครเฉิงตู) ผ่านเมืองต่าง ๆ มาถึงเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง และออกสู่ทะเล นอกจากนี้ นครเฉิงตู มีเส้นทางเชื่อมโยงทางรถไฟไปยังทวีปยุโรปผ่านเส้นทางทรังโหวพลัส ได้อีกด้วย ซึ่งหากเครือข่ายเส้นทางนี้สามารถเชื่อมโยงกันได้แบบไร้รอยต่อ อาจกลายเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการขยายตลาดทางการค้าและต้องนำเข้า-ส่งออกสินค้าไปยังจีนและทวีปยุโรปได้ในอนาคต



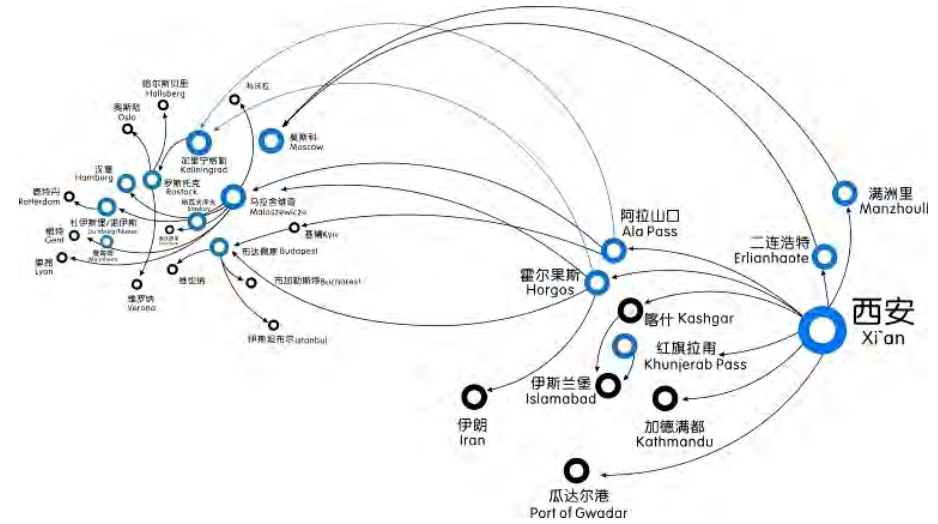
ส่อง “ฉางอันห้าว”  
ปี 2023  
ฟันเฟืองสำคัญ  
ขับเคลื่อนการค้า  
ระหว่างประเทศ  
ของนครซีอาน



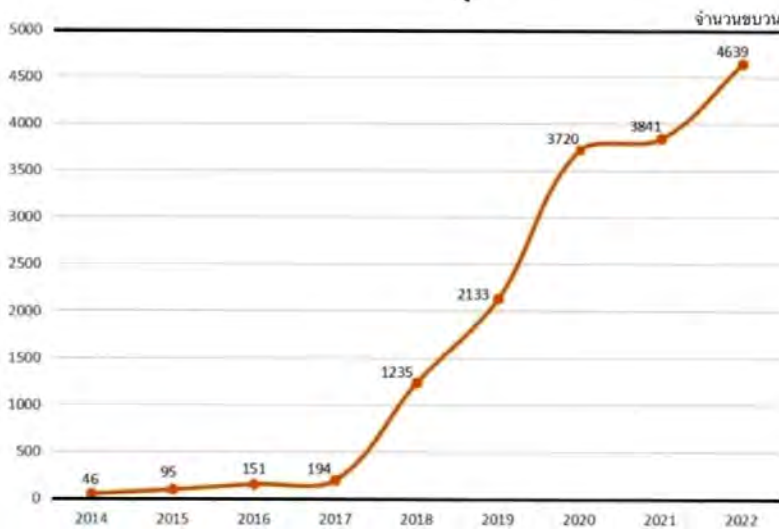
เส้นทางขนส่งสินค้านานาชาติ “ฉางอันหัวว” จักรกลสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการค้าของมณฑลส่านซี โดยมีสถานีขนส่งปลายทางที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งเอเชีย-ยุโรปโดยในปี 2022 “ฉางอันหัวว” นับว่ามีความก้าวหน้าใหม่ เนื่องจากการทดลองขนส่งสินค้าเส้นทางมุ่งลงใต้ใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีของ “ฉางอันหัวว” และกลุ่มประเทศอาเซียนที่สามารถใช้เส้นทางขนส่งสินค้านี้ในการกระจายสินค้าได้

เมื่อวันที่ 5 มกราคม 2023 ที่ผ่านมา มีการสรุปสถิติการขนส่งในปี 2022 เส้นทางขนส่งสินค้านานาชาติ “ฉางอันหัวว” (China Railway Express, Chang’An’Hao) เส้นทางขนส่งจากจีน-ยุโรปมีจำนวนเที่ยวขบวนสูงถึง 4,639 เที่ยวขบวน เพิ่มขึ้น 20.8% เมื่อเทียบกับปี 2021

นับตั้งแต่เปิดให้บริการเส้นทางขนส่งสินค้า “ฉางอันหัวว” (China Railway Express, Chang’An’Hao) ได้ให้บริการเส้นทางจีน-ยุโรปไปแล้วถึง



### สถิติ “ฉางอันหัวว” เส้นทางจีน - ยุโรป ปี 2014 - 2022



จำนวนเที่ยวขบวนของ “ฉางอันหัวว” เส้นทางจีน-ยุโรปตั้งแต่ปี 2014 - 2022  
ที่มา: <https://mp.weixin.qq.com/s/8-nuXqvi9BIQDpt1B765tw>

จุดหมายปลายทาง “ฉางอันหัวว” จีน-เอเชียกลาง-ยุโรป  
ที่มา: <https://mp.weixin.qq.com/s/8nuXqvi9BIQDpt1B765tw>

16,054 เที่ยว โดยในปี 2022 มีถึง 4,639 เที่ยว แบ่งเป็น (ยุโรป 3,974 เที่ยว และเอเชีย 665 เที่ยว) ขนส่งสินค้าไปกว่า 4.12 ล้านตัน เพิ่มขึ้น 43.3% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยในปี 2022 ที่ผ่านมา เส้นทางขนส่งสินค้า “ฉางอันหัวว” เส้นทางจีน-ยุโรปยังคงครองสถิติสูงสุดเป็นอันดับ 1 ของจีน จากตัวชี้วัดหลัก 3 ประการคือ ปริมาณการเดินรถ, ปริมาณการขนส่งสินค้า และน้ำหนักของสินค้าที่ทำการขนส่ง

### สำรวจอีกหนึ่งเส้นทางมุ่งลงใต้ อีกหนึ่งความหวังของ “ฉางอันหัวว”

ท่ามกลางสถานการณ์โลกที่มีความเปราะบางและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และเพื่อเพิ่มช่องทางการขนส่งสินค้าให้หลากหลายขึ้น จากเดิมที่มุ่งเน้นแต่การขนส่งไปยังยุโรปและเอเชียกลางเป็นหลัก ในปี 2022 “ฉางอันหัวว” ได้เริ่มเปิดให้บริการเส้นทางจีน-เวียดนาม ซึ่งใช้ประโยชน์จาก New Western Land-Sea Corridor (NWSLC) ไปยังท่าเรือพาณิชย์ในเขตกว่างซีจ้วง



รถไฟเส้นทาง “ซีอาน-เวียงจันทน์” ขบวนแรกของปี 2022  
โดยใช้ประโยชน์จากเส้นทางรถไฟจีน-ลาว  
ที่มา: <https://mp.weixin.qq.com/s/5jGGHdzPn5VVVi2tMTWHdRw>

และยังใช้ประโยชน์จากเส้นทางรถไฟจีน-ลาวที่เปิดใช้อย่างเป็นทางการเมื่อปลายปี 2021 ซึ่งถือเป็นสัญญาณที่ดีในการเริ่มการขนส่งมุ่งลงใต้ของ “ฉางอันห้าว” อย่างเป็นทางการ

นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 21 มิ.ย. 2022 “ฉางอันห้าว” ได้เปิดเส้นทางขนส่งสินค้าแบบขนส่งสินค้านำเข้า 3 ประเทศ ซึ่งถือเป็นโมเดลปฐมฤกษ์ของการใช้ประโยชน์จาก “ฉางอันห้าว” ในการเป็นข้อต่อส่งสินค้าต่อไปยังเอเชียกลาง ได้แก่ เส้นทางเวียดนาม-จีน-คาซัคสถาน (เมืองไฮฟอง-นครซีอาน-กรุงอัลมาตี) โดยใช้ประโยชน์จาก

โมเดลการขนส่งหลากหลายรูปแบบ (Multimodal Transportation) ขนส่งสินค้าจากท่าเรือไฮฟอง เวียดนาม-ท่าเรือฉินโจว เขตตากวางซีจ้วง-เส้นทางรถไฟไปยังนครฉงชิ่ง-นครซีอาน-กรุงอัลมาตี คาซัคสถาน ซึ่งถือเป็นความคืบหน้าที่โดดเด่น และอาจเป็นอีกหนึ่งช่องทางขนส่งสินค้าไทย-จีน-เอเชียกลางได้ในอนาคต

นอกจากเมื่อวันที่ 23 ส.ค. 2022 “ฉางอันห้าว” ยังเปิดให้บริการไปยังกรุงฮานอยในลักษณะเส้นทางขนส่งด่วน (Express Railway) ผ่านสถานีรถไฟผิงเซียง เขตตากวางซีจ้วง ถึงสถานีรถไฟทงเต็ง



เส้นทางส่งของจากท่าเรือชินโจว-จุดหมายต่าง ๆ ในกรอบความร่วมมือ RCEP  
ที่มา: [https://mp.weixin.qq.com/s/DoxYlc9uR7Yc9v\\_ecyuKvg](https://mp.weixin.qq.com/s/DoxYlc9uR7Yc9v_ecyuKvg)

และไปยังกรุงฮานอยของเวียดนามใช้เวลาขนส่ง 8 วัน ซึ่งถือเป็นการเพิ่มโอกาส มุ่งลงใต้แบบเส้นทางด่วนพิเศษเป็นครั้งแรก

**“ฉางอันหัว” กับโอกาส การส่งสินค้าจากเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้สู่จีน-เอเชียกลาง-ยุโรป**

ในปี 2022 “ฉางอันหัว” เส้นทางจีน-ยุโรป มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมั่นคง ทั้งในรูปแบบการขนส่งขาออก-ขาเข้า (Inbound and Outbound

Logistics) ซึ่งยังได้เพิ่มการใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือ RCEP ขนส่งสินค้าไปยังกลุ่มประเทศสมาชิก RCEP โดยในปี 2022 ศุลกากรนครซีอานได้รายงานว่าได้ทำการออกหนังสือออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าที่ออกให้ผู้ส่งออก (FormE) ไปแล้ว 46 ฉบับมูลค่ากว่า 15.53 ล้านหยวน (ประมาณ 73.46 ล้านบาท) ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ คือ ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเสื้อผ้า ผลิตภัณฑ์เคมี และขดลวดนำไฟฟ้าและสามารถพิจารณาใช้ประโยชน์จากเครือข่ายเส้นทางรถไฟจีน-



ขบวนรถไฟ “เมืองโฮฟอง-นครซีอาน-เมืองอัลมาตี” ขบวนแรก  
ที่มา: [https://mp.weixin.qq.com/s?\\_\\_biz=MzI1](https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzI1)

*ในปี 2022 ศุลกากรนครซีอาน ได้รับรายงานว่า “ฉางอันหัว” เส้นทางจีน-ยุโรป เป็นเส้นทางที่ส่งออกสินค้า โดยส่วนใหญ่ คือ ผลิตภัณฑ์ เสื้อผ้า ผลิตภัณฑ์เคมี และขดลวดนำไฟฟ้า*

ลาวจากนครซีอานมุ่งลงใต้ โดยผ่านนครฉงชิ่งไปยังสถานีคุนหมิง-นครหลวงเวียงจันทน์ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับสินค้าจีนและสินค้าที่มีฐานการผลิตในนครซีอาน ให้สามารถกระจายสินค้าสู่อาเซียนได้สะดวกและมากยิ่งขึ้นนอกเหนือจากการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายเส้นทาง NWSLC เพียงอย่างเดียว ซึ่งหากโครงการก่อสร้างรถไฟจีน-ไทยแล้วเสร็จ ก็อาจเป็นอีกหนึ่งโอกาสที่สามารถกระจายสินค้าสู่ไทยหรือประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้เช่นกัน



ขบวนรถไฟ “นครซีอาน-กรุงฮานอย”  
ที่มา: <https://www.yidaiyilu.gov.cn/xwzx/dfdt/300851.htm>



แผนการสร้างเส้นทางขนส่งสินค้าทางรางจากจีน-อาเซียน  
ที่มา: <https://www.nationthailand.com/international/30336801>



### เป้าหมายการพัฒนาปี 2023 ของ “ฉางอันหัว”

ในปี 2023 “ฉางอันหัว” ยังคงมุ่งมั่นให้บริการขนส่งที่ครอบคลุมผ่านการขนส่งหลากหลายรูปแบบ (Multimodal Transportation) อาทิ การให้เช่าตู้คอนเทนเนอร์ ที่สามารถคืนได้ที่จุดคืนตู้ตั้งในประเทศจีนยุโรป และรัสเซีย, การจัดส่งสินค้าด้วยห้องเย็นเคลื่อนที่ ถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ผู้ประกอบการที่สนใจในการขนส่ง

ของสดและมีข้อจำกัดด้าน Shelf life, แผนการปรับปรุงโครงการ China-Europe Railway Express Xi'an Assembly Center (中欧班列西安集结中心) และสร้างสถานีเส้นทางรองในเมืองรองที่มีขนาดเศรษฐกิจและศักยภาพอย่างเมืองเป่่าจี, เมืองยวี๋หลินและเมืองอันคัง เพื่อสร้างระบบการบริการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งตั้งเป้าหมายให้อัตราการนำเข้าและส่งออกของมณฑลส่านซีเติบโตเฉลี่ยมากกว่า 6% / ปี

**คณะผู้จัดทำ**  
**BIC YEARBOOK 2023**

**ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน**  
**ณ กรุงปักกิ่ง**

นายศุภชัย ธีระมังคลานนท์ (เลขาปฏิบัติการ)  
นายเหวิน ปิน  
นายพรภวิชัย พรสงเคราะห์  
นางสาวกังสดาล เฟ่ากวี

**ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน**  
**ณ นครกว่างโจว**

นางสาวพอพนธ์ ช้างเยาว์ (รองกงสุลใหญ่)  
นางสาวน้ำใส วงศ์เสรี (กงสุล)  
นายสรศักดิ์ บุณยรอด  
นางสาวพรธิรา ไชยติวิชญ์

**ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน**  
**ณ นครหนิงหมิง**

นางสาวภาวิวรรณ นรพลภท (กงสุลใหญ่)  
นางสาวศุภกชชา ศุภสวัสดิ์ ณ อยุรยา (กงสุล)  
นางสาวธิดารัตน์ วนพุกษาศิลป์  
นายโกสินทร์ บุณยวัฒน์โภคา

**ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน**  
**ณ นครเฉิงตู**

นางทิพย์วรรณ ศุภมิตรกิจจา  
(เอกอัครราชทูต ณ กรุงดาการ์)  
นางสาวสิรินทร์ สุรทินท์  
(กงสุลใหญ่ ณ นครเฉิงตู)  
นายวิธวินท์ โตเกียรติรุ่งเรือง (กงสุล)  
นางสาวชารินทร์ เทพโสภณ

**ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน**  
**ณ นครเซี่ยงไฮ้**

นางอรพินทร์ หาดขานชัยกุล (กงสุลใหญ่)  
นางสาวฐิตาภา ภาคะนันท์ (กงสุล)  
นางสาวตรีชฎา ชันตยาบุรุษย์  
นางสาวจาง เคอซัน

**ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน**  
**ณ นครหนานหนิง**

นางสาวเบญจมาศ ต้นเวทยานนท์ (กงสุลใหญ่)  
นางสาวชุตติกาญจน์ ปะการะสังข์ (กงสุล)  
นายกฤษณะ สุกันตพงศ์  
นางสาวเนตรนภา บุญมา

**ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน**  
**ณ นครเซี่ยงไฮ้**

นายณรงค์ ศิลปธรรมธาดา (กงสุล)  
นายโอภาส เหลืองดาวเรือง  
นางสาวณัฐริดา นิสกรกุลชัย

**ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน**  
**ณ เมืองเซี่ยเหมิน**

นายพีระวัฒน์ อัครปราณี (กงสุลใหญ่)  
นางสาวนิโลบล พิมพ์ดี (รองกงสุลใหญ่)  
นางสาวธิดาภา สิกธิกรไพบุลย์ (กงสุล)  
นางสาวเจิง หยวนเจิง

**ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน**  
**ณ เมืองซิงเต่า**

นางสาวนภัสพร ภักธีรชวล (กงสุลใหญ่)  
นางสาวนาฏศุภางค์ โปษยานนท์ (กงสุล)  
นางสาวณัฐฐิณี คำสวัสดิ์

**ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน**  
**ณ เมืองอ๋องกง**

นายจาตุรนต์ ไชยะคำ (กงสุลใหญ่)  
นายสรยศ คำบรรลือ (รองกงสุลใหญ่)  
นางสาวเกศกัญญา เจียรพินิจนันท์ (กงสุล)  
นาย Raymond LOK Yiu Hong

**Contact Us**  
**Thaibizchina.com**

**Thailand Business Information**  
**Center in China, Beijing**

No. 21 Guang Hua Road, Chaoyang District,  
Beijing 100600  
☎ (86-10) 8531-8728, 8531-8729, 8531-8730  
☎ (86-10) 8531-8714  
✉ bicbeijing@gmail.com

**Thailand Business Information**  
**Center in China, Guangzhou**

No. 36 Youhe Road, Chigang Consular Area,  
Haizhu District, Guangzhou, Guangdong  
510310  
☎ (86-20) 8966-0636  
☎ (86-26) 8966-0639  
✉ guangzhou@thaibizchina.com  
tbicguangzhou@gmail.com

**Thailand Business Information**  
**Center in China, Shanghai**

No. 18 Wan Shan Road, Changning District,  
Shanghai 200336  
☎ (86-21) 5260-9899  
☎ (86-21) 5260-9898  
✉ tbicshanghai@hotmail.com

**Thailand Business Information**  
**Center in China, Kunming**

18<sup>th</sup> Floor, Shuncheng Twin Towers,  
East Building, Dong Feng Xi Lu Road,  
Kunming, Yunnan 650032  
☎ (86-871) 6316-6616  
☎ (86-871) 6316-6891  
✉ kunming@thaibizchina.com

**Thailand Business Information**  
**Center in China, Chengdu**

12<sup>th</sup> Floor, Fund International Plaza  
(Building C), No. 6, Hangkong Road,  
Chengdu, Sichuan 610041  
☎ (86-28) 6689-7861 To 8035  
☎ (86-28) 6689-7863  
✉ thaiconsulate.ctu@mfa.go.th

**Thailand Business Information**  
**Center in China, Nanning**

1<sup>st</sup>-2<sup>nd</sup> Floor, Orient Manhattan Building,  
No. 52-1, Jinhu Road, Qingxiu District,  
Nanning, Guangxi 530022  
☎ (86-771) 552-6945 To 47  
☎ (86-771) 559-4997  
✉ nanning@thaibizchina.com  
nanning@hotmail.com

**Thailand Business Information**  
**Center in China, Xi 'An**

No. 11, East Diamond Peninsula,  
Yannan 3<sup>rd</sup> Road, Quijiang New District,  
Xi 'An, Shanxi 700061  
☎ (86-29) 893-12831  
☎ (86-29) 893-12935  
✉ xian@thaibizchina.com

**Thailand Business Information**  
**Center in China, Xiamen**

Building No. 3, City Hotel Xiamen,  
No. 16, Hu Yuan Road, Xiamen, Fujian 361003  
☎ (86-592) 202-1259  
☎ (86-592) 202-7981  
✉ xiamen@thaibizchina.com  
tbicxiamen@hotmail.com

**Thailand Business Information**  
**Center in China, Qingdao**

15<sup>th</sup> Floor, Unit 1504-1505, Shangri-La Hotel  
Centre, No. 9 Xiang Gang Zhong Road,  
Shinan District, Qingdao, Shandong 266071  
☎ (86-532) 6887-7038 To 39  
☎ (86-532) 6887-7036  
✉ bic.tao@mfa.go.th

**Thailand Business Information**  
**Center in China, Hong Kong**

Fairmont House, 8<sup>th</sup> Floor, 8 Cotton Tree  
Drive, Central, Hong Kong S.a.r.  
☎ (852) 2532-5119  
☎ (852) 2521-8629  
✉ bizhk@thai-consulate.org.hk



**THAIBIZCHINA.COM**  
Business Information Center