



NINGXIA  
เขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหฺยู่

宁夏

GDP เขตฯ หนิงเซี่ยหฺยู่ ในปี 2568

5.69 แสนล้านหยวน (+ 5.3%)

มูลค่าการค้าระหว่างประเทศ

2.09 หมื่นล้านหยวน (+ 3.4%)

นำเข้า

5.5 พันล้านหยวน

(+ 6.7%) ▲

ส่งออก

1.54 หมื่นล้านหยวน

(+ 2.2%) ▲

อันดับที่ 1  
ประเทศซอร์เรียและเส้นทาง

มูลค่า 1.03 หมื่นล้านหยวน

อันดับที่ 2  
ประเทศ RCEP

6.15 พันล้านหยวน

อันดับที่ 3  
สหภาพยุโรป

มูลค่า 3.4 พันล้านหยวน

อันดับที่ 4  
อาเซียน

3.37 พันล้านหยวน

อันดับที่ 5  
อินเดีย

1.74 พันล้านหยวน

สินค้า  
นำเข้า  
สำคัญ

- แร่แมงกานีส
- เพชร
- โลหะผสมเหล็ก
- ก๊าซไฮโดรเจน / ก๊าซหายาก
- เมล็ดแฟลกซ์

สินค้า  
ส่งออก  
สำคัญ

- เคมีภัณฑ์อินทรีย์-อะมิโนฟังก์ชันออกซิเจน
- เคมีภัณฑ์อินทรีย์-ฟังก์ชันไนโตรล
- สารปฏิชีวนะ
- แร่แมงกานีส
- เครื่องประดับ

ด้านการ  
ลงทุน

- มูลค่าการลงทุนสินทรัพย์ถาวร + 6.0%
- การลงทุนกิจกรรมการผลิต และจัดหาพลังงานไฟฟ้า พลังงานความร้อน ก๊าซ และน้ำ + 4.6%
- การลงทุนด้านกิจกรรม การจัดการสาธารณูปโภค + 22.2%
- การลงทุนด้านการศึกษา + 29.6%
- การลงทุนด้านสาธารณสุข + 81.7%

ภาคอุตสาหกรรมและบริการ

1 โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีสัดส่วนของผลผลิตเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 6.9

แบ่ง  
เป็น



เหมืองแร่

+ 2.5%



การผลิต

+ 11.2%



การผลิตและนำส่งพลังงาน (ไฟฟ้า ความร้อน ก๊าซ และน้ำ)

+ 0.2%

2 อุตสาหกรรมที่สำคัญ 5 สาขาของ เขตฯ หนิงเซี่ยหฺยู่ที่ขยายตัวในอัตราสูง

- การผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ + 20.3%
- การผลิตเครื่องจักรทั่วไป + 20.1%
- การผลิตสิ่งทอ + 18.9%
- การผลิตเคมีภัณฑ์ + 14.0%
- การแปรรูปปิโตรเลียม ถ่านหิน และเชื้อเพลิงอื่นๆ + 13.6%

ภาคเกษตรกรรม

การเกษตร ป่าไม้ ปศุสัตว์ และประมง  
มีมูลค่ารวม 9.69 หมื่นล้านหยวน

+ 6.0%

พืชผักและเห็ด

+ 6.8%

ผลไม้และพืชตระกูลแตง

+ 19.3%

เนื้อสัตว์

+ 9.4%

รายได้ภาครัฐ

8.97 หมื่นล้านหยวน

(+ 3.4%) ▲

รายจ่ายภาครัฐ

1.77 แสนล้านหยวน

(+ 0.5%) ▲

มูลค่าการจับจ่ายและการบริโภค

1.14 แสนล้านหยวน (+ 2.1%)



# ภาพรวมการค้าระหว่าง เขตฯ หึงเซี่ยหุยกับไทย

607.06 ล้านหยวน ▶ -28.74%

## นำเข้าจากไทย

21.61 ล้านหยวน

(+ 11.13%) ▲

## ส่งออกไปไทย

585.45 ล้านหยวน

(- 29.67%) ▼

## TOP 5 สินค้าที่นำเข้าจากไทย

- ผลไม้และถั่วแช่แข็ง (+ 21.06%)
- ยางธรรมชาติที่ผ่านกระบวนการทางเทคนิค (+ 11.70%)
- ชิ้นส่วนและอุปกรณ์สินค้าอุตสาหกรรม (+70.90%)
- เครื่องมือวัดตรวจสอบ
- อุปกรณ์ไฟฟ้าและอุปกรณ์ติดตั้งที่มีหน้าที่ทำงานอิสระ

## TOP 5 สินค้าที่ส่งออกไปไทย

- โลซินและเกลือ (-7.78%)
- มันฝรั่งแปรรูปแช่แข็ง (-2.88%)
- เม็ดพลาสติกโพลีโพรพิลีน (-206.76%)
- โซเดียมกลูตาเมต (-37.30%)
- กราไฟต์สังเคราะห์ (+13.22%)

## ภาคการขนส่ง

ทางถนน | ขนส่งสินค้า 4.8 ล้านตัน (+2.0%)

ทางราง (รถไฟ) | ขนส่งสินค้า 1.13 ร้อยล้านตัน (+4.4%)

ทางอากาศ | ขนส่งสินค้า 3.19 หมื่นตัน (+9.2%)

## เป้าหมาย ในปี 2569

คาดการณ์	GDP	+5%	การค้าปลีก	+3%
	มูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่		+6%	
	การลงทุนสินทรัพย์ถาวร		+5%	

ทิศทาง - เป็นปีเริ่มต้นของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 5 ปี ฉบับที่ 15 โดยเน้นพัฒนาอุตสาหกรรมขั้นสูง ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล + ยกระดับคุณภาพการเติบโต ด้วยการบริหารจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างยั่งยืน

## ข้อสังเกต / ข้อมูลเพิ่มเติม

### 1 ภาพรวมการค้า

การค้าระหว่างประเทศปี 2568 มีมูลค่ารวม 2.09 หมื่นล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 แม้มูลค่าการค้าจะยังไม่สูงเมื่อเทียบกับเมืองเศรษฐกิจหลักของจีน แต่การขยายตัวของนำเข้า สะท้อนถึงความต้องการวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตที่เพิ่มขึ้น ขณะเดียวกัน โครงสร้างสินค้ายังคงเน้นกลุ่มเคมีภัณฑ์และแร่ นอกจากนี้การค้ากับประเทศในกรอบข้อริเริ่มแถบและเส้นทาง ความตกลง RCEP และอาเซียนที่ขยายตัวต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนว่าการเชื่อมโยงกับตลาดภูมิภาคมีความแน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น

### 2 ข้อได้เปรียบ

เขตฯ หึงเซี่ยหุยเป็นฐานการผลิตพลังงานสะอาดและศูนย์กลางพลังงานประมวลผลที่สำคัญของภูมิภาคตะวันตกของจีน โดยเฉพาะเมืองจงเว่ย ซึ่งเป็นฐานสำคัญของโครงการระดับชาติ Eastern Data Western Computing นอกจากนี้ เมืองหลิงอู๋ ยังเป็นที่ตั้งของ Ningdong Energy and Chemical Industry Base ซึ่งถือเป็นฐานอุตสาหกรรมพลังงาน และเคมีที่สำคัญของประเทศ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของภูมิภาคตะวันตกในระยะยาว

### 3 โอกาสของไทย

ไทยมีโอกาสนำเสนอการลงทุนในกิจการที่เชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุตสาหกรรมพลังงานและศูนย์ข้อมูล ทั้งนี้เขตฯ หึงเซี่ยหุยยังเป็นพื้นที่ที่มีประชากรชาวมุสลิมอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จึงเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ สินค้าอาหารฮาลาล เกษตรแปรรูป และผลิตภัณฑ์ยาง สามารถขยายบทบาทจากการส่งออกไปสู่การลงทุนด้านการแปรรูป การกระจายสินค้า และการสร้างแบรนด์ในท้องถิ่น การใช้จุดแข็งด้านมาตรฐานฮาลาลของไทย