



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

ประจำเดือนสิงหาคม 2569

โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้

thaitcshanghai@ditp.go.th

“อีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน” (Cross-border E-commerce)

กำลังกลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการบริโภคและการค้าต่างประเทศของจีน



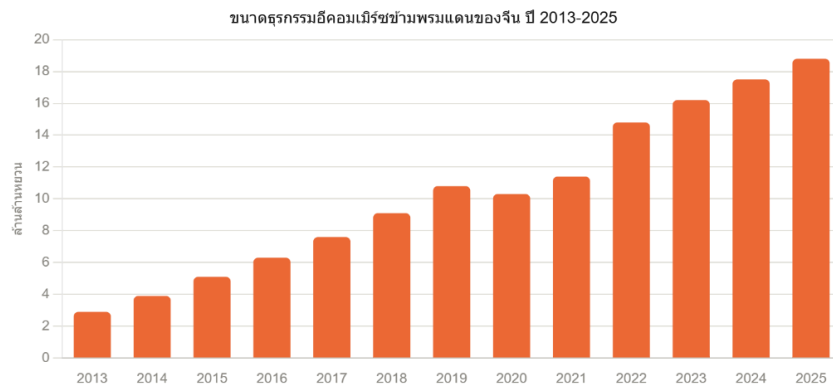
ที่มาภาพ: <https://www.ingstart.com/blog/40082.html>

กระแสการบริโภคผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนของจีนยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องในปี 2569 โดยเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2569 สำนักงานศุลกากรแห่งชาติจีน (General Administration of Customs) ได้แถลงในงานแถลงข่าวที่จัดโดยสำนักงานข้อมูลคณะรัฐมนตรีจีน (State Council Information Office) ว่า ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2569 การส่งออกสินค้าผ่านคลังสินค้าในต่างประเทศ (Overseas Warehouse) ภายใต้รูปแบบอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนจีนขยายตัวถึง 3.3 เท่า และมีผู้บริโภคจีนกว่า 140 ล้านคนที่ซื้อสินค้าจากทั่วโลกผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนสะท้อนให้เห็นถึงแรงขับเคลื่อนที่แข็งแกร่งของรูปแบบธุรกิจใหม่นี้

ข้อมูลจากสำนักงานศุลกากรระบุเพิ่มเติมว่า ในปี 2568 มูลค่าการนำเข้าและส่งออกผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนของจีนสูงถึง 2.84 ล้านล้านหยวน ขยายตัวร้อยละ 4.8 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ขณะที่มูลค่าการส่งออกผ่านรูปแบบการจัดซื้อเพื่อการตลาด (Market Procurement Trade) สูงกว่า 800,000 ล้าน

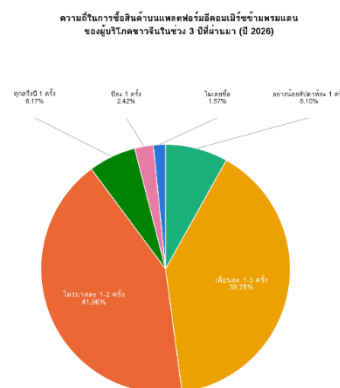
หยวน ตอกย้ำบทบาทของอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนในฐานะแรงขับเคลื่อนสำคัญของการค้าต่างประเทศและการยกระดับการบริโภคภายในประเทศ

ข้อมูลจากบริษัท iiMedia Research ระบุว่า ระหว่างปี 2556 - 2568 มูลค่าการซื้อขายผ่านอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนของจีนขยายตัวจาก 2.9 ล้านล้านหยวน เป็น 18.8 ล้านล้านหยวน สะท้อนถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมนี้ ควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และการค้าดิจิทัลของจีนที่มีความสมบูรณ์มากขึ้นตามลำดับ



ที่มารูปภาพ: <https://www.iimedia.cn/c1040/113302.html>

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ผลสำรวจของ iiMedia Research เกี่ยวกับความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนของผู้บริโภคจีนในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา พบว่า กลุ่มที่ซื้อสินค้า 1 - 2 ครั้งต่อไตรมาสมีส่วนสูงที่สุดที่ร้อยละ 41.96 รองลงมาคือกลุ่มที่ซื้อ 1 - 3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 39.78 และอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้งนับเป็น ร้อยละ 8.10 ขณะที่ผู้บริโภคเพียงร้อยละ 1.5 ที่ไม่เคยซื้อสินค้าผ่านช่องทางดังกล่าว ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการซื้อสินค้าข้ามพรมแดนได้กลายเป็นพฤติกรรมปกติของผู้บริโภคจีนไปแล้ว



ที่มารูปภาพ: <https://www.iimedia.cn/c1040/113302.html>

ปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่ทำให้อีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนของจีนเติบโตอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การสนับสนุนเชิงนโยบายจากภาครัฐ การพัฒนาโครงข่ายโลจิสติกส์และคลังสินค้าในต่างประเทศที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงศักยภาพด้านการให้บริการดิจิทัลที่ทันสมัย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีส่วนช่วยเปิดโอกาสให้สินค้าจากต่างประเทศเข้าถึงตลาดผู้บริโภคจีนได้สะดวกยิ่งขึ้น ซึ่งช่วยขยายช่องทางการเข้าถึงสินค้า ตอบสนองอุปสงค์ภายในประเทศ และสนับสนุนการค้าต่างประเทศโดยรวม

ข้อคิดเห็นของสศต.เชียงใหม่

แนวโน้มการเติบโตของอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนจีนถือเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าอาหารเกษตรและสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีศักยภาพ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคจีนที่หันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ข้ามพรมแดนอย่างสม่ำเสมอมากขึ้นผู้ประกอบการไทยจึงควรพิจารณาใช้ช่องทางอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนและระบบคลังสินค้าในต่างประเทศเพื่อลดระยะเวลาการจัดส่งและลดต้นทุนโลจิสติกส์ควบคู่กับการสร้างแบรนด์และมาตรฐานสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคจีนรุ่นใหม่ อาทิ สินค้าที่มีความปลอดภัย สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้และมีอัตลักษณ์เฉพาะ ทั้งภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถเข้าถึงแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนของจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อขยายส่วนแบ่งตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าไทยในตลาดจีนอย่างยั่งยืน

จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเชียงใหม่

สิงหาคม 2569

แหล่งที่มา

<https://www.iimedia.cn/c1040/113302.html>

<https://www.ingstart.com/blog/40082.html>