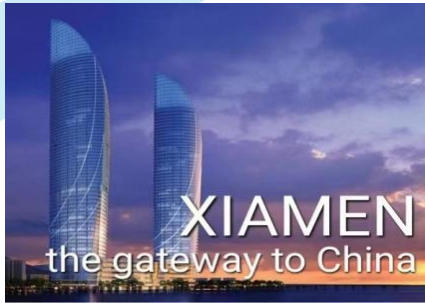




ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

ประจำวันที่ 10 – 16 สิงหาคม 2569

โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน

การค้าจีนโตแรง 7 เดือนแรกทะลุ 150,000,000 ล้านบาท จับตาโอกาสใหม่ในตลาดนำเข้าจีน



ที่มา: <https://www.baidu.com/>

การค้าต่างประเทศของจีนในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 ยังคงขยายตัวอย่างแข็งแกร่งแม้เศรษฐกิจและการค้าโลกยังเผชิญความไม่แน่นอน โดยมูลค่าการค้าสินค้าระหว่างประเทศของจีนอยู่ที่ 30.13 ล้านล้านหยวน (ประมาณ 150,650,000 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ในจำนวนนี้การส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 14 ขณะที่การนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 22 ซึ่งเติบโตเร็วกว่าการส่งออก 8 จุดร้อยละ¹ ขณะเดียวกัน มูลค่าการค้ารายเดือนของจีนอยู่ในระดับมากกว่า 4 ล้านล้านหยวน (ประมาณ 20,000,000 ล้านบาท) ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 แสดงให้เห็นว่ามูลค่าการนำเข้าและส่งออกสินค้าของจีนยังคงรักษาแรงขับเคลื่อนได้ต่อเนื่องท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางการค้าระหว่างประเทศที่มีความซับซ้อนมากขึ้น

¹ จุดร้อยละ (percentage point) คือ หน่วยที่ใช้แสดงผลต่างระหว่างค่าร้อยละสองค่า เช่น ร้อยละ 22 กับร้อยละ 14 ต่างกัน 8 จุดร้อยละ

นอกจากการขยายตัวในเชิงมูลค่าแล้ว โครงสร้างการส่งออกของจีนยังมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมมากขึ้น ในช่วง 7 เดือนแรกจีนส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลและอิเล็กทรอนิกส์มูลค่า 11.12 ล้านล้านหยวน (ประมาณ 55,600,000 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.2 คิดเป็นร้อยละ 63.8 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดและเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 3.8 จุดร้อยละ โดยการส่งออกรถยนต์ไฟฟ้า แบตเตอรี่ลิเทียม และเครื่องกำเนิดไฟฟ้าพลังงานลม เพิ่มขึ้นร้อยละ 71.2 ร้อยละ 35.8 และร้อยละ 34.8 ตามลำดับ ขณะที่เครื่องพิมพ์สามมิติและหุ่นยนต์อุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น 1.1 เท่า และร้อยละ 13.2 ตามลำดับ ตัวเลขดังกล่าวบ่งชี้ถึงแนวโน้มการยกระดับโครงสร้างสินค้าส่งออกของจีนไปสู่สินค้าที่มีเทคโนโลยีและมูลค่าเพิ่มสูงมากขึ้น

อย่างไรก็ตามอีกด้านหนึ่งที่น่าจับตามองคือการขยายตัวของตลาดนำเข้าจีน โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 จีนนำเข้าสินค้ามูลค่า 10.74 ล้านล้านหยวน (ประมาณ 53,700,000 ล้านบาท) นับเป็นครั้งแรกที่มูลค่าการนำเข้าในช่วงครึ่งปีแรกสูงกว่า 10 ล้านล้านหยวน (ประมาณ 50,000,000 ล้านบาท) และเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการนำเข้าน้ำมันสำหรับบริโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.2 และผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำเพื่อการบริโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.1 ขณะที่สินค้าที่เกี่ยวข้องกับภาคการผลิตก็ขยายตัวเช่นกัน โดยการนำเข้าแร่โลหะเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.6 และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นร้อยละ 45.6 ซึ่งถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมรถยนต์พลังงานใหม่ สมาร์ทโฟน อุปกรณ์ปัญญาประดิษฐ์ และการผลิตขั้นสูง

การขยายตัวดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าความต้องการนำเข้าของจีนไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะสินค้าสำหรับผู้บริโภค แต่ยังครอบคลุมวัตถุดิบ สินค้าขั้นกลาง และส่วนประกอบที่จำเป็นต่อการยกระดับภาคอุตสาหกรรม โดยจีนครองสถานะตลาดนำเข้าขนาดใหญ่อันดับ 2 ของโลกต่อเนื่องเป็นปีที่ 17 และสัดส่วนการนำเข้าของจีนต่อการนำเข้าของโลกเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 7.9 เป็นประมาณร้อยละ 10 จึงทำให้การขยายตัวของตลาดจีนมีความเชื่อมโยงทั้งกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคภายในประเทศและการพัฒนาอุตสาหกรรมของจีน

นโยบายของรัฐบาลจีนยังมีส่วนสนับสนุนทิศทางดังกล่าว โดยจีนให้ความสำคัญกับการขยายการนำเข้าและการสร้างสมดุลระหว่างการนำเข้าและส่งออก ปัจจุบันจีนเป็นคู่ค้าหลักของกว่า 160 ประเทศและเขตเศรษฐกิจ และดำเนินนโยบายภาษีศุลกากรเป็นศูนย์กับ 63 ประเทศ ขณะที่ในปี 2569 จีนได้เพิ่มการอนุญาตนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารรวม 264 รายการจาก 79 ประเทศ ส่งผลให้แหล่งนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารของจีนครอบคลุมกว่า 150 ประเทศและเขตเศรษฐกิจ การขยายการเข้าถึงตลาดดังกล่าวทำให้สินค้าอาหารและสินค้าเกษตรจากต่างประเทศมีโอกาเข้าสู่ตลาดจีนในวงกว้างมากขึ้น

ทิศทางดังกล่าวสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในตลาดผู้บริโภคจีน ซึ่งมีสินค้านำเข้าจากต่างประเทศหลากหลายมากขึ้นตั้งแต่ผลไม้ อาหารทะเล ผลิตภัณฑ์นมไปจนถึงสินค้าอุปโภคบริโภคโดยเฉพาะสินค้าเกษตรและอาหารจากประเทศกำลังพัฒนารวมถึงผลไม้เขตร้อนจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งได้รับประโยชน์จากความต้องการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายของผู้บริโภคจีน ขณะเดียวกันการ

ปรับปรุงกระบวนการศุลกากรและระบบโลจิสติกส์ยังช่วยลดระยะเวลาในการนำสินค้าเข้าสู่ตลาดโดยเฉพาะสินค้าอาหารสดที่มีข้อจำกัดด้านอายุการเก็บรักษา

บทบาทของอาเซียนในตลาดนำเข้าจีนเห็นได้ชัดขึ้นตามพื้นที่ชายแดนสำคัญ เช่น ด่านตงซิงในเขตกว่างซี ซึ่งเชื่อมพื้นที่ภายในของจีนกับตลาดอาเซียน ในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 มีมูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรจากอาเซียน 5.63 พันล้านหยวน (ประมาณ 28,150 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.3 โดยมีสินค้าสำคัญ เช่น กุ้งล็อบสเตอร์ ปูทะเล และทุเรียน ขณะที่การพัฒนากระบวนการขนส่งสินค้าสดกับผลไม้และเพิ่มความหลากหลายของสินค้าที่เข้าสู่ตลาดจีน

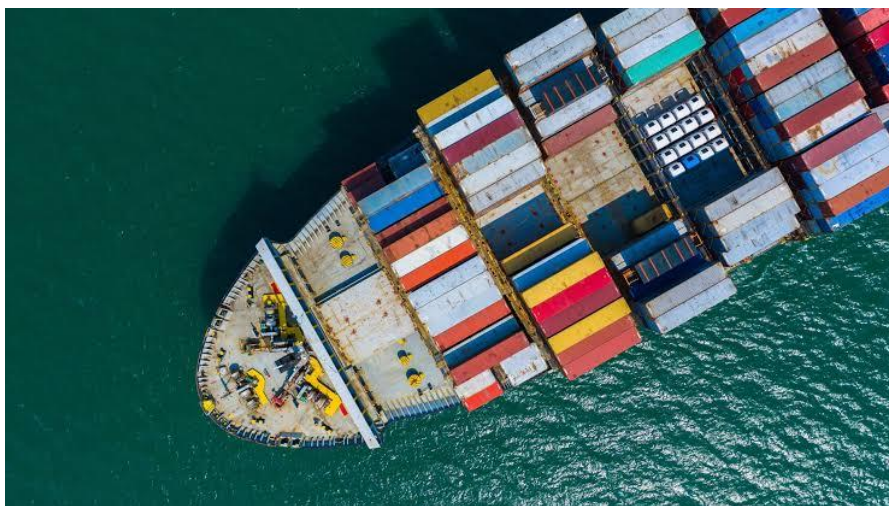
นอกจากนี้การพัฒนาเครือข่ายการขนส่งและระบบห่วงโซ่ความเย็นยังช่วยให้ผลไม้จากอาเซียนสามารถกระจายจากพื้นที่ชายแดนไปยังตลาดผู้บริโภคในภูมิภาคต่างๆ ของจีนได้รวดเร็วยิ่งขึ้น เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2569 มีทุเรียนหมอนทองจากไทยและมะพร้าวจากเวียดนามรวม 135 ตัน มูลค่า 2.19 ล้านหยวน (ประมาณ 10.95 ล้านบาท) เดินทางถึงนครหนานหนิง โดยสินค้าบางส่วนสามารถเข้าสู่ตลาดผู้บริโภคในหนานหนิงภายใน 48 ชั่วโมง ส่วนที่เหลือถูกกระจายผ่านระบบห่วงโซ่ความเย็นไปยังพื้นที่จินตงวันออก จินเหินอู และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาเครือข่ายกระจายสินค้าที่ช่วยขยายขอบเขตตลาดของสินค้าเกษตรอาเซียนจากเดิมที่พึ่งพาตลาดบริเวณชายแดนไปสู่ตลาดผู้บริโภคทั่วประเทศจีน



ที่มา: <https://www.baidu.com/>

สำหรับสินค้าไทยทุเรียนเป็นตัวอย่างที่เห็นการขยายตัวของตลาดได้อย่างชัดเจน โดยข้อมูลในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2569 ระบุว่าไทยส่งออกทุเรียนไปจีนมูลค่า 11.39 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 303.57 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และความต้องการของตลาดจีนต่อทุเรียน มังคุด และลำไยยังอยู่ในระดับสูง ขณะเดียวกันในช่วงวันที่ 1 มกราคม-26 เมษายน 2569 การขนส่งทุเรียนนำเข้าผ่านทางรถไฟจีน-ลาว มีปริมาณสะสม 50,300 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 94.2 โดยขบวนรถไฟห่วงโซ่ความเย็นสามารถขนส่งทุเรียนไทยเข้าสู่ Kunming และกระจายต่อไปยังเมืองต่างๆ กว่า 30 เมือง เช่น ฉิงตู กว่างโจว เซี่ยงไฮ้ เจิ้งโจว และเสิ่นหยาง

การพัฒนาช่องทางขนส่งยังคงดำเนินต่อเนื่องโดยในเดือนเมษายน 2569 มีการเปิดเส้นทางรถไฟ ห่วงโซ่ความเย็นจีน-ลาว-ไทย ซึ่งขบวนแรกขนส่งทุเรียนสดจากไทยจำนวน 33 ตัน จากท่าเรือแหลมฉบังผ่าน หนองคาย เวียงจันทน์และด่านโม่ฮาน ไปยังท่าเรือรถไฟระหว่างประเทศนครเฉิงตู โดยใช้ตู้ควบคุมอุณหภูมิเดียว ตลอดเส้นทาง ช่วยลดขั้นตอนการขนถ่ายสินค้าและเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษาคุณภาพผลไม้ ก่อนกระจาย ต่อไปยังตลาดสำคัญ เช่น ฉงชิ่ง ซื่ออัน กว่างโจว และปักกิ่ง การพัฒนาเส้นทางดังกล่าวตอกย้ำว่าความสามารถในการเข้าถึงตลาดจีนของสินค้าเกษตรจากต่างประเทศไม่ได้ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคเพียงอย่างเดียวแต่ยัง สัมพันธ์กับประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ การควบคุมคุณภาพ และความสามารถในการกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาด ปลายทางด้วย



ที่มา: <https://www.baidu.com/>

ในขณะเดียวกันการแข่งขันในตลาดนำเข้าจีนมีแนวโน้มสูงขึ้นตามจำนวนประเทศและชนิดสินค้าที่ได้รับ อนุญาตให้เข้าสู่ตลาด โดยในปี 2569 จีนยังคงเปิดตลาดรับผลไม้จากประเทศต่างๆ เพิ่มเติมทั้งในเอเชียตะวันออก เอเชียใต้และภูมิภาคอื่นๆ ดังนั้นแม้การขยายตัวของตลาดนำเข้าจีนจะสร้างโอกาสให้แก่ผู้ส่งออกจากต่างประเทศ แต่การรักษาคุณภาพสินค้า มาตรฐานความปลอดภัย ระบบตรวจสอบย้อนกลับ ความรวดเร็วในการขนส่ง ตลอดจนการสร้าง ความแตกต่างของสินค้าจะมีบทบาทสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันในระยะต่อไป

ความเห็นสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน:

สศต. เซี่ยเหมิน เห็นว่ามูลค่าการนำเข้าและส่งออกสินค้าของจีนในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2569 ยังคงขยายตัว โดยการนำเข้าเติบโตเร็วกว่าการส่งออก ประกอบกับจีนมีนโยบายส่งเสริมการนำเข้าและเปิดตลาดให้แก่สินค้า เกษตรและอาหารจากต่างประเทศมากขึ้น จึงเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายสินค้าเข้าสู่ ตลาดจีน โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเกษตรและอาหารที่ไทยมีศักยภาพและเป็นที่รู้จักในตลาดจีน เช่น ทุเรียน มังคุด

ลำไย มะพร้าวและผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว ตลอดจนอาหารแปรรูปและสินค้าอาหารที่มีมูลค่าเพิ่ม ทั้งนี้การเติบโตอย่างโดดเด่นของทุเรียนไทยในช่วงต้นปี เป็นตัวบ่งชี้ว่าความต้องการสินค้าไทยบางกลุ่มในตลาดจีนยังมีศักยภาพในการขยายตัวได้อีกหากสามารถรักษาคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการไทยควรติดตามการเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างใกล้ชิด เนื่องจากจีนมีการเปิดตลาดให้แก่สินค้าเกษตรจากประเทศต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้การแข่งขันด้านราคา คุณภาพ และความสดใหม่ของสินค้ามีแนวโน้มสูงขึ้น ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพตั้งแต่ต้นทาง มาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร ระบบตรวจสอบย้อนกลับ บรรจุภัณฑ์และการรักษาคุณภาพสินค้าระหว่างการขนส่ง รวมถึงศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ของจีน เพื่อพัฒนาสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

นอกจากนี้การพัฒนาเส้นทางรถไฟจีน-ลาว-ไทย เครือข่ายห่วงโซ่ความเย็นและระบบกระจายสินค้าผ่านพื้นที่กว้างซีและยูนนาน ช่วยเพิ่มทางเลือกในการนำสินค้าไทยเข้าสู่ตลาดจีนและลดระยะเวลาการขนส่งสินค้าสด ผู้ประกอบการไทยจึงควรพิจารณาเลือกช่องทางโลจิสติกส์ให้เหมาะสมกับประเภทสินค้า ต้นทุน และตลาดปลายทาง โดยเฉพาะสินค้าเกษตรที่มีอายุการเก็บรักษาจำกัด ซึ่งความรวดเร็วในการขนส่งมีผลโดยตรงต่อคุณภาพและความสามารถในการแข่งขัน

ขณะเดียวกันตลาดจีนไม่ได้มีโอกาสด้านสินค้าเกษตรเท่านั้น การเพิ่มขึ้นของการนำเข้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ วัตถุดิบ และสินค้าชิ้นกลางบ่งบอกถึงความต้องการนำเข้าที่สอดคล้องกับการยกระดับภาคอุตสาหกรรมของจีน ผู้ประกอบการไทยในกลุ่มชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ วัตถุดิบอุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่การผลิตเทคโนโลยี จึงควรติดตามโอกาสในการเชื่อมโยงเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของจีนควบคู่ไปกับตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค

ในระยะต่อไปผู้ประกอบการไทยควรใช้ประโยชน์จากความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ ความเชื่อมโยงภายใต้ RCEP และเครือข่ายคมนาคมระหว่างไทย-ลาว-จีน ควบคู่กับการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า กิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ และช่องทางการค้าออนไลน์ในจีน เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงคู่ค้าและผู้บริโภคโดยตรง ทั้งนี้ สศค. เชี่ยวเหมินจะติดตามสถานการณ์ตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค กฎระเบียบด้านการนำเข้า และช่องทางการจำหน่ายในจีนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในการวางแผนเข้าสู่ตลาดจีนได้อย่างเหมาะสม

<http://www.gmw.cn/>

<https://www.mofcom.gov.cn/>

<https://www.baidu.com/>

เรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน

สิงหาคม 2569