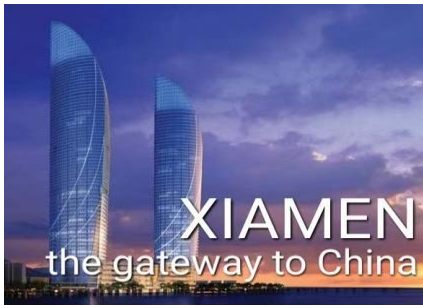




ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

ประจำวันที่ 31 สิงหาคม – 6 กันยายน 2569

โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน

อุตสาหกรรมกีฬาจีนโตทะลุ 2 ล้านล้านหยวน ตอกย้ำศักยภาพตลาดกีฬา

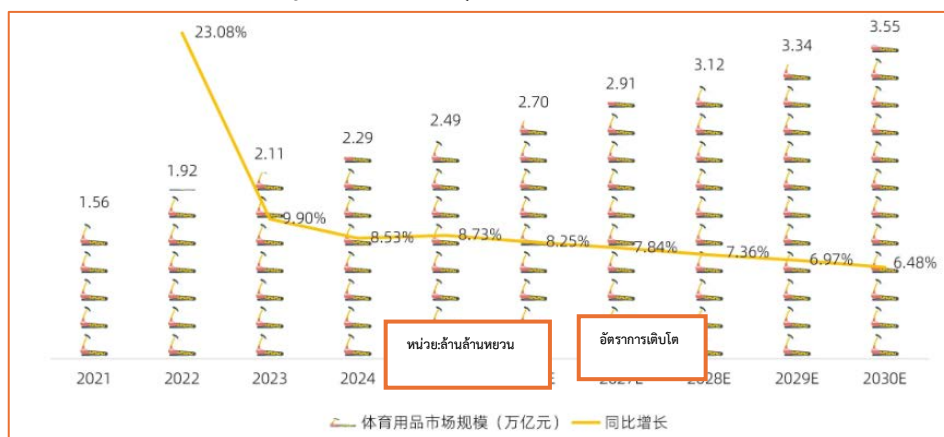


ที่มา: www.baidu.com

ตลาดสินค้ากีฬาจีนมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยปี 2025 มีมูลค่า 2.49 ล้านล้านหยวน (ประมาณ 12,450,000 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.73 เมื่อเทียบกับปี 2024 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.70 ล้านล้านหยวน (ประมาณ 13,500,000 ล้านบาท) ในปี 2026 สืบให้เห็นถึงศักยภาพของตลาดจากความต้องการด้านสุขภาพและการออกกำลังกายที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนการขยายตัวของการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของตลาด

จากภาพรวมในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2021–2025) ตลาดสินค้ากีฬาจีนเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดยมูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นจาก 1.56 ล้านล้านหยวน (ประมาณ 7,800,000 ล้านบาท) ในปี 2021 เป็น 2.49 ล้านล้านหยวน (ประมาณ 12,450,000 ล้านบาท) ในปี 2025 หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 59.6 ทั้งนี้ ตลาดขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงแรก โดยปี 2022 มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 23.08 ก่อนจะชะลอตัวในช่วงปี 2023–2025 อย่างไรก็ตาม มูลค่าตลาดยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนว่าตลาดสินค้ากีฬาจีนยังมีความแข็งแกร่งและมีศักยภาพในการขยายตัวในระยะยาว

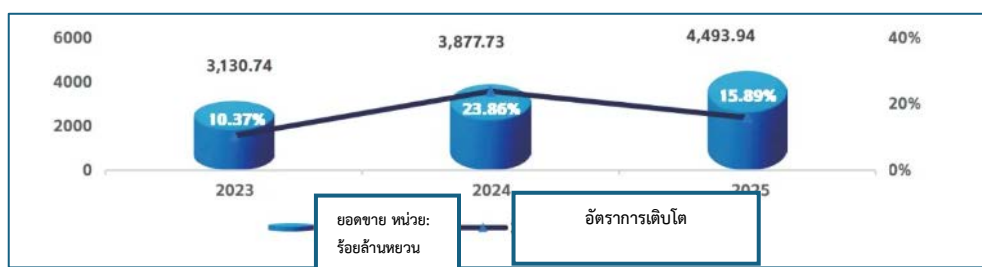
มูลค่าตลาดสินค้าอุปกรณ์กีฬาของจีนปี 2021-2030



ที่มา: <https://www.iimedia.cn>

ช่องทางอีคอมเมิร์ซกลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของตลาดสินค้ากีฬาจีน ตามข้อมูลจาก Moojing Market Intelligence (魔镜洞察) ระบุว่า ในปี 2025 ยอดขายสินค้ากีฬาผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซรายใหญ่ 4 แพลตฟอร์ม อาทิ JD.com, Taobao, Tmall และ Douyin มีมูลค่ารวม 449,394 ล้านหยวน (ประมาณ 2,246,970 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.89 เมื่อเทียบกับปีก่อน เมื่อพิจารณารายสินค้าพบว่าแต่ละกลุ่มมีแนวโน้มแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยกลุ่มสินค้าประเภทกีฬากลางแจ้ง (Outdoor) ปีนเขา และตั้งแคมป์ มียอดขายรวมถึง 142,372 ล้านหยวน (ประมาณ 711,860 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.22 สะท้อนกระแสกิจกรรมกลางแจ้งที่กำลังได้รับความนิยม และช่วยกระตุ้นการบริโภคสินค้ากีฬารูปแบบใหม่ ขณะที่กลุ่มจักรยาน อุปกรณ์ปั่นจักรยาน และอะไหล่จักรยาน มียอดขาย 18,431 ล้านหยวน (ประมาณ 92,155 ล้านบาท) ลดลงร้อยละ 5.56 บ่งชี้ว่าตลาดจักรยานกำลังเข้าสู่ช่วงปรับตัว

ยอดขายและอัตราการเติบโตของอุปกรณ์กีฬาผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซปี 2023-2025



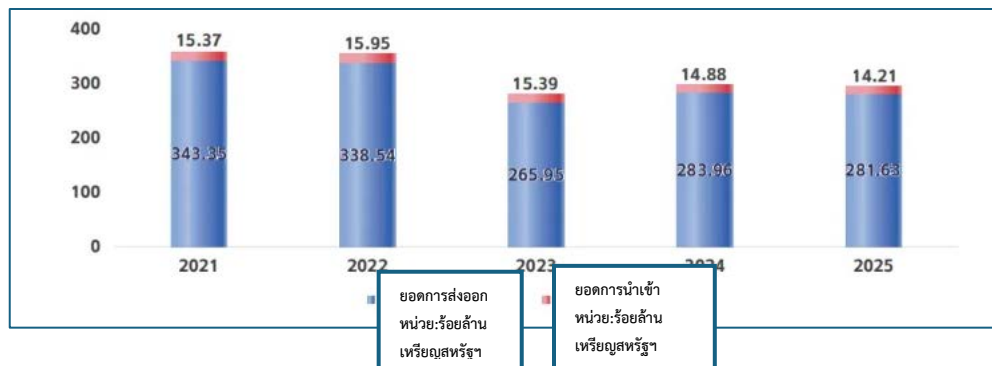
ที่มา: <https://cn.csqf.org.cn/xhcx/ybgd/10104.html>

ขณะเดียวกัน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านกีฬาของจีนมีแนวโน้มเปลี่ยนจากการเพิ่มจำนวนสนามกีฬาไปสู่การปรับปรุงและยกระดับสนามกีฬาเดิม โดยข้อมูลจากสำนักงานบริหารการกีฬาแห่งชาติจีน (国家体育总局)

ระบุว่า ณ สิ้นปี 2025 จีนมีสนามกีฬาและสถานที่ออกกำลังกายทั่วประเทศประมาณ 5 ล้านแห่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.35 และมีพื้นที่รวม 4,372 ล้านตารางเมตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.36 เมื่อเทียบกับปีก่อน แม้อัตราการขยายตัวจะชะลอลง แต่การปรับปรุงและยกระดับสนามกีฬาเดิมมีแนวโน้มเป็นโอกาสสำคัญในการสร้างการเติบโตของตลาดในระยะต่อไป

ตามข้อมูลจากสำนักงานศุลกากรจีนระบุว่า ในปี 2025 จีนมีมูลค่าการนำเข้าและส่งออกสินค้ากีฬารวม 29,584 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 946,688 ล้านบาท) โดยมีมูลค่าการส่งออก 28,163 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 901,216 ล้านบาท) ชะลอตัวคิดเป็นร้อยละ 0.82 เมื่อเทียบกับปีก่อน เมื่อพิจารณารายการประเภทสินค้า พบว่าอุปกรณ์ออกกำลังกายและฟื้นฟูสมรรถภาพ มีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 5,857 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 187,424 ล้านบาท) คิดเป็นร้อยละ 20.80 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ากีฬาทั้งหมด โดยในปี 2025 สินค้ากลุ่มดังกล่าวและลู่วิ่งมีอัตราการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.06 และ 8.12 ตามลำดับ ถือเป็นสินค้าสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการส่งออกสินค้ากีฬาของจีน ขณะที่รองเท้ากีฬา อุปกรณ์กีฬาฟุตบอล บาสเกตบอล และวอลเลย์บอล เครื่องแต่งกายกีฬา โรลเลอร์สเก็ตและสเก็ตบอร์ด รวมถึงอุปกรณ์กิจกรรมกลางแจ้ง มีมูลค่าการส่งออกลดลงในอัตราค่อนข้างมาก อาจมีปัจจัยจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์การค้าโลก โดยเฉพาะมาตรการทางการค้าและภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดส่งออกสินค้ากีฬารายใหญ่ของจีน ส่งผลให้ผู้นำเข้าชะลอหรือปรับลดคำสั่งซื้อ นอกจากนี้ สินค้ากลุ่มรองเท้าและเครื่องแต่งกายกีฬายังเผชิญกับการปรับโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน โดยผู้ประกอบการและแบรนด์ต่างประเทศบางส่วนทยอยกระจายฐานการผลิตจากจีนไปยังประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อลดความเสี่ยงจากความขัดแย้งทางการค้าและกระจายแหล่งผลิต ประกอบกับการแข่งขันจากประเทศผู้ผลิตรายอื่นที่เพิ่มขึ้น และความผันผวนของคำสั่งซื้อในตลาดปลายทาง ส่งผลให้คำสั่งซื้อสินค้ากลุ่มดังกล่าวจากจีนลดลง ขณะที่ตลาดส่งออกของจีนมีการปรับเปลี่ยนไปยังตลาดยุโรปและตลาดอื่นมากขึ้น

กราฟแสดงภาพรวมการส่งออกนำเข้าสินค้าอุปกรณ์กีฬาของจีนปี 2023-2025



ที่มา: <https://cn.csqf.org.cn/xhzx/ybgd/10104.html>

นอกจากนี้ ปัจจุบันการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬาจีนมุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม และการขยายตลาดต่างประเทศ มากขึ้น โดยเฉพาะผู้ผลิตรองเท้าและเครื่องแต่งกายกีฬา อาทิ 安踏 (Anta), 李宁 (Li-Ning), 特步 (Xtep) และ 361° ซึ่งได้พัฒนาจากผู้ผลิตสินค้าไปสู่การสร้างแบรนด์ที่แข่งขันในตลาดระดับสากล ขณะเดียวกัน อีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในการนำแบรนด์จีนเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ



ที่มา: <https://image.baidu.com/>

มณฑลฝูเจี้ยนเป็นหนึ่งในฐานสำคัญของอุตสาหกรรมกีฬาจีน โดยเฉพาะเมืองเฉียนโจว (Quanzhou) และจินเจียง (Jinjiang) ซึ่งเป็นแหล่งรวมผู้ผลิตรองเท้าและเครื่องแต่งกายกีฬาและมีห่วงโซ่อุปทานครบตั้งแต่วัตถุดิบการผลิต การวิจัยและพัฒนา ไปจนถึงการสร้างแบรนด์และการตลาด นอกจากนี้ ฝูเจี้ยนยังมีแหล่งผลิตสินค้าเฉพาะด้านในหลายพื้นที่ เช่น รองเท้าและเครื่องแต่งกายในเมืองเฉียนโจวและฝูเถียน อุปกรณ์กีฬาในเมืองเซี่ยเหมิน และอุปกรณ์การแพทย์และฟื้นฟูสมรรถภาพในเมืองฝูอัน เป็นต้น สื่อให้เห็นถึงความหลากหลายและความครบวงจรของอุตสาหกรรมกีฬาในมณฑล

ความเห็นสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน:

มณฑลฝูเจี้ยนเป็นหนึ่งในฐานอุตสาหกรรมกีฬาที่สำคัญของจีน โดยในปี 2025 มีมูลค่าอุตสาหกรรมกีฬารวม 774,146 พันล้านหยวน (ประมาณ 3,870,730 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.16 และคิดเป็นร้อยละ 20.15 ของอุตสาหกรรมกีฬาจีนทั้งประเทศ แสดงถึงศักยภาพของทั้งตลาดและภาคการผลิต โดยฝูเจี้ยนมีห่วงโซ่อุตสาหกรรมกีฬาค่อนข้างครบวงจร ครอบคลุมรองเท้าและเครื่องแต่งกายกีฬา อุปกรณ์กีฬา สินค้ากลางแจ้ง รวมถึงอุปกรณ์การแพทย์และฟื้นฟูสมรรถภาพ โดยมีฐานการผลิตสำคัญในเมืองเฉียนโจว ฝูเถียน เซี่ยเหมิน และฝูอัน

เมื่อพิจารณาการนำเข้าสินค้ากลุ่มอุปกรณ์กีฬาของเงินจากไทย (HS Code 9506) พบว่า ในปี 2025 มีมูลค่า 35.45 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 1,170 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.33 จากปี 2024 ซึ่งมีมูลค่า 33.98 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 1,121 ล้านบาท) แม้มูลค่าดังกล่าวยังต่ำกว่าปี 2023 ซึ่งอยู่ที่ 40.48 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 1,336 ล้านบาท) แต่การนำเข้าที่กลับมาเพิ่มขึ้นในปี 2025 แสดงให้เห็นว่าสินค้ากีฬาของไทยยังมีโอกาสขยายตลาดเงินได้ โดยเฉพาะสินค้าที่ตอบรับกระแสการออกกำลังกาย กิจกรรมกลางแจ้ง และการดูแลสุขภาพที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

ตารางแสดงมูลค่าและสัดส่วนเงินนำเข้าสินค้าอุปกรณ์กีฬาจากไทย (HS CODE:9506) ในช่วงปี 2023-2025

ลำดับ	สินค้า	มูลค่า (เหรียญสหรัฐฯ)			สัดส่วนตลาด (%)			อัตราการเติบโตเมื่อเทียบกับปี 2024
		2023	2024	2025	2023	2024	2025	
	9506: เครื่องใช้และอุปกรณ์สำหรับการออกกำลังกายทั่วไปหรือการเล่นกีฬากลางแจ้ง รวมถึงสรวายน้ำและสรวายน้ำสำหรับเล่นน้ำ ตลอดจนชิ้นส่วนและอุปกรณ์ประกอบ	40,476,594	33,980,401	35,451,970	100.00	100.00	100.00	4.33
1	950632: ลูกกอล์ฟ	18,998,500	15,107,762	15,503,637	46.94	44.46	43.73	2.62
2	950662: ลูกบอลเป่าลม	11,673,020	7,577,145	7,261,888	28.84	22.30	20.48	-4.16
3	950661: ลูกเทนนิส	3,542,171	2,658,797	3,812,462	8.75	7.82	10.75	43.39
4	950639: อุปกรณ์กอล์ฟ ยกเว้นไม้กอล์ฟและลูกกอล์ฟ รวมถึงชิ้นส่วนและอุปกรณ์ประกอบของอุปกรณ์กอล์ฟ รวมถึงชิ้นส่วนของไม้กอล์ฟ	2,874,806	3,325,227	3,481,516	7.10	9.79	9.82	4.70
5	950699: เครื่องใช้และอุปกรณ์สำหรับการเล่นกีฬา หรือการเล่นกีฬากลางแจ้ง รวมถึงสรวายน้ำและสรวายน้ำสำหรับเล่นน้ำ ตลอดจนชิ้นส่วนและอุปกรณ์ประกอบ	995,897	1,833,583	2,334,305	2.46	5.40	6.58	27.31
6	950670: รองเท้าสเก็ตน้ำแข็งและรองเท้าโรลเลอร์สเก็ต รวมถึงรองเท้าสำหรับเล่นสเก็ตที่ติดตั้งใบสเก็ตหรือล้อสเก็ตแล้ว ตลอดจนชิ้นส่วนและอุปกรณ์ประกอบ	1,547,918	2,573,526	2,193,000	3.82	7.57	6.19	-14.79
7	950629: สกีน้ำ กระดานโต้คลื่น และอุปกรณ์กีฬาทางน้ำอื่น ๆ ยกเว้นกระดานวินด์เซิร์ฟ รวมถึงชิ้นส่วนและอุปกรณ์ประกอบ	220,621	504,721	365,107	0.55	1.49	1.03	-27.66

8	950621:กระดานวินด์เซิร์ฟ รวมถึง ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ประกอบ	512,037	294,649	353,342	1.27	0.87	1.00	19.92
9	950691:เครื่องใช้และอุปกรณ์สำหรับ การออกกำลังกายทั่วไป กายบริหาร หรือกรีฑา รวมถึงชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ประกอบ	108,453	102,515	137,216	0.27	0.30	0.39	33.85
10	950669:ลูกบอลประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากลูกกอล์ฟ ลูกเทนนิส (เทนนิสสนามและเทเบิลเทนนิส) และ ลูกบอลเป่าลม ซึ่งมีได้ระบุไว้เป็นอย่าง อื่น	2,929	1,559	9,412	0.01	0.00	0.03	503.72
11	950659:ไม้แบดมินตันหรือไม้แร็กเก็ต ประเภทเดียวกัน ไม่ว่าจะซึ่งเอ็นแล้ว หรือไม่ก็ตาม รวมถึงชิ้นส่วนและ อุปกรณ์ประกอบ	242	93	85	0.00	0.00	0.00	-8.60
12	950631:ไม้กอล์ฟทั้งหมด		824			0.00		

ที่มา: Global Trade Atlas

ผู้ประกอบการไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง อาจพิจารณาสร้างความแตกต่างของสินค้า ผ่านคุณภาพ การออกแบบ นวัตกรรม และเอกลักษณ์ของสินค้าไทย โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มอุปกรณ์ออกกำลังกาย กีฬาและกิจกรรม กลางแจ้ง กีฬาทางน้ำ อุปกรณ์กอล์ฟ รวมถึงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและ Wellness นอกจากนี้ ควรใช้ประโยชน์ จากช่องทางอีคอมเมิร์ซและการตลาดดิจิทัล อาทิ Tmall, JD.com, Douyin และ Xiaohongshu เพื่อสร้างการรับรู้ แปรนด์และเข้าถึงผู้บริโภคจีนโดยตรง

ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้ประโยชน์จากมณฑลในฐานะทั้งตลาดและฐานในการสร้างเครือข่ายทาง ธุรกิจ โดยพิจารณาสร้างความร่วมมือกับผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และพันธมิตรในอุตสาหกรรมกีฬา รวมถึงการพัฒนาสินค้า ร่วมกันในรูปแบบ OEM/ODM เพื่อใช้ประโยชน์จากห่วงโซ่อุปทานในพื้นที่ ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการไทยสนใจขยาย ตลาดสินค้าในมณฑลฝูเจี้ยนและเจียงซี สามารถสอบถามข้อมูลสินค้าศักยภาพ รายชื่อผู้นำเข้า/คู่ค้า และงานแสดง สินค้าที่เกี่ยวข้องได้ที่ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน ผ่านอีเมล thaitcxiamen@ditp.go.th

<https://www.chinairn.com/news/>

<https://cn.csgf.org.cn/xhzx/ybgd/10104.html>

<https://www.iimedia.cn/c1061/115028.html>

Global Trade Atlas

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

เรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน

4 กันยายน 2569