

ไลฟ์สดทุเรียน GI ระยอง ปักธงตลาดพรีเมียมจีน ผ่าน Douyin ยอดทะลุ 295,000 หยวน สะท้อนโอกาสใหม่ของทุเรียนไทย

เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2569 สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) ณ เมืองหนานหนิง ร่วมกับ บริษัท Royal Farm Group ผู้ดำเนินธุรกิจทุเรียนครบวงจรของไทยและจีน จัดกิจกรรมไลฟ์สด (Live Streaming) ผ่านแพลตฟอร์ม Douyin เพื่อประชาสัมพันธ์และจำหน่ายทุเรียน GI ระยองสู่กลุ่มผู้บริโภคระดับบนของจีน โดยได้รับการตอบรับอย่างโดดเด่น สะท้อนศักยภาพของตลาดทุเรียนพรีเมียมไทยในจีน และเป็นต้นแบบการทำตลาดรูปแบบใหม่ที่ผู้ประกอบการไทยสามารถนำไปต่อยอดได้



กิจกรรมดังกล่าวมีนายนิติ ประทุมวงษ์ ผู้อำนวยการ สคต. ณ เมืองหนานหนิง ร่วมให้ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพทุเรียนไทย การควบคุมคุณภาพก่อนส่งออก ข้อมูลทุเรียน GI ระยอง ตลอดจนแนวทางการเลือกซื้อทุเรียนคุณภาพแก่ผู้บริโภคจีน ขณะที่คุณ Huang Meihua หรือ “หัวเจี๋ย” KOL ด้านผลไม้สดชื่อดังในกว่างซี ซึ่งมีผู้ติดตามบน Douyin กว่า 157,000 คน ทำหน้าที่ดำเนินรายการและนำเสนอสินค้าแก่ผู้ชม การไลฟ์สดจัดขึ้นเป็นเวลา 3 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 20.00–23.00 น. มีผู้เข้าชมรวมกว่า 87,000 คน โดยจำหน่ายทุเรียน GI ระยอง ใน 2 รูปแบบ ได้แก่ ทุเรียนทั้งลูก ราคา 130 หยวนต่อกิโลกรัม สามารถจัดส่งทั่วประเทศจีนภายใน 1–2 วัน และทุเรียนแกะเนื้อ ราคา 296 หยวนต่อกิโลกรัม สำหรับลูกค้าในเมืองหนานหนิง พร้อมบริการจัดส่งภายใน 1 ชั่วโมง ผลกิจกรรมครั้งนี้สามารถสร้างยอดขายรวม 295,881 หยวน จากจำนวนทุเรียน 952 ลูก โดยมีมูลค่าซื้อเฉลี่ยต่อผลสูงกว่าทุเรียนทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนให้เห็นถึงกำลังซื้อของกลุ่มผู้บริโภคระดับบนในจีนที่พร้อมจ่ายเพื่อสินค้าคุณภาพสูงและมีที่มาชัดเจน

ทุเรียนไทยกำลังก้าวสู่ยุค “Premium Branding” ความสำเร็จของการไลฟ์สดครั้งนี้สะท้อนแนวโน้มสำคัญในตลาดจีนที่กำลังเปลี่ยนจากการแข่งขันด้านปริมาณและราคา ไปสู่การแข่งขันด้านคุณภาพ แบรินด์ และประสบการณ์ผู้บริโภค บริษัท Royal Farm Group ไม่ได้ดำเนินธุรกิจในฐานะผู้ส่งออกทุเรียนเพียงอย่างเดียว แต่กำลังยกระดับสู่การเป็นผู้สร้างแบรนด์ทุเรียนพรีเมียมของไทยในตลาดจีน โดยใช้กลยุทธ์ผสมผสานระหว่างการคัดเลือกทุเรียนคุณภาพสูง การสร้างเรื่องราวและภาพลักษณ์สินค้า การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล การ

ร่วมงานกับ KOL เฉพาะทาง และการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านหน่วยงานภาครัฐ ทั้งนี้ โมเดลดังกล่าวช่วยให้ทุเรียนไทยสามารถจำหน่ายในราคาที่สูงขึ้น พร้อมสร้างการรับรู้แบรนด์ในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัท Royal Farm ได้ร่วมมือกับกลุ่มสหกรณ์และสำนักงานเกษตรจังหวัดระยอง ในการรับซื้อทุเรียนหมอนทอง GI ระยองและทุเรียนเกรดพรีเมียมถุงแดง (Magic Growth) ตั้งแต่ต้นปี 2569 จุดเด่นของทุเรียน GI ระยอง ได้แก่ พื้นที่เพาะปลูกมีลักษณะเฉพาะจากดินตะกอนและอิทธิพลลมทะเล เนื้อแห้ง พูเต็ม เนื้อหนา เม็ดลิบ และรสชาติหวานหอมเป็นเอกลักษณ์ ด้วยคุณลักษณะดังกล่าว ทำให้สามารถจำหน่ายในตลาดจีนได้ในราคาสูง และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคระดับบน



ปัจจุบันบริษัท Royal Farm มีความต้องการขยายเครือข่ายจัดซื้อทุเรียนคุณภาพสูงจากทุกภูมิภาคของไทย ทั้งสวนทุเรียน ล้ง และกลุ่มสหกรณ์ที่มีศักยภาพในการส่งออก โดยเฉพาะทุเรียนที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น และได้รับการรับรอง GI แหล่งจัดซื้อหลักของบริษัทครอบคลุมหลายพื้นที่ ได้แก่ ภาคตะวันออก (ระยอง จันทบุรี และตราด) ภาคใต้ (ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี และกระบี่) ภาคตะวันตก (กาญจนบุรี) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ศรีสะเกษ และนครราชสีมา) ภาคกลาง (ปราจีนบุรี) นอกจากนี้ บริษัทยังส่งออกทุเรียนคุณภาพสูงกว่า 50 สายพันธุ์ อาทิ นกกระเจิบ นวลทองจันทร์ ดาวกระจาย เม็ดในยายปราง และภูเขาไฟ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค ระดับพรีเมียม และอีกหนึ่งจุดแข็งสำคัญของ Royal Farm คือระบบ Traceability โดยทุเรียนทุกลูกจะมีการยิงเลเซอร์หมายเลขประจำผลบนเปลือก เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตั้งแต่แหล่งผลิต กระบวนการคัดบรรจุ และการขนส่ง ระบบดังกล่าวช่วยเพิ่มความมั่นใจให้ผู้บริโภค พร้อมเป็นฐานข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์คุณภาพและความนิยมของผลผลิตจากแต่ละแหล่งผลิต เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนจัดซื้อในอนาคต

แนวคิดการสร้างแบรนด์แทนแข่งขันด้านปริมาณ โดย Ms. Pan Jiaoling กรรมการผู้จัดการใหญ่ของ Royal Farm เปิดเผยว่าบริษัทเลือกดำเนินธุรกิจแตกต่างจากผู้ไฝ่รายใหญ่ที่เน้นยอดขายจำนวนมากในระยะเวลาสั้น โดยมุ่งสร้างแบรนด์ทุเรียนคุณภาพสูงและจำหน่ายอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี แนวทางดังกล่าวช่วยให้บริษัทสามารถรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้า ดูแลผลประโยชน์ของเกษตรกร และสร้างฐานลูกค้าระดับพรีเมียมที่มั่นคง ผลจากกลยุทธ์ดังกล่าวทำให้แบรนด์ Royal Farm ได้รับการจัดอันดับ TOP 1 บนแพลตฟอร์ม Douyin ในหลายหมวด อาทิ แบรนด์ทุเรียนไทยรีวิวยอดเยี่ยมอันดับ 1 ทุเรียนขายดีอันดับ 1 และทุเรียนยอดนิยมอันดับ 1 เพื่อรักษาคุณภาพสินค้า บริษัทให้ความสำคัญกับการขนส่งทางอากาศและทางรถไฟเป็นหลัก เฉพาะเดือนพฤษภาคม 2569 บริษัทส่งออกทุเรียนผ่านรถไฟจีน-ลาว จำนวน 31 ตู้คอนเทนเนอร์หรือประมาณ 465 ตัน ขนส่งทางอากาศผ่านหนานหนิง อู่ฮั่น กวางโจว และเฉิงตู อีกประมาณ 300 ตัน รวมปริมาณส่งออกกว่า 765 ตัน

นอกจากนี้ กิจกรรมไลฟ์สดครั้งนี้ยังได้รับความสนใจจาก Mr. Thomas Fuller นักข่าวอาวุโสของ The New York Times ซึ่งเข้าร่วมสังเกตการณ์และชิมทุเรียน GI ระยอง เพื่อนำข้อมูลไปประกอบการจัดทำหนังสือเกี่ยวกับอุตสาหกรรมทุเรียนจากประเทศต่างๆ กิจกรรมดังกล่าวสะท้อนว่าทุเรียนไทยไม่ได้เป็นเพียงสินค้าเกษตรส่งออก แต่กำลังก้าวสู่การเป็นสินค้าวัฒนธรรมและหัวข้อศึกษาระดับนานาชาติที่ได้รับความสนใจจากสื่อทั่วโลก

ความคิดเห็นจาก สศต. ณ เมืองหนานหนิง กรณีศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นแนวทางการยกระดับทุเรียนไทยสู่ตลาดโลกอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปประยุกต์ใช้ ได้แก่

1. สร้างแบรนด์จากแหล่งกำเนิดสินค้า ทุเรียน GI ที่มีการรับรองแหล่งผลิตและคุณภาพสามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และเพิ่มมูลค่าในตลาดส่งออกได้อย่างชัดเจน
2. ใช้ Live Commerce เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง แพลตฟอร์มอย่าง Douyin เปิดโอกาสให้ผู้ส่งออกเข้าถึงผู้บริโภคจีนโดยตรง ลดการพึ่งพาคนกลาง และเพิ่มอัตรากำไร
3. ผสานความร่วมมือ “รัฐ + เอกชน + KOL” รูปแบบความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และผู้มีอิทธิพลทางความคิด (KOL) ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำตลาดสินค้าพรีเมียม
4. พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ ผู้บริโภคจีนให้ความสำคัญกับความปลอดภัยอาหารและความโปร่งใส การมีระบบติดตามย้อนกลับจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น
5. ยกระดับมาตรฐานทุเรียนพรีเมียมไทย ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับมาตรฐานด้านคุณภาพ อาทิ ความแห้งของเนื้อ ระดับความสุก มาตรฐาน GAP หรือ Organic รวมถึงการรับรองปลอดสารตกค้าง เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดโลก

แม้ว่าจีนยังคงเป็นตลาดส่งออกทุเรียนที่ใหญ่ที่สุดของไทย โดยในปี 2568 จีนนำเข้าทุเรียนไทยกว่า 938,949 ตัน มูลค่ากว่า 150,160 ล้านบาท แต่การแข่งขันในตลาดกำลังเพิ่มสูงขึ้นจากการเปิดนำเข้าทุเรียนจากประเทศผู้ผลิตรายอื่นในอาเซียน ดังนั้น การแข่งขันในอนาคตจะไม่ได้อยู่ที่ใครขายได้มากกว่าเพียงอย่างเดียว แต่จะอยู่ที่ใครสร้างคุณค่าและความแตกต่างได้มากกว่า กรณีศึกษาของบริษัท Royal Farm จึงเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนว่าการผสมผสานระหว่างคุณภาพสินค้า การสร้างแบรนด์ การตลาดดิจิทัล และการสร้างความ

เชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค สามารถยกระดับทุเรียนไทยจากสินค้าเกษตรทั่วไปสู่สินค้าเกรดพรีเมียมที่มีมูลค่าสูงในตลาดโลกได้อย่างแท้จริง

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองหนานหนิง

วันที่ 2 มิถุนายน 2569

<https://mp.weixin.qq.com/s/kyzHXh-KcjhHM6gRNJzB6A>