



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

ประจำวันที่ 26 ตุลาคม - 1 พฤศจิกายน 2569

“ข้าวไทยหอมอร่อย โดนใจผู้บริโภคจีน” ในงาน Guangzhou Gourmet Week 2026



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว ดำเนินกิจกรรม “Think Rice Think Thailand” ภายใต้โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และส่งเสริมการขายสินค้าข้าวไทยผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ในตลาดจีน ระหว่างวันที่ 10 – 19 ตุลาคม 2569 ภายในงานเทศกาลอาหาร Guangzhou Gourmet Week (GGW) 2026 ณ เมืองกวางโจว มณฑลกวางตุ้ง สาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อประชาสัมพันธ์คุณภาพและเอกลักษณ์ของข้าวไทย สร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในหมู่ผู้บริโภคชาวจีน ตลอดจนกระตุ้นยอดจำหน่ายและขยายโอกาสทางการค้าของสินค้าข้าวไทยในตลาดจีน



งาน GGW เป็นเทศกาลอาหารระดับเมืองที่สำคัญของกวางโจว จัดต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 4 มุ่งเน้นกระตุ้นการบริโภค ส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารและบริการ ตลอดจนสนับสนุนการยกระดับเมืองกวางโจวสู่การเป็นศูนย์กลางการบริโภคระดับนานาชาติ โดยในปีนี้มีร้านอาหารเข้าร่วมกว่า 200 ร้าน ครอบคลุมร้านอาหาร Thai SELECT ร้านอาหารระดับมิชลิน และร้านอาหารท้องถิ่นชื่อดัง พร้อมดึงดูดผู้เข้าชมงานตลอดระยะเวลาการจัดงานกว่า 450,000 คน นับเป็นเวทีสำคัญในการประชาสัมพันธ์สินค้าข้าวไทยให้เข้าถึงผู้บริโภคชาวจีนโดยตรง ผ่านการนำเสนอคุณภาพสินค้าและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมอาหารไทย

ภายในงาน สศต. ณ เมืองกวางโจว ได้จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าข้าวไทย ภายใต้แนวคิด “Think Rice Think Thailand” โดยมีผู้ประกอบการสินค้าไทยเข้าร่วมจำนวน 9 ราย ภายใต้ 10 แบรนด์ ครอบคลุมผู้ประกอบการข้าวไทย ร้านอาหารที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT แบรนด์เครื่องดื่มไทย และผลิตภัณฑ์อาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT พร้อมจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค



กิจกรรมภายในงาน

1. กิจกรรมแจกข้าวไทยให้แก่ผู้ร่วมกิจกรรม เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคชาวจีนได้รู้จักและทดลองบริโภคข้าวไทย ตลอดจนสร้างประสบการณ์ที่ดีและส่งเสริมการจดจำสินค้าข้าวไทยในกลุ่มผู้บริโภค



2. มุมจำหน่ายสินค้าข้าวไทยราคาพิเศษและผลิตภัณฑ์ต่อยอดจากข้าวไทย นำเสนอสินค้าข้าวไทยจากแบรนด์ต่าง ๆ ในราคาส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อและเพิ่มโอกาสให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าข้าวไทยคุณภาพสูง นอกจากนี้ ยังได้รับความร่วมมือจากร้านอาหาร Thai SELECT และผู้ประกอบการเครื่องดื่มไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้ข้าวไทยเป็นวัตถุดิบหรือส่วนประกอบสำคัญ สำหรับกิจกรรมครั้งนี้โดยเฉพาะ อาทิ เครื่องดื่มโซดากลิ่นข้าวหอมมะลิไทย และไอศกรีมข้าวหอมมะลิไทย เพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของข้าวไทยในการต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มรูปแบบใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่ม และตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวจีนยุคใหม่



3. กิจกรรมสาธิตการประกอบอาหารไทยและแจกชิมอาหารไทย โดยเชิญเชฟมืออาชีพจากร้านอาหารที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT มาสาธิตการปรุงอาหารไทยโดยใช้ข้าวไทยเป็นวัตถุดิบ พร้อมเปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมงานได้ทดลองชิม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ยังได้จัดกิจกรรมปรุงและแจกชิมอาหารไทยตลอดช่วงเวลาการจัดงาน อาทิ แกงเขียวหวาน ต้มยำกุ้ง และแกงมัสมั่น โดยเสิร์ฟคู่กับข้าวไทย เพื่อให้ผู้บริโภคได้สัมผัสรสชาติอาหารไทยต้นตำรับและเห็นถึงความหลากหลายในการนำข้าวไทยมารับประทานร่วมกับอาหารไทยประเภทต่าง ๆ อันเป็นการส่งเสริมทั้งภาพลักษณ์ข้าวไทยและอาหารไทยไปพร้อมกัน



4. โซนนิทรรศการสินค้าข้าวไทยแท้ จัดแสดงและให้ความรู้เกี่ยวกับคุณภาพ เอกลักษณ์ และแหล่งกำเนิดของข้าวไทย รวมถึงแนวทางการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวไทยแท้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคและลดความเสี่ยงจากการซื้อสินค้าลอกเลียนแบบ โดยมุ่งส่งเสริมภาพลักษณ์ข้าวไทยในฐานะสินค้าคุณภาพสูง มีความปลอดภัย และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว



ผลการดำเนินงานในช่วงระยะเวลากิจกรรม

สคต. ณ เมืองกว่างโจว ได้ขยายผลการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเชิญผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ (Key Opinion Leaders: KOLs) ท้องถิ่นจำนวน 20 ราย ร่วมเผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมและสินค้าข้าวไทยผ่านแพลตฟอร์มยอดนิยมของจีน ได้แก่ Xiaohongshu, WeChat และ Weibo ซึ่งตลอดระยะเวลา 10 วัน มียอดรับชมเนื้อหา รวมกว่า 1.1 ล้านครั้ง ช่วยขยายการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพและเอกลักษณ์ของข้าวไทยไปยังกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนในวงกว้าง

ผลการดำเนินกิจกรรมตลอดระยะเวลา 10 วัน สามารถสร้างยอดขายสินค้านำเข้ารวมทั้งสิ้น 426,000 หยวน แบ่งเป็นยอดขายผ่านช่องทางออฟไลน์ภายในงาน 383,000 หยวน และยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ 43,000 หยวน นอกจากนี้ กิจกรรมยังช่วยประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ข้าวไทยและอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดจีนมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากข้าวไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและขยายโอกาสทางการตลาดในอนาคต

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

การจัดกิจกรรม “Think Rice Think Thailand” ภายในงาน Guangzhou Gourmet Week 2026 มีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับข้าวไทยในตลาดจีน ท่ามกลางการแข่งขันจากสินค้าข้าวของประเทศต่าง ๆ โดยการนำเสนอจุดเด่นด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และเอกลักษณ์ของข้าวไทยควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มรูปแบบใหม่ ถือเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างความแตกต่าง เพิ่มมูลค่าสินค้า และขยายฐานผู้บริโภคข้าวไทยในตลาดจีน

สศต. ณ เมืองกวางโจว เห็นว่า ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้าวไทยให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคชาวจีน โดยอาศัยความร่วมมือกับร้านอาหารและผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่มในจีน เพื่อขยายโอกาสในการใช้ข้าวไทยเป็นวัตถุดิบในเชิงพาณิชย์ นอกเหนือจากการบริโภคเป็นอาหารหลัก พร้อมทั้งส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์และออนไลน์ควบคู่กัน ตลอดจนสื่อสารจุดเด่นด้านคุณภาพ มาตรฐานความปลอดภัย และแหล่งกำเนิดสินค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของข้าวไทยในตลาดจีนอย่างยั่งยืน

จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

26 ตุลาคม 2569

แหล่งข้อมูล :

<https://mp.weixin.qq.com/s/aJYzUP8s9vgHWFxgTt5sdw?scene=1>

<https://mp.weixin.qq.com/s/1dYYMpKtL2Funcw-reZ-2g?scene=1>