



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน
(Weekly News from China)
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว
ประจำวันที่ 20 - 26 กรกฎาคม 2569

“Thai SELECT” ชี้นำความอร่อยอาหารไทยสู่ผู้บริโภคชาวกวางตุ้ง



เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2569 สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) ณ เมืองกวางโจว เดินหน้าส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในตลาดจีน จัดกิจกรรม “การแข่งขันทำอาหารไทย” ณ 1906 Young Town Plaza เมืองกวางโจว สาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อถ่ายทอดรายการ “Wo Ai Fan Xun Wei (我爱返寻味) / ตามหาความอร่อย” ทางสถานีโทรทัศน์กวางตุ้ง ในเทปพิเศษสำหรับประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT มุ่งนำเสนอเสน่ห์ของอาหารไทยและร้านอาหาร Thai SELECT เข้าถึงผู้บริโภคจีนในวงกว้างผ่านสื่อโทรทัศน์ ควบคู่กับการสร้างกระแสนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมของจีน โดยมีวัฒนธรรมด้าน “อาหารไทย” มาเป็นสื่อกลางในการสร้างประสบการณ์และการรับรู้เกี่ยวกับ Thai SELECT ให้แก่ผู้บริโภคจีน ผ่านรูปแบบรายการบันเทิงและการแข่งขันทำอาหารที่เข้าใจง่าย สนุก และเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เห็นขั้นตอนการปรุงอาหารไทย รวมถึงการใช้เครื่องปรุงและวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทยอย่างใกล้ชิด

กิจกรรมครั้งนี้ได้รับเกียรติจากกงสุลใหญ่ ณ นครกวางโจว ร่วมเป็นกรรมการกิตติมศักดิ์ โดยมีผู้อำนวยการ และผู้ช่วยผู้อำนวยการ สคต. ณ เมืองกวางโจว เป็นกรรมการฝ่ายไทย พร้อมด้วย ผู้บริหารงาน Guangzhou Premium Food Week และประธานและกรรมการผู้จัดการของ 1906 Young Town Plaza ร่วมเป็นกรรมการฝ่ายจีน นอกจากนี้ ยังมีผู้แทนจากร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT จำนวน 12 ร้าน ผู้แทนร้านอาหารไทยที่สนใจสมัครขอรับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT จำนวน 2 ร้าน

ผู้แทนศูนย์การค้า 8 ราย และผู้แทนสมาคมที่เกี่ยวข้อง 2 ราย เข้าร่วมกิจกรรม สะท้อนถึงความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของไทยและพันธมิตรจีนในการร่วมกันประชาสัมพันธ์อาหารไทยและร้านอาหารไทยในตลาดจีน ตลอดจนได้รับความสนใจจากผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวที่อยู่ภายในบริเวณ 1906 Young Town Plaza เป็นจำนวนมาก ช่วยสร้างบรรยากาศการประชาสัมพันธ์อาหารไทยให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่โดยตรง

ดิงเสน่ “อาหารไทย” สู่อายการโทรทัศน์จีน

ไฮไลต์ของงานเป็นกิจกรรมการแข่งขันทำอาหารไทยในรูปแบบรายการโทรทัศน์ โดยนำเมนูอาหารไทยยอดนิยมและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT มาเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขัน พร้อมเปิดโอกาสให้เชฟไทยจากร้าน Thai SELECT และเชฟจีนที่มีประสบการณ์ด้านอาหารไทยร่วมถ่ายทอดเสน่ห์และเอกลักษณ์อาหารไทยสู่ผู้ชมชาวจีน รูปแบบการแข่งขันดังกล่าวไม่เพียงสร้างความสนุกสนานให้แก่รายการ แต่ยังช่วยถ่ายทอดเรื่องราวของอาหารไทยผ่านประสบการณ์จริงของผู้เข้าแข่งขันและเชฟ ทำให้ผู้ชมชาวจีนสามารถทำความรู้จักอาหารไทยได้มากกว่าการเห็นภาพอาหารสำเร็จรูป โดยได้เห็นตั้งแต่การเลือกเครื่องปรุง วิธีการประกอบอาหาร ตลอดจนความพิถีพิถันในการสร้างรสชาติแบบไทย ซึ่งการนำกิจกรรมมาถ่ายทอดเป็นรายการโทรทัศน์จีนจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการขยายการประชาสัมพันธ์ Thai SELECT จากกลุ่มผู้บริโภคที่เข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่ ไปสู่ฐานผู้ชมของสื่อจีนในวงกว้าง และช่วยสร้างความเชื่อมโยงระหว่าง “อาหารไทย-ร้านอาหารไทย-Thai SELECT” ให้เป็นที่จดจำในกลุ่มผู้บริโภคจีนมากขึ้น

นอกจากนี้ ภายในงานยังมีพิธีมอบรางวัล “ทัวร์ประเทศไทยฟรี” แก่ผู้โชคดีจากกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของร้าน Thai SELECT ในมณฑลกว่างต้ง หูเป่ย์ และไห่หนาน จำนวน 32 ร้าน การจัดกิจกรรมในลักษณะดังกล่าวมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคชาวจีนเข้าไปทดลองรับประทานอาหารไทยที่ร้าน Thai SELECT พร้อมสร้างการจดจำตราสัญลักษณ์ผ่านประสบการณ์จริงของผู้บริโภค



เชื่อมโยงประสบการณ์ความอร่อยผ่าน “ทีวี-KOL-โซเชียลมีเดีย”

นอกเหนือจากการประชาสัมพันธ์ผ่านรายการ “Wo Ai Fan Xun Wei / ตามหาความอร่อย” ทางสถานีโทรทัศน์กว่างต้งแล้ว สดต. ณ เมืองกว่างโจว ยังเดินทางขยายการรับรู้เกี่ยวกับร้านอาหาร Thai SELECT ผ่าน KOL และอินฟลูเอนเซอร์จีนอย่างต่อเนื่อง โดยนำเสนอคลิปวิดีโอและเนื้อหาเกี่ยวกับร้านอาหารที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ในมณฑลกว่างต้ง หูเป่ย์ และไห่หนาน ผ่านแพลตฟอร์ม

ออนไลน์สำคัญของจีน ได้แก่ Douyin, Xiaohongshu (RedNote) และ Weibo แนวทางดังกล่าวเป็นการเชื่อม การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์เข้ากับพฤติกรรมกรับสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคจีน โดยเฉพาะ การใช้คลิป วิดีโอสั้น รีวิวร้านอาหาร และคอนเทนต์จาก KOL และอินฟลูเอนเซอร์ เพื่อทำให้ Thai SELECT ปรากฏอยู่ใน สื่อหลากหลายรูปแบบ และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง

การใช้ KOL และอินฟลูเอนเซอร์ยังช่วยนำเสนอประสบการณ์การรับประทานอาหารในแต่ละ ร้านผ่านมุมมองของผู้บริโภค ตั้งแต่บรรยากาศร้าน เมนูแนะนำ เอกลักษณ์ของอาหาร ตลอดจนประสบการณ์ ในการรับประทานอาหารไทย ทำให้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ไม่ได้ถูกนำเสนอเพียงในฐานะเครื่องหมาย ของร้านอาหาร แต่เชื่อมโยงเข้ากับประสบการณ์การค้นหาร้านอาหารและการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหาร ของผู้บริโภคจีนโดยตรง โดยเฉพาะการเผยแพร่เนื้อหาผ่าน Douyin, Xiaohongshu และ Weibo ซึ่งเป็น ช่องทางสำคัญในการรับชมวิดีโอ ค้นหาร้านอาหาร อ่านรีวิว และติดตามกระแสของผู้บริโภคจีน จะช่วยขยาย ผลจากกิจกรรมออฟไลน์ให้สามารถสร้างการรับรู้บนโลกออนไลน์ได้อย่างต่อเนื่อง และเพิ่มโอกาสให้ร้านอาหาร Thai SELECT ในแต่ละเมืองเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมากขึ้น

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

การจัดกิจกรรมครั้งนี้สะท้อนแนวทางการส่งเสริม Thai SELECT ในตลาดจีนที่ผสมผสาน กิจกรรมออฟไลน์เข้ากับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อจีน โดยใช้การแข่งขันทำอาหารเป็นกิจกรรมสร้าง ประสบการณ์ นำเนื้อหาไปต่อยอดผ่านรายการโทรทัศน์ และขยายกระแสต่อบนแพลตฟอร์มออนไลน์ผ่าน KOL และอินฟลูเอนเซอร์ ขณะเดียวกัน การมีส่วนร่วมของร้านอาหาร ศูนย์การค้า สมาคม ตลอดจนพันธมิตรฝ่ายจีน ยังช่วยขยายเครือข่ายในการประชาสัมพันธ์อาหารไทยในพื้นที่ และสร้างความเข้าใจให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ ร้านอาหารและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากขึ้น รวมถึงผู้บริโภคสามารถจดจำและเลือกร้านอาหารไทยได้ง่ายขึ้น ตลอดจนช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในต่างประเทศและสร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่สินค้า อาหาร เครื่องปรุง และวัตถุดิบของไทยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหาร

สำหรับตลาดจีน การสร้างการรับรู้ผ่านสื่อท้องถิ่นและแพลตฟอร์มออนไลน์จีนถือเป็นช่องทาง สำคัญในการนำอาหารไทยเข้าไปอยู่ใกล้กับผู้บริโภคมากขึ้น โดยเฉพาะการนำเสนอในรูปแบบคอนเทนต์ ที่ผู้บริโภคสามารถรับชม แชร์ ค้นหาข้อมูลร้าน และนำไปสู่การทดลองใช้บริการจริง การจัดกิจกรรมครั้งนี้จึง เป็นอีกหนึ่งกลไกในการสร้างการรับรู้ Thai SELECT ในพื้นที่เขตอาณาที่รับผิดชอบ ทั้งมณฑลกว่างตุง หูเป่ย์ และไห่หนาน ผ่านการประสานพลังของร้านอาหารไทย พันธมิตรภาคธุรกิจ สื่อโทรทัศน์จีน ตลอดจน KOL และอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อสร้างกระแสอาหารไทย และ Thai SELECT ให้เข้าถึงผู้บริโภค จีนในวงกว้างและต่อเนื่อง พร้อมสนับสนุนภาพลักษณ์อาหารไทย และเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้แก่ธุรกิจ อาหารไทยในประเทศจีนในระยะยาว

จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกว่างโจว

24 กรกฎาคม 2569