



**DITP**

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน  
วันที่ 23 กุมภาพันธ์ - 1 มีนาคม 2569  
โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู  
<thaitcchengdu@ditp.go.th>

## สถานการณ์มะพร้าวในตลาดจีน



แหล่งที่มา : <https://brandinside.asia/thai-coconut-becomes-widely-popular-among-chinese-consumers/>

1. ข้อมูลพื้นฐานมะพร้าวของจีน เกาะไหหลำ (Hainan) คือแหล่งปลูกมะพร้าวที่ใหญ่ที่สุดของจีน คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 99 ของพื้นที่ปลูกทั้งหมดในประเทศ นอกจากไหหลำแล้ว มีปลูกบ้างเล็กน้อยตามชายฝั่งของมณฑลกวางตุ้ง (Guangdong) และกวางสี (Guangxi) แต่ปริมาณน้อยมากเมื่อเทียบกับไหหลำ สายพันธุ์มะพร้าวที่ปลูกในจีนแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ (1) มะพร้าวสูง (Tall Coconuts) เป็นสายพันธุ์ดั้งเดิมที่ปลูกกันมานาน เช่น สายพันธุ์ "ไหหลำสูง" (Hainan Tall) ส่วนใหญ่ใช้สำหรับผลิตเนื้อมะพร้าวแห้งและกะทิ (2) มะพร้าวเตี้ย (Dwarf Coconuts) นิยมปลูกเพื่อบริโภคผลสด โดยเฉพาะพันธุ์มะพร้าวน้ำหอมที่นำสายพันธุ์มาจากไทยและเวียดนาม เพื่อตอบสนองความต้องการตลาดเครื่องดื่ม

- ผลผลิตภายในประเทศ ปริมาณ จีนผลิตมะพร้าวได้ประมาณ 200,000 - 300,000 ตัน/ปี (ตัวเลขประมาณการ) ปัญหา ผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศที่สูงมาก (โดยเฉพาะฤดูร้อน) ทำให้ต้องพึ่งพาการนำเข้าเป็นหลัก สาเหตุที่ผลิตได้น้อย พื้นที่ปลูกมีจำกัด ต้นมะพร้าวส่วนใหญ่มีอายุมากให้ผลผลิตต่ำ และขาดแคลนแรงงานเก็บเกี่ยวเนื่องจากต้นมะพร้าวสูงและเก็บยาก

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

**Disclaimer:** ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

- **มูลค่าทางเศรษฐกิจ** มะพร้าวเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของเกาะไหหลำ มีการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลาย เช่น น้ำมะพร้าวบรรจุกล่อง กะทิ ขนมะพร้าว และงานหัตถกรรม นอกจากนี้บนเกาะไหหลำ มะพร้าวยังเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยมีสวนมะพร้าวเป็นแหล่งท่องเที่ยว และมีผลิตภัณฑ์แปรรูปเป็นของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว

- **ฤดูกาลเก็บเกี่ยวหลักในจีน** มะพร้าวจะให้ผลผลิตมากในช่วงหน้าร้อนประมาณเดือน มิถุนายน – ตุลาคม ส่วนนอกฤดูผลผลิตภายในประเทศจะน้อยลง ทำให้ต้องพึ่งพามะพร้าวนำเข้าจากไทยและเวียดนามเป็นหลัก

**2. สถานการณ์มะพร้าวในประเทศจีนมีความน่าสนใจและมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด โดยสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้**

- **ด้านการผลิต : พึ่งพาการนำเข้าเป็นหลัก**

การปลูกมะพร้าวในจีนส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่บนเกาะไหหลำ (Hainan) ซึ่งเป็นแหล่งผลิตที่สำคัญที่สุด รองลงมาคือบริเวณชายฝั่งของมณฑลกว่างตุง (Guangdong) และกว่างซี (Guangxi) ปริมาณมะพร้าวที่ผลิตได้ภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศที่สูงมาก ทำให้จีนต้องพึ่งพาการนำเข้ามะพร้าวจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ในขณะที่สวนมะพร้าวในจีนประสบปัญหาพื้นที่ปลูกเก่าแก่ ต้นมะพร้าวมีอายุมาก ให้ผลผลิตต่ำ รวมถึงประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานเก็บเกี่ยว เนื่องจากมะพร้าวเป็นพืชที่ต้องใช้แรงงานในการเก็บเกี่ยวค่อนข้างมาก

- **ด้านการนำเข้า : เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง**

จีนเป็นหนึ่งในผู้นำเข้ามะพร้าวรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งมะพร้าวอ่อน (Young Coconut) เพื่อบริโภคน้ำและเนื้อ แหล่งนำเข้าหลัก คือ ประเทศไทยและเวียดนาม ซึ่งเป็นผู้ส่งออกมะพร้าวรายใหญ่ที่สุดมายังจีน โดยมะพร้าวจากไทยได้รับความนิยมอย่างสูงในเรื่องของคุณภาพและรสชาติ ขณะที่เวียดนามก็สามารถส่งออกได้ในปริมาณมากและแข่งขันด้านราคาได้ อินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ก็เป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญเช่นกัน โดยเฉพาะมะพร้าวแก่เพื่อนำไปแปรรูป นอกจากมะพร้าวสดแล้ว จีนยังนำเข้ากะทิ น้ำมันมะพร้าว กะทิกล่อง และผลิตภัณฑ์แปรรูปอื่นๆ ในปริมาณมาก เพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และเครื่องสำอาง

- **ด้านการตลาดและความนิยม : กระแสความต้องการที่หลากหลาย**

เทรนด์สุขภาพ (Health & Wellness) ผู้บริโภคชาวจีนยุคใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่และคนเมือง มีความใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ทำให้น้ำมะพร้าวและผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวได้รับความนิยมในฐานะเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจากธรรมชาติ นอกจากนี้ การเติบโตของชานมไข่มุก (Bubble Tea Boom) ที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วของร้านชานมไข่มุกและร้านเครื่องดื่มสมัยใหม่ในจีน ส่งผลให้ความต้องการกะทิและเนื้อมะพร้าว (เช่น สาคุ น้ำตาลมะพร้าว) เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด เนื่องจากเมนูเครื่องดื่มหลายเมนูมีส่วนผสมของมะพร้าวเป็นส่วนประกอบหลัก ยิ่งไปกว่านั้นความนิยมในหมู่นักชานมรุ่นใหม่ มะพร้าวกลายเป็นวัตถุดิบที่ได้รับความนิยม

ความนิยมอย่างสูงในหมู่ผู้บริโภค Gen Y และ Gen Z ที่ชื่นชอบการลองรสชาติและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และความต้องการบริโภคมะพร้าวสดและน้ำมะพร้าวจะเพิ่มสูงขึ้นเป็นพิเศษในช่วงฤดูร้อน

#### - ด้านราคาและแนวโน้ม

ราคามีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากความต้องการภายในประเทศที่สูงมาก ประกอบกับผลผลิตจากแหล่งผลิตหลักอย่างไทยและเวียดนามอาจมีความผันผวนจากสภาพอากาศและปัจจัยอื่นๆ ส่งผลให้ราคามะพร้าวในตลาดจีนโดยรวมมีแนวโน้มสูงขึ้นและมีความผันผวนตามฤดูกาลและสถานการณ์การนำเข้า

### 3. ปริมาณความต้องการมะพร้าวของจีน

ปริมาณความต้องการมะพร้าวของจีนสูงถึงประมาณ 4,000 ล้านลูก/ปี โดยความต้องการมะพร้าวสดอยู่ที่ประมาณ 2,600 ล้านลูก/ปี แต่กำลังการผลิตในประเทศมีเพียงประมาณร้อยละ 10 เท่านั้น ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ปริมาณการนำเข้ามะพร้าวของจีนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2565 และ 2566 ปริมาณการนำเข้ามะพร้าวของจีนสูงถึง 1.095 ล้านตัน และ 1.22 ล้านตันตามลำดับ

ข้อมูลจากสำนักงานศุลกากรจีนเปิดเผยว่าในปี 2568 แหล่งนำเข้ามะพร้าว (HS Code:08011200) ที่สำคัญ 6 อันดับแรกของจีน ได้แก่

ลำดับ	ประเทศ	ปริมาณการนำเข้า (ตัน)	มูลค่าการนำเข้า (ล้านหยวน)
1	อินโดนีเซีย	540,520.439	1,648.79
2	ไทย	432,812.761	2,021.18
3	เวียดนาม	102,987.706	355.73
4	ฟิลิปปินส์	36,142.627	107.47
5	มาเลเซีย	1,140.541	3.69
6	กัมพูชา	431.071	1.81

แหล่งข้อมูล : <http://www.customs.gov.cn/>

- **ข้อมูลมะพร้าวไทย** มะพร้าวไทยได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวจีนมาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งมะพร้าวน้ำหอมไทยครองส่วนแบ่งตลาดจีนมานาน โดยปริมาณการส่งออกมะพร้าวน้ำหอมไทยมายังจีนคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ของปริมาณการนำเข้าของจีน หากพิจารณาในด้านห่วงโซ่อุปทาน พบว่าอุตสาหกรรมมะพร้าวของไทยได้พัฒนาอย่างครบวงจร มีบริษัทจีนจำนวนมากที่เข้ามามีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้ง ตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบไปจนถึงการแปรรูป ส่งผลให้ห่วงโซ่อุปทานพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

จากการสำรวจข้อมูลผู้นำเข้ามะพร้าวรายสำคัญในนครเฉิงตู พบว่า ที่ผ่านมา ราคารับซื้อมะพร้าวไทยค่อนข้างคงที่ อย่างไรก็ตาม ราคารับซื้อมะพร้าวไทยจะมีการปรับตัวสูงขึ้นในช่วงเทศกาลสำคัญของจีน

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

**Disclaimer:** ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

ราคาจำหน่ายมะพร้าวไทย (ราคาขายส่ง/ขายปลีก)

ชนิด	ราคาค้าส่ง (บาท/กก.)	ราคาค้าปลีก (บาท/กก.)	หมายเหตุ
มะพร้าวปอกเปลือก	38.9	64.5	ราคาอ้างอิงจากตลาดค้าส่งสินค้าเกษตรนานาชาติ ต. เหมิงหยาง มณฑลเสฉวน ณ วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2569
มะพร้าวแก่	53.125-59.375	84.5	

- ข้อมูลมะพร้าวพันธุ์เขียวของเวียดนาม เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2567 จีนและเวียดนามได้ลงนามในพิธีสารสำคัญ ซึ่งอนุญาตให้มะพร้าวสดของเวียดนามส่งออกมายังประเทศจีนได้อย่างเป็นทางการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ มะพร้าวที่ได้รับการอนุมัติ คือ มะพร้าวพันธุ์เขียว หรือ Green Siamese Coconut แหล่งผลิตที่สำคัญ ที่จังหวัดปิ่นัง ประเทศเวียดนาม เส้นทางการขนส่งจะขนส่งผ่านระบบโซ่ความเย็นทั้งทางบกและทางทะเล เพื่อรักษาความสดใหม่ โดยทางบกผ่านด่านผิงเสียงเขตปกครองตนเองกวางสีเป็นหลักและทางเรือส่วนใหญ่จะขนส่งผ่านท่าเรือโฮจิมินห์มายังท่าเรือเมืองกวางโจว /เซินเจิ้นของจีนเป็นหลัก

- จุดเด่นของมะพร้าวพันธุ์เขียวของเวียดนามเปรียบเทียบกับมะพร้าวไทย

รายการ	มะพร้าวพันธุ์เขียว (เวียดนาม)	มะพร้าวน้ำหอม (ไทย)
รสชาติ	สดชื่น	หอมเข้มข้นและหวานสูง
ราคา	คุ้มค่า (ถูกกว่า)	แพงกว่า
กลุ่มเป้าหมาย	ผู้บริโภคทั่วไป/ตลาดทั่วไป	ผู้บริโภคที่นิยมสินค้าที่มีคุณภาพ/ ตลาดระดับปานกลาง-บน
จุดเด่น	ราคาเป็นมิตรและรสชาติสดชื่น	เอกลักษณ์กลิ่นหอมเฉพาะตัว

ข้อคิดเห็น / ข้อเสนอแนะ สศต. ณ นครเฉิงตู

สถานการณ์มะพร้าวในจีนคือ "ตลาดที่มีความต้องการสูงมาก แต่กำลังการผลิตภายในประเทศจำกัด" ทำให้เกิดการพึ่งพาการนำเข้าในระดับสูง เทรนด์การบริโภคเพื่อสุขภาพและการเติบโตของธุรกิจเครื่องดื่มเป็นปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อนความต้องการ และคาดว่าแนวโน้มการนำเข้ามะพร้าวและผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวจะยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

**Disclaimer:** ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

## ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทย

1. **รักษาความได้เปรียบในตลาดมะพร้าวน้ำหอมพรีเมียม** โดย 1) คงมาตรฐานคุณภาพ จุดแข็งของมะพร้าวไทย คือ รสชาติหวาน หอม และเนื้อนุ่ม ซึ่งผู้บริโภคชาวจีนจดจำและพึงพอใจ การรักษาความสม่ำเสมอของคุณภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุด 2) การสร้างแบรนด์และเล่าเรื่อง ใช้การตลาดเชิงเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อสื่อถึงแหล่งที่มา เช่น "มะพร้าวน้ำหอมจากสวนในสมุทรสงคราม" หรือ "น้ำมะพร้าวจากไร่ในราชบุรี" เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างจากมะพร้าวเวียดนามที่มักเน้นปริมาณและราคา 3) เจาะกลุ่มผู้บริโภคระดับบน วางตำแหน่งสินค้าในกลุ่มพรีเมียม เจาะตลาดในเมืองใหญ่ผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด ซูเปอร์มาร์เก็ตระดับสูง และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่เน้นสินค้าคุณภาพ

2. **ขยายตลาดไปสู่ผลิตภัณฑ์แปรรูปมูลค่าสูง** โดย 1) ตอบโจทย์เทรนด์ความงามและสุขภาพ พัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น เครื่องดื่มน้ำมะพร้าวพร้อมดื่มพรีเมียม หรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากมะพร้าว เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพและความงามโดยเฉพาะ 2) ต่อยอดสู่กลุ่มอุตสาหกรรม นำเสนอกระทิพร้อมใช้คุณภาพสูงสำหรับร้านอาหารและโรงงานแปรรูปอาหาร ซึ่งกำลังเติบโตตามธุรกิจร้านชาวมและอาหารว่าง และ 3) การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น ขนมอบเคี้ยวเพื่อสุขภาพจากมะพร้าว ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ หรือของหวานแช่แข็งที่มีมะพร้าวเป็นส่วนประกอบ

3. **ใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกบนโลกออนไลน์** โดย 1) ร่วมมือกับ Influencers และ Key Opinion Leaders (KOL) เจ้าของมีอิทธิพลทางความคิดด้านอาหาร สุขภาพ หรือความงามบนแพลตฟอร์มอย่าง Xiaohongshu (Little Red Book) และ Douyin เพื่อรีวิวและแนะนำสินค้า 2) เน้นการทำ Content Marketing สร้างคอนเทนต์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของมะพร้าว สูตรอาหาร หรือวิถีชีวิตแบบคนรักสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว และ 3) ใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์ม Livestreaming จัดไลฟ์สดขายสินค้าบน Taobao หรือ Douyin โดยอาจเชื่อมโยงถึงบรรยากาศในสวนมะพร้าวในไทยเพื่อสร้างความน่าสนใจและไม่น่าเชื่อถือ

4. **ปรับตัวและเตรียมพร้อมรับมือการแข่งขัน** โดย 1) ศึกษาคู่แข่งอย่างจริงจัง ติดตามความเคลื่อนไหวของมะพร้าวเวียดนามและอินโดนีเซียในตลาดจีนอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะในด้านราคา ปริมาณ และกลยุทธ์การตลาด 2) สร้างพันธมิตรทางธุรกิจ หาพันธมิตร local ที่มีความแข็งแกร่งในด้านโลจิสติกส์ cold chain และช่องทางจัดจำหน่าย เพื่อให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และ 3) ให้ความสำคัญกับมาตรฐานและการรับรอง ตรวจสอบให้แน่ใจว่าสินค้าได้มาตรฐานการนำเข้าของจีน และควรหาการรับรองเพิ่มเติม เช่น การรับรองเกษตรอินทรีย์ (Organic) หรือมาตรฐานความปลอดภัยอาหารระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค

5. **มองหาโอกาสในตลาดรองและตลาดเฉพาะ** โดย 1) ขยายสู่เมืองรอง นอกเหนือจากเมืองใหญ่ เช่น ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กวางโจว เมืองรองในมณฑลต่างๆ ก็มีกำลังซื้อสูงและมีการแข่งขันที่น้อยกว่า 2) เจาะกลุ่มลูกค้า

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

**Disclaimer:** ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าจะโดยทางใด

เฉพาะ เช่น กลุ่มร้านอาหาร specialty ที่ต้องการนมมะพร้าวคุณภาพดีสำหรับทำเครื่องดื่มทางเลือก หรือกลุ่มโรงแรมระดับห้าดาวที่ต้องการเสิร์ฟมะพร้าวสดคุณภาพเยี่ยมให้แขก

กล่าวโดยสรุป โอกาสของมะพร้าวไทยในจีนยังมีอยู่มาก แต่จะต้องปรับกลยุทธ์จากการขายสินค้าเกษตรดิบ มาเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการสร้างแบรนด์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป และการใช้การตลาดดิจิทัลที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

-----

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู

กุมภาพันธ์ 2569

แหล่งข้อมูล : <http://www.customs.gov.cn/>

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

*Disclaimer:* ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด