



## รายงานผลการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทยในจีน

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว (ฝ่ายเกษตรฯ กว่างโจว) ได้ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทยในงานเทศกาลผลไม้ไทยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง ระหว่างวันที่ ๑๑ - ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖ ภายใต้โครงการส่งเสริมและผลักดันภารกิจด้านการเกษตรต่างประเทศ (งบรายจ่ายอื่น) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ โครงการเสริมสร้างการแลกเปลี่ยนด้านวิชาการ งานตรวจสอบกักกัน และการขยายตลาดสินค้าเกษตรระหว่างไทยกับจีนตอนใต้ โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

๑. ฝ่ายเกษตรฯ กว่างโจว ได้ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทย โดยได้ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองหนานหนิง (สคต. หนานหนิง) และบริษัท Shenzhen Pagoda Industrial (Group) จำกัด (พาโกตา) ซึ่งเป็นผู้นำเข้าและผู้จำหน่ายผลไม้รายใหญ่ของจีนทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ โดยมีร้านจำหน่ายผลไม้ทั่วจีนกว่า ๕,๖๐๐ สาขา จัดงานเทศกาลผลไม้ไทยในเขตฯ กว่างซีจ้วง ภายใต้ธีม “泰爱你” (ไทยรักคุณ) ระหว่างวันที่ ๑๑ - ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖ โดยได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดผลไม้ไทยทั้งในช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการ live streaming เพื่อประชาสัมพันธ์และแนะนำผลไม้ไทย การสร้างช่องทางส่งเสริมการค้าจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านระบบออนไลน์ รวมทั้งการจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ผ่านหน้าร้านจำหน่ายผลไม้ของพาโกตา ในเขตฯ กว่างซีจ้วง ทั้ง ๙๗ สาขา

### ๒. ผลการดำเนินงานในรูปแบบออฟไลน์

๒.๑ ฝ่ายเกษตรฯ กว่างโจว และ สคต. หนานหนิง ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการค้าจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านหน้าร้านจำหน่ายผลไม้ของพาโกตา ในเขตฯ กว่างซีจ้วง ทั้งหมด จำนวน ๙๗ สาขา โดยมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการค้าจำหน่ายผลไม้ไทยเพื่อใช้ตกแต่งหน้าร้านสาขาในช่วงงานเทศกาลผลไม้ไทยในเขตฯ กว่างซีจ้วง



สื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการค้าจำหน่ายผลไม้ไทยเพื่อใช้ตกแต่งหน้าร้านสาขาในเขตฯ กว่างซีจ้วง

๒.๒ วันที่ ๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๖ ได้จัดพิธีเปิดงานเทศกาลผลไม้ไทยในเขตฯ กว่างซีจ้วง ณ ลานหน้าห้างสรรพสินค้าหางหยางเฉิง (Hangyang City) นครหนานหนิง โดยในส่วนของฝ่ายไทย มีนายปรี๊ดถกร แทนมณี กงสุล (ฝ่ายเกษตร) ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว และนางสาววรรณลดา

รัตนพานิช ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองหนานหนิง และฝ่ายจีนมีนายหยู ห้วยหย่ง ประธานบริษัทพาโกดา นางหวัง เหยา รองผู้จัดการทั่วไปฝ่ายจัดซื้อระหว่างประเทศ และนายหลี่ จิ้นโซ่ว ผู้จัดการทั่วไปเขตพื้นที่ดูแลการขายหนานหนิง (ดูสาขาทั้งหมดในเขตฯ กว่างซีจ้วง) รวมถึงยังมีแขกผู้มีเกียรติจากหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ กรมพาณิชย์ เขตฯ กว่างซีจ้วง คณะกรรมการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เขตฯ กว่างซีจ้วง (China Council for the Promotion of International Trade: CCPIT) สำนักเลขานุการงานแสดงสินค้า China - ASEAN Expo ฝ่ายพาณิชย์ สถานกงสุลใหญ่เมียนมา ณ นครหนานหนิง และบริษัท CP Group เขตฯ กว่างซีจ้วง เข้าร่วมในพิธีเปิดงาน ซึ่งได้รับความสนใจจากสื่อท้องถิ่นในเขตฯ กว่างซีจ้วง เป็นอย่างมาก ทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย



ผอ.สคต. หนานหนิง ขึ้นกล่าวในพิธีเปิดงานฯ



กงสุล (ฝ่ายเกษตร) ขึ้นกล่าวในพิธีเปิดงานฯ



ถ่ายภาพร่วมกับผู้แทนหน่วยงานต่าง ๆ  
ที่เข้าร่วมพิธีเปิด



บรรยากาศในพิธีเปิดงานฯ

๒.๓ ภายหลังก่อพิธีเปิดงานเทศกาลผลไม้ไทยในเขตฯ กว่างซีจ้วง กงสุล (ฝ่ายเกษตร) ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว ได้นำเสนอข้อมูลความหลากหลายของสายพันธุ์ทุเรียนไทย พร้อมคุณค่าทางโภชนาการของทุเรียนไทย ซึ่งถือเป็นราชาผลไม้ ควบคู่ไปกับการแนะนำมังคุดไทย ราชาินีผลไม้ ผ่านการจัดกิจกรรม Durian tasting โดยได้นำทุเรียนไทยทั้ง ๕ สายพันธุ์ ได้แก่ หมอนทอง ก้านยาว ชะนี พวงมณี และนวลทองจันทร์ มาให้แขกผู้ร่วมงาน สื่อมวลชน ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Key Opinion Leader: KOL) และผู้มีอิทธิพลในการตลาด (Key Opinion Consumer: KOC) ได้ลิ้มลองรสชาติ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของจีน ซึ่งการจัดกิจกรรมดังกล่าวถือเป็นหนึ่งในไฮไลท์ของการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยในเขตฯ กว่างซีจ้วง ในครั้งนี้ด้วย





กงสุล (ฝ่ายเกษตร) แนะนำทุเรียนพันธุ์ต่าง ๆ ของไทย



ทุเรียน ๕ สายพันธุ์ที่นำมาจัดแสดงและชิมรสชาติ



การชิมรสชาติทุเรียน



กงสุล (ฝ่ายเกษตร) สอบถามแขกผู้มีเกียรติ หลังจากชิมทุเรียนสายพันธุ์ต่าง ๆ ของไทย

๒.๔ วันที่ ๑๓ -๑๔ พฤษภาคม ๒๕๖๖ มีการนำผลไม้ไทยหลากหลายชนิดมาจัดแสดง และประชาสัมพันธ์ให้กับผู้บริโภคชาวหนานหนิงได้รับทราบ รวมถึงมีกิจกรรม การตอบคำถาม และการชิมทุเรียน ในคูหาของการจัดแสดงประชาสัมพันธ์ผลไม้ ในขณะที่ในส่วนของคูหาการจำหน่ายผลไม้ทางบริษัทพาโกดา ได้นำทุเรียนสายพันธุ์ต่าง ๆ และผลไม้ไทยหลากหลายชนิด อาทิ มะพร้าว ลองกอง กัลยไช้ มาจำหน่ายให้กับ ผู้บริโภคในราคาพิเศษด้วย



การจัดแสดงผลไม้ต่าง ๆ ของไทยในงาน



บอร์ดประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทย





ส่วนคูหาจำหน่ายผลไม้ไทย



การสร้างความรู้เกี่ยวกับผลไม้ไทยผ่านการเล่นเกมส์



การแจกชิมทุเรียนได้รับการตอบรับอย่างล้นหลามจากผู้บริโภคชาวจีน



### ๓. ผลการดำเนินงานในรูปแบบออนไลน์

๓.๑ วันที่ ๑๑ - ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖ มีการประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยและงานเทศกาลผลไม้ไทยในเขตฯ กว่างซีจ้วง ใน official account Weibo ของพำโกดา เพื่อให้ผู้บริโภคที่ติดตาม account ได้รับทราบข้อมูลผลไม้ไทยและกิจกรรมของงานฯ ซึ่งมีผู้เข้ามาอ่านมากกว่า ๑,๓๒๗,๐๐๐ คน



การประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยและงานเทศกาลผลไม้ไทย และภาพโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การ live streaming ประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทย ในบัญชี Weibo และ WeChat ของ Pagoda

๓.๒ วันที่ ๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๖ เวลา ๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐ น. นายปรัตถกร แทนมณี กงสุล (ฝ่ายเกษตร) ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว และนางสาววรรณดา รัตนพานิช ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองหนานหนิง ได้เข้าร่วมดำเนินการ live streaming ประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทยผ่านแพลตฟอร์ม Douyin (Tik Tok ของจีน) ใน account ของประธานบริษัทพำโกดา



ซึ่งมีผู้ติดตามมากกว่า ๑๐๐,๐๐๐ คน โดยได้แนะนำทุเรียนพันธุ์ต่าง ๆ ของไทย ที่มีรูปร่าง กลิ่น และรสชาติที่แตกต่างเป็นเอกลักษณ์แล้ว ยังแนะนำผลไม้ต่าง ๆ ของไทย อาทิ มังคุด มะพร้าว มะม่วง ลองกอง รวมทั้งประชาสัมพันธ์คุณภาพมาตรฐานของผลไม้ไทยที่ส่งออกมายังประเทศจีนที่มีการควบคุมคุณภาพตั้งแต่การเพาะปลูกจนถึงการคัดบรรจุของไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคชาวจีน ซึ่งการ live streaming ครั้งนี้ได้รับการตอบรับอย่างดีมาจากชาวจีน โดยมีผู้เข้าชมมากกว่า ๓๐๐,๐๐๐ คน โดยในระหว่างการ live streaming ทางพาโกตาได้มีการจำหน่ายคูปองมูลค่า ๙.๙๐ หยวน เพื่อใช้แทนเงินสดจำนวน ๓๐ หยวน จำนวน ๓,๐๐๐ คูปองให้กับผู้ที่เข้ามาชมได้นำไปเป็นส่วนลดในการซื้อผลไม้ไทยในร้านของพาโกตาทั่วจีนด้วย

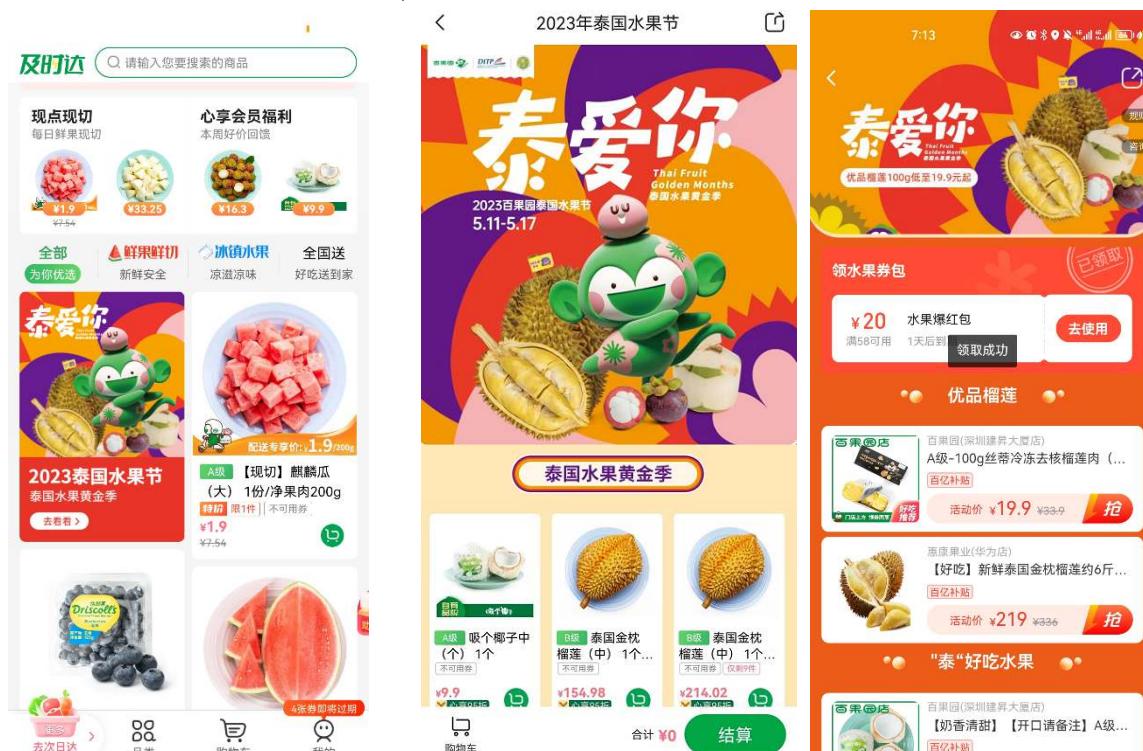


กงสุล (ฝ่ายเกษตร) ร่วม live streaming แนะนำผลไม้ไทยกับประธานบริษัทพาโกตา



ผู้อำนวยการส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองหนานหนิง ร่วม live streaming กับประธานบริษัทพาโกตา

๓.๓ การจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านแอปพลิเคชัน Pagoda และ mini program ในแอปพลิเคชัน WeChat ระหว่างวันที่ ๑๑ - ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖



การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ไทยในแอปพลิเคชัน Pagoda และ mini program ในแอปพลิเคชัน WeChat

#### ๔. ยอดการจำหน่ายผลไม้ไทย

๔.๑ ตลอดสัปดาห์เทศกาลผลไม้ไทยในช่วงวันที่ ๑๑ - ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖ ทางพาโกตาได้มีการจำหน่ายผลไม้ไทยหลัก ๆ คือ ทุเรียน และมะพร้าว ผ่านหน้าร้านสาขาต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยระบบ

การสั่งซื้อออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Pagoda และ mini program ในแอปพลิเคชัน WeChat ของพาโกดา ซึ่งผู้ซื้อต้องเลือกร้านสาขาที่ประสงค์จะสั่งซื้อสินค้าซึ่งอยู่ใกล้ที่อยู่ที่จะให้ทางร้านจัดส่งสินค้าตามที่อยู่ก่อน จึงทำให้ยอดการจำหน่ายผลไม้ผ่านระบบออนไลน์ดังกล่าวจะรวมอยู่ในธุรกรรมของร้านสาขานั้น ๆ ด้วย ดังนั้น ยอดการจำหน่ายผลไม้ของแต่ละสาขาจึงเป็นยอดรวมของการซื้อโดยผู้บริโภคที่เดินทางมาซื้อที่ร้านและการสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์

**ตารางยอดการจำหน่าย และปริมาณการขายของทุเรียน (กก.) และมะพร้าว (ลูก)  
ในภาพรวมของพาโกดาทั้งประเทศ เมื่อเปรียบเทียบกับกรจำหน่ายในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า**

ชนิด ผลไม้	วันที่ ๑๑ - ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖		วันที่ ๑๑ - ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕		การเปลี่ยนแปลงเทียบกับปีก่อนหน้า	
	ยอดการจำหน่าย (หยวน)	ปริมาณ การขาย	ยอดการจำหน่าย (หยวน)	ปริมาณ การขาย	ยอดการจำหน่าย (%)	ปริมาณการขาย (%)
รวม	๖๑,๘๕๖,๕๘๓		๓๗,๙๖๖,๔๗๘		๖๒.๙๒	
ทุเรียน	๕๔,๗๗๕,๓๙๖	๗๔๒,๔๘๖ (กก.)	๓๔,๐๗๘,๙๕๙	๕๒๘,๘๒๘ (กก.)	๖๐.๗๓	๔๐.๔๐
มะพร้าว	๗,๐๘๑,๑๘๗	๗๑๓,๑๑๗ (ลูก)	๓,๘๘๗,๕๑๙	๓๕๑,๓๐๑ (ลูก)	๘๒.๑๕	๑๐๒.๙๙

การจำหน่ายทุเรียน และมะพร้าว ในช่วงสัปดาห์เทศกาลผลไม้ไทยวันที่ ๑๑ - ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖ ในภาพรวมของการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์และออฟไลน์ของทุกสาขาของพาโกดาในจีน พบว่ามียอดการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น ๖๑.๘๖ ล้านหยวน (ประมาณ ๓๐๙ ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ ๖๒.๙๒ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยพบว่ามีปริมาณการขายทุเรียนรวม ๗๔๒,๔๘๖ กก. เพิ่มขึ้นร้อยละ ๔๐.๔๐ คิดเป็นยอดการจำหน่ายรวม ๕๔.๗๘ ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ ๖๐.๗๓ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า ในขณะที่มีปริมาณการขายมะพร้าวรวม ๗๑๓,๑๑๗ ลูก เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๐๒.๙๙ คิดเป็นยอดการจำหน่ายรวม ๗.๐๘ ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ ๘๒.๑๕ แสดงให้เห็นว่าในช่วงของการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทย ร้านจำหน่ายผลไม้ของพาโกดามียอดการจำหน่ายผลไม้ไทยเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า

๔.๒ เมื่อพิจารณาการจำหน่ายทุเรียน และมะพร้าวในสาขาต่าง ๆ ของเขตฯ กว่างซีจ้วง เพื่อดูผลของการจัดกิจกรรมเทศกาลผลไม้ไทยในเขตฯ กว่างซีจ้วง ในช่วงวันที่ ๑๑ - ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖ โดยใช้ค่าเฉลี่ยการจำหน่ายต่อวันต่อสาขา เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า เพื่อลดปัจจัยตัวแปรปริมาณสินค้าที่มีการนำเข้ามาจำหน่ายและจำนวนสาขาที่มีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลา

**ตารางยอดการจำหน่ายต่อวันต่อสาขา และปริมาณการขายต่อวันต่อสาขาของทุเรียน (กก.)  
และมะพร้าว (ลูก) ในเขตฯ กว่างซีจ้วง ช่วงวันที่ ๑๑ - ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖  
เปรียบเทียบกับกรจำหน่ายในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า**

ชนิด ผลไม้	วันที่ ๑๑ - ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖		วันที่ ๑๑ - ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๕		การเปลี่ยนแปลงเทียบกับปีก่อนหน้า	
	ยอดการจำหน่าย ต่อวันต่อสาขา (หยวน)	ปริมาณการขาย ต่อวันต่อสาขา	ยอดการจำหน่าย ต่อวันต่อสาขา (หยวน)	ปริมาณการขาย ต่อวันต่อสาขา	ยอดการจำหน่าย ต่อวันต่อสาขา (%)	ปริมาณการขาย ต่อวันต่อสาขา (%)
รวม	๓,๓๗๓		๑,๙๑๗		๗๕.๙๕	
ทุเรียน	๓,๑๒๕	๔๗ (กก.)	๑,๘๓๕	๓๓ (กก.)	๗๐.๓๐	๔๒.๔๒
มะพร้าว	๒๔๘	๒๗ (ลูก)	๘๒	๘ (ลูก)	๒๐๒.๔๔	๒๓๗.๕๐

จากตารางข้างต้นพบว่า ในช่วงการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยในเขตฯ กว่างซีจ้วง มีการจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านระบบออนไลน์และออฟไลน์ของทุกสาขาของพาโกดาในเขตฯ กว่างซีจ้วง โดยพบว่ามียอดการจำหน่ายต่อวันต่อสาขารวม ๓,๓๗๓ หยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ ๗๕.๙๕ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยพบว่ามีปริมาณการขายทุเรียนต่อวันต่อสาขา ๔๗ กก. เพิ่มขึ้นร้อยละ ๔๒.๔๒ คิดเป็นยอดการจำหน่ายต่อวันต่อสาขา ๓,๑๒๕ หยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ ๗๐.๓๐ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า ในขณะที่มีปริมาณการขายมะพร้าวต่อวันต่อสาขา ๒๗ ลูก เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๓๗.๕๐ คิดเป็นยอดการจำหน่ายต่อวันต่อสาขา ๒๔๘ หยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๐๒.๔๔

การจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยในเขตฯ กว่างซีจ้วง โดยการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมขยายตลาดผลไม้ไทย สามารถสร้างความรับรู้และกระตุ้นการบริโภคผลไม้ไทยในเขตฯ กว่างซีจ้วง ได้อย่างมากและเห็นผลเป็นที่ประจักษ์ โดยรวมตลอดช่วงการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยในเขตฯ กว่างซีจ้วง พบว่าสาขาต่าง ๆ ในเขตฯ กว่างซีจ้วง มีการจำหน่ายทุเรียนและมะพร้าวปริมาณรวม ๕๐,๖๕๑ กก. มูลค่าการจำหน่ายรวม ๒,๒๙๐,๖๘๔ หยวน (ประมาณ ๑๑.๔๕ ล้านบาท) เพิ่มขึ้น ๑.๓๒ และ ๑.๒๗ เท่า ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า

โดยสรุปพบว่าการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทย สามารถช่วยกระตุ้นการบริโภคผลไม้ไทยและเพิ่มความรับรู้เกี่ยวกับผลไม้ไทยต่อผู้บริโภคจีนได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยช่องทางการประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ผ่านทางออนไลน์จะช่วยให้ผู้บริโภคชาวจีนได้รับทราบข้อมูลและกิจกรรมได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึงซึ่งจะช่วยส่งเสริมและผลักดันการจำหน่ายในช่องทางออฟไลน์ไปได้พร้อมกันเนื่องจากผู้บริโภคผลไม้ส่วนใหญ่ยังคงนิยมเลือกซื้อผลไม้ที่หน้าร้านจำหน่ายผลไม้ที่สามารถหยิบจับและเลือกได้ด้วยตนเอง โดยผลไม้ไทยยังมีแนวโน้มในการขยายตลาดในจีนได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะมะพร้าว ในขณะที่การจัดตกแต่งร้านและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดผู้บริโภคเข้ามาจับจ่ายซื้อผลไม้ยังคงได้รับผลตอบรับอย่างดีจากผู้บริโภคในพื้นที่โดยเฉพาะในเมืองระดับรอง ที่ยังมีศักยภาพและโอกาสในการขยายและส่งเสริมตลาดผลไม้ไทยเพิ่มขึ้นได้อีกมาก

\*\*\*\*\*