



รายงานผลการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทยในจีน

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว (ฝ่ายเกษตรฯ กว่างโจว) ได้ร่วมกับบริษัท Shenzhen Pagoda Industrial (Group) จำกัด (พาโกดา) ดำเนินโครงการส่งเสริมผลักดันการขยายตลาดผลไม้คุณภาพของไทยในจีน ผ่านการจัดงานแถลงข่าวการผลักดันผลไม้คุณภาพที่โดดเด่นของไทยที่นำเข้ามาจำหน่ายผ่านร้านพาโกดา ณ เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ เมื่อวันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๖๗ และการนำสื่อมวลชน และผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Key Opinion Leader: KOL) ของจีนเดินทางไปเยี่ยมชมสวนและโรงคัดบรรจุผลไม้คุณภาพของไทย ณ จังหวัดจันทบุรี ในวันที่ ๒๓ เมษายน ๒๕๖๗ รวมทั้งการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยเพื่อประชาสัมพันธ์คุณภาพมาตรฐานของผลไม้ไทย และจำหน่ายผลไม้คุณภาพของไทยผ่านหน้าร้านจำหน่ายผลไม้ของพาโกดา กว่า ๖,๐๐๐ สาขา ทั่วประเทศจีน ในช่วงวันที่ ๙ - ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗ โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

๑. การจัดงานแถลงข่าวการผลักดันผลไม้คุณภาพที่โดดเด่นของไทยที่นำเข้ามาจำหน่ายผ่านร้านพาโกดา

๑.๑ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ร่วมกับบริษัท Shenzhen Pagoda Industrial (Group) จำกัด จัดงานแถลงข่าวการผลักดันผลไม้คุณภาพที่โดดเด่นของไทยที่นำเข้ามาจำหน่ายผ่านร้านพาโกดา ณ เมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ เมื่อวันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๖๗ โดยได้รับเกียรติจากร้อยเอกธรรมนัส พรหมเผ่า รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นประธานในพิธี และได้รับเกียรติจากนางจาง เซียวเซียว รักษาการ อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายการพาณิชย์) สถานเอกอัครราชทูตจีน ประจำประเทศไทย ขึ้นร่วมกล่าวภายในงาน รวมถึงได้รับเกียรติจากนายประยูร อินสกุล ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ร่วมเป็นสักขีพยานในพิธีการลงนามเอกสารความร่วมมือในการจัดหาผลไม้ไทยคุณภาพสู่ตลาดจีน จำนวน ๔ ฉบับ ตลอดจนผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และผู้บริหารบริษัทพาโกดาเข้าร่วมภายในงาน



คณะผู้บริหารกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ถ่ายภาพร่วมกับผู้บริหารบริษัทพาโกดา



ร้อยเอกธรรมนัส พรหมเผ่า รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กล่าวเปิดงาน

๑.๒ บริษัทพาโกดา ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนธันวาคม ๒๕๔๔ และได้สร้างความร่วมมือกับประเทศไทยในด้านอุตสาหกรรมผลไม้อย่างแน่นแฟ้น พาโกดาเป็นผู้ค้าปลีกผลไม้รายใหญ่ที่สุดของจีน ในช่วง ๕ ปีที่ผ่านมา บริษัทพาโกดาได้จัดซื้อผลไม้ไทยคุณภาพมากกว่า ๒๒๐,๐๐๐ ตัน มีความร่วมมือกับสวนผลไม้และโรงคัดบรรจุหลายราย และร่วมกับหน่วยงานราชการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมผลไม้คุณภาพสูงของไทย

ตลอดห่วงโซ่อุตสาหกรรม โดยในปี ๒๕๖๗ บริษัทพาโกตาวางแผนจะจัดซื้อผลไม้ไทยมากกว่า ๗๐,๐๐๐ ตัน มูลค่าการจัดซื้อมากกว่า ๒,๕๐๐ ล้านบาท

๑.๓ ผลไม้ที่โดดเด่นของพาโกตาเป็นผลไม้ที่มีคุณภาพสูงพิเศษโดยเฉพาะ ที่ทางพาโกตาได้คัดเลือกตามมาตรฐานการคัดเลือกสูงสุดของพาโกตา ภายใต้ระบบการแบ่งเกรดผลไม้ที่ถูกคิดขึ้นเป็นครั้งแรกของโลกโดยพาโกตา ซึ่งใช้เกณฑ์ “สี่ระดับ หนึ่งกลิ่น หนึ่งปลอดภัย” (ระดับความสด ระดับความกรอบ ระดับความเปรี้ยวหวาน ระดับความละเอียดนุ่ม กลิ่นหอม และความปลอดภัย) ซึ่งผลไม้เหล่านี้ล้วนมาจากแหล่งผลิตที่สำคัญทั่วโลก มีการเจริญเติบโตตามสภาพแวดล้อมธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ยึดมั่นหลักการผลไม้สุกตามธรรมชาติ และวางจำหน่ายในท้องตลาดช่วงเวลาที่ยั่งยืนที่สุดเท่าที่ผ่านมานั้น รวมถึงมีการทดสอบรายการความปลอดภัยมากกว่า ๒๐๐ รายการ เพื่อให้ได้ผลไม้ที่ทั้งสด อร่อย และปลอดภัย



นางจาง เชียวเชียว รักษาการ อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายการพาณิชย์) สถานเอกอัครราชทูตจีน ประจำประเทศไทย ขึ้นกล่าวในงาน

นายหยู หุ้ยหย่ง ประธานบริษัทพาโกตา ขึ้นกล่าวในงาน

๑.๔ พาโกตาดำเนินธุรกิจผลไม้มากกว่า ๒๒ ปี ได้พัฒนาผลไม้ที่โดดเด่นรวมร้อยละ ๖๐ โดยมีการพัฒนาผลไม้ไทยที่โดดเด่นมากกว่า ๑๐ ชนิด เช่น ทูเรียนราชาชะนี ทูเรียนนวลทองจันทร์ มะพร้าวอ่อน ลำไยสดที่ขนส่งทางเครื่องบิน เป็นต้น โดยเฉพาะทูเรียนราชาชะนี ซึ่งครองสถิติแชมป์ยอดจำหน่ายต่อวันมากที่สุดกว่า ๓๔๐ ตัน โดยตั้งแต่ปี ๒๕๖๐ พาโกตาได้ร่วมมือกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ผ่านฝ่ายเกษตรฯ กว่างโจว ร่วมกันจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยมาแล้ว ๗ ครั้ง ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับการแลกเปลี่ยนด้านการเกษตรและวัฒนธรรมระหว่างประเทศจีนและประเทศไทย และส่งเสริมการยกระดับการพัฒนาการค้าและการเยือนที่เป็นมิตรระหว่างประเทศจีนและประเทศไทย

๑.๕ ประเทศไทยส่งออกผลไม้ไปยังประเทศจีนมากเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ภายใต้หลักการที่สำคัญ คือ ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรไทย โดยมุ่งเน้นการยกระดับสินค้าภาคการเกษตร ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร โดยการสร้างแบรนด์เนมสินค้าเกษตร การสร้าง ๑ ท้องถิ่น ๑ สินค้าเกษตรมูลค่าสูง รวมทั้งยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพของผลไม้ไทยที่ส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดจีนที่เป็นตลาดส่งออกใหญ่ที่สุดของไทย ในปี ๒๕๖๖ ประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้ไปยังประเทศจีนกว่า ๒.๓๖ ล้านตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า ๒๑๓,๔๖๘ ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๔๐ ของมูลค่าการส่งออกผลไม้ของไทย

๑.๖ ภายในงานได้มีพิธีการลงนามเอกสารความร่วมมือในการจัดหาผลไม้ไทยคุณภาพสู่ตลาดจีน จำนวน ๔ ฉบับ ได้แก่ ๑) บันทึกความเข้าใจว่าด้วยความร่วมมือในการขยายตลาดส่งออกสินค้าเกษตรและสินค้าอุปโภคบริโภค ระหว่างบริษัทพาโกตา กับ องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ๒) หนังสือแสดงเจตจำนงความร่วมมือในการจัดหาผลไม้คุณภาพของไทยสู่ตลาดจีนระหว่างบริษัทพาโกตา กับ Richfield Fresh Fruit Co., Ltd.๓) หนังสือแสดงเจตจำนงความร่วมมือในการจัดหาผลไม้คุณภาพของไทยสู่ตลาดจีนระหว่างบริษัทพาโกตา กับ Sangthai Produce Co., Ltd. และ ๔) หนังสือแสดงเจตจำนงความร่วมมือในการจัดหาผลไม้คุณภาพของไทย

สู่ตลาดจีนระหว่างบริษัทฟาโกดา กับ Fuzin Siam Inter Fruit Co., Ltd. ซึ่งคาดว่าจะภายหลังการลงนาม จะมีการจัดซื้อทุเรียนประมาณ ๑๓,๘๒๔ ตัน และมังคุด ๘๘๐ ตัน มูลค่ารวม ๑,๖๕๐ ล้านบาท



พิธีการลงนามเอกสารความร่วมมือในการจัดหาผลไม้ไทยคุณภาพสู่ตลาดจีน

๑.๗ ร้อยเอกธรรมนัส พรหมเผ่า รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผู้แทนรัฐบาลจีน ผู้บริหารกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และผู้บริหารบริษัทฟาโกดา ได้ร่วมเปิดงานเทศกาลผลไม้ไทยในจีน ซึ่งฝ่ายเกษตรฯ กว้างใจ จะจัดร่วมกับบริษัทฟาโกดาในช่วงวันที่ ๙ - ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗



พิธีเปิดงานเทศกาลผลไม้ไทยในจีน



ผู้บริหารกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ถ่ายภาพร่วมกับผู้บริหารบริษัทฟาโกดา

๑.๘ ภายในงาน ศ.ดร.จริงแท้ ศิริพานิช จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้มีการบรรยายแนะนำทุเรียนไทยและทุเรียนพันธุ์ชะนีให้กับทางสื่อมวลชน และผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Key Opinion Leader: KOL) ได้ทราบและชิมรสชาติทุเรียนสายพันธุ์ต่าง ๆ ของไทยด้วย ซึ่งข่าวการจัดงานแถลงข่าวการผลักดันผลไม้คุณภาพที่โดดเด่นของไทยที่นำเข้ามาจำหน่ายผ่านร้านฟาโกดาได้มีการเผยแพร่อย่างกว้างขวางทั้งในประเทศไทยและจีน



การแนะนำทุเรียนไทยโดยศ.ดร.จิ่งแท่ ศิริพานิช



การชิมรสชาติทุเรียนไทยสายพันธุ์ต่าง ๆ

๒. การนำคณะเยี่ยมชมสวนและโรงคัดบรรจุผลไม้คุณภาพของไทย

๒.๑ กงสุล (ฝ่ายเกษตร) นำคณะนำสื่อมวลชน และผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Key Opinion Leader: KOL) ของจีนไปเยี่ยมชมสวนและโรงคัดบรรจุผลไม้คุณภาพของไทย ณ จังหวัดจันทบุรี เมื่อวันที่ ๒๓ เมษายน ๒๕๖๗ โดยกรมวิชาการเกษตรได้มอบหมายให้นายพิทวัฒน์ อ่อนทองหลาง ผู้อำนวยการสำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตร เขตที่ ๖ และนางภูษณิศา ธาณี หัวหน้าด้านตรวจพืชจันทบุรี ร่วมคณะ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตทุเรียนคุณภาพของไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคชาวจีน



ผู้แทนกรมวิชาการเกษตรถ่ายภาพร่วมกับคณะ



คณะเยี่ยมชมการเก็บผลผลิตทุเรียน

๒.๒ KOL ของจีนได้นำเสนอข้อมูลการเยี่ยมชมสวนทุเรียนและโรงคัดบรรจุทุเรียนคุณภาพของไทย เพื่อให้ผู้บริโภคชาวจีนได้ทราบถึงการควบคุมคุณภาพผลไม้ของไทยตั้งแต่ต้นทางจนถึงมือผู้บริโภคชาวจีนที่ซื้อผลไม้ไทยผ่านร้านพาโกดา ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่าง ๆ อาทิ red book, dou yin (tik tok ของจีน) และ wechat เป็นต้น โดยมีผู้เข้าชมรวมมากกว่า ๓๙.๗๓ ล้านคน-ครั้ง

๓. การจัดงานเทศกาลผลไม้ไทย

๓.๑ ฝ่ายเกษตรฯ กว่างโจว ได้ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทย โดยได้ร่วมกับบริษัทพาโกดาซึ่งเป็นผู้นำเข้าและผู้จำหน่ายผลไม้รายใหญ่ของจีน จัดงานเทศกาลผลไม้ไทย ภายใต้ธีม “泰爱你” (ไทยรักคุณ) ระหว่างวันที่ ๙ - ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗ โดยได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดผลไม้ไทยทั้งในช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการ live streaming เพื่อประชาสัมพันธ์แนะนำผลไม้ไทย และการจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ผ่านหน้าร้านจำหน่ายผลไม้ของพาโกดาในจีน



การจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ผ่าน App Pagoda และ mini program ใน App Wechat ของพาโกตา



การจำหน่ายผ่านหน้าร้านของพาโกตา

๓.๒ วันที่ ๙ พฤษภาคม ๒๕๖๗ เวลา ๑๑.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. นายปรีตกร แทนมณี กงสุล (ฝ่ายเกษตร) ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว ได้เข้าร่วมดำเนินการ live streaming ประชาสัมพันธ์ และขยายตลาดผลไม้ไทยผ่านแพลตฟอร์ม Douyin (Tik Tok ของจีน) ใน account ของบริษัทพาโกตา ซึ่งมีผู้ติดตามมากกว่า ๒.๔๙ ล้านคน โดยได้แนะนำทุเรียนพันธุ์ต่าง ๆ ของไทย ที่มีรูปร่าง กลิ่น และรสชาติที่แตกต่างเป็นเอกลักษณ์แล้ว ยังแนะนำผลไม้ต่าง ๆ ของไทย อาทิ มังคุด มะพร้าว มะม่วง รวมทั้งประชาสัมพันธ์คุณภาพมาตรฐานของผลไม้ไทยที่ส่งออกมายังประเทศจีนที่มีการควบคุมคุณภาพตั้งแต่การเพาะปลูกจนถึงการคัดบรรจุของไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคชาวจีน ซึ่งการ live streaming ครั้งนี้ ได้รับการตอบรับอย่างดีมาจากชาวจีน โดยมีผู้เข้าชมมากกว่า ๘๓๓,๑๒๖ คน-ครั้ง ทั้งนี้ ทางบริษัทพาโกตา ได้ดำเนินการ live streaming จำหน่ายสินค้าในช่วงงานเทศกาลผลไม้ไทยรวม ๕ ครั้ง โดยมียอดการจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านแพลตฟอร์ม douyin รวม ๓.๖๓ ล้านหยวน (๑๘.๑๕ ล้านบาท)



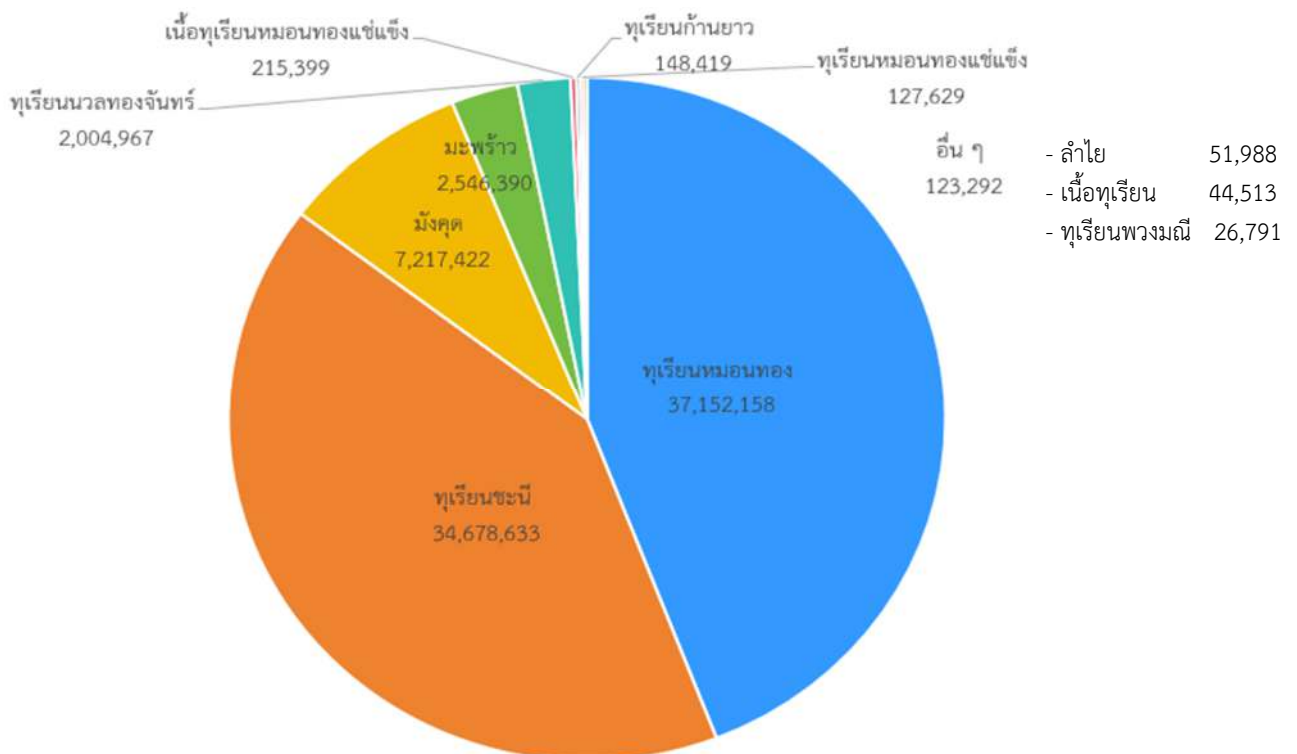
การประชาสัมพันธ์งานเทศกาลผลไม้ไทย
ก่อนการ live streaming

กงสุล (ฝ่ายเกษตร) live streaming
แนะนำผลไม้ไทยกับพาโกดา

๓.๓ ตลอดสัปดาห์การจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยในช่วงวันที่ ๙ - ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗ ทางพาโกดา ได้มีการจำหน่ายผลไม้ไทยหลัก ๆ คือ ทุเรียน มังคุด และมะพร้าว ผ่านหน้าร้านสาขาต่าง ๆ ทั่วประเทศ ทั้งแบบการที่ผู้บริโภครที่เดินทางมาซื้อที่ร้านและการสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Application pagoda, mini program ใน app wechat, douyin shop เป็นต้น โดยมีมูลค่าการจำหน่ายรวม ๘๔,๒๑๔,๓๐๙ หยวน (๔๒๑.๐๗ ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ ๓๐.๓ เมื่อเทียบกับช่วงการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยปีก่อนหน้า (วันที่ ๑๑ - ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๖)

ยอดมูลค่าการจำหน่ายผลไม้ไทยช่วงงานเทศกาลผลไม้ไทย

ระหว่างวันที่ ๙ - ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗ (หยวน)



ยอดการจำหน่ายผลไม้ไทยตามชนิดผลไม้ช่วงงานเทศกาลผลไม้ไทย

ระหว่างวันที่ ๙ - ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗

ชนิดผลไม้	ยอดมูลค่าการจำหน่าย (หยวน)	สัดส่วนการจำหน่าย (%)
ทุเรียนสด	๗๔,๐๕๕,๔๘๑	๘๗.๙๔
มังคุด	๗,๒๑๗,๔๒๒	๘.๕๗
มะพร้าว	๒,๕๔๖,๓๙๐	๓.๐๒
ทุเรียนแช่แข็ง	๓๔๓,๐๒๗	๐.๔๑
ลำไย	๕๑,๙๘๘	๐.๐๖

ในช่วงสัปดาห์งานเทศกาลผลไม้ไทย วันที่ ๙ - ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗ ผลไม้ไทยที่พาโกดามีการจำหน่ายมากที่สุด คือ ทุเรียนสด มูลค่า ๗๔.๐๖ ล้านบาท (๓๗๐.๓๐ ล้านบาท) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๘๗.๙๔ ของมูลค่าการจำหน่ายผลไม้ไทยในช่วงดังกล่าว โดยส่วนใหญ่เป็นทุเรียนพันธุ์หมอนทอง และชะนี รองลงมา คือ มังคุด มูลค่า ๗.๒๒ ล้านบาท (๓๖.๑๐ ล้านบาท) และมะพร้าว มูลค่า ๒.๕๕ ล้านบาท (๑๒.๗๕ ล้านบาท) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๘.๕๗ และ ๓.๐๒ ของมูลค่าการจำหน่ายผลไม้ไทยในช่วงดังกล่าวตามลำดับ

โดยสรุปพบว่าการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทยผ่านงานเทศกาลผลไม้ไทยร่วมกับทางพาโกดา สามารถช่วยกระตุ้นการบริโภคผลไม้ไทยและเพิ่มความรับรู้เกี่ยวกับผลไม้ไทยต่อผู้บริโภคชาวจีนได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยช่องทางการประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ผ่านทางออนไลน์ จะช่วยให้ผู้บริโภคชาวจีนได้รับทราบข้อมูลและกิจกรรมได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึงซึ่งจะช่วยส่งเสริมและผลักดันการจำหน่ายในช่องทางออฟไลน์ไปได้พร้อมกัน เนื่องจากผู้บริโภคผลไม้ส่วนใหญ่ยังคงนิยมเลือกซื้อผลไม้ที่หน้าร้านจำหน่ายผลไม้ที่สามารถหยิบจับและเลือกได้ด้วยตนเอง โดยผลไม้ไทยยังมีแนวโน้มในการขยายตลาดในจีนได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในเมืองระดับรองที่ยังมีศักยภาพและมีโอกาสในการขยายและส่งเสริมตลาดผลไม้ไทยเพิ่มขึ้นได้อีกมาก
