



บทความเรื่อง

"การสังเกตการณ์การบริโภคทุเรียน"

สื่อ Fast Technology ได้เผยแพร่รายงานบทความ เรื่อง "การสังเกตการณ์การบริโภคทุเรียน" เมื่อวันที่ 5 กันยายน 2566 ซึ่งเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคทุเรียนและแนวโน้มการค้าทุเรียนในประเทศไทย



ในช่วงปลายเดือนสิงหาคมทุเรียนภาคใต้ไทยลือตใหญ่กำลังส่งมายังประเทศจีน ช่วงเดือนสิงหาคมและกันยายนเป็นช่วงที่ทุเรียนภาคใต้ไทยเข้าสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก และหลังจากนี้ทุเรียนเวียดนามก็จะออกสู่ตลาดเช่นกัน ช่วงการค้าทุเรียนสูงสุดระลอกใหม่กำลังมาถึง อาจส่งผลให้ราคาทุเรียนในจีนทำสถิติต่ำสุดอีกครั้ง ผู้บริโภคที่รักการทานทุเรียนอาจจะได้บรรลุปเป้าหมาย “ทุเรียนเสรีภาพ” คือ ผู้บริโภคสามารถรับประทานทุเรียนได้อย่างไม่จำกัด



สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมและผู้บริโภค และซูเปอร์มาร์เก็ตจิงตง (Jingdong) ร่วมกันจัดทำและเผยแพร่รายงาน "การสังเกตการณ์การบริโภคทุเรียน" สรุปดังนี้



1

ปริมาณการค้าทุเรียนนำเข้าเพิ่มขึ้น 3 เท่า
ราคาต่อลูกลดลงร้อยละ 15

ปัจจุบัน ทุเรียนเกือบทั้งหมดในตลาดจีนเป็น
ทุเรียนนำเข้า ซึ่งทุเรียนเป็นผลไม้เมืองร้อนที่มี
ความอ่อนไหวกับสภาพแวดล้อม โดยจะเติบโต
และออกผลได้ในสภาพอากาศร้อนตลอดทั้งปี
เท่านั้น

ในปี 2565 มูลค่าการนำเข้าทุเรียนของประเทศไทยสูงถึง 4,030 ล้านบาทหรือสหรัฐฯ ขึ้นแทนอันดับหนึ่งในบรรดาผลไม้นำเข้าทั้งหมดของจีน จากสถิติของสำนักงานศุลกากรจีน ไตรมาสแรกของปี 2566 ประเทศไทยนำเข้าทุเรียน 91,000 ตัน ซึ่งถือเป็นปริมาณการนำเข้าสูงสุดของช่วงเดียวกันในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งแซงหน้าช่วงก่อนเกิดโควิดในปี 2562

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา จำนวนคนรักทุเรียนในประเทศไทยเพิ่มขึ้นสูงอย่างมาก โดยปี 2560 จีนนำเข้าทุเรียนสดเพียง 224,400 ตัน แต่ในปี 2565 จีนนำเข้าทุเรียนสูงถึง 825,000 ตัน ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่าสามเท่าตัวในระยะเวลา 5 ปี จากข้อมูลการจำหน่ายของจิงตง (Jingdong) ช่วงเดือนมกราคม - สิงหาคม 2566 ยอดจำหน่ายทุเรียนนำเข้าในช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น 3.4 เท่า เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 จำนวนแบรนด์สินค้าเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่า และจำนวนสินค้าเพิ่มขึ้น 3.7 เท่า





ข้อมูลปี 2565 พบว่า ทูเรียนกว่าร้อยละ 90 ที่ประเทศจีนนำเข้าเป็นทูเรียนจากไทย ในทำนองเดียวกัน ประเทศจีนก็เป็นตลาดส่งออกทูเรียนที่ใหญ่ที่สุดของไทย โดยทูเรียนไทยกว่าร้อยละ 80 ส่งออกไปยังประเทศจีน ซึ่งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาราคาทูเรียนเฉลี่ยต่อลูกลดลงอย่างมาก โดยตั้งแต่เดือนมกราคม - สิงหาคม 2566 ราคาทูเรียนเฉลี่ยต่อลูกลดลงเกือบร้อยละ 15 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562



เป็นที่ทราบกันว่า ปี 2566 นี้ผลผลิตทูเรียนจากภาคใต้ไทยประมาณ 670,000 ตัน คาดว่าเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 44 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ประเทศจีนเป็นตลาดส่งออกสำคัญของทูเรียนภาคใต้ไทย

ซูเปอร์มาร์เกต Jingdong ประกาศว่าจะลดราคาทูเรียนนำเข้าของ Jingdong ให้เป็นราคาต่ำสุดในช่องทางออนไลน์ทั้งหมด โดยราคาทูเรียนสดนำเข้าลดลงเหลือ 29.9 หยวน/500กรัม ขณะเดียวกันยังได้เปิดตัว “บริการรับประกันจำนวนพูทูเรียน” โดย ทูเรียนหนัก 2-4 กิโลกรัม/ลูก ประกันทุกลูกมีเนื้อ 3 พูครึ่ง และทูเรียนหนัก 4 กิโลกรัม/ลูก รับประกันทุกลูกมีเนื้อ 4 พูครึ่ง หากจำนวนพูไม่ตรงตามที่รับประกันยินดีคืนเงินตามส่วนต่าง ทั้งหมดนี้ก็เพื่อสร้าง “ทูเรียนเสรี” ที่มีความแน่นอนด้านคุณภาพและมาตรฐาน และหลีกเลี่ยงการ “เปิดกล่องสุ่มทูเรียน” ที่ไม่แน่นอนและไม่มี การรับประกันคุณภาพ

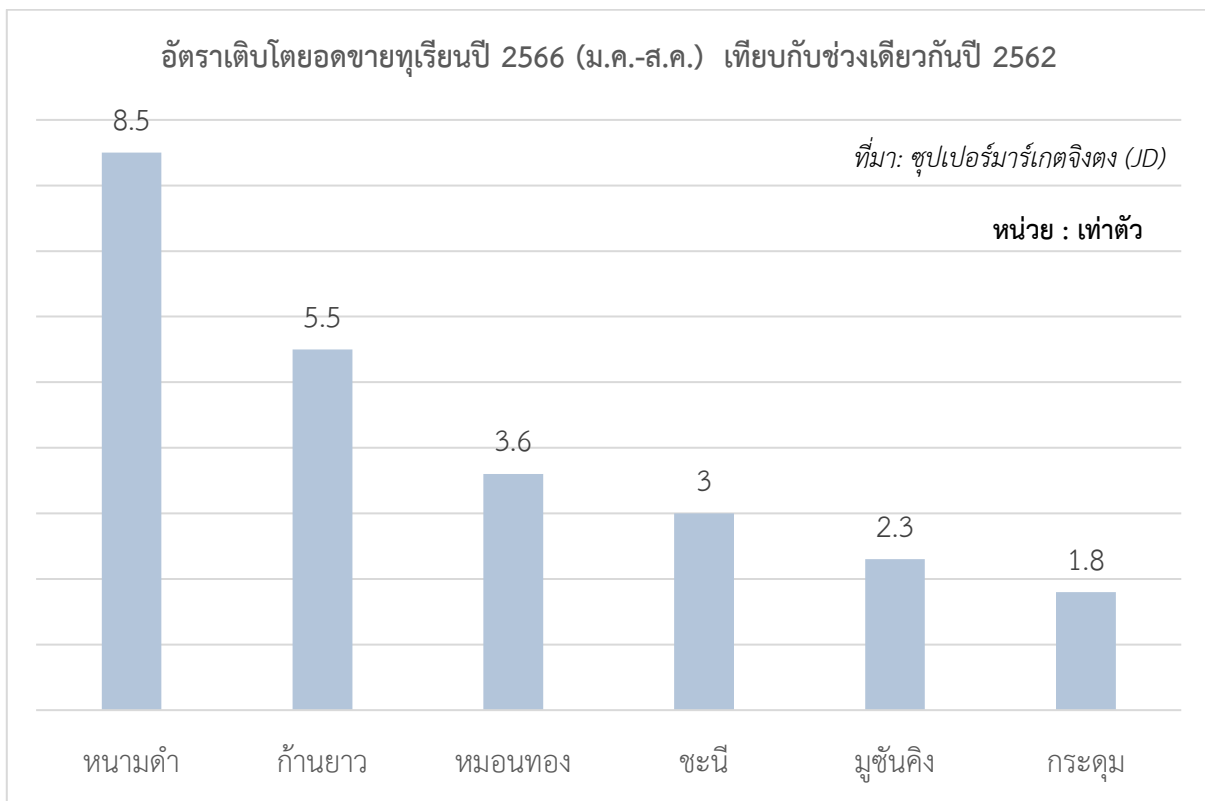


2

ยอดจำหน่ายทุเรียนก้านยาว หนามดำ
หมอนทองเพิ่มขึ้น ยอดจำหน่าย
ทุเรียนแช่แข็งเพิ่มขึ้น 6.5 เท่า



ในอดีตพันธุ์ทุเรียนที่จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์หมอนทอง แต่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ยอดจำหน่ายทุเรียนพันธุ์ใหม่ๆ เช่น หนามดำและก้านยาวเพิ่มขึ้นกว่า 5.5 เท่า ยอดจำหน่ายทุเรียนพันธุ์ หมอนทอง และชะนีเพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่า พันธุ์มูซังคิงเพิ่มขึ้น 2.3 เท่า และพันธุ์กระดุมเพิ่มขึ้น 1.8 เท่า เมื่อเทียบกับปี 2562 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยินดีที่จะลองทานทุเรียนพันธุ์ใหม่ๆ ในตลาดมากขึ้น





นอกจากนี้ เนื้อทุเรียนแช่แข็งที่รับประทานได้ สะดวกมีการเติบโตเพิ่มขึ้น 6.5 เท่า โดยทุเรียนแช่แข็งมีสินค้าแบบแช่แข็งทั้งลูกซึ่งมีราคาใกล้เคียงกับทุเรียนสด และเนื้อทุเรียนแช่แข็งที่บรรจุ 1 หรือ 2 ชิ้น/ห่อ ราคาอยู่ระหว่าง 30 - 50 หยวน ซึ่งความพิเศษของเนื้อทุเรียนแช่แข็งขนาดเล็กเหมาะสำหรับ 1 คนทาน คือ มีความสะดวกกว่าทุเรียนทั้งลูกที่พกพาลำบาก

เนื่องจากทุเรียนแช่แข็งมียอดจำหน่ายสูงและผลตอบรับของตลาดดี ทำให้ผู้ค้าทุเรียนแช่แข็งเพิ่มมากขึ้น โดยตั้งแต่เดือนมกราคม-เดือนสิงหาคม 2566 จำนวนแบรนด์ทุเรียนแช่แข็งเพิ่มขึ้น 3.5 เท่า และจำนวนสินค้าเพิ่มขึ้น 5.9 เท่า เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562



3

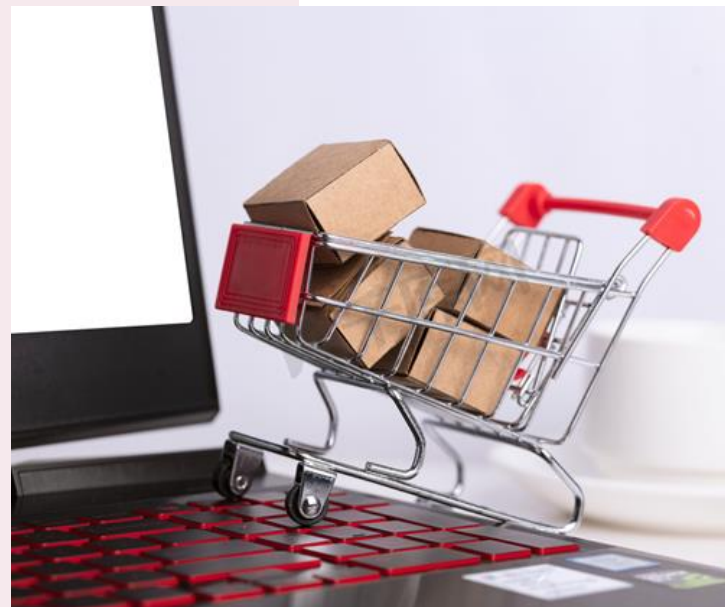


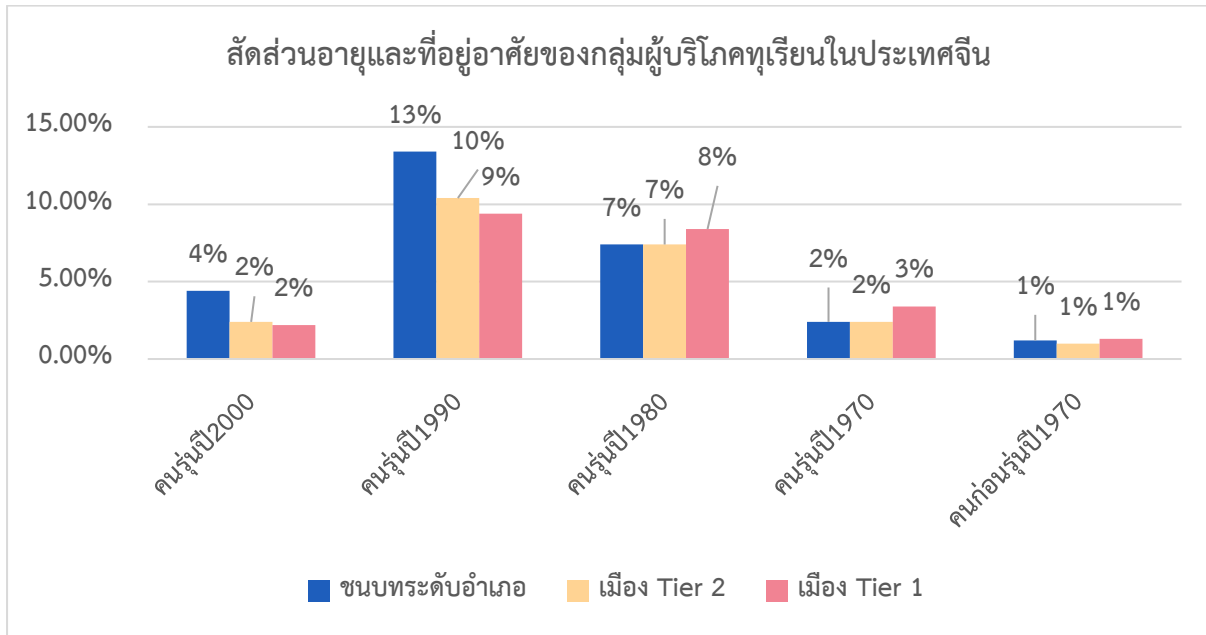
วัยรุ่นในเมืองเล็กๆ เป็นผู้บริโภครุ่นแรกที่ได้รับ "ทุเรียนเสรี"

ทำไมผู้บริโภครุ่นแรกถึงรักทุเรียนขนาดนี้? ชาวเน็ตบางส่วนบอกว่า ลักษณะการทานทุเรียนมีแค่ 2 อย่าง คือ "ไม่ทานเลย หรือ ทานนับครั้งไม่ถ้วน" และมีบางส่วนบอกว่า "ตอนแรกรู้สึกเหม็นมาก ถูกเพื่อนพาไปกินเพียงครั้งเดียวเท่านั้น ก็กลายเป็นแฟนคลับตัวยงในทันที"

ยังมีชาวเน็ตบอกอีกว่า "ไม่ใช่ว่าคนจีนชอบกินทุเรียน แต่คนทั่วโลกต่างก็ชอบกินทุเรียน" ในด้านรสชาติ ไม่มีผลไม้ชนิดใดที่มีรสชาติและเนื้อสัมผัสเหมือนทุเรียน สำหรับคนรักทุเรียนถือเป็นผลไม้ที่ไม่มีอะไรมาทดแทนได้และเต็มไปด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้ผู้บริโภครุ่นแรกมีความเหนียวแน่นสูง นอกจากนี้ คนที่รักทุเรียนก็จะยืนหยัดไม่เลิกทาน และก็จะมีคนรักทุเรียนใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

จากข้อมูลการจำหน่ายทุเรียนของแพลตฟอร์มจิงตง (Jingdong) แสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันไม่ได้มีแค่ผู้บริโภครุ่นในเมืองชั้นนำเท่านั้นที่ชอบกินทุเรียน แต่ตั้งแต่ปี 2566 กลุ่มผู้บริโภครุ่นในพื้นที่ชนบทซื้อทุเรียนออนไลน์มากที่สุด โดยตั้งแต่เดือนมกราคม - เดือนสิงหาคม 2566 ยอดจำหน่ายทุเรียนทางออนไลน์ในพื้นที่ชนบทเพิ่มขึ้น 7.7 เท่า เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2562 โดยยอดจำหน่ายในเมืองรอง (ระดับ 3 ถึง 5) เพิ่มขึ้น 3.5 เท่า (เป็นการแบ่งระดับเมืองออกเป็น 1-5 ตามระดับเศรษฐกิจ จำนวนประชากร การศึกษา เป็นต้น) ยอดจำหน่ายในเมืองระดับ 1 เพิ่มขึ้น 2.2 เท่า และเมืองระดับ 2 เพิ่มขึ้น 2.5 เท่า





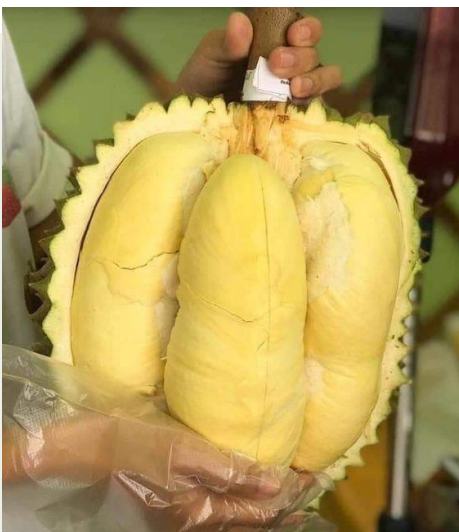
ที่มา: ซูเปอร์มาร์เกตจิงตง (JD)

ในบรรดาผู้บริโภครูเรียนทั่วประเทศ กลุ่มวัยรุ่นในเมืองเล็กถือเป็นกำลังหลักอย่างแท้จริง โดยกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น (กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 1980 – 2009) ในเขตพื้นที่ชนบทระดับอำเภอครองสัดส่วนร้อยละ 24 ของการซื้อทุเรียนออนไลน์ทั้งหมดของแพลตฟอร์ม Jingdong หรือเทียบเท่าหนึ่งในสี่ของการซื้อทุเรียนในแพลตฟอร์ม Jingdong ทั่วประเทศจีน สัดส่วนการซื้อทุเรียนของกลุ่มวัยรุ่นในเมืองระดับอำเภอมีอัตราสูงกว่ากลุ่มวัยรุ่นในเมืองระดับ 1 และ 2 อย่างชัดเจน

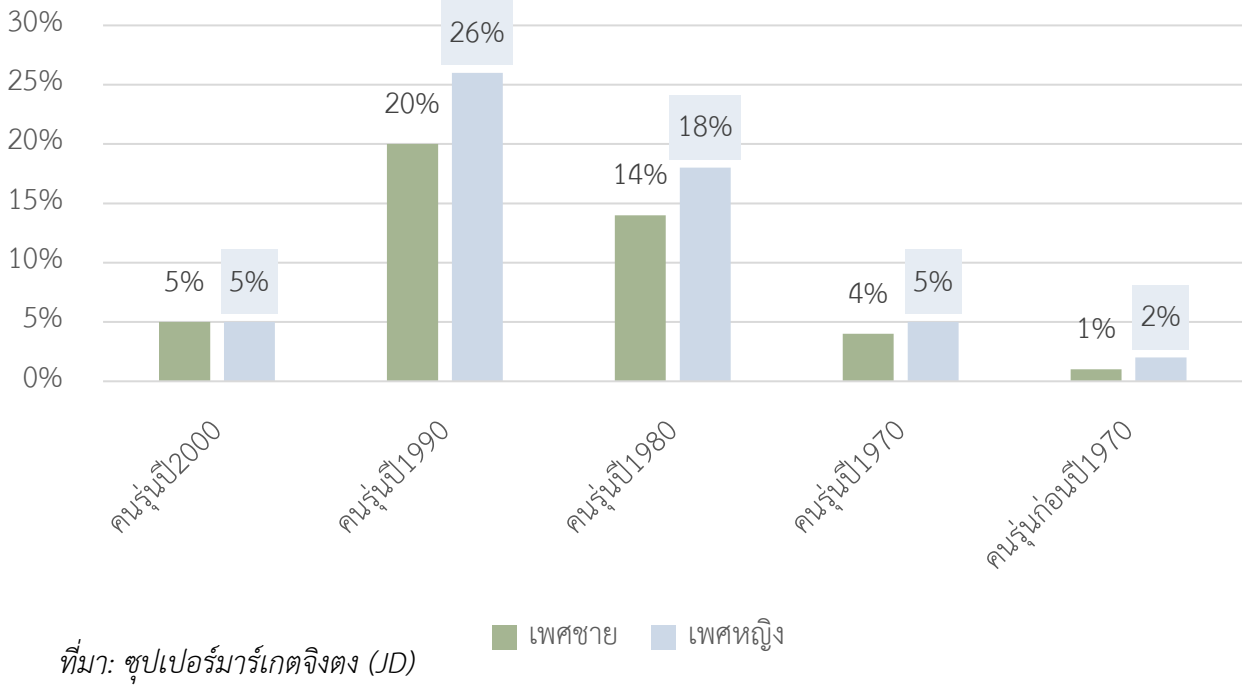
5

คนรุ่นหลังยุค 90s ซื้อทุเรียนไปแล้วเกือบครึ่ง

เมื่อวิเคราะห์จากช่วงอายุ พบว่า กลุ่มคนรุ่นหลังยุค 90s (กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 1990 - 1999) เป็นกลุ่มคนที่ซื้อทุเรียนออนไลน์มากที่สุด สัดส่วนประมาณร้อยละ 46 ซึ่งปริมาณการซื้อถือว่าได้ครองอัตราส่วนเกือบครึ่งของทุเรียนทั้งหมดของจิงตง โดยร้อยละ 26 เป็นเพศหญิงที่เกิดในยุค 90s ซึ่งได้ซื้อทุเรียนไปแล้วเกือบร้อยละ 30 ของปริมาณทุเรียนออนไลน์ของจิงตง



สัดส่วนการซื้อทุเรียนออนไลน์ปี 2566 (ม.ค. – ส.ค.) แยกตามกลุ่มอายุ



ทุเรียนจากประเทศไทยมีหลายสายพันธุ์ ซึ่งราคาแต่ละพันธุ์แตกต่างกันค่อนข้างมาก แม้ว่าผู้บริโภคจำนวนมากในจีนจะชอบทานทุเรียน แต่ก็ยังไม่ค่อยมีความรู้เกี่ยวกับพันธุ์ทุเรียน ราคา รวมถึงวิธีตรวจสอบคุณภาพทุเรียนมากนัก บางครั้งการซื้อทุเรียนก็เหมือนการ "เปิดกล่องสุ่ม" ต้องเปิดดูก่อนถึงจะรู้ว่าทุเรียนมีเนื้อกึ่งฟู และหวานหรือไม่ เป็นต้น ผู้บริโภคที่ซื้อกล่องสุ่มทุเรียนออนไลน์ทำได้เพียงพึ่งพาการรับประกันคุณภาพ "ด้วยปากเปล่า" จากผู้ค้าเท่านั้น

จากข้อมูลการจำหน่ายทุเรียนออนไลน์ของแพลตฟอร์มจึงตง ปี 2566 (ม.ค. – ส.ค.) พบว่า กลุ่มคนจีนอายุระหว่าง 24 – 43 ปี (เกิดปี 1980 – 1999) ซื้อทุเรียนถึงร้อยละ 78 ของการซื้อทุเรียนออนไลน์ทั้งหมด โดยคนรุ่นใหม่อายุระหว่าง 24 – 33 ปี (เกิดช่วง 1990 – 1999) เป็นกลุ่มที่ซื้อทุเรียนออนไลน์มากที่สุด (เพศหญิงซื้อมากกว่าเพศชาย) กลุ่มนี้มีปริมาณการซื้อครองสัดส่วนเกือบครึ่งของการซื้อทุเรียนออนไลน์ของจีน



ปัจจุบันร้านค้าทุเรียนในตลาดจีนยังไม่มีเครื่องหมายรับรองการคัดเกรดทุเรียน บางแพลตฟอร์มถึงกับมีการจำหน่ายทุเรียนคุณภาพต่ำในราคาสูง หรือนำเอาทุเรียนคุณภาพต่างกันมาปนขายด้วยกัน ซึ่งทำให้ ผู้บริโภคต้องเจอกับประสบการณ์การซื้อที่ไม่ดี ในอนาคตทุกฝ่ายต้องร่วมมือส่งเสริมการคัดเกรดและจัดการราคาทุเรียนให้มีความชัดเจนต่อผู้บริโภค

จากมุมมองของผู้ค้า การรับซื้อทุเรียนโดยตรงจากสวนในต่างประเทศสามารถช่วยรับประกันคุณภาพและเสถียรภาพด้านราคาของทุเรียนได้ วิธีการรับซื้อโดยตรงคือการทำผู้ค้าร่วมมือกับสวนผลไม้โดยตรง โดยหลังจากเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วก็จะเข้าสู่ขั้นตอนการขนส่งในทันที เมื่อทุเรียนเริ่มวางจำหน่ายในร้านค้าก็จะอยู่ในช่วงที่มีอายุการเก็บรักษาที่ดีที่สุด นอกจากราคาที่เอื้อมถึงแล้ว ความปลอดภัยและคุณภาพของทุเรียนก็มีความสำคัญมากเช่นกัน ซึ่งในขั้นตอนการเก็บเกี่ยวต้องมีผู้เชี่ยวชาญด้านการควบคุมคุณภาพดำเนินการตรวจสอบคุณภาพทุเรียนอย่างครอบคลุม เช่น ความหวาน ค่า PH ปริมาณแบคทีเรีย สารตกค้าง เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพทุเรียน





ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา "กล่องส้มทุเรียน" (การขายทุเรียนออนไลน์แบบกล่องส้ม) "ทุเรียนเสิร์ฟ" (การกินทุเรียนได้ไม่จำกัด) "ทุเรียนน้กฆ่า" (ทุเรียนพวงเล็กเนื้อน้อย) และ "ทุเรียนแทนคุณ" (ทุเรียนพวงใหญ่เนื้ออวบอิม) กลายเป็นประเด็นร้อนแรงบนอินเทอร์เน็ต

ทุเรียนไม่เพียงแต่มีรสชาติอร่อย แต่ยังมีคามน่าสนใจมาก โดยจะพบเห็นรูปร่างทุเรียนในของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องประดับรูปทุเรียน ของใช้สำนักงาน ของตกแต่ง เป็นต้น สะท้อนให้เห็นถึงความรักทุเรียนของชาวจีน ช่วงฤดูกาลผลิตสูงสุดของทุเรียนไทยในปีี้ หากผู้ค้าต้องการสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค ต้องจำหน่ายสินค้าคุณภาพสูงและมีราคาที่เหมาะสมเพื่อให้ความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นจริง

