

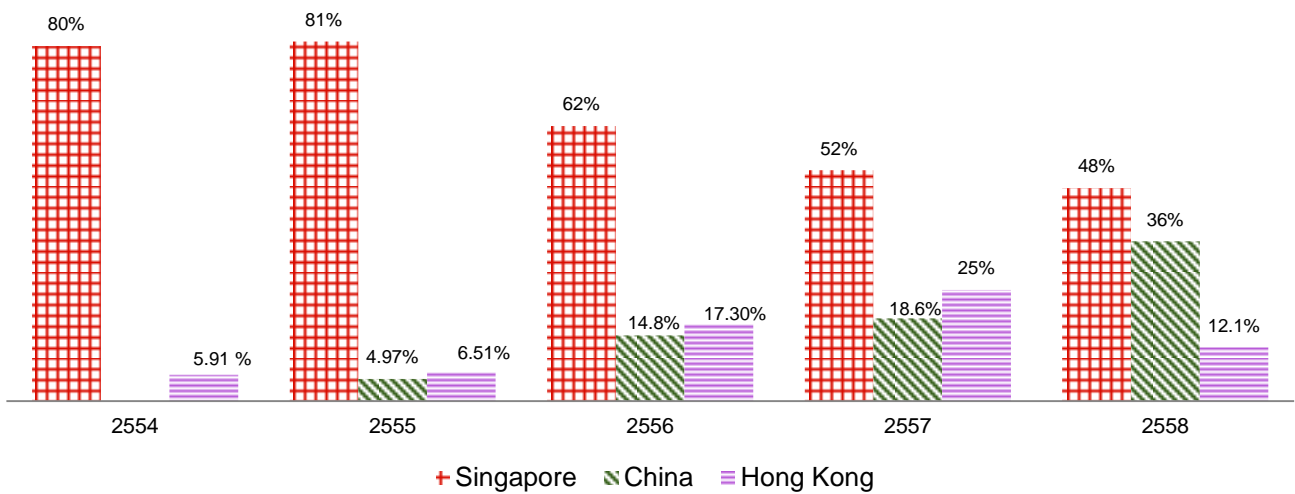
## รายงานการวิเคราะห์ ทุเรียนไทยและมาเลเซียในตลาดฮ่องกง

ไทยครองตลาดการส่งออกทุเรียนมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะฮ่องกงนำเข้าทุเรียนจากไทยมูลค่า 307 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือมีสัดส่วนร้อยละ 95 ถือเป็นตลาดส่งออกทุเรียนของไทยที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 รองจากสาธารณรัฐประชาชนจีน แต่ในปัจจุบันทุเรียนจากมาเลเซียเริ่มเข้ามามีบทบาทในตลาดฮ่องกง ปฏิเสธไม่ได้ว่าตอนนี้มาเลเซียเริ่มขยายส่วนแบ่งตลาดอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ส่วนหนึ่งของทุเรียนที่นำเข้ามาที่ฮ่องกงจะถูกส่ง (Re-Export) ไปยังจีนแผ่นดินใหญ่ เนื่องจากช่องทางการนำเข้าของฮ่องกงนั้นหลากหลาย และเอื้อต่อการทำการค้ามากกว่า จากสถิติกรมการค้าฮ่องกง (Trade Statistics Department) พบว่าปีที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกต่อ (Re-Export) ทุเรียนสดจากฮ่องกงไปยังประเทศจีนอยู่ที่ 150 ล้านเหรียญสหรัฐ

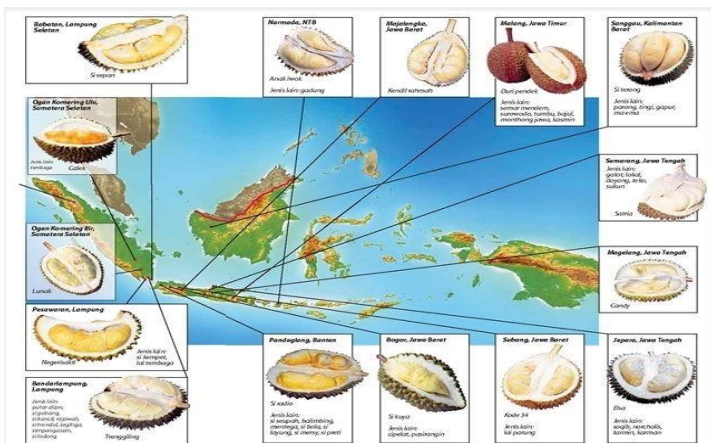
### มาเลเซียรุกตลาดส่งออกทุเรียนในเอเชีย

เช่นเดียวกับความสัมพันธ์การค้าไทย-ฮ่องกง ตลาดหลักของทุเรียนจากมาเลเซียจะอยู่ที่สิงคโปร์ โดยในปี 2558 ร้อยละ 48 ของทุเรียนจากมาเลเซียถูกส่งไปยังสิงคโปร์ ในขณะที่ร้อยละ 12.1 ส่งมายังฮ่องกง อย่างไรก็ตาม ทุเรียนจากมาเลเซียถือว่าได้รับการตอบรับที่ดีจากชาวฮ่องกง จากสถิติจะพบว่ามียอดนำเข้าที่สูงขึ้นอย่างก้าวกระโดดจากร้อยละ 5.91 ในปี 2554 เป็นร้อยละ 25 ในปี 2557



Source: Trend Economy

### พันธุ์ทุเรียนจากมาเลเซีย



ด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์ทำให้ทุเรียนจากมาเลเซียมีสายพันธุ์ที่หลากหลาย ตั้งแต่เนื้อสีเหลืองทองไปจนถึงสีแดง โดยพันธุ์ที่เป็นที่นิยมมากคือ Musang King (D197) หรือพันธุ์คุณยิตที่ขึ้นชื่อว่าเป็นราชาแห่งทุเรียน มีลักษณะเด่นคือพูเล็ก เนื้อสีเหลืองเข้ม กลิ่นฉุนและรสหวานจัด

อีกพันธุ์ที่ถูกส่งมายังฮ่องกงคือ D24 ได้ชื่อว่าเป็นทุเรียนพันธุ์ยอดนิยมนและราคาแพงที่สุดในปัจจุบัน เนื้อมีสีเหลือง รสชาติหวานขม เนื้อไม่เหนียวมาก

นอกจากเรื่องรสชาติการส่งออกทุเรียนจากมาเลเซียได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากรัฐบาลซึ่งเป็นหนึ่งในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรของภาครัฐ The National Agro-Food policy (2554-2563) หลักสำคัญคือการใช้อุตสาหกรรมเกษตรเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศและเพิ่มมูลค่าการค้าของประเทศที่ซึ่งมาเลเซียติดลบมาตลอด แผนนี้เห็นได้ชัดเมื่อปี2554 ที่มาเลเซียเริ่มรุกตลาดทุเรียนในจีน



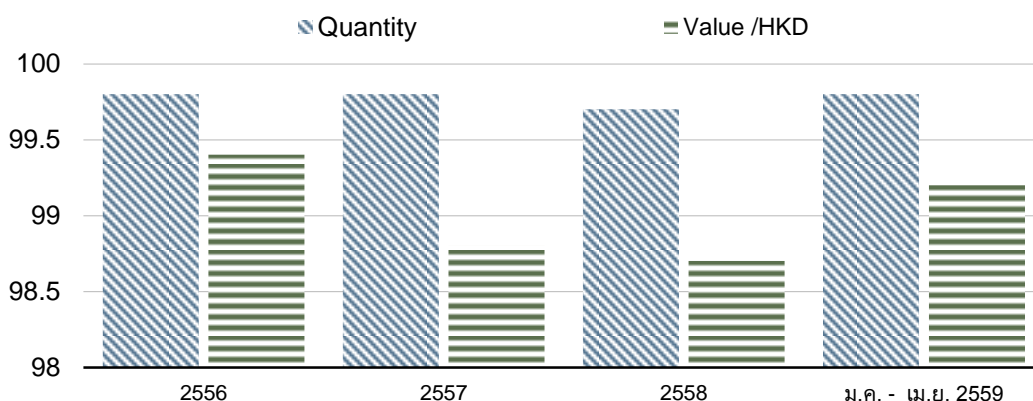
Fresh Mart Super Market

ในส่วนของการตลาด มาเลเซียทำแผนการตลาดเชิงรุก โดยการติดต่อผู้นำเข้าท้องถิ่นเพื่อนำเสนอทุเรียนโดยตรง ยังมีตามสื่อโฆษณาต่างๆเพื่อเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของทุเรียนจากมาเลเซีย จากการสำรวจมีบางห้างโดยเฉพาะห้างระดับกลางขึ้นไป จะมีส่วนที่จัดแสดงเพื่อโปรโมททุเรียนจากมาเลเซียโดยเฉพาะ และยังมีร้านผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียนมาเลเซีย ทั้งไอศกรีม ขนมหวาน ซึ่งเป็นการตลาด people to people โดยอาศัยการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคท้องถิ่น



ทางฝั่งการตลาดของไทยเองก็มีการจัดส่วนพิเศษสำหรับโปรโมททุเรียนไทยเช่นกันและในแต่ละปีจะมีการส่งเสริมการขายด้วยการจัดงาน Thailand's Food Fair ร่วมกับห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นอย่าง AEON, Apita และ Park n Shop ซึ่งภายในงานจะประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์อาหารจากไทย และทุเรียนก็เป็นหนึ่งในสินค้ายอดนิยม การค้าไทยมีข้อได้เปรียบในการสร้างความเชื่อถือในตลาดท้องถิ่นมาอย่างยาวนาน ผู้บริโภคยังคงนิยมทุเรียนหอมทองมากกว่า ด้วยรสชาติที่ถูกปากและขนาดพูที่ใหญ่

แม้ว่าเมื่อปีที่แล้วไทยเจอข่าวลือเรื่องการนำทุเรียนไปชุบขมิ้นทำให้ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสินค้าไทยไปบ้าง แต่ถ้าเปรียบเทียบการนำเข้าปีต่อปีจะพบว่าส่วนต่างลดลงไม่ได้มากนัก และในต้นปีในช่วง 4 เดือนแรกมีการส่วนขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 67 ถือว่าไทยสามารถเรียกความมั่นใจกลับมาได้อย่างรวดเร็ว



SOURCE: HONG KONG TRADE STATISTICS, CENSUS & STATISTICS DEPT.

นอกจากนี้ราคาทุเรียนไทยจะถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับมาเลเซีย ถึงแม้ในช่วงเวลาที่ผ่านมา มาเลเซียพยายามจะลดราคาลงเพื่อแข่งขันกับไทยมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังคงถือว่าราคาสูงกว่าทุเรียนในท้องตลาดอยู่มาก

ตารางเทียบราคา	ไทย	มาเลเซีย
ลูก / HKD	18/kg	38/100g.
แพ็ค/HKD	35-40/100g.	98/100g.

จากการสำรวจห้าง Fresh Mart และ Wellcome วันที่ 3 มิ.ย. 59

	ไทย	มาเลเซีย
คุณภาพ	สีเหลืองทอง และพูใหญ่	เนื้อนุ่มและรสชาติแรงกว่า
ราคา	ถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับมาเลเซีย	ราคาสูง
ช่วงเวลาการผลิต	สามารถเก็บเกี่ยวได้ในเวลาอันสั้น และส่งออกได้รวดเร็ว	มีข้อจำกัดในการเก็บเกี่ยว
ส่วนแบ่งตลาด	ยังคงสถานะครองตลาดด้วยการนำเข้ากว่าร้อยละ 95	กลุ่มตลาดกำลังซื้อสูง
แผนการตลาด	ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคท้องถิ่น	แผนการตลาดเชิงรุก

โดยสรุปแล้วด้วยราคาที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับทุเรียนไทยทำให้ทุเรียนจากมาเลเซียจะทำการตลาดในห้างสรรพสินค้าระดับที่สูงกว่า ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ แต่ในขณะที่เดียวกันก็ไม่ใช่ประชากรส่วนใหญ่ของฮ่องกงและตลาดส่วนใหญ่ของมาเลเซียยังคงพยายามจะรุกจีนแผ่นดินใหญ่มากกว่า ทำให้ยอดนำเข้ามายังฮ่องกงไม่ได้สูงมากนัก ตอนนี้ตลาดทุเรียนจากไทยจึงไม่ได้รับผลกระทบมากนัก อย่างไรก็ตาม การติดตามและเปรียบเทียบตลาดการค้าอยู่เสมอจะทำให้เราเท่าทันและสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาในส่วนของการส่งออกทุเรียนบ้านเราต่อไปได้

### แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคทุเรียนของคนฮ่องกง

จากการสำรวจรสชาติทุเรียนที่คนฮ่องกงนิยมคือหวานอร่อย เนื้อนุ่ม สีเหลืองทอง และพูใหญ่ โดยพันธุ์จากไทยที่เป็นที่นิยมในฮ่องกงคือหมอนทอง และก้านยาว นอกจากการบริโภคทุเรียนสดแล้ว แนวโน้มทุเรียนแปรรูปกำลัง



เป็นที่นิยมมากขึ้นทั้งอาหารคาวและหวานซึ่งขายได้ราคาดี เช่น พิซซ่าทุเรียนอบชีส ข้าวผัดทุเรียน ไปจนถึงไก่ตุ๋นต้มทุเรียน (สนนราคา 298 เหรียญฮ่องกงต่อถ้วย ในขณะที่ปกติจะอยู่ที่ประมาณ 150-200 เหรียญฮ่องกง)

และขนมหวานที่หลากหลาย เช่น ไอศกรีมทุเรียน ข้าวเหนียวทุเรียน แพนเค้กทุเรียน และโมจิทุเรียน เป็นต้น นอกจากนี้บางร้านยังมีชุดอาหารหรือของหวานพิเศษที่ทำจากทุเรียนอีกด้วย

### ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของ สคร. ฮ่องกง

จากการติดตามของสคร.ฮ่องกง พบว่าทุเรียนแปรรูปกำลังได้รับความนิยม และเป็นที่น่าสนใจว่าอาหารแปรรูปที่ได้ราคาดี คือการที่ร้านอาหารนำเสนอว่าแปรรูปจากพันธุ์ Musang King ของมาเลเซีย เนื่องด้วยราคาค่อนข้างสูงในท้องตลาดซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าของอาหารได้ อย่างไรก็ตาม ร้านส่วนใหญ่ยังคงนิยมทุเรียนจากไทยมากกว่า เพราะราคาถูกและหาซื้อได้ง่ายกว่า ซึ่งปัจจุบันไทยสามารถผลิตทุเรียนได้ 9 เดือนต่อปี ในขณะที่ Musang King มีข้อจำกัดในการเก็บเกี่ยวโดยต้องรอให้สุกค้ำตันทำให้ปริมาณการผลิตและส่งออกน้อยกว่าไทย

สคร.ฮ่องกงมีความเห็นว่า นอกจากพันธุ์ที่ทำการตลาดมายาวนานในฮ่องกง ไทยควรมีการนำเสนอพันธุ์ทุเรียนที่หลากหลายให้แก่ท้องตลาดเพื่อให้ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภค อาทิเช่น พัฒนาพันธุ์ทุเรียนที่เหมาะสมกับการนำไปแปรรูปเป็นอาหารคาวหวาน ซึ่งพันธุ์เหล่านั้นอาจมีราคาต่ำลง เพื่อให้เป็นตัวเลือกของร้านอาหาร หรือพัฒนาพันธุ์หอมทองที่คนฮ่องกงนิยมอยู่แล้วให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

Source:

*Durian: Culture fruit of ASEAN*; RBRU, 2013.

FFTC Transformation of agricultural sector in Malaysia through agricultural policy

[http://ap.ffc.agnet.org/ap\\_db.php?id=386](http://ap.ffc.agnet.org/ap_db.php?id=386) (accessed Jun 16, 2016).

HONG KONG TRADE STATISTICS, CENSUS & STATISTICS DEPT.

.....

สคร. ฮ่องกง

กรกฎาคม 2559