

## ตลาดผลไม้สดในจีนมีแนวโน้มดีขึ้นหลังเทศกาลตรุษจีน



ชาวจีนนิยมเลือกซื้อ “ผลไม้” ในช่วงเทศกาลตรุษจีน เนื่องจากชาวจีนจะออกไปเยี่ยมญาติสนิทหรือเพื่อนๆ ช่วงเทศกาล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ส้ม ถือเป็นผลไม้มงคล

ตรุษจีนปีนี้ (27 มกราคม – 2 กุมภาพันธ์ 2017) พบว่า ราคาผลไม้ตามท้องตลาดปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นกว่าปกติมาก การปรับตัวขึ้นของราคาผลไม้มาจากหลายปัจจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

เปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในปี 2016 ทำให้ผลผลิตในประเทศน้อยลง ในขณะที่ความต้องการบริโภคยังมีปริมาณมาก ราคาผลไม้ปรับตัวสูงขึ้นมาก เช่น ราคาขายส่งแอปเปิ้ลเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 30 อีกทั้งผลไม้นำเข้าหลายชนิดได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นด้วย

เมื่อสองปีที่แล้ว ราคาผลไม้นำเข้าถูกควบคุมให้อยู่ในเกณฑ์ต่ำ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ส่งเสริมการขายของร้านค้าผลไม้ปลีก เพื่อดึงดูดผู้บริโภคชาวจีน ให้คุ้นชินกับผลิตภัณฑ์ และรับรู้ถึงคุณภาพของผลไม้ ทำให้ผลไม้นำเข้า เช่น เชอร์รี่ องุ่น อะโวคาโด แอปเปิ้ล ส้ม และส้มโอ ล้วนแล้วแต่กลายเป็นผลไม้ที่นิยมของผู้บริโภคชาวจีน

ข้อมูลจาก [www.JD.com](http://www.JD.com) ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รายใหญ่ของจีน เปิดเผยว่า ช่วงเทศกาลตรุษจีน ยอดขายในหมวด “สินค้าสด” เติบโตขึ้นเกือบ 4 เท่า เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันกับปีก่อน ส่วนยอดขาย “สินค้านำเข้า” มีอัตราเติบโตมากกว่า

14 เท่า ในขณะที่ อาลีบาบา กรุ๊ป ได้สรุปอันดับยอดขายสำหรับในช่วงเทศกาลตรุษจีน ปรากฏว่า “ผลไม้สด” ขายดีเป็นอันดับที่ 3

อนึ่ง ผลจากข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศ และการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทำให้เชื้อต่อการขยายตัวของตลาดนำเข้าและส่งออก นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของรายได้ของประชากรในประเทศ ความต้องการผลไม้ที่หลากหลาย และความต้องการผลไม้ที่มีคุณภาพสูงมีมากขึ้น ทำให้มีความต้องการนำเข้าผลไม้สดในปริมาณที่มากขึ้น อย่างไรก็ตาม จีนได้ปรับปรุงมาตรฐานและคุณภาพผลไม้ในประเทศอีกด้วยทำให้การส่งออกผลไม้ของจีนไปต่างประเทศมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

## ความคิดเห็นของ สคต. ณ เมืองเซี่ยเหมิน

ผลไม้สดจากประเทศไทยมีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับมากสำหรับชาวจีน จึงถือเป็นโอกาสดีสำหรับผู้ส่งออกผลไม้สดไทยไปยังตลาดจีน ทั้งนี้ ผู้ส่งออกผลไม้สดไทยต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับของจีนอย่างเคร่งครัด ปัจจุบัน จีนกำหนดให้ **นิติบุคคลจีนเท่านั้น**ที่จะสามารถยื่นขอใบอนุญาตนำเข้าสินค้าผลไม้สดก่อนการนำเข้าจริง หากผู้ส่งออกไทยอยู่ระหว่างการติดต่อซื้อขายกับคู่ค้าจีน ควรสอบถามคู่ค้าจีนรายดังกล่าวว่า ได้รับใบอนุญาตให้นำเข้าสินค้ารายการที่ตกลงไว้หรือไม่ เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น ณ ด้านปลายทางที่จีน



นอกจากนี้ เพื่อให้ผลไม้สดไทยสามารถครองส่วนแบ่งการตลาดเดิมสามารถขยายตลาดได้เพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการอาจดำเนินการ ดังนี้ (1) ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ไทยให้ชาวจีนรู้จักและยอมรับในคุณภาพ โดยประชาสัมพันธ์ไปยังผู้บริโภคในจีน และประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวจีนในไทยอย่างต่อเนื่อง (2) ให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการบริโภคและคุณค่าสารอาหาร (3) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างไทย-จีน ทั้งภาครัฐและเอกชน

ที่มา <http://www.freshplaza.com/>

ประมวลโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน

กุมภาพันธ์ 2560