

## Fact Sheet ประเทศ เยอรมนี ประจำเดือน กรกฎาคม 2562

1. ข้อมูลทั่วไป	2. เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจ*			
พื้นที่ 348,540 ตารางกิโลเมตร		ปี 2017	ปี 2018	ปี 2019 (ไตรมาส 1)
เมืองหลวง กรุงเบอร์ลิน (Berlin)	GDP (พันล้านยูโร) <sup>1</sup>	3,364.35	3,386.0	851.51
เมืองสำคัญ Hamburg, Köln, München, Frankfurt	GDP per Capita (ยูโร) <sup>2</sup>	39,470	40,883	10,533
ประชากร 83.0 ล้านคน (31 ก.ย. 2018)	GDP Growth (%) <sup>3</sup>	2.2	1.5	0.9
ภาษาราชการ เยอรมัน	Good & Services exports (%change) <sup>4</sup>	1.1 (พ.ค.)	1.6 (พ.ค.)	1.1 (พ.ค.)
ระบอบการปกครอง แบบประชาธิปไตย	Inflation (%)	1.4 (มิ.ย.)	1.9 (มิ.ย.)	1.6 (มิ.ย.)
นายกรัฐมนตรี นาง Angela Merkel / ประธานาธิบดี นาย Frank-Walter Steinmeier	Unemployment Rate (%) <sup>5</sup>	3.6 (พ.ค.)	3.4 (พ.ค.)	3.0 (พ.ค.)
อัตราแลกเปลี่ยน 1€ = 34.48 บาท (วันที่ 31 มิ.ย 62)  โดยเฉลี่ยปี 2017 1€ = 1.130 US\$ โดยเฉลี่ยปี 2016 1€ = 1.107 US\$ โดยเฉลี่ยปี 2015 1€ = 1.110 US\$	สินค้าส่งออกที่สำคัญของเยอรมนีปี 2017** ได้แก่ (หน่วย = ร้อยละ): รถยนต์และชิ้นส่วน 16.4, เคมีภัณฑ์ 15.0, เครื่องจักรกล 14.6, อิเล็กทรอนิกส์ 6.0, เวชภัณฑ์ 5.4, อิเล็กทรอนิกส์, 4.7, รถประเภทอื่นๆ 4.3, สินค้าบริโภค 4.3, อื่นๆ 29.3			
ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ ปิทมัส ลิกไนต์ เกลือ สินเธอร์ แร่เหล็ก	ตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศเยอรมนี <sup>6</sup> ปี 2017** (เรียงตามลำดับ) ได้แก่ อเมริกา ฝรั่งเศส จีน เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ อิตาลี ออสเตรเลีย อื่นๆ			
	สินค้านำเข้าที่สำคัญของประเทศเยอรมนีปี 2017** (หน่วย = ร้อยละ) ได้แก่ เคมีภัณฑ์ 13.6, รถยนต์และชิ้นส่วน 9.5, เครื่องจักรกล 8.9, 5.4, อิเล็กทรอนิกส์ 8.4, สินค้าบริโภค 6.5, อิเล็กทรอนิกส์ 5.8, น้ำมันดิบ 4.8, เวชภัณฑ์ 4.4, สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 4.1, อื่นๆ 34.0			
	ตลาดนำเข้าที่สำคัญของประเทศเยอรมนี <sup>7</sup> ปี 2016** ได้แก่ (หน่วย = ร้อยละ): เนเธอร์แลนด์ จีน ฝรั่งเศส เบลเยียม อิตาลี โปแลนด์ สาธารณรัฐเช็ก อื่นๆ			

\*จาก Statistische Bundesamt โดย GDP ไตรมาสที่ 1 ของปีนี้จะออกในเดือน พ.ค. ของทุกปี

\*\*จาก German Trade & Invest ซึ่งข้อมูลจะ Up Date ปีละ 2 ครั้งในเดือนพ.ค. และเดือนพ.ย. (ซึ่งจะมีการปรับข้อมูลพื้นฐาน 1 ครั้ง ในเดือนพ.ค. เท่านั้น)

3. ยุทธศาสตร์/กิจกรรม	4. สถานการณ์เศรษฐกิจ
<p>3.1 ยุทธศาสตร์</p> <p>1. แสวงหาช่องทางการตลาดใหม่ๆ เช่น Food Service, HORECA, Institution เช่น โครงการส่งเสริมเมนูอาหารไทยใน Canteens เยอรมนี โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศยุโรปส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA 2019 เป็นต้นฯ</p> <p>2. นำประเด็นที่ EU และเยอรมนีใช้เป็นข้อกีดกันทางการค้า เช่น Sustainability, Food Safety มาร่วมทำกิจกรรมทางการตลาด และประชาสัมพันธ์กับสินค้าส่งออกของไทย เช่น การช่วยเหลือ ชุมชนหมู่บ้าน ไทยอย่างยั่งยืน</p> <p>3. ส่งเสริมสินค้าไทยกับบริษัท Start Up</p>	<p>นโยบายเศรษฐกิจ:</p> <p>ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา EU ได้สร้างเครือข่ายการค้าที่ใหญ่ที่สุดในโลกขึ้นมา โดยมีสนธิสัญญาการค้าเสรี (FTA) จำนวน 41 ฉบับกับ 72 ประเทศ โดย FTA กับประเทศญี่ปุ่นก็เริ่มมีผลบังคับใช้ในช่วงต้นปีที่ผ่านมา ซึ่งหมายความว่า EU ได้สร้างพื้นที่การค้าเสรีที่ใหญ่ที่สุดในโลกขึ้นมา</p> <p>EU ได้ขยายความสัมพันธ์ทางการค้ากับประเทศกลุ่ม Mercosur (South Cone Common Market) อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย และ นิวซีแลนด์ เพื่อให้บริษัทใน EU มีโอกาสที่จะเข้าถึงตลาดใหม่ๆ</p> <p>ปริมาณการส่งออกสินค้าจาก EU ขยายตัวขึ้นร้อยละ 15 ซึ่งการเจรจา FTA นั้นเป็นเพียงเสี้ยวหนึ่งของงานที่คณะกรรมการการค้า EU ได้ปฏิบัติ การดำเนินการใช้ FTA และลดกำแพงการค้าขึ้น ก็เป็นสิ่งสำคัญเท่าเทียมกับการเจรจา</p>

<p>4. สร้างนวัตกรรมเศรษฐกิจจากนักศึกษาไทยในเยอรมนี</p> <p>5. นำระบบจัดการและเทคโนโลยีของเยอรมนีมาพัฒนาสินค้าส่งออกของไทยให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ด้วยการจับคู่การค้าระหว่างบริษัท ร่วมทุน หรือการรับช่วงการผลิต</p> <p>6. เจาะกลุ่ม Niche Market เช่น กลุ่มเพศทางเลือก กลุ่มรักสุขภาพ ออร์แกนิกส์ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มสถาบัน (Horeca) กลุ่มรักสัตว์ รักสิ่งแวดล้อม Hipster</p> <p>7. ส่งเสริม Product/ Service Champion ที่มีศักยภาพ เช่น ข้าว อาหารสุขภาพ สินค้าบริการ (ร้านอาหารไทยและสปา)</p> <p>8. ส่งเสริมอาหารฮาลาลในกลุ่มผู้อพยพชาวมุสลิม เช่น กลุ่มชาวซีเรีย อัฟกานิสถาน ที่หนีสงครามมาอยู่ในเยอรมนีกว่า 1 ล้านคน</p> <p>9. การบูรณาการกับภาคเอกชนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ โดยผลักดันสินค้าเชิงรุกเป็นรายตลาด</p> <p>10. การกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า เน้นการใช้กลยุทธ์พันธมิตรหุ้นส่วน (Strategic Partnership) สร้างผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น การเจรจา FTA</p>	<p>โดยคณะกรรมการธิการ EU ได้นำเสนอรายงานด้านอุปสรรคในการค้าและการลงทุนให้ทราบอย่างชัดเจนถึงแนวโน้มที่ Protectionism จะขยายตัวขึ้น</p> <p>แนวโน้มเศรษฐกิจ:</p> <p>ความเชื่อมั่นในสภาพเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจในเยอรมนีนั้นลดลง โดยดัชนีการประกอบธุรกิจเดือนก.ค. ลดลงมาอยู่ที่ 95.7 จุดจากเดิมที่อยู่ 97.5 จุด โดยภาคเอกชนไม่พอใจกับสถานการณ์ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน และมองว่าธุรกิจในอนาคตยังไม่อาจจะดีขึ้น เยอรมนีในเวลานี้กำลังอยู่ในช่วงแปรปรวนทางเศรษฐกิจอย่างมาก</p> <p>ธุรกิจสินค้า intermediate goods ของประเทศเยอรมนี (สินค้าที่นำไปประกอบหรือเป็นส่วนหนึ่งเพื่อผลิต สินค้าสำเร็จรูปอีก) ดัชนีดังกล่าวลดลงเรื่อยๆ โดยเฉพาะดัชนีสถานการณ์การค้าที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งการลดลงดังกล่าวนี้ขนาดนี้ครั้งสุดท้ายก็คือ ช่วงเดือนก.พ. 2009 ซึ่งยังไม่เห็นแนวโน้มว่าจะขยายตัวขึ้นในช่วง 6 เดือนข้างหน้า โดยกำลังการผลิตลดลงจาก 85.3 เหลือ 83.9 % หรือสูงกว่าอัตราเฉลี่ยเพียงเล็กน้อยเท่านั้น</p> <p>ธุรกิจบริการ ดัชนีก็อ่อนตัวลง ภาคเอกชนไม่พอใจกับสถานการณ์ด้านธุรกิจในปัจจุบัน และค่าประเมินการณ์สถานการณ์ในอนาคตก็ต่ำกว่าช่วงเดือน ก.ค. 2009</p> <p>ดัชนีธุรกิจการค้าลดลงอย่างหนัก ภาคเอกชนส่วนใหญ่เห็นว่า สถานการณ์การค้าในปัจจุบันแย่ลง และไม่เห็นว่า ในช่วง 2-3 เดือนข้างหน้าสถานการณ์จะดีขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจค้าส่งได้รับผลกระทบมากกว่ากลุ่มผู้ค้าปลีก</p> <p>ในขณะที่ ดัชนีธุรกิจก่อสร้างเริ่มกลับมาขยายตัวอีกครั้ง แม้ว่าบริษัทก่อสร้างจะประเมินสถานการณ์ทางธุรกิจของบริษัทแยลงบ้าง แต่ก็คาดการณ์ว่า ในอนาคตน่าจะดีขึ้น</p>
<p>3.2 กิจกรรมในปี 2019 ช่วงเดือน กรกฎาคม- <u>สคต.เบอร์ลิน</u></p> <p>1. โครงการส่งเสริมการขายสินค้า OTOP ทาง Online ใน Website: <a href="http://www.otop-germany.com">www.otop-germany.com</a>, การเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นและนำเสนอผ่านช่อง Youtube: <a href="https://www.youtube.com/channel/UC1hqt6ayrv7WVYl4d0f2cuw">https://www.youtube.com/channel/UC1hqt6ayrv7WVYl4d0f2cuw</a></p> <p>2. ทหารือกับผู้บริหารบริษัท SODA LIBRE GmbH ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องดื่มจากใบกระเพราฝรั่ง ตั้งอยู่ ณ เมืองฮัมบูร์ก โดยบริษัทสนใจขยายการผลิตเครื่องดื่มสมุนไพร ผลไม้จากประเทศเมืองร้อน</p> <p>3. เข้าพบหารือกับผู้บริหารบริษัท Chefs Culinar Deutschland เป็นบริษัทผู้ค้าส่งสินค้าอาหารรายสำคัญ</p> <p>4. เข้าร่วมงานแสดงสินค้าแฟชั่น Berlin Fashion Week 2019 โดยงานในครั้งนี้มีนักออกแบบชาวไทยโครงการ Thai Designer Academy 2019 เข้าร่วม 3 ราย</p> <p>5. เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Nordstil 2019 ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์ จัดขึ้น ณ เมืองฮัมบูร์ก ระหว่างวันที่ 27 - 29 ก.ค. 2562</p> <p>6. จัดส่งจดหมายเชิญให้แก่นักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแลเพื่อเชิญชวนเข้าร่วมงานแสดงสินค้า BKK Gems Sep. 2019 จำนวน 50 บริษัท</p>	<p>สถานการณ์การค้า:</p> <p>การค้า Online มีส่วนสำคัญอย่างมาก โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยกว่าร้อยละ 40 ของลูกค้าในเยอรมนี ให้ความสำคัญกับตัวแปรหลักๆ เช่น ระยะเวลาการส่งสินค้าภายในวันที่สั่ง และที่ช่วงเวลาในการส่งของที่ไม่ยาวนานเกินไป โดยร้อยละ 47 เห็นว่า ช่วงเวลาที่จะสามารถรอรับสินค้าไม่ควรนานกว่า 2 ชั่วโมง</p> <p>ในเวลาเดียวกันภาคการเมืองต้องการที่จะออกกฎหมายให้บริษัทจำหน่ายสินค้า Online ห้ามนำสินค้าที่ได้รับการคืนส่วนหนึ่ง ไปทิ้งหรือทำลายเพราะเป็นการเพิ่มขยะโดยใช่เหตุ ซึ่งสิ่งนี้ก็อาจจะจะทำให้สถานการณ์การค้า Online เปลี่ยนแปลงไป อันเนื่องมาจากต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านการส่งสินค้าเพิ่มขึ้น และอาจจะส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การค้า และตัวเลขการขยายตัวทางธุรกิจ Online ด้วยในอนาคต</p> <p>สถานการณ์การลงทุน:</p> <p>การลงทุนในเทคโนโลยีอุตสาหกรรม 4.0 ในขณะนี้ ทำให้ราคาการผลิตสินค้าบางชนิดที่มีความเฉพาะตัวลดลง และเกิดความยืดหยุ่นสูงมากขึ้น อาจจะส่งให้เกิดการย้ายฐานการผลิตกลับมายัง EU ไม่มากนักน้อย ประเทศที่เป็นฐานการผลิตสินค้า intermediate goods ของประเทศเยอรมนี ก็อาจจะได้รับผลกระทบจากการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลไม่มากนักน้อย การปรับตัวของอุตสาหกรรม เพิ่มพันธมิตร เพิ่มการลงทุน ให้เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายโรงงานการผลิตสินค้าอัจฉริยะเพื่อรองรับกับความต้องการแห่งอนาคตก็อาจจะเป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบการลงทุนในสถานการณ์ในปัจจุบัน</p> <p>มีบริษัทไทยที่เข้าไปลงทุนในเยอรมนี ได้แก่ 1.) Thai Union ถือหุ้น 51% ในบริษัทอาหารทะเล Rügen Fisch อีกทั้งยังเป็นเจ้าของบริษัท 2.) Marine Nutrients GmbH อีกด้วย 3.) คาร์เปท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ไทยแลนด์ จำกัด</p>

<p>7. จัดกิจกรรมโครงการพัฒนาส่งเสริมเมนูอาหารไทย 4 Regions Street Food จัดใน Canteen N3 Arnstadt ระหว่างวันที่ 22-26 ก.ค. 62</p> <p>8. จัดกิจกรรมโครงการพัฒนาส่งเสริมเมนูอาหารไทย 4 Regions Street Food จัดใน Canteen DRV Bund Kaino Gera ระหว่างวันที่ 22-26 ก.ค. 62</p> <p>9. ลงโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานแสดงสินค้า Bangkok Gems &amp; Jewelry 2019</p> <p>10. ลงโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานแสดงสินค้า Style October 2019</p> <p>11. ประสานร้านค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตอาณาที่จำหน่ายวัตถุดิบหรือเครื่องปรุงอาหารไทย จำนวน 63 กิจการ เพื่อจัดส่งให้กรมอู่แพคเกจจิ้งข้อมูลใน Application โครงการ Thai Select Application</p> <p>12. นัดหมายกับบริษัท Textilwirtschaft เพื่อหาหรือเกี่ยวกับตลาดสิ่งทอในเยอรมนีและเชิญชวนเข้าร่วมงาน Style Oct. 2019 รวมทั้งการลงประชาสัมพันธ์งาน Style 202 ผ่านทางสื่อโฆษณาของบริษัท</p> <p>13. เข้าพบบริษัท Tropical Island เกี่ยวกับการจัดเตรียมการจัดกิจกรรมธุรกิจ HORECA 2019 ใน Entertainment Complex จัดร่วมกับ Tropical Island ในช่วงเดือนสิงหาคม - กันยายน 2562</p> <p>14. ประสานตัวแทนของกลุ่มนักเรียน/คนทำงานสายความคิดสร้างสรรค์คนไทย เรื่องโครงการสนับสนุนการเข้าร่วมงานเทศกาลหนังกรุงเบอร์ลิน Thai Film Screenings Berlin 2019 และ Thai Evening in Berlin 2019</p>	<p>(มหาชน) 4.) แพรนต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) 5.) บริษัท กลุ่มเซนทรัล จำกัด (Central Group) 6.) บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด 7.) Harikul Group Co., Ltd. 8.) KOERNER Agro Export Center Co., Ltd. 9.) Charoen Pokphand Food PCL ถือหุ้น Paulsen Food GmbH 10.) Delta Electronics (Thailand) PLC. 11.) The Thai Silk Co., Ltd. 12.) Siam Offset Co., Ltd. 13.) Thann-Oryza Co., Ltd. 14.) Holistic Medical Center 15.) Qualy Co., Ltd. 16.) EASTERN POLYMER GROUP 17.) Bangkok Solar Power Co., Ltd. 18.) Chatchawan Import Export and Packaging Ltd., Part 19.) CHI-MAS S&amp;K Ohg 20.) FICO Corporation เข้าซื้อกิจการโรงแรม 8 แห่ง ในเยอรมนี 19.) Cobra Advanced Composites Co., Ltd. 21.) ThaiBev เข้าซื้อกิจการโรงแรม 22.) บริษัท ยู ซีตี้ จำกัด (มหาชน) บริษัทแม่ของ บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ที่เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของ Vienna House Capital เจ้าของ Vienna International Hotel Management ในสัดส่วนร้อยละ 35.64</p>
<p><b>สคต.แฟรงก์เฟิร์ต</b></p> <p>1. พบ Mr. Surawit Tipayarom, Managing Director บริษัท Global Partner Interfood Co. Ltd. ส่งออกท่อปิ้งมะม่วง ณ เมืองบาดฮอมบวร์ก</p> <p>2. พบ Ms. Nawan Puangmalai, Managing Director บริษัท Innovative Pharma Herbs Co., Ltd. ณ เมืองบาดฮอมบวร์ก</p> <p>3. พบ Mr. Chatchai Chutmongkonkul, Country Manager และ Mr. Prawit Charoenkul, Regional Manager บริษัท Boonrawd Trading International Co., Ltd. ณ เมืองบาดฮอมบวร์ก</p> <p>4. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Frankfurt Book Fair 2019 (16-20 ต.ค.2562)</p> <p>5. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Anuga 2019 (5-9 ต.ค. 2562)</p> <p>6. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Medica 2019 (18-21 พ.ย. 2562)</p> <p>7. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Automechanika Fair 2020 (8-12 ก.ย.2563)</p>	

<p>8. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า BIOFACH 2020 (12-15 ก.พ.2563)</p> <p>9. ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล เข้าร่วมงานแสดงสินค้า BGJF September 2019</p> <p>10. ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล เข้าร่วมงานแสดงสินค้า STYLE October 2019 ณ ประเทศไทย</p> <p>11. ดำเนินการประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า Bangkok RHVAC 2019 และ Bangkok E&amp;E 2019</p> <p>12. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ Thai SELECT App และจัดกิจกรรมส่งเสริมร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา Thai SELECT ในงานเทศกาลไทย ณ เมืองบาดฮอมบวร์ก</p> <p>13. ประสานร้านอาหารไทยในการสมัครขอใช้ตรา Thai Select ณ เมือง Kelkheim และ เมือง Koblenz</p> <p>14. เตรียมการดำเนินการประชาสัมพันธ์ Thai SELECT App และจัดกิจกรรมส่งเสริมร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา Thai SELECT ในงานเทศกาลไทย ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต</p> <p>15. เข้าเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า Tendence 2019 ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต</p> <p>16. ประสานกรณีโรงเรียนบริษัท Wongpitak Export Co.,Ltd กับบริษัทผู้นำเข้าเยอรมนี</p>	
---	--

5. สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศไทยกับเยอรมนี									
เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	2018	2019		2018	2019		2018	2019	
		(ม.ค.-มิ.ย.)	+/- (%)		(ม.ค.-มิ.ย.)	+/- (%)		(ม.ค.-มิ.ย.)	+/- (%)
	11,911,57	5,427.86	-11.39	5,153.84	2,299.77	-12.42	6,757,73	3,128.09	-10.61
ที่มา: MenuCom									

6. สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดเยอรมนีปี 2018 - ปี 2019 (หน่วย: ล้าน USD)						
อันดับ	สินค้า	2018	2018 (ม.ค.-มิ.ย.)	2019 (ม.ค.-มิ.ย.)	+/- (%) (ม.ค.-มิ.ย.)	
1	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	600.5	276.2	255.9	-7.36	
2	แผงวงจรไฟฟ้า	746.5	295.1	237.2	-19.65	
3	อัญมณีและเครื่องประดับ	566.1	355.5	226.6	-36.26	
4	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	139.3	169.9	147.8	-13.02	
5	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่อง	192.6	64.4	107.3	66.48	
6	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	295.7	78.6	99.9	27.11	
7	ผลิตภัณฑ์ยาง	135.6	92.0	97.0	5.36	
8	กอก วาวล์และส่วนประกอบ	131.4	62.6	72.6	15.90	
9	เลนส์	72.4	56.0	57.9	3.41	
10	เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและ	108.9	30.8	55.1	79.01	
ที่มา: MenuCom						

7. สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดเยอรมนีปี 2018 - ปี 2019 (หน่วย: ล้าน USD)					
อันดับ	สินค้า	2018	2018 (ม.ค.-มิ.ย.)	2019 (ม.ค.-มิ.ย.)	+/- (%) (ม.ค.-มิ.ย.)
1	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,362.8	726.4	626.6	-13.74
2	ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	781.4	418.5	399.8	-4.48
3	เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	891.4	420.5	337.9	-19.63
4	เคมีภัณฑ์	636.4	326.1	284.2	-12.85
5	เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ การ	423.2	181.1	214.5	18.47
6	ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	362.6	236.6	208.4	-11.92
7	แผงวงจรไฟฟ้า	213.8	98.2	95.3	-3.02
8	รถยนต์นั่ง	204.0	103.7	85.3	-17.71
9	เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท้และทองคำ	169.6	133.1	82.6	-37.92
10	ผลิตภัณฑ์โลหะ	202.0	84.0	79.9	-4.85
ที่มา: MenuCom					

Updated วันที่ 30 ก.ค. 62

<sup>1</sup> Bruttoinlandsprodukt

<sup>2</sup> BIP pro Kopf

<sup>3</sup> Preisbereinigt, verkettet

<sup>4</sup> Export/Außenhandel Census-X-12-ARIMA

<sup>5</sup> ILO-Arbeitsmarktstatistik

<sup>6</sup> Hauptabnehmerländer

<sup>7</sup> Hauptlieferländer