

## Fact Sheet ประเทศ เยอรมนี ประจำเดือน สิงหาคม 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>	1.0 (มิ.ย.)	7.6 (มิ.ย.)	-8.0 (มิ.ย.)
ระบอบการปกครอง แบบประชาธิปไตย	Inflation (%)	1.4 (ก.ค.)	1.9 (ก.ค.)	1.7 (ก.ค.)
นายกรัฐมนตรี นาง Angela Merkel / ประธานาธิบดี นาย Frank-Walter Steinmeier	Unemployment Rate (%) <sup>5</sup>	3.6 (มิ.ย.)	3.5 (มิ.ย.)	3.1 (มิ.ย.)
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. แสวงหาช่องทางตลาดใหม่ๆ 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>4. สร้างนักธุรกิจจากนักศึกษาไทยในเยอรมนี</p>	<p>นโยบายเศรษฐกิจ:</p> <p>มีความเป็นไปได้สูงที่จะเกิดเหตุการณ์ No-Deal-Brexit ขึ้น โดย สหภาพยุโรปได้แสดงความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของ EU-27 โดยจะเป็นสิ่งสำคัญในการเจรจา และไม่ควรมีประเทศสมาชิกที่จะออกมายอมเสียศูนย์ในตอนนี้ และเตรียมพร้อมรับมือกับ No-Deal-Brexit ให้มากที่สุด</p> <p>สหภาพยุโรป เตรียมการรับมือด้านดังกล่าว “ในกลุ่มประเทศสมาชิกโดยเฉพาะประเทศเยอรมนีได้เตรียมพร้อมทุกอย่างเรียบร้อยแล้วในการรับมือกับ No-Deal-Brexit ที่อาจจะเกิดขึ้น” ทั้งนี้ คณะกรรมาธิการ EU ไม่ได้วางแผนฉุกเฉินฉบับใหม่ และจะไม่มีเปลี่ยนแปลงแผนจากการเตรียมการที่ผ่านมา โดยในบางกรณีที่อาจจะต้องหากฎพิเศษเฉพาะกิจมาใช้อย่างเรื่อง Clearing-house ด้านธุรกิจการเงิน ที่วางแผนไว้ในเดือนมีนาคมแต่ต้องเลื่อนมาเดือนตุลาคม กรณีดังกล่าวก็ต้องการปรับและจัดสรรงบประมาณกันใหม่ เป็นต้น โดยรัฐบาลเยอรมันได้มีการ</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 (ร้านอาหารไทย และสปา)</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>ระบุกฎหมายและข้อบังคับมากกว่า 50 ฉบับออกมาเพื่อรับมือกับ No-Deal-Brexit ที่อาจจะเกิดขึ้นเรียบร้อยแล้ว</p> <p>แนวโน้มเศรษฐกิจ: ความเชื่อมั่นในสภาพเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจในเยอรมนีนั้นลดลงต่อไปอีก โดยดัชนีการประกอบธุรกิจในเดือนส.ค. ลดลงมาอยู่ที่ 94.3 จุดจากเดิมที่อยู่ 95.8 จุด หรือเป็นค่าที่ต่ำที่สุดตั้งแต่เดือนพ.ย. 2012 โดยภาคเอกชนไม่พอใจกับสถานการณ์ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน และประเมินสถานการณ์การค้าแย่งลงกว่าเดิม และเป็นไปได้ที่ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจถดถอยในเวลาอันใกล้ ธุรกิจสินค้า intermediate goods ของประเทศเยอรมนี (สินค้าที่นำไปประกอบหรือเป็นส่วนเพื่อผลิต สินค้าสำเร็จรูปอีก) ไม่มีแนวโน้มที่ดัชนีดังกล่าวจะหยุดการลดตัวลง และน่าจะลดลงไปอีก ซึ่งผู้ประกอบการลดความพอใจในสถานการณ์การค้าลงไปอีก ทำให้ระลอกถึงช่วงวิกฤติเศรษฐกิจปี 2009 ที่เกิดขึ้นกับภาคอุตสาหกรรม โดยในเวลานี้ไม่มีอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศใดเลยที่เห็นว่าการค้าลงไปอีก ทำให้ระลอกถึงช่วงวิกฤติเศรษฐกิจปี 2009 ที่เกิดขึ้นกับภาคอุตสาหกรรม โดยในเวลานี้ไม่มีอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศใดเลยที่เห็นว่าการค้าลงไปอีก</p> <p>ในขณะที่ ดัชนีธุรกิจก่อสร้างเริ่มกลับมาครั้งที่อีกครั้งหลังจากที่มีการขยายตัวขึ้นเล็กน้อยในช่วงเดือนที่ผ่านมา โดยบริษัทก่อสร้างจะประเมินสถานการณ์ทางธุรกิจของบริษัทแย่งลง แต่ก็ยังสามารถประกอบธุรกิจได้อยู่</p>
<p>3.2 กิจกรรมในปี 2019 ช่วงเดือน สิงหาคม</p> <p><u>สศต.เบอร์ลิน</u></p> <p>1. โครงการส่งเสริมการขายสินค้า OTOP ทาง Online ใน Webseite: <a href="http://www.otop-germany.com">www.otop-germany.com</a>, การเผยแพร่ภาพยนตร์สั้นและนำเสนอผ่านช่อง Youtube: <a href="https://www.youtube.com/channel/UC1hqt6ayv7WVYl4d0f2cuw">https://www.youtube.com/channel/UC1hqt6ayv7WVYl4d0f2cuw</a></p> <p>2. เข้าพบหรือเรียกผู้บริหารบริษัท SODA LIBRE GmbH ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องดื่มจากไบโกระเพาะฝรั่ง ตั้งอยู่ ณ เมืองฮัมบวร์ก โดยบริษัทสนใจขยายการผลิตเครื่องดื่มสมุนไพรผลไม้จากประเทศเมืองร้อน</p> <p>3. เข้าพบหรือเรียกผู้บริหารบริษัท DI PERLE GmbH เป็นผู้นำเข้าไข่มุกและสร้อยไข่มุกรายใหญ่อันดับต้นๆ ของเยอรมนี เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล และความคิดเห็นในธุรกิจนำเข้าสินค้าเครื่องประดับ</p> <p>4. จัดกิจกรรมโครงการพัฒนาส่งเสริมเมนูอาหารไทย 4 Regions Street Food จัดใน Canteen Ruhlamat GmbH, Marksul, Canteen Schott Jena, Canteen Bruderhilfe Kassel, Canteen Heisse Verlag Hannover, Canteen Magdeburger Allee, Erfurt, Canteen B/S/H Hausgeräte GmbH, München, Canteen Kulturministerium, Magdeburg, Canteen Allianz, Bremen</p> <p>5. กิจกรรมส่งเสริมสินค้าไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA 2019 ใน Entertainment Complex - Tropical Island ประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อความพร้อมในการจัดงาน ซึ่งจัดขึ้นในช่วง สิงหาคม - กันยายน 2562</p>	<p>สถานการณ์การค้า: ดัชนีการดำเนินธุรกิจ Ifo ของสถาบันเพื่อการวิจัยทางเศรษฐกิจของมหาวิทยาลัยมิวนิค (Ifo – Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München) เองก็ลดตัวลงในเวลาเดียวกัน การลดตัวลงของเศรษฐกิจของประเทศเยอรมนีส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากภาคการส่งออกที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา กับประเทศจีน อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การค้าในประเทศก็ยังดำเนินไปได้ดีในระดับหนึ่ง และรัฐบาลยังพยายามที่จะผลักดันให้การบริโภคภายในประเทศดีขึ้น เพราะในเวลานี้เป็นเพียงสิ่งเดียวที่ยังคงรักษาให้เศรษฐกิจของประเทศดำเนินไปได้</p> <p>สถานการณ์การลงทุน: การลงทุนในไฮโดรเจนเหลวแบบอนุรักษณ์สิ่งแวดล้อม จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะสามารถทำให้ การเปลี่ยนรูปแบบการใช้พลังงาน (Energiewende) ของประเทศ โดยภาครัฐ จะเริ่มกลับมาส่งเสริมการผลิตพลังงานทางเลือก และการปฏิรูปการผลิต และการคำนวณการจัดเก็บภาษีใหม่ ในอนาคต ไฮโดรเจนเหลวสีเขียว หรือ e-fuels สีเขียวอื่นๆ จะได้รับการตอบรับจากตลาดมากกว่าในปัจจุบัน หลังจากที่สามารถผลิตได้ในราคาที่ท้องตลาดสามารถรับได้ โดยในสหภาพยุโรปเองนั้น ก็มีการสร้างกฎระเบียบต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อมที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีไฮโดรเจนเหลวสีเขียว หรือ e-fuels สีเขียวอื่นๆ ในรูปแบบใหม่ๆ ได้ในอนาคต</p> <p>มีบริษัทไทยที่เข้าไปลงทุนในเยอรมนี ได้แก่ 1.) Thai Union ถือหุ้น 51% ในบริษัทอาหารทะเล Rügen Fisch อีกทั้งยังเป็นเจ้าของบริษัท 2.) Marine Nutrients GmbH อีกด้วย 3.) คาร์เพท อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล ไทยแลนด์ จำกัด (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-</p>

6. จัดส่งจดหมายเชิญให้แก่ักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล เพื่อเชิญชวนเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Style Bangkok 2019 จำนวน 50 บริษัท

7. ส่งคณะผู้แทนการค้า/ผู้นำเข้าตอบรับการเดินทางเข้าร่วมงานงาน TILOG 2019 รวมจำนวน 5 ราย

8. ส่งคณะผู้แทนการค้า/ผู้นำเข้าตอบรับการเดินทางเข้าร่วมงานงาน BKK Gems Sep. 2019 ในขณะนี้ก็มีผู้ตอบรับเข้าร่วมงาน รวมจำนวน 17 ราย

9. การลงโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานแสดงสินค้า Bangkok Gems & Jewelry 2019 : ลงประชาสัมพันธ์การจัดงานในนิตยสาร Schmuck ครั้งที่ 3 วางแผงเดือน สิงหาคม 2562

10. การลงโฆษณางานแสดงสินค้า Style October 2019: ลงปชส. ทางสื่อออนไลน์ Hocky Banner และ Special Newsletter และ Newsletter Banner ช่วงเดือน สิงหาคม 2562 ผ่านทางเว็บไซต์ [www.moebelmarkt.de](http://www.moebelmarkt.de)

11. ติดตามความคืบหน้าปัญหาด้านการค้าระหว่างบริษัทผู้นำเข้าสินค้าชาวเยอรมัน และบริษัทผู้ส่งออกชาวไทย

12. ประชุมหารือร่วมกับผู้บริหารบริษัท Tropical Island นักออกแบบเมนูอาหาร และฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดกิจกรรมธุรกิจ HORECA 2019 ใน Entertainment Complex ร่วมกับ Tropical Island

13. เข้าร่วมงาน International Business Association จัดโดยหน่วยงาน Thailand Forum Germany

**สกต.แฟรงก์เฟิร์ต**

1. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Frankfurt Book Fair 2019 (16-20 ต.ค.2562)

2. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Anuga 2019 (5-9 ต.ค. 2562)

3. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Medica 2019 (18-21 พ.ย. 2562)

4. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Automechanika Fair 2020 (8-12 ก.ย.2563)

5. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า BIOFACH 2020 (12-15 ก.พ.2563)

6. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Vivaness 2020 (12-15 ก.พ.2563)

7. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Beauty 2020 (6-8 มี.ค. 2563)

8. ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล เข้าร่วมงานแสดงสินค้า RHVAC/E&E 2019 ( 26-31 ส.ค. 2562)

9. ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล เข้าร่วมงานแสดงสินค้า BGJF September 2019

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&K Ohg 20.) FICO Corporation เข้าซื้อกิจการโรงแรม 8 แห่งในเยอรมนี 19.) Cobra Advanced Composites Co., Ltd. 21.) ThaiBev เข้าซื้อกิจการโรงแรม 22.) บริษัท ยู ซิตี จำกัด (มหาชน) บริษัทแม่ของ บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ที่เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของ Vienna House Capital เจ้าของ Vienna International Hotel Management ในสัดส่วนร้อยละ 35.64

<p>10. ประชาสัมพันธ์และเชิญชวนนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล เข้าชมงานแสดงสินค้า STYLE October 2019 ณ ประเทศไทย</p> <p>11. ดำเนินการเตรียมการประชาสัมพันธ์พิธีเปิดตัวชื่อใหม่ งาน THAIFEX- ANUGA ASIA ในงาน ANUGA 2019</p> <p>12. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ Thai SELECT App และจัดกิจกรรมส่งเสริมร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา Thai SELECT ในงาน Thai Market Square ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต</p> <p>13. นำคณะผู้บริหารและผู้ประกอบการ Street Food ไทยที่มีศักยภาพเข้าร่วมงานเทศกาล Thai Market Square ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต</p> <p>14. ประสานร้านอาหารไทยในการสมัครขอใช้ตรา Thai Select ณ เมือง ณ เมืองโคโลญจน์</p>	
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

5. สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศไทยกับเยอรมนี									
เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	2018	2019		2018	2019		2018	2019	
		(ม.ค.-ก.ค.)	+/- (%)		(ม.ค.-ก.ค.)	+/- (%)		(ม.ค.-ก.ค.)	+/- (%)
	11,911.57	7,073.52	-10.24	5,153.84	3,032.84	-11.92	6,757.73	4,040.68	-8.98
ที่มา: MenuCom									

6. สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดเยอรมนีปี 2018 – ปี 2019 (หน่วย: ล้าน USD)						
อันดับ	สินค้า	2018	2018 (ม.ค.-ก.ค.)	2019 (ม.ค.-ก.ค.)	+/- (%) (ม.ค.-ก.ค.)	
1	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	600.5	329.8	301.5	-8.58	
2	แผงวงจรไฟฟ้า	746.5	337.8	269.9	-20.13	
3	อัญมณีและเครื่องประดับ	566.1	400.3	265.4	-33.68	
4	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	139.3	190.9	167.0	-12.53	
5	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่อง	192.6	74.7	116.5	55.87	
6	ผลิตภัณฑ์ยาง	295.7	106.9	114.5	7.11	
7	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	135.6	88.6	114.1	28.83	
8	ก๊อ กวาล์และส่วนประกอบ	131.4	75.1	86.4	15.08	
9	เลนส์	72.4	65.9	67.7	2.79	
10	เครื่องยนต์เส้นด้ายภายในแบบลูกสูบและ	108.9	39.9	62.9	57.68	
ที่มา: MenuCom						

7. สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดเยอรมนีปี 2018 – ปี 2019 (หน่วย: ล้าน USD)						
อันดับ	สินค้า	2018	2018 (ม.ค.-ก.ค.)	2019 (ม.ค.-ก.ค.)	+/- (%) (ม.ค.-ก.ค.)	
1	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,362.8	836.5	731.5	-12.55	
2	ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	781.4	467.9	465.9	-0.43	
3	เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	891.4	505.7	413.5	-18.23	
4	เคมีภัณฑ์	636.4	374.4	334.3	-10.71	

5	เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ การ	423.2	209.8	258.8	23.34
6	ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	362.6	264.4	236.9	-10.40
7	แผงวงจรไฟฟ้า	213.8	115.3	115.7	0.34
8	รถยนต์นั่ง	204.0	123.1	99.0	-19.60
9	ผลิตภัณฑ์โลหะ	169.6	97.9	97.0	-0.97
10	เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	202.0	149.6	95.1	-36.44
ที่มา: MenuCom					

Updated วันที่ 30 ส.ค 62

<sup>1</sup> Bruttoinlandsprodukt

<sup>2</sup> BIP pro Kopf

<sup>3</sup> Preisbereinigt, verkettet

<sup>4</sup> Export/Außenhandel

<sup>5</sup> ILO-Arbeitsmarktstatistik

<sup>6</sup> Hauptabnehmerländer

<sup>7</sup> Hauptlieferländer