

Fact Sheet ประเทศ เยอรมนี ประจำเดือน เมษายน 2563

1. ข้อมูลทั่วไป	2. เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจ*			
พื้นที่ 348,540 ตารางกิโลเมตร		ปี 2018	ปี 2019	ปี 2020
เมืองหลวง กรุงเบอร์ลิน (Berlin)	GDP (พันล้านยูโร) ¹	3,386.0	3,435.8	-
เมืองสำคัญ Hamburg, Köln, München, Frankfurt	GDP per Capita (ยูโร) ²	40,883	41,342	-
ประชากร 83.14 ล้านคน (30 ก.ย. 2019)	GDP Growth (%) ³	1.5	0.6	-
ภาษาราชการ เยอรมัน	Good & Services exports (%change) ⁴	2.3 (ก.พ.)	4.0 (ก.พ.)	0.3 (ก.พ.)
ระบอบการปกครอง แบบประชาธิปไตย	Inflation (%)	1.5 (มี.ค.)	1.3 (มี.ค.)	1.4 (มี.ค.)
นายกรัฐมนตรี นาง Angela Merkel / ประธานาธิบดี นาย Frank-Walter Steinmeier	Unemployment Rate (%) ⁵	3.8 (ก.พ.)	3.2 (ก.พ.)	3.4 (ก.พ.)
อัตราแลกเปลี่ยน 1€ = 35.27 บาท (วันที่ 30 เม.ย. 63) 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 บิทูมินัส ลิกไนต์ เกลือ สินเธอร์ แร่เหล็ก	ตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศเยอรมนี ⁶ 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 ⁷ ปี 2017** 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
3.1 ยุทธศาสตร์ 1. แสวงหาช่องทางการตลาดใหม่ๆ เช่น Food Service, HORECA, Institution และ Online เช่น โครงการส่งเสริมเมนูอาหารไทยใน Canteens เยอรมนี โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศยุโรปส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA 2019 เป็นต้นฯ 2. นำประเด็นที่ EU และเยอรมนีใช้เป็นข้อกีดกันทางการค้า เช่น Sustainability, Food Safety มาร่วมทำกิจกรรมทางการตลาด และประชาสัมพันธ์กับสินค้าส่งออกของไทย เช่น การช่วยเหลือ ชุมชนหมู่บ้าน ไทยอย่างยั่งยืน 3. ส่งเสริมสินค้าไทยกับบริษัท Start Up 4. สร้างนักธุรกิจจากนักศึกษาไทยในเยอรมนี	นโยบายเศรษฐกิจ: การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ทำให้เศรษฐกิจของประเทศเยอรมนี ที่กำลังกลับมาขยายตัวอีกครั้งในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ได้หยุดชะงักตัวอย่างกะทันหัน สถานการณ์สำหรับธุรกิจบริการ ร้านอาหาร และกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ในเวลานี้ ได้รับผลกระทบอย่างมาก และในช่วง 2 - 3 สัปดาห์ข้างหน้า จะกระทบมากยิ่งขึ้น สืบเนื่องจากผลกระทบจากการสั่งปิดร้านค้า คาดว่าจะทำให้ ผนวก.สูญเสียรายได้ประมาณ 7 พันล้านยูโร ต่อสัปดาห์ เนื่องจากผู้บริโภค ลดการใช้จ่ายลง แม้ว่าจะได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐ แต่เศรษฐกิจก็ไม่น่าจะกลับมาขยายตัวอย่างรวดเร็วมากนัก ทั้งนี้ ยังได้มีมาตรการบังคับใช้มาตรการให้ใส่หน้ากากทั่วประเทศเพิ่มเติมขึ้น ซึ่งจากการสำรวจพบว่าแต่ละร้านค้าปรับตัวรับมาตรการเข้มดังกล่าวแล้ว แนวโน้มเศรษฐกิจ:

<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>ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการเยอรมัน แยกที่สุดในประวัติศาสตร์ โดยดัชนี ifo ของเดือนเมษายนลดตัวลงเหลือ 74.1 จุดจากเดิมที่อยู่ที่ 85.9 จุดในเดือนก่อนหน้า ซึ่งเป็นค่าต่ำสุด ตั้งแต่มีการวัดค่าดัชนี โดยเฉพาะ ค่าคาดการณ์การประกอบธุรกิจในอนาคตที่แย่ง และไม่มีแนวโน้มที่จะดีขึ้น</p> <p>แม้แต่ค่าคาดการณ์สถานการณ์การประกอบธุรกิจในปัจจุบัน ก็เช่นเดียวกัน โดยวิกฤติ Covid-19 ส่งผลกับเศรษฐกิจเยอรมันอย่างรุนแรงที่สุด เท่าที่จะสามารถวัดค่าได้</p> <p>ธุรกิจสินค้า intermediate goods ของประเทศเยอรมนี (สินค้าที่นำไปประกอบ หรือเป็นส่วนเพื่อผลิต สินค้าสำเร็จรูปอีก) ค่าดัชนีลดตัวลงต่ำสุด ตั้งแต่มีนาคม 2009 เป็นต้นมา โดยการคาดการณ์ถึงสถานการณ์ในปัจจุบัน ก็ แยกที่สุด สำหรับค่าคาดการณ์ออกมาไม่ดี ตกต่ำที่สุดในประวัติศาสตร์เช่นกัน</p> <p>เนื่องมาจากความต้องการสินค้าอุตสาหกรรมหลักบางตัว หยุตซงักกันที่ ดัชนีธุรกิจบริการ มีการลดตัวลงต่ำมากเช่นกัน โดยคาดการณ์ถึงสถานการณ์ ปัจจุบันแยกที่สุด และค่าคาดการณ์ในอนาคต ก็แย่มากเช่นกัน</p> <p>ดัชนีการค้า ลดตัวลงอย่างหนักต่อจากเดือนก่อนหน้า ค่าคาดการณ์สถานการณ์ ปัจจุบันลดตัวลงเร็วที่สุด ตั้งแต่เคยวัดค่ามา ทำลายสถิติค่าประเมินที่ต่ำที่สุด ของเดือนก่อน</p> <p>ดัชนีธุรกิจก่อสร้าง ตกต่ำที่สุดในประวัติศาสตร์เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็ค่าประเมิน สถานการณ์ในปัจจุบัน หรือค่าประเมินในอนาคต แม้ว่าในกลุ่มผู้รับเหมา จะยังมี ความพอใจอยู่กับสถานการณ์ในปัจจุบันอยู่บ้างก็ตาม</p>
<p>3.2 กิจกรรมในปี 2019 ช่วงเดือน เมษายน <u>สคต.เบอร์ลิน</u></p> <p>1. โครงการส่งเสริมการขายสินค้า OTOP ทาง Online ใน Website: www.otop-germany.com, การเผยแพร่ ภาพยนตร์สั้นและนำเสนอผ่านช่อง Youtube: https://www.youtube.com/channel/UC1hqt6ayrv7VWY14d0f2cuw</p> <p>2. ทหารู้กับผู้บริหารบริษัท Viehweg Spezialitäten ดำเนินธุรกิจการผลิต Salami (ซาลามิ) หรือไส้กรอกแห้ง โดยผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นของบริษัทฯ อย่างซาลามิเนื้อวากิวผสมพริก ได้มีการนำข้าวตอกดิบพริกสดจากประเทศต่างๆ ซึ่งปัจจุบันสินค้าตัวนี้กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวเยอรมัน จึงทำให้บริษัทฯ พิจารณาที่จะนำเข้าพริกสดจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นในปี</p> <p>3. ทหารู้กับผู้บริหารบริษัท Bergholz Holzimport GmbH เป็นบริษัทผู้นำเข้าและจำหน่ายสินค้าของตกแต่งบ้านและสวน ของใช้ในครัวเรือนที่ทำจากไม้ เช่น เฟอร์นิเจอร์โต๊ะ เก้าอี้ไม้ ทั้งนี้บริษัทสนใจเดินทางเข้าร่วมงาน Style Bangkok เดือนตุลาคม 2563 แต่จะขอดูสถานการณ์การระบาด ก่อนการตัดสินใจเดินทางเข้าร่วมงาน</p> <p>4. ประสานนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล เกี่ยวกับการเชิญเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Thaixex Anuga 2020 และเน้นเกี่ยวกับการเลือกกำหนดการจัดงานฯ ไปเป็นช่วงระหว่างวันที่ 22 - 26 ก.ย. 63</p> <p>5. ประสานนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าในเขตดูแล เกี่ยวกับการเชิญเข้าร่วมงานแสดงสินค้า TAPA 2020 และเน้นเกี่ยวกับการ</p>	<p>สถานการณ์การค้า:</p> <p>Amazon ได้ขยายยอดขาย online ในเยอรมนีช่วงต้นปี เมื่อเทียบกับช่วงปลายปี 2019 ขึ้นจาก 11.5 เป็น 15.6 พันล้านยูโร หรือเป็นการขยายยอดขายเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 35.1 โดยเมื่อเทียบกับยอดขายปลีกโดยเฉลี่ยของประเทศในช่วงเวลาเดียวกัน ที่เคยขยายตัวขึ้นเพียงร้อยละ 9.8 เท่านั้น โดยปกติแล้ว การค้าในเยอรมนีในช่วงครึ่งปีหลัง จะดำเนินไปได้ดีกว่าช่วงครึ่งปีแรก โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลคริสต์มาส และเมื่อ Amazon ยักษ์ใหญ่จากอเมริกา สามารถขยายยอดขายในช่วงต้นปีได้ สถานการณ์การค้า online/ ยอดจำหน่ายในช่วงปลายปี ก็จะต้องขยายตัวขึ้นอีกแน่นอน</p> <p>สถานการณ์การลงทุน:</p> <p>ในเวลานี้ สิ่งที่ยังคงขยายตัวอยู่ก็คือ การลงทุนของภาครัฐ การที่เยอรมนี ได้จัดเก็บภาษีได้จำนวนมหาศาลมาหลายปีติดต่อกัน ส่งผลให้มีการจ้างงานเจ้าหน้าที่ของรัฐเพิ่มมากขึ้น และในเวลาเดียวกัน ค่าใช้จ่ายด้านสังคมที่สูงขึ้น โดยค่าใช้จ่ายกับการจัดการ Covid-19 ที่สูงขึ้นอย่างกระทันหัน ก็ส่งผลกับเศรษฐกิจเช่นกัน โดยการใช้จ่ายของภาครัฐ น่าจะเป็นตัวผลักดันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจกว่าครึ่งหนึ่งในปีนี้อย่างไรก็ตาม การที่รัฐบาลยกเลิกการเก็บภาษีเพื่อความเป็นปึกแผ่น (Solidaritätszuschlag) เป็นครั้งแรก ก็จะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายของรัฐเป็นค่าติดลบ ในรอบ 10 ปี และหากภาครัฐต้องใช้จ่ายกับกองทุนที่เกี่ยวข้องกับ Covid-19 มากเท่าไร ก็เป็นไปได้ที่จะมีค่าใช้จ่ายติดลบมากขึ้นเท่านั้น</p> <p>มีบริษัทไทยที่เข้าไปลงทุนในเยอรมนี ได้แก่ 1.) Thai Union ถือหุ้น 51% ในบริษัทอาหารทะเล Rügen Fisch อีกทั้งยังเป็นเจ้าของบริษัท 2.) Marine Nutrients GmbH อีกด้วย 3.) คาร์เปท อินเตอร์เนชั่นแนล 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</p>

เลื่อนกำหนดการจัดงานฯ ไปเป็นช่วงระหว่างวันที่ 3 - 6 ก.ย. 63

6. ประธานนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าสินค้าที่เกี่ยวข้องในเขตดูแล เพื่อขอทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางเข้าร่วมงาน STYLE Bangkok เดือนตุลาคม 2563 อันเนื่องมาจาก ผลกระทบวิกฤติโรคระบาด COVID 19

7. โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศยุโรป HORECA 2020: กิจกรรม INTERNORCA 2020 ตามที่ผู้จัดงานได้แจ้งยกเลิกการจัดงานดังกล่าวไป ทั้งนี้สคต.อยู่ระหว่างการพิจารณาปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดกิจกรรม โดยจะได้นำนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าไทย ทางออนไลน์แทน

8. ประธานบริษัทเยอรมัน เกี่ยวกับบลงโฆษณา เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าเกษตร อาหาร อุตสาหกรรม และสินค้าฮาลาล เพื่อการส่งออก ผ่านทางสื่อโฆษณาต่างๆ

9. ประธานบริษัทผู้ส่งออกสินค้าอาหาร ไม่ได้รับการชำระหนี้ค่าสินค้า ที่บริษัทผู้นำเข้า เมืองฮัมบูร์ก ไม่ชำระหนี้ และขอส่งสินค้าคืน

10. นิตหมายกิจกรรมออนไลน์ บริษัท Crying Tiger ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารไทยพร้อมปรุง รวมทั้งเสนอแนวคิดเปิดหลักสูตรสอนปรุงอาหารไทย ให้แก่ชาวเยอรมันที่สนใจ

11. ประธานนักธุรกิจ/ผู้นำเข้า/ผู้ซื้อรายสำคัญ เกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการจัดกิจกรรมออนไลน์ของกรมฯ ประกอบด้วยกิจกรรม Online Export Clinic, Online Sourcing, Online Business Matching ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID 19

12. ประธานไปยังผู้นำเข้าสินค้าอาหาร/ร้านอาหารไทย เพื่อสอบถามข้อมูลสถานการณ์ การดำเนินธุรกิจการค้า รวมไปถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID 19

สคต.แฟรงก์เฟิร์ต

1. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Medica 2020 (16-19 พ.ย. 2563)

2. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Frankfurt Book Fair 2020 (14 -18 ต.ค. 2563)

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

4. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Beauty Dusseldorf 2020 (เลื่อนการจัดงานเป็นกันยายน 2563)

5. ดำเนินการแปลข้อความประชาสัมพันธ์สำหรับออนไลน์ บนเนอร์เว็บไซต์ stayinstylebangkok.com

6. ดำเนินการลงประชาสัมพันธ์รายละเอียดเว็บไซต์ stayinstylebangkok.com และปรับข้อมูลติดต่อเว็บไซต์ของ สคต. บน Facebook

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&K Ohg 20.) FICO Corporation เข้าซื้อกิจการโรงแรม 8 แห่ง ในเยอรมนี 19.) Cobra Advanced Composites Co., Ltd. 21.) TCC Group ผู้ถือหุ้นใหญ่โรงแรม Fraser Suite 22.) บริษัท ยู ซิตี้ จำกัด (มหาชน) บริษัทแม่ของ บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ที่เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของ Vienna House Capital เจ้าของ Vienna International Hotel Management ในสัดส่วนร้อยละ 35.64

<p>7. เชิญผู้แทนการค้าเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Thaifex - Anuga Asia 2020 (22-26 ก.ย. 2563)</p> <p>8. ประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้า Thaifex - Anuga Asia 2020 บน Facebook สคต. เว็บไซต์ภาษาเยอรมันของกรมาฯ และเว็บไซต์ http://www.thailandanuga2019.com</p> <p>9. ประสานผู้นำเข้าเพื่อเชิญชวนเข้าเป็น สมาชิก thaitrade.com</p>	
---	--

5. สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศไทยกับเยอรมนี									
เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	2019	2020		2019	2020		2019	2020	
		(ม.ค.-มี.ค.)	+/- (%)		(ม.ค.-มี.ค.)	+/- (%)		(ม.ค.-มี.ค.)	+/- (%)
	10,825.21	2,549.69	-8.86	4,537.11	1,167.33	-2.00	6,288.10	1,382.36	-13.94
ที่มา: MenuCom									

6. สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดเยอรมนีปี 2019 – ปี 2020 (หน่วย: ล้าน USD)					
อันดับ	สินค้า	2019	2019 (ม.ค.-มี.ค.)	2020 (ม.ค.-มี.ค.)	+/- (%) (ม.ค.-มี.ค.)
1	อัญมณีและเครื่องประดับ	588.6	138.3	145.3	5.09
2	แผงวงจรไฟฟ้า	462.2	130.0	122.7	-5.68
3	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	496.6	140.9	110.4	-21.63
4	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	283.9	66.1	68.7	3.83
5	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่อง	162.4	52.5	53.4	1.81
6	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	183.6	48.9	47.2	-3.37
7	เครื่องยนต์เส้นด้ายใยแบบลูกสูบและ	109.5	28.6	42.1	46.88
8	ผลิตภัณฑ์ยาง	172.7	48.6	39.4	-18.86
9	ก๊อก วาล์วและส่วนประกอบ	144.8	37.7	37.5	-0.37
10	เลนส์	113.2	29.2	27.7	-5.22
ที่มา: MenuCom					

7. สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดเยอรมนีปี 2019 – ปี 2020 (หน่วย: ล้าน USD)					
อันดับ	สินค้า	2019	2019 (ม.ค.-มี.ค.)	2020 (ม.ค.-มี.ค.)	+/- (%) (ม.ค.-มี.ค.)
1	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,275.4	336.0	301.1	-10.38
2	เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	701.8	168.2	152.4	-9.40

3	ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	766.1	217.0	144.3	-33.50
4	เคมีภัณฑ์	578.3	134.6	141.2	4.94
5	ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	415.6	110.4	108.5	-1.75
6	เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ การ	425.1	108.3	80.0	-26.12
7	แผงวงจรไฟฟ้า	192.2	47.3	43.2	-8.80
8	รถยนต์นั่ง	167.3	41.0	40.5	-1.23
9	เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท้และทองคำ	186.5	57.3	37.6	-34.47
10	ผลิตภัณฑ์โลหะ	165.7	38.0	36.9	-2.74
ที่มา: MenuCom					

Updated วันที่ 30 เม.ย. 63

¹ Bruttoinlandsprodukt

² BIP pro Kopf

³ Preisbereinigt, verkettet

⁴ Export/Außenhandel

⁵ ILO-Arbeitsmarktstatistik

⁶ Hauptabnehmerländer

⁷ Hauptlieferländer