

## Fact Sheet ประเทศ เยอรมนี ประจำเดือน มกราคม 2564

1. ข้อมูลทั่วไป	2. เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจ*			
พื้นที่ 348,540 ตารางกิโลเมตร		ปี 2018	ปี 2019	ปี 2020 (ไตรมาส 3)
เมืองหลวง กรุงเบอร์ลิน (Berlin)	GDP (พันล้านยูโร) <sup>1</sup>	3,386.0	3,435.8	843,37
เมืองสำคัญ Hamburg, Köln, München, Frankfurt	GDP per Capita (ยูโร) <sup>2</sup>	40,883	41,342	10,139
ประชากร 83.1 ล้านคน (30 มิ.ย. 2020)	GDP Growth (%) <sup>3</sup>	1.5	0.6	-3.1
ภาษาราชการ เยอรมัน	Good & Services exports (%change) <sup>4</sup>	0.0 (พ.ย.)	-2.6 (พ.ย.)	-1.2 (พ.ย.)
ระบอบการปกครอง แบบประชาธิปไตย	Inflation (%)	1.6 (ธ.ค.)	1.5 (ธ.ค.)	-0.3 (ธ.ค.)
นายกรัฐมนตรี นาง Angela Merkel / ประธานาธิบดี นาย Frank-Walter Steinmeier	Unemployment Rate (%) <sup>5</sup>	3.2 (พ.ย.)	3.1 (พ.ย.)	4.4 (พ.ย.)
อัตราแลกเปลี่ยน 1€ = 36.75 บาท (วันที่ 30 ม.ค. 64)  โดยเฉลี่ยปี 2019 1€ = 1.120 US\$ โดยเฉลี่ยปี 2018 1€ = 1.181 US\$ โดยเฉลี่ยปี 2017 1€ = 1.130 US\$	สินค้าส่งออกที่สำคัญของเยอรมนีปี 2019** ได้แก่ (หน่วย = ร้อยละ): เครื่องจักรกล 16.5, รถยนต์และชิ้นส่วน 15.9, เคมีภัณฑ์ 15.5, อิเล็กทรอนิกส์ 6.8, อิเล็กทรอนิกส์ 5.1, สินค้าบริโภค 4.5, อุปกรณ์ตรวจวัด และตั้งค่า 4.0, รถประเภทอื่นๆ 3.5, สินค้าจากเหล็ก 3.1, สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 2.1, อื่นๆ 22.5			
ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ บิทมัส ลิกไนต์ เกลือ สินเธอร์ แร่เหล็ก ทองแดง นิกเกิล ยูเรเนียม ธาตุโปแตสเซียม	ตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศเยอรมนี <sup>6</sup> ปี 2019** (เรียงตามลำดับ) ได้แก่ อเมริกา ฝรั่งเศส จีน เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ อิตาลี โปแลนด์ อื่นๆ			
	สินค้านำเข้าที่สำคัญของประเทศเยอรมนีปี 2019** (หน่วย = ร้อยละ) ได้แก่ เคมีภัณฑ์ 13.8, รถยนต์และชิ้นส่วน 10.6, เครื่องจักรกล 9.8, อิเล็กทรอนิกส์ 8.3, สินค้าบริโภค 6.2, สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 4.4, น้ำมันดิบ 3.2, สินค้าจากเหล็ก 2.7, อื่นๆ 31.5			
	ตลาดนำเข้าที่สำคัญของประเทศเยอรมนี <sup>7</sup> ปี 2017** ได้แก่ (หน่วย = ร้อยละ): เนเธอร์แลนด์ จีน ฝรั่งเศส เบลเยียม อิตาลี โปแลนด์ สาธารณรัฐเช็ก อื่นๆ			

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

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

3. ยุทธศาสตร์/กิจกรรม	4. สถานการณ์เศรษฐกิจ
3.1 ยุทธศาสตร์ 1. แสวงหาช่องทางตลาดใหม่ๆ เช่น Food Service, HORECA, Institution และ Online เช่น โครงการส่งเสริมเมนูอาหารไทยใน Canteens เยอรมนี โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศยุโรปส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจHORECA 2019 เป็นต้น 2. นำประเด็นที่ EU และเยอรมนี ใช้เป็นข้อกีดกันทางการค้า เช่น Sustainability, Food Safety มาร่วมทำกิจกรรมทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ ร่วมกับสินค้าส่งออกของไทย 3. ส่งเสริมสินค้าไทย กับบริษัท Start Up 4. สร้างนักรบเศรษฐกิจ จากนักศึกษาไทยในเยอรมนี	นโยบายเศรษฐกิจ: ความตกลงทวิภาคีด้านการลงทุน BITs ระหว่าง สหภาพยุโรป และจีน จะเป็นเครื่องมือและนโยบายทางเศรษฐกิจ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ ส่งผลโดยตรงต่อประเทศเยอรมนี ซึ่งในเวลานี้ BITs เป็นสิ่งสำคัญในการเดินทางมาการค้าตามสภาวการณ์ทางเศรษฐกิจ/การเมืองที่แท้จริง โดยเฉพาะสถานการณ์ของห่วงโซ่อุปทาน ในช่วงวิกฤติ ซึ่งก่อนที่ นาย Biden จะชนะการเลือกตั้งในสหรัฐ ประเทศจีน จะไม่มีทางยอมปรับเปลี่ยนนโยบายเศรษฐกิจ ที่มีผลกระทบต่อสหภาพยุโรป โดยเฉพาะเยอรมนี และรู้สึกระแวง ต่อการร่วมมือกันระหว่าง ยุโรป กับสหรัฐ  แนวโน้มเศรษฐกิจ: ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการเยอรมัน กลับมาลดลงอีกครั้ง โดยดัชนีผู้ประกอบการ ifo เดือนมกราคม ลดตัวลงเป็น 90.1 จุด จากเดิมที่อยู่ 92.2 จุด ในเดือนธันวาคม ผู้ประกอบการเห็นว่า

<p>5. นำระบบจัดการและเทคโนโลยีของเยอรมนี มาพัฒนาสินค้าส่งออกของไทยให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ด้วยการจัดกิจกรรมระหว่างบริษัท ร่วมทุน หรือการรับช่วงการผลิต</p> <p>6. เจาะกลุ่ม Niche Market เช่น กลุ่มเพศทางเลือก กลุ่มรักษาสุขภาพ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มสถาบัน (Horeca) กลุ่มรักสัตว์ กลุ่มรักสิ่งแวล้อม และกลุ่ม Hipster</p> <p>7. ส่งเสริม Product/ Service Champion ที่มีศักยภาพ เช่น ข้าวออร์แกนิกส์ อาหารเพื่อสุขภาพ สินค้าบริการ (ร้านอาหารไทยและสปา)</p> <p>8. ส่งเสริมอาหารฮาลาล ในกลุ่มผู้อพยพชาวมุสลิม เช่น กลุ่มชาวซีเรีย อัฟกานิสถาน ที่หนีสงครามมาอยู่ในเยอรมนี กว่า ล้านคน</p> <p>9. การบูรณาการกับภาคเอกชน ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ โดยผลักดันสินค้าเชิงรุกเป็นรายตลาด</p> <p>10. การกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า เน้นการใช้กลยุทธ์พันธมิตรหุ้นส่วน (Strategic Partnership) สร้างผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น การเจรจา FTA กับสหภาพยุโรป เป็นต้น (ความร่วมมือตามยุทธศาสตร์ อินโด-แปซิฟิก)</p>	<p>สถานการณ์ในการประกอบธุรกิจ ต่ำกว่าเดือนที่ผ่านมา และคาดการณ์ว่าในอนาคต สถานการณ์จะลดต่ำลงไปอีก เนื่องจากการแพร่ระบาดของโคโรนา -19 ระลอกสอง จะเข้ามาชะลอการฟื้นตัวของเศรษฐกิจเยอรมันได้ก่อน</p> <p>ดัชนีธุรกิจสินค้า intermediate goods ของประเทศเยอรมนี (สินค้าที่นำไปประกอบ หรือเป็นชิ้นส่วนเพื่อผลิต สินค้าสำเร็จรูป) หยุดการขยายตัว หลังจากที่ยขยายตัวติดต่อกัน 8 เดือน ซึ่งส่วนใหญ่ เพราะกลุ่มอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ คาดการณ์ว่าสถานการณ์ในอนาคตจะลดลงอีก แต่ยังคงเห็นว่า สถานการณ์ในปัจจุบัน ยังดีอยู่ การใช้กำลังการผลิตขยายตัวขึ้น 1.6 จุดอยู่ที่ร้อยละ 81.8 อย่างไรก็ตาม การใช้กำลังการผลิตของเดือนปัจจุบัน ก็ยังอยู่ต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยระยะยาว ที่อยู่ที่ร้อยละ 83.5</p> <p>ดัชนีธุรกิจบริการ กลับมาลดตัวลงอีกครั้ง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ลดค่าประเมินสถานการณ์ในปัจจุบันลง และคาดการณ์สถานการณ์ในช่วงหลายเดือนข้างหน้า จะลดลงไปอีก โดยยอดสั่งซื้อเครื่องใช้ในกลุ่มธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ มีการลดลงกว่าที่คาดหมาย</p> <p>ดัชนีการค้า ลดลงอย่างกะทันหัน โดยตัวบ่งชี้สถานการณ์ปัจจุบัน ตกลงมาอยู่ในแนวลบ ซึ่งเป็นการลดตัวลงหนักที่สุด ตั้งแต่เดือนเมษายน 2020 เป็นต้นมา การคาดการณ์ในอนาคตในบางกลุ่มธุรกิจ ปรับลดลงอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ค้าปลีก ซึ่งในครั้งนี้ ต่างกับเดือนธันวาคม ที่กลุ่มผู้ค้าส่งต่างได้ประเมินสถานการณ์ไว้</p> <p>ดัชนีธุรกิจก่อสร้าง ก็เห็นว่าธุรกิจโดยเฉลี่ยลดลง โดยเฉพาะสถานการณ์ในปัจจุบัน ที่ลดลงกว่าค่าประเมิน ในอนาคต</p>
<p>3.2 กิจกรรมในช่วงเดือน มกราคม 2564</p> <p><b>สคต.เบอร์ลิน</b></p> <p>1. ส่งเสริมการขายสินค้า OTOP ทาง Online ผ่านการเผยแพร่ภาพยนต์สั้น และนำเสนอผ่านช่อง Youtube: <a href="https://www.youtube.com/channel/UC1hqt6ayrv7VWYl4d0f2cuw">https://www.youtube.com/channel/UC1hqt6ayrv7VWYl4d0f2cuw</a></p> <p>2. ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมตราสัญลักษณ์ Thai Select ทาง Online ผ่านการเผยแพร่ คลิปวีดีโอสั้น และนำเสนอผ่านช่อง Youtube: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=X1TXc5ik0sk&amp;t=6s">https://www.youtube.com/watch?v=X1TXc5ik0sk&amp;t=6s</a></p> <p>3. ประสานบริษัทผู้นำเข้าในเขตอาณา แจ้งข้อมูลการยกเลิกการจัดงานแสดงสินค้า BKK Gems &amp; Jewelry ครั้งที่ 66 กำหนดจัดในเดือนกุมภาพันธ์ 2564 และเลื่อนการจัดงานครั้งต่อไป ไปเป็นช่วงเดือนกันยายน 2564</p> <p>4. ประสานบริษัทผู้นำเข้าในเขตอาณา แจ้งข้อมูลการยกเลิกการจัดงานแสดงสินค้า งานแสดงสินค้า Style Bangkok 2021 ซึ่งเดิมกำหนดจัดในเดือนมีนาคม 2564 และเลื่อนไปจัดงานครั้งต่อไปในช่วงเดือนมีนาคม 2565</p> <p>5. ทหารีผ่าน Tele Conference ร่วมกับ Sane Siam Trading DE Import Export e. Kfm. ผู้จัดการจำหน่าย จัดหาสินค้า อาหาร</p>	<p>สถานการณ์การค้า:</p> <p>ในเวลานี้ ทั่วโลก รวมถึงประเทศเยอรมนี กำลังประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ/สถานการณ์การค้า ที่หนักหนาที่สุด ตั้งแต่หลังช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 แต่หนึ่งในบริษัทผู้กำหนดอัตราดัชนีหุ้น DAX กลับขยายตัวขึ้นสูงสุดในรอบ 20 ปี ซึ่ง Infineon ไม่เพียงบริษัทเดียวที่หุ้นได้ขยายตัวขึ้น สถานการณ์การค้าในกลุ่มธุรกิจผู้ผลิตสารกึ่งตัวนำ จำนวนมาก ก็ได้ขยายตัวแบบก้าวกระโดด และยังมีแนวโน้มว่า การขยายตัวจะสิ้นสุดลง โดยธุรกิจสารกึ่งตัวนำ โดยเฉพาะชิปชิ้นส่วนต่างๆ ได้กลายเป็นแนวโน้มเทรนด์ระดับโลก ที่มีความสำคัญกับหลายๆ ธุรกิจ และภาคการค้าในอนาคต เพราะเมื่อต้องการให้อุปกรณ์ชิ้นส่วนต่างๆ มีความฉลาดมากขึ้น สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ด้วยตัวเอง และประมวลผลเองได้ดียิ่งขึ้น ก็จะต้องส่งผล ทำให้มีความต้องการชิป ชิ้นส่วนรูปแบบต่างๆ เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน</p>

<p>และผลไม้ ทั้งสินค้าสดและแห้ง ผ่านช่องทางออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นในการทำธุรกิจสินค้าอาหารในประเทศเยอรมนี</p> <p>6. ประสาน และนัดหมายบริษัทผู้ประกอบการอาหารสัตว์ HAGES Hans G.E. Sievers GmbH &amp; Co. KG เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นในการทำธุรกิจสินค้าอาหารสัตว์ในประเทศเยอรมนี</p> <p>7. ประสาน และนัดหมายบริษัทผู้ประกอบการสินค้าไอศกรีมบริษัท Perfect Companion Group Co.,Ltd. เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นในการทำธุรกิจสินค้าอาหารในประเทศเยอรมนี</p> <p>8. ประสานร้านอาหาร Thai Select ในเขตอาณา เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูล การจัดกิจกรรม Thai Select รวมถึงขอความร่วมมือในการกดติดตาม Thai Select Fanpage ผ่านช่องทาง Facebook, Youtube และเว็บไซต์ Thai Select</p> <p>9. ประชุมออนไลน์ Diplomatic Briefing ร่วมกับภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ในประเด็น Roundtable on the German Economy's View of the Brexit Deal</p> <p>10. แก้ไขปัญหาประเด็นการค้า ร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตจิวูติประจำประเทศเยอรมนี เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ / สถานะของ บริษัท ไทย Siamkorn International Trading and consulting Co., Ltd</p> <p><b>สรุปแฟรงก์เฟิร์ต</b></p> <p>1. ทหารือกับ Mr. Heiji Rendelsman เจ้าของบริษัท Galeria Rendelsmann Schmuck &amp; Silber ผู้จัดการจำหน่ายสินค้าเครื่องประดับอัญมณี</p> <p>2. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า BIOFACH 2021 eSPECIAL (17-20 ก.พ. 2564)</p> <p>3. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Beauty Dusseldorf 2021 (28-30 พ.ค. 2564)</p> <p>4. ดำเนินการประสานแจ้งผู้นำเข้าในเขตอาณา เพื่อรับทราบข้อมูล การเลื่อนการจัดงานแสดงสินค้า BKK Gems &amp; Jewelry ครั้งที่ 66 จากเดือนกุมภาพันธ์ 2564 ไปเป็นช่วงเดือนกันยายน 2564</p> <p>5. ดำเนินการประชาสัมพันธ์กำหนดการจัดงานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair 2021 ครั้งที่ 66 และ 67 บนเฟซบุ๊กสำนักงาน</p> <p>6. ดำเนินการประสานแจ้งผู้นำเข้าในเขตอาณา เกี่ยวกับข้อมูลการยกเลิกการจัดงานแสดงสินค้า Style Bangkok 2021 กำหนดจัดในเดือนมีนาคม 2564</p> <p>7. ดำเนินการประชาสัมพันธ์การเลื่อนการจัดงาน STYLE Bangkok 2021 ไปเป็นงาน STYLE Bangkok 2022 (มีนาคม 2565) บนเฟซบุ๊กสำนักงาน</p> <p>8. ดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทยในต่างประเทศ</p> <p>9. ประสานร้านอาหารเชียงใหม่ เกี่ยวกับการสมัครขอใช้ตราสัญลักษณ์ Thai Select</p> <p>10. ดำเนินการลงประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เรื่อง TRACETHAI.COM: Thai Food and Agricultural</p>	<p>สถานการณ์การลงทุน:</p> <p>สถานการณ์การลงทุนของรัฐ ผ่านมาตรการต่างๆ ที่จะเพิ่มขึ้นในปี 2021 ประกอบกับมาตรการพิเศษ ในการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มที่ลดลง เหลือร้อยละ 7 ที่จะกลับมาเป็น ร้อยละ 19 ซึ่งจะทำให้อัตราเงินเฟ้อของประเทศโดยเฉลี่ย อาจสูงถึง ร้อยละ 3 ในเวลาเดียวกัน การบริโภคส่วนบุคคลในปี 2021 น่าจะขยายตัวขึ้น ร้อยละ 3 เป็นปัจจัยสนับสนุนภาคการค้าการลงทุน ทั้งนี้ ยังได้มีการคาดการณ์ว่า รัฐบาลชุดใหม่ น่าจะสามารถจัดการด้านเงินงบประมาณของประเทศ เพื่อลดการสร้างหนี้ของประเทศได้ในปี 2022 ซึ่งจะเป็นประเทศแรกในสหภาพยุโรป (EU) ที่สามารถกลับมารักษากฎเกณฑ์การสร้างหนี้ ของ EU ได้ เป็นประเทศแรก และจะสามารถทำให้การเงินของประเทศ ดำเนินไปตามระบบระงับการสร้างหนี้ อย่างอัตโนมัติ (Schuldenbremse) ที่ตั้งไว้ ส่งเสริมภาคการลงทุน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</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.) บริษัทกลุ่มเซนทรัล 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.) CHIMAS S&amp;K Ohg 20.) FICO Corporation เข้าซื้อกิจการโรงแรม 8 แห่ง ในเยอรมนี 19.) Cobra Advanced Composites Co., Ltd. 21.) TCC Group ผู้ถือหุ้นใหญ่โรงแรม Fraser Suite 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>
--	---

Products Traceability System Using Blockchain Technology บนเฟซบุ๊กสำนักงาน	
---	--

5. สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศไทยกับเยอรมนี									
เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	2019	2020		2019	2020		2019	2020	
		(ม.ค.-ธ.ค.)	+/- (%)		(ม.ค.-ธ.ค.)	+/- (%)		(ม.ค.-ธ.ค.)	+/- (%)
	10,825.21	9,283.57	-14.22	4,537.11	4,071.33	-10.23	6,288.10	5,212.24	-17.10
ที่มา: MenuCom									

6. สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดเยอรมนีปี 2019 – ปี 2020 (หน่วย: ล้าน USD)					
อันดับ	สินค้า	2019	2019 (ม.ค.-ธ.ค.)	2020 (ม.ค.-ธ.ค.)	+/- (%) (ม.ค.-ธ.ค.)
1	อัญมณีและเครื่องประดับ	588.6	588.6	565.7	-3.89
2	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	496.6	496.6	481.9	-2.96
3	แผงวงจรไฟฟ้า	462.2	462.2	376.4	-18.56
4	ผลิตภัณฑ์ยาง	172.2	172.2	213.3	23.87
5	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	283.8	283.8	201.7	-28.96
6	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	183.5	183.5	178.3	-2.84
7	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่อง	162.4	162.4	157.3	-3.17
8	ก๊อก วาล์วและส่วนประกอบ	144.8	144.8	130.8	-9.64
9	เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและ	109.5	109.5	105.6	-3.57
10	เลนส์	113.2	113.2	100.7	-11.08
ที่มา: MenuCom					

7. สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดเยอรมนีปี 2019 – ปี 2020 (หน่วย: ล้าน USD)					
อันดับ	สินค้า	2019	2019 (ม.ค.-ธ.ค.)	2020 (ม.ค.-ธ.ค.)	+/- (%) (ม.ค.-ธ.ค.)
1	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,275.3	1,275.3	1,090.7	-14.48
2	เคมีภัณฑ์	578.0	578.0	550.8	-4.71
3	เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	701.8	701.8	541.2	-22.88
4	ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	766.0	766.0	500.1	-34.72
5	ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	414.7	414.7	415.8	0.26
6	เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ การ	424.8	424.8	336.9	-20.68
7	เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	186.5	186.5	154.0	-17.44
8	แผงวงจรไฟฟ้า	192.2	192.2	152.2	-20.84
9	ผลิตภัณฑ์โลหะ	165.7	165.7	130.4	-21.30
10	รถยนต์นั่ง	167.3	167.3	115.5	-30.94
ที่มา: MenuCom					

Updated วันที่ 30 ม.ค. 63

---

- <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