



ข่าวประจำสัปดาห์

29 มีนาคม – 2 เมษายน 2564

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com

หน้า 1 ของ 5

สินค้านำเข้าสหรัฐที่มีอัตราการเติบโตสูงสุด 10 อันดับแรก ในช่วงวิกฤต COVID-19 ในปี 2020

Ken Roberts เจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์ข้อมูลการค้าของ Trade and Transportation Advisory Council ซึ่งเป็นหน่วยงานของ Federal Reserve ได้เขียนบทความลงใน Forbes วิเคราะห์ตัวเลขการนำเข้าสินค้าของสหรัฐฯ ในช่วงวิกฤต COVID-19 ในปี 2020 ว่าเป็นเสมือนเครื่องบ่งชี้สภาวะตลาดและความต้องการบริโภคของสหรัฐฯ สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

ข้อมูลของ U.S. Trade Numbers แสดงให้เห็นการเติบโตอย่างมากของการนำเข้าสินค้าในปี 2020 ดังนี้

สินค้า 10 อันดับแรกที่มีการนำเข้าเพิ่มมากที่สุดในปี 2020	มูลค่านำเข้า (ล้านเหรียญฯ)	% เติบโต	แหล่งอุปทานหลัก	% สัดส่วน
Articles made of gold, etc.	26.32	1,533.69	สวิตเซอร์แลนด์	55
Masks, articles made from textiles	19.54	278.94	จีน	83
Gold	33.80	249.15	สวิตเซอร์แลนด์	43
Disposable gowns, etc.	5.72	169.67	จีน	66
Silver, various forms	5.90	83.76	เม็กซิโก	36
Unwrought platinum	11.29	65.74	แอฟริกาใต้	37
Heterocyclic compounds	9.63	44.46	ไอร์แลนด์	56
Headsets, speakers, microphones	8.32	41.75	จีน	48
Wood, sawed or chipped	8.02	38.32	แคนาดา	77
Video game consoles	8.03	34.86	จีน	77

นอกจากสินค้า 10 รายการแรกข้างต้นแล้ว ยังมีสินค้าอีกหลายรายการที่การนำเข้าขยายตัว เช่น สินค้า chest-size freezers มูลค่าการนำเข้าในช่วงเดือนมีนาคมถึงธันวาคม 2020 เพิ่มขึ้น 6 เท่าตัว รวมถึงสินค้าคอมพิวเตอร์และเฟอร์นิเจอร์สำหรับทำงาน

ข้อมูลการนำเข้าข้างต้นสะท้อนสถานการณ์สำคัญ 6 ประการในสหรัฐฯ ช่วงเวลาเกิดวิกฤตการแพร่ระบาดของไวรัส คือ

1. การเติบโตอย่างมากของการนำเข้าสินค้า PPE รวมถึงการนำเข้าตู้แช่เยือกแข็งที่พุ่งสูงขึ้นหลังจากที่คนอเมริกันจำนวนมากเสียชีวิต แสดงให้เห็นว่าการแพร่ระบาด การเจ็บป่วยและการเสียชีวิตจากไวรัสในสหรัฐฯ อยู่ในระดับวิกฤต และคาดว่าตู้แช่เยือกแข็งถูกนำไปใช้ในการเก็บผู้เสียชีวิต
2. การเติบโตอย่างมากของการนำเข้าสินค้าโลหะมีค่า แสดงให้เห็นถึงความตื่นตระหนกของคนอเมริกันต่อตลาดการเงินของ



ข่าวประชาสัมพันธ์

29 มีนาคม – 2 เมษายน 2564

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com

หน้า 2 ของ 5

โลกและของสหรัฐฯ และการเตรียมตัวรับมือกับความล่มสลายของเศรษฐกิจ

3. การเติบโตของการนำเข้า chest-size freezer ที่ปกติแล้วเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าสำหรับครัวเรือนไม่ใช่สำหรับใช้ในธุรกิจ แสดงให้เห็นว่า ส่วนหนึ่งเป็นเพราะคนอเมริกันทั่วไปกำลังเร่งกักตุนสินค้าอาหาร
4. การเติบโตของการนำเข้าสินค้าคอมพิวเตอร์ เฟอร์นิเจอร์สำหรับทำงาน และ headsets แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ/วิธีการทำงานไปเป็นการทำงานจากบ้าน และการเติบโตของการใช้ Zoom
5. การเติบโตของการนำเข้าสินค้าวิดีโอเกมส์ แสดงให้เห็นถึงความต้องการความบันเทิงที่จะทำให้ลืมวิกฤตต่างๆ
6. การเติบโตของการนำเข้าสินค้าไม้ วัสดุก่อสร้างแสดงให้เห็นถึงประสิทธิผลของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลที่ส่วนหนึ่งไปกระตุ้นการเติบโตของการก่อสร้าง

แหล่งอุปทานนำเข้าสำคัญของสหรัฐฯ ในช่วงวิกฤตคือ จีน เห็นได้จาก 2 ใน 3 ของการนำเข้าเสื้อกาวน์ ร้อยละ 83 ของการนำเข้าหน้ากากอนามัย และเกือบร้อยละ 90 ของกลุ่มสินค้า chest-size freezers ที่มีการเติบโตอย่างมากล้วนนำเข้าจากจีน ซึ่งนับว่าเป็นเรื่องแปลกที่แหล่งอุปทานนำเข้าสำคัญของสหรัฐฯ ในช่วงวิกฤต คือประเทศซึ่งถูกกล่าวหาว่าเป็นต้นเหตุของการเกิดวิกฤต

ที่มา: Forbes: “Top 10 Fastest-Growing U.S. Imports From 2020 Point to COVID-19, China And Panic”, by Ken Robert, March 30, 2021

ข้อมูลเพิ่มเติมจาก สคต. ลอสแอนเจลิส

1. แหล่งอุปทานนำเข้าอันดับหนึ่งของสหรัฐฯ ปี 2020 คือ จีน มีส่วนแบ่งในตลาดนำเข้าสูงสุดที่ร้อยละ 18.64 ขณะที่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งในตลาดนำเข้าร้อยละ 1.61 แต่มูลค่านำเข้าจากไทยยังคงเติบโตต่อเนื่องและในระดับที่สูง (ร้อยละ 12.25) ดังจะเห็นได้จากตารางแสดงแหล่งนำเข้าสำคัญของสหรัฐฯ (ตาราง 1)
2. สินค้าหลายรายการที่การนำเข้าของสหรัฐฯ เติบโตในปี 2020 โดยคาดว่าสืบเนื่องมาจากวิกฤต COVID-19 พบว่า การนำเข้าจากไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน เช่น สินค้า face mask (รหัสศุลกากรสหรัฐฯ HS 6307) นำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 115.33 เครื่องวิดีโอเกมส์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1,180.18 และสินค้ากลุ่มไมโครโฟนและ head phone เพิ่มขึ้นร้อยละ 57.30 เป็นต้น ดังจะเห็นได้จากตารางเปรียบเทียบการนำเข้าสินค้าสำคัญจากจีนและไทย (ตาราง 2)



ข่าวประชาสัมพันธ์

29 มีนาคม – 2 เมษายน 2564

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com

หน้า 3 ของ 5

ตาราง 1 : แหล่งนำเข้าสำคัญของสหรัฐฯ ตารางเปรียบเทียบการนำเข้าสินค้าของสหรัฐฯ จากจีน vs ไทย

Rank	Trade Partner	United States Dollars			% Share			% Change 20/ 19
		2018	2019	2020	2018	2019	2020	
	World	2,549,379,110,701	2,501,880,259,710	2,337,566,832,099	100.00	100.00	100.00	-6.57
1	China	544,038,188,066	455,351,561,634	435,701,701,878	21.34	18.20	18.64	-4.32
2	Mexico	344,871,979,795	357,730,118,430	325,409,688,572	13.53	14.30	13.92	-9.03
3	Canada	318,756,731,681	319,352,296,839	270,875,895,011	12.50	12.76	11.59	-15.18
4	Japan	143,531,458,215	144,761,609,163	120,800,851,614	5.63	5.79	5.17	-16.55
5	Germany	126,512,378,040	127,398,766,079	115,153,022,685	4.96	5.09	4.93	-9.61
6	Vietnam	51,095,359,893	64,826,206,160	78,202,510,092	2.00	2.59	3.35	20.63
7	Switzerland	41,312,277,026	45,427,027,827	75,860,582,028	1.62	1.82	3.25	66.99
8	Korea, South	74,701,849,266	75,864,850,220	75,029,331,481	2.93	3.03	3.21	-1.10
9	Ireland	56,697,971,840	60,076,533,957	62,333,068,624	2.22	2.40	2.67	3.76
10	Taiwan	45,654,153,162	54,188,271,605	60,227,896,602	1.79	2.17	2.58	11.15
11	India	54,843,531,469	58,510,410,333	52,323,752,000	2.15	2.34	2.24	-10.57
12	United Kingdom	60,501,321,228	63,247,821,332	50,412,206,303	2.37	2.53	2.16	-20.29
13	Italy	54,467,435,109	56,583,860,666	49,480,504,312	2.14	2.26	2.12	-12.55
14	France	53,098,613,056	58,659,567,814	43,852,506,181	2.08	2.34	1.88	-25.24
15	Malaysia	39,533,472,677	40,377,353,485	43,508,811,449	1.55	1.61	1.86	7.76
16	Thailand	31,988,018,250	33,623,677,333	37,743,478,903	1.25	1.34	1.61	12.25

ตาราง 2 : เปรียบเทียบอัตราเติบโตของสินค้าสำคัญที่สหรัฐฯ นำเข้าจากจีนและไทยในปี 2020

HS Code	สินค้า	มูลค่านำเข้าในปี 2020 (ล้านเหรียญฯ)		% เติบโตของการนำเข้าในปี 2020	
		จีน	ไทย	จีน	ไทย
8517	ELECTRICAL APPARATUS FOR LINE TELEPHONY OR LINE TELEGRAPHY	54,788.66	3,133.16	-14.25	33.21
8471	AUTOMATIC DATA PROCESSING MACHINES AND UNITS THEREOF; MAGNETIC OR OPTICAL READERS	53,654.08	6,056.52	16.36	35.61
6307	MADE-UP ARTICLES OF TEXTILE MATERIALS NESOI (face mask)	16,243.62	78.21	352.60	115.33
9503	TOYS NESOI; SCALE MODELS ETC.; PUZZLES; PARTS AND ACCESSORIES THEREOF	11,037.97	107.57	-10.40	2.46
8528	TELEVISION RECEIVERS, INCLUDING VIDEO MONITORS AND VIDEO PROJECTORS	8,111.81	323.78	-28.37	-32.40
9401	SEATS (OTHER THAN BARBER, DENTAL & SIMILAR CHAIRS), WHETHER OR NOT CONVERTIBLE INTO BEDS	7,814.41	135.49	-11.06	61.97



ข่าวประชาสัมพันธ์

29 มีนาคม – 2 เมษายน 2564

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com

หน้า 4 ของ 5

HS Code	สินค้า	มูลค่านำเข้าในปี 2020 (ล้านเหรียญฯ)		% เติบโตของการนำเข้าในปี 2020	
		จีน	ไทย	จีน	ไทย
3926	ARTICLES OF PLASTICS AND ARTICLES OF POLYMERS AND RESINS OF HEADINGS 3901 TO 3914,	7,617.72	83.48	40.20	20.21
8708	PARTS & ACCESSORIES FOR TRACTORS, PUBLIC-TRANSPORT PASSENGER VEHICLES, MOTOR CARS	7,499.35	626.58	-15.14	7.92
9403	FURNITURE, NESOI (OTHER THAN SEATS, MEDICAL, SURGICAL, DENTAL OR VETERINARY FURNITURE)	6,886.73	423.69	-21.43	124.79
8516	ELECTRIC WATER HEATERS ETC., SPACE AND SOIL HEATING APPARATUS	6,298.31	456.69	1.44	58.85
9504	VIDEO GAME CONSOLES AND MACHINES, ARTICLES FOR ARCADE, TABLE OR PARLOR GAMES	6,206.85	11.90	31.09	1180.18
9506	ARTICLES AND EQUIPMENT FOR GENERAL PHYSICAL EXERCISE ETC. OR OUTDOOR GAMES NESOI;	5,133.27	146.36	21.99	-10.08
9405	LAMPS AND LIGHTING FITTINGS AND PARTS THEREOF NESOI; ILLUMINATED SIGNS ETC.	5,102.95	40.11	-12.52	39.66
8473	PARTS AND ACCESSORIES NESOI FOR TYPEWRITERS AND OTHER OFFICE MACHINES	4,934.61	353.52	41.02	31.04
3924	TABLEWARE, KITCHENWARE, OTHER HOUSEHOLD ARTICLES AND TOILET ARTICLES OF PLASTICS	4,742.23	24.87	0.17	-29.74
8525	TRANSMISSION APPARATUS FOR RADIOTELEPHONY, RADIOTELEGRAPHY, RADIOBROADCASTING OR TV	4,295.01	781.95	-16.14	9.95
8518	MICROPHONES AND STANDS THEREFOR; LOUDSPEAKERS; HEADPHONES, EARPHONES ETC	4,091.91	117.00	22.28	57.30

การเติบโตของการนำเข้าของสหรัฐฯ เป็นผลจากความต้องการบริโภคภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้น ในขณะเดียวกัน สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯและจีน ทำให้การนำเข้าจากจีนมีต้นทุนเพิ่มขึ้น สินค้าไทยจึงมีโอกาสในตลาดสหรัฐฯ และคาดว่าโอกาสนี้จะมีต่อเนื่องไปในอนาคต เนื่องจาก

1. ปัจจุบันสถานการณ์แพร่ระบาดของสหรัฐฯยังคงไม่แสดงแนวโน้มชัดเจนว่าจะสิ้นสุดลงเมื่อใด แม้ว่ารัฐบาลระดับมลรัฐและท้องถิ่นหลายแห่งทั่วประเทศเริ่มผ่อนปรนมาตรการเข้มงวดในการป้องกันการแพร่ระบาด พลเมืองได้รับการฉีดวัคซีนป้องกันไวรัสเพิ่มมากขึ้น และผู้บริโภคเริ่มกลับมาใช้ชีวิตเหมือนก่อนเกิดวิกฤต แต่รัฐบาลกลางสหรัฐฯยังคงเตือนว่า ยังไม่สามารถวางใจได้ เพราะมีสัญญาณต่างๆ ระบุว่าแนวโน้มสูงที่อาจเกิดการแพร่ระบาดที่รุนแรงรอบที่ 4 ในอนาคตอันใกล้

2. พฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตเปลี่ยนแปลงไปในระหว่างการเกิดวิกฤต เช่น การใส่หน้ากากป้องกันการอันตรายจากเชื้อโรค การทำงานจากบ้าน การประกอบอาหารรับประทานเองที่บ้าน การใช้เวลาอยู่ที่บ้านมากขึ้น และการดำเนินกิจกรรมสันทนาการต่างๆ ที่เคยทำในช่วงวิกฤต อาจกลายเป็นพฤติกรรมถาวร จึงเป็นโอกาสของสินค้าไทยอย่างอาหารสำเร็จรูป ซอสปรุงรส เฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่งบ้าน อุปกรณ์แต่งสวน เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร รวมถึงอุปกรณ์ออกกำลังกาย ของเล่นและเกมส์ต่างๆ



ข่าวประชาสัมพันธ์

29 มีนาคม – 2 เมษายน 2564

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com

หน้า 5 ของ 5

3. ระบบห่วงโซ่อุปทานการค้าโลกที่ถูกทำให้บิดเบี้ยวไป ยังคงไม่เข้ารูปเข้ารอย ผู้เชี่ยวชาญเช่นบริษัท Goldman Sachs คาดการณ์ว่าสถานการณ์จะไม่กลับคืนสู่สภาวะปกติจนกว่าจะต้นปี 2022 แม้ว่าปัญหาสินค้าขาดตลาดจะบรรเทาความรุนแรงลง แต่สินค้าสำคัญต่อการดำรงชีวิตหลายรายการยังคงขาดตลาดหรือยังคงเป็นสินค้าหายาก รวมถึงสินค้ากลุ่ม PPE
4. ผลของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลสหรัฐฯ ส่งผลให้ความต้องการบริโภคและการจัดส่งสินค้าเติบโตอย่างมาก Goldman Sachs วิเคราะห์ว่าความต้องการดังกล่าวอยู่ในระดับที่สูงที่สุดในรอบ 40 ปี
5. ประเด็นที่สำคัญที่สุด คือ การให้สัมภาษณ์ครั้งแรกของ Katherine Tai ภายหลังจากการรับตำแหน่ง U.S. Trade Representative ส่งสัญญาณว่า แม้ว่าสหรัฐฯ ยินดีที่จะเปิดการเจรจาต่อรองทางการค้ากับจีน แต่สหรัฐฯ จะยังคงมาตรการขึ้นภาษีนำเข้าจีนอยู่ต่อไป เพราะการยกเลิกมาตรการดังกล่าวทันทีทันใดในขณะนี้อาจส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรม และการเติบโตของเศรษฐกิจสหรัฐฯ CNN รายงานว่า ปัจจุบันประมาณร้อยละ 66 ของการส่งออกจากจีนไปยังสหรัฐฯ อยู่ภายใต้มาตรการเก็บภาษีนำเข้าเพิ่ม

คลิกที่ลิงค์ https://survey.app.do/ttcla_survey2021

หรือสแกน QR Code เพื่อเข้ากรอกแบบสอบถามความพึงพอใจรายงาน

จัดทำโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ นครลอสแอนเจลิส



