

นางชนันภัสร์ฯ ให้ข้อมูลว่าฮ่องกงเป็นตลาดส่งออกที่มีศักยภาพของไทย โดยฮ่องกงเป็นคู่ค้าลำดับที่ 12 ของไทย ในปี 2564 มีมูลค่าการค้าระหว่างกันที่ 14,448 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสินค้ากลุ่ม New Normal อาทิ อาหารในอนาคต (Future Food) อย่างเนื้อจากพืช (Plant Based Meat) กำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก อีกทั้งฮ่องกงเป็นตลาดส่งออกเนื้อจากพืชเป็นอันดับที่ 1 ของไทย โดยตลาดเนื้อจากพืชของไทยกำลังได้รับความนิยมมากขึ้นหลังเริ่มเข้าสู่ฮ่องกงในปี 2563 ขณะนี้จึงถือเป็นจังหวะและโอกาสที่ดีของผู้ประกอบการไทยในการส่งออกไปฮ่องกง เนื่องจากชาวฮ่องกงชื่นชอบและมีความเชื่อมั่นต่อสินค้าไทยมาอย่างยาวนานโดยเฉพาะสินค้าอาหารที่ประเทศไทยมีนโยบายสำคัญในการเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World)

SWOT Analysis from COVID-19 for Thai Products

Strengths

- TH - HK has strong trading relationships.
- Hong Kong people has high confident on Thai products
- Thailand has comparative advantage on agricultural and food processing products

Weaknesses

- Thai entrepreneurs are too slow
- Standard unstable

Opportunities

- New Trends with products good for health
 - Plant-based meat
 - Functional Drink
 - Ketogenic Food
- HK market is always open for new products and consumers have high purchasing power

Threats

- Transportation uncertainty and higher cost
 - Air transportation
 - Sea shipping
 - Road / Railroad
- Substitute products from other countries

DITP HK Promotion Activities

2022 Creating consumer awareness in Hong Kong via Mass PR channels

2021 Introduction to HK market via trade fairs and mass media

2020 Online Business Matching

2022

1. Creating consumer awareness
2. Expanding to multiple Market channels in HK both online & offline

นอกจากนี้ด้วยชาวฮ่องกงปรับตัวกิจกรรมการบริโภคและให้ความสำคัญกับสุขภาพมากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดโอกาสอย่างมากแก่สินค้าที่ดีต่อสุขภาพ อาทิ เครื่องดื่ม Functional Drink ที่ชาวฮ่องกงนิยมเป็นอย่างมาก ขนมขบเคี้ยวที่ดีต่อสุขภาพ อาทิ ขนมอกไก่อบกรอบ และมะพร้าวอบกรอบที่สินค้าไทยกำลังมีผลตอบรับที่ดี รวมทั้งสินค้ากลุ่ม Ketogenic อาทิ ขนมขบเคี้ยว ซีอิ๊ว ผงปรุงรสคีโต และเส้นไข่ขาว (Egg White Noodle) ที่ร้านสะดวกซื้อหลายแห่งจัดให้มีโซนสินค้ากลุ่ม Ketogenic โดยเฉพาะ สะท้อนความตื่นตัวของชาวฮ่องกงและโอกาสทางธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองฮ่องกง มีแผนการดำเนินการที่ชัดเจนและต่อเนื่องในการผลักดันสินค้าอาหารแห่งอนาคตของไทยเข้าสู่ตลาดฮ่องกงและมาเก๊า โดยปี 2563 เน้นการสร้างโอกาสธุรกิจผ่านการเจรจาการค้าผ่านระบบออนไลน์ (Online Business Matching) ปี 2564 นำเสนอสินค้าไทยผ่านการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า การออกบูธแนะนำสินค้า และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ของฮ่องกง ปี 2565 ส่งเสริมการสร้างการรับรู้ต่อผู้ซื้อชาวฮ่องกงผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดอย่าง TVB ดารา นักแสดงและผู้มีอิทธิพลทางความคิด (KOL) และเร่งขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านทั้งแพลตฟอร์มออนไลน์ และออฟไลน์ของร้านสะดวกซื้อชั้นนำในฮ่องกง ผู้ประกอบการที่สนใจส่งออกสินค้าสู่ตลาดฮ่องกงสามารถติดตามสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ Facebook : Thai Trade Center Hong Kong หรือ thaicommm@netvigator.com



คลิปการบรรยาย

คลิปประชาสัมพันธ์ EP 1 - 2

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองฮ่องกง

22 มีนาคม 2565