สถานการณ์การผลิตและการค้าลำไยในจีน เส้นทางการขนส่งลำไยจากไทยไปจีน และพฤติกรรมการบริโภคลำไยของคนจีน

ภาพรวมการผลิตลำไยของประเทศจีน

ลำไยถือเป็นหนึ่งในไม้ผลเขตร้อนที่สำคัญของจีน และจีนยังคงเป็นผู้ผลิตลำไยรายใหญ่ที่สุดของโลก ทั้งในรูปผลสดและผลแปรรูป โดยข้อมูลในปี 2566 (ค.ศ. 2023) พบว่า จีนมีพื้นที่เพาะปลูกลำไยรวมประมาณ 4.19 ล้านหมู่ หรือราว 1.74 ล้านไร่ ผลผลิตรวมทั้งสิ้นราว 2.27 ล้านตัน สะท้อนถึงความสำคัญของลำไยที่มีต่อเศรษฐกิจการเกษตรและความมั่นคงด้านอาหารของจีน

พื้นที่ปลูกลำไยของจีนกระจายตัวในหลายมณฑลทางตอนใต้ โดยมณฑลกวางตุ้งถือเป็นฐานการผลิตที่ใหญ่ที่สุดของจีน มีพื้นที่ปลูกประมาณ 1.72 ล้านหมู่ (716,000 ไร่) และมีผลผลิตกว่า 1.04 ล้านตัน หรือคิดเป็นเกือบครึ่งหนึ่งของผลผลิตลำไยทั้งประเทศ รองลงมาคือเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง ซึ่งมีพื้นที่ปลูกใหญ่เป็นอันดับสอง โดยมีพื้นที่ปลูกลำไยประมาณ 1.3 ล้านหมู่ (542,000 ไร่) และมีผลผลิตราว 690,000 ตัน มณฑลฝูเจี้ยนมีพื้นที่ปลูก 440,000 หมู่ (183,000 ไร่) ผลผลิตราว 251,000 ตัน และมณฑลไห่หนาน แม้จะมีพื้นที่ปลูกไม่มาก แต่มีจุดเด่นด้านสายพันธุ์ที่ออกผลเร็วและช้า ทำให้ช่วยยืดฤดูกาลลำไยของจีนให้ยาวนานยิ่งขึ้น

ลำไยของจีนมีหลากหลายสายพันธุ์ เช่น ชู่เหลียง (储良) และสือเสีย (石硖) ซึ่งเป็นพันธุ์หลักที่นิยมปลูกอย่างกว้างขวาง ความแตกต่างด้านพันธุ์และภูมิประเทศทำให้จีนสามารถกระจายฤดูกาลเก็บเกี่ยวได้ตั้งแต่เดือนเมษายนในพื้นที่มณฑลไห่หนาน ไปจนถึงช่วงปลายฤดูร้อน (สิงหาคม) ในมณฑลกวางตุ้ง และเขตฯ กว่างซีจ้วง ซึ่งช่วยให้ตลาดมีผลผลิตต่อเนื่องและสนับสนุนการแปรรูปได้ตลอดทั้งปี

ด้านอุตสาหกรรมแปรรูป ลำไยแห้งยังคงมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะในมณฑลกวางตุ้งซึ่งเป็นศูนย์กลางการแปรรูปขนาดใหญ่ มีปริมาณการซื้อขายและแปรรูปต่อวันสูง การผลิตลำไยแห้งไม่เพียงช่วยยืดอายุการเก็บรักษา แต่ยังสร้างมูลค่าเพิ่มและเป็นสินค้าส่งออกสำคัญไปยังตลาดต่างประเทศ อาทิ ฮ่องกง และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

อย่างไรก็ดี การผลิตลำไยของจีนยังเผชิญความท้าทายจากปัจจัยสภาพอากาศที่ผันผวน โรคและแมลงศัตรูพืช รวมถึงข้อจำกัดด้านการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวและโครงสร้างพื้นฐานด้านห่วงโซ่ความเย็น เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้ หน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่นได้ผลักดันการปรับปรุงสายพันธุ์ การสร้างสวนมาตรฐาน การสนับสนุนโลจิสติกส์ และการสร้างแบรนด์ภูมิภาค เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าและเสริมศักยภาพการส่งออก

ตารางสรุปพื้นที่และผลผลิตลำไยของจีน (ข้อมูลปี 2566)

มณฑลหลัก	พื้นที่ปลูก (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	สัดส่วนต่อประเทศ	หมายเหตุ
กวางตุ้ง	716,000	1,040,000	มากกว่า 50%	แหล่งผลิตใหญ่ที่สุด มีฐานแปรรูปขนาดใหญ่
กว่างซีจ้วง	542,000	~700,000	30%	ฐานผลิตผลไม้รวมใหญ่ สนับสนุนตลาดลำไย
ฝูเจี้ยน	183,300	~251,000	11%	สายพันธุ์คุณภาพ
ไห่หนาน	56,700*	~68,000	3%	พันธุ์ออกผลเร็วและนาน ช่วยยืดฤดูกาลผลิต
ทั้งประเทศ	1,744,900	~2,270,000		ผลผลิตเฉลี่ยประมาณ 542 กก./หมู่

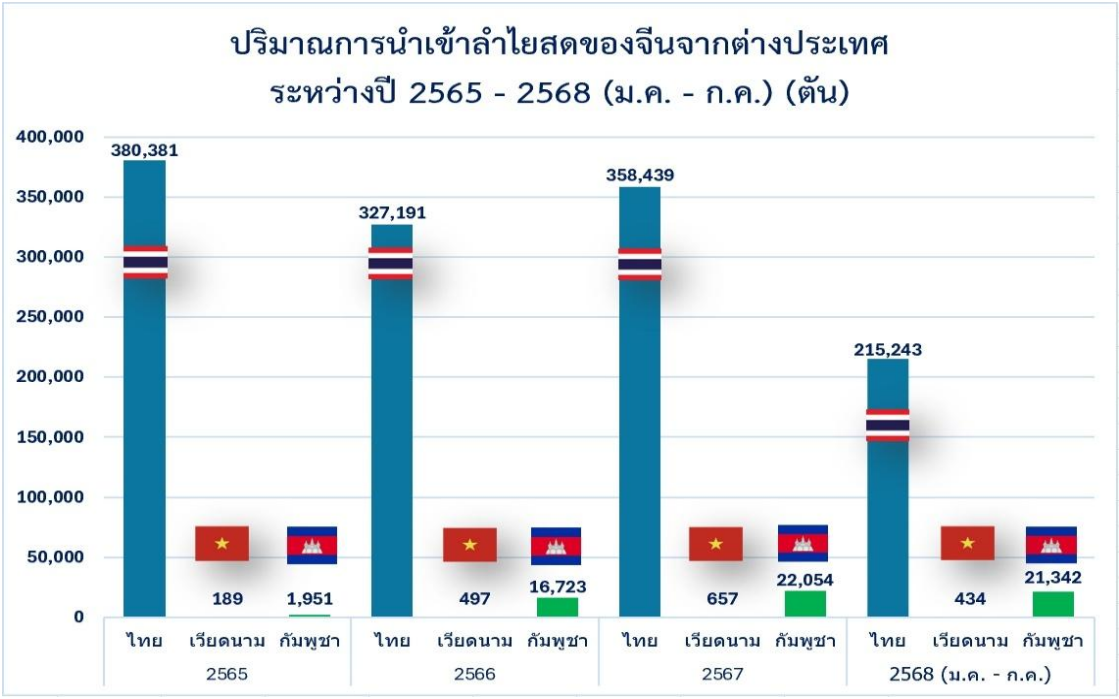
ปฏิทินการเก็บเกี่ยวลำไยของจีน

มณฑลหลัก	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	หมายเหตุสำคัญ
มณฑลไห่หนาน	●	●	●	○			ออกผลเร็วสุดในจีน มีพันธุ์ปลายฤดูเก็บถึงกรกฎาคม
มณฑลกวางตุ้ง		○	●	●	○		แหล่งผลิตใหญ่ที่สุด ฤดูกาลผลิตมิถุนายน - สิงหาคม
เขตฯ กว่างซีจ้วง			○	●	●		ช่วงกลางฤดู ให้ผลผลิตจำนวนมาก
มณฑลฝูเจี้ยน				●	●		เน้นการพัฒนาพันธุ์คุณภาพ
อื่นๆ (ยูนนาน)				○	●	●	พันธุ์ปลายฤดู ยืดได้ถึงกันยายน

หมายเหตุ ● = ช่วงเก็บเกี่ยวหลัก (Peak Season) ○ = เก็บเกี่ยวได้บางพื้นที่/ ปริมาณน้อย

การนำเข้าลำไยจากต่างประเทศของจีน

ปัจจุบันจีนอนุญาตนำเข้าลำไยผลสด (ลำไยผลสด พิกัดศุลกากร: 08109030) จาก 6 ประเทศ ได้แก่ ไทย กัมพูชา เวียดนาม มาเลเซีย เมียนมา และอินโดนีเซีย (นำเข้าจริงจาก 3 ประเทศ ได้แก่ ไทย กัมพูชา และเวียดนาม ปีละประมาณ 400,000 ตัน)



ที่มา: ศุลกากรแห่งชาติจีน

จากกราฟข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ปริมาณการนำเข้าลำไยสดของจีนในช่วงปี 2565 - 2567 และปี 2568 (7 เดือนแรก) ประเทศไทยยังคงเป็นผู้ส่งออกหลักที่ครองตลาดได้มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับเวียดนามและกัมพูชา โดยปริมาณการนำเข้าจากไทยสูงกว่าเวียดนามและกัมพูชาอย่างมีนัยสำคัญทุกปี

ในปี 2565 จีนมีการนำเข้าลำไยสดจากประเทศไทยมากที่สุดถึง 380,381 ตัน ก่อนที่จะลดลงเหลือ 327,191 ตัน ในปี 2566 อย่างไรก็ตาม ปริมาณการนำเข้าจากไทยกลับมาฟื้นตัวในปี 2567 อยู่ที่ 358,439 ตัน แม้จะยังไม่ถึงระดับสูงสุดของปี 2565 แต่ก็สะท้อนถึงความต้องการลำไยไทยในตลาดจีน ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2568 ปริมาณการนำเข้าจากไทยอยู่ที่ 215,243 ตัน สะท้อนแนวโน้มว่าลำไยไทยยังคงเป็นผลไม้ที่มีบทบาทสำคัญในตลาดจีนอย่างต่อเนื่อง

สำหรับเวียดนาม ปริมาณการส่งออกลำไยสดไปจีนอยู่ในระดับที่ต่ำมาก โดยปี 2565 มีเพียง 189 ตัน ปี 2566 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเป็น 497 ตัน และในปี 2567 อยู่ที่ 657 ตัน โดยในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2568 มีเพียง 434 ตัน ตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เวียดนามยังไม่สามารถก้าวขึ้นมาเป็นคู่แข่งสำคัญของไทยได้ในตลาดจีน ทั้งในด้านปริมาณและความต่อเนื่องในการส่งออก

ในส่วนของกัมพูชา ภายหลังจีนอนุญาตเปิดตลาดนำเข้าลำไยกัมพูชาอย่างเป็นทางการในปี 2565 กัมพูชาส่งออกลำไยไปจีน 1,951 ตัน โดยในปี 2666 ปริมาณการส่งออกลำไยสดไปจีนเริ่มมีความน่าสนใจมากขึ้น โดยเพิ่มขึ้นเป็น 16,723 ตัน และเพิ่มขึ้นอีกในปี 2567 เป็น 22,054 ตัน โดยในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2568 อยู่ที่ 21,342 ตัน ซึ่งถือว่ามีแนวโน้มขยายตัวอย่างรวดเร็ว แสดงให้เห็นถึงความพยายามของกัมพูชาในการเจาะตลาดจีน แม้ยังมีปริมาณรวมที่น้อยกว่าไทยมาก แต่ถือว่าเป็นผู้เล่นรายใหม่ที่น่าจับตามองในตลาดจีน

โดยสรุปปริมาณการนำเข้าลำไยสดของจีนในช่วงปี 2565 - 2567 และปี 2568 (7 เดือนแรก) ชี้ให้เห็นว่า ประเทศไทยยังคงเป็นผู้ส่งออกหลักอย่างต่อเนื่อง ขณะที่เวียดนามยังคงมีบทบาทจำกัด ส่วนกัมพูชามีแนวโน้มเติบโต และอาจเป็นคู่แข่งที่สำคัญในอนาคต หากสามารถรักษาคุณภาพและเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับความต้องการของตลาดจีนได้อย่างสม่ำเสมอ

สถานการณ์การนำเข้าลำไยของประเทศจีนในปัจจุบัน

สถิติการนำเข้าลำไยผลสดจากต่างประเทศของจีน ในปี 2567 (ลำไยผลสด พิกัดศุลกากร: 08109030)			
ลำดับ	**ประเทศผู้ส่งออก**	**ปริมาณ (ตัน)**	**มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)**
1	ไทย	358,439 (94.05%)	441
2	กัมพูชา	22,054 (5.77%)	32
3	เวียดนาม	657 (0.17%)	0.38
รวมทั้งสิ้น		**381,150**	**485**

ในปี 2567 จีนนำเข้าลำไยผลสดจากไทยมากเป็นอันดับ 1 โดยมีปริมาณกว่า 358,439 ตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า 441 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นสัดส่วน 94.05% ของปริมาณการนำเข้าลำไยสดทั้งหมดของจีน และนำเข้าจากกัมพูชามากเป็นอันดับ 2 โดยมีปริมาณการนำเข้า 22,054 ตัน คิดเป็นมูลค่า 32 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นสัดส่วน 5.77% ของปริมาณการนำเข้าลำไยสดของจีน และนำเข้าจากเวียดนาม ปริมาณ 657 ตัน คิดเป็นมูลค่า 0.38 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นสัดส่วน 0.17% ของปริมาณการนำเข้าลำไยสดของจีน

สถิติการนำเข้าลำไยผลสดจากต่างประเทศของจีน ในปี 2568 (เดือนมกราคม - กรกฎาคม)			
ลำดับ	**ประเทศผู้ส่งออก**	**ปริมาณ (ตัน)**	**มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)**
1	ไทย	215,243 (90.82%)	256
2	กัมพูชา	21,342 (9%)	27
3	เวียดนาม	434 (0.18%)	0.32
รวมทั้งสิ้น		**237,019**	**284**

ในปี 2568 (เดือนมกราคม - กรกฎาคม) จีนยังคงนำเข้าลำไยผลสดจากไทยมากเป็นอันดับ 1 โดยมีปริมาณกว่า 215,243 ตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า 256 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นสัดส่วน 90.82% ของปริมาณการนำเข้าลำไยสดของจีน และนำเข้าจากกัมพูชามากเป็นอันดับ 2 โดยมีปริมาณการนำเข้า 21,342 ตัน คิดเป็นมูลค่า 27 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นสัดส่วน 9% ของปริมาณการนำเข้าลำไยสดของจีน และนำเข้าจากเวียดนาม ปริมาณ 434 ตัน คิดเป็นมูลค่า 0.32 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นสัดส่วน 0.18% ของปริมาณการนำเข้าลำไยสดของจีน

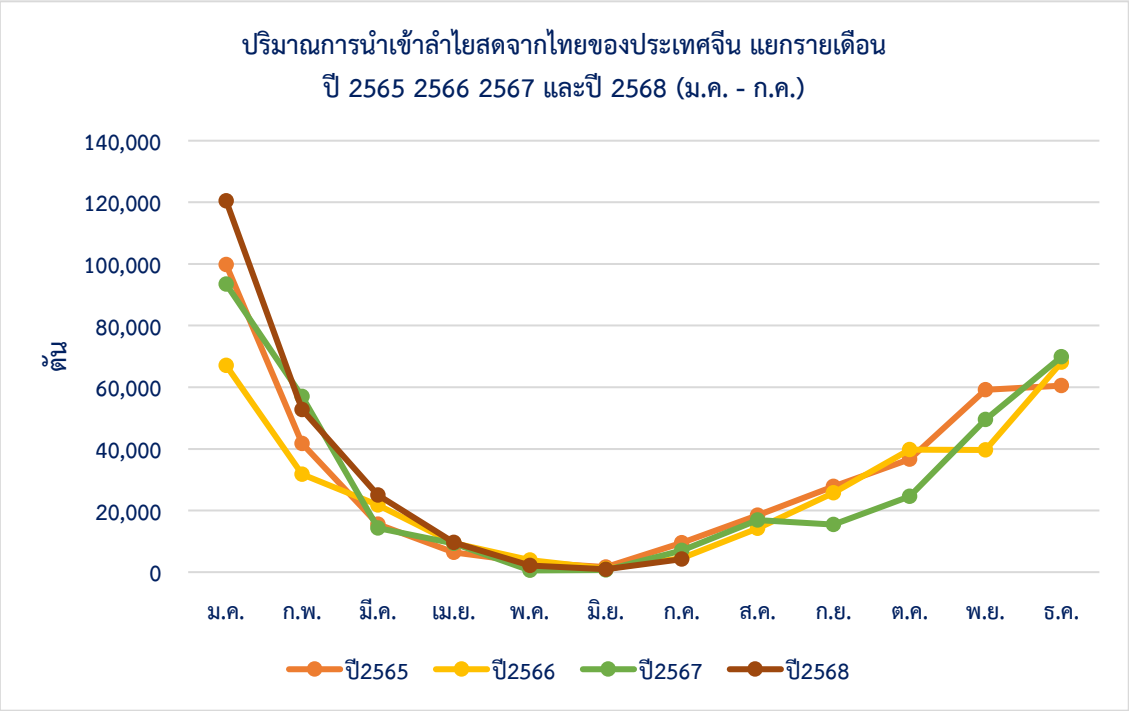
สถิติการนำเข้าลำไยผลสดของจีนจากต่างประเทศ<u>รายเดือน</u>						
เดือน	**ปริมาณการนำเข้า ปี 2567 (ตัน)**			**ปริมาณการนำเข้า ปี 2568 (ตัน)**		
	ไทย	**กัมพูชา**	**เวียดนาม**	**ไทย**	**กัมพูชา**	**เวียดนาม**
มกราคม	93,454	4,190	357	120,501	5,063	344
กุมภาพันธ์	56,952	4,762	37	52,758	7,683	74
มีนาคม	14,261	2,148	139	24,996	4,177	16
เมษายน	9,259	3,497	47	9,623	2,578	-
พฤษภาคม	557	1,064	-	2,186	1,523	-
มิถุนายน	690	290	-	942	200	-
กรกฎาคม	7,032	-	-	4,237	119	-
สิงหาคม	16,892	84	-			
กันยายน	15,414	200	-			
ตุลาคม	24,620	587	-			
พฤศจิกายน	49,486	2,316	-			
ธันวาคม	69,822	2,916	77			
รวม	**358,439**	**22,054**	**657**	**215,243**	**21,342**	**434**

ที่มา: ศุลกากรแห่งชาติจีน

การนำเข้าลำไยสดจากประเทศไทยของจีน

ประเทศไทยถือเป็นผู้ส่งออกลำไยสดที่สำคัญที่สุดของจีน ด้วยคุณภาพที่ผู้บริโภคชาวจีนยอมรับทั้งในด้านรสชาติหวานฉ่ำ ขนาดผลใหญ่ และมาตรฐานการผลิตที่สม่ำเสมอ แม้ตลาดจะมีการเปลี่ยนแปลงและมีความท้าทายจากการเพิ่มขึ้นของผลผลิตในจีนเอง รวมถึงการที่จีนอนุญาตเปิดตลาดให้แก่ลำไยกัมพูชา แต่ไทยยังคงรักษาส่วนแบ่งตลาดในฐานะคู่ค้าหลักได้อย่างมั่นคง จีนนำเข้าลำไยสดเพื่อนำมารับประทานโดยตรง เนื่องจากผู้บริโภคชาวจีนชื่นชอบรสชาติหวานฉ่ำ เนื้อแน่น เมล็ดเล็ก และกลิ่นหอมที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะลำไยไทยที่ได้รับการยอมรับด้านคุณภาพมายาวนาน นอกจากนี้ ลำไยสดที่นำเข้าไปยังจีนยังถูกนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด เช่น ลำไยอบแห้งแบบไร้เมล็ด, ลำไยกระป๋องในน้ำเชื่อม, น้ำลำไยเข้มข้น, รวมไปถึงการนำไปใช้เป็นส่วนผสมของขนมและเครื่องดื่มสุขภาพ ที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่

ปริมาณการนำเข้า (ตัน)	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	รวม
2565	99,786	41,714	15,576	6,436	3,149	1,645	9,534	18,493	27,801	36,596	59,138	60,514	**380,382**
2566	67,090	31,717	21,769	9,368	3,910	1,118	4,496	14,224	25,682	39,795	39,657	68,065	**326,891**
2567	93,454	56,952	14,261	9,259	557	690	7,032	16,892	15,414	24,620	49,486	69,822	**358,439**
2568	120,501	52,758	24,996	9,623	2,186	942	4,237						**215,243**



ที่มา: ศุลกากรแห่งชาติจีน

จากข้อมูลปริมาณการนำเข้าลำไยสดจากไทยของประเทศจีน ระหว่างปี 2565 - 2568 สามารถสังเกตได้ว่า วัฏจักรการนำเข้ามีลักษณะคล้ายตัว U กล่าวคือ ในช่วงกลางปี (มีนาคม - กันยายน) ปริมาณการนำเข้ามีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ในช่วงปลายปีถึงต้นปี (ตุลาคม - กุมภาพันธ์) ปริมาณการนำเข้าจะเพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจน ในช่วงกลางปีความต้องการลำไยสดจากไทยในตลาดจีนลดลง ส่วนหนึ่งเนื่องจากเป็นฤดูใบไม้ผลิและฤดูร้อนของจีน ซึ่งเป็นช่วงที่ผลไม้ท้องถิ่นมีผลผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นลูกท้อ แตงโม องุ่น ลิ้นจี่ สาลี่ และแคนตาลูป ผลไม้เหล่านี้มีความสดใหม่ คุณภาพดี และมีราคาจำหน่ายที่ถูกกว่าผลไม้นำเข้า ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนหันไปบริโภคผลไม้ท้องถิ่นมากกว่า นอกจากนี้ ในช่วงเดือนมิถุนายน - สิงหาคม ยังเป็นฤดูเก็บเกี่ยวลำไยของจีนเอง ทำให้ความต้องการนำเข้าลำไยจากไทยยิ่งลดลง

ในทางกลับกัน ช่วงปลายปีถึงต้นปี โดยเฉพาะเดือนพฤศจิกายน - กุมภาพันธ์ ปริมาณการนำเข้าลำไยไทยของจีนจะปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นในช่วงฤดูหนาวและเทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลตรุษจีน ความนิยมลำไยไทยในช่วงนี้ไม่เพียงเกิดจากรสชาติหวานฉ่ำและคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับ แต่ยังเกิดจากความหมายมงคลของลำไยในวัฒนธรรมจีน ที่ผู้บริโภคมักเลือกซื้อเพื่อบริโภคและมอบเป็นของขวัญในช่วงเทศกาลสำคัญ

กล่าวโดยสรุป วัฏจักรการนำเข้าลำไยสดของไทยโดยจีนในช่วงปี 2565 - 2568 ยังคงแสดงให้เห็นถึงรูปแบบการนำเข้าที่ชัดเจน คือ ลดลงในช่วงกลางปี และเพิ่มขึ้นในช่วงปลายปีถึงต้นปี โดยมีปัจจัยสำคัญทั้งด้านฤดูกาลผลไม้ท้องถิ่นของจีน ราคา และความต้องการตามเทศกาลสำคัญที่เป็นตัวกำหนดปริมาณการนำเข้าในแต่ละช่วงเวลา

เส้นทางการขนส่งลำไยส่งออกจากไทยไปจีน

ปัจจุบันประเทศไทยส่งออกผลไม้ไปยังประเทศจีน ใน 4 เส้นทาง ได้แก่ ทางรถยนต์ ทางเรือ ทางอากาศ และทางรถไฟ โดยมีสัดส่วนการส่งออกผลไม้ไปจีนในแต่ละเส้นทางการขนส่ง ดังนี้

สัดส่วนการส่งออกผลไม้ไปจีนทั้งหมดแยกตามเส้นทางการขนส่งในปี 2567					
ลำดับ	เส้นทางการขนส่ง	สัดส่วน (%)	ปี 2567		
			จำนวนรวม (ตู้/ชิปเม้นท์)	ปริมาณรวม (ตัน)	มูลค่ารวม (ล้านบาท)
1	ทางรถยนต์	51.91	52,885	964,620.28	85,827.39
2	ทางเรือ	39.28	40,015	831,897.68	46,271.26
3	ทางอากาศ	8.39	8,545	21,299.02	1,672.44
4	ทางรถไฟ	0.43	439	6,997.88	1,182.62
	รวมทั้งสิ้น	**100**	**101,884**	**1,824,814.86**	**134,953.71**

ที่มา: กลุ่มบริการส่งออกสินค้าเกษตร สำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร กรมวิชาการเกษตร

จากตารางจะเห็นได้ว่า ในปี 2567 ภาพรวมผลไม้ไทยส่งออกไปจีนทางรถยนต์เป็นหลัก รองลงมาคือ ทางเรือ ทางอากาศ และทางรถไฟ ตามลำดับ

สัดส่วนการส่งออก ลำไย ไปจีน แยกตามเส้นทางการขนส่งในปี 2567				
ชนิดผลไม้	เส้นทางการขนส่ง (จาก มาก ไปหา น้อย)/สัดส่วน (%)			
ทุเรียน	รถยนต์ (69.16)	เรือ (21.92)	อากาศ (8.17)	รถไฟ (0.75)
มังคุด	รถยนต์ (80.67)	เรือ (15.44)	อากาศ (3.63)	รถไฟ (0.26)
ลำไย	**เรือ (72.24)**	**รถยนต์ (27.55)**	**อากาศ (0.20)**	**รถไฟ (0.01)**
มะพร้าวอ่อน	เรือ (98.51)	อากาศ (1.44)	รถยนต์ (0.05)	-

ที่มา: กลุ่มบริการส่งออกสินค้าเกษตร สำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร กรมวิชาการเกษตร

โดยลำไยไทยส่งออกไปจีนทางเรือเป็นหลัก รองลงมาคือ ทางรถยนต์ ทางอากาศ และทางรถไฟ

1. การขนส่งทางรถยนต์

การส่งออกผลไม้ไปจีนทางรถยนต์ เป็นไปตาม “พิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดในการกักกันโรคและตรวจสอบสำหรับการส่งออกและนำเข้าผลไม้ผ่านประเทศที่สามระหว่างไทยและจีน” ซึ่งได้ลงนามเมื่อปี 2564 โดยภายใต้พิธีสารฯ ได้มีการกำหนดด่านนำเข้าและส่งออกผลไม้ระหว่างไทยและจีน ดังนี้

ด่านฝั่งไทย จำนวน 9 ด่าน ได้แก่ ด่านเชียงของ ด่านหนองคาย ด่านบึงกาฬ ด่านนครพนม ด่านมุกดาหาร จุดผ่านแดนถาวรบ้านผักกาดจังหวัดจันทบุรี ด่านทุ่งช้าง ด่านภูดู่ และด่านบ้านฮวก

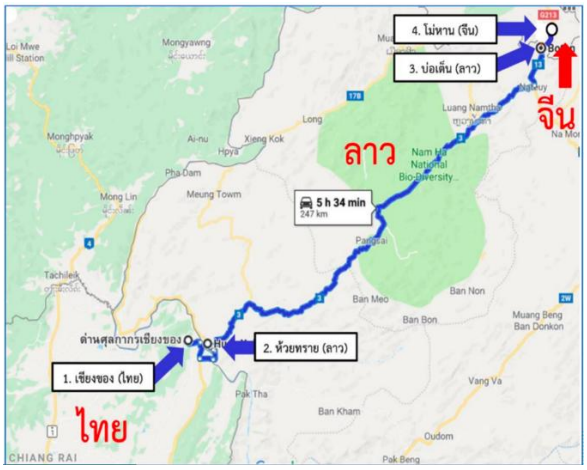
ด่านฝั่งจีน จำนวน 12 ด่าน แบ่งเป็น

1) มณฑลยูนนาน จำนวน 7 ด่าน เปิดให้บริการแล้ว 6 ด่าน ได้แก่ ด่านโม่ฮาน ด่านรถไฟโม่ฮาน ด่านเหอโข่ว ด่านเทียนเป่า ด่านต่าลั่ว และด่านเหมิ่งคัง ส่วนด่านรถไฟเหอโข่วยังไม่เปิดให้นำเข้าผลไม้จากต่างประเทศเนื่องจากยังอยู่ระหว่างก่อสร้าง

2) เขตฯ กว่างซีจ้วง จำนวน 5 ด่าน เปิดให้บริการทั้งหมด 5 ด่าน ได้แก่ ด่านโหย่วอี้กวน ด่านตงซิง ด่านรถไฟผิงเสียง ด่านหลงปัง และด่านสุ่ยโข่ว

1.1 เส้นทาง R3A มีเส้นทางหลักในการขนส่งผลไม้ไทย ดังนี้

ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (สปป.ลาว) - ด่านบ่อเต็น (สปป.ลาว) - ด่านโม่ฮาน (มณฑลยูนนานของจีน) รวมระยะทาง 247 กม. ใช้เวลาในการขนส่ง 6 - 8 ชม. จากนั้นผลไม้ไทยที่นำเข้ามาที่ด่านโม่ฮานจะถูกส่งต่อทางรถยนต์ไปยังตลาดค้าส่งผลไม้จินหม่าเจิงชาง นครคุนหมิง ใช้เวลาในการขนส่ง 8 ชม. หรือส่งทางรถยนต์ไปยังตลาดค้าส่งผลไม้เจียงหนาน นครกว่างโจว ใช้เวลาในการขนส่ง 20 ชม. หรือส่งต่อทางรถยนต์ไปยังตลาดค้าส่งผลไม้เจียซิง มณฑลเจ้อเจียง ใช้เวลาในการขนส่ง 32 ชม. หรือส่งต่อทางรถยนต์ไปยังตลาดค้าส่งผลไม้ซินฟาตี้ กรุงปักกิ่ง และตลาดโส่วเฮงเกาเป่ยเตี้ยน มณฑลเหอเป่ย ใช้เวลาขนส่ง 48 ชม.



การขนส่งผลไม้ไปจีนตามเส้นทาง R3A

ด่านโม่ฮาน มณฑลยูนนาน

1.2 เส้นทาง R12 มีเส้นทางหลักในการขนส่งผลไม้ ดังนี้

ด่านนครพนม (ไทย) - ด่านท่าแขก (สปป.ลาว) - ด่านนาพาว (สปป.ลาว) - ด่านจาลอ (เวียดนาม) - ด่านหูหงิ (เวียดนาม) - ด่านโหย่วอี้กวน (เขตฯ กว่างซีของจีน) รวมระยะทาง 823 กม. ใช้เวลาในการขนส่ง 25 - 30 ชม. หรืออีกเส้นทางคือ

ด่านนครพนม (ไทย) - ด่านท่าแขก (สปป.ลาว) - ด่านนาพาว (สปป.ลาว) - ด่านจาลอ (เวียดนาม) - ด่านหม่งก๋าย (เวียดนาม) - ด่านตงซิง (เขตฯ กว่างซีของจีน) รวมระยะทาง 874 กม. ใช้เวลาในการขนส่ง 30 - 36 ชม.

จากนั้น ผลไม้ไทยที่นำเข้ามาจะถูกส่งต่อทางรถยนต์ไปตลาดค้าส่งผลไม้ไฮกรีน นครหนานหนิง ใช้เวลา 2 - 3 ชม. หรือส่งต่อทางรถยนต์ไปยังตลาดค้าส่งผลไม้เจียงหนาน นครกว่างโจว ใช้เวลาขนส่ง 8 ชม. หรือส่งต่อทางรถยนต์ไปยังตลาดค้าส่งผลไม้เจียซิง มณฑลเจ้อเจียง ใช้เวลาในการขนส่ง 20 - 21 ชม. หรือส่งต่อทางรถยนต์ไปยังตลาดค้าส่งผลไม้ซินฟาตี้ กรุงปักกิ่ง และตลาดค้าส่งผลไม้โส่วเฮงเกาเป่ยเตี้ยน มณฑลเหอเป่ย ใช้เวลาในการขนส่ง ประมาณ 48 ชม.

1.3 เส้นทาง R9 มีเส้นทางหลักในการขนส่งผลไม้ ดังนี้

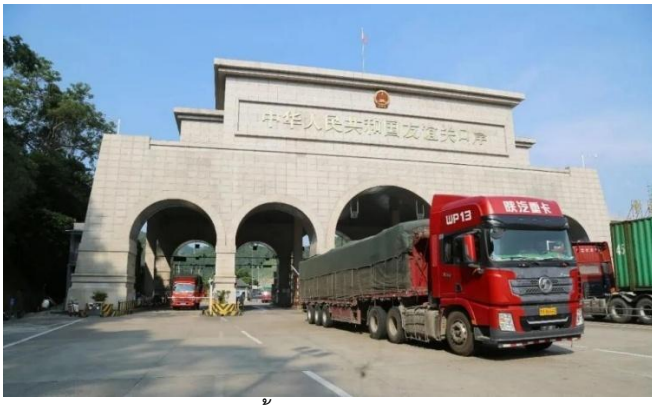
ด่านมุกดาหาร (ไทย) - ด่านสะหวันนะเขต (สปป.ลาว) - ด่านแดนสะหวัน (สปป.ลาว) - ด่านลาวบ๋าว (เวียดนาม) - ด่านหูหงิ (เวียดนาม) - ด่านโหย่วอี้กวน (เขตฯ กว่างซีของจีน) รวมระยะทาง 1,090 กม. ใช้เวลาในการขนส่ง 35 - 40 ชม.

ด่านมุกดาหาร (ไทย) - ด่านสะหวันนะเขต (สปป.ลาว) - ด่านแดนสะหวัน (สปป.ลาว) - ด่านลาวบ๋าว (เวียดนาม) - ด่านหม่งก๋าย (เวียดนาม) - ด่านตงชิง (เขตฯ กว่างซีของจีน) รวมระยะทาง 1,400 กม. ใช้เวลาในการขนส่ง 45 - 50 ชม.

จากนั้น ผลไม้ไทยที่นำเข้ามาจะถูกส่งต่อทางรถยนต์ไปตลาดค้าส่งผลไม้ไฮกรีน นครหนานหนิง ใช้เวลา 2 - 3 ชม. หรือส่งต่อทางรถยนต์ไปยังตลาดค้าส่งผลไม้เจียงหนาน นครกว่างโจว ใช้เวลาขนส่ง 8 ชม. หรือส่งต่อทางรถยนต์ไปยังตลาดค้าส่งผลไม้เจียซิง มณฑลเจ้อเจียง ใช้เวลาในการขนส่ง 20 - 21 ชม. หรือส่งต่อทางรถยนต์ไปยังตลาดค้าส่งผลไม้ซินฟาตี้ กรุงปักกิ่ง และตลาดค้าส่งผลไม้โส่วเฮงเกาเป่ยเตี้ยน มณฑลเหอเป่ย ใช้เวลาในการขนส่ง ประมาณ 48 ชม.

การขนส่งผลไม้ไปจีนตามเส้นทาง R12

การขนส่งผลไม้ตามเส้นทาง R9



ด่านโหย่วอี้กวน เขตฯ กว่างซีจ้วง

ด่านตงชิง เขตฯ กว่างซีจ้วง

2. การขนส่งทางเรือ

การส่งออกลำไยไปจีนทางเรือมีเส้นทางหลักในการขนส่ง ดังนี้

2.1 ท่าเรือแหลมฉบัง - ท่าเรือเสอโข่ว เมืองเซินเจิ้น หรือท่าเรือหนานซา นครกว่างโจว มณฑลกวางตุ้ง ใช้เวลาในการขนส่ง 3 - 5 วัน จากนั้นลำไยไทยที่นำเข้ามาจะถูกส่งต่อทางรถยนต์ไปตลาดค้าส่งผลไม้เจียงหนาน นครกว่างโจว ใช้เวลาในการขนส่ง 2 ชม. เพื่อกระจายต่อภายในจีนต่อไป หรือส่งต่อทางรถยนต์ไปตลาดค้าส่งผลไม้เจียซิง มณฑลเจ้อเจียง ใช้เวลาในการขนส่ง 15 ชม. หรือส่งทางรถยนต์ไปยังตลาดค้าส่งผลไม้ซินฟาตี้ กรุงปักกิ่ง และตลาดค้าส่งผลไม้โส่วเฮงเกาเป่ยเตี้ยน มณฑลเหอเป่ย ใช้เวลาในการขนส่ง ประมาณ 1 - 2 วัน

2.2 ท่าเรือแหลมฉบัง - ท่าเรือเซี่ยงไฮ้ไว่เกาเฉียว นครเซี่ยงไฮ้ ใช้เวลาในการขนส่ง 6 - 8 วัน จากนั้นลำไยไทยที่นำเข้ามาจะถูกส่งต่อทางรถยนต์ไปยังตลาดค้าส่งผลไม้เจียซิง มณฑลเจ้อเจียง ใช้เวลาในการขนส่ง 2 ชม. เพื่อกระจายต่อภายในภาคตะวันออกของจีนต่อไป

2.3 ท่าเรือแหลมฉบัง - ท่าเรือชิวโจว เขตฯ กว่างซีจ้วง ใช้เวลาในการขนส่ง 3 - 5 วัน จากนั้นผลไม้ไทยที่นำเข้ามาจะถูกส่งต่อทางรถยนต์ไปยังตลาดค้าส่งผลไม้ไฮกรีน นครหนานหนิง ใช้เวลาในการขนส่ง 2 ชม. เพื่อกระจายต่อภายในจีนต่อไป เช่น ส่งต่อทางรถยนต์ไปยังนครฉงชิ่งทางภาคตะวันตกของจีน ใช้เวลาในการขนส่ง 17 ชม.

3. **การขนส่งทางอากาศ** เป็นการส่งออกทางเครื่องบินจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของไทยไปยังท่าอากาศยานในเมืองต่างๆ ของจีน ดังนี้

- ท่าอากาศยานปักกิ่ง ใช้เวลาขนส่ง 5 ชม.
- ท่าอากาศยานเซี่ยงไฮ้ ใช้เวลาขนส่ง 4.15 ชม.
- ท่าอากาศยานกว่างโจว มณฑลกวางตุ้ง ใช้เวลาขนส่ง 3 ชม.
- ท่าอากาศยานเซินเจิ้น มณฑลกวางตุ้ง ใช้เวลาขนส่ง 3 ชม.
- ท่าอากาศยานหนานหนิง เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง ใช้เวลาขนส่ง 2 ชม.
- ท่าอากาศยานคุนหมิง มณฑลยูนนาน ใช้เวลาขนส่ง 2.15 ชม.
- ท่าอากาศยานเฉิงตู มณฑลเสฉวน ใช้เวลาขนส่ง 3 ชม.
- ท่าอากาศยานเซี่ยเหมิน มณฑลฝูเจี้ยน ใช้เวลาขนส่ง 3.25 ชม.

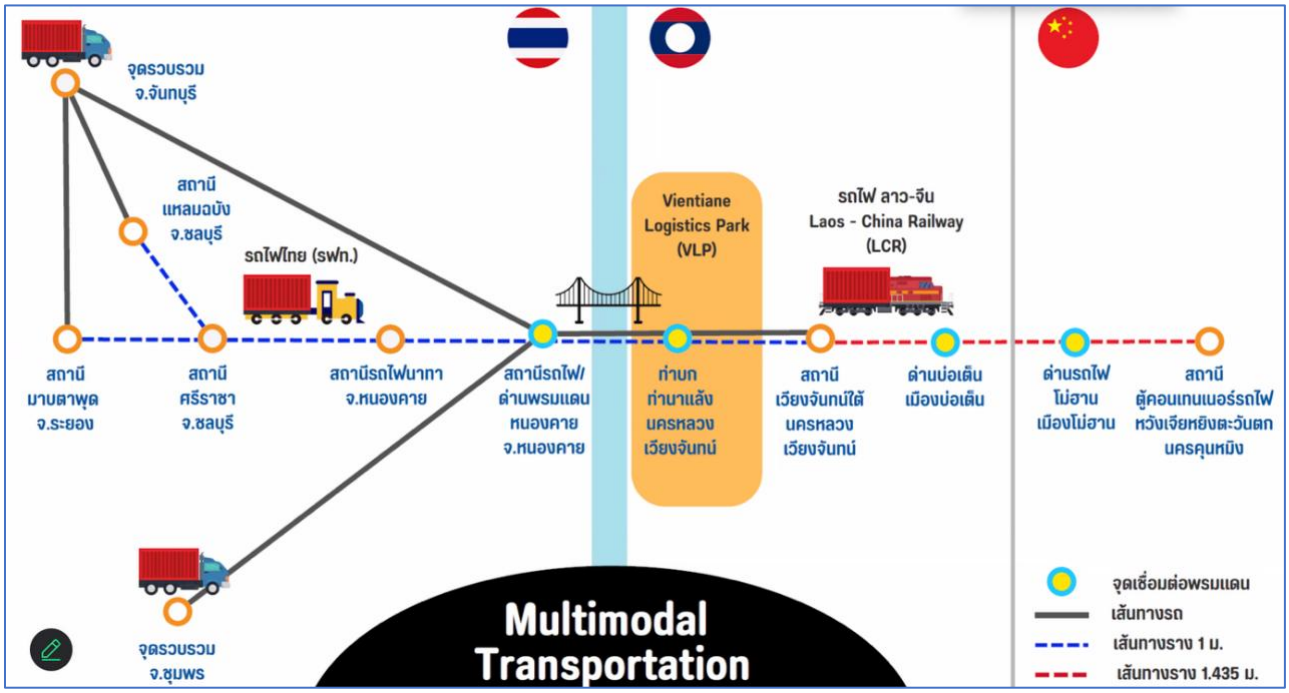
4. **การขนส่งทางรถไฟ**

การส่งออกลำไยไปจีนทางรถไฟมีรูปแบบ ดังนี้

1) จากโรงคัดบรรจุในจังหวัดจันทบุรี ขนส่งทางรถยนต์มายังด่านพรมแดน จังหวัดหนองคาย ข้ามสะพานไปยังสถานีเวียงจันทร์ใต้ ของ สปป.ลาว แล้วยกตู้สินค้าขึ้นขบวนรถไฟขนส่งสินค้าจีน-ลาว

2) จากโรงคัดบรรจุในจังหวัดจันทบุรีขนส่งทางรถยนต์มายังสถานีรถไฟมาบตาพุด จังหวัดระยอง หรือสถานีรถไฟแหลมฉบัง หรือสถานีรถไฟศรีราชา จังหวัดชลบุรี แล้วขนส่งทางรถไฟข้ามสะพานไปยังสถานีท่านาแล้ง และสถานีเวียงจันทร์ใต้ของ สปป.ลาว แล้วยกตู้สินค้าขึ้นขบวนรถไฟขนส่งสินค้าจีน-ลาว

โดยขบวนรถไฟขนส่งสินค้าจีน-ลาว จะผ่านเมืองบ่อเต็น สปป.ลาว เข้าสู่จีนที่ด่านรถไฟโม่ฮาน เขตสิบสองปันนา มณฑลยูนนาน แล้วส่งทางรถไฟต่อไปยังสถานีรถไฟหวังเจียหยิงตะวันตก นครคุนหมิง รวมระยะทางจากสถานีเวียงจันทร์ใต้ถึงสถานีหวังเจียหยิงตะวันตก 1,035 กม. (ระยะทางในจีน 613 กม. ระยะทางใน สปป.ลาว 422 กม.) ใช้เวลาในการขนส่ง 26 ชม. จากนั้น จึงจะกระจายสินค้าทางรถยนต์ไปยังตลาดค้าส่งผลไม้จินหม่าเจิงชาง นครคุนหมิง หรือตลาดค้าส่งผลไม้เจียงหนาน นครกว่างโจวต่อไป



รูปแบบการขนส่งผลไม้จากโรงคัดบรรจุมายังสถานีรถไฟเวียงจันทร์ใต้ เพื่อส่งทางรถไฟไปจีน

(ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)

ตลาดค้าส่งผลไม้ที่สำคัญของจีน

1) ตลาดค้าส่งผลไม้เจียงหนาน นครกว่างโจว มณฑลกวางตุ้ง

ตลาดค้าส่งผลไม้เจียงหนาน ก่อตั้งในปี 2537 ตั้งอยู่ที่นครกว่างโจว มณฑลกวางตุ้ง เป็นตลาดค้าส่งผักและผลไม้ที่มีปริมาณการจำหน่ายสูงสุดในจีน 21 ปีติดต่อกัน โดยในปี 2567 มีปริมาณการซื้อขายผักและผลไม้รวมกว่า 5,028,100 ตัน มูลค่ารวม 28,967 ล้านหยวน (ประมาณ 132,669 ล้านบาท) มีพื้นที่กว่า 400,000 ตารางเมตร ให้บริการครบวงจรทั้งศูนย์ข้อมูล ศูนย์บัญชี ศูนย์ทดสอบ อาคารสำนักงาน ห้องเย็น ศูนย์กำจัดขยะ ธนาคาร โรงแรม เป็นต้น เป็นศูนย์กลางค้าส่งผลไม้ โดยเป็นตลาดที่พ่อค้านำผลไม้จากภาคเหนือลงมาจำหน่ายทางภาคใต้ของจีน รวมถึงนำผลไม้จากภาคใต้และผลไม้นำเข้าขึ้นไปจำหน่ายทางภาคเหนือของจีน และกระจายไปยังมณฑลต่างๆ โดยรอบ

ตลาดค้าส่งผลไม้เจียงหนาน นครกว่างโจว มณฑลกวางตุ้ง

2) ตลาดค้าส่งผลไม้เจียซิง มณฑลเจ้อเจียง

ตลาดค้าส่งผลไม้เจียซิงเป็นตลาดค้าส่งผลไม้ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในจีนตะวันออก ก่อตั้งขึ้นในปี 1992 เป็นตลาดระดับมืออาชีพขนาดใหญ่ที่มีห่วงโซ่อุตสาหกรรมที่ครบวงจร เช่น ฐานห่วงโซ่ความเย็น การจัดจำหน่าย การรวบรวม การนำเข้าและส่งออก การค้าปลีก e-commerce จัดประชุมฟอรั่ม และนิทรรศการ เป็นต้น ซึ่งหลังจากพัฒนาเป็นระยะเวลาสามสิบปี ตลาดได้ขยายพื้นที่ครอบคลุม 7 มณฑลในจีน ได้แก่ เจียงซู เจ้อเจียง เซี่ยงไฮ้ อันฮุย เจียงซี ฝูเจี้ยน และซานตง ซึ่งครอบคลุมส่วนแบ่ง GDP 46 ล้านล้านหยวน (คิดเป็น 38%) และประชากร 440 ล้านคน (คิดเป็น 31%)

ตลาดค้าส่งผลไม้เจียซิง เมืองเจียซิง มณฑลเจ้อเจียง

ตลาดค้าส่งผลไม้เจียซิงยังเป็นศูนย์กระจายผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคสามเหลี่ยมปากแม่น้ำแยงซี ปัจจุบันตลาดมีพื้นที่ 225 ไร่ แบ่งออกเป็น 2 โซน ได้แก่ โซนจำหน่ายผลไม้ท้องถิ่นภายในประเทศจีน และโซนผลไม้นำเข้า อีกทั้งยังมีตลาดสาขาย่อยในมณฑลซานตง ทั้งนี้ ตลาดฯ มุ่งมั่นที่จะสร้างตลาดระดับโลกด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย การบริการครบวงจร และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยในปี 2567 มีปริมาณการค้าผลไม้รวม 4.13 ล้านตัน ซึ่งปริมาณการค้าผลไม้นำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.82 และมูลค่าการค้าเพิ่มขึ้น 9.74 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ปริมาณการค้าผลไม้นำเข้า 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) ทุเรียน 2) แก้วมังกร 3) ขนุน 4) ลูกพรุนและบลูเบอร์รี่ และ 5) เชอร์รี่

โซนผลไม้นำเข้าในตลาดเจียซิงมีชื่อทางการว่า “ตลาดผลไม้เจียซิงไห่กว่างซิง” สร้างขึ้นในปี 2561 และเป็นส่วนหนึ่งของตลาดเจียซิง มีพื้นที่ 115,000 ตารางเมตร ตลาดผลไม้เจียซิงไห่กว่างซิงเน้นผลไม้นำเข้าเป็นหลัก และเป็นพื้นที่หลักในการดำเนินการนำเข้าและจัดจำหน่ายผลไม้จากต่างประเทศ ตลาดนำเข้าผลไม้จากทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (รวมถึงประเทศไทย) มากถึงร้อยละ 70 และนำเข้าจากทวีปอื่นรวมกันอีกร้อยละ 30 ซึ่งผลไม้ไทยที่เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคจีนอย่างมาก ได้แก่ ทุเรียน มะพร้าว มังคุด และลำไย ปัจจุบันนี้ตลาดผลไม้เจียซิงไห่กว่างซิง มีการค้าสินค้าผลไม้จากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ใหญ่เป็นอันดับที่ 2 รองลงมาจากตลาดผักผลไม้เจียงหนาน ณ นครกว่างโจว

ปัจจุบันตลาดผลไม้เจียซิงไห่กว่างซิงเป็นศูนย์กลางการค้าผลไม้เมืองร้อนที่ใหญ่ที่สุดในจีนตะวันออก ซึ่งการค้าทุเรียน แก้วมังกร ลำไย และขนุนได้ครองอันดับต้นๆ ในตลาดจีนตะวันออก โดยเฉพาะปริมาณการค้าขนุนที่ติดอันดับหนึ่งในประเทศจีนจนกลายเป็นศูนย์กลางการค้าขนุนที่ใหญ่ที่สุดในประเทศจีน

นอกจากนี้ ภายในนครเซี่ยงไฮ้ยังมีตลาดค้าส่งสินค้าเกษตรนานาชาติซีเจียวที่เป็นตลาดค้าส่งผลไม้เมืองร้อนที่ใหญ่สุดในนครเซี่ยงไฮ้ แต่ปริมาณการค้าผลไม้เมืองร้อนยังเทียบกับตลาดค้าส่งผลไม้เจียซิงไม่ได้ เช่น ปริมาณการค้าทุเรียนโดยรวมคิดเป็น 1 ใน 5 ของตลาดค้าส่งผลไม้เจียซิงเท่านั้น เพราะฉะนั้นก็ยังอาศัยการนำเข้าผลไม้เมืองร้อนจากตลาดค้าส่งผลไม้เจียซิงด้วย ซึ่งใช้เวลาในการขนส่งทางรถยนต์ประมาณ 1.5 ชม. นอกจากนี้ จากตลาดค้าส่งผลไม้เจียซิงไปยังร้านค้าปลีกในเขตใจกลางเมือง เช่น ซุปเปอร์มาร์เก็ต city'super ซุปเปอร์มาร์เก็ต ALDI หรือซุปเปอร์มาร์เก็ต Hema ใช้เวลาในการขนส่งทางรถยนต์ประมาณ 2 ชม.

3) ตลาดค้าส่งผลไม้ซินฟาตี้ กรุงปักกิ่ง

ตลาดค้าส่งผลไม้ซินฟาตี้ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2531 ตั้งอยู่ในเขตเฟิ่งไถ กรุงปักกิ่ง เป็นตลาดค้าส่งสินค้าเกษตรขนาดใหญ่ของจีนตอนเหนือ และเป็นศูนย์กระจายสินค้าเกษตรที่มีบทบาทสำคัญในการรักษาเสถียรภาพด้านราคาสินค้าเกษตรของกรุงปักกิ่งและพื้นที่ใกล้เคียง

ในปี 2567 ตลาดซินฟาตี้มีปริมาณการซื้อขายผักและผลไม้รวมกว่า 17.5 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่าการซื้อขายรวม ประมาณ 150,000 ล้านหยวน (ประมาณ 687,000 ล้านบาท) มีพื้นที่ใช้งานรวมกว่า 112 เฮกตาร์ (1.12 ล้านตารางเมตร) แบ่งเป็นพื้นที่ค้าส่ง พื้นที่คลังสินค้า ห้องเย็น ศูนย์กระจายสินค้า อาคารสำนักงาน และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ศูนย์ข้อมูล ศูนย์ตรวจสอบคุณภาพ ศูนย์โลจิสติกส์ โรงแรม และธนาคาร

ตลาดแห่งนี้เป็นศูนย์กลางสำคัญในการกระจายผักและผลไม้เข้าสู่กรุงปักกิ่ง โดยเฉพาะผลไม้และผักที่ส่งมาจากภาคใต้และมณฑลอื่นๆ รวมถึงสินค้านำเข้า โดยใช้ระบบโลจิสติกส์ที่ทันสมัย ทั้งคลังแช่เย็น รถบรรทุกควบคุมอุณหภูมิ และระบบติดตามข้อมูลสินค้าแบบเรียลไทม์

ตลาดซินฟาตี้ยังมีบทบาทในการส่งเสริมการค้าผลไม้ต่างประเทศ โดยเป็นหนึ่งในตลาดแรกๆ ที่รับผลไม้นำเข้าจากอาเซียน อเมริกาใต้ และแอฟริกา และมีการกระจายสินค้าไปยังตลาดค้าส่งรองในหลายมณฑลทั่วประเทศจีน โดยเฉพาะเขต Jing-Jin-Ji (ปักกิ่ง-เทียนจิน-เหอเป่ย)

นอกจากนี้ เพื่อรองรับการขยายตัวของปริมาณการค้า ทางตลาดได้ร่วมมือกับรัฐบาลท้องถิ่นในการพัฒนาพื้นที่ใหม่ที่เมืองเกาฝ่างเตี้ยน มณฑลเหอเป่ย ซึ่งเป็น “Xinfadi North Logistics Park” เพื่อรองรับการจัดเก็บสินค้าและลดปัญหาการจราจรในเขตเมืองหลวง

ทั้งนี้ การนำเข้าสินค้าผลไม้จากไทยมายังตลาด ส่วนใหญ่ขนส่งทางรถยนต์ ผ่านด่านทางบกในมณฑลยูนนาน และเขตฯ กว่างซีจ้วง โดยใช้การขนส่งโดยรถบรรทุกจากด่านนำเข้ามายังตลาดใช้เวลาประมาณ 48 ชม.

ตลาดค้าส่งผลไม้ซินฟาตี้ กรุงปักกิ่ง

4) ตลาดค้าส่งผลไม้โส่วเฮงเกาเป่ยเตี้ยน มณฑลเหอเป่ย

ตลาดค้าส่งผลไม้โส่วเฮงเกาเป่ยเตี้ยน ก่อตั้งขึ้นในปี 2558 ตั้งอยู่ที่เมืองเกาเป่ยเตี้ยน มณฑลเหอเป่ย เป็นตลาดค้าส่งผลไม้ ผัก และผลิตผลเกษตรขนาดใหญ่ในภาคเหนือของจีน และถือเป็นหนึ่งในศูนย์กลางโลจิสติกส์สำคัญที่เกิดขึ้นจากนโยบายของรัฐบาลจีนในการย้ายกิจกรรมที่ไม่จำเป็นออกจากกรุงปักกิ่ง โดยย้ายกิจกรรมจากตลาดซินฟาตี้เดิม มาตั้งที่นี่

ในปี 2567 ตลาดโส่วเฮงเกาเป่ยเตี้ยนมีปริมาณการซื้อขายผลไม้และผักรวมกว่า 1,910 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่าการซื้อขายกว่า 1,410,000 ล้านหยวน (ประมาณ 639,000 ล้านบาท) มีพื้นที่มากกว่า 1.6 ล้านตารางเมตร ให้บริการอย่างครบวงจร ทั้งศูนย์ข้อมูล ศูนย์บัญชี ห้องทดสอบคุณภาพสินค้า อาคารสำนักงาน ห้องเย็นระบบอัจฉริยะ (Smart Cold Chain) ศูนย์โลจิสติกส์ ศูนย์อีคอมเมิร์ซ ศูนย์คัดบรรจุ ศูนย์กำจัดขยะ ธนาคาร และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

ตลาดค้าส่งผลไม้โส่วเฮงเกาเป่ยเตี้ยน มณฑลเหอเป่ย

ตลาดแห่งนี้เป็นศูนย์กลางการกระจายผลไม้ภาคเหนือ โดยเป็นจุดรวมผลไม้จากภาคใต้ เช่น ลิ้นจี่ ทุเรียน มังคุด และผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ไทย เวียดนาม ชิลี อียิปต์ เพื่อกระจายขึ้นไปยังกรุงปักกิ่ง เทียนจิน มณฑลเหอเป่ย มณฑลเหอหนาน และเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน รวมถึงใช้เป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าเกษตรไปทั่วภูมิภาคจีนตอนบน

ตลาดนี้ตั้งอยู่ในทำเลยุทธศาสตร์ที่มีโครงข่ายคมนาคมสะดวก ทั้งทางด่วนเชื่อมกรุงปักกิ่ง ระบบรถไฟความเร็วสูง และการเชื่อมต่อไปยังท่าเรือเทียนจิน ซึ่งช่วยให้สามารถรองรับการขนส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ นอกจากนี้ ยังสามารถจัดส่งสินค้าไปยังปักกิ่งได้ภายในเวลาเพียง 1 ชม. และให้บริการขนส่งตลอด 24 ชม.

<u>เส้นทางและเวลาในการขนส่งจากด่านนำเข้ามายังตลาดโส่วเฮงเกาเป่ยเตี้ยน</u>:

• จากด่านโม่ฮาน ⟶ ผ่านระบบโลจิสติกส์ห้องเย็น ⟶ ส่งต่อผ่านนครคุนหมิง ⟶ รถห้องเย็นขนส่งต่อมายังตลาด ใช้เวลาประมาณ 4 - 5 วัน

• จากด่านโหย่วอี้กวน เมืองผิงเสียง ⟶ ผ่านนครกว่างโจว หรือนครหนานหนิง ⟶ มายังปักกิ่งและตลาดเกาเป่ยเตี้ยน ใช้เวลาประมาณ 3 - 4 วัน

• จากท่าเรือหนานซา ⟶ ใช้รถห้องเย็นวิ่งตรงมายังตลาด ใช้เวลาประมาณ 3 - 5 วัน (ขึ้นกับระยะเวลาลงเรือและขั้นตอนศุลกากร)

• หากเป็นการขนส่งทางอากาศ (ผลไม้พรีเมียมหรือเร่งด่วน) ⟶ ลงที่สนามบินในกรุงปักกิ่งหรือนครเทียนจิน ⟶ ขนส่งเข้าตลาดโดยตรง ใช้เวลาไม่เกิน 1 วัน

ตลาดโส่วเฮงเกาเป่ยเตี้ยนจึงเป็นตลาดค้าส่งที่มีบทบาทสำคัญในระบบห่วงโซ่อุปทานผลไม้ของจีนตอนเหนือ และกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านปริมาณการค้าและระบบโลจิสติกส์ที่ทันสมัยรองรับการค้าผลไม้ระดับนานาชาติ และเป็นจุดกระจายสินค้าเกษตรสำคัญแห่งหนึ่งของจีนในปัจจุบัน

5) ตลาดค้าส่งผลไม้จินหม่าเจิ้งชาง นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน

ตลาดค้าส่งผลไม้จินหม่าเจิ้งชาง ก่อตั้งในปี 2540 ตั้งอยู่ที่นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน มีหน้าร้านกว่า 300 ห้อง มีพื้นที่ซื้อขายสินค้ากว่า 120,000 ตารางเมตร มีห้องเย็น 11 ห้อง ความจุรวม 4,000 ตัน เพื่ออำนวยความสะดวกในการค้าผลไม้จีนและผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากกลุ่มอาเซียน ซึ่งตลาดมี “เขตผลไม้อาเซียน” โดยเฉพาะ เป็นศูนย์กลางการค้าส่งผลไม้ในมณฑลยูนนานและพื้นที่ใกล้เคียง

ตลาดค้าส่งผลไม้จินหม่าเจิ้งชาง นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน

6) ตลาดค้าส่งผลไม้ไห่จี๋ซิง (ไฮกรีน) นครหนานหนิง เขตฯ กว่างซีจ้วง

ตลาดค้าส่งผลไม้ไห่จี๋ซิง (ไฮกรีน) ก่อตั้งในปี 2551 ตั้งอยู่ที่นครหนานหนิง เขตฯ กว่างซีจ้วง ด้วยเงินลงทุน 1,500 ล้านหยวน มีพื้นที่ 239ไร่ ดำเนินธุรกิจหลักด้านค้าส่งผลไม้ ผัก และสินค้าแช่แข็ง โดยมีปริมาณการซื้อขายผลไม้ติดอันดับ 1 ใน 10 ของจีน มีห้องเย็นความจุหมื่นตัน มีปริมาณการซื้อขายสินค้าเกษตรในแต่ละวันมากกว่า 1,000 ตัน มีปริมาณการซื้อขายเฉลี่ยปีละ 2,190,000 ตัน และมูลค่าการซื้อขายสินค้าเกษตรกับกลุ่มประเทศอาเซียนเฉลี่ยปีละ 12,000 ล้านหยวนนับถึงปี 2566 ครอบคลุมพื้นที่ภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน รวมไปถึงตลาดเวียดนาม

ตลาดค้าส่งผลไม้ไห่จี๋ซิง (ไฮกรีน) นครหนานหนิง เขตฯ กว่างซีจ้วง

พฤติกรรมการบริโภคลำไยของคนจีน

(ที่มา: แพลตฟอร์มออนไลน์ Hema และ Wu Mart)

จากรูปภาพการรีวิวลำไยของผู้บริโภคชาวจีน พบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคจีนที่สำคัญ ดังนี้

1. ให้ความสำคัญกับความสด (新鲜)
    - คำว่า “非常新鲜” (สดมาก) ปรากฏบ่อยในการรีวิว
    - ผู้บริโภคจะสังเกตว่าลำไยวางไว้นานหรือไม่ ถ้าเนื้อเปลี่ยนสีจะถูกมองว่าคุณภาพลดลง
2. รสชาติที่ผู้บริโภคต้องการ
    - นิยมรสหวานกำลังดี “甜度适中” และหวานแบบสดชื่น “清甜爽口”
    - ผู้ซื้อชอบที่เนื้อมีน้ำเยอะ (ฉ่ำน้ำ) “水分充足” ทำให้เมื่อรับประทานแล้วรู้สึกสดชื่น
3. ลักษณะผลและคุณภาพ
    - ผู้ซื้อสนใจว่า “大小均匀” (ขนาดผลสม่ำเสมอ)
    - ชื่นชอบ “果肉晶莹剔透” (เนื้อใสแวววาว) และ “肉厚核小” (เนื้อหนา เมล็ดเล็ก)
    - มีข้อสังเกตบ้างว่า “核比较大” (เมล็ดค่อนข้างใหญ่) ซึ่งเป็นข้อเสียเปรียบ
4. ความสะดวกในการซื้อ
    - การขายออนไลน์ + จัดส่งภายในประมาณ 45 นาที (O2O: online to offline) ตอบโจทย์คนเมืองที่ต้องการรับประทานผลไม้สดอย่างรวดเร็ว
    - บรรจุภัณฑ์แบบกล่องโปร่งใส ทำให้ผู้ซื้อเห็นคุณภาพจริง
5. ความภักดีของลูกค้า (回头客)
    - มีรีวิวว่า “购买 3+次” (ซื้อซ้ำ 3 ครั้งขึ้นไป) แสดงถึง การบริโภคซ้ำ หากคุณภาพสม่ำเสมอ
    - คะแนนความพอใจสูง (95 - 96.5%) สะท้อนการยอมรับในตลาด

การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคลำไยของผู้บริโภคชาวจีน

จากการสำรวจข้อมูลรีวิวสินค้าและการจัดจำหน่ายลำไยบนแพลตฟอร์มออนไลน์ในกรุงปักกิ่ง พบว่า ทั้งลำไยไทยและลำไยจีน ได้รับความสนใจจากผู้บริโภค แต่มีรูปแบบการรับรู้และพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันออกไป โดยปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของผู้บริโภค ได้แก่ ความสดใหม่ รสชาติ คุณภาพของเนื้อผล ความสะดวกในการบริโภค และความคุ้มค่าของราคา

ลำไยจีน (国产龙眼)

จากรีวิวของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ลำไยจีนได้รับการประเมินว่า สดใหม่ รสชาติหวานพอดี เนื้อฉ่ำน้ำ และขนาดผลค่อนข้างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ ยังมีการกล่าวถึงว่าลำไยจีนมีความสะดวกในการหาซื้อ ราคาจำหน่ายอยู่ในระดับที่ผู้บริโภครับได้ และเหมาะสมกับคุณภาพ จุดแข็งที่ชัดเจนของลำไยจีนคือ ภาพลักษณ์ของผลไม้ท้องถิ่นคุณภาพ ที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นสูง และได้รับการมองว่าเป็นผลไม้สดตามฤดูกาลที่เข้ากับรสนิยมของชาวจีน แต่บางความเห็นสะท้อนว่ามีเมล็ดขนาดใหญ่ ซึ่งทำให้ปริมาณเนื้อต่อผลน้อยลงเล็กน้อย

ลำไยไทย (泰国龙眼)

สำหรับลำไยไทย พบการจำหน่ายในสองลักษณะ คือ

- ลำไยสดแบบผล (500 กรัม) ราคาประมาณ 8.9 - 9.9 หยวน ผู้บริโภครีวิวว่าเนื้อมีความหวานฉ่ำน้ำ ผลมีความสดใหม่ และมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับปริมาณและราคา จุดเด่นคือรสชาติที่เข้มข้นและเนื้อที่หนาแน่นกว่าลำไยจีน
- ลำไยไทยแบบปอกเปลือกคว้านเมล็ด (180 กรัม) ราคาประมาณ 19.9 หยวน ผู้บริโภคชื่นชมในความสะดวกสบาย เหมาะสำหรับกลุ่มคนเมืองที่ต้องการผลไม้พร้อมบริโภคทันที รีวิวส่วนใหญ่ยืนยันว่าสดใหม่ รสชาติหวานกำลังดี เนื้อใสฉ่ำน้ำ และเมล็ดเล็ก ทำให้รู้สึกถึงคุณภาพระดับพรีเมียม

โดยสรุป พฤติกรรมการบริโภคลำไยของผู้บริโภคชาวจีนสะท้อนว่า ลำไยจีน ได้เปรียบในด้านการเข้าถึงง่ายและการรักษาภาพลักษณ์ผลไม้ท้องถิ่นคุณภาพสูง ในขณะที่ลำไยไทยมีจุดแข็งด้านรสชาติที่หวานเข้มข้น เนื้อหนาแน่น และการพัฒนาสินค้าในรูปแบบ พร้อมรับประทาน (Ready-to-eat) ซึ่งตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเมืองรุ่นใหม่ที่เน้นความสะดวก ความสะอาด และความพรีเมียม แม้ว่าจะมีราคาสูงกว่าลำไยสดทั่วไป แต่ผู้บริโภคก็ยอมรับได้ เนื่องจากมองว่าเป็นสินค้าที่สะท้อนถึงคุณภาพและความแตกต่าง

การวิเคราะห์การทำการตลาดของลำไยไทยและลำไยจีนในซุปเปอร์มาร์เก็ตจีน

จากการสำรวจข้อมูลการจำหน่ายลำไยในซุปเปอร์มาร์เก็ตและแพลตฟอร์มออนไลน์ของจีน พบว่า ทั้งลำไยไทยและลำไยจีน มีการทำการตลาดที่แตกต่างกัน แต่ต่างก็ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคชาวจีนที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความสดใหม่ และความคุ้มค่าของราคา

ในส่วนของ ลำไยจีน จุดขายหลักที่ถูกนำเสนอคือ “ความสดใหม่” เนื่องจากเป็นผลผลิตภายในประเทศ ทำให้ห่วงโซ่อุปทานสั้น ผู้บริโภคมั่นใจในความสดและคุณภาพที่ได้มาตรฐานของผลไม้ท้องถิ่น การทำการตลาดของลำไยจีนจึงเน้นการสร้างภาพลักษณ์ของผลไม้ตามฤดูกาลที่บริโภคง่าย ราคาไม่สูง และเข้าถึงได้ทั่วไป โปรโมชั่นที่ใช้มักอยู่ในรูปแบบการลดราคาตามปริมาณการซื้อ หรือการทำแคมเปญกระตุ้นยอดขายในฤดูกาลผลไม้ภายในประเทศ ทั้งนี้ แม้ว่าลำไยจีนจะได้เปรียบด้าน “ความสด” แต่ผู้บริโภคบางส่วนสะท้อนว่าคุณภาพของเนื้อไม่หนาและเมล็ดใหญ่เมื่อเทียบกับลำไยไทย ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการแข่งขัน

ในทางกลับกัน ลำไยไทย ได้รับการทำตลาดโดยเน้นไปที่ คุณภาพ รสชาติ และภาพลักษณ์ความเป็นผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศ จุดเด่นที่ถูกสื่อสารอย่างชัดเจนคือ “เนื้อหนา เมล็ดเล็ก รสหวานฉ่ำจัดและมีน้ำมาก” ซึ่งสร้างความแตกต่างจากลำไยจีนที่เน้นความสดใหม่ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังใช้กลยุทธ์ด้านราคามาเป็นเครื่องมือ โดยการจัดโปรโมชั่น Flash Sale หรือการจำหน่ายในรูปแบบแพ็คใหญ่ราคาพิเศษ เช่น ลำไยไทย 500 กรัม ในราคา 8.9 หยวน ซึ่งเมื่อเทียบต่อหน่วยแล้วดูคุ้มค่ากว่าลำไยจีน อีกทั้งยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบพร้อมบริโภค (ปอกเปลือกคว้านเมล็ด) วางจำหน่ายในราคาสูงที่กว่า (19.9 หยวนต่อ 180 กรัม) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเมืองที่เน้นความสะดวกสบายและคุณภาพพรีเมียม การใช้บรรจุภัณฑ์โปร่งใสพร้อม QR Code แหล่งผลิต ยังเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่ช่วยเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค

เมื่อพิจารณาเชิงพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ลำไยไทยได้รับคำชมในด้านรสชาติที่หวานจัดชุ่มฉ่ำ เนื้อใสและเมล็ดเล็ก ขณะที่ลำไยจีนได้รับการยอมรับในความสดใหม่และการเข้าถึงที่ง่าย ราคาของทั้งสองฝั่งมีการแข่งขันสูง แต่การที่ลำไยไทยใช้กลยุทธ์ การสร้างคุณค่าด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ที่ดีของผลไม้ไทยร่วมกับโปรโมชั่นราคาคุ้มค่า ทำให้สามารถแทรกตัวเข้ามาแข่งขันในตลาดจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ลำไยไทยเป็นผลไม้ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและความหมายทางวัฒนธรรมในสายตาชาวจีน ในปัจจุบันราคาลำไยไทยในตลาดจีนมีแนวโน้มปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับช่วงหลายปีที่ผ่านมา สาเหตุสำคัญมาจากโครงสร้างตลาดที่เปลี่ยนไป กล่าวคือ จีนได้ขยายพื้นที่เพาะปลูกลำไยเองมากขึ้น โดยเฉพาะในมณฑลกวางตุ้ง เขตฯ กว่างซีจ้วง และยูนนาน ทำให้ผลผลิตในประเทศจีนสามารถตอบสนองความต้องการบริโภคได้ในระดับหนึ่ง อีกทั้งตลาดผลไม้ในจีนยังมีทางเลือกที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นลิ้นจี่ องุ่น แอปเปิ้ล แตงโม สาลี่ ลูกท้อ หรือผลไม้นำเข้าจากประเทศอื่นๆ เช่น ทุเรียน เชอร์รี่ เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคจีนมองว่าลำไยไทยไม่ใช่ผลไม้พรีเมียมที่ผู้บริโภคจีน “จำเป็นต้องซื้อ” เหมือนกับผลไม้บางชนิดที่หายากและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

อย่างไรก็ตาม ลำไยไม่ได้มีเพียงคุณค่าในเชิงโภชนาการเท่านั้น แต่ยังมีมิติทางวัฒนธรรม ที่ฝังรากลึกในสังคมจีนด้วย คำว่า “ลำไย” หรือ 龙眼 (หลงเหยียน) ในภาษาจีน แปลความหมายว่า “ดวงตาของมังกร” ซึ่งมังกรเป็นสัญลักษณ์แห่งอำนาจ ความเจริญรุ่งเรือง และความเป็นสิริมงคลในวัฒนธรรมจีน ดังนั้น การบริโภคลำไยจึงสื่อถึงความเป็นสิริมงคลและโชคลาภ ด้วยเหตุนี้ ลำไยมักถูกเลือกให้เป็นผลไม้ที่เหมาะสำหรับการถวายบูชาเทพเจ้า หรือมอบเป็นของขวัญในช่วงเทศกาลสำคัญ โดยเฉพาะเทศกาลตรุษจีน ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นปีใหม่ของชาวจีน กลุ่มผู้บริโภครุ่นเก่าและครอบครัวที่ยังยึดถือประเพณีมักนิยมซื้อและบริโภคลำไยในช่วงเวลานี้เพื่อความเป็นมงคลแก่ชีวิตและครอบครัว

กล่าวโดยสรุป แม้ราคาลำไยไทยในตลาดจีนจะเผชิญแรงกดดันจากปัจจัยด้านการผลิตภายในประเทศและการแข่งขันจากผลไม้อื่น แต่ลำไยยังคงมีจุดแข็งเชิงวัฒนธรรมที่แตกต่าง ผลไม้ชนิดนี้ไม่ได้เป็นเพียงสินค้าเกษตรธรรมดา หากแต่เป็นสัญลักษณ์แห่งความหมายที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมจีนมายาวนาน ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ๆ เพื่อนำเสนอ “ความหมายและเรื่องราว” ของลำไยไทยให้สอดคล้องกับความเชื่อและรสนิยมของผู้บริโภคจีน

****

จัดทำโดย
สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตร ประจำกรุงปักกิ่ง
ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว
ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้