

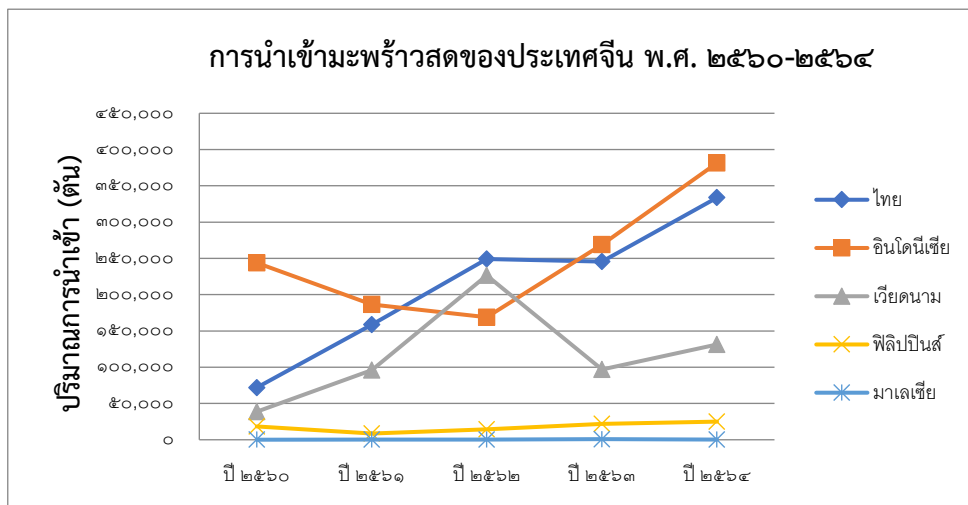


โอกาสมะพร้าวไทยในตลาดจีน

● การนำเข้ามะพร้าวของจีน

จีนเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยผลไม้เขตร้อนชนิด พร้อมทั้งยังนำเข้าผลไม้ต่างๆ จากทั่วโลก โดย “มะพร้าว” เป็นหนึ่งในผลไม้เมืองร้อนที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคจีนอย่างต่อเนื่อง ทั้งบริโภคสด บรรจุ และแปรรูปให้เข้ากับวัฒนธรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่น

เนื่องด้วยการผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค อัตราการนำเข้ามะพร้าวของจีนจึงเพิ่มสูงขึ้นมาก ในช่วงระยะเวลา ๕ ปี ตั้งแต่ปี ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ ประเทศหลักในการส่งออกมะพร้าวสดเข้าประเทศจีนคือ อินโดนีเซีย ไทย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และ มาเลเซีย ตามลำดับ ซึ่งจากปริมาณการนำเข้ามะพร้าวสดของจีนในปี ๒๕๖๔ คือ ๘๗๑,๗๕๓ ตัน มูลค่า ๔๕๑,๗๘๗,๗๙๓ ดอลลาร์สหรัฐ โดยมีปริมาณเพิ่มขึ้น ๑.๒๘ เท่า และมูลค่าเพิ่มขึ้น ๑.๗๒ เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปี ๒๕๖๐ (๕ ปีที่ผ่านมา) โดยข้อมูลจากสำนักงานศุลกากรจีนพบว่าตั้งแต่ไตรมาสแรกของปี ๒๕๖๕ (เดือนมกราคม – เดือนมีนาคม) จีนนำเข้ามะพร้าวสด (พิกัดศุลกากร ๐๘๐๑๑๒๐๐) ทั้งหมด ๒๒๗,๕๔๔ ตัน มูลค่า ๑๓๓,๗๓๓,๐๓๓ ดอลลาร์สหรัฐ โดยมีปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ ๓๕ และมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ ๕๕ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงไตรมาสแรกของปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ ข้อมูลจากเว็บไซต์ Produce Report รายงานว่า จีนนำเข้ามะพร้าวจากไทยและอินโดนีเซีย รวมถือครองสัดส่วนกว่าร้อยละ ๙๐ ของการนำเข้ามะพร้าวสดทั้งหมด โดยส่วนที่เหลือคือนำเข้าจากเวียดนาม ฟิลิปปินส์ และ มาเลเซีย



	ปี ๒๕๖๐	ปี ๒๕๖๑	ปี ๒๕๖๒	ปี ๒๕๖๓	ปี ๒๕๖๔	รวม ๕ ปี
ไทย	๗๑,๙๘๓	๑๕๘,๘๑๐	๒๔๙,๑๑๕	๒๔๕,๖๖๒	๓๓๓,๗๐๓	๑,๐๕๙,๒๗๓
อินโดนีเซีย	๒๔๓,๗๗๑	๑๘๖,๖๓๗	๑๖๘,๙๑๖	๒๖๙,๐๗๙	๓๘๑,๔๕๘	๑,๒๔๙,๘๖๑
เวียดนาม	๓๘,๖๙๘	๙๕,๘๙๖	๒๒๖,๕๐๘	๙๖,๖๗๔	๑๓๑,๔๙๑	๕๘๙,๒๖๗
ฟิลิปปินส์	๑๘,๒๑๒	๘,๖๐๔	๑๔,๕๔๐	๒๒,๐๐๘	๒๔,๙๘๑	๘๘,๓๔๕
มาเลเซีย	๗๐	๗๒	๑๕๙	๘๗๗	๑๒๐	๑๒๘๘
อื่นๆ	๘๗๔๙	๐	๘	๐	๐	๘,๗๕๗
รวม	๓๘๑,๔๘๓	๔๕๐,๐๑๙	๖๕๙,๒๔๖	๖๓๔,๓๐๐	๘๗๑,๗๕๓	๒,๙๙๖,๘๐๑

ในภาพรวมไทยมีอัตราการส่งออกมะพร้าวสดมายังประเทศจีนที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ๒๕๖๔ มีปริมาณการนำเข้าเพิ่มจากปี ๒๕๖๓ ถึง ๓๖ เปอร์เซ็นต์ จากข้อมูลสถิติของศุลกากรแห่งชาติจีน จะเห็นได้ว่า ในช่วงไตรมาสแรกของปี ๒๕๖๕ (เดือนมกราคม – มีนาคม) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ภาพรวมการนำเข้าผลไม้ไทยมีปริมาณเพิ่มขึ้นค่อนข้างเล็กน้อยเพียง ๕ เปอร์เซ็นต์ เนื่องด้วยสถานการณ์การระบาดของโควิดในประเทศไทยและในจีน โดยผลไม้ส่วนใหญ่ ได้แก่ ทูเรียนสด ลำไยสด มังคุดสด และมะม่วงสด มีปริมาณการนำเข้าลดลงเป็นอย่างมากที่ ๑๖ เปอร์เซ็นต์ ๒๐ เปอร์เซ็นต์ ๓๙ เปอร์เซ็นต์ และ ๘๘ เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ ในขณะที่มะพร้าวกลับมีปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นสูงถึง ๘๐ เปอร์เซ็นต์

ตารางเปรียบเทียบการนำเข้าสินค้าเกษตรจากไทยของประเทศไทยเดือนมกราคม-มีนาคม ๒๕๖๔ และ ๒๕๖๕							
พิกัด	สินค้า	ม.ค. - มี.ค. ๒๕๖๔		ม.ค. - มี.ค. ๒๕๖๕		Δ ปริมาณ	Δ มูลค่า
		ปริมาณ(ตัน)	มูลค่า(USD)	ปริมาณ(ตัน)	มูลค่า(USD)	(%)	(%)
๐๘	ผลไม้	๓๕๐,๘๕๐	๖๗๘,๕๐๘,๘๖๙	๓๖๘,๐๘๕	๖๘๑,๔๘๗,๘๙๐	๕%	๐%
๐๘๐๑๑๒๐๐	มะพร้าว	๗๐,๑๑๙	๕๕,๑๒๑,๘๒๘	๑๒๕,๙๕๔	๙๙,๙๕๐,๐๑๓	๘๐%	๘๑%
๐๘๐๔๕๐๒๐	มะม่วงสด มะม่วงอบแห้ง	๙๑๗	๒,๐๒๒,๓๓๒	๑๐๗	๗๘๓,๖๑๒	-๘๘%	-๖๑%
๐๘๐๔๕๐๓๐	มังคุดสดหรือ/ และอบแห้ง	๕๗๙	๑,๕๖๗,๕๙๙	๓๕๒	๑,๔๖๐,๓๔๖	-๓๙%	-๗%
๐๘๑๐๖๐๐๐	ทุเรียนสด	๔๒,๕๖๓	๒๔๒,๖๘๘,๖๓๖	๓๕,๙๒๘	๒๒๕,๕๗๘,๓๕๓	-๑๖%	-๗%
๐๘๑๐๙๐๓๐	ลำไยสด	๑๙๖,๒๓๖	๓๐๐,๗๒๔,๕๖๖	๑๕๗,๐๗๕	๒๓๓,๓๐๔,๑๓๕	-๒๐%	-๒๒%
๐๘๑๓๔๐๑๐	ลำไยอบแห้ง และเนื้อลำไย	๑๔,๔๙๒	๒๑,๕๘๘,๗๙๕	๑๕,๑๘๓	๒๑,๔๓๓,๑๖๖	๕%	-๑%

หมายเหตุ ข้อมูลโดยศุลกากรจีน

● สถานการณ์มะพร้าวในตลาดจีน

ความต้องการซื้อ (demand) ของตลาดมะพร้าวจีน สามารถแบ่งออกได้เป็น ๑. มะพร้าวสดอ่อน เพื่อการบริโภคน้ำมะพร้าว และ ๒. มะพร้าวสดแก่ เพื่อนำมาทำน้ำกะทิ หรือการแปรรูป ราคาขายส่งเฉลี่ยของมะพร้าวทั้งในประเทศและต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น โดยราคาเฉลี่ยมะพร้าวในประเทศเดือนพฤษภาคม ปี ๒๕๖๔ และ ๒๕๖๕ จากตลาดขายส่งผลไม้จีนฟาร์มในกรุงปักกิ่ง อยู่ที่ ๖.๒๕ หยวน และ ๖.๕๐ หยวน ตามลำดับ และราคาเฉลี่ยมะพร้าวในช่วงเวลาเดียวจากประเทศไทย อยู่ที่ ๗.๕ หยวน และ ๙.๕ หยวน ตามลำดับ ซึ่งเห็นได้ว่าราคาของมะพร้าวไทยสูงกว่าราคามะพร้าวในประเทศ พร้อมมีอัตราการขึ้นราคาสูงขึ้นกว่าด้วยเช่นกัน

ตลาดเครื่องดื่มในประเทศจีนเติบโตอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็น ชา กาแฟ หรือน้ำผลไม้ ดังนั้นน้ำมะพร้าวจึงได้รับผลกระทบและมีอุปสงค์เพิ่มมากขึ้นในตลาดจีน ในช่วงครึ่งปีแรกของปี ๒๕๖๔ ตลาดจีนมีเครื่องดื่มที่มีน้ำมะพร้าวเป็นส่วนผสมมากกว่า ๑๓๐ รายการ ทั้งจากแบรนด์ HeyTea, Nayuki, Lele Cha, และ Lucking Coffee ซึ่งรวมถึงร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดอย่าง KFC ในประเทศจีนก็ตามกระแสโดยออกเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำมะพร้าวด้วยเช่นกัน ผู้บริโภคชาวจีนต่างชื่นชอบและบริโภคน้ำมะพร้าวอย่างแพร่หลาย ตัวอย่างเช่น Lucking Coffee ได้โพสต์ข้อความบนโซเชียลมีเดีย (เว่ยโป) ของแบรนด์ในวันที่ ๖ เมษายน ที่ผ่านมามีแบรนด์มียอดขายเครื่องดื่ม Raw Coconut Latte (生椰拿铁) รวมทั้งปีสูงถึง ๑๐๐ ล้านแก้ว จากการขุดขายในรสชาติความหอมหวานของน้ำมะพร้าว คุณประโยชน์ และการเป็นเครื่องดื่มไขมันต่ำ ประกอบกับกลยุทธ์การตลาดที่ทางแบรนด์เซ็นสัญญากับนักกีฬาสีสาวดาวรุ่ง “กู่อ้ายหลิง” ที่คว้าได้ถึง ๒ เหรียญทองในการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกฤดูหนาว ปักกิ่ง ๒๐๒๒ ให้เป็นพรีเซ็นเตอร์ของเครื่องดื่มดังกล่าว

Lucking...



Lucking Coffee โฟสท์อีกครั้งบนเวทีไปทางการของทางแบรนด์ในวันที่ ๑๗ เมษายนนี้ว่า ตั้งแต่วันที่ ๑๑ เมษายน ที่ทางแบรนด์ได้เปิดตัวเครื่องดื่มเมนูใหม่ชื่อ Coconut Cloud Latte (椰云拿铁) ที่จับมือร่วมกันกับแบรนด์น้ำมะพร้าวเก่าแก่กว่า ๓๔ ปีจากไห่หนาน โดยภายในระยะเวลาเพียงแค่ ๑ สัปดาห์ ทางแบรนด์ก็สามารถขายออกได้ถึง ๔.๙๕ ล้านแก้ว มูลค่ารวมกว่า ๘๑ ล้านบาท ไม่เพียงเท่านั้น สิ่งที่ยืนยันความนิยมของน้ำมะพร้าวในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน คือยอดขายของ Lucking Coffee ตลอดทั้งปี ๒๕๖๔ (๗.๙.๖๕ พันล้านบาท) ที่เพิ่มมากขึ้นกว่ายอดขายของปี ๒๕๖๓ (๔.๐๓๓ พันล้านบาท) กว่าหนึ่งเท่าตัว

นอกจากนี้ เครื่องดื่มน้ำมะพร้าวพร้อมดื่มแบบขวดทั้งผลิตภายในประเทศและนำเข้าจากไทยก็มีวางขายบนท้องตลาดเช่นเดียวกัน ไม่เพียงเท่านั้น เมนูอาหารจีนต่างๆ ก็ได้ปรับตัวและเพิ่มส่วนผสมน้ำมะพร้าวเข้าไป เช่น ซุปกระดูกหมูน้ำมะพร้าว น้ำมะพร้าวตุ๋นไก่ดำ หรือ Hotpot ที่ใช้น้ำมะพร้าวเป็นซุปหลัก และได้รับความนิยมเช่นกัน

ส่วนรูปแบบ...



¥19.8 / 盒
酷椰屿 100%椰子水 1L 泰国进口



¥6.8 / 瓶
伊诺可可 100%纯椰子水饮料 350ml 泰进口



¥79 / 箱
IF 100%椰子水 350ml*12 泰国进口



¥28 / 盒
芭提娅 椰子水 1L 泰国进口



ส่วนรูปแบบการบริโภคมะพร้าวสดของชาวจีนนั้น ร้านขายผลไม้ทั่วไปจะขายมะพร้าวที่มีหลอดพร้อมดื่ม แม้มะพร้าวแบบนี้จะมีราคาสูงกว่า (มะพร้าวอ่อนสดปกติ ราคาถูกละประมาณ ๑๒ หยวน มะพร้าวที่มีหลอดพร้อมดื่ม ราคาถูกละตั้งแต่ ๑๓-๒๖ หยวน) แต่เพื่อความสะดวกสบาย ผู้บริโภคบางส่วนก็พร้อมจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเลือกบริโภคมะพร้าวแบบพร้อมดื่ม



หากมีเช่นนั้น ผู้บริโภคสามารถหาซื้ออุปกรณ์เปิดมะพร้าวได้ง่ายตามร้านขายสินค้าออนไลน์ทั่วไป ตั้งแต่ระดับครัวเรือนที่ใช้ฉันทันเปิดมะพร้าว หรือระดับอุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรเปิด โดยสามารถเปิดฝามะพร้าวได้มากถึง ๖๐๐ ลูกต่อ ๑ ชั่วโมง



จากปริมาณ...

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงปักกิ่ง

จากปริมาณความต้องการมะพร้าวสดของผู้บริโภคชาวจีน ตลาดมะพร้าวจึงเป็นที่ถูกจับตามองจากผู้ผลิตทั่วโลก ซึ่งรวมถึงผู้ผลิตในจีนเอง โดยมณฑล “ไห่หนาน” มีประวัติในการเพาะปลูกมะพร้าวมายาวนานและเป็นพื้นที่เพาะปลูกมะพร้าวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศจีน โดยในปี ๒๕๖๓ ไห่หนานมีพื้นที่เพาะปลูกมะพร้าว ๕.๑๗๙ แสนหมู่ (ประมาณ ๒.๑๕ แสนไร่) ซึ่งถือเป็นร้อยละ ๙๙ ของประเทศ หรือ ๐.๒๙ ของโลก และเมื่อประเทศจีนเปิดโอกาสให้ประเทศอื่นสามารถส่งออกมะพร้าวเข้าได้ ผู้ผลิตในไห่หนานเองจึงเกิดความท้าทายและเร่งพัฒนาการผลิตมะพร้าวอย่างมาก โดยในช่วงสองสามปีที่ผ่านมา ผลิตภัณท์มะพร้าวหลักของไห่หนานคือ น้ำตาลมะพร้าว น้ำมะพร้าว (น้ำกะทิ) และผงแป้งมะพร้าว นอกจากนี้ ผู้ประกอบการ (Chunguang Group) ในเมืองเหวินชาง มณฑลไห่หนาน ได้ลงทุนเงินกว่า ๒๐๐ ล้านหยวน เพื่อพัฒนาห่วงโซ่การผลิตและแปรรูปมะพร้าว และทำยาสกัดผลิตภัณท์มะพร้าวแปรรูปนี้ได้จับมือกับซูเปอร์มาร์เก็ตและแพลตฟอร์มร้านค้าออนไลน์ สร้างรายได้กลับคืนมา ซึ่งรวมถึงแบรนด์เครื่องดื่มต่างๆ โดยเฉพาะกาแฟ Luckin coffee ที่ได้กล่าวไปข้างต้น ไม่เพียงเท่านั้น บริษัทแปรรูปมะพร้าวในไห่หนานได้ร่วมมือกับแบรนด์เครื่องดื่มจีนร่วมพัฒนาผลิตภัณท์ใหม่ๆ อาทิ เครื่องดื่มน้ำมะม่วงมะพร้าว เครื่องดื่มข้าวโอ๊ตน้ำมะพร้าว เป็นต้น และปัจจุบันได้ส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศทั้งสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และ เยอรมัน เป็นต้น

เห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการผลิตมะพร้าวในไห่หนานได้ยกระดับอุตสาหกรรมใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการผลิต อันนำมาซึ่งโอกาสในการเติบโตของอุตสาหกรรมมะพร้าวภายในประเทศ อย่างไรก็ตามความท้าทายที่ตามมาคือ ต้นทุนค่าแรงภายในประเทศ ประกอบกับต้นทุนบรรจุภัณฑ์และค่าขนส่งของพื้นที่อื่นภายในประเทศที่ต่ำกว่าไห่หนาน ไม่เพียงเท่านั้นมาตรฐานอุตสาหกรรมแปรรูปมะพร้าวในแต่ละพื้นที่ไม่เท่ากัน สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการปรับตัวและพัฒนาของอุตสาหกรรมมะพร้าวของจีนอย่างต่อเนื่อง



จากการปรับตัวต่อสถานการณ์ตลาดมะพร้าวในปัจจุบันและกลยุทธ์ของผู้ประกอบการมะพร้าวจีนจึงส่งผลให้ภายในประเทศจีนมีความต้องการมะพร้าวสดที่เหมาะสมสำหรับการแปรรูปเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการจีนจึงได้นำเข้ามะพร้าวจากอินโดนีเซียและเวียดนามเพิ่มเติม เพื่อเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปเป็นผลิตภัณท์ต่อไป (มะพร้าวไทยนิยมบริโภคเฉพาะน้ำ) ปัจจุบันนี้จึงมีผู้ประกอบการจีนให้ความสนใจแปรรูปมะพร้าวกันอย่างแพร่หลายเพราะมีค่ากล่าว ว่า หากผู้ประกอบการแปรรูปมะพร้าวแล้วนั้น จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงขึ้นถึงลูกละ ๖ หยวน ดังนั้น จึงไม่แปลกที่อัตราการนำเข้ามะพร้าวจากอินโดนีเซียเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยสถานการณ์ความรุนแรงของโรค

ระบาด...

ระบอบ COVID-๑๙ จึงส่งผลให้การขนส่งทางเรือใช้เวลานานขึ้น จากเดิมการขนส่งทางเรือจากอินโดนีเซียถึงไต้หวัน ใช้เวลา ๑๖ วัน แต่ปัจจุบันใช้เวลานานกว่า ๑ เดือน ซึ่งส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อผลไม้และต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นสำหรับผู้ประกอบการแปรรูปมะพร้าว จึงเป็นอีกความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการจีนที่ต้องมีแบกรับต้นทุนค่าวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้นและมีความไม่แน่นอนในปริมาณมะพร้าวคงคลัง

ส่วนมะพร้าวอ่อนของไทยนั้นยังถือว่ามีความโชคดีและมีโอกาสขยายตัวในตลาดจีน เนื่องจาก ๑) ผู้บริโภคชาวจีนยังคงมีปริมาณความต้องการบริโภคน้ำมะพร้าวสดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถเห็นได้จากกราฟแสดงปริมาณการนำเข้ามะพร้าวจากไทยข้างต้น ๒) ราคามะพร้าวของไทยต่อลูกยังคงเพิ่มสูงขึ้น จากที่ได้กล่าวข้างต้นไปว่าราคาส่งเฉลี่ยมะพร้าวไทยต่อลูกเพิ่มสูงขึ้นถึงลูกละ ๒ บาท และ ๓) ช่องทางการขนส่งมะพร้าวจากไทยไปจีนสามารถขนส่งได้ทางรถและทางเรือ รวมถึงระยะเวลาในการขนส่งจากไทยมาจีนนั้นสั้นกว่าระยะเวลาจากอินโดนีเซียมาจีน

ข้อคิดเห็นของสำนักงานฯ

๑. การออกแบบหรือพัฒนาบรรจุภัณฑ์มะพร้าวในตลาดจีนที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้

๒. ตลาดมะพร้าวในจีนมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมะพร้าวของไทยเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมในตลาดจีนเป็นอย่างมาก เนื่องด้วยรสชาติหวานและมีความหอมซึ่งมีความแตกต่างกับมะพร้าวท้องถิ่น ผู้บริโภคจึงนิยมบริโภคสดหรือนำมาต้มชุป เพื่อให้ได้รสชาติอาหารที่ดียิ่งขึ้น ในช่วง ๒-๓ ปีที่ผ่านมา มะพร้าวถือได้ว่าเป็นสินค้าดาวเด่นของไทยและมีปริมาณความต้องการนำเข้าจากจีนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ในช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด -19 สินค้าผลไม้อื่นๆ เช่น ทุเรียน มังคุด ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การขนส่งมาตรการการควบคุมป้องกันโควิดของจีน แต่มะพร้าวได้รับผลกระทบค่อนข้างน้อยและมีผู้นำเข้ามีความต้องการนำเข้าอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จึงเป็นโอกาสที่ดีของมะพร้าวไทยในตลาดจีน ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยและผู้ประกอบการผลิตจะต้องรักษามาตรฐาน คุณภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มของมะพร้าว เพื่อรักษาตลาดและแสวงหาโอกาสในการขยายตลาดสินค้าดังกล่าวในจีนต่อไป

ข้อมูลอ้างอิง

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=๑๗๒๙๔๕๕๕๗๐๒๙๖๕๑๑๙๔๒&wfr=spider&for=pc>

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1730428126940130589&wfr=spider&for=pc>

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1720440466284179194&wfr=spider&for=pc>

<https://www.producereport.com/article/thai-exports-lead-way-chinas-coconut-market-sees-continued-growth>