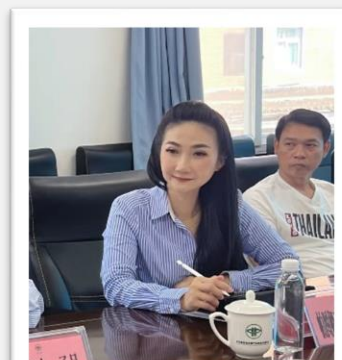


รายงานการหารือร่วมกับบริษัทซินฟาตี้ และการสำรวจตลาดค้าส่งสินค้าเกษตรซินฟาตี้ ปักกิ่ง เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2566



เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2566 นายภัสชญภณ หมื่นแจ้ง รองอธิบดีกรมวิชาการเกษตร พร้อมด้วย นางสาวปทุมวดี อิ่มทั่ว อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) ประจำกรุงปักกิ่ง และคณะ เดินทางเข้าพบผู้จัดการทั่วไปบริษัทซินฟาตี้ (Xinfadi) และทีมงานเพื่อเข้าเยี่ยมชมการดำเนินงานและติดตามสถานการณ์การค้าผลไม้ของไทย ณ ตลาดซินฟาตี้ ปักกิ่ง ซึ่งเป็นตลาดค้าส่งสินค้าเกษตรที่สำคัญทางตอนเหนือของจีน ทั้งสองฝ่ายได้หารือสถานการณ์การค้าผลไม้ของไทยและแนวทางในการขยายผลไมไทยในของตลาดซินฟาตี้ โดย นายจาง เยว่ หลิน (Zhang Yuelin) ผู้จัดการทั่วไปของตลาดซินฟาตี้ กล่าวว่าผลไม้ไทยครองตำแหน่งผลไม้ยอดนิยมในจีน และผู้บริโภคจีนให้ความสนใจมากที่สุดโดยเฉพาะทุเรียนไทย และทางตลาดซินฟาตี้ได้วางแผนที่จะจัดตั้งศูนย์ผลไม้นานาชาติ และ ศูนย์ทุเรียนไทย เพื่อที่จะให้ผู้บริโภคชาวจีนได้เข้าถึงตลาดได้มากยิ่งขึ้น โดยศูนย์ผลไม้นานาชาตินี้อยู่ระหว่างการก่อสร้างและคาดว่าจะเสร็จสิ้นในเร็วนี้ และแผนว่าในช่วงเดือนสิงหาคมจะมีการจัดเทศกาลผลไม้ เพื่อประชาสัมพันธ์ผลไม้ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

นายภัสชญภณ หมื่นแจ้ง รองอธิบดีกรมวิชาการเกษตร ได้กล่าวถึงอุตสาหกรรมและแนวโน้มการพัฒนาผลไม้ไทย โดยเน้นสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผลไม้ไทยสู่จีน และขอบคุณตลาดซินฟาตี้ที่มีส่วนทำให้ผลไม้ไทยขยายช่องทางตลาดผู้บริโภคในหลายๆพื้นที่ในจีนโดยเฉพาะภาคเหนือ อีกทั้งให้การรับรองด้านการควบคุมคุณภาพของผลไม้ไทยเพื่อให้เป็นไปตามข้อบังคับของการนำเข้าผลไม้ของจีนและให้ได้ผลไม้ที่มีคุณภาพดีส่งถึงมือผู้บริโภคจีน รวมถึงด้านปริมาณที่เพิ่มขึ้นพร้อมกับคุณภาพให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคจีน นางสาวปทุมวดี อิ่มทั่ว อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) ประจำกรุงปักกิ่ง ได้กล่าวว่า ปัจจุบันผลไม้ของไทยได้รับอนุญาตให้ส่งออกมายังจีนมากถึง 22 ชนิด แต่มีเพียง 4-5 ชนิดอาทิเช่น ทุเรียน มังคุด มะพร้าว ส้มโอ ลำไย มะม่วง ที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมของผู้บริโภคชาวจีน ดังนั้น จึงยินดีที่จะร่วมมือกับตลาดซินฟาตี้ในการผลักดันผลไม้ชนิดใหม่ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

จากการสำรวจผลไม้และหารือในตลาดมีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ผู้จัดการด้านผลไม้นำเข้าตลาดซินฟาตี้ กล่าวถึงสถานการณ์การค้าของทุเรียนในจีนที่ขณะนี้มีการแข่งขันกันสูงขึ้นเนื่องจากมีทุเรียนผลสดทั้งจากไทย เวียดนาม และฟิลิปปินส์ รวมถึงทุเรียนแช่แข็งมาเลเซีย แต่อย่างไรก็ตาม ไม่ได้ส่งผลให้ราคาทุเรียนลดลง ขณะนี้ทุเรียนไทยยังได้รับความนิยมที่สุด เนื่องจากมีรสชาติและคุณภาพดี และในช่วงที่ผ่านมาได้มีการควบคุมคุณภาพได้ดี ในส่วนของทุเรียนเวียดนามจะเข้ามาในช่วงที่ทุเรียนไทยขาดตลาดจึงเรียกได้ว่ายังไม่มีการแข่งขันกับทุเรียนไทยอย่างรุนแรงแต่อย่างใด ในด้านของรสชาติยังไม่เท่าทุเรียนไทย แต่มีข้อดีที่ทุเรียนเวียดนามมีพูใหญ่และราคาถูกกว่า ส่วนทุเรียนฟิลิปปินส์ เพิ่งได้รับการอนุญาตให้นำเข้า ดังนั้น ยังมีการนำเข้าในปริมาณน้อยและยังต้องปรับปรุงในหลายด้านเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของ

ผู้บริโภคชาวจีน ในขณะที่ทุเรียนไต้หวัน ยังมีผลผลิตปริมาณน้อยมากอยู่ในขั้นทดลอง ด้านของทุเรียนแช่แข็งมาเลเซีย มีกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจนและราคาค่อนข้างสูง อีกทั้งมีปริมาณการนำเข้าที่คงที่ ซึ่งจะเห็นได้ว่าถึงแม้จะมีหลายประเทศได้รับการอนุญาตให้นำเข้าทุเรียน แต่ความต้องการของผู้บริโภคก็สูงขึ้นตาม ดังนั้น ประเด็นสำคัญคือการควบคุมคุณภาพของทุเรียนให้คงที่ เพื่อครองใจผู้บริโภคชาวจีนให้เป็นที่นิยมตลอดไป



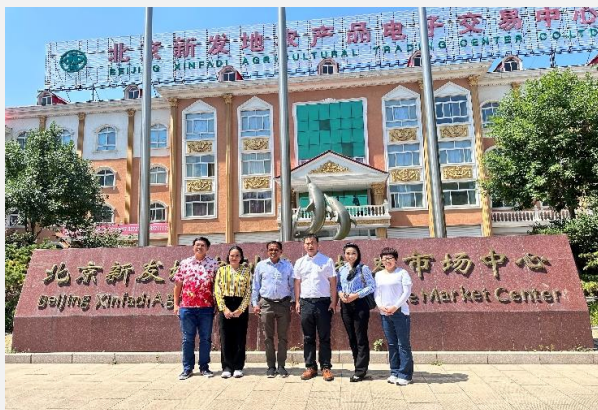
2. ผู้ประกอบการรายใหญ่ ณ ตลาด ขอให้ไทยควบคุมคุณภาพของทุเรียนและตัดทุเรียนในช่วงที่สุกเหมาะสม ไม่ตัดอ่อนเพราะจะส่งผลให้ทุเรียนรสชาติไม่หวานเท่าที่ควร และที่สำคัญคือหากตัดอ่อนจะทำให้ทุเรียนเนื้อสับแข็ง ขายไม่ได้ราคา นอกจากนี้ เสนอให้เพิ่มการส่งออกทุเรียนสายพันธุ์อื่นๆ ให้มากขึ้น เพื่อให้ตลาดทุเรียนมีความหลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคชาวจีน เนื่องจากทุเรียนของไทยมีหลากหลายสายพันธุ์และมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างกันไป โดยในปัจจุบันทุเรียนของไทยที่เป็นที่รู้จักในตลาดจีน ได้แก่ หมองทอง พวงมณี ก้านยาว ชะนี มูซานคิง โดยหมองทองเป็นพันธุ์ที่รู้จักและได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากทุเรียนหมองทองมีปริมาณมาก อีกทั้งเนื้อนุ่ม หอม และอร่อย แต่สำหรับทุเรียนพันธุ์

อื่นๆ เช่น พวงมณี ก้านยาว มูซังคิงส์ และอื่นๆ ก็เป็นที่ชื่นชอบไม่แพ้กัน เพียงแต่ปริมาณการนำเข้าไม่มาก ดังนั้นจึงไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้ผู้บริโภคยังไม่มีโอกาสได้ลิ้มลองทุเรียนสายพันธุ์อื่นๆ ผู้ประกอบการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าในอนาคตจะได้นำเข้าทุเรียนพันธุ์อื่นๆ มากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะทุเรียนพันธุ์มูซังคิงส์ ที่มีผู้สั่งจองมากมาย ทุกตู้ที่เข้าถึงตลาดเพียงไม่นานก็มีการจำหน่ายออกไปอย่างรวดเร็ว บางตู้มีการเซ็นสัญญารับของอีกด้วย ทั้งนี้ ในปีนี้กระแสทุเรียนได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นและทุเรียนของไทยมีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการในตลาด เนื่องจากส่วนหนึ่งได้รับผลมาจากการไลฟ์สดขายทุเรียนของชินปา KOLชื่อดังของจีนเมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา

3. สถานการณ์การค้าผลไม้ในตลาดผลไม้นำเข้า จากการสำรวจตลาดพบว่า ช่วงนี้เป็นช่วงที่ผลไม้ของไทยเข้าสู่ตลาดปีนจำนวนมาก โดยหลักๆ ได้แก่ ทุเรียน มังคุด มะพร้าว เป็นต้น นอกจากนี้พบขนุนจากเวียดนาม และทุเรียนแช่แข็งจากมาเลเซีย สินค้าที่ขายดีได้แก่ ทุเรียนผลสดไทย ทุเรียนแช่แข็งมาเลเซีย และมังคุด โดยช่วงนี้ทุเรียนของไทยเข้าสู่ตลาดประมาณวันละ 10-15 ตู้ ราคา 750-850 หยวนต่อลัง ทุเรียนเวียดนาม 600-700 หยวนต่อลัง ส่วนราคาของทุเรียนแช่แข็งมาเลเซียอยู่ที่ 1200-1300 หยวนต่อลัง มังคุดเกรด 5A ตะกรั๊ละประมาณ 320 หยวน (8 กิโลกรัม) โดยมังคุดของไทยและมังคุดอินโดนีเซียจะมีผลผลิตเข้าสู่ตลาดไม่ตรงกัน ดังนั้นจึงไม่ได้เป็นการแข่งขันกัน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังกล่าวอีกว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับส้มโอไทยไม่แพ้กันโดยเฉพาะพันธุ์ทับทิมสยาม โดยช่วงเดือนสิงหาคมจะมีสินค้าเข้าสู่ตลาด อย่างไรก็ตาม ปริมาณของสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคจึงหวังว่าปริมาณส้มโอในปีนี้จะเพิ่มมากขึ้น

4. ผู้แทนซินฟาตี้ (Xinfadi) และสำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงปักกิ่ง (สปช. ปักกิ่ง)หารือแนวทางในการสร้างความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ผลไม้ของไทยให้เป็นที่รู้จักของประชาชนจีนมากขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยการไลฟ์สด (Livestream) แนะนำผลไม้ไทยและวัฒนธรรมไทยเนื่องจากแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ของจีนสามารถสร้างผลกระทบในวงกว้างต่อผู้บริโภคชาวจีนเป็นอย่างมาก โดยทั้งสองฝ่ายจะหารือในรายละเอียดร่วมกันต่อไป

ทั้งนี้ บริษัทซินฟาตี้ (Xinfadi) เป็นตลาดขายส่งสินค้าเกษตรปักกิ่ง ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2531 ได้ลงทุนและสร้างขยายสาขาทั่วประเทศ มีทั้งหมด 18 แห่ง และช่วง 33 ปีมานี้ ตลาดขายส่งสินค้าเกษตรซินฟาตี้ (Xinfadi) ได้เติบโตเป็นธุรกิจใหญ่กลายเป็นตัวขับเคลื่อนการไหลเวียนขนาดใหญ่ของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในประเทศจีน นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรของจีนและการเพิ่มรายได้ของเกษตรกรตลาดครอบคลุม ตลาดซินฟาตี้ ปักกิ่งครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด 1680 เอเคอร์ แพลตฟอร์ม 2,000 แพลตฟอร์ม ลูกค้าประจำมากกว่า 4,000 ราย จำหน่ายสินค้าผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ ไข่ไก่ พืช น้ำมัน และ สัตว์น้ำ รวมทั้งเครื่องปรุงรสประเภทอื่นๆ ตลอดเวลากว่า 33 ปีได้ยึดมั่นในสโลแกน "แสวงหาการพัฒนาตลาด-ให้ลูกค้ารวย" โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการจัดหาผลิตภัณฑ์และจัดทำผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรพร้อมทั้งควบคุมความปลอดภัยในทุกขั้นตอนโดยได้จัดหาสินค้าเกษตรกว่า 80% เข้ามายังปักกิ่ง มีปริมาณการซื้อขาย 12.98 ล้านตันในปี 2563 และมูลค่าการซื้อขาย 100.6 พันล้านหยวน แปรนต์ "ซินฟาตี้" ได้กลายเป็นสัญลักษณ์สินค้าเกษตรของจีน



บรรยากาศตลาดตลาดซินฟาตี้





ภาพผลไม้ในตลาดจีนฟาดี้



+++++