



สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตร ประจำกรุงปักกิ่ง ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว

รายงานผลการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทยในจีน

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตร ประจำกรุงปักกิ่ง (สปช.ปักกิ่ง) และฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว (ฝ่ายเกษตรฯ กว่างโจว) ได้ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทยในงานเทศกาลผลไม้ไทยในจีน ระหว่างวันที่ 8 - 14 พฤษภาคม 2568 ภายใต้โครงการส่งเสริมและผลักดันการกิจด้านการเกษตรต่างประเทศ (งบรายจ่ายอื่น) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1. สปช.ปักกิ่ง และฝ่ายเกษตรฯ กว่างโจว ได้ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทย โดยได้ร่วมกับบริษัท Shenzhen Pagoda Industrial (Group) จำกัด (พาโกดา) ซึ่งเป็นผู้นำเข้าและผู้ค้าปลีกผลไม้รายใหญ่ของจีน โดยมีร้านจำหน่ายผลไม้ทั่วจีนกว่า 5,000 สาขา จัดงานเทศกาลผลไม้ไทย ประจำปี 2568 ภายใต้ธีม “泰爱你” (ไทยรักคุณ) ระหว่างวันที่ 8 - 14 พฤษภาคม 2568 โดยได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และส่งเสริมการตลาดผลไม้ไทยทั้งในช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการ live streaming เพื่อประชาสัมพันธ์แนะนำผลไม้ไทย การสร้างช่องทางส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านระบบออนไลน์ รวมทั้งการจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านช่องทางออฟไลน์ผ่านหน้าร้านจำหน่ายผลไม้ของพาโกดาทั่วประเทศจีน เพื่อตอกย้ำความเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทยในฐานะผู้ผลิตและส่งออกผลไม้คุณภาพมายังตลาดจีน

2. ผลการดำเนินงานในรูปแบบออฟไลน์

2.1 สปช.ปักกิ่ง และ ฝ่ายเกษตรฯ กว่างโจว ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านหน้าร้านจำหน่ายผลไม้ของพาโกดาทั่วจีนกว่า 5,000 สาขา โดยมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ไทยเพื่อใช้ตกแต่งหน้าร้านสาขาในช่วงงานเทศกาลผลไม้ไทย และมีการเลือกร้านสาขา จำนวน 31 ร้าน ในเขตการชาย 22 เขต (จากเขตการชายทั้งหมด 30 เขต) ซึ่งเป็นสาขาที่มีศักยภาพในการประชาสัมพันธ์และการจำหน่ายผลไม้ไทยที่โดดเด่นของเขตการชายนั้น ๆ เพื่อตกแต่งร้านเป็นพิเศษมากกว่าร้านสาขาทั่วไป และมีการตั้งเป้าหมายยอดการจำหน่ายผลไม้ไทยในช่วงวันที่ 8 - 11 พฤษภาคม 2568 ด้วย



สื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ไทย
เพื่อใช้ตกแต่งหน้าร้านทุกสาขาในจีน



การตกแต่งหน้าร้านทุกสาขาในจีน



สื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ไทยที่ใช้ตกแต่งเพิ่มเติมในร้านสาขาจำนวน 31 ร้าน



ร้านสาขาที่ได้รับการตกแต่งเป็นพิเศษ

2.2 วันที่ 8 พฤษภาคม 2568 ได้มีการจัดพิธีเปิดงานเทศกาลผลไม้ไทยในจีน ณ ลานหน้าห้างสรรพสินค้าโบฟู (Bofu International Plaza) นครฉางชา มณฑลหูหนาน ซึ่งเป็นการจัดงานพิธีเปิดเทศกาลผลไม้ไทยร่วมกับพิกโกดาที่นครฉางชาเป็นครั้งแรกด้วย ด้วยเล็งเห็นว่าเป็นเมืองรองของจีนที่มีศักยภาพในการขยายตลาดและกระตุ้นการบริโภคผลไม้ไทยได้อีกมาก โดยในส่วนของฝ่ายไทยมีนายปรตถกร แท่นมณี อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) และนางสาวจิตรานนท์ สุขชาติ ที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) สปช.ปักกิ่ง และฝ่ายจีนมีนางหวัง เหยา รองผู้จัดการทั่วไปฝ่ายจัดซื้อระหว่างประเทศของพิกโกดา และนายหลี่ Cun ผู้จัดการทั่วไปเขตพื้นที่ดูแลการขายฉางชา (สาขาทั้งหมดในมณฑลหูหนาน) เข้าร่วมในพิธีเปิดงาน ซึ่งได้รับความสนใจจากสื่อท้องถิ่นในนครฉางชาและสื่อในจีนเป็นอย่างมาก ทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย



การแสดงก่อนพิธีเปิด



อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) ขึ้นกล่าวในพิธีเปิดงานฯ



ผู้จัดการทั่วไปเขตการค้าชายแดนฯ ขึ้นกล่าวในพิธีเปิดงานฯ



ผู้แทนฝ่ายไทยและจีนถ่ายภาพร่วมกันในพิธีเปิดงานฯ

2.3 ในพิธีเปิดงานฯ นายปรีตกร แทนมณี อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) ได้กล่าวเปิดงาน โดยกล่าวถึงศักยภาพของประเทศไทยในการผลิตผลไม้เมืองร้อน และส่งออกผลไม้มายังจีนได้มากที่สุดในโลก โดยในปี 2567 ประเทศไทยครองส่วนแบ่งตลาดผลไม้นำเข้าของจีนถึงร้อยละ 31 คิดเป็น 1.97 ล้านตัน มูลค่ากว่า 6,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสะท้อนถึงความนิยมและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อผลไม้ไทย แม้ว่าจีนจะเปิดกว้างให้หลายประเทศสามารถส่งออกผลไม้เข้ามาแข่งขัน แต่ประเทศไทยยังคงได้เปรียบจากประสบการณ์อันยาวนาน ระบบการควบคุมคุณภาพ และกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าผลไม้ไทยมีรสชาติอร่อย คุณภาพดี และมีปลอดภัย ทั้งนี้ นายหลี่ คุณ ได้กล่าวแสดงความพร้อมที่จะเพิ่มการนำเข้าผลไม้คุณภาพจากไทย โดยพาโกตาให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของผลไม้ พร้อมบริการรับคืนสินค้าภายใน 7 วันแม้ไม่มีใบเสร็จ เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในสินค้าและบริการ

2.4 ภายหลังพิธีเปิดงานเทศกาลผลไม้ไทยในจีน นายปรีตกร แทนมณี อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) ประจำกรุงปักกิ่ง และนางหวง เหยา รองผู้จัดการทั่วไปฝ่ายจัดซื้อระหว่างประเทศของพาโกตา ได้นำเสนอข้อมูลความหลากหลายของสายพันธุ์ทุเรียนไทย โดยเฉพาะการแนะนำข้อมูลทุเรียนพันธุ์ชะนีที่ทางพาโกตาได้มีการพัฒนาสร้างแบรนด์ราชาชะนีที่ได้คัดสรรจากไทยมาจำหน่ายในจีน ซึ่งเป็นหนึ่งในผลไม้ไทยที่โดดเด่นของพาโกตาที่เคยทำสถิติการจำหน่ายสูงสุดต่อวันมากถึง 340 ตัน ผ่านการจัดกิจกรรม Durian tasting โดยให้แขกผู้ร่วมงาน สื่อมวลชน ได้ลิ้มลองรสชาติและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของจีน รวมถึงยังได้ประชาสัมพันธ์การควบคุมคุณภาพผลไม้ของไทยที่ส่งออกมายังจีนอย่างเข้มงวด เพื่อให้มั่นใจว่าผลไม้ที่ส่งถึงมือลูกค้าปลอดภัยสำหรับการบริโภค โดยทุเรียนไทยที่ส่งออกทุกล็อตผ่านการตรวจสอบสาร BY2 และแคดเมียมจากห้องปฏิบัติการที่ผ่านการรับรองจากศุลกากรแห่งชาติจีน และผลไม้ที่นำเข้ามาจำหน่ายในร้านพาโกตายังได้ผ่านการตรวจสอบสารตกค้าง 298 รายการ โดยห้องปฏิบัติการในจีนที่รับรองโดยทางการจีนอีกด้วย



การแนะนำข้อมูลทุเรียนของไทย



การแจกชิมรสชาติทุเรียนราชาชนิภายในงาน

2.5 วันที่ 8 - 9 พฤษภาคม 2568 มีการนำผลไม้ไทยหลากหลายชนิดมาจัดแสดง และประชาสัมพันธ์ให้กับผู้บริโภคชาวต่างชาติได้รับทราบ รวมถึงมีกิจกรรมให้ประชาชนทั่วไปได้ร่วมสนุก และเลือกซื้อผลไม้ไทยที่ลานหน้าห้างสรรพสินค้าโบฟู (Bofu International Plaza) นครฉางชา โดยมีการนำทุเรียนสายพันธุ์ต่าง ๆ ได้แก่ หมอนทอง กระดุม ชะนี นวลทองจันทร์ ก้านยาว หนามดำ มูซานคิง หลงลับแล นกกระเจิบ พวงมณี และกำปັນขาว มะพร้าวน้ำหอม ส้มโอบทองดี ส้มโอบั๊บทิมสยาม มังคุด ลองกอง ลำไย มะม่วงมหาชนก ชมพู่ทับทิมจันทร์ ขนุน เงาะ กล้วยไข่ และฝรั่ง มาจัดแสดงและจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในราคาพิเศษด้วย



การจัดแสดงและประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยภายในงานเทศกาลผลไม้ไทย



Visit Now:
WWW.OPSMOAC.GO.TH/BEIJING , WWW.FACEBOOK.COM/MOAC.BEIJING

Office of Agricultural Affairs Royal Thai Embassy, Beijing



กิจกรรมร่วมสนุกภายในงาน



การจำหน่ายผลไม้ไทยภายในงาน

3. ผลการดำเนินงานในรูปแบบออนไลน์

3.1 วันที่ 8 - 14 พฤษภาคม 2568 มีการประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยและงานเทศกาลผลไม้ไทยในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ของพาโกตา ได้แก่ Weibo, Wechat, Red Book, Douyin เพื่อให้ผู้บริโภคที่ติดตาม account ได้รับทราบข้อมูลผลไม้ไทยและกิจกรรมของงานฯ ซึ่งมีผู้เข้ามาดูในทุกแพลตฟอร์มรวมมากกว่า 6.08 ล้านคน-ครั้ง



การประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยและงานเทศกาลผลไม้ไทยในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ของพาโกตา

3.2 วันที่ 8 พฤษภาคม 2568 เวลา 11.00 - 12.00 น. นายปรีตกร แทนมณี อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) ประจำกรุงปักกิ่ง ได้เข้าร่วมดำเนินการ live streaming ประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทยผ่านแพลตฟอร์ม Douyin (Tik Tok ของจีน) ใน account ของบริษัทพาโกตา ซึ่งมีผู้ติดตามมากกว่า 3.3 ล้านคน โดยได้แนะนำทุเรียนสายพันธุ์ต่าง ๆ ของไทย ที่มีรูปร่าง กลิ่น และรสชาติที่แตกต่างเป็นเอกลักษณ์แล้วยังแนะนำผลไม้ต่าง ๆ ของไทย อาทิ มังคุด มะพร้าว มะม่วง ลองกอง รวมทั้งประชาสัมพันธ์คุณภาพมาตรฐานของผลไม้ไทยที่ส่งออกมายังประเทศจีนที่มีการควบคุมคุณภาพตั้งแต่การเพาะปลูกจนถึงการคัดบรรจุของไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคชาวจีน ซึ่งการ live streaming ครั้งนี้ได้รับการตอบรับอย่างดีจากชาวจีน โดยมีผู้เข้าชมออนไลน์ระหว่างการ live streaming 64,000 คน มากอันดับ 1 ของหมวดผักและผลไม้ในวันดังกล่าว และมีผู้ที่ได้เข้าชมรวมมากกว่า 1.22 ล้านคน-ครั้ง โดยในระหว่างการ live streaming พาโกตาได้มีการจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านแพลตฟอร์ม Douyin ระหว่างการ live streaming ของอัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) ประจำกรุงปักกิ่ง รวม 428,000 หยวน (ประมาณ 1.97 ล้านบาท) และตลอดช่วงการ live streaming ของพาโกตา ระหว่างวันที่ 8 - 14 พฤษภาคม 2568 ได้มีการจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านแพลตฟอร์ม Douyin มูลค่ารวม 7.65 ล้านบาท (ประมาณ 35.19 ล้านบาท)



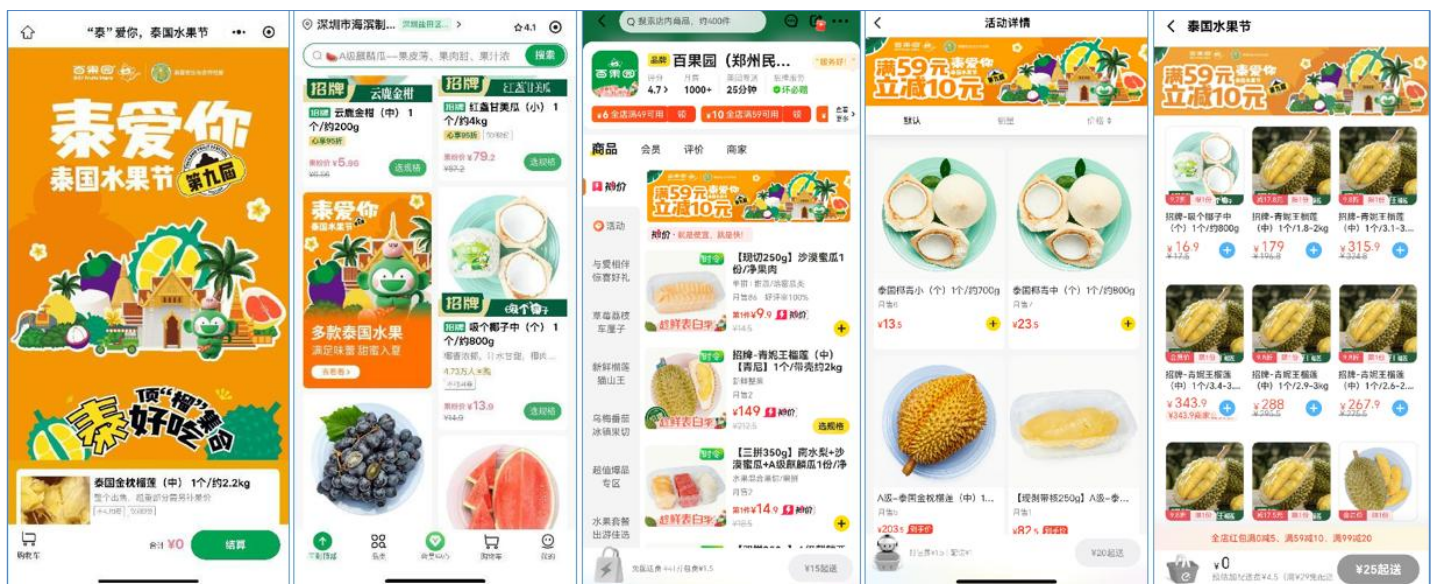
ภาพโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์

การ live streaming

การ live streaming ประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทย ของอัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) ประจำกรุงปักกิ่ง

3.3 การจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านแอปพลิเคชัน Pagoda และ mini program ในแอปพลิเคชัน

WeChat ระหว่างวันที่ 8 - 14 พฤษภาคม 2568



การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ไทยในแอปพลิเคชัน Pagoda

และ mini program ในแอปพลิเคชัน WeChat

4. ยอดการจำหน่ายผลไม้ไทย

4.1 ตลอดสัปดาห์เทศกาลผลไม้ไทยในช่วงวันที่ 8 - 14 พฤษภาคม 2568 ทางพาโกตา

ได้มีการจำหน่ายผลไม้ไทยหลัก ๆ คือ ทูเรียน มังคุด มะพร้าว และส้มโอ ผ่านหน้าร้านสาขาต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยระบบการสั่งซื้อออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Pagoda และ mini program ในแอปพลิเคชัน WeChat ของพาโกตา ซึ่งผู้ซื้อต้องเลือกร้านสาขาที่ประสงค์จะสั่งซื้อสินค้าซึ่งอยู่ใกล้ที่อยู่ที่จะให้ทางร้านจัดส่งสินค้าตามที่อยู่ก่อน จึงทำให้ยอดการจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านระบบออนไลน์ดังกล่าวจะรวมอยู่ในธุรกรรมของร้านสาขานั้น ๆ ด้วย ดังนั้น ยอดการจำหน่ายผลไม้ของพาโกตาจึงเป็นยอดรวมของการซื้อโดยผู้บริโภคที่เดินทางมาซื้อที่ร้านและการสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์

ตารางมูลค่าที่จำหน่ายและปริมาณที่จำหน่ายของผลไม้ไทย
ในภาพรวมของพาโกดาทั่วประเทศ เมื่อเปรียบเทียบกับกำหนดยในช่วงสัปดาห์ก่อนการจัดงาน

ชนิดผลไม้	วันที่ 8 - 14 พฤษภาคม 2568		วันที่ 1 - 7 พฤษภาคม 2568		การเปลี่ยนแปลงเทียบกับสัปดาห์ก่อนการจัดงาน	
	มูลค่าที่จำหน่าย (หยวน)	ปริมาณที่จำหน่าย (กก.)	มูลค่าที่จำหน่าย (หยวน)	ปริมาณที่จำหน่าย (กก.)	มูลค่าที่จำหน่าย (%)	ปริมาณที่จำหน่าย (%)
รวม	51,021,647	904,172	46,597,475	845,764	9.49	6.91
ทุเรียน	45,191,305	649,379	40,671,509	537,294	11.11	20.86
มังคุด	3,083,524	54,436	2,355,564	33,218	30.90	63.88
มะพร้าว	2,564,074	197,847	3,361,880	272,512	-23.73	-27.40
ส้มโอ	177,619	2,424	205,611	2,704	-13.61	-10.36
อื่น ๆ	5,126	86	2,911	36	76.09	138.89

การจำหน่ายผลไม้ไทยในช่วงสัปดาห์เทศกาลผลไม้ไทย ระหว่างวันที่ 8 - 14 พฤษภาคม 2568 ในภาพรวมของการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์และออฟไลน์ของทุกสาขาของพาโกดาในจีน พบว่า มียอดการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 51.02 ล้านหยวน (ประมาณ 234.70 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.49 เมื่อเทียบกับช่วงสัปดาห์ก่อนการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทย มีปริมาณการจำหน่ายผลไม้ไทย รวม 904,172 กก. เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.91 และมีผู้บริโภคเข้ามาซื้อผลไม้ไทยกับทางพาโกดา รวม 561,221 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.18 โดยพบว่ามีปริมาณการจำหน่ายทุเรียน รวม 649,379 กก. เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.86 มูลค่ารวม 45.19 ล้านหยวน (ประมาณ 207.87 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.11 เมื่อเทียบกับช่วงสัปดาห์ก่อนหน้าการจัดงาน มีการจำหน่ายมังคุด รวม 54,436 กก. เพิ่มขึ้นร้อยละ 63.88 มูลค่ารวม 3.08 ล้านหยวน (ประมาณ 14.18 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.90 เมื่อเทียบกับช่วงสัปดาห์ก่อนหน้าการจัดงาน ในขณะที่มีการจำหน่ายมะพร้าว รวม 197,847 กก. ลดลงร้อยละ 27.40 มูลค่ารวม 2.56 ล้านหยวน (ประมาณ 11.79 ล้านบาท) ลดลงร้อยละ 23.73 แสดงให้เห็นว่าในช่วงของการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทย ร้านจำหน่ายผลไม้ของพาโกดามียอดการจำหน่ายผลไม้ไทย เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงสัปดาห์ก่อนการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะทุเรียนและมังคุดที่ผู้บริโภคชาวจีนชื่นชอบเป็นอย่างมาก

4.2 เมื่อพิจารณายอดการจำหน่ายผลไม้ไทยในร้านสาขาที่ได้รับการตกแต่งเป็นพิเศษจำนวน 31 สาขา ใน 22 เขตพื้นที่การขายที่สำคัญของพาโกดา เพื่อเป็นตัวแทนสะท้อนผลของการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยในพื้นที่ต่าง ๆ ของร้านพาโกดาในจีน โดยมีการตั้งเป้าหมายยอดการจำหน่ายผลไม้ไทยตามข้อมูลยอดการจำหน่ายย้อนหลังที่ผ่านมาของพาโกดา เพื่อวัดผลความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมตลาดผลไม้ไทยในพื้นที่ต่าง ๆ ในช่วงวันที่ 8 - 11 พฤษภาคม 2568 ซึ่งได้มีการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลผลไม้ไทยผ่านช่องทางสื่อมวลชนและช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ

ตารางยอดการจำหน่ายผลไม้ไทยในร้านสาขาที่ได้รับการตกแต่งเป็นพิเศษในเขตการขายสำคัญ
ของพาโกดา ในช่วงวันที่ 8 - 11 พฤษภาคม 2568

เขตการขาย		เขตการปกครองระดับมณฑล	ยอดเป้าหมายการจำหน่าย (หยวน)	ยอดที่จำหน่ายได้ (หยวน)	ยอดที่จำหน่ายได้เทียบเป้าหมาย
ชื่อเขตการขาย	สาขาที่รวม				
รวม (22 เขต)	31		1,364,102	1,807,447	32.50%
ปักกิ่ง	3	ปักกิ่ง	153,834	169,925	10.46%
เซี่ยงไฮ้	3	เซี่ยงไฮ้	151,321	191,978	26.87%
กว่างโจว	2	กว่างตุง	120,417	162,781	35.18%
เจิ้นเจิ้น	2	กว่างตุง	116,524	142,009	21.87%
ไห่หนาน	2	ไห่หนาน	106,538	96,414	-9.50%

ชิงต้าว	2	ซานตง	81,531	89,682	10.00%
ฉางซา	2	หูหนาน	75,726	119,285	57.52%
ซัวเถา	1	กวางตุ้ง	49,311	47,808	-3.05%
ฉงชิ่ง	1	ฉงชิ่ง	46,430	42,891	-7.62%
กวางตุ้งตะวันตก	1	กวางตุ้ง	45,065	146,980	226.15%
จินหัว	1	เจ้อเจียง	44,884	41,308	-7.97%
หนานจิง	1	เจียงซู	43,199	45,561	5.47%
เฉิงตู	1	เสฉวน	40,309	31,681	-21.40%
หางโจว	1	เจ้อเจียง	38,940	39,921	2.52%
ตงก่วน	1	กวางตุ้ง	35,506	42,403	19.42%
ฝูเจี้ยน	1	ฝูเจี้ยน	35,080	43,220	23.20%
เหอเผย	1	อานฮุย	34,761	225,174	547.78%
สือเจียจวง	1	เหอเป่ย์	31,907	27,771	-12.96%
ซีอาน	1	ส่านซี	30,910	21,927	-29.06%
หวยไห่	1	เจียงซู	30,043	24,661	-17.91%
จีหนาน	1	ซานตง	27,312	24,425	-10.57%
ก๊วยหยาง	1	ก๊วยโจว	24,554	29,642	20.72%

จากตารางข้างต้นในภาพรวมของร้านสาขาที่ได้รับการตกแต่งเป็นพิเศษ จำนวน 31 สาขา ใน 22 เขตพื้นที่การขายที่สำคัญของพาโกดา สามารถทำยอดขายการจำหน่ายได้มากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ในช่วง วันที่ 8 - 11 พฤษภาคม 2568 โดยมียอดขายการจำหน่ายผลไม้ไทยรวม 1.81 ล้านหยวน (ประมาณ 8.31 ล้านบาท) มากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ 1.36 ล้านหยวน (ประมาณ 6.27 ล้านบาท) คิดเป็นยอดขายการจำหน่ายที่มากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ร้อยละ 32.5 ซึ่งสามารถอนุมานได้ว่าการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภค มีการจับจ่ายเลือกซื้อผลไม้ไทยผ่านร้านพาโกดาเพิ่มขึ้น โดยมีเขตการขายที่สามารถทำยอดขายการจำหน่าย ได้เกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ จำนวน 13 เขต คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.1 ของเขตที่เข้าร่วมในการตกแต่งร้าน เป็นพิเศษ และมีเขตการขายที่ทำยอดขายการจำหน่ายได้เกินกว่าร้อยละ 90 ของเป้าหมาย มากถึง 17 เขต คิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 77.3

เขตการขายหลักที่สำคัญของพาโกดา อาทิ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กว่างโจว เซินเจิ้น ซึ่งเป็นเมือง ระดับหนึ่งของจีนที่มีประชากรและเศรษฐกิจขนาดใหญ่ ต่างสามารถทำยอดขายการจำหน่ายผลไม้ไทยได้มากกว่า เป้าที่ตั้งไว้ในระดับร้อยละ 10 - 35 ในขณะที่เมืองรอง ในเขตการขายเหอเผยของมณฑลอานฮุย เขตการขาย กวางตุ้งตะวันตก และเขตการขายฉางซาของมณฑลหูหนาน พบว่าสามารถทำยอดขายการจำหน่ายได้มากกว่า เป้าที่ตั้งไว้ได้มากอย่างมีนัยสำคัญ โดยมากกว่าเป้าหมายร้อยละ 547.78, 226.15 และ 57.52 สะท้อนให้เห็นถึง ผลสำเร็จของการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยและศักยภาพของการขยายตลาดผลไม้ไทยในเมืองรองของจีน

โดยสรุปพบว่าการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทย สามารถช่วยกระตุ้น การบริโภคผลไม้ไทยและเพิ่มความรับรู้เกี่ยวกับผลไม้ไทยต่อผู้บริโภคจีนได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยช่องทาง การประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ผ่านทางออนไลน์จะช่วยให้ผู้บริโภคชาวจีนได้รับทราบข้อมูลและกิจกรรม ได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึง ซึ่งจะช่วยส่งเสริมและผลักดันการจำหน่ายในช่องทางออฟไลน์ไปได้พร้อมกัน เนื่องจากผู้บริโภคผลไม้ส่วนใหญ่ยังคงนิยมเลือกซื้อผลไม้ที่หน้าร้านจำหน่ายผลไม้ที่สามารถหยิบจับและเลือกได้ ด้วยตนเอง โดยผลไม้ไทยยังมีแนวโน้มในการขยายตลาดในจีนได้เพิ่มขึ้น ในขณะที่การจัดตกแต่งร้านและกิจกรรม ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดผู้บริโภคเข้ามาจับจ่ายซื้อผลไม้ยังคงได้รับการตอบรับอย่างดีจากผู้บริโภค ในพื้นที่โดยเฉพาะในเมืองรองที่ยังมีศักยภาพและโอกาสในการขยายและส่งเสริมตลาดผลไม้ไทยเพิ่มขึ้นได้อีกมาก
