



## รายงานผลการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทยในจีน

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว (ฝ่ายเกษตรฯ กว่างโจว) ได้ร่วมกับบริษัท Shenzhen Pagoda Industrial (Group) จำกัด (มหาชน) (พาโกตา) ดำเนินโครงการส่งเสริมผลักดันการขยายตลาดผลไม้คุณภาพของไทยในจีน ผ่านการจัดงาน Thai Street Vibes ณ ถนนคนเดินเป่ย์จิงลู่ นครกว่างโจว ระหว่างวันที่ 28 - 29 มีนาคม 2569 และการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยเพื่อประชาสัมพันธ์คุณภาพมาตรฐานของผลไม้ไทย และจำหน่ายผลไม้คุณภาพของไทยผ่านหน้าร้านจำหน่ายผลไม้ของพาโกตากว่า 4,000 สาขาทั่วประเทศจีน ระหว่างวันที่ 23 - 29 เมษายน 2569 ภายใต้โครงการส่งเสริมและผลักดันการกิจด้านการเกษตรต่างประเทศ (งบรายจ่ายอื่น) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 โครงการเสริมสร้างการแลกเปลี่ยนด้านวิชาการ งานตรวจสอบกักกัน และการขยายตลาดสินค้าเกษตรระหว่างไทยกับจีนตอนใต้ โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

### 1. การจัดแสดงประชาสัมพันธ์และส่งเสริมตลาดผลไม้ไทยในงาน Thai Street Vibes ณ ถนนคนเดินเป่ย์จิงลู่ นครกว่างโจว

ฝ่ายเกษตรฯ กว่างโจว ได้ร่วมกับสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว และบริษัท Shenzhen Pagoda Industrial (Group) จำกัด (มหาชน) (พาโกตา) เขตกว่างโจว จัดแสดงประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดผลไม้ไทยในนครกว่างโจว ระหว่างวันที่ 28 - 29 มีนาคม 2569 เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลไม้ไทย รวมถึงเสริมสร้างความตระหนักรู้ต่อศักยภาพผลไม้ไทยให้เป็นที่ประจักษ์แก่สาธารณชนในจีนและส่งเสริมตลาดผลไม้ไทยในงาน Thai Street Vibes ณ ถนนคนเดินเป่ย์จิงลู่ นครกว่างโจว โดยได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ตลอดจนชาวนครกว่างโจวและนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยคาดหวังว่าจะสามารถกระตุ้นการบริโภคผลไม้ไทยของชาวนครกว่างโจวได้เพิ่มขึ้นในช่วงดังกล่าว

ภายในงานฯ ได้นำผลไม้ไทยมาจำหน่าย ได้แก่ ทุเรียน มะพร้าว น้ำหอม และส้มโอ โดยมียอดจำหน่ายผลไม้ไทยรวม 26,535 หยวน (ประมาณ 127,368 บาท) ซึ่งร้อยละ 83.93 เป็นมูลค่าการจำหน่ายทุเรียน ในขณะที่ร้านจำหน่ายผลไม้พาโกตาในนครกว่างโจว จำนวน 430 สาขา มียอดการจำหน่ายผลไม้ไทยในช่วงวันที่ 28 มีนาคม - 3 เมษายน 2569 รวม 1.70 ล้านหยวน (ประมาณ 8.16 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 100.61 เมื่อเทียบกับช่วงสัปดาห์ก่อนหน้า

ตารางมูลค่าที่จำหน่ายและปริมาณที่จำหน่ายผลไม้ไทยของพาโกตาสาขานครกว่างโจว จำนวน 430 สาขา เมื่อเปรียบเทียบกับกรจำหน่ายในช่วงสัปดาห์ก่อนหน้า

| ชนิดผลไม้ | วันที่ 28 มีนาคม - 3 เมษายน 2569 |                        | วันที่ 21 - 27 มีนาคม 2569 |                        | การเปลี่ยนแปลงเทียบกับสัปดาห์ก่อนการจัดงาน |                      |
|-----------|----------------------------------|------------------------|----------------------------|------------------------|--|----------------------|
|           | มูลค่าที่จำหน่าย (หยวน)          | ปริมาณที่จำหน่าย (กก.) | มูลค่าที่จำหน่าย (หยวน)    | ปริมาณที่จำหน่าย (กก.) | มูลค่าที่จำหน่าย (%)                       | ปริมาณที่จำหน่าย (%) |
| รวม       | 1,695,701                        | 40,838                 | 845,274                    | 28,552                 | 100.61                                     | 43.03                |
| ทุเรียน   | 1,436,229                        | 20,372                 | 556,201                    | 6,215                  | 158.22                                     | 227.79               |
| มะพร้าว   | 205,258                          | 18,971                 | 236,632                    | 20,924                 | -13.26                                     | -9.33                |
| ส้มโอ     | 54,214                           | 1,495                  | 52,441                     | 1,413                  | 3.38                                       | 5.80                 |



นายกาจิฐิติ วิวิธวานนท์ กงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว เยี่ยมชมโซนจัดแสดงและจำหน่ายผลไม้ไทย



ทุเรียนไทยได้รับความนิยมและการตอบรับอย่างดีจาก ผู้บริโภคในนครกว่างโจว



การจัดแสดงประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยในงาน



การร่วมสนุกของผู้เข้าชมภายในงาน

ผลจากการเข้าร่วมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมตลาดผลไม้ไทยในงาน Thai Street Vibes ณ ถนนคนเดินเป่ย์จิงถู๋ นครกว่างโจว มีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคในนครกว่างโจวมีการเลือกซื้อผลไม้ไทยในร้าน พาโกดาเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุเรียนที่มีการจำหน่ายในร้านพาโกดาทั่วทั้งนครกว่างโจว ในช่วงวันที่ 28 มีนาคม - 3 เมษายน 2569 รวม 20,372 กก. มูลค่ากว่า 1.44 ล้านบาท เพิ่มขึ้นมากถึง ร้อยละ 222.79 และ 158.22 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงสัปดาห์ก่อนหน้า

## 2. การจัดงานเทศกาลผลไม้ไทย ครั้งที่ 10 (The 10<sup>th</sup> Thai Fruit Festival)

2.1 ฝ่ายเกษตรฯ กว่างโจว ได้ดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทย โดยได้ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกว่างโจว (สคต. กว่างโจว) และบริษัทพาโกดา ซึ่งเป็นผู้นำเข้าและผู้จำหน่ายผลไม้รายใหญ่ของจีน โดยมีร้านจำหน่ายผลไม้ทั่วจีนมากกว่า 4,000 สาขา จัดงานเทศกาลผลไม้ไทยภายใต้ธีม “泰爱你” (ไทยรักคุณ) ระหว่างวันที่ 23 - 29 เมษายน 2569 ซึ่งเป็นการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยในจีนเป็นปีที่ 10 โดยได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดผลไม้ไทยทั้งในช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการ live streaming เพื่อประชาสัมพันธ์แนะนำผลไม้ไทย การเสริมสร้างช่องทางส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านระบบออนไลน์ รวมทั้งการจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ผ่านหน้าร้านจำหน่ายผลไม้ของพาโกดาในจีน

2.2 ฝ่ายเกษตรฯ กว่างโจว และสคต. กว่างโจว ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านหน้าร้านจำหน่ายผลไม้ของพาโกดาทั่วจีนกว่า 4,000 สาขา โดยมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ไทยเพื่อใช้ตกแต่งหน้าร้านสาขาในช่วงงานเทศกาลผลไม้ไทย และมีการเลือกร้านสาขาจำนวน 49 ร้าน ในเขตการขาย 22 เขต (จากเขตการขายทั้งหมด 29 เขต) ซึ่งเป็นสาขาที่มีศักยภาพในการประชาสัมพันธ์และการจำหน่ายผลไม้ที่โดดเด่นของเขตการขายนั้น ๆ เพื่อตกแต่งร้านเป็นพิเศษมากกว่าร้านสาขาทั่วไป และมีการตั้งเป้าหมายยอดการจำหน่ายผลไม้ไทยในช่วงวันที่ 24 - 26

เมษายน 2569 เพื่อศึกษาผลการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ไทยในช่วงงานเทศกาลผลไม้ไทยในเมืองต่าง ๆ ของจีนที่มีร้านจำหน่ายผลไม้ของพาโกตา



การตกแต่งหน้าร้านทุกสาขาในจีน



ร้านสาขาที่ได้รับการตกแต่งเป็นพิเศษ



ร้านสาขาที่ได้รับการตกแต่งเป็นพิเศษ

2.3 วันที่ 25 เมษายน 2569 ได้มีการจัดพิธีเปิดงานเทศกาลผลไม้ไทยในจีน ณ บริเวณถนนคนเดินเสี่ยวกงหยวน เมืองซัวเถา มณฑลกว่างตุง ภายในงาน Thai Fruit Golden Months ซึ่งเป็นการจัดงานพิธีเปิดเทศกาลผลไม้ไทยร่วมกับพาโกตาที่เมืองซัวเถาเป็นครั้งแรก ด้วยเล็งเห็นว่าเป็นเมืองรองของจีนที่มีศักยภาพในการขยายตลาดและกระตุ้นการบริโภคผลไม้ไทยได้อีกมาก โดยในส่วนของฝ่ายไทยมีนายณพรัตน์ บัวหอม กงสุล (ฝ่ายเกษตร) นางสาวประภาพร ศรีเหรา ผู้อำนวยการ สคต. กวางโจว และนางสาวฉัตรรัตน์ วชิระสิทธิ์ศักดิ์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สคต. กวางโจว ฝ่ายจีนมีนายหวัง ปิงจวิน ผู้จัดการภูมิภาคจีนตอนใต้ของ

พาโกตา และนางหวัง เหยา รองผู้จัดการใหญ่ฝ่ายจัดซื้อระหว่างประเทศของพาโกตา เข้าร่วมในพิธีเปิดงาน ซึ่งได้รับความสนใจจากสื่อท้องถิ่นในเมืองซัวเถาและสื่อในจีนเป็นอย่างมาก



การแสดงก่อนพิธีเปิด



ผู้อำนวยการ สคต. กวางโจว ขึ้นกล่าวในงานฯ



กงสุล (ฝ่ายเกษตร) ขึ้นกล่าวในงานฯ



ผู้จัดการภูมิภาคจีนตอนใต้ของพาโกตา ขึ้นกล่าวในงานฯ



ผู้แทนฝ่ายไทยและจีนถ่ายภาพร่วมกันในพิธีเปิดงานฯ



การประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยและงานเทศกาลผลไม้ไทย  
บนจอแสดงผลสามมิติบริเวณถนนคนเดินเมืองซัวเถา



การเยี่ยมชมคณาจารย์จำหน่ายผลไม้ไทยของพาโกตา



การประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยของฝ่ายเกษตรฯ กวางโจว

2.4 ภายหลังพิธีเปิดงานเทศกาลผลไม้ไทยในจีน นายนพรัตน์ บัวหอม กงสุล (ฝ่ายเกษตร) ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว และนางสาวประภาพร ศรีเทรา ผู้อำนวยการ สคต. กวางโจว ได้เข้าร่วมดำเนินการ live streaming ประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทยผ่านแพลตฟอร์ม Douyin (Tik Tok ของจีน) ใน account ของบริษัทพาโกตา ซึ่งมีผู้ติดตามมากกว่า 4.46 ล้านคน โดยได้แนะนำทุเรียนพันธุ์ต่าง ๆ ของไทย ที่มีรูปร่าง กลิ่น และรสชาติที่แตกต่างเป็นเอกลักษณ์ รวมถึงยังได้ประชาสัมพันธ์การควบคุมคุณภาพทุเรียนและผลไม้ของไทยที่ส่งออกมายังจีนอย่างเข้มงวด เพื่อให้มั่นใจว่าผลไม้ที่ส่งถึงมือลูกค้าปลอดภัยสำหรับการบริโภค โดยทุเรียนไทยที่ส่งออกทุกล็อตผ่านการตรวจสอบการตกค้างของสาร BY2 และแคดเมียมจากห้องปฏิบัติการที่ผ่านการรับรองจากศุลกากรแห่งชาติจีน และผลไม้ที่นำเข้ามาจำหน่ายในร้านพาโกตายังได้ผ่านการตรวจสอบสารตกค้าง 298 รายการ โดยห้องปฏิบัติการในจีนที่รับรองโดยทางการจีนอีกด้วย และยังแนะนำผลไม้ต่าง ๆ ของไทย อาทิ มังคุด มะพร้าว ลำไย ส้มโอ รวมทั้งประชาสัมพันธ์คุณภาพมาตรฐานของผลไม้ไทยที่ส่งออกมายังประเทศจีนที่มีการควบคุมคุณภาพตั้งแต่การเพาะปลูกจนถึงการคัดบรรจุของไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคชาวจีน ซึ่งการ live streaming ครั้งนี้ ได้รับการตอบรับอย่างดีมากจากชาวจีน โดยมีผู้เข้าชมมากกว่า 1.99 ล้านคน-ครั้ง ทั้งนี้ ทางบริษัทพาโกตาได้ดำเนินการ live streaming จำหน่ายสินค้าในช่วงงานเทศกาลผลไม้ไทย (วันที่ 23 - 29 เมษายน 2569) โดยมียอดการจำหน่ายผลไม้ไทยผ่านแพลตฟอร์ม Douyin รวม 5.22 ล้านหยวน (25.06 ล้านบาท)



การประชาสัมพันธ์งานเทศกาลผลไม้ไทย ก่อนการ live streaming



กงสุล (ฝ่ายเกษตร) และผอ.สคต. กวางโจว live streaming แนะนำผลไม้ไทยกับพาโกตา

2.5 ช่วงงานเทศกาลผลไม้ไทย ระหว่างวันที่ 23 - 29 เมษายน 2569 มีการประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยและงานเทศกาลผลไม้ไทยในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ของพาโกตา ได้แก่ Weibo, Wechat, Red Book, Douyin เพื่อให้ผู้บริโภคที่ติดตาม account ได้รับทราบข้อมูลผลไม้ไทยและกิจกรรมของงานฯ ซึ่งมีผู้เข้ามาดูในทุกแพลตฟอร์มรวมมากกว่า 4.22 ล้านคน-ครั้ง

第十屆「泰愛你」泰國水果節! 100個榴蓮開抽!  
全球好水果 直供百果園 2023年4月14日 12:01 廣告 158人



การประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยและงานเทศกาลผลไม้ไทยในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ของพาโกดา



การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายผลไม้ไทยในแอปพลิเคชัน Pagoda และ mini program ในแอปพลิเคชัน WeChat

2.6 ตลอดสัปดาห์เทศกาลผลไม้ไทยในช่วงวันที่ 23 - 29 เมษายน 2569 ทางพาโกดาได้มีการจำหน่ายผลไม้ไทยหลัก ๆ คือ ทูเรียน มะพร้าว มังคุด และส้มโอ ผ่านหน้าร้านสาขาต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยระบบการสั่งซื้อออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Pagoda และ mini program ในแอปพลิเคชัน WeChat ของพาโกดา ซึ่งผู้ซื้อต้องเลือกร้านสาขาที่ประสงค์จะสั่งซื้อสินค้าซึ่งอยู่ใกล้ที่อยู่ที่จะให้ทางร้านจัดส่งสินค้าตามที่อยู่ก่อน จึงทำให้ยอดการจำหน่ายผลไม้ผ่านระบบออนไลน์ดังกล่าวจะรวมอยู่ในธุรกรรมของร้านสาขานั้น ๆ ด้วย ดังนั้น ยอดการจำหน่ายผลไม้ของพาโกดาจึงเป็นยอดรวมของการซื้อโดยผู้บริโภคที่เดินทางมาซื้อที่ร้านและการสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์

**ตารางมูลค่าที่จำหน่ายและปริมาณที่จำหน่ายของผลไม้ไทย  
ในภาพรวมของพาโกดาทั่วประเทศ เมื่อเปรียบเทียบกับสัปดาห์ก่อนการจัดงาน**

| ชนิด<br>ผลไม้ | วันที่ 23 - 29 เมษายน 2569 |                            | วันที่ 16 - 22 เมษายน 2569 |                            | การเปลี่ยนแปลงเทียบกับสัปดาห์ก่อน<br>การจัดงาน |                          |
|---------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|--|--------------------------|
|               | มูลค่าที่จำหน่าย<br>(หยวน) | ปริมาณที่<br>จำหน่าย (กก.) | มูลค่าที่จำหน่าย<br>(หยวน) | ปริมาณที่<br>จำหน่าย (กก.) | มูลค่าที่จำหน่าย<br>(%)                        | ปริมาณที่<br>จำหน่าย (%) |
| รวม           | 75,233,464                 | 1,472,329                  | 56,021,235                 | 1,085,562                  | 34.29  | 35.63                    |
| ทุเรียน       | 70,463,580                 | 1,132,815                  | 52,529,854                 | 813,322                    | 34.14  | 39.28                    |
| มังคุด        | 1,111,709                  | 11,361                     | 271,558                    | 2,476                      | 309.38   | 358.82                   |
| มะพร้าว       | 2,798,345                  | 305,979                    | 2,402,750                  | 248,215                    | 16.46  | 23.27                    |
| ส้มโอ         | 755,799                    | 19,542                     | 749,478                    | 19,427                     | 0.84   | 0.59                     |
| อื่น ๆ        | 104,031                    | 2,632                      | 67,595                     | 2,122                      | 53.90  | 24.02                    |

การจำหน่ายผลไม้ไทยในช่วงสัปดาห์เทศกาลผลไม้ไทยวันที่ 23 - 29 เมษายน 2569 ในภาพรวมของการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์และออฟไลน์ของทุกสาขาของพาโกดาในจีน พบว่ามียอดการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 75.23 ล้านหยวน (ประมาณ 361.10 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.29 เมื่อเทียบกับช่วงสัปดาห์ก่อนหน้าการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทย มีปริมาณการจำหน่ายผลไม้ไทยรวม 1,472,329 กก. เพิ่มขึ้นร้อยละ 35.63 โดยพบว่ามีปริมาณการจำหน่ายทุเรียนรวม 1,132,815 กก. เพิ่มขึ้นร้อยละ 39.28 มูลค่ารวม 70.46 ล้านหยวน (ประมาณ 338.21 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.14 เมื่อเทียบกับช่วงสัปดาห์ก่อนหน้าการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทย มีการจำหน่ายมังคุดรวม 11,361 กก. เพิ่มขึ้นร้อยละ 358.82 มูลค่ารวม 1.11 ล้านหยวน (ประมาณ 5.33 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 309.38 ในขณะที่มีการจำหน่ายมะพร้าวรวม 305,979 กก. เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.27 มูลค่ารวม 2.80 ล้านหยวน (ประมาณ 13.44 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.46 แสดงให้เห็นว่าในช่วงของการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทย ร้านจำหน่ายผลไม้ของพาโกดามียอดการจำหน่ายผลไม้ไทยเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงสัปดาห์ก่อนหน้าการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะทุเรียน มังคุด และมะพร้าวที่ผู้บริโภคชาวจีนชื่นชอบเป็นอย่างมาก

2.7 เมื่อพิจารณายอดการจำหน่ายผลไม้ไทยในร้านสาขาที่ได้รับการตกแต่งเป็นพิเศษจำนวน 49 สาขา ใน 22 เขตพื้นที่การขายที่สำคัญของพาโกดา เพื่อเป็นตัวแทนสะท้อนผลของการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยในพื้นที่ต่าง ๆ ของร้านพาโกดาในจีน โดยมีการตั้งเป้าหมายยอดการจำหน่ายผลไม้ไทยตามข้อมูลยอดการจำหน่ายย้อนหลังที่ผ่านมาของพาโกดา เพื่อวัดผลความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมตลาดผลไม้ไทยในพื้นที่ต่าง ๆ ในช่วงวันศุกร์ที่ 24 - วันอาทิตย์ที่ 26 เมษายน 2569 ซึ่งเป็นช่วงที่ได้มีการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลผลไม้ไทยผ่านช่องทางสื่อมวลชนและช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ

**ตารางยอดการจำหน่ายผลไม้ไทยในร้านสาขาที่ได้รับการตกแต่งเป็นพิเศษในเขตการขายสำคัญ  
ของพาโกดา ในช่วงวันที่ 24 - 26 เมษายน 2569**

| เขตการขาย        |            | เขตการปกครอง<br>ระดับมณฑล | ยอดเป้าหมาย<br>การจำหน่าย (หยวน) | ยอดที่จำหน่ายได้<br>(หยวน) | ความสำเร็จ<br>เทียบเป้าหมาย |
|------------------|------------|---------------------------|----------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| ชื่อเขตการขาย    | สาขาที่รวม |                           |                                  |                            |                             |
| รวม (22 เขต)     | 49         |                           | 681,982                          | 1,135,378                  | 166.48%                     |
| กว่างโจว         | 4          | กว่างตุ้ง                 | 66,914                           | 76,268                     | 113.98%                     |
| ชิงต่าว          | 4          | ซานตง                     | 65,609                           | 66,901                     | 101.97%                     |
| กว่างตุ้งตะวันตก | 4          | กว่างตุ้ง                 | 61,388                           | 109,987                    | 179.17%                     |
| เซินเจิ้น        | 3          | กว่างตุ้ง                 | 65,020                           | 82,454                     | 126.81%                     |
| หนานหนิง         | 3          | เขตฯ กว่างซีจ้วง          | 36,190                           | 52,616                     | 145.39%                     |
| ไห่หนาน          | 3          | ไห่หนาน                   | 35,736                           | 51,308                     | 143.58%                     |

| เขตการขาย     |             | เขตการปกครอง<br>ระดับมณฑล | ยอดเป้าหมาย<br>การจำหน่าย (หยวน) | ยอดที่จำหน่ายได้<br>(หยวน) | ความสำเร็จ<br>เทียบเป้าหมาย |
|---------------|-------------|---------------------------|----------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| ชื่อเขตการขาย | สาขาที่ร่วม |                           |                                  |                            |                             |
| หนานจิง       | 3           | เจียงซู                   | 32,721                           | 42,127                     | 128.74%                     |
| หนานชาง       | 3           | เจียงซี                   | 28,646                           | 77,601                     | <b>270.89%</b>              |
| หางโจว        | 2           | เจ้อเจียง                 | 45,196                           | 24,193                     | 53.53%                      |
| ตงก่วน        | 2           | กวางตุ้ง                  | 30,373                           | 52,024                     | 171.29%                     |
| จินหัว        | 2           | เจ้อเจียง                 | 28,519                           | 39,287                     | 137.76%                     |
| ฝูเจี้ยน      | 2           | ฝูเจี้ยน                  | 28,274                           | 91,248                     | <b>322.72%</b>              |
| ซัวเถา        | 2           | กวางตุ้ง                  | 27,812                           | 32,048                     | 115.23%                     |
| เซียงไฮ้      | 2           | เซียงไฮ้                  | 23,666                           | 39,886                     | 168.54%                     |
| อู๋ฮั่น       | 2           | หูเป่ย์                   | 19,059                           | 25,573                     | 134.17%                     |
| ฉงชิ่ง        | 2           | ฉงชิ่ง                    | 18,920                           | 32,703                     | 172.85%                     |
| หนิงโป        | 1           | เจ้อเจียง                 | 14,478                           | 16,936                     | 116.98%                     |
| ปักกิ่ง       | 1           | ปักกิ่ง                   | 13,712                           | 17,377                     | 126.73%                     |
| เจียงโจว      | 1           | เหอหนาน                   | 12,245                           | 24,888                     | 203.24%                     |
| เหอเฟย        | 1           | อานฮุย                    | 9,184                            | 139,484                    | <b>1518.78%</b>             |
| ฉางซา         | 1           | หูหนาน                    | 9,184                            | 9,800                      | 106.71%                     |
| ฉิงตู         | 1           | เสฉวน                     | 9,136                            | 30,668                     | <b>335.69%</b>              |

หมายเหตุ 1. ความสำเร็จเทียบเป้าหมาย (%) = (ยอดที่จำหน่ายได้ ÷ ยอดเป้าหมายการจำหน่าย) × 100

2. ร้อยละความสำเร็จเกินเป้าหมายคิดจาก ความสำเร็จเทียบเป้าหมาย - 100

จากตารางข้างต้นในภาพรวมของร้านสาขาที่ได้รับการตกแต่งเป็นพิเศษจำนวน 49 สาขา ใน 22 เขตพื้นที่การขายที่สำคัญของพาโกดา สามารถทำยอดการจำหน่ายได้มากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ในช่วงวันที่ 24 - 26 เมษายน 2569 โดยมียอดการจำหน่ายผลไม้ไทยรวม 1.14 ล้านหยวน (ประมาณ 5.47 ล้านบาท) มากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ 681,982 หยวน (ประมาณ 3.27 ล้านบาท) คิดเป็นยอดการจำหน่ายที่มากกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ร้อยละ 66.48 ซึ่งสามารถอนุมานได้ว่าการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีการจับจ่ายเลือกซื้อผลไม้ไทยผ่านร้านพาโกดาเพิ่มขึ้น โดยมีเขตการขายที่สามารถทำยอดการจำหน่ายได้เกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้จำนวน 21 เขต คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97.96 ของเขตที่เข้าร่วมในการตกแต่งร้านเป็นพิเศษ และมีเขตการขายที่ทำยอดการจำหน่ายได้เกินกว่าร้อยละ 50 ของเป้าหมาย จำนวน 10 เขต คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.45

เขตการขายหลักที่สำคัญของพาโกดา อาทิ ปักกิ่ง เซียงไฮ้ กว่างโจว เซินเจิ้น ซึ่งเป็นเมืองระดับหนึ่งของจีนที่มีประชากรและเศรษฐกิจขนาดใหญ่ ต่างสามารถทำยอดการจำหน่ายผลไม้ไทยได้มากกว่าเป้าที่ตั้งไว้ในระดับร้อยละ 14 - 69 ในขณะที่เมืองรอง ในเขตการขายเหอเฟยของมณฑลอานฮุย เขตการขายฉิงตูของมณฑลเสฉวน เขตการขายมณฑลฝูเจี้ยน และเขตการขายหนานชางของมณฑลเจียงซี พบว่าสามารถทำยอดการจำหน่ายได้มากกว่าเป้าที่ตั้งไว้ได้มากอย่างมีนัยสำคัญ โดยมากกว่าเป้าหมายร้อยละ 1418.78 235.69 222.72 และ 170.89 สะท้อนให้เห็นถึงผลสำเร็จของการจัดงานเทศกาลผลไม้ไทยและศักยภาพของการขยายตลาดผลไม้ไทยในเมืองรองของจีน

โดยสรุปพบว่าการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ไทย สามารถช่วยกระตุ้นการบริโภคผลไม้ไทยและเพิ่มความรับรู้เกี่ยวกับผลไม้ไทยต่อผู้บริโภคจีนได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยช่องทางการประชาสัมพันธ์และขยายตลาดผลไม้ผ่านทางออนไลน์จะช่วยให้ผู้บริโภคชาวจีนได้รับทราบข้อมูลและกิจกรรมได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึงซึ่งจะช่วยส่งเสริมและผลักดันการจำหน่ายในช่องทางออฟไลน์ไปได้พร้อมกัน เนื่องจากผู้บริโภคผลไม้ส่วนใหญ่ยังคงนิยมเลือกซื้อผลไม้ที่หน้าร้านจำหน่ายผลไม้ที่สามารถหยิบจับและ

เลือกได้ด้วยตนเอง โดยผลไม้ไทยยังมีแนวโน้มในการขยายตลาดในจีนได้เพิ่มขึ้น ในขณะที่การจัดตกแต่งร้าน และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดผู้บริโภคเข้ามาจับจ่ายซื้อผลไม้ยังคงได้รับผลตอบรับ อย่างดีจากผู้บริโภคในพื้นที่โดยเฉพาะในเมืองระดับรอง ที่ยังมีศักยภาพและโอกาสในการขยายและส่งเสริม ตลาดผลไม้ไทยเพิ่มขึ้นได้อีกมาก

\*\*\*\*\*