



ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว
ประจำเดือนธันวาคม ๒๕๖๓

รายงานการเข้าร่วมงาน China Shrimp Marketplace Forum ครั้งที่ ๒ และเยี่ยมชมท่าเรือคอนเทนเนอร์จ้านเจียง
วันที่ ๙-๑๑ ธันวาคม ๒๕๖๓

เมื่อวันที่ ๙-๑๑ ธันวาคม ๒๕๖๓ ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว ได้เดินทางไปเข้าร่วมงาน China Shrimp Marketplace Forum ครั้งที่ ๒ และหารือกับผู้ประกอบการด้านกุ้งที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเยี่ยมชมท่าเรือคอนเทนเนอร์จ้านเจียง ณ เมืองจ้านเจียง มณฑลกว่างตุง นั้น

ฝ่ายเกษตรฯ ขอสรุปสาระสำคัญของการเข้าร่วมงานและการศึกษาดูงาน ดังนี้

๑. การเข้าร่วมงาน China Shrimp Marketplace Forum มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

๑.๑ งาน China Shrimp Marketplace Forum เป็นงานสัมมนาด้านการตลาดกุ้งในจีนที่จัดขึ้นเป็นปีที่ ๒ โดยหอการค้าอุตสาหกรรมสัตว์น้ำของจีน เพื่อเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนด้านตลาดกุ้งในจีนประจำปีของผู้ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ (stake holder) ในแวดวงผู้เพาะเลี้ยง บริษัทผลิตอาหารและยาสัตว์น้ำ บริษัทแปรรูป บริษัทการค้า บริษัทนำเข้าและส่งออก บริษัทโลจิสติกส์ ตลอดจนผู้ให้บริการท่องเที่ยว ปัจจุบันหอการค้าอุตสาหกรรมสัตว์น้ำของจีนมีสมาชิกกว่า ๓,๐๐๐ ราย

๑.๒ การนำเสนอของฝ่ายไทย นางสาวปทุมวดี อิ่มทั่ว กงสุล (ฝ่ายเกษตร)ฯ ได้ขึ้นกล่าวแนะนำสถานการณ์การผลิตกุ้งของไทย การส่งออกกุ้งของไทย ระบบการป้องกันและควบคุมการปนเปื้อนของเชื้อ COVID-๑๙ ในอุตสาหกรรมสินค้าประมงของหน่วยงานต่าง ๆ ในไทยซึ่งดำเนินการตั้งแต่เดือนสิงหาคมที่ผ่านมา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและความปลอดภัยในสินค้าประมงต่อผู้นำเข้าและผู้บริโภค โดยที่ผ่านมาฝ่ายเกษตรฯ ได้ดำเนินการจับคู่ทางธุรกิจผ่านระบบออนไลน์ให้กับผู้นำเข้าของจีนที่สนใจนำเข้าสินค้ากุ้งจากประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง และได้ใช้โอกาสนี้ประชาสัมพันธ์ให้ผู้นำเข้ารายใดที่สนใจสั่งซื้อสินค้ากุ้งและสินค้าประมงของไทยสามารถประสานมายังฝ่ายเกษตรฯ เพื่อช่วยดำเนินการจับคู่ทางธุรกิจกับหน่วยงานและบริษัทที่เกี่ยวข้องของไทยต่อไปได้



นางสาวปทุมวดี อิ่มทั่ว กงสุล (ฝ่ายเกษตร)ฯ ขึ้นกล่าวในงาน

๑.๓ การคาดการณ์ผลผลิตกุ้งในปี ๒๕๖๓ โดยนาย Steven Hart รองประธานสมาพันธ์ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำโลก (GAA) ให้ข้อมูลว่าจากสถานการณ์การระบาดของโรค COVID-๑๙ ส่งผลต่อภาคการผลิตและการจำหน่ายกุ้งทั่วโลก โดยคาดการณ์ว่าในปี ๒๕๖๓ ปริมาณผลผลิตกุ้งโดยรวมทั่วโลกจะลดลงประมาณร้อยละ ๑๐.๕ เมื่อเทียบกับปี ๒๕๖๒ โดยผลผลิตกุ้งในประเทศเอกวาดอร์คาดว่าจะสามารถรักษาระดับการผลิตในระดับเดิมเมื่อเทียบกับปี ๒๕๖๒ ในขณะที่ผลผลิตกุ้งของอินเดียคาดว่าจะลดลงร้อยละ ๒๐

๑.๔ การนำเสนอโอกาสใหม่ของอุตสาหกรรมกุ้งภายใต้สภาพตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศในปัจจุบัน โดยนางอู่ ลีซิง CEO บริษัท Zhanjiang Guolian Aquatic Products จำกัด

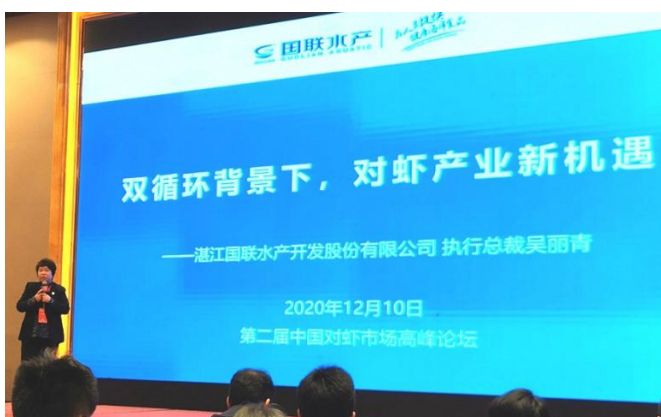
๑) สภาพการเปลี่ยนแปลงของตลาดวัตถุดิบกุ้งระหว่างประเทศ จากแนวโน้มปริมาณการผลิตกุ้งของจีนที่ลดลงในขณะที่ปริมาณการบริโภคของจีนที่เพิ่มขึ้น ทำให้จีนขาดความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดวัตถุดิบกุ้งระหว่างประเทศ โดยสะท้อนจากแนวโน้มปริมาณการส่งออกที่ลดลงและการนำเข้าที่เพิ่มขึ้น

๒) ในส่วนของอุตสาหกรรมการแปรรูปกุ้งของจีนเสียเปรียบด้านความสามารถในการแข่งขันด้วยเช่นกัน เนื่องจากปริมาณวัตถุดิบที่ผลิตได้น้อยในขณะที่ค่าแรงสูงเมื่อเทียบกับประเทศอินเดียและเวียดนามที่มีผลผลิตมากและค่าแรงต่ำ ทำให้วิสาหกิจแปรรูปกุ้งของจีนต้องยกระดับการผลิตโดยใช้ระบบอัตโนมัติแทนแรงงานคน ปรับเปลี่ยนระบบการบริหารจัดการ มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ยกระดับความสามารถในการตอบสนองตลาดในระดับต่าง ๆ ตลอดจนรักษาความสามารถในการหาซัพพลายของกุ้ง และการบริหารต้นทุนให้สามารถแข่งขันได้

๓) โอกาสในตลาดอุตสาหกรรมกุ้งของจีน จากนโยบายของจีนที่มุ่งเน้นเศรษฐกิจจากการบริโภคในประเทศเพิ่มขึ้น ในขณะที่มีการเปิดกว้างทางการค้ากับต่างประเทศเพิ่มขึ้น มีการปฏิรูปโครงสร้างอุปสงค์และอุปทานภาคการเกษตร การเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมโลจิสติกส์แบบควบคุมความเย็น การกระตุ้นตลาดการบริโภคในประเทศ ตลอดจนการสนับสนุนเทคโนโลยี internet+ และการค้าในรูปแบบ E-Commerce ในขณะที่โอกาสในตลาดกุ้งสะท้อนได้จากยกระดับการบริโภคสินค้าสัตว์น้ำที่เพิ่มขึ้น ภาพลักษณ์ของสินค้าสัตว์น้ำ การสร้างและพัฒนา แบรนด์ของสินค้า รูปแบบธุรกิจและการจำหน่ายที่หลากหลาย และโครงสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานสำหรับ fresh market มีความสมบูรณ์เพิ่มขึ้น

๔) ความท้าทายในตลาดอุตสาหกรรมกุ้งของจีน ในส่วนของตลาดนั้นมีความท้าทายด้านการสร้างแบรนด์ ระดับของผลิตภัณฑ์ การแข่งขันของราคาที่มีความโปร่งใสเพิ่มขึ้น ตลาดที่มีรูปแบบที่หลากหลายเพิ่มขึ้น การแข่งขันกับแบรนด์ต่างประเทศ เป็นต้น ในส่วนของพื้นฐานอุตสาหกรรมกุ้งมีความท้าทายด้านมาตรฐานของสินค้าและการรับรู้ของแบรนด์ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจให้ยั่งยืนและยาวนาน การปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับตลาด การให้ความสำคัญกับเสถียรภาพของสินค้าและห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น

๕) การปรับเปลี่ยนของบริษัทฯ ในภาคการผลิตมีการปรับมาใช้ระบบอัตโนมัติ การแปรรูปขั้นต้นจะดำเนินการที่ประเทศต้นกำเนิดของสินค้าก่อนที่จะนำเข้า เลือกสรรสินค้าสัตว์น้ำคุณภาพดีจากทั่วโลก มีการตั้งมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เน้นการวิจัยและพัฒนาสินค้า ในภาคการตลาดเน้นตลาดในประเทศเพิ่มขึ้น โดยขยายช่องทางการจำหน่ายในรูปแบบดั้งเดิมผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร และช่องทางการจำหน่ายรูปแบบใหม่ผ่านระบบ อีคอมเมิร์ซ การค้าในชุมชนออนไลน์ การไลฟ์สตรีมเพื่อจำหน่ายและประชาสัมพันธ์สินค้า เป็นต้น



การนำเสนอของบริษัท Zhanjiang Guolian Aquatic Products จำกัด



การนำเสนอของบริษัท Guangdong Rainbow Aquatic Products จำกัด

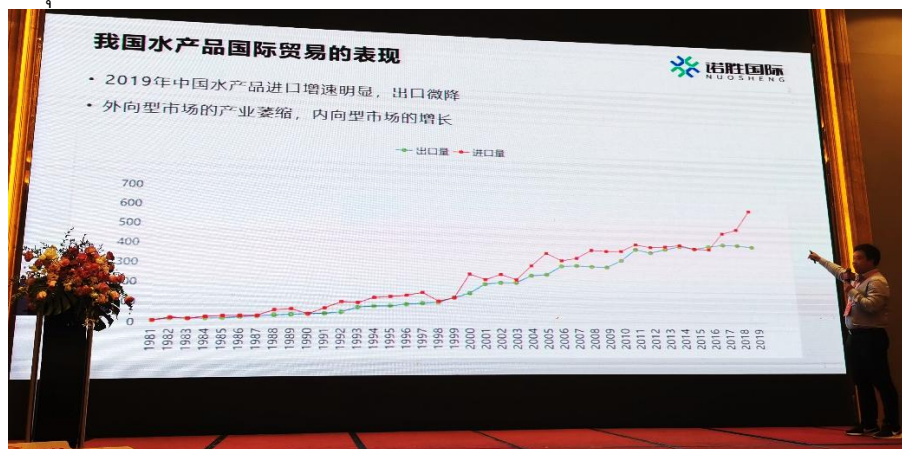
๑.๕ ทิศทางการปรับเปลี่ยนของวิสาหกิจแปรรูปสัตว์น้ำของจีน โดยนายหวัง เค่อ รองผู้จัดการทั่วไป บริษัท Guangdong Rainbow Aquatic Products จำกัด ซึ่งได้สำรวจวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสัตว์น้ำของจีนพบว่าส่วนใหญ่เห็นพ้องว่าการดำเนินธุรกิจและการทำกำไรยากขึ้นกว่าแต่ก่อน ๑)

ที่ผ่านมาสินค้าของจีนมีการผลิตเพื่อส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาและยุโรปจำนวนมาก แต่การที่ประเทศต่าง ๆ มีข้อจำกัดในเรื่องการค้าที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการจีนจำนวนมากเปลี่ยนมาทำตลาดในประเทศเพิ่มขึ้น แต่ด้วยสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไปโดยมีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 เป็นตัวเร่ง ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวและปรับเปลี่ยนทั้งแนวคิด เครื่องจักร บุคลากร วัฒนธรรมองค์กร รูปแบบการบริหารจัดการ และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ

๒) การปรับเปลี่ยนการผลิตไปสู่ระบบอัตโนมัติโดยใช้เครื่องจักรและระบบสารสนเทศจะช่วยลดต้นทุนเรื่องแรงงานคนและลดความผิดพลาดในการทำงานของแรงงาน (มีมาตรฐานในการผลิตที่ดีขึ้น) ในขณะที่ต้องมีระบบสารสนเทศในการผลิตเพื่อลดปัญหาในการผลิตแต่ละขั้นตอน และช่วยจัดการในการผลิตและการจัดส่งให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

๓) การปรับเปลี่ยนการจำหน่าย ในช่องทางการจำหน่ายควรมีการปรับเปลี่ยนสู่การเพิ่มมูลค่าในการบริการทั้งช่องทางผู้ค้าส่ง ผู้จัดจำหน่าย รวมถึงช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตต่าง ๆ ส่วนของลูกค้าควรเพิ่มการส่งเสริมการขายให้กับผู้บริโภคเพื่อนำไปทำอาหารโดยตรง ผลักดันและรูปแบบการจำหน่ายปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ส่วนของการจำหน่ายต้องติดตามความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าอย่างใกล้ชิด ปรับขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เล็กลงเพื่อสะดวกต่อการบริโภคและการทำอาหารในครอบครัว โดยเน้นคุณภาพของสินค้าและการสร้างแบรนด์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และการทำตลาดในชุมชน (ออฟไลน์และออนไลน์) รวมถึงการตอบสนองต่อการจำหน่ายที่เปลี่ยนไปจากแบบเดิมซึ่งมีความหลากหลาย ยากต่อการเก็บข้อมูล โดยบริษัทควรสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการตอบสนองของลูกค้าเพื่อนำมาประมวลปรับเปลี่ยนสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง

๑.๖ แนวทางการปรับเปลี่ยนของผู้นำเข้าและผู้ให้บริการขนส่งสินค้ากึ่ง โดยนายหยาง หมิง ผู้จัดการทั่วไปบริษัท Hebei Nuosheng International Trading จำกัด จากแนวโน้มการนำเข้ากึ่งที่เพิ่มขึ้นของจีนเพื่อสนองความต้องการบริโภคในประเทศที่เพิ่มขึ้น โดยในปี ๒๕๖๓ เดือนมกราคมช่วงก่อนตรุษจีนมีการบริโภคกันอย่างมากแต่เมื่อมีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และสถานการณ์แย่งชิงภายหลังจากพบการปนเปื้อนของเชื้อ COVID-19 บนบรรจุภัณฑ์กึ่งแช่แข็งที่นำเข้าจากประเทศเอกวาดอร์ช่วงกลางเดือนกรกฎาคม และการพบการปนเปื้อนบนบรรจุภัณฑ์อาหารแช่แข็งนำเข้าอย่างต่อเนื่องในจีน ทำให้มีการพัฒนาระบบการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าอาหารทะเล/เนื้อแช่แข็งตลอดห่วงโซ่อุปทานเพื่อป้องกันการระบาดของโรค รวมถึงระบบการฆ่าเชื้อสำหรับสินค้านำเข้าที่ขนส่งผ่านห่วงโซ่ควบคุมความเย็นของจีน ผู้ประกอบการและผู้นำเข้าจึงต้องติดตามมาตรการและนโยบายต่าง ๆ จากภาครัฐอย่างใกล้ชิด ภายหลังการระบาดของโรคพบว่ารูปแบบการจำหน่ายมีการปรับเปลี่ยนไปโดยมียอดการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ การจำหน่ายผ่านชุมชน (ออฟไลน์และออนไลน์) เพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับช่วงก่อนการระบาดของโรค ทำให้การบริหารจัดการการขนส่งสินค้ามีบทบาทสำคัญเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาสินค้าควรปรับเปลี่ยนผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อลดการเก็บสต็อกของสินค้าและให้มีการหมุนเวียนได้รวดเร็ว ช่วยลดปัญหาด้านการหมุนเวียนเงินทุนของบริษัท



แนวโน้มการนำเข้าสินค้าสัตว์น้ำที่เพิ่มขึ้นของจีน ในขณะที่มีการส่งออกลดลง

๑.๗ ประสบการณ์การดำเนินธุรกิจสุกี้หม้อไฟกึ่ง โดยนายไห่ หลุน ผู้จัดการทั่วไปฝ่าย supply chain เครือร้านสุกี้หม้อไฟกึ่ง Huaidian Wangpo Daxia



รูปแบบสุกี้หม้อไฟกึ่งของร้าน Huaidian Wangpo Daxia



การปรับมาเพิ่มช่องทางจำหน่ายผ่านระบบส่งตรงถึงบ้าน

๑) ร้านสุกี้หม้อไฟกึ่ง Huaidian Wangpo Daxia ร้านแรกเปิดที่ตำบล Huaidian อำเภอ Shenqiu เมืองโจวโจว มณฑลเหอหนาน ในปี ๒๕๕๒ ปัจจุบันมีสาขาที่ดำเนินการเองและสาขาแฟรนไชส์รวมกว่า ๕๖๐ สาขาทั่วจีน ในกรุงปักกิ่ง นครเซี่ยงไฮ้ นครฉงชิ่ง มณฑลเหอหนาน เหอเป่ย์ ซานตง เหลียวหนิง ซานซี ส่านซี กว่างซี ยูนนาน เป็นต้น และได้รับเลือกเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโจวโจว รวมถึงเป็นแบรนด์ที่ติด ๑ ใน ๑๐ สุกี้หม้อไฟยอดนิยมของจีน ในเครือใช้กึ่งปีละมากกว่า ๒๖๐ ตู้คอนเทนเนอร์ โดยบริษัทนอกจากมีการลงทุนในธุรกิจร้านอาหารและมีการจำหน่ายแฟรนไชส์แล้ว ยังมีการลงทุนด้านการบริหาร supply chain และการเพาะเลี้ยงกุ้งด้วย

๒) การแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจร้านอาหารเป็นอย่างมาก เนื่องจากนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคของภาครัฐที่ควบคุมการเปิดให้บริการของร้านอาหาร ซึ่งทางผู้บริหารเครือได้รับเปลี่ยนมาเริ่มการจำหน่ายแบบส่งตรงถึงบ้านเมื่อวันที่ ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ โดยมีการปรับขนาดของสุกี้หม้อไฟให้ลดลงจากเดิมที่มีขนาดรับประทานกัน ๔-๕ คนที่ร้าน เป็นขนาดที่รับประทาน ๑-๒ คนเพื่อให้สอดคล้องกับการสั่งผ่าน APP เพื่อรับประทานที่บ้าน จากการทดลองพบว่าในเดือนมีนาคมร้านสาขาที่ลงทุนโดยบริษัทเองมียอดจำหน่ายกว่า ๑.๑๓ ล้านหยวน ซึ่งอยู่ในระดับก่อนที่จะมีการแพร่ระบาดของโรค จากผลการทดลองทำให้บริษัทใช้โมเดลนี้กับสาขาต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยร่วมมือกับผู้เพาะเลี้ยง ซัพพลายเออร์ บริษัทขนส่งสินค้า และบริษัทส่งอาหารเจ้าต่าง ๆ ของจีน เพื่อบริหารจัดการให้สามารถขนส่งวัตถุดิบไปยังร้านสาขา และส่งอาหารที่ลูกค้าสั่งผ่านระบบออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ และเมื่อเกิดกรณีการพบการปนเปื้อนของเชื้อ COVID-๑๙ บนบรรจุภัณฑ์ที่กึ่งแช่แข็งที่นำเข้ามาจากเอควาดอร์ ทำให้บริษัทได้ปรับเปลี่ยนมาใช้กึ่งที่ผลิตในจีนและกึ่งที่บริษัททำ OEM กับต่างประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค

๓) พฤติกรรมผู้บริโภค จากสถิติการบริโภคสุกี้ในภาพรวมของทั้งประเทศพบว่าเมื่อถึงระดับหนึ่งของจีน (ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กว่างโจว และเซินเจิ้น) ในปี ๒๕๖๒ มียอดการบริโภคเฉลี่ยคนละ ๖๗.๓๙ หยวนต่อครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ ๔๔.๔ เมื่อเทียบกับปี ๒๕๖๐ และในภาพรวมของเมืองต่าง ๆ ในจีนพบว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้จ่ายต่อครั้งเพิ่มขึ้น โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของอาหาร คุณภาพ และแบรนด์ของสินค้าเพิ่มขึ้นกว่าเดิม สะท้อนจากการที่บริษัทปรับราคาน้ำซุ๊ปเพิ่มขึ้นเนื่องจากต้นทุนการดำเนินงานภายหลังช่วงการระบาดของโรคเพิ่มขึ้น แต่ปริมาณลูกค้าและยอดขายกลับไม่ได้ลดลง รวมถึงการที่ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกของร้านเพิ่มขึ้นและมีสัดส่วนการใช้จ่ายของผู้ที่เป็นสมาชิกมากกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิก แสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความใส่ใจต่อแบรนด์เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

๑.๘ การแบ่งปันประสบการณ์ธุรกิจกึ่งและสภาพการนำเข้ากึ่งแช่แข็ง โดยนายจาง เสี่ยวเพย ประธานบริษัท Huitai Bohai Aquatic จำกัด

๑) กลุ่มบริษัท Huitai ดำเนินธุรกิจการผลิตเกลือซึ่งมีฐานการผลิตที่มณฑลซานตง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในกระบวนการผลิตเกลือ ได้มีการเลี้ยงกุ้งในพื้นที่นาเกลือขนาดใหญ่ของบริษัท มีโรงงานแปรรูปกุ้งที่ทันสมัย มีโกดังห้องเย็นและการขนส่งโลจิสติกส์ห้องเย็นอย่างครบวงจร



การนำเสนอธุรกิจการเพาะเลี้ยงกุ้งในพื้นที่นาเกลือของบริษัท Huitai Bohai Aquatic จำกัด

๒) สภาพการเพาะเลี้ยงกุ้งของจีนมีต้นทุนที่สูงเนื่องจากค่าแรงที่สูงขึ้น พื้นที่การเพาะเลี้ยงที่จำกัด นโยบายสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวด สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง ปริมาณผลผลิตของจีนอยู่ที่ประมาณ ๑ ล้านตันต่อปี ในขณะที่ตลาดจีนมีความต้องการบริโภคกุ้งปีละประมาณ ๒ ล้านตัน และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ ๕-๑๐ ต่อปี

๓) จากการระบาดของโรค COVID-๑๙ และการพบการปนเปื้อนของเชื้อ COVID-๑๙ บนบรรจุภัณฑ์อาหารแช่แข็งที่นำเข้า ส่งผลให้การนำเข้าอาหารแช่แข็งได้รับผลกระทบ โดยการนำเข้าและออกจากโกดังมีความเข้มงวดเพิ่มขึ้น และเมื่อตรวจพบสินค้ามีการปนเปื้อนของเชื้อ COVID-๑๙ บนบรรจุภัณฑ์อาหารแช่แข็งที่เก็บในโกดังห้องเย็นก็就会被ปิดโกดังไม่สามารถนำเข้าและออกได้จึงส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน ในขณะที่ผู้บริโภคในจีนหันมาบริโภคกุ้งที่เพาะเลี้ยงในจีนเพิ่มขึ้น โดยจากสภาพการระบาดของโรค COVID-๑๙ ในต่างประเทศยังคงมีการระบาดทำให้ต้นทุนการผลิตกุ้งเพิ่มขึ้นการนำเข้ามีความยุ่งยากเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน จึงเป็นโอกาสของผู้เพาะเลี้ยงกุ้งในจีนที่จะต้องยกระดับความปลอดภัยและคุณภาพของการผลิตกุ้งเพื่อป้องกันภัยพิบัติต่าง ๆ ในส่วนของช่องทางการจำหน่ายใหม่ ๆ เช่น การไลฟ์ขายสินค้าทางแพลตฟอร์มออนไลน์ การส่งเสริมการขายกับชุมชนออนไลน์และออฟไลน์ที่ตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าโดยตรงมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

๒. ท้าหรือกับนายหยู กวงเหวิน ผู้บริหารบริษัท Dongguang Seafoods จำกัด

๒.๑ บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจจำหน่ายกุ้ง อาหารทะเลและผลิตภัณฑ์ มีโรงงานแปรรูปกุ้งในการแกะเปลือก การต้ม และการแช่แข็งเพื่อส่งสินค้าให้กับลูกค้า โดยวัตถุดิบกุ้งร้อยละ ๗๐ เป็นกุ้งที่เพาะเลี้ยงในจีน และมีการนำเข้าร้อยละ ๓๐ โดยในปีนี้มีนำเข้ากุ้งจากต่างประเทศประมาณ ๑๐๐ กว่าตู้

๒.๒ การนำเข้ากุ้งของบริษัทฯ ส่วนใหญ่นำเข้ากุ้งสดแช่แข็งทั้งตัวจากเอกวาดอร์ ขนาด ๓๐-๘๐ ตัวต่อกิโลกรัม กุ้งสดตัดหัวจากอินเดีย และเวียดนาม กุ้งต้มสุกแช่แข็งจากไทยและเวียดนาม ขนาด ๔๐-๖๐ ตัวต่อกิโลกรัม บริษัทฯ ให้ข้อคิดเห็นว่า การแปรรูปกุ้งของเอกวาดอร์เป็นระเบียบมาตรฐาน ในส่วนของกุ้งต้มสุกแช่แข็งจัดเป็นสินค้าระดับคุณภาพซึ่งทางบริษัทฯ ต้องมีการจัดส่งเจ้าหน้าที่ไปกำกับในการเลือกสินค้าและการแปรรูปที่ประเทศต้นทางเพื่อให้ได้คุณภาพตามลักษณะที่ทางบริษัทฯ ต้องการ โดยให้ผู้ประกอบการไทยพาดูสินค้าตั้งแต่ฟาร์มเลี้ยงกุ้งและทดสอบต้มกุ้งเพื่อดูสีของกุ้ง เนื่องจากลักษณะฟาร์มเลี้ยงที่มีความหลากหลายทั้งบ่อดิน บ่อที่คลุมพลาสติก บริษัทฯ เห็นว่าส่งผลให้สีของกุ้งเมื่อต้มสุกแล้วมีความแตกต่างกัน โดยบ่อคลุมพลาสติกสีจะแดงสวามากกว่า ซึ่งจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ บริษัทฯ จึงไม่สามารถจัดส่งเจ้าหน้าที่ไปที่ประเทศไทยได้ ทำให้ในปีนี้ไม่มีการนำเข้าสินค้าจากไทย

๒.๓ ผู้บริหารให้ความเห็นว่า ขณะนี้ผู้บริโภทยังคงมีความกังวลในการบริโภคสินค้ากึ่ง แม้อในช่วงฤดูหนาวและใกล้เทศกาลเฉลิมฉลองที่ปกติจะมีความต้องการในการนำเข้ามาก แต่จากมาตรการนำเข้าที่เข้มงวดทำให้มีสินค้ายังคงค้างอยู่ในโกดังเก็บสินค้า ทำให้ผู้นำเข้าจะต้องดูสถานการณ์และไม่กล้านำเข้ามากขึ้น

๓. การเยี่ยมชมท่าเรือคอนเทนเนอร์จันเจียง

๓.๑ ท่าเรือจันเจียงแบ่งพื้นที่เป็น ๔ เขต ได้แก่ เขตท่าเรือเสียขน เป่าหม่าน เตี้ยวซุ่นต้าว และตงไห่ต้าว โดยการพัฒนาทางด้านขนถ่ายตู้คอนเทนเนอร์จะอยู่ที่เขตท่าเรือเป่าหม่าน

๓.๒ ท่าเรือคอนเทนเนอร์จันเจียง (เป่าหม่าน) เฟส ๑ สามารถรองรับเรือขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ระหว่าง ๑๕๐,๐๐๐ ตัน (๑๒๕,๐๐๐ ตู้ TEU) ได้ ๒ ลำ รองรับขนถ่ายตู้คอนเทนเนอร์ได้ปีละ ๑.๔ ล้านตู้ TEU มีพื้นที่วางตู้คอนเทนเนอร์ ๕๘๐,๐๐๐ ตร.ม. สามารถวางตู้ได้ ๖๕,๐๐๐ ตู้ มีแท่นจ่ายไฟสำหรับตู้คอนเทนเนอร์เย็น ๒,๘๘๐ แท่น ในขณะที่มีเส้นทางรถไฟขนส่งสินค้าเชื่อมโยงจากท่าเรือไปยังพื้นที่ลุ่มแม่น้ำจูเจียงในมณฑลทกวางต้ง เชื่อมโยงภาคตะวันตกไปยังเขตฯ กว่างซีจ้วง มณฑลยูนนาน เชื่อมโยงภาคกลางของจีน ไปยังมณฑลเหอหนาน เป็นต้น

๓.๓ ปัจจุบันท่าเรือคอนเทนเนอร์จันเจียงมีสถานที่ควบคุมที่กำหนดเฉพาะสำหรับการนำเข้าผลไม้ รัษฎพืช และเนื้อ/อาหารทะเลแช่แข็ง ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการนำเข้าผลไม้จากไทย (ปี ๒๕๕๕-๒๕๖๐) แต่ด้วยนโยบายการส่งเสริมการนำเข้าผลไม้ของมณฑลทกวางต้งที่น้อยกว่าเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง ทำให้ไม่มีการนำเข้าผลไม้ไทยในช่วงหลังผ่านท่าเรือจันเจียง และมีการนำเข้ามันสำปะหลังแห้งและกุ้งแช่แข็งตามความต้องการของผู้นำเข้า โดยสามารถประสานสายเรือเพื่อขนส่งจากท่าเรือแหลมฉบังมายังท่าเรือจันเจียง ระยะเวลาเดินเรือประมาณ ๓-๔ วัน (ปัจจุบันไม่มีสายเดินเรือประจำจากท่าเรือแหลมฉบังไปท่าเรือจันเจียง)



ทางเข้าท่าเรือคอนเทนเนอร์จันเจียง



โครงสร้างอุปกรณ์ในท่าเรือ



การพบหารือกับผู้บริหารท่าเรือคอนเทนเนอร์จันเจียง



ข้อคิดเห็นของฝ่ายเกษตรฯ

๑. จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-๑๙ ทั่วโลก ส่งผลให้จีนมีมาตรการป้องกันและควบคุมการระบาดของโรคจากเชื้อนำเข้าทั้งการเดินทางจากผู้โดยสารและการนำเข้าสินค้าโดยเฉพาะอาหารแช่เย็นแช่

แข็ง ส่งผลให้การนำเข้าสินค้าอาหารแช่แข็งมีความยุ่งยากและต้นทุนในการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นจากเดิม เนื่องจากจะต้องทำการตรวจการปนเปื้อนของเชื้อ COVID-๑๙ บนบรรจุภัณฑ์ และการพ่นฆ่าเชื้อโรคในขั้นตอนการนำเข้าก่อนนำเข้าสู่โกดังห้องเย็น ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยจึงควรให้ความตระหนักกับการป้องกันและการควบคุมโรคในกระบวนการผลิตและการขนส่งอย่างเข้มงวด เพราะหากมีกรณีที่พบการปนเปื้อนของเชื้อ COVID-๑๙ บนบรรจุภัณฑ์ที่นำเข้าก็จะส่งผลกระทบอย่างมากต่อการส่งออกสินค้าดังกล่าวของไทย

๒. พฤติกรรมการจับจ่ายซื้อหาสินค้าอาหารของผู้บริโภคชาวจีนหันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพและแบรนด์ของสินค้าเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการของไทยหากประสงค์ที่จะทำการตลาดในจีนอย่างยั่งยืนจึงควรพิจารณาเข้ามาทำการตลาดในจีนอย่างจริงจัง โดยการเข้ามาศึกษาตลาดผู้บริโภคในจีน การสร้างและพัฒนาแบรนด์สินค้า การปรับและพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่หลากหลายในจีน ซึ่งปัจจุบันมีช่องทางในการจำหน่ายและประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ที่เข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรง เช่น การไลฟ์สดริม การใช้แอปพลิเคชัน wechat วีดีโอสั้น (Tik Tok) เป็นต้น

๓. ท่าเรือจ้งเจียงเป็นท่าเรือน้ำลึกของมณฑลกว่างตุงที่มีทำเลที่ตั้งใกล้กับประเทศไทย และเป็นอีกหนึ่งท่าเรือที่จะมีบทบาทส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการค้าสำหรับสินค้าที่จะจำหน่ายในมณฑลแผ่นดินใหญ่ของจีนและสินค้าที่จะส่งเข้าไปจำหน่ายในมณฑลไต้หวันที่ได้รับนโยบาย Free Trade Port มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปมณฑลไต้หวันปีละกว่า ๑๐๐ ล้านคน (เมืองจ้งเจียงเป็นเมืองใต้สุดของมณฑลกว่างตุงห่างจากมณฑลไต้หวัน ๑๘ ไมล์ทะเล การขนส่งสินค้าในปัจจุบันผ่านเรือขนส่งข้ามช่องแคบไถ่โจวระหว่างอำเภอสวีเหวินของเมืองจ้งเจียงกับนครไท่เป๋วของมณฑลไต้หวัน และการขนส่งโดยเรือและเครื่องบินในประเทศ)
