สรุปสถานการณ์การค้าผลไม้ตลาดค้าส่งผลไม้เจียซิง

ประจำเดือน กุมภาพันธ์ 2567

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2567 ผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคผลไม้นำเข้าเพิ่มสูงขึ้นมาก
เนื่องจากอิทธิพลของเทศกาลตรุษจีน

สถิติการค้าผลไม้นำเข้า เดือนกุมภาพันธ์ 2567

ปริมาณการค้ารวม	+ 22.15 %
มูลค่าการค้ารวม	+ 55.38 %
ราคาเฉลี่ยรวม	+ 27.22 % 32.9 หยวน/กิโลกรัม

ลำไย	ปริมาณการค้า +61.82 %
แก้วมังกร	ปริมาณการค้า +16.24 %
มังคุด	ปริมาณการค้า +108.81 %
เชอร์รี่	ปริมาณการค้า +318.88 %

ปีนี้เป็นปีมะโรง (ปีมังกรในประเทศจีน) ผลไม้ที่มีคำว่า "มังกร" หรือ "หลง" ในภาษาจีนเป็นส่วนประกอบในชื่อเรียกจึงเป็นที่นิยมอย่างมาก เนื่องจากมีความเป็นสิริมงคลและเสริมความโชคดี เช่น ลำไย/หลงเหยียน แก้วมังกร/หัวหลงกัว เป็นต้น ซึ่งการทานผลไม้ที่มีคำว่า มังกร อยู่ในชื่อถือเป็นการอวยพรให้ปีมังกรนี้มีโชคมีลาภ ดังนั้น ในเดือนกุมภาพันธ์ผลไม้นำเข้า เช่น ลำไย แก้วมังกร มังคุด และเชอร์รี่จึงมีปริมาณการค้าเพิ่มสูงขึ้น

ขนุนและทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีปริมาณการค้าอันดับต้นๆ โดยในเดือนนี้ได้มีการปรับตัวลง

	ปริมาณการค้า	มูลค่าการค้า
ขนุน	-18.78 %	-31.21 %
ทุเรียน	-16.37 %	-15.61 %

เชอร์รี่ชิลีถือเป็น “ผลไม้ยอดนิยมในช่วงปีใหม่จีน” ที่ผู้บริโภคเลือกใช้เป็นของขวัญเยี่ยมญาติและเพื่อนฝูงตลอดหลายปีที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นการซื้อเพื่อเป็นของขวัญ หรือซื้อเพื่อทานเอง เชอร์รี่ชิลีก็ถือเป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ ของผู้บริโภค โดยในช่วงเทศกาลตรุษจีนปีนี้ตรงกับช่วงพีคของฤดูกาลเชอร์รี่ชิลี ทำให้บรรยากาศการค้าเชอร์รี่ชิลีในตลาดเจียซิงคึกคักยิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน ปริมาณการค้าเชอร์รี่ชิลีในตลาดภายในประเทศจีนก็เพิ่มสูงขึ้นทุกปี ผนวกกับคุณภาพและรสชาติมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เชอร์รี่ชิลีครองตำแหน่งผลไม้ยอดนิยมในช่วงปีใหม่ได้อย่างมั่นคง

ตามสถิติ ในเดือนกุมภาพันธ์ปริมาณการค้าเชอร์รี่เพิ่มขึ้นร้อยละ 445.31 มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 66.32 หยวน/กิโลกรัม เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.19 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

แม้ตลาดในช่วงตรุษจีนจะมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง แต่ผลไม้ชนิดใหม่ๆ ก็ยังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ทำให้แนวโน้มความหลากหลายของผลไม้ในตลาดสูงขึ้น ซึ่งผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลไม้สำหรับต้อนรับปีใหม่ได้ตามความต้องการ หรือความชอบของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นส้ม แอปเปิล แพร์ หรือผลไม้นำเข้า เช่น เชอร์รีชิลี ลูกพรุน เป็นต้น ซึ่งผลไม้ที่มีความหลากหลายช่วยตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของผู้บริโภค ผู้ประกอบการที่จะอยู่รอดท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงได้ จะต้องติดตามความต้องการของผู้บริโภคและพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง