วารสารฉบับพิเศษ

# ถนนทุกสาย มุ่งสู่จีนตะวันตก

## กับระเบียงการค้าระหว่างประเทศ เชื่อมทางบกกับทางทะเลสายใหม่

THAIBIZCHINA.COM
Business Information Center

วารสารฉบับพิเศษ

# ถนนทุกสาย มุ่งสู่จีนตะวันตก

กับระเบียงการค้าระหว่างประเทศ
เชื่อมทางบกกับทางทะเลสายใหม่

# สารจากกงสุลใหญ่

ปัจจุบัน บทบาทของจีนในประชาคมโลกได้เพิ่มพูนมากขึ้นในทุกมิติ โดยเฉพาะบทบาททางเศรษฐกิจที่โดดเด่นและเป็นที่จับตามอง ด้วยขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก จำนวนประชากรมากกว่า 1,400 ล้านคน คิดเป็น 1 ใน 5 ของประชากรโลก ประกอบกับการขยายตัวของกลุ่มชนชั้นกลาง ซึ่งกลายเป็นฐานการบริโภคและตลาดขนาดใหญ่ ทำให้จีนก้าวขึ้นมาเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจในศตวรรษที่ 21 เป็นกลจักรสำคัญที่ขับเคลื่อนการเจริญเติบโต อย่างรวดเร็วของภูมิภาค ตอกย้ำปรากฏการณ์การเกิดศตวรรษแห่งเอเชีย (Asia Century) และกลายเป็นผู้เล่นที่กำหนดทิศทางการพัฒนาที่สำคัญของโลก

ทราบกันดีว่า จีนเป็นประเทศที่มีพลวัตทางเศรษฐกิจและมีอัตราการเจริญเติบโตสูง เป็นคู่ค้าและผู้ลงทุนรายใหญ่ของไทยและอาเซียน ดังนั้น การติดตามข่าวสารและพัฒนาการทางเศรษฐกิจของจีนอย่างใกล้ชิด จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการติดอาวุธและปรับกลยุทธ์ของภาคธุรกิจไทยให้ก้าวทันพลวัตของจีน รวมถึงจะเป็นประโยชน์ในการแสวงหาลู่ทางการลงทุนในพื้นที่ใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพและสอดคล้องกับผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย โดยพื้นที่ที่กำลังถูกจับตามองอยู่ในขณะนี้คงหนีไม่พ้นภูมิภาคตะวันตกของจีน ซึ่งเปรียบเสมือน “พื้นที่แห่งโอกาส” ที่รัฐบาลจีนกำลังเร่งพัฒนาทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การศึกษา และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ เพื่อให้เจริญก้าวหน้าทัดเทียมกับมหานครชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก

ปี 2543 เป็นจุดเริ่มต้นการพัฒนาภาคตะวันตกของจีน รัฐบาลจีนได้ประกาศนโยบายการพัฒนาพื้นที่ภาคตะวันตก (Go West Policy) ครอบคลุม 12 มณฑล มีการบังคับใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคตะวันตกเป็นพิเศษ และในปี 2556 ประธานาธิบดี สี จิ้นผิง ก็ได้ประกาศวิสัยทัศน์ข้อริเริ่มสายแถบและเส้นทาง (Belt and Road Initiative - BRI) มุ่งส่งเสริมความเชื่อมโยงของภูมิภาคเอเชีย ยุโรป และแอฟริกา ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ ซึ่งภูมิภาคตะวันตกเป็นหนึ่งในจุดยุทธศาสตร์สำคัญที่เป็นทั้งประตูและจุดเชื่อมต่อของการพัฒนาความเชื่อมโยงภายใต้ BRI ทั้งเส้นทางทางบกและทางทะเล รวมถึงระเบียงเศรษฐกิจต่าง ๆ อาทิ ระเบียงการค้าระหว่างประเทศเชื่อมทางบกกับทางทะเล (New International Land and Sea Trade Corridor) และในมิติด้านการค้าการลงทุน รัฐบาลจีนได้สนับสนุนการยกระดับการบริโภค (Consumption Upgrade) ภายในประเทศไปพร้อม ๆ กับการนำเข้าสินค้าและบริการที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ ซึ่งนับว่าเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในการบุกตลาดภาคตะวันตกของจีนในช่วงที่การแข่งขันยังไม่สูงมากนัก

ในโอกาสนี้ ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (Thailand Business Information Center in China หรือ BIC) นครหนานหนิงและนครซีอาน กระทรวงการต่างประเทศ ในฐานะกลไกที่ส่งเสริมความเชื่อมโยงทางธุรกิจไทย - จีน จึงได้ร่วมกันคัดสรรบทความและรวบรวมเป็นวารสารฉบับพิเศษ **“ถนนทุกสายมุ่งสู่จีนตะวันตกกับระเบียงการค้าระหว่างประเทศเชื่อมทางบกกับทางทะเลสายใหม่”** โดยมุ่งนำเสนอข้อมูลเชิงลึกของศักยภาพและยุทธศาสตร์การพัฒนาในภาคตะวันตกของจีน รวมถึงโอกาสและลู่ทางในการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการไทยที่สนใจจะบุกตลาดจีนในอนาคต

สุดท้ายนี้ ดิฉันหวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทุกท่าน และเป็นเสมือนคู่มือสำหรับภาคธุรกิจไทยในการเตรียมความพร้อมเพื่อ “ก้าวออกไป” เปิดตลาดในพื้นที่แห่งโอกาสใหม่ของจีน นำไปสู่การส่งเสริมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่แน่นแฟ้น และการเพิ่มพูนเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนของไทยในภาคตะวันตกของจีน และหากท่านต้องการขอรับข้อมูลเพิ่มเติม ศูนย์ BIC ประจำนครหนานหนิงมีความยินดีเป็นอย่างยิ่งและพร้อมจะให้บริการท่านเสมอ

นางสาวเบญจมาศ ตันเวทยานนท์
กงสุลใหญ่ ณ นครหนานหนิง

# คำนำ

ปี2549-2550ในยุคที่ "ถนนทุกสายมุ่งสู่จีน" ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (Thailand Business Information Center in China หรือ BIC) ได้ถือกำเนิดขึ้นโดยความริเริ่มของกระทรวงการต่างประเทศ เพื่อให้บริการข้อมูลและข่าวสารทางเศรษฐกิจแบบเจาะลึกของมณฑลต่างๆ ของจีน โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสและเกร็ดในการทำธุรกิจในประเทศจีน

นับเป็นเวลากว่า 15 ปีแล้ว ที่ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) ซึ่งประกอบด้วยสำนักงาน 10 แห่งประจำอยู่ที่สถานทูตและสถานกงสุลใหญ่ทั่วประเทศจีน (ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กว่างโจว คุนหมิง เฉิงตู เซี่ยเหมิน หนานหนิง ซีอาน ชิงต่าว และฮ่องกง) ได้ทำหน้าที่ให้บริการประชาชน ภายใต้แนวคิด **"ชี้ช่องทาง สร้างโอกาส พิชิตตลาดจีน"** เพื่อส่งเสริมการ "ก้าวออกไป" แสวงหาโอกาสทางการค้าและการลงทุนในประเทศจีน ผ่านเว็บไซต์ thaibizchina.com รวมถึงการตอบข้อสงสัยผ่านช่องทาง e-mail สื่อโซเชียลมีเดีย และประชาชนที่เดินทางเข้ามาสอบถามข้อมูลที่สำนักงาน

หนังสือที่ท่านถืออยู่นี้ เป็นวารสารฉบับพิเศษ **"ถนนทุกสายมุ่งสู่จีนตะวันตกกับระเบียงการค้าระหว่างประเทศเชื่อมทางบกกับทางทะเลสายใหม่"** ที่ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) ประจำนครหนานหนิงและนครซีอาน ตั้งใจร่วมกันจัดทำขึ้นเพื่อสะท้อนความสำคัญของ "จีนตะวันตก" ภูมิภาคที่กำลังทวีบทบาทสำคัญในโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศจีนในเวลานี้ หลายมณฑลในจีนตะวันตกมีนัยสำคัญยิ่งต่อความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุนระหว่างไทย - จีน กลายเป็นพื้นที่แห่งโอกาสที่ภาคธุรกิจไทยจะสามารถ "เชื่อมต่อ" เศรษฐกิจภายในประเทศของไทยให้เข้ากับเศรษฐกิจของจีนตะวันตกได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วารสารพิเศษฉบับนี้ ท่านผู้อ่านจะได้พบกับเนื้อหาที่มุ่งเน้นการ **"ศึกษาโอกาส"** และศักยภาพทางธุรกิจของเมืองต่าง ๆ ในจีนตะวันตก อาทิ กว่างซีกับยุทธศาสตร์ Gateway to ASEAN - ประเทศไทยใช้ประโยชน์อย่างไร / โอกาส "สินค้าไทย" บุกตลาดจีนผ่านช่องทาง Cross border e-commerce / SMEs ไทยสนใจทำ Cross border e-commerce มองทางนี้ ที่กว่างซี / ส่งออก "ผลไม้ไทย" เจาะจีน (ตะวันตก) ผ่านเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง ทั้งด่านทางถนน รถไฟ ท่าเรือ และสนามบิน

นอกจากนี้ ยังมีเนื้อหาเกี่ยวกับการ **"เรียนจากผู้รู้"** ผ่านข้อแนะนำ (Tips & Tricks และ How to) และบทสัมภาษณ์แบ่งปันประสบการณ์ตรงในการทำตลาดจีนตะวันตก อาทิ SMEs ไทยควรรู้ Tips & Tricks จด "เครื่องหมายการค้า" สิ่งที่ต้องทำก่อนบุกตลาดจีน / รู้จัก.... Fullfilment ตัวช่วยธุรกิจนำสินค้าไทยบุกตลาดจีน / สินค้าไทยที่จะบุกตลาดจีน เลือกบริการ Fulfillment และคลังสินค้าอย่างไร / ถอดบทเรียนการพัฒนาอุตสาหกรรมเก๋ากี้ของเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย หนึ่งในแหล่งปลูกและแปรรูปเก๋ากี้ขนาดใหญ่ที่สุดของโลก / ถอดประสบการณ์ผู้บริการ Houshengji (Ningxia) วิสาหกิจท้องถิ่นหนิงเซี่ยหุย กับบทบาทพาร์ทเนอร์กลุ่ม TCP ของไทย / เจาะอุตสาหกรรมชาส่านซี โมเดลยกระดับคุณภาพชีวิตประชากร สู่ผลิตภัณฑ์ส่งออกทั่วโลก

รวมถึงการ **"เพ่งดูการเปลี่ยนแปลง"** กับการบอกเล่าเรื่องราวความเปลี่ยนแปลงใหม่ที่เกิดขึ้นใน "จีนตะวันตก" ผ่านประสบการณ์การลงพื้นที่จริง อาทิ ถนนทุกสายมุ่งสู่จีน (ตะวันตก) - เมื่อ "ลมเปลี่ยนทิศ" โอกาสและความท้าทายของธุรกิจไทยในภาคตะวันตก / สำรวจเขตโลจิสติกส์นานาชาติ นครหลานโจว จาก landlocked สู่ landlink สำคัญอีกแห่งของภูมิภาคจีนตะวันตกเฉียงเหนือ / ส่องเครือข่ายเส้นทางรถไฟมณฑลส่านซี กานซูและเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย ความเชื่อมโยงกับ ILSTC และโอกาสมุ่งใต้สู่อาเซียน

และหมวดสุดท้ายกับเกร็ด "ภาพเล่าเรื่อง" กับจำนวนประชากรจีน และโอกาสทางการค้าจากจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในจีน และ "Factsheet รายมณฑล" ที่จะช่วยให้ท่านผู้อ่านเห็นภาพ "จีนตะวันตก" ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

ท้ายสุดนี้ คณะผู้จัดทำหนังสือขอขอบคุณข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง และสถานกงสุลใหญ่ ณ นครคุนหมิง ตลอดจนผู้ใช้บริการเว็บไซต์ thaibizchina.com ทุกท่าน ที่ให้การสนับสนุนด้วยดีมาโดยตลอด คณะผู้จัดทำหวังว่า วารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการชาวไทยที่ต้องการแสวงหาโอกาสในการลงทุนในพื้นที่ใหม่ ๆ ของจีน รวมถึงผู้ที่สนใจแนวโน้มพัฒนาการทางเศรษฐกิจของจีนไม่มากก็น้อย

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC)
พฤศจิกายน 2564

# สารบัญ

004 สารจากกงสุลใหญ่
006 คำนำ
010 รู้จัก...ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน

## ศึกษาโอกาส

014 กว่างซีกับยุทธศาสตร์ Gateway to ASEAN: ประเทศไทยใช้ประโยชน์อย่างไร
020 โอกาส "สินค้าไทย" บุกตลาดจีนผ่านช่องทาง Cross border e-commerce
026 SMEs ไทยสนใจทำ Cross border e-commerce มองทางนี้ ที่กว่างซี
032 ส่งออก "ผลไม้ไทย" เจาะจีน (ตะวันตก) ผ่านเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง
036 ตอนที่ 1: มิติที่หลากหลายของ "ด่านท่าเรือ" เชื่อมเรือและรถไฟที่กว่างซีไปไกลถึงยุโรป
044 ตอนที่ 2: มิติที่หลากหลายของ "ด่านท่าเรือ" เชื่อมเรือและรถไฟที่กว่างซีไปไกลถึงยุโรป
050 ตอนที่ 3: มิติใหม่ของ "ด่านทางอากาศ" อีกหนึ่งโอกาสของผลไม้ไทยในกว่างซี

## เรียนจากผู้รู้

054 SMEs ไทยควรรู้ Tips & Tricks จด "เครื่องหมายการค้า" สิ่งที่ต้องทำก่อนบุกตลาดจีน
064 รู้หรือไม่...Fulfillment ตัวช่วยธุรกิจไทยนำสินค้าบุกตลาดจีน
070 สินค้าไทยที่จะบุกตลาดจีน เลือกบริการ Fulfillment และคลังสินค้าอย่างไร
076 ถอดบทเรียนการพัฒนาอุตสาหกรรมเก๋ากี้ของเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย: หนึ่งในแหล่งปลูกและแปรรูปเก๋ากี้ขนาดใหญ่ที่สุดของโลก

084 ถอดประสบการณ์ผู้บริการ Houshengji (Ningxia): วิสาหกิจท้องถิ่นหนิงเซี่ยหุยกับบทบาทพาร์ทเนอร์กลุ่ม TCP ของไทย
090 เจาะอุตสาหกรรมชาส่านซี โมเดลยกระดับคุณภาพชีวิตประชากร สู่ผลิตภัณฑ์ส่งออกทั่วโลก

## เพ่งดูการเปลี่ยนแปลง

102 ถนนทุกสายมุ่งสู่จีน (ตะวันตก) เมื่อ "ลมเปลี่ยนทิศ": โอกาสและความท้าทายของธุรกิจไทยในภาคตะวันตก
108 สำรวจเขตโลจิสติกส์นานาชาติ นครหลานโจวจาก landlocked สู่ landlink สำคัญอีกแห่งของภูมิภาคจีนตะวันตกเฉียงเหนือ
118 ส่องเครือข่ายเส้นทางรถไฟมณฑลส่านซี กานซู และเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย: ความเชื่อมโยงกับ ILSTC และโอกาสมุ่งใต้สู่อาเซียน

## ภาพเล่าเรื่อง

131 China Population 2020
132 โอกาสทำเงินจากการเติบโตของตลาดอินเทอร์เน็ตจีน

## Factsheet

136 Guangxi Zhuang Autonomous Region
137 Shaanxi
138 Gansu
139 Ningxia Hui Autonomous Region
140 Yunnan
141 Guizhou
142 Qinghai
143 Inner Mongolia Autonomous Region
144 Tibet Autonomous Region
145 Xinjiang Uygur Autonomous Region
146 New International Land-Sea Trade Corridor (ILSTC)

## รู้จัก...ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (Thailand Business Information Center in China หรือ BIC) จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2549 โดยกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนภาคเอกชนไทยที่สนใจประกอบธุรกิจและลงทุนในประเทศจีน ผ่านการให้บริการข้อมูลและให้คำปรึกษาแบบเจาะลึกรายมณฑล โดยอาศัยจุดเด่นของการมีสำนักงานตั้งอยู่ในจีนโดยการดำเนินงานของ BIC อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสถานทูตและสถานกงสุลใหญ่ไทยในจีน รวม 10 แห่ง ได้แก่ กรุงปักกิ่ง นครเซี่ยงไฮ้ นครกว่างโจว นครเฉิงตู นครคุนหมิง นครหนานหนิง นครซีอาน เมืองเซี่ยเหมิน เมืองชิงต่าว และเมืองฮ่องกง

BIC ให้บริการประชาชนไทย ภายใต้แนวคิด “ชี้ช่องทางสร้างโอกาส พิชิตตลาดจีน” ปัจจุบัน เปิดให้บริการใน 2 ช่องทางโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ได้แก่ (1) การให้บริการข้อมูลบนเว็บไซต์ www.thaibizchina.com และเฟซบุ๊ก www.facebook.com/thaibizchina เพื่อนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับโอกาสและพัฒนาการทางเศรษฐกิจจีนรายมณฑลตรงถึงผู้ประกอบการในประเทศไทย โดยไม่ต้องค้นหาคำตอบในประเทศจีน และ (2) การให้คำปรึกษาและให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงในเบื้องต้นแก่ผู้ประกอบการที่ติดต่อกับ BIC โดยตรง ไม่ว่าจะทางโทรศัพท์ อีเมล หรือ walk-in เข้ามาที่ BIC ทุกแห่ง

นอกเหนือจากความได้เปรียบของการมีสำนักงานตั้งอยู่ในจีนเพื่อเจาะลึกข้อมูลรายมณฑลแล้ว BIC ได้รับความร่วมมือด้านข้อมูลด้านเศรษฐกิจจากหน่วยงานไทยที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ตลอดจนจากภาคเอกชนที่ได้ดำเนินธุรกิจและลงทุนในจีน ทำให้ BIC กลายเป็นจุดเชื่อมต่อเครือข่ายภาครัฐและภาคเอกชนไทยที่มาดำเนินธุรกิจและลงทุนในแต่ละมณฑลของประเทศจีน

## ศึกษาโอกาส

- กว่างซีกับยุทธศาสตร์ Gateway to ASEAN: ประเทศไทยใช้ประโยชน์อย่างไร
- โอกาส "สินค้าไทย" บุกตลาดจีนผ่านช่องทาง Cross border e-commerce
- SMEs ไทยสนใจทำ Cross border e-commerce มองทางนี้ ที่กว่างซี
- ส่งออก "ผลไม้ไทย" เจาะจีน (ตะวันตก) ผ่านเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง

ตอนที่ 1: มิติที่หลากหลายของ "ด่านทางบก" เลือกได้ทั้งรถบรรทุกและรถไฟ

ตอนที่ 2: มิติที่หลากหลายของ "ด่านท่าเรือ" เชื่อมเรือและรถไฟที่กว่างซีไปไกลถึงยุโรป

ตอนที่ 3: มิติใหม่ของ "ด่านทางอากาศ" อีกหนึ่งโอกาสของผลไม้ไทยในกว่างซี

# กว่างซีกับยุทธศาสตร์ Gateway to ASEAN: ประเทศไทยใช้ประโยชน์อย่างไร

จากกุศโลบายที่รัฐบาลจีนกำหนดให้เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงเป็น "Gateway to ASEAN" เพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบรอบด้านกับอาเซียน ประเทศไทยจะใช้ประโยชน์ในเรื่องนี้อย่างไร

เมื่อกล่าวถึงประเทศที่มีบทบาทหลากหลายมิติบนเวทีโลกคงหนีไม่พ้น "สาธารณรัฐประชาชนจีน" ประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยีรวมถึงการทหารในโลกยุคใหม่ โดยรัฐบาลจีนได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความสัมพันธ์กับอาเซียนอย่างรอบด้านทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างอาเซียนกับจีนกลายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่มีพลวัตมากที่สุด ทั้งในมิติด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และความเชื่อมโยงในภาคประชาชน

การวางยุทธศาสตร์ให้เขตฯ กว่างซีจ้วงเป็น "ประตูสู่อาเซียน" (Gateway to ASEAN) นับว่าเป็นหนึ่งในกลไกเชิงรุกที่รัฐบาลจีนใช้เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์กับอาเซียนในทุกมิติ โดยคำนึงถึงความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ของกว่างซีที่โดดเด่น สามารถเชื่อมต่อกับอาเซียนได้ทั้งทางบก ทางทะเล และทางอากาศ

ปัจจุบัน คำว่า ASEAN ได้ถูกหลอมให้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในทุกอณูของกว่างซี เริ่มตั้งแต่เรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ของประชาชน การประกอบธุรกิจระหว่างภาคเอกชน ไปจนถึงการวางนโยบายของรัฐบาลในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 14 (ระหว่างปี 2564-2568) คำว่า "มุ่งยกระดับความร่วมมือกับอาเซียน" อย่างรอบด้าน เป็นหนึ่งในสาระสำคัญของการประชุมเต็มคณะ ครั้งที่ 9 ของคณะกรรมการพรรคคอมมิวนิสต์ประจำเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง ชุดที่ 11 ซึ่งจัดขึ้นที่นครหนานหนิง เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2563 ที่ผ่านมา

โดยประจักษ์พยานชิ้นสำคัญของยุทธศาสตร์ Gateway to ASEAN คงหนีไม่พ้น "งานแสดงสินค้าจีน - อาเซียน" หรือ China - ASEAN Expo (CAEXPO) ที่มีกว่างซีเป็นเวทีประสานความร่วมมือระหว่างจีนกับอาเซียน ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีที่นครหนานหนิง เมืองเอกและศูนย์กลางการปกครองของเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง

ในมิติความสัมพันธ์ทางการเมืองช่วงก่อนสถานการณ์โควิด-19 สมาชิกแต่ละประเทศจะมีคณะผู้นำระดับสูงเดินทางเพื่อเข้าร่วมพิธีเปิด รวมถึงฟอรัมในเวทีหลักและเวทีย่อยหลากหลายสาขา ขณะที่มิติการค้า ก็มีผู้ประกอบการจากอาเซียน (และประเทศอื่นอีกมากมาย) นำสินค้าเข้ามาจัดแสดงและจำหน่ายอย่างคึกคัก

"ระเบียงการค้าเชื่อมทางบกกับทางทะเลสายใหม่" (New International Land-Sea Trade Corridor - ILSTC) หรือเดิมเรียกว่า "เส้นทางมุ่งลงใต้" เป็นพัฒนาการล่าสุดที่น่าจับตามองอย่างยิ่ง เนื่องจาก ILSTC เป็นเส้นทางที่จีนใช้เชื่อม "ข้อริเริ่มแถบและเส้นทาง" (Belt and Road Initiative - BRI) ซึ่งมีกว่างซีเป็น "ข้อต่อ" ตัวสำคัญด้วยโมเดลการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal Transportation) ระหว่าง "เรือ + รถไฟ" ที่ท่าเรือรอบอ่าวเป่ยปู้ (อ่าวตังเกี๋ย) และ "รถบรรทุก + รถไฟ หรือรถบรรทุก + รถบรรทุก" ที่ด่านชายแดนเวียดนาม - จีน (กว่างซี)

โดยที่ "อาเซียน" เป็นคู่ค้ารายใหญ่ของกว่างซีติดต่อกันยาวนานกว่า 20 ปี ในมิติด้านเศรษฐกิจการค้า ประเทศไทยสามารถใช้ประโยชน์จากเส้นทาง ILSTC และใช้กว่างซีเป็น Hub เจาะตลาดจีน โดยเฉพาะตลาดเกิดใหม่ในพื้นที่ตอนในของจีนที่ยังมีคู่แข่งไม่มาก ประชากรมีกำลังซื้อที่เพิ่มสูงขึ้นมาก หรือขยายตลาดต่อไปถึงเอเชียกลางและยุโรป เนื่องจากเส้นทางดังกล่าวมีความได้เปรียบด้านระยะทาง ระยะเวลา และต้นทุนการขนส่ง กล่าวคือ

- "เรือ + รถไฟ" สินค้าไทยขนส่งทางเรือจากท่าเรือแหลมฉบัง/ท่าเรือกรุงเทพมายังท่าเรือชินโจว เพื่อขนถ่ายสินค้าขึ้นรถไฟที่อยู่ในบริเวณท่าเรือ และลำเลียงสินค้าต่อไปยังพื้นที่จีนตอนใน โดยเฉพาะภาคตะวันตกและภาคกลางตอนล่าง หรือต่อขยายไปยังเอเชียกลาง (คาซัคสถาน) และยุโรปได้โดยตรง
- "รถบรรทุก + รถบรรทุก และรถบรรทุก + รถไฟ" สินค้าไทยลำเลียงด้วยรถบรรทุกจากภาคอีสานของไทยผ่านเส้นทางต่าง ๆ (R8 หนองคาย / R9

มุกดาหาร และ R12 นครพนม) ผ่าน สปป.ลาว เวียดนาม เพื่อเข้าสู่ด่านทางบกระหว่างเวียดนามกับกว่างซี

ด้านนวัตกรรมทางเทคโนโลยีและสารสนเทศ กว่างซีได้จัดตั้ง "ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศจีน - อาเซียน" หรือ China - ASEAN Information Harbor (CAIH) ซึ่งตั้งอยู่บริเวณเขตเมืองใหม่อู่เซี่ยงของนครหนานหนิง เป็นโครงการสำคัญที่อยู่ภายใต้การสนับสนุนจากรัฐบาลกลางในการสร้าง "เส้นทางสายไหมข้อมูลสารสนเทศ" โดยมุ่งไปที่การพัฒนาและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี 5G / Big Data / Cloud Computing / Block Chain / Internet of Thing (IoT) / Smart City และ e-Government

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังสามารถใช้ประโยชน์จากระบบดาวเทียมนำร่องเป่ยโต่ว (BDS ground-based augmentation system)โดยเฉพาะในงานภูมิสารสนเทศ การเกษตร การพยากรณ์อากาศและการเฝ้าระวังภัยพิบัติทางธรรมชาติ และการคมนาคมขนส่ง โดยเมื่อเดือนมิถุนายน 2561 รัฐบาลจีนได้จัดตั้ง "นิคมอุตสาหกรรมอัจฉริยะดาวเทียมเป่ยโต่วจีน - อาเซียน" ขึ้นที่นครหนานหนิง และประเทศไทยเป็นประเทศแรกที่ลงนามข้อตกลงการติดตั้งระบบดาวเทียมบอกพิกัดเป่ยโต่วของจีน

ในมิติด้านการลงทุน รัฐบาลกลางสนับสนุนการจัดตั้ง "เขตทดลองการค้าเสรีจีน (กว่างซี)" ในนครหนานหนิง (เมืองเอก) เมืองชินโจว (เมืองท่า) และเมืองฉงจั่ว (เมืองด่านชายแดน) เพื่อรองรับการลงทุนจากต่างมณฑลและต่างประเทศ โดยเฉพาะอาเซียน และการจัดตั้ง "ศูนย์ China - ASEAN Business Center" ในนครหนานหนิง เพื่อให้บริการแก่ภาคธุรกิจ ในฐานะที่เป็นแหล่งรองรับการค้าการลงทุนที่มีศักยภาพสูงระหว่างจีนกับอาเซียน

ในการดำเนินนโยบาย "ก้าวออกไป" ของธุรกิจกว่างซี พบว่า "ประเทศไทย" เป็นประเทศจุดหมายของการออกไปลงทุนรับเหมาโครงการก่อสร้างในต่างประเทศของธุรกิจกว่างซี

การศึกษา เป็นอีกจุดแข็งของกว่างซี ปฏิเสธไม่ได้ว่า กว่างซีเป็นแหล่งบ่มเพาะบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านภาษาในอาเซียนแหล่งใหญ่ของจีน เพื่อป้อนตลาดจีน - อาเซียน โดยเฉพาะภาษาไทย

สถาบันการศึกษาในกว่างซีให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนด้านการศึกษาและการวิจัยกับอาเซียน ทั้งในระดับอนุปริญญาและปริญญา มีการพัฒนาหลักสูตร Double Degree Program ให้นักศึกษากว่างซี - อาเซียน (ไทย) ไปแลกเปลี่ยนระหว่างกัน ตามสถิติ

พบว่าในช่วงก่อนเกิดสถานการณ์โควิด-19 มีนักศึกษาจีนในกว่างซีเดินทางไปแลกเปลี่ยนที่ไทยปีละกว่า 2,000 คน นอกจากนี้ สถาบันการศึกษาในกว่างซีมีการมอบทุนการศึกษาให้นักศึกษาอาเซียนจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจการศึกษามีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว กลายเป็นอีกหนึ่งกลไกความร่วมมือสำคัญที่ผลักดันพลวัตของความสัมพันธ์อาเซียน - จีน

นอกจากหลักสูตรอักษรศาสตร์แล้ว หลักสูตรเทคโนโลยีรถไฟความเร็วสูงที่เมืองหลิ่วโจวเป็นอีกหนึ่งหลักสูตรที่ได้รับความสนใจไม่น้อย เพราะกำลังตอบโจทย์การพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย

## บทสรุป

ความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ของกว่างซีกับอาเซียนเป็นปัจจัยเอื้อต่อการเป็น Gateway to ASEAN ของกว่างซี และทำให้กว่างซีเป็น "ตลาดศักยภาพ" ที่น่าสนใจ เนื่องจากยังมีผู้ประกอบการไม่มาก ทำให้มีโอกาสแจ้งเกิดได้ง่ายกว่ามณฑลที่มีการแข่งขันสูง นอกจากนี้ กว่างซียังมีความพร้อมทางกายภาพ (โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก) นโยบายส่งเสริมการลงทุนสำหรับต่างชาติ และนโยบายการเงินจีน - อาเซียน ดังนั้น หากมองในแง่ของ "โอกาส" กล่าวได้ว่า เขตฯ กว่างซีจ้วงเปรียบเสมือน "เพชรในตม (ของคนกล้าลงทุน)"

# โอกาส "สินค้าไทย" บุกตลาดจีน ผ่านช่องทาง Cross border e-commerce

"โอกาสทอง" สำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพไทยที่สามารถก้าวเข้ามามีส่วนร่วมในการเติบโตของการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทาง Cross border e-commerce ในตลาดจีน

จีนประสบความสำเร็จในการดำเนินนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยดิจิทัล เป็นประเทศต้นแบบของ e-commerce ของโลก พ่วงด้วยการก้าวขึ้นเป็นตลาด e-commerce ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก และธุรกิจ e-commerce ก็มีบทบาทสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนการบริโภคภายในประเทศ โดยเฉพาะในยุคโควิด-19 และเป็น "โอกาสทอง" สำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพ หรือ SMEs ไทยที่สามารถก้าวเข้ามามีส่วนร่วมในการเติบโตของการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทาง Cross border e-commerce (CBEC) ในตลาดที่มีศักยภาพอย่าง "ตลาดจีน"

ตัวเลขที่น่าสนใจจากศูนย์ข้อมูลสารสนเทศและโครงข่ายอินเทอร์เน็ตแห่งชาติจีน (CNNIC) ระบุว่าในปี 2563 จีนมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต (Netizen) พุ่งแตะ 989 ล้านคน คิดเป็นกว่า 1/5 ของผู้ใช้งานทั่วโลก และ Netizen เหล่านี้มีสัดส่วนการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนสูงถึง 99.7% หรือเท่ากับ 986 ล้านคน

**อะไรคือ CBEC** หากจะพูดให้เข้าใจง่าย ๆ ก็คือ การซื้อขายสินค้าระหว่างประเทศผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นวิวัฒนาการของ e-commerce กับพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวจีน

หัวสมัยใหม่ที่รักความอินเตอร์และพลิกคอนเซปต์ e-commerce จากการซื้อมาขายไปภายในประเทศ (consumption upgrade) ให้มาเป็นการซื้อขายระหว่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างมาตรฐานและส่งเสริม ecosystem ให้กับธุรกิจ CBEC ในประเทศจีน รัฐบาลจีนได้กางแผนที่และใช้ปากกาวงพื้นที่ที่จะให้เป็นแพลตฟอร์มรองรับการทำธุรกิจ e-commerce ระหว่างประเทศ และเรียกพื้นที่นั้นว่า "เขตทดลองการค้าอีคอมเมิร์ซข้ามแดนแบบครบวงจร" (Integrated Pilot Zones for Cross border e-commerce) ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในเขตสินค้าทัณฑ์บนของเมืองต่าง ๆ

ปัจจุบัน เขตทดลอง CBEC ในจีนมีจำนวน 105 แห่ง สินค้าที่ซื้อขายผ่านทางช่องทาง CBEC จะอยู่ในคลังสินค้าทัณฑ์บนในประเทศหรือต่างประเทศ (oversea warehouse) ก็ได้ เพื่อรอขายหลังจากที่ผู้บริโภคจีนทำการสั่งซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม CBEC แล้ว คำสั่งซื้อจะถูกส่งไปยังหน่วยงานศุลกากรจีนและผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุ (courier) เพื่อนำสินค้าออกจากคลังสินค้าทัณฑ์บนชำระภาษี และส่งตรงจากคลังสินค้าทัณฑ์บนถึงมือผู้บริโภคอย่างรวดเร็วภายใน 4 - 7 วัน ขณะที่การสั่งซื้อสินค้าระหว่างประเทศผ่านระบบออนไลน์แบบปกติจะใช้เวลามากกว่า 15 วัน

ข้อมูลจาก iiMedia Research บริษัทที่ปรึกษาด้านการวิเคราะห์ข้อมูลและการตลาดจีน ระบุว่า มูลค่าการนำเข้าสินค้าผ่านช่องทาง CBEC ในจีนมีแนวโน้มเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ แม้ว่าในปี 2563 จะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 อยู่บ้าง แต่การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของจีนส่งผล

## สัดส่วนทางการตลาดของแพลตฟอร์ม CBEC ในจีน ปี 2564

ให้การบริโภคภายในประเทศเติบโตอย่างชัดเจนปี2563จำนวนนักช้อปผ่านช่องทาง CBEC มีมากถึง 158 ล้านคน และคาดการณ์ว่าในปี 2564 การนำเข้าผ่านช่องทาง CBEC จะมีมูลค่าสูงถึง 3.5 ล้านล้านหยวน

**การค้าช่องทาง CBEC** ช่วยกระตุ้นความต้องการบริโภคของชาวจีนในการซื้อสินค้าปลีกล็อตเล็กจากต่างประเทศด้วยตนเอง (แบบถูกกฎหมาย) เป็นการสร้างความมั่นใจได้ว่าสินค้าเป็นของแท้ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ โดยไม่ต้องพึ่งพาเทรดเดอร์หรือผู้นำเข้าที่เป็นตัวกลางในการกำหนดราคาผูกขาดตลาด ผูกขาดอำนาจการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าแบบล็อตใหญ่จากต่างประเทศ นับเป็นการจุด "พลังมด" ของนักช้อปชาวจีนให้เป็น "พลังช้าง" ในการขับเคลื่อนการบริโภคภายในประเทศอีกทาง

จากการสำรวจความต้องการผู้บริโภค CBEC ของ iiMedia Research พบว่า **ผู้บริโภคบนแพลตฟอร์ม CBEC นิยมสินค้าที่ตอบโจทย์เฉพาะตน (personalization) มีคุณภาพสูง (high quality) และมีความหลากหลาย (diversified)** แทนที่จะเป็นในเรื่องราคาอย่างในอดีต

**การเลือกแพลตฟอร์ม CBEC ที่ใช่เป็นเรื่องสำคัญ** เพราะเป็นตัวชี้วัดว่าเส้นทางธุรกิจ CBEC ในจีนของคุณจะรุ่งหรือจะร่วง ปัจจุบัน ตลาด CBEC ในจีนมีความหลากหลายมากขึ้น แม้ว่า Tmall Global, Kaola และ JD Worldwide จะเป็นผู้เล่นรายใหญ่ที่เคยแทบจะผูกขาด CBEC จีนเอาไว้ในมือ แต่แพลตฟอร์มรายรองก็เริ่มขยายส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นไม่ว่าจะเป็น Suning International และ VIP Global นอกจากนี้ แพลตฟอร์มรายเล็กอื่น ๆ ก็เริ่มผุดขึ้นมาแข่งขันในตลาดมากขึ้นเช่นกัน

แพลตฟอร์มแต่ละตัวต่างก็มีลักษณะเฉพาะตัว มีจุดเด่น/จุดด้อยที่ต่างกัน และมีความเหมาะสมกับธุรกิจต่างประเภทกันไป โดยหลัก ๆ จะเป็น B2B และ B2C ดังนั้น การรู้จักตัวเองก่อนว่าเราเป็นธุรกิจรูปแบบใด กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เป็นตัวช่วยให้คุณสามารถเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับธุรกิจได้มากที่สุด

**การใช้แพลตฟอร์มหลากหลายประเภทในการสื่อสารและกระตุ้นการขายไปยังกลุ่มลูกค้า** จะช่วยสร้างโอกาสทำเงินให้กับธุรกิจ e-commerce ได้มากขึ้นอีกด้วย ช่องทาง CBEC ยังเปิดโอกาสให้สินค้าต่างประเทศเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์ม social commerce ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะการไลฟ์สด หรือ Live Streaming ผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่เรียกได้ว่ากำลังฮิตสุด ๆ ในจีน อาทิ Tiktok (抖音) และ Kuaishou (快手)

พฤติกรรมชอบทดลองสิ่งใหม่ และการ "ชม-ช้อป-แชร์" ทำให้แพลตฟอร์ม social commerce กลายมาเป็น "เครื่องปั๊มเงิน" ให้เจ้าของสินค้า การไลฟ์สดขายสินค้าและฟังก์ชันการโต้ตอบบนแพลตฟอร์มด้วยลูกเล่นที่หลากหลาย เช่น ถ่ายทอดสด การแจกส่วนลดพิเศษได้สร้างทั้งความสนุกสนานและความคุ้มค่า ทำให้ประสบการณ์การซื้อสินค้าไม่น่าเบื่อ

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีนมองว่า ตลาด CBEC จีนในปัจจุบันอยู่ในช่วงที่กำลังเติบโตและยังมีโอกาสอีกมากที่ให้ผู้เล่นรายใหม่เข้ามาลองตลาด ซึ่งถือเป็นจังหวะที่ดีสำหรับผู้ประกอบการไทยที่สนใจในตลาด CBEC จีนที่จะเริ่มศึกษาช่องทางการขายและความต้องการของผู้บริโภคชาวจีนเพื่อเจาะตลาดจีนต่อไป

# SMEs ไทยสนใจ ทำ Cross border e-commerce มองทางนี้ ที่กว่างซี

จุดประกายผู้ประกอบการไทย ที่กำลังมองหาลู่ทาง เจาะตลาดจีนกับช่องทาง "พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ข้ามแดน" ที่สามารถเป็น ทางเลือก (รอด) ของธุรกิจ

หากพิจารณากันที่ขนาดของตลาดผู้บริโภคแล้ว เชื่อว่า “ตลาดจีนแผ่นดินใหญ่” คงเป็นคำตอบของใครหลาย ๆ คน คำถามที่เกิดขึ้นตามมาคือ เราจะเริ่มต้นเข้าตลาดจีนตรงไหน ต้องบอกว่าช่องทาง หรือ Cross border e-commerce (CBEC) หรือ “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามแดน” เป็นช่องทางที่น่าสนใจที่ธุรกิจไทยสามารถใช้เพื่อ “ชิมลาง” ดูผลตอบรับในตลาดจีน และเมื่อสินค้านั้นได้รับการยอมรับในโลกออนไลน์แล้ว ยังเป็นการปูทางเพื่อขยายฐานลูกค้าออฟไลน์ในร้านค้าทั่วไปต่อไปได้อีกด้วย

Cross border e-commerce เป็นนโยบายที่รัฐบาลจีนใช้สนับสนุนให้ผู้ค้าจากทั่วโลกนำสินค้าไปขายในจีนได้ง่ายขึ้น แต่จำกัดเฉพาะช่องทางออนไลน์เท่านั้น เมื่อเปรียบเทียบกับ Normal Trade จะพบว่าช่องทาง CBEC เอื้อประโยชน์ให้กับธุรกิจ SMEs อย่างมาก และเป็นการตัดตัวแทนสินค้าใน supply chain และช่วยกระจายสินค้าตรงจากผู้ส่งออกในต่างประเทศสู่ผู้บริโภคในจีน ซึ่งช่วยเพิ่มกำไรต่อชิ้นสินค้าให้มากขึ้น

ที่สำคัญช่วย “ฝ่าด่านอรหันต์” เรื่องกระบวนการจดแจ้งและขอใบอนุญาตนำเข้าสินค้า (Import License) ที่มีอยู่ร้อยแปดประการเช่นการจดแจ้ง อย.จีน การขึ้นทะเบียนผู้นำเข้า การ (ไม่ต้อง) ทำฉลากสินค้าภาษาจีน ซึ่งการนำเข้าผ่านช่องทางปกติจำเป็นต้องดำเนินการล่วงหน้าก่อนการนำเข้า เสียทั้งเวลาค่าใช้จ่าย และโอกาสทางการค้า โดยผู้ประกอบการไทยสามารถนำสินค้าไปทดลองในตลาดจีนผ่านแพลตฟอร์ม CBEC ได้อย่างถูกต้อง โดยไม่ต้องจดแจ้ง

สำหรับผู้เล่นมือใหม่ที่เพิ่งเริ่มเจาะตลาดจีนและยังไม่มั่นใจว่าสินค้าของตนจะได้รับการตอบรับในตลาดจีนมากน้อยเพียงใด หรือสินค้า SKU (Stock Keeping Unit) ไหนที่ได้รับความนิยมมากกว่ากัน การ “ลองตลาด” บนแพลตฟอร์ม CBEC เป็นช่องทางที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการไทย แถมยังช่วยปูทางในการขยายฐานลูกค้าในโลกออฟไลน์ในร้านค้าทั่วไปต่อไปได้อีกด้วย เมื่อสินค้านั้นได้รับการยอมรับในโลกออนไลน์แล้ว

ตัวอย่างแบรนด์สินค้าไทยที่ประสบความสำเร็จจากช่องทาง CBEC บนแพลตฟอร์ม Tmall Global ในจีน เช่น เครื่องสำอาง Mistine, Snailwhite, Beauty Buffet และ Beauty Cottage รังนก Scotch, Dokbuakoo และ Bonback โฟมล้างหน้า Smooth-E หมอนยางพารา Napattiga น้ำมันหอมระเหย Sabai-arom และ Harnn ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว Bath & Bloom และสินค้าอุปโภคบริโภค Tops และ King Power

มุมมองที่น่าสนใจเกี่ยวกับข้อจำกัดของ CBEC เป็นการค้าแบบ B2C หรือการขายปลีกให้ผู้ซื้อที่เป็นบุคคลทั่วไปผ่านแพลตฟอร์ม CBEC ที่เชื่อมกับระบบการจัดเก็บภาษีของศุลกากรจีน และคลังสินค้าทัณฑ์บนทั้งในประเทศจีนและนอกประเทศจีน โดยสินค้าที่ซื้อขายผ่านช่องทาง CBEC ไม่สามารถนำไปซื้อขายในช่องทางออนไลน์ปกติและช่องทางออฟไลน์ได้ นอกจากนี้การเลือกใช้แพลตฟอร์ม CBEC ที่เหมาะและคุ้มค่ากับสินค้า เป็นอีกหนึ่งโจทย์ใหญ่ที่ผู้ประกอบการต้องศึกษาให้ละเอียดถี่ถ้วน ควรเข้าใจการทำงานของแต่ละแพลตฟอร์ม เนื่องจากมีข้อกำหนดในการนำสินค้าเข้าแพลตฟอร์ม เครื่องมือในการสร้าง traffic ของยอดขาย และกลุ่มผู้ใช้งานที่แตกต่างกัน รวมถึงงบประมาณของธุรกิจตนเองด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการไทยต้องวางแผนการจำหน่ายสินค้าให้มีประสิทธิภาพและคุ้มกับค่าใช้จ่าย ทั้งค่าขนส่งและโลจิสติกส์จากประเทศต้นทางไปคลังสินค้าทัณฑ์บนในจีน ค่าใช้จ่ายในคลังสินค้าทัณฑ์บน (pick-pack-send)

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินพิธีการศุลกากรขาออกจากคลังสินค้าทัณฑ์บนรายชิ้น ค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บจากแพลตฟอร์ม CBEC รวมถึงค่าขนส่งจากคลังไปยังผู้รับปลายทาง

ความท้าทายของผู้ประกอบการไทยในสมรภูมิการค้า CBEC ในจีน คือ การสร้างแบรนด์ให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย รวมถึงลิขสิทธิ์แบรนด์ การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์สินค้าเหนือคู่แข่ง (เน้นคุณภาพ) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเจาะตลาดอย่างมีประสิทธิผล โดยเฉพาะการทำ content marketing และเทคนิคการโฆษณาบนแพลตฟอร์ม social commerce รวมทั้งการพัฒนาระบบบริหารจัดการและแผนการตลาดเพื่อรับมือกับการแข่งขันที่มากยิ่งขึ้น

ใน**เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง** รัฐบาลกลางได้ให้นโยบายส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจ CBEC ของกว่างซี ที่ "เขตทดลองการค้าเสรีจีน (กว่างซี)" โดยพื้นที่ย่อย*นครหนานหนิง* และ*เมืองฉงจั่ว* ได้รับการอนุมัติให้เป็น **"เขตนำร่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามแดนแบบครบวงจรระดับประเทศ"** (Comprehensive Pilot Zones for Cross border e-commerce) และพื้นที่ย่อยเมืองชินโจว (Qinzhou Sub-are) ได้รับอนุมัติเป็น **"จุดทดลองการนำเข้าเพื่อค้าปลีกในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามแดน"** (Retail Imports in Cross border e-commerce)

ธุรกิจที่เปิดดำเนินธุรกิจ CBEC ในเขตทดลองฯ สามารถทำการค้าทั้งในรูปแบบธุรกิจสู่ผู้บริโภค(B2C) และธุรกิจสู่ธุรกิจ (B2B) ผ่านแพลตฟอร์ม CBEC ทุกประเภท แพลตฟอร์มที่เป็นที่รู้จัก เช่น Tmall Global ของ Alibaba Grope หรือ JD Worldwide ของ JD.com โดยธุรกิจจะได้รับการอำนวยความสะดวกจากสำนักงานศุลกากร และสามารถใช้ประโยชน์จากจุดแข็งด้านที่ตั้งของคลังสินค้าทัณฑ์บน รวมถึงระบบงานขนส่งและโลจิสติกส์ที่ทันสมัย

โอกาสของธุรกิจ CBEC ได้ดึงดูดให้ LAZADA แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซยักษ์ใหญ่ในอาเซียน ได้เข้ามาจัดตั้งใน "ศูนย์บริการนวัตกรรมอีคอมเมิร์ซข้ามแดน" ในเขตทดลองฯ พื้นที่ย่อยนครหนานหนิง เพื่อพัฒนาห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจ CBEC จีนกับอาเซียน การบ่มเพาะนักขาย CBEC โดยเฉพาะการฝึกอบรมอีคอมเมิร์ซข้ามแดนด้วยภาษาในอาเซียน การไลฟ์สดและการฝึกอบรมให้ธุรกิจ CBEC ได้ร่วมมือกับบริษัท Cainiao (菜鸟) ผู้ให้บริการด้านคลังสินค้าและโลจิสติกส์ในเครือ Alibaba ในโครงการศูนย์โลจิสติกส์อาเซียน (หนานหนิง) เพื่อรองรับธุรกรรมการค้าระหว่างกว่างซี (จีน) กับประเทศสมาชิกอาเซียนด้วย

ปัจจุบัน เขตทดลอง CBEC นครหนานหนิงมีบริษัทอีคอมเมิร์ซข้ามแดนเข้าไปจัดตั้งแล้วทั้งหมดเกือบ 100 ราย โดยครอบคลุมธุรกิจทั้งผู้ให้บริการด้านแพลตฟอร์ม โลจิสติกส์ และคลังสินค้า อาทิ Alibaba / JD.com / LAZADA / SF Express / FTZCOC และยังคงเปิดรับนักลงทุนอยู่ โดยเฉพาะธุรกิจด้านการค้าดิจิทัล (Digital Trade) และธุรกิจโลจิสติกส์อัจฉริยะ

ในเรื่องการขนส่งสินค้า CBEC สามารถเลือกใช้วิธีการขนส่งได้ในทุกมิติ เมื่อเดือนพฤษภาคม 2564 บริษัท Guangxi Tianhang Internatinal Supply-Chain Co., Ltd (广西天航国际供应链有限公司) ได้เริ่มให้บริการเที่ยวบินคาร์โก้ในเส้นทาง "นครหนานหนิง - กรุงเทพฯ" โดยสินค้าหลักที่ขนส่งมาที่กรุงเทพฯ ได้แก่ สินค้าที่ซื้อขายบนแพลตฟอร์ม CBEC และสินค้าทั่วไป ส่วนสินค้าที่ขนส่งกลับไปนครหนานหนิงส่วนใหญ่เป็นอาหารทะเล ปลาสวยงาม ดอกกล้วยไม้ และพืชผัก

นอกจากนี้ ยังสามารถใช้รูปแบบการขนส่งทางทะเลระหว่างท่าเรือแหลมฉบัง / ท่าเรือกรุงเทพ - ท่าเรือชินโจวของกว่างซี หรือการขนส่งด้วยรถบรรทุกผ่าน สปป.ลาว และเวียดนามไปเข้าที่ด่านโหย่วอี้กวาน ซึ่งมีช่องทางพิเศษ (Green lane) ไว้คอยอำนวยความสะดวกสำหรับสินค้า CBEC

เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง ถือเป็นช่องทางและโอกาสใหม่สำหรับผู้ส่งออกไทยในการส่งสินค้าแบรนด์ไทยบุกตลาดจีน โดยสามารถใช้ประโยชน์จากจุดแข็งด้านทำเลที่ตั้งใกล้ไทย ความพร้อมด้านระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ครบครันความสะดวกรวดเร็วในงานขนส่งและโลจิสติกส์ ขั้นตอนพิธีการศุลกากรที่กระชับฉับไว นโยบายส่งเสริมการทำธุรกิจ CBEC ในเขตทดลองการค้าเสรีจีน (กว่างซี) และการเป็นตลาดใหม่ที่ยังมีคู่แข่งไม่มาก

หวังว่า บทความนี้จะ "จุดประกาย" ผู้ประกอบการไทยที่กำลังมองหาลู่ทางเพื่อเจาะตลาดจีนแผ่นดินใหญ่ เพราะ "โอกาส" มีไว้สำหรับผู้ที่พร้อมเสมอ

# ส่งออก "ผลไม้ไทย" เจาะจีน (ตะวันตก) ผ่านเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง

ส่องเส้นทาง "ประตูการค้าบานใหม่" เพื่อส่งออกผลไม้จากไทยสู่จีน ทั้งทางบก ทางทะเล และทางอากาศที่ "กว่างซี" เขตการปกครองที่มีฐานะเทียบเท่ามณฑลเพียงแห่งเดียวของจีน

วลีที่ว่า **"คิดส่งออกผลไม้ คิดถึงกว่างซี"** ตอกย้ำให้เห็นว่า **"เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง"** หรือเรียกสั้น ๆ ว่า "กว่างซี" เขตการปกครองที่มีฐานะเทียบเท่ามณฑลเพียงแห่งเดียวของจีน และมีอาณาเขตติดต่อกับอาเซียน (เวียดนาม) ทั้งทางบกและทางทะเล มีบทบาทสำคัญในสายตาของผู้ค้าผลไม้ไทยในฐานะ "ประตูการค้าบานใหม่" ที่มีศักยภาพสูงจากไทยไปจีน ไม่แพ้มณฑลกวางตุ้ง (ทางเรือ) และมณฑลยูนนาน (ทางบก)

การที่ผลไม้สดเป็นสินค้าที่มีเงื่อนไขด้านเวลาการขนส่งทางบกด้วยรถบรรทุก จึงเป็น first choice ของผู้ส่งออกผลไม้ไทยไปจีน โดยมี "ด่านโหย่วอี้กวาน" ของกว่างซีเป็นจุดหมายปลายทางหลัก หลายปีมานี้ ความต้องการบริโภคผลไม้ของชาวจีนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แค่เฉพาะในกว่างซีมีการประเมินค่าเฉลี่ยว่าประชากรบริโภคผลไม้คนละประมาณ 46 กิโลกรัมต่อปี รวม 2,300 ล้านกิโลกรัมต่อปี เป็นแรงหนุนให้ปริมาณการส่งออกผลไม้ไทยที่ทั้งสดใหม่ หลากหลาย และมีคุณภาพพุ่งสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด

จากสัดส่วนปริมาณการส่งออกผลไม้ไทยทั้งหมดพบว่า มากกว่า 1/3 ของผลไม้ไทยที่ส่งออกไปจีนจะใช้ช่องทางด่านโหย่วอี้กวานเป็นหลัก และมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้น จึงไม่น่าแปลกใจที่ช่วง 2-3 ปีมานี้ พบปัญหาการจราจรติดหนักสะสมบริเวณนอกด่านยาวหลายกิโลเมตร โดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตผลไม้ไทยออก "กระจุกตัว" พร้อม ๆ กันเป็นจำนวนมาก แน่นอนว่าความแออัดในบริเวณด่านที่ทวีความรุนแรงขึ้นย่อมส่งผลกระทบโดยตรงต่อคุณภาพของผลไม้ โดยเฉพาะทุเรียนที่สุกงอมก่อนถึงมือผู้บริโภค

ข้อเท็จจริงจากการลงพื้นที่สำรวจหลายครั้งของเจ้าหน้าที่ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) พบว่า อุปสรรคทางกายภาพที่มองเห็นชัดเจน คือ สภาพภูมิประเทศบริเวณพรมแดนเวียดนาม - กว่างซีที่มีลักษณะเป็นช่องเขาแคบ ทำให้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการขยายศักยภาพในเชิงพื้นที่เป็นไปอย่างยากลำบากภายใต้ข้อจำกัดของสภาพภูมิประเทศ ปัจจุบันถนนบริเวณเขตแดนเวียดนาม - กว่างซีมีลักษณะคอขวด (ช่องเดินรถบรรทุกฝั่งเวียดนามขาออกไปจีน 1 ช่องทาง และขาเข้าเวียดนาม 2 ช่องทาง) เมื่อรถบรรทุกผ่านถนนคอขวดบริเวณเขตแดนเพื่อเข้าสู่ประตูด่านโหย่วอี้กวาน (ประตูไม้กั้น) จะมีช่องทางเดินรถบรรทุกที่ใหญ่โตมโหฬารถึง 12 ช่องทาง รวมถึงจำนวนลานสินค้าและอุปกรณ์ชาร์ตไฟฟ้าทำความเย็นให้ตู้ผลไม้ที่ไม่เพียงพอ ส่งผลต่อความเสียหายของผลไม้สด ล่าสุดศูนย์บีไอซีทราบข้อมูลว่าฝั่งเวียดนามอยู่ระหว่างการพัฒนาเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมเพื่อรองรับปริมาณการค้าระหว่างประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น

นอกจากประเด็นเรื่องข้อจำกัดทางกายภาพแล้ว กระบวนการที่เพิ่มขั้นตอนมากขึ้นในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ก็ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อระยะเวลาในการขนส่งผลไม้ ในบริบทที่สถานการณ์การแพร่ระบาดยังไม่มีทีท่าว่าจะคลี่คลาย ทางการจีนได้ยกระดับการดำเนินมาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดเชื้อโควิด-19 บริเวณชายแดนอย่างเข้มงวด ทั้งในสินค้าผลไม้และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง โดยนอกจากการสุ่มตรวจและกักกันโรคพืชและแมลงศัตรูพืช

*เพื่อแสวงหาลู่ทางใหม่ ๆ ให้แก่ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย จึงเกิด Mission Possible ในการค้นหา "ด่านทางเลือก" ซึ่งจะช่วยปลดล็อกเส้นทางการขนส่งผลไม้ไทยไปจีน*

ที่ดำเนินการเป็นปกติอยู่แล้ว ผลไม้ที่ส่งออกไปจีนจะต้องผ่านการตรวจกรดนิวคลิอิกเพื่อหาการปนเปื้อนเชื้อโควิด-19ในสินค้าและต้องถูกพ่นฆ่าเชื้อที่บรรจุภัณฑ์แบบรอบทิศทาง ซึ่งจะใช้เวลาเพิ่มขึ้นจากสถานการณ์ปกติ

เพื่อแสวงหาลู่ทางใหม่ ๆ ให้แก่ผู้ประกอบการส่งออกผลไม้ไทย จึงเกิด Mission Possible ในการค้นหา "ด่านทางเลือก" ซึ่งจะช่วยปลดล็อกเส้นทางการขนส่งผลไม้ไทยไปจีน และเพิ่มช่องทางสำหรับระบายผลไม้ไทย ต้องบอกว่าปัจจุบัน การขนส่งผลไม้จากไทยไปกว่างซี (จีน) มีทางเลือกที่หลากหลาย ทั้งทางถนน ทางรถไฟ ทางเรือ และที่กำลังจะเป็นทางเลือกใหม่อย่างทางเครื่องบิน ในบทความฉบับนี้ บีไอซีจึงขอนำท่านผู้อ่านไปรู้จักกับ "ด่านทางเลือก" ที่น่าสนใจในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง

## ตอนที่ 1: มิติที่หลากหลายของ "ด่านทางบก" เลือกได้ทั้งรถบรรทุกและรถไฟ

เป็นที่รู้กันดีว่าการได้รับอนุมัติให้เป็น "ด่านทางบกเพื่อการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศ" มีเงื่อนไขที่ซับซ้อนกว่าด่านทางเรือและทางอากาศ ราวกับผ่านด่าน "18 อรหันต์" ของรัฐบาลจีน เนื่องจากเกี่ยวข้องกับเรื่องโรคและแมลงศัตรูพืช รวมทั้งการปนเปื้อนของสินค้าระหว่างการขนส่ง

การจัดทำความตกลง "พิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดในการกักกันโรคและตรวจสอบสำหรับการส่งออกและนำเข้าผลไม้ไทยผ่านประเทศที่สามเข้าสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน" เป็นหนึ่งในเงื่อนไขสำคัญของการเปิดด่านทางบกให้เป็นด่านนำเข้าผลไม้ จะว่ากันง่าย ๆ ก็เหมือน "ใบเบิกทาง" ที่ผลไม้ไทยจะเข้าด่านทางบกของจีนนั่นเอง

สำหรับตัวด่านเอง รัฐบาลส่วนกลางได้ตีกรอบเงื่อนไขไว้ด้วยเช่นกันว่า ด่านทางบกที่สามารถนำเข้าผลไม้จากประเทศที่สามได้จะต้องได้รับอนุมัติและผ่านการตรวจรับเป็น "ด่านสากลระหว่างประเทศ" และอนุมัติการจัดตั้ง "พื้นที่ตรวจกักกันโรคและแมลงศัตรูพืชในผลไม้ ณ ด่านนำเข้า" ด้วย

ด้วยแนวพรมแดนที่ยาวกว่า 1,020 กิโลเมตรของกว่างซีกับประเทศเวียดนาม เขตฯ กว่างซีจ้วงจึงเป็นที่ตั้งของด่านการค้าที่สำคัญหลายแห่ง สำหรับผู้ส่งออกผลไม้ไปจีนทางบก นอกจาก "ด่านโหย่วอี้กวาน" ที่เรามักเห็นตามหน้าสื่อแล้ว ปัจจุบัน จีนได้

ด่านทางบกตงซิง

อนุญาตให้ผลไม้ไทยสามารถขนส่งทางบกผ่านประเทศที่สามไปยังอีก 4 ด่านในกว่างซี โดย "ด่านทางบกตงซิง และด่านรถไฟผิงเสียง" สามารถนำเข้าผลไม้ไทยได้อย่างเป็นทางการแล้ว ขณะที่ "ด่านทางบกหลงปัง และด่านทางบกสุยโข่ว" ได้รับอนุมัติในหลักการและคาดว่าจะมีผลในทางปฏิบัติในเร็ว ๆ นี้

สำหรับ **"ด่านทางบกตงซิง"** (Dongxing Border Gate/东兴口岸) ตั้งอยู่ที่อำเภอระดับเมืองตงซิงของเมืองฝางเฉิงก่าง ด้วยพิกัดที่ตั้งติดด่านม๊องก๋าย (Mongcai) ของเวียดนามค่อนไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือจากกรุงฮานอยราว 300 กิโลเมตร (ไกลกว่าด่านโหย่วอี้กวานราว 100 กิโลเมตร) มีแม่น้ำเป่ยหลุนเป็นแนวพรมแดนธรรมชาติที่ไหลออกสู่ทะเลอ่าวตังเกี๋ย

ที่ผ่านมา ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) ประจำสถานกงสุลใหญ่ณนครหนานหนิงได้ติดตามและนำเสนอความคืบหน้าเรื่องการฝ่าด่านอรหันต์ของ **"ด่านตงซิง"** เพื่อการนำเข้าผลไม้ไทยอย่างต่อเนื่อง ด่านแห่งนี้เป็นด่านนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศแห่งที่ 2 ของกว่างซีต่อจากด่านโหย่วอี้กวาน โดยผลไม้ไทยได้รับอนุญาตให้นำเข้าสู่จีนจากด่านตงซิงอย่างเป็นทางการตั้งแต่วันที่ 29 เมษายน 2564

ตามข้อมูลพบว่า 90% ของผลไม้ที่นำเข้าผ่านด่านตงซิงเป็น "ผลไม้ไทย" โดยนับตั้งแต่มีการนำเข้าผลไม้ล็อตแรกจากไทยเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2564 จนถึงสิ้นเดือนกันยายน 2564 ด่านตงซิงมีการนำเข้าผลไม้ไทยแล้ว 21,500 ตัน มูลค่า 103 ล้านเหรียญสหรัฐในจำนวนนี้เป็นทุเรียน 17,300 ตัน มูลค่า 89 ล้านเหรียญสหรัฐ และมังคุด 4,200 ตัน มูลค่า 14 ล้านเหรียญสหรัฐ

จากการลงพื้นที่ศึกษาดูงาน(อีกครั้ง) ในช่วงปลายเดือนกันยายน 2564 ที่ผ่านมา ประเมินได้ว่า **"ด่านตงซิง (สะพานแห่งที่ 2)"** มีความพร้อมไม่น้อยหน้าด่านโหย่วอี้กวาน และเป็นด่านทางเลือกที่มีศักยภาพสูงในเวลานี้ในเชิง**กายภาพ** บริเวณพรมแดนตงซิง-ม๊องก๋ายเป็นพื้นที่ราบสะพานข้ามแม่น้ำมี 6 ช่องจราจร ขณะที่ด่านโหย่วอี้กวานมีข้อจำกัดในด้านสภาพภูมิประเทศที่เป็นช่องเขาแคบ (ลักษณะคอขวด) และเป็น landlock รวมทั้งการจราจรที่อิ่มตัวบริเวณด่าน ทำให้เกิดปัญหารถบรรทุกแออัดและตกค้างจนสินค้าสดได้รับผลกระทบและเกิดความเสียหายโดยเฉพาะในฤดูผลไม้

หากพิจารณาในแง่**ระบบโครงสร้างพื้นฐาน** ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกมีความพร้อม ศูนย์ One Stop Service สำหรับการนำเข้า-ส่งออกสินค้าแบบเบ็ดเสร็จ ณจุดเดียวลานรถบรรทุกสินค้าขนาดใหญ่ ลานตรวจกักกันโรคพืชและแมลงศัตรูพืช สามารถรองรับรถบรรทุกเข้า - ออกได้ 2,000 คัน/วัน ช่องไม้กั้นรถบรรทุกสินค้า 10 ช่อง (ปัจจุบันด่านโหย่วอี้กวานสามารถรองรับรถบรรทุกได้ 1,200 คัน/วัน และช่องไม้กั้นรถบรรทุกสินค้า 12 ช่อง)และอยู่ระหว่างการวางแผนก่อสร้าง **"สะพานแห่งที่ 3"** กับเวียดนามเพิ่มด้วย

สุดท้ายเป็นเรื่องของ**ระบบตรวจสอบและกักกันโรคพืชและแมลงศัตรูพืชรวมถึงการตรวจเชื้อโควิด-19** มีอุปกรณ์ตรวจสอบที่ทันสมัย มีโกดังควบคุมอุณหภูมิความเย็นไว้รองรับการเก็บผลไม้ และอยู่ระหว่างการขยายพื้นที่ก่อสร้างลานตรวจกักกันโรคพืชและแมลงศัตรูพืชและศูนย์โลจิสติกส์ห่วงโซ่ความเย็นเพิ่มเติม มีช่องสำหรับรถบรรทุกเข้าสุ่มตรวจสินค้าทั้งหมด 14 ช่อง มีห้องปฏิบัติการสุ่มตรวจสินค้าเบื้องต้นและห้องปฏิบัติการทดลองสำหรับงานตรวจวิเคราะห์เชิงลึก ห้องรมยา และห้องกำจัดสินค้าที่มีปัญหาโรค และแมลงศัตรูพืชกักกัน

ด่านรถไฟผิงเสียง

**ปุ๊น ๆ ฉึกฉัก ๆ** นอกจากการขนส่งทางรถบรรทุกและทางเรือที่ผู้ค้านิยมใช้กันแล้ว การขนส่งสินค้าทาง "รถไฟ" นับเป็นอีกทางเลือกใหม่ของผู้ส่งออกผลไม้ไทยเช่นกัน นั่นก็คือ **"ด่านรถไฟผิงเสียง"** ซึ่งเป็น "ด่านนำเข้าผลไม้ทางรถไฟ" แห่งแรกของประเทศจีน ตั้งอยู่ที่อำเภอระดับเมืองผิงเสียง เมืองฉงจั่ว ไม่ห่างจากด่านโหย่วอี้กวานราว 14 กิโลเมตร

แน่นอนว่าในแง่ของนโยบาย "ด่านรถไฟแห่งนี้" ถูกโยงเข้ากับยุทธศาสตร์ Belt and Road Initiative (BRI) และยุทธศาสตร์ "ระเบียงการค้าระหว่างประเทศเชื่อมทางบกกับทางทะเลสายใหม่" หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า ILSTC โดยตู้ผลไม้ไทยที่ขนส่งทางรถยนต์สามารถเปลี่ยนมาขนส่งโดยรถไฟเพื่อเข้าสู่กว่างซีได้ที่สถานีรถไฟดง่งดังจังหวัดล่างเซิน ของประเทศเวียดนาม และที่สำคัญรถไฟเส้นทางดังกล่าวสามารถเชื่อมต่อแบบไร้รอยต่อกับโครงข่ายรถไฟในจีนและโครงข่ายรถไฟ China-Europe Railway ได้อีกด้วย

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้เกิดผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าผลไม้สดของไทย ต้องกล่าวว่า การอนุมัติ "ด่านรถไฟผิงเสียง" เป็นด่านนำเข้าผลไม้ไทยเป็น "โอกาสในวิกฤตโควิด-19" ก็ว่าได้ เพราะกระบวนการขออนุมัติใช้เวลา

สั้นมาก ๆ โดยหลังจากที่สำนักงานศุลกากรแห่งชาติจีน หรือ GACC ประกาศให้ "ด่านรถไฟผิงเสียง" เป็นด่านนำเข้าผลไม้อย่างเป็นทางการเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2563 จากนั้นกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ของไทยกับ GACC จีนก็ได้ร่วมกันลงนามพิธีสารฯ เปิดทางให้ด่านรถไฟผิงเสียงเป็นด่านนำเข้าผลไม้ไทยได้สำเร็จ โดยเริ่มให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 29 เมษายน 2563

วันที่ 15 พฤษภาคม 2563 เป็นวันประวัติศาสตร์หน้าใหม่ของการส่งราชาและราชินีผลไม้ขึ้นรถไฟขายจีนเป็นครั้งแรก โดยทุเรียนและมังคุดจากประเทศไทยรวมน้ำหนักกว่า 82 ตันถูกลำเลียงเข้าด่านรถไฟผิงเสียงเป็นล็อตแรกนับเป็นการฉีกกฎการส่งออกแบบเดิม ๆ ที่เคยใช้ทางรถบรรทุก ทางเรือ และทางเครื่องบินเท่านั้น

**โอกาสของผู้ส่งออกผลไม้ไทย**

ด่านรถไฟผิงเสียงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการระบายผลไม้ไทย โดยเฉพาะช่วงที่ผลไม้ออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมากเพื่อหลีกเลี่ยงความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการที่รถบรรทุกต้องรอคิวที่ด่านโหย่วอี้กวานพูดง่าย ๆ คือ ไม่ต้องรอคิวนานแถมยังขนตู้สินค้าได้ครั้งละมาก ๆ แม้ว่าโมเดล "รถ + ราง" จะมีค่าใช้จ่ายสูงกว่ารถบรรทุกเล็กน้อย แต่คุ้มค่ากับการควักกระเป๋าจ่ายเพื่อซื้อเวลา

ทั้งนี้ ผู้ส่งออกผลไม้ไทยสามารถใช้รถบรรทุกสินค้าลำเลียงสินค้าออกจากภาคอีสานทางถนน R8 (หนองคาย) R9 (มุกดาหาร) และ R12 (นครพนม) ผ่าน สปป.ลาว เข้าสู่เวียดนาม ผ่านกรุงฮานอย มุ่งหน้าไปที่สถานีรถไฟด่งดัง (Dong Dang) จังหวัดลางเซิน เพื่อลำเลียงตู้สินค้าขึ้นขบวนรถไฟก่อนเข้าไปที่ด่านรถไฟผิงเสียงของกว่างซีด้วยระยะทางเพียง 17 กิโลเมตร ใช้เวลาวิ่งเพียง 1 ชั่วโมง (สำหรับสินค้าทั่วไปสามารถลำเลียงตู้สินค้าขึ้นขบวนรถไฟที่สถานีรถไฟ Yên Viên ในกรุงฮานอย)

หลังจากตู้สินค้าลำเลียงเข้ามาถึงด่านรถไฟผิงเสียงเพื่อผ่านพิธีการศุลกากรแล้ว ก็สามารถใช้โครงข่ายทางรถไฟของจีนลำเลียงผลไม้ไปยังหัวเมืองสำคัญทั่วจีน ปัจจุบัน มีขบวนรถไฟระหว่างประเทศผ่านเมืองผิงเสียงที่เชื่อมกับมณฑลต่าง ๆ รวม 9 เส้นทาง ซึ่งผู้ส่งออกสามารถเลือกใช้ได้ อาทิ นครเซี่ยงไฮ้ใช้เวลา 45 ชั่วโมง กรุงปักกิ่งใช้เวลา 70 ชั่วโมง หรือจะส่งไปไกลถึงเอเชียกลางและยุโรปผ่าน China - Europe Railway Express ใช้เวลา 7 - 10 วัน (ทางเรือใช้เวลา 1 เดือน)

**แล้วจะเลือกขนส่งสินค้าต่ออย่างไร**

รถไฟมีความได้เปรียบในการขนส่งระยะทางไกล จึงเหมาะกับการกระจายสินค้าไปที่หัวเมืองภาคตะวันออก/ภาคเหนือ หากเป็นการขนส่งระยะสั้นควรใช้การขนส่งทางรถบรรทุก เช่น หากส่งผลไม้ไปยังนครกว่างโจวของมณฑลกวางตุ้ง รถบรรทุกใช้เวลาเพียง 1 - 2 วัน จึงประหยัดเวลาได้มากกว่าทางรถไฟที่อาจต้องใช้เวลานานถึง 4 วัน

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับการขนส่งทางรถบรรทุกแล้ว การขนส่งทางรถไฟมีข้อได้เปรียบด้านศักยภาพการขนส่ง (ปริมาณการขนส่งเที่ยวละ 20 - 25 ตู้) ไม่สิ้นเปลืองน้ำมันและแรงงานคนขับ กอปรกับสถานการณ์โควิด-19 การขนส่งทางรถไฟช่วยลดความเสี่ยงจากคนขับที่หมุนเวียนเข้า-ออกด่านได้อย่างมาก การผ่านพิธีการศุลกากรแบบไร้เอกสาร (e-Paperless) ที่มีความรวดเร็ว การเลี่ยงความเสียหายจากการจราจรที่แออัดของรถบรรทุก

บริเวณด่านทางบก รวมถึงเรื่องต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าในการกระจายสินค้าในระยะไกล

นอกจาก 2 ด่านที่กล่าวมาข้างต้นแล้วในเขตฯ กว่างซีจ้วงยังมีด่านอีก 2 แห่งที่อยู่ระหว่างกระบวนการขอและตรวจอนุมัติจากส่วนกลาง นั่นก็คือ

**"ด่านทางบกหลงปัง"** (Longbang Border Gate/龙邦口岸) ตั้งอยู่ในอำเภอระดับเมืองจิ้งซี (Jingxi City/靖西市) ของเมืองไป่เซ่อ (Baise City/百色市) อยู่ตรงข้ามกับด่านจาลิงห์ (Tra Linh) จังหวัดกาวบั่ง (CaoBang) ของเวียดนาม อยู่ห่างจากด่านทางบกโหย่วอี้กวานไปทางตะวันตกประมาณ 120 กิโลเมตร เป็นด่านทางบกที่มีความทันสมัยที่สุดในมณฑล

ปัจจุบัน แม้ว่า "ด่านทางบกหลงปัง" จะได้รับการอนุมัติเป็น "ด่านสากลระหว่างประเทศ (เป็นการชั่วคราว)" และได้รับการบรรจุอยู่ในพิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดในการกักกันโรคและตรวจสอบสำหรับการส่งออกและนำเข้าผลไม้ผ่านประเทศที่สามระหว่างไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนแล้วก็ตาม แต่ในทางปฏิบัติยังไม่สามารถนำเข้าผลไม้ไทยได้ เนื่องจาก "ด่านทางบกหลงปัง" ยังรอกระบวนการตรวจรับจาก GACC ให้เป็น "ด่านสากลระหว่างประเทศ" อย่างเป็นทางการ โดยคาดว่าจะดำเนินการเสร็จสิ้นช่วงกลางปี 2565

อย่างไรก็ดี จากการลงพื้นที่สำรวจด่านหลงปังครั้งล่าสุดเมื่อปลายเดือนสิงหาคม 2564 มีผลประเมินได้ว่า "ด่านหลงปัง" เป็นด่านทางบกที่มีความทันสมัยที่สุดในมณฑล และเป็นอีกหนึ่งด่านทางบกที่มีศักยภาพความพร้อมในการนำเข้าผลไม้ไทยเช่นกัน

**ระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก**บริเวณด่านมีความครบครันและทันสมัย มีช่องไม้กั้นรถบรรทุกจำนวน 10 ช่อง สามารถรองรับรถบรรทุกขนาดใหญ่และรถบรรทุกขนาดใหญ่พิเศษ มีพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมเพื่อการแปรรูป มีโรงงานเปล่าเปิดให้เช่าและกำลังผลักดันโครงการก่อสร้างเส้นทางรถไฟส่วนต่อขยายจากตัวเมืองจิ้งซีไปจนถึงด่านหลงปังด้วย

**พื้นที่ตรวจสอบและกักกันโรคพืชและแมลงศัตรูพืช**ผ่านการตรวจรับ

ด่านทางบกหลงปัง

จาก GACC เป็นที่เรียบร้อย ลานสุ่มตรวจสินค้ามีพื้นที่กว้างขวาง มีโกดังควบคุมอุณหภูมิความเย็นไว้รองรับการกักเก็บผลไม้ 12,000 ตารางเมตร โกดังเก็บธัญพืช (ข้าว) 8,000 ตารางเมตร และโกดังแช่แข็ง 50,000 ตารางเมตร มีช่องสำหรับรถบรรทุกเข้าสุ่มตรวจสินค้าทั้งหมด 26 ช่อง มีห้องแล็บที่ใช้ตรวจคัดกรองเบื้องต้นและห้องปฏิบัติทดลองสำหรับงานตรวจวิเคราะห์เชิงลึก ห้องรมยา และศูนย์กำจัดสินค้าที่มีปัญหาโรคและแมลงศัตรูพืชกักกัน

ด่านหลงปัง ยังมี**ระบบโครงข่ายคมนาคมที่โดดเด่นในการเจาะตลาดจีนภาคตะวันตก** กล่าวคือ การขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกจากด่านหลงปัง-นครฉงชิ่ง มีระยะทางสั้นกว่าการขนส่งผ่านด่านโหย่วอี้กวาน 200 กิโลเมตร ประเทศเวียดนามกำลังก่อสร้างทางด่วนกรุงฮานอย-จังหวัดด่งดัง-จังหวัดกาวบั่ง โดยเส้นทางด่งดัง - กาวบั่ง คาดว่าจะก่อสร้างเสร็จในปี 2566

นอกจากนี้ ยังสามารถใช้**เส้นทางรถไฟ** Baise No.1 (百色一号) ลำเลียงตู้สินค้าจากตัวเมืองไป่เซ่อไปยังพื้นที่ตอนเหนือของประเทศได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ในอนาคต จะมีเส้นทางรถไฟเพิ่มอีก 2 เส้นทาง คือ (1) ส่วนต่อขยายเส้นทางรถไฟจากตัวเมืองจิ้งซีไปถึงด่านหลงปัง และ (2) ส่วนเชื่อมต่อระหว่างเมืองไป่เซ่อ - อำเภอหวงถ่ง มณฑลกุ้ยโจว ซึ่งเป็นเส้นทาง direct route ของการขนส่งตู้สินค้าทางรถไฟไปยังหัวเมืองตอนในของประเทศจีน

## ตอนที่ 2: มิติที่หลากหลายของ "ด่านท่าเรือ" เชื่อมเรือและรถไฟที่กว่างซีไปไกลถึงยุโรป

เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงเป็นมณฑลน้องใหม่ที่กำลังมีบทบาทสำคัญด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ทางการกว่างซีได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาความเชื่อมโยงด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ในภูมิภาคเพื่อตอบสนองและรองรับความต้องการที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยมุ่งเป้าไปที่การพัฒนางานขนส่งในรูปแบบต่าง ๆ และสร้างตัวเลือกที่มีความหลากหลาย รวมถึงการยกระดับประสิทธิภาพบริการ และอำนวยความสะดวกด้านการขนส่งระหว่างประเทศเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน

เชื่อว่าหลายคนคงคุ้นเคยกับชื่อ "อ่าวตังเกี๋ย" ของเวียดนามที่มีปรากฏในตำราเรียนสมัยเด็ก ๆ แต่ท่านทราบหรือไม่ว่าอันที่จริงแล้ว อ่าวตังเกี๋ยมีพื้นที่ชายฝั่งทะเลติดกับเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงของประเทศจีนด้วย โดยชาวจีนเรียกขานกันในนามว่า "อ่าวเป่ยปู้" (Beibu Gulf) หรือ "เป่ยปู้วาน" ในภาษาจีน

ในบทความฉบับนี้ บีไอซี จึงขอนำท่านผู้อ่านไปรู้จักและค้นหาโอกาสทางการค้าผ่าน "ท่าเรือชินโจว" ในฐานะท่าเรือศูนย์กลางของกลุ่มท่าเรือรอบอ่าวเป่ยปู้ และเป็นข้อต่อสำคัญของการขนส่งโมเดล "เรือ + ราง" บนระเบียงการค้า ILSTC โดย "ท่าเรือชินโจว" ตั้งอยู่ในเขตท่าเรือสินค้าทัณฑ์บนชินโจว (Qinzhou Free Trade Port Area) ได้รับการกำหนดฟังก์ชันให้เป็นท่าเรือขนส่งตู้คอนเทนเนอร์เป็นหลัก มีท่าเทียบเรืออเนกประสงค์ขนาดใหญ่ที่รองรับตู้คอนเทนเนอร์ได้หลายประเภท

การมีแนวชายทะเลระยะทางกว่า 1,595 กิโลเมตรเป็นข้อได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ของ "กว่างซี" ในการพัฒนาท่าเทียบเรือน้ำลึกในอ่าวเป่ยปู้ ซึ่งช่วยให้กว่างซีมีบทบาทสำคัญในระบบงานขนส่งและโลจิสติกส์เพื่อการค้ากับต่างประเทศ โดยเฉพาะโมเดลการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบแบบไร้รอยต่อ (Multi-modal Transportation) ระหว่าง "เรือ + ราง" ในท่าเรือชินโจว เพื่อเจาะตลาดจีนทางภาคตะวันตกแทนที่ช่องทางเดิมที่เคยใช้มณฑลชายฝั่งทะเลจีนตอนใต้และตะวันออก

ความเชื่อมโยงทางการค้าภายใต้ยุทธศาสตร์แห่งชาติ "ระเบียงการค้าระหว่างประเทศเชื่อมทางบกกับทางทะเลสายใหม่" หรือ ILSTC จะขาดตัวผู้เล่นหลักอย่าง "เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง" ไปไม่ได้ เพราะเป็น "ข้อต่อ" สำคัญในยุทธศาสตร์ดังกล่าว ส่งผลให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่คึกคักมากยิ่งขึ้น ทำให้กลุ่มท่าเรืออ่าวเป่ยปู้กว่างซีติด 10 อันดับท่าเรือเลียบชายฝั่งทะเลที่มีปริมาณขนถ่ายตู้คอนเทนเนอร์มากที่สุดในประเทศจีน และ 40 อันดับท่าเรือที่สำคัญของโลกในปีที่ผ่านมา (ปี 2563 ท่าเรืออ่าวเป่ยปู้มีปริมาณขนถ่ายตู้คอนเทนเนอร์ทะลุ 5 ล้าน TEUs)

กล่าวได้ว่าท่าเรือชินโจวเป็น 1 ในท่าเรือที่ได้รับการ "อุ้มชู" จากส่วนกลางไม่น้อย โดยเฉพาะการสนับสนุนเชิงนโยบายให้เป็นด่านนำเข้าสินค้าที่มีความอ่อนไหวหลายรายการ หนึ่งในนั้นก็คือการอนุมัติให้เป็น "ด่านนำเข้าผลไม้" อย่างเป็นทางการเมื่อเดือนพฤษภาคม 2560 และ "ผลไม้ไทย" ได้ประเดิมนำเข้าผ่านท่าเรือชินโจวเป็นล็อตแรกในเดือนกรกฎาคม 2560 นอกจากนี้ท่าเรือชินโจวยังได้รับอนุมัติเป็นด่านนำเข้ารถยนต์ เนื้อสัตว์ ธัญพืช ไวน์ และรังนกขน ซึ่งล้วนเป็นกลุ่มสินค้าอ่อนไหวหรือสินค้าที่ต้องควบคุมการนำเข้าจะต้องนำเข้าผ่านด่านที่ผ่านการอนุมัติจากสำนักงานศุลกากรแห่งชาติจีนแล้วเท่านั้น

นับตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นมา การค้าผลไม้ผ่านกลุ่มท่าเรือรอบอ่าวเป่ยปู้มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละ 151% โดยมี "ผลไม้ไทย" เป็นสินค้าดาวเด่น

ขบวนรถไฟในท่าเรือชินโจว

โดยเฉพาะทุเรียนและมังคุด (มะม่วงจากกัมพูชาด้วย) สายการเดินเรือได้มีการปรับปรุงบริการและพัฒนาเส้นทางการเดินเรือ ทั้งการลดระยะเวลาการเดินเรือ การเพิ่มความถี่ของรอบเดินเรือ และเลือกใช้ขนาดเรือขนส่งสินค้าที่หลากหลาย เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการใช้แต่ละช่วงเวลา

สำหรับเที่ยวเรือขนส่งสินค้าระหว่างท่าเรือชินโจวกับท่าเรือแหลมฉบังและท่าเรือกรุงเทพของไทยนับว่ามีแนวโน้มสดใส สายการเดินเรือมีการเพิ่มความถี่หลายเที่ยวต่อสัปดาห์ ปี 2563 มีปริมาณการขนถ่ายตู้สินค้ากับไทยรวมเกือบ 30,000 TEUs แบ่งเป็นการนำเข้าจากประเทศไทย 16,000 TEUs และการส่งออกไปประเทศไทย 13,000 TEUs โดยสินค้านำเข้าหลักจากไทย ได้แก่ ผลไม้ มันสำปะหลัง และสินแร่

"เวลา(เป็นเงินเป็นทอง)" เป็นจุดแข็งที่ผู้ประกอบการพิจารณาเลือกใช้ท่าเรือชินโจวเพื่อการนำเข้า - ส่งออก ปัจจุบัน สายเรือตรง (express service) ระหว่างท่าเรือชินโจวกับท่าเรือแหลมฉบังใช้เวลาสั้นเพียง 3 - 4 วันเท่านั้น ซึ่งสูสีกับการขนส่งทางรถบรรทุก สายเรือที่ให้บริการ อาทิ SITC / PIL / EMC / Wanhai Lines / YangMing Lines และ Sealand MAERSK Asia

ขณะที่การผ่านพิธีการศุลกากรพบว่า ภาพรวมในช่วง 6 เดือนแรกปี 2564 เวลาที่ใช้ผ่านพิธีการศุลกากรของท่าเรือชินโจวติดสปีดเร็วกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งประเทศ พิธีการศุลกากรนำเข้าใช้เวลา 15 ชั่วโมง (ทั้งมณฑล 5.56 ชั่วโมง) ขณะที่ค่าเฉลี่ยทั้งประเทศใช้เวลา 34.91 ชั่วโมง ส่วนพิธีการส่งออกใช้เวลา 20 นาที ค่าเฉลี่ยทั้งประเทศใช้เวลา 1.78 ชั่วโมง

ความน่าสนใจของท่าเรือชินโจวในขณะนี้ คือ ท่าเรือชินโจวอยู่ระหว่างการก่อสร้าง "ท่าเทียบเรืออัจฉริยะ" ซึ่งทำงานด้วยระบบอัตโนมัติเต็มรูปแบบ (full automation) จำนวน 4 ท่า โดยใช้เงินลงทุนกว่า 7,100 ล้านหยวน โดยใช้เทคโนโลยีแกน (core technology) อาทิ ปัญญาประดิษฐ์ บิ๊กดาต้า คลาวด์คอมพิวติ้ง สัญญาณ 5G และระบบพิกัดตำแหน่ง (GPS) โดยเฟสที่ 1 จะใช้งานเต็มรูปแบบในปี 2565 เมื่อแล้วเสร็จท่าเรือชินโจวจะขึ้นแท่นท่าเรืออัจฉริยะที่มีฟังก์ชันรองรับการขนส่งโมเดล "เรือ + ราง" แห่งแรกในประเทศจีน

ที่เรียกว่า "ท่าเทียบเรืออัจฉริยะ" ทำงานยังไง ผู้อ่านลองนึกภาพหลังจากเรือบรรทุกตู้สินค้าแล่นเข้าเทียบท่าแล้ว เครนยกตู้สินค้าที่ติดตั้งระบบเซนเซอร์จะเลื่อนสแกนเพื่อหาตำแหน่งของตู้สินค้าและยกตู้ขึ้นจากเรือไปวางไว้บนรถ shuttle car ไร้คนขับที่จอดรออยู่หน้าท่าและทำการลำเลียงตู้สินค้าไปยังพื้นที่ด้านหลังท่าเพื่อขนถ่ายต่อไปยังรถบรรทุกหรือ "ขึ้นรถไฟ" เพื่อกระจายต่อไปยังพื้นที่ในประเทศแบบอัตโนมัติ โดยมีเพียงเจ้าหน้าที่คอยดูแลอยู่ภายในศูนย์บังคับการเท่านั้น ซึ่งช่วยลดเวลา ลดต้นทุน ลดแรงงานและลดอุบัติเหตุในการทำงาน (occupational safety and health) ทำให้การดำเนินของท่าเรือมีผลิตภาพสูง

หลายท่านอาจมีข้อสงสัยว่าตู้สินค้าขึ้นจากเรือแล้วไปขึ้นรถไฟได้อย่างไร นั่นก็เพราะว่าในพื้นที่ท่าเรือชินโจวมี "ศูนย์บริการขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ทางรถไฟชินโจว" ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการขนส่งตู้สินค้าจากเรือไปขึ้นรถไฟได้โดยตรง เปิดใช้อย่างเป็นทางการเมื่อช่วงกลางปี 2563 ถือเป็น 1 ใน 12 ศูนย์บริการขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ทางรถไฟที่สำคัญของจีน

**โอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทย**

หากมองเฉพาะการค้าผลไม้ "ตลาดจีน" ยังเป็นตลาดส่งออกสำคัญของผลไม้ไทย สำหรับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลไม้สด นอกจากเรื่องของรสชาติแล้ว เรื่องของรูปลักษณ์และความสดใหม่ถือปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อโดยทั่วไป ผลไม้สดสามารถคงความสด

*ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้บริการการขนส่ง "เรือ + ราง" ที่ท่าเรือชินโจว ในการขยายตลาดสินค้าไทยไปยังเอเชียกลางและยุโรปได้โดยตรง ซึ่งช่วยลดเวลาการขนส่งและลดระเบียบขั้นตอนเอกสาร*

อยู่ได้ไม่เกิน 20 วัน ดังนั้น ผู้ส่งออกผลไม้ไทยจำเป็นต้องเลือกใช้การขนส่งสินค้าที่มีความสะดวกรวดเร็ว เพื่อรักษาเรื่องคุณภาพของผลไม้สดให้คงสภาพสมบูรณ์ได้มากที่สุดก่อนถึงมือผู้บริโภคปลายทาง โดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตผลไม้ไทยออก "กระจุกตัว" พร้อม ๆ กันเป็นจำนวนมาก

การใช้เส้นทางขนส่งใหม่ ๆ อย่าง "ท่าเรือชินโจว" จึงเป็นช่องทางการค้าที่น่าสนใจสำหรับผู้ส่งออกไทย เนื่องจากใช้เวลาการขนส่งสั้น และเป็นทางเลือกที่ช่วยแบ่งเบาภาระของด่านทางบกในช่วงที่มีการจราจรแออัดระหว่างเดือนเมษายน - พฤษภาคม รวมถึงช่วงเทศกาลตรุษจีน และช่วงเทศกาลวันชาติจีนของทุกปี

ที่สำคัญ ผู้ส่งออกสามารถใช้การขนส่งโมเดล "เรือ + ราง" ที่ท่าเรือชินโจวที่มีความสะดวกและรวดเร็ว ประหยัดต้นทุนเวลาและค่าใช้จ่าย เป็นจุดกระจายกระจายสินค้าไปทั่วประเทศจีน โดยเฉพาะหัวเมืองเศรษฐกิจในภาคตะวันตกอย่างนคร ฉงชิ่ง นครเฉิงตู นครคุนหมิง และนครซีอาน มีบริการทุกวัน

ข้อมูลระหว่างช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน 2564 การขนส่งโมเดล "เรือ + ราง" ที่ท่าเรือชินโจวมีเที่ยวรถไฟลำเลียงตู้สินค้าวิ่งให้บริการรวม 2,705 เที่ยว เพิ่มขึ้น 112% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน รวมเป็นจำนวนตู้สินค้า 2.69 แสน TEUs เพิ่มขึ้น 319% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

ทราบหรือไม่ว่า นอกจากการขนส่งภายในประเทศจีนแล้ว โมเดลการขนส่ง "เรือ + ราง" ยังเชื่อมต่อกับโครงข่าย China - Europe Railway อีกด้วย ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้บริการการขนส่ง "เรือ + ราง" ที่ท่าเรือชินโจวในการขยายตลาดสินค้าไทยไปยังเอเชียกลางและยุโรปได้โดยตรง ซึ่งช่วยลดเวลาการขนส่ง ลดระเบียบขั้นตอนด้านเอกสารและการดำเนินพิธีการศุลกากรได้มากทีเดียว

การขนส่งโมเดลนี้สามารถรองรับตู้สินค้าได้หลายประเภท ทั้งตู้สินค้าธรรมดา ตู้ที่มีเครื่องทำความเย็น (reefer) สำหรับการขนส่งผลไม้และผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำแช่แข็งและตู้สินค้าแบบ open top ซึ่งเหมาะสำหรับสินค้าเทกองด้วย

กลุ่มประเทศในแถบเอเชียกลางที่แตกตัวออกมาจากอดีตสหภาพโซเวียต ไม่ว่าจะเป็น คาซัคสถาน อุซเบกิสถาน คีร์กีซสถาน ทาจิกิสถาน เติร์กเมนิสถาน เป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจสำหรับไทย โดยเฉพาะ "คาซัคสถาน" ประเทศที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 9 ของโลก และมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในเอเชียกลาง นับเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านการค้ากับไทยมากที่สุดในเอเชียกลาง

การพัฒนาโมเดลการขนส่ง "เรือ + ราง" ที่ท่าเรือชินโจวได้สร้างโอกาสสำหรับผู้ส่งออกไทย หลังจากที่ตู้สินค้าเข้าเทียบท่าที่ท่าเรือชินโจวแล้ว ตู้สินค้าจะถูกลำเลียงไปรวมขบวนที่ "นครหนานหนิง" ทั้งนี้ ผู้ส่งออกสินค้าสามารถเลือกใช้เส้นทางขนส่ง ซึ่งมีทั้งแบบ Direct Route 4,662 กิโลเมตร จากนครหนานหนิงตรงสู่กรุงนูร์-ซุลตัน และเมืองอัลมาตีของคาซัคสถาน ซึ่งใช้เวลาเพียง 11 วัน และเส้นทางแวะนครซีอาน (ซินจู้) ระยะทาง 5,031 กิโลเมตร ใช้เวลาขนส่ง 13 วัน อีกทั้งผู้ประกอบการไทยยังสามารถพิจารณาใช้จุดแข็งด้านทำเลที่ตั้งของคาซัคสถาน

*"ตลาดจีนตะวันตก" ถือเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพครอบคลุม 12 มณฑล และมีประชากรมากกว่า 500 ล้านคน หรือกว่า 7.1 เท่าของประชากรไทย*

เป็น hub ในการกระจายสินค้าไปยังประเทศอื่นในภูมิภาค หรือกระจายไปยังประเทศในยุโรปตะวันออกได้ง่ายมากขึ้นด้วย โดยผู้ส่งออกยังสามารถต่อยอดเส้นทางการขนส่งสินค้าไทยไปยังทวีปยุโรปได้ด้วยเส้นทางบริการ "ท่าเรือชินโจว - นครเฉิงตู - โปแลนด์ - เมือง Duisburg เยอรมัน" ด้วยระยะทาง 12,000 กิโลเมตร ใช้เวลาการขนส่งราว 25 วัน หากเปรียบเทียบกับการขนส่งทางเรือจากมณฑลกวางตุ้งไปยุโรป สามารถประหยัดเวลาลงได้ 20 - 25 วัน

จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าโมเดลการขนส่ง "เรือ+ราง" ที่ท่าเรือชินโจวเป็นช่องทางการขนส่งลำเลียงสินค้าที่มีอนาคตสดใส เปรียบเสมือน "สะพาน" ที่ช่วยเชื่อมโยงระหว่างอาเซียน (ไทย) - จีน (มณฑลทางภาคตะวันตก) - เอเชียกลาง - ยุโรป ให้ใกล้ชิดกันมาขึ้น และเป็น "กุญแจ" ไขประตูการค้าบานใหม่ให้กับสินค้าไทยสู่เวทีสากลได้มากยิ่งขึ้น

ที่สำคัญ ผู้ใช้บริการสามารถมองภาพการขนส่งได้ทั้งวงจร ช่วยให้สามารถคำนวณเวลาที่ใช้และต้นทุนการขนส่งได้ง่าย ลดขั้นตอนการดำเนินพิธีการทางศุลกากร รวมถึงช่วยอำนวยความสะดวกทางการค้าได้มากขึ้น และสินค้าถึงมือผู้รับได้รวดเร็วและตรงเวลา และยังช่วยให้เจ้าของสินค้าได้รับเงินเร็วขึ้นด้วย

## ตอนที่ 3: มิติใหม่ของ "ด่านทางอากาศ" อีกหนึ่งโอกาสของผลไม้ไทยในกว่างซี

จากกระแสความนิยมบริโภคผลไม้ไทยในตลาดจีน การหาลูกค้าผลไม้ไทยนั้นไม่ใช่เรื่องยาก โดยเฉพาะใน "เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง" ซึ่งมีผู้ค้าอยู่เป็นหลักแหล่งอยู่แล้ว สิ่งที่ยาก คือเราทำอย่างไรให้ผลไม้ไทยไปถึงตลาดจีนโดยที่ได้รับความเสียหายน้อยที่สุด หรือสุกพร้อมขายได้พอดี ดังนั้น "การขนส่งทางอากาศ" จึงเป็นอีกทางเลือกสำหรับผู้ส่งออกผลไม้ไทย

**โอกาสสำหรับผู้ส่งออกผลไม้ไทย** ในวันที่ผลไม้ไทยสามารถส่งออกไปจีนผ่าน "ท่าอากาศยานนานาชาติอู๋ซีนครหนานหนิง" ได้แล้วนั่นหมายความว่าเกษตรกรชาวสวนจะมีช่องทางใหม่ในการกระจายสินค้า และผู้ส่งออกผลไม้ไทยจะมีทางเลือกเพิ่มมากขึ้นอีกหนึ่งช่องทาง

หากพิจารณาจากเวลาที่ใช้ทำการบิน "ท่าอากาศยานนานาชาติอู๋ซีนครหนานหนิง" เป็นหนึ่งในท่าอากาศยานของจีนที่อยู่ใกล้ประเทศไทยมากที่สุด ด้วยเวลาบินเพียง 2 ชั่วโมงเท่านั้น จึงเหมาะสำหรับการขนส่งผลไม้สดเป็นอย่างมาก ปัจจุบันท่าอากาศยานแห่งนี้มีบริการเที่ยวบินคาร์โก้หลายเส้นทาง ทั้งเที่ยวประจำและเช่าเหมาลำ รวมถึงเที่ยวบินคาร์โก้กับกรุงเทพฯ ในแง่ของการกระจายสินค้าก็มิใช่ปัญหา นครหนานหนิงกำลังเดินหน้าโครงการพัฒนา "ศูนย์การขนส่งภาคพื้นดิน" หรือ Ground Transportation Centre (GTC) และศูนย์ธุรกิจโลจิสติกส์และขนส่งสินค้าทางอากาศ (Cargo Complex) ซึ่งจะทำให้ท่าอากาศยานแห่งนี้เป็นชุมทางการขนส่งและโลจิสติกส์แบบครบวงจร ณ จุดเดียว ทั้งเครื่องบินและรถยนต์ รวมถึงรถไฟความเร็วสูง จึงกล่าวได้ว่า ในอนาคต "ท่าอากาศยานนานาชาติอู๋ซีนครหนานหนิง" จะเป็นอีกแพลตฟอร์มที่ช่วยสร้าง "โอกาส" ให้กับผลไม้ไทยเข้าสู่ตลาดจีนได้อีกมาก โดยเฉพาะผลไม้เกรดพรีเมียม หรือผลไม้ไทยที่มีศักยภาพชนิดอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคชาวจีนยังไม่รู้จักมากนัก รวมถึงผลไม้ไทยที่มีความอ่อนไหวต่อเงื่อนเวลา (time-sensitive) และปัจจัยแวดล้อมด้านการขนส่ง (ผลไม้เปลือกบางบอบช้ำง่าย อายุการเก็บรักษาสั้น) อาทิ ลองกอง มะม่วง (น้ำดอกไม้) ส้มโอ (ทับทิมสยาม) ชมพู่ ขนุน มะขาม จากผลไม้ไทยที่ได้รับอนุญาตให้นำเข้าทั้ง 22 ชนิดได้อีกด้วย

สำหรับช่องทางการเจาะตลาดผลไม้ไทยในจีนผ่านการขนส่งทางอากาศ ต้องบอกว่าในยุคที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทอย่างมากในสังคมจีน ดังนั้นการทำตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และ Live commerce ที่ผสมผสานระหว่างการไลฟ์สตรีมมิ่งกับ e-commerce เข้าด้วยกัน ถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่น่าสนใจสำหรับผู้ส่งออกผลไม้ไทย

ทั้งนี้ ผู้ส่งออกสามารถทำในลักษณะของ Pre-order ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เมื่อได้จำนวนเพียงพอแล้ว ก็ใช้วิธีการเช่าเหมาลำในการขนส่งผลไม้ไทยไปประเทศจีน

## บทสรุป

"ตลาดจีน" ยังคงเป็นตลาดส่งออกผลไม้หลักของไทยและมีศักยภาพสูง การที่ผลไม้สดเป็นสินค้าเกษตรที่เน่าเสียง่าย มีเงื่อนไขเวลา เพื่อรักษาคุณภาพความสดใหม่ ผู้ส่งออก "อย่าวางไข่ไว้ในตะกร้าใบเดียว" ควรคำนึงถึง "ตลาดปลายทาง" ว่าตั้งอยู่ที่ไหน เพื่อใช้ประโยชน์จากด่านต่าง ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ไม่ว่าจะทางถนน ทางรถไฟ ทางเรือ หรือทางเครื่องบิน

นอกจากนี้ เกษตรกรชาวสวนและผู้ส่งออกไทยจะต้องให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริหารจัดการสวนผลไม้และโรงคัดบรรจุให้มีความปลอดภัยในทุกขั้นตอน โดยเฉพาะประเด็นด้านสุขอนามัยพืช (โรคพืชและแมลงศัตรูพืช) ปริมาณสารตกค้าง รวมถึงกระบวนการป้องกันการปนเปื้อนของเชื้อไวรัสโควิด-19 พร้อมทั้งใส่ใจเรื่องคุณภาพของสินค้า เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และยกระดับมาตรฐานคุณภาพผลไม้ไทยในระบบศุลกากรจีน และในสายตาของผู้บริโภคชาวจีน

## เรียนจากผู้รู้

- SMEs ไทยควรรู้ Tips & Tricks จด "เครื่องหมายการค้า" สิ่งที่ต้องทำก่อนบุกตลาดจีน
- รู้หรือไม่... Fulfillment ตัวช่วยธุรกิจไทย นำสินค้าบุกตลาดจีน
- สินค้าไทยที่จะบุกตลาดจีน เลือกบริการ Fulfillment และคลังสินค้าอย่างไร
- ถอดบทเรียนการพัฒนา อุตสาหกรรมเก๋ากี้ของ เขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย หนึ่งในแหล่งปลูกและแปรรูป เก๋ากี้ขนาดใหญ่ที่สุดของโลก
- ถอดประสบการณ์ผู้บริการ Houshengji (Ningxia) วิสาหกิจท้องถิ่นหนิงเซี่ยหุย กับบทบาทพาร์ทเนอร์ กลุ่ม TCP ของไทย
- เจาะอุตสาหกรรมชาส่านซี โมเดลยกระดับคุณภาพ ชีวิตประชากร สู่ผลิตภัณฑ์ ส่งออกทั่วโลก

# SMEs ไทยควรรู้ Tips & Tricks จด "เครื่องหมายการค้า" สิ่งที่ต้องทำก่อนบุกตลาดจีน

เรียนรู้กฎหมายการสร้างแบรนด์ หรือการสร้างตัวตนด้วย "เครื่องหมายการค้า" เพื่อให้รอดพ้นจากการโดน "โจรปล้นแบรนด์"

คุณคิดว่า... มูลค่าแบรนด์ หรือ brand value เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อธุรกิจคุณมากขนาดไหน ธุรกิจในยุคนี้ต่างพุ่งเป้าไปที่การสร้างแบรนด์ หรือการสร้าง "ตัวตน" ที่ชัดเจนของสินค้าและบริการของตนเพื่อใช้ในสื่อสารและสร้างภาพจำให้กับผู้บริโภคได้ง่ายขึ้นด้วย "เครื่องหมายการค้า" ดังนั้น หากเจ้าของสินค้าไม่คุ้มครองเครื่องหมายการค้าแล้ว วันดีคืนดีเจ้าของแบรนด์ตัวจริงก็อาจกลายเป็นผู้ละเมิดเครื่องหมายการค้าของตนเองในจีนไปซะงั้น

ดินแดนมังกรจีนเป็นตลาดเป้าหมายสำคัญที่ธุรกิจจากทั่วโลกต้องการเข้าไปชิงส่วน "แบ่งเค้ก" ในตลาดขนาดใหญ่ที่มีกำลังซื้อสูงด้วยจำนวนประชากรเกือบ 1/4 ของโลก และกว่า 989 ล้านคนเข้าถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ต (1/5 ของโลก) แต่ปัญหาใหญ่ที่มักจะทำให้ธุรกิจต่างชาติ (ไทย) ตกม้าตายและไปไม่ถึงฝันในการทำธุรกิจในตลาดจีนก็คือ Trademark Hijacking หรือที่ภาษาชาวบ้านเรียกว่า "โจรปล้นแบรนด์" ด้วยวิธีการชิงจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตัดหน้าเจ้าของที่แท้จริง

ปัจจุบัน Trademark Hijacking เป็นฝันร้ายของผู้ประกอบการต่างชาติ (ไทย) ในประเทศจีน ประเทศที่มีการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ามากที่สุดในโลก และพบปัญหา Trademark Hijacking มากที่สุดในโลกเช่นกัน โดยกรณีศึกษาที่ Apple Inc. ต้องแพ้คดีเครื่องหมายการค้า iPhone ในจีนให้กับบริษัทผู้ผลิตเครื่องหนังจีนเมื่อหลายปีก่อน เป็นอุทาหรณ์ที่ทำให้การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในจีนเป็นหนึ่งในความท้าทายที่เจ้าของสินค้า (ไทย) จำเป็นต้องดำเนินการก่อนไปบุกตลาดจีน

"โจรปล้นแบรนด์" เกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ โดยเฉพาะกรณีที่ดีลเลอร์ในประเทศจีน (ตั้งใจ) นำเครื่องหมายการค้าของบริษัทไทยไปจดทะเบียนไว้เป็นของตัวเอง กีดกันไม่ให้บริษัทไทยแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายรายอื่น หรือที่แย่กว่านั้นคือ การไปว่าจ้างให้บุคคลอื่นให้ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย โดยใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน

หรือในกรณีที่ชาวจีน "หัวใส" ที่ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องใด ๆ เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเลย แต่ทำตัวเป็นแมวมองสินค้าและบริการต่างชาติที่มีศักยภาพในตลาดจีน แล้วชิงลงมือจดทะเบียนเครื่องหมายการค้านั้นก่อนที่เจ้าของแบรนด์จะไปจดทะเบียนในจีน เพื่อขายคืนให้กับเจ้าของตัวจริงในราคาที่สูงลิบลิ่ว ซึ่งหากเจ้าของไม่ซื้อเครื่องหมายการค้าคืน สินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้านั้นอาจ "หมดอนาคต" สำหรับการทำตลาดในแดนมังกร

นี่ไม่ใช่เรื่องเล็ก ที่ผ่านมาเจ้าของสินค้าไทยเจ้าดังหลายรายที่ไม่ทันระวังและต้องประสบกับปัญหานี้มาแล้ว และเป็นอุทาหรณ์สำหรับธุรกิจ SMEs โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจอาหารแปรรูป ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม เครื่องปรุงรส เครื่องสำอาง และเฟอร์นิเจอร์

ปัญหาดังกล่าวสร้างความเสียหายทางธุรกิจ บางรายสูญเงินจำนวนมากเพื่อซื้อคืนเครื่องหมายการค้า ทั้งที่เป็นของตนเองแท้ ๆ และที่แย่กว่านั้นบางรายถึงขั้นต้องสูญเสียเครื่องหมายการค้าที่สร้างขึ้นมาด้วยน้ำพักน้ำแรงของตนเองไป และต้องรีแบรนด์หรือปั้นแบรนด์สินค้าใหม่ก็มี

การขาดความรู้และมองข้ามเรื่องของความสำคัญเกี่ยวกับการคุ้มครองเครื่องหมายทางการค้าของตนเอง ความโชคร้ายที่โดนตัวแทนจำหน่ายหรือโรงงานจ้างผลิต (OEM) หักหลัง หรือดันไปเจอแมวมองผลิตภัณฑ์จากการนำสินค้าไปออกบูธแสดงสินค้าโดยที่ไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมาย

การค้าไว้ในประเทศจีนก่อน เป็นช่องโหว่ที่เหล่า "โจรปล้นแบรนด์" จะฉกฉวยโลโก้เท่ ๆ หรือสโลแกนเก๋ ๆ ไปใช้เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ได้ง่าย

หากคุณสงสัยว่า **เครื่องหมายการค้าของคุณเจอ Trademark Hijacking ในจีนหรือไม่** เบื้องต้นสามารถที่จะสืบค้นได้ที่เว็บไซต์ของ Trademark office of China National Intellectual Property Administration (ลิงก์ย่อ https://bit.ly/3yVSXwE) ลิงก์ดังกล่าวผู้ประกอบการไทยสามารถสืบค้นเครื่องหมายการค้าที่ต้องการยื่นจดทะเบียน ก่อนการยื่นคำร้องเช่นกัน

BIC ได้มีโอกาสพูดคุยกับคุณเทพรัตน์ ตันติกัลยาภรณ์ บริษัทที่ปรึกษา Red Silk Consulting (Shanghai) ทำให้ได้รับข้อมูลและประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศจีนมาแบ่งปันให้กับผู้อ่าน

**สำหรับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ "เครื่องหมายการค้า" ในประเทศจีน** มีการจำแนกประเภทของเครื่องหมายการค้าและบริการเป็น 45 จำพวก (สอดคล้องกับมาตรฐานสากลขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก หรือ WIPO) แบ่งเป็นเครื่องหมายการค้า 34 จำพวก (สำหรับสินค้าทั่วไป) และเครื่องหมายบริการ 11 จำพวก (เช่น โรงแรม โรงพยาบาล)

คุณเทพรัตน์ ตันติกัลยาภรณ์
บริษัท Red Silk Consulting (Shanghai)

เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในจีนนั้นจะมีอายุความคุ้มครอง 10 ปี และสามารถที่จะขอยื่นต่ออายุได้อีกคราวละ 10 ปี แต่ทางการจีนสามารถเพิกถอนสิทธิในเครื่องหมายการค้าได้ หากพบว่าไม่มีการใช้งานเกิน 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ได้ทำการจดทะเบียน หรือกรณีที่เครื่องหมายการค้ามีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายจีน ปัจจุบันวงการการค้าของโลกต่างให้ความสำคัญกับเรื่องการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า โดยได้มีการบรรลุข้อตกลงในการจัดตั้งระบบการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศภายใต้พิธีสารกรุงมาดริด (Madrid Protocol) ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการในประเทศที่เป็นภาคีสมาชิกสามารถยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและเลือกขอรับความคุ้มครองระหว่างกันได้ที่ประเทศต้นทาง โดยประเทศจีนได้เข้าเป็นภาคีพิธีสารแล้วเมื่อปี พ.ศ. 2538 เช่นเดียวกับประเทศไทยที่ได้เข้าเป็นสมาชิกอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2560

ทั้งนี้ รัฐบาลจีนได้สร้างความตระหนักให้ภาคธุรกิจยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่เพียงเพื่อความคุ้มครองทางกฎหมายเท่านั้นแต่เป็นการสร้างแต้มต่อทางธุรกิจให้เหนือคู่แข่งขันอีกด้วย **แพลตฟอร์ม e-commerce รายใหญ่ในจีนเองก็ให้ความสำคัญกับเรื่องเครื่องหมายการค้าเป็นอย่างมากเช่นกัน** อย่างเช่นการจะเปิดร้านค้าออนไลน์บน Tmall.com หรือ JD.com ก็จำเป็นต้องมี "หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า" เป็นเอกสารประกอบที่ขาดมิได้ด้วย

**การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในจีนนั้นไม่ได้ยุ่งยากอย่างที่คิด** แม้ว่าประเทศจีนยังไม่เปิดให้บุคคลต่างชาติหรือบริษัทต่างชาติที่ยังไม่มีสำนักงานในประเทศจีนยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้ด้วยตนเอง แต่สามารถยื่นผ่านบริษัทตัวแทนหรือ **"เอเจนซี่"** ที่มีอยู่มากมายได้

แน่นอนว่า... แต่ละเอเจนซี่ก็มีความแตกต่างกัน ท่ามกลางสถานการณ์การแข่งขันที่ดุเดือดของเหล่าเอเจนซี่

สิ่งที่ต้องระวัง คือ “หลุมพรางราคา” ดังสโลแกนที่ว่า ของถูกไม่ดี ของฟรีไม่มีในโลก นอกจากนี้ ยังต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วนถึงความเป็นมืออาชีพของเอเจนซี่ และความคาดหวังต่อบริการที่จะได้รับด้วย “แพ็กเกจที่ใช่ บริการที่ชอบ” (ก็ซื้อแพ็กเกจบริการจะช่วยคุมค่าใช้จ่ายไม่ให้บานปลายในกรณีที่ต้องอุทธรณ์คำคัดค้าน และต้องระวังพวกที่ “พอเจอปัญหาแล้วหนีหาย พอไลน์ไปไม่ตอบ”)

ความละเอียดอ่อนของการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ท่านทราบหรือไม่ว่า... เครื่องหมายการค้าที่จำแนกเป็น 45 จำพวกดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้น แต่ละจำพวกก็ยังมีรายการสินค้าแยกย่อยนับพันรายการ **แบรนด์ต่าง ๆ จะต้องระบุรายการสินค้าและบริการของตนเองให้ชัดเจนว่า เครื่องหมายการค้าดังกล่าวขายสินค้าและบริการอะไร จัดอยู่ในจำพวกไหน**

**“เลือกผิด ชีวิตเปลี่ยน”** การเลือกรายการสินค้าไม่ได้ส่งผลแค่ในเรื่องของค่าธรรมเนียมและการพิจารณารับจดทะเบียนของนายทะเบียนเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อ “ความคุ้มครองในเครื่องหมายการค้า” ด้วย เพราะหากระบุรายการสินค้าและบริการไม่ชัดเจน ไม่ครอบคลุม หรือผิดประเภท ก็อาจจะถูกปฏิเสธ ต้องเสียเวลาในการแก้ไขรายการสินค้าใหม่ และกรณีที่เลวร้ายกว่านั้น หากรายการสินค้าและบริการดังกล่าวมีบุคคลอื่นนำไปจดทะเบียนไปแล้ว คุณก็อาจจะต้องเสียโอกาสทางการค้าไปเลย

โดยเฉพาะสินค้าที่จำหน่ายเป็นชุด และมีโลโก้ของตัวเองบนผลิตภัณฑ์ทุกชิ้น ยกตัวอย่างเช่น เจ้าของแบรนด์เครื่องสำอางแป้งปัดแก้ม (blush on) นอกจากจะจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับแป้งปัดแก้ม (จำพวกที่ 3) ก็อาจจะพิจารณาจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของแปรงปัดแก้ม (จำพวกที่ 21) ด้วย

โดยทั่วไป เหล่าเจ้าของสินค้าที่เป็น global brand หลายรายมีความระมัดระวังเรื่องลิขสิทธิ์ในจีนมาก ยกตัวอย่างเช่น แบรนด์กาแฟดัง Starbucks ถึงกับจดเครื่องหมายการค้าครบทุกจำพวก เพื่อให้มั่นใจได้ว่าจะไม่มียาสีฟันยี่ห้อ Starbucks โผล่ออกมาในตลาดจีนแน่ ๆ

ดังนั้น การเลือกใช้ “เอเจนซี่” ที่มีความเป็นมืออาชีพจึงเป็นเรื่องสำคัญ ผู้ใช้บริการควรพูดคุยขอคำปรึกษา/ข้อแนะนำให้มาก โดยเฉพาะในรายที่ไม่มีความรู้เรื่องเครื่องหมายการค้ามากนัก ควรหาข้อสรุปเกี่ยวกับรายการสินค้าและบริการที่ต้องการจดทะเบียนให้ชัดเจน และระวังเอเจนซี่บางรายที่มักถือวิสาสะเลือกรายการสินค้าและบริการให้ลูกค้าเอง

การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า นอกจากจะจดทะเบียนกับสินค้าและบริการที่ขายในปัจจุบันแล้ว ยังสามารถ “กินน้ำเผื่อแล้ง” ด้วยการ**จดรายการสินค้าและบริการที่จะมีในอนาคต** ได้เช่นกัน เพื่อเป็นการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียน และป้องกันมิให้ผู้ใดไปจดทะเบียนตัดหน้าไปก่อน

การจัดเตรียมเอกสารประกอบคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในจีน เอกสารทุกชนิดต้องมีคำแปลภาษาจีน แต่ “ไม่ต้องรับรองนิติกรณ์เอกสาร” โดยทั่วไปเอเจนซี่มีแบบฟอร์มอยู่แล้ว เพียง Copy & Paste ทั้งนี้ แนะนำให้**จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในนามนิติบุคคล (บริษัท) ดีกว่าในนามบุคคลธรรมดา** โดยใช้เป็นชื่อ “นิติบุคคล” มิใช่ชื่อกรรมการของนิติบุคคล เพราะการจดทะเบียนในนามบุคคลธรรมดาที่ต้องใช้สำเนาหนังสือเดินทางเป็นเอกสารสำคัญ เมื่อหนังสือเดินทางหมดอายุหรือสูญหาย เจ้าของเครื่องหมายการค้าจะต้องแจ้งขอเปลี่ยนแปลง (อัปเดต) ข้อมูลการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าให้เป็นปัจจุบัน ซึ่งต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

**การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในจีนใช้เวลาสั้นลงจากเดิม แต่ผลของการอนุมัติกลับยากขึ้นกว่าเดิม** เพราะเงื่อนไขสำคัญของการยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าก็คือ เครื่องหมายการค้าต้องไม่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนในจีนเอาไว้แล้ว หลังจากที่ได้ทำการยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเข้าไปในระบบแล้ว กระบวนการชั้นต้น เจ้าหน้าที่จะดำเนินการตรวจสอบและพิจารณาสั่งการคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

กรณีที่เอกสารและคุณสมบัติครบถ้วน นายทะเบียนก็จะมีคำสั่ง

รับจดทะเบียนที่เรียกว่า "ใบรับเรื่องการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า" ให้กับผู้ยื่นคำร้อง และลงประกาศโฆษณาลงบนเว็บไซต์ของ Trademark office of China National Intellectual Property Administration โดยทั่วไปจะใช้เวลาประมาณ 4 เดือน หลังจากนี้ก็ต้องมาลุ้นกันว่าจะมีใครส่งเรื่องคัดค้านหรือไม่ โดยทั่วไปใช้เวลาประมาณ 3 เดือน

ในกรณีที่มีผู้คัดค้าน ผู้ยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายจะต้องส่งเรื่องอุทธรณ์ภายในกำหนดเวลา 10 วัน นับตั้งแต่วันที่ในใบแจ้งคำคัดค้าน โดยสามารถที่จะยื่นอุทธรณ์ได้ 2 ครั้ง จึงขอย้ำว่าการเลือกใช้ "เอเจนซี่" เป็นเรื่องที่สำคัญ ในกระบวนการยื่นอุทธรณ์ การโต้แย้งคำคัดค้าน ต้องจัดเตรียมเอกสารที่มีน้ำหนักสนับสนุนและชี้แจงรายละเอียดด้วยเหตุผลที่ชัดเจนรัดกุม ดังนั้น ความ **"สำเร็จ vs ล้มเหลว"** ของการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในจีน วิทยายุทธของ "เอเจนซี่" จึงถือเป็นหนึ่งในตัวแปรที่สำคัญ

หลังจากประกาศโฆษณา 3 เดือน หากไม่ปรากฏผู้ยื่นคำคัดค้าน หรือกรณีที่โต้แย้งสำเร็จและไม่พบผู้คัดค้าน สำนักงานเครื่องหมายการค้าจะรับจดทะเบียน ออกเลขทะเบียน และส่ง "หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า" ไปยังผู้จดทะเบียน ถือเป็นกระบวนการสุดท้ายที่แสดงว่าเครื่องหมายการค้านั้นได้รับความคุ้มครองทางกฎหมายแล้ว

อย่าหลงกล "เอเจนซี่" บางรายเพราะมักหลอกผู้ที่มาใช้บริการให้หลงเชื่อว่าการได้รับ "ใบรับเรื่องการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า" ถือว่าเครื่องหมายการค้านั้นได้รับความคุ้มครองทางกฎหมายในจีนแล้ว ความเป็นจริงยังมีเรื่องของกระบวนการประกาศโฆษณา คัดค้านและโต้แย้งรออยู่

**จงจำไว้ว่าหากยังไม่ได้รับ "หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า" นั่นหมายความว่าเครื่องหมายการค้าของคุณยังไม่ได้รับความคุ้มครองทางกฎหมายอย่างสมบูรณ์**

หลายท่านอาจมีคำถามว่า ในเมื่อประเทศไทยและประเทศจีนต่างได้เข้าเป็นภาคีพิธีสารกรุงมาดริด (Madrid Protocol) แล้ว ก็สามารถยื่นคำขอจดคุ้มครองเครื่องหมายการค้าได้ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา และเลือกขอรับความคุ้มครองในประเทศจีนได้เหมือนกันไม่จำเป็นต้องหา "เอเจนซี่" ช่วยจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศจีนมิใช่หรือ?

หากเปรียบเทียบกับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าโดยตรงในจีน ระบบการยื่นคำขอภายใต้พิธีสารกรุงมาดริดมีค่าธรรมเนียมการยื่นคำขอที่สูงกว่า (คิดเป็นเงินสกุล "ฟรังก์สวิส" สำหรับการขอรับความคุ้มครองไม่ว่าประเทศใดก็ตาม) และใช้เวลานานกว่า จากกรณีของบริษัท Apple Inc. ที่กล่าวมาข้างต้น และความเห็นของบริษัทกฎหมายหลายแห่งที่เชี่ยวชาญในตลาดจีน ก็ยังเห็นว่าการไปยื่นจดเครื่องหมายการค้าโดยตรงในจีน โดยยื่นผ่านบริษัทตัวแทนที่มีความเชี่ยวชาญและเชื่อถือได้ น่าจะเป็นคำตอบหลักสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการบุกตลาดจีนอย่างจริงจัง

แม้กฎหมายจะเปิดโอกาสให้เจ้าของเครื่องหมายการค้าสามารถคัดค้านหรือเพิกถอนเพื่อพิสูจน์ความเป็นเจ้าของที่แท้จริงได้ แต่ต้องแลกด้วยระยะเวลาการพิสูจน์ และค่าใช้จ่ายที่สูง ดังนั้น การวางแผนเพื่อคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในจีนจึงเป็นเรื่องสำคัญลำดับแรกที่ผู้ประกอบการไทยต้องตระหนัก โดยการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าและบริการในจีนตั้งแต่เนิ่น ๆ เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

# รู้หรือไม่... Fulfillment ตัวช่วยธุรกิจไทยนำสินค้าบุกตลาดจีน

รู้จักกับ "ตัวช่วยธุรกิจไทยนำสินค้าบุกตลาดจีน" ที่เรียกว่า Fulfillment หรือบริการคลังสินค้าพร้อมจัดส่ง เพื่อให้นักขายออนไลน์รู้จักใช้ประโยชน์จากธุรกิจ Fulfillment เพื่อเจาะตลาดจีน

ณ วันนี้ คงปฏิเสธไม่ได้ว่า “จีน” เป็นประเทศต้นแบบ e-commerce ของโลก ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ e-commerce ในจีนมีความล้ำสมัยและได้รับความนิยมแพร่หลายในวงกว้าง จนทำให้จีนก้าวขึ้นเป็นตลาด e-commerce ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก

ด้วยพลเมืองเน็ต (Netizen) ที่มีมหาศาลกว่า 989 ล้านคน เป็นรากฐานสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนการขยายตัวและสร้างโอกาสทำเงินให้กับธุรกิจ e-commerce จีน และพัฒนาไปสู่ Cross border e-commerce ที่พลิกคอนเซปต์ e-commerce จากการซื้อมาขายไปในประเทศไปสู่การซื้อขายสินค้าต่างประเทศออนไลน์

**“ท่านลองคิดดูเล่น ๆ ว่า หากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวจีนสั่งสินค้าของคุณผ่านระบบออนไลน์เพียงแค่คนละชิ้น คุณจะสร้างยอดขายได้มากแค่ไหน”** คงพอสร้างแรงบันดาลใจให้กับเจ้าของสินค้าไทยที่กำลังมองหาตลาดใหม่หรือต้องการเพิ่มยอดขายได้ไม่มากก็น้อย โดยเฉพาะธุรกิจสตาร์ทอัพหรือ SMEs ที่กำลังมองหาลู่ทางในการขยายตลาดสินค้าไทยในจีน

บทความฉบับนี้ BIC ขอนำท่านผู้อ่านไปรู้จักกับ “ตัวช่วยธุรกิจไทยในการนำสินค้าบุกตลาดจีน” ที่เรียกว่า Fulfillment หรือบริการคลังสินค้าพร้อมจัดส่ง ผ่านประสบการณ์ตรงด้านการบริหารคลังสินค้าของบริษัท เรดซิลค์ เอเชีย จำกัด ผู้ให้บริการคลังสินค้าพร้อมส่งสำหรับสินค้าไทยเพื่อเจาะตลาดจีน และหวังว่ามุมมองดี ๆ ในบทความฉบับนี้จะช่วยให้นักขายออนไลน์เห็นโอกาสในการเจาะตลาดจีน และเป็นประสบการณ์เบื้องต้นสำหรับเจ้าของธุรกิจ Fulfillment ในไทยที่กำลังเล็งขยายธุรกิจไปจีน

Fulfillment คืออะไร หากจะพูดให้เข้าใจง่าย ๆ คำว่า **Fulfillment หรือบริการคลังสินค้าพร้อมจัดส่ง เป็นบริการหลังบ้านแบบครบวงจรที่ช่วยอำนวยความสะดวกสำหรับธุรกิจการค้าออนไลน์หรือ e-commerce** เป็นโซลูชันสำหรับผู้ขายที่ไม่สะดวกสต็อกสินค้าหรือไม่มีเวลาพอสำหรับการแพ็คของ และไม่อยากยุ่งยากกับการจัดส่งสินค้าด้วยตัวเอง โดยเฉพาะในช่วงที่มียอดขายเพิ่มมากขึ้น

การที่ธุรกิจออนไลน์เติบโตหรือการที่ผู้ค้าได้ขยายช่องทางการขายบนแพลตฟอร์มที่หลากหลายและมียอดขายของเพิ่มขึ้น นั่นหมายความว่าผู้ค้าจำเป็นต้องสต็อกสินค้าไว้มากขึ้นและต้องแพ็คสินค้าเพื่อจัดส่งมากขึ้น ซึ่งฟังดูเป็นเรื่องที่น่ายินดีในการทำธุรกิจ แต่ท่านลืมคิดไปหรือไม่ว่ากระบวนการหลังบ้านก็ต้องยุ่งยากและซับซ้อนมากขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะการทำ Cross border e-commerce ที่ผู้ค้าจำเป็นต้องมีระบบการเก็บสินค้าในคลังสินค้า การจัดเตรียมสินค้าจากคลังสินค้าตามแต่ละคำสั่งซื้อที่มาจากหลากหลายช่องทาง และการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าปลายทางที่เพิ่มมากขึ้น

**รูปแบบการให้บริการที่เรียกว่า Fulfillment ในจีนเป็นแบบไหน**

คอนเซปต์การให้บริการ Fulfillment ครอบคลุมบริการรับสินค้าเข้าและเก็บสินค้าให้กับเจ้าของธุรกิจ (Storage and Warehouse) บริการจัดการคำสั่งซื้อ (Order Management) บริการบรรจุหีบห่อและจ่าหน้าผู้สั่งซื้อ (Pick & Pack) ไปจนถึงบริการจัดส่งสินค้า (Delivery) เรียกได้ว่าบริการแบบครบวงจร

นอกจากนี้ Fulfillment รองรับการให้บริการสำหรับคำสั่งซื้อ B2C และ B2B ทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ (ในลักษณะการส่งสินค้าเติมสินค้าให้กับซัพพลายเชนค้าปลีกออฟไลน์) แถมยังมีความยืดหยุ่นแบบร้านสะดวกซื้อ กล่าวคือ สินค้าสามารถเข้า-ออกได้ไม่จำกัดเวลาช่วยตอบโจทย์สินค้าที่ใช้ Air freight บินลงเวลากลางคืนได้ โดยเฉพาะสินค้าสดและสินค้าแช่เย็นแช่แข็ง และจัดส่งสินค้าออกจากคลังสินค้าได้ตลอดเวลาหรือทันทีที่แพ็คสินค้าเสร็จ โดยสามารถรองรับสินค้าแช่แข็งได้ที่อุณหภูมิ -20 องศาเซลเซียส

จึงกล่าวได้ว่า บริการ Fulfillment เป็นตัวช่วยสำหรับนักขายออนไลน์ในการทำ Cross border e-commerce ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในตลาดจีนที่มีจำนวนของผู้ซื้อสินค้าในโลกออนไลน์เป็นจำนวนมหาศาล และดูเหมือนว่าการเลือกใช้บริการ Fulfillment จะได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่ผู้ให้บริการ Fulfillment สำหรับสินค้าไทยที่ตั้งอยู่ในจีนยังมีตัวเลือกไม่มากนัก ดังนั้น เรามาร่วมค้นหาว่า... **ทำไม Fulfillment จึงเป็นอีกหนึ่งคำตอบของนักขายสินค้าออนไลน์ไปจีน (Cross border e-commerce)**

ข้อได้เปรียบที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดของการเลือกใช้บริการ Fulfillment เป็นเรื่องของ “เวลา” นักขายออนไลน์จึงจำเป็นต้องสต็อกสินค้าไว้ในจีน เพราะในแง่จิตวิทยา เวลาที่ใช้ส่งสินค้าจนถึงมือผู้ซื้อเป็นปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้ออยากได้สินค้าที่รวดเร็ว ดังนั้น การที่สินค้าอยู่ในคลังสินค้า Fulfillment สามารถหยิบแพ็คและส่งได้ภายใน 24 ชั่วโมง เข้าใจง่าย ๆ คือ **สินค้าอยู่ใกล้มือผู้ซื้อ พร้อมส่งได้ตลอดเวลา ทำให้สินค้าของไทยมีโอกาสสร้างยอดขายในจีนได้มากขึ้น** เมื่อเทียบกับสินค้าที่ยังอยู่ภายในประเทศไทย กว่าจะผ่านกระบวนการส่งออกจากไทยและกระบวนการนำเข้าในจีน ซึ่งต้องใช้เวลานานกว่ามาก

การเลือกใช้ Fulfillment ช่วย**ลดภาระการดำเนินงาน** เป็นการแบ่งงานในส่วนการขนส่งและการจัดการคลังสินค้าไปให้ผู้ให้บริการที่เชี่ยวชาญทำ เจ้าของสินค้าสามารถเอาเวลาไปทุ่มกับการศึกษาและทำตลาดในจีน ช่วยให้การทำธุรกิจออนไลน์มีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วย**ลดต้นทุนทางธุรกิจ**ไม่ต้องจัดตั้งบริษัท จึงไม่มีภาระค่าใช้จ่ายไม่ว่าจะเป็นค่าจ้างแรงงาน ค่าเช่าสถานที่ ค่าบริการซอฟต์แวร์ และ Hidden Cost อื่น ๆ ยิ่งในบริบทที่ “จีนในวันนี้ สิ้นยุคของถูก ค่าแรงถูก” ไปแล้ว ต้นทุนธุรกิจเป็นความท้าทายของนักขายที่กำลังสนใจตลาดจีน โดยเฉพาะอัตราของค่าจ้างที่พุ่งขึ้นอย่างรวดเร็ว ยังไม่รวมเรื่องสวัสดิการที่นายจ้างต้องจ่ายผ่านการสมทบในกองทุนประกันสังคม ภาคบังคับ ค่าที่พัก ค่าอาหารกลางวันให้พนักงานที่ใช้แรงงาน ซึ่งสูงกว่าตำแหน่งงานเดียวกันในกรุงเทพฯ อย่างชัดเจน

**สินค้าไทยประเภทใดที่ตอบโจทย์นักช้อปออนไลน์ชาวจีน** สินค้าอุปโภคบริโภคที่ตอบสนองคุณภาพชีวิตยุคใหม่ต้องมีจุดขายโดดเด่นน่าสนใจ มีคุณภาพและความหลากหลาย มีภาพลักษณ์ของสินค้าที่ดี สินค้าที่เกาะกระแสนิยม อาทิ สินค้าเพื่อสุขภาพ อาหารแปรรูป อาหารพร้อมรับประทาน ขนมขบเคี้ยว ผลไม้สด เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวธรรมชาติ และสินค้าตกแต่งบ้านที่มีเอกลักษณ์การออกแบบเฉพาะตัว

หากเจ้าของสินค้าไทยคิดอยากทำตลาดออนไลน์ในจีนเอง จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ระบบจัดการการนำเข้า ระบบของคลังสินค้าพร้อมส่งอัตโนมัติ และการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งการใช้ประโยชน์จากคลังสินค้า Fulfillment พร้อมส่งในจีนเป็นตัวช่วยสำคัญที่ภาคธุรกิจไทยไม่ควรมองข้าม และเป็นการปูทางให้มีโอกาสขายตรงสู่ผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ของจีนได้มากยิ่งขึ้นด้วย

มองในมุมกลับ ปฏิเสธไม่ได้ว่าโมเดล Fulfillment เป็นกุญแจความสำเร็จของสินค้าอุปโภคบริโภคจากจีนที่ทำตลาดออนไลน์ในไทยและเริ่มเข้ามามีบทบาทอย่างมากในวงการการค้าออนไลน์ตั้งแต่ก่อนช่วงโควิด-19 โดยนักธุรกิจจีนได้เริ่มเปิดคลังสินค้า Fulfillment พร้อมส่งในไทยเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้บริการนักขายจีนที่เล็งทำตลาดในไทย ช่วยให้สินค้าจีนพร้อมส่งทั่วไทยและลดเรื่องค่าขนส่งให้น้อยลง ดังนั้น สินค้าไทยเองก็สามารถใช้กลยุทธ์เดียวกันเพื่อสร้างโอกาสในตลาดจีนได้เช่นกัน

หากคุณเป็นคนหนึ่งที่กำลังทำธุรกิจการค้าออนไลน์และกำลังสนใจตลาดจีน ลองหันมามอง “คลังสินค้า Fulfillment” แล้วดูว่าคุณจะใช้บริการนี้อย่างไรให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่ากับธุรกิจคุณมากที่สุด

# สินค้าไทยที่จะบุกตลาดจีน เลือกบริการ Fulfillment และคลังสินค้าอย่างไร

ศึกษาข้อมูลการเลือกใช้บริการ Fulfillment สำหรับสินค้าไทยในจีน เพื่อให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ หรือ SMEs ไทยบุกตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หลังจากที่BICได้นำท่านผู้อ่านไปรู้จัก Fulfillment หรือบริการคลังสินค้าพร้อมจัดส่งสำหรับสินค้าไทยในจีน ซึ่งเป็นเครื่องมือที่จะเข้ามาช่วยแบ่งเบาภาระให้ธุรกิจสตาร์ทอัพหรือ SMEs ไทยบุกตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพกันมาแล้ว ในบทความฉบับนี้ BIC จะนำท่านผู้อ่านไปค้นหาข้อมูลการเลือกใช้บริการ Fulfillment สำหรับสินค้าไทยในจีน ผ่านประสบการณ์ตรงด้านบริหารคลังสินค้าของบริษัทที่ปรึกษา Red Silk Consulting (Shanghai) ซึ่งให้บริการ Fulfillment สำหรับสินค้าไทยเพื่อเจาะตลาดจีน

ด้วยความกว้างใหญ่พิศาลของประเทศจีน การเลือกสถานที่ตั้งของคลังสินค้า Fulfillment ที่ไม่ไกลจากพื้นที่ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเรื่องที่ไม่ควรมองข้าม ยิ่งมีเครือข่ายโกดังสินค้ากระจายอยู่ในหลายพื้นที่ ก็จะยิ่งสะดวกเมื่อต้องการเคลื่อนย้ายสินค้าไปไว้ในเครือข่ายโกดังสินค้าที่อยู่ใกล้พื้นที่ที่สินค้ามียอดขายดีกว่า คลังสินค้าที่อยู่ในหัวเมืองหลักอย่างกรุงปักกิ่ง นครเซี่ยงไฮ้ นครกว่างโจว และเมืองเซินเจิ้น แม้จะใกล้ผู้ซื้อที่มีกำลังซื้อสูง แต่ก็มีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าคลังสินค้าในพื้นที่หัวเมืองรอง

เจ้าของสินค้าไทยควรเลือกผู้ให้บริการ Fulfillment ที่มีรูปแบบการเก็บสินค้าที่หลากหลาย รองรับสินค้าหลายประเภทหลายขนาด และมีทางเลือกสำหรับการเก็บสินค้าที่ต้องอยู่ในอุณหภูมิควบคุม ทั้งสินค้าแช่เย็นและแช่แข็ง และมีให้เลือกทั้งคลังสินค้าทั่วไป (เหมาะสำหรับการขายแบบ B2B และ B2C กล่าวคือ เจ้าของสินค้าที่มีตัวแทนจำหน่ายหรือยี่ปั๊วอยู่ในจีนแล้ว) และคลังสินค้าทัณฑ์บน (เหมาะสำหรับการขายแบบ B2C หรือขายปลีกเป็นชิ้น ๆ ผ่าน e-commerce)

นอกจากนี้ บริการ Fulfillment ต้องมีระบบบริหารจัดการที่รวดเร็วและทันสมัยตลอดกระบวนการ ทั้งระบบการบริหารจัดการภายในคลังสินค้า โดย Fulfillment ที่มีประสิทธิภาพจะให้บริการเหมือนร้านสะดวกซื้อ "หิวเมื่อไหร่ก็แวะมา...." มีการบริหารจัดการและซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพ และระบบบริการจัดการภายนอกที่รวดเร็ว โดยเฉพาะการจัดการสินค้าหลังจากได้รับคำสั่งซื้อแล้ว ควรเลือกผู้ให้บริการที่ใช้เวลาในการจัดการกับคำสั่งซื้อได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้สามารถแจ้งเลขพัสดุสินค้า (tracking number) ได้ภายในครึ่งชั่วโมงหลังได้รับคำสั่งซื้อ โดยทั่วไป คำสั่งซื้อที่เข้ามาก่อนเวลา 17.00 น. ควรต้องจัดส่งพัสดุสินค้าให้ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ หรือที่ภาษาจีนเรียกว่า "ไคว่ตี้" ภายในวันเดียวกัน

ดังนั้น ผู้ให้บริการ Fulfillment ควรมีความสามารถในการรับมือต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหลังเกิดคำสั่งซื้อสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การเปลี่ยนแปลงที่อยู่ในการจัดส่ง การเปลี่ยนแปลงจำนวนของสินค้า การยกเลิกสินค้าหลังจากสถานะสินค้าแพ็คพร้อมส่งแล้ว และควรมีพันธมิตรไคว่ตี้ที่หลากหลาย ซึ่งจะช่วยสร้างความได้เปรียบทั้งด้านราคาค่าจัดส่ง พื้นที่การจัดส่งที่ครอบคลุม การให้บริการการดูแลสินค้าที่ดี รวมถึงการรับประกันความเสียหายของสินค้า

ยิ่งช่วงที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในเทศกาลต่าง ๆ ระบบบริหารจัดการของผู้ให้บริการ Fulfillment ที่คอยสนับสนุนอยู่หลังบ้านนั้นจะต้องพร้อมรองรับคำสั่งซื้อจำนวนมากที่จะทะลักเข้ามาตลอด 24 ชั่วโมง โดยเฉพาะคำสั่งซื้อที่มาจากการไลฟ์สด (Live-streaming) ของ KOL ที่มักเกิดขึ้นในเวลากลางคืน สินค้าต้องพร้อมส่งออกช่วงเช้าวันรุ่งขึ้น เพราะหากลูกค้ารอนาน ลูกค้าอาจยกเลิกคำสั่งซื้อ แม้ว่าสินค้าจะได้รับการแพ็คพร้อมส่งแล้วก็ตาม

"บริการเสริม เพิ่มความต่าง" เป็นความพิเศษของธุรกิจ Fulfillment สำหรับสินค้าไทยในจีนของบริษัท เรดซิลค์ เอเชีย จำกัด ที่ได้พัฒนาบริการเสริม (Value-added service) ให้เจ้าของสินค้าไทยได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น ด้วยการเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าตั้งแต่บริการพิธีการศุลกากรส่งออกจากฝั่งไทย เหมาะกับเจ้าของสินค้าไทยที่ไม่พร้อมกับการเตรียมเอกสารหรือยังไม่มีประสบการณ์ในด้านการดำเนินพิธีการส่งออกจากไทยมาก่อน

นอกจากนี้ ยังมีบริการขออนุญาตนำเข้าสินค้าที่จีน บริการจดแจ้งขอใบอนุญาตและฉลากสินค้า บริการตรวจสอบขึ้นทะเบียนก่อนการนำเข้าสินค้า บริการดำเนินพิธีการศุลกากรขาเข้าฝั่งจีน และบริการออกใบกำกับภาษี ซึ่งช่วยตอบโจทย์เจ้าของสินค้าที่ใช้คลังสินค้าทั่วไป และคลังสินค้าทัณฑ์บนในเขตทดลองการค้าเสรีที่สำคัญผู้ให้บริการ Fulfillment จีนน้อยรายที่จะมีบริการเหล่านี้

ประเทศจีนมีกฎระเบียบที่เข้มงวดเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้า กรณีที่เจ้าของสินค้าไทยใช้คลังสินค้าทั่วไปในจีน หากเป็นสินค้าที่ใช้กับร่างกาย ก่อนที่จะนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในจีน จะต้องจดแจ้งขออนุญาตนำเข้าตามข้อกำหนดมาตรฐานแห่งชาติจีนหรือ GB Standard ในแต่ละประเภทของสินค้าก่อน อีกทั้งผู้นำเข้าฝั่งจีนต้องเป็นบริษัทนิติบุคคลของจีนที่มีใบอนุญาตนำเข้าสินค้าประเภทนั้น ๆ อยู่แล้ว

อย่างไรก็ตามสินค้าไทยเรายังมีทางเลือกอื่นอย่างการใช้คลังสินค้าใน Free Trade Zone ซึ่งไม่ติดเงื่อนไขการจดแจ้งก็ได้ ก่อนอื่นต้องทำความเข้าใจว่า คลังสินค้าใน Free Trade Zone ก็มีเงื่อนไขการซื้อขายเช่นกัน โดยสินค้าที่อยู่ใน Free Trade Zone สามารถ "ขายปลีกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์" ได้เท่านั้น จึงไม่เหมาะกับสินค้าไทยที่มีผู้นำเข้าจีนซื้อสินค้าอยู่แล้วหรือต้องการสต็อกสินค้าไว้เติมให้กับซัพพลายเชนค้าปลีกออฟไลน์

บริการติดฉลากสินค้าภาษาจีนให้กับสินค้าก่อนสินค้าจะผ่านพิธีการศุลกากรนำเข้าในประเทศจีนก็เป็นอีกหนึ่งบริการเสริมเพื่อให้การนำเข้าสินค้าเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และควรแยกบรรจุสินค้าจากกล่องลังขนาดใหญ่ไปเป็นกล่องลังขนาดเล็กลงเพื่อให้เหมาะสมกับการขนส่ง

สุดท้าย คือ บริการจัดทำรายงานสินค้าและข้อมูลการตลาดเป็นภาษาไทยที่จะช่วยให้สามารถตรวจสอบจำนวนสินค้าคงคลัง สถานะการส่งออกของแต่ละคำสั่งซื้อ รายงานสรุปค่าใช้จ่ายได้อย่างละเอียด ชัดเจน โปร่งใส และเข้าใจได้ง่าย รวมไปถึงข้อมูลการสั่งซื้อที่สามารถนำไปจัดทำรายงานวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับลักษณะของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งนับเป็นสิ่งล้ำค่าเพื่อใช้ปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดและงานขายให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

## บทสรุป

ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ตลอดจนการยกระดับการบริโภค (Consumption Upgrade) โดยเฉพาะสินค้านำเข้าที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ มีนัยสำคัญต่อประเทศจีน พลเมืองเน็ต (Netizen) ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและการเติบโตของการค้าออนไลน์ เป็นความท้าทายของธุรกิจสตาร์ทอัพหรือ SMEs ไทยที่สนใจนำสินค้าไทยไปบุกตลาดออนไลน์ที่มีศักยภาพอย่าง "ตลาดจีน"

ต้นทุนการบริหารจัดการ ต้นทุนเวลา ช่องทางการเข้าถึงและเติมเต็มตลาด และวิธีการสร้างโอกาสในการขายสินค้าให้เพิ่มสูงขึ้น เป็นโจทย์ใหญ่ที่เจ้าของสินค้าไทยต้องดีดลูกคิดและวางหมากให้รัดกุม ด้วยเหตุนี้ การเลือกใช้บริการ Fulfillment จึงเป็นทางเลือกที่สามารถตอบโจทย์ทางการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ด้วยบริการที่ครบวงจร ช่วยให้เจ้าของสินค้าไทยสามารถที่จะบุกตลาดจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ ยังเป็นโอกาสและความท้าทายสำหรับภาคธุรกิจไทยที่สนใจพัฒนาหรือขยายธุรกิจ Fulfillment เพื่อให้บริการในประเทศจีน ความนิยมสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ กระแสความนิยมสินค้าไทยในจีนที่ยังเติบโตได้ดี ตลอดจนข้อจำกัดของการทำตลาดจีนด้วยตนเอง แต่ไม่มีผู้นำเข้าเจ้าประจำในจีน และไม่มีทีมบริหารจัดการคำสั่งซื้อเพื่อการจัดส่งพัสดุสินค้า ทำให้ธุรกิจ Fulfillment สำหรับสินค้าไทยในจีนเป็นจิ๊กซอว์ชิ้นสำคัญที่ช่วยเติมเต็มช่องว่างทางการตลาดให้กับสินค้าไทยในตลาดจีน

เชื่อว่า ณ จุดนี้ เจ้าของสินค้าไทยคงได้คำตอบเบื้องต้นแล้วว่า ธุรกิจคุณจะนำสินค้าบุกตลาดจีนได้อย่างไร

# ถอดบทเรียนการพัฒนาอุตสาหกรรมเก๋ากี้ของเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย: หนึ่งในแหล่งปลูกและแปรรูปเก๋ากี้ขนาดใหญ่ที่สุดของโลก

พาไปรู้จักกับเก๋ากี้แห่งเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย แหล่งปลูกและแปรรูปเก๋ากี้ที่คุณภาพดีที่สุดของจีนและของโลก

ท่านผู้อ่านหลายคนอาจรู้จัก "เก๋ากี้" หรือโกจิเบอร์รีกันบ้างแล้ว แต่ทราบหรือไม่ว่า หนึ่งในแหล่งปลูกและแปรรูปเก๋ากี้ที่ดีและใหญ่ที่สุดของโลกอยู่ที่ไหน วันนี้ศูนย์ BIC ณ นครซีอานจะพาทุกท่านมารู้จักกับเก๋ากี้แห่งเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย แหล่งปลูกและแปรรูปเก๋ากี้ที่คุณภาพดีที่สุดของจีนและของโลก

## ทำความรู้จักกับเก๋ากี้และความเป็นมาของอุตสาหกรรมเก๋ากี้ในเขตฯ หนิงเซี่ยหุย

เก๋ากี้ ถือเป็นพืชสมุนไพรตามตำรับแพทย์แผนจีนโบราณที่มีสรรพคุณในการบำรุงร่างกาย มีฤทธิ์บำรุงสายตา ตับ ไต ลดอาการอักเสบในร่างกายและเร่งการเผาผลาญไขมัน ช่วยป้องกันความเสี่ยงของไขมันที่อุดตันทำให้ร่างกายสามารถเผาผลาญพลังงานจากน้ำตาลได้ดี ทำให้สามารถลดความเสี่ยงในการเป็นโรคเบาหวานได้

เก๋ากี้จัดอยู่ในกลุ่มพืชตระกูลมะเขือ (Solanaceae:茄科) สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วน ถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญและเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย นอกจากผลที่นิยมนำมารับประทานใบยังใช้บริโภคและรากก็สามารถใช้เป็นยาได้ โดยเฉพาะเก๋ากี้จากเมืองจงหนิง (中宁枸杞) ถือเป็นยาชั้นสูงสุด เนื่องจากมีปัจจัยคือ 1) ดินเหมาะสำหรับการเจริญเติบโต

### ประเทศและภูมิภาคหลักการส่งออกเก๋ากี้หนิงเซี่ยในปี 2563

(ข้อมูลอ้างอิงจาก www.chyxx.com)

ของเก๋ากี้และสภาพอากาศที่มีอุณหภูมิแตกต่างกันมากระหว่างกลางวันและกลางคืนและ 2) น้ำจากแม่น้ำเหลือง (黄河) มีแร่ธาตุต่าง ๆ ที่เหมาะแก่การเจริญเติบโตของเก๋ากี้ นอกจากนี้ความแตกต่างของอุณหภูมิระหว่างตอนกลางวันและกลางคืนในเขตฯ หนิงเซี่ยหุยนั้นมีขนาดใหญ่ มีส่วนในการส่งเสริมการสะสมของน้ำตาลในเก๋ากี้หนิงเซี่ย ทำให้เก๋ากี้จากจงหนิงมีลักษณะเด่นคือ มีสีสด เม็ดใหญ่ ผิวบาง เมล็ดน้อย เนื้อหนา และรสชาติหวาน

## พัฒนาของเก๋ากี้สู่พืชเศรษฐกิจของเขตฯ หนิงเซี่ยหุย

ตามข้อมูลจาก "สถานการณ์แข่งขันของอุตสาหกรรมเก๋ากี้หนิงเซี่ยและรายงานการวางแผนกลยุทธ์การลงทุนระหว่างปี ค.ศ. 2563 - 2570" พื้นที่ปลูกเก๋ากี้ของเขตฯ หนิงเซี่ยหุย ในปี 2562 มี 244,0000 ไร่ คิดเป็น 33% ของพื้นที่ปลูกทั้งหมดของจีน โดยปริมาณการผลิตผลเก๋ากี้แห้งมี 140,000 ตัน มูลค่ารวม 13,000 ล้านหยวน โดยปัจจุบันเขตฯ หนิงเซี่ยหุยมีองค์กรอุตสาหกรรมเก๋ากี้ชั้นนำกว่า 55 แห่ง มีบริษัทแปรรูปเก๋ากี้ 162 แห่งโดยมีมูลค่าการผลิตเก๋ากี้แห้งปีละ 2,400 ล้านหยวน และรายได้จากการดำเนินงาน 2,000 ล้านหยวน

ในปี 2562 มีปริมาณการส่งออกเก๋ากี้หนิงเซี่ย 3,928.5 ตัน มูลค่ารวม 332.57 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2563 มีปริมาณการส่งออกรวม 4,469 ตัน เพิ่มขึ้น 13.8% เมื่อเทียบกับปี 2562

## ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเก๋ากี้หนิงเซี่ย รว. 2559-2563

| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|---|---|---|---|
| ปริมาณ (ตัน) | 3,708.9 | 3,858.4 | 3,928.5 | 4,469.0 |
| มูลค่า (หมื่นดอลล่าร์) | 3,034.3 | 3,227.6 | 3,325.7 | 3,937.4 |

(ข้อมูลอ้างอิงจาก www.chyxx.com)

มูลค่ารวม 393.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 18.4% คิดเป็นสัดส่วน 60% ของการส่งออกทั้งหมดของจีน โดยผลเก๋ากี้แห้งถือเป็นสินค้าส่งออกหลัก

**การพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปเก๋ากี้หนิงเซี่ย**

สมัยโบราณชาวจีนนิยมรับประทานเก๋ากี้ในรูปแบบผลสด แต่เมื่อมีการเพาะปลูกเก๋ากี้ในจำนวนที่มากขึ้น และผลสดสามารถเก็บได้เพียงไม่เกิน 1 สัปดาห์ จึงทำให้การบริโภคเก๋ากี้ในประเทศจีนส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะเป็นผลอบแห้ง โดยมีกลุ่มผู้บริโภคเป็นวัยกลางคน และผู้สูงอายุ อย่างไรก็ดี เมื่อการปลูกเก๋ากี้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับราคาในรูปแบบผลสด/ผลอบแห้งราคาไม่สูง (ประมาณ 100 หยวน (หรือ 500 บาท) ต่อ 1 กิโลกรัม) กอปรกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้เขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุยพัฒนาอุตสาหกรรมการแปรรูปเก๋ากี้ให้มีมูลค่าสูงขึ้น ตอบสนองความต้องการการบริโภคที่หลากหลายในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์แปรรูปเก๋ากี้ที่กำลังเร่งการพัฒนา และมีวางขายอยู่ตามท้องตลาด เพื่อเจาะกลุ่มของผู้บริโภคในช่วงอายุที่หลากหลายขึ้น ได้แก่

1. ไวน์เก๋ากี้ยี่ห้อหนิงเซี่ยหง (Ningxiahong: 宁夏红) เป็นไวน์ผลไม้ วัตถุดิบหลักคือผลเก๋ากี้สด

2. เครื่องดื่มเก๋ากี้ฉี่ต้งลี่ (QiDongli:杞动力) เครื่องดื่มชูกำลังมีวัตถุดิบหลัก ได้แก่

ที่มาภาพ: youngliving.com

ที่มาภาพ: oscart.com

ผลเก๋ากี้ และสมุนไพรจีนอื่น ๆ เช่น ชะเอมเทศ (甘草) และซางเย่ย (桑叶)

3. น้ำผลไม้เก๋ากี้ (枸杞原浆) เป็นน้ำเก๋ากี้สดเข้มข้น (Fresh Goji Berry Puree)

4. จะเห็นได้ชัดว่าการแปรรูปเก๋ากี้ได้เพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ผลการวิจัยของสถาบันการแพทย์แผนจีนแห่งชาติ แสดงให้เห็นว่า วิธีการรับประทานผลเก๋ากี้แห้งได้แก่ "ตุ๋น แช่ และต้ม" สามารถดูดซึมสารอาหารได้สูงสุด 2.03% เท่านั้น จากการศึกษาพบว่า การรับประทานน้ำผลไม้เก๋ากี้ 30 มล. คุณค่าเทียบเท่ากับการดื่มน้ำเก๋ากี้แห้งถึง 360 กรัม

### ยุทธศาสตร์และนโยบายที่ทำให้อุตสาหกรรมเพาะปลูกเก๋ากี้ของเขตฯ หนิงเซี่ยหุยเติบโตรุดหน้า

เนื่องด้วยภูมิประเทศและภูมิอากาศของเขตฯ หนิงเซี่ยหุย เป็นพื้นที่อากาศร้อนและมีพื้นที่ส่วนมากห้อมล้อมไปด้วยทะเลทราย การเพาะปลูกเก๋ากี้จึงเป็นยุทธศาสตร์ของรัฐบาลท้องถิ่นในการป้องกันการเสื่อมสภาพของพื้นดินและช่วยป้องกันการกลายสภาพเป็นทะเลทราย (desertification) ของพื้นที่เกษตรกรรมอีกด้วย และด้วยเหตุนี้จึงทำให้รัฐบาลเขตฯ หนิงเซี่ยหุยให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับการสนับสนุนอุตสาหกรรมเก๋ากี้ในฐานะที่เป็นพืชเศรษฐกิจ และในฐานะการรักษาความมั่นคงของพื้นดินทำกินของประชาชน

ในปี 2564 รัฐบาลเขตฯ หนิงเซี่ยหุยได้จัดทำแผนพัฒนาคุณภาพสูงของอุตสาหกรรมเก๋ากี้หนิงเซี่ยระยะ 5 ปี (2021 - 2025) (宁夏现代枸杞产业高质量发展"十四五"规划 2021 - 2025 年) โดยตั้งเป้าให้ (1) ส่งเสริมการเพาะปลูกเก๋ากี้เพิ่มขึ้นกว่า 143,000 ไร่ (2) ให้มีผลผลิตเก๋ากี้ 700,000 ตัน/ปี (3) อุตสาหกรรมเก๋ากี้มีมูลค่ารวม 50,000 ล้านหยวน ซึ่งนับเป็นแผนพัฒนาฯ ที่จะปรับขนาดอุตสาหกรรมเก๋ากี้ให้เจริญเติบโตขึ้นกว่า 3 เท่า เมื่อเทียบกับปัจจุบันและสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 14 (2021-2025) ของจีน มีหนึ่งในภารกิจหลักคือการส่งเสริมการฟื้นฟูชนบท พร้อมทั้งบูรณาการนวัตกรรรมการเกษตรและความทันสมัยในท้องถิ่นควบคู่กันไป

**จากแผนพัฒนาฯ สู่ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพสูง "336" ("336" 高质量发展)**

อย่างไรก็ดี อุปสรรคที่สำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมเก๋ากี้ ได้แก่ ปัญหาเรื่องของศัตรูพืชและผลผลิตกระบวนการผลิตต่ำกว่าเป้าหมาย ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมในท้องถิ่นจำเป็นจะต้องมีอาศัยเม็ดเงินลงทุนและการพัฒนาโครงสร้างของระบบอุตสาหกรรมทั้งระบบควบคู่กันไป รัฐบาลเขตฯ หนิงเซี่ยหุยจึงประกาศ "นโยบายสนับสนุนทางการเงินและมาตรการดำเนินการเพื่อยกระดับการพัฒนาคุณภาพสูงของอุตสาหกรรมเก๋ากี้หนิงเซี่ย" (Financial Support Policies and Implementation Measures for Accelerating the High-Quality Development of Modern Wolfberry Industry) โดยเป็นการส่งเสริมยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพสูง "336" กล่าวคือ

- 3ระบบ(3Systems): การเพาะปลูกเก๋ากี้, กระบวนการผลิตเก๋ากี้ และการบริหารผลิตผลของเก๋ากี้
- 3 บูรณาการด้านอุตสาหกรรม (3 Industry Integration): การกำหนดมาตรฐาน, การแปรรูปเชิงลึก, การตลาด และการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลของอุตสาหกรรม ซึ่งจะต้องมีการพัฒนาในรูปแบบบูรณาการทั้งระบบ

- 6โครงการหลัก(6Majorprojects): โครงการเพิ่มความมีเสถียรภาพของการเพาะปลูก, การเพิ่มความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรม,วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, การรับประกันเรื่องของคุณภาพ, การสร้าง branding และการส่งเสริมกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม

**7 โฟกัสของยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพสูง "336" ("336"高质量发展) ได้แก่**

- ส่งเสริมการวิจัย: โดยเน้นการวิจัยเกี่ยวกับการเก็บเกี่ยวผลผลิต การวิจัยทางเทคโนโลยีในกระบวนการที่สำคัญ
- การเพาะพันธุ์เก๋ากี้ที่หลากหลาย: การควบคุมคุณภาพของเมล็ดพันธุ์ วิจัยพันธุ์เก๋ากี้ที่ให้ผลผลิตสูงและมีความอดทนต่อสภาพภูมิประเทศ
- ส่งเสริมมาตรฐานของการสร้างพื้นที่เพาะปลูก ส่งเสริมการสร้างสวนสาธิตพัฒนาด้านคุณภาพและผลิตผลเก๋ากี้สร้างพื้นที่การเพาะปลูกให้มีมาตรฐานเดียวกัน
- การสร้าง Branding ส่งเสริมภาพลักษณ์ของ "เก๋ากี้หนิงเซี่ย:宁夏枸杞" และ "เก๋ากี้จงหนิง:中宁枸杞"
- พัฒนาระบบกลางที่มีมาตรฐาน เน้นการพัฒนาระบบที่มีมาตรฐานตั้งแต่ต้นทาง - ปลายทาง
- การให้บริการทางเทคนิค ส่งเสริมการให้บริการทางเทคนิค
- การบูรณาการด้านอุตสาหกรรม สร้างสวนอุตสาหกรรมเกษตรสมัยใหม่เพื่อสนับสนุนในเรื่องการเพาะปลูก และส่งเสริมการบูรณาการทางวัฒนธรรมและอุตสาหกรรม

## ข้อสรุป

กว่าจะมาเป็น "เก๋ากี้หนิงเซี่ย" พืชเศรษฐกิจสำคัญที่ทั่วประเทศจีนและทั่วโลกให้การยอมรับนั้น จำเป็นจะต้องได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นรูปธรรมจากภาครัฐและความร่วมมือของภาคเอกชน ส่งผลให้เก๋ากี้ได้รับการแปรรูปและรีแบรนดิ้งเป็น "สินค้าบำรุงสุขภาพ High-end" และส่งไปจำหน่ายทั่วโลก ซึ่งโมเดลความสำเร็จของการพัฒนาอุตสาหกรรมเก๋ากี้ของจีนนี้ถือเป็นหนึ่งใน Best Practice สำหรับไทยในการต่อยอดและพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรกรรม โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีลักษณะทางกายภาพคล้ายกับเขตฯ หนิงเซี่ยหุย

BIC นครซีอานมองว่า การพัฒนาอุตสากรรมเก๋ากี้ในเขตฯ หนิงเซี่ยหุย มีนโยบายที่ชัดเจนจากรัฐบาลท้องถิ่น ผ่านการพยายามพัฒนาอุตสาหกรรมทั้งระบบตั้งแต่การวิจัยเมล็ดพันธุ์ที่เหมาะสมต่อสภาพภูมิประเทศและสภาพภูมิอากาศ การบริหารพื้นที่การเพาะปลูก การควบคุมเรื่องคุณภาพการเก็บเกี่ยว การแปรรูป ไปจนถึงการเข้าสู่ตลาด และการสร้าง branding ให้แก่ผลิตภัณฑ์ เห็นได้จากยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพสูง "336" นอกจากนี้ปัจจัยสำคัญคือการให้ความสำคัญกับ R&D (Researchand Development) และการให้เม็ดเงินสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมพัฒนาขึ้นอย่างยั่งยืนโดย BIC นครซีอาน มองว่าพืชเศรษฐกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยสามารถใช้แนวทางการพัฒนาเช่นเดียวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมเก๋ากี้ได้เช่นเดียวกัน

# ถอดประสบการณ์ผู้บริการ Houshengji (Ningxia): วิสาหกิจท้องถิ่นหนิงเซี่ยหุยกับบทบาทพาร์ทเนอร์กลุ่ม TCP ของไทย

**ถ่ายทอดประสบการณ์จากวิสาหกิจผู้ผลิตและแปรรูปอาหารที่มีชื่อเสียง ถึงเคล็ดลับการทำธุรกิจและข้อคิดดี ๆ สำหรับผู้ประกอบการไทยที่แสวงหาลู่ทางในการทำธุรกิจในลักษณะจ้างผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายในประเทศจีน**

หลายท่านอาจคุ้นชื่อของกลุ่มธุรกิจ TCP หรือบริษัท เครื่องดื่มกระทิงแดง จำกัด เป็นอย่างดี เพราะเป็นหนึ่งในวิสาหกิจไทยที่เป็นที่รู้จักในหลายประเทศทั่วโลก รวมไปถึงในประเทศจีน โดยเมื่อเดือนพฤษภาคม 2561 กลุ่มธุรกิจ TCP (กระทิงแดง) (ชื่อจีน: ไท่กั๋วเทียนซือจี๋ถวน 泰国天丝集团 (คนละส่วนกับ RedBull ในยุโรป) ได้ร่วมทุนกับ Houshengji (Ningxia) เพื่อผลิตเครื่องดื่ม "หงหนิว: 红牛" เพื่อจัดจำหน่ายในเขตปกครองตนเองซินเจียงอุยกูร์ เขตปกครองตนเองมองโกเลียในเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย และกรุงปักกิ่ง

วันนี้ BIC ซีอาน จะพาทุกท่านไปทำความรู้จักกับคุณหร่วน ซือจง (Ruan Shizhong: 阮世忠) ประธานบริหาร Houshengji (Ningxia) ถึงเคล็ดลับการทำธุรกิจและข้อคิดดี ๆ สำหรับผู้ประกอบการไทย ที่แสวงหาลู่ทางในการทำธุรกิจในลักษณะจ้างผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายในประเทศจีน

**สวัสดีค่ะ ก่อนอื่นขอขอบคุณคุณหร่วนฯ ที่สละเวลาให้เราสัมภาษณ์ ขออนุญาตเริ่มการสัมภาษณ์ ทราบมาว่าพื้นเพคุณเป็นคนมณฑลเจ้อเจียง อยากสอบถามว่าเมื่อย้อนกลับไปกว่า 20 ปีก่อน ทำไมถึงเลือกมาลงทุนที่ "หนิงเซี่ย"**

*"สวัสดีครับ ผมชื่อหร่วน ซือจง ประธานบริหาร Houshengji (Ningxia) (厚生记宁夏有限公司) เป็นคนเจ้อเจียง เริ่มมีแนวคิดว่าอยากจะทำธุรกิจตั้งแต่อายุ 16 ปี เหตุที่ผมเริ่มคิดจะมองหาลู่ทางในการทำธุรกิจนอกมณฑลบ้านเกิด เป็นเพราะประชากรเจ้อเจียงเยอะครับ แต่ที่ดินทำกินน้อย ผมเลยเลือกที่จะมาสำรวจที่เขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย ผมเริ่มมองหาลู่ทางซึ่งผมได้เริ่มทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารเป็นครั้งแรกที่หนิงเซี่ยเมื่อปี 1996 ครับในช่วงแรกผมลองหลายอย่าง รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปในประเทศ อาทิ ลูกอม หมากฝรั่ง น้ำอัดลม จนกระทั่งสามารถมาจับธุรกิจบริการในปี 1998 ผมได้เปิดโรงแรมและจดทะเบียนจัดตั้งอย่างเป็นทางการในปี 1999 หลังจากนั้น ผมเริ่มกลับมาจริงจังกับธุรกิจผลิตและแปรรูปอาหารโดยเน้นการนำผลผลิตทางการเกษตรภายในเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุยมาแปรรูปเป็นหลัก ระหว่างทำธุรกิจสังเกตว่าในแต่ละพื้นที่ของจีนมักมีเครื่องดื่มหรืออาหารที่แปรรูปมาจากวัตถุดิบท้องถิ่นเช่น นมอัลมอนด์ นมวอลนัท จากมณฑลเหอเป่ย ทำให้ผมมองย้อนกลับมาคิดว่า เก๋ากี้ของเขตฯ หนิงเซี่ยหุย นอกจากอบแห้งแล้ว สามารถเอามาแปรรูปเป็นเครื่องดื่มได้หรือไม่ จึงเป็นที่มาของแนวคิด "ฉี่ต้งลี่" (杞动力) เครื่องดื่มเก๋ากี้บำรุงสุขภาพครับ"*

**ทราบมาว่า บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจ TCP (กระทิงแดง) อยากให้เล่าถึงความร่วมมือในครั้งนี้**

*"เมื่อช่วงปลายปี 2561 กลุ่มธุรกิจ TCP (กระทิงแดง) ได้ส่งผู้คิดค้นสูตรและเจ้าหน้าที่สายการผลิตมาสำรวจบริษัท โห้ว เซิง จี้ พร้อมกับชื่นชมว่าเครื่องมือการผลิตของเราทันสมัย ในปี 2562 ผู้บริหารระดับสูงได้เดินทางมาสำรวจอีกครั้ง หลังจากนั้นทั้งสองฝ่ายได้บรรลุข้อตกลงที่จะร่วมมือทางธุรกิจ จากนั้น วันที่ 22 กรกฎาคม 2563 ได้เปิดตัวสายการผลิตอัจฉริยะเครื่องดื่มหงหนิวอย่างเป็นทางการในภูมิภาคจีนตะวันตกเฉียงเหนือเป็นครั้งแรก โดยมีกำลังการผลิต 10 ล้านลัง/ปี (ราว 240 ล้านกระป๋อง)"*

**ในอนาคต "โห้ว เซิง จี้" มีแผนจะขยายความร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจ TCP (กระทิงแดง) หรือกับบริษัทไทยอื่น ๆ อีกหรือไม่**

*"ในอนาคตพวกเราก็หวังว่าจะได้มีโอกาสขยายความร่วมมือกับไทยครับ เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 64 ได้มีโอกาสต้อนรับคณะผู้บริหารจากสถานกงสุลใหญ่ ณ นครซีอาน ที่เดินทางมายังเขตฯ หนิงเซี่ยหุยเพื่อสำรวจศักยภาพและแสวงหาความร่วมมือระหว่างไทย -*

*หนิงเซี่ย ผมก็ยินดีที่จะเป็นหนึ่งในกลไกประชาสัมพันธ์วิสาหกิจไทยเพื่อแสวงหาโอกาสและความร่วมมือระหว่างกัน ในทัศนะผมมองว่าโอกาสความร่วมมือระหว่างกันโดยเฉพาะในด้านการเกษตร อุตสาหกรรมไวน์เหล่านี้เป็นศักยภาพของเขตฯ หนิงเซี่ยหุยที่ผมมองว่ามีโอกาสในการต่อยอดความร่วมมือรวมไปถึงเปิดรับการลงทุนจากไทยได้ครับ"*

**มีข้อเสนอแนะให้กับบริษัทไทยหรือผู้ประกอบการไทยที่สนใจร่วมมือกับเขตฯ หนิงเซี่ยหุย อย่างไรบ้าง**

*"หวังเป็นอย่างยิ่งว่าในอนาคตเขตฯ หนิงเซี่ยหุยจะมีโอกาสต้อนรับวิสาหกิจไทยมากขึ้นครับ"*

**เนื่องจาก "ฉี่ ต้ง ลี่" และ "หงหนิว" จัดอยู่ในกลุ่มเครื่องดื่มเพื่อบำรุงสุขภาพทั้งคู่ มีการทำตลาดและการประชาสัมพันธ์อย่างไร**

*"เราวาง positioning ไว้แตกต่างกัน "ฉี่ ต้ง ลี่" เหมาะกับผู้บริโภคกลุ่มที่มีอาการนัยตาเหนื่อยล้าหรือกลุ่มผู้มีอาการป่วยบ่อย ๆ ซึ่งเราเน้นทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้บริโภคอย่างชัดเจน ซึ่งเราได้เพิ่มการวิจัยและเก็บข้อมูลจาก 3 กลุ่มพื้นที่หลัก ได้แก่ มณฑลกวางตุ้งเจ้อเจียง และเขตฯ หนิงเซี่ยหุย หลังจากได้แผนการตลาดที่เหมาะสม บริษัทก็จะนำแผนส่งเสริมการขายที่ได้ไปปรับใช้ทั่วประเทศ"*

**ขอทราบมุมมองของท่านต่อตลาดและเทรนด์การบริโภคเครื่องดื่มในเขตฯ หนิงเซี่ยหุย และในตลาดจีน**

*"ตลาดเครื่องดื่มในจีนยังคงมีศักยภาพสูง ที่มาพร้อมกับการปรับตัวไปตามสมัยนิยมที่เน้นคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคาถูก ราคาประหยัดเหมือนในสมัยก่อน ในมุมมองของนักธุรกิจมองว่าธุรกิจเครื่องดื่มต้องเพิ่มการวิจัยและผลิตสินค้าที่ตอบโจทย์ความนิยมของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ตลอดจนเรื่องของประโยชน์ต่อสุขภาพเป็นอีกหนึ่งจุดแข็ง ที่สร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ได้"*

**ปัจจุบัน ธุรกิจของท่านได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 หรือไม่**

*"โควิด-19 แทบไม่มีผลกระทบกับธุรกิจของเราเลยครับ เราปรับในส่วนแผนงานเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะนั้นมากขึ้น เช่น ในช่วง Lockdown ผู้บริโภคไม่สามารถออกมาเลือกซื้อสินค้าได้ด้วยตนเอง ก็สามารถใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูปของเราได้ นอกจากนี้ บริษัทพบว่าเนื่องด้วยวิกฤตโควิด-19 ยังมีส่วนกระตุ้นให้ธุรกิจแปรรูปอาหารขยายตัวมากขึ้น และสัดส่วนที่มากขึ้นคือในกลุ่มธุรกิจรับจ้างผลิตและแปรรูปอาหารซึ่งยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกครับ"*

## บทสรุป

BIC ขอสรุปจุดเด่นของ "ธุรกิจรับจ้างผลิต" ว่า Hou Sheng Ji (โห้ว เซิง จี้) ถือเป็นหนึ่งวิสาหกิจท้องถิ่นที่มีศักยภาพ ในการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร ปัจจุบัน บริษัทฯ ตั้งอยู่ ณ เขตลิ่วผานซาน (六盘山区) และภูเขาตงหลู่เทือกเขาเฮ่อหลาน (贺兰山东鹿) ครอบคลุมพื้นที่กว่า 20,000 หมู่ (ราว 8,196.7 ไร่) ให้บริการรับจ้างผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร และเครื่องดื่ม โดยมีบริษัท Ningxia Houshengji Wolfberry Beverage เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่เน้นการผลิตและแปรรูปเก๋ากี้ ซึ่งเป็นผลผลิตทางการเกษตรหลักของเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย ซึ่งได้เข้าลงทุนในเขตนิคมอุตสาหกรรมเต๋อเซิ่ง (德胜工业园区) ตั้งแต่ปี 2002 และมีจุดเด่นด้านโรงงานและเครื่องมือการผลิตและแปรรูปที่ทันสมัย

นอกจากนี้ มุมมองของภาคเอกชนในจีนยังแสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันผู้บริโภคในจีนได้หันมาบริโภคสินค้าที่เน้นคุณภาพมากกว่าการคำนึงถึงราคา และไลฟ์สไตล์ของประชาชนจีนและสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้เทรนด์การบริโภค "สินค้าบำรุงสุขภาพ" ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ซึ่ง BIC ซีอาน เล็งเห็นว่าตลาดจีนโดยเฉพาะในภูมิภาคตะวันตกเฉียงเหนือเป็นตลาดสินค้าที่ใหญ่และประชาชนมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่มีคู่แข่งทางการตลาดน้อย เนื่องจากปัจจุบันยังมีภาคเอกชนของไทยมาลงทุนจำนวนไม่มาก โอกาสการขยายธุรกิจของภาคเอกชนไทยยังค่อนข้างเปิดกว้าง อย่างไรก็ดี การขยายตลาดเพื่อมาลงทุนในจีนซึ่งเป็นตลาดใหญ่และมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในแต่ละภูมิภาค จำเป็นต้องมีการวางแผนการตลาดที่ดีและเป็นระบบ สอดรับกับลักษณะเฉพาะและแนวทางการบริโภคสินค้าของประชาชนในแต่ละท้องถิ่น ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่แสวงหาลู่ทางในการทำธุรกิจในลักษณะจ้างผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่าย อาจพิจารณาแสวงหาคู่ผลิตหรือคู่ค้าในประเทศจีนที่ไว้วางใจได้ เพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จทางธุรกิจหรืออาจพิจารณาใช้ Online Platform ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด

# เจาะอุตสาหกรรมชาส่านซี โมเดลยกระดับคุณภาพชีวิตประชากรสู่ผลิตภัณฑ์ส่งออกทั่วโลก

ทำความรู้จักอุตสาหกรรมชาจีนที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายถึงเบื้องลึกเบื้องหลัง พื้นที่อันกว้างใหญ่ของจีนแหล่งที่เหมาะแก่การปลูกพืชรวมไปถึงชาที่มีคุณสมบัติโดดเด่น

หากเอ่ยถึงอุตสาหกรรมชาจีนที่ผู้อ่านอาจจะคุ้นเคยกับชาจากมณฑลฝูเจี้ยน หรือจากมณฑลเจ้อเจียง ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย แต่ผู้อ่านหลายท่านอาจยังไม่ทราบว่าแท้จริงแล้ว เบื้องหลังพื้นที่อันกว้างใหญ่ของจีน ล้วนมีทรัพย์ในดินที่เหมาะแก่การปลูกพืชรวมไปถึงชาให้มีคุณสมบัติโดดเด่น มณฑลส่านซีก็เช่นกัน นอกจากจะมีชื่อเสียงในการเป็นแหล่งปลูกผลไม้เมืองหนาวแล้ว ยังเป็นแหล่งปลูกและแปรรูปชาเขียวที่สำคัญอีกด้วย

## มองจีน เรียนรู้ แล้วย้อนกลับมาพัฒนา

อุตสาหกรรมชาของจีนเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมหลักของภาคการเกษตรที่ได้รับการส่งเสริมจากกระทรวงเกษตร (MOA) อย่างต่อเนื่อง โดยจีนถือเป็นผู้ผลิตชาอันดับ 1 ของโลก มีพื้นที่ปลูกชากระจายอยู่ใน 18 มณฑลทั่วประเทศ ในปี 2563 มีพื้นที่เพาะปลูกรวม 47.78 ล้านหมู่ (ราว 19.46 ล้านไร่) เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ร้อยละ 3.26 แต่ในจำนวนนี้มีเพียง 41.52 ล้านหมู่ (17.02 ล้านไร่) ที่สามารถเก็บใบชาได้

ข้อมูลจากสมาพันธุ์ชาแห่งชาติ (中国茶叶流通协会) ระบุว่าจีนเป็นประเทศที่ผลิตชากลุ่มชาเขียวได้มากที่สุด ชาที่จีนปลูกและผลิตได้มากที่สุด 6 ประเภทแรก โดยในปี 2019 จีนผลิตชาเขียวได้กว่า 1.77 ล้านตัน และมณฑลส่านซีผลิตได้ 117,500 ตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.64 ของชาเขียวที่ผลิตได้ทั้งประเทศ แม้สัดส่วนการผลิตจะน้อยมาก แต่ชาของมณฑลส่านซีก็ได้รับการยอมรับทั้งในรสชาติและคุณภาพ โดยมี 4 ชาพระเอกหลัก ดังนี้ (1) "ชาเซียนหาว" เมืองฮั่นจง(汉中仙毫) (2) "ชาฝูซี" เมืองอันคัง (安康富硒茶) (3) "ชาเฉวียนหมิง" ของเทือกเขาฉินหลิ่ง (秦岭泉茗茶) และ (4) "ชาจิ่งหยาง" เมืองเสียนหยาง(咸阳泾阳茶) นอกจากนี้ยังมีชาจื่อหยางเหมาเจียน (紫阳毛尖) ชาก้วนก้วน (罐罐茶) และชาหูโหยว (糊油茶) ชาท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมสูงเช่นกัน

## ประวัติและความเป็นมาของชามณฑลส่านซี

อุตสาหกรรมชาของส่านซีมีความยาวนานเฉกเช่นกับของจีน โดยเฉพาะเมื่อครั้งเส้นทางสายไหมโบราณ มีการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างชาจีนและชาตะวันตก ประวัติศาสตร์ชาของส่านซี เริ่มตั้งแต่สมัยราชวงศ์ซัง (商朝) สมัยราชวงศ์ฮั่น (汉朝) ชาจากเทือกเขาต้าปา (大巴山) ได้ถูกบันทึกเป็น 1 ใน 7 สุดยอดชาของประเทศ และในสมัยราชวงศ์ถัง ได้มีการบันทึกภูมิประเทศที่เหมาะสมต่อการปลูกและชาไว้ใน "新唐书•地理志" (New Tang Book Geography) ไว้ว่า "贡茶有山南道、剑南道、淮南道" ระบุถึง ชาของมณฑลส่านซี โดยเฉพาะชาที่มาจากเทือกเขาต้าปาได้ถูกใช้เป็นชาบรรณาการแก่ราชวงศ์สำคัญ ๆ แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของชาส่านซีที่ได้รับการยอมรับกันมาอย่างช้านาน

### ชาแต่ละประเภทที่จีนผลิตได้

หน่วย : ตัน

| ประเภทของชา | ปี 2019 | ปี 2018 | ปี 2017 |
|---|---|---|---|
| ชาเขียว | 1,772,800 | 1,722,400 | 1,679,000 |
| ชาดำ | 378,100 | 318,900 | 288,600 |
| ชาแดง | 307,200 | 261,900 | 222,600 |
| ชาอูหลง | 275,800 | 271,200 | 271,300 |
| ชาขาว | 49,600 | 33,700 | 25,200 |
| ชาเหลือง | 9,700 | 8,000 | 5,500 |

ที่มาข้อมูล: สมาพันธุ์ชาแห่งชาติ (中国茶叶流通协会)

## ส่องอุตสาหกรรมชาส่านซี ฐานผลิตชาคุณภาพดีของจีน

ข้อมูลจากเว็บไซต์รัฐบาลมณฑลส่านซีระบุว่าในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 มณฑลส่านซีผลิตชาได้ราว 76,200 ตัน คิดเป็นมูลค่า 15,499 ล้านหยวน หากเปรียบเทียบกับข้อมูลเมื่อปี 2562 ที่มณฑลส่านซีมีผลผลิต 117,500 ตัน ก็จะพบว่าแนวโน้มการผลิตมีการเติบโตขึ้น เพราะผลผลิตเพียงครึ่งแรกของปี 2563 ก็มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 64.85 ของปริมาณที่ผลิตได้ของทั้งปี 2562 แล้ว

นอกจากนี้ ข้อมูลจากศุลกากรนครซีอาน ระบุว่าในปี 2562 มณฑลส่านซีได้เริ่มส่งออกชาไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มชาเขียว 59 ล็อต และชาดำ 7 ล็อต เพิ่มขึ้นจากปี 2561 กว่า 321% แม้อัตราการเติบโตจะพุ่งสูง แต่กลับพบว่าปริมาณการส่งออกคิดเป็นเพียง 399 ตัน จากผลผลิตทั้งปี สถิติเหล่านี้ สะท้อนให้เห็นว่ามณฑลส่านซียังคงเน้นตลาดผู้บริโภคในประเทศ แต่ก็เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับตลาด

## พื้นที่ปลูกชาของจีนเปรียบเทียบกับมณฑลส่านซี ระหว่างปี 2016 - 2020

ต่างประเทศ โดยมีตลาดส่งออกชาเขียวที่สำคัญ คือ เขตบริหารพิเศษฮ่องกง มาเลเซีย และตลาดส่งออกชาดำที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ และมาเก๊า

## อุตสาหกรรมชา โมเดลยกระดับความยากจนในพื้นที่ส่านหนาน (ส่านซีใต้)

อุตสาหกรรมชากลายมาเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือยกระดับเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตเกษตรกรในพื้นที่ส่านซีใต้(陕南地区)อย่างจริงจังครั้งแรกในปี2552ผ่านแแผนพัฒนาอุตสาหกรรมชาแห่งชาติปี2552-2558(2009-2015年全国茶业重点区域发展规划)ในแผนฯ กำหนดให้พื้นที่บริเวณส่านซีตอนใต้ (3 เมืองหลักได้แก่ เมืองฮั่นจง (汉中市) เมืองอันคัง (安康市) และเมืองซังลั่ว (商洛市)เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์การปลูกชาที่สำคัญของส่านซี ภายหลังที่รัฐบาลจีนประกาศทำสงครามต่อสู้ความยากจน อุตสาหกรรมชาของมณฑลส่านซีถูกยกขึ้นเป็นอีกหนึ่ง “ยุทธศาสตร์แก้จนอย่างตรงจุด” (Targeted Poverty Alleviation) อย่างจริงจัง ซึ่งเป็นเป้าหมายและความท้าทายของรัฐบาลท้องถิ่นตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา นอกจากนี้ ยังได้สนับสนุนให้รัฐบาลท้องถิ่นนำวิทยาศาสตร์ และความก้าวหน้าทางอินเทอร์เน็ตในการทำการตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการค้า ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อดึงดูดผู้บริโภค

**1.การนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาปรับใช้ เพื่อยกระดับคุณภาพและเพิ่มปริมาณผลผลิต (科技茶)**

โดยมีสำนักงานเกษตรแห่งมณฑลส่านซีร่วมกับสำนักงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมณฑลส่านซีเป็นหัวเรือหลักในการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการผสมสายพันธุ์ชา ตลอดจนการร่วมมือกับสถาบันการศึกษาชั้นนำอื่น ๆ ก่อตั้งทีมวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเครื่องมือหลักที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและแปรรูปชาดำเน้นการให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีเครื่องมือสำหรับการผลิตและแปรรูปชาดำของมณฑลส่านซี

**2. การกำหนดพื้นที่นำร่องพี่เลี้ยงกระจายองค์ความรู้ไปยังพื้นที่ใกล้เคียง**

ในปี2560ส่านซีได้กำหนดให้อำเภอซีเซียง(西乡县)ทางตอนใต้ของเมืองฮั่นจงเป็นฐานการผลิตชาเพื่อการส่งออก เนื่องจากเป็นฐานการปลูกชาที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคตะวันตกเฉียงเหนือ ปัจจุบัน อ. ซีเซียง มีพื้นที่เพาะปลูกชามากถึง 301,000 หมู่ (123,360 ไร่) โดยเฉพาะชาอู่จื่อเซียนหาว(午子仙毫) ที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง เพราะเคยได้รับรางวัล “Famous Brand Products” จากงานมหกรรมการเกษตรนานาชาติ (China International Agriculture Expo) จากพื้นที่ปลูกชาข้างต้นจำแนกเป็นพื้นที่เกษตรเพื่อบรรเทาปัญหาความยากจนมากถึง 248,400 หมู่ (101,803 ไร่) เกษตรกรกว่า 50,000 ครัวเรือนยึดอาชีพปลูกชาเป็นอาชีพหลักทำให้ในแต่ละปีสามารถผลิตชาได้เฉลี่ย 10,321.5 ตัน/ปี สร้างรายได้รวมกันกว่า 1,240 ล้านหยวน

**3.สร้างช่องทางการตลาดออนไลน์ ปฏิรูปการตลาดดั้งเดิมที่พึ่งพาการจำหน่ายสินค้าผ่าน Physical Stores เท่านั้น**

ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าความก้าวหน้าของอุตสาหกรรม Big Data และอินเทอร์เน็ตของจีน มีส่วนสำคัญที่ทำให้จีนหลุดพ้นจากความยากจนได้

## ปริมาณผลผลิตใบชาของจีนและมณฑลส่านซี ระหว่างปี 2016 - 2019

เพราะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างช่องทางการตลาดออนไลน์ให้สินค้าและบริการจากพื้นที่ห่างไกล มีโอกาสส่งตรงไปถึงมือผู้บริโภคได้มากขึ้น นับเป็นผลความสำเร็จของรัฐบาลจีนที่ได้ระบุให้ "อุตสาหกรรม 5G" เป็นอุตสาหกรรมน่าสนใจและเป็นหนึ่งในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม 5 ปี ฉบับที่ 13 (2016 - 2020) สอดคล้องกับข้อมูลจาก The Internet Society of China ของ สำนักงานข้อมูลอินเทอร์เน็ตแห่งชาติ ประจำปี 2019 ที่ระบุว่า จนถึงเดือนมิถุนายน 2019 จีนใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่มากถึง 846.81 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2018 กว่า 29.83 ล้านคน

ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 อุตสาหกรรมเกษตรของมณฑลส่านซีได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก เมื่อเดือนมิถุนายน 2563 สำนักงานกิจการเกษตรมณฑลส่านซี (陕西省果业中心) จึงได้ร่วมกับ Taobao Live และ JD Western Regions Agricultural ก่อตั้ง "Northwest Live Broadcasting Base" (网红直播示范基地) ซึ่งเป็นฐานการฝึกอบรมความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและการตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการที่ผลิตและแปรรูปสินค้าของมณฑลส่านซี ครอบคลุมพื้นที่ 3,000 ตร.ม. และมีความร่วมมือกับ 4458 (试试我吧/Try me) แพลตฟอร์มถ่ายทอดสดแหล่งผลิตและแปรรูปสินค้าชื่อดังของประเทศจีน ในการถ่ายทอดสดสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปท้องถิ่นของมณฑลส่านซี ซึ่งทางสำนักงานฯ จะเป็นผู้คัดเลือกผู้ประกอบการก่อนในชั้นแรก หากสินค้าของผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกมีคุณภาพดีและกำลังเป็นที่ต้องการของตลาดในขณะนั้น พิธีกรหรือ Influencer สามารถเลือกรับสินค้าไปประชาสัมพันธ์สินค้าด้วยตนเองหรือสามารถ Review / ประชาสัมพันธ์สินค้า ณ Northwest Live Broadcasting Base ได้ด้วยเช่นกัน

**4. มุ่งสร้างเอกภาพในแบรนด์เกษตรสินค้าท้องถิ่น (Branding)**

ในช่วง 1 - 2 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลมณฑลส่านซีให้ความสำคัญต่อการสร้างความเป็นเอกภาพที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตร ไม่เพียงสนับสนุนในด้านเงินทุนเพื่อการวิจัยและปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ แต่ยังให้ความสำคัญต่อการสร้างแบรนด์เพื่อยกระดับสินค้าผ่านการกำหนด "ตัวตน" ของธุรกิจ (Brand Awareness) เช่น เมื่อปลายปี 2563 มณฑลส่านซีอนุมัติให้เมืองฮั่นจงเป็นเมืองนำร่องแบรนด์สินค้าเกษตรท้องถิ่นสาธารณะ "Wei Jian Hanzhong" (Taste of Hanzhong) ที่ร่วมกับสมาพันธ์สินค้าเกษตรสีเขียวเมืองฮั่นจง ก่อตั้ง บ. Hanzhong Public Brand Operation Co., Ltd มีจุดประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าเกษตรท้องถิ่น และทำการตลาดผ่านสหกรณ์และกลุ่มเศรษฐกิจหมู่บ้าน

ปัจจุบันสินค้าเกษตรของเมืองฮั่นจงยังผ่านการรับรองจากหลากหลายมาตรฐาน อาทิ Pollution-free Certified Products 243 รายการ Green Production Base 199 รายการ Organic Certified Products 62 รายการ และ Green Certification Products 52 รายการ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าเกษตรแปรรูปแก่ผู้บริโภคได้มากขึ้น โดยสินค้าเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ 1) ใบชา 2) น้ำมันจากเมล็ดชา 3) น้ำมันดอก Rapeseed 4) กีวี 5) มันเทศ 6) น้ำมันจากดอกโบตั๋น 7) ข้าว และ 8) ส้ม

**5. สร้างการรับรู้ในวงกว้าง ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ**

ชาของมณฑลส่านซีได้รับการรับรองถึงคุณภาพและชื่อเสียงจากการแข่งขันมากมาย ล่าสุด เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2564 ในพิธีมอบรางวัลการแข่งขันนานาชาติ Ding Cheng Tea King ฤดูใบไม้ผลิ ครั้งที่ 11 ชาจากมณฑลส่านซีได้รับรางวัลมากถึง 7 แบรนด์

- รางวัลเหรียญทองพิเศษ(ประเภทชาเขียว): ได้แก่ ยี่ห้อชิงมู่ชวน (青木川牌汉中仙毫) ยี่ห้อจือลิ่วจี๋ (至六吉牌汉中仙毫) และยี่ห้อเฟิ่งหยวน (凤源牌汉中仙毫)

• รางวัลเหรียญทอง (ประเภทชาเขียว): ยี่ห้อเจี่ยเซียงหยวน (栗乡缘牌象园雾芽) และยี่ห้อเผิงเสียง (鹏翔汉中仙毫)

• รางวัลเหรียญทอง (ประเภทชาแดง): ยี่ห้อลวี่เจียวจื่อ (绿娇子牌汉中红)

• รางวัลเหรียญทอง(ประเภทชาดำ): ยี่ห้อโย่วเริ่นหลี่ (右任故里牌陕西官茶)

จะเห็นได้ว่าการเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมต่าง ๆ สามารถเป็นอีกหนึ่งช่องทางส่งเสริมการรับรู้ชาจีนไปยังผู้บริโภคได้อย่างดี

## ถอดบทเรียนอุตสาหกรรมชาของส่านซี สู่โอกาสที่วิสาหกิจไทยสามารถเรียนรู้และนำไปปรับใช้

**1. การนำจุดเด่นของท้องถิ่นมาใช้เป็นจุดขาย เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า**

โดยในช่วงที่ผ่านมา สินค้าเกษตรของมณฑลส่านซี ได้นำธาตุซีลีเนียม (Selenium) เข้ามาเป็นจุดขายในการประชาสัมพันธ์ อาทิ ชาจื่อหยางฟู่ซี (ZiYang Rich Selenium Tea) ของเมืองอันคัง ซึ่งเป็นเมืองเดียวของมณฑลส่านซีที่มีธาตุซีลีเนียมสูง มาเป็นจุดเด่นในสินค้าเนื่องจากพื้นที่เพาะปลูกส่วนใหญ่ของจีนขาดแคลนซีลีเนียม กล่าวคือกว่าร้อยละ 72 ของพื้นที่ในประเทศจีนมีธาตุซิลีเนียมอยู่น้อย และกว่าร้อยละ 30 ของพื้นที่ดังกล่าวขาดแคลนธาตุซิลีเนียมอย่างรุนแรง โดยเฉพาะทางตอนเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือของจีนปัจจุบันชาจื่อหยางได้รับการยอมรับว่ามีสรรพคุณในการต้านอนุมูลอิสระ ช่วยกระตุ้นการทำงานของเอ็นไซม์ในร่างกายหลายชนิด

**2. การให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เพียงสวยงามหรือตอบสนองการใช้งาน แต่ต้องสอดคล้องกับเทรนด์ยุคปัจจุบัน**

ในยุคปัจจุบัน ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าบรรจุภัณฑ์มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะในตลาดที่มีสินค้าให้เลือกจำนวนมากอย่างจีน หากไม่ใช่แบรนด์ที่ครองตลาดมาอย่างยาวนาน โอกาสที่จะแจ้งเกิดย่อมเป็นไปได้ยาก เพราะจีนเป็นตลาดด้านบรรจุภัณฑ์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ที่ไม่เพียงแต่เฉพาะบรรจุภัณฑ์ของสินค้าเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงบรรจุภัณฑ์สำหรับการจัดส่งสินค้าออนไลน์ด้วย

ผู้ประกอบการไทยจึงควรให้ความสำคัญต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อดึงดูดใจลูกค้าและสามารถคงคุณภาพสินค้าเอาไว้ได้ในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ ยังต้องหมั่นศึกษาระเบียบข้อบังคับจากภาครัฐที่มักปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ

การดีไซน์รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ควรมีเอกลักษณ์ และมีคำอธิบายคุณสมบัติพร้อมแหล่งของที่มา ซึ่งควรมีทั้งภาษาอังกฤษและภาษาจีนชัดเจน นอกจากต้องคำนึงถึงความสวยงามหรือฟังก์ชันในเรื่องการใช้งานแล้ว ยังต้องคำนึงถึงระเบียบและข้อบังคับที่สอดคล้องกับประเทศต้นทางที่จะเข้าไปทำตลาดด้วย

**3. การพิจารณาใช้ช่องทางออนไลน์/แพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือ KOL จีนทำการตลาดสินค้า**

ในยุคปัจจุบัน ความนิยมในการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ อาทิ Xiaohongshu (Little Red Book) Wechat Tiktok หรือ toutiao.com ล้วนเป็นแอปพลิเคชันยอดนิยม รวมไปถึงอาจพิจารณาใช้ Influencers/KOL ประชาสัมพันธ์สินค้าก็เป็นหนึ่งในช่องทางสร้างการรับรู้สินค้าไทยได้เร็วและต่อเนื่อง

**4. การต่อยอดสินค้าปฐมภูมิสู่สินค้าแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจ**

ปัจจุบันชาของจีนยังได้รับการพัฒนาสู่รูปแบบอาหารและเครื่องดื่มที่สร้างมูลค่ามหาศาล อาทิ เสี่ยว ก้วน ฉา (小罐茶) เน้นชาที่มีคุณภาพพรีเมียม Nayuki (奈雪的茶) ร้านชาที่นำชามาต่อยอดเป็นเบเกอรี่และเครื่องดื่มที่หลากหลาย Ten Fu (天福茗茶) ร้านชาที่ผลิตขนมจากชาจำหน่าย

โดยสรุปอุตสาหกรรมชาของมณฑลส่านซี ถือเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงการตื่นตัวของการพัฒนาสินค้าเกษตรภายในท้องถิ่น โดยเฉพาะการได้รับการสนับสนุนทั้งในส่วนของการพัฒนาสายพันธุ์ไปจนถึงช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งถือเป็นหัวใจหลักในการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร โดยผู้ผลิตและแปรรูปชาไทยอาจพิจารณานำแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาจีนมาปรับใช้ เพิ่มมูลค่าของสินค้า เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด เพราะผู้บริโภคชาวจีนถือเป็นตลาดผู้บริโภคชาที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก

# เพ่งดู
# การเปลี่ยนแปลง

- ถนนทุกสายมุ่งสู่จีน (ตะวันตก) เมื่อ “ลมเปลี่ยนทิศ” โอกาสและความท้าทายของธุรกิจไทยในภาคตะวันตก
- สำรวจเขตโลจิสติกส์นานาชาตินครหลานโจว จาก landlocked สู่ landlink สำคัญอีกแห่งของภูมิภาคจีนตะวันตกเฉียงเหนือ
- ส่องเครือข่ายเส้นทางรถไฟมณฑลส่านซี กานซู และเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย: ความเชื่อมโยงกับ ILSTC และโอกาสมุ่งใต้สู่อาเซียน

# ถนนทุกสายมุ่งสู่จีน (ตะวันตก) เมื่อ "ลมเปลี่ยนทิศ": โอกาสและความท้าทายของธุรกิจไทยในภาคตะวันตก

เพ่งดูปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจที่นักลงทุนจากทั่วโลกต่างหลั่งไหลมาคว้าโอกาสทางการค้าการลงทุนในจีน (ตะวันตก) เพื่อมองหาโอกาสการทำธุรกิจในตลาดจีน

กว่า 3 ทศวรรษที่จีนดำเนินนโยบายการเปิดตลาดแลกเทคโนโลยี ได้นำความเจริญคับคั่งมาสู่จีนแผ่นดินใหญ่ โดยเฉพาะชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกและภาคใต้ของประเทศ ส่งผลให้พื้นที่ดังกล่าวกลายเป็น "ขุมทอง" ของพ่อค้านักลงทุนจากทั่วโลก

"ถนนทุกสายมุ่งสู่จีน" วลีสั้น ๆ ที่สะท้อนปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจที่นักลงทุนจากทั่วโลกต่างหลั่งไหลมาคว้าโอกาสทางการค้าการลงทุนในประเทศที่มีพื้นที่กว้างใหญ่ไพศาล และมีประชากรมากกว่า 1.4 พันล้านคน คิดเป็น 1 ใน 5 ของประชากรโลก โดยเฉพาะในพื้นที่ของชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกจรดใต้ที่เปรียบเสมือน "แม่เหล็ก" ดึงดูดเงินจากนักลงทุนให้หลั่งไหลเข้าประเทศ และช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศจีนจนเกิดเป็นกระแสจีนภิวัฒน์

"ความเจริญ" ที่กระจุกตัวตามแนวชายฝั่งทะเล ส่งผลให้สมรภูมิการค้าการลงทุนในพื้นที่ขยับเข้าใกล้ "จุดอิ่มตัว" และมาถึงจุดสิ้นสุดของยุค "ของถูกค่าแรงถูก" บทบาทการเป็น "โรงงานโลก" (World's Factory) ก็ดูจะเลือนลางลงในสายตาพ่อค้าและนักลงทุนต่างชาติ ผลักดันให้นักลงทุนเหล่านี้ต้องปรับกลยุทธ์และนำตัวเองก้าวผ่านยุค "Made in China" เข้าสู่ "Made for China"

การอิ่มตัวทางด้านเศรษฐกิจและนโยบายการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมที่เน้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงของพื้นที่เลียบชายฝั่งทะเล ทำให้พ่อค้าและนักลงทุนต้องหักพวงมาลัยมุ่งสู่ "จีนตะวันตก" เป็นจุดเริ่มต้นของ "กระแส Go West" หรือการเคลื่อนย้ายเงินทุนสู่พื้นที่ตอนในทางภาคตะวันตกของประเทศจีน พร้อมกับปรากฏการณ์การไหลเข้าของแรงงานที่กลับคืนถิ่นสู่ภาคตะวันตก

ณ วันนี้ พื้นที่ภาคตะวันตกมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงกว่าภูมิภาคอื่นของจีน แม้ว่าหัวเมืองสำคัญของมณฑลทางตะวันตกถูกจัดเป็น "หัวเมืองรอง" แต่การขยายตัวของชุมชนเมือง (Urbanization) ระดับรายได้และสัดส่วนชนชั้นกลางในภาคตะวันตกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ประชาชนมีฐานะความเป็นอยู่รวมถึงคุณภาพที่ดีขึ้น สอดคล้องกับผลสำรวจของ CBN Weekly (第一财经周刊) สื่อชั้นนำด้านเศรษฐกิจของจีนที่ทำการสำรวจ 400 เมืองทั่วประเทศจีน พบว่า หัวเมืองที่ตั้งอยู่ทางภาคกลางและภาคตะวันตกที่ได้รับการจัดอันดับเข้าสู่เมือง 2nd tier and 3rd tier มีจำนวนเพิ่มขึ้น การเริ่มต้นธุรกิจที่จีนตะวันตกจึงเป็นจุดหมายใหม่ที่น่าสนใจของภาคธุรกิจ เพราะการแข่งขันยังไม่เข้มข้นเท่ากับหัวเมืองใหญ่และยังมีช่องว่างทางการตลาดอยู่อีกมากโข

การเริ่มต้นธุรกิจในจีนตะวันตก การมองหา "พันธมิตรธุรกิจ" หรือตัวแทนจำหน่าย (Distributor) ที่มีความน่าเชื่อถือและที่มีความถนัดในพื้นที่มาช่วยเสริมส่วนขาดหรืออุดช่องโหว่ นับเป็นอีกหนึ่งทางลัดที่ช่วยให้การทำธุรกิจเติบโตมั่นคงในทุกย่างก้าว โดยการใช้ระบบบริหารจัดการและคนท้องถิ่นซึ่งมีความถนัดและเข้าใจท้องถิ่นก็เป็นส่วนสำคัญ ทั้งนี้ ต้องกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ ผลประโยชน์ทางธุรกิจ และแผนงานธุรกิจในอนาคตไว้อย่างชัดเจนก่อนเริ่มดำเนินกิจการ เพื่อป้องกันปัญหาเรื่องข้อพิพาทที่อาจเกิดขึ้นได้

โมเดล "Merger & Acquisition" เป็นแนวทางที่ธุรกิจหลายรายนำมาใช้เพื่อช่วยลดหรือแบ่งเบาภาระความเสี่ยงซึ่งเกิดขึ้นจากการขาดประสบการณ์หรือความไม่คุ้นเคยกับตลาดท้องถิ่น ดังสุภาษิตที่ว่า "สองหัวดีกว่าหัวเดียว" ยกตัวอย่างเช่น การเข้ามาเจาะตลาดในนครหนานหนิงของ Cafe Amazon ตามคำชักชวนของกลุ่มอีสต์เอเชียชูการ์ (เครือมิตรผล) ในกว่างซี

นอกจากนี้ ธุรกิจต้องเรียนรู้และปรับตัวให้เข้ากับวิถีท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็วและลงตัว และสร้างสรรค์นวัตกรรมตอบโจทย์ผู้บริโภคท้องถิ่น "ปรับตัวสู่ท้องถิ่น" (Localization) เป็นสิ่งที่ธุรกิจไม่ควรมองข้าม แม้ว่าธุรกิจจะมีเทคโนโลยีและระบบบริหารจัดการแบบ "อินเตอร์" แต่ก็มีธุรกิจจำนวนไม่น้อยที่ต้อง "พ่ายศึก-ถอนทัพ" จากสมรภูมิธุรกิจในจีนก็เพียงเพราะขาดความเข้าใจและเข้าถึง "ความเป็นจีน (จ๋า)" นั่นเอง

ยกตัวอย่างเช่น แบรนด์สตาร์บัคส์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่กาแฟเพื่อตอบโจทย์ธรรมเนียม "การมอบของขวัญ" ในช่วงเทศกาลสำคัญอย่าง "ขนมจั้ง" (บ๊ะจ่างไส้หวาน) ในเทศกาลเรือมังกร และ "ขนมไหว้พระจันทร์" ในเทศกาลวันไหว้พระจันทร์ ด้วยรสชาติของไส้ขนมที่แปลกใหม่และทันกระแสเพื่อทานคู่กับกาแฟ แถมยังพ่วงกระแสจีนนิยมด้วยการใช้เมล็ดกาแฟคุณภาพที่ปลูกในประเทศจีน หรือในกรณีของ KFC นอกจากผลิตภัณฑ์ที่เน้นรสชาติสไตล์จีนแล้ว จากกระแสหลัวซือเฝิ่นที่กำลังดังไปทั่วจีน ล่าสุด KFC ได้วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์เส้นหมี่กึ่งสำเร็จรูป "หลัวซือเฝิ่น" (เส้นหมี่น้ำมันพริกหอยขมรสจัดจ้านของเมืองหลิ่วโจวในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง)

แม้ชาวจีนมีความเป็นสากลมากขึ้น แต่พวกเขาก็ยังไม่ได้ละทิ้งวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เคยเป็นมา "ความกว้างใหญ่ไพศาล ความหลากหลายทางชนชาติ วัฒนธรรม ค่านิยม ระดับรายได้ และพฤติกรรมการซื้อในแต่ละท้องถิ่นของจีน" เป็นโจทย์ที่ท้าทายของพ่อค้านักลงทุนที่ต้อง "คิดเร็ว ทำเร็ว และปรับตัวเร็ว" เพื่อให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมการบริโภคที่เฉพาะตัวของประชาชนชาวจีน

นอกจากนี้ ยังมีกลยุทธ์ "ลดไซส์ใกล้ชิดชุมชน" แผนธุรกิจที่น่าสนใจและมีแนวโน้มเติบโตได้อีกมากในจีน โดยนักวิเคราะห์จากหลายสำนักชี้ตรงกันว่า โมเดลธุรกิจ Big Box ไม่เหมาะกับตลาดจีน ธุรกิจมีการ "ลดขนาด" เพื่อเจาะชุมชนรากหญ้า กำลังเป็นโมเดลที่ได้รับความนิยมในช่วงหลายปีมานี้ เพราะตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคต้องการเน้นความสะดวกรวดเร็ว ชอบซื้อน้อยแต่บ่อยครั้ง ดังนั้น ร้านค้าเฟรนไชส์ขนาดกลาง - เล็ก จึงเป็นอีกตัวเลือกที่น่าสนใจสำหรับการนำสินค้าไทยเข้าเจาะตลาดจีน (ตะวันตก) ซึ่งร้านค้าเหล่านี้จะมี mini program สำหรับการสั่งซื้อและส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้รวดเร็ว

ในภาพรวม จีนภาคตะวันตกเป็น "ตลาดเกิดใหม่" (Emerging Market)

ที่มีความได้เปรียบในด้าน "ต้นทุนประกอบธุรกิจ" ทั้งค่าเช่า ค่าจ้าง รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ ทำให้ยังมี "ช่องว่างทางการตลาด" และคู่แข่งยังมีน้อย และบรรยากาศของการแข่งขันไม่ดุเดือดเท่าพื้นที่ภาคตะวันออกและภาคใต้

อีกทั้ง ชุนชนเมืองและระดับรายได้ของคนในท้องถิ่นมีการขยายตัวแบบก้าวกระโดด โดยเฉพาะ "ตลาดชนบท" (นอกเขตเมือง) ซึ่งแม้ว่าช่วงแรกของการประกอบธุรกิจอาจจะไม่ได้ผลกำไร ทว่า ตลาดชนบทเป็นตลาดขนาดใหญ่และมีโอกาสเติบโตได้ดีในอนาคต ก็ถือเสียว่าเป็นการ "กินน้ำเผื่อแล้ง" เข้าชิงฐานลูกค้าก่อนก็ไม่เสียหาย และรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบ "เก่าใหม่-ใกล้ชิดชุมชน" เน้นเลือกทำเลเปิดสาขาในเมืองเก่าและพื้นที่เมืองใหม่ (เน้นหมู่บ้านและอาคารชุดสร้างใหม่) เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันในโซนธุรกิจขนาดใหญ่

แม้ว่าจีน (ตะวันตก) จะเป็น "โอกาส (ใหม่)" ที่พ่อค้านักลงทุนเริ่มจับจ้องตาเป็นมัน แต่ประเทศจีนก็ได้ชื่อว่าเป็น "ตลาดปราบเซียน" เพราะมี "ความท้าทาย" นานาประการที่ต้องพึงรู้พึงระวังในการวางแผนธุรกิจ และหาวิธีรับมือไว้ล่วงหน้า ไม่ว่าจะเป็นแผนการตลาดเพื่อยกระดับขีดความสามารถในเรื่องการแข่งขันของธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างโลจิสติกส์ซัพพลายเชนกับความเข้าใจท้องถิ่น การบริหารจัดการด้านขนส่ง โลจิสติกส์ และสินค้าคงคลัง

สุดท้าย "กฎระเบียบ/ข้อจำกัดในการลงทุน" มาตรการปกป้องธุรกิจท้องถิ่นของภาครัฐ แม้ว่าจีนจะเปิดให้นักลงทุนต่างชาติถือหุ้นในสัดส่วน 100% แต่ก็ยังมีกฎระเบียบหรือข้อจำกัดในการลงทุนที่ต้องทำการศึกษาในรายละเอียดให้ชัดเจน

โอกาสมีไว้สำหรับผู้ "พร้อมที่สุด" แล้วคุณล่ะพร้อมหรือยัง!!!

เมื่อท่านพร้อมที่จะเข้าสู่ตลาดจีน ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) ยินดีที่จะก้าวไปพร้อมกับท่านด้วยการให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาที่จะช่วยให้ท่านเริ่มต้นธุรกิจในจีนได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ภายใต้แนวคิด "ชี้ช่องทาง สร้างโอกาส พิชิตตลาดจีน"

# สำรวจเขตโลจิสติกส์นานาชาติ นครหลานโจว จาก landlocked สู่ landlink สำคัญอีกแห่งของภูมิภาคจีนตะวันตกเฉียงเหนือ

ทำความรู้จักกับเขตโลจิสติกส์นานาชาติ นครหลานโจว ที่ได้เร่งยกระดับศักยภาพและรูปแบบการให้บริการแบบ "Smart Inland Port" เพื่อรองรับเป้าหมายสู่การเป็นศูนย์กลาง landlink

ไม่อาจปฏิเสธได้ว่ากระแสการเปิดตัวขบวนขนส่งสินค้านานาชาติในหลายพื้นที่ของจีนกลายมาเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ และยิ่งเด่นชัดขึ้นเมื่อวิกฤตโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการขนส่งสินค้าประเภทต่าง ๆ การขนส่งสินค้าด้วยระบบรางจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาความเจริญ โดยเฉพาะดินแดนไร้ทางออกสู่ทะเล (Landlocked) ทำให้ยังสามารถส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้

วันนี้ ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครซีอาน จะพาทุกท่านไปทำความรู้จักกับเขตโลจิสติกส์นานาชาตินครหลานโจว (International Land Port of Lanzhou: ชื่อเดิม 兰州国际港务区 หรือชื่อใหม่ 甘肃（兰州） 国际陆港）มณฑลกานซู ท่าเรือบกที่ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2555 โดยในปี 2564 นี้มีความพิเศษเพิ่มเติมขึ้นมาคือ เขตฯ ได้เร่งยกระดับศักยภาพและรูปแบบการให้บริการแบบ “Smart Inland Port” เพื่อรองรับเป้าหมายสู่การเป็นศูนย์กลาง landlink ที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของภูมิภาคจีนตะวันตกเฉียงเหนือ

## 1. ภูมิหลังการก่อตั้งเขตโลจิสติกส์นานาชาตินครหลานโจว

เขตโลจิสติกส์นานาชาตินครหลานโจว (International Land Port of Lanzhou) เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมาธิการพัฒนาและปฏิรูปแห่งชาติ (NDRC) เมื่อปี 2555 ให้เป็นศูนย์ขนส่งสินค้านานาชาติและเป็นจุดเชื่อมโยงที่สำคัญระหว่างประเทศจีนกับกลุ่มประเทศเอเชียกลาง เอเชียใต้ และยุโรป ผ่านการขนส่งสินค้าด้วยระบบราง

ต่อมารัฐบาลนครหลานโจว(兰州市) และรัฐบาลเขตซีกู่(西固区)ได้ร่วมก่อตั้งบริษัท International Land Port Investment Co., Ltd. เพื่อเป็นวิสาหกิจพัฒนาที่ดิน ดำเนินการก่อสร้าง และควบคุมการดำเนินงานในเขตโลจิสติกส์ฯ ตั้งอยู่ที่หมู่บ้านซีกู่ ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่มีความสำคัญของเส้นทางสายไหมในอดีต โดยเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนการค้าระหว่างประเทศจีนกับกลุ่มประเทศยุโรปและเอเชีย เพราะนอกจากจะมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมแล้ว ยังมีนัยสำคัญทางประวัติศาสตร์อีกด้วย

## 2. การพัฒนาเขตโลจิสติกส์ฯ ระยะที่ 1 (ปี 2559 – 2563)

เขตโลจิสติกส์ฯ ได้มีการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และศูนย์อำนวยการต่าง ๆ ที่ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ ดังนี้

**2.1 ศูนย์คอนเทนเนอร์ที่ขนส่งสินค้าด้วยระบบราง (Lanzhou Railway Container Center)** เป็น 1 ใน 18 ศูนย์คอนเทนเนอร์ที่ขนส่งสินค้าด้วยระบบรางที่มีมาตรฐานระดับประเทศ มีพื้นที่สำหรับการบรรจุและขนถ่ายสินค้าสำหรับการขนส่งระบบรางราว 1,400 หมู่ (574 ไร่) มูลค่าการลงทุน 2,800 ล้านหยวน ปัจจุบันเปิดให้บริการที่เกี่ยวข้องกับเส้นทางการขนส่งสินค้านานาชาติ “หลานโจวห้าว” มีศักยภาพในการรองรับปริมาณสินค้าได้ราว 30 ล้านตัน/ปีรองรับปริมาณตู้คอนเทนเนอร์ขนาดมาตรฐานได้มากถึง 4 ล้านตู้

โดยภายในศูนย์ฯ จะประกอบด้วย 1) เขตคลังสินค้าทัณฑ์บน (ประเภท B) ครอบคลุมพื้นที่ 750 หมู่ (307 ไร่) มีการให้บริการด้านการตรวจสอบของศุลกากรการตรวจสอบคลังสินค้า และการตรวจสอบสินค้านำเข้าและส่งออก 2) ศูนย์การขนส่งสินค้าแบบบูรณาการ (Multiple Transport Center) ให้บริการการขนส่งทั้งในและระหว่างประเทศ

**2.2 ศูนย์คอนเทนเนอร์ที่ขนส่งสินค้าทางถนน (Lanzhou Highway Container Center)** พื้นที่รองรับสินค้าและขนส่งสินค้าทางถนน ปัจจุบันอยู่ในระหว่างการก่อสร้างด้วยมูลค่าการลงทุนมากถึง 60,000 ล้านหยวน ประกอบด้วย 1) ศูนย์จัดแสดงสินค้าเพื่อการนำเข้าและส่งออก 2) ศูนย์โลจิสติกส์สินค้าแปรรูปเพื่อการส่งออก 3) ศูนย์โลจิสติกส์สำหรับสินค้าที่ต้องการกักเก็บรักษาด้วยความเย็น (Cold Chain Logistics Center) และ 4) ศูนย์บริการข้อมูลโลจิสติกส์ (Hub Logistics Information Center) โดยมีวิสาหกิจสนใจเข้าลงทุนแล้วจำนวน 34 โครงการ

**2.3 ท่าเรือบกหลานโจว (Lanzhou Inland Port)** แม้ว่าการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคและอาคารที่ทำการในเขตโลจิสติกส์ฯ จะยังไม่เสร็จสมบูรณ์ 100% แต่ก็ได้เริ่มการเปิดทำการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าผ่านเส้นทางการขนส่งสินค้านานาชาติ "หลานโจวห้าว" (兰州号) แล้ว ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารัฐบาลมณฑลกานซูให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเขตโลจิสติกส์ฯ เป็นอย่างมาก

## 3. ปัจจุบัน ให้บริการเส้นทางขนส่งสินค้านานาชาติไปยัง 4 กลุ่มพื้นที่ ดังนี้

เส้นทางการขนส่งสินค้านานาชาติ "หลานโจวห้าว" เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างการผลักดันแผนพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจบนเส้นทางสายไหมทางบกที่เป็นรูปธรรมที่รัฐบาลมณฑลกานซูให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับเศรษฐกิจในพื้นที่ ปัจจุบัน "หลานโจวห้าว" ได้เปิดขบวนเดินรถเชื่อมต่อไปยัง 4 ทิศทางหลัก ได้แก่

**3.1 เส้นทางขนส่งสินค้านานาชาติ หลานโจว - เอเชียกลาง (หลานโจวห้าว เส้นเอเชียกลาง)** เป็นเส้นทางฯ ดั้งเดิมที่เปิดให้บริการไปยังเมืองอัลมาตีของคาซัคสถาน เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2558

**3.2 เส้นทางขนส่งสินค้านานาชาติ หลานโจว - เอเชียใต้ (หลานโจวห้าว เส้นเอเชียใต้)** เป็นเส้นทางฯ ดั้งเดิมที่เปิดให้บริการไปยังกรุงกาฐมาณฑุ ประเทศเนปาล นอกจากบรรทุกสินค้าจากจีนตะวันตกแล้ว ยังมีสินค้าจากเมืองฝั่งตะวันออก เช่น เมืองอี้อูและนครกว่างโจวด้วย ขบวนขนส่งดังกล่าวเปิดให้บริการเต็มรูปแบบภายหลังการทดลองเดินรถครั้งแรกเมื่อเดือน พฤษภาคม 2559

**3.3 เส้นทางขนส่งสินค้านานาชาติ หลานโจว - ยุโรป (หลานโจวห้าว เส้นยุโรป)** เมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2558 รัฐบาลนครหลานโจวได้เปิดเส้นทางขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ "หลานโจวห้าว" (หลานโจว-ฮัมบูร์ก ประเทศเยอรมนี) โดยต่อยอดจากหลานโจวห้าวเส้นเอเชียกลาง พาดผ่านกรุงมอสโก ประเทศรัสเซีย - กรุงมินสก์ ประเทศเบลารุสและกรุงวอร์ซอ ประเทศโปแลนด์ โดยการขนส่งรอบปฐมฤกษ์

เป็นการขนส่งสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องจักร ล้อยางรถยนต์ อุปกรณ์สร้างความอบอุ่น และอิฐทนไฟ

**3.4 เส้นทางการขนส่งนานาชาติไปยังทิศใต้ของประเทศซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการตามข้อตกลงยุทธศาสตร์ The China-Singapore Demonstration Initiative on Strategic Connectivity** ไม่เพียงมุ่งการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศเอเชียกลางและยุโรปเท่านั้น เมื่อเดือนสิงหาคม 2560 รัฐบาลมณฑลกานซูได้ลงนามความร่วมมือในบันทึกความเข้าใจร่วมกับเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง นครฉงชิ่ง และมณฑลกุ้ยโจว ร่วมบูรณาการงานศุลกากรและการตรวจสอบและกักกันโรค เพื่อประโยชน์ในการเชื่อมต่อเส้นทางการขนส่งนานาชาติไปยังทิศใต้ของประเทศซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการตามข้อตกลงยุทธศาสตร์ The China-Singapore Demonstration Initiative on Strategic Connectivity "中国新加坡互联互通项目（渝桂新） เส้นทางการขนส่งดังกล่าวพาดผ่านนครฉงชิ่ง มณฑลกุ้ยโจว และเขตฯ กว่างซีจ้วง ก่อนจะไปสิ้นสุดยังประเทศสิงคโปร์ ระยะทางรวม 4,080 กิโลเมตร

ในส่วนของเส้นทางนี้ฯ ภายหลังการบรรลุข้อตกลงข้างต้นเขตโลจิสติกส์ฯ ได้รับอานิสงส์จากการใช้ประโยชน์ของเส้นทางรถไฟหลานโจว - ฉงชิ่ง

ซึ่งเปิดให้บริการเต็มรูปแบบครั้งแรกเมื่อเดือนกันยายน 2560 เป็นเส้นทางหลักของการขนส่งสินค้าจากกานซูไปยังฉงชิ่ง โดยมีฉงชิ่งทำหน้าที่เป็นข้อต่อสำคัญด้วยการเป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางการขนส่งนานาชาติไปยังทิศใต้ สามารถกระจายสินค้าไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนได้สะดวกขึ้น จากเดิมที่มุ่งการขนส่งไปยังประเทศในกลุ่มเอเชียกลาง เอเชียใต้และทวีปยุโรป ซึ่งเส้นทางการขนส่งสินค้าระบบรางไปยังทิศใต้นี้จะใช้รูปแบบการขนส่ง Multimodal transport (公铁海多式联运) ได้แก่

- รูปแบบการขนส่งระบบราง นครหลานโจว มณฑลกานซู (เส้นทางรถไฟหลานโจว - ฉงชิ่ง) เชื่อมต่อกับเส้นทางการขนส่งสินค้าระบบรางไปยังทิศใต้ที่นครฉงชิ่ง - นครกุ้ยหยาง (มณฑลกุ้ยโจว) - นครหนานหนิง (เขตฯ กว่างซีจ้วง)

• รูปแบบการขนส่งทางเรือ ท่าเรือเป่ยปู้ของเขตฯ กว่างซี - ประเทศสิงคโปร์ - กระจายต่อไปยังประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน

## 4. ย้อนดูศักยภาพที่เป็นปัจจัยหลักในการก่อตั้งเขตโลจิสติกส์ฯ

**4.1 มีจุดเด่นทางด้านภูมิศาสตร์** นครหลานโจวตั้งอยู่บริเวณตอนกลางค่อนไปทางตอนเหนือของประเทศ มีระยะทางเชื่อมต่อกับกลุ่มประเทศเอเชียกลางและยุโรปใกล้กว่ามณฑลทางภาคตะวันออก ทำให้ได้รับอานิสงส์จากแผนการพัฒนาเครือข่ายเส้นทางรถไฟของรัฐบาลกลางซึ่งรัฐบาลท้องถิ่นก็ได้พยายามพัฒนาข้อด้อยของตนเองที่ไม่มีพื้นที่สู่ทะเล (landlocked) สู่การเป็นศูนย์กลางการเชื่อมต่อ (landlink) ระบบขนส่งทางรางที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจีนตะวันตก

**4.2 มีบทบาทสำคัญในยุทธศาสตร์การพัฒนาแนวทางเศรษฐกิจเส้นทางสายไหมทางบก** โดยเฉพาะด้านการค้า วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว

**4.3 มีเขตเมืองใหม่นครหลานโจว (Lanzhou New Area)** ตั้งขึ้นเมื่อปี 2555 เป็นเขตขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพในการรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจในพื้นที่และจากต่างประเทศได้โดยเป็นเขตเมืองใหม่ระดับชาติลำดับที่ 5 ของจีนและเป็นเขตแรกในภาคตะวันตกเฉียงเหนือ (ปัจจุบันจีนมีเขตเมืองใหม่ระดับชาติทั้งหมด 19 เขต) โดยใน 4 เดือนแรกของปี 2564 ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ของเขตฯ มีการขยายตัวมากถึงร้อยละ 20.2 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 และมีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นถึง 2.3 เท่า การเชื่อมโยงของฐานอุตสาหกรรมของทั้งสองพื้นที่ที่รองรับระบบสาธารณูปโภคและเส้นทางการขนส่งสินค้าสามารถทำได้อย่างไร้รอยต่อ

## 5. "Smart Inland Port" เขตโลจิสติกส์นานาชาตินครหลานโจว มุ่งสู่การเป็นท่าเรือบกอัจฉริยะ

เดือนธันวาคม 2561 เขตโลจิสติกส์ฯ ได้รับอนุมัติให้เป็นโครงการนำร่องสาธิตการขนส่งหลายรูปแบบแห่งแรกของประเทศ (全国首批多式联运示范工程) โดยตั้งเป้าพื้นที่ 5 ฟังก์ชัน (五大核心功能) รองรับการเป็นพื้นที่ขนส่งสินค้าทางรางครอบคลุมพื้นที่ 3 มณฑลทางภูมิภาคตะวันตกเฉียงเหนือ คือ มณฑลกานซู ชิงไห่ และเขตฯ หนิงเซี่ยหุย โครงการนำร่องฯ นี้มีพื้นที่ครอบคลุม 248,000 ตร.ม. แบ่งออกเป็นพื้นที่จัดเก็บสินค้า พื้นที่ให้บริการสาธารณะ พื้นที่การจัดการและการขนส่งอัจฉริยะ และศูนย์ข้อมูลโลจิสติกส์ท่าเรือบกระหว่างประเทศ

เขตโลจิสติกส์ฯ มุ่งพัฒนา สู่การเป็นท่าเรือบกกึ่งอัตโนมัติ (Smart Inland Port) โดยกำหนด 2 พื้นที่คือ

**5.1 พื้นที่การจัดการและการขนส่งอัจฉริยะ** โดยนำศูนย์คอนเทนเนอร์ที่ขนส่งสินค้าด้วยระบบราง (Lanzhou Railway Container Center) มาพัฒนาให้สามารถรองรับการบริการตู้บรรจุสินค้าด้วยระบบและเครื่องทุ่นแรงที่มีประสิทธิภาพสูง

**5.2 เขตโลจิสติกส์ฯ ได้วางเป้าหมายให้ศูนย์ข้อมูลโลจิสติกส์ท่าเรือบกระหว่างประเทศ** (国际陆港物流信息 中心) เป็นอีกพื้นที่รองรับการพัฒนาสู่ท่าเรือกึ่งอัตโนมัติ ซึ่งจะนำรูปแบบ "IOTs+ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งมาให้บริการและพัฒนาระบบบริการโลจิสติกส์ที่มีความทันสมัย และตั้งเป้าหมายสร้าง "1 ศูนย์กลาง (一中心) 4 แพลตฟอร์ม (四平台)" สร้างแพลตฟอร์มเพื่อเชื่อมโยงฐานข้อมูล ตลอดจนการจัดทำรูปแบบการให้บริการออนไลน์เพื่อลดขั้นตอนและระยะเวลาของผู้ส่งออกอีกด้วย

## 6. พร้อมตั้งเป้าก่อสร้าง 10 สวนอุตสาหกรรม เสริมศักยภาพรองรับการลงทุน

นอกจากเป้าหมายการยกระดับสู่ท่าเรือบกอัจฉริยะแล้ว เขตโลจิสติกส์ฯ ยังได้วางเป้าหมายขยายพื้นที่ก่อสร้าง 10 สวนอุตสาหกรรม เพื่อรองรับการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

| ชื่อสวนอุตสาหกรรม | รายละเอียด |
|---|---|
| 1. China United Logistics Park | ได้เสร็จสิ้นการก่อสร้างโครงการระยะที่ 1 คือ คลังสินค้าขนถ่ายสินค้าชนิดข้ามสาย (Cross-line Loading and Unloading Warehouse) โดยการก่อสร้างระยะที่ 2 จะสร้างศูนย์บริการซื้อขายสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับสินค้าขนาดใหญ่ (Bulk Commodity Electronic Trading Service Center) ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม และในการก่อสร้างระยะที่ 3 มีแผนจะสร้างศูนย์ซื้อขายผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีขนาดใหญ่ (Large-scale Petrochemical Product (Plastic Raw Material) Spot Trading Center) เน้นการซื้อขายวัตถุดิบพลาสติกเป็นหลัก |

| ชื่อสวนอุตสาหกรรม | รายละเอียด |
|---|---|
| 2. ศูนย์กลางการขนส่งผู้โดยสาร (Comprehensive Passenger Transport Hub) | ศูนย์ขนส่งผู้โดยสารแบบครบวงจรครอบคลุมพื้นที่ 80 หมู่ (ราว 32.78 ไร่) โดยจะสร้างศูนย์บริการผู้โดยสารทางไกล ศูนย์รถแท็กซี่ ซ่อมรถยนต์ และบริการกระจายสินค้าอื่น ๆ |
| 3. ศูนย์ขนส่งสินค้าและวัสดุก่อสร้างนานาชาติ (Building Materials International Logistics Park) | ครอบคลุมพื้นที่ 300 หมู่ (ราว 122.95 ไร่) เป็นศูนย์โลจิสติกส์และคลังวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง |
| 4. ศูนย์ขนส่งสินค้าด้วยระบบบริการห้องเย็น (Cold Chain Logistics Processing Comprehensive Park) | ครอบคลุมพื้นที่ 140 หมู่ (ราว 57.37 ไร่) โดยตั้งเป้าให้เป็นศูนย์กระจายสินค้าที่ทันสมัยขนาดใหญ่ด้วยระบบคลังสินค้าเย็นและอุณหภูมิคงที่ ส่งผลดีต่อคุณภาพสินค้านำเข้า |
| 5. ศูนย์ขนส่งรถยนต์และชิ้นส่วนอุปกรณ์ (Automobile Integrated Logistics Park) | ครอบคลุมพื้นที่ 70 หมู่ (ราว 28.68 ไร่) ส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่จัดเก็บสินค้ารถยนต์ เพื่อให้บริการขนถ่ายสินค้า |
| 6. ศูนย์โลจิสติกส์อีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน (Cross border e-commerce Logistics Park) | บูรณาการร่วมกับศุลกากรและสำนักงานตรวจสอบและกักกันโรคของเขตโลจิสติกส์ฯ ในการให้บริการพิธีการทางศุลกากร การประกาศภาษี ค่าธรรมเนียม คลังสินค้า และการจัดจำหน่ายสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ |
| 7. ศูนย์ปฏิบัติการอีคอมเมิร์ซ (e-commerce Operation Center) | ครอบคลุมพื้นที่ 309 หมู่ (ราว 126.64 ไร่) ตั้งเป้าให้บริการข้อมูลการขนส่งสินค้าตลอดจนข้อมูลการบริการจัดการคลังสินค้าที่ทันสมัยด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ |
| 8. ศูนย์โลจิสติกส์ตู้คอนเทนเนอร์ (ระบบราง) (Highway Container Distribution Logistics Park) | ครอบคลุมพื้นที่ 473 หมู่ (ราว 193.85 ไร่) โดยจะเป็นส่วนขยายสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจท่าเรือบกแห่งนี้ ที่เขตโลจิสติกส์ฯ จะเร่งส่งเสริมการนำระบบการจัดการการขนส่งที่ทันสมัยมาใช้สนับสนุนการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal Transportation) |
| 9. ศูนย์แสดงสินค้าท่าเรือบกนานาชาติ (International Inland Port Expo Center) | ครอบคลุมพื้นที่ 669 หมู่ (ราว 274.18 ไร่) โดยจะจัดให้เป็นพื้นที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าปลอดภาษี และศูนย์การประชุม |
| 10. ศูนย์กลางการค้าธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business Trade Center) | ครอบคลุมพื้นที่ 572 หมู่ (ราว 234.43 ไร่) ตั้งเป้าสร้างศูนย์กลางการเงินระหว่างประเทศ ศูนย์นิทรรศการนำเข้าและส่งออก ศูนย์การค้าและโรงแรมห้าดาว |

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่า รัฐบาลมณฑลกานซูไม่เพียงเร่งยกระดับศักยภาพเครื่องมือทางเศรษฐกิจนี้เพียงอย่างเดียว แต่ยังพัฒนาและสร้างให้พื้นที่โดยรอบเขตโลจิสติกส์ฯ เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยได้จริง เพื่อเป็นแหล่งประกอบอาชีพพร้อมส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ประชาชนได้ รวมไปถึงการสร้างแหล่งประกอบอาชีพเพื่อให้ประชาชนโดยรอบสามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่ดังกล่าวได้ โดยมีแผนที่จะพัฒนาพื้นที่ 3 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่บ้านเหอโข่ว ต๋าชวน และหลิวเฉวียน ให้เป็น “สวนพืชชุ่มน้ำต๋าชวน” หรือ (兰州达川湿地) ขนาด 10,000 หมู่ (ราว 4,098 ไร่) ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามแผนการก่อสร้างพื้นที่พักผ่อนสองฝั่งแม่น้ำเหลือง เปิดให้เข้าชมแล้วในปี 2563 ซึ่งไทยอาจปรับใช้โมเดลนี้สู่การพัฒนาเขตชุมชนโดยรอบเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ต่อไป

ปัจจุบัน แม้โครงการก่อสร้างของเขตโลจิสติกส์ฯ จะยังไม่เสร็จสมบูรณ์ 100% แต่จากข้อมูลและพัฒนาการข้างต้นได้สะท้อนให้เห็นว่า มณฑลกานซูซึ่งเคยเป็นมณฑลยากจน มีลำดับ GDP Per Capita ต่ำเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศได้พยายามในการยกระดับความก้าวหน้าของเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะการเร่งพัฒนาเส้นทางการคมนาคมให้สามารถส่งออกได้โดยไม่พึ่งพาเมืองหน้าด่าน ส่งผลดีในระยะยาวต่อเศรษฐกิจและการค้าในพื้นที่ ทั้งนี้ ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครซีอาน จะได้ติดตามพัฒนาการของเขตโลจิสติกส์ฯ เพื่อนำเสนอแก่ท่านผู้อ่านต่อไป

# ส่องเครือข่ายเส้นทางรถไฟมณฑลส่านซี กานซู และเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย: ความเชื่อมโยงกับ ILSTC และโอกาสมุ่งใต้สู่อาเซียน

เจาะลึกข้อมูลสถิติและทิศทางการพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งของมณฑลส่านซี รวมถึงโอกาสในการส่งออกสินค้าของมณฑลกานซู และเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุยสู่อาเซียน

ระเบียงการค้าเชื่อมทางบกและทางทะเลระหว่างประเทศสายใหม่ (國際海陸新貿易走廊: New International Land - Sea Trade Corridor: ILSTC) ถือเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ระดับชาติภายใต้นโยบายหนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง (One Belt One Road) ซึ่งปัจจุบันรู้จักกันดีในชื่อ "Belt and Road Initiatives" หรือ "BRI" ซึ่งเป็นความพยายามของประธานาธิบดี สี จิ้นผิง ในการเชื่อมโยง 3 ทวีป คือเอเชีย ยุโรป และแอฟริกาเข้าด้วยกัน

ILSTC เป็นเส้นทางการค้าและขนส่งที่มีศูนย์กลางอยู่ที่นครฉงชิ่งเชื่อมต่อกับท่าเรือกว่า 190 แห่ง ใน 90 ประเทศ เป็นโครงการร่วมของมณฑลพันธมิตรทางตะวันตกของจีน ได้แก่ นครฉงชิ่ง เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง มณฑลกุ้ยโจว มณฑลกานซู มณฑลชิงไห่ มณฑลซินเจียง มณฑลยูนนาน และเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย

ในบทความนี้ ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครซีอาน ขอนำเสนอข้อมูลสถิติและทิศทางการพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งของมณฑลส่านซี รวมถึงโอกาสในการส่งออกสินค้าของมณฑลกานซู และเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุยสู่อาเซียน โดยใช้ประโยชน์จาก ILSTC ที่เชื่อมต่อกับภูมิภาคตะวันตกของจีนไปยังท่าเรือเมืองซินโจวในเขตฯ กว่างซีจ้วง

## จุดเริ่มต้นของแผนการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของส่านซี

สืบเนื่องจากนโยบายมุ่งตะวันตก มุ่งพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจ การลงทุน ทำให้หลายปีที่ผ่านมาพื้นที่ด้านตะวันตกของจีน เกิดการขยายตัวของภาคการขนส่งและโลจิสติกส์อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการพัฒนาเส้นทางการคมนาคมขนส่งอย่างต่อเนื่อง เพื่อเชื่อมต่อเข้ากับพื้นที่ทางเศรษฐกิจขนาดใหญ่ โดยเฉพาะนโยบายเร่งพัฒนาธุรกิจภาคบริการในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 11 (ปี 2549 - 2553) ซึ่งมณฑลส่านซีก็มีลักษณะเช่นเดียวกับมณฑลอื่น ๆ ทางภาคตะวันตกที่มีการเติบโตด้านคมนาคมแบบก้าวกระโดด และมีการลงทุนทั้งจากทุนในประเทศและต่างประเทศจำนวนมหาศาล ต่อมาในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 12 (ปี 2554-2558) รัฐบาลมณฑลส่านซีได้วางเป้าหมายเพิ่มเติมให้การคมนาคมในมณฑลส่านซีสามารถเชื่อมต่อกับเมือง/มณฑลใกล้เคียง โดยวางนครซีอานเป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อเส้นทางรถไฟไปยังอีก 20 มณฑล โดยอาศัยความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ที่มีที่ตั้งอยู่กึ่งกลางประเทศ ทั้งนี้ รัฐบาลมณฑลส่านซีได้ตั้งเป้าให้นครซีอานเป็นเมือง "One-day Transportation" สามารถใช้เวลาเดินทางไปยังเมืองต่าง ๆ ด้วยรถไฟความเร็วสูงได้โดยใช้ระยะเวลาเพียง 1 วัน นอกจากนี้ ยังถือเป็นจุดเริ่มต้นของการสนับสนุนจากภาครัฐในการให้นครซีอานเป็นพื้นที่เชื่อมต่อกับประเทศในแถบเอเชียกลางและยุโรป ตามข้อริเริ่มเส้นทางสายไหมทางบกพร้อมการจัดตั้งท่าเรือบนดินที่ครบวงจรขึ้นเป็นแห่งแรกของประเทศจีน เพื่อรองรับการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ

## แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 13: ยกระดับเครือข่ายเส้นทางรถไฟเปิดสู่ยุคทองของเส้นทางการขนส่งสินค้าทางราง

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 13 ถือเป็นยุคของการพัฒนาเครือข่ายรถไฟของมณฑลส่านซี โดยเฉพาะเครือข่ายรถไฟความเร็วสูง โดยส่านซีวางตนเองเป็นมณฑลหน้าด่านเชื่อมโยงเครือข่ายรถไฟสู่ภูมิภาคตะวันตกเฉียงเหนือ โดยอาศัยเส้นทางรถไฟหลัก 2 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางรถไฟหลง-ไห่ (陇海铁路) หรือชื่อเต็มว่าเส้นทาง Lanzhou-Lianyungang Railway)[1] และเส้นทางรถไฟเส้นทางรถไฟเป่า-เฉิง (Baoji-Chengdu Railway: 宝成铁路)[2] และได้ขยายเส้นทางรองเชื่อมต่อจากเส้นทางรถไฟหลักทั้งสองออกไปจนครอบคลุมพื้นที่ ตลอดจนแผนก่อสร้างเส้นทางรถไฟความเร็วสูงที่สำคัญ

นอกจากเครือข่ายรถไฟความเร็วสูง มณฑลส่านซียังได้พัฒนาระบบขนส่งทางราง "ฉางอันห้าว" (中欧班列长安号) ขึ้น ภายใต้แแผนการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจและการพัฒนาเส้นทางการขนส่ง โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลกลาง โดยในช่วงแรก (ปี 2556 - 2559) เน้นการขนส่งสินค้าสู่กลุ่มประเทศเอเชียกลาง เอเชียใต้ และยุโรป ต่อมาในช่วงปลายปี 2562 จึงได้เริ่มขยายพื้นที่ให้บริการสู่กลุ่มประเทศนอร์ดิก และเพิ่มบทบาทตนเองสู่เส้นทางขนส่งสินค้านานาชาติที่มีบริการเชื่อมต่อยุโรปเหนือ - ใต้ ในช่วงต้นปี 2563 และทยอยเปิดเส้นทางการขนส่งจากเมืองรอง เพื่อเพิ่มศักยภาพการขนส่งสินค้าจากเมืองรองขนาดใหญ่ของมณฑลส่านซี อาทิ เมืองยวีหลิน เมืองเว่ยหนาน เมืองเป่าจีให้สามารถขนส่งสินค้าส่งออกได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านเมืองหน้าด่านอีกต่อไป โดยใช้นครซีอานเป็นข้อต่อสำคัญในการส่งออกสินค้า ทั้งยังได้เปิดให้บริการขนส่งสินค้าแบบด่วน อาทิ เส้นทางขนส่งสินค้านานาชาติ (ด่วน) ซีอาน - กรุงอังการา ของตุรกี ผ่านการลงนามความร่วมมือกับกระทรวงคมนาคมตุรกี เส้นทางนี้มีระยะทางรวมทั้งสิ้น 12,251 กิโลเมตร ใช้เวลาเพียง 12 วัน (จากเดิม 21 วัน) และใช้ระบบการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal Transportation) ขนส่งสินค้าทางรางและเรือ โดยไม่ต้องผ่านประเทศรัสเซีย ทำให้สามารถย่นระยะเวลาการขนส่ง ส่งผลดีต่อการนำเข้าสินค้าจำพวกเนื้อสัตว์นมและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ ไปยังนครซีอานได้รวดเร็วขึ้น

ในช่วงปี 2563 "ฉางอันห้าว" มีอัตราการเติบโตสวนกระแสโควิด-19 เพราะได้กลายเป็นกลไกสำคัญในการส่งออกสินค้า ถือเป็นการปิดม่าน "ฉางอันห้าว" ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 ลงอย่างงดงามด้วยสถิติการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้นกว่า 52 เท่า (เทียบกับในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12) ปริมาณสินค้าเพิ่มขึ้น 29 เท่า และมีเส้นทางขนส่งสินค้าหลักรวม 15 เส้นทาง (ไม่รวมเส้นทางย่อยและเที่ยวขนส่งเฉพาะกิจ) อีกทั้งยังมีความร่วมมือกับท่าเรือขนาดใหญ่ของจีน อาทิ ท่าเรือชิงต่าวหนิงโปและเหลียนหยุนก่าง ในการเป็นข้อต่อการขนส่งที่สำคัญต่อไปยังเอเชียกลาง เอเชียใต้ และทวีปยุโรปอีกด้วย อย่างไรก็ดี ยังไม่พบการขนส่งสินค้าไปสู่อาเซียนมากนัก

## แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 14: เร่งสานต่อโครงข่ายเส้นทางรถไฟทุกทิศทาง

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 14 (ปี 2564 - 2568) มณฑลส่านซีเร่งสานต่อเครือข่ายเส้นทางคมนาคมด้วยรถไฟแบบทุกทิศทางตามตัวอักษร "米" และวางแผนยกระดับเครือข่ายคมนาคมสู่การพัฒนาอย่างมีคุณภาพสูง โดยตั้งเป้าว่าภายใน 5 ปีจะมีเครือข่ายเส้นทางรถไฟเพิ่มขึ้น 6,500 กิโลเมตร ในจำนวนนี้เป็นเป้าหมายการขยายเส้นทางรถไฟความเร็วระดับกลาง - สูง (中高速铁路: Medium to High speed railway) ไม่ต่ำกว่า 1,500 กิโลเมตร รวมทั้งสานต่อโครงการก่อสร้างรถไฟความเร็วสูง 4 เส้นให้แล้วเสร็จภายในปี 2025 ได้แก่

[1] เส้นทางรถไฟสายเก่าแก่ตั้งแต่ปี 2447 เชื่อมต่อเมืองเหลียนหยุนก่าง มณฑลเจียงซู เมืองท่าสำคัญของจีน – นครหลานโจว มณฑลกานซู ระยะทางรวมกว่า 1,759 กิโลเมตร

[2] เส้นทางรถไฟเชื่อมต่อเมืองเป่าจี ทางทิศตะวันตกของนครซีอาน – นครเฉิงตู มณฑลเสฉวน สร้างขึ้นในปี 2495 ระยะทางรวม 668 กิโลเมตร

นอกจากโครงการลงทุนด้านเครือข่ายรถไฟที่สำคัญ ๆ ข้างต้นแล้ว นครซีอานยังได้รับการสนับสนุนให้เป็นประตูขนส่งสินค้าสู่เอเชียกลาง เอเชียใต้ และยุโรป ผ่านเส้นทางการขนส่งสินค้านานาชาติ "ฉางอันห้าว" ที่กลายมาเป็นฟันเฟืองสำคัญในการในการส่งออกสินค้าสู่ต่างประเทศ โดยไม่ต้องผ่านเมืองหน้าด่าน

**1. โครงการก่อสร้างรถไฟความเร็วสูงซี-เหยียน** (西延高铁) เชื่อมต่อภายในมณฑลส่านซี ระยะทางรวม 300 กิโลเมตร งบประมาณ60,000ล้านหยวน พาดผ่านเมืองและอำเภอขนาดใหญ่ของมณฑลส่านซี อาทิ อำเภอฟู่ผิงของเมืองเว่ยหนาน เมืองถงชวน อำเภอยี่จวิน อำเภอหวงหลิง อำเภอลั่วชวน และเมืองเหยียนอาน ถือเป็นรถไฟความเร็วสูงที่ตัดผ่านที่ราบกวนจงเชื่อมต่อกับพื้นที่สานเป่ย (陕北) หรือพื้นที่ทางตอนเหนือของมณฑลส่านซี ให้สามารถเดินทางไปมาหาสู่กันโดยใช้เวลาเพียงแค่ 1 ชั่วโมง ใช้เวลาก่อสร้าง 4.5 ปี (คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2568)

**2. โครงการก่อสร้างรถไฟความเร็วสูงเส้นต่อขยายซี-สือ** (西十高铁) เป็นส่วนต่อขยายของเส้นทางรถไฟความเร็วสูงอู่-ซี (武西高速铁路 : Wuhan-Xi'an High - speed Railway) เชื่อมต่อนครซีอาน-เมืองสือเยี่ยน (十堰市) มณฑลหูเป่ย ระยะทาง 256 กิโลเมตร งบประมาณการลงทุนจำนวน 46,000 ล้านหยวน พาดผ่าน 7 สถานีของเมืองขนาดใหญ่ของทั้งสองมณฑล ได้แก่ อำเภอหลานเถียน (蓝田县) เมืองซังลั่ว (商洛市) อำเภอซานหยาง (山阳县) อำเภอยวินซี (郧西县) โครงการก่อสร้างทางรถไฟเส้นนี้ พาดผ่านเขตอนุรักษ์และพื้นที่ทางธรรมชาติจำนวนไม่น้อย จึงทำให้การก่อสร้างดำเนินการได้ทีละช่วง ในแต่ละช่วงจะต้องทำการสำรวจผลกระทบสิ่งแวดล้อม ล่าสุดเมื่อเดือนกันยายน 2564 กระทรวงสิ่งแวดล้อมแห่งชาติได้อนุมัติรายงานผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในเส้นทางรถไฟความเร็วสูงซี-สือ แล้ว

**3. โครงการก่อสร้างรถไฟความเร็วสูงซี-คัง**(西康高铁)เชื่อมต่อเมืองใหญ่ภายในมณฑลส่านซีอีกหนึ่งเส้นทาง เริ่มจากนครซีอานสู่เมืองอันคัง ทางตอนใต้ของมณฑลส่านซี โครงการก่อสร้างนี้เป็นส่วนต่อขยายของเส้นทางรถไฟความเร็วสูงเปา-ไห่ (包海高速铁: Baotou -- Haikou High Speed Railway)

แผนโครงสร้างรถไฟความเร็วสูงมณฑลส่านซี (陕西高铁网) ในแผนฯ ฉบับที่ 14 (2564 - 2568) ก่อสร้างตามแบบอักษร 米 เส้นสีแดงแสดงถึงสถานะที่อยู่ระหว่างดำเนินการ

## สถานะเส้นต่อขยายของเส้นทางรถไฟความเร็วสูงเปา-ไห่ (包海高速铁: Baotou -- Haikou High Speed Railway)

| เส้นทาง | ชื่อเส้นทางรถไฟ/โครงการ | สถานะ | ความเร็ว |
|---|---|---|---|
| เมืองเปาโถว เขตฯ มองโกเลียใน -เมืองเหยียนอาน (包头-延安) | - | ยังไม่เริ่มก่อสร้าง | 350 กม./ชม. |
| เมืองเหยียนอาน -นครซีอาน (延安-西安) | 西延高速铁路 Xian-Yanan High speed Railway | เริ่มก่อสร้างเมื่อ 9 ม.ค. 2563 | 350 กม./ชม. |
| นครซีอาน -นครฉงชิ่ง (西安-重庆) | 渝西高速铁路 Chongqing-Xi'an High Speed Railway | เมื่อเดือน พ.ค. 2564 มณฑลเสฉวนและนครฉงชิ่งประกาศร่วมมือใน 67 โครงการลงทุนขนาดใหญ่ งบประมาณรวม 1.56 ล้านล้านหยวน หนึ่งในนั้นคือ การก่อสร้างเส้นทางรถไฟนครซีอาน-นครฉงชิ่ง (西安-重庆) - เมื่อวันที่ 29 มิ.ย. 2564 นครซีอาน ได้เริ่มก่อสร้างช่วงเชื่อมต่อนครซีอาน-เมืองอันคัง โดยอยู่ระหว่างการสร้างอุโมงค์ลอดผ่านภูเขาไท่ซิ่งของเทือกเขาฉินหลิ่ง (秦岭太兴山隧道) | 350 กม./ชม. |
| นครฉงชิ่ง- กุ้ยหยาง (重庆-贵阳) | 渝贵高速铁路 Yugui high-speed railway[3] | ยังไม่เริ่มดำเนินการ | 350 กม./ชม. |
| นครกุ้ยหยาง- นครหนานหนิง (贵阳-南宁) | 贵南高速铁路 Guiyang-Nanning High-speed Railway | เริ่มดำเนินการเมื่อ 23 ธ.ค. 2560 | 350 กม./ชม. |

[3] เดิมมีรถไฟเส้นทางฉงชิ่ง-กุ้ยหยาง (Chongqing-Guiyang Railway) เปิดให้บริการเมื่อ 25 มกราคม 2561

| เส้นทาง | ชื่อเส้นทางรถไฟ/โครงการ | สถานะ | ความเร็ว |
|---|---|---|---|
| นครหนานหนิง-อำเภอเหอผู่ (南宁-合浦) | 邕北铁路 Nanning-Beihai Railway | เปิดให้บริการเมื่อ 28 ธ.ค. 2556 | 200 กม./ชม. |
| อำเภอเหอผู่ – เมืองจ้านเจียง (合浦~湛江) | 合湛高速铁路 Hepu Zhanjiang high speed railway | มีการพิจารณาทบทวนแผนการก่อสร้าง | 350 กม./ชม. |
| เมืองจ้านเจียง-นครไหโข่ว (湛江~海口) | 湛海高速铁路 Zhanhai high speed railway | เริ่มก่อสร้างแล้ว คาดการณ์แล้วเสร็จในปี 2568 | 250 กม./ชม. |
| 海口~三亚 นครไหโข่ว –เมืองซานย่า | 海南环岛铁路 (东环) Hainan roundabout Railway (East Wing) | เปิดให้บริการเมื่อปี 2563 | 250 กม./ชม. |

**4.โครงการก่อสร้างรถไฟความเร็วสูงยวี่-ซี**(渝西高速铁路:Chongqing-Xi'an High Speed Railway) เชื่อมต่อนครฉงชิ่ง-นครซีอาน เป็นอีกหนึ่งเส้นทางสำคัญที่จะเชื่อมต่อนครซีอานลงสู่ตอนใต้ของจีน และเป็นหนึ่งในโครงข่ายรถไฟระยะกลาง-ยาวแห่งชาติ (中长期铁路网规划) รวมทั้งเป็นหนึ่งในแผนการก่อสร้างช่องทางทางบกและทางทะเลใหม่ในภูมิภาคตะวันตกอย่างมีคุณภาพสูงตามแผนพัฒนาฯฉบับที่14 (十四五: 推进西部陆海新通道高质量建设实施方案)โดยพาดผ่าน 2 มณฑลใหญ่และ 1 นครสำคัญ คือ มณฑลส่านซี มณฑลเสฉวน และนครฉงชิ่ง ระยะทาง 538 กิโลเมตร งบประมาณกว่า 127,700 ล้านหยวน หากพิจารณาในส่วนของมณฑลส่านซีพบว่า พาดผ่านนครซีอาน เมืองซังลั่ว เมืองอันคัง ระยะทางรวม 170.42 กิโลเมตร คาดการณ์ว่าเมื่อโครงการก่อสร้างแล้วเสร็จจะช่วยยกระดับศักยภาพด้านการคมนาคมระหว่างเขตว่านโจวของนครฉงชิ่ง พื้นที่เขื่อนสามผา (เมืองอี้ชาง มณฑลหูหนาน: 湖北省宜昌市) และพื้นที่บางส่วนทางตอนใต้ของมณฑลส่านซี

## บทบาทของส่านซีใน ILSTC

หากมองจากแผนโครงสร้างรถไฟของมณฑลส่านซีจะเห็นว่า ได้เน้นการเสริมส่วนขยายเส้นทางรถไฟความเร็วสูงภายในมณฑลให้เชื่อมต่อกันอย่างทั่วถึง และเร่งดำเนินการก่อสร้างโครงการที่เป็นภาระผูกพันให้แล้วเสร็จ หากมองในส่วนของเส้นทางการขนส่งสินค้าทางราง นครซีอานมีศูนย์บูรณาการโลจิสติกส์ทางรถไฟซินจู้ (Xi'an Xinzhu Railway Integrated Logistics Center) เป็นศูนย์กลางการขนส่งและขนถ่ายสินค้าสำคัญที่เชื่อมต่อกับขบวนรถไฟขนส่งสินค้าสู่เอเชียกลางและทวีปยุโรป และมีเป้าหมายจะยกระดับการเชื่อมต่อเข้ากับเขตโลจิสติกส์ระดับชาติ (National Demonstration Logistics Park) ที่สำคัญ อาทิ (1) ฐานอุตสาหกรรมโลจิสติกส์สมัยใหม่ นครฉงชิ่ง (2) ฐานโลจิสติกส์ทางรถไฟสถานีเฉิงเซียง นครเฉิงตู (Chengxiang Railway Logistics Base of Chengdu Railway Administration) (3) เขตโลจิสติกส์สมัยใหม่แห่งจีนตะวันตก เมืองซุยหนิง มณฑลเสฉวน (Modern Logistics Port in Western China (Suining)) (4) เขตโลจิสติกส์นานาชาติเถิงจวิ้น เมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน (Yunnan Tengjun International Land Port) (5) โลจิสติกส์พาร์คอ่าวตะวันออก เมืองฝางเฉิงก่าง เขตฯ กว่างซีจ้วง (Guangxi Fangchenggang Dongwan Logistics Park) และ (6) เขตคลังสินค้าทัณฑ์บนในโลจิกสติกส์พาร์ค เมืองผิงเสียง เขตฯ กว่างซีจ้วง (Guangxi Pingxiang Comprehensive Bonded Zone Logistics Park) ดังนั้น จะเห็นได้ว่าแผนขยายความเชื่อมต่อโครงข่ายรถไฟของมณฑลส่านซี เน้นสานต่อความร่วมมือกับโครงข่ายที่ให้บริการเส้นทางมุ่งลงใต้ โดยเฉพาะโครงข่าย ILSTC

## มณฑลกานซูและเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุยกับการส่งออกสินค้ามุ่งใต้สู่อาเซียน

นอกเหนือจากเส้นทางขนส่งสินค้าของมณฑลส่านซีแล้ว ในช่วงที่ผ่านมาพบว่ามีความพยายามในการเพิ่มช่องทางการขนส่งสินค้าจากมณฑลกานซูและเขตฯ หนิงเซี่ยหุย สู่อาเซียนด้วยเช่นกัน

**มณฑลกานซู** ถือเป็นหนึ่งในพื้นที่บนเส้นทางเชื่อมต่อแผ่นดินยูเรเชียแห่งใหม่ที่รัฐบาลจีนส่งเสริมให้เป็นอีกหนึ่งประตูสำคัญมุ่งสู่ภูมิภาคตะวันตก ด้วยความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ในการเชื่อมต่อตะวันตกและตะวันออก และเป็นหนึ่งในพันธมิตร ILSTC ทำให้ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา กานซูได้เร่งสร้างระบบสาธารณูปโภครองรับการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการก่อตั้งศูนย์ท่าเรือบกนานาชาตินครหลานโจว (International Land Port of Gansu

(Lanzhou): 甘肃(兰州) 国际陆港) โดย 1 ใน 4 พันธกิจหลักของศูนย์ฯ คือ การกำหนดแนวทางการพัฒนาเส้นทางการขนส่งสินค้ามุ่งลงใต้ผ่านระบบการขนส่งทางราง ทางถนน ทางน้ำ และทางอากาศ มีศูนย์ฯ เป็นพื้นที่หลักของกานซูในการขนส่งสินค้าทางรางสู่เมืองข้อต่อสำคัญคือ นครฉงชิ่ง (พึ่งพาเส้นทางรถไฟ Lanzhou-Chongqing Railway เป็นหลัก) และมณฑลกุ้ยโจว ที่จะลำเลียงสินค้าสู่ท่าเรือเมืองซินโจว เขตฯ กว่างซีจ้วง เพื่อขนส่งต่อไปยังภูมิภาคอาเซียน

การขนส่งสินค้าด้วยเส้นทางนี้มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ จากข้อมูลของ NDRC นครหลานโจว ระบุว่า ตลอดปี 2561 มณฑลกานซูขนส่งสินค้าผ่าน ILSTC รวม 35 เที่ยว น้ำหนัก 30,000 ตัน โดยสินค้าส่งออกหลักของมณฑลกานซู ได้แก่ แอปเปิ้ล หอมหัวใหญ่ แร่ใยหิน โซดาแอช และอะลูมิเนียมที่ขึ้นรูปแล้ว สินค้าเหล่านี้ส่งออกไปยังประเทศเวียดนาม อินโดนีเซีย ไทย เมียนมา และไต้หวัน ทั้งนี้ สถิติเมื่อถึงเดือนกรกฎาคม 2564 มณฑลกานซูได้ขนส่งสินค้าผ่าน ILSTC ไปแล้วรวม 172 เที่ยว

ล่าสุด ข้อมูลจากการจัดงานมหกรรมส่งเสริมการค้าและการลงทุนในนครหลานโจว ครั้งที่ 27 ระหว่างวันที่ 8 - 12 กรกฎาคม 2564 ระบุว่า มณฑลกานซูเริ่มส่งออกสินค้าที่นำเข้าจากยูเครน อาทิ ส่งออกข้าวโพดที่ใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์จากยูเครนไปยังมาเลเซีย และเริ่มพบข้อมูลการขนส่งสมุนไพรจีนอีกด้วย

**เขตฯ หนิงเซี่ยหุย** ในปี 2563 เขตฯหนิงเซี่ยหุยร่วมกับอีก 7 มณฑลทางภาคตะวันตก ได้แก่ นครฉงชิ่ง เขตฯ กว่างซีจ้วง มณฑลกุ้ยโจว มณฑลกานซู มณฑลชิงไห่ เขตฯ ซินเจียงอุยกูร์ และมณฑลยูนนาน ได้ลงนามในกรอบความตกลง (MOU) ว่าด้วยการสร้างช่องทางการส่งเสริมเส้นทางขนส่งระหว่างประเทศทางบกและทางทะเล ต่อมาเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2563 ศุลกากร 15 แห่งในภูมิภาคตะวันตกของจีนได้ร่วมลงนาม MOU สนับสนุนการดำเนินการของเส้นทางขนส่งระหว่างประเทศทั้งทางบกและทางทะเล (Memorandum of Cooperation on the Joint Support of Regional Customs for the Construction of "New Land Sea Channel in Western China") ซึ่งครอบคลุมศุลกากรนครซีอาน นครหลานโจว และนครหยินชวนด้วย

ในปัจจุบัน เขตฯ หนิงเซี่ยหุยมีศูนย์โลจิสติกส์ทางหลวงและทางรางเป็นฐานรองรับการขนส่งสินค้าทั้งทางบกและทางราง ซึ่งได้รับการอนุมัติจัดตั้งจากรัฐบาลเขตฯ เมื่อปี 2554 และได้รับการพัฒนาและยกระดับอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมพื้นที่ 7,800 หมู่ (ราว 3,196 ไร่) อาทิ โครงการก่อสร้างทางเชื่อมต่อเข้ากับสถานีรถไฟหยินชวนใต้ (银川火车站南站综合货场) ที่มีสถานที่รองรับการออกลากตู้คอนเทนเนอร์เปล่าเพื่อมาบรรจุสินค้าในพื้นที่หรือโกดัง และมีโครงการลงทุนย่อยในพื้นที่รวม 13 โครงการ

## บทสรุป

แม้มณฑลส่านซี มณฑลกานซู และเขตฯ หนิงเซี่ยหุย จะมิใช่พื้นที่เป้าหมายหลักในการส่งเสริมของแผนแม่บท ILSTC[4] แต่ก็ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกเพื่อเสริมความแข็งแกร่งและสร้างโอกาสทางการค้าเพิ่มเติม โดยปัจจุบันทิศทางการขนส่งสินค้าทางรางของทั้ง 3 มณฑลยังคงเน้น "รถไฟขนส่งสินค้าสู่เอเชียกลางและยุโรป" จึงทำให้ที่ผ่านมาแผนการพัฒนาเครือข่ายรถไฟในพื้นจึงเน้นที่การพัฒนาเครือข่ายรถไฟภายในมณฑลเป็นหลัก เพื่อเสริมศักยภาพและสร้างโอกาสการขนส่งสินค้าจากเมืองรองได้โดยตรง

อย่างไรก็ดี หากพิจารณาถึงแผนการพัฒนาเครือข่ายรถไฟในอนาคตแล้ว จะพบว่านครซีอาน เมืองเอกของมณฑลส่านซี มีแผนการขยายการเชื่อมต่อที่เน้นการสานความร่วมมือกับเครือข่ายที่มีในการให้บริการเส้นทางมุ่งลงใต้ที่ค่อนข้างชัดเจน อีกทั้งรัฐบาลท้องถิ่นก็มีความกระตือรือร้นในการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานให้สอดรับกับแผนพัฒนาเครือข่ายรถไฟอย่างต่อเนื่อง จึงสามารถคาดการณ์ได้ว่า ในอนาคต นอกเหนือจากการเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าระบบรางสู่เอเชียกลางและยุโรปแล้ว นครซีอานจะมุ่งเน้นการเข้ามามีส่วนร่วมใน ILSTC มากยิ่งขึ้น เป้าหมายคือตลาดใหญ่ในอาเซียน ซึ่งศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีนประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครซีอาน จะได้ติดตามพัฒนาการเพื่อนำเสนอแก่ท่านผู้อ่านต่อไป

[4] แผนแม่บทฯ แบ่งเส้นทางระเบียงฯ เป็น 3 เส้น ได้แก่ (1) เส้นทางนครฉงชิ่ง – กุ้ยหยาง (มณฑลกุ้ยโจว)–นครหนานหนิง (เขตฯ กว่างซีจ้วง) – อ่าวเป่ยปู้ (2) นครฉงชิ่ง–เมืองหวนฮว่า (มณฑลหูหนาน)–เมืองหลิ่วโจว (เขตฯ กว่างซีจ้วง)–อ่าวเป่ยปู้ และ (3) นครเฉิงตู – เมืองหลูโจว (มณฑลเสฉวน) – เมืองไป๋เซ่อ (เขตฯ กว่างซีจ้วง) – อ่าวเป่ยปู้

## ภาพเล่าเรื่อง

- China Population 2020
- โอกาสทำเงินจากการเติบโตของตลาดอินเทอร์เน็ตจีน

China
Population
#1 GUANGDONG 126,012,510
#2 SHANDONG 101,527,453
#3 HENAN 99,365,519
#4 JIANGSU 84,748,016
#5 SICHUAN 83,674,866
#6 HEBEI 74,610,235
#7 HUNAN 66,444,864
#8 ZHEJIANG 64,567,588
#9 ANHUI 61,027,171
#10 HUBEI 57,752,557
#11 GUANGXI 50,126,804
#12 YUNNAN 47,209,277
#13 JIANGXI 45,188,635
#14 LIAONING 42,591,407
#15 FUJIAN 41,540,086
#17 GUIZHOU 38,562,148
#18 SHANXI 34,915,616
#19 CHONGQING 32,054,159
#20 HEILONGJIANG 31,850,088
#21 XINJIANG 25,852,345
#22 GANSU 25,019,831
#23 SHANGHAI 24,870,895
#24 JILIN 24,073,453
#25 INNER MONGOLIA 24,049,155
#26 BEIJING 21,893,095
#27 TIANJIN 13,866,009
#28 HAINAN 10,081,232
#29 NINGXIA 7,202,654
#30 QINGHAI 5,923,957
#31 TIBET 3,648,100
THAIBIZCHINA.COM
Business Information Center

CHINA INTERNET REPORT ON JUNE 2020
940 MILLION NETIZEN
20% OF GLOBAL INTERNET USERS
URBAN NETIZEN 69.6%
RURAL NETIZEN 30.4%
PENETRATION BY % POPULATION 67%
52.3% IN RURAL AREAS
53:49
INTERNET USER IS RAPIDLY INCREASING AMONG MIDDLE-AGED AND OLDER ADULTS
GOING MOBILE
SMARTPHONES HAVE BECOME THE TOP INTERNET ACCESS DEVICES IN CHINA
99.2% INTERNET USER ACCESSED INTERNET ON MOBILE PHONE
28 HOURS / WEEK AVERAGE TIME SPENT ON MOBILE INTERNET
SHORT VIDEOS
LIVESTREAMS
E-COMMERCE
ONLINE PAYMENTS
AND OTHER APPLICATIONS
HAVE REDUCED THE THRESHOLD OF INTERNET USE AND ENRICHED PEOPLE'S ENTERTAINMENT
RISE OF SOCIAL MEDIA E-COMMERCE
INFLUENCER MARKETING IS HAVING A BIG MOMENT NOW. BRANDS ARE INCREASINGLY TURNING TO SOCIAL MEDIA PLATFORMS FOR THEIR MARKETING.
WECHAT REMAINS THE MOST WIDELY USED SOCIAL MEDIA PLATFORM
1206 MILLION MONTHLY ACTIVE USERS
85.1% OF WECHAT USERS USE WECHAT MOMENTS
OTHER FEATURES INCLUDE: OFFICIAL ACCOUNT, MOMENTS, WECHAT ADS, MINI PROGRAM OR MINI-APP AND WECHAT PAY
抖音 633 MILLION MONTHLY ACTIVE USERS
FOR YOUR MARKETING PLAN, HERE'S WHAT YOU CAN DO ON DOUYIN: ADVERTISING, INFLUENCER MARKETING, CONTENT MARKETING
TARGET SEGMENTS FOR A MORE EFFECTIVE MARKETING STRATEGY:
GAMING
ENTERTAINMENT
BEAUTY
E-COMMERCE
LIVESTREAMING E-COMMERCE
HAS BECOME A NEW DRIVER FOR CHINA'S ONLINE CONSUMPTION
805.0 MILLION E-PAYMENT
930.7 MILLION INCOMY PROSSERING
749.3 MILLION ONLINE SHOPPING
562.3 MILLION LIVE STREAMING SELLERS
888.2 MILLION VIDEO USERS
M-COMMERCE TAKES OFF
THE WORLD'S LARGEST E-COMMERCE MARKET
OVER OF 50%
80.1% OF CHINESE NETIZENS SHOPPED VIA MOBILE
ONLINE E-COMMERCE TRANSACTIONS
138 MILLION CROSS-BORDER E-COMMERCE USERS
409 MILLION ONLINE FOOD DELIVERY USERS
GAMES
540 MILLION ONLINE GAMER
888 MILLION ONLINE VIDEO USERS
PLAY
สถานกงสุลใหญ่ ณ นครหนานหนิง
ROYAL THAI CONSULATE-GENERAL, NANNING
ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน
THAIBIZCHINA.COM
BUSINESS INFORMATION CENTER

## Factsheet

- Guangxi Zhuang Autonomous Region
- Shaanxi
- Gansu
- Ningxia Hui Autonomous Region
- Yunnan
- Guizhou
- Qinghai
- Inner Mongolia Autonomous Region
- Tibet Autonomous Region
- Xinjiang Uygur Autonomous Region
- New International Land-Sea Trade Corridor (ILSTC)

# GUANGXI ZHUANG

AUTONOMOUS REGION

พื้นที่ 236,660 ตร.กม.

ประชากร

56.9 ล้านคน

***การค้ากับไทย (ปี 2563)***
มูลค่าการค้า รวม **38,038** ล้าน RMB

ข้อมูลเศรษฐกิจปี 2563

GDP 2,215,669 ล้าน RMB

GDP Growth 3.7%

***เมืองเอก***
นครหนานหนิง (Nanning)

เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาระดับชาติ

## *เป็น "ประตูสู่อาเซียน" ของจีน*

เป็นมณฑลที่มีนักศึกษาจีน ***เรียนภาษาไทยมากที่สุด***

***สินค้าส่งออกไปไทย***

จานแม่เหล็ก ฮาร์ดดิสก์ไดร์ฟ สินค้าเบ็ดเตล็ด อะไหล่คอมพิวเตอร์ แป้งทัลคัม บรรจุภัณฑ์สำหรับงานขนส่ง อุปกรณ์ด้านสาธารณสุข แผงวงจรเครื่องพิมพ์ แบตเตอรี่ลิเธียม (ข้อมูล ณ ปี 2563)

***สินค้านำเข้าจากไทย***

ฮาร์ดดิสก์ไดร์ฟ ทุเรียน มังคุด ลำไยสด สตาร์ช มันสำปะหลัง แผงวงจรเครื่องพิมพ์ ถั่วเปลือกแข็ง มันสำปะหลังแห้ง แผงวงจรรวม อุปกรณ์ควบคุมแรงดันไฟ แผงวงจรเครื่องพิมพ์ น้ำยางพารา ปลาป่น (ข้อมูล ณ ปี 2563)





# SHAANXI

เมืองเอก
นครซีอาน
(Xi'an)

สถานที่ท่องเที่ยวโบราณที่มีชื่อเสียง อาทิ ***สุสานจิ๋นซี ภูเขาฮว่าซาน***

***ศูนย์กลางขนส่งและโลจิสติกส์เชื่อมจีนกับเอเชียกลางและทวีปยุโรป***

***การค้ากับไทย ปี 2563***
มูลค่าการค้า รวม **2,841** ล้าน RMB

## จุดเริ่มต้นของ *เส้นทางสายไหมโบราณ*

***สินค้าส่งออกไปไทย***

แผงวงจรรวม ธาตุเคมีสำหรับใช้ในทางอิเล็กทรอนิกส์ แบตเตอรี่พลังงานแสงอาทิตย์ เครื่องหมุนเวียนอากาศ แอปเปิ้ล สาลี่ ผ้าขนหนู สิ่งทอทำจากฝ้าย รถดั้มพ์ (ข้อมูล ณ ปี 2563)

***สินค้านำเข้าจากไทย***

แผงวงจรรวม ปลั๊กเต้ารับ เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องจักรวาเนเดียมออกไซด์และไฮดรอกไซด์ ถุงมือทำด้วยยางใช้ในทางศัลยกรรม เครื่องประมวลผลข้อมูล ทุเรียน มะพร้าว (ข้อมูล ณ ปี 2563)

ข้อมูลเศรษฐกิจ ปี 2563

**GDP 2,618,186 ล้าน RMB**

***GDP Growth 2.2%***

# GANSU

***มีแหล่งพลังงานสะอาด***เป็นอันดับต้นของจีน

พื้นที่ 455,000 ตร.กม.
ประชากร 26.47 ล้านคน
นครเอก นครหลานโจว (Lanzhou)

ข้อมูลเศรษฐกิจปี 2563

GDP 138,189.09 ล้าน USD
GDP Growth 3.9%

***สินค้านำเข้าจากไทย***
สารเคมีอินทรีย์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์อะไหล่ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ข้าวโอ๊ตและธัญพืชสำเร็จรูป ผลไม้และลูกนัต

(ข้อมูล ณ ปี 2563)

***สินค้าส่งออกไปไทย***
ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่ ผลไม้และลูกนัต ผักสดและพืชแร่ธาตุและสารเคมีอนินทรีย์

(ข้อมูล ณ ปี 2563)

***ศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งระบบราง***
ไปยังเอเชียกลางผ่านเส้นทางการขนส่งสินค้านานาชาติ "หลานโจวห้าว"





# NINGXIA HUI
AUTONOMOUS REGION

## เมืองอัจฉริยะ
นำร่องในกลุ่มที่ 2 ของจีน

***มีทรัพยากรยิปซั่มมาก***เป็นอันดับ 1 ของจีน

***มีถ่านหินมาก***เป็นอันดับ 5 ของจีน

***สินค้านำเข้าจากไทย***
ยาง ยางธรรมชาติ พลาสติก อุปกรณ์และเครื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในทางทัศนศาสตร์ฯ อุปกรณ์และเครื่องจักรไฟฟ้า กลุ่มสินค้าที่จัดให้อยู่กลุ่มพิเศษ อุปกรณ์และเครื่องอุปกรณ์ควบคุมโดยอัตโนมัติ

(ข้อมูล ณ ปี 2563)

***สินค้าส่งออกไปไทย***
เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กลและชิ้นส่วน เคมีภัณฑ์อินทรีย์ ยาง โลหะ เคมีภัณฑ์เบ็ดเตล็ด เคมีภัณฑ์อนินทรีย์และสารประกอบอินทรีย์ฯ พืชผัก สิ่งสกัดที่ใช้ฟอกหนังหรือย้อมสี

(ข้อมูล ณ ปี 2563)

ข้อมูลเศรษฐกิจปี 2563

GDP **60,092** ล้าน USD
GDP Growth **3.9%**

พื้นที่ ***66,400 ตร.กม.***
ประชากร ***6.94 ล้านคน***
นครเอก ***นครหยินชวน (Yinchuan)***

การค้ากับไทย มูลค่ารวม
**98.38** ล้าน USD

# YUNNAN

***พื้นที่***
394,000 ตร.กม.
***ประชากร***
47.21 ล้านคน
***เมืองเอก***
นครคุนหมิง
(Kunming)

มณฑลที่มีชนกลุ่มน้อย
มากที่สุดในจีนถึง

**26**

ชาติพันธุ์

***สินค้านำเข้าจากไทย***
ผลไม้ (ลำไย ทุเรียน มังคุด กล้วย ขนุน ส้มโอ มะม่วง) เรือนนาฬิกา โลหะและอะไหล่ ชิ้นส่วนไก่แช่แข็ง สินค้าอีคอมเมิร์ซข้ามแดน กล้วยไม้ เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ (ข้อมูล ณ ปี 2563)

***เป็น "ประตู"***
สู่ภูมิภาค
เอเชียใต้และ
เอเชียตะวันออก
เฉียงใต้ของจีน

การค้ากับไทยปี 2563 มูลค่าการค้ารวม

**11,163 ล้าน RMB**

ข้อมูลเศรษฐกิจปี 2563

GDP
**2,452,190**
ล้าน RMB

GDP
Growth
**4.0%**

***สินค้าส่งออกไปไทย***
ผลไม้และผักสด
ผักแปรรูป ปุ๋ย
สินค้าเบ็ดเตล็ด
ทองแดง เคมีภัณฑ์
และสิ่งปรุงแต่ง
แคลเซียมฟอสเฟต
(ข้อมูล ณ ปี 2563)





# GUIZHOU

***สินค้านำเข้าจากไทย***
ยางพารา ผลไม้ (ทุเรียน ลำไย มังคุด มะพร้าว ส้มโอ) วงจรรวม (ข้อมูล ณ ปี 2563)

การค้ากับไทยปี 2563 มูลค่าการค้ารวม

**1,865**
ล้าน RMB

มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำคัญ อาทิ
**กล้องโทรทรรศน์วิทยุ FAST ใหญ่ที่สุดในโลก**

***พื้นที่*** 171,167 ตร.กม.
***ประชากร*** 38.56 ล้านคน
***เมืองเอก*** นครกุ้ยหยาง
(Guiyang)

***สินค้าส่งออกไปไทย***
กรดฟอสฟอริก ปุ๋ย เหล้าขาว
แคลเซียมฟอสเฟต กีตาร์ (ข้อมูล ณ ปี 2563)

ข้อมูลเศรษฐกิจปี 2563
GDP 1,782,656 ล้าน RMB
GDP Growth 4.5%

เป็นที่ตั้ง Qingzhen Vocational Education Town ซึ่งเป็นศูนย์กลางส่งเสริมความร่วมมือด้านอาชีวศึกษาอาเซียน - จีน

# QINGHAI

เป็นหนึ่งในมณฑลในภาคตะวันตกของจีนที่เข้าร่วม ***The New International Land-Sea Trade Corridor (ILSTC)***

***พื้นที่*** 721,000 ตร.กม.
***ประชากร*** 5.92 ล้านคน
(สถิติสิ้นปี 2563)
***นครเอก*** นครซีหนิง (Xining)

การค้ากับไทยมูลค่า

**5.23** ล้าน USD

***มณฑลที่มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์***
ได้รับสมญานามว่าเป็น "แหล่งขุมทรัพย์ของจีน"

มีทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์กว้างใหญ่ นับเป็นมณฑลที่มีทุ่งหญ้ากว้างใหญ่ที่สุดหนึ่งในสี่ของจีน

***สินค้าส่งออกไปไทย***
สารอนินทรีย์
แร่ธาตุหายาก
ชิ้นส่วนอุปกรณ์
เครื่องจักร เหล็กกล้า
ของเล่น เกลือ กำมะถัน
เฟอร์นิเจอร์ กระดาษและเยื่อกระดาษ
น้ำมันสัตว์และน้ำมันพืช
(ข้อมูล ณ ปี 2563)

ข้อมูลเศรษฐกิจปี 2563

**GDP USD 43.6 พันล้าน**
**GDP Growth**
**+1.5%**





# INNER MONGOLIA

**AUTONOMOUS REGION**

***พื้นที่*** 1.183 ล้าน ตร.กม.
***ประชากร*** 24 ล้านคน
(ปี 2563)
***นครเอก***
นครฮูเหอเฮ่าเท่อ
(Hohhot)

การค้ากับไทยมูลค่ารวม

**298.6** ล้าน USD

***สินค้าส่งออกไปไทย***
เคมีภัณฑ์อินทรีย์ เหล็กกล้า
ผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม
พลาสติกและผลิตภัณฑ์จากพลาสติก เมล็ดธัญพืช น้ำตาล
และขนมทำจากน้ำตาล อุปกรณ์
เครื่องจักร ผักและผลไม้
เฟอร์นิเจอร์ เส้นใยประดิษฐ์
และของทำด้วยเยื่อกระดาษ
(ข้อมูล ณ ปี 2563)

**ฐานการเกษตรและปศุสัตว์**
ที่สำคัญของจีน

**เป็นแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์นมที่ใหญ่ที่สุดของจีน**

***สินค้านำเข้าจากไทย***
พลาสติกและผลิตภัณฑ์
พลาสติก ผ้าขนสัตว์และ
หนังสัตว์ ผลไม้ สิ่งทอ เชื้อเพลิง
ที่ได้จากแร่และน้ำมันแร่
ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ (ข้อมูล ณ ปี 2563)

ข้อมูลเศรษฐกิจปี 2563

GDP USD **251,679** ล้าน USD

GDP GROWTH **+0.2%**

# TIBET
## AUTONOMOUS REGION

ข้อมูลเศรษฐกิจปี 2563

GDP USD **27,586 ล้าน**

GDP GROWTH **+7.8%**

การค้ากับไทย
USD **32,835**
เพิ่มขึ้น **183%**
*ไทยได้ดุลการค้า*

***มีทิวทัศน์ที่สวยงามและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน***ดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

***ได้รับการขนานนามว่าเป็น "หลังคาโลก"***
มีระดับความสูงจากน้ำทะเลโดยเฉลี่ย
**4,572** เมตร

เป็นแหล่งกำเนิดของแม่น้ำหลายสาย และ***เป็นที่ตั้งของภูเขาหิมาลัย***

***พื้นที่*** 1,202,230 ตร.กม.
ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของจีน
(รองจากซินเจียง)
***ประชากร*** 3.65 ล้านคน
***นครเอก*** นครลาซา (Lhasa)

***สินค้านำเข้าจากไทย***
อะลูมิเนียมและผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียม ชิ้นส่วนรถยนต์ เครื่องจักรไฟฟ้า ยางพาราและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับยางพารา (ข้อมูล ณ ปี 2563)





# XINJIANG UYGUR
## AUTONOMOUS REGION

***สินค้านำเข้าจากไทย***
เชื้อเพลิงฟอสซิล ผลิตภัณฑ์พลาสติก แป้ง น้ำตาล อุปกรณ์เครื่องจักรไฟฟ้าและชิ้นส่วน ปลา อะลูมิเนียม การแพทย์ อะลูมิเนียมและผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียม (ข้อมูล ณ ปี 2563)

***GDP***
USD 200 พันล้าน

***GDP GROWTH***
**+3.4%**

***พื้นที่*** 1,660,00 ตร.กม.
***ประชากร*** 25.85 ล้านคน
(ปี 2563)
***นครเอก*** นครอุรุมชี
(Urumqi)

จุดเชื่อมโยงสำคัญของเส้นทาง
***ขนส่งสินค้าทางรถไฟจีน-ยุโรป***

***สินค้าส่งออกไปไทย***
ผลไม้และถั่ว ผลิตภัณฑ์พลาสติก เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์เครื่องจักรไฟฟ้าและชิ้นส่วน สารเคมีอินทรีย์ ผลิตภัณฑ์เหล็กกล้า ผลิตภัณฑ์เซรามิค สารเคมีอนินทรีย์ (ข้อมูล ณ ปี 2563)

***อุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย***
เช่น น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ และถ่านหิน

การค้ากับไทย มูลค่ารวม
**173** ล้าน USD

# "เส้นทางการค้าระหว่างประเทศเชื่อมทางบกกับทางทะเลสายใหม่" (New International Land-Sea Trade Corridor - ILSTC)

หรือเดิมใช้ชื่อว่า "เส้นทางมุ่งลงใต้" เป็นเส้นทางเศรษฐกิจสายใหม่ที่มณฑลภาคตะวันตกของจีนกำลังเร่งผลักดันเพื่อเชื่อมโยงยุทธศาสตร์เส้นทางสายไหมใหม่ โดยอาศัยระบบงานขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ ซึ่งมีท่าเรือรอบ อ่าวเป่ยปู้ (อ่าวตังเกี๋ย) ของเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงเป็น "ข้อต่อ" สำคัญ

## ยุทธศาสตร์ของ "เส้นทาง ILSTC"

- ผลักดันและเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ "หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง" เข้าไว้ด้วยกัน
- ส่งเสริมแผนการพัฒนาพื้นที่ภาคตะวันตกของจีนในการพัฒนาและเปิดสู่ภายนอก
- ส่งเสริมการพัฒนาประชาคมจีนกับอาเซียนด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน

## โอกาสของประเทศไทยบน "เส้นทาง ILSTC"

- มีเส้นทางถนนเชื่อมระหว่างอีสานของไทยกับจีนในการขนส่งสินค้าเจาะตลาดจีน
- มีเรือขนส่งสินค้าระหว่างท่าเรือชินโจวกับท่าเรือแหลมฉบังและท่าเรือกรุงเทพ
- มีระบบขนส่งหลายรูปแบบเพื่อขนส่งสินค้าไปจีน เอเชียกลางและยุโรป
- ใช้ประโยชน์จากตลาดเกิดใหม่ ทำให้มีโอกาสแจ้งเกิดได้ง่ายกว่ามณฑลที่มีการแข่งขันสูง
- มีนโยบายพิเศษที่ดึงดูดการลงทุนโดยเฉพาะอุตสาหกรรมสะอาดและเทคโนโลยีใหม่
- แพลตฟอร์มศูนย์กระจายสินค้า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามแดน (CBEC) และระบบงานโลจิสติกส์



# คณะผู้จัดทำ


### ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครหนานหนิง

**นางสาวเบญจมาศ ตันเวทยานนท์**
กงสุลใหญ่ ณ นครหนานหนิง

**นางสาวชุติกาญจน์ ปะการะสังข์**
กงสุล

**นายกฤษณะ สุกันตพงศ์**
หัวหน้าศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครหนานหนิง

### ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครซีอาน

**นางสาวสุรีย์ ไตรรัตนนุกูล**
กงสุลใหญ่ ณ นครซีอาน

**นางสาวฐิตาภา ภาตะนันท์**
กงสุล

**นางสาวตรีชฎา ขันตยานุวงศ์**
หัวหน้าศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน ณ นครซีอาน

**นางสาวจาง เคอซิน**
เจ้าหน้าที่ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน ณ นครซีอาน

# Contact Us

## Thaibizchina.com

**Thailand Business Information Center In China, Beijing**
No. 21 Guang Hua Road, Chaoyang District, Beijing 100600
(86-10) 8531-8728, 8531-8729, 8531-8730
(86-10) 8531-8714
bicbeijing@gmail.com

**Thailand Business Information Center In China, Guangzhou**
No. 36 Youhe Lu, Chigang Consular Area, Haizhu District, Guangzhou, Guangdong 510310
(86-20) 8966-0636
(86-26) 8966-0639
Guangzhou@Thaibizchna.com
Tbicguangzhou@Gmail.com

**Thailand Business Information Center In China, Shanghai**
No. 18 Wan Shan Road, Changning District, Shanghai 200336
(86-21) 5260-9899
(86-21) 5260-9898
Tbicshanghai@Hotmail.com

**Thailand Business Information Center In China, Kunming**
18th Floor, Shuncheng Twin Towers, East Building, Dong Feng Xi Lu Road, Kunming, Yunnan 650032
(86-871) 6316-6616
(86-871) 6316-6891
Kunming@Thaibizchina.com

**Thailand Business Information Center In China, Chengdu**
12th Floor, Fund International Plaza (Building C), No. 6, Hangkong Road, Chengdu, Sichuan 610041
(86-28) 6689-7861 To 8035
(86-28) 6689-7863
Chengdu@Thaibizchina.com
thaiconsulate.ctu@mfa.mail.go.th

**Thailand Business Information Center In China, Nanning**
1st-2nd Floor, Orient Manhattan Building, No. 52-1, Jinhu Road, Qingxiu District, Nanning, Guangxi 530022
(86-771) 552-6945 To 47
(86-771)559-4997
Nanning@Thaibizchina.com
Nanning@Hotmail.com

**Thailand Business Information Center In China, Xi 'An**
No. 11, East Diamond Peninsula, Yannan 3rd Road, Quijiang New District, Xi' An, Shanxi 700061
(86-29) 893-12831
(86-29) 893-12831
Xian@Thaibizchina.com

**Thailand Business Information Center In China, Xiamen**
Building No. 3, City Hotel Xiamen, No. 16, Hu Yuan Road, Xiamen, Fujian 361003
(86-592) 202-1259
(86-592) 202-7981
Xiamen@Thaibizchina.com
Tbicxiamen@Hotmail.com

**Thailand Business Information Center In China, Qingdao**
15th Floor, Unit 1504-1505, Shangri-La Hotel Centre, No. 9 Xiang Gang Zhong Road, Shinan District, Qingdao, Shandong 266071
(86-532) 6887-7038 To 39
(86-532) 6887-7036
Bic.tao@Mfa.mail.go.th

**Thailand Business Information Center In China, Hong Kong**
Fairmont House, 8th Floor, 8 Cotton Tree Drive, Central, Hong Kong S.a.r.
(852) 2532-5119
(852) 2521-8629
Bizhk@Thai-Consulate.org.hk

THAIBIZCHINA.COM
Business Information Center

# วารสารฉบับพิเศษ ถนนทุกสายมุ่งสู่จีนตะวันตกกับระเบียงการค้าระหว่างประเทศเชื่อมทางบกกับทางทะเลสายใหม่