

ความท้าทายของทุเรียนไทยในตลาดจีน

: เมื่อเวียดนามรุกหนัก และจีนเลือกได้

สิริภรณ์ อริญคร | นิชมล ปัญญาวิโรกุล ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้

วันที่ 28 พฤษภาคม 2569

ตลอดหลายปีที่ผ่านมา “ทุเรียน” คือผลไม้ส่งออกอันดับหนึ่งของไทย ที่มีมูลค่าการส่งออกกว่าแสนล้านบาทต่อปี สร้างรายได้เป็นกอบเป็นกำให้กับชาวสวนทุเรียน จุดกระแสให้หันมาปลูกกันมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 68 ไทยยังคงครองแชมป์มูลค่าการส่งออกทุเรียนอันดับหนึ่งไปจีน แต่หากพิจารณาด้านปริมาณพบว่า เวียดนามสามารถเบียดไทยขึ้นแทนอันดับหนึ่งด้วยส่วนแบ่งตลาดจีน 50.4% ทั้งให้ไทยตกมาเป็นอันดับสองแบบฉิวเฉียดที่ 49.3% ซึ่งสร้างความกังวลใจให้แวดวงทุเรียนไทยไม่น้อย

การที่เวียดนามตีตลาดได้เร็วขนาดนี้ จึงเป็นคำถามคาใจว่า ทุเรียนไทยจะยังเป็นที่ต้องการอยู่ไหม ? แนวโน้มการบริโภคทุเรียนของจีนซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักเป็นอย่างไร ? สถานการณ์คู่แข่งมีแนวโน้มเป็นอย่างไร ? มาร่วมกันหาคำตอบผ่านมุมมองการวิเคราะห์ด้วยสถิติและการสัมภาษณ์ผู้รู้ลึกในวงการทุเรียนไปพร้อมกันได้จากบทความนี้



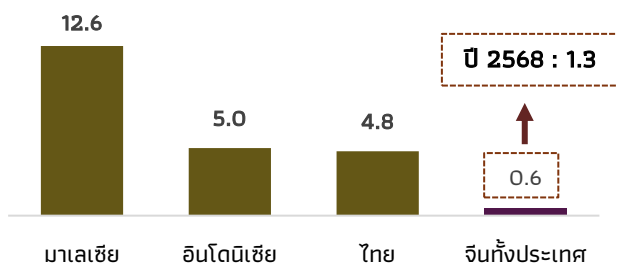
ทุเรียนไทยยังเป็นที่ต้องการของตลาดจีนอยู่ไหม ?

ทำไมต้องสนใจตลาดจีน เพราะ “จีน” คือผู้บริโภครูปร่างอันดับหนึ่งของโลก โดยครองสัดส่วนการนำเข้าสูงถึง 90% ของมูลค่าการค้าทุเรียนทั่วโลก จีนจึงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางราคา ไทยเองก็พึ่งพาจีนเป็นตลาดส่งออกหลัก อย่างไรก็ตาม แม้มีความเสี่ยงจากการพึ่งพาตลาดเดียว แต่จากการศึกษา พบว่าตลาดทุเรียนไทยยังมี “โอกาส” ให้ไปต่อและเติบโตได้อีก จากปัจจัยสนับสนุน ดังนี้

1 ตลาดจีนยังไปต่อได้ และมีศักยภาพในการเติบโต

1.1 อัตราการบริโภคทุเรียนต่อคนของจีน ยังน้อยเมื่อเทียบกับชาติอื่น ถึงแม้อัตราการบริโภคทุเรียนคนจีนในปี 2568 เพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัวเป็น 1.3 กก./คน/ปี แต่ยังถือว่าต่ำมากเมื่อเทียบกับกลุ่มอาเซียน สะท้อนถึง “ช่องว่าง โอกาสทางการตลาด” ที่รอการเติมเต็ม (รูปที่ 1)

รูปที่ 1 : อัตราการบริโภคทุเรียนของโลก ปี 2564 (กก./คน/ปี)



ที่มา : ITC, Department of Agriculture Malaysia, สศค., คำนวณโดยผู้เขียน

1.2 การบริโภคยังกระจุกตัวใน 4 มณฑลหลัก เฉลี่ย 5.5 กก./คน/ปี ขณะที่เมืองศักยภาพสูงอย่างกรุงปักกิ่ง มณฑลเสฉวน และจงชิ่ง การบริโภคยังต่ำ หากผลักดันกลุ่มนี้ให้แตะ 5.5 กก./คน/ปี และกระตุ้นเมืองรองอื่นๆ ให้ถึง 1 กก./คน/ปี ส่งผลให้ความต้องการทุเรียนเพิ่มขึ้นเกือบ 1 ล้านตัน หรือกว่า 60% (รูปที่ 2)

รูปที่ 2 : อัตราการบริโภคทุเรียนของจีน ปี 2567 (กก./คน/ปี)

จัดกลุ่มการบริโภคทุเรียนของคนจีนตามมณฑล

1. Demand ดี
อัตราการบริโภคเฉลี่ย (กก./คน/ปี)

5.5

อาทิ มณฑลยูนนาน, กวางซี, กวางตุ้ง และมหานครเซี่ยงไฮ้

2. ควรผลักดัน
อัตราการบริโภคเฉลี่ย (กก./คน/ปี)

< 5.5

กลุ่ม Tier 1 และ New Tier 1 : มีศักยภาพ กำลังซื้อสูง

3. ไม่มองข้าม
อัตราการบริโภค

ยังน้อย

เมืองรอง กลุ่ม Tier 2-5 : กำลังซื้อน้อย

หมายเหตุ : Tier คือ การจำแนกระดับเมืองของประเทศจีน พิจารณาจากดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจ จำนวนประชากร และโครงสร้างพื้นฐาน
ที่มา : NBS, ข้อมูลนำเข้าส่งออกศุลกากร และสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู กระทรวงพาณิชย์, คำนวณโดยผู้เขียน


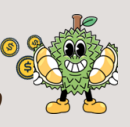
1.3 ระบบโลจิสติกส์จีนดีขึ้น การพัฒนาระบบขนส่งของจีนก้าวไปไกลอย่างมาก โดยเฉพาะระบบคลังสินค้าแช่เย็น (Cold Chain Logistics) ซึ่งเป็น **โครงข่ายยุทธศาสตร์ระดับชาติ** ที่ครอบคลุมอย่างทั่วถึงไปยังเมืองรอง ช่วยรักษาความสดใหม่และคุณภาพของผลไม้ให้ถึงมือผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

1.4 ระบบการค้า E-commerce และ live เติบโตดี แม้ปัจจุบันช่องทางการขาย offline ยังคงเป็นช่องทางหลัก แต่การขายผ่านแพลตฟอร์มและการ live จากสวนและสั่งซื้อล่วงหน้า (Pre-order) เป็นที่นิยมมากขึ้น อีกทั้งช่วยให้ผู้นำเข้าสามารถบริหารจัดการสินค้าได้ทันทีที่ถึงด่านนำเข้า ช่วยลดต้นทุนการจัดเก็บและเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้าสู่ลูกค้าได้อย่างแม่นยำ

2 **อัตลักษณ์และคุณภาพทุเรียนไทยเหนือกว่าเวียดนาม (Premium Positioning)** ด้วยรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ทุเรียนไทยยังคงครองตำแหน่งด้าน **"คุณภาพ"** ในตลาดจีน สะท้อนจากราคาทุเรียนไทยที่จัดอยู่ในกลุ่ม **ตลาดพรีเมียม** สามารถตั้งราคาขายได้สูงกว่าทุเรียนเวียดนามจนถึงปัจจุบัน

3 นอกจากจีนไทยยังมีโอกาสขยายตลาดทางเลือกที่มีศักยภาพ ได้มากขึ้น เพื่อสร้างสมดุลและลดความเสี่ยงในการพึ่งพาตลาดเดียว ไม่ว่าจะเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงในเอเชียอย่าง **เกาหลีใต้ และไต้หวัน** ที่การนำเข้าเพิ่มขึ้นจากอดีตมาก แต่มีมาตรฐานด้านสุขอนามัยที่เข้มงวดกว่าจีน ซึ่งเข้าทาง "จุดแข็ง" ของทุเรียนไทยที่มีระบบ GAP/GMP ที่ดี นอกจากนี้ ยังมีโอกาสจากตลาดตะวันออกกลาง ซึ่งมีกำลังซื้อสูงและมองทุเรียนเป็น **Luxury Fruit**

เกร็ดข้อมูลน่ารู้

- ข้อควรระวังสำคัญ แม้ตลาดจีนมีกำลังซื้อสูง แต่หากตรวจเจอสารปนเปื้อน การส่งออกจะจกได้ทันที 
- พฤติกรรมชาวจีนนิยมทุเรียนไซส์เล็กและแกะเนื้อมากขึ้น ตามความสะดวกและขนาดครอบครัวที่เล็กลง 

ส่องคู่แข่งทุเรียนในตลาดจีน

“แม้การบริโภคทุเรียนของตลาดจีนยังสามารถขยายตัวได้ แต่จีนก็เปิดรับทุเรียนจากหลายประเทศเพิ่มขึ้นเช่นกัน”

รูปที่ 3 : ประเทศที่ได้รับอนุญาตส่งทุเรียนผลสดไปจีน

ประเทศ	วันที่ได้รับอนุญาต	ข้อมูลทุเรียนแต่ละประเทศ
ไทย	ปี 2546	ปริมาณผลผลิตมาก คุณภาพเป็นที่ยอมรับ และมีประสบการณ์ส่งออก
เวียดนาม	ก.ค. 2565	ปริมาณผลผลิตมาก, ได้เปรียบเรื่องต้นทุนและการขนส่ง และมีฤดูกาลชนกับไทย
ฟิลิปปินส์	ม.ค. 2566	พื้นที่ปลูกและผลผลิตน้อย ขนส่งนาน คุณภาพพยายก
มาเลเซีย	มี.ย. 2567	เน้นพันธุ์พื้นเมือง, ทุเรียนพรีเมียม ตัดสุก, ขนส่งนาน
กัมพูชา	ก.ค. 2568	พื้นที่ปลูกและผลผลิตน้อย
ลาว	ธ.ค. 2568	ขยายพื้นที่ปลูกมาก ผลผลิตจะเร่งขึ้นในอีก 5 ปีข้างหน้า การขนส่งเร็วและราคาถูกกว่าไทย
พม่า	Tentative 2569	ผลผลิตน้อย ค่าแรงงานต่ำ ขนส่งเร็วและราคาถูก

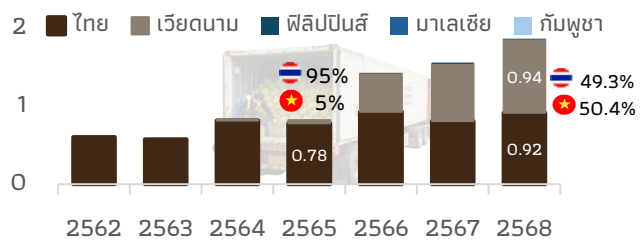
หมายเหตุ : ก่อน ก.ค. 65 เวียดนาม อาจมีการส่งออกทุเรียนไปจีน ผ่านประเทศที่ 3 ซึ่งไม่มีปริมาณที่เป็นทางการ
ที่มา : รวบรวมโดยผู้เขียน

ก่อนปี 2565 ไทยเป็นประเทศเดียวที่ได้รับอนุญาตส่งออกทุเรียนผลสดไปจีน ครองส่วนแบ่งตลาดจีนทั้งหมด แต่จุดเปลี่ยน ณ ก.ค. 2565 เมื่อจีนอนุญาตนำเข้าจากเวียดนามเป็นรายที่สอง และตามมาด้วยการอนุญาตให้ประเทศอื่น ๆ ต่อเนื่อง รวมทั้งหมด 6 ประเทศ (รูปที่ 3)

ขณะเดียวกัน จีนเริ่มทดลองปลูกทุเรียนภายในประเทศ ณ มณฑลไหหลำ เพื่อรองรับอุปสงค์ที่ขยายตัวต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดยังมีน้อยมาก

ในบรรดาคู่แข่งทั้งหมด เวียดนามถือเป็นคู่แข่งที่น่ากังวลที่สุดของไทย สะท้อนให้เห็นจากส่วนแบ่งการตลาด (market share) ในจีน ที่เติบโตอย่างก้าวกระโดดจาก 5% ในปี 2565 เป็น 50.4% ในปี 2568 ซึ่งสูงกว่าประเทศไทยเป็นครั้งแรก (รูปที่ 4) ทั้งนี้แม้คู่แข่งเพิ่มขึ้น จีนยังคงนำเข้าทุเรียนไทยเพิ่มขึ้นเช่นกัน ดังนั้น การรักษาคุณภาพและมาตรฐานการผลิต จึงเป็นทางรอดในการรักษาตลาดไว้

รูปที่ 4 : ปริมาณนำเข้าทุเรียนผลสดของจีน(ล้านตัน)

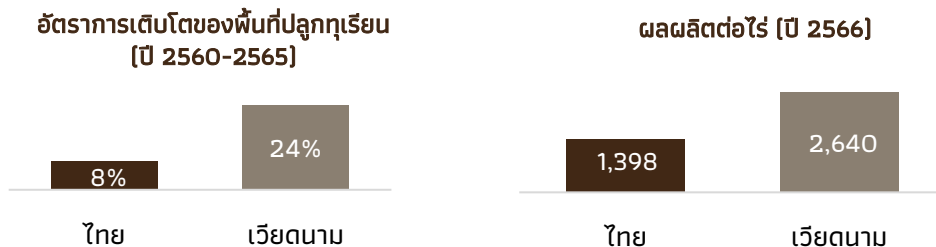


ที่มา : ITC, คำนวณโดยผู้เขียน

ทำไมเวียดนามถึงเป็นคู่แข่งที่น่ากังวลของไทย ?

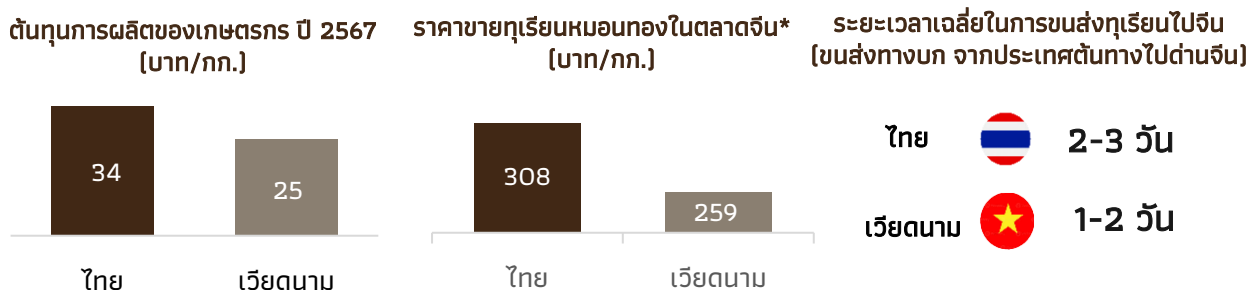
1 ผลผลิตทุเรียนเวียดนามขยายตัวอย่างก้าวกระโดด และอาจแซงไทยในอีก 5 ปีข้างหน้า

ช่วงปี 2560-2565 ที่ผ่านมา พื้นที่ปลูกทุเรียนในเวียดนามขยายตัวเฉลี่ยถึง 24% ต่อปี สูงกว่าไทยถึง 3 เท่า โดยรูปแบบสวนทุเรียนส่วนใหญ่ของเวียดนาม เป็นเกษตรอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ บริหารจัดการอย่างเป็นระบบ และวางระบบชลประทานและการให้ปุ๋ยที่แม่นยำสูง รวมถึงการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าช่วยมากกว่าการพึ่งพาแรงงานคนเพียงอย่างเดียว ส่งผลให้มีผลผลิตต่อไร่ (Yield) สูงกว่าไทย จึงคาดว่าปริมาณผลผลิตของเวียดนามอาจขึ้นมาเทียบเท่าหรือแซงหน้าไทยได้ภายในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า



2 เวียดนามได้เปรียบด้านต้นทุนและภูมิศาสตร์ ทำให้แข่งขันด้านราคาได้มากกว่าไทย

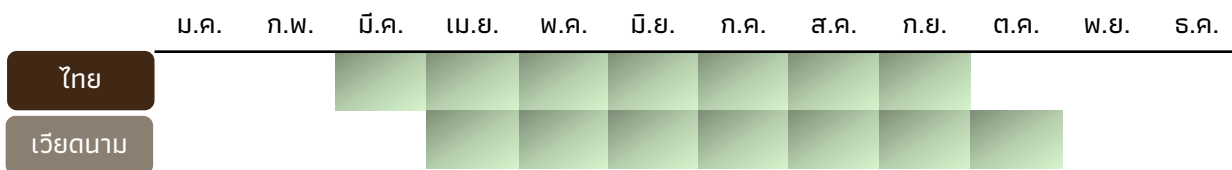
ต้นทุนการผลิตทุเรียนของเวียดนามต่ำกว่าไทย ทั้งจากต้นทุนการปลูกของเกษตรกรที่เฉลี่ยเพียง 25 บาท/กก. ขณะที่ต้นทุนของเกษตรกรไทยอยู่ที่ 34 บาท/กก. ประกอบกับ ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ที่อยู่ใกล้กับตลาดผู้บริโภคจีน ทำให้ต้นทุนค่าขนส่งถูกกว่าและใช้ระยะเวลาขนส่งสั้นกว่าไทย ส่งผลให้ราคาขายของทุเรียนเวียดนามต่ำกว่าไทย และจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาเลือกซื้อทุเรียนเวียดนามมากขึ้น



หมายเหตุ : *ราคาขายส่งตลาดเจียง ชิง ณ เมษายน 2569

3 สงครามราคาในช่วงฤดูการทุเรียนเวียดนามทับซ้อนกับทุเรียนไทย

ฤดูกาลเก็บเกี่ยวของเวียดนามมีความใกล้เคียงกับไทย โดยเฉพาะในไตรมาสที่ 3 ซึ่งตรงกับ ทุเรียนภาคใต้ของไทย การออกสู่ตลาดพร้อมกันส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรง นอกจากนี้ เวียดนามเองก็ส่งออกทุเรียนสายพันธุ์หมอนทอง ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่จีนชื่นชอบ จึงกลายเป็นปัจจัยหลักที่กดดันให้ราคาทุเรียนไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้





อะไรทำให้ทุเรียนไทยยังครองใจชาวจีน ?

ในตลาดจีน ทุเรียนไม่ได้ถูกตัดสินด้วยราคาเพียงอย่างเดียว แต่คุณภาพคือตัวกำหนดมูลค่าที่แท้จริง ผู้บริโภคชาวจีนยินดีจ่ายในราคาสูง หากสินค้าที่ได้รับ "ยืนหนึ่งด้านคุณภาพ" กลยุทธ์ของไทยจึงไม่เน้นแข่งขันที่ปริมาณหรือสงครามราคา แต่ชูจุดขาย “คุณภาพและภาพลักษณ์พรีเมียม” ผ่านรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ เนื้อแห้งและหวานมัน ควบคู่ไปกับ “มาตรฐานการผลิตและความปลอดภัยอาหาร” ที่เหนือกว่าคู่แข่ง สิ่งเหล่านี้คือหัวใจสำคัญที่สร้างความเชื่อมั่นและรักษาตำแหน่งผู้นำตลาดทุเรียน โดยจุดแข็งสำคัญมี 3 ข้อหลักดังนี้

1 ความพร้อมของผู้ประกอบการไทยและมาตรฐานการผลิตที่เหนือกว่าเวียดนาม

จุดแข็งสำคัญของทุเรียนไทยคือ “ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ” ที่สั่งสมมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่ทักษะการผลิตจนถึงเก็บเกี่ยวของเกษตรกร รวมถึงการประเมินความสุกก่อนเก็บเกี่ยวที่แม่นยำ ไปจนถึงความพร้อมเหนือคู่แข่งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน เห็นได้จากจำนวนสวนและโรงคัดบรรจุที่ขึ้นทะเบียนส่งออกไปจีนกับ GACC มากกว่าคู่แข่ง นอกจากนี้ไทยยังมีหน่วยงานที่ดูแลเรื่องมาตรฐานการผลิต หากสามารถบังคับใช้มาตรฐานเหล่านี้ได้อย่างจริงจัง ควบคู่กับศักยภาพในการตรวจสอบปนเปื้อนของไทยที่ครอบคลุม จะช่วยยกระดับให้ทุเรียนไทยมีคุณภาพที่สม่ำเสมอและรักษาความเชื่อมั่นในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน

จำนวนสวนและโรงคัดบรรจุที่ได้รับการขึ้นทะเบียนกับ GACC (ข้อมูล ณ 8 ตุลาคม 2568)

	สวน	โรงคัดบรรจุ
	90,000	1,400
	1,273	125

ที่มา : ฝ่ายเกษตรประจําสถานกงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้, คำนวณโดยผู้เขียน









2 ความได้เปรียบเรื่องสายพันธุ์

ทุเรียนสายพันธุ์ “หมอนทอง” ของไทยมีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งด้วย เอกลักษณ์ 3 ด้านหลัก ได้แก่ **รสชาติ** ที่หวานมัน **กลิ่นหอมละมุน** ที่ไม่รุนแรงทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่ได้ง่าย และหัวใจสำคัญคือ **รูปลักษณ์** ที่มีเปลือกหนา แข็งแรง ช่วยยืดอายุการเก็บรักษา (Shelf-life) ได้นานกว่าพันธุ์อื่น ส่งผลให้มีความทนทานต่อการขนส่งระยะไกลและคงคุณภาพความสดใหม่ไว้ได้ดีเยี่ยมจนถึงมือผู้บริโภคในต่างประเทศ

3 ระบบขนส่งและการรักษาคุณภาพผลผลิต

ไทยได้เปรียบจากประสบการณ์ส่งออกที่ยาวนาน และมีความยืดหยุ่นของช่องทางขนส่งหลากหลาย ทั้งทางบก เรือ อากาศ และราง ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงเมื่อเกิด shock นอกจากนี้ ไทยยังมีระบบการจัดการความเย็น (Cold Chain) และบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานทำให้ทนต่อการขนส่งระยะไกลและรักษาคุณภาพผลผลิต

แนวทางการรักษามาตรฐานและคุณภาพทุเรียนไทย

-  **ไม่อ่อน** ตัดทุเรียนได้ % แป้งที่กำหนด  **มี GAP** และตรวจสอบย้อนกลับได้
-  **ไม่หอน** ดูแลรักษาผลผลิตไม่ให้มีหอนเจาะเมล็ด  **มี GMP** ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน ระบบขนส่งมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว
-  **ไม่มีสี/ไม่มีสาร** ไม่มีสารปนเปื้อนตามเกณฑ์ที่กำหนด  **ใช้วัสดุการผลิตดี** ตามที่กรมวิชาการกำหนด
-  **ไม่สวมสิทธิ์** ห้ามลักลอบนำทุเรียนเพื่อนบ้านเข้ามาสวมสิทธิ์ GAP ของสวนไทย  **จัดทำปฏิทินผลผลิต** ลดผลผลิตออกพร้อมกัน

สุดท้ายนี้ ทุเรียนไทยก็ยังเป็นที่ต้องการของจีน จากทั้งความต้องการจีนที่มีแนวโน้มเติบโตได้ รวมถึงคุณภาพทุเรียนไทยที่ยืนหนึ่งเป็นที่ยอมรับ แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่าการแข่งขันจากเวียดนามจะทวีความรุนแรงขึ้น การสู้ด้วย "ราคาและปริมาณ" อาจไม่ใช่คำตอบอีกต่อไป ทางออกสำคัญคือการปรับตัวเพื่อรักษาฐานตลาด ที่มุ่งเน้นคุณภาพและความเชื่อมั่นเป็นหลัก ดังนั้น การรักษามาตรฐานการผลิตควบคู่กับการต่อยอดอัตลักษณ์ที่โดดเด่น จึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยให้ทุเรียนไทยยังคงครองความเป็นผู้นำและรักษาความได้เปรียบทางการตลาดได้อย่างยั่งยืน