

Fact Sheet

สาธารณรัฐประชาชนจีน (People's Republic of China)



1. ข้อมูลทั่วไป

พื้นที่ : 9.6 ล้าน ตร.กม.

เมืองหลวง : กรุงปักกิ่ง

เมืองสำคัญ : ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กวางโจว

ประชากร : ประมาณ 1.4 พันล้านคน (ต.ค. 2021)

ภาษาราชการ : ภาษาจีนกลาง (Mandarin)

ระบอบการปกครอง : คอมมิวนิสต์

ประธานาธิบดี : HE Mr. Xi Jinping

นายกรัฐมนตรี : HE Mr. Li Qiang

สกุลเงิน : หยวนเหรินหมินปี้ (RMB/CNY)

อัตราแลกเปลี่ยน : 4.8184 บาท : 1 หยวน (ก.ค. 2023)

เงินทุนสำรองระหว่างประเทศ : \$ 3.1 trillion (มี.ย. 2020)

ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ : ถ่านหิน น้ำมันดิบ ก๊าซ

ธรรมชาติ แร่เหล็ก อลูมิเนียม โมลิบดีนัม แมงกานีส ดีบุก

ตะกั่ว สังกะสี ปอท และป่าไม้

2. เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจ

| | ปี 2022 | ปี 2023F | ปี 2024F |
|------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| GDP current price (US\$ bn) | 18,100.04 | 19,373.59 | 20,881.37 |
| GDP Per Capita (US\$) | 18,117.15 | 19,073.98 | 19,944.53 |
| GDP Growth (%) | 2.988 | 5.238 | 4.481 |
| Goods & Services Exports (%) | -1.265 | -1.62 | 2.282 |
| Inflation Rate (average,%) | 1.876 | 1.985 | 2.191 |
| Unemployment Rate (%) | 4.20 | 4.10 | 3.90 |

สินค้าส่งออกสำคัญของจีน ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้า เครื่องจักรกล (รวมคอมพิวเตอร์)

เฟอร์นิเจอร์และเครื่องนอน พลาสติก อุปกรณ์ทางทัศนศาสตร์

ตลาดส่งออกสำคัญของจีน ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เวียดนาม เกาหลีใต้

สินค้านำเข้าสำคัญของจีน ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้า น้ำมันเชื้อเพลิง เครื่องจักรกล สินแร่/

ตะกั่วและแร่ อุปกรณ์ทางทัศนศาสตร์

ตลาดนำเข้าสำคัญของจีน ได้แก่ ใต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย

3. ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

ยุทธศาสตร์และกิจกรรม ปีงบประมาณ 2023

1. รุกตลาดศักยภาพเดิม เปิดเพิ่มตลาดใหม่ และขยายสัดส่วนการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดโลก

1.1 โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ในภูมิภาคจีน

1.2 โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands ในหลายใจ คุณหมิง ไท่หนาน

1.3 โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า The 20th CAEXPO หนานหนิง และงานแสดงสินค้า China International Import Expo 2023 (CIEE 2023) เซี่ยงไฮ้

2. สร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทย ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ Megatrends และ Next Normal

2.1 โครงการสร้างแบรนด์ประเทศไทยผ่านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพที่ได้รับตรา Thailand Trust Mark การพัฒนาและส่งเสริมแบรนด์สินค้าและบริการที่ได้รับตรา Thailand Trust Mark

2.2 โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทย ในตลาดจีน

2.3 โครงการ Thai Food Pop up store 2023 กวางโจว

2.4 โครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารฮาลาลร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในต่างประเทศ

2.5 คณะผู้แทนการค้าสินค้าอาหารฮาลาลเยือนตลาดจีน

2.6 โครงการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าในต่างประเทศ (In-Store Promotion) ในคุณหมิง ฮาร์บิน ฉงชิ่ง และหนานหนิง

2.7 โครงการจัดดูหาเจรจาการค้าและประชาสัมพันธ์สินค้าฮาลาลในงาน China Arab States Expo

4. สถานการณ์เศรษฐกิจ

นโยบายเศรษฐกิจ/การค้า/การลงทุน

1. จีนเปิดประเทศให้ชาวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศ

ภายหลังการยุตินโยบาย Zero Covid จีนได้เปิดประเทศให้ชาวต่างชาติสามารถเดินทางเข้าประเทศได้ตั้งแต่วันที่ 15 มีนาคม 2023 ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวกลับสู่ภาวะปกติ เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจีนมากขึ้น

แนวทางการส่งเสริมการบริโภค การสร้างเสถียรภาพการค้าและการลงทุนจากต่างประเทศ ปี 2023 ของจีน จีนยังคงเป็นตลาดที่มีเสถียรภาพ สถานการณ์การค้ากับต่างประเทศ และการลงทุนจากต่างประเทศยังคงเติบโตต่อเนื่อง โดยในปี 2023 จีนมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ รวมทั้งรักษาเสถียรภาพการค้าและการลงทุนจากต่างประเทศ ให้เป็นไปตามมติการประชุม Central Economic Work Conference (CEWC) รวมถึงการประชุมผู้บริหารสภาแห่งรัฐสาธารณรัฐประชาชนจีน สรุปสาระสำคัญ ดังนี้

- ส่งเสริมการบริโภคในประเทศ สำหรับสินค้าสำคัญ เช่น รถยนต์ ของตกแต่งบ้าน ภายใต้แนวคิด “ปี 2023 ปีแห่งการส่งเสริมการบริโภค” เพิ่มประสิทธิภาพผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม เพิ่มบทบาทร้านค้าและธุรกิจอัจฉริยะ และคุณภาพสูง

- สร้างเสถียรภาพการค้าต่างประเทศ ส่งเสริมการค้าและการจัดหาสินค้าอย่างเข้มข้น ส่งเสริม SMEs ให้สามารถเข้าสู่ตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะการสนับสนุนให้มีการจัดและเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศในรูปแบบออฟไลน์ รวมถึงการส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์จากการค้าออนไลน์มากขึ้น

- สร้างเสถียรภาพการลงทุนจากต่างประเทศ โดยใช้ประโยชน์จากขนาดของตลาด ความพร้อมด้านอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เหมาะสมของจีน มุ่งแก้ไขปัญหอุปสรรคปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ของนักลงทุนจากต่างประเทศ รวมถึงสนับสนุนการลงทุนที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นสูง

2. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระยะ 5 ปี ฉบับที่ 14 (2021-2025) ให้มีความสำคัญกับ

- การกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ การเพิ่มคุณภาพด้านนวัตกรรม การ

| | |
|---|--|
| <p>2.8 โครงการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการแฟชั่น ปี 2566 "Curated Fashion Incubation Project 2023</p> <p>2.9 China International Fair for Trade in Services 2023</p> <p>2.10 โครงการคณะผู้แทนการค้าธุรกิจบริการ WMS และสินค้าเกี่ยวเนื่องเอเซีย</p> <p>3. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่เศรษฐกิจยุคใหม่</p> <p>3.1 โครงการส่งเสริมนักออกแบบไทยสู่ตลาดโลก (Designers Room/ Talent Thai Promotion)</p> <p>3.2 โครงการส่งเสริมแบรนด์ผู้ประกอบการยุคใหม่สู่สากล ปี 2566 (MOC 4I : THAI BRAND HERO PROGRAM)</p> <p>4. ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy)</p> <p>4.1 โครงการส่งเสริมการขายสินค้าในร้าน TOPTHAI Store บนแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำในตลาดต่างประเทศ</p> <p>4.2 โครงการส่งเสริมและผลักดันผู้ประกอบการไทยสู่การค้าออนไลน์ข้ามพรมแดนในตลาดโลก (Cross-border e-Commerce Solutions)</p> | <p>แก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม การเพิ่มรายได้ของกลุ่มผู้มีรายได้น้อย การรักษาเสถียรภาพของภาคการผลิต การแก้ไขปัญหาสังคมผู้สูงอายุ และการฟื้นฟูชนบท โดยมุ่งเน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจที่มีคุณภาพ ควบคู่กับการพัฒนาสังคมที่ดี รักษาสิ่งแวดล้อม พัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชน พัฒนาคุณภาพการเกษตรอย่างยั่งยืน และให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง</p> <p>- การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลของธุรกิจและรัฐบาลดิจิทัล ตลอดจนความแข็งแกร่งทางเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งจะช่วยให้จีนมีความแข็งแกร่งและความมั่นคงด้านห่วงโซ่อุปทานการผลิต เป็นการปิดจุดอ่อนและลดการพึ่งพาต่างประเทศ เร่งการพัฒนาการค้าดิจิทัล และ Digital Silk Road ซึ่งไทยสามารถเชื่อมโยงการพัฒนาพร้อมกับจีน และใช้ประโยชน์จากช่องทางทางการค้าและบริการดิจิทัลได้</p> <p>3. ปฏิบัติตามหลักการ “หนึ่งประเทศสองระบบ” (One Country , two systems) โดยเน้นปรับปรุงระบบและกลไกในเขตบริหารพิเศษฮ่องกง ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความร่วมมือและการพัฒนาแบบบูรณาการฮ่องกงได้ทุกวัน รวมถึงยับยั้งการแบ่งแยกดินแดนของไต้หวันอย่างเด็ดขาด</p> <p>4. ส่งเสริมนโยบายด้านความร่วมมือระดับโลก โดยเฉพาะความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างจีน-สหรัฐฯ การเปิดกว้างระดับสูง และการเจรจาความตกลงทางเศรษฐกิจการค้าที่สำคัญ อาทิ ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) และ ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (CPPTPP)</p> <p>5. ผลักดันเงินหยวนสู่สกุลเงินสากล (Yuan Internationalization) โดย 1) เพิ่มการใช้เงินหยวนในการชำระเงินข้ามพรมแดน หรือ “RMB First” 2) ผลักดันการแลกเปลี่ยนเงินหยวนอย่างเสรี 3) สร้างพื้นฐานตลาดเพื่อรองรับการปฏิรูปอัตราแลกเปลี่ยนเงินหยวนตามกลไกตลาด และ 4) พัฒนารอบการกำกับดูแลเศรษฐกิจมหภาค</p> <p>6. เมื่อวันที่ 16-22 ตุลาคม 2022 มีการประชุมสมัชชาใหญ่พรรคคอมมิวนิสต์จีน (Communist Party Congress หรือ CPC) โดย สี จิ้นผิง (Xi Jinping) ยังคงดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีต่อไปเป็นสมัยที่ 3 และจีนยังคงยึดมั่นการพึ่งพาตัวเอง ลดการพึ่งพาต่างชาติ โดยใช้แนวทางพัฒนาประเทศด้วยแผนพัฒนาประเทศระยะ 5 ปี ฉบับที่ 14</p> <p>สถานการณ์การค้าระหว่างจีนกับโลก</p> <p><u>1. ข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของจีน เดือน ม.ค.-ก.ค. 2566</u></p> <p>1.1 มูลค่าการค้ารวม 3.42 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ลดลง 5.98 % มูลค่าการส่งออก 1.96 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ลดลง 4.79 % มูลค่าการนำเข้า 1.45 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ลดลง 7.55 % โดยมีประเทศคู่ค้าหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลี ฮ่องกง ไต้หวัน ตามลำดับ ส่วนไทยเป็นคู่ค้าลำดับที่ 14 ของจีน (ลดลง 6.03 %)</p> <p>1.2 ตลาดส่งออกสำคัญของจีนเรียงตามมูลค่าการส่งออก : (1) สหรัฐฯ (-17.85 %) (2) ฮ่องกง (-11.21 %) (3) ญี่ปุ่น (-6.89 %) (4) เกาหลีใต้ (-7.14 %) (5) เวียดนาม (-6.11 %) ไทยอยู่อันดับที่ 13 (-1.16 %)</p> <p>1.3 แหล่งนำเข้าสำคัญของจีนเรียงตามมูลค่าการนำเข้า : (1) ไต้หวัน (-23.76 %) (2) สหรัฐฯ (-4.54 %) (3) ออสเตรเลีย (+10.52 %) (4) ญี่ปุ่น (-16.59 %) (5) เกาหลีใต้ (-24.72 %) ไทยอยู่อันดับที่ 15 (-12.44 %)</p> <p>2. ไทยและจีน ได้ลงนามพิธีสารว่าด้วยข้อกำหนดในการกักกันโรคและตรวจสอบสำหรับการส่งออก และนำเข้าผลไม้ผ่านประเทศที่สามารถระหว่างไทยและจีนโดยเพิ่มด้านส่งออก นำเข้าผลไม้รวมเป็น 16 ด้าน ไทย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านเชิงของ ด้านมุกดาหาร ด้านนครพนม ด้านบ้านฝักกาด ด้านบึงกาฬ ด้านหนองคาย และด้านของจีน 10 ด้าน ในมณฑลยูนนาน ได้แก่ ด้านโม้อาน ด้านรถไฟโม้อาน ด้านเหอโจว ด้านรถไฟเหอโจว ด้านเทียนเป่า และเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง ได้แก่ ด้านไห่หนิงกว่าน ด้านตงชิ่ง ด้านรถไฟผิงเสียง ด้านหลงปิง และด้านสยู่โจว</p> |
|---|--|

ทั้งนี้ พิธีสารดังกล่าวมีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 13 กันยายน 2021 และทั้งสองฝ่าย อยู่ระหว่างการเตรียมการ เพื่อให้สามารถดำเนินการตามพิธีสารฯ ได้อย่างไม่ ติดขัดโดยเฉพาะด้านหนองคาย ด้านรถไฟโมฮ่าน ด้านเหอโจว ด้านรถไฟเหอโจว ด้านเทียนเป่า ด้านหลงปิง และด้านสุยโจว เมื่อทางจีนมีความพร้อมจะดำเนินการแล้ว จะประกาศในเว็บไซต์สำนักงานศุลกากรจีนอย่างเป็นทางการ

3. ทำเรื่องอินโจว ปรับการทำงานรูปแบบใหม่ สามารถยกตู้จากเรือขึ้นรถลากและขับออก จากท่าเรือได้โดยตรง โดยใช้วิธียื่นสำแดงล่วงหน้าผ่านระบบ single window ทำให้เวลา ผ่านศุลกากรสำหรับการนำเข้าอยู่ที่ 22.74 ชั่วโมง และการส่งออกอยู่ที่ 0.29 ชั่วโมง

สถานการณ์การลงทุน

1. ในช่วงไตรมาส 1/2023 การลงทุนในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง (high-tech industries) เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.0 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยเฉพาะการลงทุนในอุตสาหกรรม การผลิตเทคโนโลยีขั้นสูง (high-tech manufacturing) เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.2 และ อุตสาหกรรมบริการเทคโนโลยีขั้นสูง (high-tech services) เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.8

- อุตสาหกรรมการผลิตเทคโนโลยีขั้นสูง มีการลงทุนเพิ่มขึ้น คือ การลงทุนการผลิต อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์/การสื่อสาร เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.7 และเครื่องมือทางการแพทย์/ เครื่องมือที่ใช้ในการวัด/มิเตอร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.9

- อุตสาหกรรมบริการเทคโนโลยีขั้นสูง มีการลงทุนเพิ่มขึ้น คือ บริการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 51.5 และบริการเพื่อการเปลี่ยนแปลงผลงานด้าน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (services for transformation of scientific and technological achievements) เพิ่มขึ้นร้อยละ 51.3

2. ปัจจุบันจีนมีปริมาณเงินทุนสำรองระหว่างประเทศมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก มากกว่าญี่ปุ่นที่เป็นอันดับ 2 กว่า 2.5 เท่า ซึ่งทำให้จีนมีความได้เปรียบทางด้านเงินทุน จึงสามารถใช้งบลงทุนในโครงการด้านต่างๆ ทั้งในและระหว่างประเทศได้

แนวโน้มเศรษฐกิจ/การค้า/การลงทุน

1. คาดการณ์ว่า จีนจะยังคงรักษาการบริโภคออนไลน์อันดับ 1 ของโลก เนื่องจากอัตรา การซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ยืนยันว่าความสามารถ ของการบริโภคและความต้องการของผู้บริโภคชาวจีนเพิ่มขึ้น

2. เศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) ในจีนจะขยายตัวขึ้น จากสถิติปี 2016 ขนาดธุรกิจดังกล่าวมีมูลค่าราว 5.2 แสนล้านเหรียญสหรัฐ ทั้งนี้ คาดการณ์ว่าในปี 2025 การเติบโตของธุรกิจนี้จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 และครองสัดส่วนร้อยละ 20 ของ GDP จีน

3. แนวโน้มอุปสงค์-อุปทานสินค้าเกษตรใน 10 ปีข้างหน้าของจีน ผู้เชี่ยวชาญคาดการณ์ว่า การนำเข้าไก่และหมูมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากจีนสามารถผลิตได้ในประเทศเพิ่มมากขึ้น ขณะนี้ผลไม้ โดยเฉพาะผลไม้ที่ปลูกไม่ได้ในจีนมีแนวโน้มนำเข้าสูงขึ้น

4. จีนดำเนินโครงการ “Global 1-2-3 Logistics Circle” เชื่อมต่อการจัดสรรทรัพยากรและ การค้าทั่วโลก จีนจะสร้างระบบการขนส่งที่ทันสมัยครบวงจรภายในปี 2578 ตามที่ได้ เผยแพร่ในเอกสารสมุดปกขาวเรื่อง “การพัฒนาอย่างยั่งยืนของการขนส่งในจีน” โดยเปลี่ยน จุดเน้นจากความเร็วและขนาดไปสู่คุณภาพและประสิทธิภาพ

5. แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดจีนส่วนใหญ่ขับเคลื่อนด้วยผลิตภัณฑ์ออก ใหม่ และเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับการเติบโตของการบริโภค เช่น โทรศัพท์มือถือ อาหาร/เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง เสื้อผ้า รถ เครื่องใช้ไฟฟ้า โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ชอบแบรนด์ใดเป็นพิเศษจะติดตามการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ฟังก์ชันใหม่ รูปลักษณ์ใหม่ และประสบการณ์ใหม่จะกระตุ้นความต้องการซื้อ มากขึ้น สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงเกิดจากผู้บริโภครุ่นใหม่มีกำลังซื้อสูง ให้ความสำคัญกับคุณภาพและการใช้งานได้จริง รูปลักษณ์และคุณค่าทางความรู้สึก ในขณะที่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นพื้นที่ทดสอบตลาดที่ดีที่สุดสำหรับผลิตภัณฑ์ ใหม่ ผลการตอบรับจะส่งถึงแบรนด์ผู้ผลิตทันที

สรุปการค้าระหว่างไทย-จีน

| ลำดับคู่ค้า ปี 2022 (ม.ค.-ธ.ค.) | ลำดับคู่ค้า ปี 2023 (ม.ค.-มิ.ย.) | เป้าหมาย ส่งออก | มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD/ล้านบาท) | | | มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD/ล้านบาท) | | | มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD/ล้านบาท) | | |
|---|---|--------------------|---------------------------------------|--------------|------------|---------------------------------------|--------------|--------------|---------------------------------------|-----------|-----------|
| ลำดับที่ 1 (ตลาดส่งออกสำคัญ ลำดับที่ 2) | ลำดับที่ 1 (ตลาดส่งออกสำคัญ ลำดับที่ 2) | ปี 2023 (%) | ปี 2022 | ปี 2023 | | ปี 2022 | ปี 2023 | | ปี 2022 | ปี 2023 | |
| | | | | ม.ค.-ก.ค. | +/- (%) | | ม.ค.-ก.ค. | +/- (%) | | ม.ค.-ก.ค. | +/- (%) |
| | | | 1 | 105,196.80 | 61,156.82 | -3.22 | 34,430.10 | 20,442.73 | -3.67 | 70,766.70 | 40,714.09 |
| | 3,678,998.13 | 2,098,841.08 | -1.59 | 1,191,875.30 | 695,516.58 | -1.98 | 2,487,122.83 | 1,403,324.50 | -1.40 | | |

| รายการ | มูลค่า : | | | | อัตราการขยายตัว (%) | | | | สัดส่วน (%) | | | |
|-----------------------------|--------------|--------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------|---------------------|---------------------|-------------|-------|---------------------|---------------------|
| | 2021 | 2022 | 2022 (ม.ค.-ก.ค.) | 2023 (ม.ค.-ก.ค.) | 2021 | 2022 | 2022 (ม.ค.-ก.ค.) | 2023 (ม.ค.-ก.ค.) | 2021 | 2022 | 2022 (ม.ค.-ก.ค.) | 2023 (ม.ค.-ก.ค.) |
| ไทย - จีน (ล้าน USD) | | | | | | | | | | | | |
| มูลค่าการค้า | 103,818.88 | 105,196.80 | 63,191.32 | 61,156.82 | 30.40 | 1.33 | 7.02 | -3.22 | 19.27 | 17.88 | 17.91 | 18.26 |
| การส่งออก | 37,265.62 | 34,430.10 | 21,222.31 | 20,442.73 | 25.00 | -7.61 | -2.56 | -3.67 | 13.70 | 11.98 | 12.28 | 12.52 |
| การนำเข้า | 66,553.26 | 70,766.70 | 41,969.01 | 40,714.09 | 33.64 | 6.33 | 12.62 | -2.99 | 24.94 | 23.51 | 23.32 | 23.73 |
| ไทย - จีน (ล้านบาท) | | | | | | | | | | | | |
| มูลค่าการค้า | 3,301,717.25 | 3,678,998.13 | 2,132,757.46 | 2,098,841.08 | 32.37 | 11.43 | 17.27 | -1.59 | 19.31 | 17.92 | 17.96 | 18.31 |
| การส่งออก | 1,173,761.62 | 1,191,875.30 | 709,577.83 | 695,516.58 | 26.67 | 1.54 | 6.64 | -1.98 | 13.70 | 11.97 | 12.29 | 12.52 |
| การนำเข้า | 2,127,955.63 | 2,487,122.83 | 1,423,179.63 | 1,403,324.50 | 35.74 | 16.88 | 23.40 | -1.40 | 24.96 | 23.53 | 23.33 | 23.74 |

สินค้าส่งออกหลักของไทย - จีน

(ล้าน USD/ล้านบาท)

| สินค้า | ปี 2022 | ปี 2022 ม.ค.-ก.ค. | ปี 2023 ม.ค.-ก.ค. | +/- (%) ม.ค.-ก.ค. |
|---|--------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1. ผลไม้สด แช่แข็ง แช่แข็ง และแห้ง | 4,912.28 | 3,669.50 | 4,438.36 | 20.95 |
| | 169,337.32 | 123,962.51 | 151,301.40 | 22.05 |
| 2. ผลิตภัณฑ์ยาง | 3,394.15 | 1,948.30 | 1,924.47 | -1.22 |
| | 118,083.73 | 65,213.97 | 65,368.92 | 0.24 |
| 3. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง | 2,858.06 | 1,824.54 | 1,498.27 | -17.88 |
| | 98,370.54 | 60,723.66 | 50,853.60 | -16.25 |
| 4. เม็ดพลาสติก | 3,133.38 | 1,905.10 | 1,425.66 | -25.17 |
| | 108,505.83 | 63,591.39 | 48,487.84 | -23.75 |
| 5. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ | 2,511.18 | 1,713.60 | 945.76 | -44.81 |
| | 85,874.62 | 56,796.49 | 32,173.77 | -43.35 |
| 6. สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ | 1,153.36 | 603.88 | 881.03 | 45.89 |
| | 40,267.90 | 20,201.91 | 29,987.61 | 48.44 |
| 7. ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ | 1,205.74 | 730.01 | 789.26 | 8.12 |
| | 41,701.30 | 24,328.06 | 26,869.02 | 10.44 |
| 8. ยางพารา | 1,571.17 | 937.93 | 774.28 | -17.45 |
| | 54,386.94 | 31,245.11 | 26,310.99 | -15.79 |
| 9. เคมีภัณฑ์ | 1,725.46 | 957.96 | 755.88 | -21.09 |
| | 59,962.15 | 31,874.77 | 25,727.39 | -19.29 |
| 10. สินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร อื่นๆ | 559.41 | 366.73 | 649.61 | 77.14 |
| | 19,311.31 | 12,262.09 | 22,106.85 | 80.29 |
| รวมทั้งสิ้น | 34,430.10 | 21,222.31 | 20,442.73 | -3.67 |
| | 1,191,875.30 | 709,577.83 | 695,516.58 | -1.98 |

สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า - จีน

(ล้าน USD/ล้านบาท)

| สินค้า | ปี 2022 | ปี 2022 ม.ค.-ก.ค. | ปี 2023 ม.ค.-ก.ค. | +/- (%) ม.ค.-ก.ค. |
|---|--------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ | 9,078.65 | 5,241.93 | 4,918.53 | -6.17 |
| | 319,471.06 | 177,714.73 | 169,579.98 | -4.58 |
| 2. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ | 6,414.75 | 3,826.11 | 3,743.00 | -2.17 |
| | 225,302.72 | 129,654.77 | 129,135.51 | -0.4 |
| 3. เคมีภัณฑ์ | 6,540.55 | 3,965.28 | 3,576.28 | -9.81 |
| | 229,740.67 | 134,548.63 | 123,208.76 | -8.43 |
| 4. เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน | 5,913.97 | 3,413.44 | 3,188.73 | -6.58 |
| | 207,739.04 | 115,486.04 | 110,115.30 | -4.65 |
| 5. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ | 4,174.72 | 2,680.78 | 2,342.62 | -12.61 |
| | 146,111.77 | 90,920.20 | 80,712.04 | -11.23 |
| 6. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ | 3,945.72 | 2,657.17 | 2,306.87 | -13.18 |
| | 138,192.10 | 90,457.15 | 79,471.52 | -12.14 |
| 7. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะ และผลิตภัณฑ์ | 3,053.15 | 1,961.18 | 1,766.42 | -9.93 |
| | 106,910.93 | 66,538.01 | 60,847.27 | -8.55 |
| 8. ผลิตภัณฑ์โลหะ | 2,340.22 | 1,368.89 | 1,414.57 | 3.34 |
| | 82,375.37 | 46,468.66 | 48,657.77 | 4.71 |
| 9. รถยนต์โดยสารและรถบรรทุก | 441.32 | 98.96 | 1,294.32 | 1,207.92 |
| | 15,955.17 | 3,340.45 | 44,574.28 | 1,234.38 |
| 10. ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติก | 2,163.46 | 1,267.88 | 1,258.79 | -0.72 |
| | 76,095.94 | 42,992.81 | 43,426.38 | 1.01 |
| รวมทั้งสิ้น | 70,766.70 | 41,969.01 | 40,714.09 | -2.99 |
| | 2,487,122.83 | 1,423,179.63 | 1,403,324.50 | -1.40 |

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร