



เวียดนามก้าวขึ้นเป็นยักษ์ใหญ่รายใหม่ในตลาดทุเรียนโลก

1. เนื้อข่าว

CNBC สำนักข่าวของสหรัฐอเมริกา รายงานว่า เวียดนามได้ก้าวขึ้นเป็นยักษ์ใหญ่รายใหม่ในตลาดทุเรียนโลก โดยมีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 3,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 ซึ่งจากข้อมูลของนักลงทุนพบว่า การส่งออกทุเรียนของเวียดนามเติบโตขึ้นถึง 7.8 เท่าเมื่อเทียบกับปี 2565 และคิดเป็นเกือบร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้และผักทั้งหมด ความสำเร็จนี้ได้รับแรงสนับสนุนจากความต้องการที่สูงจากจีน ซึ่งมองว่าทุเรียนเป็นผลไม้หรูหรา (luxury fruit) และวัตถุดิบในการทำอาหารที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์

ทั้งนี้ ในเดือนพฤศจิกายน 2567 จีนมีการนำเข้าทุเรียนรวมทั้งสิ้น 1.53 ล้านตัน มูลค่าประมาณ 6,830 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเติบโตขึ้นร้อยละ 9.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ขณะที่เวียดนามสามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้ถึงร้อยละ 47 ซึ่งใกล้เคียงกับประเทศไทยที่ยังคงครองตำแหน่งผู้นำในการส่งออกทุเรียน



ทุเรียนได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในกลุ่มชนชั้นกลางของจีน โดยมีการสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ เช่น หม้อไฟทุเรียน ขนมปังทุเรียน และบุฟเฟ่ต์ที่มีทุเรียนเป็นส่วนประกอบหลัก เวียดนามจึงได้ใช้โอกาสนี้ในการตอบสนองความต้องการของตลาดพรีเมียมด้วยการรักษามาตรฐานการผลิตทุเรียนคุณภาพสูงตลอดทั้งปี ขณะที่อินโดนีเซียกลับพบกับความยากลำบากในการแข่งขัน โดยจากข้อมูลของสถิติอินโดนีเซีย (BPS) การส่งออกทุเรียนของอินโดนีเซียในปี 2567 มีมูลค่ารวมเพียง 1.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งยังคงต่ำกว่าผลการดำเนินงานของเวียดนามอย่างมาก

CNBC ยังระบุว่า ความสำเร็จของเวียดนามเกิดจากกลยุทธ์ที่ครอบคลุม ทั้งการพัฒนาคุณภาพการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ และการขยายตลาดสู่ต่างประเทศ เวียดนามมีพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนกว่า 150,000 เฮกตาร์ โดยเฉพาะในพื้นที่แม่น้ำโขงและภูเขา ซึ่งทำให้สามารถผลิตทุเรียนคุณภาพสูงได้ตลอดทั้งปี นอกจากนี้ ความตกลงการค้ากับจีนที่ลงนามในปี 2565 ยังช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับตำแหน่งของเวียดนาม โดยเวียดนามได้ยืนยันในการรักษามาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร การติดตามแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ และการใช้เทคโนโลยีการแช่แข็งที่ทันสมัย

เรื่องราวความสำเร็จของทุเรียนเวียดนามสะท้อนให้เห็นถึงการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่สามารถพลิกโฉมผลิตภัณฑ์การเกษตรท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีมูลค่าในตลาดโลก

(แหล่งที่มา <https://vietnamnews.vn/> ฉบับวันที่ 13 มกราคม 2568)

2. วิเคราะห์ผลกระทบ

จีนเป็นตลาดผู้บริโภคทุเรียนรายใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 91 ของการบริโภคทุเรียนทั่วโลก ตามข้อมูลจากกรมศุลกากรจีน จนถึงเดือนพฤศจิกายน 2567 จีนได้นำเข้าทุเรียนทั้งหมด 1.53 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 6,830 ล้านดอลลาร์ โดยมียอดการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.4 และมูลค่าการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา การเติบโตนี้เกิดจากทุเรียนที่กลายเป็นเทรนด์ใหม่ในหมู่ผู้บริโภคชาวจีนรุ่นใหม่ ซึ่งส่งผลให้ความต้องการทุเรียนในตลาดจีนมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ดังนั้น จึงเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ส่งออกจากภูมิภาคอาเซียนที่จะเข้าถึงตลาดจีนที่ยังมีความต้องการสูง

เวียดนามกลายเป็นผู้ส่งออกทุเรียนสดไปยังจีนรายใหญ่ที่สุด โดยเฉพาะในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2567 จีนเพิ่มการนำเข้าทุเรียนสดจากเวียดนามอย่างรวดเร็ว โดยนำเข้าปริมาณสูงถึง 79,300 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 91 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และมีมูลค่า 369.8 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 81.9 ข้อมูลจากสมาคมผลไม้และผักเวียดนาม (Vinafruit) ระบุว่าในปี 2567 คาดว่าเวียดนามจะมีมูลค่าการส่งออกทุเรียนสูงถึง 3,200 ล้านดอลลาร์ ซึ่งคิดเป็นเกือบครึ่งหนึ่งของมูลค่าการส่งออกผลไม้และผักทั้งหมดของประเทศ โดยตลาดหลักของทุเรียนเวียดนามได้แก่ จีน ไทย ฮองกง และญี่ปุ่น

ในปี 2568 คาดว่าการส่งออกทุเรียนจากเวียดนามจะเติบโตขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะจากการที่จีนได้เปิดตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เช่น ทุเรียนบดและเนื้อทุเรียน ซึ่งมีราคาสูงกว่าทุเรียนสด ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ทุเรียน แต่ยังช่วยเพิ่มการใช้วัตถุดิบทุเรียนและสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรเวียดนามอีกด้วย

ปัจจุบัน เวียดนามมีพื้นที่เพาะปลูกทุเรียนรวม 708 แห่ง และมีโรงงานบรรจุภัณฑ์ทุเรียนสด 168 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเวียดนามมีความพร้อมที่จะส่งออกทุเรียนสดและทุเรียนแปรรูปไปยังตลาดจีนอย่างมาก ในขณะที่ตลาดทุเรียนจีนยังคงมีศักยภาพเติบโตต่อไป ในทางกลับกัน ผู้ส่งออกทุเรียนและหน่วยงานภาครัฐของไทยควรพิจารณายุทธศาสตร์ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกและรักษาส่วนแบ่งการตลาดทุเรียนในจีนให้คงที่และเติบโตได้อย่างยั่งยืน

3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

ในปี 2564 จีนได้เปิดโอกาสให้เวียดนามสามารถส่งออกทุเรียนไปยังจีนได้อย่างเป็นทางการเป็นครั้งแรก ซึ่งถือเป็นการขยายตลาดทุเรียนของจีนและส่งผลให้เวียดนามกลายเป็นผู้ส่งออกทุเรียนรายใหญ่เป็นอันดับสองของจีน รองจากประเทศไทยในปัจจุบัน

หนึ่งในปัจจัยที่ทำให้ทุเรียนเวียดนามมีความได้เปรียบในการแข่งขัน คือราคาทุเรียนที่ถูกกว่าเมื่อเทียบกับทุเรียนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื่องจากสภาพภูมิศาสตร์ที่ใกล้ชิดกับจีน เวียดนามมีระยะทางการขนส่งที่สั้นกว่าไทย ทำให้การขนส่งทุเรียนจากเวียดนามไปยังจีนใช้เวลาสั้นกว่ามาก ส่งผลให้ต้นทุนในการขนส่งและการเก็บรักษาทุเรียนของเวียดนามต่ำกว่าของไทยอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีการขนส่งที่มีความคล่องตัวและความสามารถในการรักษาคุณภาพของทุเรียนได้ดี ทำให้ทุเรียนเวียดนามสามารถแข่งขันด้านราคาและคุณภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสศต. ณ นครโฮจิมินห์ ระหว่างวันที่ 20 – 24 มกราคม 2568

อีกปัจจัยหนึ่งคือการที่เวียดนามเปิดตลาดทุเรียนในจีนได้ช้ากว่าไทย ทำให้ทุเรียนจากเวียดนามมีโอกาสขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว เพราะเมื่อผู้บริโภคชาวจีนเริ่มตระหนักถึงคุณภาพและราคาของทุเรียนเวียดนาม ก็เกิดความสนใจและต้องการทุเรียนจากเวียดนามเพิ่มมากขึ้น การเปิดตลาดนี้ช่วยให้เวียดนามสามารถพัฒนาและปรับตัวได้อย่างรวดเร็วและมีความยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดจีนที่เปลี่ยนแปลงไป

ในทางกลับกัน สำหรับผู้ส่งออกทุเรียนไทย จำเป็นต้องติดตามสถานการณ์การส่งออกทุเรียนจากเวียดนามอย่างใกล้ชิด และให้ความสำคัญกับการคงไว้ซึ่งคุณภาพของทุเรียนไทย ซึ่งเป็นหนึ่งในจุดแข็งสำคัญที่ทำให้ทุเรียนไทยยังคงมีความนิยมในตลาดจีน นอกจากนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคชาวจีน เช่น ทุเรียนแปรรูปหรือผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มอย่างทุเรียนบด หรือเนื้อทุเรียน ก็เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยดึงดูดลูกค้าและรักษาส่วนแบ่งตลาดทุเรียนในจีน

การรักษาความเป็นผู้นำในตลาดทุเรียนของจีนจะไม่เพียงแค่อขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านราคาหรือความสามารถในการขนส่งเท่านั้น แต่ยังคงพิจารณาถึงความสามารถในการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งและการตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของผู้บริโภคในจีน ทุเรียนไทยต้องมีความยืดหยุ่นและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองการเติบโตของตลาดและให้ทันกับการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น การสร้างนวัตกรรมและกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าและการรักษาความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความสามารถในการแข่งขันและความได้เปรียบในตลาดทุเรียนจีนในระยะยาว

ดังนั้น ผู้ส่งออกทุเรียนไทยควรมองหากกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออก ควบคู่กับการรักษามาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดที่มีความหลากหลายและมีผู้เล่นใหม่ ๆ เช่น เวียดนาม และอื่น ๆ ที่เข้ามาแข่งขันมากขึ้นในอนาคต