



บันทึกข้อความ

กรมส่งเสริมการเกษตร
เลขรับ ๘๕๐๘
เสนอ ก.ส.อ.
วันที่ ๑๕ พ.ค. ๒๕๖๗ เวลา

ส่วนราชการ สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงปักกิ่ง ไทโรศ๕๓๑๘๗๘๐

ที่ กษ ๐๒๑๑.๕/๑๘๖

วันที่ ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง รายงานผลการเข้าร่วมกิจกรรมเปิดตัวทุเรียน Thai Durian Kick off Event ประจำปี ๒๐๒๔

เรียน ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ด้วยสำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงปักกิ่ง ได้เข้าร่วมพิธีเปิดและร่วมกล่าวในพิธีเปิดงาน 2024 Thai Durian Kick-off Event (Wumart) และ 2024 Thai Durian Kick-off Event (GR Shopping Mall) ที่เครือเจริญโภคภัณฑ์จัดขึ้นร่วมกับห้างสรรพสินค้า Wumart และ GR Shopping Mall เมื่อวันที่ ๒๖ และ ๒๗ เมษายน ๒๕๖๗ สำรสำคัญของกิจกรรม สรุปได้ดังนี้

๑. กิจกรรม 2024 Thai Durian Kick-off Event เครือเจริญโภคภัณฑ์ (จีน) จัดขึ้นร่วมกับ Wumart ซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ ที่มีสาขามากที่สุดในกรุงปักกิ่ง และกว่า ๗๐๐ สาขาทั่วประเทศจีน และ GR Shopping Mall ห้างสรรพสินค้าและศูนย์สังคนาการที่มีตัวอาคารขนาดใหญ่ที่สุดในกรุงปักกิ่ง (๖.๘ แสนตารางเมตร) โดยวัตถุประสงค์ของงานเพื่เน้นย้ำถึงคุณภาพและมาตรฐานทุเรียนไทย โดยภายในงานทางบริษัท CP Fresh ได้นำทุเรียนสดจำนวน ๓ สายพันธุ์ ได้แก่ หมอนทอง มูซังคิง และพวงมณี รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งของเครือเจริญโภคภัณฑ์มาประชาสัมพันธ์และจำหน่าย นอกจากนี้ ยังได้นำทุเรียนสดไปแปรรูปในรูปแบบอื่น อาทิ ทุเรียนแช่แข็ง ไอศกรีมทุเรียน ทองม้วนทุเรียน เป็นต้น และได้มีการแลกเปลี่ยนให้ผู้เข้าร่วมงานที่ร่วมเล่นเกม/ร่วมกิจกรรม ได้ทดลองชิม รวมถึงนำเสนอผลไม้ไทยชนิดอื่น เช่น มะพร้าว มังคุด ส้มโอ มะม่วง และลำไย ควบคู่ด้วย โดยผลไม้และอาหารที่ได้นำมาจำหน่ายในกิจกรรมนี้ ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทางเครือฯ จัดส่งเข้าจำหน่ายกับซูเปอร์มาร์เก็ตอู่หม่ยและห้างสรรพสินค้า GR Shopping Mall ซึ่งการจัดงานในครั้งนี้ได้แสดงถึงความร่วมมืออย่างเป็นทางการของทางเครือเจริญโภคภัณฑ์กับช่องทางการกระจายสินค้ากับห้างสรรพสินค้าทั้งสองแห่ง

๒. ในพิธีเปิดงาน นางสาวอาทินันท์ อินทรพิพิมพ์ อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) เน้นย้ำศักยภาพในการผลิตผลไม้เมืองร้อนของไทยที่ให้ความสำคัญต่อคุณภาพ มาตรฐานของกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนที่มีความปลอดภัย สวนผลไม้และโรงคัดบรรจุที่ต้องผ่านการรับรองและขึ้นทะเบียนกับหน่วยงานที่รับผิดชอบของทั้งฝ่ายไทยและฝ่ายจีน เพื่อให้ผู้บริโภคชาวจีนมั่นใจในสินค้าผลไม้ไทยมีคุณภาพและมาตรฐาน พร้อมมีคุณค่าทางโภชนาการ โดยเฉพาะ ทุเรียนสด ซึ่งเป็นผลไม้ที่ประเทศจีนนำเข้ามากที่สุดจากไทยเป็นอันดับ ๑ ในช่วงระยะเวลา ๓ ปีที่ผ่านมาในสัดส่วนที่มากกว่าร้อยละ ๖๕ แม้ว่าปัจจุบันจะมีทุเรียนจากหลายประเทศเข้ามาในตลาดจีน แต่ทุเรียนไทยยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง โดยปริมาณการส่งออกทุเรียนไทยเข้าตลาดจีนยังคงมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นจากปีที่ผ่านมาที่มากกว่าร้อยละ ๓๐ นอกจากนี้ มะพร้าวสด กุ้งแช่แข็ง ข้าวหอมมะลิ ยังเป็นสินค้าเกษตรคุณภาพของไทยที่ได้รับความนิยมในตลาดจีนอีกด้วยเช่นกัน

ผู้บริหารเครืออู่หม่ย กล่าวถึงจุดแข็งของตนเองในการกระจายสินค้า ส่งมอบผลไม้คุณภาพของไทยสู่มือของผู้บริโภคชาวจีน ด้วยการนำเสนอความสดใหม่ และยึดมั่นในมาตรฐาน คุณภาพ และความปลอดภัยทางอาหารอย่างเข้มงวด เพื่อให้ทุเรียนทุกลูกสดุดคล้องและสมกับการรอคอยของผู้บริโภค อีกทั้งยังยินดีที่จะร่วมเผยแพร่วัฒนธรรมและเรื่องราวของทุเรียนไทยให้ผู้คนชาวจีนได้เข้าใจมากยิ่งขึ้นและชื่นชอบทุเรียนไทย ส่วนผู้บริหารของทางเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้แสดงจุดยืนในการส่งมอบความสดใหม่ให้แก่ผู้บริโภคด้วยสโลแกน “Fresh Fruits Fresh Life” พร้อมทั้งอธิบายถึงความทุ่มเทในการดำเนินการอย่างพิถีพิถันของทางเครือฯ ทุกขั้นตอน ตั้งแต่การคัดเลือกสวนผลไม้ การควบคุม Supply Chain และการควบคุมอุณหภูมิตลอดการขนส่ง ไม่ใช่เพียงแค่ทุเรียน แต่ยังรวมถึงผลไม้ไทยอื่นๆ ด้วยเช่นกัน อาทิ มังคุด มะม่วง ลำไย มะพร้าว ตลอดจนสินค้าผลไม้แปรรูปอื่นๆ และเน้นวิสัยทัศน์ที่จะมุ่งเป็น “ครัวของโลก” โดยทางเครือฯ นำ

สินค้าอาหารที่หลากหลาย อาทิ ไข่ไก่ เนื้อไก่ เนื้อหมู เนื้อเป็ด และอาหารทานเล่นที่หลากหลายมาจัดจำหน่าย นำเสนอวัตถุดิบจากฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร เน้นการคำนึงถึง “ผลประโยชน์ของประเทศ ผลประโยชน์ของประชาชน และผลทางประโยชน์ธุรกิจไปพร้อมๆ กัน” โดยไม่หยุดที่จะพัฒนาคุณภาพบริการและสินค้าให้แก่ผู้บริโภค

๓. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งสองกิจกรรม ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่เคยมาใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้าอยู่แล้ว จากการสังเกตและสอบถามจากผู้บริหารของซูเปอร์มาร์เก็ตและผู้แทนห้างสรรพสินค้าว่า ในช่วงวันหยุดและวันสุดสัปดาห์จะมีลูกค้ามากถึงวันละประมาณ ๑๐,๐๐๐ ราย โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าวัยกลางคนค่อนข้างสูงอายุที่ส่วนใหญ่จะทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน จึงมาเดินเลือกซื้อวัตถุดิบด้วยตนเอง ทั้งนี้ กลุ่มผู้บริโภคชาวจีนแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่มอย่างชัดเจนคือ กลุ่มที่นิยมซื้อสินค้าออฟไลน์ และกลุ่มที่นิยมซื้อสินค้าออนไลน์ โดยกลุ่มที่นิยมซื้อสินค้าแบบออฟไลน์จะเป็นกลุ่มลูกค้าวัยกลางคนค่อนข้างสูงอายุที่กล่าวไปข้างต้น ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่จะเป็นเยาวชน เด็กจบใหม่ หรือคนวัยทำงานที่ให้ความสำคัญและเวลากับการทำงาน เน้นความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิต ทั้งนี้ ทางซูเปอร์มาร์เก็ตและผู้แทนห้างสรรพสินค้าได้เตรียมการให้บริการลูกค้าทั้งสองกลุ่มโดยการจำหน่ายสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ด้วยเช่นกัน ผ่านแอปพลิเคชันของตนเองที่ชื่อ ตัวเตี้ยน 多点 และให้บริการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าในพื้นที่ ๓ กิโลเมตร ฟรี เมื่อซื้อสินค้าครบ ๕๙ หยวน (หากเกิน ๓ กิโลเมตร คิดค่าจัดส่ง ๖ หยวน) นอกจากนี้ ทาง CP Fresh ก็มีร้านค้าออนไลน์ของตัวเองด้วยเช่นกัน ในส่วนของห้างสรรพสินค้า GR Shopping จากการสอบถามจากผู้บริหารของห้างฯ ทราบว่า จำนวนลูกค้าในช่วงวันหยุดและเสาร์อาทิตย์ มีประมาณ ๖ พันรายเท่านั้น แต่กลุ่มลูกค้าของห้างสรรพสินค้า GR Shopping Mall ส่วนใหญ่จะเป็นครอบครัว พ่อแม่ลูก ที่มาเดินเที่ยวเล่นกันยามวันหยุด ที่มีความสามารถทางการเงินสูงกว่า และนิยมการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน รวมถึงให้การตอบรับสินค้านำเข้าเป็นอย่างดี

ข้อคิดเห็น สปช.ปักกิ่ง

กิจกรรมที่จัดขึ้นดังกล่าว แม้ว่าจะเป็นกิจกรรมที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนไทยและจีน แต่การที่ สปช.ปักกิ่ง ในฐานะตัวแทนภาครัฐไทยที่มีความเกี่ยวข้องกับกฎระเบียบมาตรฐานการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์เกษตรโดยตรง เข้าร่วมกิจกรรมและร่วมเป็นประธานกล่าวเปิดกิจกรรมจึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าไทย สร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ประกอบการไทย และสร้างความมั่นใจแก่ผู้ประกอบการจีนในการร่วมมือทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ



(นางสาวอาทินันท์ อินทรพิมพ์)

อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร)

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงปักกิ่ง

สำเนาเรียน

๑. อธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร
๒. อธิบดีกรมวิชาการเกษตร
๓. กงสุล (ฝ่ายเกษตร) ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครกว่างโจว
๔. กงสุล (ฝ่ายเกษตร) ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้

กลุ่มวิเทศสัมพันธ์

เลขรับ 640

วันที่ 15 พ.ค. 67

เวลา 16.29 น.

กองแผนงาน

เลขรับ 3111

วันที่ 15 พ.ค. 67

เวลา 16.21 น.

คุณมธุกุล

- นสพ./นางอมร

- 11 จอ. นสพ. (ค.บ. 26 ตุลาคม 67)

นาง อมร

อ. (ม.)

๑๖ พ.ค. ๖๗



สรุปรายงานกิจกรรม 2024 Thai Durian Kick-off Event

- กิจกรรม 2024 Thai Durian Kick-off Event (ห้าง Wumart)
ระหว่างวันที่ 26 – 27 เมษายน ๒๕๖๗
- กิจกรรม 2024 Thai Durian Kick-off Event (ห้าง GR Shopping Mall)
ระหว่างวันที่ 27 เมษายน – 5 พฤษภาคม ๒๕๖๗

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงปักกิ่ง (สปช. ปักกิ่ง) ได้รับเชิญเข้าร่วมเป็นประธานในพิธีเปิดกิจกรรม 2024 Thai Durian Kick-off Event (Wumart) และ 2024 Thai Durian Kick-off Event (GR Shopping Mall) ที่บริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้จัดงานร่วมกับห้าง Wumart ซูเปอร์มาร์เกตที่มีสาขามากที่สุดในกรุงปักกิ่ง และกว่า 700 สาขาทั่วประเทศจีน และห้าง GR Shopping Mall ห้างสรรพสินค้าและศูนย์สันทนาการที่มีตัวอาคารขนาดใหญ่ที่สุดในกรุงปักกิ่ง (ประมาณ 6.8 แสนตารางเมตร) โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการจัดงานเพื่อนำถึงคุณภาพและมาตรฐานทุเรียนไทย พร้อมต่อยอดภาพลักษณ์ความพรีเมียมของทุเรียนไทยในตลาดจีน



เมื่อวันที่ 26 เมษายน ๒๕๖๗ ได้มีพิธีเปิดกิจกรรมเปิดตัวทุเรียนไทยในตลาดจีน 2024 Thai Durian Kick-off Event (ห้าง Wumart) โดยจัดขึ้นที่ซูเปอร์มาร์เกต Wumart สาขา ยวู้ถิงเฉียว โดยนางสาวอาทินันท์ อินทรพิมพ์ อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) ประจำกรุงปักกิ่ง พร้อมด้วย นายจาง เจิ้งหยาง รองประธานเครืออู๋เหม่ย และ นายหยางกั๋ง กรรมการผู้จัดการฝ่ายการตลาดและอีคอมเมิร์ซ ธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารเขตประเทศจีน เครือเจริญโภคภัณฑ์ ร่วมกล่าวเปิดงาน

ในโอกาสนี้ อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) ได้เน้นย้ำถึงศักยภาพในการผลิตผลไม้เมืองร้อนของประเทศไทยที่ให้ความสำคัญต่อคุณภาพ มาตรฐานของกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนที่มีความปลอดภัย สวนผลไม้และโรงคัดบรรจุที่ต้องผ่านการรับรองและขึ้นทะเบียนกับหน่วยงานที่รับผิดชอบของไทยและจีน เพื่อให้ผู้บริโภคชาวจีนมั่นใจในสินค้าผลไม้ไทยมีคุณภาพและมาตรฐาน มีคุณค่าทางโภชนาการ ไม่เพียงเท่านั้น รวมทั้ง ชี้ให้เห็นว่า ทุเรียนสด เป็นผลไม้ที่ประเทศจีนนำเข้ามากที่สุดจากไทยเป็นอันดับหนึ่ง ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ทุเรียนสดจึงถือเป็นพืชใหญ่ในการนำผลไม้ไทยก้าวเข้าสู่ตลาดจีนในสัดส่วนที่มากกว่าร้อยละ 65 แม้ว่าปัจจุบันจะมีทุเรียนจากหลายประเทศเข้ามาในตลาดจีน แต่ทุเรียนไทยยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง

โดยปริมาณการส่งออกทุเรียนไทยเข้าตลาดจีนยังคงมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นจากปีที่ผ่านมาว่าร้อยละ 30 นอกจากนี้ มะพร้าวสด กุ้งแช่แข็ง ข้าวหอมมะลิ ยังเป็นสินค้าเกษตรคุณภาพของไทยที่ได้รับความนิยมในตลาดจีนอีกด้วยเช่นกัน



พร้อมนี้ผู้บริหารของซูเปอร์มาเก็ต Wumart ได้กล่าวถึงจุดแข็งของตนเองในการกระจายสินค้า ส่งมอบผลไม้คุณภาพของไทยสู่มือของผู้บริโภคชาวจีน ด้วยการเน้นการนำเสนอความสดใหม่ และยึดมั่นในมาตรฐาน คุณภาพ และความปลอดภัยทางอาหารอย่างเข้มงวด เพื่อให้ทุเรียนทุกลูกสอดคล้องและสมกับการรอคอยของผู้บริโภค อีกทั้งยังยินดีที่จะร่วมเผยแพร่วัฒนธรรมและเรื่องราวของทุเรียนไทยให้ผู้คนชาวจีนได้เข้าใจมากยิ่งขึ้นและชื่นชอบทุเรียนไทย ส่วนผู้บริหารของทางเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้แสดงจุดยืนในการส่งมอบความสดใหม่ให้แก่ผู้บริโภค ด้วยสโลแกน “Fresh Fruits Fresh Life” พร้อมทั้งอธิบายถึงความทุ่มเทในการดำเนินการอย่างพิถีพิถันของทางเครือฯ ทุกขั้นตอน ตั้งแต่การคัดเลือกสวนผลไม้ การควบคุม Supply Chain และการควบคุมอุณหภูมิตลอดการขนส่ง ไม่ใช่เพียงแค่ทุเรียน แต่ยังรวมถึงผลไม้ไทยอื่นๆ ด้วยเช่นกัน อาทิ มังคุด มะม่วง ลำไย มะพร้าว ตลอดจนสินค้าผลไม้แปรรูปอื่นๆ นอกจากนี้ วิสัยทัศน์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์คือการเป็น “ครัวของโลก” ดังนั้น กิจกรรมในวันนี้ ทางเครือฯ ยังได้นำสินค้าอาหารที่หลากหลาย อาทิ ไข่ไก่ เนื้อไก่ เนื้อหมู เนื้อเป็ด และอาหารทานเล่นที่หลากหลายมาจัดจำหน่าย นำเสนอวัตถุดิบจากฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร เน้นการคำนึงถึง “ผลประโยชน์ของประเทศ ผลประโยชน์ของประชาชน และผลทางประโยชน์ธุรกิจไปพร้อมๆ กัน” โดยไม่หยุดที่จะพัฒนาคุณภาพบริการและสินค้าให้แก่ผู้บริโภค



เมื่อวันที่ ๒๗ เมษายน ๒๕๖๗ ได้มีการจัดกิจกรรมแบบเดียวกันที่ห้างสรรพสินค้า GR Shopping Mall โดยอัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายเกษตร) และกรรมการผู้จัดการฝ่ายการตลาดและอีคอมเมิร์ซ เครือเจริญโภคภัณฑ์ และนางเฟิง เว่ย รองประธานกรรมการใหญ่ห้างสรรพสินค้า GR Shopping Mall ได้ร่วมกล่าวเปิดงาน และร่วมกันสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าทุเรียนคุณภาพของไทยให้กับผู้บริโภคชาวจีน นอกจากนี้ GR Shopping Mall มีความมุ่งมั่นที่จะยกระดับประสบการณ์และสร้างความแปลกใหม่ในการช้อปปิ้งให้กับชาวจีน ดังนั้น การจัดหาและจัดจำหน่ายสินค้าคุณภาพจึงเป็นความพยายามของห้างตลอด 20 ปีที่ผ่านมา ในการเป็นห้างสรรพสินค้าของชาวปักกิ่งทางโซนภาคตะวันตกที่น่าเชื่อถือและซื้อตรงที่สุด

● กิจกรรมภายในงาน Thai Durian Kick-off Event

CPFresh ได้นำทุเรียนสดจำนวน 3 สายพันธุ์ ทั้ง หมอนทอง มูซังคิง และพวงมณี มาวางจำหน่าย รวมถึงนำเสนอผลไม้ไทยชนิดอื่นควบคู่ด้วย อาทิ มะพร้าว มังคุด ส้มโอ มะม่วง และลำไย เป็นต้น



นอกจากนี้ ทุเรียนสดยังได้ถูกนำไปแปรรูปเป็นของหวานประเภทอื่น อาทิ ทุเรียนแช่แข็ง ไอศกรีมทุเรียน ทองม้วนทุเรียน เป็นต้น โดยทางเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ดึงดูดความสนใจผู้เข้าร่วมงานด้วยเกมส์โยนห่วง หากผู้เล่นเกมส์สามารถโยนห่วงเข้าช่องที่กำหนดจะได้รับไอศกรีมทุเรียนฟรี ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานให้ความสนใจเป็นอย่างมาก



ไม่เพียงเท่านั้น ทางเครือเจริญโภคภัณฑ์ยังได้นำผลิตอาหารแช่แข็งมาวางประชาสัมพันธ์และจำหน่าย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของวัตถุดิบอาหารไทยที่ส่งเข้ามายังประเทศจีน โดยผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปของทางเครือ ไม่ใช่เพียงแค่สามารถรังสรรค์ได้เพียงอาหารไทย แต่ยังรวมถึงเมนูอาหารสากลและอาหารท้องถิ่นอีกด้วย

ผลไม้และอาหารที่ได้นำมาจำหน่ายในกิจกรรมนี้ ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทางเครือฯ จัดส่งเข้าจำหน่ายกับซูเปอร์มาร์เก็ตอู๋เหม่ยและห้างสรรพสินค้า GR Shopping Mall ซึ่งการจัดงานในครั้งนี้ได้แสดงถึงความร่วมมืออย่างเป็นทางการของทางเครือฯ กับช่องทางการกระจายสินค้าทั้งสองนี้

● ผู้เข้าร่วมงานของกิจกรรมทั้งสองนี้ เป็นฐานลูกค้าเดิมของทางซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้า จากการสังเกตการณ์และสอบถามจากผู้บริหารของซูเปอร์มาร์เก็ต Wumart ทำให้ทราบว่าในช่วงวันหยุดและวันสุดสัปดาห์จะมีลูกค้ามากถึงวันละประมาณ 10,000 ราย ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าวัยกลางคนและค่อนข้างสูงอายุที่มาเดินเลือกซื้อสินค้าเองเป็นประจำ ส่วนใหญ่มักจะทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน จึงมาเดินเลือกซื้อวัตถุดิบด้วยตนเอง



ปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มอย่างชัดเจนคือ กลุ่มผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้าออฟไลน์ และออนไลน์ แน่นอนว่ากลุ่มผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้าออฟไลน์จะเป็นกลุ่มลูกค้าวัยกลางคนและค่อนข้างสูงอายุที่กล่าวไปข้างต้น ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่จะเป็นเยาวชน หรือคนรุ่นใหม่ที่เพิ่งจบการศึกษา หรือคนวัยทำงานที่ให้ความสำคัญและเวลากับการทำงาน เน้นความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิต ทั้งนี้ ทางผู้ประกอบการอย่างซูเปอร์มาร์เก็ต Wumart ได้เตรียมการให้บริการลูกค้าทั้งสองกลุ่มโดยการจำหน่ายสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ด้วยเช่นกัน ผ่านแอปพลิเคชันของตนเองที่ชื่อ ตัวเตียน多点 และให้บริการจัดส่งสินค้าลูกค้าในพื้นที่ 3 กิโลเมตร ฟรี เมื่อซื้อสินค้าครบ 59 หยวน (หากเกิน 3 กิโลเมตร คิดค่าจัดส่ง 6 หยวน) นอกจากนี้ ทาง CPMFresh ก็มีร้านค้าออนไลน์ของตัวเองด้วยเช่นกัน ซึ่งระหว่างการจัดกิจกรรมออฟไลน์นั้น ก็มีเจ้าหน้าที่ทำการไลฟ์ขายสินค้า โดยสามารถสร้างยอดขายทุเรียนสดได้วันละประมาณ 5,000 ลูก



ผลตอบรับของลูกค้าส่วนใหญ่นั้น ให้การตอบรับการจัดกิจกรรมครั้งนี้เป็นอย่างดี นอกจากบรรยากาศในงานที่ครึกครื้น และเป็นกันเองแล้ว ทางซีพียังสามารถจำหน่ายสินค้าได้ดีด้วยเช่นกัน กิจกรรมที่ซูเปอร์มาร์เก็ต Wumart มียอดขายสินค้าวันละประมาณ 40,000 หยวน

ส่วนกิจกรรมที่ห้างสรรพสินค้า GR Shopping Mall มียอดขายต่อวันสูงกว่าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต Wumart โดยมียอดขายวันละประมาณ 100,000 หยวน แม้ว่าการสอบถามจากผู้บริหารของห้างฯ ทราบว่าจำนวนลูกค้าในช่วงวันหยุดและเสาร์อาทิตย์จะมีประมาณ 6 พันรายเท่านั้น แต่กลุ่มลูกค้าของห้าง GR Shopping Mall มีความสามารถทางการเงินสูงกว่า และนิยมการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน รวมถึงให้การตอบรับสินค้านำเข้าเป็นอย่างดี และกลุ่มลูกค้าหลักของทางห้างฯ จะค่อนข้างหลากหลายเป็นครอบครัว พ่อแม่ลูก ที่มาเดินเที่ยวเล่นกันช่วงวันหยุด

- **ข้อคิดเห็น**

กิจกรรมที่จัดขึ้น เป็นกิจกรรมที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนไทยและจีน และการที่มีตัวแทนภาครัฐไทยเข้าร่วมกิจกรรมนั้น มีส่วนในการสร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ประกอบการไทย และสร้างความมั่นใจแก่ผู้ประกอบการจีนในการร่วมมือทางธุรกิจ ไม่เพียงเท่านั้น สปช. ปักกิ่ง เป็นหน่วยงานภาครัฐไทยที่มีความเกี่ยวข้องกับกฎระเบียบมาตรฐานการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์เกษตรโดยตรง ดังนั้นการที่ สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงปักกิ่ง ได้เข้าร่วมงานและร่วมเป็นประธานกล่าวเปิดกิจกรรมจึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าไทยได้เป็นอย่างดี



และที่สำคัญ กิจกรรมนี้ ได้สอดแทรกวัฒนธรรมไทยผ่านอาหาร เครื่องแต่งกาย ศิลปะการแสดง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทย พร้อมทั้ง สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการผลักดัน “ซอฟพาวเวอร์” เพื่อผลักดันสินค้าและบริการของไทยทั้งในและต่างประเทศ


