1. Thailand Business Information Center in China, Beijing
No.21 Guang Hua Road, Chaoyang District, Beijing 100600
Tel:(86-10) 6531-8728 Fax:(86-10) 6531-8720
E-mail: beijing1@thaibizchina.com, bicbeijing@gmail.com

2. Thailand Business Information Center in China, Guangzhou
No.36 Youhe Road, Chigang Consular Area,
Haizhu District, Guangzhou, Guangdong 510310
Tel:(86-20) 8966-0636 Fax:(86-20) 8966-0639
E-mail: guangzhou1@thaibizchna.com, tbicguangzhou@gmail.com

3. Thailand Business Information Center in China, Shanghai
No.18 Wanshan Road, Changning District, Shanghai 200336
Tel: (86-21) 5260-9899 Fax: (86-21) 5260-9898
E-mail: tbicshanghai@hotmail.com

4. Thailand Business Information Center in China, Kunming
18th Floor, Shuncheng Twin Towers (East Building),
No. 11 Dongfeng Xi Road, Kunming, Yunnan 650032
Tel: (86-871) 6316-8916 Fax:(86-871) 6316-6891
E-mail: kunming1@thaibizchina.com

5.Thailand Business Information Center in China, Chengdu
12th Floor, Fund International Plaza (Building C),
No.6, Hangkong Road, Chengdu, Sichuan 610041
Tel: (86-28) 66689-7861 Fax:(86-28) 6689-7863
E-mail: tbicchengdu@hotmail.com, thai-chengdu@hotmail.com

6. Thailand Business Information Center in China, Nanning
1st-2nd Floor, Orient Manhattan Building,
No. 52-1, Jinhu Road, Qingxiu District, Nanning, Guangxi 530022
Tel: (86-771) 552-6945 to 47 Fax:(86-771) 559-4997
E-mail: bic-nanning@hotmail.com

7. Thailand Business Information Center in China, Xi'an
No.11, Yannan 3 Road, Diamond Peninsula,
Qujiang New District, Xi'an, Shanxi 700061
Tel:(86-29) 8931-2831 Fax:(86-29) 8931-2831
E-mail: thaibizchinaxian@outlook.com

8. Thailand Business Information Center in China, Xiamen
Building No.3, City Hotel Xiamen,
No.16, Huyuan Road, Xiamen, Fujian 361003
Tel:(86-592) 202-1259 Fax:(86-592) 202-7981
E-mail: xiamen1@thaibizchina.com, tbicxiamen@hotmail.com

9. Thailand Business Information Center in China, Qingdao
15th Floor, Unit 1504-5, Shangri-La Hotel Centre,
No.9 Xianggang Zhong Road, Shinan District,
Qingdao, Shandong 266071
Tel: (86-532) 6887-7038 to 39 Fax: (86-532) 6887-7036
E-mail: qingdao1@thaibizchina.com, thaibizqingdao@hotmail.com

10. Thailand Business Information Center in China, Hong Kong
Fairmont House, 8th Floor, Cotton Tree Drive,
Central, Hongkong S.A.R.
Tel: (852) 2532-5119 Fax:(852) 2521-8629
E-mail: bichongkong@gmail.com, sthai07@thai-consulate.org.hk

THAI BIZ China.com
Business Information Center

BIC YEAR BOOK 2017

ศึกษาโอกาส เรียนจากผู้รู้ เพ่งดูการเปลี่ยนแปลง

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน

THAI BIZ China.com
Business Information Center

ปักกิ่ง กว่างโจว คุนหมิง เฉิงตู ชิงต่าว ซีอาน เซี่ยงไฮ้ เซี่ยเหมิน หนานหนิง ฮ่องกง

สารจากเอกอัครราชทูตไทย ประจำสาธารณรัฐประชาชนจีน

ท่านผู้อ่านทุกท่าน

ผมมีความยินดีนำเสนอ BIC Year Book 2017 ให้ผู้อ่านทุกท่าน นับเป็นผลงานที่ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (Business Information Center - BIC) ทั้ง 10 ศูนย์ เขียนร่วมกันเป็นครั้งที่ 5 โดย BIC Yearbook เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเกาะติดความเคลื่อนไหวด้านเศรษฐกิจและสังคมของจีน รวมทั้งศึกษาโอกาสการลงทุน ตลอดจนแบ่งปันประสบการณ์การดำเนินธุรกิจในจีน

หลายท่านอาจมีความคุ้นเคยกับศูนย์ “BIC” ผ่านการติดต่อใช้บริการ หรือเข้าร่วมงานสัมมนาที่ BIC จัดขึ้นในปีที่ผ่าน ๆ มา ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีนจัดตั้งขึ้นตั้งแต่เมื่อปี 2548 โดยกระทรวงการต่างประเทศ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจของจีนแก่ผู้สนใจทั่วไป และเป็นฐานข้อมูลองค์ความรู้และกฎระเบียบพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการไทยในการทำธุรกิจกับจีน จนถึงวันนี้ ศูนย์ BIC ทั้ง 10 ศูนย์ (ปักกิ่ง กว่างโจว คุนหมิง เฉิงตู เซี่ยงไฮ้ เซี่ยเหมิน ซีอาน หนานหนิง ชิงต่าว และฮ่องกง) ภายใต้การกำกับดูแลของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ไทยในจีน ได้เปิดให้บริการเป็นปีที่ 12 แล้ว

ประเทศจีนนับเป็นประเทศที่มีพลวัตรทางการเมืองและเศรษฐกิจสูง ในด้านเศรษฐกิจ การเปิดประเทศและนโยบายการปฏิรูปทางเศรษฐกิจของจีนที่ดำเนินการมาต่อเนื่องทำให้จีนก้าวขึ้นเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของโลก จีนยังคงสามารถรักษาการเติบโตในระดับปานกลาง-สูงภายใต้ภาวะ “New Normal” และมีข้อริเริ่มและความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงและเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งในประเทศและเวทีระหว่างประเทศ อาทิ ข้อริเริ่ม Belt and Road ที่ได้รับการสนับสนุนจากหลายประเทศทั่วโลก ปัจจุบัน รัฐบาลจีนมีการปฏิรูปทางเศรษฐกิจในหลายสาขาเพื่อพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของภาคส่วนต่าง ๆ ตั้งแต่ภาคการเงินไปจนถึงภาคการผลิต รวมถึงให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา และการใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับทุกภาคส่วนของจีน อาทิ นโยบาย Internet+ และ Made in China 2025 นอกจากนี้ ธุรกิจภาคบริการและการบริโภค โดยเฉพาะเศรษฐกิจแบ่งปัน (sharing economy) และการใช้จ่ายผ่านทางโทรศัพท์มือถือ กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของชาวจีนส่วนใหญ่และมีความสำคัญต่อการพัฒนาของเศรษฐกิจจีนในการบรรลุถึง 'ความฝันของจีน' (China Dream)

BIC Yearbook 2017 ฉบับนี้ จึงได้รวบรวมบทความที่หลากหลายเกี่ยวกับโอกาส ประสบการณ์การทำธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงของจีน ซึ่งผมหวังว่าจะทำให้ท่านผู้อ่านได้เห็นภาพที่ชัดเจนมากขึ้นเกี่ยวกับประเทศจีนจากผู้ที่อยู่ในพื้นที่โดยตรง และผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจจีน โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่สนใจเข้าตลาดจีนหรือดำเนินการค้ากับจีนอยู่แล้ว ควรศึกษา ติดตาม และทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเพื่อไม่ให้เสียโอกาสทางการค้าและสามารถรักษาขีดความสามารถทางการแข่งขันได้ และหากท่านผู้อ่านมีข้อสงสัยหรือประสงค์จะสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ศูนย์ BIC มีความยินดีที่จะให้บริการท่านเสมอ และผมหวังว่าท่านจะได้ใช้ประโยชน์จากศูนย์ BIC ทั้ง 10 แห่ง

นายนายพิริยะ เข็มพล
เอกอัครราชทูตไทยประจำสาธารณรัฐประชาชนจีน

คำนำ

หนังสือรวมเล่มผลงานของศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (Thailand Business Information Center in China: BIC) กลับมาพบกับท่านผู้อ่านอีกครั้ง โดยหนังสือ BIC Year Book 2017 เล่มนี้เป็นความภูมิใจของพวกเรา BIC ที่ตั้งใจคัดสรรบทความ รวมถึงการรวบรวมข้อมูลเชิงโอกาสและความท้ายทายทางเศรษฐกิจของประเทศจีนในปีที่ผ่านมา เพื่อนำมาจัดพิมพ์เป็นหนังสือเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการ นักลงทุน รวมไปถึงผู้ที่สนใจศึกษาแนวโน้มและเทรนด์เศรษฐกิจใหม่ ๆ ของประเทศจีน เพื่อประโยชน์ในการประกอบการตัดสินใจในการทำธุรกิจต่าง ๆ

กว่า 12 ปีแล้วที่ศูนย์ BIC ในประเทศจีนได้ก่อตั้งขึ้นโดยข้อริเริ่มของกระทรวงการต่างประเทศ เพื่อมุ่งให้บริการข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงข้อมูลเชิงลึกรายมณฑลผ่านทางเว็บไซต์ www.thaibizchina.com โดยมีสำนักงาน 10 แห่งทั่วประเทศจีน ได้แก่ กรุงปักกิ่ง นครกว่างโจว นครคุนหมิง นครเฉิงตู นครเซี่ยงไฮ้ นครซีอาน นครหนานหนิง เมืองชิงต่าว เมืองเซี่ยเหมิน และเมืองฮ่องกง

หนังสือ BIC Year Book 2017 เล่มนี้ยังคงเนื้อหาที่มุ่งเน้นการ ‘ศึกษาโอกาส’ ทางธุรกิจที่นักธุรกิจไทยมีโอกาสเข้าทำตลาด รวมไปถึงการนำเสนอศักยภาพทางธุรกิจในเมืองต่าง ๆ อาทิ “ท่าเรือชินโจวของกว่างซีเป็นด่านนำเข้ารังนกที่แรกในจีน” “เจาะโอกาสผลิตภัณฑ์สปากับเมืองชิงต่าว” “Tang West Market กับโอกาสทางการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในนครซีอาน” “Chengdu High Tech Zone เขตอุตสาหกรรมคุณภาพสูงอันดับ 3 ของจีน” หรือ “เมื่อยูนนานเร่งพัฒนาคมนาคมและการลงทุน โอกาสของไทยอยู่ที่ไหน” รวมไปถึงบทความสะท้อนกระแสเศรษฐกิจสมัยใหม่ อาทิ “เทรนด์การถ่ายทอดสดออนไลน์ที่อาจจะกลายมาเป็นช่องทางโฆษณาสินค้าไทยใหม่ในจีน” หรือ “เผยช่องทางการโฆษณาสินค้ายุคใหม่ในจีนผ่าน 3 ยักษ์ใหญ่ BAT ที่ผู้ประกอบการไทยห้ามพลาด” เป็นต้น

นอกจากนี้ในหมวดการแนะนำโอกาสทางธุรกิจของไทยในประเทศจีนผ่าน ‘เรียนจากผู้รู้’ ยังมีบทความที่น่าสนใจ อาทิ “ศึกษาโมเดลธุรกิจจากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง Choi Fung Hong” หรือ “ศึกษาขั้นตอนการเปิดร้านค้าออนไลน์ใน Tmall.com ของบริษัท King Power” ขั้นตอนการเปิดร้านอาหารในฮ่องกง” และการเกาะกระแสความเคลื่อนไหวในจีนกับ ‘เพ่งดูการเปลี่ยนแปลง’ อาทิ “นครหลานโจว ‘ท่าเรือบก’ แห่งใหม่ของจีนตะวันตก” หรือ“กว่างซีกับ Key Success การเป็นประตูสู่อาเซียน” เป็นต้น และหมวดสุดท้ายกับเกร็ด ‘ภาพเล่าเรื่อง’ ที่จะนำท่านผู้อ่านไปรู้จักกับเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยในการทำธุรกิจที่น่าสนใจของชาวจีน

ท้ายสุดนี้ คณะผู้จัดทำหนังสือ BIC Year Book 2017 ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้การสนับสนุนและใช้บริการเว็บไซต์ www.thaibizchina.com ทำให้ปัจจุบันเว็บไซต์ดังกล่าวมีผู้เข้าชมแล้วกว่า 8.5 ล้านครั้ง และอีกช่องทางผ่าน www.facebook.com/thaibizchina

คณะผู้จัดทำฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือ BIC Year Book 2017 เล่มนี้จะเป็นส่วนเล็กๆ ในการจุดประกายโอกาสทางธุรกิจและเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อประกอบการตัดสินใจทำธุรกิจในประเทศจีนให้แก่ท่านผู้อ่านได้ไม่มากก็น้อย

ผลงานเขียนร่วมโดยศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน

“หลากมุมมอง ... จับจ้องเศรษฐกิจจีน” นานาบทความเจาะลึกเศรษฐกิจจีนในวันนี้
เมื่อพฤษภาคม 2551

“หั่งเช้งจีนกับโอกาสของผู้ประกอบการไทย” รวมบทความเกี่ยวกับทิศทางเศรษฐกิจและประสบการณ์ในการทำธุรกิจในจีน
เมื่อกันยายน 2554

แฟ้มข้อมูลรายมณฑลทุกมณฑลของจีน โดยบีไอซี
เมื่อกรกฎาคม 2555

BIC YEAR BOOK ศึกษาโอกาส เรียนจากผู้รู้ เพ่งดูการเปลี่ยนแปลง 2014
เมื่อกันยายน 2557

สารบัญ

ศึกษาโอกาส

- เผยช่องทางโฆษณาสินค้ายุคใหม่ในจีน ช่องทางการตลาดที่ผู้ประกอบการไทยห้ามพลาด
- ถ่ายทอดสดออนไลน์ ช่องทางโฆษณาสินค้าไทยใหม่ในจีน
- เจาะโอกาสผลิตภัณฑ์สปา ภูมิปัญญาไทยสู่ตลาดจีน
- จับจองโอกาส...เมื่อท่าเรือชินโจวเป็นด่านนำเข้ารังนกที่แรกในจีนหนานหนิง
- สำรวจ Tang West Market โอกาสการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในนครซีอาน
- จีนเร่งพัฒนาภาคตะวันตก ยูนนานเร่งขับเคลื่อนความเชื่อมโยงและปฏิรูปอุตสาหกรรม โอกาสของไทยอยู่ตรงไหน?
- ยูนนานดัน “เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน” หวังเชื่อมตลาดอาเซียนและเอเชียใต้
- Chengdu High Tech Zone เขตอุตสาหกรรมคุณภาพสูงอันดับ 3 ของจีน พร้อมรับการลงทุน
- “ม้ามืด” วงการผลิตหลอดไฟ LED ของโลก 30% ผลิตในเมืองเซี่ยเหมิน

เรียนจากผู้รู้

- Tips “ออกบูธ” ในจีน – เทคนิคจับผิด “แบงค์ปลอม”
- เทคนิค “4 อย่า” รู้ทันการค้ากับจีน
- อุทาหรณ์ “กฎหมายแรงงาน” จีน กรณีศึกษาที่นักลงทุนไทยควรรู้
- ศึกษาขั้นตอนการเปิดร้านค้าออนไลน์ Tmall.com ของบริษัท King Power
- สนใจ "เปิดร้านออนไลน์" ในจีน มองทางนี้!!! ศึกษา "กฎหมายจีน" สิ่งใกล้ตัว อย่ามัวละเลย
- ขั้นตอนการเปิดร้านอาหารในฮ่องกง
- การศึกษาโมเดลธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง Choi Fung Hong แบรนด์ของฮ่องกง
- เรียนรู้ความสำเร็จ : 'หลัวซือเฝิ่น' เมืองหลิ่วโจว เมนูของ 'คนชอบกินเส้น'
- อาลีบาบาเผยเคล็ดลับอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการค้าต่างประเทศ เสนอทิ้งโมเดลการค้าเดิม มุ่งสู่เศรษฐกิจ 4.0 อย่างเต็มรูปแบบ
- ข้อคิดดี ๆ ผู้บริหารหนุ่มแห่งนิคมอุตสาหกรรมไทย
- โอกาสของสินค้าไทยจากมุมมองผู้ประกอบการในงานเทศกาลไทย 2560 ณ นครเฉิงตู

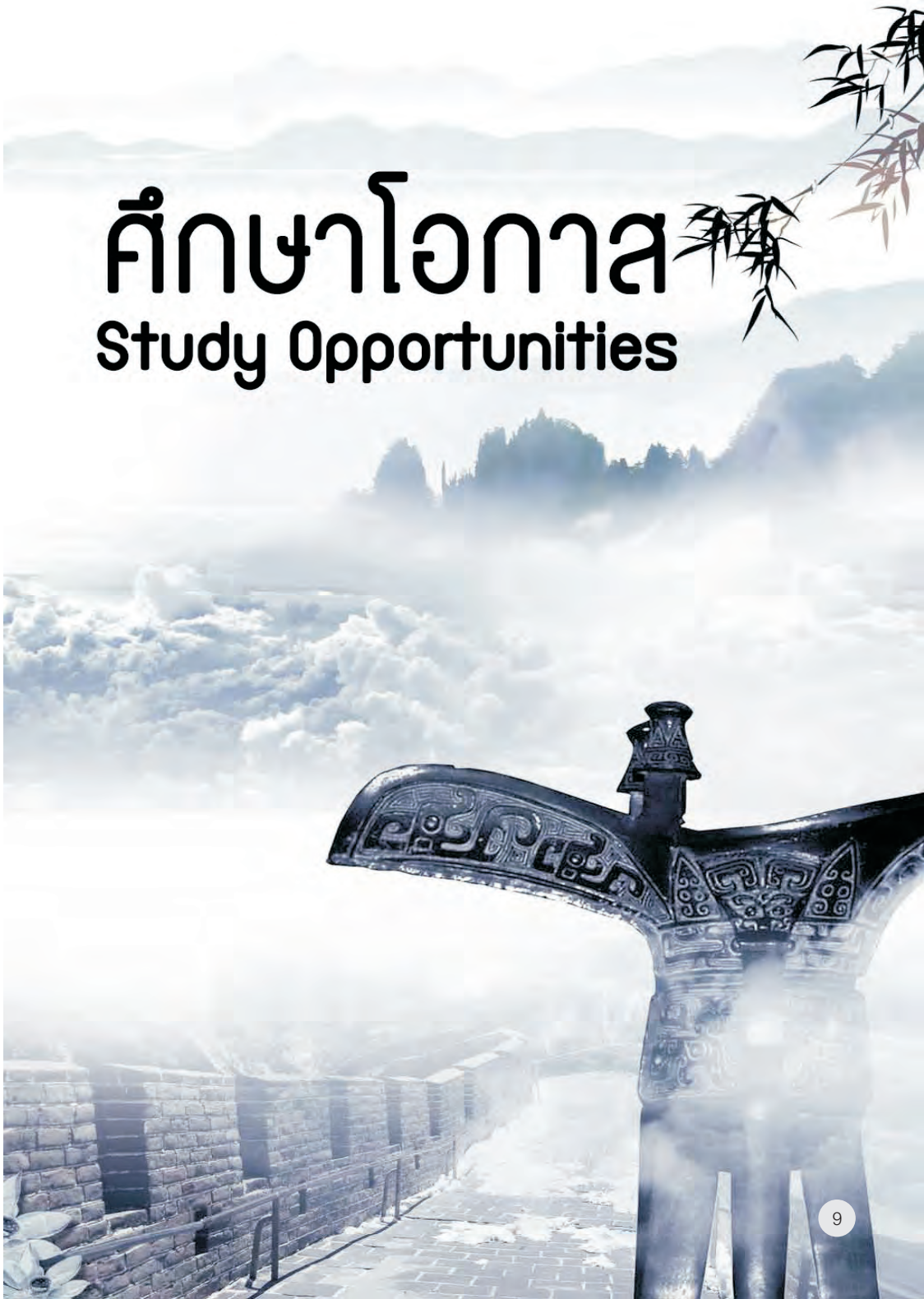
เพ่งดูการเปลี่ยนแปลง

- กว่างซี กับ Key Success การเป็น “ประตูสู่อาเซียน”
- บริษัทต่างชาติที่ลงทุนในจีนกับเศรษฐกิจจีนยุค “New Normal”
- มารู้จัก Blue Silicon Valley เมืองแห่งวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางทะเลของเมืองชิงต่าว
- ส่อง! พัฒนาการ “รถไฟสินค้าเฉิงตู-ยุโรป” กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจของมณฑลเสฉวนภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ “One Belt One Road”
- สำรวจเขตโลจิสติกส์นานาชาตินครหลานโจว ท่าเรือบกแห่งใหม่ของจีนตะวันตกเฉียงเหนือ
- ส่องเขตการค้าเสรีมหานครเซี่ยงไฮ้...เปิดกว้างเศรษฐกิจจีนสู่สากล

ภาพเล่าเรื่อง: สำหรับผู้สนใจธุรกิจจีน

- รู้จักยุทธศาสตร์ One Belt One Road จีนวางหมากผู้เล่นอย่างไร?
- e-Commerce ข้ามพรมแดน จุดเติบโตใหม่ของการค้าระหว่างประเทศจีน
- จีนรื้อ ‘ภาษี’ สินค้าออนไลน์นำเข้าจากต่างประเทศ
- จีนเล็ง ‘ลด’ ภาษีสินค้า โอกาสสินค้าส่งออก(ไทย)
- ส่อง! กำลังซื้อวัยรุ่นจีนปี 2559
- ปริมาณการขนส่งพัสดุด่วนในจีนปี 2559
- Tips...ออกบูธในจีน รู้จักกับ ‘แบงค์ 100 หยวน’ รุ่นใหม่

ศึกษาโอกาส
Study Opportunities



เผยช่องทางโฆษณาสินค้ายุคใหม่ในจีน ช่องทางการตลาดที่ผู้ประกอบการไทยห้ามพลาด!!

ในเดือนมิถุนายน 2560 ยอดผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในจีนพุ่งทะยานไปสู่ 710 ล้านคน คิดเป็นอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตกว่า 51.7% ของประชากรทั้งประเทศ จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2548 โดยขณะนั้นมีผู้ใช้งานเพียง 111 ล้านคน แต่ในปี 2553 เพิ่มเป็น 475 ล้านคน และในปี 2558 เพิ่มเป็น 688 ล้านคน

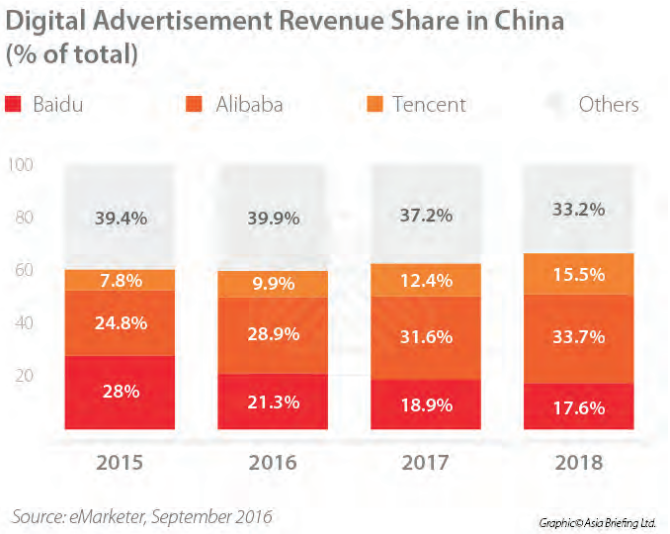
ทำให้ประเทศจีนกลายเป็นตลาดธุรกิจออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลกในแง่ของจำนวนผู้ใช้งาน ยิ่งไปกว่านั้น มีการคาดการณ์ว่า ในอีก 10 ปีข้างหน้า ตัวเลขผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจะเพิ่มเป็น 2 เท่า ซึ่งจะทำให้จีนเป็นยุคที่ทุกสรรพสิ่งถูกรวมเข้ากับอินเตอร์เน็ต (Internet of Things: IoTs) อย่างแท้จริง

เมื่อทุกการตลาดถูกรวมเข้ากับอินเทอร์เน็ต การโฆษณารูปแบบเดิมจึงได้ผลที่ต่ำลงอย่างน่าตกใจ สื่อดิจิตอลจึงเป็นสื่อยุคใหม่ที่จะเข้ามาแทนที่เพื่อตอบรับรูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป จีนคาดการณ์ว่ามูลค่าการลงทุนโฆษณาในสื่อดิจิตอลเพิ่มขึ้นจาก 23.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2547 เป็น 83.59 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2563

> “ปัจจุบัน ตัวเลขการโฆษณาออนไลน์ในจีนเติบโตสูงสุดอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์กลับเติบโตคงที่ ”

ตลาดโฆษณาออนไลน์ของจีนอยู่ในมือของบริษัทยักษ์ใหญ่ที่เป็นที่รู้จัก อาทิ ไป่ตู้ (Baidu) อาลีบาบา (Alibaba) และเท็นเซ็นต์ (Tencent) หรือที่เรียกรวมกันว่า BAT เมื่อปี 2548 BAT มีรายได้รวมกันจากธุรกิจโฆษณาออนไลน์คิดเป็น 60.6% ของตลาดโฆษณาออนไลน์ทั้งหมดในจีน และในปี 2561 คาดว่าจะเพิ่ม 66.8%

ทั้งนี้ แพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ในขณะนี้ คือ โทรศัพท์มือถือ ซึ่งมีอัตราการเติบโตที่สูงที่สุด โดยในปี 2558 เท่ากับ 71.1% และในปี 2561 คาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้นกว่า 4.4%



ในตลาดโฆษณาขนาดมหึมาของจีนที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน เจ้าของธุรกิจต่างนำกลยุทธ์การโฆษณามาต่อสู้กันบนแพลตฟอร์มดิจิตอลที่เหมาะสมกับธุรกิจของตนมากที่สุด เพื่อให้ได้มาซึ่งความสนใจจากลูกค้าที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

บทความนี้จะนำเสนอข้อมูลเพื่อให้ผู้ประกอบการไทยรู้จักกับ 3 ยักษ์ใหญ่ในวงการโฆษณาออนไลน์ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในจีนขณะนี้ และสามารถนำข้อมูลเบื้องต้นไปเพื่อประกอบการพิจารณาเพื่อลงทุนในตลาดโฆษณาออนไลน์ของจีนต่อไป

“Baidu"

ไป่ตู้ (Baidu) ได้รับการขนานนามว่าเป็น Google ของจีน โดยเป็นเว็บไซต์ให้บริการค้นหาข้อมูล (search engine) ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ต่อมาได้ขยายการให้บริการซึ่งคล้ายคลึงกับ Google อาทิ แผนที่ไป่ตู้ (Baidu Map) และคลังเก็บข้อมูลไป่ตู้ (Baidu Netdisk) บน cloud ของตนเอง ในปี 2558 Baidu ยึดครองส่วนแบ่งทางการตลาดด้านรายได้จากโฆษณาผ่านการให้บริการค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์ www.baidu.com สูงถึง 80% และส่วนแบ่งทางการตลาดด้านการให้บริการ 71.4%

อย่างไรก็ตาม การเปิดตัวแอพพลิเคชั่นให้บริการด้านค้นหาข้อมูล Shenma ของอาลีบาบา (Alibaba) มีส่วนทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดด้านการให้บริการของ Baidu ลดลง โดยในช่วงไตรมาสที่ 3/2559 ส่วนแบ่งทางการตลาดด้านการให้บริการลดลงเหลือ 44.5%

รายได้หลักของ Baidu มาจากการขายพื้นที่โฆษณาบนหน้าบริการค้นหาข้อมูลด้วยระบบโฆษณาแบบ Pay-Per-Click: PPC[1] ผ่านการจัดการด้วยรูปแบบ Search Engine Optimization: SEO[2] เนื่องจากการทำโฆษณาบน Baidu มุ่งเน้นไปยังกลุ่มลูกค้าชาวจีน

เบื้องต้น เว็บไซต์ Baidu จึงกำหนดให้บริษัทต่างชาติที่ต้องการโฆษณาสินค้าบนเว็บไซต์ต้องมีเว็บไซต์ภาษาจีนเป็นของตนเอง และในขั้นตอนการลงทะเบียนเป็นผู้ใช้งานของ Baidu ยังกำหนดให้บริษัทต่างชาติยื่นไฟล์เอกสารการจดทะเบียนบริษัทในจีน (รูปแบบดิจิตอล) เพื่อเป็นหลักฐานในการทำสัญญาผู้ใช้บริการอีกด้วย

การมีเว็บไซต์ภาษาจีนจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการทำโฆษณา เพราะเว็บไซต์เปรียบสมือนเป็นแพลตฟอร์มที่เชื่อมโยงผู้บริโภคชาวจีนเข้ากับตัวสินค้าของผู้ประกอบการได้อย่างง่ายดายและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เว็บไซต์ Baidu ยังมีข้อจำกัดในการแสดงผลการค้นหา โดยเว็บไซต์ที่เป็นภาษาต่างประเทศ หรือเว็บไซต์ที่มี host อยู่ในต่างประเทศจะถูกจัดอันดับผลการค้นหาให้อยู่หลังเว็บไซต์ภาษาจีน หรือเว็บไซต์ที่มี host ในจีนเสมอ

ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการที่จะเลือกทำโฆษณากับ Baidu ควรพิจารณาอย่างรอบคอบ

---

[1]Pay-Per-Click (PPC) คือ เทคโนโลยีโฆษณาที่ลูกค้าจะจ่ายเงินให้แก่เว็บไซต์ผู้ให้บริการพื้นที่โฆษณาโดยคิดจากจำนวนการถูกคลิกเท่านั้น

[2] Search Engine Optimization (SEO) คือ การใช้เทคโนโลยีเพื่อให้หน้าเว็บไซต์หรือหน้าข้อมูลของลูกค้าขึ้นอันดับแรก ๆ ของการค้นหาข้อมูล

“Alibaba”

อาลีบาบา (Alibaba) คือ พี่ใหญ่ของวงการ e-commerce มีธุรกิจขายปลีกออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในจีน อาทิ ถาวป่าว (www.taobao.com) ทีมอล (www.tmall.com) ระบบจ่ายเงินออนไลน์อาลีเพย์ (Alipay) และบริการบนแพลตฟอร์มอื่น ๆ อีกมากมาย

ในปี 2559 Alibaba เข้าซื้อหุ้นทั้งหมดของ Baidu ทำให้ Alibaba กลายเป็นผู้ถือครองตลาดโฆษณาออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดของจีน ในปี 2561 คาดว่าส่วนแบ่งทางการตลาดในด้านการใช้งานของ Alibaba จะเพิ่มขึ้นถึง 33% และในปี 2563 จะเพิ่มมากกว่า 2 เท่า

> “การขยายตัวของส่วนแบ่งทางการตลาดของ Alibaba ปัจจัยหลักเป็นผลมาจากความนิยม e-Commerce ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง”

ในปี 2552 Alibaba ซื้อบริษัท UCWeb Inc. บริษัทผู้พัฒนาและให้บริการเทคโนโลยีซอฟท์แวร์อินเทอร์เน็ตบนมือถือผ่านแอพพลิเคชั่นและเว็บเบราเซอร์[3] และพัฒนากลยุทธ์ด้าน search engine โดยจัดทำระบบการค้นหาข้อมูล Shenma ผ่านแอพพลิเคชั่นและเว็บเบราเซอร์ UC การโฆษณาของ Alibaba ยังใช้ระบบโฆษณาแบบ PPC ผ่านการจัดการด้วยรูปแบบ SEO ที่คล้ายกับระบบของ Baidu แต่มีราคาต่อคลิกสูงกว่า อาทิ คีย์เวิร์ด "เสื้อผ้า" อาจจะมีราคาสูงกว่า 10 หยวนต่อ 1 คลิก

อย่างไรก็ดี ระบบการค้นหาของ Alibaba ค่อนข้างมีความแตกต่างจากระบบการค้นหาอื่น ๆ เนื่องจากเป็นระบบการค้นหาแบบปิด ซึ่งผลการค้นหาจะแสดงเฉพาะผลจากเว็บไซต์ที่อยู่ภายใต้การควบคุมหรือมีความร่วมมือกับ Alibaba เท่านั้น

---

[3] Company Overview of UCWeb Inc.
http://www.bloomberg.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapId=46476173

การจำกัดผลการค้นหาดังกล่าว ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสค้นเจอสินค้าที่ต้องการได้รวดเร็วและแม่นยำมากกว่าเดิม ยกตัวอย่างเช่น คีย์เวิร์ด "กางเกงขายาว" ผลการค้นหาจะปรากฏลิงค์ของร้านค้าที่อยู่ในเครือหรือร้านค้าที่มีความร่วมมือกับ Alibaba ซึ่งจะเชื่อมต่อไปถึงตัวสินค้าโดยตรงและไม่ต้องไปปะปนกับเว็บไซต์อื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายกางเกงขายาว เป็นต้น เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดผู้ประกอบการที่ต้องการจะลงโฆษณากับ Alibaba ควรพิจารณาปัจจัยดังต่อไปนี้

1. เลือกชื่อหรือคำอธิบายสินค้าที่รวมคำค้นหายอดนิยมเอาไว้ด้วย
2. ศึกษาสถิติหรือข้อมูลผลการจัดอันดับคำค้นหายอดนิยม
3. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้งานและพฤติกรรมของผู้บริโภค
4. ตั้งค่าหน้าเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์หรือบริการให้สามารถแสดงผลในโทรศัพท์มือถือหรือแอพพลิเคชั่นวีแชท (WeChat) หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ชนิดอื่น ๆ (Social Media) เพื่อเพิ่มโอกาสของการเข้าถึงข้อมูลของผู้บริโภค

“Tencent”

เท็นเซ็น (Tencent) คือ ผู้นำตลาด Social Media ของจีน มีแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียงอย่างแอพพลิเคชั่นคิวคิว (QQ) และวีแชท (Wechat) รวมถึงระบบชำระเงินออนไลน์อย่างเท็นเพย์ (Tenpay) นอกจากนี้ Tencent ยังถือครองหุ้น 15% ของเว็บไซต์ e-Commerce จิงตง (www.jd.com) ในปี 2559 Tencent กลายเป็นบริษัทที่มีเงินทุนมากที่สุดในเอเชียแซงหน้า Alibaba แชมป์เก่า

ถึงแม้ปัจจุบันรายได้หลักของบริษัทมาจาก "เกมส์ออนไลน์" คิดเป็นประมาณ 51% ของรายได้ทั้งหมดในไตรมาสที่ 4 ของปี 2558 อย่างไรก็ตาม ตัวเลขรายได้จากโฆษณาก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2559 รายได้จากโฆษณามีมูลค่า 6,500 ล้านหยวน และคาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้นอีกในอนาคต

ทั้งนี้ Tencent ไม่ได้มุ่งเน้นการโฆษณาผ่าน search engine อย่าง Baidu และ Alibaba แต่มุ่งเน้นการโฆษณาบนแอพพลิเคชั่นอย่าง "WeChat" ในอดีต WeChat อนุญาตให้แบรนด์ต่างๆ เข้ามาทำโฆษณาบนแพลตฟอร์มผ่านการเจรจาสัญญาโฆษณาเป็นราย ๆ แต่เมื่อปี 2558

WeChat เปิดตัว WeChat Moment ซึ่งคล้ายกับหน้า wall ของเฟสบุ๊ค (Facebook) เป็นการเปิดโอกาสให้โฆษณาใน WeChat ออกสู่สายตาของผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น โดยสนนราคาแพคเกจต่อการโฆษณาหลากหลาย อาทิ 140 หยวนต่อการมองเห็นของผู้บริโภค 1,000 คนในกรุงปักกิ่งและนครเซี่ยงไฮ้ หรือจะเป็น 90 หยวนต่อการมองเห็นของผู้บริโภค 1,000 คน ในเมืองอื่น ๆ หรือ 40 หยวนต่อการมองเห็นของผู้บริโภค 1,000 คนในพื้นที่จำกัด

ตัวอย่างรูปแบบโฆษณาบน WeChat Moments

อย่างไรก็ดี การโฆษณาแบบ PPC ผ่านหน้า WeChat Moment มีอัตราการเปิดค่อนข้างสูง ซึ่งทำให้ราคาสูงตามไปด้วยเมื่อเทียบกับวิธีอื่น แต่ทั้งนี้ ใน WeChat ผู้ประกอบการสามารถเลือกรูปแบบการโฆษณาที่ต่างออกไปได้ อาทิ การจ้างบล็อกเกอร์ (Blogger) ที่มีชื่อเสียงใน WeChat ช่วยโปรโมทสินค้า หรือการโปรโมทบนแพลตฟอร์มอื่น ๆ ของ Tencent เช่น QQ

นอกจาก 3 ยักษ์ใหญ่ของวงการโฆษณาที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ในจีนยังมีช่องทางโฆษณาอีกมากมายให้ผู้ประกอบการเลือกสรรตามความเหมาะสม อาทิ ไมโครบล็อก (microblogging website) เว็บบล็อก Sina Weibo และแอพพลิเคชั่นบันเทิง อาทิ Youku, Tudou และ Aiqiyi ซึ่งแพลตฟอร์มต่าง ๆ เหล่านี้ มีแพคเกจ ช่องทาง และรูปแบบการโฆษณาที่หลากหลาย อาทิ มือถือ คอมพิวเตอร์ และทีวีอัจฉริยะ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรพิจารณาพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป็นหลัก เพื่อที่จะสามารถเลือกสื่อโฆษณาได้เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และคุ้มค่าการลงทุน

รูปแบบการโฆษณาในจีนอาจจะแตกต่างจากการโฆษณาในประเทศอื่น ๆ เนื่องจากข้อมูลการโฆษณาถูกสร้างขึ้นเพื่อส่งต่อให้กับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม คือ ชาวจีนเท่านั้น ในขณะที่แพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่กล่าวข้างต้น ล้วนแล้วแต่มีการจำกัดข้อมูลสินค้าที่อยู่ในต่างประเทศแทบทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตาม หากสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการตั้งใจออกแบบเจาะกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน โดยเฉพาะการโฆษณาด้วยแพลตฟอร์มยักษ์ใหญ่อย่าง BAT หรือรายอื่นๆ ก็จะเป็นข้อได้เปรียบทันที ปัจจัยที่จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในจีนอาจจะไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียว แต่การสร้างแบรนด์เป็นที่รู้จักในหมู่ผู้บริโภค และการสร้างความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจของท่านไปได้ไกลในตลาดจีนยุคใหม่

ถ่ายทอดสด ออนไลน์ : ช่องทางใหม่ในการโฆษณาสินค้าไทยในจีน

ปัจจุบัน ประเทศจีนได้พัฒนาระบบสารสนเทศไปมาก นอกจากทีวีช่องปกติแล้ว ทีวีออนไลน์ก็ได้รับความนิยมมากเช่นกัน ชาวจีนจำนวนมากที่นิยมติดตามชีวิตประจำวันของผู้ดำเนินรายการ บางช่องมีผู้ชมเกือบแสนคนในขณะที่มีการถ่ายทอดสด หากมองในแง่ของโอกาส ช่องทางเหล่านี้สามารถสร้างประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการไทย ทั้งในด้านธุรกิจและการเผยแพร่วัฒนธรรมไทย

วันนี้ ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) ขอนำท่านผู้อ่านไปรู้จักกับช่อง “ปลากัดทีวี” ซึ่งเป็นช่องทีวีออนไลน์ยอดนิยมของจีน

“ปลากัดทีวี” (DouyuTV) ถือกำเนิดขึ้นเมื่อวันที่ 1มกราคม 2557 ในปี 2559 มีงบลงทุนทั้งสิ้น 2,000 ล้านหยวน เป็นรายการสดจากผู้ดำเนินรายการอาสาสมัครตามบ้าน ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นดารา และไม่จำเป็นต้องใช้ตนเองในการดำเนินรายการเสมอไป สามารถถ่ายทอดสดกิจกรรมที่ทำอยู่ แม้กระทั่งเล่นเกมอยู่หน้าจอก็สามารถดำเนินรายการได้

ในปัจจุบัน ปลากัดทีวีแบ่งประเภทรายการเป็น 97 ประเภท อาทิ กีฬา ศิลปะ ความบันเทิง เกม และรายการต่างประเทศ และที่น่าสนใจอย่างยิ่ง คือ ผู้ชมสามารถรับชมปลากัดทีวีได้ในทุกระบบปฏิบัติการ เช่น โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ หรือแม้กระทั่งกล่องรับสัญญาณทีวีออนไลน์ Set-Top Box ยอดนิยมอย่าง Xiaomi Box, Tmall Box และ Huawei Box เป็นต้น ทำให้รายการสามารถเข้าถึงชาวจีนทั่วไปได้อย่างแพร่หลาย

นอกจากนี้ ผู้ชมทางบ้านสามารถพิมพ์ข้อความแสดงความคิดเห็นผ่านหน้าแอพพลิเคชั่น หรือ เว็บเบราเซอร์เพื่อตอบโต้กับผู้ดำเนินรายการได้อีกทั้งผู้ชมยังสามารถให้รางวัลขอบคุณ โดยการซื้อไอเท็มจากช่องปลากัดทีวี ซึ่งอาจจะเป็นลูกชิ้นปลา จรวด หรือเครื่องบินยักษ์ส่งไปให้ผู้ดำเนินรายการ ซึ่งจะนำไอเท็มเหล่านี้ไปแลกเป็นเงินสดได้ภายหลัง

ทั้งนี้ ผู้ดำเนินรายการสามารถกำหนดเวลาการออกอากาศให้ผู้รับชมได้รับทราบผ่านหน้าแอพพลิเคชั่นปลากัดทีวี และยังสามารถตรวจสอบเรทติ้งจำนวนแฟนคลับที่มีได้ด้วย

ปลากัดทีวีกับการสร้างความ "นิยมไทย"

ผู้เขียนก็เป็นอีกคนหนึ่งที่ชอบชมช่องรายการปลากัดทีวี และพบว่าปัจจุบัน มีนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนมากที่ถ่ายทอดสดมาจากประเทศไทย โดยมีคนสนใจตั้งคำถามมากมายเกี่ยวกับสถานที่ที่ผู้ดำเนินรายการเหล่านั้นเดินทางไป กิจกรรมที่ทำอยู่ หรือแม้กระทั่งรสชาติอาหารที่ลิ้มลอง

นอกจากนี้ รายการสดของพวกเขายังช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งช้อปปิ้งแห่งนั้นๆ อีกด้วย เห็นได้จากการที่ผู้ชมจำนวนมากสั่งซื้อสินค้าผ่านรายการเพื่อให้ผู้ดำเนินรายการ "หิ้ว" กลับมาขายในประเทศจีน ซึ่งผู้ดำเนินรายการก็สามารถเพิ่มราคาสินค้าผ่านรีวิวสินค้าสดได้ด้วย ทำให้ผู้ชมในประเทศจีนรู้สึกเหมือนได้ลองใช้เอง และเกิดความเชื่อใจในการสั่งซื้อสินค้า

ดังนั้น ไม่ต้องตกใจหากจู่ๆ มีชาวจีนเดินเข้ามาสัมภาษณ์คุณ โดยใช้โทรศัพท์มือถือติดบนไม้เซลฟี่มาถ่ายรายการสด เพราะนั่นคือการสัมภาษณ์คุณออกรายการสดถ่ายทอดกลับมายังประเทศจีน การที่เรายิ้มแย้มแจ่มใสกับผู้ดำเนินรายการก็ถือเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวของไทยและช่วยเหลือประเทศไทยทางอ้อม

(ตัวอย่างของชาวจีนที่ถ่ายทอดสดจากประเทศไทย)

แม้ว่ารายการสดจากประเทศไทยยังมีจำนวนน้อย แต่นี่เป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยได้ลองใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าแบบใหม่ อย่างไรก็ดีไม่ควรทำให้ดูเป็นเรื่องธุรกิจมากเกินไป นำสินค้ามาวางพร้อมตั้งราคาอย่างเดียว โดยควรมีกิจกรรมอื่นๆ พร้อมการรีวิวสินค้าร่วมด้วยเพื่อดึงดูดผู้ชม เนื่องจากการทำโฆษณาผ่านทีวีออนไลน์จีนควรเริ่มจากการสร้างยอดผู้ติดตามจำนวนมากก่อน ซึ่งจำเป็นต้องมีเนื้อหาที่น่าสนใจ ไม่ทำให้ผู้ชมรู้สึกเบื่อ

ทั้งนี้ คงต้องเป็นการบ้านให้กับทางผู้ประกอบการไทยแล้วว่าจะดำเนินรายการอย่างไรให้แยบยลพร้อมโปรโมทสินค้าไปในตัว !

จับจองโอกาสท่าเรือชินโจวเปิดด่านนำเข้ารังนกที่แรกในจีน

ชาวจีนนิยมบริโภครังนกมานานหลายพันปี เนื่องด้วยตามศาสตร์แพทย์แผนจีน รังนกมีสรรพคุณทางยาชนิดที่เรียกว่า 'ครอบจักรวาล' ตั้งแต่ปอด ไต เลือด และระบบภูมิคุ้มกัน ไปจนถึงการบำรุงสุขภาพสุภาพสตรีหลังตั้งครรภ์ ทำให้สินค้าฟุ่มเฟือยชนิดนี้มีอัตราการเติบโตที่รวดเร็วในตลาดผู้บริโภคชาวจีน

แต่...จีนไม่สามารถผลิตรังนกได้เพียงพอกับความต้องการ อีกทั้งคุณภาพรังนกที่ผลิตได้ยังไม่เข้าเกณฑ์มาตรฐานเท่าที่ควร ดังนั้น ประเทศผู้บริโภครังนกรายใหญ่ของโลกจึงจำเป็นต้องอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นหลัก (พิกัดรังนก 0410001000)

"รังนกดิบ" (raw bird's nest) หรือบ้างก็เรียกว่า "รังนกขน" ทางการจีนยังไม่อนุญาตให้มีการนำเข้า เนื่องจากรังนกดิบมีความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของไข้หวัดนก และการเจือปนของสารที่เป็นพิษต่อร่างกายประเด็นอ่อนไหวนี้เองทำให้ทางการจีนดำเนินมาตรการควบคุมการนำเข้ารังนกดิบอย่างเข้มงวด

รัฐบาลมาเลเซียพยายามเจรจากับรัฐบาลจีนหลายครั้ง จนกระทั่งล่าสุด ทั้ง 2 ฝ่ายได้ร่วมลงนามใน "พิธีสารรังนกดิบ" ณ กรุงปักกิ่ง ซึ่งนับเป็น 'ใบเบิกทาง' ให้รังนกดิบจากมาเลเซียบุกเข้าตลาดจีนแผ่นดินใหญ่อย่างถูกกฎหมายได้เป็นครั้งแรก แต่....กระบวนการนำเข้ายังคงอยู่ในบริบทที่ต้องมีการตรวจวิเคราะห์ และประเมินความเสี่ยงอย่างเข้มงวดจากฝ่ายจีนก่อน

อุปสงค์รังนกในตลาดจีนที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ กับการเปิดทางให้รังนกดิบของมาเลเซียเข้ามาในจีน นั่นหมายถึงเม็ดเงินมูลค่ามหาศาลกับโอกาสทางธุรกิจที่ใคร ๆ ก็อยากไขว่คว้า โดยเฉพาะการลงทุนของธุรกิจกลางน้ำ-ปลายน้ำ

> "ปัจจุบัน สำนักงานควบคุมคุณภาพ ตรวจสอบ และกักกันโรคแห่งชาติ หรือ AQSIQ อนุญาตให้มีการนำเข้า "รังนกบริสุทธิ์" อย่างถูกกฎหมายจากประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียเท่านั้น (ประเทศไทยอยู่ระหว่างการเจรจา) และต้องเป็นการนำเข้าจากผู้ค้าที่ผ่านการตรวจสอบและขึ้นทะเบียนจากหน่วยงานจีน[*] ซึ่งมีเพียงน้อยรายเท่านั้น"

ณ จุดนี้ ต้องยอมรับในความแยบยลของรัฐบาลเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงที่คว้าโอกาสและกระโดดเข้าเป็นผู้เดินหมากบนกระดานนี้แต่เพียงผู้เดียว

---

[*] คณะกรรมการกำกับการรับรองและอนุญาตเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์แห่งชาติจีน (Certification and Accreditation Administration of the People's Republic of China: CNCA) เป็นหน่วยงานจีนที่รับผิดชอบด้านการตรวจสอบและการขึ้นทะเบียนผู้ผลิต (อาหาร) ในต่างประเทศที่ส่งออกมายังจีน ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์รังนก แต่..ไม่รวมถึง "รังนกดิบ" ที่ทางการจีนยังไม่เปิดให้มีการนำเข้ามาในประเทศแต่อย่างใด สำหรับประเทศไทย (ข้อมูล ณ เดือน พ.ค. 2560) พบว่ามีผู้ผลิตรังนกไทย 2 รายที่ได้รับการขึ้นทะเบียนกับ CNCA แล้ว

กล่าวคือ การกำหนดให้เมืองท่าชินโจว (Qinzhou City) เป็น "ฐานการนำเข้ารังนก" โดยผูกโยงความเกี่ยวพันจากการที่เมืองแห่งนี้เป็นที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรมระดับชาติจีน-มาเลย์เข้ากับการเปิดทางให้รังนกดิบที่มีแหล่งผลิตจากมาเลเซียเข้าสู่จีน เสริมน้ำหนักต่อการเป็นฐานการนำเข้ารังนกของเมืองชินโจว ซึ่งฟังดูจะเหมาะสมเหนือเมืองแห่งอื่นในจีน

รัฐบาลเขตฯ กว่างซีจ้วงเดินเกมรุกด้วยการทุ่มเงินลงทุน 690 ล้านหยวนเพื่อรังสรรค์ "สวนอุตสาหกรรมแปรรูปรังนก" แบบครบวงจรเป็นแห่งแรกในประเทศบนเนื้อที่ 33.3 ไร่ แถมจัดให้โครงการนี้เป็น key project ของนิคมอุตสาหกรรมจีน-มาเลเซีย

ครบวงจรยังไง??? สวนอุตสาหกรรมแห่งนี้มีฟังก์ชั่นด้านการนำเข้า การตรวจสอบและกักกันโรค การแปรรูป การวิจัยและพัฒนา การจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า การท่องเที่ยวและการซื้อขายรังนก รวมทั้งการเปิดห้องแล็บทดสอบรังนกที่รัฐบาลเขตฯ กว่างซีจ้วงกล่าวอ้างว่ามีมาตรฐานความพร้อมในการทดสอบเชื้อไวรัสและเชื้อแบคทีเรียที่อาจก่อโรค รวมถึงสารพิษตกค้างนานาชนิด

คาดหมายว่า... สวนอุตสาหกรรมฯ ระยะแรกจะเปิดดำเนินการได้ภายในปี 2560 ภายหลังเปิดดำเนินการแล้ว คาดการณ์ว่าจะมีการนำเข้ารังนกปีละ 120 ตัน ผลิตภัณฑ์รังนกแห้งปีละ 115 ตัน มูลค่าการผลิตปีละ 6,000 ล้านหยวน

ล่าสุด ได้ยินมาว่ารัฐบาลกว่างซีกำลังเดินเกมยื่นขออนุมัติจากรัฐบาลจีนให้ท่าเรือชินโจวเป็น "ด่านนำเข้ารังนกดิบ" (designated port of raw bird's nest) ซึ่งมีความคืบหน้าไปมากพอสมควร โดยคาดว่ารัฐบาลจีนจะอนุมัติในเวลาอันใกล้นี้

> "ชัยชนะของหมากกระดานนี้ คือ.....
> การกุม "ตลาดรังนก (ดิบ)" ไว้ที่เมืองชินโจว
> เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง...นั่นเอง!!"

บทสรุป

ทุกสิ่งทุกอย่างที่ดูจะลงตัวเป๊ะ...ความพร้อมด้านซอฟต์แวร์จากสิทธิประโยชน์ทางการลงทุนสารพัดและการเปิดไฟเขียวของรัฐบาลจีนให้รังนกดิบจากมาเลเซียเข้าประเทศ บวกกับความพร้อมด้านฮาร์ดแวร์จากการที่รัฐบาลเขตฯ กว่างซีจ้วงได้รังสรรค์สวนอุตฯ และห้องแล็บฯ ขึ้นมาเพื่อรองรับการลงทุน

แม้ว่า “สวนอุตสาหกรรมแปรรูปรังนก” จะตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมจีน-มาเลเซีย แต่!! เขา**เปิดกว้างรับนักลงทุนจากทั่วทุกสารทิศ** โดยไม่ได้จำกัดเฉพาะนักลงทุนจีนกับมาเลเซียเท่านั้น

สวนอุตสาหกรรมแห่งนี้เป็นอีกหนึ่งช่องทางของนักธุรกิจรังนกไทยที่มีความพร้อมและมองเห็นโอกาสเข้าจับจอง “นิคมแปรรูปรังนกเมืองชินโจว” เพื่อเป็นฐานการตลาดผลิตภัณฑ์รังนกจีน

ทั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยกำลังอยู่ระหว่างการหารืออย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจีนในเรื่องนี้เช่นกัน

เจาะโอกาสผลิตภัณฑ์สปาภูมิปัญญาไทยสู่ตลาดจีน

ปัจจุบัน กระแสรักสุขภาพยังคงมาแรงในประเทศจีน ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามหลากหลายชนิดจึงได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากชาวจีน กอปรกับการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจจีน และรายได้ที่เพิ่มขึ้นของประชากร ทำให้ชาวจีนหันมาสนใจใช้จ่ายเงินสำหรับการดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้น โดยในปี 2558 ประเทศจีนมีมูลค่าการขยายตัวของตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเป็นจำนวนกว่า 236,064 ล้านหยวน ในขณะที่ชาวจีนเริ่มดูแลสุขภาพกันมากขึ้น รวมทั้งผู้บริโภคในปัจจุบันเริ่มตระหนักถึงพิษและสารตกค้างจากสารเคมีในส่วนผสมของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ชาวจีนจึงเริ่มหันมาใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ

ด้วยเหตุนี้ “ผลิตภัณฑ์สปา” จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

ผลิตภัณฑ์สปาถูกจัดให้อยู่ในสินค้าประเภทเดียวกับเครื่องสำอาง โดยในปี 2558 ตลาดเครื่องสำอางในจีนมีมูลค่าถึง 204,900 ล้านหยวน และยังมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นทุกปี ทำให้ผู้ประกอบการสินค้าด้านสุขภาพและความงามจากทั่วโลกต่างหันมาให้ความสนใจกับตลาดในจีนมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งจีนเป็นประเทศขนาดใหญ่ที่มีประชากรกว่า 1,300 ล้านคน ประเทศจีนจึงกลายเป็นตลาดผู้บริโภคสินค้าประเภทดังกล่าวที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของโลก

ทำความเข้าใจกับ 'ตลาดผลิตภัณฑ์สปา' ในจีน

เนื่องจากทัศนคติในการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไปของคนรุ่นใหม่ที่หันมาใส่ใจกับสุขภาพ รูปร่างผิวพรรณ และยังต้องการแสวงหาความสุขเพื่อบำบัดผ่อนคลายความเครียดและความเหนื่อยล้าของร่างกายจากการทำงาน รวมทั้งตระหนักถึงความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์มากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์สปากลายมาเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าว จากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สปาในจีนพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงช่วงอายุประมาณ 22 - 35 ปี มีรายได้ปานกลางถึงสูง

> “ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในจีนต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ง่าย เห็นผลเร็ว มีกลิ่นอ่อน และที่สำคัญ คือ มีความเป็นธรรมชาติสูง”

โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ออร์แกนิค หรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีการใช้สารเคมีเป็นส่วนผสม หรือใช้ในปริมาณน้อยที่สุดเท่าที่จำเป็น ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์สปาของไทยส่วนใหญ่มีความหลากหลายและปรับเปลี่ยนลักษณะ/รูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับการใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น (Home Use Product) เช่น สบู่ แชมพู ครีมบำรุงผิวหน้าและผิวกาย ครีมกันแดด น้ำมันทาตัว ฯลฯ จึงทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย แต่สำหรับตลาดจีน หลักการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคชาวจีนยุคใหม่ นอกจากจะต้องสร้างความประทับใจในรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์แล้ว ยังต้องมีสรรพคุณที่น่าดึงดูดอีกด้วย ดังนั้น การเข้ามาบุกตลาดจีนของผู้ผลิต/ผู้ขายจะต้องเตรียมตัวและจับทิศทางตลาดให้ถูกต้อง จึงจะสามารถพิชิตตลาดแดนมังกรได้อย่างแน่นอน

กลยุทธ์พิชิตธุรกิจผลิตภัณฑ์ 'สปา' ในจีน

1. ใบรับรองคุณภาพ เพิ่มความน่าเชื่อถือ

การให้ความสำคัญกับใบรับรองคุณภาพและความปลอดภัยต่าง ๆ จะมีส่วนช่วยเพิ่มความมั่นใจให้ผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยใบรับรองคุณภาพในประเทศจีนที่เป็นที่นิม ได้แก่ ISO GMP (Good Manufacturing Practice) นอกจากนี้ การนำผลิตภัณฑ์ประเภทครีมบำรุงผิวเข้ามาจำหน่ายในประเทศจีนจะต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยจากสำนักงานควบคุมคุณภาพ ตรวจสอบ และกักกันโรคแห่งชาติ(AQSIQ) ในพื้นที่ก่อน แม้ว่าผลิตภัณฑ์จะได้รับมาตรฐานด้านการผลิตในต่างประเทศมาแล้วก็ตาม

2. บรรจุภัณฑ์ สร้างความดึงดูดและความประทับใจ

บรรจุภัณฑ์เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อยอดขาย บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดดเด่นสะดุดตาจะมีความได้เปรียบในการดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค และสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ/ไม่ซื้อของผู้บริโภคได้

3. ใส่ความเป็นไทย ชูสรรพคุณ สร้างจุดขายที่น่าดึงดูด

การสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้กับผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับสรรพคุณ กลิ่น และบรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ โดยสามารถบ่งบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ เช่น สมุนไพรไทยที่มาจากธรรมชาติ 100 % ปราศจากสารเคมีที่เป็นอันตราย เพื่อสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์สปาทั่วไปและทำให้เกิดการลอกเลียนแบบได้ยาก ทั้งนี้ ยังคงจำเป็นต้องอธิบายถึงประโยชน์หรือสรรพคุณตามหลักการทางวิทยาศาสตร์ หรือมีมาตรฐานรับรองการผลิตที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลด้วย

4. ราคาขายที่เป็นธรรม

การเปรียบเทียบกับราคาผลิตภัณฑ์แบบเดียวกันที่วางขายอยู่ในท้องตลาดจีน และพิจารณาถึงราคาที่ลูกค้าพอใจจะจ่ายเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนก็ช่วยสร้างแรงจูงใจในการซื้อมากขึ้น ทั้งนี้ ในประเทศจีนราคาจะมีผลต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของสินค้าด้วย

5. การประชาสัมพันธ์ที่ดี

การหาโอกาสประชาสัมพันธ์และเปิดตัวตามงานแสดงสินค้าด้านสุขภาพและความงาม เช่น Chinese International Beauty & Cosmetic Expo, China Beauty Expo, China International Beauty Week และงานเทศกาลไทย เพื่อหาคู่ค้าธุรกิจ การแจกใบปลิว การจัดทดลองสินค้า

6. อย่าละเลย Gift Set และ Tester

ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย นอกจากจะนำเสนอขายแยกรายการสินค้าแล้ว อย่าลืมการเสนอขายแบบ Gift Set เพราะชาวจีนมีค่านิยมในการซื้อของที่ระลึกหรือของขวัญให้แก่กันตามเทศกาลต่าง ๆ อยู่บ่อยครั้ง

นอกจากนี้ การให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงประโยชน์ คุณค่า และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์มากขึ้น ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

7. การหาช่องทาง e – Commerce

การใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตเพื่อขยายฐานลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากปัจจุบันกล่าวได้ว่าธุรกิจ e-Commerce ในประเทศจีน มีอิทธิพลอย่างสูงต่อการจับจ่ายใช้สอย จึงควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ใน WeChat จัดทำเว็บไซต์ภาษาจีนและอังกฤษ และการเปิดร้านค้าอีคอมเมิร์ซ เช่น Taobao หรือ Tmall เป็นต้น

อย่างไรก็ดี สิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมอย่างยาวนาน คือ การที่ผู้ประกอบการสามารถรักษาคุณภาพของสินค้า และปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังต้องเตรียมรับมือกับการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วในประเทศจีน โดยการตีตราสินค้าและจดลิขสิทธิ์ เป็นต้น

บทส่งท้าย

ไทยเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบในแง่ของความหลากหลายและความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบสมุนไพรธรรมชาติ ซึ่งไทยสามารถเป็นทั้งฐานการผลิตและรับผลิต (OEM) ควบคู่กันไป ขณะเดียวกันพืชสมุนไพรไทยต่างมีสรรพคุณและกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยเฉพาะกลิ่นสกัดจากดอกไม้เขตร้อน ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของชาวจีนเป็นอย่างมาก จึงเป็นปัจจัยที่ดีที่ช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์สปามีมูลค่าเพิ่มขึ้น และช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้

นอกจากนี้ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต หรือสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งมีต้นทุนไม่สูงมาก เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ประเทศไทยสามารถขยายฐานลูกค้าได้ง่ายขึ้นตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพ

นานาชาติ ธุรกิจสปาและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับสปายังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยมีการกำหนดให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทยเป็น 1 ใน 4 แหล่งรายได้หลักของประเทศ

ดังนั้น หากผู้ประกอบการสามารถเร่งยกระดับและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้ทันสมัยและได้มาตราฐานสากล สร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือและมั่นใจเชื่อว่าผลิตภัณฑ์สปาไทยจะสามารถไปได้ไกลในตลาดจีนอย่างแน่นอน

สำรวจ Tang West Market โอกาสการลงทุนของผู้ประกอบการไทยในนครซีอาน

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) ขอนำท่านผู้อ่านไปสำรวจ Tang West Market ตลาดการค้าบนเส้นทางสายไหมโบราณที่ถูกพลิกฟื้นโดยรัฐบาลมณฑลส่านซี พร้อมศึกษาโอกาสของวิสาหกิจไทยใน Tang West Market

ประวัติความเป็นมาของ Tang West Market

พื้นที่ในปัจจุบันซึ่งเป็นที่ตั้งของ Tang West Market เดิมเป็นตลาดการค้าขนาดใหญ่ที่สำคัญแห่งหนึ่งบนเส้นทางสายไหมที่มีความรุ่งเรืองในสมัยราชวงศ์สุยและถังของจีนบนพื้นที่กว่า 4,800 หมู่ (ราว 2,142 ไร่) โดยในปี 2546 ได้มีการขุดพบโบราณสถานโบราณวัตถุ อาทิ ทางเดิน สะพาน และข้าวของต่าง ๆ ในบริเวณพื้นที่อยู่อาศัยของชุมชน

ต่อมา รัฐบาลมณฑลส่านซีได้อนุมัติให้รัฐบาลนครซีอานเวนคืนที่ดินผืนดังกล่าวเพื่อใช้ก่อสร้างโครงการ Tang West Market โดยมีรูปแบบและการตกแต่งที่มีความคล้ายคลึงกับรูปแบบอาคารในสมัยโบราณ

ตลาดแห่งนี้เป็นสะพานแห่งอารยธรรมที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม วิถีชีวิต และองค์ความรู้ต่างๆ ระหว่างอารยธรรมตะวันตกและตะวันออก โดยเฉพาะสมัยราชวงศ์ถังของจีน (ราวศตวรรษที่ 7-9) ถือเป็นช่วงที่เส้นทางการค้าดังกล่าวรุ่งโรจน์ที่สุด สินค้าที่เป็นที่นิยมแลกเปลี่ยนซื้อขายกันในยุคนั้น ได้แก่ อัญมณี เครื่องหอม หินสี อินทผาลัม องุ่นแห้งจากอารยธรรมตะวันตก

ขณะเดียวกัน ใบชา ผ้าไหม และนวัตกรรมต่าง ๆ อาทิ เทคนิคการทำกระดาษ การผลิตเข็มทิศ การผลิตดินระเบิด การผลิตเครื่องเคลือบดินเผาจากอารยธรรมจีนก็ได้แพร่หลายไปสู่พื้นที่ต่าง ๆ บนเส้นทางสายไหม และได้สร้างคุณูปการแก่อารยธรรมต่าง ๆ ของโลกจวบจนปัจจุบัน

Tang West Market

Tang West Market เป็นโครงการลงทุนของรัฐบาลนครซีอานภายใต้ชื่อ “皇城复兴计划” (Imperial Revival Plan) ด้วยงบประมาณกว่า 8,000 ล้านหยวน ปัจจุบันอยู่ภายใต้การดูแลขององค์กรรัฐวิสาหกิจ Datang Xishi Cultural Industry Investment Group (大唐西市文化产业投资集团) ประกอบด้วยพื้นที่พาณิชย์ โรงแรม ถนนสายวัฒนธรรม และสำนักงาน สำนักงาน ครอบคลุมพื้นที่กว่า 1,600 หมู่ (ราว 714 ไร่) โดยแบ่งออกเป็น 3 โซน ได้แก่

1) ตรอกการค้าและการท่องเที่ยว (The Tang West Market Trade and Travel Block)

พื้นที่การค้าที่จำลองรูปแบบมาจากย่านการค้ายุคโบราณของอารยธรรมเอเชียตะวันออก (จีน ญี่ปุ่น และเกาหลี) ซึ่งถือเป็นแหล่งกำเนิดหรือต้นทางเส้นทางสายไหม โดยตรอกแห่งนี้มีความยาวทั้งสิ้น 830 เมตร ประกอบด้วยร้านอาหารและร้านค้าต่าง ๆ จาก 3 ประเทศ อาทิ ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านชาจีน และร้านจำหน่ายข้าวของเครื่องใช้จากประเทศเกาหลีใต้

2) ถนนสายวัฒนธรรมเส้นทางสายไหม (The Silk Road Cultural Street)

พื้นที่ที่จัดให้แก่วิสาหกิจจากกลุ่มประเทศบนเส้นทางสายไหม และมีการตกแต่งพื้นที่ตามลักษณะพิเศษของประเทศนั้น ๆ อาทิ การนำนครวัดมาใช้เป็นแนวคิดในการตกแต่งโซนประเทศกัมพูชา การนำบรรยากาศเมืองเวนิสและกรุงโรมมาใช้เป็นแนวคิดในการตกแต่งโซนประเทศอิตาลี การจำลองเจดีย์ห้าชั้นของวัดโฮริวจิ (Horyuji) ไว้ในโซนประเทศญี่ปุ่น และในส่วนในโซนของประเทศไทย มีการนำเอกลักษณ์ความเป็นเมืองแห่งพุทธศาสนามาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบตกแต่ง อาทิ การจำลองเศียรพระพุทธรูปในรากไม้ที่วัดมหาธาตุจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และการออกแบบซุ้มประตูหน้าต่างทรงมณฑปของวัดพระแก้ว

3) พื้นที่การค้าสมัยใหม่

พื้นที่เช่าให้แก่ร้านค้า Modern Trade ทั่วไป โดยเปิดเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวและมีการสร้าง “จุดนัดพบ” ที่สวยงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จนทำให้ได้รับการขึ้นทะเบียนจาก China National Tourist Attraction ให้เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวที่สำคัญระดับ 4 ดาวของประเทศ และมีพิพิธภัณฑ์เส้นทางสายไหมนานาชาติที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นพิพิธภัณฑ์ชั้นหนึ่งระดับประเทศอีกด้วย

การสำรวจพื้นที่การค้าและแนวทางส่งเสริมการลงทุน

Tang West Market ได้เริ่มการปรับปรุงพื้นที่การค้าระยะที่ 1 ตั้งแต่ปี 2558-2560 โดยมีการขยายพื้นที่และจัดแบ่งพื้นที่สำหรับกลุ่มวิสาหกิจใหม่ และขณะนี้อยู่ระหว่างการขยายพื้นที่โครงการระยะที่ 2 เพื่อรองรับปริมาณร้านค้าและกิจกรรมการลงทุนจากกลุ่มประเทศยุโรปและเอเชียกลางในอนาคต

ทั้งนี้ โซนถนนสายวัฒนธรรมเส้นทางสายไหมของ Tang West Market เริ่มเปิดให้บริการตั้งแต่เดือนกันยายน 2556 โดยในพื้นที่โซนประเทศไทยมีการลงทุนจากผู้ประกอบการชาวไทย อาทิ ร้านอาหาร และร้านขายสินค้าหัตถกรรมไทย ซึ่งที่ผ่านมาถือว่าได้รับกระแสตอบรับที่ดีพอสมควร แต่ยังคงประสบปัญหาในการคัดเลือกผู้ประกอบการ นอกจากนี้ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ยังขาดประสบการณ์การลงทุนในต่างแดน และยังขาดความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของ Tang West Market มากเท่าที่ควร เนื่องจากเป็นโครงการที่เพิ่งเปิดใหม่ ทำให้ผู้ประกอบการไม่เพียงเฉพาะจากประเทศไทยเท่านั้นที่นำสินค้าทั่วไปมาวางจำหน่าย อาทิ อาหารทานเล่นและเครื่องใช้ขนาดเล็กซึ่งสินค้าเหล่านี้ไม่ตอบสนองรสนิยมของชาวส่านซีและนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ยินดีเป็นผู้ช่วยสนับสนุนการประสานงานระหว่างหน่วยงานจีนและวิสาหกิจไทย เพื่อประโยชน์ในการแนะนำข้อมูล และการคัดเลือกวิสาหกิจที่จะเข้าไปลงทุนใน Tang West Market ต่อไป

การลงทุน Tang West Market ที่น่าสนใจ

Tang West Market สนับสนุนให้วิสาหกิจทั้งจากในและต่างประเทศสามารถลงทุนเปิดร้านในพื้นที่ได้ โดยต้องนำเสนอแผนธุรกิจ (Business Plan) และเมื่อผ่านการอนุมัติจากแผนกส่งเสริมการลงทุนแล้วจะได้รับสิทธิประโยชน์ ได้แก่

1) การลด/ยกเว้นค่าเช่าพื้นที่ โดยพิจารณาจากสัญญาเช่าพื้นที่และขนาดของร้านค้าเป็นหลัก และพิจารณาเป็นรายกรณี

2) พื้นที่ร้านค้าแบ่งการเช่าเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ร้านค้าแบบรถเข็นหรือแบบตู้คีออส กำหนดระยะเวลาการเซ็นสัญญาไม่ต่ำกว่า 3 เดือน และร้านค้า/โซนพื้นที่เปล่าที่ต้องการตกแต่งเป็นพิเศษ กำหนดระยะเวลาการเซ็นสัญญาไม่ต่ำกว่า 2 ปี และมีการเปิดคอร์สอบรมวิสาหกิจและพนักงานตามประเภทของการลงทุน อาทิ การฝึกอบรมพนักงานร้านอาหาร การฝึกอบรมทางด้านการตลาดแก่เจ้าของธุรกิจหรือฝ่ายการขายของวิสาหกิจนั้นๆ โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายจาก Tang West Market อีกด้วย

Tang West Market ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลให้เป็น Landmark ที่สำคัญในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนครซีอาน โดยมีปริมาณนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดและเทศกาลสำคัญประมาณ 20,000-30,000 คน/วัน

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีนฯ ได้วิเคราะห์ประเภทธุรกิจและการบริการของไทยที่มีศักยภาพในการลงทุนใน Tang West Market ได้แก่

1. ธุรกิจประเภทร้านอาหาร

1.1 ร้านอาหารไทย ยังมีโอกาสเติบโต เนื่องจากได้รับความนิยมจากชาวจีน โดยกลุ่มลูกค้าหลักของร้านอาหารไทยในจีนสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มคนวัยทำงานที่มีรายได้ค่อนข้างสูง กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่นิยมลิ้มลองบริโภคอาหารต่างชาติ รวมถึงกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในจีน จึงนับเป็นโอกาสอันดีของผู้ประกอบการไทยที่จะลงทุนประกอบกิจการร้านอาหารไทยในนครซีอาน

ทั้งนี้ ปัจจุบัน ชาวซีอานมีความรู้ความเข้าใจในประเทศไทยมากขึ้นผ่านละครและภาพยนตร์ไทย รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยอย่างต่อเนื่องของสถานกงสุลใหญ่ ณ นครซีอาน โดยผู้ประกอบการไทยสามารถนำบรรยากาศและบริการที่สื่อถึงความเป็นไทยมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นจุดขาย

อีกทั้งยังสามารถปรุงรสอาหารที่มีรสชาติดั้งเดิมแบบไทยมากขึ้นเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าชาวจีนที่เปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติและที่เคยไปเที่ยวประเทศไทย ร้านอาหารไทยที่จำหน่ายอาหารชุดประหยัดหรือเป็น Set Menu เป็นไอเดียที่ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกทานอาหารได้ง่ายขึ้นและสะดวกรวดเร็วในการจัดเตรียมอาหาร

1.2 ร้านกาแฟไทย (Thai Coffee Shop) ปัจจุบัน ชาวจีนรุ่นใหม่นิยมดื่มกาแฟมากขึ้นตามกระแสวัฒนธรรมตะวันตก ส่งผลให้ธุรกิจร้านกาแฟชั้นนำจากตะวันตกขยายตัวอย่างรวดเร็ว แม้ประเทศไทยจะไม่ใช่ผู้ส่งออกเมล็ดกาแฟรายใหญ่ของโลกดังเช่นประเทศบราซิลหรือประเทศเวียดนาม แต่กาแฟไทยมีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะกาแฟจากโครงการต่างๆ และกาแฟสูตรพิเศษต่าง ๆ อาทิ กาแฟลดความอ้วน กาแฟเพิ่มสมรรถภาพทางเพศ กาแฟเพื่อสุขภาพ ด้วยเหตุนี้ การเปิดร้านกาแฟไทยจึงเป็นอีกทางเลือกที่ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสนใจ

2. ธุรกิจร้านขายสินค้าไทย

ด้วยกระแสนิยมไทยของชาวจีนในปัจจุบันทำให้ประเทศไทยกลายเป็นที่รู้จักของชาวจีนที่เคยไปเที่ยวประเทศไทย และรู้จักประเทศไทยผ่านสื่อละคร ภาพยนตร์ และเพลงไทย ส่งผลให้เกิดความประทับใจต่อภาพลักษณ์และรู้สึกชื่นชอบประเทศไทยมากขึ้น สินค้าไทยจึงมีแนวโน้มเป็นที่ต้องการในกลุ่มชาวจีน โดยสินค้าไทยที่มีศักยภาพ ได้แก่

2.1 สินค้าอาหาร

• อาหารไทยแปรรูป อาทิ ผลไม้และธัญพืชอบกรอบ ผลไม้แปรรูป น้ำผลไม้ไทย เครื่องปรุงอาหารแบบกึ่งสำเร็จรูป อาทิ น้ำแกงพร้อมปรุง อาหารไทยกึ่งสำเร็จรูป/พร้อมทาน อาทิ แกงบรรจุกระป๋อง ส้มตำ ขนมหวานพร้อมทาน เป็นต้น

• อาหารแปรรูปแบบออร์แกนิกส์ และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อาทิ น้ำมันรำข้าวบรรจุแคปซูล

2.2 สินค้าหัตถกรรมไทยเพื่อตกแต่งบ้าน ชาวจีนชื่นชอบสินค้าหัตถกรรมไทยเป็นพิเศษ เพราะความมีเอกลักษณ์แบบไทยที่ไม่เหมือนกับสินค้าจีนและสินค้านำเข้าจากประเทศอื่น ๆ ประกอบกับสินค้าไทยมีความสวยงามและปราณีต ปัจจุบัน ชาวจีนนิยมตกแต่งบ้านด้วยตัวเอง สินค้าหัตถกรรมไทยที่มีโอกาสในการทำตลาดของตกแต่งบ้าน ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ไม้ งานไม้แกะสลักสำหรับตั้งโชว์หรือแขวนผนัง และสินค้าชนิดต่าง ๆ ที่ทำจากไม้ เนื่องจากประเทศจีน

มีกฎหมายห้ามตัดต้นไม้ในประเทศ ทำให้ผลิตภัณฑ์งานฝีมือจากไม้ได้รับความนิยมในหมู่ผู้ที่มีรายได้สูง เนื่องจากแสดงออกถึงรสนิยมและความมีฐานะ

2.3 สินค้าที่ทำจากวัตถุดิบธรรมชาติและรักษาสิ่งแวดล้อม อาทิ รองเท้าผ้าฝ้ายใช้เดินในบ้าน ของใช้ เครื่องเรือน เครื่องจักสานจากวัสดุธรรมชาติ เช่น ผักตบชวา ทั้งนี้ ในปัจจุบันชาวจีนเริ่มหันมาใส่ใจกับการรักษาสุขภาพและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการเผชิญกับมลภาวะ และกระแสข่าวสินค้าจีนที่ไม่ได้มาตรฐานความปลอดภัย ทำให้ชาวจีนที่มีกำลังซื้อในปัจจุบันให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานของสินค้ามากกว่าราคา

2.4 ของขวัญและของชำร่วยของไทย ในอดีต ชาวจีนนิยมซื้อชา บุหรี่ หรือเหล้า สำหรับเป็นของขวัญให้แก่บุคคลต่าง ๆ แต่ปัจจุบัน ชาวจีนมีแนวโน้มซื้อของขวัญที่มีลักษณะเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยสินค้าไทยที่มีศักยภาพในตลาดผู้บริโภคชาวจีน นอกจากจะต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพแล้ว ยังต้องแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย มีดีไซน์ที่สวยงาม และมีเสน่ห์เชิงวัฒนธรรม อาทิ เครื่องเบญจรงค์ หรือของเล่นไม้ที่ชาวจีนนิยมซื้อเป็นของขวัญให้แก่เด็ก ซึ่งชาวจีนส่วนใหญ่ไม่เชื่อมั่นในตัวสินค้าที่ผลิตในประเทศจีน เนื่องจากข่าวเรื่องการใช้วัตถุดิบซึ่งไม่ปลอดภัยต่อสุขภาพของเด็กในการผลิต และการที่สินค้าถูกตีกลับจากสหภาพยุโรปเนื่องจากไม่ผ่านมาตรฐาน

Tang West Market ถือเป็นตัวอย่างการดำเนินธุรกิจด้วยแนวคิดการผสมผสาน “พาณิชย์เชิงวัฒนธรรม” เพื่อสร้างมูลค่าและคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยวของนครซีอาน และได้รับเสียงตอบรับที่ดีจากนักลงทุนและนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ การที่ Tang West Market ได้นำแนวคิดเส้นทางสายไหมมาเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับนานาชาติ ก่อให้เกิดโอกาสทางการค้าและการลงทุนที่ดีและสร้างสรรค์ ซึ่งผู้ประกอบการไทยอาจพิจารณาใช้โอกาสของการเป็นประเทศหนึ่งที่ตั้งอยู่บนเส้นทางสายไหมทางทะเลเข้าไปลงทุนในพื้นที่ดังกล่าว พร้อมใช้ประโยชน์จากศักยภาพของความเป็นเมืองใหญ่ของนครซีอานในภูมิภาคตะวันตกเฉียงเหนือ เพื่อขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนไปยังมณฑลใกล้เคียงได้อีกทางหนึ่ง

ทั้งนี้ ผู้สนใจสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ www.tangwestmarket.com เพื่อติดตามพัฒนาการและนโยบายด้านการลงทุนที่เกี่ยวข้องต่อไป

จีนพัฒนาภาคตะวันตก ยูนนานเร่งขับเคลื่อน ความเชื่อมโยงและปฏิรูปอุตสาหกรรม โอกาสไทยอยู่ตรงไหน?

เมื่อเดือนธันวาคม 2549 รัฐบาลจีนได้อนุมัติ “แผนพัฒนาภาคตะวันตก ประจำแผนพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (ปี 2549-2553)” นับเป็นครั้งแรกที่มีการนำการพัฒนาภาคตะวันตกมาเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560 กระทรวงการต่างประเทศจีนได้จัดงานแนะนำมณฑลยูนนานต่อนักการทูตและผู้สื่อข่าวต่างชาติ ณ กรุงปักกิ่ง กิจกรรมภายในงานฯ ประกอบด้วย การฉายวีดิทัศน์ การกล่าวแนะนำโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศจีน เลขาธิการพรรคคอมมิวนิสต์ประจำมณฑลยูนนาน และผู้ว่าการมณฑลยูนนาน การแสดงนิทรรศการ และการจัดเลี้ยงอาหารท้องถิ่นยูนนาน

กิจกรรมดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ศักยภาพของมณฑลต่าง ๆ ให้ต่างชาติได้รับรู้และเข้าใจมณฑลต่างๆ ในจีน ซึ่งมณฑลยูนนานได้รับเกียรติเป็นมณฑลแรกในปี 2560 โดยเมื่อปี 2559 กระทรวงการต่างประเทศจีนได้จัดงานแนะนำเขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง มณฑลส่านซี มณฑลเสฉวน และมณฑลกุ้ยโจว ซึ่งทั้ง 6 มณฑลล้วนเป็นมณฑลภาคตะวันตกหรือมณฑลชายแดน สะท้อนเห็นถึงความสำคัญที่รัฐบาลจีนมีต่อการเร่งพัฒนาภาคตะวันตกและพื้นที่ชายแดน ซึ่งมีกิจกรรมความร่วมมือและการไปมาหาสู่กับประเทศเพื่อนบ้านอย่างคึกคักอันเป็นพื้นฐานสำคัญในการผลักดันยุทธศาสตร์ “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” ให้ประสบผลสำเร็จเป็นรูปธรรมต่อไป

การพัฒนาภาคตะวันตก

เมื่อเดือนมกราคม 2543 รัฐบาลจีนได้จัดตั้งคณะทำงานระดับผู้นำว่าด้วยการพัฒนาภาคตะวันตก โดยมีนายจู หรงจี นายกรัฐมนตรีในขณะนั้นเป็นหัวหน้าคณะทำงานฯ ต่อมาเมื่อเดือนมีนาคม 2543 สภาประชาชนจีนได้อนุมัติให้จัดตั้งสำนักงานกิจการการพัฒนาภาคตะวันตก นับเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาภาคตะวันตก

จนกระทั่งเมื่อเดือนธันวาคม 2549 รัฐบาลจีนได้อนุมัติ “แผนพัฒนาภาคตะวันตกประจำแผนพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (ปี 2549-2553)” นับเป็นครั้งแรกที่มีการนำการพัฒนาภาคตะวันตกมาเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ภาคตะวันตกของจีนมีพื้นที่ 6.8 ล้านตารางกิโลเมตร คิดเป็น 71% ของพื้นที่ทั้งประเทศ ประกอบด้วย 12 มณฑล/เขตปกครองตนเอง/มหานคร ได้แก่ มณฑลยูนนาน มณฑลกุ้ยโจว มณฑลเสฉวน มหานครฉงชิ่ง เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง เขตปกครองตนเองมองโกเลียใน มณฑลส่านซี มณฑลกานซู เขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย มณฑลชิงไห่ เขตปกครองตนเองทิเบต และเขตปกครองตนเองซินเจียงอุยกูร์ มีพรมแดนทางบกยาวกว่า 18,000 กิโลเมตร คิดเป็น 91% ของพรมแดนทางบกจีน มีพรมแดนติดกับ 12 ประเทศเพื่อนบ้าน มีชายฝั่งยาว 1,595 กิโลเมตร คิดเป็น 9% ของชายฝั่งทะเลจีน มีประชากรราว 500 ล้านคน คิดเป็น 37% ของประชากรจีน และมีขนาดเศรษฐกิจคิดเป็นสัดส่วน 22% ของ GDP จีน

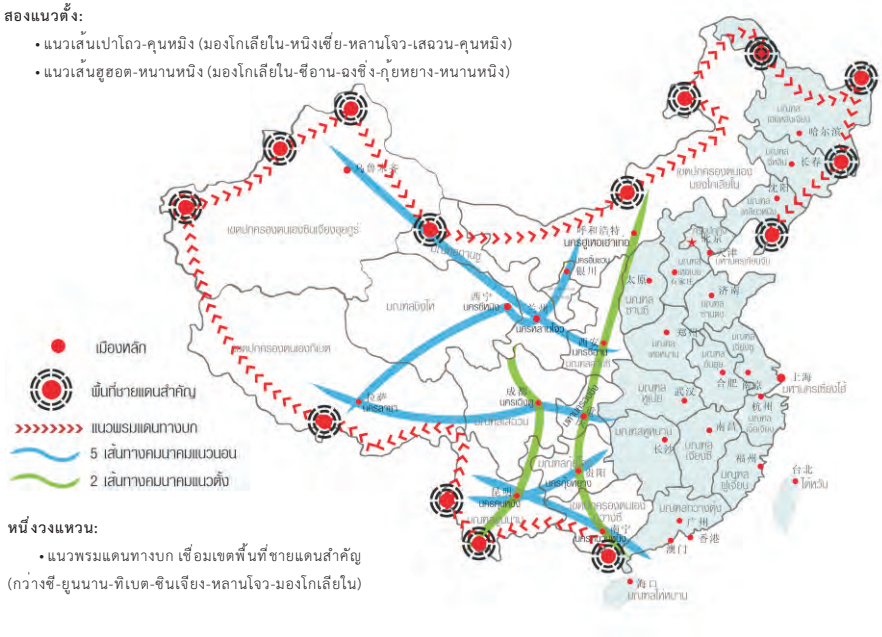
ล่าสุด เมื่อเดือนมกราคม 2560 รัฐบาลจีนได้อนุมัติ “แผนพัฒนาภาคตะวันตกประจำแผนฯ 13 (ปี 2559-2563)” กำหนดแนวพื้นที่เพื่อการพัฒนาภายใต้รูปแบบ “**ห้าแนวนอน สองแนวตั้ง หนึ่งวงแหวน**” บนพื้นฐานความเชื่อมโยงด้านโครงสร้างคมนาคม พื้นที่ชายแดน การขยายเมือง พลังงาน และการผลิต ทั้งด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมใหม่ของแต่ละมณฑลเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อนำไปสู่การลดความยากจนและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนไปสู่ “สังคมเสี่ยวคัง” หรือสังคมกินดีอยู่ดี ได้แก่

ห้าแนวนอน:

- แนวเส้น land bridge (เอเชีย-ยุโรป) ช่วงตะวันตก (ซีอาน-หลานโจว-ซินเจียง)
- แนวเส้นปักกิ่ง-ทิเบตช่วงตะวันตก(มองโกเลียใน-หนิงเซี่ย-หลานโจว-ซีหนิง-ทิเบต)
- แนวเส้นแยงซีเกียง-เสฉวน-ทิเบตช่วงตะวันตก (ฉงชิ่ง- เสฉวน-ทิเบต)
- แนวเส้นเชียงไฮ้-คุนหมิงช่วงตะวันตก (กุ้ยโจว-คุนหมิง)
- แนวเส้นจูเจียง-ซีเจียงช่วงตะวันตก (กว่างซี-คุนหมิง)

สองแนวตั้ง:

- แนวเส้นเปาโถว-คุนหมิง (มองโกเลียใน-หนิงเซี่ย-หลานโจว-เสฉวน-คุนหมิง)
- แนวเส้นฮูฮอต-หนานหนิง (มองโกเลียใน-ซีอาน-ฉงชิ่ง-กุ้ยหยาง-หนานหนิง)



หนึ่งวงแหวน:

- แนวพรมแดนทางบก เชื่อมเขตพื้นที่ชายแดนสำคัญ (กว่างซี-ยูนนาน-ทิเบต-ซินเจียง-หลานโจว-มองโกเลียใน)

บทบาทของยูนนาน ใน "แผนพัฒนาภาคตะวันตก ประจำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 13"

มณฑลยูนนานมีบทบาทสำคัญใน "แผนพัฒนาภาคตะวันตก ประจำแผนฯ 13" ในฐานะของศูนย์กลางเชื่อมจีนตอนในกับเอเชียใต้ และเอเชียอาคเนย์ภายใต้ "ยุทธศาสตร์ป้อมหัวสะพาน" (Bridgehead Strategy) หรือที่ภาษาจีนเรียก "เฉียวโถวป่าว" ซึ่งรัฐบาลจีนได้ประกาศอนุมัติเมื่อเดือนพฤษภาคม 2554 และ "**ยุทธศาสตร์หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง**" (One Belt One Road) ซึ่งประธานาธิบดีสี จิ้นผิง ได้มอบข้อสั่งการเรื่องบทบาทของมณฑลยูนนานในการเป็นศูนย์กลางในการเปิดสู่เอเชียใต้และอาเซียน โอกาสเดินทางเยือนมณฑลยูนนานเมื่อเดือนมกราคม 2558

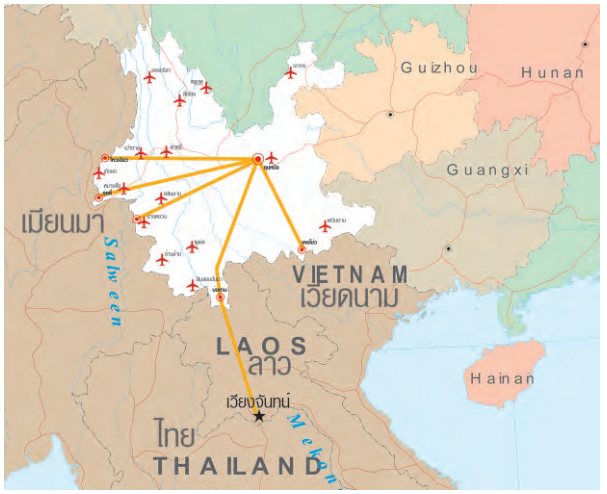
มณฑลยูนนานมีจุดเด่นด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ มีพรมแดนติดกับภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ และอยู่ใกล้กับภูมิภาคเอเชียใต้ ซึ่งมีศักยภาพในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมเพื่อเชื่อมโยงกับประเทศโดยรอบ ทั้งทางถนน ราง น้ำ และอากาศ

<u>การคมนาคมทางถนน</u> กำลังก่อสร้างทางด่วนเชื่อมประเทศเพื่อนบ้าน 5 เส้นทาง โดยทางด่วนคุนหมิง-เหอโข่ว เปิดใช้แล้วตลอดเส้นทาง เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2556 และทางด่วนคุนหมิง-บ่อหาน ซึ่งแล้วเสร็จไปเมื่อเดือนเมษายน 2560 ขณะที่ทางด่วนคุนหมิงไปชายแดนยูนนาน-เมียนมากำลังอยู่ระหว่างเร่งการก่อสร้าง

<u>การคมนาคมทางราง</u> ได้แก่ เส้นทางระหว่างมณฑล 8 สาย โดยได้เปิดใช้รถไฟความเร็วสูงแล้วเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2559 ต้นทางจากนครคุนหมิง ไปยังนครเชี่ยงไฮ้ กรุงปักกิ่ง นครกว่างโจว นครฉางชา นครกุ้ยหยาง และนครหนานหนิง และเส้นทางระหว่างประเทศ 5 สาย เชื่อมประเทศเวียดนาม สปป.ลาว ไทย เมียนมา และเอเชียใต้ โดยเส้นทางคุนหมิง-เหอโข่ว เชื่อมชายแดนยูนนาน-เวียดนาม เปิดใช้แล้วตลอดสายเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2557 สำหรับเส้นทางคุนหมิง-บ่อหาน เชื่อมชายแดนยูนนาน-ลาว รวมทั้งช่วงในลาวจากบ่อเต็นถึงเวียงจันทน์ คาดว่าจะเปิดใช้ได้ในปี 2564

<u>การคมนาคมทางน้ำ</u> มีแผนพัฒนาท่าเรือกวนเหล่ย โดยสร้างห้องเย็นรองรับการเป็นด่านนำเข้าชิ้นส่วนจากสัตว์เพียงด่านเดียวในยูนนาน และสร้างทางด่วนเหมิงเยเวี่ยน–กวนเหล่ย 4 ช่องจราจรตลอดจนแผนขยายร่องน้ำโขง เพื่อรองรับปริมาณการขนส่งสินค้าระหว่างท่าเรือเชียงแสนที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต และมีแผนพัฒนาท่าเรือเหอโข่วในแม่น้ำหงเหอ เพื่อออกสู่ทะเลที่ท่าเรือไฮฟองของประเทศเวียดนาม

<u>การคมนาคมทางอากาศ</u> ปี 2559 สนามบินฉางสุ่ยคุนหมิงมีผู้โดยสาร 41.9 ล้านคน มากเป็นอันดับ 5 ของจีน และกำลังขยายสนามบินเพื่อให้สามารถรองรับจำนวนผู้โดยสารได้ 80 ล้านคน นอกจากนี้ มณฑลยูนนานยังมีสนามบินรองอีก 14 แห่ง ได้แก่ เจาทง ผูเอ่อ ต้าหลี่ สิบสองปันนา ลี่เจียง หลูกูหู เหวินซาน หมางชื่อ เป่าซาน เถิงชง หลินชาง ชางหยวน ล้านช้าง และแชงกรีล่า และยังมีแผนงานการก่อสร้างสนามบินเพิ่มเติมอีก 8 แห่ง



ยูนนานเร่งขับเคลื่อนความเชื่อมโยง ปฏิรูปอุตสาหกรรม ดึงดูดการลงทุน

เพื่อไม่ให้ตกขบวนโอกาสการพัฒนาภาคตะวันตกมณฑลยูนนานจึงได้กำหนดแผนฯ 13 ระดับมณฑล (ปี 2559-2563) แผนระยะเร่งด่วน และระยะกลาง ที่สอดคล้องกับแผนฯ 13 ระดับชาติ และแผนพัฒนาภาคตะวันตกฯ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาความเชื่อมโยง (connectivity) และปฏิรูปอุตสาหกรรม

เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2560 กรมการคลังมณฑลยูนนาน ได้จัด "งานแนะนำโครงการลงทุนรูปแบบ PPP ของรัฐบาลมณฑลยูนนาน ประจำปี 2560" ซึ่งมีโครงการลงทุนจำนวน 106 โครงการ มูลค่ากว่า 339,900 ล้านหยวน ครอบคลุมหลายสาขา อาทิ โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคม

การท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม สาธารณสุข และบริการสาธารณะ เพื่อเชิญชวนให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐ โดยได้รับความสนใจจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ สถาบันการเงิน และบริษัทที่ปรึกษาการลงทุนของจีนและต่างประเทศ 170 แห่ง ส่งผู้แทนราว 500 คนเข้าร่วมงานฯ

กว่าร้อยละ 55 ของมูลค่าการลงทุนเป็นโครงการก่อสร้างทางด่วน 21 เส้นทาง กระจายไปทุกภูมิภาคของมณฑลยูนนาน ครอบคลุมเส้นหลักและเส้นรองของทางด่วนเชื่อมประเทศเพื่อนบ้าน 5 เส้นทาง และทางด่วนภายในประเทศเชื่อมมณฑลโดยรอบรวม 7 เส้นทาง ซึ่งนอกจากจะช่วยกระจายความเจริญไปสู่พื้นที่ชายแดนและชนบทแล้ว ยังช่วยส่งเสริมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ในการเป็นศูนย์กลางเชื่อมจีนตอนในกับเอเชียใต้ และเอเชียอาคเนย์ด้านการปฏิรูปอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ และการท่องเที่ยว

โดยเมื่อเดือนเมษายน 2559 รัฐบาลมณฑลยูนนานได้ประกาศ “ข้อคิดเห็นว่าด้วยการผลักดันการพัฒนาอุตสาหกรรมสำคัญ” กำหนดอุตสาหกรรมสำคัญของมณฑลยูนนานใน 8 สาขา ได้แก่ (1) ยาชีวภาพและสุขภาพ (2) การท่องเที่ยวและวัฒนธรรม (3) เทคโนโลยีสารสนเทศ 4) โลจิสติกส์สมัยใหม่ (5) เกษตรสมัยใหม่ในพื้นที่ราบสูง (6) วัตถุดิบใหม่ (แร่หายาก) (7) เครื่องจักรกล และ (8) อาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

นอกจากนี้ รัฐบาลยูนนานยังได้ประกาศ “แผนกำหนดสาขาอุตสาหกรรมของเขตอุตสาหกรรมในมณฑลยูนนาน” โดยมีการจัดแบ่งสาขาอุตสาหกรรม 3 ประเภทตามพื้นที่ศักยภาพ ได้แก่

(1) เขตขับเคลื่อนนวัตกรรม เน้นอุตสาหกรรมผลิตเครื่องจักรทันสมัย ยาชีวภาพ เทคโนโลยีสารสนเทศ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พลังงานใหม่และวัสดุใหม่ และบริการเชิงการผลิต ครอบคลุมนครคุนหมิง เมืองฉวี่จิ้ง เมืองยวี่ซี และเมืองฉู่สง

(2) “เขตเร่งรัดเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต” เน้นอุตสาหกรรมยาชีวภาพ รถยนต์ เคมีภัณฑ์ พลังงานสะอาด แร่ธาตุต่างๆ เครื่องใช้ไฟฟ้า เพื่อเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจหลักของมณฑลยูนนาน ครอบคลุมเมืองต้าหลี่ เมืองเป่าซาน เขตปกครองตนเองหงเหอ เขตปกครองตนเองเหวินซาน และเมืองเจาทง

และ (3) “เขตพัฒนาเชิงนิเวศและเปิดกว้างชายแดน” เน้นอุตสาหกรรมยาชีวภาพ แปรรูปสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว อาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค พลังงานสะอาด และแปรรูปสินค้าเพื่อส่งออก ครอบคลุมเขตปกครองตนเองเต๋อหง เมืองหลินชัง เมืองผูเอ่อ เขตปกครองตนเองสิบสองปันนา เมืองลี่เจียง เขตปกครองตนเองตี๋ชิง และเขตปกครองตนเองนู่เจียง

ต่อมา รัฐบาลนครคุนหมิง ในฐานะเมืองเอกของมณฑลยูนนาน จึงได้ประกาศ “ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการผลักดันการพัฒนาอุตสาหกรรมสำคัญ” เพื่อนำแผนปฏิรูปอุตสาหกรรมระดับมณฑลมาต่อยอดและปฏิบัติให้เกิดผลเป็นรูปธรรม โดยกำหนดกลุ่มอุตสาหกรรมสำคัญของนครคุนหมิงตามสูตร “188”

กล่าวคือ “1” หมายถึง เกษตรที่ราบสูง / “8” ตัวแรกหมายถึง อุตสาหกรรมการผลิตดั้งเดิม 4 สาขา (สารเคมี แร่ อุตสาหกรรมเบา ยาสูบ) และอุตสาหกรรมการผลิตใหม่ 4 สาขา (เครื่องจักรทันสมัย ยาชีวภาพ แร่หายาก สารสนเทศและอิเล็กทรอนิกส์) และ “8” ตัวสุดท้าย นั้นหมายถึงอุตสาหกรรมบริการ 8 สาขา (การค้าและโลจิสติกส์ การเงิน ท่องเที่ยว นวัตกรรมวัฒนธรรม สุขภาพ เทคโนโลยีสารสนเทศ อสังหาริมทรัพย์ และการประชุมสัมมนา)

เข้าใจการพัฒนายูนนาน มองหาโอกาสของไทย

ข้อมูลข้างต้นสะท้อนความเชื่อมโยงระหว่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 แผนพัฒนาภาคตะวันตก ประจำแผนฯ 13 กับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 13 ของมณฑลยูนนาน ซึ่งกำหนดสาขา รูปแบบ และเป้าหมายการพัฒนาที่มีความสอดคล้องกัน บนพื้นฐานของศักยภาพในท้องถิ่น

แม้มณฑลยูนนานจะเป็นมณฑลที่ไม่มีทางออกสู่ทะเล แต่มีที่ตั้งที่เชื่อมต่อกับภูมิภาคเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์ จึงมีศักยภาพสูงในด้านการท่องเที่ยว เกษตรกรรม และยังสามารถต่อยอดไปสู่อุตสาหกรรม โดยเร่งพัฒนาระบบโครงสร้างโลจิสติกส์เพื่อกระจายโอกาสจากเมืองสู่ชนบท อาทิ การสร้างทางด่วนเชื่อมเมืองหลักกับเมืองรอง การก่อสร้างสนามบินในหัวเมืองรอง และการเปิดใช้รถไฟความเร็วสูง โดยมีแผนการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม และเขตโลจิสติกส์ตามแนวเส้นทางคมนาคม รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ชายแดนซึ่งอยู่ปลายทางของเส้นทางคมนาคม

ทั้งนี้ ในปี 2560 นครคุนหมิงตั้งเป้าดึงดูดเม็ดเงินลงทุนกว่า 100,000 ล้านหยวน ในจำนวนนี้เป็นการลงทุนจากต่างชาติกว่า 800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยปี 2559 นครคุนหมิงดึงดูดการลงทุนได้ 91,500 ล้านหยวน โดยเป็นการลงทุนจากต่างชาติ 739 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 54.71% ซึ่งการลงทุนในอุตสาหกรรมบริการ (วัฒนธรรม การแพทย์ การท่องเที่ยว การพัฒนาระบบเมือง

การบริการธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศ และอาหาร) คิดเป็นสัดส่วน 78.57% ของการลงทุนจากต่างชาติทั้งหมด โดยฮ่องกง อิสราเอล มาเลเซีย เบลเยียม และสิงคโปร์เป็นนักลงทุนต่างชาติ 5 อันดับแรกของนครคุนหมิง ครองสัดส่วน 99.06%

การพัฒนาของมณฑลยูนนานเป็นทั้งความท้าทายและโอกาสของประเทศไทย ซึ่งต้องตื่นตัวที่จะศึกษานโยบายการพัฒนาของประเทศเพื่อนบ้านเพื่อรู้เท่าทัน และสามารถนำมาต่อยอดใช้ประโยชน์ในสาขาที่ไทยมีศักยภาพ ยกตัวอย่างเช่น ยุทธศาสตร์การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวแบบคาราวานของมณฑลยูนนาน ซึ่งประเทศไทยสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจีนกลุ่มดังกล่าวเดินทางต่อมายังประเทศไทยผ่านเส้นทาง R3A โดยจะต้องมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับการท่องเที่ยวแบบคาราวาน และมีระบบบริหารจัดการที่ดีในการควบคุมพฤติกรรมการขับขี่รถยนต์ของนักท่องเที่ยวจีนด้วย รวมทั้ง การที่มณฑลยูนนานตั้งเป้ารายได้จากการท่องเที่ยว 670,000 ล้านหยวนในปี 2560 และเพิ่มขึ้นเป็น1 ล้านล้านหยวนในปี 2563 ยังเป็นโอกาสสำหรับนักธุรกิจไทยที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการเข้ามาลงทุนในมณฑลยูนนาน อาทิ กลุ่ม TCC ที่ซื้อโรงแรมแบงค์ และโรงแรมซากุระ ใจกลางนครคุนหมิง เพื่อปรับปรุงและเปิดให้บริการใหม่ในชื่อโรงแรมคราวน์พลาซ่า และโรงแรมฮอลิเดย์อินน์

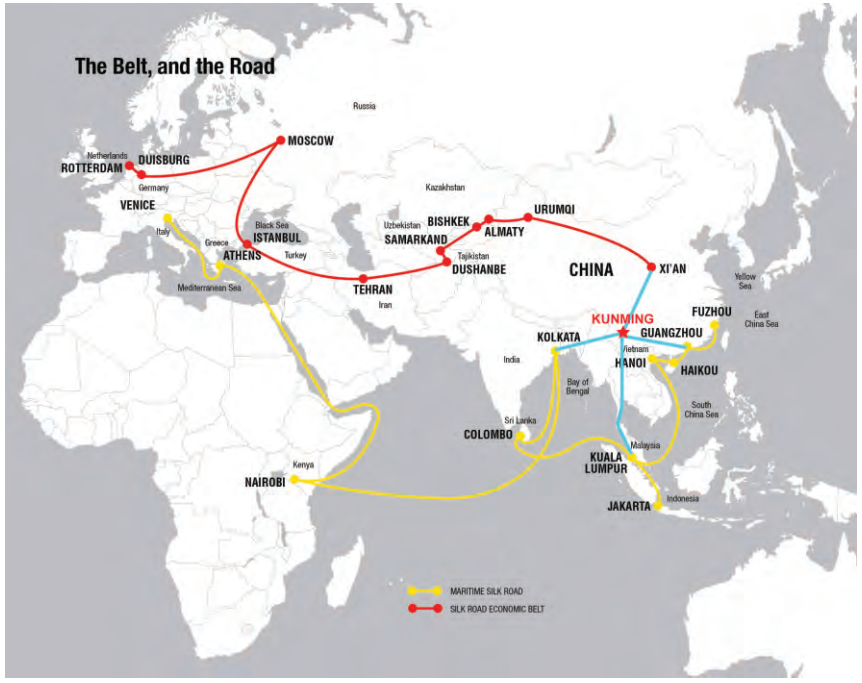
นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ซึ่งมีศักยภาพการลงทุนในสาขาอาหาร ปศุสัตว์ และเกษตรก็ได้มีการลงทุนในมณฑลยูนนานในกิจการผลิตอาหารสัตว์ โดยครองส่วนแบ่งตลาดในมณฑลยูนนาน 20% และตั้งเป้าหมายในการเป็นบริษัทแรกในมณฑลยูนนานที่ประกอบธุรกิจเกษตรครบวงจร (Feed Farm Food) ซึ่งผู้นำรัฐบาลมณฑลยูนนานได้เชิญชวนให้กลุ่ม TCC และเครือเจริญโภคภัณฑ์พิจารณาขยายการลงทุนในมณฑลยูนนานด้วย

ยูนนานดัน “เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน” หวังเชื่อมตลาดอาเซียนและเอเชียใต้

นับจากที่จีนได้เดินหน้าขับเคลื่อนนโยบาย “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” (One Belt One Road : the "Silk Road Economic Belt" & the "21st Century Maritime Silk Road") ซึ่งเป็นนโยบายด้านเศรษฐกิจและการต่างประเทศที่สำคัญในยุคการบริหารงานของประธานาธิบดีสี จิ้นผิง ที่เน้นการขยายการเชื่อมโยงระหว่างจีนกับภูมิภาคต่าง ๆ ในเอเชียไปจนถึงแอฟริกาและยุโรป นับเป็นอีกหนึ่งช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงอย่างมากของมณฑลที่ตั้งอยู่บนจุดยุทธศาสตร์สำคัญของนโยบายดังกล่าวอย่างมณฑลยูนนาน

ทิศทางของยูนนาน ตามนโยบาย “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง”

มณฑลยูนนานมีชายแดนยาว 4,060 กิโลเมตร คิดเป็น 1 ใน 5 ของชายแดนจีน มีพรมแดนติดกับประเทศเมียนมา สปป. ลาว และเวียดนาม และด้วยจุดเด่นทางภูมิศาสตร์ รัฐบาลจีนจึงได้กำหนดให้มณฑลยูนนานเป็นประตูทางภาคตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศที่เชื่อมระหว่างจีนตอนในกับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้มาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 12 (ปี 2554-2558) ในสมัยอดีตประธานาธิบดี หู จิ่นเทา ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่เรียกว่า “**เมืองหัวสะพาน**” และปัจจุบันกำลังต่อยอดการพัฒนาด้วย “**หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง**”



มณฑลยูนนานได้เปิดประตูทุกทิศทางเพื่อสร้างความเชื่อมโยง โดยทิศเหนือซึ่งติดกับมณฑลเสฉวนและมหานครฉงชิ่ง เชื่อมต่อภาคตะวันตกของจีน (คุนหมิง-เฉิงตู-ซีอาน-อุรุมฉี) ผ่านเส้นทาง Northern Silk Road สู่ยุโรป

ทิศตะวันออกติดกับมณฑลกุ้ยโจว เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง และมณฑลกวางตุ้ง เชื่อมโยง Pan-Pearl River Delta (คุนหมิง-กว่างซี-กวางตุ้ง) ออกสู่มหาสมุทรแปซิฟิกตามแผนยุทธศาตร์เส้นทาง Maritime Silk Road

ทิศใต้ติดกับประเทศเวียดนามและ สปป.ลาว เชื่อมสู่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (คุนหมิง-เหอโข่ว-เวียดนาม-กัมพูชา/คุนหมิง-บ่อหาน-ลาว-ไทย-มาเลเซีย) สู่มหาสมุทรแปซิฟิกตามแผนยุทธศาสตร์เส้นทาง Maritime Silk Road

ทิศตะวันตกติดกับประเทศเมียนมา เชื่อมเอเชียใต้ (คุนหมิง-รุ่ยลี่-เมียนมา-อินเดีย) สู่มหาสมุทรอินเดียตามแผนยุทธศาสตร์เส้นทาง Maritime Silk Road

ยูนนานกับแผนพัฒนาพื้นที่ชายแดน ในยุค “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง”

ในระยะแรกของนโยบาย “**หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง**” สำหรับมณฑลยูนนานดูเหมือนยังไม่มีความชัดเจนอะไรมากนัก จน 2 ปีที่ผ่านมานโยบายดังกล่าวก็ได้ตอกย้ำความสำคัญของมณฑลยูนนานมากยิ่งขึ้น โดยเมื่อเดือนกรกฎาคม 2558 คณะรัฐมนตรีของจีน (State Council) ได้อนุมัติให้อำเภอเหมิงล่าและบ่อหาน (พื้นที่ชายแดนจีน-ลาว) ในเขตปกครองตนเองสิบสองปันนา เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนระดับประเทศ 1 ใน 7 แห่งของจีน (Key Pilot Development and Opening Up Zone) และยังเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษฯ แห่งที่ 2 ของมณฑลยูนนาน ต่อจากเมืองรุ่ยลี่ที่มีชายแดนติดกับประเทศเมียนมา

ต่อมา ช่วงกลางปี 2559 รัฐบาลมณฑลยูนนานขานรับนโยบายส่วนกลางและได้แถลงแผนพัฒนาพื้นที่ชายแดน 2 ฉบับ ได้แก่ “**แผนพัฒนาพื้นที่ชายแดนและเปิดกว้างสู่ภายนอกของมณฑลยูนนาน ปี 2559-2563**” และ “**แผนสร้างเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอเหมิงล่า (บ่อหาน) ปี 2558-2568**” ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ในช่วง 5-10 ปีต่อจากนี้ รัฐบาลมณฑลยูนนานจะ

ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชายแดนให้มั่นคงและมั่งคั่ง ยกระดับความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ชายแดน และส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

"แผนพัฒนาพื้นที่ชายแดนและเปิดกว้างสู่ภายนอกของมณฑลยูนนาน ปี 2559-2563" หรือ แผนพัฒนาพื้นที่ชายแดนในยุค "หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง" ของมณฑลยูนนาน จะมุ่งเน้นการพัฒนา 5 ด้าน ได้แก่ (1) โครงสร้างพื้นฐาน โดยเน้นความเชื่อมโยงทางถนน ทางอากาศ ทางน้ำ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต และพลังงาน (2) เศรษฐกิจ (3) อุตสาหกรรม (4) ความเป็นอยู่ของประชาชน และ (5) ความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีการจัดวางพื้นที่พัฒนาในลักษณะ "หนึ่งศูนย์กลาง สามเส้นทาง สามวงกลม"

หนึ่งศูนย์กลาง หมายถึง กลุ่มเมืองภาคกลางของมณฑลยูนนาน หรือ เขตเศรษฐกิจภาคกลางยูนนาน ประกอบด้วย 4 เมือง ได้แก่ คุนหมิง ฉวีจิ้ง ฉู่สง และยวี่ซี โดยมียุทธศาสตร์สร้างจุดแข็งที่ศูนย์กลาง เพื่อให้กลายเป็นศูนย์กลางการคมนาคมระดับนานาชาติ เขตท่องเที่ยว วัฒนธรรม พลังงาน การค้าและโลจิสติกส์ที่สำคัญระดับประเทศ และเขตแปรรูปทรัพยากรที่สำคัญของมณฑล ทั้งการแปรรูปสินค้าเกษตร เคมี และโลหะ

สามเส้นทาง หมายถึง สามเส้นทางที่มณฑลยูนนานเปิดสู่ภายนอก ได้แก่ เส้นทางคุนหมิง-รุ่ยลี่ (จีน-เมียนมา) เส้นทางคุนหมิง-เหอโข่ว (จีน-เวียดนาม) และเส้นทางคุนหมิง-บ่อหาน (จีน-ลาว)

สามวงกลม หมายถึง เขตพื้นที่ชายแดนที่ต้องพัฒนาเพื่อเป็นประตูให้มณฑลยูนนานเปิดกว้างและสานสัมพันธ์กับกลุ่มประเทศในเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น ได้แก่ พื้นที่ชายแดนยูนนาน-เมียนมา เชื่อมสู่เอเชียใต้ พื้นที่ชายแดนยูนนาน-เวียดนาม เชื่อมประเทศเวียดนามออกทะเลที่ใกล้ที่สุดที่เมืองไฮฟอง หรือเชื่อมประเทศเวียดนามสู่ประเทศกัมพูชา และพื้นที่ชายแดนยูนนาน-ลาว เชื่อมสู่อาเซียน โดยเฉพาะประเทศไทย

พื้นที่ชายแดนยูนนาน-เมียนมา มีเมืองรุ่ยลี่ในเขตปกครองตนเองเต๋อหงเป็นศูนย์กลาง โดยมีด่านรุ่ยลี่เชื่อมโยงกับด่านมูเซ (Muse) ของเมียนมา ห่างจากนครคุนหมิงประมาณ 800 กิโลเมตร และเมืองมัณฑะเลย์ประมาณ 400 กิโลเมตร เป็นเส้นทางลำเลียงก๊าซธรรมชาติจีน-เมียนมาที่มีกำลังขนส่งถึง 12,000 ล้าน ลูกบาศก์เมตร/ปี การพัฒนาจะมุ่งเน้น (1) ด้านการค้า ปัจจุบัน 30% ของมูลค่านำเข้า-ส่งออกจีน-เมียนมา ผ่านเข้าออกที่ด่านรุ่ยลี่ และมีจำนวนคนและยานพาหนะที่ผ่านเข้า-ออกสูงเป็นอันดับที่ 1 ของด่านทางบกในมณฑลยูนนาน (2) อุตสาหกรรมสำคัญ ได้แก่ เครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้า รถมอเตอร์ไซค์ วัสดุไม้ หยก (3) ผลผลิตทางการเกษตรสำคัญ ได้แก่ ธัญพืช น้ำตาล ใบชา ยางพารา กาแฟ แมคคาเดเมีย และมะนาว (4) วัฒนธรรม รุ่ยลี่เป็นเมืองที่มีชนกลุ่มน้อยอาศัยอยู่ถึงครึ่งหนึ่ง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวไทลื้อ จิ่งโพ อาชาง เต๋อ-อาง และลีซอ ขณะเดียวกันในฝั่งชายแดนเมียนมาก็มีชนกลุ่มน้อยอาศัยอยู่หลายชนเผ่า เช่น ฉาน คะฉิ่น ปะโอ และไทยอาหม (5) การคมนาคม เน้นที่การเชื่อมโยงทางบกสู่ประเทศเมียนมา บังกลาเทศ และอินเดีย ปัจจุบันกำลังเร่งสร้างเส้นทางรถไฟจากนครคุนหมิงไปจ่อยังชายแดนเพื่อรอการเชื่อมต่อเส้นทางรถไฟคุนหมิง-รุ่ยลี่คาดว่าจะก่อสร้างแล้วเสร็จตลอดสายในปี 2564 ส่วนทางด่วนคุนหมิง-รุ่ยลี่เปิดใช้งานตลอดสายแล้วตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ใช้เวลาเดินทางประมาณ 8-9 ชั่วโมง

พื้นที่ชายแดนยูนนาน-เวียดนาม มีอำเภอเหอโข่วในเขตปกครองตนเองหงเหอเป็นศูนย์กลาง มีด่านเหอโข่วเชื่อมโยงกับด่านลาวไกของประเทศเวียดนาม ห่างจากนครคุนหมิง 470 กิโลเมตร กรุงฮานอย 300 กิโลเมตร และเมืองไฮฟอง (ท่าเรือขนาดใหญ่ที่สุดทางภาคเหนือของเวียดนาม) 450 กิโลเมตร เป็นชายแดนแห่งแรกของมณฑลยูนนานที่ทางด่วนและเส้นทางรถไฟจ่อถึงชายแดน และเปิดใช้งานตลอดสายตั้งแต่ปี 2557 ใช้เวลาเดินทางราว 5-6 ชั่วโมง สินค้าสำคัญที่มณฑลยูนนานนำเข้าจากประเทศเวียดนาม ได้แก่ แร่เหล็ก ไม้อัด และกำมะถัน ส่วนสินค้าส่งออก ได้แก่ ปุ๋ยเคมี ไฟฟ้า ผัก ผลไม้ กาแฟ ใบชา และเมล็ดทานตะวัน

พื้นที่ชายแดนยูนนาน-ลาว มีอำเภอเหมิงล่าในเขตปกครองตนเองสิบสองปันนาเป็นศูนย์กลาง มีด่านบ่อหานเชื่อมโยงกับด่านบ่อเต็นของ สปป.ลาว อยู่ห่างจากนครคุนหมิงราว 800 กิโลเมตร และห่างจากอำเภอเชียงของจังหวัดเชียงรายราว 250 กิโลเมตร

> “มีทางหลวงคุนหมิง-กรุงเทพฯ (R3A) และลำน้ำโขง จากท่าเรือกวนเหล่ย (ฝั่งจีน)-ท่าเรือเชียงแสน (ฝั่งไทย) เป็นเส้นทางคมนาคมที่สำคัญที่เชื่อมจีน-ลาว-ไทย”

ปัจจุบัน กำลังเร่งก่อสร้างเส้นทางรถไฟคุนหมิง-บ่อหาน คาดว่าจะก่อสร้างแล้วเสร็จตลอดสายในปี 2564 สินค้าสำคัญที่ไทยส่งออกไปมณฑลยูนนานผ่านลำน้ำแม่โขง ได้แก่ ลำไยอบแห้ง ยางพารา ส่วนสินค้าสำคัญที่ไทยนำเข้า ได้แก่ ผลไม้ (ทับทิม แอปเปิ้ล) เมล็ดทานตะวัน กระเทียม เครื่องจักรและอะไหล่ ขณะเดียวกัน สินค้าสำคัญที่ไทยส่งออกไปมณฑลยูนนานผ่านเส้นทาง R3A กว่า 80% เป็นผลไม้ อาทิ มังคุด ลำไย กล้วย และสินค้าที่ไทยนำเข้ากว่า 80% เป็นสินค้าเกษตร ได้แก่ ผลไม้ (องุ่น ส้ม) พืชผัก (บล็อคโคลี่ กระหล่ำ ถั่วลันเตา) และดอกไม้ (กุหลาบ ลิลลี่ คาร์เนชั่น)

พื้นที่ชายแดนทั้ง 3 แห่ง ถือเป็น 3 ด่านสำคัญของมณฑลยูนนานที่มีมูลค่าการค้าชายแดนและปริมาณคนผ่านเข้าออกสูงที่สุดของมณฑล และรัฐบาลท้องถิ่นมีความพยายามที่จะพัฒนาคู่ขนานไปกับพื้นที่ชายแดนของประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดกันเพื่อยกระดับความร่วมมือ 2 ฝ่ายให้กลายเป็น “เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษร่วม” (Cross-Border Economic Cooperation Zone) อย่างเช่นเมืองฮั่วเอ่อร์กั่วซือ (Khorgos) ในเขตฯ ซินเจียงอุยกูร์ (จีน-คาซัคสถาน)

อันที่จริง รัฐบาลมณฑลยูนนานได้พัฒนาพื้นที่ชายแดนทั้ง 3 แห่งมาอย่างต่อเนื่อง การประกาศ “แผนพัฒนาพื้นที่ชายแดนและเปิดกว้างสู่ภายนอกของมณฑลยูนนานปี 2559-2563” ถือเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการสร้าง One Belt One Road ทำให้นโยบายการเปิดกว้างสู่ภายนอกรอบด้านของจีนรุดหน้ายิ่งขึ้น และเป็นการส่งเสริมการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ “มุ่งลงใต้” ตาม “แผนพัฒนาภาคตะวันตกของจีน” (Go West Policy) เพื่อขยายพื้นที่การพัฒนาใหม่ ๆ และเพิ่มช่องทางออกสู่ทะเล

ในแง่ประโยชน์ต่อท้องถิ่นถือเป็นการส่งเสริมความเจริญรุ่งเรือง ความมั่นคง และความสามัคคีของพื้นที่ชายแดน ช่วยผลักดันการสร้างความเป็นเมืองรูปแบบใหม่ของเขตชายแดนอย่างจริงจังมากขึ้น และส่งเสริมการพัฒนาเมืองและชนบทเข้าด้วยกัน

นอกจากนี้ การพัฒนาพื้นที่ชายแดนทั้ง 3 แห่ง และการสร้างความเข้มแข็งให้กับเขตเศรษฐกิจภาคกลางยูนนาน ยังเป็นการช่วยให้มณฑลยูนนานไม่เป็นแต่เพียง “ทางผ่าน” แต่จะเป็นศูนย์กลางของพื้นที่ข้ามพรมแดนที่รองรับกิจกรรมการค้า การลงทุน โลจิสติกส์ และการท่องเที่ยวนานาชาติได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้นในอนาคต

อย่างไรก็ดี แผนพัฒนาพื้นที่ชายแดนดังกล่าวข้างต้นจะบรรลุเป้าหมายได้นั้นก็ไม่ใช่เรื่องง่าย ยังต้องใช้เวลาและงบประมาณมากมายในการปรับปรุงและพัฒนามณฑลยูนนานจากภายในให้มีความพร้อมเปิดสู่ภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน ความเป็นเมือง การบูรณาการระบบจัดการของด่าน และอื่น ๆ กอปรกับต้องโน้มน้าวประเทศเพื่อนบ้านให้เห็นถึงประโยชน์ของความร่วมมือและความเชื่อมโยง (Connectivity) เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคให้เติบโตไปด้วยกัน

ในส่วนที่เกี่ยวกับประเทศไทย เราก็มีนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเหมือนกัน เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนของไทยและมณฑลยูนนานจะผูกสัมพันธ์บนความร่วมมือหรือเป็นคู่แข่ง เราจะไปดูกันต่อในตอนที่ 2 : “แผนพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนจีน-ลาว” โอกาสสู่ความร่วมมือกับเขตเศรษฐกิจพิเศษไทย? พร้อมติดตามศักยภาพของพื้นที่ดังกล่าวกับ “แผนสร้างเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอเหมิงล่า (บ่อหาน) ปี 2558-2568” ที่รัฐบาลมณฑลยูนนานได้ประกาศเมื่อไม่นานมานี้

ภูมิหลังการพัฒนาชายแดนมณฑลยูนนาน (1/2)

ปี 2554 คณะรัฐมนตรีจีน (State Council) ได้อนุมัติและแถลง “ข้อคิดเห็นว่าด้วยการสนับสนุนให้มณฑลยูนนานเร่งสร้างเมืองหัวสะพานเพื่อเปิดประตูทางตะวันตกเฉียงใต้ของจีน” โดยมณฑลยูนนานจะทำหน้าที่เสมือนเป็น “หัวสะพาน” เพื่อเชื่อมดินแดนจีนตอนในกับประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้ เพื่อขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าและการแสวงหาทางออกสู่ทะเล และในปีเดียวกัน รัฐบาลยูนนานจึงได้ประกาศ “แผนสร้างเขตเศรษฐกิจภาคกลางยูนนาน”

ปี 2555 คณะกรรมการพัฒนาและปฏิรูปแห่งชาติจีนได้ประกาศ “แผนแม่บทเมืองหัวสะพาน” โดยกำหนดทิศทางช่วงปี 2554-2558 ที่เน้นโครงสร้างพื้นฐาน ไม่ว่าจะเป็นการก่อสร้างถนน รถไฟ สนามบิน และเขตโลจิสติกส์ การสร้างท่อส่งน้ำมันและก๊าซธรรมชาติจีน-

ภูมิหลังการพัฒนาชายแดนมณฑลยูนนาน (2/2)

ปี 2555 เมียนมา และการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตปรับเปลี่ยนระบบการทำงานเพื่ออำนวยความสะดวกในการผ่านด่าน

ปี 2556 เริ่มต้น One Belt One Road : the "Silk Road Economic Belt" and the "21st Century Maritime Silk Road" ซึ่งเป็นนโยบายด้านเศรษฐกิจและการต่างประเทศที่สำคัญในยุคการบริหารงานของประธานาธิบดี สี จิ้นผิง โดยเน้นขยายการเชื่อมโยงระหว่างจีนกับภูมิภาคต่าง ๆ

ม.ค. 2558 ประธานาธิบดี สี จิ้นผิง เดินทางเยือนมณฑลยูนนาน

16 ก.ค. 2558 State Council อนุมัติให้อำเภอเหมิงล่า (บ่อหาน) เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (Key Pilot Development and Opening Up Zone) 1 ใน 7 แห่งของประเทศจีน ซึ่งทั้ง 6 แห่ง ได้แก่

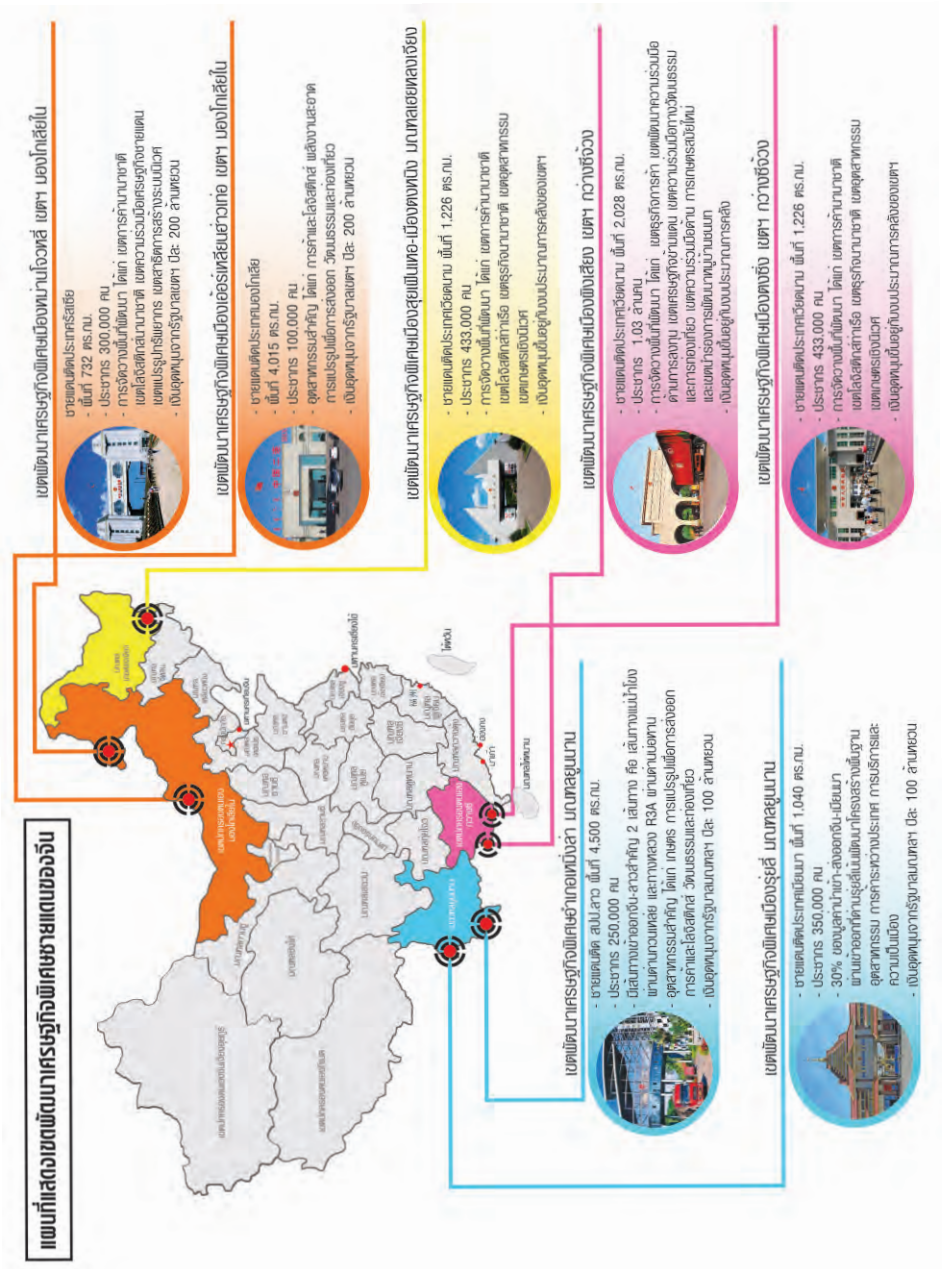
- เมืองหม่านโจวหลี่ เขตปกครองตนเองมองโกเลียใน (อนุมัติเมื่อเดือน ก.ค. 2555)
- เมืองตงชิง เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง (อนุมัติเมื่อเดือน ก.ค. 2555)
- เมืองรุ่ยลี่ มณฑลยูนนาน (อนุมัติเมื่อเดือน ก.ค. 2555)
- เมืองเอ้อร์เหลียนห้าวเท่อ เขตปกครองตนเองมองโกเลียใน (อนุมัติเมื่อเดือน มิ.ย.2557)
- อำเภอเหมิงล่า (บ่อหาน) มณฑลยูนนาน (อนุมัติเมื่อเดือน ก.ค. 2558)
- เมืองสุยเฟินเหอ-เมืองตงหนิง มณฑลเฮยหลงเจียง (อนุมัติเมื่อเดือน เม.ย. 2559)
- เมืองผิงเสียง เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง (อนุมัติเมื่อเดือน ส.ค.2559)

24 ธ.ค. 2558 รัฐบาลจีนประกาศนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการพัฒนาเขตชายแดนสำคัญของจีน

31 พ.ค. 2559 พิธีเปิดป้ายก่อตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอเหมิงล่า (บ่อหาน) พร้อมประกาศแผนสร้าง

5 ก.ค. 2559 รัฐบาลมณฑลยูนนานประกาศ “แผนพัฒนาพื้นที่ชายแดนและเปิดกว้างสู่ภายนอกของมณฑลยูนนานปี 2559-2563”

14 ก.ค. 2559 รัฐบาลยูนนานประกาศสนับสนุนการสร้างเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอเหมิงล่า (บ่อหาน) จากหลายหน่วยงานภาครัฐในมณฑลยูนนาน เช่น คลัง สรรพากร ศุลกากร



แผนพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนจีน-ลาว: โอกาสสู่ความร่วมมือกับเขตเศรษฐกิจพิเศษไทย?

หลังจากที่จีนได้ประกาศให้อำเภอเหมิงล่า (บ่อหาน) ในเขตปกครองตนเองสิบสองปันนา มณฑลยูนนาน เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนระดับชาติ 1 ใน 7 แห่งของประเทศจีน เพื่อนำร่องการพัฒนาพื้นที่ชายแดนจีนกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดกันตามแผนยุทธศาสตร์การเชื่อมโยงจีนกับภูมิภาคต่าง ๆ ภายใต้นโยบาย One Belt One Road แล้ว รัฐบาลมณฑลยูนนานได้ยึดถือนโยบายรัฐบาลจีนเป็นแนวทางสำคัญ และได้แปลงนโยบายส่วนกลางไปสู่การดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น โดยไม่นานมานี้ รัฐบาลมณฑลยูนนานได้แถลง “แผนการก่อสร้างเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอเหมิงล่า (บ่อหาน) ปี 2558-2568” เพื่อตระเตรียมความพร้อมให้อำเภอเหมิงล่ากลายเป็นพื้นที่รองรับการเชื่อมโยงทั้งในด้านการค้าการลงทุน การท่องเที่ยว คมนาคม ขนส่งและโลจิสติกส์ที่เชื่อมสู่อาเซียน

อำเภอเหมิงล่า (MengLa County, 勐腊县) ตั้งอยู่ทางใต้สุดของมณฑลยูนนาน เดินทางด้วยรถยนต์โดยใช้เส้นทางคุนหมิง-กรุงเทพฯ (R3A) จะต้องเดินทางออกจากจีนที่ด่านบ่อหาน (อำเภอเหมิงล่า) ผ่านด่านบ่อเต็น(สปป.ลาว) และออกจากด่านห้วยทราย(สปป.ลาว) เข้าสู่ด่านเชียง(จังหวัดเชียงราย) ระยะทาง 250 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางเพียง 4-5 ชั่วโมง หรือหากขนส่งสินค้าทางน้ำออกจากอำเภอเหมิงล่าที่ด่านกวนเหล่ย ล่องไปตามลำน้ำโขงไปถึงด่านเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ระยะทางประมาณ 360 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 1-3 วัน ถือเป็นเส้นทางจากด่านชายแดนจีนถึงด่านชายแดนไทยที่สั้นที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการขนส่งทางบกหรือทางน้ำ

ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของอำเภอเหมิงล่า ภายใต้การดำเนินการก่อสร้างเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษฯ จึงเป็นเรื่องที่เราควรติดตามความเคลื่อนไหว เพื่อนำมาขยายให้เกิดประโยชน์กับประเทศไทย

ก่อนอื่นเราไปดูกันก่อนว่า... ศักยภาพของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนแห่งนี้จะเป็นอย่างไรในอนาคตอันใกล้นี้

แผนสร้าง “เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอเหมิงล่า” (ชายแดนจีน-ลาว)

ขอบเขตพื้นที่

ประกอบด้วยเขตพัฒนาเศรษฐกิจบ่อหาน (Mohan Economic Development Zone) และอีกหลายตำบลในอำเภอเหมิงล่า เช่น ตำบลบ่อหาน ตำบลเหมิงล่า ตำบลเหมิงหม่าน ตำบลเหมิงหลุน ตำบลเหมิงเผิง และตำบลกวนเหล่ย มีพื้นที่รวม 4,500 ตารางกิโลเมตร มีจำนวนประชากรประมาณ 250,000 คน และ 75% เป็นชนกลุ่มน้อย อาทิ ไทลื้อ อาข่า อี๋ และเย้า ในปี 2558 อำเภอเหมิงล่า มีมูลค่า GDP รวม 7,251 ล้านหยวน เพิ่มขึ้น 8.8% และ GDP ต่อคน 25,108 หยวน เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษฯ มีชายแดนติดกับ สปป.ลาว ระยะทาง 623 กิโลเมตร โดยมีเส้นทางเข้าออกจีน-ลาวในปัจจุบันที่สำคัญ 2 เส้นทาง คือ เส้นทางขนส่งสินค้าทางน้ำ (แม่น้ำล้านช้าง-แม่น้ำโขง) ผ่านด่านกวนเหล่ย และทางหลวงคุนหมิง-กรุงเทพฯ (R3A) ผ่านด่านบ่อหาน

เป้าหมายการพัฒนา

เน้นการพัฒนา 5 ด้าน ได้แก่ (1) โครงสร้างพื้นฐาน (2) ความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน (3) เศรษฐกิจ (4) ความเป็นเมือง และ (5) สิ่งแวดล้อม เพื่อให้กลายเป็น

1. เวทีสำคัญด้านความร่วมมือเชิงกลยุทธ์จีน-ลาว โดยล่าสุดเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2558 รัฐบาลจีนและลาวได้ลงนาม “แผนร่วมกันสร้างเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษร่วมบ่อหาน-บ่อเต็น” อย่างเป็นทางการ ซึ่งมีพื้นที่รวม 21.23 ตารางกิโลเมตร (ฝั่งจีน 4.83 ตารางกิโลเมตร ฝั่งลาว 16.4 ตารางกิโลเมตร) และตั้งเป้าว่า โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ น่าจะก่อสร้างแล้วเสร็จภายในปี 2563

2. เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษฯ สะท้อนการเติบโตทางเศรษฐกิจชายแดนที่สำคัญ โดยจะพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมให้ดีขึ้นอย่างชัดเจน กลายเป็นเขตชั้นนำด้านการค้าและโลจิสติกส์นานาชาติ อุตสาหกรรมการแปรรูปเพื่อนำเข้าส่งออก และการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนภายในปี 2568 เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษฯ จะมี GDP เพิ่มขึ้น 4 เท่า หรือกว่า 35,000 ล้านหยวน หรือราว 3 ใน 4 ของ GDP เขตฯ สิบสองปันนา ซึ่งจากเดิมที่มีสัดส่วนไม่ถึง 1 ใน 4

3. ทัพหน้าในการสร้าง Ecological Civilization (EcoCiv) จะพัฒนาสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศให้มีความสวยงามมากขึ้น มนุษย์และธรรมชาติอยู่ร่วมกันได้อย่างกลมกลืน โดยจะสร้างเขตอนุรักษ์จีน-ลาวให้มีพื้นที่กว่า 3 ล้านหมู่ หรือราวๆ 1.25 ล้านไร่ เขตอนุรักษ์ธรรมชาติระดับประเทศกว่า 2 ล้านหมู่ (ปัจจุบันมี 1.7 ล้านหมู่) และเขตอนุรักษ์ธรรมชาติระดับท้องถิ่นกว่า 500,000 หมู่ (ปัจจุบันมี 320,000 หมู่)

4. เขตสาธิตการสร้างความปรองดอง ความสงบ และความร่ำรวยกับประเทศเพื่อนบ้าน พัฒนาให้มีความเป็นเมือง (Urbanization) มากยิ่งขึ้น การบริการสาธารณะและคุณภาพความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้น

5. ศูนย์กลางการคมนาคมเชื่อมโยงจีนกับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ใน 5-10 ปีข้างหน้า เครือข่ายการคมนาคมของมณฑลยูนนานและการเชื่อมสู่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะได้รับการพัฒนามากขึ้นทั้งทางถนน ราง น้ำ และอากาศ

ทางถนน เส้นทางคุนหมิง-กรุงเทพฯ (R3A) เปิดใช้ตลอดสายตั้งแต่เมื่อปี 2556 โดยช่วงเสี่ยวเหมิงหยาง-บ่อหาน ระยะทาง 175 กิโลเมตร อยู่ระหว่างขยายเป็นทางด่วน 4 ช่องจราจร คาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2560

ทางราง มีแผนเชื่อมโยงเส้นทางรถไฟจากคุนหมิง-บ่อหาน-ลาว-ไทย-สิงคโปร์ ช่วงมณฑลยูนนานจากคุนหมิง-ยวี่ซี มีรถไฟเส้นเก่าระบบรางเดี่ยว วิ่งความเร็ว 120 กิโลเมตร/ชั่วโมง วิ่งอยู่ก่อนแล้ว และเส้นคู่ขนานที่อยู่ระหว่างการก่อสร้างขยายให้เป็นระบบรางคู่ ความเร็ว 200 กิโลเมตร/ชั่วโมง ส่วนเส้นทางจากยวี่ซี-บ่อหานได้มีพิธีเปิดการก่อสร้างไปเมื่อเดือนสิงหาคม 2559 ส่วนใน สปป.ลาว ก็ได้มีพิธีวางศิลาฤกษ์โครงการรถไฟจีน-ลาวแล้วเช่นกัน เมื่อเดือนธันวาคม 2558 คาดหมายว่าทั้ง 2 โครงการน่าจะสร้างเสร็จในเวลาใกล้เคียงกันคือประมาณปี 2564

ทางน้ำ เส้นทางขนส่งทางแม่น้ำล้านช้าง-แม่น้ำโขงของสี่ประเทศ (จีน-ลาว-เมียนมา-ไทย) เปิดใช้ตั้งแต่ปี 2544 และเป็นเส้นทางน้ำแห่งเดียวของจีนที่มุ่งสู่ประเทศในอินโดจีน สิ้นสุดที่อำเภอเชียงแสนของไทย ระยะทาง 358 กิโลเมตร รองรับเรือขนาด 300 ตัน และมีแผนจะขยายร่องน้ำช่วงจิ่งหง-หลวงพระบาง เพื่อรองรับเรือขนาด 500 ตัน โดยปี 2557 เส้นทางน้ำในเขตสิบสองปันนามีปริมาณการขนส่งสินค้า 217,000 ตัน

ทางอากาศ สนามบินสิบสองปันนา มีพื้นที่ 110,000 ตารางเมตร มีรันเวย์กว้างยาวขนาด 45x2,400 เมตร สามารถรองรับโบอิ้ง 767 และแอร์บัส 330 ปัจจุบัน มีเที่ยวบินในประเทศ 21 เส้นทาง และ ต่างประเทศ 1 เส้นทาง (ไปหลวงพระบาง บินตรงโดย Lao Airlines) ปี 2558 มีผู้โดยสารเข้าออก 4.15 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.5 เครื่องบินขึ้นลง 35,000 ลำ เพิ่มขึ้น 11.6% และพัสดุ 8,000 ตัน เพิ่มขึ้น 28.6%

การจัดวางพื้นที่พัฒนาของเขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอเหมิงล่า
“สองเส้นทาง สองศูนย์กลาง ห้าพื้นที่”

การจัดวางพื้นที่พัฒนา

จัดวางพื้นที่การพัฒนาในลักษณะ “สองเส้นทาง สองศูนย์กลาง ห้าพื้นที่ทำงาน”

สองเส้นทาง ได้แก่

1. เส้นทางเศรษฐกิจตำบลเหมิงหลุน-บ่อหาน อาศัยความได้เปรียบของเส้นทาง R3A และด่านบ่อหาน ตำบลเหมิงล่า และตำบลเหมิงหลุนเป็นจุดสำคัญ เชื่อมเส้นทางขึ้นเหนือเข้าสู่ประเทศจีน จากเมืองจิ่งหง เมืองผูเอ่อร์ เมืองยวี่ซี สู่นครคุนหมิง และลงใต้เชื่อมต่างประเทศ คือ สปป.ลาวและไทย โดยให้ความสำคัญต่อการพัฒนาระบบขนส่งทางบก โลจิสติกส์และคลังสินค้า การค้าระหว่างประเทศ การแปรรูปเพื่อการส่งออก วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว
2. เส้นทางเศรษฐกิจแนวลำน้ำ(โขง)จากท่าเรือจิ่งหง-ท่าเรือกวนเหล่ย โดยการอาศัยความได้เปรียบด้านการขนส่งทางเรือนานาชาติเชื่อมต่อกับ สปป.ลาว เมียนมา และไทย โดยมีท่าเรือจิ่งหงและท่าเรือกวนเหล่ยเป็นจุดสำคัญ เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมการต่อเรือ การขนส่งทางน้ำ และการท่องเที่ยว

สองศูนย์กลาง ได้แก่

1. เขตความร่วมมือเศรษฐกิจบ่อหาน อาศัยความได้เปรียบของเขตพัฒนาเศรษฐกิจบ่อหานที่ได้รับการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานเป็นทุนเดิมอยู่ก่อนแล้วให้เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา เน้นการสร้างความร่วมมือด้านทรัพยากรและการตลาดกับประเทศเพื่อนบ้านต่าง ๆ อาทิ สปป.ลาว เมียนมา และไทย เพื่อร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ การแปรรูปเพื่อการส่งออก การค้าการลงทุน ท่องเที่ยวข้ามพรมแดน รวมถึงเร่งวางแผนก่อสร้างเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษร่วมบ่อหาน (จีน)-บ่อเต็น (ลาว) เพื่อให้กลายเป็นด่านระหว่างประเทศที่มีความทันสมัย เพื่อเชื่อมสู่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และกลายเป็นเขตระดับแนวหน้าของความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ระหว่างจีน-ลาว
2. เขตบริการอันทันสมัยเหมิงล่า อาศัยตำบลเหมิงล่าเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาโดยให้ความสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจบริการ เช่น การเงิน โลจิสติกส์ ข่าวสารข้อมูล การรักษาพยาบาล สันทนาการ บ้านพักคนชรา เพื่อให้กลายเป็นเขตบริการการค้าระหว่างประเทศ ช่องทางแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมนานาชาติ และเมืองแห่งการพักผ่อนเชิงนิเวศนานาชาติ

ห้าพื้นที่ทำงาน ได้แก่

1. พื้นที่เศรษฐกิจท่าเรือ เร่งพัฒนาการค้า ระบบขนส่งสินค้าและผู้โดยสาร เพื่อให้กลายเป็นศูนย์กระจายสินค้าและท่าเรือนานาชาติแม่น้ำโขง
2. พื้นที่แปรรูปเพื่อการนำเข้า-ส่งออก เร่งสร้างเขตแปรรูปเพื่อการนำเข้า-ส่งออกที่ครบครัน โดยมีการแปรรูป การค้า และโลจิสติกส์ รวมในแหล่งเดียว
3. พื้นที่วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว อาศัยความได้เปรียบของวัฒนธรรมใบลานชนเผ่าไทลื้อและนิเวศวิทยาของป่าฝนเขตร้อนในสิบสองปันนาเป็นสำคัญ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม อาทิ สวนพฤกษศาสตร์เขตร้อนสิบสองปันนา แหล่งท่องเที่ยวระดับสูงสุดของประเทศ (ระดับ 5A) เขตชมวิวว่างเทียนซู่ (4A) และสวนชาโบราณผูเอ่อร์ เพื่อเน้นการพัฒนาวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย แหล่งพักผ่อนหย่อนใจ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สื่อภาพยนตร์และโทรทัศน์ และการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ เพื่อให้กลายเป็นเขตสื่อภาพยนตร์ และโทรทัศน์ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ
4. พื้นที่เกษตร เร่งพัฒนาพืชเกษตรที่ขึ้นชื่อของท้องถิ่นให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น เช่น ข้าว ยางพารา ใบชา อ้อย มะรุม และผลไม้เมืองร้อน เพื่อให้กลายเป็นเขตสาธิตเกษตรที่โดดเด่น
5. พื้นที่นิเวศ อาศัยความได้เปรียบของเขตอนุรักษ์ธรรมชาติของเขตฯ สิบสองปันนาและเขตอนุรักษ์ธรรมชาติข้ามพรมแดนจีน-ลาว เป็นพื้นที่สำคัญในการพัฒนา เพื่อเร่งผลักดันการสร้างระบบควบคุมโรคระบาดตามแนวชายแดนจีน-ลาว การดำเนินกิจกรรมสาธิตระบบนิเวศวิทยา สร้างความปลอดภัยด้านนิเวศ และการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ

อุตสาหกรรมสำคัญของเขตฯ

จะเน้นพัฒนา 4 อุตสาหกรรมสำคัญ ได้แก่

1. อุตสาหกรรมการเกษตร
   - ยกระดับอุตสาหกรรมเกษตรดั้งเดิม ได้แก่ ธัญพืช ยางพารา ใบชา และอ้อย
   - สร้างความแข็งแกร่งต่ออุตสาหกรรมเกษตรใหม่ที่โดดเด่น ได้แก่ ยาสมุนไพรไทลื้อ ดาวอินคา (Sacha inchi / Sacha peanut) แมคคาเดเมีย และวัสดุไม้
   - สนับสนุนการสร้างนิคมอุตสาหกรรมเกษตรอันทันสมัยและพัฒนาการแปรรูปเชิงลึก

2. การแปรรูปเพื่อการส่งออก

- พัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราและใบชา แร่ การแปรรูปไม้ อุปกรณ์เครื่องกล เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องนุ่งห่ม ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์
- ส่งเสริมความร่วมมือด้านการแปรรูปสินค้าเกษตรกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ผัก ผลไม้ ข้าว ข้าวโพด ผลิตภัณฑ์สัตว์และสัตว์น้ำ

3. การค้าและโลจิสติกส์

- สร้างตลาดและศูนย์ขนส่งสินค้าโดยเฉพาะ เช่น สินค้าเกษตร อุปกรณ์เครื่องจักรกล วัสดุไม้ ผลิตภัณฑ์แร่ ของใช้ในชีวิตประจำวัน อุปกรณ์ชิ้นส่วนรถยนต์ ของที่ระลึก
- สร้างศูนย์โลจิสติกส์ที่ทันสมัยเพื่อเชื่อมจีนกับอาเซียนตามแนวเส้นทางจิ่งหง-บ่อหาน-หลวงน้ำทา-เชียงใหม่-กรุงเทพ และเส้นทางคุนหมิง-บ่อหาน-หลวงพระบาง-เวียงจันทน์

4. วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว

- ส่งเสริมความร่วมมือและแลกเปลี่ยนด้านการท่องเที่ยวนานาชาติ อาทิ เส้นทางการท่องเที่ยวจิ่งหง (เชียงรุ้ง)–หลวงพระบาง-เชียงใหม่-เชียงตุง ทำให้เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอเหมิ่งล่า และเขตฯ สิบสองปันนา ไม่ใช่เป็นเพียงแค่จุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่สำคัญ เป็นแหล่งนัดพบและจุดพักสินค้าที่สำคัญระหว่างจีนกับอาเซียน

สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับ

หลังจากที่รัฐบาลมณฑลยูนนานได้ประกาศ “แผนสร้างเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอเหมิ่งล่า (บ่อหาน) ปี 2558-2568” เพียงไม่กี่วันต่อมา หน่วยงานภาครัฐของมณฑลยูนนานหลายแห่งต่างเดินหน้าให้การสนับสนุน เช่น การคลังมณฑลยูนนานให้เงินอุดหนุนปีละ 100 ล้านหยวน สรรพากรลดหย่อนภาษีสำหรับนักลงทุน (ยกเว้นการเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 5 ปี และลดหย่อน 50% เพิ่มเติมอีก 5 ปี)

นอกจากนี้หน่วยงานอื่นๆ ยังอำนวยความสะดวกแก่นักลงทุนทั้งในด้านศุลกากร การเงิน และที่ดิน โดยคาดว่าจะมีผู้สนใจไปลงทุนกว่า 240 โครงการ มูลค่าการลงทุนกว่า 200,000 ล้านหยวน กลายเป็นเวทีสำคัญด้านความร่วมมือเชิงกลยุทธ์จีน-ลาว

เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอเหมิ่งล่า ความสัมพันธ์บนความร่วมมือหรือคู่แข่งกับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษไทย?

เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอเหมิ่งล่ากับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย ต่างก็ตั้งอยู่บนปลายทั้งสองด้านของเส้นทาง R3A หลายคนมองว่าใครที่มีความพร้อมและสามารถดึงดูดนักลงทุนได้มากกว่าก็ย่อมได้เปรียบ

หากเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอเหมิ่งล่าประสบความสำเร็จ มีนักลงทุนเข้าไปลงทุนเป็นจำนวนมากตามที่คาดการณ์ไว้ อีกทั้ง ยังมีจุดพักสินค้าขนาดใหญ่ และเขตอุตสาหกรรมแปรรูปเพื่อนำเข้าส่งออกเตรียมรองรับก็จะทำให้อำเภอเหมิ่งล่ากลายเป็นโกดังสินค้าขนาดใหญ่ที่พร้อมบุกสู่อาเซียน โดยเฉพาะประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ โดยอาจมีประเทศไทยเป็นแค่ “ทางผ่าน” หากเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษของไทยยังมีแรงดึงดูดนักลงทุนไม่มากพอ

ขณะเดียวกัน ประเทศจีนก็ “ชิงความได้เปรียบ” โดยร่วมมือกับสปป.ลาวเตรียมพัฒนาพื้นที่นี้เพื่อยกระดับพื้นที่ให้กลายเป็น “เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษร่วมบ่อหาน (จีน) - บ่อเต็น(ลาว)” โดยตั้งเป้าว่าระบบโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ น่าจะได้รับการก่อสร้างแล้วเสร็จในอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งก็น่าจะมีความเป็นไปได้ เนื่องจากเมืองคาสิโนที่ถูกปิดไปในฝั่งบ่อเต็น ปัจจุบันได้กลายเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษบ่อเต็นที่มีนายทุนจีนได้รับสัมปทาน เพื่อใช้พื้นที่ดังกล่าวร่วมกันเพื่อเตรียมรองรับการขยายตลาดสู่อาเซียนให้มากยิ่งขึ้นในอนาคต

อีกด้านหนึ่ง “การสร้างความร่วมมือระหว่างกัน” ของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษอำเภอเหมิ่งล่าและเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงรายบนสองปลายทางของถนน R3A ทั้งในอุตสาหกรรมที่ไทยชำนาญ เช่น การแปรรูปสินค้าเกษตรและการท่องเที่ยว หรืออุตสาหกรรมที่จีนถนัด เช่น คมนาคมและโลจิสติกส์ ก็น่าจะทำให้ถนนดังกล่าวเกิดความสมดุล และ “เกื้อกูลซึ่งกันและกัน”

Chengdu High Tech Zone เขตอุตสาหกรรมคุณภาพสูงอันดับ 3 ของจีน พร้อมรับการลงทุน

ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติจีน เผยผลการประเมินระดับคุณภาพของเขตพัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีระดับสูง (High Tech Zone) ทั่วจีน

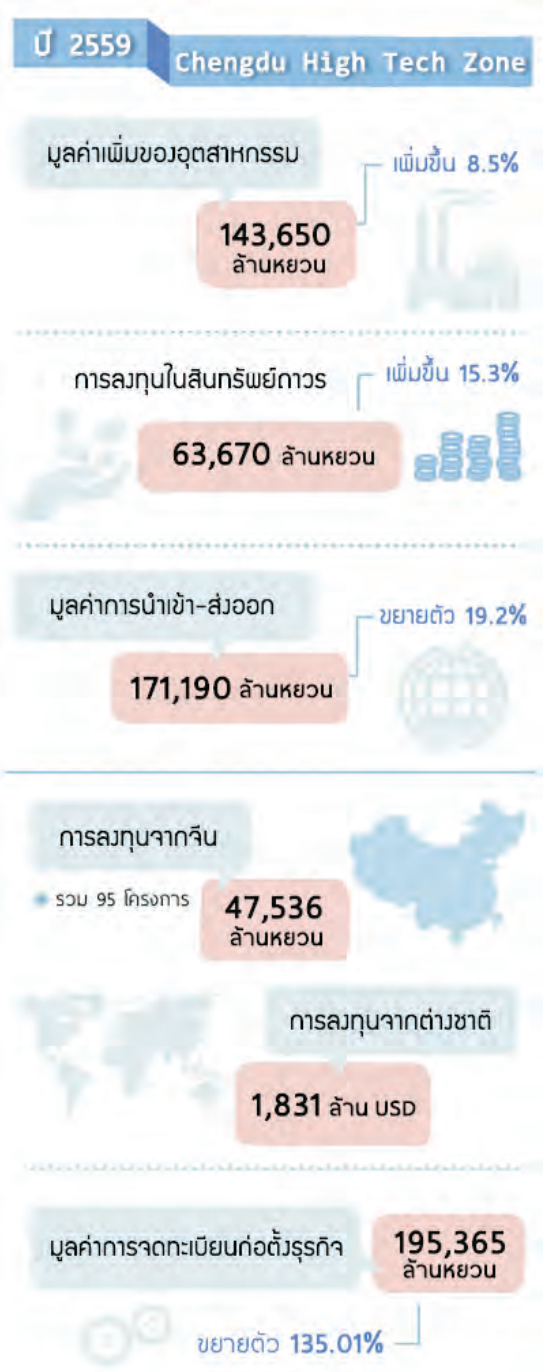
โดย Chengdu High Tech Zone ก้าวขึ้นสู่อันดับที่ 3 ของจีน ขยับขึ้นจากปีก่อนหนึ่งอันดับ เป็นรองเพียงสวนวิทยาศาสตร์จงกวนชุน (Zhongguancun Science Park) ของกรุงปักกิ่ง และเขตสาธิตนวัตกรรมแห่งชาติเซี่ยงไฮ้จางเจียง(Shanghai Zhangjiang National Innovation Demonstration Zone) ของนครเซี่ยงไฮ้

Chengdu High Tech Zone (成都高新区) เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2533 ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของนครเฉิงตู เป็นการรวมตัวกันของเขตอุตสาหกรรมตอนใต้และตะวันตกของนครเฉิงตู ครอบคลุมเนื้อที่กว่า 130 ตารางกิโลเมตร มีประชากรประมาณ 430,000 คน โดย Chengdu High Tech Zone เป็นหนึ่งในโครงการหลักที่รัฐบาลนครเฉิงตูผลักดันให้กลุ่มผู้เริ่มต้นทำธุรกิจ (Startup) และนักธุรกิจที่มีความคิดสร้างสรรค์ ช่วยกันสร้างนวัตกรรมทางอุตสาหกรรมในสาขาต่าง ๆ โดยเฉพาะสาขาอิเล็กทรอนิกส์ แผงวงจรไฟฟ้า เวชภัณฑ์ และอุตสาหกรรมการผลิตที่ทันสมัย เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ ในระดับภูมิภาคจนถึงระดับประเทศ

ในส่วนเขตอุตสาหกรรมตอนใต้เป็นส่วนหนึ่งของเขตเศรษฐกิจใหม่เทียนฝู่ (เขตเศรษฐกิจระดับชาติของจีน) เป็นแหล่งรวมของธุรกิจด้านการเงิน การธนาคาร วิทยาศาสตร์ ซอฟต์แวร์ และบริษัทนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ ในขณะที่เขตอุตสาหกรรมตอนตะวันตกรวบรวมธุรกิจประเภทเทคโนโลยี สารสนเทศ ชีวภาพ และการผลิตที่ทันสมัย

Chengdu High Tech Zone เน้นให้บริการและสนับสนุนนักธุรกิจผ่านนโยบายสร้างแรงจูงใจต่าง ๆ อาทิ สิทธิประโยชน์ทางภาษี ค่าเช่าสำนักงานราคาพิเศษ ทุนสนับสนุนด้านบุคคลากร ซึ่งนโยบายเหล่านี้ช่วยดึงดูดผู้เริ่มธุรกิจรายใหม่ ๆ ทั้งของจีนและต่างชาติที่มีศักยภาพได้เป็นจำนวนมาก

นอกจากนี้ ภายในบริเวณเขตอุตสาหกรรมฯ ยังมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม มีการคมนาคมที่สะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งด้านที่พักอาศัย กีฬา สันทนาการ รวมถึงแหล่งช็อปปิ้ง ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่จูงใจให้กลุ่มนักธุรกิจเข้ามาดำเนินกิจการใน Chengdu High Tech Zone แห่งนี้



เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันในระดับสากลให้สูงขึ้น Chengdu High Tech Zone ได้กำหนดแผนพัฒนาปี 2560 ไว้ดังนี้

1) ด้านอุตสาหกรรมทันสมัย Chengdu High Tech Zone เตรียมยกระดับการผลิตแผงวงจรไฟฟ้า หน้าจอ LED สื่อกลางการสื่อสารที่มีภาพและเสียงแบบดิจิตอล โดยการชักชวนบริษัทชั้นนำในสาขาดังกล่าวให้เข้ามาลงทุนเพื่อเสริมวัตถุดิบในการผลิต พร้อมกับนำนวัตกรรมใหม่เข้ามาพัฒนาให้ทันสมัยยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีการเชิญชวนธุรกิจด้านเวชภัณฑ์และเครื่องมือแพทย์เพื่อสร้างความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างกัน

นอกจากนี้ ยังได้เพิ่มการผลิตด้านอัจฉริยะ เช่น อากาศยานไร้คนขับหรือโดรน (Drone) หุ่นยนต์อัตโนมัติ และชิ้นส่วนเครื่องบิน เพื่อให้สอดรับกับนโยบาย “Made in China 2025” ซึ่งนครเฉิงตูเป็นเมืองนำร่องการดำเนินนโยบายดังกล่าว

2) ด้านเทคโนโลยีการเงินการธนาคาร Chengdu High Tech Zone เตรียมการจัดสรรเงินงบประมาณพิเศษเพื่อสนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้อง พร้อมชักชวนธุรกิจชั้นนำเข้ามาปฏิวัติระบบการเงินการธนาคารให้ทันสมัยยิ่งขึ้น เตรียมคิดค้นรูปแบบการทำธุรกรรมสาธารณะอัตโนมัติ ปรับปรุงระบบธุรกรรมการเงินโดยเฉพาะการชำระเงินให้มีความสะดวกและรวดเร็ว ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบันการเงินจีนกับต่างชาติ และยินดีต้อนรับบุคคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินจากทั่วโลก

3) ด้านการค้าระหว่างประเทศ Chengdu High Tech Zone เดินหน้าอย่างจริงจังเพื่อเข้าสู่ห่วงโซ่อุตสาหกรรมการค้าในตลาดสากล พัฒนาระบบการบริการในเขตสินค้าปลอดภาษี และเตรียมสานสัมพันธ์กับยุโรปและเอเชียเพื่อสร้างความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนทางการค้าในเชิงลึก เตรียมจัดตั้งเขตความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจต่างชาติ รองรับกลุ่มเริ่มธุรกิจใหม่จากต่างชาติและต้อนรับบุคคลากรผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ

ขณะเดียวกัน การที่มณฑลเสฉวนได้รับอนุมัติเป็นเขตทดลองการค้าเสรี ยิ่งจะเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้การค้าระหว่างประเทศเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งคาดว่าในปี 2563 Chengdu High Tech Zone จะมีมูลค่าการนำเข้า-ส่งออกสินค้าถึง 35,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

เปิดศูนย์ "Innovation & Startup" ต้อนรับนักลงทุนต่างชาติด้านนวัตกรรม

เมื่อปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2560 ที่ผ่านมา สำนักงานการต่างประเทศและกิจการชาวจีนโพ้นทะเลนครเฉิงตู ได้จัดพิธีเปิด "ศูนย์ Innovation & Startup" ซึ่งเป็นศูนย์บริการแบบ One Stop Service ณ ศูนย์ Jingrong Start Up Hub ณ Chengdu Hi-Tech Zone

"ศูนย์ Innovation & Startup" ตั้งอยู่ที่ศูนย์ Jingrong Start Up Hub No.1 ในเขตเศรษฐกิจเกาชิน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสวนอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เทียนฟู่ มีพื้นที่ประมาณ 339.96 ตร.ม. มีภารกิจในการสนับสนุนและช่วยเหลือนักลงทุนจากต่างชาติที่สนใจเข้ามาลงทุนด้านนวัตกรรมในนครเฉิงตูอย่างครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นด้านการค้าการลงทุน โดยให้คำปรึกษาด้านนโยบาย/สิทธิประโยชน์ที่นักลงทุนจะได้รับด้านกฎหมาย โดยการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังช่วยอำนวยความสะดวกเรื่องการผ่านด่านตรวจคนเข้าเมือง ดำเนินการจัดหาและลงทะเบียนที่พักอาศัย การทำวีซ่า การให้บริการทำธุรกรรมการเงินระหว่างประเทศ อาทิ การแลกเปลี่ยนเงินตรา การชำระเงินหยวน การโอนเงินหยวน การลงทุนข้ามประเทศโดยตรง และการจัดหาเงินทุนเพื่อการลงทุน ซึ่งนักลงทุนเพียงแต่เตรียมเอกสารข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลของบริษัทที่จะเข้ามาลงทุนที่นครเฉิงตูให้พร้อมเท่านั้น เจ้าหน้าที่พร้อมที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้นักลงทุนในทุกขั้นตอน ซึ่งจะใช้เวลาเพียง 3 วันทำการเท่านั้น

วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งศูนย์ Innovation & Startup คือ

1) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการแก่นักลงทุน ดึงดูดนักลงทุนจากต่างประเทศให้เข้ามาลงทุนในเขต Hi-Tech Zone ให้มากขึ้น ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของรัฐบาลนครเฉิงตู.

2) เพื่อยกระดับขีดความสามารถของนครเฉิงตูให้เป็นศูนย์กลางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูง และแหล่งรวมบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถจากทั่วโลก

3) เพื่อเป็นศูนย์ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ โดยมีหน่วยงานภาครัฐจากหลายหน่วยงานมาประจำเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักลงทุนต่างชาติ ทำให้นักลงทุนได้รับความสะดวกไม่ต้องเดินทางไปติดต่อหลายหน่วยงาน ซึ่งศูนย์ฯ ยังได้นำบริการออนไลน์มาให้บริการแก่นักลงทุนและผู้ประกอบการอีกด้วย ขอบเขตการให้บริการ ได้แก่ (1) ลงทะเบียนบริษัทหรือโครงการที่จะลงทุน (2) ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานรัฐ อาทิ การลงทะเบียนบริษัท การรายงานโครงการ และการทำประกันสังคมให้แก่ลูกจ้างบริษัท/โครงการ (3) จัดสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านธุรกิจ อาทิ การสื่อสาร การออมทรัพย์ทางไปรษณีย์ เครือข่ายคมนาคม (4) จัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการดำรงชีวิต (5) การให้ข้อมูลและคำแนะนำด้านการลงทุน (6) สนับสนุนด้านเทคโนโลยี (7) จัดหาตัวแทนเฉพาะด้าน (8) สนับสนุนเทคโนโลยีทางการเงิน (9) การเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัท และ (10) ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจหน้าใหม่

ปัจจุบัน มีบริษัทเอกชนท้องถิ่นและต่างชาติสำคัญที่เข้ามาลงทุนในศูนย์ Jingrong Start Up Hub แล้วหลายบริษัท ได้แก่

1) กลุ่มบริษัท VISIONERTECH ก่อตั้งเมื่อปี 2558 ประกอบธุรกิจด้านเทคโนโลยีเลนส์กล้องที่มีความโดดเด่น สามารถทำให้ภาพถ่ายออกมาเหมือนจริง ซึ่งมีความร่วมมืออย่างดีกับหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และบริษัทเอกชนชั้นนำหลายราย เช่น Intel, Huawei, และ Protruly รวมถึงมีความร่วมมือกับต่างประเทศด้านต่างๆ อาทิ การป้องกันอัคคีภัย การศึกษา อสังหาริมทรัพย์ และความบันเทิง เป็นต้น

2) กลุ่มบริษัท D'STRICT เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างนักลงทุนจากเกาหลีใต้กับนักธุรกิจชาวจีน ประกอบธุรกิจสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงในการสร้างสรรค์ผลงานออกมาในรูปแบบที่โดดเด่นเป็นพิเศษ ซึ่งบริษัทดังกล่าวเคยร่วมมือบริษัทที่มีชื่อเสียง เช่น TIFFANY & Co. และบริษัท SAMSUNG ด้วย

3) บริษัท LAOWAI HERE ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2557 โดยชาวจีนและนักธุรกิจประเทศต่าง ๆ อาทิ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และแคนาดา เป็นต้น ให้บริการด้านการแลกเปลี่ยนทรัพยากรมนุษย์จากต่างประเทศ โดยสามารถดำเนินการผ่านระบบออนไลน์ ช่วยอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนทางภาษาและวัฒนธรรมสำหรับชาวต่างชาติที่เดินทางมายังมณฑลเสฉวน เพื่อส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจในวิถีชีวิต วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวจีน รวมไปถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการติดต่อสื่อสาร การประกอบธุรกิจการลงทุน และการดำรงชีวิตเพื่อสร้างเสริมประสบการณ์ในประเทศจีน ขณะเดียวกันชาวจีนที่มีความสนใจที่จะออกไปลงทุนที่ต่างชาติก็สามารถที่จะไปเรียนรู้และศึกษาแลกเปลี่ยน

วัฒนธรรม การดำรงชีวิต และการสื่อสารของประเทศนั้น ๆ ได้เช่นกัน โดยบริษัทดังกล่าวจะจัดหาผู้แทนจากประเทศดังกล่าวมาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับนักลงทุนชาวจีนอีกด้วย

นอกจากนี้ รัฐบาลนครเฉิงตูยังจัดตั้งโครงการ “Home in Chengdu Innovation and Entrepreneurship” เพื่อสร้างสังคมและบรรยากาศที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยสำหรับชาวต่างชาติ โดยตั้งแต่เดือนตุลาคม 2559 เป็นต้นมา มีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามานครเฉิงตูราว 630,000 คน และมีชาวต่างชาติพักอาศัยอยู่มากกว่า 14,000 คน ปัจจุบัน นครเฉิงตูเป็นที่ตั้งของสถานกงสุลใหญ่ของ 16 ประเทศทั่วโลก ดังนั้น การยกระดับสภาพแวดล้อมทางสังคมให้น่าอยู่จึงเป็นสิ่งสำคัญ ขณะเดียวกัน ได้มีการเปิดตัวเว็บไซต์ Home in Chengdu อย่างเป็นทางการ เพื่อเป็นช่องทางเชื่อมโยงระหว่างนักธุรกิจต่างชาติกับหน่วยงานภาครัฐของนครเฉิงตู โดยนักธุรกิจต่างชาติสามารถรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในนครเฉิงตู ข้อมูลข่าวสารทางธุรกิจ เป็นต้น ทั้งนี้ ยังสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมผ่านเว็บไซต์ดังกล่าวได้อีกด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้นักธุรกิจมีความรู้สึกสะดวกสบายเหมือนอยู่ประเทศของตนเอง

การจัดตั้งศูนย์ “Innovation & Startup” เป็นการอำนวยความสะดวกและขจัดอุปสรรคให้แก่นักลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะในเรื่องภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร เนื่องจากหน่วยงานต่างๆ จะใช้ภาษาจีนเป็นหลัก และมีหน่วยงานที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ค่อนข้างจำกัด ทำให้ชาวต่างชาติมักจะประสบปัญหาในการดำเนินธุรกรรมต่างๆ ซึ่งแต่ละขั้นตอนมักใช้เวลาค่อนข้างนาน ดังนั้น การตั้งศูนย์ดังกล่าวจึงถือเป็นการสร้างบรรยากาศการลงทุนที่ดีเพื่อดึงดูดนักลงทุนจากต่างประเทศและที่สำคัญ ยังเปรียบเสมือนเป็นหน้าต่าง “One Stop Service” ที่เปิดให้บริการโดยตรงแก่ชาวต่างชาติให้เข้ามาลงทุนในนครเฉิงตูมากขึ้น และร่วมกันสร้างนครเฉิงตูให้เป็นเมืองแห่งนวัตกรรมในดินแดนจีนตะวันตก

บทส่งท้าย

แม้ว่าการพัฒนาของเศรษฐกิจโลกและการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันจะทำให้โครงสร้างของอุตสาหกรรมเกิดความเปลี่ยนแปลง แต่ Chengdu High Tech Zone ยังยืนหยัดนโยบาย “ก้าวออกไป” และ“เชิญเข้ามา” ลงทุน เน้นสร้างความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมการผลิตและแลกเปลี่ยนนวัตกรรมเทคโนโลยีกับต่างประเทศ เพื่อเป็นแหล่งรวมธุรกิจชั้นนำระดับสากลเป็นกลไกการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว และความได้เปรียบจากการมีพื้นฐานที่แข็งแกร่งในด้านอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชั้นสูง กอปรกับมีที่ตั้งอยู่ในเมืองที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจโลจิสติกส์ วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีแห่งชาติ รวมถึงการจัดตั้งศูนย์ “Innovation & Startup” ยิ่งทำให้ Chengdu High Tech Zone มีศักยภาพที่จะต่อยอดการพัฒนาเพื่อก้าวขึ้นเป็นเขตอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชั้นสูงที่ทั่วโลกยอมรับ

ดังนั้น Chengdu High Tech Zone น่าจะเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่ดึงดูดใจนักลงทุนจากทั่วโลกให้ก้าวเข้ามาลงทุนยังเขตอุตสาหกรรมแห่งนี้ ซึ่งธุรกิจและกลุ่มธุรกิจเริ่มต้นใหม่ของไทย โดยเฉพาะด้าน IT และนำเข้า-ส่งออกอาจพิจารณา Chengdu High Tech Zone ที่มีจุดแข็งและข้อได้เปรียบที่เด่นชัด เพื่อเข้ามาลงทุนขยายกิจการหรือสร้างความร่วมมือกับบริษัทในเขตอุตสาหกรรมดังกล่าว รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญและบุคคลากรจากไทยก็มีโอกาสที่จะมาทำงานหรือแลกเปลี่ยนนวัตกรรมระหว่างกันกับบริษัทชั้นนำต่างๆ เพื่อสานสัมพันธ์ไปถึงสร้างความร่วมมือระหว่างกันในอนาคต

“ม้ามืด” วงการผลิตหลอดไฟ LED 30% ของโลกผลิตในเมืองเซี่ยเหมิน

เคยรู้หรือไม่ว่า... หลอดไฟ LED ที่หลายๆ ครัวเรือนทั่วโลกนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบันนั้น มีแหล่งผลิตสำคัญมาจากเมืองเซี่ยเหมิน มณฑลฝูเจี้ยน ซึ่งเป็น "ฐานอุตสาหกรรมการผลิตหลอดไฟ Lighting Emitting Diode (LED)" อันดับต้นๆ ของจีน

เมืองเซี่ยเหมินเป็นเมืองท่องเที่ยวติดทะเลที่สวยงามของมณฑลฝูเจี้ยนและเป็นเมืองเศรษฐกิจรุ่นแรกๆ ของจีนที่เปิดเสรีการค้ากับต่างชาติ ตั้งแต่ปี 2546 เมืองเซี่ยเหมินเริ่มมีการอบรมบ่มเพาะและพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตหลอดไฟอัจฉริยะเรื่อยมา ในช่วงเวลา 10 กว่าปีที่ผ่านมา รัฐบาลเมืองเซี่ยเหมินได้ให้ความสำคัญกับการคิดค้น วิจัย และพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าว ทำให้อุตสาหกรรมผลิตหลอดไฟพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสาขาที่มีการเติบโตสูงที่สุดของจีน

ปัจจุบัน เมืองเซี่ยเหมินถือเป็นฐานการผลิตในอุตสาหกรรมหลอดไฟ Lighting Emitting Diode (LED) ที่สำคัญอันดับต้น ๆ ของจีนนับตั้งแต่มีการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเมืองเซี่ยเหมิน ระยะ 5 ปี ฉบับที่ 12 เป็นต้นมา ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตหลอดไฟ LED ของเมืองเซี่ยเหมินได้กระตือรือร้นในการคิดค้นนวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่ๆ ออกมาอย่างไม่หยุดยั้งเรื่อยมาจนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ที่ยิ่งเน้นย้ำถึงการส่งเสริมอุตสาหกรรมหลอดไฟ LED ของเมืองเซี่ยเหมินมากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมดังกล่าวมีพัฒนาการและการเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดด

“Xiamen Model”

รัฐบาลจีนกำหนดให้เมืองเซี่ยเหมินเป็น 1 ใน 14 เมืองต้นแบบอุตสาหกรรมด้านการผลิตหลอดไฟ Solid State Lighting (SSL) ของจีน จนได้รับการขนานนามว่า “Xiamen Model” อีกทั้งผ่านการสั่งสมประสบการณ์และการพัฒนามาเป็นเวลายาวนานกว่า 10 ปี จนกระทั่งมีความเชี่ยวชาญชำนาญในการผลิต ทำให้ในปัจจุบันเมืองเซี่ยเหมินกลายเป็น “ฐานการผลิตหลอดไฟ SSL เกรด A” 1 ใน 2 ฐานการผลิตรายใหญ่ของจีน

จากสถิติในปี 2559 พบว่า เมืองเซี่ยเหมินมีรายได้จากอุตสาหกรรมการผลิตหลอดไฟรวม 120,000 ล้านหยวน ในจำนวนนี้เป็นมูลค่าการผลิตหลอด LED ถึง 32,300 ล้านหยวน คิดเป็นสัดส่วน 26.9% ของการผลิตหลอดไฟทั้งหมด ขยายตัว 20% (YoY) ถือว่ามีการเติบโตเร็วที่สุดในบรรดากลุ่มอุตสาหกรรมประเภทเดียวกันของจีน

เมืองเซี่ยเหมินยังเป็นฐานการผลิตอะไหล่ของหลอด LED ที่ใหญ่ที่สุดด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดและมีประเภทหลากหลายประเภทที่สุดของจีนติดต่อกันมายาวนานถึง 13 ปี โดยอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตชิป (Chip) ของหลอด LED และอุตสาหกรรมการผลิตแผ่นแสง LED (LED Epitaxial Wafer) เป็นต้น

สถิติจากกรมศุลกากรจีนเผยว่า 10 อันดับแรกของบริษัทที่ส่งออกหลอด LED ของจีน มี 5 รายเป็นบริษัทในเมืองเซี่ยเหมิน ซึ่งมีปริมาณการส่งออกหลอด LED เกินกว่าครึ่งหนึ่งของประเทศจีน ถือเป็นหนึ่งใน “ฐานการผลิตและส่งออกหลอด LED ระดับ High-end ที่ใหญ่ที่สุดของโลก”

กล่าวได้ว่า...

“หลอด LED 100 ชิ้นทั่วโลก มี 30 ชิ้นผลิตในเมืองเซี่ยเหมิน”

แรงผลักดันที่สำคัญในการทำให้อุตสาหกรรมหขอดไฟ LED ของเมืองเซี่ยเหมินเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ นั่นก็คือการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนอย่างเต็มที่จากรัฐบาลเซี่ยเหมินและรัฐบาลจีน โดยมีการจัดตั้งแพลตฟอร์มต่าง ๆ ขึ้นมารองรับการเติบโตในอุตสาหกรรมนี้ ได้แก่ ศูนย์เทคโนโลยีอุตสาหกรรม ห้องปฏิบัติการ สถานีวิจัยขั้นสูง ศูนย์วิจัยเทคโนโลยีวิศวกรรม รวมทั้งมีการจัดตั้งสถาบันผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบการใช้ผลิตภัณฑ์ LED แห่งแรกในจีนขึ้นที่เซี่ยเหมินด้วย

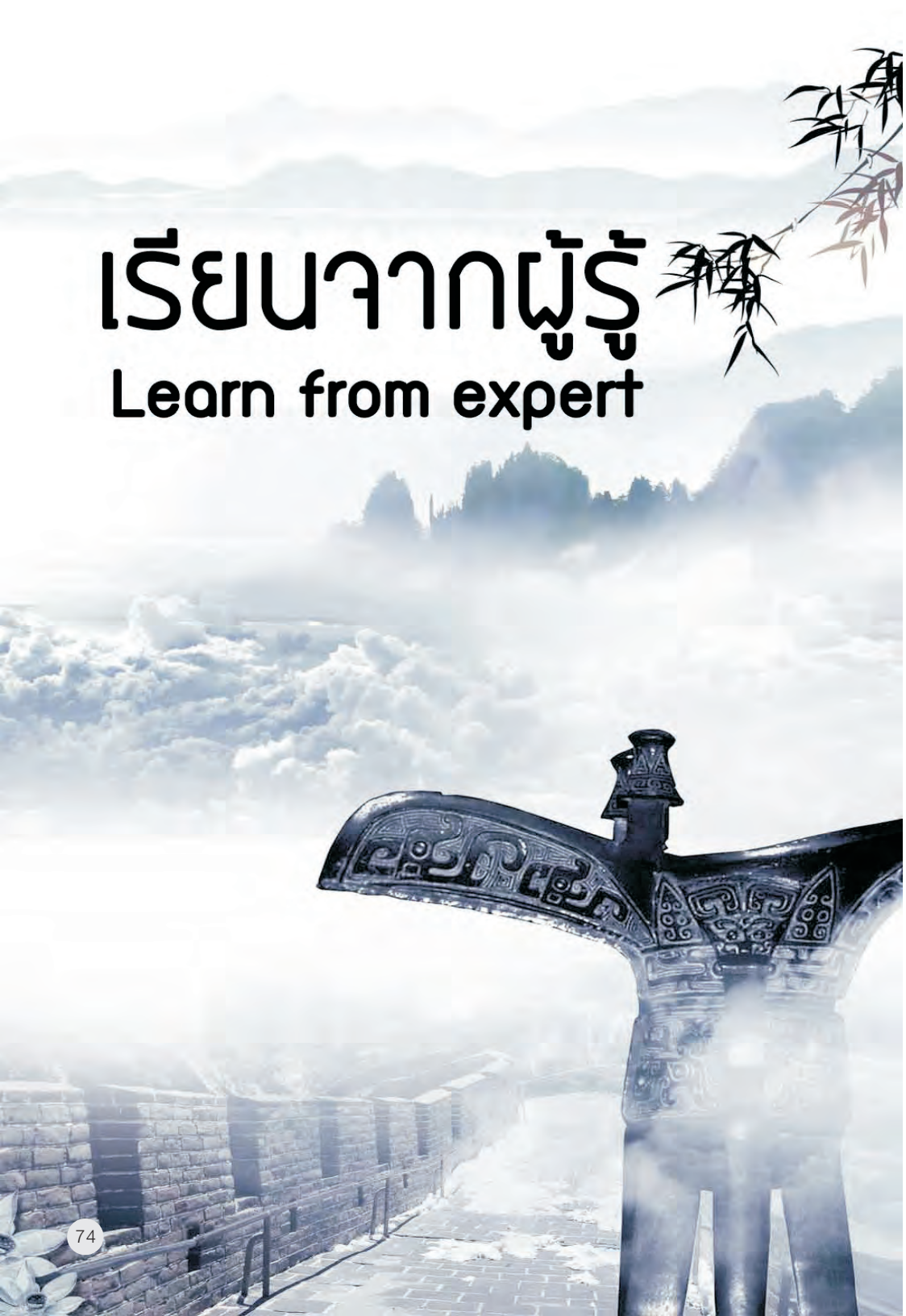
นโยบายสนับสนุนธุรกิจหลอดไฟ LED ที่สำคัญของรัฐบาลเมืองเซี่ยเหมิน คือ การรณรงค์ให้ตึกอาคารทำการต่าง ๆ ของรัฐบาล ไฟถนน และสถานที่ต่าง ๆ ในเมืองหันมาติดตั้งหลอด LED ซึ่งสามารถลดค่าใช้ไฟฟ้าลงได้มากกว่า 30% นอกจากนี้ ยังมีการนำหลอด LED ประเภทสีสันมาประดับตกแต่งเมืองเพื่อความสวยงามในยามค่ำคืนด้วย ถือเป็นการกระตุ้นการผลิตและการบริโภคในตลาด LED ได้เป็นอย่างดี

โอกาสธุรกิจ ‘หลอดไฟ’ ไทย

หากดูจากสถิติดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า การเติบโตของอุตสาหกรรมผลิตหลอดไฟ LED ของเมืองเซี่ยเหมินนั้นยังอยู่ในระยะเริ่มต้น และในอนาคตคาดว่าจะสามารถเติบโตได้อีกมาก เนื่องจากปัจจุบันรัฐบาลจีนได้มีนโยบายสนับสนุนให้วิสาหกิจในสาขาดังกล่าวพัฒนาตนเองและสามารถ “ก้าวออกไป” แข่งขันกับตลาดสากลได้อย่าง มีศักยภาพอีกทั้งยังมีการคิดค้นนวัตกรรมต่างๆ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งเสริมให้อุตสาหกรรมหลอดไฟ LED ของเมืองเซี่ยเหมินเป็นอุตสาหกรรมที่น่าจับตามองอีกสาขาหนึ่งในอนาคต

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีการใช้งานหลอดไฟ LED อย่างแพร่หลาย ด้วยประโยชน์การใช้งานที่คุ้มค่าและประหยัดไฟ ทำให้หลอดไฟ LED มีแนวโน้มเป็นที่ต้องการของตลาดผู้ใช้ในไทยมากขึ้น โดยหลอดไฟ LED สำเร็จรูปในไทยส่วนใหญ่นำเข้ามาจากประเทศจีน

ในอนาคต ธุรกิจหลอดไฟไทยอาจพิจารณาการเป็น “พันธมิตร” ในอุตสาหกรรมสาขาดังกล่าวกับเมืองเซี่ยเหมิน ซึ่งล่าสุดเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2560 เมืองเซี่ยเหมินได้ลงนามความตกลงบ้านพี่เมืองน้อง (Sister Cities) กับจังหวัดภูเก็ตของไทย เพื่อศึกษาโอกาสทางธุรกิจ และการเรียนรู้เทคโนโลยีการผลิตหลอดไฟ เชื่อมโยงความร่วมมือในอุตสาหกรรมดังกล่าวต่อไปในอนาคต



Tips “ออกบูธ” ในจีน เทคนิคจับผิด “แบงก์ปลอม”

วันนี้...ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน (BIC) ขอนำเสนอสาระน่ารู้เกี่ยวกับการป้องกันธนบัตร '(หยวน)ปลอม' สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ไทย (หน้าใหม่) ที่กำลังสนใจตลาดจีนแผ่นดินใหญ่ รวมถึงความรู้เกี่ยวกับ “ธนบัตรชำรุด” ที่ใครหลาย ๆ คนไม่รู้จะจัดการอย่างไร

“งานคือเงิน เงินคืองาน บันดาลสุข” เงินเป็นสื่อกลางที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกสบายในการดำรงชีวิตของเรา ๆ ท่าน ๆ ซึ่งแน่นอนว่ากว่าที่จะได้เงินมานั้นต้องแลกด้วยน้ำพักน้ำแรงไม่น้อย

เชื่อว่าคงไม่มีใครอยากให้เงินที่หามาด้วยน้ำพักน้ำแรงนี้ต้องสูญค่า เพียงเพราะเงินที่ได้มานั้นเป็น 'แบงก์ปลอม'!!!

วันนี้...ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน (BIC) ขอถือโอกาสนำเสนอ....สาระน่ารู้เกี่ยวกับการป้องกันธนบัตร '(หยวน)ปลอม' สำหรับผู้ประกอบการ SMEs(หน้าใหม่) ที่กำลังสนใจตลาดจีนแผ่นดินใหญ่ รวมถึงความรู้เกี่ยวกับ “ธนบัตรชำรุด” ที่ใครหลาย ๆ คนไม่รู้จะจัดการอย่างไร

รู้จัก “หยวน”

“เงินหยวน..เงินหยวน..” ที่เรียกติดปากคนไทยเป็นหน่วยเรียกของ “เหรินหมินปี้” (RMB) สกุลเงินสากลของจีนแผ่นดินใหญ่ โดยนับตั้งแต่ปี ค.ศ.1948 เป็นต้นมา ธนาคารประชาชนจีน (แบงก์ชาติจีน) ได้ออกธนบัตรมาใช้แล้ว 5 รุ่น

ธนบัตรที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบันเป็นธนบัตรรุ่นที่ 5 โดยเริ่มใช้เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม ค.ศ.1999 ในโอกาสครบรอบ 50 ปีของการสถาปนาสาธารัฐประชาชนจีน ประกอบด้วย ธนบัตรชนิดราคา ¥100 / ¥50 / ¥20 / ¥10 / ¥5 / ¥1 และเหรียญกษาปณ์ 5角 และ 1角

ต่อมาเมื่อวันที่ 31 สิงหาคม ค.ศ.2005 แบงก์ชาติจีนได้ออกชุดธนบัตรและเหรียญกษาปณ์รุ่นที่ 5 (รุ่นใหม่) อีก 6 ชนิดราคา ประกอบด้วย ธนบัตรชนิดราคา ¥100 / ¥50 / ¥20 / ¥10 / ¥5 และเหรียญกษาปณ์ 1角

พูดง่าย ๆ ว่า ปี ค.ศ. ที่ระบุอยู่ด้านหลังธนบัตรรุ่นที่ 5 มีเฉพาะปี ค.ศ.1995 และค.ศ. 2005 เท่านั้น (ธนบัตรรุ่นที่ 4 อาจมีการใช้ในบางท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชนิดราคา ¥1 เท่านั้น)

รู้ทัน รู้ใช้ ปลอดภัยจากแบงก์ 'ปลอม'

ในประเทศที่ขึ้นชื่อลือชาว่าเป็น “เจ้าแห่งการลอกเลียนแบบ” และเป็นประเทศที่เศรษฐกิจกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ปัญหาการใช้ 'ธนบัตรปลอม' ในตลาดจีนเป็นปัญหาใหญ่ที่กำลังกัดเซาะระบบเศรษฐกิจและกระทบกับความเชื่อมั่นภาคประชาชนอยู่ไม่น้อย

ธนบัตรปลอมในจีนมีวิวัฒนาการใหม่อยู่ตลอดเวลา แม้ว่าแบงก์ชาติจีน (People's Bank of China) จะมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตธนบัตรเพื่อป้องกันการปลอมแปลงอย่างต่อเนื่อง ทว่าเหล่ามิจฉาชีพเองก็ 'ติดสปีด' เทคโนโลยีเลียนแบบชนิดหายใจลดต้นคอเช่นกัน

โอกาสที่ผู้ประกอบการไทยจะได้รับ 'แบงก์ปลอม' มักจะเป็นผู้ค้าหน้าใหม่ที่เข้ามาขายสินค้าในจีนชั่วคราว (เช่น ผู้ประกอบการ SMEs ที่ใช้งานแฟร์เพื่อทดลองตลาด) ซึ่งยังขาดประสบการณ์เกี่ยวกับธนบัตรจีน

รู้ทัน หมั่นสังเกต...ไม่ตกเป็นเหยื่อ 'แบงก์ปลอม'

ผู้ประกอบการไทยต้อง **“รู้จักสังเกตธนบัตรที่ได้รับทุกครั้ง โดยเฉพาะธนบัตรที่มีมูลค่าสูง”** โดยเฉพาะธนบัตรชนิดราคา ¥100 ที่มีการระบาดหนักในตลาดจีน เนื่องจากเหล่ามิจฉาชีพจะใช้งานแฟร์เป็นที่ปล่อยแบงก์ปลอม เพราะมีผู้คนพลุกพล่าน ทำให้ยากต่อการจดจำและติดตามตัว พฤติกรรมต้องสงสัยที่เหล่ามิจฉาชีพมักใช้หลอก 'เหยื่อ' ซึ่งผู้ประกอบการไทยต้องระมัดระวัง!!

“ถูกหลอกเพราะบอกว่า...รีบ!!!” เหล่ามิจฉาชีพมักใช้ความเร่งรีบมาหลอกให้เราติดบ่วงกลลวงรับธนบัตรปลอมได้ง่าย ๆ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ต้องมีการรับจ่ายตังค์แบบเร่งรีบ ทำให้เราไม่ทันระวังหรือสังเกตธนบัตรที่ได้รับมาอย่างถี่ถ้วน

“อย่าตัดสินใครจากการแต่งตัว!!!” มิจฉาชีพมักแต่งตัวดี ทำทีมาซื้อของด้วยพฤติกรรมที่รีบเร่ง ในสถานการณ์แบบนี้ทำให้เรารีบหยิบ รีบรับ รีบทอน โดยไม่ทันได้สังเกตว่าเป็นธนบัตรจริงหรือปลอม

เพราะฉะนั้น... การแต่งตัวดีไม่ได้รับประกันว่าเขาจะไม่ใช้ธนบัตรปลอม และพึงระมัดระวังให้มากเวลาที่ต้องทำอะไร ๆ ในสถานการณ์ที่เร่งรีบ ที่สำคัญต้องสังเกตทุกครั้งเมื่อได้รับธนบัตร โดยเฉพาะธนบัตรชนิดราคาสูง

ท่องจำขึ้นใจ...ห่างไกล 'แบงก์ปลอม'

ผู้ประกอบการไทยสามารถเรียนรู้เทคนิคการสังเกตแยกแยะว่า 'ธนบัตรจริง/ปลอม' ได้ง่าย ๆ เพียง 3 ขั้นตอน คือ

1. สัมผัส...สกัดแบงก์ปลอม

ธนบัตรทำจากกระดาษชนิดพิเศษที่มีใยฝ้ายเป็นส่วนประกอบหลัก เนื้อกระดาษจึงมีความเหนียวทนทาน ไม่ยุ่ยง่าย เมื่อจับสัมผัสจะให้ความรู้สึกแตกต่างจากกระดาษทั่วไป

ขณะที่ 'ธนบัตรปลอม' ทำจากกระดาษคุณภาพต่ำ เนื้อกระดาษเป็นขุยและยุ่ยง่าย คุณภาพสีหลุดลอก

ภาพพิมพ์บนตัวธนบัตรเป็น **"ลวดลายเส้นนูน"** เมื่อสัมผัสด้วยปลายนิ้วมือหรือใช้ปลายเล็บขูดจะรู้สึกถึงความนูนหรือรู้สึกสะดุดกับหมึกพิมพ์ที่อยู่บนผิวธนบัตร

"อักษรเบรลล์" สำหรับผู้พิการทางสายตาสามารถแยกแยะจากความยาวของธนบัตรและลายดุนนูนที่อยู่บริเวณมุมล่างด้านขวาของธนบัตรทุกชนิดทุกราคา

2. ยกส่อง....ต้องมองเห็น

"ลายน้ำ" สามารถมองเห็นได้ทั้งด้านหน้า/ด้านหลัง เมื่อยกส่องกับแสงสว่าง ลายน้ำจะปรากฏขึ้นดูมีมิติ ซึ่งต่างกับธนบัตรปลอมที่เลียนแบบด้วยการพิมพ์ภาพลงบนผิวกระดาษ

"แถบโลหะ" ในเนื้อกระดาษ ธนบัตรทุกชนิดราคามีแถบโลหะฝังในเนื้อกระดาษตามแนวตั้ง บนแถบโลหะมีตัวเลขและตัวอักษรโปร่งแสงแจ้งชนิดราคาธนบัตรที่สามารถมองเห็นได้ทั้งสองด้านเมื่อยกธนบัตรส่องกับแสง (ยกเว้นธนบัตรชนิดราคาต่ำกว่า ¥1)

"ภาพซ้อนทับ" ลวดลายที่ออกแบบไว้ในตำแหน่งตรงกันของด้านหน้าและด้านหลังธนบัตรทับกันสนิท หรือประกอบขึ้นเป็นลวดลายหรือภาพที่สมบูรณ์

3. พลิกเอียง...ไม่เสี่ยงรับ 'แบงก์ปลอม'

การพิมพ์ธนบัตรจะใช้ **"หมึกพิมพ์พิเศษสลับสี"** บริเวณตัวเลขแจ้งราคาธนบัตร เมื่อพลิกธนบัตรไปมา สีของตัวเลขจะเปลี่ยนสลับสี สังเกตได้จาก ธนบัตรราคา ¥100 และ ¥50

"ตัวเลขแฝง" ซ่อนอยู่ในลายประดิษฐ์มุมล่างซ้ายของธนบัตร เมื่อยกธนบัตรเอียงเข้าหาแสงสว่างและมองในระดับสายตาจะเห็นตัวเลขอารบิกแจ้งชนิดราคาธนบัตรฉบับนั้น

นอกจากนี้ ยังสามารถตรวจสอบธนบัตร ด้วยการใช้รังสีเหนือม่วง หรือที่เรา ๆ เรียกว่า **"แสงแบล็กไลต์"** ส่องตรงด้านหน้าธนบัตรจะปรากฏตัวอักษรเรืองแสงขึ้น ซึ่งระบุถึง "ราคาธนบัตร" (¥50 ¥100) ส่วนด้านหลังธนบัตรจะปรากฏลายประดิษฐ์เรืองแสงเช่นกัน

ทำอย่างไรดี...เมื่อได้ 'แบงก์ปลอม'

ผู้เสียหายควรจดจำรูปพรรณสัณฐาน หรือสิ่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่นำ 'ธนบัตรปลอม' มาใช้ให้ได้มากที่สุด เพื่อนำไปเป็นข้อมูลแจ้งแก่เจ้าหน้าที่ตำรวจเพื่อใช้ในการสืบสวนจับกุมต่อไป

จำไว้ว่า...อย่านำ 'ธนบัตรปลอม' ที่รับไว้ไปใช้ต่อ เพราะกฎหมายจีนระบุ 'เอาผิดจริงจัง' กับผู้ที่ใช้หรือมีแบงก์ปลอมไว้ในครอบครอง

- ในกรณีทั่วไปถูกควบคุมตัว มีโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี และระวางโทษปรับไม่เกิน 10,000 หยวน หรือระวางโทษเท่านั้น
- ในกรณีที่ใช้หรือมีแบงก์ปลอมไว้ในครอบครองจำนวนมาก (หรือตั้งแต่ 3,000 หยวนขึ้นไป) มีโทษจำคุกตั้งแต่ 3-15 ปีและระวางโทษปรับตั้งแต่ 20,000 หยวน แต่ไม่เกิน 200,000 หยวน
- ในกรณีที่ใช้หรือมีแบงก์ปลอมไว้ในครอบครองจำนวนมหาศาล (หรือตั้งแต่ 100,000 หยวนขึ้นไป) มีโทษจำคุกมากกว่า 10 ปีและระวางโทษปรับตั้งแต่ 50,000 หยวน แต่ไม่เกิน 100,000 หยวน หรือยึดทรัพย์

ผู้เสียหายควรรีบแจ้งความต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจที่อยู่ใกล้ที่เกิดเหตุ หรือแจ้งไปยังสถานีตำรวจท้องที่โดยด่วน เพื่อดำเนินการติดตามตัวมิจฉาชีพต่อไป

ธนบัตรชำรุด 'มีค่า' อย่าทิ้ง!!!

ธนบัตรที่ถูกมองว่าอยู่ในสภาพไม่น่าใช้งาน (เก่าเปื่อย ขาดจนต้องแปะสก็อตเทป ขาดวิ่นหรือเลอะคราบสกปรก ฯลฯ) หรือธนบัตรชำรุดอาจจะสร้างความไม่แน่ใจแก่ผู้ประกอบการ

แม้ว่า 'ธนบัตรชำรุด' ถูกกำหนดให้ไม่สามารถนำไปใช้ได้ตามกฎหมายก็จริง แต่กฎหมายจีนก็เปิดช่องให้ผู้รับเงินสามารถนำเงินดังกล่าวมาแลกเปลี่ยนเป็นธนบัตรใหม่ได้ ณ เคาน์เตอร์ของธนาคารพาณิชย์ทั่วไป โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมใด ๆ

ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่ธนาคารจะเป็นผู้ประเมินความเสียหายของตัวธนบัตร เพื่อพิจาณาตัดสินใน 3 กรณี คือ

1. **เปลี่ยนใหม่ได้ "เต็ม" ราคา** สำหรับธนบัตรชำรุดที่ยังอยู่ในสภาพที่สามารถบ่งชี้ชนิดราคาธนบัตร หรือมีเนื้อธนบัตรมากกว่า 3 ใน 4 ส่วน สามารถขอแลกเป็นธนบัตรใหม่ได้เต็มราคากับทางเจ้าหน้าที่ธนาคารได้ทันที โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมใด ๆ
2. **เปลี่ยนใหม่ได้ "ครึ่ง" ราคา** สำหรับธนบัตรชำรุดที่มีเนื้อธนบัตรเหลือเพียงครึ่งหนึ่ง สามารถขอแลกเป็นธนบัตรใหม่ได้ครึ่งราคาของมูลค่าธนบัตร โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม
3. **ไม่รับเปลี่ยน** สำหรับธนบัตรชำรุดที่มีเนื้อธนบัตรไม่ถึงครึ่งฉบับ

เอ๊ะ!! อย่าลืม..พก "หนังสือเดินทาง" ติดตัวไว้เผื่อเจ้าหน้าที่ธนาคารเรียกขอดูด้วยนะครับ

บทสรุป

'ธนบัตรปลอม' อาจสร้างความวิตกกังวลกับผู้ประกอบการไทยที่ยังไม่คุ้นเคยกับธนบัตรจีนมากนัก เนื่องจากแบงก์ปลอมรุ่นใหม่ ๆ มีความยากต่อการตรวจสอบมากขึ้น

อันที่จริงแล้ว...ปัญหา 'แบงค์ปลอม' ไม่ได้น่ากลัวอย่างที่คิด ขอเพียงทุกท่านรู้จักระมัดระวังหมั่นสังเกต รวมทั้งติดตามศึกษารายละเอียดการตรวจสอบธนบัตรปลอม

ปัญหา 'แบงก์ปลอม' คงจะไม่เป็นปัญหากวนใจหรือทำให้ใครน้ำตาตกในเป็นแน่ครับ

เทคนิค "4 อย่า" รู้ทันการค้ากับจีน

เหล่า "มิจฉาชีพ" ที่แฝงตัวในหลากหลายรูปแบบก็พร้อมจะฉวยโอกาสหลอกลวงผู้ที่ประมาทเผอเรอ และไม่ระมัดระวังเพียงพอ สร้างความเสียหายเป็นมูลค่ามหาศาล จนถึงปัจจุบัน ปัญหานี้มีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น นักธุรกิจไทยมีวิธีปฏิบัติตัวอย่างไร?? เพื่อป้องกันไม่ให้ต้องตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพ รวมทั้งวิธีการดำเนินการเมื่อประสบปัญหา

เมื่อพูดถึง “จีน” ทุกคนล้วนเห็นตรงกันว่าเป็นประเทศที่มีตลาดขนาดใหญ่ยักษ์ ผู้บริโภคจำนวนมหาศาล อีกทั้งยังเป็นฐานการผลิตสินค้าหลากหลาย ด้วยจุดแข็งดังกล่าว นักธุรกิจไทยจำนวนมากต่างเห็นถึงโอกาสที่จะนำเข้าสินค้าราคาถูกจากจีนและต้องการส่งออกสินค้าไทยไปตีตลาดยังแดนมังกร

อย่างไรก็ตาม ไม่เพียงแต่ “สุจริตชน” เท่านั้นที่เล็งเห็นถึงโอกาสนี้ เหล่า “มิจฉาชีพ” ที่จะแฝงตัวมาในหลากหลายรูปแบบก็พร้อมจะฉวยโอกาสหลอกลวงผู้ที่ประมาทเผอเรอ และไม่ระมัดระวังเพียงพอ หลายปีที่ผ่านมา เกิดกรณีนักธุรกิจไทยจำนวนไม่น้อยถูกฉ้อโกงจากมิจฉาชีพจีน สร้างความเสียหายเป็นมูลค่ามหาศาล จนถึงปัจจุบัน ปัญหานี้ยังมีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ทั้งยังส่งผลลุกลามจนทำให้เสียภาพลักษณ์และความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันด้วย

ดังนั้น บทความนี้จะนำเสนอถึงแนวทางเพื่อป้องกันไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพ รวมทั้งวิธีการดำเนินการเมื่อประสบปัญหา

1. อย่าเชื่อในสิ่งที่คุณ ‘เห็น’

ปกติแล้วหากเราต้องการซื้อหรือขายสินค้า มักจะเริ่มต้นด้วยการหาข้อมูลของสินค้า ผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่าย ซึ่งสามารถทำได้ผ่านหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็น พบปะกับผู้ค้าโดยตรงผ่านงานแสดงสินค้า อ่านจากสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา หรือผ่านคนแนะนำ

สำหรับการหาคู่ค้าที่อยู่ในต่างประเทศซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายไม่สามารถมาเจอหน้ากันได้โดยตรง และไม่สะดวกที่จะเดินทางมาตรวจสอบว่า ผู้ขายมีตัวตนอยู่จริงหรือไม่ สื่อที่จะได้รับความนิยมมากที่สุดในขณะนี้คงจะหนีไม่พ้น “อินเทอร์เน็ต” ที่ทั้งสะดวกและรวดเร็ว (จากข้อมูลพบว่า 80% ของนักธุรกิจไทยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักในการติดต่อและหาข้อมูลคู่ค้า)

แต่กระนั้น ประเด็นที่ต้องนึกถึงก็คือจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวจีนมีจำนวนมหาศาลเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก โดยข้อมูลจาก China Internet Network Information Center ปี 2559 ระบุว่า ประเทศจีนมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึง 710 ล้านคน ซึ่งแน่นอนว่า โลกออนไลน์นี่เองที่เป็นแหล่งซึ่งคนร้ายจำนวนมากแฝงตัวอยู่!!

เมื่อพิจารณากรณีศึกษาที่เคยเกิดขึ้นกับนักธุรกิจไทยพบว่า เหยื่อหลายรายมักจะ “ติดกับ” เหล่ามิจฉาชีพตั้งแต่เริ่มต้นในการหาคู่ค้าผ่านทาง โดยรูปแบบการหลอกลวงที่พบเห็นบ่อยจนกลายเป็นสูตรสำเร็จคือ การสร้างเว็บไซต์ที่เพียบพร้อมด้วยข้อมูล รูปภาพของสินค้าและที่ตั้งของโรงงานหรือบริษัทขึ้นมาเพื่อตบตาเหยื่อให้ดูมีความน่าเชื่อถือ แต่เบื้องหลังที่แท้จริงแล้วกลับเป็นว่า บริษัทไม่มีอยู่จริง หรือถ้ามี ก็ไม่ตรงกับข้อมูลที่นำเสนอ

เพราะฉะนั้น ขอเตือนผู้ประกอบการไทยให้ระมัดระวัง รวมถึงอย่าเชื่อถือข้อมูลคู่ค้าที่ค้นหาได้และติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตโดยง่ายดาย พยายามเลือกคู่ค้าที่เป็นผู้ผลิตและเจรจากันตัวต่อตัว มีโรงงานและที่ตั้งเป็นหลักแหล่ง

> “นักธุรกิจไทยต้องพึงตระหนักเสมอว่า.. โลกอินเทอร์เน็ตเป็นทุกสิ่งทุกอย่างได้ ตามที่ผู้สร้างข้อมูลจินตนาการหรืออยากให้เป็น อินเทอร์เน็ตจึงเป็นเพียง “สังคมสมมติ” เป็นโลกเสมือนจริงที่ทุกคนสามารถสร้างตัวตนให้ดีเลิศเพียงใดก็ได้”

อีกทั้งข้อมูลในอินเทอร์เน็ต เป็นข้อมูลที่ไม่สามารถยืนยันความถูกต้องได้อย่างแน่ชัด ดังนั้น โรงงานใหญ่ยักษ์ที่เห็นอยู่ในโลกอินเทอร์เน็ตอาจเป็นเพียงห้องเช่าซอมซ่อในโลกความจริงก็ได้

2. อย่าเอาแต่ ‘สะดวก’

จากกรณีที่เคยเกิดขึ้นไม่น้อย นักธุรกิจไทยบางรายต้องเสียรู้ให้แก่เหล่ามิจฉาชีพเพราะว่าต้องการความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม โดยมักติดต่อกันผ่านทางอีเมล์และตกลงซื้อขายสินค้ากันในทันที ละเลยกับการตรวจสอบ “ความน่าเชื่อถือ” ของคู่ค้า ดังนั้น นักธุรกิจไทยต้องให้ความสำคัญถามหาเอกสารทางการค้าที่จำเป็นจากผู้ขาย หากไม่แน่ใจว่าบริษัทที่ติดต่อด้วยมีตัวตนจริงหรือไม่ ควรใช้ทุกวิถีทางตรวจสอบโดยละเอียด อย่าใช้นิสัย “เกรงใจ” แบบคนไทย เพราะตราบใดที่ยังไม่มีการโอนเงินไปให้คู่ค้า อำนาจการต่อรองของเราจะยังมีเหนือกว่าเสมอ

ดังนั้น เพื่อเป็นการคัดกรองว่า คู่ค้ามีความน่าเชื่อถือแค่ไหน ควรปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) เริ่มสอบถามข้อมูลบริษัทในเบื้องต้น ถามรายละเอียดกับพนักงานขายอย่างละเอียดว่าเป็นผู้ผลิตหรือตัวแทนจัดจำหน่าย สถานที่ตั้ง ประเภทสินค้า ราคา ขอบเขตการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

2) ตรวจสอบหนังสือจดทะเบียนบริษัท หนังสืออนุญาตการนำเข้าส่งออกหรือใบรับรองคุณภาพมาตรฐานการผลิตในโรงงาน โดยเอกสารดังกล่าวจะต้องให้คู่ค้ามีการรับรองเอกสารอย่างถูกต้องจากรัฐบาล กล่าวคือ มีการประทับตราและลงวันที่จากหน่วยงานอย่างชัดเจน ซึ่งโดยปกติแล้ว หากเป็นบริษัทที่มีตัวตนอยู่จริงก็จะสามารถส่งเอกสารเหล่านี้ทันทีเมื่อได้รับการร้องขอ

3) Cross Check หรือตรวจสอบใบจดทะเบียนอีกครั้งเพื่อความมั่นใจกับหน่วยงานของรัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับหน่วยงาน SAIC (State Administration of Industry and Commerce) ของแต่ละพื้นที่

เมื่อพร้อมตกลงจะทำการซื้อขายระหว่างกันแล้ว โดยเฉพาะการซื้อขายสินค้าที่มีมูลค่าจำนวนมาก เพื่อสร้างความมั่นใจอีกระดับ ควรมีการทำสัญญาทางการค้าที่เป็นกิจลักษณะ เพราะหากเกิดกรณีพิพาท สัญญาทางการค้าจะมีประโยชน์ในการฟ้องร้องทางกฎหมายหรือการหาตัวกลางในการระงับข้อพิพาท จากข้อมูลพบว่า มีเพียง 10% ของผู้ประกอบการไทยเท่านั้นที่มีการทำสัญญาทางการค้า

นอกจากนี้ ทางที่ดีก่อนการรับมอบสินค้าและชำระเงินทั้งหมดให้แก่คู่ค้า หากเป็นไปได้ควรมีการตรวจสอบโดยจ้างบริษัท Surveyer สุ่มตรวจสินค้าทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ณ ท่าเรือต้นทางก่อนจะส่งสินค้ามายังเป้าหมาย เพราะหากได้สินค้าคุณภาพและปริมาณไม่ตรงตามที่ตกลงไว้ คู่ค้าจีนก็มักใช้เทคนิคเตะถ่วงหนี้และรักษาลูกค้าควบคู่กันไปในตัว ทำให้ผู้ประกอบการไทยไม่ได้เงินคืนเต็มจำนวน ซึ่งเมื่อเกิดการฟ้องร้องกันขึ้นผู้ประกอบการไทยจะเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดี

3. อย่า 'ประมาท'

ในปัจจุบันยังพบเหล่าแฮกเกอร์ (Hacker) ระบาดในจีนมากขึ้น โดยกลุ่มมิจฉาชีพมักจะเฝ้าติดตาม เจาะข้อมูลอีเมล์คู่ค้า รอจนกระทั่งเข้าสู่ช่วงโอนชำระเงินและสวมรอย โดยอาจจะเปลี่ยนชื่ออีเมล์ของทั้งสองฝ่ายเพียงเล็กน้อย เช่น จากเดิม chinatrade@hotmail.com เป็น chinastradee@hotmail.com โดยที่นักธุรกิจไม่ทันสังเกตว่ามีการเปลี่ยนแปลงว่าเราได้คุยกับคู่ค้าตัวจริงหรือไม่ หรืออาจมีการแจ้งเปลี่ยนชื่อ-สกุล เลขบัญชีธนาคารและข้อมูลอื่น ๆ ซึ่งเหล่ามิจฉาชีพจะทำกันเป็นขบวนการ

ดังนั้น ก่อนการโอนเงินชำระค่าสินค้าทุกครั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากเป็นการดำเนินธุรกิจระหว่างกันเป็นครั้งแรก หรือได้รับการแจ้งทางอีเมล์ถึงการเปลี่ยนแปลงเลขที่บัญชีใหม่ต้องมีการโทรศัพท์สอบถามโดยตรงกับผู้ขายสินค้าก่อน เพื่อยืนยันความถูกต้องข้อมูลที่เปลี่ยนแปลง อีกทั้งยังต้องหมั่นติดตั้งซอฟต์แวร์ป้องกันไวรัสคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย และเปลี่ยนรหัสผ่านเข้าอีเมล์ให้ซับซ้อนยากแก่การเจาะระบบของมิจฉาชีพ

4. อย่าเห็นแก่ของ 'ถูก'

"ของถูกมักเป็นของไม่ดี ของดีราคามักไม่ถูก" เป็นคำพูดที่ชาวจีนมักพูดอยู่เสมอๆ ก็เพื่อเตือนใจก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าใดว่า ของที่ถูกนั้น อาจไม่ใช่ของดีเสมอไป นักธุรกิจไทยจำนวนไม่น้อยมองเพียงแค่อยากได้สินค้าราคาถูกเพื่อจะนำไปขายให้ได้กำไรสูงสุด เหล่ามิจฉาชีพก็เล็งเห็นถึงความต้องการดังกล่าวและมักจะวางแผนหลอกล่อคู่ค้าที่เจรจาโดยยื่นข้อเสนอขายสินค้าให้ราคาต่ำกว่าราคาตลาด แต่กลับให้เวลาตัดสินใจซื้อในช่วงสั้น ๆ เพื่อเร่งให้ตัดสินใจซื้อและโอนเงินก้อนแรกเป็นค่ามัดจำ และเมื่อได้เงินแล้วก็จะหลบหนีไป

เพราะฉะนั้น จงอย่าเห็นแก่ข้อเสนอราคาที่เย้ายวนให้รีบตัดสินใจซื้อสินค้าในราคาต่ำ หากพบสินค้าที่มีราคาต่ำกว่าท้องตลาดมาก ควรตั้งข้อสงสัยเอาไว้ก่อนว่า อาจจะเป็นคู่ค้าในคราบมิจฉาชีพและต้องเพิ่มการตรวจสอบบริษัทดังกล่าวเป็นทวีคูณ

หากประสบปัญหาฉ้อโกงแล้ว คุณควรทำอย่างไร?

1. แจ้งเจ้าหน้าที่ ณ ด่านศุลกากรทันทีเมื่อพบปัญหา โดยอาจมีการลงบันทึกตู้สินค้า รวมถึงรายละเอียดของปัญหาในเบื้องต้น

2. ประสานหน่วยงานตรวจสอบสินค้าที่มีความเชี่ยวชาญ เช่น บริษัท SGS, กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ ฯลฯ เก็บข้อมูลของสินค้าอย่างละเอียดเพื่อใช้เป็นหลักฐานในการดำเนินคดี

3. รวบรวมข้อมูลเอกสารและหลักฐานการติดต่อทางการค้าให้ครบถ้วน

4. แจ้งความกับสถานีตำรวจไทย

5. ประสานแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งไทยและจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานเอกอัครราชทูตหรือสถานกงสุลใหญ่ เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการประสานให้ความช่วยเหลือต่อไป

อุทาหรณ์ “กฎหมายแรงงาน”จีน กรณีศึกษาที่ นักลงทุนไทยควรรู้

ในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใดก็ตาม สิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก คงหนีไม่พ้นเรื่องของแรงงานลูกจ้าง ซึ่งนายจ้างมีหน้าที่ต้องดูแลลูกจ้างตามสิทธิที่พวกเขาควรจะได้รับตลอดการทำงานให้เป็นไปตามกฎข้อบังคับของประเทศนั้นๆ โดยกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยตรงก็คือ "กฎหมายแรงงาน" (Labor Law) นั่นเอง

คำนิยามของ "กฎหมายแรงงาน" หมายถึง กฎหมายที่รัฐบัญญัติถึงสิทธิและหน้าที่เพื่อให้สอดคล้องและเกิดความเป็นธรรมระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง โดยกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำในการใช้แรงงานและการจ่ายค่าตอบแทนในการทำงาน เพื่อให้ลูกจ้างทำงานด้วยความปลอดภัย มีสุขภาพอนามัยดี ได้รับค่าตอบแทนและสวัสดิการตามสมควร

แน่นอนว่า...ไม่ใช่แค่นายจ้างเท่านั้นที่จำเป็นจะต้องศึกษาทำความเข้าใจและปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าวอย่างเคร่งครัด ตัวลูกจ้างเองก็จำเป็นต้องศึกษา 'กฎหมายแรงงาน' ไว้บ้าง

ที่ผ่านมา ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) ได้พบเห็นข่าวเกี่ยวกับกรณีตัวอย่างกรณีพิพาทและการละเมิดกฎหมายแรงงานจีนบนหน้าสื่อที่สหพันธ์แรงงานจีน หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า ACFTU ได้นำมาเปิดเผย ซึ่งมีความน่าสนใจพอสมควร

ดังนั้น จึงขอถือโอกาสนำเรื่องราวเหล่านี้มาแชร์เพื่อเป็นกรณีศึกษาให้กับผู้อ่านที่กำลังสนใจหรือผู้ที่ได้เข้ามาลงทุนในเมืองจีนแล้ว

สิ่งหนึ่งที่พวกเราสังเกตเห็นได้ชัดเกี่ยวกับคดี 'ฉาว' ด้านแรงงานที่เกิดขึ้นในประเทศจีน มักพบว่าเกิดขึ้นกับ "สตรี" และ "เด็ก" เสียเป็นส่วนมาก เพราะประเด็นด้านสิทธิเด็กและสตรีมักถูกหยิบยกขึ้นมาพูดและอยู่ในความสนใจของสังคมจีนไม่น้อย

เช่นในคดีการ "**เหยียดเพศ**" ของนักศึกษาสาวจบใหม่รายหนึ่งที่ถูกปฏิเสธการสมัครเข้าทำงานในตำแหน่งงานด้านเอกสารจากโรงเรียนสอนทำอาหารชื่อดังในนครหางโจว ด้วยเหตุที่ตนเป็น "เพศหญิง" จึงเป็นเหตุให้นักศึกษาสาวดังกล่าวฟ้องร้องดำเนินคดีกับโรงเรียนแห่งนี้ ซึ่งศาลได้พิจารณาตัดสินว่า...

> “จำเลยมีความผิดในลักษณะกีดกันทางเพศและลิดรอนสิทธิความเสมอภาคในการเข้าทำงาน!!”

และต้องจ่ายค่าสินไหมทดแทนกรณีที่ก่อให้เกิดความเสียหายทางจิตใจ จำนวนเงิน 2,000 หยวน ให้แก่นักศึกษารายนี้ ซึ่งแม้ว่าจะเป็นจำนวนเงินไม่มาก ทว่า คดีดังกล่าวส่งผลกระทบต่อประวัติและภาพลักษณ์ขององค์กรไปตลอด

เหตุการณ์**บีบ 'หญิงท้อง' ออกจากงาน** เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นกับลูกจ้างหญิง 3 คนที่กำลังตั้งครรภ์ของบริษัทแห่งหนึ่งในมณฑลเจียงซูที่บอกให้พวกหล่อนหยุดพักผ่อนอยู่กับบ้าน โดยจะแจ้งให้กลับมาทำงานอีกครั้งภายหลังผลประกอบการของบริษัทกลับฟื้นตัวขึ้น ซึ่งในเวลาต่อมา

บริษัทดังกล่าวไม่ได้เรียกให้ลูกจ้างทั้ง 3 คนกลับมาทำงาน แถมยังขู่เข็ญให้พวกหล่อนเขียนใบลาออก มิฉะนั้นจะย้ายให้พวกหล่อนไปทำงานในสายการผลิตที่ต้องใช้แรงงานหนัก ทำให้สาวท้อง 3 รายนี้ร้องเรียนไปยังหน่วยงานการคุ้มครองแรงงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งสหภาพแรงงานสมาพันธ์สตรี และกรมกิจการแรงงานที่ได้มีหนังสือสั่งการให้บริษัทรายนี้เร่งแก้ไขพฤติกรรมอันมิชอบด้วยกฎหมายดังกล่าว แต่บริษัทดังกล่าวกลับแสดงท่าทีเมินเฉยจนเกิดคดีฟ้องร้องจนถึงในชั้นศาลในเวลาต่อมา

อีกหนึ่งประเด็นที่มักปรากฏตามสื่อต่าง ๆ คือเรื่องของการใช้ **“แรงงานเด็ก”** ซึ่งไม่เว้นแม้แต่ในจีน

> “องค์กร China Labor Watch เป็นกลุ่มเอ็นจีโอ[NGO] ที่ติดตามสถานการณ์การละเมิดสิทธิแรงงานในประเทศจีน”

เมื่อปี 2557 องค์กร China Labor Watch ได้ออกมาแฉข่าวการใช้แรงงานเด็กของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์ให้กับแบรนด์ซัมซุง (Samsung) หลายต่อหลายครั้ง โดยล่าสุดบริษัท Shinyang Electronics เป็นอีกหนึ่งรายที่ถูกรายงานว่ามีการจ้างแรงงานเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 16 ปี รายงานดังกล่าวยังไม่รวมถึงการละเมิดกฎหมายแรงงานอีกหลายประเด็น เช่น ไม่จ่ายค่าแรงล่วงเวลา ใช้ทำงานเกินเวลา ไม่มีประกันสังคม รวมทั้งยังไม่มีการฝึกอบรมแก่พนักงานอีกด้วย

การละเมิดกฎหมายแรงงานในจีน (จริง ๆ ก็คล้ายกันทั่วโลก) ยังสะท้อนภาพออกมาในรูปของการ **'ขูดรีดเอารัดเอาเปรียบ'** ผู้ใช้แรงงาน ซึ่งนำความขัดแย้งระหว่าง 'นายจ้าง VS ลูกจ้าง' รวมถึงบรรยากาศอึมครึมในการทำงาน

"สัญญาว่าจ้าง" เป็นเอกสารหลักฐานที่สำคัญที่กำหนดสิทธิหน้าที่และเป็นหลักประกันให้กับทั้งนายจ้างกับลูกจ้าง แต่ไม่ใช่ **สัญญา 'ทาส'** อย่างที่บริษัทก่อสร้างแห่งหนึ่งในมณฑลเสฉวนทำกับพนักงาน โดยสัญญามีลักษณะที่ไม่เป็นธรรม จนสุดท้ายบริษัทแห่งนี้ต้องตกเป็นจำเลยถูกฟ้องดำเนินคดีไปตามระเบียบ

ข้อความในสัญญา (ทาส) นี้ก็เช่น พนักงานจะไม่ปฏิเสธงานที่ได้รับมอบหมายไม่ว่าจะด้วยเหตุผลประการใด รวมถึงการไปเอ็นเตอร์เทนลูกค้า / พนักงานยินยอมสละวันหยุดเพื่อทำงานในวันอาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ (ยกเว้นเทศกาลตรุษจีน) / พนักงานทำงานแบบไม่มีเวลาเลิกงาน / พนักงานที่เข้าทำงานสายจะถูกหักเงินค่าตอบแทนนาทีละ 130 หยวน / พนักงานจะ

ต้องวางเงินมัดจำมูลค่า 2 หมื่นหยวน โดยยินยอมให้บริษัทหักเงินในอัตรา 30% ของเงินเดือนจนกว่าจะครบตามจำนวน แล้วแบบนี้จะไม่ให้เรียกว่า "สัญญาทาส" ได้ยังไง..

เรื่องของ **"สวัสดิการ"** และ **"ค่าแรงขั้นต่ำ"** เป็นประเด็นที่เกี่ยวเนื่องกับผลประโยชน์ส่วนตัวที่มีความอ่อนไหวค่อนข้างมากเช่นกัน ตัวอย่างคดีของการเอารัดเอาเปรียบลูกจ้างไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะกับบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กเท่านั้น บริษัทยักษ์ใหญ่ในธุรกิจน้ำดำอักษรย่อ "P" ในนครฮาร์บิน มณฑลเฮยหลงเจียงก็เป็นไปกับเขาด้วย โดยพนักงานในโรงงานถูกปรับลดสวัสดิการ "เงินอุดหนุนระบบทำความร้อน" จนต่ำกว่าเกณฑ์ที่ทางรัฐบาลท้องถิ่นกำหนดไว้

การละเมิดกฎหมาย "ค่าแรงขั้นต่ำ" คดีที่เกิดขึ้นกับหมู่ลูกจ้างของบริษัทผลิตเพลารถยนต์ในมณฑลฝูเจี้ยน (ทุนฮ่องกง) เรื่องของเรื่องมีอยู่ว่า ทั้งสองฝ่ายตกลงจ้างแบบจ่ายตามชิ้นงาน ในช่วงที่ผลประกอบการบริษัทไม่สู้ดี ปริมาณงานมีน้อย บริษัทมีการคิดค่าตอบแทนตามชิ้นงานและจ่ายค่าแรงให้คนงานดังกล่าวเพียงเดือนละ 90 หยวน (ราว 450 บาท) ต่อมา บริษัทแห่งนี้ได้บอกเลิกสัญญาจ้างโดยอ้างเหตุผลว่า พนักงานคนดังกล่าวไม่ตอกบัตรเข้าทำงาน ต้องร้อนถึงสหภาพแรงงานท้องถิ่นยื่นมือเข้าช่วยเหลือ และศาลได้ตัดสินให้บริษัทดังกล่าวจ่ายเงินส่วนต่างจากเงินเดือนขั้นต่ำให้กับลูกจ้าง

ถูก **'เบี้ยวค่าแรง'** เป็นภาพชีวิตแรงงานลูกจ้างจีนที่พบเห็นได้บ่อยครั้ง ลูกจ้างตาดำ ๆ รวมตัวพร้อมอุปกรณ์ทวงหนี้อย่างป้ายกระดาษหรือขึงผ้าแดงผ้าขาวที่มีข้อความประมาณว่า.. เอาเงินของ (ชั้น) คืนมา!!

เหตุการณ์ 'ทวงหนี้' ที่กลายเป็นข่าวใหญ่ในจีนต้องยกให้กับเหตุการณ์ที่บริษัทก่อสร้างและบริษัทผู้รับเหมารายย่อยในมณฑลส่านซีค้างจ่ายค่าแรงคนงานมากกว่า 100 คน ซึ่งภายหลังการเจรจา บริษัทผู้จ้างได้ให้คำมั่นว่าจะจ่ายค่าแรงให้โดยเร็วที่สุด แต่แล้วเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันก็เกิดขึ้น เมื่อบริษัทได้ว่าจ้างให้กลุ่มคนพร้อมอาวุธเป็นไม้กระบองและเหล็กท่อนกว่า 30 คน เข้าทุบตีทำร้าย รวมทั้งกักขังหน่วงเหนี่ยวกลุ่มคนงานที่พวกเขานัดให้มารับค่าแรง จนทำให้มีผู้ได้รับบาดเจ็บกว่า 20 คน คดีทางแพ่งเลยกลายเป็น 'คดีอาญา' บริษัทเจ้าปัญหาต้องรับผลจากการกระทำตามกฎหมายขั้นรุนแรง

กรณีการตกเป็น "ผู้ถูกกระทำ" ของบรรดาลูกจ้างในจีนยังไม่หมดเท่านี้ บริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ผลิตไฟฟ้าพลังน้ำรายหนึ่งในมณฑลอานฮุยได้ปฏิเสธการทำสัญญาจ้างและไม่จ่ายค่าประกันสังคม

ใด ๆ ให้กับลูกจ้าง ซึ่งภายหลังผ่านกระบวนการอนุญาโตตุลาการวินิจฉัยให้บริษัทแห่งนี้ต้องจ่ายค่าชดเชยให้กับลูกจ้างเป็นจำนวนสองเท่าของเงินเดือนตามกฎหมายว่าด้วยสัญญาการจ้างงาน เป็นจำนวนเงินทั้งหมด 21,774 หยวน (แสนกว่าบาท)

> “ทางออกในกรณีนายจ้างเหนียวหนี้ไม่ยอมจ่ายค่าแรง ลูกจ้างสามารถใช้กลไกการติดตามทวงหนี้ ผ่านทางสหภาพแรงงานของบริษัท หน่วยงาน/องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานคุ้มครองแรงงาน อาทิ กรมแรงงาน สำนักงานอุตสาหกรรมและการค้า (SAIC) สมาพันธ์สตรี ในกรณีของแรงงานไทย ยังสามารถขอความช่วยเหลือจาก สถานทูต/สถานกงสุลใหญ่ในต่างประเทศ”

สุดท้าย เป็นเรื่องของ **'ความปลอดภัย'** ในการทำงานตามที่กฎหมายแรงงานได้ระบุไว้ว่า นายจ้างจะต้องให้ลูกจ้างทำงานด้วยความปลอดภัย มีสุขภาพอนามัยดี

ทว่า ปัจจุบัน ผู้ประกอบการบางส่วนยังคง "มองข้าม" ความปลอดภัยในกระบวนการผลิตและมาตรการคุ้มครองความปลอดภัยแรงงาน เครื่องจักรอุปกรณ์เก่า สิ่งแวดล้อมในการทำงานไม่ดี แรงงานต้องเผชิญกับภาวะฝุ่นละออง เสียงดัง อุณหภูมิสูง รวมถึงอันตรายจากมลภาวะเป็นพิษ อุบัติเหตุจากการทำงาน และโรคภัยเนื่องจากอาชีพ (Occupational disease) ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยต่อชีวิตและร่างกาย

กรณีตัวอย่างที่เกิดขึ้นเมื่อหลายปีก่อน เกิดเหตุระเบิดขั้นรุนแรงในโรงงานผลิตโลหะแห่งหนึ่งในเมืองคุนชานของมณฑลเจียงซู (ทุนไต้หวัน) ส่งผลให้มีผู้เสียชีวิตมากถึง 146 ราย เป็นอุบัติเหตุครั้งใหญ่ที่เกิดขึ้นจากความประมาทเลินเล่อในกระบวนการผลิต ได้ก่อให้เกิดความเสียหายทางเศรษฐกิจคิดเป็นมูลค่าถึง 351 ล้านหยวน ซึ่งรัฐบาลกลางได้ส่งเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ตรวจสอบเพื่อติดตามหาตัวผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ซึ่งบุคคลผู้รับผิดชอบตามกฎหมายและประธานกรรมการบริษัทสลัดความผิดไม่พ้นตัวเป็นแน่แท้

บทส่งท้าย

ในยุคที่เศรษฐกิจชะลอตัว นายจ้างเจ้าเล่ห์บางรายอาจฉวยโอกาสจากลูกจ้าง (ตาดำ ๆ) ไม่ว่าจะด้วยเหตุจูงใจประการใดก็ตาม ดังนั้น หากลูกจ้างทราบถึงขอบเขตสิทธิของตนที่ได้ระบุไว้ในกฎหมายแรงงาน ก็จะช่วยให้ลูกจ้างเหล่ารอดพ้นจากการถูกเอารัดเอาเปรียบได้ ซึ่งสาระสำคัญที่ลูกจ้างควรรู้ในกฎหมายแรงงาน เช่น วันหยุด วันลา ค่าตอบแทน ค่าชดเชย และสวัสดิการต่าง ๆ ที่ลูกจ้างพึงได้รับนั่นเอง

การเป็นนายจ้างก็มีหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับอย่างเคร่งครัด เพื่อปกป้องชีวิตและสุขภาพอนามัยของแรงงานลูกจ้าง กระบวนการผลิตต้องมีความปลอดภัยได้มาตรฐานต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกจ้าง มิใช่เห็นแก่ผลประโยชน์ส่วนตนมากจนเกินความพอดี ดังพระราชดำรัสของสมเด็จพระมหิตลาธิเบศอดุลยเดชวิกรม พระบรมราชชนก :

“ขอให้ถือประโยชน์ส่วนตนเป็นที่สอง ประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง ลาภ ทรัพย์ และเกียรติยศจะตกแก่ท่านเอง ถ้าท่านทรงธรรมะแห่งอาชีพไว้ให้บริสุทธิ์"

ศึกษาขั้นตอนการเปิดร้านค้าออนไลน์ Tmall.com ของบริษัท King Power

---

ปัจจุบัน ตลาด e-Commerce ของจีนมีขนาดใหญ่มาก และมีผู้ให้บริการสำหรับขายสินค้าออนไลน์เจ้าใหญ่ ๆ เป็นจำนวนมาก ดังนั้น ก่อนการเข้าสู่ตลาดอีคอมเมิร์ซของจีน นักลงทุนควรศึกษาให้รอบคอบเสียก่อนว่า platform ใดที่เปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติเข้าถึงการบริการได้สะดวกที่สุด และพร้อมที่จะช่วยเหลือในการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้แก่นักลงทุนด้านต่าง ๆ ได้

มุมมองของ คิงเพาเวอร์ ที่มีต่อตลาดออนไลน์จีน

ปัจจุบันการซื้อขายสินค้าออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็ว เพราะทุกวันนี้มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นเครื่องมือช่วยบริหารจัดการในการเพิ่มช่องทางการขายผ่านทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น คิงเพาเวอร์เองมีเว็ปไซต์ออนไลน์อยู่แล้ว คือ www.kingpower.com อย่างไรก็ดี เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนที่มีศักยภาพและมีกำลังซื้อสูง บริษัทจึงมีเป้าหมายในการขายผ่านช่องทางต่าง ๆ ทางออนไลน์เพิ่มเติม เพื่อผลักดันสินค้าแบรนด์ไทย และสินค้าปลอดภาษีสู่ตลาดจีน

การเตรียมตัวของ คิงเพาเวอร์ ก่อนเข้าสู่ตลาดจีน โดยความร่วมมือกับ Tmall.com

เนื่องจากปัจจุบันตลาด e-Commerce ของจีนมีขนาดใหญ่มาก มีผู้ให้บริการสำหรับขายสินค้าออนไลน์เจ้าใหญ่ ๆ เป็นจำนวนมาก ได้แก่ 1) Taobao.com 2) Tmall.com 3) JD.com 4) Amazon.com และ 5) Suning.com ดังนั้น ก่อนการเข้าสู่ตลาด e-Commerceของจีน นักลงทุนควรจะศึกษาให้รอบคอบว่า platform ใดที่เปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติเข้าถึงการบริการได้สะดวกที่สุด และพร้อมที่จะช่วยเหลือในการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้แก่นักลงทุนด้านต่าง ๆ ได้ ตามรายละเอียดดังนี

1. Platform ใด...เหมาะสมที่สุดในการทำธุรกิจ e-Commerce ในจีนของคิงพาวเวอร์ เงื่อนไข platform สำหรับคิงพาวเวอร์ ได้แก่ เข้าใจง่าย ง่ายต่อการใช้งาน มีผู้เข้าชมเป็นจำนวนมาก มีวิธีการชำระเงินที่เหมาะสมมีบริการจัดส่งที่ถูกต้อง และมีกลุ่มผู้บริโภคหลักที่สอดคล้องกับสินค้าที่บริษัทจะนำไปเจาะตลาดออนไลน์ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มโอกาสในการวางจำหน่ายสินค้าและสร้างตราสินค้า ซึ่งเห็นว่า Tmall ของ Alibaba Group ตอบโจทย์ของคิงพาวเวอร์ได้มากที่สุด เพราะ Tmall เป็น platform แบบ B2C (Business to Customer)

Tmall มี 2 ประเภทด้วยกัน คือ 1.Tmall.com สำหรับภายในประเทศ ซึ่งต้องมีบริษัท โกดังเก็บสินค้า และระบบโลจิสติกส์ในประเทศจีนเท่านั้น และ 2.Tmall.co.hk หรือ Tmall Global

สำหรับทั่วโลก ซึ่งจะเป็นการค้าระหว่างประเทศกับประเทศจีน โดยที่บริษัทต้องอยู่ในต่างประเทศ สินค้าที่จะขายจะต้องเป็นสินค้าที่ส่งจากประเทศที่ผลิตโดยตรง และมีการขนส่งสินค้าจากประเทศต้นทางเท่านั้น โดยคิงเพาเวอร์เลือกใช้บริการ Tmall Global

ภาพหน้าเว็ปไซต์ https://kingpower.tmall.hk

ปัจจุบันคิงเพาเวอร์มี 2 เว็ปไซต์ ใน Tmal Global คือ

(1) https://kingpower.tmall.hk เป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับสินค้าไทย ขนมไทย ผลไม้อบแห้ง สินค้าประเภทสปา เป็นต้น เพื่อเป็นการส่งเสริมสินค้าไทย โดยจะส่งสินค้าไปที่ประเทศจีนโดยตรง โดยการขนส่งจะมีการระบุที่อยู่ผู้รับสินค้าในจีนให้อย่างชัดเจน ซึ่งสินค้าที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนสูงที่สุดคือ ทองม้วน ผลไม้อบแห้ง และยาหม่อง

(2) www.kingpowerdutyfree.tmall.hk เป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับสินค้าปลอดภาษีสินค้าอาทิ น้ำหอม เครื่องสำอางค์ สุรา เป็นต้น ให้บริการสำหรับลูกค้าที่จะเดินทางมายังประเทศไทย ลูกค้าสามารถสั่งสินค้าก่อนเดินทาง 24 ชั่วโมง โดยจะต้องระบุสนามบินที่จะรับสินค้าให้ชัดเจน ปัจจุบันมีสนามบินนานาชาติที่สามารถรับสินค้าได้ทั้งหมด 4 แห่ง ได้แก่ สนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินดอนเมือง สนามบินภูเก็ต และสนามบินอู่ตะเภา

2. ระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ข้อมูลกฎหมาย และกฎระเบียบของการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซในจีนเป็นอย่างไร ขั้นตอนการสมัครเป็นสมาชิกของ Tmall อ้างอิงกฎหมายทางการค้าของฮ่องกง เนื่องจาก Tmall จดทะเบียนในฮ่องกง แต่ในกรณีการนำสินค้าเข้าไปขายในจีนจะอ้างอิงกฎหมายของจีนทั้งหมด

3. การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวจีนในแต่ละกลุ่มสินค้า รวมถึงรสนิยมการบริโภคก่อนการลงทุน พบว่าผู้บริโภคชาวจีนส่วนใหญ่จะเลือกสินค้าที่มีคุณภาพดีและเป็นของแท้ที่นำเข้าจากต่างประเทศเป็นหลัก

> “จากข้อมูลของ Alibaba พบว่า นักช็อปออนไลน์ชาวจีนมีราว 630 ล้านคนและที่นิยมสั่งสินค้าออนไลน์เป็นเพศหญิงกว่า 66% และส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิงที่แต่งงานและมีบุตรแล้วกว่า 48% นับเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงมากในจีน”

สินค้าที่ชาวจีนนิยมซื้อมากที่สุด คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่สูงถึง 31% รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเด็ก 17% และสินค้าอาหาร 11%

4. การทำแผนการตลาด เนื่องจาก Alibaba เป็นบริษัทที่ค่อนข้างใหญ่และมีเครือข่ายที่ให้บริการครบวงจร สำหรับช่วยผู้ประกอบการที่สนใจลงทุน โดยมี Market Tools เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์ร้านค้าหรือผลิตภัณฑ์โดยผ่านเว็บไซต์อื่น ๆ ที่อยู่ในเครือของ Alibaba ที่จะช่วยทำให้การส่งเสริมการจำหน่ายเป็นไปอย่างกว้างขวาง คิงพาวเวอร์จึงต้องทำแผนการตลาดให้สอดคล้องกับทรัพยากรที่ Alibaba จัดสรรให้ในการก้าวเข้าสู่เวทีธุรกิจ e-Commerce เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดได้สำเร็จ

5. การเตรียมบุคลากรให้เพียบพร้อม คิงเพาเวอร์มี (1) ทีมงานที่คอยบริหารจัดการงานทางเทคนิคและพัฒนาเว็บไซต์ให้มีความสวยงามและมีข้อมูลที่ทันสมัย ดูแลเรื่องคุณภาพสินค้า การอัพเดทภาพของสินค้าและคำบรรยายใต้ภาพลงบนเว็บไซต์ (2) ทีมงานที่ดูแลด้านการตลาดและวางแผนการส่งเสริมการขาย หรือการจัด event ต่าง ๆ ร่วมกับทาง Tmall และ (3) ทีมงานติดต่อกับลูกค้าและสำรวจพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ตลอดจนการสอบถามข้อมูลอื่น ๆ เกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ ทีมงานเหล่านี้จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และสามารถสื่อสารภาษาจีนได้อย่างดี

นอกจากนี้ Tmall มีตัวชี้วัดในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า 3 ด้าน คือ คุณภาพสินค้า การบริการ และความรวดเร็วในการขนส่งสินค้า หากร้านค้าผ่านการประเมินก็จะมีโอกาสที่จะได้ร่วมการส่งเสริมการจำหน่ายและประชาสัมพันธ์กับทาง Tmall สำหรับการตรวจดูผลการตอบรับของผู้บริโภคทาง Tmall จะใช้โปรแกรม “AliWangWang” ซึ่ง Alibaba ได้พัฒนาช่องทางการติดต่อนี้ขึ้นมาเพื่อให้ผู้ขายพูดคุยกับผู้ซื้อได้โดยตรงแบบ Real time ซึ่งทำให้การซื้อขายเป็นไปอย่างสะดวกยิ่งขึ้น

เงื่อนไขการสมัครใช้บริการ Platform ของ Tmall

- สินค้าที่จะนำมาขายห้ามเป็นสินค้าที่ผลิตจากประเทศจีน
- สินค้าที่เข้ามาจำหน่ายจะต้องเป็นสินค้าที่ผ่านพิธีการทางศุลกากรนำเข้าแล้ว
- ต้องมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพของสินค้า
- มีระบบการชำระเงิน

Alibaba มีช่องทางการชำระเงินออนไลน์เรียกว่า “Alipay” (หรือ 支付宝) โดยจะผูกเข้ากับบัตรเครดิต ซึ่งได้รับการยืนยันว่ามีความปลอดภัยสูง เนื่องจาก Alipay เน้นการคุ้มครองลูกค้า โดยผู้ซื้อสามารถกำหนดเงื่อนไขการรับสินค้าก่อน จากนั้นจึงอนุมัติให้ชำระเงินแก่ผู้ขายได้

ทั้งนี้ ต้องยืนยันภายใน 20 วัน มิฉะนั้น ระบบจะชำระเงินให้โดยอัตโนมัติ อย่างไรก็ดี กรณีที่ได้สินค้าไม่ตรงตามความต้องการ หรือไม่ได้รับสินค้า ผู้ซื้อก็จะได้รับเงินคืนเช่นกัน นอกจากนี้ Alibaba ยังอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในการชำระเงินโดยผู้ประกอบการสามารถเลือกได้ว่าจะรับเงินค่าสินค้าเป็นเงินหยวน หรือเงินดอลลาร์สหรัฐฯ

ความรวดเร็วของการส่งมอบสินค้าถึงมือผู้บริโภค

ต้องเป็นขนส่งระหว่างประเทศและสินค้าจะต้องถูกส่งออกจากประเทศต้นทางไปประเทศจีนเท่านั้น และบริษัทขนส่งจะต้องสามารถเชื่อมต่อกับ Platform ของ Tmall ได้ในกรณีที่ลูกค้าต้องการเช็คว่าสินค้าอยู่ที่ระหว่างการส่งภายในระยะเวลา 7 วัน

นอกจากนี้ Tmall มีโกดังในจีนทั้งหมด 4 แห่ง ได้แก่ นครหางโจว นครกว่างโจว นครเซี่ยงไฮ้ และเมืองหนิงโป สำหรับเก็บสินค้าที่ส่งมาจากต่างประเทศ โดยโกดังดังกล่าวจะตั้งอยู่ในเขต Free Zone โดยไม่มีการเก็บภาษีในกรณีที่ยังไม่มีการซื้อขายกิดขึ้น ซึ่งปัจจุบันคิงพาวเวอร์ใช้บริการโกดังเก็บสินค้าที่เมืองหนิงโป

ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายอื่นๆ

1) ค่าธรรมเนียมรายปี ประมาณ 5,000 – 10,000 เหรียญสหรัฐฯ ขึ้นอยู่กับประเภทธุรกิจ

2) ค่ามัดจำ เป็นเงินฝากสำหรับการสั่งซื้อสินค้าในกรณีที่ลูกค้ามีปัญหาที่ต้องการเปลี่ยนหรือคืนสินค้าจะใช้เงินในส่วนนี้ชำระไปก่อน

3) ค่า Commission ขึ้นอยู่กับการตกลงกับทาง Tmall ว่าจะจ่ายกี่เปอร์เซ็นต์จากยอดขายต่อหนึ่งใบเสร็จ

สนใจ "เปิดร้านออนไลน์" ในจีน มองทางนี้!!! ศึกษา "กฎหมายจีน" สิ่งใกล้ตัว อย่ามัวละเลย

สำหรับผู้ประกอบการไทยที่กำลังสนใจ หรือปิ๊งไอเดียอยากจะเปิดร้านค้าออนไลน์ในเมืองจีน สิ่งสำคัญที่ท่านต้องเตรียมตัวให้พร้อมไม่ใช่แค่เรื่องของการขอเปิดร้านออนไลน์ (เพราะจริงๆ แล้วขั้นตอนการขอเปิดร้านออนไลน์นั้นแสนจะง่ายดาย) หรือแผนการตลาดเท่านั้น

แต่!! สิ่งใกล้ตัวที่คนส่วนใหญ่กลับมองข้ามเป็นเรื่องของกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกฎหมายการโฆษณา และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค เพราะจีนเขาเริ่มเอาจริงเอาจัง (มาก) กับการบังคับใช้กฎหมายเหล่านี้

คงปฏิเสธไม่ได้ว่า การค้าปลีกออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจบนโลกไซเบอร์ (Network Economy) ของประเทศจีน

ตลาดขนาดใหญ่ที่มีต้นทุนการลงทุนต่ำ และเข้าถึงเหล่าพลเมืองเน็ตชาวจีน (Netizen) ที่มีกว่า 6 ร้อยล้านคนได้ง่ายเพียงปลายนิ้วสัมผัส ทำให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซกลายเป็น "ทางเลือก" ของผู้ที่กำลังมองหาช่องทางทำตลาดจีน

สำหรับผู้ประกอบการไทยที่กำลังสนใจ หรือปิ๊งไอเดียอยากจะเปิดร้านค้าออนไลน์ในจีน สิ่งสำคัญที่ท่านต้องเตรียมตัวให้พร้อมไม่ใช่แค่เรื่องของการขอเปิดร้านออนไลน์ (อันที่จริงแล้วขั้นตอนการขอเปิดร้านออนไลน์นั้นแสนจะง่ายดาย) หรือแผนการตลาดว่า เมื่อเปิดร้านแล้วจะทำโปรโมชั่นสินค้าของตัวเองยังไงเพียงเท่านั้น

แต่!! สิ่งใกล้ตัวที่คนส่วนใหญ่กลับมองข้ามเป็นเรื่องของกฎหมาย/กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกฎหมายการโฆษณา และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค เพราะทางการจีนเขาเริ่มเอาจริงเอาจัง (มาก) กับการบังคับใช้กฎหมายเหล่านี้

เมื่อปลายปี 2557 สำนักงาน SAIC แห่งชาติจีนได้เรียกเจ้าของแพลตฟอร์ม B2C ยักษ์ใหญ่ในจีนเข้าหารือ แถมยื่นคำขาดให้ทุกรายปฏิบัติตามกฎหมายและจะมีการสุ่มตรวจสินค้าในเว็บไซต์ของตนเองอย่างเคร่งครัด อาทิ TMall.com, JD.com, 1yhd.com, Amazon.cn, Suning.com, Jumei.com และ Lefeng.com เป็นต้น และจะดำเนินการเอาผิดอย่างจริงจังกับผู้ประกอบการที่มีพฤติกรรมละเมิดทางกฎหมาย

วันนี้ ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) ถือโอกาสแบ่งปันข่าวสารที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับกรณีความผิดที่มักเกิดขึ้นกับธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ทั้งจากความไร้เดียงสา หรือด้วยความตั้งใจก็ตาม แต่ถือว่า "มีความผิด" เพื่อเป็นตัวอย่างเตือนใจให้กับผู้ที่คิดอยากจะมีร้านค้าออนไลน์สักร้านในจีน เราไปติดตามกันเลยครับ/ค่ะ...

ใช้คำพูดที่มีนัย "สุดโต่ง" เช่น เชื่อถือได้สูงสุด เป็นมืออาชีพที่สุด

เรื่องมีอยู่ว่า...สำนักงานบริหารอุตสาหกรรมและการค้านครหนานหนิง (Administration for Industry and Commerce of Nanning) หรือ Nanning SAIC ได้มีการตรวจสอบเนื้อหาคำโฆษณาบนเว็บไซต์ของโรงพยาบาลแห่งหนึ่งในนครหนานหนิง "มีวิธีการรักษาสมัยใหม่ที่เป็นมาตรฐานสากลที่สุด รักษาโรคตับที่มีประสิทธิภาพสูงสุด"

การใช้คำโฆษณาในลักษณะดังกล่าวเข้าข่ายกระทำผิด "**กฎหมายการโฆษณา**" มาตรา 39 ข้อ 7 วรรค 2 ที่ระบุว่า ให้หน่วยงานควบคุมบริหารการโฆษณามีหน้าที่ออกคำสั่งตักเตือนเจ้าของโฆษณาและผู้ผลิตงานโฆษณาต้องหยุดเผยแพร่โฆษณาดังกล่าว ริบค่าโฆษณา และระวางโทษปรับเป็นจำนวนเงิน 1 เท่า แต่ไม่เกิน 5 เท่าของค่าโฆษณาจากกรณีข้างต้น ผู้กระทำผิดต้องโทษปรับเป็นเงิน 2,000 หยวนเข้าเป็นรายได้แผ่นดิน

ต่อมา สำนักงาน SAIC นครหนานหนิงได้รับการร้องเรียนว่า เว็บไซต์ของศูนย์เพิ่มความสูงของโรงพยาบาลอีกแห่งในนครหนานหนิงมีการใช้คำโฆษณาที่มีลักษณะเด็ดขาดว่า "จะเพิ่มความสูงได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย ไม่เป็นภัยต่อสุขภาพ ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และมีประสิทธิภาพอย่างเป็นมืออาชีพที่สุดในปัจจุบัน" ซึ่งเจ้าหน้าที่รัฐได้ดำเนินการตรวจสอบและเอาผิดผู้ละเมิดกฎหมายดังกล่าวแล้ว

โฆษณาเกินจริง เป็นแค่ "อาหาร" ธรรมดา..ธรรมดา.. แต่อวดอ้างว่ามีสรรพคุณรักษาโรค

เรื่องของเรื่อง คือ มีบริษัทเทรดดิ้งแห่งหนึ่งในนครหนานหนิง เปิดจำหน่ายชากัญชง หรือชาหั่วหมา (火麻 พืชตระกูลกัญชา) บนเว็บไซต์ Alibaba โดยมีการใช้คำโฆษณาว่า "ชาหั่วหมามีสรรพคุณพิเศษในการรักษาโรคโลหิตสูงและโรคไขมันในเลือดสูงในผู้สูงอายุ มีสรรพคุณช่วยลดความดันโลหิตและไขมันในเลือด

หลังจากตรวจสอบยังพบว่า ผลิตภัณฑ์อาหารอีกหลายชนิดของบริษัทแห่งนี้ที่จำหน่ายอยู่บนเว็บไซต์มีการใช้คำโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณในการรักษาโรค เช่น ข้าวสีนิล อำเภออายุยืนปาหม่า มีสรรพคุณช่วยให้เจริญอาหาร บำรุงตับไตและม้าม บำรุงสายตา ระบบเลือดหมุนเวียน ช่วยบำรุงสำหรับผู้ที่เป็นโรคโลหิตจาง สตรีหลังคลอด และผู้ที่มีผมขาวก่อนวัย / หน่อไม้แห้ง อุดมไปด้วยวิตามินหลายชนิดและกากใยอาหาร มีสรรพคุณป้องกันโรคมะเร็ง และยังมีการกล่าวอ้างว่านักสุขภาพบำบัดเชื่อว่า การมีอายุยืนและมีความเสี่ยงต่ำในการเป็นโรคความดันโลหิตสูงของผู้ที่อาศัยอยู่กับธรรมชาตินั้นเกี่ยวข้องกับการรับประทานหน่อไม้อย่างสม่ำเสมอ

การโฆษณาดังกล่าวเข้าข่ายละเมิด "ระเบียบเฉพาะกาลว่าด้วยการโฆษณาอาหาร" มาตรา 7 เกี่ยวกับการใช้สื่ออินเตอร์เน็ตเพื่อการโฆษณาอาหารที่มีสรรพคุณทางยา โดยสำนักงาน SAIC นครหนานหนิงได้สั่งให้บริษัทหยุดการโฆษณาและปรับเป็นเงิน 1,000 หยวน

สะสมแต้มแลกของรางวัล แต่บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขรายละเอียด

เว็บไซต์บริษัทสินค้าเกษตรรายหนึ่งมีการโฆษณาโปรโมชั่นสะสมแต้มแลกของรางวัล และมีการระบุข้อความที่บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการจัดโปรโมชั่น รวมถึงการตีความและแก้ไขรายละเอียดการจัดโปรโมชั่น ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวมีลักษณะการใช้ข้อสัญญาเพื่อริดรอนสิทธิของผู้บริโภค บริษัทแห่งนี้ถูกสั่งให้หยุดการกระทำผิดและถูกปรับเป็นเงิน 5,000 หยวน

เช่นเดียวกับเว็บไซต์ของบริษัทเครือข่ายผู้ให้บริการด้านอินเตอร์เน็ตสารสนเทศแห่งหนึ่งในกว่างซีที่มีการทำโฆษณาโปรโมชั่นกระตุ้นยอด โดยบริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขและเปลี่ยนแปลงข้อตกลงแต่เพียงผู้เดียว ซึ่งต้องระวางโทษปรับไปตามระเบียบเช่นกัน

ขาย "ของก๊อป" สินค้าไม่ได้มาตรฐาน แถมเข้าข่ายละเมิดลิขสิทธิ์

สำนักงาน SAIC นครหนานหนิง เข้าตรวจค้นโกดังสินค้า (ลักษณะเป็นห้องแถวอพาร์ตเมนต์) ของร้านค้าออนไลน์แห่งหนึ่ง พบสินค้าลอกเลียนแบบแบรนด์ดังหลายรายการ อาทิ รองเท้ายี่ห้อ New Balance, Kappa, Adidas, Nike, LEVI'S รวมถึงเสื้อผ้าและกางเกงที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน รวมมูลค่ามากกว่า 2 หมื่นหยวน

กรณีข้างต้นเข้าข่ายการกระทำความผิดใน 3 ข้อหา ได้แก่ (1) การดำเนินธุรกิจในรูปของบริษัทจำกัดโดยแท้ที่จริงแล้วไม่ได้มีการจดทะเบียนในรูปของบริษัทจำกัดตามจริง (2) ไม่ได้รับสินค้าจากช่องทางที่ถูกต้อง ต้องสงสัยว่าเป็นสินค้าปลอม เข้าข่ายพฤติกรรมการละเมิดเครื่องหมายการค้า และ (3) การจำหน่ายสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน

ข่าย "ความผิด" ที่มักพบบ่อยในธุรกิจค้าออนไลน์

แอบอ้าง โอ้อวด หลอกลวง

- แอบอ้างเป็นบริษัทหรือกลุ่มบริษัทนิติบุคคล
- อุปโลกเงินทุนจดทะเบียนสูง/เป็นสาขาของบริษัทใหญ่
- จำหน่ายสินค้าและบริการปลอม

คำโฆษณา "ผิดกฎหมาย" โดยเฉพาะในธุรกิจการแพทย์ อาหาร และยา

- การใช้คำพูด "XXXที่สุด"
- อวดอ้างสรรพคุณการรักษาโรคของอาหาร
- อวดอ้างอัตราหายขาด อัตราผลสำเร็จจากการรักษาของสถานพยาบาล

"ลิดรอน" สิทธิผู้บริโภค มักพบข้อความในลักษณะ "สงวนสิทธิ์" ของข้อตกลงแต่เพียงผู้เดียว ในกิจกรรมโปรโมชั่นของร้านค้าออนไลน์ (ร้านค้าจริงก็มีความผิด)

ขาย "ของปลอม" การจำหน่ายสินค้า "ปลอม" ที่ไม่ได้มาตรฐานหรือคุณภาพ ซึ่งเป็นการละเมิดความคุ้มครองด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรทางปัญญา และเครื่องหมายการค้า

ข้อเตือนใจ...ของฝากถึงนักช้อปออนไลน์

หนึ่ง ระมัดระวังในการเลือกซื้อ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านเครือข่ายออนไลน์ควรตรวจสอบแบรนด์สินค้า แหล่งกำเนิดสินค้า ราคาสินค้า และคุณสมบัติสินค้าให้แน่ชัดเสียก่อน ตั้งข้อสงสัยไว้ก่อนหากสินค้าในเว็บไซต์มีราคาถูกกว่าสินค้าในร้านค้าจริงค่อนข้างมาก ที่สำคัญอย่าเห็นแก่ "ของถูก" จนละเลยในเรื่องของคุณภาพสินค้าและบริการหลังการขาย

สอง ช้อปอย่างมี "สติ" เลือกซื้อสินค้าจากร้านออนไลน์ที่มีมาตรฐาน มีความเป็นมืออาชีพและมีเครดิตความน่าเชื่อถือ มีข้อมูลติดต่อทางร้าน มีเลขทะเบียนธุรกิจที่ได้จากสำนักงาน SAIC หรือใบอนุญาตประกอบกิจการแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Business License) และต้องเพิ่มความระมัดระวังการเข้าร่วมกิจกรรม "ร่วมกลุ่มกันซื้อ" (Group Buying) ของเว็บไซต์ส่วนบุคคลที่ไม่ใช่นิติบุคคล

สาม เลือกวิธีการชำระค่าสินค้าผ่าน "ระบบคนกลาง" อย่างเช่น Alipay (คล้าย Paypal) หรือชำระหลังจากได้รับสินค้าเท่านั้น ห้ามชำระเงินด้วยวิธีการโอนเข้าบัญชีผู้ขายโดยตรงโดยเด็ดขาด เมื่อได้รับสินค้าแล้วควรตรวจสอบสินค้าให้ถูกต้อง กรณีพบว่าผู้นำส่งสินค้าเรียกเก็บเงินค่าสินค้าก่อนอนุญาตให้ตรวจเช็คสินค้า ผู้รับสินค้าสามารถปฏิเสธการรับสินค้าหรือยืนยันการขอตรวจสินค้าก่อนชำระเงินค่าสินค้า

สี่ รู้จักรักษาสิทธิส่วนตัว หากผู้บริโภคพบว่า สินค้าที่ได้รับเป็นสินค้าปลอมสามารถร้องเรียนผ่านหน่วยงาน SAIC ประจำท้องที่ หรือกด รหัสพื้นที่ ตามด้วยหมายเลข 12315 และเก็บหลักฐานการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์เอาไว้ อาทิ หมายเลขยืนยันการซื้อสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ บักทึกข้อความสนทนา เบอร์โทรศัพท์ เพื่อเป็นหลักฐานในการเอาผิดกับเจ้าของร้าน

ห้า เลือก "เว็บไซต์" อีคอมเมิร์ซที่น่าเชื่อถือ ไม่ควรซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ "สิงสาราสัตว์" ผ่านวิธีการค้นหาหรือลิงค์เว็บไซต์ที่ขาดความน่าเชื่อถือหรือไม่เป็นที่รู้จัก เพื่อหลีกเลี่ยงการถูกหลอกหรือได้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพมาตรฐาน

การเปิด "ร้านอาหาร" ในฮ่องกง

‘อาหารไทย’ เป็นที่นิยมของทั้งชาวฮ่องกงและชาวต่างชาติ ปัจจุบัน ในฮ่องกงมีร้านอาหารไทยไม่ต่ำกว่า 200 ร้าน ดังนั้น ร้านอาหาร(ไทย)จึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ท้าทายและสามารถทำเงินให้กับนักลงทุนไทยได้ไม่น้อย

กฎเกณฑ์/ข้อกฎหมายสำคัญในดำเนินกิจการร้านอาหาร

ฮ่องกงเป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพราะมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมตะวันออกกับตะวันตกอย่างกลมกลืน ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลก อีกทั้ง ฮ่องกงยังเป็นศูนย์กลางการเงินการธนาคารของโลก เป็นแหล่งช็อปปิ้งสินค้าแบรนด์เนมหรือสินค้าแฟชั่นต่าง ๆ ฮ่องกงจึงเป็นเมืองที่มีผู้คนต่างชาติต่างภาษามาอยู่เป็นจำนวนมาก ความเป็นเมืองสากลทำให้ฮ่องกงเป็นแหล่งรวมของร้านอาหารหลากหลายประเภทจากเกือบทั่วทุกภูมิภาคของโลก ทั้งอาหารจีน ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส อิตาเลียน รวมทั้งอาหารไทย ผู้ที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารจากทั่วโลกจึงนิยมมาเที่ยวฮ่องกง

อาหารไทยเป็นที่นิยมของทั้งชาวฮ่องกงและชาวต่างชาติ ปัจจุบัน ในฮ่องกงมีร้านอาหารไทยไม่ต่ำกว่า 200 ร้าน ดังนั้น ร้านอาหารจึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ท้าทายและสามารถทำเงินให้กับนักลงทุนไทยได้ไม่น้อย

วันนี้ ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) ขอนำเสนอขั้นตอน กฎเกณฑ์ และข้อกฎหมายที่สำคัญในการเปิดร้านอาหารให้กับผู้ประกอบการไทยที่สนใจเข้ามาลงทุนธุรกิจร้านอาหารในฮ่องกง

ขั้นตอนที่ 1 การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท

ผู้ประกอบการสามารถยื่นคำร้องขอจดทะเบียนบริษัทและรับหนังสือรับรองการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจ (Business Registration Certificate) ได้จากสำนักงาน Hong Kong Companies Registry

ทั้งนี้ สำนักงาน Hong Kong Companies Registry จะใช้เวลาราว 5-7 วันทำการในการออก Business Registration Certificate หลังจากยื่นคำร้องพร้อมเอกสารประกอบครบถ้วน

สำหรับรายละเอียดการขอจัดตั้งบริษัทฮ่องกงและการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ทางเว็บไซต์ www.guidemehongkong.com/incorporation/company/hong-kong-company-registration-guide

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกสถานที่ที่เหมาะสม

ผู้ประกอบการจะต้องเลือกสถานที่สำหรับดำเนินกิจการร้านอาหารก่อนจะยื่นเรื่องขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการร้านอาหาร (General Restaurant License) โดยสถานที่ที่เลือกจะต้องเป็นไปตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้จาก 3 หน่วยงานหลักของฮ่องกง ดังนี้

2.1 ข้อกำหนดด้านอนามัยของ Food and Environmental Hygiene Department (FEHD)

2.2 ข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของอาคารสถานที่ของ Buildings Department

2.3 ข้อกำหนดด้านความปลอดภัยจากอัคคีภัยของ Fire Services Department

โดยสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ทางเว็บไซต์ www.fehd.gov.hk

ขั้นตอนที่ 3 การสมัครขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการร้านอาหาร (General Restaurant License)

ผู้ประกอบการร้านอาหารในฮ่องกงจะต้องได้รับ General Restaurant License จาก Hong Kong FEHD ก่อนที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจ โดยขั้นตอนการสมัครขอรับ General Restaurant License:

3.1 ยื่นเอกสารดังต่อไปนี้กับ Hong Kong FEHD

- แบบฟอร์มคำร้องขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการร้านอาหาร (General Restaurant License Application)
- สำเนาแผนผังของสถานประกอบการ จำนวน 3 ชุด แผนผังจะต้องแสดงมาตราส่วนของการใช้พื้นที่ในสถานประกอบการทั้งหมด อาทิ ห้องครัว พื้นที่สำหรับจัดเตรียมอาหาร พื้นที่สำหรับเครื่องดื่ม ห้องน้ำ และห้องเก็บของ โดยจะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดขั้นต่ำของ Hong Kong FEHD
- สำเนาใบอนุญาตการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจ (Business Registration Certificate)
- สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนบริษัท (Certificate of Incorporation)
- สำเนาข้อบังคับของบริษัท (Articles of Association of the company)
- สำเนา Notice of Situation of the Registered Office
- สำเนารายงาน Annual Returns ฉบับล่าสุด ซึ่งเป็นข้อมูลของบริษัท อาทิ ผู้ถือหุ้น สถานะทางการเงินและภาระหนี้สิน เป็นต้น
- สำเนาเอกสารมติของคณะกรรมการบริษัทยืนยันการแต่งตั้งบุคคลให้เป็นตัวแทนของบริษัทในการดำเนินการยื่นคำร้องขอรับใบอนุญาต
- สำเนาสัญญาเช่าสถานที่หรือหลักฐานการเป็นเจ้าของสถานที่ประกอบกิจการ

หมายเหตุ : สำเนาทุกฉบับต้องได้รับการ “รับรองสำเนาถูกต้อง” (Certified True Copy) เมื่อได้รับแบบฟอร์มคำร้องฯ และเอกสารประกอบครบถ้วนแล้ว Hong Kong FEHD จะส่งสำเนาแบบฟอร์มคำร้องฯ พร้อมสำเนาแผนผังของสถานประกอบการต่อไปยัง Buildings Department และ Fire Services Department เพื่อขออนุมัติ General Restaurant License ต่อไป

3.2 Hong Kong FEHD จะทำการคัดกรองแผนผังของสถานประกอบการในเบื้องต้น เพื่อให้แน่ใจว่าเป็นไปตามข้อกำหนด ก่อนที่จะดำเนินการในขั้นต่อไป โดยผู้ยื่นคำร้องฯ จะได้รับการแจ้งผลให้ทราบภายใน 10 วันทำการ

3.3 Hong Kong FEHD, Buildings Department และ Fire Services Department จะแยกกันตรวจสถานประกอบการ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของสถานที่ในการใช้ประกอบกิจการร้านอาหาร

3.4 ภายใน 10 วันหลังจากการออกตรวจสถานที่ ทั้ง 3หน่วยงานจะนัดประชุมกับผู้ยื่นคำร้องฯ เพื่อหารือเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ และสิ่งที่ต้องปรับปรุง รวมทั้งข้อเสนอแผนการก่อสร้าง/ตกแต่งภายในของผู้ยื่นคำร้อง

3.5 Hong Kong FEHD จะออกหนังสือระบุข้อกำหนดในการขอรับใบอนุญาต (License Requirements) ให้แก่ผู้ยื่นคำร้องฯ โดยพิจารณาจากผลการประเมินของ Buildings Department และ Fire Services Department

3.6 ภายใน 6 เดือนนับจากวันที่ผู้ยื่นคำร้องฯ ได้รับหนังสือ License Requirements ผู้ยื่นคำร้องฯ จะต้องดำเนินการตามกฎเกณฑ์ทั้งหมดที่ได้ระบุไว้ในหนังสือดังกล่าว และรายงานการดำเนินการต่อ Hong Kong FEHD เพื่อตรวจสอบอีกครั้ง

3.7 ภายใน 10 วันหลังจากที่ Hong Kong FEHD ได้รับรายงานการดำเนินการจากผู้ยื่นคำร้องฯ Hong Kong FEHD จะดำเนินการตรวจสอบสถานที่เป็นครั้งสุดท้าย

3.8 หากผลการตรวจสอบเป็นที่พอใจ Hong Kong FEHD จะออก General Restaurant License ให้แก่ผู้ยื่นคำร้องภายใน 7 วัน หลังการตรวจสอบสถานที่ครั้งสุดท้าย และผู้ยื่นคำร้องฯ ได้ชำระค่าใบอนุญาตฯ แล้ว

ขั้นตอนที่ 4 การยื่นคำร้องขอใบอนุญาตจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม

ฮ่องกงเป็นเมืองชั้นนำที่คำนึงถึงความปลอดภัยด้านสุขอนามัยภายในร้านอาหารอย่างเข้มงวด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหาร เมื่อผู้ประกอบการยื่นคำร้องขอใบอนุญาตประกอบกิจการร้านอาหาร (General Restaurant License) แล้ว ผู้ประกอบการยังจำเป็นต้องยื่นขอใบอนุญาตจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเป็นรายประเภทอีกด้วย โดยผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาว่า ร้านอาหารของตนจะมีสินค้าประเภทใดจำหน่ายบ้าง ซึ่งสินค้าแต่ละประเภทจะต้องได้รับใบอนุญาตจากทางการฮ่องกงก่อนจึงจะสามารถจำหน่ายในร้านได้ โดยแบ่งได้ดังนี้

4.1 ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (Liquor License)

หากผู้ประกอบการต้องการจะให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในร้านอาหารจะต้องได้รับใบอนุญาตการจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์จาก Liquor Licensing Board ซึ่งจะออกใบอนุญาตให้ได้เมื่อสถานประกอบการนั้น ๆ ได้รับ หรือมีแนวโน้มที่จะได้รับ General Restaurant License โดย Liquor License นี้จะมีผลบังคับใช้ก็ต่อเมื่อสถานประกอบการยังคงมี General Restaurant License ที่ยังมีผลบังคับใช้อยู่

เอกสารประกอบการยื่นคำร้องขอ Liquor License ได้แก่

- บัตรประจำตัวผู้ยื่นคำร้อง (Applicant's Identity Document)
- หนังสือรับรองการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจ (Business Registration Certificate)
- หนังสือรับรองการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท (Certificate of Incorporation)
- ใบอนุญาตประกอบกิจการร้านอาหาร (General Restaurant License)
- แผนผังของสถานประกอบการ

แบบฟอร์มคำร้องฯ ทุกฉบับจะถูกส่งต่อไปยังผู้บัญชาการตำรวจ (Commissioner of Police) และเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ความเห็นประกอบ

นอกจากนี้ ผู้ยื่นคำร้องฯ จะต้องออกค่าใช้จ่ายในการลงประกาศสำรวจความคิดเห็นประชาชนในหนังสือพิมพ์ จำนวน 3 ฉบับ ผู้ยื่นคำร้องฯ จะต้องเข้ารับการสัมภาษณ์สั้น ๆ กับคณะกรรมการ Liquor Licensing Board เมื่อคณะกรรมการฯ เห็นชอบแล้วก็จะออก Liquor License ให้แก่ผู้ยื่นคำร้องฯ เพื่อใช้ในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านอาหารต่อไป

หมายเหตุ ในกรณีที่ผู้ประกอบการต้องการจัดเก็บ/สต็อกสินค้าประเภทเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ไว้ในสถานประกอบการเพื่อจำหน่าย ผู้ประกอบการจะต้องได้รับใบอนุญาตสำหรับการจัดเก็บหรือการผลิตสินค้าที่เป็นอันตราย (License for Storage or Manufacture of Dangerous Goods) จาก Hong Kong Fire Services Department ด้วย

4.2 ใบอนุญาตนำเข้าสินค้า (Import License)

หากผู้ประกอบการประสงค์จะนำเข้าสินค้าประเภทเนื้อสัตว์และสัตว์ปีกแช่แข็งเพื่อใช้ประกอบอาหารในร้านอาหาร ผู้ประกอบการจะต้องยื่นคำร้องขอรับใบอนุญาตการนำเข้าสินค้า (Import License) จากสำนักงานจดทะเบียนการนำเข้า (Import Registration Office) ของ Hong Kong FEHD พร้อมกับแนบใบรับรองสุขอนามัยของสินค้า ซึ่งจะต้องเป็นใบรับรองที่ออกให้โดยหน่วยงานทางการของประเทศต้นทางที่ส่งออกสินค้า โดยเมื่อ Hong Kong FEHD ได้รับคำร้องแล้วก็จะออกใบตอบรับให้กับผู้ยื่นคำร้องฯ เพื่อนัดหมายวันมารับ Import License โดยใช้เวลาพิจารณา 1 วันทำการ ซึ่ง Import License 1 ใบใช้ได้สำหรับการนำเข้า 1 ครั้ง และมีอายุ 6 สัปดาห์นับจากวันที่ออก

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจะต้องลงทะเบียนร้านอาหารไว้กับ Center for Food Safety และจะต้องขอ Import License ในทุก ๆ ครั้งที่มีการนำเข้าสินค้า หากผู้ประกอบการต้องการนำเข้าไก่แช่เย็นจากประเทศจีน ผู้ประกอบการจะต้องได้รับอนุญาตการนำเข้าจาก Hong Kong FEHD ล่วงหน้า และโรงงานแปรรูปไก่แช่เย็นในจีนต้องได้รับการรับรองจาก Hong Kong FEHD

หากผู้ประกอบการต้องการนำเข้าสินค้าประเภทของหวานแช่แข็ง ผู้ประกอบการต้องมั่นใจว่า แหล่งผลิตของประเทศที่ส่งออกได้รับการรับรองจาก Hong Kong FEHD และเมื่อสินค้ามาถึงฮ่องกง Hong Kong FEHD จะทำการตรวจสอบตัวอย่างสินค้า หากสินค้ามีคุณสมบัติตรงตามมาตรฐานที่กำหนด Hong Kong FEHD จะออกหนังสืออนุญาต (Release Letter) ให้กับผู้ประกอบการเพื่อนำเข้าสินค้าต่อไป

4.3 ใบอนุญาตประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายขนมปัง / ขนมอบ (Bakery License)

หากผู้ประกอบการร้านอาหารที่มี General Restaurant License มีการอบขนมปังหรือ

ขนมอบอื่น ๆ ไว้เพื่อจำหน่ายให้ลูกค้าบริโภคเฉพาะภายในร้านอาหารเท่านั้น ร้านอาหารดังกล่าวไม่จำเป็นต้องขอใบอนุญาตประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายขนมปัง/ขนมอบ (Bakery License) แต่หากร้านอาหารนั้นมีการขายขนมปัง/ขนมอบที่ลูกค้าสามารถซื้อออกไปบริโภคนอกร้านอาหาร ผู้ประกอบการจะต้องยื่นขอ Bakery License ซึ่งมีขั้นตอนในการยื่นขอแบบเดียวกับ General Restaurant License จาก Hong Kong FEHD

4.4 ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานผลิตอาหาร (Food Factory License)

หากผู้ประกอบการร้านอาหารประสงค์ที่จะผลิต แปรรูป หรือบรรจุอาหารลงในบรรจุภัณฑ์สำหรับขายเพื่อนำออกไปบริโภคนอกร้านอาหาร เช่น การขายอาหารกล่องสำหรับบริโภคนอกสถานที่ (Take-away services) หรือบริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่ ผู้ประกอบการจะต้องได้รับใบอนุญาตสำหรับประกอบกิจการโรงงานผลิตอาหาร (Food Factory License) จาก Hong Kong FEHD ซึ่งมีขั้นตอนในการยื่นขอแบบเดียวกับ General Restaurant License

4.5 ใบอนุญาตประกอบการสถานบันเทิงคาราโอเกะ (Karaoke Establishment Permit)

ในกรณีที่ต้องการติดตั้งเครื่องคาราโอเกะไว้ให้บริการในร้านอาหาร ผู้ประกอบการต้องได้รับใบอนุญาตประกอบการสถานบันเทิงคาราโอเกะ (Karaoke Establishment Permit) จาก Hong Kong FEHD ซึ่งจะได้รับอนุมัติเมื่อผู้ประกอบการมี หรือมีแนวโน้มที่จะได้รับ General Restaurant License ซึ่ง Karaoke Establishment Permit จะมีผลบังคับใช้ตราบเท่าที่ร้านอาหารดังกล่าวมี General Restaurant License ส่วนขั้นตอนในการยื่นขอ Karaoke Establishment Permit จะดำเนินการแบบเดียวกับ General Restaurant License

4.6 ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแบบไม่บรรจุขวด/ขนมแช่แข็ง/นม (Non-bottled Drinks Permit/Frozen Confections Permit/Milk Permit)

เครื่องดื่มแบบไม่บรรจุขวด หมายถึง เครื่องดื่มที่ปรุงสดโดยไม่มีการจัดเก็บไว้ในสต๊อกเพื่อขายในร้านอาหาร เช่น น้ำผลไม้สด น้ำเต้าหู้สด รวมถึงเครื่องดื่มที่ทำจากเครื่องชงสำเร็จรูป การขายสินค้าประเภทเครื่องดื่มแบบไม่บรรจุขวด/ขนมแช่แข็ง/นมภายในร้านอาหารจะขอรับใบอนุญาตได้เมื่อผู้ประกอบการได้รับ General Restaurant License แล้ว ซึ่งขั้นตอนการยื่นขอใบอนุญาตดังกล่าวสามารถดำเนินการได้ที่ Hong Kong FEHD และมีขั้นตอนแบบเดียวกับ General Restaurant License

4.7 ใบอนุญาตประกอบอาหารควบคุม (Restricted Food Permit)

อาหารสดบางประเภท เช่น ผลไม้สำเร็จรูป ซาชิมิ ซูชิ หอยนางรม และเนื้อสัตว์ที่ยังไม่ผ่านกระบวนการปรุงสุก จะถูกจัดอยู่ในประเภทอาหารควบคุม หากผู้ประกอบการร้านอาหารต้องการจำหน่ายอาหารควบคุม จะต้องได้รับใบอนุญาตประกอบการขายอาหารควบคุม (Restricted Food Permit) จาก Hong Kong FEHD ก่อนการจำหน่ายอาหารดังกล่าว

4.8 ใบอนุญาตขายอาหารผ่านเครื่องจำหน่ายสินค้าแบบหยอดเหรียญ (Permit to Sell Food by means of Vending Machine)

ในกรณีที่ผู้ประกอบการมีการติดตั้งเครื่องจำหน่ายอาหารแบบหยอดเหรียญภายในบริเวณร้านอาหาร ผู้ประกอบการจะต้องได้รับใบอนุญาตฯ จาก Hong Kong FEHD

4.9 การขออนุญาตใช้พื้นที่ภายนอกร้านอาหารเพื่อรับประทานอาหาร (Permission for Outside Seating Accommodation)

สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการใช้พื้นที่ภายนอกร้านอาหารสำหรับลูกค้าเพื่อการรับประทานอาหารจะต้องได้รับอนุญาตจาก Hong Kong FEHD จะเห็นได้ว่า ก่อนจะเปิดร้านอาหารในฮ่องกงได้จะต้องผ่านกระบวนการขอใบอนุญาตจำหน่ายอาหารต่างๆ หลายประเภท ดังนั้น เพื่อไม่ให้เป็นการเสียเวลา ผู้ประกอบการจึงควรศึกษาข้อมูลให้ถี่ถ้วนก่อนดำเนินการยื่นขอใบอนุญาตในแต่ละประเภทต่อไป

ขั้นตอนที่ 5 การจ้างงานในร้านอาหาร

ตามหลักการจ้างงานในฮ่องกง ผู้ประกอบการจะต้องว่าจ้างพนักงานท้องถิ่นที่อยู่ในฮ่องกงให้ได้ก่อน แต่หากผู้ประกอบการไม่สามารถหาพนักงานในท้องถิ่นที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ที่เหมาะสมตรงกับตำแหน่งงานดังกล่าวแล้วก็อาจขออนุมัติรัฐบาลฮ่องกงเพื่อว่าจ้างพนักงานต่างชาติ หรือจากประเทศไทยให้มาทำงานได้ โดยรัฐบาลฮ่องกงได้เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการว่าจ้างพนักงานต่างชาติได้ภายใต้ “โครงการแรงงานเสริม” (Supplementary Labor Scheme: SLS) ซึ่งเป็นกระบวนการออกใบอนุญาตสำหรับการทำงานในฮ่องกงให้กับแรงงานชาวต่างชาติที่มีทักษะฝีมือแรงงานจำเพาะที่ไม่สามารถทดแทนได้ด้วยแรงงานท้องถิ่น เช่น คนครัวที่ต้องใช้ทักษะในการปรุงอาหารไทย เป็นต้น

ศูนย์BIC ขออธิบายขั้นตอนการยื่นขออนุมัติว่าจ้างพนักงานต่างชาติโดยสังเขปดังนี้

1. ติดต่อขอรับใบสมัคร (Form SLS-1) ได้ที่ Labour Department ฮ่องกง โดยสามารถศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับการจ้างงานจากเอกสารคู่มือการว่าจ้างลูกจ้างจากเว็บไซต์ www.labour.gov.hk/eng/public/ConciseGuide.htm

2. เมื่อผู้ประกอบการ (นายจ้าง) กรอกรายละเอียดใน Form SLS-1 เรียบร้อยแล้ว ให้ส่งไปที่ Labour Department พร้อมด้วยเอกสารสำคัญต่างๆ ทางอีเมล์ หรือทางไปรษณีย์ หรือส่งเอกสารด้วยตนเองที่ Labour Department, Room 929,
9/F, Cheung Sha Wan Government Offices
303 Cheung Sha Wan Road, Kowloon, Hong Kong

3. Labour Department จะพิจารณาเอกสารที่ยื่นเสนอมา และจะติดต่อนายจ้างกลับภายใน 1 สัปดาห์นับจากที่ได้รับ Form SLS-1 และเอกสาร โดยหากรายละเอียดการจ้างงานและอัตราค่าจ้างที่นายจ้างระบุมาถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนดแล้ว Labour Department จะแจ้งผลอนุมัติรับใบสมัครให้นายจ้างทราบ

4. หลังจากนั้น Labour Department จะกำหนดให้นายจ้างลงประกาศการจ้างงานบนหน้าเว็บไซต์ Employment Services ของ Labour Department เป็นเวลา 4 สัปดาห์เพื่อรับสมัครพนักงานท้องถิ่นก่อน โดยหากมีพนักงานท้องถิ่นที่มีคุณสมบัติ/ประสบการณ์ตรงมายื่นขอสมัครงานและนายจ้างพร้อมที่จะว่าจ้าง นายจ้างต้องจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานก่อนเข้ารับหน้าที่ โดยคณะกรรมการฝึกอบรมพนักงาน (Employees Retraining Board) ของ Labour Department จะเป็นผู้ให้การสนับสนุนหากพ้น 4 สัปดาห์แล้วยังไม่มีผู้สมัครในตำแหน่งงานดังกล่าว คำขอจ้างพนักงานต่างชาติก็จะถูกส่งต่อไปยังคณะกรรมการที่ปรึกษาแรงงาน (Labour Advisory board) เพื่อพิจารณาอนุมัติการจ้างพนักงานต่างชาติ ซึ่งจะมีการพิจารณาเป็นกรณีไป

ทั้งนี้ การจ้างงานภายใต้โครงการแรงงานเสริมนั้น อายุสัญญาการจ้างงานจะต้องมีระยะเวลาไม่เกิน 24 เดือน และหากนายจ้างประสงค์จะต่อสัญญาจ้างให้กับพนักงานคนเดิม นายจ้างต้องทำการยื่นใบสมัครใหม่ต่อ Labour Department อีกครั้งหนึ่ง

5. หลังจากที่ Labour Department ได้อนุมัติการจ้างงานพนักงานต่างชาติภายใต้โครงการแรงงานเสริมแล้ว นายจ้างก็จะต้องยื่นขอรับการตรวจลงตรา (วีซ่า) ประเภททำงานให้กับลูกจ้างพนักงานที่สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองฮ่องกง โดยมีรายละเอียดดังนี

5.1 เอกสารที่จำเป็นในการยื่นขอวีซ่าสำหรับพนักงานต่างชาติ

• แบบฟอร์มขอวีซ่าประเภททำงานในฮ่องกง (ID 1001A) สามารถดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์สำนักงาน ตม.เมืองฮ่องกง www.immd.gov.hk/eng/forms/forms/id1001a.html

• รูปถ่ายหน้าตรงสำหรับติดแบบฟอร์มฯ ขนาดไม่เกิน 55 มม. x 45 มม.

• สำเนาหนังสือเดินทางหน้าที่มีรายละเอียดและรูปถ่ายของผู้ถือหนังสือเดินทาง หรือหากผู้ยื่นขอวีซ่าพำนักอาศัยอยู่ในฮ่องกง ให้ถ่ายสำเนารายละเอียดการเข้าออกเมืองครั้งล่าสุดแนบไปด้วย

• สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนฮ่องกง (หากมี)

• สำเนาหลักฐานทางการศึกษาและประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับตำแหน่งงานที่สมัคร

• สำเนารายงานผลการตรวจร่างกายจากแพทย์

• เอกสารหลักฐานยืนยันการมีถิ่นที่อยู่อาศัยในประเทศต้นทางของผู้สมัคร

5.2 สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองฮ่องกงจะพิจารณาคุณสมบัติผู้ยื่นขอวีซ่า ดังนี้

• ผู้ยื่นฯ ต้องมีคุณสมบัติและประสบการณ์การทำงานที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน

• เงื่อนไขการจ้างงานต้องสอดคล้องกับการจ้างงานในตลาดแรงงานท้องถิ่น

• ผู้ยื่นฯ ต้องทำงานภายใต้นายจ้างคนเดียวและตำแหน่งงานเดียวกับที่รับสมัครไว้ ห้ามมิให้รับงานจากนายจ้างคนอื่น ๆ หรือเซ็นสัญญาจ้างใหม่กับบริษัทใหม่

• ผู้ยื่นฯ และนายจ้างต้องไม่มีประวัติในเชิงลบที่ก่อให้เกิดความเสียหาย

• นายจ้างต้องมีสถานะทางการเงินที่ดี สามารถทำการจ้างงาน และต้องมีที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมให้กับพนักงาน รวมถึงต้องรับผิดชอบในการส่งตัวพนักงานกลับ หากมีการยกเลิกสัญญาจ้าง

5.3 นายจ้างจะต้องยื่นเอกสารประกอบการยื่นขอวีซ่าให้กับพนักงานต่างชาติด้วย ดังนี้

• แบบฟอร์มขอวีซ่าประเภททำงานในฮ่องกง (ID 1001B) โดยสามารถดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองฮ่องกง www.immd.gov.hk/pdforms/ID1001B.pdf

• เอกสารสัญญาการจ้างงานมาตรฐาน (Standard Employment Contract Forms: LD294) จำนวน 4 ชุด โดยสามารถดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์กรมแรงงานฮ่องกง พร้อมลงนามโดยทั้งสองฝ่าย คือ นายจ้าง และพนักงาน

• สำเนาของ Approval-In-Principle Letter ที่ออกโดย Labour Department ฮ่องกง

หมายเหตุ :

(1) หากมีข้อสงสัยในรายละเอียดเกี่ยวกับการจ้างงาน Labour Department ฮ่องกงอาจขอรับเอกสารเพิ่มเติมจากนายจ้างและพนักงานได้

(2) หากเอกสารต่าง ๆ ดังกล่าวไม่ใช่ภาษาอังกฤษ หรือภาษาจีน ผู้สมัครต้องนำเอกสาร

ดังกล่าวไปแปลเป็นภาษาอังกฤษหรือจีน โดยจะต้องผ่านกระบวนการรับรองสำเนาคำแปลถูกต้อง (Notary Public) ให้เรียบร้อย

6. ผู้ยื่นขอวีซ่า รวมทั้งนายจ้าง จะต้องส่งแบบฟอร์มขอวีซ่าและเอกสารประกอบต่าง ๆ ทางไปรษณีย์ไปยังสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองฮ่องกง โดยทั่วไปจะใช้เวลาในการดำเนินการอนุมัติวีซ่าประมาณ 6 สัปดาห์นับจากวันที่ได้รับแบบฟอร์มขอวีซ่าและเอกสารต่าง ๆ ครบถ้วน

หากไม่มีข้อสงสัยเพิ่มเติม ผู้ยื่นคำร้องฯ จะได้รับการพิจารณาอนุมัติวีซ่าตามกฎระเบียบของรัฐบาลฮ่องกง อย่างไรก็ดี ผู้อำนวยการสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองมีอำนาจในการพิจารณาปฏิเสธการให้วีซ่า แม้ว่าผู้สมัครจะมีคุณสมบัติถูกต้องครบตามข้อกำหนดทุกประการ

ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ทางเว็บไซต์ของสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองฮ่องกง www.immd.gov.hk/eng/forms/hk-visas/employment-as-imported-workers.html

การศึกษาโมเดลธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง Choi Fung Hong แบรนด์ของฮ่องกง

แนวคิดในการดำเนินธุรกิจของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ และที่มีต้นกำเนิดในฮ่องกง ผลิตภัณฑ์ของ Choi Fung Hong ธุรกิจท้องถิ่นที่จัดตั้งโรงงานอุตสาหกรรมและร้านค้าปลีกขึ้นในฮ่องกงยาวนานกว่า 21 ปี

เมื่อหลายสิบปีก่อน ยุคที่โรงงานฮ่องกงต้องหนี “ค่าเช่า ค่าแรง” ไปตั้งฐานการผลิตใหม่ในจีนแผ่นดินใหญ่ แต่ทำไม ‘Choi Fung Hong’ ยังคงยืนหยัดตั้งโรงงานอยู่ในฮ่องกง??

ความสวยความงามเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับคนในสังคมมาทุกยุคทุกสมัย ปัจจุบันจะเห็นว่า มีสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์แตกต่างกันมากมายหลายระดับ มีการวางสินค้าขายตั้งแต่ตลาดนัดแบกะดินจนถึงขึ้นบนห้างสรรพสินค้าหรู ที่มาของเครื่องสำอางมักมาจากการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและใช้สมุนไพรหรือวัตถุดิบธรรมชาติเป็นส่วนผสม เช่น การใช้น้ำมะนาวเป็นส่วนผสมยาสระผมช่วยแก้อาการคันศีรษะ การใช้แชมพูที่มีส่วนผสมของตะไคร้เพื่อรักษาผมแตกปลาย การใช้ครีมล้างหน้าใบบัวบกช่วยให้หน้าสวยใส เป็นต้น ดังนั้นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางส่วนใหญ่มักใช้ความรู้ทางสมุนไพร หรือวัตถุดิบจากธรรมชาติเหล่านี้มาใช้ในการผลิตสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ตนเอง

บีไอซีขอนำเสนอแนวคิดในการดำเนินธุรกิจของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ และที่มีต้นกำเนิดในฮ่องกง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ของ Choi Fung Hong บริษัท Choi Fung Hong ขายสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล และผลิตภัณฑ์ดูแลผิว ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทของท้องถิ่นที่จัดตั้งโรงงานอุตสาหกรรมและร้านค้าปลีกขึ้นในเมืองฮ่องกง สร้างผลิตภัณฑ์ของตนเองมามากกว่า 21 ปี

แม้ว่าตั้งแต่ปี 2523 โรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ในฮ่องกงเริ่มย้ายโรงงานหรือฐานการผลิตเพื่อไปตั้งโรงงานอยู่ที่ PDR (Pearl River Delta Economy Zone) ซึ่งเป็นศูนย์กลางของการตั้งโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตที่ใหญ่และสำคัญในประเทศจีน แต่ Choi Fung Hong ยังคงตัดสินใจตั้งโรงงานอยู่ในฮ่องกง มีการก่อตั้งทีมงานของตนขึ้นเพื่อรับผิดชอบในทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการผลิต ตั้งแต่การเริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขบวนการการผลิต การควบคุมคุณภาพของสินค้า ที่ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า และเป็นที่นิยมมาหลายสิบปี

แรงดลใจทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจหรือความคิดริเริ่ม (Inspiration Brings up Business Opportunities or Innovative ideas)

คุณ Benny Yeung ผู้ก่อตั้ง บริษัท Choi Fung Hong ได้แนวความคิดของสินค้าตัวแรกที่ขายดีติดอันดับและทำรายได้ให้กับบริษัท คือ Sucrose Moisturising Shower Gel (เจลอาบน้ำน้ำตาลซูโครส)

คุณ Benny ได้แนวความคิดผลิตสินค้าตัวนี้จากการไปเยี่ยมคุณยายของตน ซึ่งท่านใช้น้ำที่มีส่วนผสมของน้ำตาลทรายอาบน้ำชำระร่างกายเป็นประจำเพื่อให้มีผิวพรรณดี นั่นคือจุดเริ่มต้นของการคิดค้นสินค้าชิ้นนี้ ทุกวันนี้ Sucrose Moisturising Shower Gel เป็นสินค้าที่ขายดีติดอันดับ ทำยอดขายประจำปีได้มากกว่า 300,000 ขวด

การโฆษณาจากปากต่อปาก (Publicity Through Word of Mouth)

สินค้าจำพวกเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณของบริษัท Choi Fung Hong ที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลา 21 ปี ใช้วิธีการโฆษณาสินค้าแบบปากต่อปาก หรือเพื่อนแนะนำเพื่อน จนกระทั่งในระยะหลังที่เศรษฐกิจฮ่องกงเริ่มซบเซา ทำให้ยอดขายลดลงติดต่อกันถึง 14 เดือน ดังนั้นคุณ Irene Lam ผู้จัดการแผนกฝ่ายบริหารและฝ่ายบุคคลของบริษัท Choi Fung Hong จึงหาหนทางเพื่อที่จะเพิ่มยอดขายให้กับบริษัท เริ่มจากการแจกสินค้าตัวอย่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดใจลูกค้า ทั้งนี้ ฝ่ายการตลาดจะต้องสำรวจรสนิยม และพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาด เพื่อให้ผลิตสินค้าออกมาตรงตามความต้องการของลูกค้า การเขียนบล็อกผ่านเว็บไซต์เกี่ยวกับบทวิจารณ์ และแนะนำตัวสินค้า มีการใช้สื่อออนไลน์ และเครือข่ายสังคมช่วย เช่น แชร์ Instagram และ Facebook

ความน่าเชื่อถือว่าเป็นสินค้าผลิตในฮ่องกงและมีคุณภาพ (A Trustworthy Tag of Quality)

แม้ว่าธุรกิจในฮ่องกงส่วนใหญ่มักตั้งโรงงานในประเทศจีนเพื่อลดต้นทุนการผลิต แต่บริษัท Choi Fung Hong ยังตั้งโรงงานผลิตอยู่ที่ฮ่องกงใน Nan Fung Industrial City เขต Tuen Mun คุณ Irene Lam ยืนยันว่า บริษัทยังคงรักษาแนวความคิดของสินค้าที่เป็นสินค้าแบรนด์ฮ่องกงและผลิตจากฮ่องกง ประโยชน์ที่ได้รับจากการตั้งฐานการผลิตในฮ่องกงก็เพื่อที่จะควบคุมทุก

ขั้นตอนการผลิตได้อย่างใกล้ชิด ทำให้สินค้าที่ผลิตได้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานฮ่องกง ซึ่งทีมงานการผลิตสามารถทำการวิจัยและการพัฒนาสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค

ในเรื่องคุณภาพสินค้า บริษัทจะมีการทดสอบและตรวจสอบสินค้าอย่างเข้มงวดก่อนแนะนำสินค้าตัวใหม่เข้าสู่ตลาด สินค้าทุกชุดจะมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าจากทีมควบคุมคุณภาพสินค้า หลังจากนั้นจะส่งไปที่ SGS Hong Kong เพื่อตรวจสอบอีกครั้งเพื่อให้สินค้าได้มาตรฐานฮ่องกง ซึ่งสำหรับบริษัท Choi Fung Hong ไม่เคยมีการตรวจพบว่ามีปัญหาในเรื่องคุณภาพของสินค้าเลย คุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐานและบริการดีเยี่ยม ทำให้ Choi Fung Hong เป็นที่นิยมจากทั้งลูกค้าในฮ่องกง และลูกค้าในจีน สำหรับขบวนการการผลิตนั้น ใช้พื้นที่ทั้งหมดเท่ากับ 100,000 ตารางฟุต เป็นทั้งโกดังเก็บสินค้า และพื้นที่โรงงาน มีไลน์ของการผลิตทั้งหมด 7 ไลน์

แม้ว่าการย้ายฐานการผลิตไปยังจีนสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิต แต่ในความเป็นจริงแล้ว มีหลาย ๆ บริษัทได้ย้ายฐานการผลิตกลับมาที่ฮ่องกงเพราะเนื่องจากอัตราการแลกเปลี่ยนที่สูงขึ้นของเงินหยวน ทำให้ราคาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ราคาค่าเช่าของโรงงาน และค่าแรงเพิ่มขึ้น

คุณ Irene Lam เชื่อว่าต้นทุนการผลิตในฮ่องกงสามารถควบคุมได้หากเป็นเจ้าของโรงงานเอง การค่อย ๆ เปลี่ยนไปใช้เครื่องจักรทดแทนแรงงานคน จะสามารถช่วยลดความผิดพลาดจากมนุษย์และลดต้นทุนการผลิตได้อย่างดีเยี่ยม

การคิดค้นสายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Unique and Diversified Products to Improve Competitiveness)

Choi Fung Hong ผลิตสินค้าขึ้นเอง และเปิดสำนักงานขายสาขาต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายสินค้าด้วยตนเอง ซึ่งเป็นช่องทางจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิต (Producer) ถึงผู้บริโภค (End User) ไม่มีการพึ่งพาตัวแทนจำหน่ายร้านค้าปลีกอื่น ๆ (Retail Agents) คู่แข่งที่สำคัญของสินค้าดูแลผิวพรรณของบริษัท คือ สินค้าเกาหลี เพราะเกาหลีนำเสนอราคาสินค้าได้ถูกมาก ซึ่ง Choi Fung Hong ได้ใช้ความหลากหลายของสินค้าเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ชนิดของสินค้าในเครือประกอบด้วยสินค้าดูแลผิวพรรณ เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ โดยบริษัทจะนำเสนอขายสินค้าแต่ละชนิดให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่าง ๆ กัน ซึ่งมีตั้งแต่กลุ่มวัยรุ่น แม่บ้าน และผู้มีอายุ นั่นคือผลสำเร็จของบริษัท

สินค้าของ Choi Fung Hong แตกต่างจากคู่แข่งอื่น ๆ ในฮ่องกง เช่น ร้าน Sasa และ ร้าน Bonjour สินค้าที่ขายในร้าน Sasa และ Bonjour สามารถหาได้จากร้านค้าอื่น ๆ เพราะทั้งสองบริษัทเป็นร้านตัวแทนค้าปลีก ส่วนสินค้าของ Choi Fung Hong ไม่สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าปลีกทั่วไป

ธุรกิจที่เกาะตามกระแสและเติบโตก้าวหน้าไปตามเวลา (Go with the Tide, Advance with the Times)

เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2559 Choi Fung Hong ได้เปิดตัวสินค้าใหม่ในกลุ่ม B.Duck เพื่อตามกระแสความนิยมของผู้บริโภค แบรนด์ B.Duck เป็นธีมของตุ๊กตาพลาสติกเป็ดสีเหลือง (Yellow Rubber Duck Theme) ที่บูมมากในปี 2556 เพราะมีการโปรโมทโดยโชว์ลูกเป็ดขนาดใหญ่ลอยน้ำอยู่ในอ่าววิกตอเรียที่ Tsim Sha Tsui ตั้งแต่นั้นแบรนด์ B.Duck จึงเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ทั้งในฮ่องกง จีน ญี่ปุ่น และต่างประเทศ

บริษัท Choi Fung Hong จึงเลือก B.Duck เป็น Theme ของสินค้าชุดใหม่ของบริษัทที่แสดงถึงความอ่อนวัยขึ้น มีชีวิตชีวา ส่วนสินค้าใหม่อีกตัวหนึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่ใช้ในครัวเรือน ซึ่งเสนอขายให้กับกลุ่มลูกค้าแม่บ้าน โดยการคิดค้นน้ำยาซักรีด และน้ำยาล้างจานซึ่งทำจากเอ็นไซม์ธรรมชาติ เพื่อให้ทันตามกระแสปัจจุบันของการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การคิดค้นสร้างสรรค์ของสินค้า Choi Fung Hong การแนะนำสินค้าที่แตกต่างกันหลาย ๆ ชนิด

การเสนอขายสินค้าในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน เป็นการช่วยเสริมสร้างธุรกิจให้สามารถดำเนินต่อไปอย่างแข็งแกร่ง

คุณ Irene Lam ได้เปิดเผยแผนการดำเนินงานในอนาคตว่า ในเดือนมีนาคม ปี 2560 นี้ Choi Fung College จะจัดตั้งขึ้นที่ Mongkok ซึ่งจะเป็นสาขาหลักที่มีการเปิดสอนหลักสูตร

การแต่งหน้าโดยเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงในการแต่งหน้ามาอบรมให้กับลูกค้าผู้สนใจ ผู้ที่ผ่านการฝึกอบรมคอร์สนี้จะได้รับประกาศนียบัตรด้วย และจะเปิดอีกหนึ่งสาขางที่ Tsz Wan Shan Shopping Centre ซึ่งตอนนี้ Choi Fung Hong วางแผนที่จะเปิดสาขาใหม่ในห้างสรรพสินค้าเพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้า และส่งเสริมแบรนด์ของตน

บริษัท Choi Fung Hong จัดตั้งเมื่อปี 2538 โดยคุณ Benny Yeung มีทั้งโรงงานผลิต และสำนักงานตั้งอยู่ที่เขต Tuen Mun เป็นแบรนด์สินค้าที่มีแหล่งกำเนิดจากฮ่องกง ซึ่งผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล และผลิตภัณฑ์ดูแลผิว และขายในฮ่องกง โดยใช้จุดขายว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและราคาไม่แพง ตอนที่จัดตั้งบริษัทใหม่ ๆ จะเน้นการขายส่งสินค้าประเภทร้านเสริมสวย ต่อมาค่อย ๆ พัฒนาเป็นการค้าปลีก โดยปัจจุบันมีร้านค้าปลีกทั้งสิ้นในฮ่องกงทั้งหมด 19 สาขา

จะเห็นได้ว่า การสร้างแบรนด์สินค้าให้มีความน่าเชื่อถือนั้น เป็นเรื่องที่มีความสำคัญยิ่ง ผลิตภัณฑ์ Choi Fung Hong ได้คงความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองไว้ โดยใช้จุดขายที่ว่าเป็นแบรนด์ดั้งเดิมของฮ่องกงที่ผลิตสินค้า และขายในฮ่องกงเท่านั้น นั่นคือความสำเร็จทางด้านธุรกิจของบริษัท Choi Fung Hong

เรียนรู้ความสำเร็จ : 'หลัวซือเฝิ่น' เมืองหลิ่วโจว เมนูของ 'คนชอบกินเส้น'

เรื่องเล่าของเส้นหมี่บ้าน ๆ เมนูพื้นเมืองของ 'คนชอบกินเส้น' ในเมืองหลิ่วโจวของกว่างซี มาร่วมเรียนรู้ 'กลเม็ดเคล็ด(ไม่)ลับ' ประสบการณ์ทำเงินเส้นหมี่ 'หลัวซือเฝิ่น' เปิดหน้าบันทึกความสำเร็จของเส้นหมี่ธรรมดา (ที่ไม่ธรรมดา) ชนิดนี้กัน

เมนูพื้นเมืองของ 'คนชอบกินเส้น' ที่เลื่องชื่อลือนามในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง ใคร ๆ อาจจะนึกถึงชายสี่เส้นหมี่กุ้ยหลิน หรือที่คนจีนเรียกว่า "กุ้ยหลินหมีเฝิ่น" อันที่จริงยังมีเส้นหมี่อีกชนิดหนึ่งที่เป็นหน้าเป็นตาของชาวกว่างซีที่พูดแล้วจะต้องร้องอ๋อ.... บางคนว่าถ้ายังไม่ได้ทานก็เหมือนยังมาไม่ถึงกว่างซี

วันนี้ BIC มีสาระเบา ๆ มาเล่าสู่กันฟังกันครับ/ค่ะ เป็นเรื่องเล่าของเส้นหมี่บ้าน ๆ ที่วันนี้เขา 'โกอินเตอร์' ไปไกลบ้านลุงแซม เรามาเรียนรู้ 'กลเม็ดเคล็ด(ไม่)ลับ' ประสบการณ์ทำเงินเส้นหมี่ 'หลัวซือเฝิ่น' และบันทึกความสำเร็จของเส้นหมี่ธรรมดา (ที่ไม่ธรรมดา) ชนิดนี้กัน

เส้นหมี่หลัวซือ หรือที่คนจีนเรียกว่า 'หลัวซือเฝิ่น' (螺蛳粉) เป็นเมนูโปรดของคนชอบกินเส้นที่ชาวเมืองหลิ่วโจวของกว่างซีใช้เวลามากกว่า 30 ปีเพื่อปลุกปั้นจนกลายเป็นเมนูที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายนั่นเอง

'หลัวซือเฝิ่น' ชื่อนี้ได้แต่ใดมา? คำว่า 'หลัวซือ' เป็นชื่อเรียกหอยชนิดหนึ่งคล้ายหอยขมบ้านเรา พวกเขาใช้เนื้อหอยชนิดนี้มาเคี่ยวกับกระดูกหมู เครื่องเทศ (โป๊ยกั๊ก อบเชย) และพริกนาชนิดจนได้เป็นน้ำซุปรสชาติเผ็ดกลมกล่อม

ส่วนคำว่า 'เฝิ่น' ในภาษาจีนก็คือ เส้นหมี่สีขาวที่มีความเหนียวหนึบ รับประทานคู่กับสารพัดเครื่องเคียง เช่น หน่อไม้ดอง ถั่วลิสง ฟองเต้าหู้กรอบ หัวไชเท้าแห้ง เห็ดหูหนูดำ ผักสด ไข่พะโล้ และตีนเป็ด

เมนูเส้น ๆ ชนิดนี้มีเอกลักษณ์ด้านรสชาติที่เผ็ดจัดจ้านจนควันออกหู สีแดงฉานของพริกน้ำมันและกลิ่นหน่อไม้ดองที่คนจีนเขาบอกว่า 'ได้กลิ่นรู้สึกเหม็น ได้กินรู้สึกหอม'

ความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของเส้นหมี่หลัวซือที่แฝงไว้ด้วยกลิ่นอายวัฒนธรรม และประวัติความเป็นมาที่ยาวนานจนได้รับการตีทะเบียนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของกว่างซี คงพอที่จะการันตีได้ว่าอาหารบ้าน ๆ ชนิดนี้เป็นเมนูทานง่ายที่ 'ฮ็อต' มากขนาดไหน

ส่วนแรก ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) ขอนำท่านผู้อ่านไปล้วงลึก 'กลเม็ดเคล็ด(ไม่)ลับ' เรียนรู้ประสบการณ์ทำเงินเส้นหมี่ 'หลัวซือเฝิ่น' เขามีวิธีการอย่างไรในการพัฒนาธุรกิจเส้นหมี่ชนิดนี้ให้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในจีน?

เรื่องราวความสำเร็จของ 'หลัวซือเฝิ่น' ต้องเท้าความกลับไปเมื่อ 3-4 ปีก่อน การทำ PR ของเมืองหลิ่วโจวเริ่มต้นจากการเปิดตัวโครงการ 'เส้นหมี่หลัวซือเฝิ่นเหยียบกรุงปักกิ่ง' รวมถึงในหัวเมืองใหญ่ทั่วจีน จากนั้น 'หลัวซือเฝิ่น' ได้ออกรายการโทรทัศน์ชื่อดังอย่าง '舌尖上的中国' หรือ A bite of China ทางสถานีโทรทัศน์ CCTV จีน ทำให้เส้นหมี่ชนิดนี้ยิ่งเป็นที่รู้จักในแวดวงเชลล์ชวนชิมทั่วจีน

นอกจากเงินในกระเป๋าสตางค์ตัวเองแล้ว คงปฏิเสธไม่ได้ว่า **การเป็น 'ป่าดัน' ของรัฐบาลท้องถิ่น** เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

ที่ผ่านมา เมืองหลิ่วโจวพยายามทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุโทรศัพท์ รวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอิทธิพลในวงสังคมอย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมนิยามการสร้าง 'แบรนด์' และ 'เฟรนไชส์' ให้กับผู้ผลิต การกำหนดมาตรฐานสินค้า (ระดับท้องถิ่น) เพื่อสร้างระเบียบ/มาตรฐานคุณภาพสินค้า

กฎการใช้ตราสินค้า (Trademark) ที่มีคำว่า 'หลิ่วโจวหลัวซือเฝิ่น' ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ GI [*] แบบเอ็กซ์คลูซีฟสำหรับชาวหลิ่วโจวเท่านั้น เพื่อเป็นการการันตีว่าสินค้ามีกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการแบบหลิ่วโจวแท้ ๆ

การสร้างวัฒนธรรมอาหาร (Food Culture) จะต้องมีการใส่เรื่องราว (Storytelling) ที่มีความน่าสนใจน่าค้นหาให้กับตัวสินค้าอย่างเช่น การถ่ายทำหนังสั้น 'หลิ่วโจวหลัวซือเฝิ่น' เพื่อพรีเซ็นต์รากเง้าของวัฒนธรรมท้องถิ่นเมืองหลิ่วโจว

การสร้าง 'ห้องครัว' ให้กับผู้ผลิตด้วยการจัดตั้งสวนอุตสาหกรรมหลัวซือเฝิ่น แถมยังมีเงินอุดหนุนสำหรับการซื้ออุปกรณ์เครื่องจักร เงินอุดหนุนเพื่อปรับปรุงเทคโนโลยี(การผลิต) รวมทั้งยังมีโอกาสได้รับเงินสนับสนุนด้านการฝึกอบรมลูกจ้างในสายการผลิตอีกด้วย

ร้าน Dr.Luosi หรือที่ภาษาจีนเรียกว่า 'หลัวซือป๋อ' (螺蛳博) เป็นตัวอย่างร้านหลัวซือเฝิ่นที่ประสบความสำเร็จจากการเข้าร่วมโครงการดังกล่าว Dr.Luosi เข้าร่วมโครงการในปี 2554 ระยะเวลาสั้น ๆ เพียง 5 ปีได้ขยายกิจการในลักษณะแฟรนไชส์ในเมืองเซินเจิ้น นครกว่างโจว และนครฉางชา รวม 15 แห่ง ผลประกอบการเฉลี่ยของแต่ละร้านตกปีละ 4 ล้านหยวน!!!

---

[*] สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI คือ สินค้า (ทรัพย์สินทางปัญญา) ที่ในกระบวนการผลิตมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับธรรมชาติ พื้นที่และคนในชุมชนนั้น โดยใช้ชื่อทางภูมิศาสตร์มาเป็นชื่อสินค้า (ที่มา: วารสาร ทรัพย์สินทางปัญญา)

การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจด้วยระบบ 'เฟรนไชส์' ที่สามารถลดข้อจำกัดและสร้างเสริมความได้เปรียบด้านแหล่งเงินทุน การพัฒนาธุรกิจออกมาในรูปแบบของเฟรนไชส์เพื่อเปิดหาพันธมิตรที่มองเห็นโอกาสธุรกิจร่วมกัน โดยการควักกระเป๋าจ่ายค่าเฟรนไชส์เพื่อแลกกับระบบบริหารจัดการแบบครบวงจร ตั้งแต่การฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ การตกแต่งร้านและการตลาด นับเป็นโมเดลธุรกิจที่สร้างความแพร่หลายและอยู่ในกระแสความสนใจไม่น้อย

แต่เอ๊ะ!! ต้องลองสำรวจตัวเองก่อนว่าคุณพร้อมมากขนาดไหน?? เริ่มจากการทำความเข้าใจในรูปแบบธุรกิจเฟรนไชส์ กฎหมายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (โดยเฉพาะข้อบังคับในต่างประเทศ) รวมถึงการเข้าใจเรื่องการจดทะเบียน เครื่องหมายการค้า ซึ่งเป็นหัวใจของธุรกิจ

เมืองหลิ่วโจวเขามีมาตรการจ่ายเงินอุดหนุน(แบบจ่ายงวดเดียว) ให้กับร้านเฟรนไชส์ 'หลัวซือเฝิ่น' ที่เปิดใหม่ในต่างเมือง แต่กำหนดเงื่อนไขว่า ร้านนั้นจะต้องมีขนาดใหญ่กว่า 100 ตารางเมตร หรือ มีลูกจ้างในร้านมากกว่า 15 คน

ในยุคที่เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของเรา ๆ ท่าน ๆ นั้น การพัฒนาธุรกิจโดยอาศัยหน้าร้านจริงอย่างเดียวคงไม่พอ ผู้ประกอบการที่เห็นช่องทาง (รวย) ได้มี**การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีร่วมกับการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์** (แบบบรรจุถุงสุญญากาศ) เพื่อจำหน่ายผ่านช่องทางธุรกิจ e-commerce เพื่อสร้างยอดขายให้กระจายผ่านทาง courier ถึงมือลูกค้าทั่วทั้งในและต่างประเทศได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

ศักยภาพของตลาดที่มีมูลค่าอันมหาศาลเป็นแรงขับเคลื่อนให้ผู้ผลิตพัฒนากรรมวิธีการผลิตและเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์แบบสุญญากาศเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาและเพิ่มความสะดวกในการขนส่ง ทำให้เส้นหมี่ที่สมัยก่อนต้องมาลิ้มรสที่หน้าร้านด้วยตนเองได้มีโอกาสเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ปัจจุบันสามารถพบเห็นเส้นหมี่หลัวซือเฝิ่นกึ่งสำเร็จรูปพร้อมปรุงถูกวางจำหน่ายตามห้างร้านทั่วไป หรือเสิร์ชได้ง่าย ๆ บนเว็บไซต์ออนไลน์

ข้อมูลคณะกรรมาธิการพาณิชย์เมืองหลิ่วโจว ระบุว่า ณ สิ้นปี 2559 ร้านหลัวซือเฝิ่นออนไลน์มีจำนวน 5,000 กว่าร้าน มีผู้ผลิตหลัวซือเฝิ่นแบบบรรจุถุงสูญญากาศมากกว่า 70 ราย มีแบรนด์หลัวซือเฝิ่นมากกว่า 300 ยี่ห้อ มูลค่าการผลิตพุ่งทะยานขึ้นจาก 500 ล้านหยวนเมื่อปี 2558 มาอยู่ที่ 1,500 ล้านหยวนเมื่อปีที่ผ่านมา

จากการลองค้นหาคำว่า 'หลัวซือเฝิ่น' ผ่านเว็บไซต์ taobao พบรายการสินค้าหลายพันรายการ ราคาขายตกเฉลี่ยถุงละ 12 หยวน หรือราว 60 บาท บางรายมีโปรโมชั่นฟรีค่าจัดส่งหรือแถมฟรีถ้าซื้อครบจำนวนที่ร้านค้ากำหนด

ขณะที่เว็บ Alibaba.com เปิดเผยว่า'หลัวซือเฝิ่น'เป็นสินค้ายอดนิยมของผู้บริโภคออนไลน์ โดยสามารถทำยอดขายสูงสุดในบรรดาสินค้าประเภทเส้นหมี่ที่จำหน่ายอยู่บนแพลทฟอร์มของอาลีบาบา

ในแต่ละวันมียอดจำหน่ายผ่านเว็บออนไลน์สูงหลายหมื่นห่อ ถือเป็นช่องทางขยายฐานลูกค้าและช่องทางทำเงินที่เจ๋งไปอีกแบบ

โมเดลธุรกิจแบบ O2O (Online to Offline) เป็นอีกหนึ่งเทรนด์การตลาดของธุรกิจอาหารในประเทศจีน ร้านอาหารสามารถสมัครเข้าร่วมรายการกับแพลทฟอร์มสั่งอาหารชื่อดังผ่านทางเว็บไซต์และแอพพลิเคชั่นบนมือถือ อาทิ meituan (美团) nuomi (百度糯米) และที่กำลังมาแรงในจีนอย่าง ele.me (饿了么) รวมถึงโซเชียลเน็ตเวิร์คอื่นๆ อย่างเช่น WeChat (微信) และ Weibo (微博) เพราะเป็นช่องทางการเพิ่มยอดขายที่กำลังได้รับความนิยมมากที่สุดในชุมชนเมืองทั่วประเทศจีน

แพลทฟอร์มเหล่านี้มีจุดเด่นหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานที่ง่าย เป็นที่รู้จักและเข้าถึงผู้บริโภคได้รวดเร็ว มีคนช่วยทำการตลาดประชาสัมพันธ์ กระตุ้นยอดขายได้ดี ดึงดูดใจผู้บริโภคด้วยโปรโมชั่นราคาสุดแสนประหยัด แถมในบางแพล็ทฟอร์มยังมีบริการ Delivery ถึงหน้าบ้านอีกด้วย

กุญแจสู่ความสำเร็จดอกสุดท้ายของเส้นหมี่ 'หลัวซือเฝิ่น' นั่นก็คือ การที่ **'กล้าคิด กล้าทำ'** การพัฒนาจากเส้นหมี่บ้านๆ ที่มีขายอยู่ตามตรอกซอกซอยในอดีต มา ณ วันนี้เส้นหมี่หลิ่วโจวเขา 'โกอินเตอร์' ไปไกลถึงย่านไชน่าทาวน์ในนครลอสแอนเจลิส และนครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกากันแล้ว แถมมีการจ้างพรีเซนเตอร์ชื่อดัง 'จ้าวเหว่ย' นักแสดงนำสาวชาวจีนจากละครองค์หญิงกำมะลอที่เคยโด่งดังในอดีตมาการันตีรสชาติความอร่อยอีกด้วย

ที่บ้านเราเองก็ได้ข่าวว่ามีร้านหลัวซือเฝิ่นตั้งอยู่ในซอยข้างรั้วมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ กิจการเล็กๆ ที่มีนักศึกษาก่างซีที่เคยมาเรียนอยู่ในมหาวิทยาลัยแห่งนี้เป็นเจ้าของอยู่ด้วย

ตัวอย่างการ '**กล้าคิด(ใหญ่) กล้าทำ(ใหญ่)**' (แต่..ทุกอย่างต้องตั้งอยู่บนความพร้อมเสมอ) ของบริษัท Liuzhou LuoZhuangYuan Food (广西柳州市螺状元食品有限公司) เจ้าของแบรนด์ "หลัวจ้วงหยวน" (螺状元) นับเป็นผู้บุกเบิกตลาดหลัวซือเฝิ่นในแดนลุงแซม

ก้าวแรกของแบรนด์ 'หลัว จ้วง หยวน' ในการบุกตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างจริงจังเริ่มต้นขึ้นเมื่อต้นปี 2560 หลังจากที่บริษัทฯ ได้มีการส่งออก 'หลัวซือเฝิ่น' กึ่งสำเร็จรูป (บรรจุถุงสุญญากาศ) ล็อตแรกจำนวน 50,000 ห่อ มูลค่า 70,000 ดอลลาร์สหรัฐ ข้ามน้ำข้ามทะเลไปสหรัฐอเมริกาได้สำเร็จ

คุณหลิว ชิงสือ (Liu Qingshi, 刘清石) ผู้จัดการใหญ่เจ้าของแบรนด์ 'หลัวจ้วงหยวน' เปิดเผยว่า ยอดขายผ่านระบบออนไลน์เป็นสิ่งที่สร้างแรงบันดาลใจให้ 'หลัวจ้วงหยวน' บุกตลาดอเมริกา

จากข้อมูลพบว่าธุรกิจรายนี้ทำยอดขายเฉลี่ยที่ผ่านระบบออนไลน์มากกว่าวันละ 3 แสนกล่อง (โดยทั่วไป เส้นหมี่ฯ แบบบรรจุกล่องๆ ละ 5 ห่อที่มีจำหน่ายอยู่บนเว็บไซต์ taobao.com มีราคาขายตกเฉลี่ยกล่อง 60 หยวน หรือราวๆ 300 บาท) ถือเป็น 'เน็ตไอดอล' ของอาหารที่จำหน่ายบนเว็บออนไลน์

นับจากต้นปี 2560 ที่ผ่านมา ธุรกิจรายนี้เปิดร้านหลัวซือเฝิ่น 2 สาขาในมหานครนิวยอร์ก ร้านสาขาแรกเปิดเมื่อเดือน มี.ค. บริเวณลานอาหาร Flushing ในย่านชุมชนชาวเอเชียสัญชาติอเมริกัน ยอดขายเฉลี่ยวันละ 800 ถ้วย ถัดมาในเดือน เม.ย. ได้ฤกษ์เปิดสาขาสองที่ Sunset Park เขต Brooklyn ไม่หยุดเพียงแค่นี้!! ธุรกิจรายนี้วางกลยุทธ์การตลาดว่าจะเปิดร้านหลัวซือเฝิ่นในหัวเมืองใหญ่ทั่วสหรัฐอเมริกา โดยในปีนี้จะเปิดสาขาเพิ่มในหัวเมืองสำคัญในพื้นที่ชายฝั่งตะวันออก และปีหน้า (ปี 2561) จะขยับขยายไปยังพื้นที่ชายฝั่งตะวันตกของอเมริกา

ศูนย์ BIC เห็นว่า ต้นแบบประสบการณ์ความสำเร็จของธุรกิจเส้นหมี่หลัวซือเฝิ่นของกว่างซีเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการไทยสามารถศึกษาและนำมาปรับใช้กับอุตสาหกรรมเส้นหมี่ของไทยได้ เช่นกันเนื่องจากประเทศไทยมีเส้นหมี่ที่มีรสชาติหลากหลาย เส้นหมี่แต่ละประเภทก็มีรสชาติความอร่อยที่เป็นเอกลักษณ์และได้รับความนิยมไม่แพ้ใครและเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมของคนทุกช่วงวัยเป็นอีกหนึ่งโอกาสที่ดีของไทยที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าวให้เกิดขึ้นได้

ในแง่ของการเจาะตลาดจีน **'พฤติกรรมผู้บริโภค'** เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตไทยต้องคำนึงถึงอันดับแรก เนื่องจากผู้บริโภคชาวจีนมีอำนาจซื้อมากขึ้น มีความต้องการที่สูงมากขึ้นในแง่คุณภาพ และต้องการความสะดวกสบายในยุคสมัยที่สังคมมีการแข่งขันสูงและต้องการความสะดวกรวดเร็ว รวมทั้งมีความใส่ใจเรื่องสุขภาพอนามัยมากยิ่งขึ้น และเห็นว่าการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและผงชูรสเป็นสิ่งที่ไม่ดีต่อสุขภาพ

ท่านผู้อ่านคงเกิดคำถามขึ้นว่า...*แล้วทำไมเส้นหมี่หลัวซือเฝิ่นกึ่งสำเร็จรูปจึงเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคชาวจีน??* นั่นเป็นเพราะว่า เส้นหมี่หลัวซือเฝิ่นเป็นอาหารกึ่งสำเร็จรูปพร้อมปรุงที่มีซองเครื่องแกงปรุงรสและเครื่องเคียงที่มีความสด (บรรจุถุงสุญญากาศ) แตกต่างจากบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทั่วไปที่มีซองผงปรุงรสที่ให้ความรู้สึกว่าเป็นผงชูรสล้วน ๆ นั่นเอง

ดังนั้น จึงเป็นโจทย์ให้ผู้ผลิตไทยที่อยากจะเข้ามาเจาะตลาดจีนได้ขบคิดว่า *เราจะพัฒนาผลิตภัณฑ์เส้นหมี่ไทยให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคชาวจีนได้อย่างไร??* เพื่อร่วมสนับสนุนนโยบาย 'ครัวไทยสู่ครัวโลก'

.....โอกาส (ทำเงิน) มีไว้สำหรับ "ผู้พร้อม" เสมอ.....

อาลีบาบา เผยเคล็ดลับ อุตสาหกรรมการผลิต เพื่อการค้าต่างประเทศ เสนอทิ้งโมเดลการค้าเดิม มุ่งสู่เศรษฐกิจ 4.0 อย่างเต็มรูปแบบ

ในยุคที่ทั่วโลกกำลังให้ความสำคัญกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมการผลิตสู่ยุค Industry 4.0 ‘พญามังกรจีน’ ก็เป็นหนึ่งในประเทศที่กำลังอยู่ในช่วงก้าวผ่านจากอุตสาหกรรม 2.0 และ 3.0 เข้าสู่ยุคที่มีการผสมผสานระหว่าง Internet of Things กับ Internet of Services เข้าด้วยกัน โดย Alibaba ได้นำเสนอการค้าต่างประเทศในรูปแบบที่ต่างออกไปจากเดิม โดยนำรูปแบบของอุตสาหกรรม 4.0 มาปรับใช้เพื่อพลิกสูตรการค้าต่างประเทศ 6+1 เป็นสูตรอะไร??

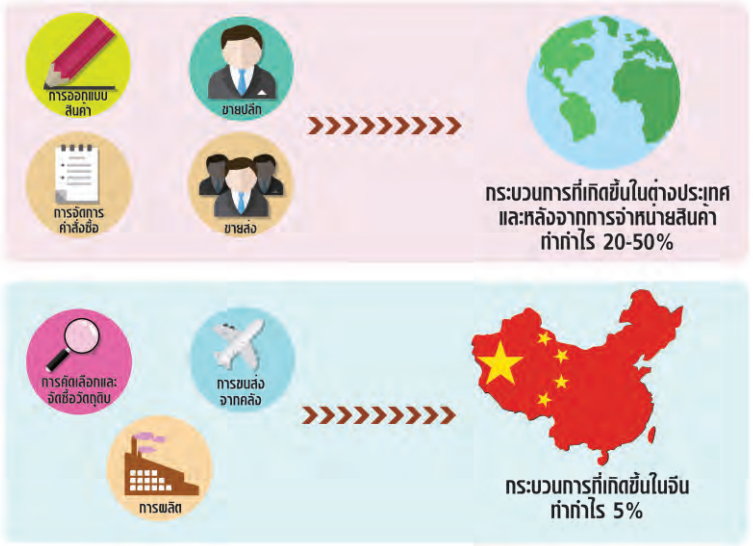
ในยุคที่ทั่วโลกหรือแม้แต่ประเทศไทยเองต่างให้ความสำคัญกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อยกระดับประสิทธิภาพและคุณภาพของสินค้าเพื่อการบริโภคภายในและการค้ากับต่างประเทศ ประเทศจีนเป็นหนึ่งในหลายประเทศที่กำลังอยู่ในช่วงก้าวผ่านจากรูปแบบอุตสาหกรรม 2.0 และอุตสาหกรรม 3.0 ที่มีอุตสาหกรรมการผลิตโดยแรงงานมนุษย์ควบคู่ไปกับแรงงานเครื่องจักรไปสู่รูปแบบอุตสาหกรรม 4.0 เป็นระบบอุตสาหกรรมการผลิต ที่เรียกว่า Cyber-Physical Systems[1] ซึ่งผสมผสานระหว่าง Internet of Things กับ Internet of Services เพื่อเชื่อมโยงความต้องการของผู้บริโภคที่มีรูปแบบหลากหลายเข้ากับกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการนั้นๆ อย่างมีประสิทธิภาพในจำนวนมากและในเวลาอันรวดเร็ว

ปัจจุบันระบบอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการค้าระหว่างประเทศของจีนส่วนใหญ่ยังคงใช้รูปแบบการผลิตเพื่อการค้าแบบเก่าคือ อุตสาหกรรม 2.0 และ 3.0 แบ่งเป็น 6+1 ขั้นตอน ประกอบด้วย.....

โดยรูปแบบการค้าต่างประเทศ 6+1 นี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ขั้นตอนที่เกิดขึ้นในจีนประกอบด้วย การคัดเลือก และจัดซื้อวัตถุดิบ การขนส่ง + การผลิต ซึ่งเป็นขั้นตอนที่มีกำไรต่อหน่วยสินค้าน้อยประมาณร้อยละ 5% โดยกระบวนที่เหลือเกิดขึ้นในต่างประเทศมีกำไรต่อสินค้าหนึ่งชิ้นชนิดมหาศาล

[1] Cyber-Physical Systems คือ การผลิตที่ใช้คอมพิวเตอร์หรือหุ่นยนต์ในการผลิต และควบคุมด้วยเทคโนโลยีขั้นสูงอย่างเบ็ดเสร็จ ปัจจุบันพบได้ในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานอวกาศ ยานยนต์ เคมี พลังงาน สาธารณูปโภคพื้นฐาน การคมนาคมขนส่ง และการรักษาพยาบาล

ประกอบด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดการใบสั่งซื้อ การขายส่งและขายปลีก สร้างกำไรให้กับสินค้าประมาณ 20%-50% ต่อชิ้น



การเข้ามาตั้งฐานผลิตในจีนของแบรนด์ต่าง ๆ จากต่างประเทศ แน่นอนว่าเป็นผลดีต่อตัวเลขเศรษฐกิจจีน แต่การที่สินค้าต่าง ๆ สามารถทำกำไรจากสินค้าที่ส่งกลับเข้ามาจำหน่ายในจีนเองก็ทำให้ชาวจีนเองกระอักกระอ่วนใจไม่น้อย ยกตัวอย่างเช่น กระเป๋า Hermès ขายปลีกในราคา 750 ยูโร แต่ราคาต้นทุนโรงงานในจีนเพียง 9 ยูโร ซึ่งการขายปลีกสามารถทำกำไรได้สูงถึง 8,233% ในขณะที่มือถือไอโฟนมีต้นทุนการผลิตเพียง 220 ดอลลาร์สหรัฐ แต่สามารถขายปลีกได้ในราคา 750 ดอลลาร์สหรัฐ กำไรเพิ่มขึ้นกว่า 241%

ในการประชุมการค้าต่างประเทศจีน โดย Alibaba ซึ่งจัดขึ้นที่เมืองเซินเจิ้นที่ผ่านมาได้นำเสนอการค้าต่างประเทศในรูปแบบที่ต่างออกไปจากเดิม โดยนำรูปแบบของอุตสาหกรรม 4.0 มาใช้ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของการค้าระหว่างประเทศของจีน และเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าแบบเก่า 6 ขั้นตอนให้เหลือเพียง 4 ขั้นตอน คือ การจัดการคำสั่งซื้อ การออกแบบและผลิต การเลือกวัตถุดิบ และการขายปลีก

รูปแบบการค้าต่างประเทศ 4.0 ของอาลีบาบาได้นำเอาระบบ Big Data เข้ามาใช้งาน โดยสามารถค้นหาความต้องการและคำสั่งซื้อสินค้าจากทั่วทุกมุมโลกและนำคำสั่งซื้อนั้น ๆ เสนอให้แก่บริษัทที่ลงทะเบียนกับอาลีบาบา และเล็งเห็นว่ามีศักยภาพเพียงพอในการผลิตสินค้านั้น ยกตัวอย่างเช่น คำสั่งซื้อเสื้อสูทจากนครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา โดยต้องการสูท 100 ตัว และต้องการรับสินค้าใน 30 วัน อาลีบาบาจะส่งคำสั่งซื้อให้บริษัท A เพื่อพิจารณาตัดสินใจและหลังจากตอบรับบริษัทดังกล่าวก็เริ่มจัดการคำสั่งซื้อ โดยเสนอราคาและเงื่อนไขต่าง ๆ โดยสามารถเสนอราคาได้ถูกกว่าโรงงานในสหรัฐอเมริกาถึง 50% แถมยังสามารถจัดส่งสินค้าได้ภายใน 10 วัน อีกทั้งสามารถการันตีคุณภาพของเสื้อสูท พร้อมกับข้อเสนอเป็นเงินชดเชย 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หากคุณภาพสินค้าผิดไปจากข้อตกลง เมื่อลูกค้าจ่ายเงินมัดจำงวดแรกแล้ว ก็เข้าสู่ขั้นตอนการออกแบบ โดยบริษัท A จัดส่งเครื่องวัดขนาดร่างกายด้วยระบบ Laser 3D ให้แก่ลูกค้าเพื่อวัดไซด์จากบุคคลจริง โดยเก็บข้อมูลในรูปแบบ RFID[2] และส่งข้อมูลไปเก็บไว้ในระบบ Cloud โดยวัสดุที่ลูกค้าต้องการก็เลือกผ่านระบบออนไลน์และส่งคำสั่งไปยังระบบ Cloud ด้วยเช่นกัน เพื่อการผลิตที่รวดเร็วมากยิ่งขึ้นบริษัท A จะแยกการผลิตเป็น3 ส่วนให้แก่ 3 โรงงาน (แบ่งเป็นส่วนแขน ส่วนตัว และส่วนปกกับกระดุม) เมื่อโรงงานทั้งหมดได้รับข้อมูลผ่านระบบ Cloud แล้วก็สามารถเริ่มต้นการผลิตได้ทันที โดยไม่ต้องรอส่งเครื่องวัดไซด์เสื้อกลับมายังจีน หลังจากที่ผลิตเสร็จแล้ว บริษัท A ก็สามารถส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าเพื่อขายปลีกได้ทันที โดยไม่จำเป็นต้องเก็บเข้าคลังสินค้า การผลิตสินค้าด้วยเทคโนโลยี ไม่เพียงเป็นการร่นระยะเวลาการผลิตให้สั้นลง แต่ยังสามารถรักษาประสิทธิผลของสินค้าให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีเสถียรภาพด้วยเช่นกัน

---

[2] RFID ย่อมาจากคำเต็มว่า Radio-frequency identification เป็นวิธีการในการเก็บข้อมูลหรือระบุข้อมูลแบบอัตโนมัติ โดยทำงานผ่านการรับสัญญาณจากแท็กเข้าสู่ตัวส่งสัญญาณ ผ่านทางคลื่นวิทยุ

ข้อสังเกตเพิ่มเติม

1. การค้าต่างประเทศ 4.0 แท้จริงก็คือการนำอุตสาหกรรม 4.0 มาประยุกต์ใช้กับการค้าแบบเต็มรูปแบบ เป็นที่สังเกตได้ชัดว่า ภาคเอกชนมีความกระตือรือร้นในการตอบสนองต่อนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตที่ต้องการปฏิรูประบบการผลิตแบบดั้งเดิมไปสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นแรงขับเคลื่อน

หากการปฏิรูปอุตสาหกรรมการผลิตของจีนครั้งนี้เป็นไปตามแผนพัฒนาฯ แล้ว ประเทศจีนจะกลายเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมการผลิตที่แข็งแกร่งและสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพให้แก่ผู้บริโภคทั่วโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกับยกระดับความสามารถทางเศรษฐกิจจนกลายเป็นประเทศที่เป็นหนึ่งด้านการผลิตต่อไป

2. แนวโน้มสินค้าสำหรับคนหมู่มาก (Mass Product) กำลังจะหมดไป โดยสินค้าเฉพาะกลุ่มที่ผลิตตามความต้องการ (Custom-made) จะเข้ามาแทนที่ ซึ่งจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าได้ดีมากยิ่งขึ้น

3. ในขณะที่ระบบอุตสาหกรรมการผลิตของจีนที่กำลังกระโจนเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ผู้ประกอบการไทยควรมีการปรับตัว โดยพิจารณานำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้กับสินค้าไทยมากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิผลทางธุรกิจให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลาย ทั้งนี้ การก้าวสู่อุตสาหกรรม 4.0 ไม่สามารถเกิดขึ้นได้

หากไร้ซึ่งเดินหน้าอย่างพร้อมเพรียงของภาครัฐและเอกชน ซึ่งในที่ประชุม 2017 China New Foreign Trade Fair Festival ก็ยังเน้นย้ำว่า..**เทคโนโลยีเป็นเพียงแค่เครื่องมือนำทางไปสู่อุตสาหกรรม 4.0 เท่านั้น ส่วนสำคัญที่สุดของการก้าวผ่านคือ “ทัศนคติ” ของผู้ประกอบการ**

ข้อคิดดีๆ ผู้บริหารหนุ่มไฟแรง นิคมอุตสาหกรรมไทย-จีน

คุณอู๋ กวางหยุน ผู้บริหารหนุ่มรุ่นใหม่ไฟแรง รองประธานบริษัท ฮอลลี่ กรุ๊ป (ประเทศไทย) และ บริษัท พัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอุตสาหกรรมระยอง (ไทย-จีน) จำกัด ร่วมแบ่งปันประสบการณ์ความสำเร็จในการลงทุนในไทยและข้อคิดดี ๆ ที่ผู้สนใจจะทำธุรกิจที่จีนควรรู้

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) ได้มีโอกาสเข้าร่วมงานสัมมนาชักจูงการลงทุนในหัวข้อ “Thailand Investment Opportunities” โดยงานดังกล่าว สำนักงานเศรษฐกิจการลงทุน ณ นครกว่างโจว (BOI) ร่วมกับสถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองเซี่ยเหมิน เป็นเจ้าภาพจัดขึ้นที่โรงแรม Swiss International เมืองเซี่ยเหมิน มณฑลฝูเจี้ยน โดยหนึ่งในวิทยากรคนสำคัญของงานดังกล่าวก็คือ ผู้บริหารรุ่นใหม่ไฟแรง คุณอู๋ กว่างหยุน (吴广云) รองประธานบริษัท ฮอลลี่ กรุ๊ป (ประเทศไทย) และ บริษัท พัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอุตสาหกรรมระยอง (ไทย-จีน) จำกัด

ศูนย์ BIC จึงนำประสบการณ์ความสำเร็จในการลงทุนในไทยและข้อคิดดี ๆ สำหรับผู้ที่สนใจจะทำธุรกิจในจีนควรรู้มาแบ่งปันกับผู้อ่าน

บริษัท ฮอลลี่ มีความชำนาญด้านการผลิตและจำหน่ายมิเตอร์ไฟฟ้า Holley Meter Single-phase 5 (15) A15 (45) A 30 (100) A meter Three-phase CT 5A 15(45) A 30(100)A ที่ผ่านการรับรองจากการไฟฟ้าประเทศไทย และได้รับรองมาตรฐาน มอก. ทั้งนี้ บริษัท ฮอลลี่ กรุ๊ป เป็นบริษัทผลิตมิเตอร์ไฟฟ้าที่มีประสบการณ์กว่า 40 ปี

ในประเทศจีน โดยการค้นคว้าและวิจัย ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิต มีสาขาสำนักงานในหลายประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา แคนาดา อินเดีย อาร์เจนตินา ฟิลิปปินส์ ไนจีเรีย เป็นต้น

สำหรับที่ประเทศไทย บริษัทฮอลลี่ กรุ๊ป เราได้เข้ามาลงทุนและตั้งโรงงานผลิตมิเตอร์ไฟฟ้าตั้งแต่ปี 2543 โดยมีเป้าหมายหลัก คือ การให้บริษัทที่ไทยเป็นศูนย์กลางสำคัญในการผลิตและกระจายสินค้าในอาเซียน

ปัจจุบัน มีโรงงานตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะนครที่จังหวัดชลบุรี สำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถครองส่วนแบ่ง 25% ของตลาดมิเตอร์ไฟฟ้าของไทย สำหรับอีกธุรกิจที่ดูแลก็คือ บริษัท พัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอุตสาหกรรมระยอง (ไทย-จีน) จำกัด เป็นความร่วมมือกันระหว่างบริษัท ฮอลลี่ กรุ๊ป และบริษัทเครืออมตะ มุ่งพัฒนาที่ดิน สร้างนิคมอุตสาหกรรมไทย-จีน ที่ครอบคลุมด้านการผลิต การเก็บรักษา การกระจายและขนส่งสินค้าที่สมบูรณ์ที่สุดแห่งหนึ่งในเขตนิคมอุตสาหกรรมของจังหวัดระยอง ดังนั้น นักธุรกิจจีนที่เข้ามาทำธุรกิจในไทยก็จะสามารถอยู่รวมตัวกันได้ ทำงานและใช้ชีวิตโดยไม่มีอุปสรรคในการสื่อสาร

ในบรรดาประเทศสมาชิกอาเซียน ประเทศไทยถือได้ว่ามีข้อได้เปรียบหลายประการ โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ด้านทำเลที่ตั้งที่อยู่ใจกลางของภูมิภาค ดังนั้น การพิจารณาตั้งโรงงานในไทยจึงคุ้มค่าอย่างมาก ทั้งนี้ ไทยยังมีจุดแข็งอยู่มากที่ได้เปรียบเหนือประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง ได้แก่

1. ไทยมีตลาดขนาดใหญ่และมีความสามารถในการกระจายสินค้าไปยังประเทศอื่นๆ ในอาเซียน
2. มีระบบสาธารณูปโภคที่สมบูรณ์แบบ เช่น เส้นทางหลวงและท่าเรือขนส่งสินค้าขนาดใหญ่
3. นโยบายดึงดูดนักลงทุนต่างชาติจากทางภาครัฐมีจำนวนมาก ที่ให้ประโยชน์หลายประการ โดยเฉพาะการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 8 ปี และยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต
4. ลักษณะนิสัยของคนไทยเป็นคนจิตใจดีและมีความรู้ความสามารถในการทำงาน
5. แม้ว่าในช่วงหลายปีก่อนจะมีปัญหาความไม่สงบทางการเมือง แต่ในระยะหลังที่เหตุการณ์ได้คลี่คลายไปในทางที่ดีขึ้นแล้ว โดยรวมถือว่า สภาพการเมืองและสังคมไทยมีเสถียรภาพ ความปลอดภัยและมีการปกครองภายใต้กฎหมาย
6. ความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐบาลไทยและจีน มีการเยือนระหว่างผู้นำของทั้งสองฝ่ายเพื่อกระชับสัมพันธไมตรีอย่างสม่ำเสมอ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเครื่องช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนในการลงทุนในโครงการต่าง ๆ ทั้งระยะสั้นและยาว

อย่างไรก็ตาม นักลงทุนจีนที่สนใจเข้ามาลงทุนในไทยต้องให้ความสำคัญในการติดตามนโยบายส่งเสริมการลงทุน การสำรวจความต้องการของตลาด การควบคุมและลดต้นทุน การตรวจสอบข้อมูลความน่าเชื่อถือของคู่ค้า และที่สำคัญที่สุด คือ การดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมของไทย

ปัจจุบัน เมื่อพูดถึงประเทศจีน ทุกคนจากทั่วโลกต่างให้ความสำคัญเป็นพิเศษ นักธุรกิจต่างก็อยากเข้ามาทำการค้า การลงทุนด้วย เพราะต่างมองตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่กว่า 1,300 ล้านคน จึงอยากเตือนผู้ที่สนใจว่า...อย่ามองแต่ด้านดีเพียงอย่างเดียว เพราะไม่ใช่ทุกคนที่เข้ามาแล้วจะประสบผลสำเร็จทุกรายไป มีนักลงทุนจำนวนไม่น้อยที่พลาดพลั้งเพียงเพราะไม่ได้ทำการบ้าน หรือไม่มีการสำรวจตลาดก่อนที่จะมาเจาะตลาดจีน ขาดทุนเจ็บตัวกลับบ้านไปก็ไม่น้อย และที่สำคัญยังต้องหาข้อมูลในการทำการค้าอย่างถี่ถ้วน เพราะในประเทศจีนมีมิจฉาชีพอยู่ไม่น้อย เพราะหากขาดความระมัดระวังแล้วก็อาจตกเป็นเหยื่อในการทำธุรกิจได้

ในส่วนอื่นที่อยากจะแนะนำ คือ การทำธุรกิจกับคนจีนจะต้องเรียนรู้ขนบธรรมเนียมของจีน ในภาษาจีนมักพูดเสมอว่า “入乡随俗” หรือ “**เข้าเมืองตาหลิ่ว ต้องหลิ่วตาตาม**” กล่าวคือ การประพฤติปฏิบัติให้เข้ากับขนบธรรมเนียมของท้องถิ่นนั้น ตัวผมเองทำธุรกิจในไทยก็ยังต้องเรียนรู้วัฒนธรรมไทย เพราะจะนำธรรมเนียมหรือวิธีปฏิบัติของคนประเทศหนึ่งมาใช้กับอีกประเทศไม่ได้

โอกาสสินค้าไทย จากมุมมองผู้ประกอบการในงานเทศกาลไทย ประจำปี 2560 ณ นครเฉิงตู

‘นครเฉิงตู’ เป็นตลาดเกิดใหม่ที่มีศักยภาพและผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงที่สุดในจีนตะวันตก ซึ่งได้กลายเป็นหนึ่งในเป้าหมายของผู้ประกอบการไทยที่ต้องการมาเปิดตลาดขยายกิจการ การจัดเทศกาลไทยจึงเป็นเวทีประชาสัมพันธ์สินค้าคุณภาพของไทย เปรียบเสมือนคำพังเพยที่ว่า “น้ำซึมบ่อทราย” ให้ผู้บริโภคชาวจีนได้รู้จัก ทดลอง เลือกซื้อและนิยมสินค้าไทยไปอย่างต่อเนื่อง

งานเทศกาลไทย ณ นครเฉิงตู ครั้งที่ 12 ที่จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 5-9 พฤษภาคม 2560 ณ ลานหน้าห้างสรรพสินค้าเหรินเหอชุนเทียน (สาขากวังหัว) ได้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ โดยมีสถานกงสุลใหญ่ ณ นครเฉิงตู และสำนักงานการต่างประเทศและกิจการชาวจีนโพ้นทะเล นครเฉิงตู เป็นเจ้าภาพร่วมในการจัดงาน และได้รับความร่วมมือจากเทศบาลเขตชิงหยาง นครเฉิงตู ห้างสรรพสินค้าเหรินเหอชุนเทียน (สาขากวังหัว) รวมถึงหน่วยงานทีมประเทศไทย ณ นครเฉิงตู ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บริษัท การบินไทย จำกัด รวมถึงภาคเอกชน เช่น ธนาคารกสิกรไทย

พิธีเปิดงานฯ มีขึ้นในวันที่ 5 พฤษภาคม 2560 เวลา 15.00 น. โดยนางพันทิพา เอี่ยมสุทธา เอกะโรหิต กงสุลใหญ่ ณ นครเฉิงตู เป็นประธานในพิธี และกล่าวสุนทรพจน์เปิดงานฯ สำหรับผู้นำฝ่ายจีนที่ให้เกียรติเข้าร่วมพิธีเปิดงานฯ ได้แก่ นายจง หลายเจา รองอธิบดีสำนักงานการต่างประเทศและกิจการชาวจีนโพ้นทะเล นครเฉิงตู นางหลี่ ลี่ รองนายกสมาคมมิตรภาพระหว่างประเทศ นครเฉิงตู นายหวัง ปิน ผู้ช่วยหัวหน้าเขตชิงหยาง นายอู๋ เหวินเจีย รองผู้อำนวยการกรมวัฒนธรรมและสารนิเทศ นครเฉิงตู และนาง ซิ่ง เยี้ยนหง ผู้จัดการใหญ่ห้างสรรพสินค้าเหรินเหอชุนเทียน รวมทั้งกงสุลใหญ่ประเทศต่าง ๆ ในนครเฉิงตู ได้แก่ กงสุลใหญ่เกาหลีใต้, ปากีสถาน, ออสเตรเลีย, สิงคโปร์, โปแลนด์ รองกงสุลใหญ่นิวซีแลนด์และกงสุลเช็ก นอกจากนี้ ยังมีนักข่าวและสื่อชั้นนำในพื้นที่ ตลอดจนชาวเฉิงตูเข้าร่วมงานพิธีเปิดกันอย่างคับคั่ง

ผู้ประกอบการไทยทั่วทุกภาค ยกขบวนนำสินค้าคุณภาพเปิดตัวในตลาดเฉิงตู

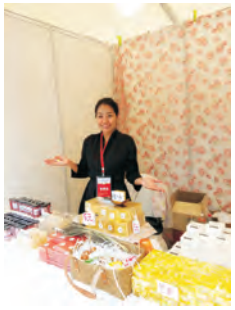
สถานกงสุลใหญ่ฯ ได้เชิญผู้ประกอบการไทยจำนวน 63 รายจาก 16 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของไทยเข้าร่วมออกบูธจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าคุณภาพของไทย ครอบคลุมสินค้า 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพและเครื่องสำอาง 2) สินค้าหัตถกรรม งานเครื่องไม้เครื่องเรือนตกแต่งบ้าน 3)เครื่องประดับและอัญมณี 4) ข้าวหอมมะลิ ผลไม้ และอาหารแปรรูป

นอกจากนั้น ยังมีบริษัทการท่องเที่ยวจากอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนที่มาแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวคุณภาพให้แก่ชาวจีน ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย และอำเภอปาย รวมถึงเส้นทางอื่นๆ เพื่อเป็นทางเลือกที่หลากหลาย

ทั้งนี้ ยังได้รับความร่วมมือในการจัดงานจากหน่วยงานทีมประเทศไทย อาทิ ททท.นครเฉิงตู สคต. นครเฉิงตู บริษัท การบินไทย สาขานครเฉิงตู หน่วยงานเอกชน ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย สาขานครเฉิงตู เพื่อร่วมด้วยช่วยกันประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ตลอดงาน

ภายในงานเทศกาลไทยในครั้งนี้ ยังมีกิจกรรมบนเวทีที่สร้างสีสันสามารถเรียกความสนใจจากผู้เข้าร่วมชมงานได้เป็นอย่างมาก ได้แก่ การแสดงนาฏศิลป์ไทยทั้งรูปแบบดั้งเดิมและแบบประยุกต์จากคณะนาฏศิลป์ที่เดินทางมาจากประเทศไทยที่ได้รับการสนับสนุนจาก ททท. นครเฉิงตู การแสดงศิลปะแม่ไม้มวยไทยจากค่ายมวยไทยในท้องถิ่น การแสดงเต้นรำร่วมสมัยจากนักศึกษาไทยในนครเฉิงตู รวมถึงการประชาสัมพันธ์สินค้าไทย การนันทนาการร่วมกับนักแสดง การร่วมเล่นเกมส์ตอบคำถามเกี่ยวกับประเทศไทยและรับของรางวัลที่ระลึก ซึ่งนอกเหนือจากการเลือกซื้อเลือกชมสินค้าคุณภาพของไทยที่หลากหลายแล้ว กิจกรรมทางวัฒนธรรมเหล่านี้เป็นสิ่งที่สร้างบรรยากาศและสีสันภายในงานเป็นอย่างมาก ทำให้ในช่วงระยะเวลา 5 วันของการจัดงานเทศกาลไทยในครั้งนี้มีผู้สนใจเข้าชมงานประมาณ 45,000 คน เฉลี่ยวันละประมาณ 8,000 -10,000 คน

มุมมองดี ๆ จากผู้ประกอบการ ผ่านประสบการณ์ครั้งแรกที่บุกตลาดเฉิงตู



คุณบงกชกร ริ้วสุนทร
บริษัท VILLA LABORATORY

ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าสมุนไพรเพื่อสุขภาพ อาทิ สบู่สมุนไพรกลิ่นต่าง ๆ ได้แก่ สบู่มะม่วง สบู่ดอกลีลาวดี สบู่คอลลาเจน สบู่โกล-ฮันนี่ สบู่มะลิผสมข้าว ฯลฯ รวมถึง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าและผิวกาย

คุณบงกชกรเล่าว่า “เป็นครั้งแรกที่ได้มาเปิดตลาดที่นครเฉิงตู เป็นการเปิดตัวได้อย่างสวยหรู มีความรู้สึกว่า ชาวเฉิงตูตื่นเต้นกับสินค้าไทย ส่วนตัวประทับใจกับลูกค้าที่นี่มาก ที่ให้การตอบรับเป็นอย่างดีกับสินค้าของเรา คนเฉิงตูรักสวยรักงาม ทำให้รู้จักสินค้าประเภทนี้ เราดีใจที่ผู้บริโภคมาลอง มาดม และมาชมสินค้าของเราอย่างไม่ขาดสาย กอปรกับคนเฉิงตูมีกำลังซื้อที่ค่อนข้างสูง รักการจับจ่ายใช้สอย ทำให้สินค้าซื้อง่ายขายคล่อง ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นช่วงวัยทำงานอายุ 30 ปีขึ้นไป เพราะมีกำลังซื้อ และอีกกลุ่มคือนักศึกษา เพราะชอบความหอมของสมุนไพรและดอกไม้ และสีสันที่สวยงามของผลิตภัณฑ์”

“ผลิตภัณฑ์ของเราเปิดตัวในตลาดจีนเมื่อ 8 ปีที่แล้ว ซึ่งในช่วงนั้นเราเป็นมือใหม่ที่ยังไม่รู้จักและเข้าใจกับตลาดจีนเลย ภาษาจีนก็พูดไม่ได้ เราจึงตัดสินใจศึกษาต่อที่ประเทศจีน ใช้เวลาว่างจากการเรียนศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อและการจับจ่ายของผู้บริโภคจีน รวมถึงวัฒนธรรมของจีนในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงและยกระดับคุณภาพของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าชาวจีนให้มากที่สุด”

คุณบงกชกรกล่าวถึงอุปสรรคของการร่วมงานในครั้งนี้ว่า “คู่แข่งเยอะ มีผู้ประกอบการไทยที่นำสินค้าประเภทเดียวกันมาจัดแสดงและจำหน่ายในงานนี้

“ขนาดของสินค้าที่แตกต่าง รูปแบบสินค้า ส่วนผสม และราคาสินค้า เป็นตัวแปรสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค”

อย่างไรก็ดี แม้ว่าสินค้าของเราจะมีราคาสูงกว่าผู้ประกอบการรายอื่น บางครั้งอาจจะทำให้เสียเปรียบ แต่คุณภาพของสินค้าเราดีเยี่ยม จึงทำให้เป็นที่ชื่นชอบและสามารถสร้างฐานลูกค้าได้พอสมควร”

“การที่ได้มีโอกาสมาร่วมงานเทศกาลไทยในครั้งนี้ เปิดโอกาสให้เราได้เรียนรู้และทดลองตลาดผู้บริโภคจริง นำข้อมูลที่ได้รับไปปรับปรุงเพื่อพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้เหมาะสมกับตลาดผู้บริโภคเฉิงตูให้มากขึ้น หากครั้งหน้ามีการจัดงานในลักษณะนี้อีก ยินดีอย่างยิ่งที่จะเข้าร่วมงานเพื่อความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์สินค้าและสร้างฐานผู้บริโภคให้มั่นคง และขอขอบคุณสถานกงสุลใหญ่ ณ นครเฉิงตู”

คุณวีรวุฒิ พุทธวี
บริษัท วีรวุฒิการค้า

ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมงานไม้จากจังหวัดเชียงราย สินค้างานไม้จำพวกของใช้ในครัวเรือนมาจัดแสดงกว่า 20 รายการ อาทิ ตะเกียบ ครกไม้ ถ้วยชาม จานรอง ถาดใส่ผักผลไม้ เป็นต้น

คุณวีรวุฒิเล่าว่า “บริษัทของเราเข้าร่วมงานกับสถานกงสุลใหญ่ ณ นครเฉิงตู เป็นครั้งที่ 2 โดยครั้งแรกจัดงานที่เมืองเล่อซาน (乐山市) ซึ่งเป็นเมืองขนาดรอง ครั้งนี้จัดขึ้นที่นครเฉิงตู ซึ่งเป็นเมืองขนาดใหญ่และเป็นเมืองเอกของมณฑลเสฉวน และทำเลสถานที่จัดงานในครั้งนี้ถือว่าเยี่ยมยอดมาก อยู่ในบริเวณตัวเมือง การเดินทางไปมาค่อนข้างสะดวก และเป็นแหล่งที่ประชาชนมีรายได้ที่ค่อนข้างสูง”

“ผมเคยได้ยินจากเพื่อนผู้ประกอบการรายอื่นว่า ตลาดผู้บริโภคชาวเฉิงตูค่อนข้างมีศักยภาพ ครั้งนี้ผมได้มาลองกับตัวเองถือว่า พอใจมากเลยทีเดียว ชาวเฉิงตูรู้จักสินค้าไทยพอสมควร เชื่อมั่นคุณภาพของสินค้าไทยและมีกำลังซื้อที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับเมืองอื่น ๆ ที่ผมเคยไปเปิดตัวสินค้า

ครั้งนี้เป็นการเปิดตัวสินค้าของผมครั้งแรกที่นครเฉิงตู ผมจึงนำสินค้าหลายประเภทมาเพื่อทดลองตลาดและศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพราะยังไม่ทราบถึงความต้องการของตลาดที่นี่”

“สินค้าที่นำมาแสดงและจำหน่ายในครั้งนี้ มีบางชนิดขายดีจนหมด ทำให้ผมได้ทราบว่าสินค้าแนวไหนเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคที่นี่ และจะกลับไปเตรียมการผลิตเพื่อการส่งออก รวมถึงดีไซน์รูปแบบใหม่ให้มากขึ้นเพื่อสนองตอบความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค”

คุณวีรวุฒิเล่าต่อว่า “ผมเตรียมตัวมาเข้าร่วมงานนี้อย่างจริงจัง จึงไม่พบเจออุปสรรคใด ๆ เลย โดยส่วนตัว ผมสามารถพูดสื่อสารภาษาจีนเบื้องต้นได้ และประทับใจกับภาพรวมของการจัดงานเป็นอย่างมาก ขอขอบคุณสถานกงสุลใหญ่ ณ นครเฉิงตู ที่ให้โอกาสบริษัทผมเข้าร่วมงานในครั้งนี้ เพื่อเปิดตัวและทดลองตลาดผู้บริโภค”

คุณพรรณวดี บวรวีรกิจ
บริษัท ปุญญิศา

ผู้ผลิตและส่งออกเครื่องประดับแหวน สร้อยคอ สร้อยข้อมือ ต่างหู เครื่องเงิน ทอง และไข่มุกจากจังหวัดภูเก็ต เป็นงานดีไซน์ในแบบไทย สินค้าไม่มีจำหน่ายในไทย จะรับผลิตตามออเดอร์จากต่างประเทศ และเข้าร่วมจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ

คุณพรรณวดีเล่าว่า “เป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้รับคัดเลือกจากสถานกงสุลใหญ่ฯ ให้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เฉิงตู ซึ่งเป็นครั้งแรกในการเปิดตัวสินค้าของเราในเมืองนี้ สินค้าของเราขายดีเกินเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ กลุ่มเป้าหมายที่สนใจในเครื่องประดับของเราภายในงานครั้งนี้นั้น จะเป็นกลุ่มผู้บริโภคระดับสูงเป็นหลัก โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าวัยทำงานในช่วงอายุ 30 ปีขึ้นไปที่มีกำลังซื้อ เห็นได้จากเมื่อซื้อไปแล้ว วันต่อไปก็กลับมาซื้อใหม่และแนะนำเพื่อน ๆ ให้มาเลือกซื้อด้วย”

“จากการสังเกตภายในงานและบริเวณรอบ ๆ สถานที่จัดงาน ทำให้ทราบว่า ผู้คนที่นี่รักการแต่งตัว มีรูปแบบการแต่งกายที่หลากหลาย เวลามาเลือกซื้อสินค้าของเราค่อนข้างจะพิถีพิถัน ชอบความหรูหรา เน้นสินค้าคุณภาพเป็นหลัก ราคาสินค้าเป็นรอง และที่สำคัญเรามีใบรับรองสินค้าคุณภาพอย่างถูกต้อง ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างมาก”

“อุปสรรคที่สำคัญ คือ ภาษา เราสื่อสารกับลูกค้าไม่ค่อยรู้เรื่อง”

คุณพรรณวดี กล่าวว่า ปัญหาเรื่องภาษาและการสื่อสาร เป็นเพราะเราเองก็ยังเตรียมตัวมาไม่ดีเท่าที่ควร ถ้าสื่อสารกันรู้เรื่องมากกว่านี้ รับรองว่าตลาดจะดีขึ้นกว่านี้แน่นอน สำหรับสถานที่จัดงานถือว่าเป็นทำเลที่ดีเยี่ยม เป็นแหล่งชุมชน มีห้างสรรพสินค้า การคมนาคมสะดวก ทำให้มีคนเข้าร่วมชมงานอย่างต่อเนื่อง”

“ขอขอบคุณสถานกงสุลใหญ่ ณ นครเฉิงตู ที่ให้โอกาสในการเข้าร่วมงานในครั้งนี้ ทำให้ดิฉันได้รับประสบการณ์อันมีคุณค่า ได้เจอกับตลาดผู้บริโภคจริง เราจะนำประโยชน์ที่ได้รับในครั้งนี้ไปพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพเพื่อสร้างฐานลูกค้าในจีน และที่สำคัญเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคชาวจีนรับรู้ว่า สินค้าไทยมีคุณภาพไม่แพ้ชาติใดในโลก

คุณบุษราคัม บุญประเสริฐ
บริษัท TWINKLE INTERFOOD

ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหารแปรรูป อาทิ ทุเรียนอบแห้ง มะม่วงอบแห้ง หมูหยอง และสาหร่ายหน้าทุเรียน เป็นต้น

คุณบุษราคัมเล่าให้ฟังว่า “ก่อนที่จะมาร่วมงานที่นครเฉิงตู ได้ไปร่วมงานที่เมืองจ้านเจียงมณฑลกวางตุ้ง ซึ่งได้รับผลตอบรับที่ค่อนข้างดี งานที่นครเฉิงตูในครั้งนี้ถือเป็นครั้งแรกสำหรับการเปิดตัวสินค้าของบริษัทที่นี่ และได้ทำการบ้านเบื้องต้นก่อนมาร่วมงานแล้ว จึงได้คัดเลือกสินค้าที่เหมาะสมและเตรียมสินค้าในปริมาณที่พอดีสำหรับการเข้าร่วมงานในเวลา 5 วัน”

“ตลาดเฉิงตูไม่ง่ายอย่างที่คิดเอาไว้ คนเฉิงตูซื้อของค่อนข้างยาก ต้องเชียร์ ต้องแนะนำสินค้ากว่าจะตั้งหลักได้ก็วันที่ 3 ของงานแล้ว แต่หลังจากนั้นก็ขายสินค้าได้ตามปริมาณที่คาดหวังไว้ การตั้งราคาสินค้าก็ตั้งในราคาที่เหมาะสมไม่สูงจนเกินไป ส่วนเรื่องบรรจุภัณฑ์ มองว่าแพ็คเกจมีส่วนช่วยให้สินค้าขายดีมากขึ้นทำให้ลูกค้าสะดุดตาและจำสินค้าของเราได้

> “สินค้าอาหาร....แพ็คเกจไม่ใช่แค่สวยเพียงอย่างเดียว แพ็คเกจต้องโปร่งใสมองเห็นสินค้าด้านใน ถึงจะช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้อย่างดี”

การมาร่วมงานเทศกาลไทยในนครเฉิงตูเหมือนการมาทดลองตลาด เราต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวเฉิงตูว่าเป็นอย่างไร ขอฝากไว้ว่า “ชาวเฉิงตูรู้จักสินค้าไทยและทราบว่าสินค้าไทยมีคุณภาพแค่ไหน เนื่องจากในปัจจุบันชาวเฉิงตูไปท่องเที่ยวไทยมากขึ้น ฉะนั้น หากต้องการจะพิชิตตลาดผู้บริโภคเฉิงตูให้ได้ เราต้องเริ่มต้นจากการพัฒนาคุณภาพสินค้าของเราให้ดีเสียก่อน”

มุมมองจากทีมงาน BIC

เทศกาลไทยในครั้งนี้ ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีเหมือนทุกครั้งที่ผ่านมา สินค้าไทยยังคงเป็นที่นิยมชื่นชอบของชาวเฉิงตู เห็นได้จากจำนวนของผู้ที่เข้าร่วมชมงานที่ได้แวะเวียนกันมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งคนในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง อีกทั้งยอดจำหน่ายสินค้าที่น่าพึงพอใจของบรรดาผู้ประกอบการไทย ซึ่งการจัดเทศกาลไทยเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าคุณภาพของไทยนั้นเปรียบเสมือนคำพังเพยที่ว่า “น้ำซึมบ่อทราย” ให้ผู้บริโภคชาวจีนได้รู้จัก ทดลอง เลือกซื้อและนิยมสินค้าไทยไปอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดี ตลาดจีนมีการเปลี่ยนแปลงตามสภาวะเศรษฐกิจของโลก ทุกภาคส่วนต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ตลาดในปัจจุบัน โดยเฉพาะนักธุรกิจและผู้ประกอบการสินค้าที่ต้องปรับตัวและยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าชาวจีน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาของผู้บริโภคชาวจีน

นครเฉิงตูเป็นตลาดเกิดใหม่ที่มีศักยภาพและผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงที่สุดในจีนตะวันตก ซึ่งได้กลายเป็นหนึ่งในเป้าหมายของผู้ประกอบการไทยที่ต้องการมาเปิดตลาดขยายกิจการ หลังจากตลาดทางจีนตะวันออกค่อนข้างอิ่มตัว เมื่อชาวเฉิงตูได้เรียนรู้ สัมผัสและเกิดความประทับใจในความเป็นไทย ตลอดจนรู้จักและเริ่มเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าไทย ช่วยให้โอกาสของตลาดสินค้าไทยเปิดกว้าง ความต้องการบริโภคสินค้าไทยของผู้บริโภคชาวเฉิงตูจึงเพิ่มจำนวนมากขึ้นตามลำดับ

ขณะเดียวกัน ปัจจุบันธุรกิจการขายสินค้าออนไลน์ในจีนที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายนั้น นำมาซึ่งโอกาสทางการค้าต่อสินค้าไทย ทำให้เกิดตัวแทนจำหน่ายสินค้าไทยที่เป็นชาวจีนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน Taobao เว็บไซต์จำหน่ายสินค้าในโลกออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดของจีนที่สามารถเลือกสินค้าได้ทุกประเภท รวมถึงสินค้าของไทยด้วย ตลอดจนช่องทางซื้อขายสินค้าออนไลน์ผ่านทาง “Weixin หรือ WeChat” ที่นับวันเริ่มเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนสมัยใหม่มากขึ้น

ย้อนกลับมาคำกล่าวที่ว่า “**ถนนทุกสายมุ่งสู่จีน**” แล้วผู้ประกอบการไทยเตรียมสินค้าของคุณพร้อมเปิดตัวในตลาดจีนแล้วหรือยัง.....

เพ่งดู การเปลี่ยนแปลง
Perspective of Changing

กว่างซีกับ Key Success การเป็นประตูสู่อาเซียน (Gateway to ASEAN)

นโยบายการต่างประเทศเชิงรุกของรัฐบาลจีนที่ต้องการผลักดันให้ "เขตฯ กว่างซีจ้วง" เป็นแม่ข่ายความเชื่อมโยงกับอาเซียน ด้วยเหตุไฉน...ทำไมรัฐบาลจีนจึงมอบหมายภาระกิจที่หนักอึ้งให้เขตฯ กว่างซีจ้วงรับหน้าที่เป็น 'ผู้เล่น' ตัวหลักบนเกมส์ความสัมพันธ์ระหว่างจีนกับอาเซียน (แทนที่จะเป็นยูนนาน)???

เชื่อว่าผู้อ่านหลายท่านคงได้ยินคำว่า “**ประตูสู่อาเซียน**” (Gateway to ASEAN) ผ่านหูผ่านตากันมาบ้างแล้ว

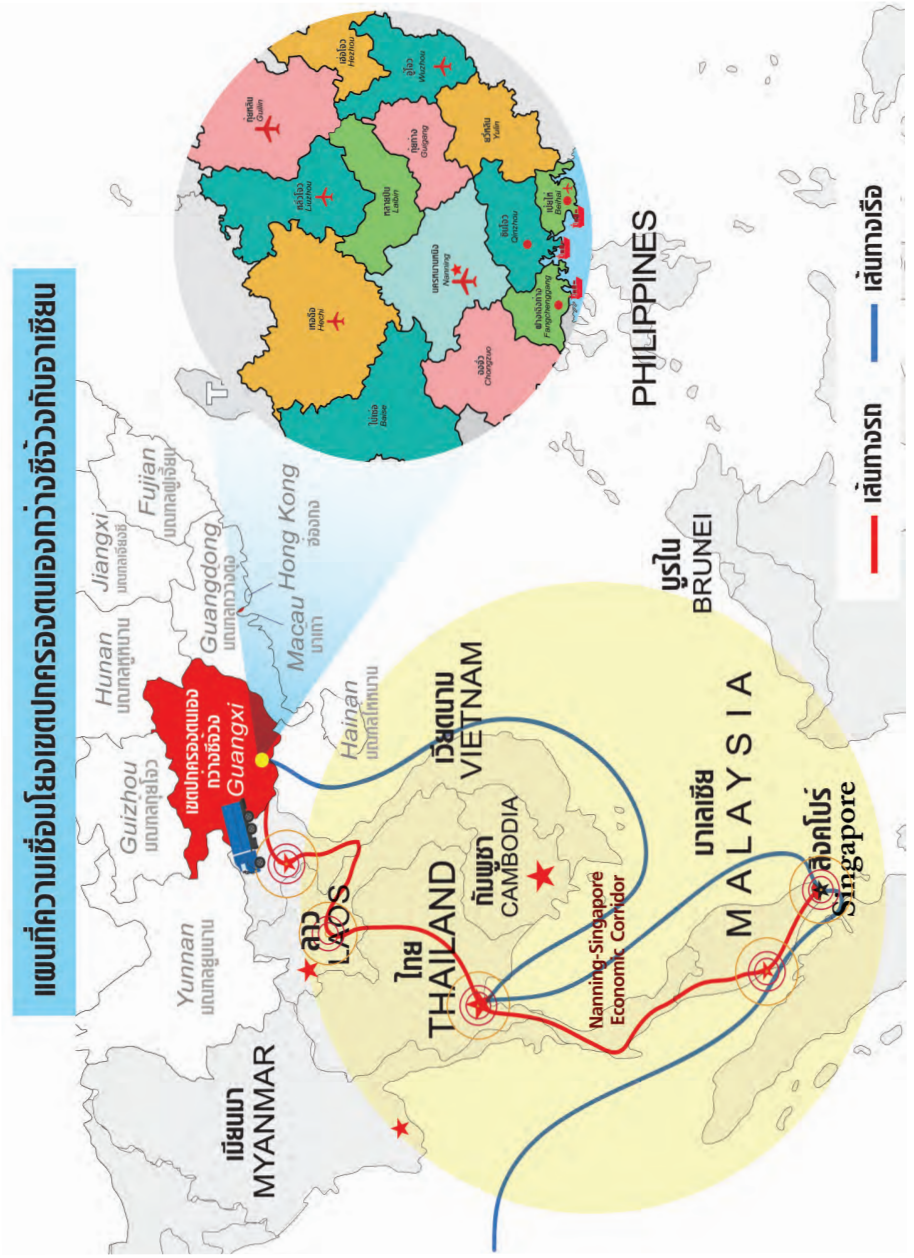
อันที่จริงๆ แล้วคีย์เวิร์ดนี้เป็นนโยบายการต่างประเทศเชิงรุกของรัฐบาลจีนที่ต้องการผลักดันให้ "เขตฯ กว่างซีจ้วง" เป็นแม่ข่ายความเชื่อมโยงกับอาเซียน ซึ่งหากจะเปรียบให้เข้าใจง่าย ๆ ก็คล้ายกับนโยบายที่ประเทศไทยกำลังเดินหน้าผลักดันการเป็น “ศูนย์กลางอาเซียน" นั่นเอง

แล้วด้วยเหตุไฉน...**ทำไมรัฐบาลจีนจึงมอบหมายภาระกิจ(หนักอึ้ง)ให้เขตฯ กว่างซีจ้วงรับหน้าที่เป็น ‘ผู้เล่น’ ตัวหลักในการเดินเกมส์ความสัมพันธ์ระหว่างจีนกับอาเซียน (แทนที่จะเป็นยูนนาน)???**

ต้องขอบอกว่า...นี่ไม่ใช่เรื่องบังเอิญหรือเป็นกระแสเศรษฐกิจในภูมิภาคเพียงเท่านั้น แต่นั่นเป็นเพราะความตั้งใจของรัฐบาลจีนที่ต้องการมุ่งสร้างความสัมพันธ์แบบรอบด้านกับอาเซียนด้วยปัจจัยเอื้อหลายอย่าง

นครหนานหนิง เมืองเอกของเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง

"**กว่างซี**" หรือที่คนไทยมักเรียกติดปากว่า "กวางสี" นั้น จริง ๆ แล้วเขามีชื่อเรียกเป็นทางการว่า "เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง" (Guangxi Zhuang Autonomous Region) จากความหลากหลายทางเชื้อชาติจึงได้รับการจัดตั้งเป็น 1 ใน 5 เขตปกครองตนเองของจีน (เทียบเท่ามณฑล) ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศ ติดประเทศเวียดนาม และอ่าวเป่ยปู้ (หรือที่แบบเรียนไทยเรียกว่า "อ่าวตังเกี๋ย")



คงปฏิเสธไม่ได้ว่า...**ความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์** (Geographical Advantage) ของกว่างซีที่มณฑลอื่นของจีนไม่มีหรือมีไม่เท่า (รวมถึงยูนนาน) เป็นจุดแข็งที่รัฐบาลกลางเล็งเห็นว่ามณฑลชายขอบแห่งนี้มีความเหมาะสมกับการเป็น "**ประตูสู่อาเซียน**" เฉือนชนะยูนนาน

นั่นก็คือ การมีช่องทางเชื่อมต่อกับอาเซียนทั้งทางถนน (ถนนอาร์ต่างๆ) ทางเรือ (ช่องทางออกสู่ทะเลเพียง 'หนึ่งเดียว' ในภูมิภาคตะวันตก) และทางอากาศ ('ฮับ' การบินสู่อาเซียน)

ยิ่งเมื่อข้อตกลง "เขตการค้าเสรีจีน-อาเซียน" (China-ASEAN FTA) ที่รอคอยมายาวนาน ได้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 มกราคม 2553 กว่างซียิ่งทวีบทบาทความสำคัญที่โดดเด่น (เหนือยูนนาน) ยิ่งขึ้น อาเซียนกลายเป็นคู่ค้าอันดับ 1 ของกว่างซี เมื่อปีที่แล้ว (ปี 2559) การค้ากับอาเซียนของกว่างซีมีมูลค่าทิ้งห่างคู่แข่งอย่างยูนนานกว่า 1 แสนล้านหยวน หรือราว 5 แสนล้านบาท

โจทย์ใหญ่ที่ทั้งรัฐบาลกลางและรัฐบาลมณฑลต่างเร่งลงมือเพื่อสร้างแรงศรัทธาความเชื่อว่าตัวเองเป็น "ประตูสู่อาเซียน" ผ่านกลยุทธ์ต่าง ๆ นานา ก็คือการทำให้คำว่า "อาเซียน" มองเห็นได้จากสิ่งรอบตัวและกลายเป็นเรื่องใกล้ตัวชาวกว่างซี ธีมกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นมักจะมีคำว่า **"จีน-อาเซียน"** พ่วงท้ายให้เห็นอยู่เสมอๆ

ประจักษ์พยานชิ้นสำคัญ "**มหกรรมแสดงสินค้าจีน-อาเซียน**" หรือ China-ASEAN Expo (CAEXPO) งานระดับบิ๊กบิ่มของชาวประชาจีน-อาเซียนที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีที่นครหนานหนิง เมืองเอกของกว่างซี ในทุก ๆ ปีจะมีผู้นำระดับสูงจากประเทศภาคีสมาชิกเข้าร่วมกันอย่างคับคั่ง โดยเมื่อสองปีก่อน (ปี 2558) ประเทศไทยเราได้เป็น "Country of Honor" และปีนี้ (ปี 2560) กำลังจะจัดขึ้นปีที่ 14 ระหว่างวันที่ 12-15 กันยายนศกนี้

ด้วยปัจจัยเอื้อและการชี้นำเชิงนโยบายของรัฐบาลกลาง ทำให้ ณ วันนี้บทบาทของกว่างซีในระบบโครงสร้างการค้าการลงทุน (กับอาเซียน) ของจีนมีความสำคัญชัดเจนมากยิ่งขึ้น นโยบาย **"เปิดสู่ภายนอก"** (Opening-up Policy) เพื่อให้พ่อค้าแม่ขายของกว่างซีกับอาเซียนทำการค้าโดยตรงได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น

ที่ผ่านมา มีการเปิดด่านชายแดนสากลและจุดผ่อนปรนการค้าชายแดน (เวียดนาม)หลายแห่ง มีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของท่าเรือน้ำลึกและท่าเรือแม่น้ำ การขยายเส้นทางเดินเรือ การพัฒนาประสิทธิภาพการบริการของระบบงานศุลกากรและงานตรวจสอบกักกันโรค (CIQ) และการพัฒนางานขนส่งสินค้าและผู้โดยสารข้ามแดน (พิธีสารฯ กับเวียดนาม)

กลยุทธ์ **"เงินหยวน"** กับอาเซียนเป็นอีกฟังก์ชั่นที่ใช้เพื่อเติมเต็มนโยบายการเป็น "ประตูสู่อาเซียน" ซึ่งกว่างซีได้รับแรงสนับสนุนจากรัฐบาลกลางในการปฏิรูปภาคการเงินอย่างเต็มที่ เพื่อส่งเสริมการใช้สกุลเงิน “หยวน” ในการค้าการลงทุนในภูมิภาคใกล้เคียง

พัฒนาการที่น่าสนใจเริ่มจากกว่างซี (และยูนนาน) ได้เป็น “**จุดทดลองการชำระเงินด้วยสกุลเงินหยวนในการทำการค้าระหว่างจีนกับอาเซียน**” และการเปิด “**เขตนำร่องการปฏิรูปการเงินตามแนวชายแดนของกว่างซี**” มีการเปิดเคาท์เตอร์แลกเปลี่ยนโดยตรงระหว่างหยวนกับสกุลเงินในอาเซียน และการอนุญาตให้ "**ชำระบัญชีการค้าด้วยสกุลเงินหยวนสำหรับบัญชีส่วนบุคคล**" และการพัฒนาผลิตภัณฑ์การเงินอื่นๆ เช่น **"กองทุนสกุลเงินหยวนเพื่อการลงทุนและสินเชื่อในต่างประเทศ"** ที่มุ่งเป้าไปยังอาเซียนเป็นหลัก

ในบริบทของการ 'อิ่มตัว' ทางเศรษฐกิจในพื้นที่ภาคตะวันออกของจีนจากการที่ค่าแรงและค่าครองชีพพุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดเป็นกระแสการเคลื่อนย้ายเงินทุนอุตสาหกรรมสู่ภาคตะวันตก

หากพิจารณาจากทำเลที่ตั้งแล้ว กว่างซีเป็นจุดหมายการลงทุนแห่งใหม่ของพ่อค้านักลงทุนจากปัจจัยความพร้อมหลายประการ โดยเฉพาะทำเลที่ตั้งที่มีท่าเรือน้ำลึกขนาดใหญ่เพียงแห่งเดียวในภูมิภาคตะวันตก และมีนิคมอุตสาหกรรมที่ใช้รองรับการลงทุนพร้อมแพคเกจการลงทุนที่น่าเร้าใจ

ผลงานชิ้นโบแดงของกว่างซีที่ต้องพูดถึงคงหนีไม่พ้น **"นิคมคู่แฝดระดับชาติ"** ที่รัฐบาลจีนกับมาเลเซียตกลงปรงใจและปักหมุดลงทุนในเมืองชินโจว (Qinzhou City) ของกว่างซีและเมืองกวนตัน (Kuantan) รัฐปะหังของมาเลเซียพร้อมด้วยสิทธิประโยชน์ส่งเสริมการลงทุนมากมาย เช่น การลดหรือยกเว้นภาษี การใช้ที่ดิน และการให้เงินชดเชยเงิน/เงินอุดหนุนอีกหลายรายการ แถมยังมี 'ไซด์เอฟเฟกต์' แรงไปถึงเมืองต่างๆ ในกว่างซีพากันลุกขึ้นมาเขียนโปรเจกต์การสร้างนิคมคู่แฝดจับคู่กับชาติสมาชิกอาเซียนกันอย่างแข็งขัน สำหรับประเทศไทยมีอยู่สองราย (สถานะปัจจุบันยังไม่ได้รับการรับรองเป็นนิคมระดับชาติ) ก็คือ นิคมอุตสาหกรรมจีน (เมืองฉงจั่ว) -ไทย และนิคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและวัฒนธรรมจีน (เมืองยวี่หลิน)-ไทย ซึ่งการดำเนินการของเขารุกเราน่าดู แม้ว่าความคืบหน้าฝั่งไทยอาจจะยังไม่แน่ชัดสักเท่าไหร่ก็ตาม

ยุคจีนภิวัฒน์ หากไม่พูดถึง **“เส้นทางสายไหมทางทะเลแห่งศตวรรษที่ 21” (**21stCentury Maritime Silk Road) ก็ดูจะตกเทรนไปสักเล็กหน่อย

ยุทธศาสตร์ใหม่ของรัฐบาลกลางที่กำหนดเป้าหมายชัดเจนว่าต้องการสร้าง **“ความเชื่อมโยง”** (Connectivity) ทางทะเลกับประเทศเพื่อนบ้าน (ตีความเป็น 'อาเซียน' ก็คงจะไม่ผิด) ซึ่งสอดรับกับฐานะที่กว่างซีได้รับการกำหนดบทบาทเป็น "ประตูสู่อาเซียน"

จึงกล่าวได้ว่า สองยุทธศาสตร์ดังกล่าวมีความเกี่ยวพัน (โดยสายเลือด) แบบตัดไม่ขาด

กว่างซีถือว่ามี 'เอี่ยว' กับเงินมูลค่า 4 หมื่นล้านดอลลาร์ สรอ.ที่รัฐบาลจีนได้จัดสรรเพื่อจัดตั้ง **“กองทุนเส้นทางสายไหม”** เพื่อใช้สนับสนุนการ "ก้าวออกไป" ขยายความร่วมมือในต่างประเทศ (รวมถึงไทย) โดยเฉพาะการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน การพัฒนาแหล่งทรัพยากร และความร่วมมือด้านอุตสาหกรรม

และยังมีกองทุน (ให้เปล่า) หมื่นล้านดอลลาร์ สรอ. อีกตัวที่มีชื่อว่า **"กองทุนความร่วมมือด้านการลงทุนจีน-อาเซียน"** ต้องขอบอกว่า...กองทุนนี้รัฐบาลจีนเขาจัดตั้งขึ้นก็เพื่อพวกเราชาวอาเซียนโดยเฉพาะ สำหรับการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและอื่นๆ แบบฟรี ๆ

นอกจากนี้ รัฐบาลกว่างซีได้มีการจัดตั้ง "กองทุนเพื่อการลงทุนระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านอุตสาหกรรม" เพื่อส่งเสริมและดึงดูดการลงทุนจากภายนอกเข้ามาในพื้นที่ขุมพลังทางเศรษฐกิจของกว่างซีอย่าง **"เขตเศรษฐกิจอ่าวเป่ยปู้"** โดยเน้นที่นิคมอุตสาหกรรมระดับพรีเมี่ยมที่มีทำเลที่ตั้งชั้นยอดในนครหนานหนิง เมืองชินโจว เมืองเป่ยไห่ และเมืองฝางเฉิงก่าง

แม้ว่า **“เขตทดลองการค้าเสรีอ่าวเป่ยปู้”** จะตกขบวนรถไฟ ไม่ติดโผบัญชีรายชื่อเขตทดลองการค้าเสรีในประเทศที่รัฐบาลกลางประกาศรายชื่อมาแล้ว 3 ชุด แต่ยังไม่หมดหวัง...กว่างซียังคงตั้งหน้าตั้งตารอลุ้นบัญชีรายชื่อชุดต่อไป หวังอยู่ลึกๆ ว่ารัฐบาลกลางจะ 'เซย์เยส' เมื่อวันนั้นมาถึง 'อ่าวเป่ยปู้' จะเป็นพื้นที่ที่มีพลวัตทางเศรษฐกิจสูงที่สุดแห่งหนึ่งในภูมิภาคตะวันตกและประเทศจีนสมดั่งที่รัฐบาลกลางคาดหวังเป็นแน่แท้

ผลจากนโยบายช่วยให้เศรษฐกิจกว่างซีเติบโตแบบก้าวกระโดดจากที่เป็นมณฑลด้อยพัฒนารั้งท้ายประเทศได้ 'เชิดหน้าชูตา' มาอยู่ในระดับแนวหน้าของมณฑลทางภาคตะวันตกและระดับกลางของประเทศ

ปี 2559 เศรษฐกิจของกว่างซีรักษาระดับการเติบโตได้ที่ 8.5% มีมูลค่าราว ๆ 2.55 แสนล้านดอลลาร์ สรอ. (เกือบ 70% ของ GDP ไทย) ในส่วนสถานการณ์การค้าต่างประเทศมีการเติบโตที่ 23.5% และการค้ามูลค่าต่ำตามแนวชายแดน (Petty trade border area) มีการเติบโตสูงถึง 28% ซึ่งตัวเลขข้างต้นมีการขยายตัวสวนกระแสเศรษฐกิจสูงกว่าค่าเฉลี่ยทั้งประเทศทั้งสิ้น

ความเปลี่ยนแปลงทางกายภาพที่เห็นได้ชัดเจนก็คือ **'การขยายตัวของเมือง'** (Urbanization) ตึกรามบ้านช่อง อาคารสูงระฟ้า และสถาปัตยกรรมใหม่ๆ ผุดขึ้นเป็นดอกเห็ด โครงการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเห็นได้ทั่วเมือง

การขยับเข้าใกล้ **'สังคมเสี่ยวคัง'** จากการที่ประชากร **'อยู่ดีกินดี มีรายได้เพิ่ม'** การเพิ่มขึ้นของกลุ่มชนชั้นกลางในสังคม กำลังซื้อที่เพิ่มสูงขึ้น ช่องว่างรายได้ที่ขยับเข้าใกล้มณฑลทางฝั่งตะวันออกมากขึ้น สภาพแวดล้อมทางการลงทุนดีขึ้น ทำให้กว่างซีเป็น 'ตลาดใหม่' ที่กำลังเตะตานักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ

แล้ว **ประเทศไทย** จะใช้ประโยชน์จากยุทธศาสตร์ "ประตูสู่อาเซียน" ของกว่างซีอย่างไร??? หากพูดในแง่ของ 'สินค้าเกษตรไทย' ที่มีศักยภาพสูงมากในตลาดจีน เขตฯ กว่างซีจ้วงได้ชื่อว่าเป็นมณฑลหนึ่งที่มีการนำเข้าผลไม้จากอาเซียนมากที่สุดของประเทศจีน ฉะนั้น รัฐบาลกลางจึงมอบนโยบายต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนมณฑลแห่งนี้มาโดยตลอด

อย่างในกรณี **ผลไม้ไทย** ที่ฮ็อตสุดๆ ในตลาดจีน ต้องบอกว่า "กว่างซี" เป็นช่องทางที่น่าสนใจหลายปีมานี้ รัฐบาลกลางโปรยสิทธิการเป็นด่านนำเข้าผลไม้ให้กับด่าน 7 แห่งในกว่างซีชนิดที่ว่าครอบคลุมทุกมิติของการขนส่งทั้งทางบก(ผ่านถนนอาร์ 9 อาร์ 12) ทางทะเล(ท่าเรือชินโจวและท่าเรือฝางเฉิงก่าง) และทางอากาศ (สนามบินของเมืองกุ้ยหลิน) สะท้อนถึงการดูแลเอาใจใส่ที่รัฐบาลกลางมีให้กับกว่างซีมากเป็นพิเศษ

ตลอดจนการเปิด **“ด่านนำเข้าข้าวและธัญพืช”** ในเมืองท่าหลายแห่งของจีน ซึ่งกว่างซีได้ 3 ที่นั่งในบัญชีรายชื่อการอนุมัติของรัฐบาลกลาง คือ ท่าเรือเมืองชินโจว ท่าเรือเมืองฝางเฉิงก่าง และท่าเรือแม่น้ำเมืองอู๋โจว

และล่าสุด รัฐบาลกลางเพิ่งเปิด **“ด่านนำเข้าสัตว์น้ำ(มีชีวิต)”** ของท่าอากาศยานนานาชาติอู๋ซีวีนครหนานหนิง (Nanning Wuxu International Airport) เป็นด่านแห่งแรกของมณฑล โดยมีกุ้งขาวแวนนาไม (Penaeus vannamei) ของไทยเป็นตัวชิมลางล็อตแรก

จุดแข็งด้านการเป็น "ประตูสู่อาเซียน" ได้พัฒนาโอกาสด้าน **"ธุรกิจการศึกษา"** ในกว่างซีและถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตได้ดี ตามเป้าหมายที่รัฐบาลกลางประกาศว่าจะส่งเสริมแผนการแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างจีนกับอาเซียนฝ่ายละแสนคน

ปัจจุบัน นักศึกษาจากอาเซียนในกว่างซี คิดเป็นสัดส่วน 1 ใน 5 ของทั้งประเทศ กว่างซีถือว่ามีชื่อเสียงในประเทศจีนในฐานะแหล่งผลิตบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาในชาติอาเซียน สถาบันการศึกษาในกว่างซีให้ความสำคัญกับความร่วมมือด้านการศึกษาและงานวิจัยในหัวข้อเกี่ยวกับอาเซียน

กว่างซีมีสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนภาษาไทยมากที่สุดในประเทศจีน นักศึกษากว่างซี(จีน) ให้ความสนใจเรียน “ภาษาไทย” อย่างมาก แต่ละปีมีนักศึกษากว่างซีไปเรียนที่ไทยหลายพันราย และมีนักศึกษาไทยมาเรียนที่กว่างซีนับพันรายเช่นกัน

ในรอบหลายปีที่ผ่านมา ได้มีการรังสรรค์ **"ตลาดค้าส่งหรือศูนย์กระจายสินค้าจีน-อาเซียน"** ต่าง ๆ ขึ้นทั่วทั้งกว่างซี เพื่อรองรับนโยบายประตูสู่อาเซียน

อย่างในนครหนานหนิงมีตลาดค้าส่งผักและผลไม้อาเซียนไฮกรีน หรือที่ชาวจีนทั่วไปเรียกว่า "ห่ายจี่ซิง" (海吉星) ซึ่งเขาวางเป้าหมายสูงเทียบชั้นตลาดเจียงหนานของนครกว่างโจวเลยทีเดียว แล้วยังมีไชน่า-อาเซียนพลาซ่าที่ภาษาจีนเรียกว่า "หัวหนาน เฉิง" (华南城) เป็นศูนย์ค้าส่งสินค้าจีน-อาเซียนที่จีนพยายามปลุกปั้นให้เป็นเหมือนตลาดอี้อูของมณฑลเจ้อเจียง รวมถึงเขตธุรกิจจีน-อาเซียนที่จะเป็นศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) แห่งใหม่ของภูมิภาค

บทสรุป

ความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ของเขตฯ กว่างซีจ้วงกับชาติอาเซียนเป็นปัจจัยเอื้อของการเป็น **"ประตูสู่อาเซียน"** และเป็นตลาดเกิดใหม่ที่น่าสนใจ เนื่องจากยังมีผู้ประกอบการไม่มาก ทำให้มีโอกาสแจ้งเกิดได้ง่ายกว่ามณฑลที่มีการแข่งขันสูง ความพร้อมทางกายภาพ(โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก) ตลอดจนนโยบายพิเศษดึงดูดการลงทุนสำหรับภาคตะวันตกของจีน หากมองในแง่ของ 'โอกาส'

กล่าวได้ว่า เขตฯ กว่างซีจ้วงเปรียบเสมือน....**"เพชรในตม (ของคนกล้าลงทุน)"**

บริษัทต่างชาติที่ลงทุนในจีนกับเศรษฐกิจ “New Normal”

ในยุคที่เศรษฐกิจจีนชะลอตัวลง โดยเน้นการเติบโตที่มีเสถียรภาพ ไม่สูงมากแต่เติบโตในระดับปานกลาง อาจฟังดูไม่น่าสนใจหรือน่าดึงดูดเหมือนแต่ก่อน นอกจากนี้ ผลกำไรของบางบริษัทหรือยอดจำหน่ายที่ลดลง ย่อมลดความน่าดึงดูดของตลาดจีนลงไปอีก

อย่างไรก็ตาม ภายใต้ภาวะ “New Normal” หรือ ดุลยภาพใหม่ ย่อมมีทั้งความท้าทายซึ่งบริษัทต่างๆ ต้องปรับตัวรวมถึงแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงการปฏิรูปทางเศรษฐกิจของจีน

ผลประกอบการธุรกิจของบริษัทต่างประเทศบางส่วนลดลง

ในปี 2558 ยอดจำหน่ายของบริษัท Carlsberg และบริษัท Heineken ในตลาดจีนปรับลดลง โดยบริษัท Carlsberg มีกำไรลดลง 8.4% เมื่อเทียบกับปี 2557 และขาดทุน 2,512 ล้านหยวน ในส่วนบริษัท Heineken ถึงแม้มีกำไรเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากในช่วงครึ่งหลังของปี 2558 มียอดขายในตลาดจีนลดลง ทำให้รายได้ของบริษัท Heineken ในปี 2558 แทบไม่ได้เพิ่มขึ้น

การที่ทั้งสองบริษัทดังกล่าวมียอดจำหน่ายที่ลดลงนั้น ส่วนหนึ่งมาจากตลาดน้ำเมา(เบียร์)จีนที่ชบเซาลงด้วย โดยในปี 2558 ปริมาณการผลิตเบียร์ของจีนอยู่ที่ 47 ล้านกิโลลิตร ลดลง 5.06% จากปี 2557 และน้อยที่สุดในรอบ 5 ปีมานี้

บริษัท Volkswagen เข้าตลาดจีนมาได้ 30 กว่าปี และเป็นหนึ่งในบริษัทต่างชาติที่ประสบความสำเร็จในตลาดจีน อย่างไรก็ดี ในปี 2558 มียอดจำหน่ายรถยนต์ 3.55 ล้านคัน นับเป็นครั้งแรกในรอบ 30 ปี ที่ยอดจำหน่ายลดลง

ในภาคอุตสาหกรรม บริษัทต่างประเทศที่ลงทุนในจีนได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวลง อาทิ บริษัท United Technologies Corporation ซึ่งผลิตลิฟท์และอุปกรณ์การทำความเย็นของสหรัฐอเมริกา ได้คาดการณ์ว่า ยอดจำหน่ายในปี 2559 จะลดลงอย่างต่อเนื่อง

หอการค้าญี่ปุ่นในจีนระบุว่าในปี 2558 ญี่ปุ่นลงทุนในจีนมีมูลค่า 3,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง 25.9% จากปี 2557 และเป็นการลดลงต่อเนื่อง 3 ปี และผลสำรวจขององค์กรการฟื้นฟูการค้าของญี่ปุ่นพบว่า มีเพียง 38.1% ของบริษัทญี่ปุ่นที่ลงทุนในจีนที่มีแผนการขยายธุรกิจภายใน 1-2 ปีข้างหน้า ในขณะที่เมื่อปี 2554 พบว่า 66.8% ของบริษัทญี่ปุ่นที่ลงทุนในจีนมีแผนการขยายธุรกิจในจีน

หอการค้าสหรัฐอเมริกาในจีนและบริษัท Bain & Company ได้ร่วมประกาศรายงานสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของจีน โดยได้สัมภาษณ์บริษัทต่างชาติที่ลงทุนในจีนเกือบ 500 บริษัท พบว่า 40% มีรายได้ในปี 2558 เท่ากับหรือน้อยกว่าปี 2557 และมีเพียง 64% ของบริษัทต่างประเทศที่ลงทุนในจีนที่ไม่ขาดทุน ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ต่ำที่สุดในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา

บริษัทต่างประเทศที่ลงทุนในจีน'ปรับตัว'เข้ากับสภาพเศรษฐกิจใหม่ และ'ค้นหา'โอกาสทางการค้าใหม่

ปัจจุบัน เศรษฐกิจจีนชะลอตัวลง ต้นทุนแรงงานของจีนเพิ่มมากขึ้น การแข่งขันทางตลาดทวีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้บริษัทต่างประเทศที่ลงทุนในจีนมีผลประกอบการต่ำกว่าที่ได้คาดการณ์ไว้

นอกจากนี้ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา บางบริษัทต่างประเทศยังถูกตรวจสอบการผูกขาดทางตลาด อาทิ บริษัท Microsoft และบริษัท Daimler Group และบางบริษัทถูกตรวจสอบด้านการคอร์รัปชั่น อาทิ บริษัท GlaxoSmithKline และบริษัท Mead Johnson

อย่างไรก็ดี การประกอบธุรกิจและการลงทุนในจีนภายใต้การกำกับดูแลที่เข้มงวดมากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าระบบเศรษฐกิจจีนกำลังพัฒนาให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เมื่อเดือน พ.ค. 2559 บริษัท FAW-Volkswagen เริ่มก่อสร้างฐานการผลิตที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในเขตการพัฒนาของมหานครเทียนจิน โดยใช้เงินทุน 19,500 ล้านหยวน โดย CEO ของบริษัท Volkswagen China ระบุว่า บริษัทมีความเชื่อมั่นสูงในตลาดจีนและต้องการจะบุกตลาดจีนอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นที่มาของโครงการลงทุนขนาดใหญ่ในครั้งนี้ โดยจะมีการลงทุนในปี 2559 เท่ากับ 4,000 ล้านยูโร และการลงทุนในจำนวนนี้ในหลายปีข้างหน้า

นอกจากนี้ จะให้ความสำคัญกับทิศทางการพัฒนาใหม่ อาทิ การวิจัยและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้น โดยจีนนับเป็นแหล่งบ่มเพาะเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ของบริษัทที่จะเผยแพร่ไปทั่วโลกต่อไป

บริษัท Tesla วางให้จีนเป็น 1 ในตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุดในโลก ในไตรมาส 1/2559 ยอดจำหน่ายในตลาดจีนของบริษัท Tesla เพิ่มขึ้น 300% จากช่วงเดียวกันในปี 2558

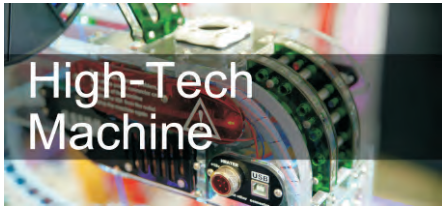
ส่วนบริษัท PPG แสดงความเชื่อมั่นต่อตลาดจีน โดยมีแผนขยายโรงงานอีกหลายแห่งเพื่อพัฒนากำลังการผลิตให้สูงขึ้น

สมาชิกหอการค้าสหรัฐอเมริการะบุว่า60% ของสมาชิก มองจีนเป็น 1 ใน 3 อันดับแรกของแหล่งการลงทุนของตนเอง และ 25% ของสมาชิกถือว่าจีนเป็นแหล่งการลงทุนอันดับที่ 1 โดยมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนในอนาคต การดำเนินการของรัฐบาลจีนในการขจัดปัญหาสำคัญต่าง ๆ โดยเฉพาะในด้านการปกป้องลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาและการปราบปรามทุจริตคอร์รัปชั่น

3 อุตสาหกรรมที่ได้รับความสนใจจากบริษัทต่างชาติที่ลงทุนในจีน

บริษัทต่างชาติปรับกลยุทธ์การลงทุนในจีน โดยกำหนดทิศทางการลงทุนที่ชัดเจนมากขึ้น และให้ความสนใจกับอุตสาหกรรม 3 ประเภทดังต่อไป

1) อุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์เครื่องจักรกลชั้นสูง



เมื่อปี 2557 ศูนย์กลางการบำรุงซ่อมแซมเครื่องบิน Bombardier เริ่มก่อสร้างในเขตการค้าเสรีของนครเทียนจิน มีมูลค่าการลงทุน 30 ล้านดอลลาร์ สรอ. ตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมา ตลาดเครื่องบินธุรกิจของจีนได้เติบโตอย่างก้าวกระโดด ยอดจำหน่ายเครื่องบินธุรกิจเพิ่มขึ้น 54.7% ต่อปี

บริษัท Bombardier คาดว่า ใน 10 ปีข้างหน้า ตลาดเครื่องบินธุรกิจของจีนจะมีศักยภาพในการพัฒนามาก โดยจีนจะมีเครื่องบินธุรกิจ 6,000 ลำภายในปี 2576 บริษัทต่างชาติที่เห็นโอกาสดังกล่าวได้เร่งบุกตลาดเครื่องบินธุรกิจของจีน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การผลิตเครื่องบินธุรกิจการบำรุงรักษา จนถึงการสอบใบขับขี่ของนักบิน

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมการก่อสร้างของจีนมีเทคโนโยลีที่ล้าหลัง ใช้อุปกรณ์ที่ล้าสมัยและอันตราย จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์การก่อสร้างให้ดีขึ้น บริษัท JLG ผู้ผลิตเครื่องมือการก่อสร้างที่ใหญ่ที่สุดในโลกเล็งเห็นถึงความต้องการของตลาดจีน โดยเฉพาะเครื่องมือการก่อสร้างในที่สูง จึงเร่งพัฒนาเครื่องมือการก่อสร้างเพื่อรองรับความต้องการดังกล่าวในรูปแบบใหม่สำหรับตลาดจีน

ผู้เชี่ยวชาญระบุว่า อุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์เครื่องจักรกลชั้นสูงมีค่าตอบแทนสูง และมีความต้องการอันมหาศาลในตลาดจีน ในขณะเดียวกัน ยังขาดเทคโนโลยีชั้นสูงที่เพียงพอ ซึ่งบริษัทต่างประเทศมีความได้เปรียบมากกว่า และมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในตลาดจีนสูงกว่า

2) อุตสาหกรรมการผลิตยาและชีวภาพ

อุตสาหกรรมการผลิตยาและชีวภาพเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีเข้มข้น ปัจจุบัน บริษัท GSK ของอังกฤษ บริษัท Bayer ของเยอรมัน และบริษัท Novozymes ของเดนมาร์ก ซึ่งเป็นบริษัทผลิตยาและชีวภาพชั้นนำของโลกได้เร่งขยายการลงทุนในจีน

โดยในอดีต บริษัทผลิตยาของต่างชาติที่ก่อตั้งศูนย์วิจัยและการพัฒนาในจีนเน้นการให้บริการหลังการจำหน่ายแต่ในรอบหลายปีที่ผ่านมา ศูนย์วิจัยดังกล่าวเริ่มวิจัยและพัฒนายาประเภทใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดจีนมากขึ้น

3) ธุรกิจการท่องเที่ยวแบบใหม่

สถิติจากกรมการท่องเที่ยวแห่งชาติจีน ระบุว่า ในปี 2559 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศ 122 ล้านคน/ครั้ง ยอดรวมการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในต่างประเทศของชาวจีน 109,800 ล้านดอลลาร์ สรอ. โดยนักท่องเที่ยวจีนท่องเที่ยวภายในประเทศมากถึง 4,440 ล้านคน/ครั้ง มีรายได้จากการท่องเที่ยว 3.9 ล้านล้านหยวน แสดงให้เห็นว่า ตลาดท่องเที่ยวของจีนยังมีศักยภาพในการขยายตัวสูงมาก บริษัทต่างชาติหันมาให้ความสนใจกับธุรกิจการท่องเที่ยวในจีน

เมื่อปี 2558 Universal Parks ของสหรัฐอเมริกาลงนามสัญญากับกรุงปักกิ่งในโครงการก่อสร้าง Universal Parks ที่เขตทงโจว กรุงปักกิ่ง ซึ่งมียอดการลงทุนถึง 5 หมื่นล้านหยวน และคาดว่าจะเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ของกรุงปักกิ่ง

นอกจากนี้ เมื่อปี 2559 Disneyland ได้เปิดให้บริการที่มหานครเซี่ยงไฮ้ ส่วนบริษัท Rovio ของฟินแลนด์ได้ประกาศการก่อสร้าง Angry Birds Park ทั้งหมด 9 แห่งในจีนใน 4 ปีข้างหน้า

รัฐบาลจีนผ่อนคลาย 'กฎการเข้าถึงตลาด' (market access) ของบริษัทต่างชาติ อำนวยความสะดวกการลงทุนในอุตสาหกรรมที่จีนให้การส่งเสริม

เมื่อเดือน ม.ค.2560 ที่ผ่านมา คณะรัฐมนตรีจีนได้ประกาศ 20 มาตรการเพื่อส่งเสริมนโยบายการเปิดประเทศและดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ โดยมุ่งเน้นการสร้างสิ่งแวดล้อมทางการแข่งขันที่เป็นธรรมและการปรับลดต้นทุนของบริษัททุนต่างชาติที่เกิดจากส่วนกลาง

นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์จีนก็ได้ปรับปรุงรายการสาขาธุรกิจสำหรับต่างชาติลงทุนในจีน (Catalogue for Guiding Foreign Investment in Industry) ซึ่งลดรายการต่าง ๆ จาก 93 เหลือ 62 รายการ เช่น ในด้านอุตสาหกรรมการผลิต จีนได้ยกเลิกการจำกัดการลงทุนจากต่างชาติในอุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์การคมนาคมที่เป็นระบบราง อุตสาหกรรมการผลิตรถมอเตอร์ไซค์ อุตสาหกรรมการผลิตแอลกอฮอล์ที่เป็นเชื้อเพลิง และอุตสาหกรรมการแปรรูปน้ำมัน เป็นต้น

คณะกรรมการเพื่อการพัฒนาและปฏิรูปแห่งชาติจีน (NDRC) ดำเนินมาตรการ 4 มาตรการเพื่อส่งเสริมให้บริษัทต่างประเทศลงทุนในอุตสาหกรรมการผลิตมากขึ้น ได้แก่

1) กำหนดให้บริษัทต่างชาติที่ลงทุนในจีนรับสิทธิ์ประโยชน์เท่าเทียมกับบริษัทจีนภายใต้นโยบาย 'Made in China 2025'

2) เปิดภาคอุตสาหกรรมการผลิตให้บริษัทต่างชาติมากขึ้น

3) นโยบายการอุดหนุนเพื่อส่งเสริมการลงทุนของรัฐบาลท้องถิ่นที่ให้ความสำคัญกับโครงการในอุตสาหกรรมการผลิตมากขึ้น

4) โครงการที่รัฐบาลสนับสนุนให้บริษัทต่างชาติลงทุน รัฐบาลท้องถิ่นจะจัดสรรที่ดิน และให้ราคาพิเศษแก่บริษัทต่างชาติที่เข้าข่าย

ท่ามกลางสภาพเศรษฐกิจ “New Normal” ของจีน บริษัทต่างชาติที่ลงทุนในจีนพบทั้งโอกาสและความท้าทาย ในช่วงการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจของจีนในช่วงนี้ บริษัทที่สามารถปรับตัวได้ทัน และติดตามนโยบายของภาครัฐก็จะได้เปรียบและสามารถประสบความสำเร็จในตลาดจีนในยุค “New Normal” ได้

ปัจจุบัน จีนครองสัดส่วน 1 ใน 3 ของมูลค่าการเติบโตของเศรษฐกิจทั่วโลกและจะครองสัดส่วนดังกล่าวอีกระยะหนึ่ง หากจีนปฏิรูปได้สำเร็จ จะมีส่วนช่วยเศรษฐกิจโลกได้มากยิ่งขึ้นในอนาคต

มารู้จัก... Blue Silicon Valley เมืองแห่งวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางทะเลของเมืองชิงต่าว

พญามังกรอย่างจีนได้นำเอาแนวคิด Blue Silicon Valley จากสหรัฐอเมริกามาจัดตั้งในจีน โดยเลือกให้เมืองชิงต่าว มณฑลซานตง เป็นที่ตั้งของเมืองแห่งวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางทะเล

การจัดตั้ง Blue Silicon Valley รัฐบาลจีนหวังอะไร? ทำไมต้องเมืองชิงต่าว? ความเคลื่อนไหวดังกล่าวมีนัยสำคัญต่อประเทศจีนอย่างไร??

หลาย ๆ ท่านคงจะคุ้นเคยกับ Silicon Valley ซึ่งเป็นแหล่งรวมบริษัทด้านเทคโนโลยีที่มีชื่อเสียงนับร้อย ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Google, Microsoft, Apple และอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ดได้มีบทบาทสำคัญยิ่งในการจัดตั้ง Silicon Valley ทางตอนใต้ของอ่าวซานฟรานซิสโก สหรัฐอเมริกา

นอกจากนี้ ในบริเวณใกล้เคียงในอ่าวมอนเทอเรย์ของรัฐแคลิฟอร์เนีย ยังเป็นสถานที่ตั้งของเขตอนุรักษ์และรักษาพันธุ์สัตว์ทะเลชั้นนำมอนเทอเรย์ โดยที่แห่งนี้ถูกเรียกว่า 'Blue Silicon Valley' ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ทางทะเลกว่า 6,000 ตารางไมล์ และอยู่ภายใต้การดูแลขององค์การบริหารสมุทรศาสตร์และบรรยากาศแห่งชาติสหรัฐอเมริกา หรือ National Oceanic and Atmospheric Administration – NOAA

ล่าสุด พญามังกรอย่างจีน จึงได้นำแนวคิด Blue Silicon Valley ดังกล่าวเข้ามาจัดตั้งในจีนเช่นเดียวกัน โดยเลือกให้เมืองชิงต่าว มณฑลซานตง เป็นแหล่งที่ตั้งของเมืองแห่งวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางทะเล โดยมีชื่ออย่างเป็นทางการว่า Qingdao Oceantec Valley หรือที่ในภาษาจีนเรียกว่า "ชิงต่าวหลานกู่" (青岛蓝谷)

Qingdao Oceantec Valley ถือเป็นโครงการสำคัญระดับชาติของจีน โดยเมื่อเร็ว ๆ นี้ได้เริ่มเปิดศูนย์ปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางทะเลแห่งชาติอย่างเป็นทางการแล้ว เพื่อไม่ให้เป็นการตกกระแส ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน (BIC) ขอนำท่านผู้อ่านไปทำความรู้จัก Blue Silicon Valley ของจีน

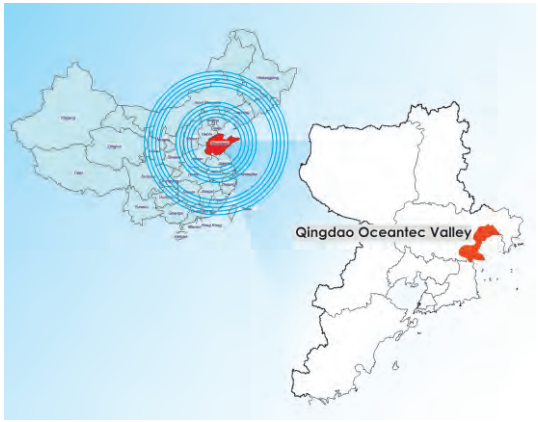
Blue Silicon Valley คืออะไร

Blue Silicon Valley คือ พื้นที่ที่รวมเอาศูนย์ปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันวิจัยและพัฒนาทางทะเลระดับชาติ สถาบันการศึกษาทางทะเลที่มีชื่อเสียงของจีน แหล่งบริการ Outsource รวมถึงแหล่งคิดค้นนวัตกรรมทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางทะเลมารวมไว้ด้วยกัน โดยมีโครงการระยะยาวในการพัฒนาสร้างเมืองที่อยู่อาศัยใหม่ขึ้นด้วยอีก 5 เมือง (เมืองอ่าวซานเว่ย เมืองต้าเริ่นเหอ เมืองหลิงไห่ซิน เมืองเวินเฉวียนซิน เมืองเกาอวี่ซิน) ซึ่งจะเสร็จสิ้นอย่างสมบูรณ์ในปี 2573

ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า แหล่งธุรกิจการเงิน และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศชายฝั่งทะเล ไว้คอยบริการและอำนวยความสะดวกให้ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว

ความเป็นมาของ Blue Silicon Valley เมืองชิงต่าว

นายหู จิ่นเทา อดีตประธานาธิบดีแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้เดินทางมาสำรวจมณฑลซานตงเมื่อปี 2552 และได้เล็งเห็นถึงศักยภาพทางภูมิศาสตร์ของมณฑลซานตง ซึ่งเป็นมณฑลที่มีพื้นที่กว่าครึ่งเป็นคาบสมุทร โดยมีพื้นที่ชายฝั่งทะเลรวมเป็นระยะทางยาวกว่า 3,000 กม. และมีอ่าวกว่า 200 แห่ง จึงเห็นควรเสนอให้มีการสร้างเขตเศรษฐกิจสีฟ้าบนคาบสมุทรซานตง ดังกล่าว



มณฑลซานตงจึงได้ยื่นเสนอ "แผนเขตเศรษฐกิจสีฟ้าคาบสมุทรซานตง" ต่อรัฐบาลกลางจีน และได้รับการอนุมัติในปี 2554 โดยกำหนดอยู่ในแผนยุทธศาสตร์แห่งชาติในการพัฒนาเศรษฐกิจทางทะเลของจีน

ต่อมาในปี 2555 เมืองชิงต่าวได้ประกาศ "แผนพัฒนาโครงการ Blue Silicon Valley" โดยกำหนดทิศทางในการพัฒนาสู่ China Blue Silicon Valley และเมืองแห่งระบบนิเวศชายฝั่งทะเล โดยเริ่มดำเนินการก่อสร้างโครงการอย่างเป็นทางการในปี 2556 มาจนถึงปัจจุบัน

Blue Silicon Valley ตั้งอยู่ในเมืองจี่โม่ (即墨市) ซึ่งเป็นเมืองชั้นรอง (อำเภอระดับเมือง) ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของเมืองชิงต่าว มณฑลชานตง มีพื้นที่รวมกว่า 443 ตร.กม. แบ่งเป็นพื้นที่บนบก 218 ตร.กม. พื้นที่ทะเล 225 ตร.กม. ซึ่งเป็นเขตพื้นที่ในบริเวณทะเลเหลืองของจีน มีระยะทางห่างจากสนามบินนานาชาติหลิวถิง 15 กม.ห่างจากท่าเรือชิงต่าว 40 กม. มีรถไฟใต้ดินสาย 11 วิ่งผ่านเข้าใน เขต Blue Silicon Valley มากกว่า 5 สถานี และสามารถเดินทางไปยังใจกลางเมืองชิงต่าวได้ภายในเวลาเพียงครึ่งชั่วโมง

Qingdao Blue Econmic Zone

ทำไมจึงสร้างที่ ‘ชิงต่าว’ ?

เมืองชิงต่าว เป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านวิทยาศาสตร์ทางทะเลมาอย่างยาวนาน เป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยทางทะเลแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน (Ocean University of China) ซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงในด้านสมุทรศาสตร์ มีสถาบันวิทยาศาสตร์และห้องปฏิบัติการทางทะเลทั้งระดับประเทศและระดับมณฑลรวมกว่า 25 แห่ง

อีกทั้งยังมีผู้เชี่ยวชาญระดับสูงด้านสมุทรศาสตร์คิดเป็น 30% ของประเทศ และนักวิชาการทางทะเลคิดเป็น 70% ของทั้งประเทศ ที่รับผิดชอบดำเนินโครงการวิจัยวิทยาศาสตร์ทางทะเลมากกว่าครึ่งหนึ่งของประเทศจีน

บุคลากรด้านการศึกษาและวิจัยทางทะเลของเมืองชิงต่าว ได้รับการวางรากฐานมาตั้งแต่ภายหลังการสถาปนาสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยเฉพาะในด้านการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและพืชทะเล รวมถึงการสำรวจทางทะเล

ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจที่เมืองชิงต่าว จะเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างโครงการ Blue Silicon Valley และได้ถูกเลือกให้จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการและศูนย์วิจัยที่สำคัญระดับชาติ

โครงการสำคัญใน Blue Silicon Valley เมืองชิงต่าว

1. ศูนย์ปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางทะเลแห่งชาติ เมืองชิงต่าว
(Qingdao National Laboratory for Marine Science and Technology)

ศูนย์ปฏิบัติการทางทะเลแห่งนี้ได้รับอนุมัติจากกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของจีนให้ดำเนินงานด้านการสาธิตและนำร่องการปฏิรูปทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางทะเลเชิงลึก รวมถึงการคิดค้นระบบการจัดการและกลไกการดำเนินงานรูปแบบใหม่ ซึ่งมีพื้นที่ในการก่อสร้าง 200,000 ตร.ม.รวมมูลค่าเงินลงทุนในโครงการทั้งสิ้น 3,000 ล้านหยวน โดยได้ก่อสร้างเสร็จสิ้นในปี 2556 และได้เปิดปฏิบัติการอย่างเป็นทางการแล้วในปี 2558

ศูนย์ปฏิบัติการทางทะเลชั้นนำแห่งนี้จะถูกพัฒนาให้เทียบเท่าระดับนานาชาติ โดยมุ่งเน้นที่การพัฒนาการเรียนรู้ทางทะเลไปสู่การวางแผนและการจัดการทางทะเล รวมทั้งมีเป้าหมายที่จะทำให้ ‘จีน’ กลายเป็นประเทศชั้นนำของโลกในด้านการปฏิบัติการทางทะเลด้วย โดยที่เมืองชิงต่าวได้ให้การสนับสนุนอุปกรณ์เครื่องมือทางน้ำที่สำคัญ อาทิ เรือสำรวจขนาดใหญ่ เรือดำน้ำ หุ่นยนต์ดำน้ำ เพื่อให้ศูนย์ปฏิบัติการฯ เป็นแหล่งรวมเทคโนโลยีทางทะเลของประเทศ เพื่อการศึกษาวิจัยทางทะเลในด้านต่าง ๆ และเป็นฐานข้อมูลด้านทรัพยากรทางทะเลที่มีประสิทธิภาพที่สุดของจีน

ล่าสุด เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2560 ได้มีพิธิเปิดใช้งาน ศูนย์วิจัยทะเลซีกโลกใต้ระดับสากลอย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นความร่วมมือของศูนย์ปฏิบัติการฯ เมืองชิงต่าวกับ Commonwealth Scientific and Industrial Research Organization หรือ CSIRO ซึ่งเป็นองค์กรการวิจัยด้านวิทยาศาสตร์และอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในออสเตรเลีย โดยศูนย์ดังกล่าว ตั้งอยู่ในนครโฮบาร์ต (Hobart) เมืองหลวงของรัฐแทสมาเนียที่อยู่ทางใต้สุดของออสเตรเลีย

2. ศูนย์วิจัยทะเลน้ำลึกแห่งชาติ

(National Deep Sea Center)

เป็นศูนย์วิจัยทะเลน้ำลึกเพียงแห่งเดียวในประเทศจีน และเป็นแห่งที่ 5 ของโลก ต่อจากรัสเซีย สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น มีมูลค่าการลงทุนรวม 1,500 ล้านหยวน บนพื้นที่ 93,600 ตร.ม.

การก่อสร้างหลัก คือ ห้องปฏิบัติการจำลองทะเลน้ำลึก และท่าเทียบเรือที่สามารถจอดเรือสำรวจที่มีน้ำหนัก 6,000 ตันพร้อมกันได้จำนวน 2 ลำ ซึ่งเป็นท่าเทียบเรือสำรวจที่ใหญ่ที่สุดในจีน

ศูนย์วิจัยทะเลน้ำลึกแห่งนี้ ใช้เป็นฐานสำหรับการวิจัย การทดลอง และการฝึกอบรม รวมทั้งเป็นฐานสนับสนุนในการปฏิบัติการเรือดำน้ำเพื่อการสำรวจทะเลน้ำลึกที่มีมนุษย์บังคับ อาทิ เรือดำน้ำ “เจียวหลง” (蛟龙号) เรือดำน้ำ “ไห่หลง 2” (海龙二号) เรือดำน้ำ “เฉี่ยนหลง 1” (潜龙一号) เรือดำน้ำแบบไร้มนุษย์บังคับและเรือสำรวจทะเล “เคอเสวีย” (科学号)

ทั้งนี้ เรือดำน้ำสำรวจทะเลน้ำลึก 3 ลำข้างต้น มีผลงานด้านการสำรวจที่ไม่ธรรมดา โดยเฉพาะเรือดำน้ำ“เจียวหลง” ที่ทุบสถิติโลกด้วยการดำดิ่งลงสู่ร่องลึกก้นสมุทรมาเรียนา (Mariana Trench) ใต้มหาสมุทรแปซิฟิกด้วยความลึกถึง 7,062 เมตร

ส่วนเรือดำน้ำ “ไห่หลง 2” เคยลงสำรวจใต้ทะเลในระดับความลึก3,500 เมตร และเรือดำน้ำ “เฉี่ยนหลง 1” สำรวจในระดับความลึก 6,000 เมตร

3. ศูนย์ตรวจสอบคุณภาพอุปกรณ์ทางทะเลแห่งชาติ

(National Marine Equipment Quality Inspection Center)

ศูนย์ตรวจสอบแห่งนี้มีมูลค่าการลงทุนราว 586 ล้านหยวน พื้นที่การก่อสร้าง 50,000 ตร.ม. พัฒนาขึ้นเพื่อเป็นศูนย์ตรวจสอบคุณภาพอุปกรณ์ทางทะเลระดับสูง ในการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีและทดสอบคุณภาพอุปกรณ์กับผู้ผลิตอุปกรณ์ทางทะเลภายในประเทศ

4. Qingdao Blue Center

เป็นอีกโครงการหนึ่งที่น่าสนใจใน Blue Silicon Valley มีการลงทุนรวม 1,200 ล้านหยวน พื้นที่การก่อสร้าง 200,000 ตร.ม.โดยจะมีที่ทำการสำนักงาน ศูนย์ธุรกิจและโรงแรม โดยการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการก่อสร้าง มีความทันสมัยและความเป็นสากล เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงานอีกด้วย

นอกจากนี้ ยังมีมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงจากมณฑลอื่นของจีนเข้าร่วมลงนามข้อตกลงในการลงทุนสร้างสถาบันการศึกษาวิทยาเขตชิงต่าว และจัดตั้งสถาบันวิจัยใน Blue Silicon Valley เช่น

- มหาวิทยาลัยซานตง วิทยาเขตชิงต่าว กำลังจะเปิดการเรียนการสอนในเดือนกันยายน 2560
- วิทยาลัยซิโน-เยอรมนี โดยมหาวิทยาลัยซานตงและสถาบันวิจัยเฮล์มโฮลทซ์ (Helmholtz) ในประเทศเยอรมนี
- สถาบันวิจัยวิศวกรรมทางทะเล โดยมหาวิทยาลัยเทียนจิน
- อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยสถาบันเทคโนโลยีฮาร์บิ้น

และสถาบันวิจัยด้านต่าง ๆ โดยมหาวิทยาลัยเสฉวน มหาวิทยาลัยถงจี้ (เซี่ยงไฮ้) มหาวิทยาลัยเป่ยหัง และวิทยาลัยวิจิตรศิลป์แห่งชาติจีน (ปักกิ่ง)

Blue Silicon Valley นัยสำคัญต่อประเทศจีน

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระยะ 5 ปี ฉบับที่ 13 ฉบับล่าสุดของจีน ได้ระบุว่าการที่ประเทศจีนต้องการจะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำด้านการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีทางทะเล และการสร้างเส้นทางสายไหมทางทะเลในศตวรรษที่ 21 นั้น ประเทศจีนจะต้องใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งการพัฒนาทรัพยากรทางทะเลอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งพัฒนาวิทยาศาสตร์ใต้ทะเลน้ำลึกจะเป็นหนึ่งในแรงผลักดันเพื่อเสริมสร้างแพลตฟอร์มของนวัตกรรมเทคโนโลยีทางทะเลให้แข็งแกร่งขึ้น รวมทั้งสามารถยกระดับอุตสาหกรรมทางทะเลและการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเศรษฐกิจชายฝั่งทะเลต่อไป

ศูนย์ปฏิบัติการและศูนย์วิจัยต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ใน Blue Silicon Valley จึงเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยผลักดันความก้าวหน้าทางทะเลของจีน ผ่านการสำรวจวิจัย การคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ เพื่อนำมาช่วยส่งเสริมปรับปรุงการดำเนินงานต่าง ๆ ทางทะเลให้มีประสิทธิภาพ

เพิ่มมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการประมงและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การสำรวจทรัพยากรพลังงานใต้ทะเล เภสัชกรรมชีวภาพทางทะเล การผลิตเครื่องจักรกลทางทะเล รวมถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล และการขนส่งโลจิสติกส์ทางทะเล

นอกจากนี้ เมืองอื่น ๆ ตามแนวชายฝั่งทะเลของจีน อย่างเช่นเมืองเซี่ยเหมิน มณฑลฝูเจี้ยน เมืองซานย่า มณฑลไห่หนาน (ไหหลำ) และเมืองเป่ยไห่ เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง ต่างก็มีแผนในการสร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจทางทะเลให้เป็น Blue Silicon Valley เพื่อร่วมผลักดันให้จีนก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำด้านการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีทางทะเลระดับชั้นนำของโลกได้ในเร็ววันด้วยเช่นกัน

บทส่งท้าย

ปัจจุบัน จีนได้เริ่มหันมาผลักดันเรื่องการเชื่อมโยงทรัพยากรทางทะเลและห้วงมหาสมุทรมากขึ้น ซึ่งเป็นส่วนต่อเนื่องมาจากการยกข้อริเริ่มยุทธศาสตร์ **“หนึ่งแถบ หนึ่งเส้นทาง”** หรือ One Belt One Road โดยสร้างความเชื่อมโยงทางทะเลและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางทะเล นับเป็นรูปแบบและรากฐานทางการพัฒนาที่สำคัญ

ขณะเดียวกัน จีนยังมีเป้าหมายที่จะก้าวขึ้นมาผู้นำด้านการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีทางทะเล ทำให้ประเทศจีนหันมาสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางทะเลอย่างจริงจัง เพื่อยกระดับนวัตกรรมเทคโนโลยีทางทะเล ซึ่ง Blue Silicon Valley ที่เมืองชิงต่าวก็จะเป็นโครงการนำร่องการพัฒนาทางทะเลในด้านต่าง ๆ ของจีนที่สำคัญ เพื่อให้สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และบรรลุ **“ความฝันของจีน”** (Chinese Dream) ต่อไป

จากนี้เราคงจะต้องติดตามกันต่อไปว่า Blue Silicon Valley ที่ประเทศจีนตั้งใจจะผลักดันให้เป็นศูนย์กลางการวิจัยวิทยาศาสตร์ทางทะเลชั้นนำในระดับนานาชาตินั้นจะประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และ ‘จีน’ จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำด้านการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีทะเลได้หรือไม่ ซึ่งศูนย์ BIC จะรายงานความคืบหน้าและนำเสนอแก่ท่านผู้อ่านในโอกาสต่อไป

ส่อง!! พัฒนาการ “รถไฟสินค้าเฉิงตู-ยุโรป” กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจของมณฑลเสฉวน ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ “One Belt One Road”

ปัจจุบัน มณฑลเสฉวนให้ความสำคัญอย่างมากกับการพัฒนาเส้นทางการขนส่งโลจิสติกส์ระบบรางที่ถือว่าเป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักของรัฐบาลที่จะสามารถกระตุ้นให้เศรษฐกิจเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการพัฒนาเส้นทางโลจิสติกส์ ‘ระบบราง’ เชื่อมโยงกับต่างประเทศ ซึ่งหนึ่งในความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมของการพัฒนาเส้นทางโลจิสติกส์ระบบรางของมณฑลเสฉวนเชื่อมต่อกับต่างประเทศ คือ **“หรงโอว” รถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรป**

“One Belt One Road” หรือหนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง คือ ยุทธศาสตร์สร้างความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและสังคมระหว่างจีนกับประเทศในเอเชีย ยุโรปและแอฟริกา บนแนวพื้นที่เศรษฐกิจเส้นทางสายไหมที่กำลังได้รับการจับตามองจากทั่วโลกเป็นอย่างมากในปัจจุบัน ซึ่งยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจให้กับภูมิภาคจีนตะวันตก โดยเฉพาะมณฑลเสฉวน ที่มีเมืองเอกชื่อว่า **‘นครเฉิงตู’** รับบทบาทแม่ทัพในการขับเคลื่อนและกำหนดทิศทางการเดินหน้าพัฒนาทางเศรษฐกิจ

มณฑลเสฉวนมีข้อได้เปรียบหลาย ๆ ด้าน ทั้งการเป็นมณฑลที่มีศักยภาพและกำลังทางด้านเศรษฐกิจแห่งจีนตะวันตก มีรากฐานอุตสาหกรรมในพื้นที่ที่โดดเด่นและทันสมัย มีสาธารณูปโภคพื้นฐานของโครงข่ายการคมนาคมที่ค่อนข้างสมบูรณ์ กอปรกับการเป็นเมืองบนเส้นทางผ่านสำคัญของเส้นทางสายไหมตอนใต้ และเป็นเมืองศูนย์กลางการพัฒนาภายใต้นโยบายเขตเศรษฐกิจบนแนวแม่น้ำแยงซีเกียง

ปัจจุบัน มณฑลเสฉวนให้ความสำคัญอย่างมากกับการพัฒนาเส้นทางการขนส่งและโลจิสติกส์ระบบรางที่ถือว่าเป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักของรัฐบาลที่จะสามารถกระตุ้นให้เศรษฐกิจเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการพัฒนาเส้นทางโลจิสติกส์ระบบรางเพื่อการเชื่อมโยงกับต่างประเทศเปรียบเสมือนช่องทางการติดต่อและสานสัมพันธ์กับต่างประเทศในด้านการค้าการลงทุน ซึ่งหนึ่งในความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมของการพัฒนาเส้นทางขนส่งและโลจิสติกส์ระบบรางของมณฑลเสฉวนเชื่อมต่อกับต่างประเทศ คือ **“หรงโอว” รถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรป**

ทำความรู้จักกับ “หรงโอว” (蓉欧) รถไฟขนส่งสินค้าระบบรางเฉิงตู-ยุโรป

“หรงโอว” รถไฟขนส่งสินค้าระบบรางเฉิงตู-ยุโรป คือหนึ่งในผลงานชิ้นโบว์แดงของมณฑลเสฉวนที่สอดรับกับนโยบาย One Belt One Road ของจีน นับเป็นนวัตกรรมการขนส่งโลจิสติกส์ระบบรางเส้นทางใหม่สู่ดินแดนยุโรปทดแทนการขนส่งสินค้าทางทะเลที่ใช้มาอย่างยาวนาน และที่สำคัญได้รับการจับตามองเป็นอย่างมากจากทั่วโลกในฐานะ **“เส้นทางเศรษฐกิจโลจิสติกส์สายสำคัญที่เชื่อมระหว่างจีนตะวันตกเฉียงใต้สู่ภาคพื้นยุโรป”**

ขบวนรถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรป ได้เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 27 เมษายน 2556 มีจุดเริ่มต้นจากสถานีชิงไป่เจียง นครเฉิงตู มุ่งหน้าสู่เมืองอาลาซานโข่ว เขตฯ ซินเจียง เพื่อออกนอกประเทศ ผ่านเข้าสู่สาธารณรัฐคาซัคสถาน สหพันธรัฐรัสเซีย สาธารณรัฐเบลารุส และสิ้นสุดที่สถานีปลายทาง เมืองลอดซ์ (Lodz) สาธารณรัฐโปแลนด์ รวมระยะทาง 9,826 กม.

รถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรปใช้ระยะเวลาการขนส่งประมาณ 10-12 วัน ประหยัดเวลากว่าการขนส่งทางทะเลสู่ยุโรปถึง 2 เท่าและมีค่าใช้จ่ายเพียง 1/4 ของการขนส่งทางอากาศเท่านั้น เมื่อขบวนรถไฟมาถึงสถานีเมืองลอดซ์ภายใน 1-3 วันก็จะทำการขนถ่ายสินค้า “เมดอินไชน่า” เพื่อส่งต่อไปยังหลายประเทศปลายทางในทวีปยุโรป อาทิ กรุงลอนดอน กรุงปารีส กรุงเบอร์ลิน และกรุงโรม โดยระบบรางต่อไป

เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2558 รถไฟขนส่งสินค้า **“ยุโรป-เฉิงตู” เที่ยวกลับ** เคลื่อนขบวนถึงนครเฉิงตู โดยรถไฟขบวนดังกล่าว ออกเดินทางจากเมืองลอดซ์ตั้งแต่วันที่ 18 สิงหาคม 2558 พร้อมกับบรรทุกสินค้าจากยุโรปกลับมาทั้งหมด 41 โบกี้ ซึ่งสินค้าที่บรรทุกกลับมา ได้แก่ ไวน์จากฝรั่งเศส เบียร์ยุโรป ผลิตภัณฑ์จากนม และสินค้าขนมขบเคี้ยว

และเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2558 รถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรป ได้ขยายเส้นทางขนส่งจากเมืองลอดซ์ ประเทศโปแลนด์ไปถึง**เมืองนูเรมเบิร์ก (Nuremberg) สาธารณรัฐเยอรมนี**แล้ว ซึ่งสินค้าที่ขนส่ง ได้แก่ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ หมวก รองเท้า เครื่องจักร เป็นต้น

กรมศุลกากรนครเฉิงตู เผยสถิติว่า ในปี 2559 รถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรป “หรงโอว” มีการขนส่งสินค้าจากนครเฉิงตูสู่ยูโรป (เที่ยวไปและเที่ยวกลับ) แล้วทั้งสิ้น 453 เที่ยว ซึ่งมีจำนวนเที่ยวการขนส่งสินค้ามากที่สุดในบรรดารถไฟขนส่งสินค้าจีน-ยุโรป

สินค้าที่ขนส่งมีมูลค่ากว่า 1,507 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จำแนกเป็นเที่ยวขาไป 287 เที่ยว มีมูลค่าการขนส่งสินค้า 1,365 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเที่ยวขากลับจำนวน 166 เที่ยว มีมูลค่าการขนส่งสินค้า 142 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ทั้งนี้ นับตั้งแต่เริ่มเปิดให้บริการรถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรป เมื่อเดือนเมษายน 2556 ถึงเดือนธันวาคม 2559 เส้นทางดังกล่าวได้มีการขนส่งสินค้าแล้วทั้งสิ้น 632 เที่ยว (ปี 2556 รวม 31 เที่ยว, ปี 2557 รวม 45 เที่ยว, ปี 2558 รวม 103 เที่ยว และในปี 2559 รวม 453 เที่ยว) โดยสินค้าที่ขนส่งเส้นทางเฉิงตู-ยุโรป (เที่ยวขาไป) ส่วนใหญ่เป็นสินค้าจำพวกอิเล็คทรอนิกส์และส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ สำหรับสินค้าขนส่งเส้นทางยุโรป-เฉิงตู (เที่ยวขากลับ) ส่วนใหญ่เป็นสินค้าจำพวกเครื่องใช้ประจำวัน อาหาร และรถยนต์ โดยคาดว่าในปี 2560 นี้ รถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรป (เที่ยวขาไปและขากลับ) จะให้บริการขนส่งประมาณ 1,000 เที่ยว

นอกจากนี้ เส้นทางโลจิสติกส์ “หรงโอว” ยังส่งผลให้มณฑลเสฉวน มีศักยภาพสามารถดึงดูดการลงทุนจากทั้งในและต่างประเทศ โดยสิ้นสุดปี 2559 บริษัท 500 อันดับแรกของโลกได้เข้ามาลงทุนในมณฑลเสฉวนแล้วทั้งสิ้น 321 ราย โดยเป็นบริษัทต่างชาติจำนวน 232 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2558 จำนวน 22 ราย โดยบริษัทหน้าใหม่ที่เข้ามาลงทุนในมณฑลเสฉวนทั้ง 22 รายนี้ มีมูลค่าการลงทุนรวมทั้งสิ้น 8,550 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ขณะเดียวกัน ปัจจุบัน ด่านศุลกากรรถไฟเฉิงตู ได้รับการอนุมัติจากรัฐบาลกลางให้เป็นด่านที่นำเข้าสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ รถยนต์หรู และอาหารแช่แข็งแล้ว และกำลังเดินเรื่องเพื่อขอรับการอนุมัติจากรัฐบาลกลางให้เป็นด่านนำเข้าสินค้าประเภทผลไม้ และเครื่องไม้ต่อไป

“หรงโอว” เชื่อมรางตรงสู่เมืองทิลบูร์ก และเมืองรอตเทอร์ดาม เมืองท่าที่ใหญ่ที่สุดในยุโรป

รถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรป ประสบความสำเร็จขึ้นอีกขั้น เมื่อในวันที่ 2 พฤศจิกายน 2559 รัฐบาลนครเฉิงตูและรัฐบาลเมืองทิลบูร์ก (Tilburg) ได้ร่วมกันจัดพิธีเริ่มต้นการขยายเส้นทางการขนส่งสินค้าระบบรางจากนครเฉิงตูไปสู่เมืองทิลบูร์ก และเมืองรอตเทอร์ดาม (Rotterdam) ราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์อย่างเป็นทางการในระหว่างการประชุมความร่วมมือด้านโลจิสติกส์ เศรษฐกิจและการค้าผ่านด่านนำเข้า-ส่งออกสากล ครั้งที่ 2 ที่จัดขึ้น ณ นครเฉิงตู มณฑลเสฉวน

รถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-เมืองทิลบูร์ก-เมืองรอตเทอร์ดาม จะใช้เวลาในการขนส่งประมาณ 13 วัน โดยรถไฟขนส่งสินค้าเที่ยวขาไปจากนครเฉิงตูจะบรรทุกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนเครื่องจักรกลมุ่งหน้าตรงสู่เมืองทิลบูร์กและเมืองรอตเทอร์ดาม ในขณะที่รถไฟขนส่งสินค้าเที่ยวขากลับจากเมืองรอตเทอร์ดามและเมืองทิลบูร์ก จะบรรทุกสินค้าประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ไวน์ เบียร์ และนมผงสู่นครเฉิงตู ซึ่งรถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-เมืองทิลบูร์ก-เมืองรอตเทอร์ดามจะให้บริการขนส่งเที่ยวไปและเที่ยวกลับอย่างละ1 เที่ยวต่อสัปดาห์

นายเฉิน เจี๋ย รองผู้จัดการใหญ่บริษัทโลจิสติกส์ “หรงโอว” กล่าวว่า “เมืองรอตเทอร์ดามนั้นเป็นเมืองท่าที่ใหญ่ที่สุดในยุโรป โดย “หรงโอว” รถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรป ได้ขยายเส้นทางขนส่งโลจิสติกส์ระบบรางจากเมืองลอดซ์ (Lodz) สาธารณรัฐโปแลนด์ ต่อไปถึงเมืองทิลบูร์กและเมืองรอตเทอร์ดาม ราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์นั้น จะช่วยผลักดันให้เกิดกิจกรรมการค้าระหว่างประเทศระหว่างจีนกับประเทศในยุโรปมากขึ้น รวมถึงเป็นการส่งเสริมเมืองต้นทาง คือ นครเฉิงตู มณฑลเสฉวนให้มีศักยภาพและแรงดึงดูดทางด้านการลงทุน และที่สำคัญการขยายเส้นทางขนส่งโลจิสติกส์ดังกล่าว สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ “One Belt One Road” ของจีน”

นาย Maxime Verhagen รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจของราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์ ให้ความเห็นว่า “ราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์จะกลายจุดนำเข้าสินค้าเข้าสู่ตลาดยุโรปของจีน และช่วยให้วิสาหกิจจีนและสินค้าจีนเข้าถึงผู้บริโภคชาวยุโรปได้สะดวกและทั่วถึงมากยิ่งขึ้น หวังว่าการขยายเส้นทางรถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรป ถึงเมืองทิลบูร์กและเมืองรอตเทอร์ดาม จะสามารถผลักดันและส่งเสริมความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและการค้าระหว่างสองประเทศให้ก้าวหน้าขึ้นไปอีกขั้น”

ทิศทางการพัฒนา "หรงโอว" ภายใต้ยุทธศาสตร์ "One Belt One Road"

รัฐบาลมณฑลเสฉวนได้กำหนดให้ "หรงโอว" รถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรป เป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งทำหน้าที่เป็นโครงข่ายโลจิสติกส์ระบบรางเพื่อเป็นช่องทางเชื่อมต่อทางการค้าระหว่างจีนกับทวีปยุโรป โดยมีนครเฉิงตู เมืองเอกของมณฑลเสฉวนเป็นจุดศูนย์กลาง

นายเฉิน ชงเหว่ย ผู้อำนวยการสำนักงานโลจิสติกส์นครเฉิงตู ให้ข้อมูลว่า รัฐบาลนครเฉิงตูได้วางแผนโครงข่ายเส้นทางโลจิสติกส์ระบบรางของ "หรงโอว" ไว้ ดังนี้

1) เส้นทางขนส่งสายกลาง คือ นครเฉิงตู-เมืองลอดซ์ สาธารณรัฐโปแลนด์ เริ่มต้นให้บริการขนส่งตั้งแต่เดือนเมษายน 2556 สินค้าส่งออกที่สำคัญได้แก่ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ อะไหล่รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และสินค้านำเข้าสำคัญ ได้แก่ ไวน์ เนื้อสัตว์ รถยนต์และเครื่องอุปโภคบริโภค โดยในขณะนี้ เส้นทางโลจิสติกส์ระบบรางสายนี้ ได้ขยายเส้นทางไปสู่เมืองคุทโน (Kutno) สาธารณรัฐโปแลนด์, เมืองนูเรมเบิร์ก สหพันธรัฐเยอรมนี, เมืองทิลบูร์ก เมืองรอตเทอร์ดาม ราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์

2) เส้นทางขนส่งสายใต้ คือ นครเฉิงตู-กรุงอิสตันบูล สาธารณรัฐตุรกี ได้ทดลองวิ่งไปแล้วเมื่อเดือนกันยายน 2559 และหลังจากปรับปรุงระบบโครงสร้างการวิ่ง การบริการขนส่ง การกำหนดจุดพักรถและจุดกระจายสินค้าที่แน่นอนแล้ว ได้กำหนดที่จะให้เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการในช่วงกลางปี 2560 โดยขบวนรถไฟขนส่งสินค้าเส้นทางเฉิงตู-อิสตันบูลมีจุดเริ่มต้นจากนครเฉิงตู ผ่านเขตฯ ซินเจียง และออกนอกประเทศจีนที่ด่าน Khorgas จากนั้นเข้าสู่สาธารณรัฐคาซัคสถาน สาธารณรัฐอาเซอร์ไบจาน สาธารณรัฐจอร์เจีย ถึงสถานีปลายทางที่กรุงอิสตันบูล สาธารณรัฐตุรกี มีระยะทางการขนส่งราว 13,000 กิโลเมตร ใช้เวลาการขนส่งประมาณ 15-16 วัน และในอนาคตจะขยายเส้นทางโดยเชื่อมต่อไปถึงสาธารณรัฐอิหร่าน และสาธารณรัฐจอร์เจีย

3) เส้นทางขนส่งสายเหนือ คือ นครเฉิงตู-รัสเซีย-เบลารุส (เส้นทางสายเหนือ) รอบพิเศษได้ทดลองวิ่งแล้ว ซึ่งมีระยะทาง 8,866 กิโลเมตร และใช้เวลาการขนส่งสินค้าประมาณ 12 วัน โดยสินค้าหลักที่มีการขนส่ง ได้แก่ ชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์ที่ขนส่งมากจากเมืองหนิงโป และคาดว่าอีกไม่นานรถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรป (สายเหนือ) เที่ยวปฐมฤกษ์จะเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการเช่นกันนครเฉิงตู-กรุงมอสโก สหพันธรัฐรัสเซีย และในอนาคตจะมีการขยายเส้นทางโดยเชื่อมต่อไปยังเมืองต่าง ๆ ในแถบยุโรปตะวันออก

คาดว่าในปี 2560 จะมีขบวนรถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรป (เที่ยวขาไปและขากลับ) ในแต่ละเส้นทางประมาณ 1,000 เที่ยว และในปี 2563 จะเพิ่มจำนวนขึ้นเป็น 3,000 เที่ยว ซึ่งคาดว่าจะสามารถสร้างรายได้จากการนำเข้า-ส่งออกให้มูลฑลเสฉวนได้มากถึง 150,000 ล้านหยวน

ขณะเดียวกัน เพื่อความสมบูรณ์ในการพัฒนาขนส่งโลจิสติกส์ระบบราง “หรงโอว” นครเฉิงตูกำลังเดินหน้าขยายความสัมพันธ์กับเมืองที่เป็นทางผ่านของเส้นทางรถไฟดังกล่าว เพื่อก่อตั้งสำนักงานโลจิสติกส์ “หรงโอว” ขึ้นเพื่อให้บริการด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการบริหารจัดการการรวบรวมและกระจายสินค้า

ปัจจุบัน นครเฉิงตูได้ก่อตั้งสำนักงานโลจิสติกส์ “หรงโอว” ขึ้นแล้วในกรุงวอร์ซอ (Warsaw) สาธารณรัฐโปแลนด์, นครแฟรงก์เฟิร์ต (Frankfurt) สหพันธรัฐเยอรมนี และที่กรุงอัมสเตอร์ดัม (Amsterdam) ราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์

และวางแผนว่าภายในปี 2561จะก่อตั้งสำนักงานโลจิสติกส์ขึ้นในต่างแดนอีกกว่า 10 เมือง อาทิ เมืองคุทโน สาธารณรัฐโปแลนด์, เมืองนูเรมเบิร์ก สหพันธรัฐเยอรมนี และเมืองทิลบูร์ก ราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์ เป็นต้น

อย่างไรก็ดี มีหลายฝ่ายสังเกตุเห็นว่า ปัจจุบัน รถไฟขนส่งสินค้า “หรงโอว” ให้บริการขนส่งทุกวัน โดยที่เที่ยวไป (เฉิงตู-ยุโรป) บรรทุกสินค้าเต็มตู้คนเทนเนอร์ ขณะที่เที่ยวกลับ (ยุโรป-จีน) บรรทุกสินค้าค่อนข้างน้อย จึงเกิดเป็นคำถามที่ว่า *‘คุ้มค่าต่อการขนส่งแต่ละเที่ยวหรือไม่?’*

ในเรื่องนี้ นายเฉิน ชงเหว่ยฯ ได้ให้ความเห็นว่า บทบาทสำคัญของ “หรงโอว” คือ การกระตุ้นเศรษฐกิจการค้า และการผลิตระหว่างประเทศให้กับนครเฉิงตูและจีนตะวันตก เน้นการส่งออกสินค้าจีนไปยังตลาดต่างประเทศ สำหรับข้อกังวลเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าเที่ยวกลับ(ยุโรป-จีน) ที่มีจำนวนน้อยคงเป็นเพียงปัญหาชั่วคราว เพราะรัฐบาลเฉิงตูกำลังเร่งเจรจาเพื่อขออนุมัติเป็นด่านนำเข้าสินค้าประเภทอื่น ๆ เช่น ผลไม้ เครื่องไม้ ซึ่งเชื่อว่า อีกไม่นานการขนส่งเที่ยวกลับจะมีสินค้าบรรทุกกลับมาเต็มตู้คอนเทนเนอร์อย่างแน่นอน

สำหรับการพัฒนางานขนส่งโลจิสติกส์ระบบราง “หรงโอว” เชื่อมต่อภายในประเทศ ปัจจุบัน นครเฉิงตูได้ดำเนินนโยบายเชื่อมโยงการขนส่งระบบรางกับหัวเมืองสำคัญทั่วประเทศจีน อาทิ เมืองหนิงโป เมืองเซินเจิ้น เมืองเซี่ยเหมิน นครคุนหมิง และนครหนานหนิงแล้ว ซึ่งเส้นทางขนส่งดังกล่าวจะสามารถเชื่อมช่องทางขนส่งและกระจายสินค้าต่อไปยังอาเซียน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฮ่องกง มาเก๊า และไต้หวันได้อีกด้วย

นอกจากนี้ นครเฉิงตูกำลังเร่งยกระดับคุณภาพในด้านต่าง ๆ ของการขนส่งโลจิสติกส์ระบบราง “หรงโอว” โดยเฉพาะการบริการพิธีศุลกากร (การตรวจสอบสินค้านำเข้าส่งออก) โดยเตรียมทดลองใช้ระบบ “One Stop Service” ที่สามารถลงทะเบียนตรวจสอบ และอนุมัติได้ในหน่วยงานเพียงแห่งเดียว ซึ่งช่วยลดขั้นตอนการเดินเรื่องเอกสารที่มีความยุ่งยากซับซ้อน เพิ่มความสะดวกและรวดเร็ว เพื่อรองรับการเติบโตของการนำเข้า-ส่งออกสินค้าผ่านระบบรางในอนาคต

บทส่งท้าย

“เส้นทางขนส่งโลจิสติกส์ระบบรางเฉิงตู-ยุโรป เสมือนเป็นการพลิกโฉมบทบาทการขนส่งระหว่างประเทศ จากเดิมที่อาศัยการขนส่งทางน้ำเป็นหลัก เปลี่ยนมาเป็นการขนส่งทางรถไฟ ทำให้เห็นว่า ข้อเสียเปรียบในเรื่องที่ตั้งของนครเฉิงตูที่ไม่มีพื้นที่ติดต่อกับทะเล (Landlocked) ไม่ได้สร้างปัญหาในการพัฒนาและยกระดับด้านโลจิสติกส์ของนครเฉิงตูแต่อย่างใด”

ณ วันนี้ ได้เป็นที่ประจักษ์กันแล้วสำหรับการเติบโตอย่างรวดเร็วของ “หรงโอว” รถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรปที่ล่าสุดได้มีการขยายเส้นทางไปถึงเมืองเมืองทิลบูร์ก และเมืองรอตเทอร์ดาม ราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์ และมีแผนการที่จะขยายเส้นทางไปทั่วทวีปยุโรปในอนาคต

การเปิดใช้เส้นทางโลจิสติกส์ระบบรางเฉิงตู-ยุโรปสายนี้ ถือเป็นการขยายช่องทางและเปิดโอกาสให้ภาคธุรกิจการค้าระหว่างประเทศของจีนและยุโรป เป็นการผลักดันความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้า และการลงทุนระหว่างสองฝ่าย ยังเป็นการสะท้อนให้เห็นพื้นฐานโลจิสติกส์ของนครเฉิงตูที่ได้ยกระดับขึ้นสู่ระบบโลจิสติกส์สากล

ที่สำคัญยิ่งกว่าคือ จากนี้ไป “หรงโอว” รถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรปจะกลายเป็นสัญลักษณ์ของความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าและโลจิสติกส์ในมิติใหม่ระหว่างจีน-ยุโรป ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ **“One Belt One Road”** ของจีนและส่งผลให้นครเฉิงตู มณฑลเสฉวนก้าวขึ้นเป็น **“ศูนย์กลางการขนส่งโลจิสติกส์ระบบรางจากจีนสู่ยุโรป”** และ **“ศูนย์กลางกระจายสินค้ายุโรปแห่งจีนตะวันตก”** ในอนาคตอันใกล้นี้

สำหรับ **“ประเทศไทย”** ในฐานะที่เคยเป็นส่วนหนึ่งของ **“เส้นทางสายไหมตอนใต้”** ในอดีต และเป็นหนึ่งในกลุ่มประเทศเป้าหมายของนโยบาย “One Belt One Road” ของจีนในปัจจุบัน ควรเตรียมความพร้อมในทุก ๆ ด้าน เพื่อรองรับการรุกของจีนจากมณฑลเสฉวนเข้าสู่ดินแดนไทย โดยเฉพาะในด้านการขนส่งโลจิสติกส์ระบบรางจากจีน ซึ่งเป็นทั้ง “โอกาส” และ“ความท้าทาย” สำหรับผู้ประกอบการไทย

สำหรับเส้นทางรถไฟขนส่งสินค้าเฉิงตู-ยุโรป “หรงโอว” ที่กำลังเดินหน้าพัฒนาอย่างเต็มกำลังในการเชื่อมโยงโครงข่ายระบบรางเส้นทางระหว่างประเทศและภายในประเทศของจีนดังกล่าว โดยที่ขณะนี้ รถไฟ “หรงโอว” ได้เชื่อมระบบรางเข้ากับเมืองหนิงโป เมืองเซินเจิ้น นครหนานหนิง และนครคุนหมิง ซึ่งจะสามารถเชื่อมโยงการขนส่งสินค้าทางบกและทางทะเลต่อไปยังประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฮ่องกง และประเทศในอาเซียน ซึ่งรวมถึงประเทศไทยด้วย

ดังนั้น ประเทศไทยสามารถอาศัยเส้นทางดังกล่าวเป็นช่องทางในการขนส่งสินค้าที่มีคุณภาพของไทย อาทิ ข้าว ผลไม้ อาหารแปรรูป อาหารทะเลแช่แข็ง และไม้ตกแต่งบ้านเข้าสู่ตลาดจีนได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีโอกาสขนส่งสินค้าคุณภาพของไทยดังกล่าวต่อไปยังตลาดยุโรปตามเส้นทางที่รถไฟแวะจอดขนถ่ายสินค้าอีกด้วย

สำรวจ เขตโลจิสติส์นานาชาติ นครหลานโจว “ท่าเรือบก” แห่งใหม่ของจีน ตะวันตกเฉียงเหนือ

ท่ามกลางกระแสการเปิดตัวขบวนขนส่งสินค้านานาชาติในหลายพื้นที่ คงปฏิเสธไม่ได้ว่าโมเดลดังกล่าวมีส่วนช่วยพัฒนาความเจริญในพื้นที่ที่ไม่มีทางออกสู่ทะเล (Landlocked) โดยเฉพาะในด้านการค้าการลงทุนที่ได้รับอานิสงส์โดยตรงจากเส้นทางการขนส่งสินค้านานาชาติ

วันนี้ ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยจีน (BIC) จะขอนำทุกท่านไปทำความรู้จักกับเขตโลจิสติกส์นานาชาตินครหลานโจว (International Land Port of Lanzhou) มณฑลกานซู่ ท่าเรือบกแห่งใหม่ของจีนตะวันตกเฉียงเหนือ

ความเป็นมาของ 'เขตโลจิสติกส์นานาชาตินครหลานโจว'

เขตโลจิสติกส์นานาชาตินครหลานโจว (International Land Port of Lanzhou) เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมาธิการเพื่อการพัฒนาและปฏิรูปแห่งชาติ (NDRC) เมื่อปี 2555 ให้เป็นศูนย์ขนส่งสินค้านานาชาติและเป็นจุดเชื่อมโยงสำคัญระหว่างประเทศจีนกับกลุ่มประเทศเอเชียกลาง เอเชียใต้ และยุโรป ผ่านการขนส่งสินค้าด้วยระบบราง

ต่อมาเมื่อเดือนธันวาคม 2558 รัฐบาลนครหลานโจวและรัฐบาลเขตซีกู่ได้ร่วมกันก่อตั้งบริษัท International Land Port Investment เพื่อพัฒนาพื้นที่ก่อสร้างและควบคุมการดำเนินงานภายในเขตโลจิสติกส์ฯ ด้วยทุนจดทะเบียน 100 ล้านหยวน

เขตโลจิสติกส์แห่งนี้เป็นหนึ่งในต้นแบบของการพัฒนาระบบงานขนส่งและโลจิสติกส์ระบบรางแบบครบวงจรของพื้นที่ Landlocked และเป็นตัวจักรสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาในด้านเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนโดยตรงจากเส้นทางการขนส่งสินค้านานาชาติ

เขตโลจิสติกส์ฯ ตั้งอยู่ที่หมู่บ้านซีกู่ เขตตงชวน (Dongchuan District) นครหลานโจว เมืองเอกของมณฑลกานซู่ ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่มีความสำคัญของเส้นทางสายไหมในอดีตกาล โดยเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนการค้าระหว่างประเทศจีนกับกลุ่มประเทศยุโรปและเอเชีย ทำให้รัฐบาลมณฑลกานซู่เลือกหมู่บ้านแห่งนี้เป็นที่ตั้งของเขตโลจิสติกส์ฯ เพราะนอกจากจะมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมแล้ว ยังมีนัยสำคัญทางประวัติศาสตร์อีกด้วย

นอกจากนี้ เขตโลจิสติกส์ฯ ยังมีอาณาเขตติดต่อกับเขตใหม่หลานโจว (เขตเศรษฐกิจใหม่ระดับ First State-Level แห่งที่ 5 ของจีนและแห่งแรกของจีนตะวันตกเฉียงเหนือ) ทำให้ทั้งสองพื้นที่มีความเชื่อมโยงกัน ทั้งในด้านระบบสาธารณูปโภคและเส้นทางการขนส่งสินค้า

มารู้จักเขตโลจิสติกส์นานาชาตินครหลานโจว (การก่อสร้างระยะที่ 1 เสร็จสิ้นปี 2563)

ปัจจุบัน เขตโลจิสติกส์ฯ ได้มีการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน รวมถึงการก่อสร้างศูนย์อำนวยการต่าง ๆ ที่ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ ดังนี้

1. ศูนย์คอนเทนเนอร์ที่ขนส่งสินค้าด้วยระบบราง

(Lanzhou Railway Container Center)

ปัจจุบัน ศูนย์คอนเทนเนอร์แห่งนี้ได้รับการจัดให้เป็น 1 ใน 18 ศูนย์คอนเทนเนอร์ที่ขนส่งสินค้าด้วยระบบรางที่มีมาตรฐานระดับชาติ มีพื้นที่สำหรับการบรรจุและขนถ่ายสินค้าสำหรับการขนส่งระบบรางราว 1,400 หมู่ (574 ไร่) มูลค่าการลงทุน 2,800 ล้านหยวน

ปัจจุบัน เปิดให้บริการในบางช่วงเส้นทางที่เกี่ยวข้องกับเส้นทางการขนส่งสินค้านานาชาติ **"หลานโจวห้าว"** (兰州号) หากก่อสร้างเสร็จสมบูรณ์จะมีศักยภาพในการรองรับสินค้าได้ราว ๆ 30 ล้านตัน/ปี รองรับตู้คอนเทนเนอร์ได้มากถึง 4 ล้าน TEUs และเป็นศูนย์บรรจุและขนถ่ายสินค้าที่ขนส่งด้วยระบบรางที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคตะวันตกเฉียงเหนือของประเทศจีนอีกด้วย

ภายในศูนย์ฯ ประกอบด้วย 1) เขตคลังสินค้าทัณฑ์บน (ประเภท B) ครอบคลุมพื้นที่ 50 หมู่ (307 ไร่) ให้บริการด้านการตรวจสอบของศุลกากร การตรวจสอบคลังสินค้า และการตรวจสอบสินค้านำเข้าและส่งออก 2) ศูนย์การขนส่งสินค้าแบบบูรณาการ (Multiple Transport Center) ให้บริการการขนส่งทั้งในและระหว่างประเทศ

2. ศูนย์คอนเทนเนอร์ที่ขนส่งสินค้าทางถนน

(Lanzhou Highway Container Center)

พื้นที่รองรับสินค้าและขนส่งสินค้าทางถนน ปัจจุบันอยู่ในระหว่างการก่อสร้างด้วยมูลค่าการลงทุนมากถึง 60,000 ล้านหยวน ประกอบด้วย 1) ศูนย์จัดแสดงสินค้าเพื่อการนำเข้าส่งออก 2) ศูนย์โลจิสติกส์สินค้าแปรรูปเพื่อการส่งออก 3) ศูนย์โลจิสติกส์สำหรับสินค้าที่ต้องการเก็บรักษาด้วยความเย็น (Cold Chain Logistics Center) และ 4) ศูนย์บริการข้อมูลโลจิสติกส์ (Hub Logistics Information Center) โดยมีวิสาหกิจสนใจเข้าลงทุนแล้วจำนวน 34 โครงการ

คณะกรรมการพัฒนาเขตโลจิสติกส์ฯ คาดการณ์ว่า เมื่อเสร็จสิ้นงานก่อสร้างในปี 2563 เขตโลจิสติกส์แห่งนี้จะมีมูลค่าผลผลิตมวลรวมไม่ต่ำกว่า 100,000 ล้านหยวน และจะมีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศไม่ต่ำกว่า 15,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

3. ท่าเรือบกหลานโจว

แม้ว่าการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคและอาคารที่ทำการต่าง ๆ ในเขตโลจิสติกส์ฯ จะยังไม่เสร็จสมบูรณ์ แต่การเปิดทำการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าผ่านเส้นทางการขนส่งสินค้านานาชาติ “หลานโจวห้าว” นั้น แสดงว่ารัฐบาลมณฑลกานซู่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเขตโลจิสติกส์ฯ อย่างมาก

ปัจจุบัน ท่าเรือบกหลานโจวเป็นที่ตั้งของสำนักงานกักกันและตรวจสอบโรค และสำนักงานศุลกากรนครหลานโจว ให้บริการแก่วิสาหกิจที่นำเข้าและส่งออกสินค้าผ่านเส้นทางการขนส่งสินค้านานาชาติตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ ท่าเรือบกหลานโจวได้รับอนุมัติให้เป็นด่านนำเข้าสินค้าประเภทรถยนต์ประกอบสำเร็จ เนื้อสัตว์ ข้าวและธัญพืช และสินค้าประเภทไม้ได้โดยตรงจากต่างประเทศแล้ว โดยคณะกรรมการบริหารเขตโลจิสติกส์ฯ คาดการณ์ว่าโครงการระยะที่ 1 เสร็จสิ้น จะมีอาคารที่ทำการและระบบสาธารณูปโภคที่พร้อมใช้งานครอบคลุมพื้นที่ 14 ตร.กม. (จากพื้นที่ทั้งหมด 73 ตร.กม.)

เส้นทางการขนส่งสินค้านานาชาติ “หลานโจวห้าว” ในวันนี้

“หลานโจวห้าว” เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของการผลักดันแผนพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจบนเส้นทางสายไหมทางบกที่เป็นรูปธรรม รัฐบาลมณฑลกานซู่ให้ความสำคัญเนื่องจากเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับเศรษฐกิจในพื้นที่ นอกจากนี้ เส้นทางการขนส่งสินค้านานาชาติ “หลานโจวห้าว” ยังมีความได้เปรียบในการขนส่งเพื่อขยายตลาดและกระจายสินค้าไปสู่ประเทศในเอเชียกลาง รวมถึงยุโรป อาทิ

- จุดเด่นทางด้านภูมิศาสตร์ นครหลานโจวตั้งอยู่บริเวณตอนกลางค่อนไปทางเหนือของจีน มีระยะทางเชื่อมต่อกับกลุ่มประเทศเอเชียกลางและยุโรปใกล้กว่ามณฑลทางภาคตะวันออก ทำให้ได้รับอานิสงส์จากแผนการพัฒนาเครือข่ายเส้นทางรถไฟของรัฐบาล
- มีบทบาทสำคัญในยุทธศาสตร์การพัฒนาแนวพื้นที่แถบเศรษฐกิจเส้นทางสายไหมทางบก โดยเฉพาะด้านการค้า วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ปัจจุบัน มณฑลกานซู่มีแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่บนเส้นทางสายไหมที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกแล้ว (The Silk Road: The Routes Network of Chang'an – Tian – Shan Corridor)
- มีเขตเศรษฐกิจ Lanzhou New Area เป็นเขตเศรษฐกิจขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจในพื้นที่และจากต่างประเทศได้

ปัจจุบัน “หลานโจวห้าว” แบ่งออกเป็นสองเส้นทาง ได้แก่

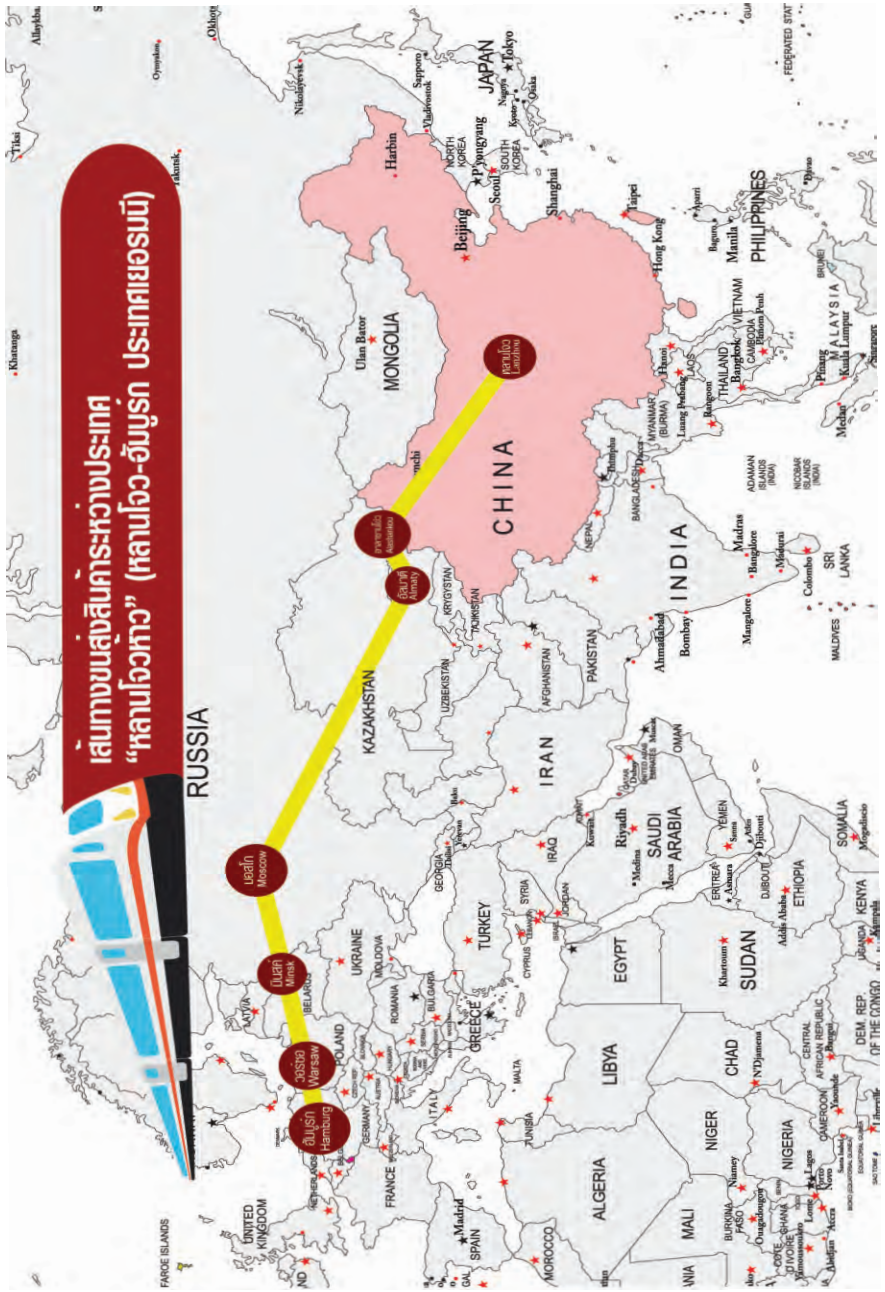
1. เส้นทางขนส่งนครหลานโจว-เอเชียกลาง (เมืองอัลมาตี สาธารณรัฐคาซัคสถาน) / ยุโรป (เมืองฮัมบูร์ก สหพันธรัฐเยอรมนี)

“หลานโจวห้าว” (หลานโจว-อัลมาตี) เป็นเส้นทางขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเส้นทางที่ 9 ของประเทศจีน เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2558 โดยการขนส่งในเที่ยวปฐมฤกษ์ได้บรรทุกสินค้าของจีน ได้แก่ เครื่องจักรกลและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รวม 2,500 ตัน มูลค่า 3 ล้านหยวน จากนครหลานโจวไปยังเมืองอัลมาตี สาธารณรัฐคาซัคสถาน

เมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2558 รัฐบาลนครหลานโจวได้เปิดเส้นทางขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ “หลานโจวห้าว” (หลานโจว-ฮัมบูร์ก สหพันธรัฐเยอรมนี) โดยมีการต่อยอดจากเส้นทางเดิมข้างต้น การขนส่งรอบปฐมฤกษ์เป็นการขนส่งสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องจักร ล้อยางรถยนต์ อุปกรณ์สร้างความอบอุ่น และอิฐทนไฟ (Burnt Stone) รวม 646.36 ตัน มูลค่า 2,591 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2558 ขบวนขนส่งสินค้านานาชาติหลานโจวห้าวได้ออกจากจุดปล่อยขบวนรถที่เมืองฮัมบูร์ก สหพันธรัฐเยอรมนี มายังนครหลานโจวเป็นครั้งแรก

“หลานโจวห้าว” (เส้นเอเชียกลาง) เริ่มออกจากสถานีเขตใหม่หลานโจวเหนือ (Lanzhou New Area, North) ซึ่งเป็นสถานีหลักที่อยู่ในเขตใหม่หลานโจว ผ่านเมืองอู่เวย เมืองเจียยวี่กวน และนครอูรุมชี เขตปกครองตนเองซินเจียง ก่อนจะเข้าสู่สาธารณรัฐคาซัคสถานทางด่านอาลาซานและผ่านเมืองอัลมาตี สาธารณรัฐคาซัคสถาน - กรุงมอสโก สหพันธรัฐรัสเซีย - กรุงมินสก์ สาธารณรัฐเบลารุส - กรุงวอร์ซอ สาธารณรัฐโปแลนด์ และสิ้นสุดที่เมืองฮัมบูร์ก สหพันธรัฐเยอรมนี ระยะทางทั้งสิ้น 8,961 ก.ม.รวมเวลาการขนส่ง 15 วัน



2. เส้นทางขนส่งนครหลานโจว-เอเชียใต้ (กรุงกาฐมาณฑุ สหพันธสาธารรัฐประชาธิปไตยเนปาล)

ปัจจุบัน "หลานโจวห้าว" (เส้นเอเชียใต้) ถือเป็นเส้นทางการขนส่งสินค้าที่สำคัญของจีนไปยังเอเชียใต้ โดยนอกจากจะมีสินค้าจากจีนตะวันตกแล้ว ยังมีสินค้าจากเมืองทางฝั่งตะวันออกด้วย เช่น เมืองอี้อู และนครกว่างโจว

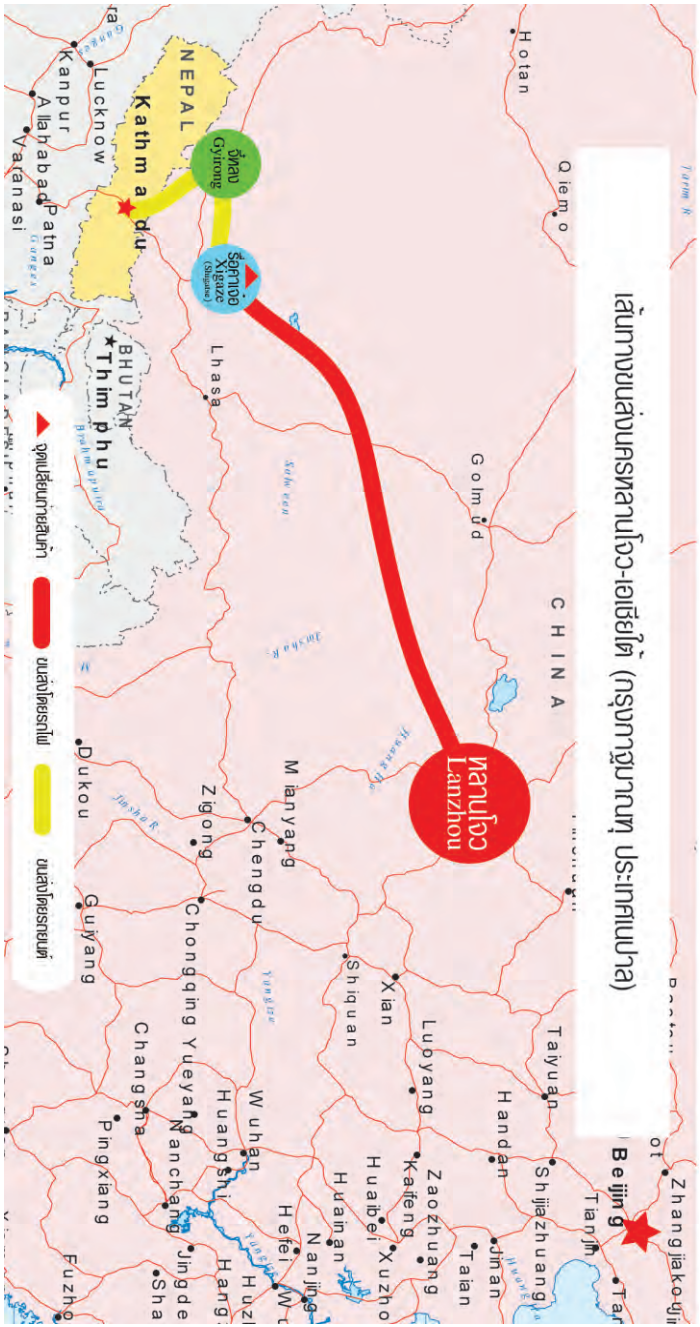
ทั้งนี้ ขบวนรถไฟขนส่งดังกล่าวเปิดให้บริการเต็มรูปแบบภายหลังการทดลองเดินรถครั้งแรกเมื่อเดือนพฤษภาคม 2559 ถึงปัจจุบัน ขนส่งสินค้าไปแล้วกว่า 120 ตู้ มูลค่ากว่า 200 ล้านหยวน ใช้เวลาในการขนส่งเพียง 10 วัน ซึ่งสามารถร่นระยะเวลาจากการขนส่งทางถนนและทางเรือได้มากถึง 10 และ 35 วัน ตามลำดับ

นอกจากนี้ สินค้าที่ผ่านพิธีศุลกากร ณ เขตขนส่งระบบรางและโลจิสติกส์นานาชาติตงชวน ไม่ต้องผ่านการตรวจสอบ ณ จุดเปลี่ยนถ่ายสินค้าอีก สามารถบรรทุกคอนเทนเนอร์เพื่อขนส่งต่อไปยังพื้นที่เป้าหมายได้ทันที

ขบวนรถไฟขนส่งเริ่มจากเขตขนส่งระบบรางและโลจิสติกส์นานาชาติตงชวน (Dongchuan Railway Logistics Center) ผ่านเมือง Xigaze (หรืออีกชื่อ Shigatse) และอำเภอ Gyirong ในจังหวัดชิกัตเซ่ (Gzhis ka rtse sa khul) ของเขตปกครองตนเองทิเบต และสิ้นสุดที่กรุงกาฐมาณฑุ สหพันธสาธารรัฐประชาธิปไตยเนปาล ระยะทางรวม 3,155 กิโลเมตร

ขบวนขนส่งดังกล่าวมีความแตกต่างจากการขนส่งลักษณะเดิม คือ เป็นการขนส่งแบบใช้รถไฟและรถบรรทุกร่วมกัน (Highway and Railway Freight Trains) โดยแบ่งเป็น 3 ช่วง ได้แก่

- ช่วงที่ 1 การขนส่งด้วยระบบรางจากนครหลานโจว มณฑลกานซู่ ไปยังเมือง Xigaze ระยะทาง 2,431 กิโลเมตร
- ช่วงที่ 2 การขนส่งด้วยรถบรรทุกผ่านทางหลวงจากเมือง Xigaze ไปยัง ด่านอำเภอ Gyirong ในจังหวัดชิกัตเซ่ของเขตปกครองตนเองทิเบต ระยะทาง 564 กิโลเมตร โดยจะขนถ่ายสินค้ามาจากรถไฟมาเป็นรถบรรทุก ณ เมือง Xigaze ซึ่งเป็นเมืองใหญ่อันดับสองของเขตฯ ทิเบต รองจากนครลาซา
- ช่วงที่ 3 การขนส่งด้วยรถบรรทุกจากด่านอำเภอ Gyirong ไปยังกรุงกาฐมาณฑุ ประเทศเนปาล ระยะทาง 160 กิโลเมตร ทั้งนี้ รัฐบาลจีนมีแผนการเชื่อมต่อเส้นทางรถไฟจากเมือง Xigaze (ที่เปิดให้บริการแล้ว) ไปยังอำเภอ Gyirong ซึ่งเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญระหว่างประเทศจีนกับประเทศเนปาลให้แล้วเสร็จภายในปี 2563 อีกด้วย



เป้าหมายระยะที่ 2 : สร้างเขตโลจิสติกส์นานาชาตินครหลานโจว ให้เป็น "พื้นที่อยู่อาศัยจริง" ของชาวหลานโจว

รัฐบาลมณฑลกานซู่ได้วางแผนการพัฒนาเขตโลจิสติกส์นานาชาตินครหลานโจวเป็น 3 ระยะ โดยแผนการพัฒนาฯ ระยะที่ 2 จะมุ่งเน้นการพัฒนาเขตที่พักอาศัยให้เสร็จสมบูรณ์ มีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังนี้

• แผนพัฒนาฯ ระยะที่ 1 (ปี 2557-2559) รัฐบาลนครหลานโจวเป็นหัวเรือหลักในการวางแผนก่อสร้างและการวางระบบต่างๆ ของเขตโลจิสติกส์ฯ ผ่านภายใต้โมเดล 1 เขต 4 นิคมอุตสาหกรรม (一中心，四大产业区) โดยปัจจุบัน เขตโลจิสติกส์ฯ ได้เริ่มงานก่อสร้างศูนย์ต่างๆ รวมถึงระบบสาธารณูปโภคแล้ว โดยมีกำหนดแล้วเสร็จในปลายปี 2560

• แผนพัฒนาฯ ระยะที่ 2 (ปี 2560-2561) รัฐบาลนครหลานโจวจะเร่งพัฒนาพื้นที่โดยรอบของเขตโลจิสติกส์ฯ เพื่อยกระดับให้สามารถเป็นพื้นที่อยู่อาศัยได้จริงด้วยการเร่งสร้างเขตที่พักอาศัยและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่ อาทิ โรงพยาบาล โรงเรียน และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ รัฐบาลมณฑลกานซู่ยังได้เล็งเห็นความสำคัญของการสร้างแหล่งประกอบสัมมาอาชีพเพื่อให้ประชาชนโดยรอบสามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่ดังกล่าวได้ โดยมีแผนที่จะพัฒนาพื้นที่ 3 หมู่บ้าน (หมู่บ้านเหอโข่ว ต๋าชวน และหลิวเฉวียน) ให้เป็น "Dachuanxiang Wetland Park" ขนาด 10,000 หมู่ (4,098 ไร่) เพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนและแหล่งการค้าแห่งใหม่ของนครหลานโจว แผนการก่อสร้างพื้นที่พักผ่อนริมสองฝั่งแม่น้ำเหลืองเพื่อปรับปรุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมู่บ้านเหอโข่วกู่ เป็นต้น

• แผนพัฒนาฯ ระยะที่ 3 (ปี 2562-2563) รัฐบาลมณฑลกานซู่วางแผนพัฒนาหมู่บ้านหม่าไถและหมู่บ้านจางเจียไถ ให้เป็นสวนอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และฐานสาธิตเทคโนโลยีไฮเทค โดยครอบคลุมพื้นที่ราว 5,000 หมู่ (2,049 ไร่) และพัฒนาหมู่บ้านจาหม่าไถและหมู่บ้านชิงสือไถให้เป็นนิคมอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และจะพัฒนาพื้นที่บางส่วนให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวม 6,000 หมู่ (2,459 ไร่)

มณฑลกานซู่ ถือเป็นมณฑลขนาดใหญ่ทางภาคตะวันตกเฉียงเหนือของจีน มีทรัพยากรและพลังงานสะสมจำนวนมาก เป็นพื้นที่ที่รัฐบาลจีนให้การสนับสนุนทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคม และระบบสาธารณูปโภคที่พร้อมจะเติบโตอย่างแข็งแกร่ง

แม้ว่าเขตโลจิสติกส์นานาชาตินครหลานโจวจะยังอยู่ระหว่างการก่อสร้างและมีความล่าช้าในบางโครงการ แต่รัฐบาลมณฑลกานซู่ยังคงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาโมเดลดังกล่าวอย่างมาก เนื่องจากถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงกับพื้นที่ต่างๆ ที่จะช่วยยกระดับความก้าวหน้าของเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาความเจริญในท้องถิ่นที่เน้นการพัฒนาระบบขนส่งและการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ

ทั้งนี้ ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) จะได้ติดตามพัฒนาการของเขตโลจิสติกส์แห่งนี้เพื่อนำเสนอแก่ท่านผู้อ่านต่อไป

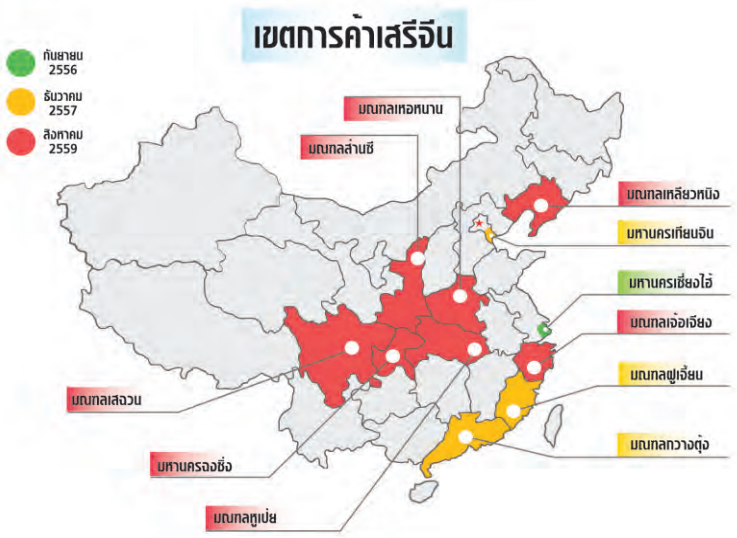
ล่อง... เขตการค้าเสรี มหานครเซี่ยงไฮ้ เปิดกว้าง เศรษฐกิจจีนสู่สากล

ปฏิเสธไม่ได้ว่า จีนในยุคปัจจุบันได้พัฒนาตัวเองจนก้าวขึ้นมาเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะขยับไปทางไหนหรือจะทำอะไรก็สะเทือนไปทั้งโลก ยิ่งในช่วงไม่กี่ปีมานี้ จีนมุ่งปฏิรูปและเปิดกว้างทางเศรษฐกิจในหลายด้านที่สร้างความฮือฮาและเป็นที่จับตาเป็นพิเศษ นั่นก็คือการจัดตั้ง “เขตการค้าเสรีในประเทศ (Free Trade Zonesหรือ FTZs)”

บทความตอนนี้ ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน (BIC) จึงขอนำท่านผู้อ่านไปทำความรู้จักกับ ‘เขตการค้าเสรี’ ของจีนกันเพื่อจะได้อ่านเกมจีนออกว่าเค้าวางกลยุทธ์ไว้ไกลแค่ไหน....

FTZs คืออะไร และวางเป้าหมายการพัฒนาไว้อย่างไร

เขตการค้าเสรี (FTZs) คือ เขตที่ก่อตั้งขึ้นเป็นพิเศษ มีกฎระเบียบ นโยบายการบริหารจัดการและควบคุมแตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ในจีน มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมและเอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจอย่างเสรี ในทางปฏิบัติมีลักษณะเสมือนเป็นพื้นที่นอกอาณาเขตของประเทศจีนที่มีการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ผ่อนปรนด้านการค้าการลงทุน และการดำเนินธุรกรรมการเงินระหว่างประเทศ



การจัดตั้ง FTZs ถือเป็นยุทธศาสตร์ระดับชาติของจีน แสดงถึงความพยายามในการปฏิรูปและเปิดกว้างทางเศรษฐกิจสู่ภายนอกเพื่อยกระดับเศรษฐกิจของประเทศและดึงดูดการค้าการลงทุนจากต่างชาติ รวมถึงส่งต่อโอกาสการพัฒนาทางเศรษฐกิจสู่พื้นที่ตอนในของจีน โดยมีพัฒนาการที่สำคัญดังนี้

รุ่นที่ 1 การนำร่อง : ได้มีการจัดตั้ง “เขตการค้าเสรีมหานครเซี่ยงไฮ้” อย่างเป็นทางการแห่งแรกบนแผ่นดินจีนเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2556 มีพื้นที่ประมาณ 28.78 ตร.กม. โดยมุ่งเน้นการเปิดกว้างด้านการค้า การลงทุน การเงิน (แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศระหว่างกันได้อย่างเสรี) รวมทั้งพัฒนากฎระเบียบต่าง ๆ ให้เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศและลดข้อจำกัดการไหลเวียนของเงินทุน ดังนั้น **“เขตการค้าเสรีมหานครเซี่ยงไฮ้”** จึงเปรียบเสมือนสนามทดสอบการปฏิรูปเศรษฐกิจของรัฐบาลจีน

รุ่นที่ 2 ตามรอยความสำเร็จ : จากความสำเร็จของเขตการค้าเสรีมหานครเซี่ยงไฮ้ที่บริษัทต่างชาติให้ความสนใจหลั่งไหลกันเข้ามาจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเป็นจำนวนมาก รัฐบาลกลางจึงได้อนุมัติให้ขยายพื้นที่เพิ่มเป็น 120.72 ตร.กม.และเมื่อเดือนธันวาคม 2557 ได้อนุมัติจัดตั้งเขตการค้าเสรีเพิ่มอีก 3 แห่งที่ (1) มหานครเทียนจินมีพื้นที่ 119.9 ตร.กม. ซึ่งจะเป็นเขตร่วมมือพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างพื้นที่กรุงปักกิ่ง มหานครเทียนจิน และมณฑลเหอเป่ย (2) มณฑลกวางตุ้งมีพื้นที่ 116.2 ตร.กม. ที่จะมุ่งส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างมณฑลกวางตุ้งกับเขตบริหารพิเศษฮ่องกงและมาเก๊า และ (3) มณฑลฝูเจี้ยนมีพื้นที่ 118.04 ตร.กม. โดยจะมุ่งพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างจีนแผ่นดินใหญ่กับไต้หวัน

รุ่นที่ 3 ช่วงแพร่หลายต่อเนื่อง : ทั่วโลกต้องจับตามองพญามังกรอีกครั้ง เมื่อรัฐบาลกลางได้อนุมัติการจัดตั้งเขตการค้าเสรีเพิ่มอีก 7 แห่งในมณฑลต่าง ๆ ของจีนเมื่อเดือนสิงหาคม 2559 โดยมี (1) มณฑลเหลียวหนิงทางภาคอีสานของจีน เน้นการปฏิรูปเชิงการตลาด เพื่อปฏิรูปให้ฐานอุตสาหกรรมเก่าแก่กลายเป็นพื้นที่ที่มีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น (2) มณฑลเจ้อเจียงทางภาคตะวันออก เน้นผลักดันศักยภาพด้านการค้าสินค้าเสรีและพัฒนาความสามารถในการกระจายสินค้าไปยังทั่วโลก

ขณะที่มณฑลเหอหนานในภูมิภาคจีนตอนกลางและมณฑลส่านซีในภาคตะวันตกเฉียงเหนือจะมุ่งเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ ‘หนึ่งแถบ หนึ่งเส้นทาง’ หรือ One Belt One Road - OBOR โดย (3) มณฑลเหอหนานเน้นพัฒนาระบบการคมนาคมและการขนส่งโลจิสติกส์ รวมทั้งการส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางคมนาคมภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ขณะที่ (4) มณฑลส่านซีจะมุ่งเน้นปฏิรูปพื้นที่ตอนในของจีน และแสวงหาแนวทางการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับนานาประเทศตามแนว OBOR (5) มณฑลหูเป่ยในภาคกลาง จะพัฒนาเป็นฐานอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชั้นสูง รวมถึงผลักดันการพัฒนาทางเศรษฐกิจบริเวณแถบลุ่มแม่น้ำแยงซีเกียง (6) มหานครฉงชิ่ง และ (7) มณฑลเสฉวนทางภาคตะวันตกเฉียงใต้ เน้นส่งเสริมการพัฒนาให้เมืองในพื้นที่ภาคตะวันตก

เปิดกว้างด้านการค้าการลงทุน เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินยุทธศาสตร์เปิดกว้างภาคตะวันตกและเปิดเสรีทางเศรษฐกิจพื้นที่ตอนในของจีน

จะเห็นได้ว่า เพียงแค่ไม่กี่ปี จีนได้พัฒนาเขตการค้าเสรีต่าง ๆ และจะเปิดเพิ่มอีกหลายแห่ง โดยแต่ละแห่งมีจุดเด่นที่แตกต่างกันตามปัจจัยทางสภาพภูมิศาสตร์และพื้นฐานทางเศรษฐกิจเพื่อประโยชน์สูงสุดของการปฏิรูปเศรษฐกิจจีนทั้งประเทศนั่นเอง

รู้จักกับเขตการค้าเสรีมหานครเซี่ยงไฮ้

เขตการค้าเสรีมหานครเซี่ยงไฮ้ หรือ China (Shanghai) Pilot Free Trade Zone (SFTZ) เป็นเขตการค้าเสรีนำร่องแห่งแรกในแผ่นดินจีน และเป็นต้นแบบในการนำไปประยุกต์ใช้กับเขตการค้าเสรีในเมืองอื่น ๆ ของจีน

โดยมหานครเซี่ยงไฮ้ใช้เวลาทำการบ้านนานเกือบ 4 ปีในการพัฒนา “เขตการค้าเสรี” แห่งนี้ โดยเริ่มต้นเมื่อปี 2552 ด้วยการรวม 3 เขตคลังสินค้าทัณฑ์บน[1] ที่สำคัญของนครเซี่ยงไฮ้เข้าไว้ด้วยกัน และทุกสิ่งทุกอย่างเริ่มเห็นภาพชัดเจนขึ้นในปี 2554 เมื่อนครเซี่ยงไฮ้ยื่นขออนุมัติจากรัฐบาลกลางเพื่อการจัดตั้ง “พื้นที่การค้าเสรีจีน” ในเขตสินค้าทัณฑ์บนดังกล่าว จวบจนกระทั่งเมื่อเดือนมีนาคม 2556 นายกรัฐมนตรีหลี่ เค่อเฉียง ได้ชี้แนวทางเรื่องการจัดตั้งเขตการค้าเสรีขึ้นที่นครเซี่ยงไฮ้ ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการจัดตั้ง “เขตทดลองการค้าเสรีนครเซี่ยงไฮ้” อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2556

---

[1] เขตสินค้าทัณฑ์บน (Bonded Area) หมายถึง พื้นที่ที่สามารถกักเก็บสินค้าได้เป็นระยะเวลานาน ควบคุมดูแลและบริหารจัดการโดยสำนักงานศุลกากร หรือได้รับการอนุมัติจดทะเบียนจากกรมศุลกากร ทั้งนี้ สินค้าที่นำเข้ามายังเขตสินค้าทัณฑ์บนสามารถดำเนินการกักเก็บ ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์แยกประเภท ผสมรวม จัดแสดง และนำไปแปรรูปได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตการควบคุมดูแลของกรมศุลกากร

เขตการค้าเสรีมหานครเซี่ยงไฮ้ (SFTZ) มีพื้นที่ 28.78 ตร.กม. ครอบคลุมเขตสินค้าทัณฑ์บน (bonded area) สำคัญ 4 แห่ง ได้แก่ (1) เขตสินค้าทัณฑ์บนไว่เกาเฉียว (Waigaoqiao Free Trade Zone) (2) เขตโลจิสติกส์สินค้าทัณฑ์บนไว่เกาเฉียว (Waigaoqiao Free Trade Logistics Park) (3) เขตสินค้าทัณฑ์บนท่าเรือหยางซาน (Yangshan Free Trade Zone Area) และ (4) เขตสินค้าทัณฑ์บนสนามบินผู่ตง (Pudong Airport Free Trade Zone) โดยเขตสินค้าทัณฑ์บนทั้งหมดนี้อยู่ภายใต้การบริหารจัดการพิเศษของสำนักงานศุลกากรนครเซี่ยงไฮ้ เป็นสนามทดลองนโยบายการปฏิรูปของรัฐบาล การปฏิรูปทางการเงิน นวัตกรรมทางธุรกิจ การลงทุนต่างชาติ และภาษี รวมถึงการส่งสินค้ากลับออกไป (re-export) และการดำเนินธุรกิจนอก (offshore business)

ต่อมาเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2557 รัฐบาลจีนได้อนุมัติการขยายพื้นที่ของ SFTZ เพิ่มขึ้นเป็น 120.72 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่เพิ่มเติม ได้แก่

(1) เขตธุรกิจการเงินลู่เจียจุ่ย (Lujiazui Financial Area) มีพื้นที่ 34.26 ตร.กม.เป็นศูนย์กลางทางการเงินของนครเซี่ยงไฮ้ เพื่อพัฒนาการบริการที่ทันสมัยและดึงดูดการก่อตั้งสำนักงานใหญ่ระดับภูมิภาคของบริษัทข้ามชาติ โดยปรับปรุงขั้นตอนการทำธุรกิจให้ง่ายขึ้น มีการใช้นวัตกรรมในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่สอดคล้องกับกฎระเบียบของจีนและมาตรฐานสากล

(2) เขตอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกจินเฉียว (Jinqiao Export Processing Zone) มีพื้นที่ 20.48 ตร.กม.เป็นพื้นที่อุตสาหกรรมการผลิตที่ทันสมัย บริการด้านการผลิต และอุตสาหกรรมเพื่อการพัฒนาแนวใหม่ที่มีความสำคัญทางยุทธศาสตร์ (strategic new-growth industries) และเป็นพื้นที่ตัวอย่างของอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการใช้นวัตกรรมทางการเงินและการบริหาร เพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมที่เหมาะต่อการพัฒนาการค้าการลงทุน และอุตสาหกรรม

(3) เขตนิคมเทคโนโลยีชั้นสูงจางเจียง (Zhangjiang High Tech Park) เพื่อขยายการทดลองการปฏิรูปเศรษฐกิจให้กว้างขวางมากขึ้น มีพื้นที่รวม 37.2 ตร.กม.เป็นพื้นที่หลักในการดำเนินยุทธศาสตร์ระดับชาติเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมและพัฒนานวัตกรรม โดยพัฒนาควบคู่ไปกับเขตการค้าเสรีนครเซี่ยงไฮ้และเขตสาธิตนวัตกรรมระดับชาติจางเจียง (Zhangjiang National Innovation Demonstration Zone) นอกจากนี้ จะมีการจัดตั้งศูนย์วิทยาศาสตร์ระดับชาติจางเจียง (Zhangjiang Comprehensive National Science Center) ด้วยเช่นกัน

การดำเนินงานของ SFTZ เป็นอย่างไร?

นับตั้งแต่การก่อตั้ง SFTZ มาจนถึงปัจจุบัน รัฐบาลจีนพยายามชูบทบาท SFTZ ในฐานะของ “ผู้บุกเบิก” การปฏิรูปและการเปิดกว้างทางเศรษฐกิจจีน โดยมีเป้าหมายมุ่งเน้นพัฒนาใน 4 ด้าน คือ การลงทุน การค้า การเงิน และการบริหารจัดการของภาครัฐ ซึ่งตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลจีนได้ออกนโยบายและมาตรการใหม่ ๆ เพื่อทดลองใช้กับ SFTZ โดยเฉพาะ ก่อนที่จะนำประสบการณ์และผลสำเร็จไปประยุกต์ใช้เป็นแบบอย่างให้กับพื้นที่อื่นของจีนได้เดินตามรอยต่อไปในอนาคต ดังนี้

1. ด้านการลงทุน

(1) ผ่อนคลายข้อจำกัดทางด้านการลงทุน ในปี 2556 ซึ่งเป็นปีแรกของการจัดตั้ง SFTZ รัฐบาลจีนได้ประกาศใช้ Negative List หรือรายการสาขาธุรกิจต้องห้ามจำนวน 190 รายการ (สาขาธุรกิจที่ไม่ได้ระบุใน Negative List บริษัทต่างชาติสามารถลงทุนได้อย่างเสรี) ต่อมาเพื่อดึงดูดการลงทุนในพื้นที่ SFTZ มากขึ้น ได้ปรับลด Negative List ในปี 2557 และปี 2558 ลงเหลือ 139 และ 122 รายการ ตามลำดับ เช่น อุตสาหกรรมการก่อสร้าง ยกเลิกรายการ “การลงทุนในด้านการก่อสร้างและการดำเนินการของเครือข่ายทางรถไฟสายหลักที่ต้องให้ฝ่ายจีนควบคุมการถือหุ้น” และอุตสาหกรรมการผลิต ยกเลิกรายการ “จำกัดการลงทุนในการผลิตไวน์เหลืองและไวน์ขาวคุณภาพสูง (ฝ่ายจีนควบคุมการถือหุ้น)” เป็นต้น

ทั้งนี้ Negative List ฉบับปี 2558 ยังถูกนำไปใช้กับเขตการค้าเสรีอื่นอีก 3 แห่งที่ตั้งขึ้นในภายหลัง ได้แก่ เขตการค้าเสรีมหานครเทียนจิน เขตการค้าเสรีมณฑลกวางตุ้ง และเขตการค้าเสรีมณฑลฝูเจี้ยน

นอกจากนี้ ยังมีการให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนต่างชาติ เทียบเท่าบริษัทสัญชาติจีน หรือที่เรียกว่า Pre-Establishment National Treatment รวมถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบการอนุมัติธุรกิจ จากเดิมในรูปแบบ Approval System ที่ต้องได้รับการพิจารณาอนุมัติจากทางการจีนก่อนจึงจะสามารถเริ่มดำเนินธุรกิจได้ มาเป็นรูปแบบ Registration System ที่จดทะเบียนแล้วสามารถดำเนินธุรกิจได้เลย

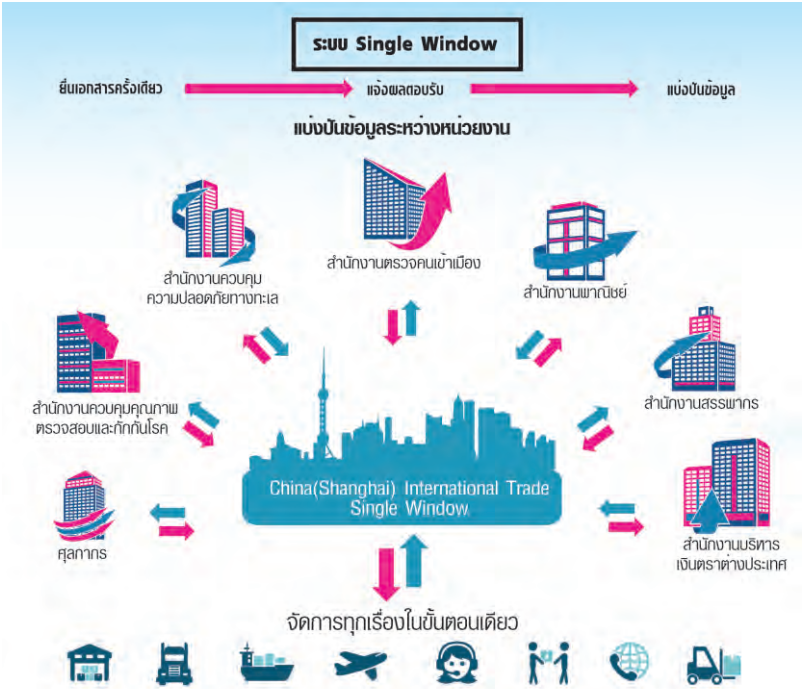
(2) ปฏิรูประบบการจัดการการลงทุนนอกประเทศ มีการใช้ระบบการจัดการบันทึกจัดเก็บข้อมูลการลงทุนนอกประเทศ ปรับปรุง Platform เพื่อส่งเสริมการบริการการลงทุนนอกประเทศและทำให้การลงทุนนอกประเทศง่ายขึ้น

(3) เปิดกว้างธุรกิจภาคบริการ มีมาตรการเปิดกว้างธุรกิจภาคบริการ ที่ในอดีตมีบางสาขาซึ่งรัฐบาลจีนเคยจำกัดไม่ให้ชาวต่างชาติถือหุ้นหรือทำธุรกิจ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการขนส่งทางเรือ ด้านการค้าและพาณิชย์ ด้านวิชาชีพเฉพาะทาง ด้านวัฒนธรรม และด้านบริการสาธารณะ โดยระงับหรือยกเลิกมาตรการบางอย่างเกี่ยวกับคุณสมบัติของนักลงทุน สัดส่วนในการลงทุน และขอบเขตการดำเนินธุรกิจ เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ

2. ด้านการค้า

(1) จัดตั้งระบบ Single Window สำหรับการค้าระหว่างประเทศ เป็นการสร้าง Platform การให้บริการแบบบูรณาการโดยรวมหลายหน่วยงานเข้าด้วยกัน ปัจจุบันมีหน่วยงานที่เข้าร่วมมากถึง 20 แห่ง เช่น สำนักงานควบคุมคุณภาพตรวจสอบและกักกันโรค (CIQ) สำนักงานศุลกากร สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น โดยบริษัทสามารถยื่นข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องเพียงครั้งเดียวผ่าน Single Window หลังจากนั้นแผนกควบคุมดูแลต่าง ๆ จะแจ้งผลการดำเนินการกลับมายังบริษัทและแชร์ข้อมูลต่าง ๆ ผ่าน Single Window ซึ่งช่วยลดต้นทุนและประหยัดเวลาในการดำเนินธุรกรรมของบริษัท

(2) พัฒนาระบบการควบคุมดูแลการค้าในเขตบริหารจัดการพิเศษของกรมศุลกากร มีการดำเนินการควบคุมจัดการแยกประเภทของสินค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสะดวกรวดเร็วในการจัดการสินค้า มีการใช้ระบบควบคุมดูแลแบบ “Frontier Opening, Second-tier Effective and Efficient Control”[2] ทำให้สินค้าผ่านเข้าออกด่านได้เร็วรวดขึ้น ลดต้นทุนของการขนส่ง



และกรมศุลกากรก็สามารถเพิ่มการควบคุมการตรวจสอบสินค้าที่เข้าในประเทศได้อย่างเข้มงวดขึ้น ทั้งนี้ ยังมีการผลักดันมาตรการอื่น ๆ อีก 31 รายการ อาทิ “Enter First,Declare Later”[3] และ “Self-transportation”[4] เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้า

---

[2] Frontier Opening, Second-tier Effective and Efficient Control กล่าวคือ คำว่า Frontier Opening หมายถึง สินค้านอกประเทศสามารถเข้าออกเขต FTZ ได้เสรี โดยไม่ถูกควบคุมจากสำนักงานศุลกากรและไม่ต้องจ่ายภาษีศุลกากร ส่วน Second-tier Effective and Efficient Control หมายถึง สินค้าจาก FTZ เข้าเขตพื้นที่อื่นในจีนจะเทียบเท่ากับการนำเข้าจากต่างประเทศ จึงต้องมีการควบคุมอย่างเข้มงวดและมีประสิทธิภาพ และจ่ายภาษีตามกฎระเบียบของสำนักงานศุลกากร

[3] Enter First, Declare Later หมายถึง บริษัทสามารถอาศัยข้อมูลในใบรายการสินค้าที่ทำการขนส่ง นำสินค้าเข้ามาในเขต FTZ ก่อนได้ หลังจากนั้นค่อยไปสำแดงสินค้าต่อกรมศุลกากร

[4] Self-transportation หมายถึง จากเดิมที่กรมศุลกากรจะควบคุมยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง เปลี่ยนมาเป็นบริษัทสามารถเลือกยานพาหนะที่เหมาะสมกับความต้องการในการขนส่งสินค้าเองได้เพื่อทำการขนส่งสินค้าในเขต FTZ

3. ด้านการเงิน

(1) ผลักดันนวัตกรรมที่เปิดกว้างทางการเงิน โดยจัดตั้งระบบ Free Trade Account [5] เพื่อบริหารจัดการเงินหยวนและเงินตราต่างประเทศ ปัจจุบันมีผู้เปิดบัญชีแล้วกว่า 6 หมื่นบัญชี การพัฒนานวัตกรรมทางการเงิน อาทิ การชำระเงินหยวนข้ามพรมแดน การจัดการเงินทุนอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศของสำนักงานบริษัทข้ามชาติ และการบริหารจัดการกองทุนเงินหยวนและเงินตราต่างประเทศแบบสองทาง ตลอดจนการปฏิรูประบบการบริหารจัดการอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ

(2) เปิดกว้างตลาดการเงินและการบริการด้านการเงิน ผลักดันการสร้าง Platform ในการทำธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ เริ่มดำเนินการ Shanghai-Hong Kong Stock Connect และจัดตั้ง Shanghai Gold Exchange ในรูปแบบ Gold International Board เพื่อให้นักลงทุนต่างชาติสามารถเข้าลงทุนในตลาดทองคำจีนได้

(3) เพิ่มการควบคุมดูแลและป้องกันความเสี่ยงด้านการเงิน โดยสร้างระบบการควบคุมดูแลด้านการเงินที่สอดคล้องกับการผลักดันนวัตกรรมทางการเงิน สร้างกลไกการควบคุมเงินทุนข้ามพรมแดนและการประสานงานฉุกเฉินข้ามหน่วยงาน รวมถึงสร้างรูปแบบการควบคุมดูแลทางการเงินเชิงบูรณาการในด้านการแบ่งปันข้อมูล

4. ด้านการบริหารจัดการของภาครัฐ

(1) ลดอุปสรรคในการเข้ามาลงทุนของบริษัท โดยปฏิรูประบบการจดทะเบียนธุรกิจและกฎระเบียบเงินทุนจดทะเบียน และเร่งพัฒนาปรับปรุงระบบ Single Window ให้สมบูรณ์แบบมากขึ้น

(2) ปฏิรูประบบการบริหารจัดการของภาครัฐ ผลักดันการสร้างระบบการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับมาตรฐานกฎระเบียบการค้าการลงทุนระดับสากล สร้างระบบการควบคุมและ

---

[5] Free Trade Account มีจุดเด่น คือ (1) การตรวจสอบธุรกรรมการซื้อขายเงินตราต่างประเทศของบริษัทจากเดิมที่คณะกรรมการบริหารเขตการค้าเสรีฯ (Management Committee of China (Shanghai) Pilot Free Trade Zone) จะควบคุมก่อนดำเนินการ เปลี่ยนมาเป็นควบคุมในระหว่างและหลังดำเนินการ และ (2) บริษัทสามารถเลือกอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ และอัตราซื้อขายเงินตราต่างประเทศได้อย่างเสรี กล่าวคือ ในอดีต หลังจากที่บริษัทได้รับเงินตราต่างประเทศแล้ว ไม่สามารถนำเงินไปฝากในบัญชีธนาคารในประเทศได้โดยตรง ต้องทำการแลกเงินเป็น RMB ก่อน แต่ปัจจุบันหลังจากมีการใช้ Free Trade Account ให้บริการเงินตราต่างประเทศ บริษัทสามารถนำเงินที่ได้รับจากต่างประเทศฝากไว้ในบัญชี Free Trade Account ก่อน โดยสามารถเลือกได้ว่าจะแลกเปลี่ยนเป็น RMB ในเวลาใดซึ่งจะช่วยลดต้นทุนทางการเงินของบริษัทและสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราได้ดีขึ้น

ตรวจตราในระหว่างการดำเนินการและหลังการดำเนินธุรกิจ ผลักดันการสร้าง Platform ด้านการควบคุมตรวจสอบข้อมูลเชิงบูรณาการ เพิ่มการติดตามการบริหารจัดการ และการควบคุมดูแลกิจกรรมของบริษัทที่จดทะเบียนใน SFTZ ซึ่งไปดำเนินงานนอกเขต SFTZ ตลอดจนยกระดับความโปร่งใสในการบริหารจัดการของภาครัฐ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมขององค์กรทางสังคมและการบริการสาธารณะ

(3) พัฒนากฎระเบียบให้เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจ เร่งพัฒนาระบบการบังคับใช้กฎหมายในการควบคุมตรวจสอบตลาดที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี อาหารและยา ทรัพย์สินทางปัญญา อุตสาหกรรมและพาณิชย์ ภาษีอากร ยกระดับการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของนักลงทุน และจัดตั้งระบบการให้ความช่วยเหลือและแก้ไขข้อพิพาทด้านทรัพย์สินทางปัญญา

3 ปีแห่งการก่อตั้ง SFTZ บทสรุปน่าพอใจหรือไม่?

หากมองในภาพรวมสำหรับรัฐบาลจีน ถือว่า SFTZ ทำผลงานได้ดีและประสบความสำเร็จตามเป้าที่วางไว้ในระดับหนึ่ง เนื่องจากตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา SFTZ ได้ออกมาตรการและพัฒนากฎระเบียบต่าง ๆ ให้เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง มีแนวคิดการปฏิรูปและผลสำเร็จของนวัตกรรมทางระบบกว่า 100 รายการที่ได้รับการผลักดันให้นำไปเพื่อประยุกต์ใช้ทั่วประเทศ มีบริษัทใหม่ที่จดทะเบียนในเขต SFTZ แล้วประมาณ 40,000 บริษัท ซึ่งสูงกว่าจำนวนรวมของบริษัทที่ได้จดทะเบียนในพื้นที่ดังกล่าวในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาก่อนจะมีการจัดตั้ง SFTZ โดยเป็นบริษัทที่ลงทุนโดยต่างชาติมากกว่า 7,300 แห่ง นอกจากนี้ SFTZ ซึ่งตั้งอยู่ในเขตผู่ตงใหม่ครอบคลุมพื้นที่เพียง 1/50 ของนครเซี่ยงไฮ้ แต่สร้างมูลค่า GDP ให้นครเซี่ยงไฮ้ได้ถึง 1/4 ของยอดรวม GDP สะท้อนว่า การปฏิรูประบบของ SFTZ สามารถเป็นแรงขับเคลื่อนที่จะผลักดันเศรษฐกิจได้ในระยะยาว อีกทั้งยังบ่งบอกถึงการเป็นที่ยอมรับของต่างชาติซึ่งเข้ามาลงทุนเพิ่มมากขึ้น ทั้งหมดนี้เป็นกุญแจสำคัญที่จะเปิดประตูสู่ความเป็นสากลให้กับนครเซี่ยงไฮ้แห่งนี้

อย่างไรก็ดี สำหรับบริษัทที่เข้าไปจัดตั้งและจดทะเบียนในเขต SFTZ นั้น ในทางปฏิบัติอาจยังไม่ได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษที่เด่นชัด แต่ในแง่การอำนวยความสะดวกด้านการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทนั้นสามารถทำได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น ทำให้ SFTZ ต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องให้เกิด

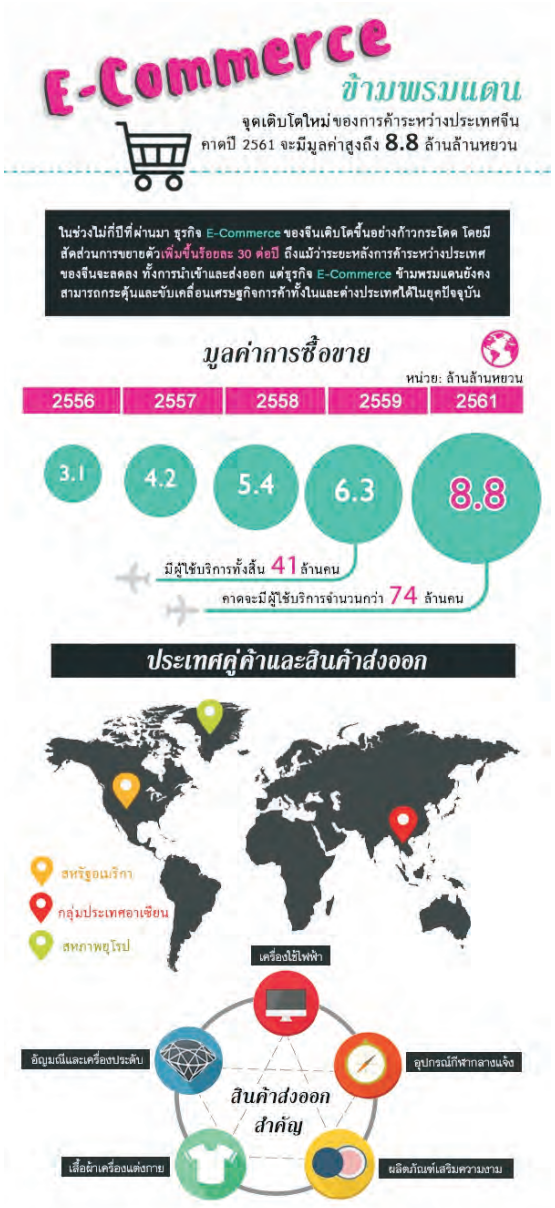
ความสมบูรณ์แบบขึ้นไปในทุก ๆ ด้าน อาทิ (1) การเร่งพัฒนาระบบต่าง ๆ ให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นระบบการบริหารจัดการการลงทุน ระบบการควบคุมดูแลทางการค้า ระบบการจัดเก็บภาษี และระบบการป้องกันความเสี่ยงที่สอดรับกับการเปิดกว้างทางเศรษฐกิจ (2) การเร่งสร้างระบบนวัตกรรมทางการเงินที่ สนับสนุนให้สกุลเงินหยวนเป็นสกุลเงินสากลและการเปิดเสรีบัญชีทุน (3) การใช้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อน โดยอาศัยเขตการค้าเสรีและการสร้างศูนย์กลางทางนวัตกรรมและวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีเป็นแรงผลักดันการพัฒนา (4) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการของรัฐบาลให้มีประสิทธิภาพและโปร่งใส (5) การเพิ่มการพัฒนา SFTZ ที่ควบคู่ไปกับการดำเนินยุทธศาสตร์ระดับชาติ โดยเฉพาะการเชื่อมโยงกับการพัฒนานครเซี่ยงไฮ้ให้เป็น 4 ศูนย์กลางที่สำคัญ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ การเงิน การค้าการลงทุน และการขนส่งทางเรือภายในปี 2563 (หรือ ค.ศ. 2020) รวมถึงยุทธศาสตร์ One Belt, One Road และการพัฒนาแถบเศรษฐกิจแม่น้ำแยงซีเกียง

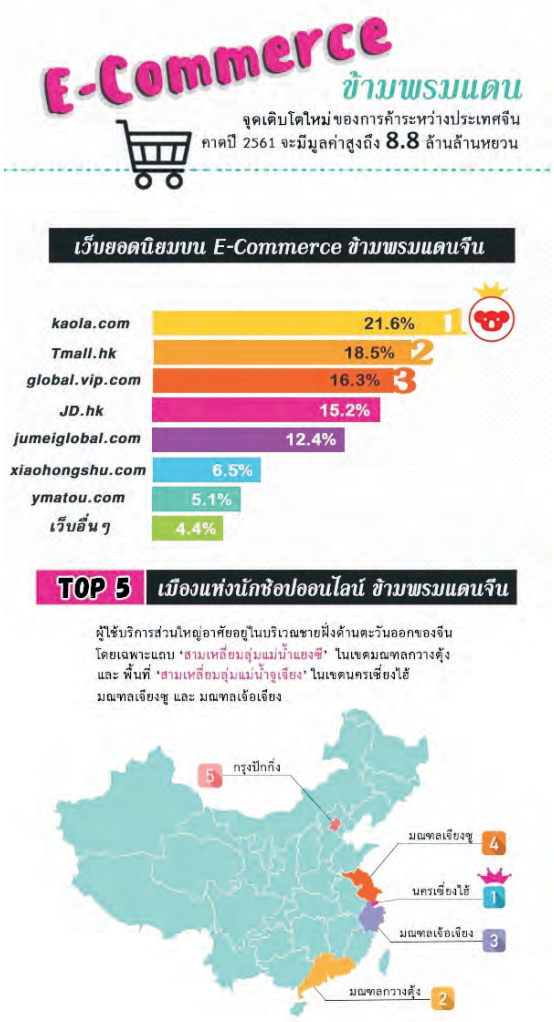
3 ปีแห่งการก่อตั้ง SFTZ เป็นข้อพิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า SFTZ ยังจะสามารถพัฒนาไปได้อีกไกล ซึ่งจีนไม่มีทางมองข้ามหมากตัวนี้แน่นอน เพื่ออนาคตที่จีนตั้งเป้าจะก้าวสู่ความเป็นสากลและเพิ่มบทบาทการเป็นผู้นำบนเวทีเศรษฐกิจโลก

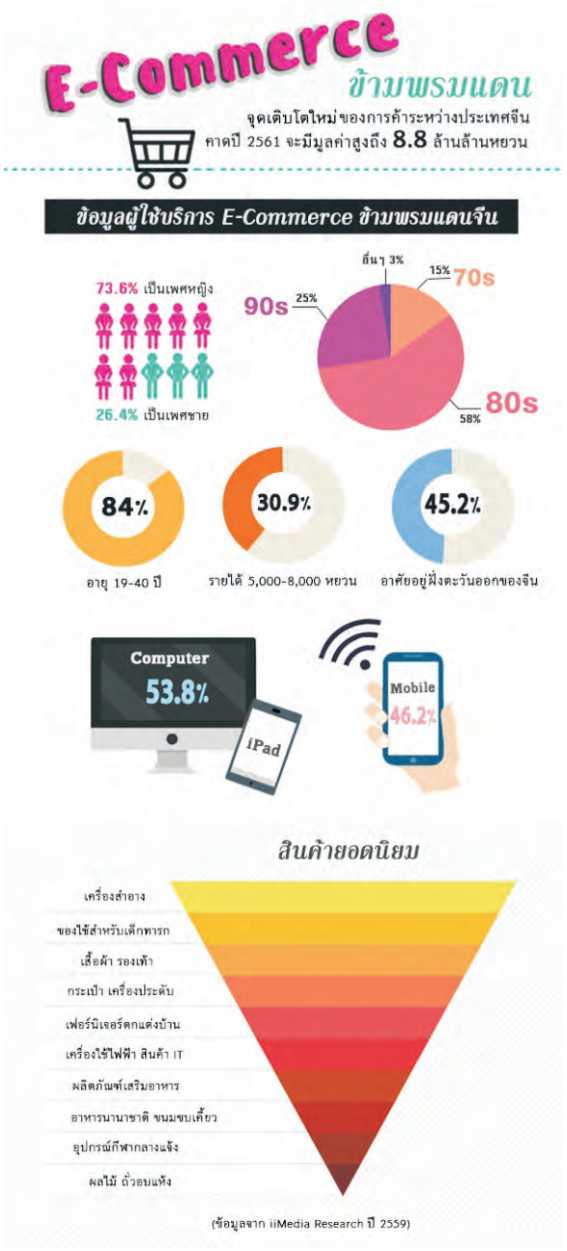
ภาพเล่าเรื่อง
Infographic

รู้จักยุทธศาสตร์ 'One Belt One Road'
จีนวางหมากผู้เล่นอย่างไร?

"One Belt One Road"
จีน "วางหมาก" ผู้เล่นอย่างไร?
เขตฯ ซินเจียง :
ศูนย์กลางยุทธศาสตร์ One Belt "ชุมทาง" รถไฟสู่เอเชียกลางและยุโรป
เขตฯ หนิงเซี่ย :
เขตทดลองการเปิดเศรษฐกิจสู่ภายนอก
นครหลานโจว (มณฑลซีหนิง) และนครซีหนิง (เขตฯ หนิงเซี่ย) เป็น "ข้อต่อ" ยุทธศาสตร์ One Belt
นครซีอาน :
พื้นที่การปฏิรูปและเปิดสู่ภายนอกของจีนตอนใน
มณฑลกานซู่
มณฑลตอนใน
นครฉงชิ่ง มณฑลเสฉวน และนครเจิ้งโจว เป็น "ข้อต่อ" สำคัญของเส้นทางรถไฟสู่เอเชียกลาง รัสเซีย และยุโรป
มณฑลการ์เลียนฝั่งตะวันออก (ซาก้า ซานตง ฮูเจว เจ๋อเจียง เซียงไฮ้ และฝูเจี้ยน) ร่วมวางโพรเจ็คยุทธศาสตร์ One Road
ภาคตะวันตกเฉียงใต้ :
"ประตู" (Gateway) สู่อาเซียน และเอเชียใต้
เขตฯ กว่างซีจ้วง :
เป็น "ข้อต่อ" ยุทธศาสตร์ One Belt กับ One Road มีอ่าวเป๋ยปู้ (อ่าวตังเกี๋ย) และแม่น้ำเพิร์ล-แม่น้ำซีเจียง
ยูนนาน :
เป็น "ฮับ" ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง หรือ GMS
ทิเบต:
เป็น "ฐาน" ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน
ไต้หวัน
พร้อมเป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์ One Belt One Road
มณฑลฝูเจี้ยน และจีนตอนใต้
มีมณฑลฝูเจี้ยนเป็น "ศูนย์กลาง" ยุทธศาสตร์ One Road เชื่อมโยงกับพื้นที่เขตสามเหลี่ยมเศรษฐกิจปากแม่น้ำเพิร์ล (กวางตุ้ง ฮ่องกง และมาเก๊า)
เป็นที่ตั้งของ "เขตนำร่องการค้าเสรี" และ "เขตเมืองใหม่" สำคัญในภูมิภาคจีนตอนใต้
ฮ่องกง มาเก๊า
ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมแผนยุทธศาสตร์ One belt One Road


E-Commerce
ข้ามพรมแดน
จุดเติบโตใหม่ของการค้าระหว่างประเทศจีน
คาดปี 2561 จะมีมูลค่าสูงถึง 8.8 ล้านล้านหยวน
ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ธุรกิจ E-Commerce ของจีนเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยมีสัดส่วนการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ต่อปี ถึงแม้ว่าระยะหลังการค้าระหว่างประเทศของจีนจะลดลง ทั้งการนำเข้าและส่งออก แต่ธุรกิจ E-Commerce ข้ามพรมแดนยังคงสามารถกระตุ้นและขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าทั้งในและต่างประเทศได้ในยุคปัจจุบัน
มูลค่าการซื้อขาย
หน่วย: ล้านล้านหยวน
2556
2557
2558
2559
2561
3.1
4.2
5.4
6.3
8.8
มีผู้ใช้บริการทั้งสิ้น 41 ล้านคน
คาดจะมีผู้ใช้บริการจำนวนกว่า 74 ล้านคน
ประเทศคู่ค้าและสินค้าส่งออก
สหรัฐอเมริกา
กลุ่มประเทศอาเซียน
สหภาพยุโรป
เครื่องใช้ไฟฟ้า
อัญมณีและเครื่องประดับ
อุปกรณ์กีฬากลางแจ้ง
สินค้าส่งออกสำคัญ
เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย
ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม


E-Commerce
ข้ามพรมแดน
จุดเติบโตใหม่ของการค้าระหว่างประเทศจีน
คาดปี 2561 จะมีมูลค่าสูงถึง 8.8 ล้านล้านหยวน
เว็บยอดนิยมบน E-Commerce ข้ามพรมแดนจีน
kaola.com 21.6%
Tmall.hk 18.5%
global.vip.com 16.3%
JD.hk 15.2%
jumeiglobal.com 12.4%
xiaohongshu.com 6.5%
ymatou.com 5.1%
เว็บอื่น ๆ 4.4%
TOP 5 เมืองแห่งนักช้อปออนไลน์ ข้ามพรมแดนจีน
ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในบริเวณชายฝั่งด้านตะวันออกของจีน
โดยเฉพาะแถบ 'สามเหลี่ยมลุ่มแม่น้ำแยงซี' ในเขตมณฑลกวางตุ้ง
และ พื้นที่ 'สามเหลี่ยมลุ่มแม่น้ำจูเจียง' ในเขตนครเซี่ยงไฮ้
มณฑลเจียงซู และ มณฑลเจ้อเจียง
5 กรุงปักกิ่ง
มณฑลเจียงซู 4
นครเซี่ยงไฮ้ 1
มณฑลเจ้อเจียง 3
มณฑลกวางตุ้ง 2


E-Commerce
ข้ามพรมแดน
จุดเติบโตใหม่ของการค้าระหว่างประเทศจีน
คาดปี 2561 จะมีมูลค่าสูงถึง 8.8 ล้านล้านหยวน
ข้อมูลผู้ใช้บริการ E-Commerce ข้ามพรมแดนจีน
73.6% เป็นเพศหญิง
26.4% เป็นเพศชาย
อื่นๆ 3%
15% 70s
90s 25%
80s 58%
84%
อายุ 19-40 ปี
30.9%
รายได้ 5,000-8,000 หยวน
45.2%
อาศัยอยู่ฝั่งตะวันออกของจีน
Computer 53.8%
iPad
Mobile 46.2%
สินค้ายอดนิยม
เครื่องสำอาง
ของใช้สำหรับเด็กทารก
เสื้อผ้า รองเท้า
กระเป๋า เครื่องประดับ
เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้าน
เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้า IT
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
อาหารนานาชาติ ขนมขบเคี้ยว
อุปกรณ์กีฬากลางแจ้ง
ผลไม้ ถั่วอบแห้ง
(ข้อมูลจาก iiMedia Research ปี 2559)

จีนรื้อ 'ภาษี' สินค้าออนไลน์
ที่นำเข้าจากต่างประเทศ

จีนรื้อ 'ภาษี' สินค้าออนไลน์นำเข้า
TAX
ดีล 'ถูกดี' : นโยบายใหม่จ่าย 'ถูก/แพง' ?
ยอดภาษีที่ต้องชำระ >50 RMB ได้รับการยกเว้นภาษีสัมภาระฯ
กฎเก่า
กฎใหม่
คำนวณจาก 70% ของรายการภาษีที่พึงชำระ
ภาษีสัมภาระฯ
ภาษีต้องชำระ
ภาษีต้องชำระ
1000 RMB
10% 100 119 17% 0
1000 X 10%
1000 X17% X 70%
50% 500 329 30% 17% 0
1000 X 50%
1000 X (17% + 30%) X 70%
สินค้าออนไลน์จาก ตปท. บางรายการได้รับประโยชน์จากการปรับนโยบาย 'ภาษี'

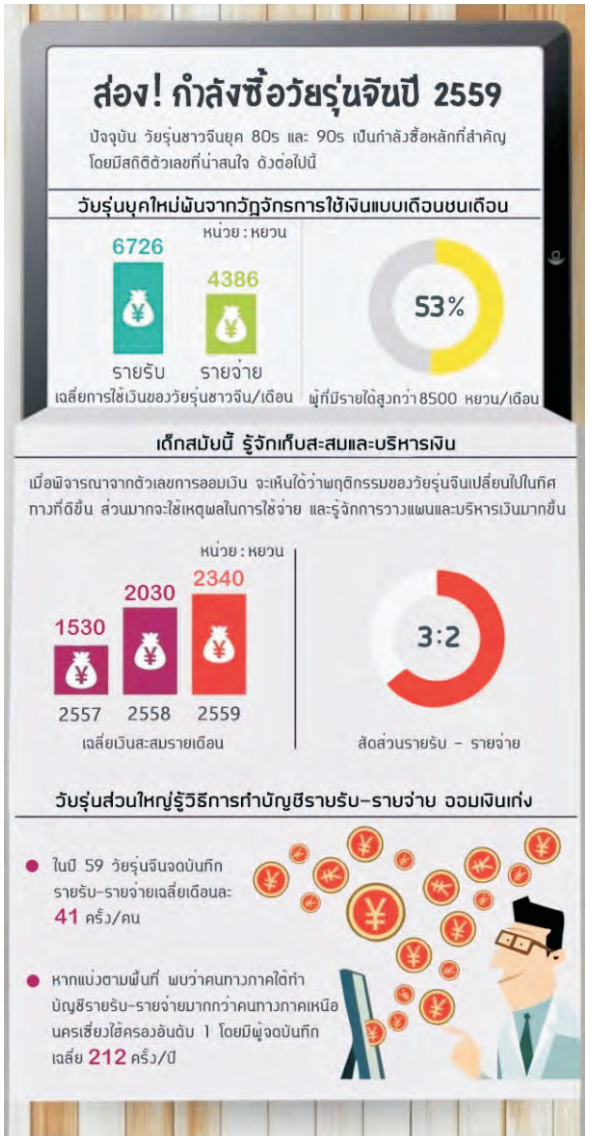
"จีน" เล็ง"ลด"ภาษี
โอกาสสินค้าส่งออก(ไทย)
กลุ่มสินค้าใดได้ประโยชน์บ้าง??
ของใช้ในชีวิตประจำวันเหล่านี้มีลุ้น "ลด" ภาษี
นมผง
เครื่องสำอาง
ผ้าอ้อมเด็ก
ของใช้ห้องน้ำ
เฟอร์นิเจอร์
เครื่องใช้ในครัว
เครื่องประดับ
เครื่องใช้บนเตียง
กระเป๋า/นาฬิกา

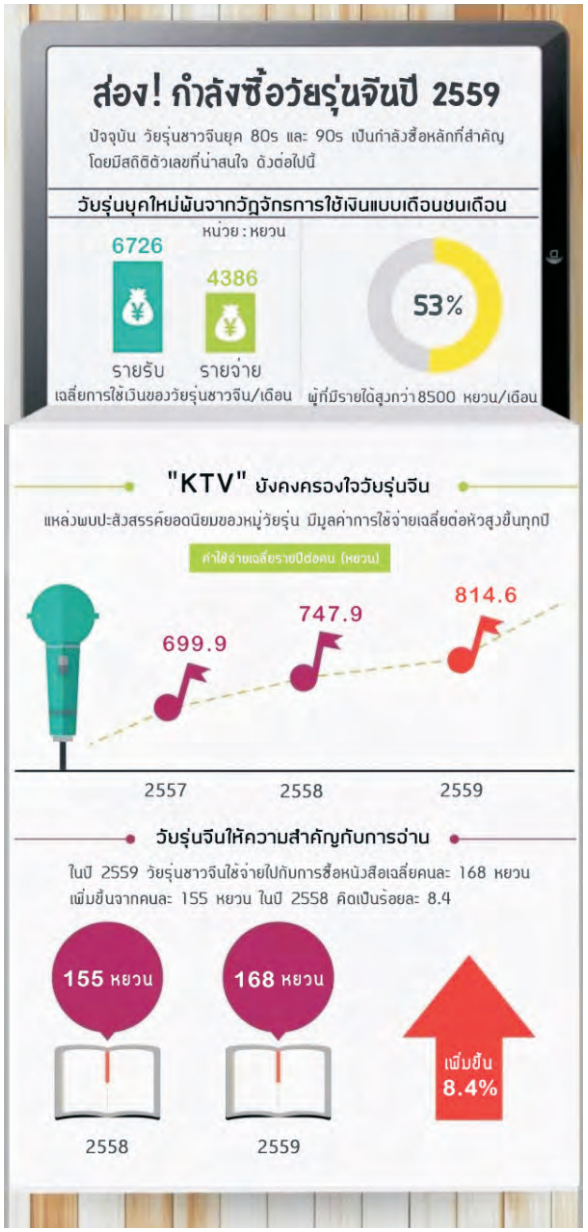
"จีน" เล็ง"ลด"ภาษี
โอกาสสินค้าส่งออก(ไทย)
เสื้อผ้า&เครื่องสำอาง ลุ้นลด "ภาษีอุปโภคบริโภค"
เครื่องสำอางหรู
VS
อดีต
อนาคต
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศต้องชำระภาษีอุปโภคบริโภคในอัตรา 30% นักช็อปชาวจีนแห่ช็อปสินค้าในเกาหลี/ญี่ปุ่น
เมื่อปรับ "ลด" ภาษีลง ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศก็จะมีราคา "ถูก" ลง นักช็อปมีสตางค์เหลือช็อปเพิ่มมากขึ้น
ลุยเปิดร้านสินค้าปลอดภาษี (Duty Free)
ชาวจีนพร้อมดูดวักกระเป๋าซื้อสินค้านำเข้าราคา "ถูก"
ทำไมผู้บริโภคชาวจีนจึงนิยมไปช็อปปิ้งในต่างประเทศ หรือฝากหิ้วสินค้าจากต่างประเทศ?? เหตุผลสำคัญเป็นเพราะว่าสินค้านำเข้าที่วางจำหน่ายในจีนมีราคา "แพง" กว่าราคาในประเทศต้นกำเนิดมาก คำถามคือเมื่อ "ลดภาษี" จะช่วยให้สินค้านำเข้ามีราคา "ถูก" ลงหรือไม่ ก่อนอื่นเรามาทำความรู้จักกับ "ภาษีศุลกากร" จีนกันก่อน...

"จีน" เล็ง"ลด"ภาษี
โอกาสสินค้าส่งออก(ไทย)
"ภาษี" ต่อต้นทุนสินค้านำเข้าในจีน
จีนเก็บภาษีสินค้านำเข้า
ตามราคาสำแดงการนำเข้า
~3% - 20%
ของราคาขายปลีกในประเทศ
ราคาขายปลีก
¥800
ราคาสำแดง
¥30
ภาษีศุลกากร = ราคาสำแดง ¥30 X อัตราภาษี 10% = ¥3
เปรียบเทียบอัตราภาษีศุลกากร
40%
อัตราภาษีเฉลี่ย
9.8%
คิดเป็น 1/4 ของค่าเฉลี่ยทั่วโลกเท่านั้น
อัตราภาษีศุลกากร
"ภาษี" มิใช่ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อต้นทุนสินค้านำเข้า แล้วอะไรหละ?? ที่เป็นตัวกำหนดราคาขายปลีกเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในประเทศจีน

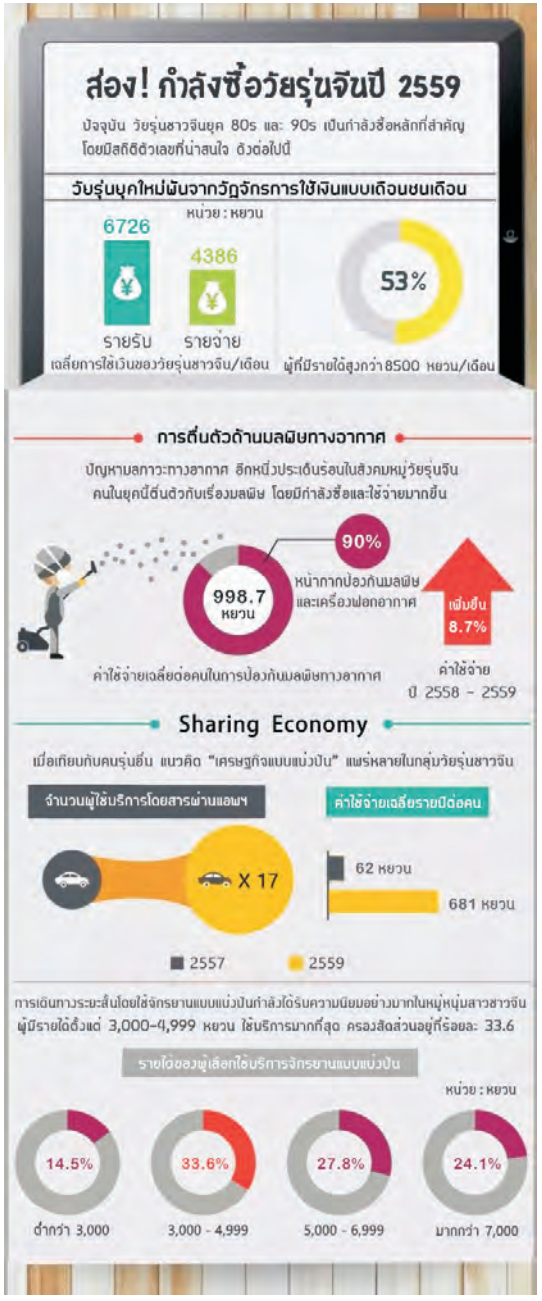
จีนเล็งลด 'ภาษี' สินค้า
โอกาสสินค้าส่งออก(ไทย)

"จีน" เล็ง "ลด" ภาษี
โอกาส สินค้าส่งออก(ไทย)
"ลด" ภาษีแล้ว...ใครได้ใครเสีย?
นักช็อปมีตัวเลือกเพิ่มขึ้น
ดึงขาช็อปกลับเข้าประเทศ
กระตุ้นการบริโภคในประเทศ
โอกาสแบรนด์ต่างประเทศ/ส่งเสริมการแข่งขันอย่างเสมอภาค
สาขาธุรกิจคล้ายกันในจีนได้รับแรงกดดันเพิ่มมากขึ้น
รัฐสูญเสียรายได้จากเม็ดเงินภาษี
สินค้าเลียนแบบ


ส่อง! กำลังซื้อวัยรุ่นจีนปี 2559
ปัจจุบัน วัยรุ่นชาวจีนยุค 80s และ 90s เป็นกำลังซื้อหลักที่สำคัญ
โดยมีสถิติตัวเลขที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้
วัยรุ่นยุคใหม่พ้นจากวัฏจักรการใช้เงินแบบเดือนชนเดือน
หน่วย : หยวน
6726
4386
รายรับ
รายจ่าย
เฉลี่ยการใช้เงินของวัยรุ่นชาวจีน/เดือน
53%
ผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 8500 หยวน/เดือน
เด็กสมัยนี้ รู้จักเก็บสะสมและบริหารเงิน
เมื่อพิจารณาจากตัวเลขการออมเงิน จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมของวัยรุ่นจีนเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีขึ้น ส่วนมากจะใช้เหตุผลในการใช้จ่าย และรู้จักการวางแผนและบริหารเงินมากขึ้น
หน่วย : หยวน
1530
2030
2340
2557
2558
2559
เฉลี่ยเงินสะสมรายเดือน
3:2
สัดส่วนรายรับ - รายจ่าย
วัยรุ่นส่วนใหญ่รู้วิธีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ฉอมเงินเก่ง
ในปี 59 วัยรุ่นจีนจดบันทึกรายรับ-รายจ่ายเฉลี่ยเดือนละ 41 ครั้ง/คน
หากแบ่งตามพื้นที่ พบว่าคนทางภาคใต้ทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายมากกว่าคนทางภาคเหนือ นครเซี่ยงไฮ้ครองอันดับ 1 โดยมีผู้จดบันทึกเฉลี่ย 212 ครั้ง/ปี


ส่อง! กำลังซื้อวัยรุ่นจีนปี 2559
ปัจจุบัน วัยรุ่นชาวจีนยุค 80s และ 90s เป็นกำลังซื้อหลักที่สำคัญ
โดยมีสถิติตัวเลขที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้
วัยรุ่นยุคใหม่พ้นจากวัฏจักรการใช้เงินแบบเดือนชนเดือน
หน่วย : หยวน
6726
4386
รายรับ
รายจ่าย
เฉลี่ยการใช้เงินของวัยรุ่นชาวจีน/เดือน
53%
ผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 8500 หยวน/เดือน
"KTV" ยังคงครองใจวัยรุ่นจีน
แหล่งพบปะสังสรรค์ยอดนิยมของหมู่วัยรุ่น มีมูลค่าการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวสูงขึ้นทุกปี
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายปีต่อคน (หยวน)
699.9
747.9
814.6
2557
2558
2559
วัยรุ่นจีนให้ความสำคัญกับการอ่าน
ในปี 2559 วัยรุ่นชาวจีนใช้จ่ายไปกับการซื้อหนังสือเฉลี่ยคนละ 168 หยวน
เพิ่มขึ้นจากคนละ 155 หยวน ในปี 2558 คิดเป็นร้อยละ 8.4
155 หยวน
168 หยวน
เพิ่มขึ้น
8.4%
2558
2559

ส่อง! กำลังซื้อวัยรุ่นจีนปี 2559
ปัจจุบัน วัยรุ่นชาวจีนยุค 80s และ 90s เป็นกำลังซื้อหลักที่สำคัญ
โดยมีสถิติตัวเลขที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้
วัยรุ่นยุคใหม่พ้นจากวัฏจักรการใช้เงินแบบเดือนชนเดือน
หน่วย : หยวน
6726
4386
รายรับ
รายจ่าย
เฉลี่ยการใช้เงินของวัยรุ่นชาวจีน/เดือน
53%
ผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 8500 หยวน/เดือน
ยอมจ่ายเพื่อสัตว์เลี้ยงแสนรัก
วัยรุ่นจีนส่วนใหญ่ยอมทุ่มเงินเพื่อสัตว์เลี้ยงแสนรัก ด้วยเหตุผลที่ว่าสัตว์เลี้ยง
เปรียบเสมือนเพื่อนคู่ชีวิต ซึ่งในปี 59 พบว่ามีเจ้าของรายหนึ่งเสียค่าใช้จ่ายให้
กับสัตว์เลี้ยงสูงถึง 115,000 หยวน (หรือประมาณ 575,000 บาท) เลยทีเดียว
ยอดใช้จ่ายสูงสุด
อันดับ 1
115,000
หยวน
ค่าใช้จ่ายสำหรับ
สัตว์เลี้ยง เฉลี่ยเดือนละ:
631.7หยวน
ค่าตัดขน (ครั้ง)
69 หยวน/ครั้ง
47 หยวน/ครั้ง
วัยรุ่นกับการท่องเที่ยวเป็นของคู่กัน
ปี 2559
วัยรุ่นจีนใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เฉลี่ยคนละ 14,738 หยวน
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางครองสัดส่วนอยู่ที่
34%


ส่อง! กำลังซื้อวัยรุ่นจีนปี 2559
ปัจจุบัน วัยรุ่นชาวจีนยุค 80s และ 90s เป็นกำลังซื้อหลักที่สำคัญ
โดยมีสถิติตัวเลขที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้
วัยรุ่นยุคใหม่พันจากวัฏจักรการใช้เงินแบบเดือนชนเดือน
หน่วย : หยวน
6726
รายรับ
เฉลี่ยการใช้เงินของวัยรุ่นชาวจีน/เดือน
4386
รายจ่าย
53%
ผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 8500 หยวน/เดือน
การตื่นตัวด้านมลพิษทางอากาศ
ปัญหามลภาวะทางอากาศ อีกหนึ่งประเด็นร้อนในสังคมหมู่วัยรุ่นจีน
คนในยุคนี้ตื่นตัวกับเรื่องมลพิษ โดยมีกำลังซื้อและใช้จ่ายมากขึ้น
998.7
หยวน
90%
หน้ากากป้องกันมลพิษ
และเครื่องฟอกอากาศ
เพิ่มขึ้น
8.7%
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการป้องกันมลพิษทางอากาศ
ค่าใช้จ่าย
ปี 2558 - 2559
Sharing Economy
เมื่อเทียบกับคนรุ่นอื่น แนวคิด "เศรษฐกิจแบบแบ่งปัน" แพร่หลายในกลุ่มวัยรุ่นชาวจีน
จำนวนผู้ใช้บริการโดยสารผ่านแอพฯ
X 17
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายปีต่อคน
62 หยวน
681 หยวน
2557
2559
การเดินทางระยะสั้นโดยใช้จักรยานแบบแบ่งปันกำลังได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่หนุ่มสาวชาวจีน
ผู้มีรายได้ตั้งแต่ 3,000-4,999 หยวน ใช้บริการมากที่สุด ครองสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 33.6
รายได้ของผู้เลือกใช้บริการจักรยานแบบแบ่งปัน
หน่วย : หยวน
14.5%
ต่ำกว่า 3,000
33.6%
3,000 - 4,999
27.8%
5,000 - 6,999
24.1%
มากกว่า 7,000

ส่อง! กำลังซื้อวัยรุ่นจีนปี 2559
ปัจจุบัน วัยรุ่นชาวจีนยุค 80s และ 90s เป็นกำลังซื้อหลักที่สำคัญ
โดยมีสถิติตัวเลขที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้
วัยรุ่นยุคใหม่พันจากวัฏจักรการใช้เงินแบบเดือนชนเดือน
หน่วย : หยวน
6726
รายรับ
เฉลี่ยการใช้เงินของวัยรุ่นชาวจีน/เดือน
4386
รายจ่าย
53%
ผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 8500 หยวน/เดือน
วัยรุ่นจีนชอบใช้จ่ายด้านไหนบ้าง
3 อันดับแรกที่หนุ่มสาวชาวจีนใช้จ่ายมากที่สุดในปี 59 มีดังนี้
การเงิน และ การประกัน
เฟอร์นิเจอร์ และ ของตกแต่งในบ้าน
เสื้อผ้า และ เครื่องประดับ
การใช้จ่ายอื่นๆ ในสังคม
3 อันดับแรก: การใช้จ่ายที่เกี่ยวกับสินน้ำใจในสังคมวัยรุ่นจีนยุคปัจจุบัน ได้แก่
การเลี้ยงข้าวเพื่อนฝูง การตอบแทนต่อพ่อแม่ และการแจกอั่งเปาตามวัฒนธรรมจีนนั่นเอง
จากการสำรวจพบว่า
TOP 3 "สินน้ำใจ"
1. เลี้ยงข้าว
2. ตอบแทนพ่อแม่
3. แจกอั่งเปา
ยอดมูลค่า "สินน้ำใจ" พุ่งสูงถึง
10,000
ล้านหยวน
ในปี 59 มูลค่าการแจกอั่งเปาเฉลี่ยอยู่ที่
2,903 หยวน/คน
60%

กรมไปรษณีย์แห่งชาติจีน ประกาศ จนถึงวันที่ 20 ธ.ค. ปริมาณการขนส่งพัสดุด่วนของจีนในปี 2559 ทะลุ 3 แสนล้านชิ้นยังคงครองอันดับ 1 ของโลกอย่างต่อเนื่อง

ใน 3 ปี เพิ่มขึ้นปีละแสนล้าน

ผลพวงจากการเติบโตของธุรกิจ E-commerce เพียง 3 ปี ปริมาณพัสดุด่วนในประเทศจีน พุ่งทะลุ 3 แสนล้านชิ้น

กรมไปรษณีย์แห่งชาติจีนเผยว่า ปี 2559 พัสดุด่วนชิ้นที่ 3 แสนล้านในจีน เป็นของเกษตรกรปลูกชารายหนึ่ง ซึ่งจัดส่งใบชาผ่านบริษัท พัสดุส่งด่วนจงทง (中通快递) จากเมืองจุนอี้ (遵义市) มณฑลกุ้ยโจว

พนักงานส่งพัสดุวันละ 71 ชิ้นต่อคน

เมื่อต้นปี 59 จีนมีพนักงานส่งพัสดุด่วนกว่า
1 ล้าน 2 แสนคน

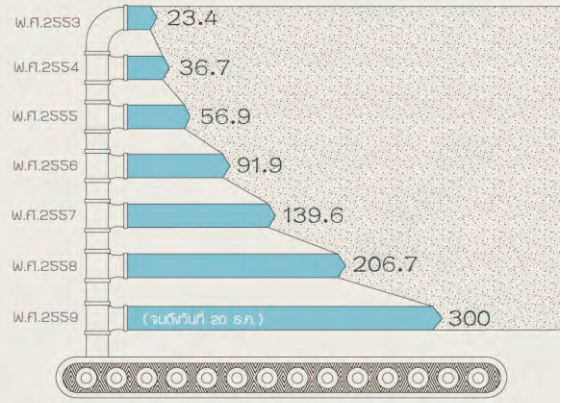
(ข้อมูลจาก All Research)

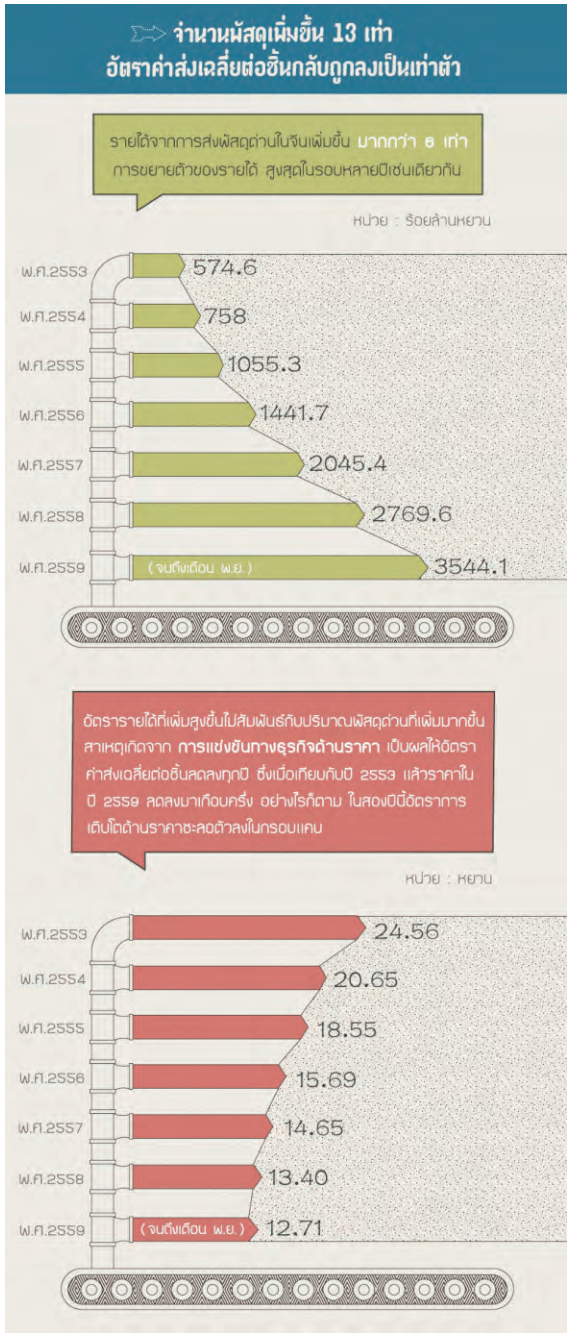
เมื่อคำนวณจากยอด 3 แสนล้านชิ้น หากว่าทั้งปีไม่มีวันหยุด พนักงานแต่ละคนเฉลี่ย **จัดส่งวันละประมาณ 71 ชิ้น**

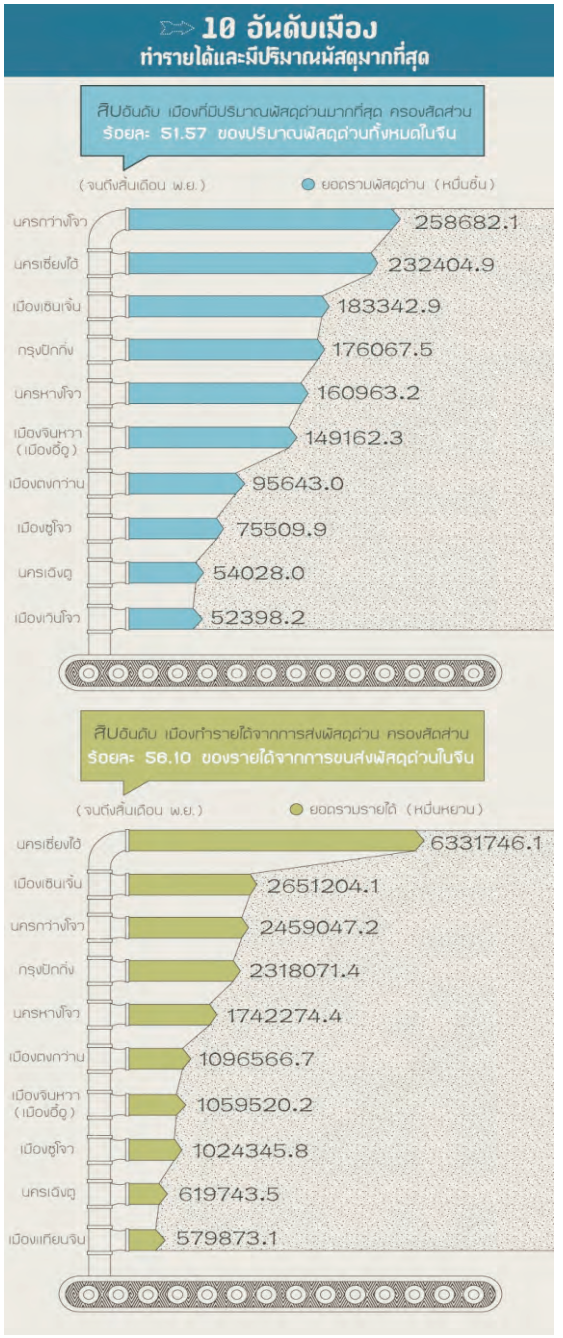
จำนวนพัสดุเพิ่มขึ้น 13 เท่า อัตราค่าส่งเฉลี่ยต่อชิ้นกลับถูกลงเป็นเท่าตัว

7 ปีที่ผ่านมา **ปริมาณพัสดุด่วนในจีนเพิ่มขึ้นเกือบ 13 เท่า** ซึ่งปี 2559 อัตราของพัสดุด่วนขยายตัวสูงสุดในรอบหลายปี

หน่วย : ร้อยล้านชิ้น




จำนวนพัสดุเพิ่มขึ้น 13 เท่า
อัตราค่าส่งเฉลี่ยต่อชิ้นกลับถูกลงเป็นเท่าตัว
รายได้จากการส่งพัสดุด่วนในจีนเพิ่มขึ้น มากกว่า 6 เท่า
การขยายตัวของรายได้ สูงสุดในรอบหลายปีเช่นเดียวกัน
หน่วย : ร้อยล้านหยวน
พ.ศ.2553 574.6
พ.ศ.2554 758
พ.ศ.2555 1055.3
พ.ศ.2556 1441.7
พ.ศ.2557 2045.4
พ.ศ.2558 2769.6
พ.ศ.2559 (จนถึงเดือน พ.ย.) 3544.1
อัตรารายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นไม่สัมพันธ์กับปริมาณพัสดุด่วนที่เพิ่มมากขึ้น
สาเหตุเกิดจาก การแข่งขันทางธุรกิจด้านราคา เป็นผลให้อัตรา
ค่าส่งเฉลี่ยต่อชิ้นลดลงทุกปี ซึ่งเมื่อเทียบกับปี 2553 แล้วราคาใน
ปี 2559 ลดลงมาเกือบครึ่ง อย่างไรก็ตาม ในสองปีนี้อัตราการ
เติบโตด้านราคาชะลอตัวลงในกรอบแคบ
หน่วย : หยวน
พ.ศ.2553 24.56
พ.ศ.2554 20.65
พ.ศ.2555 18.55
พ.ศ.2556 15.69
พ.ศ.2557 14.65
พ.ศ.2558 13.40
พ.ศ.2559 (จนถึงเดือน พ.ย.) 12.71


10 อันดับเมือง
ที่รายได้และมีปริมาณพัสดุมากที่สุด
สิบอันดับ เมืองที่มีปริมาณพัสดุด่วนมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วน
ร้อยละ 51.57 ของปริมาณพัสดุด่วนทั้งหมดในจีน
(จนถึงสิ้นเดือน พ.ย.) ยอดรวมพัสดุด่วน (หมื่นชิ้น)
นครกว่างโจว 258682.1
นครเซี่ยงไฮ้ 232404.9
เมืองเซินเจิ้น 183342.9
กรุงปักกิ่ง 176067.5
นครหางโจว 160963.2
เมืองจินหวา (เมืองอี้อู) 149162.3
เมืองตงกว่าน 95643.0
เมืองซูโจว 75509.9
นครเฉิงตู 54028.0
เมืองเวินโจว 52398.2
สิบอันดับ เมืองทำรายได้จากการส่งพัสดุด่วน คิดเป็นสัดส่วน
ร้อยละ 56.10 ของรายได้จากการขนส่งพัสดุด่วนในจีน
(จนถึงสิ้นเดือน พ.ย.) ยอดรวมรายได้ (หมื่นหยวน)
นครเซี่ยงไฮ้ 6331746.1
เมืองเซินเจิ้น 2651204.1
นครกว่างโจว 2459047.2
กรุงปักกิ่ง 2318071.4
นครหางโจว 1742274.4
เมืองตงกว่าน 1096566.7
เมืองจินหวา (เมืองอี้อู) 1059520.2
เมืองซูโจว 1024345.8
นครเฉิงตู 619743.5
เมืองเทียนจิน 579873.1

เกมส์ Photo Hunt จับผิดภาพ

1. ใส่ 'ชุดตัวเลขธนบัตร' แทนลายเส้นพิมพ์นูน
2. ตัวเลข '100' กลางธนบัตร พิมพ์ด้วย "หมึกเปลี่ยนสี" (สีทองเปลี่ยนเป็นสีเขียว) และด้านขวาเพิ่ม "แถบสีโลหะ"
3. ตัวเลข '100' ตรงมุมขวา เปลี่ยนเป็น "แนวตั้ง"

4. เปลี่ยนสีลายประดิษฐ์ "ดอกไม้" กลางธนบัตรเป็น 'สีม่วง'
5. ภาพหับซ่อน '100' แทนลายตัวเลข 100
6. ยกเลิกการพิมพ์ภาพหับซ่อน 'เหรียญกษาปณ์จีนโบราณ'

1. รุ่นธนบัตร 'ปี 2015'
2. ยกเลิก "แถบสีโลหะ" และยกเลิกลายพิมพ์ป้องกันทำสำเนาด้านขวาล่าง
3. เว้นพื้นที่ว่าง (สีขาว) ตรงขอบด้านขวาของธนบัตร
4. ยกเลิกการพิมพ์ภาพหับซ่อน 'เหรียญกษาปณ์จีนโบราณ'

5. สีพิมพ์ตัวเลข '100' ครึ่งบนสีม่วงเข้มและครึ่งล่างสีม่วงอ่อน
6. เปลี่ยนสีภาพพิมพ์สีสลับม่วง,แดง (แทนน้ำเงิน, แดง)
7. ตัวเลข '100' เส้นขอบ (แทนตัวพิมพ์ทึบ)

เทคนิค 'จับผิด' แบงค์ปลอม

- ดากาป้องกันแบงค์ปลอม : สัมผัส ยกส่อง และพลิกเอียง
- อุปกรณ์เสริม : ไฟแบล็กไลท์ และแว่นขยาย
- ธนบัตรรุ่นก่อนหน้า (ปี 2005) ยังคงชำระหนี้ได้ตามกฎหมาย

แถบโลหะ :
แถบสีน้ำเงินที่ปรากฏด้านหน้าธนบัตร เป็นแถบโลหะเคลือบสีม่วงที่ฝังไว้ในเนื้อธนบัตรตามแนวยืนโดยเปลี่ยนจากสีม่วงปั๊มสีเขียว และปรากฏตัวเลข '100' เมื่อเปลี่ยนมุมมอง

สีเหลือบ :
ตัวเลข '100' ใช้หมึกพิมพ์พิเศษ เคลื่อนไหวสลับสี เมื่อพลิกธนบัตรขึ้นลงจะเห็นสีทองเปลี่ยนเป็นสีเขียว

เทคนิค 'จับผิด' แบงค์ปลอม

ลายน้ำ :
อดีต ปธน.เหมาฯ มีความโปร่งแสง เป็นพิเศษ มองเห็นได้ชัดเจนเมื่อส่องดูกับแสงสว่าง

ภาพทับซ้อน :
ตัวเลข 100 พิมพ์แยกไว้บนด้านหน้าและด้านหลัง เมื่อยกธนบัตรส่องดูกับแสงสว่างจะเห็นเป็นตัวเลข 50 ที่สมบูรณ์

ชุดเลขธนบัตร :
เลขธนบัตรแนวยืนด้านขวา (เพิ่มใหม่) มีสีน้ำเงินเข้ม ตัวเลขต้องตรงกันกับเลขธนบัตรแนวนอนด้านซ้าย

เทคนิค 'จับผิด' แบงค์ปลอม

ลายน้ำ(ขาว) :
ตัวเลข '100' (มุมล่างซ้ายธนบัตรข้างภาพทับซ้อน) มีความโปร่งแสงเป็นพิเศษ มองเห็นได้ชัดเจนเมื่อส่องดูกับแสงสว่าง

ลายพิมพ์นูน :
นอกจากที่ตัวอักษรและตัวเลขแจ้งราคาแล้ว ยังมีสัญลักษณ์สำหรับผู้พิการทางสายตา (อักษรเบรล์ล) ที่มุมล่างซ้ายของธนบัตร

คณะผู้จัดทำ

1.ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ กรุงปักกิ่ง
น.ส.มานิกา เมฆประยูรทอง (กงสุลฯ)
นายคุณากร เหวิน
น.ส.บุษกร หลี่
น.ส.ไพลิน สิริวัชระกุล

2. ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครกว่างโจว
น.ส.ศรีสุรัตน์ สุขวโรดม (กงสุลฯ)
นายสรศักดิ์ บุญรอด
น.ส.จุฑามาศ สิงห์บำรุง

3. ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครคุนหมิง
น.ส.จุฑาธัช จันทรพงศ์ (กงสุลฯ)
น.ส.ธิดารัตน์ วนพฤกษาศิลป์
นายโกสินทร์ บุณยวัฒนโนภาส

4. ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครเฉิงตู
ดร.จุฑาภรณ์ เฟิลแคร์ (กงสุลฯ)
นายธวัช มหิตพงษ์
น.ส.แขลดาพร แสงจันทร์ศิวดล

5. ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครซีอาน
น.ส. พรชนก สระสรม (กงสุลฯ)
นายธราพงษ์ จำนงค์ลักษณ์ (กงสุลฯ)
น.ส. ตรีชฎา ขันตยานุวงศ์

6. ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครเซี่ยงไฮ้
น.ส.เกศริน พนารังสรรค์ (กงสุลฯ)
น.ส.ปิยะนุช ลือพงศ์ลัคณา
น.ส.ศิวิมล มโนภานนท์
นายกองพล กำจรสุขรุจี

7. ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครหนานหนิง
นายวรวุธ เชวงเกียรติ (กงสุลฯ)
นายกฤษณะ สุกันตพงศ์
น.ส.นิราวรรณ จันทร์วิวัฒนากูล

8. ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ เมืองชิงต่าว
น.ส.วรกาญจน์ ตัณฑรัตน์เจริญ (กงสุลฯ)
น.ส.ชญานี วิสาละ
น.ส.นรินทร แซ่อ๋อง

9. ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ เมืองเซี่ยเหมิน
นายมงคล สินสมบูรณ์ (รองกงสุลใหญ่ฯ)
น.ส.สุพรรณิกา จีนะ

10. ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ เมืองฮ่องกง
นายปัฐม์ ปัทมจิตร (รองกงสุลใหญ่ ฯ)
น.ส.ศิรินันท์ มุติตาภรณ์
น.ส.ฐิติมา เก้าพรพงศ์