



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงปารีส
ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐฝรั่งเศส
วันที่ 16 – 31 ธันวาคม 2568



ปี 2025 ฝรั่งเศสถูกคลื่นยักษ์อีคอมเมิร์ซจากจีนถาโถมอย่างหนัก



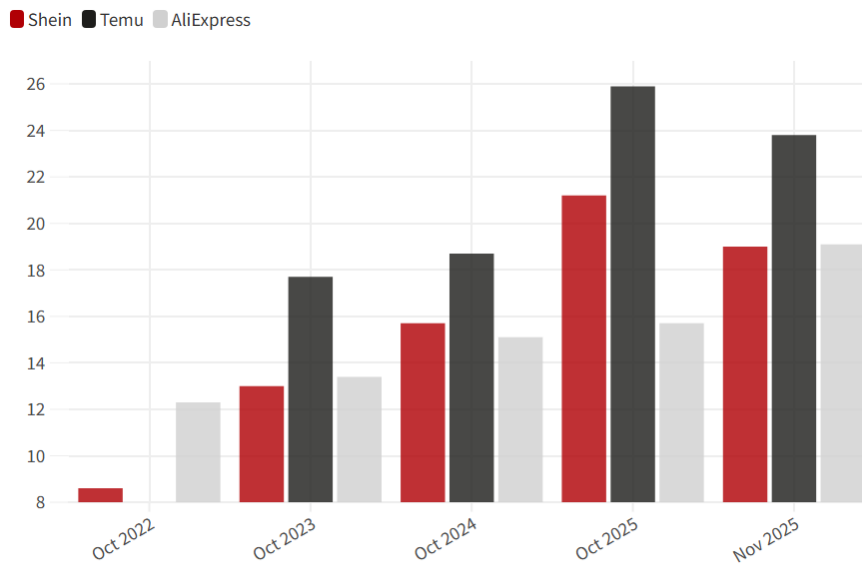
ภาพประกอบ Frédéric Pétry/Hans Lucas via AFP

ในปี 2025 แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจากจีนต่างพุ่งเป้าเข้ามาทำตลาดในฝรั่งเศสอย่างหนักหน่วง ผ่านกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ส่งผลให้ชื่อเสียงและส่วนแบ่งตลาดของแพลตฟอร์มจีนเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะ AliExpress และ Temu ภายหลังจากการเปิดตัวในปี 2022-2023 จนสามารถขยายฐานผู้บริโภคและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้อย่างมีนัยสำคัญภายในระยะเวลาเพียงไม่กี่เดือน

นอกจากนี้ การเปิดหน้าร้านของ Shein ภายในห้างสรรพสินค้า BHV ใจกลางกรุงปารีส ยังช่วยสร้างกระแสและเพิ่มการรับรู้ของผู้บริโภคชาวฝรั่งเศสต่อแบรนด์อีคอมเมิร์ซจากจีนมากยิ่งขึ้น ปัจจุบัน AliExpress และ Temu มีสัดส่วนรวมกันราวร้อยละ 6 ของตลาดค้าปลีกเสื้อผ้าในฝรั่งเศส ขณะที่ Shein ครองส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณร้อยละ 3

ขณะเดียวกัน ในปี 2026 ที่กำลังจะมาถึง JD.com ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซรายใหญ่อันดับสามจากจีน มีแผนขยายการลงทุนด้วยการเปิดตลาดในฝรั่งเศส สะท้อนถึงการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นในตลาดค้าปลีกยุโรป และบทบาทที่เพิ่มขึ้นของอีคอมเมิร์ซจากจีนในเวทีโลก

**อัตราการขายตัวของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจากจีนในฝรั่งเศส
ระหว่างปี 2022-2025 (จำนวนผู้เข้าชมรายเดือน/ล้านคน)**



« LES ECHOS » / SOURCE : MÉDIAMÉTRIE

จากตารางด้านบนจะเห็นว่า Temu มีอัตราผู้เข้าชมสูงสุด รองลงมาได้แก่ Shein และ AliExpress โดยสามารถสรุปสถานการณ์โดยรวมได้ ดังต่อไปนี้

Shein

Shein แพลตฟอร์มสินค้าแฟชั่นจากจีนมีการเติบโตอย่างรวดเร็วในตลาดฝรั่งเศส โดยจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์เพิ่มขึ้นจากเฉลี่ย 8.6 ล้านคนต่อเดือนในเดือนตุลาคม 2022 เป็น 21.2 ล้านคนต่อเดือนในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจของ Shein เผชิญแรงกดดันด้านกฎระเบียบอย่างต่อเนื่อง

ในเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา บริษัทกฎหมายฝรั่งเศสสั่งปรับเป็นเงิน 40 ล้านยูโร จากกรณีการทำตลาดเชิงรุกที่เข้าข่ายการปฏิบัติทางการค้าที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด ทั้งในประเด็นความเป็นจริงด้านราคาและการบิดเบือนข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากนั้นการเปลี่ยนรายการสินค้าใหม่วันละ 7,000 รายการต่อวัน ส่งผลต่อการเร่งผลิตและสร้างสินค้าที่ออกมาล้นตลาด ซึ่งจะสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมากอีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้ทาง CNIL- Commission nationale de l'informatique et des libertés หน่วยงานกำกับดูแลด้านข้อมูลของฝรั่งเศส ยังได้สั่งปรับ Shein เพิ่มอีก 150 ล้านยูโร หลังตรวจพบว่าการตั้งค่าระบบการใช้งานในเว็บไซต์ (cookies) ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด ซึ่งขณะนี้ยังคงอยู่ในกระบวนการทางกฎหมาย

ในช่วงปลายปีที่ผ่านมา ทางฝรั่งเศสยังตรวจพบการวางจำหน่ายสินค้าผิดกฎหมายบนแพลตฟอร์ม Shein อาทิ สินค้าลักษณะล่อแหลม ดังเช่น ตุ๊กตาเด็กผู้หญิงผลิตเป็นของเล่นสำหรับผู้ใหญ่และอาวุธบางประเภท ส่งผลให้มีการ

เพิ่มความเข้มงวดในการคุ้มครองสินค้านำเข้า ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการฝรั่งเศสหลายรายได้รวมตัวกันยื่นฟ้องร้องเพื่อเรียกร้องให้รัฐบาลสั่งระงับการให้บริการของ Shein ในประเทศ อย่างไรก็ตาม หลังจากบริษัทได้ดำเนินการแก้ไขและนำสินค้าต้องห้ามออกจากแพลตฟอร์มแล้ว Shein ยังคงสามารถดำเนินธุรกิจในประเทศต่อไปได้

Temu

Temu แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจากจีน เข้าสู่ตลาดฝรั่งเศสในเดือนเมษายน 2023 และสามารถขยายฐานผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว โดยมีจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์สูงถึง 26 ล้านคนในเดือนตุลาคมที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตาม ในช่วงปลายเดือนพฤศจิกายน จำนวนผู้เข้าชม Temu ลดลงมาอยู่ที่ 23.8 ล้านคน สะท้อนถึงการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดอีคอมเมิร์ซฝรั่งเศส รวมถึงความผันผวนของพฤติกรรมผู้บริโภคในระยะสั้น

JD.com คู่แข่งรายใหม่

ในปี 2026 ที่กำลังจะมาถึง JD.com แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซรายใหญ่อันดับสามจากประเทศจีน (รองจาก Alibaba และ Pinduoduo/Temu) เตรียมรุกเข้าสู่ตลาดฝรั่งเศสอย่างเป็นทางการในทุกช่องทาง ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ การเข้าสู่ตลาดครั้งนี้เริ่มต้นจากการเข้าซื้อหุ้นบางส่วนในบริษัท Ceconomy ของเยอรมนี ซึ่งเป็นผู้นำตลาดค้าปลีกสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในยุโรป และเป็นเจ้าของเครือข่ายห้างค้าปลีก MediaMarkt และ Saturn รวมกว่า 1,000 สาขาทั่วทวีปยุโรป นอกจากนี้ Ceconomy ยังถือหุ้นอยู่ร้อยละ 22 ในกลุ่มบริษัทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ชื่อดังของฝรั่งเศสอย่าง Fnac-Darty ด้วย กระบวนการดังกล่าวยังอยู่ระหว่างการรอการรับรองอย่างเป็นทางการจากหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งคาดว่าจะมีความชัดเจนในช่วงไตรมาสแรกของปี 2026

การเข้าถือหุ้นของ JD.com ได้ก่อให้เกิดความกังวลให้กับรัฐบาลฝรั่งเศสต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อ Fnac-Darty ซึ่งนอกจากจำหน่ายสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แล้ว ยังเป็นผู้ค้าปลีกสินค้าวัฒนธรรมและนันทนาการ โดยเฉพาะหนังสือ ซึ่งถือเป็นภาคส่วนที่มีความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม JD.com ได้ให้การรับรองต่อรัฐบาลฝรั่งเศสว่าจะไม่เร่งเพิ่มเงินลงทุนในระยะสั้น และจะไม่เข้าแทรกแซงการบริหารจัดการหรือโครงสร้างการดำเนินงานของ Fnac-Darty

ในขณะเดียวกัน JD.com ยังได้เปิดตัวแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลสภายใต้ชื่อ “Joybuy” ซึ่งมีแนวทางแตกต่างจากแพลตฟอร์มอย่าง Shein และ Temu ที่เน้นจำหน่ายสินค้าราคาถูกจากจีนเป็นหลัก โดย Joybuy ใช้โมเดลที่ใกล้เคียงกับ Amazon มากกว่า เน้นจำหน่ายสินค้าจากแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักในระดับสากล รวมถึงแบรนด์จากประเทศจีน ครอบคลุมสินค้าหลากหลายประเภท ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีของ Apple ไปจนถึงสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป โดยจะมีการจัดส่งสินค้าจากภายในประเทศ เช่นเดียวกับ Amazon

ทั้งนี้ Joybuy ไม่ได้เปิดตัวเฉพาะในฝรั่งเศสเท่านั้น แต่ยังเปิดให้บริการพร้อมกันในหลายประเทศยุโรป ได้แก่ เยอรมนี เบลเยียม และเนเธอร์แลนด์ สะท้อนถึงยุทธศาสตร์การขยายตลาดยุโรปในระยะยาวของ JD.com และการแข่งขันที่มีแนวโน้มทวีความเข้มข้นขึ้นในตลาดอีคอมเมิร์ซยุโรป

อียู-ฝรั่งเศสปรับนโยบายภาษี รับมือสินค้านำเข้าจากจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

ปริมาณสินค้าที่จัดส่งจากประเทศจีนเข้าสู่สหภาพยุโรปเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้สหภาพยุโรปและฝรั่งเศสจำเป็นต้องปรับนโยบายเพื่อยับยั้งการไหลของสินค้านำเข้าดังกล่าว และลดผลกระทบต่อผู้ประกอบการภายในภูมิภาค ภายใต้แรงกดดันจากกระทรวงการคลังของฝรั่งเศส สหภาพยุโรปได้ตัดสินใจยกเลิกการยกเว้นภาษีนำเข้าสำหรับพัสดุขนาดเล็กหรือสินค้ามูลค่าต่ำกว่า 150 ยูโรที่นำเข้ามาจากนอกเขตสหภาพยุโรป ซึ่งเดิมได้รับสิทธิยกเว้นภาษี โดยจะเริ่มจัดเก็บภาษีในอัตรา 3 ยูโรต่อพัสดุ มาตรการดังกล่าวมีกำหนดบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2026 เป็นต้นไป

ขณะเดียวกัน ในระดับประเทศ ฝรั่งเศสได้พิจารณามาตรการภาษีที่เข้มข้นยิ่งขึ้น โดยวุฒิสภามีมติให้จัดเก็บภาษีนำเข้าสำหรับพัสดุประเภทเดียวกันในอัตรา 5 ยูโรต่อพัสดุ อย่างไรก็ตาม มาตรการดังกล่าวถูกบรรจุอยู่ในร่างงบประมาณประจำปี 2026 ซึ่งถูกคว่ำลงเมื่อวันศุกร์ที่ 19 ธันวาคมที่ผ่านมา หลังจากคณะกรรมการร่วมของสองสภาไม่สามารถบรรลุข้อตกลงกันได้ ส่งผลให้การจัดเก็บภาษีในระดับประเทศยังไม่สามารถมีผลบังคับใช้ในขณะนี้

ความเห็น สคต.

การเติบโตของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจากจีนสะท้อนถึงความนิยมของสินค้าราคาประหยัดในกลุ่มผู้บริโภคชาวฝรั่งเศส แม้ว่าผู้ประกอบการเหล่านี้จะเผชิญแรงกดดันหลายด้าน โดยเฉพาะประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งรัฐบาลฝรั่งเศสใช้เป็นมาตรฐานสำคัญ แต่กลยุทธ์การทำตลาดเชิงรุกทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจของฝรั่งเศสที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ ทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากยังคงเลือกซื้อสินค้าจากแพลตฟอร์มเหล่านี้ โดยมีปัจจัยด้านราคาเป็นแรงจูงใจหลัก การเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายสำคัญจากจีนอย่าง JD.com ในปี 2026 อาจส่งผลให้โครงสร้างตลาดค้าปลีกของฝรั่งเศสเปลี่ยนแปลงในระยะใกล้ ซึ่งยังคงต้องติดตามทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มเศรษฐกิจที่คาดว่าจะการเติบโตจะยังคงชะลอตัวต่อไป

ที่มาของข่าว

Philippe Bertrand et Julia Lemarchand

ข้อมูลจาก Les Echos

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/shein-temu-jdcom-2025-ou-le-raz-de-maree-chinois-sur-le-commerce-francais-2206594>