



DITP

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน
วันที่ 19-25 มกราคม 2569
โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู
<thaitcchengdu@ditp.go.th>

“Think Rice Think Thailand” ประชาสัมพันธ์ข้าวไทย ในนครฉงชิ่ง



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู ได้ร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ต Yonghui กว่า 100 สาขาในนครฉงชิ่ง จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายข้าวไทย (Instore Promotion) ภายใต้ธีม “Think Rice Think Thailand” มีผู้นำเข้าข้าวร่วมกิจกรรม 12 ราย 7 แบรินด์ อาทิ Xinpin Taijiaxinhua และสนามหลวง เป็นต้น โดยงานจัดขึ้นระหว่างวันที่ 5-11 มกราคม 2569 (รวม 7 วัน) ทั้งทางออฟไลน์และออนไลน์บนแอปพลิเคชัน Yonghui Shenghuo

พิธีเปิดงานจัดขึ้นเมื่อวันที่ 6 ม.ค. 2569 มีแขกผู้มีเกียรติจากหน่วยงานภาครัฐ ตัวแทนซูเปอร์มาร์เก็ต Yonghui และสื่อมวลชนท้องถิ่นรวม 45 รายเข้าร่วมงานฯ ภายในงานมีการแสดงศิลปวัฒนธรรมจีน การแสดงศิลปะมวยไทยและกิจกรรมสาธิตการทำอาหารไทยพร้อมแจกชิมฟรี โดยมีร้านอาหารไทยในนครฉงชิ่ง ได้แก่ ร้าน Somay และ C3LALATHAI ซึ่งได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT มาร่วมสาธิตการทำอาหารไทยโดยมีข้าวไทยเป็นวัตถุดิบ ซึ่งทั้ง 2 ร้านมีการนำเสนอเมนูที่ใช้ข้าวไทย อาทิ ข้าวผัดกะเพรา ข้าวผัดสับปะรด และข้าวเหนียวมะม่วง เป็นต้น ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภคชาวฉงชิ่ง นับเป็นการประชาสัมพันธ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นในนครฉงชิ่ง

☐นโยบายภาครัฐ ☐เศรษฐกิจการลงทุน ☐แนวโน้มการตลาด ☒รายงานสินค้าและบริการ ☐อื่นๆ

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด



นอกจากนี้ สคต. มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่าน KOL ซึ่งมีผู้ติดตามมากกว่า 1 ล้านคน โดยมีการ Live Streaming แนะนำสินค้าข้าว พร้อมให้ข้อมูลเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ รวงข้าว ของกรมการค้าต่างประเทศ และวิธีการสังเกตข้าวหอมมะลิไทย นอกจากนี้ ยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง WeChat สื่อมวลชนท้องถิ่น 25 สื่อและส่ง SMS 300,000 ข้อความไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยคาดว่าจะมียอดเข้าชมมากกว่า 5 ล้านครั้ง



แหล่งที่มา : <https://mgronline.com/business/photo-gallery/9650000055771>

ข้อเสนอแนะ สคต. ณ นครเฉิงตู

ผู้บริโภคในฉงชิ่งให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าอาหาร ทำให้การประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ รวงข้าว ของกรมการค้าต่างประเทศและให้ข้อมูลการสังเกตข้าวหอมมะลิไทยได้รับความสนใจเป็นอย่างดี พร้อมกันนี้ยัง การจัดกิจกรรมชิมเมนูอาหารไทย เป็นการส่งเสริมและกระตุ้นการขายข้าวไทยได้ยอดเยี่ยม เนื่องจากผู้ซื้อได้ทดลองชิม และสัมผัสประสบการณ์ตรงจากเชฟจากร้านอาหาร Thai SELECT ที่มาสาธิตการทำอาหารและแนะนำผลิตภัณฑ์ข้าวไทยไปพร้อมกัน นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายข้าวไทยแบบ Omnichannel ทั้งทางออฟไลน์และออนไลน์สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคเมืองใหญ่ ผู้ซื้อจำนวนมากนิยมสั่งซื้อข้าวทางออนไลน์เนื่องจากมีความสะดวกด้านการขนส่ง ทั้งนี้ ความร่วมมือกับซูเปอร์มาร์เก็ตอย่าง Yonghui ที่มีเครือข่ายครอบคลุมนครฉงชิ่งถือเป็นช่องทางหลักที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหญ่และสร้างการรับรู้ได้รวดเร็ว

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู

มกราคม 2569

แหล่งข้อมูล: การเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายข้าวไทย

☐นโยบายภาครัฐ ☐เศรษฐกิจการลงทุน ☐แนวโน้มการตลาด ☒รายงานสินค้าและบริการ ☐อื่นๆ

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด