

ปี'63 ฝ่าวิกฤต COVID-19 คาดส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งไทยไปจีน โตได้ไม่ต่ำกว่า 20%

▶ ประเด็นสำคัญ

- ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง เป็นสินค้าที่ไทยยังสามารถทำตลาดได้ดีในจีน แม้ว่าสถานการณ์ปิดด่านขนส่งสินค้าสำคัญของจีนเพื่อควบคุมการระบาดของ COVID-19 หลังช่วงตรุษจีนไปจนถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ 2563 จะทำให้การขนส่งไก่สดแช่เย็นแช่แข็งจากไทยไปจีนชะงักงันและเกิดความล่าช้าบ้าง แต่ยอดส่งออกไปจีนในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2563 ยังขยายตัวได้ที่ร้อยละ 31.4 (YoY)
- **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า** การส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งช่วงครึ่งแรกปี 2563 มีแรงหนุนจากคำสั่งซื้อล่วงหน้าก่อนปิดประเทศของจีนและคำสั่งซื้อที่ยังทยอยเข้ามาหลังการเปิดด่านขนส่ง อย่างไรก็ดี ความท้าทายจากปัจจัยภายในประเทศอาจทำให้การเติบโตมีโอกาสชะลอลงโดยเฉพาะในช่วงไตรมาส 2 สำหรับในช่วงครึ่งปีหลัง ปัจจัยหนุนการเติบโตมาจากความเป็นไปได้ที่โรงงานผลิตไก่อีก 12 โรงงานในไทยจะได้รับการขึ้นทะเบียนรับรองจากจีน เปิดโอกาสให้สามารถรับคำสั่งซื้อเพื่อผลิตและส่งออกไปยังจีนได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งความต้องการบริโภคในจีนที่ยังมีต่อเนื่อง
- แม้ว่าทิศทางการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปจีนในปีนี้จะยังให้ภาพเชิงบวก **แต่สิ่งที่แตกต่างและเป็นปัจจัยท้าทายสำหรับการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปจีนในปีนี้เป็นคือ** 1) มิติด้านการแข่งขันเนื่องจากจีนเปิดตลาดให้กับคู่แข่งใหม่ๆ สามารถเข้ามาทำตลาดไก่ในจีนได้เพิ่มขึ้น เสี่ยงต่อการถูกชิงส่วนแบ่งตลาด ซึ่งอาจจะไม่ได้กระทบมากในปีนี้แต่อาจจะมีผลในช่วงถัดไปเมื่อ COVID-19 คลี่คลาย 2) เศรษฐกิจจีนที่มีแนวโน้มชะลอลงจากผลกระทบของ COVID-19
- **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า** ปี 2563 ไทยน่าจะมีโอกาสส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งไปจีนได้ 266-277 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 20-25 (YoY) แม้จะเติบโตชะลอลงจากผลของฐานที่สูงมากในปีก่อน แต่ก็ยังเป็นอัตราการขยายตัวที่อยู่ในเกณฑ์ดี และถือเป็นสินค้าส่งออกตัวหนึ่งที่ได้ไปได้ในตลาดจีนปีนี้

ปัจจุบันจีนก้าวขึ้นมาเป็นตลาดส่งออกอันดับ 2 สำหรับผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปตลาดโลก (เป็นรองแค่ญี่ปุ่นเท่านั้น) ภายหลังจากที่จีนเปิดตลาดนำเข้าให้กับไก่สดแช่เย็นแช่แข็งจากไทยอีกครั้งเมื่อเดือนเมษายน 2561 หลังถูกระงับการส่งออกตั้งแต่ปี 2547 เนื่องจากการระบาดของไข้หวัดนกในไทย ปัจจุบันสถานะของไทยในตลาดจีนคือผู้ส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งอันดับ 4 ของจีน และมียอดส่งออกที่เติบโตกว่าร้อยละ 252.0 (YoY) ในปี 2562 ที่ผ่านมา ดังนั้น จีนจึงเป็นตลาดส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งที่มีความสำคัญกับไทย และแม้จะเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในจีนตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 แต่จีนก็ยังมีคำสั่งซื้อสินค้าไก่สดแช่เย็นแช่แข็งจากไทยเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

สำหรับปี 2563 ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมีมุมมองต่อทิศทางการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งไปจีน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

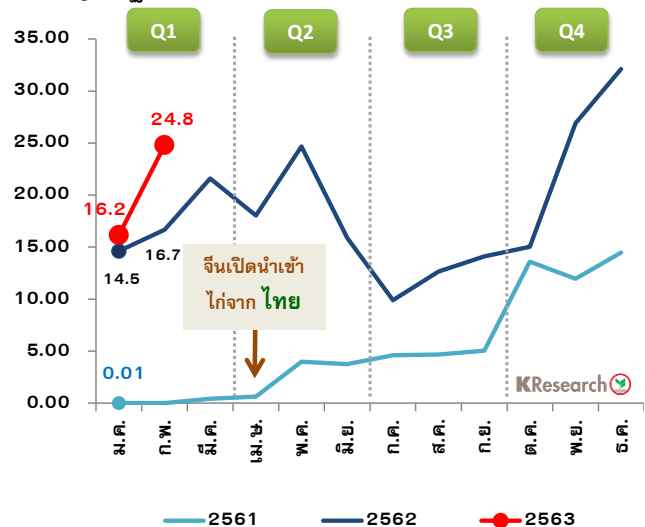
■ สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในจีนน่าจะคลี่คลายไปในทิศทางที่ดีขึ้น ซึ่งเอื้อต่อการส่งออกไทยไปจีนปี 2563: ปัจจุบันจีนได้ประกาศว่าการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในจีนได้ผ่านพ้นจุดสูงสุดไปแล้ว สะท้อนจากตัวเลขผู้ติดเชื้อใหม่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งสัญญาณบวกต่อการควบคุมโรคระบาดในจีน หลังจากที่จีนมีมาตรการป้องกันโรคระบาดที่เข้มข้นตลอด 1-2 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งครอบคลุมถึงการปิดด่านขนส่งสินค้าสำคัญเพื่อควบคุมการระบาดของโรค (ระหว่างวันที่ 24 ม.ค. -13 ก.พ. ที่ผ่านมา) จนกระทบต่อการขนส่งสินค้าทั้งในและระหว่างประเทศของจีน รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารอย่างไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทย ทำให้การขนส่งชะงักงันและเกิดความล่าช้า อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ที่คลี่คลายส่งผลให้จีนเริ่มกลับมาเปิดระบบการขนส่งตั้งแต่วันที่ 14 ก.พ. ที่ผ่านมา ทำให้ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทย ถูกลำเลียงไปป้อนตลาดจีนได้เป็นปกติอีกครั้ง ทั้งนี้ เส้นทางทางการส่งออกผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปจีนหลังจากจีนเปิดตลาดให้กับไทยอีกครั้ง จะเป็นการขนส่งทางเรือผ่านด่านท่าเรือเซี่ยงไฮ้ของจีน ไปยังท่าเรือกวางหล่ย์มณฑลยูนนานแห่งเดียวเท่านั้น จากนั้นจะถูกระบายต่อไปยังมณฑลต่างๆ ทั่วประเทศโดยการขนส่งทางบก

■ การส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งไทยไปจีนช่วงครึ่งแรกของปี 2563 ยังมีแนวโน้มเติบโตแต่อาจชะลอลงจากช่วง 2 เดือนแรก ที่เติบโตถึงร้อยละ 31.4 (YoY) หรือมีมูลค่าส่งออกราว 41.0 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ทั้งนี้ แรงหนุนการเติบโตส่วนหนึ่งเป็นเพราะผู้นำเข้าในจีนได้มีคำสั่งซื้อล่วงหน้าในไตรมาส 1/2563 ไปแล้วก่อนช่วงเทศกาลตรุษจีนและปิดประเทศ ในขณะที่คำสั่งซื้อไตรมาส 2/2563 หลังจากการปิดด่านขนส่ง ก็ทยอยเข้ามาต่อเนื่อง จนเต็มกำลังการผลิตของไทย จากจำนวนโรงงานที่ผลิตไก่สดแช่เย็นแช่แข็งเพื่อส่งออกจำนวน 16 แห่ง เนื่องจากปริมาณสินค้าคงคลังของจีนที่ลดลง โดยปัจจุบันศุลกากรจีนได้ออกมาตรการใหม่ทางการค้า เพื่อสนับสนุนการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารจากต่างประเทศให้สามารถเข้ามาจำหน่ายในประเทศได้รวดเร็วยิ่งขึ้น¹ ซึ่งผลิตภัณฑ์ไก่ ก็จัดอยู่ในกลุ่มสินค้าที่ได้อานิสงส์นี้ด้วย เนื่องจากเป็นสินค้ากลุ่มอาหารที่มีความจำเป็นต่อการบริโภคในจีน

อย่างไรก็ดี สถานการณ์ COVID-19 ในไทยที่มีจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้น จนทำให้ภาครัฐจำเป็นต้องประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ระหว่างวันที่ 26 มีนาคมถึงวันที่ 30 เมษายน 2563 และมีการ Lockdown ในหลายจังหวัด การปิดด่านชายแดน รวมถึงการดูแลการ

มูลค่าการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปจีน

ล้านเหรียญสหรัฐฯ



ที่มา: MOC รวบรวมและประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

¹ ได้แก่ การเพิ่มจำนวนชนิดสินค้าเกษตร บริษัทที่จดทะเบียน และประเทศส่งออกสินค้าอาหารมายังจีน รวมทั้งระยะเวลาของขั้นตอนการอนุมัติการตรวจสอบและกักกันโรคสินค้า รวมถึงเปิดช่องทางสีเขียวสำหรับสินค้าเกษตรและอาหารที่นำเข้าจากต่างประเทศในด้านที่สำคัญ ๆ เป็นต้น

เดินทางข้ามจังหวัดและข้ามแดน เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 นั้น อาจส่งผลกระทบต่อการผลิตและการขนส่งสินค้าเพื่อป้อนตลาดจีนอยู่บ้างจากกระบวนการตรวจสอบและขั้นตอนที่อาจเข้มงวดมากขึ้น รวมถึงการอนุญาตการขนถ่ายสินค้าที่จำกัดเวลาลงจากภาวะปกติ เป็นต้น ดังนั้น **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** จึงมีมุมมองที่ระมัดระวังต่อการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปจีนในช่วงไตรมาสที่ 2 และทำให้คาดว่าอัตราการเติบโตในช่วงครึ่งปีแรกอาจขยายตัวราวร้อยละ 20-25 (YoY)

■ **การส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปจีนช่วงครึ่งปีหลังยังมีแรงหนุนต่อ จากโรงงานผลิตและแปรรูปไก่ที่รอการประกาศขึ้นทะเบียนอย่างเป็นทางการเพื่อส่งออกไปจีน 12 แห่ง** โดยคาดว่าหาก COVID-19 ในจีนไม่ปะทุขึ้นมาอีกครั้ง อย่างช้าที่สุดไม่เกินไตรมาสที่ 3 ของปี 2563 จีนน่าจะประกาศขึ้นทะเบียนอย่างเป็นทางการให้กับโรงงานผลิตและแปรรูปไก่ของไทยอีก 12 โรงงาน ให้สามารถส่งออกไปจีนได้ หลังจากเข้ามาตรวจสอบโรงงานในไทยไปแล้วเมื่อปี 2562 สาเหตุหนึ่งที่ทำให้คาดว่าจีนจะเร่งอนุมัติขึ้นทะเบียนให้กับโรงงานของไทยก็คือ ความกังวลของผู้บริโภคที่มีผลิตภัณฑ์อาหารภายในประเทศในช่วงที่มีการระบาดของโรคต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น COVID-19, H5N1 ที่ทำให้ทางการจีนต้องสั่งฆ่าไก่ไปกว่า 18,000 ตัว รวมถึงสถานการณ์โรคอหิวาต์แอฟริกาในสุกรหรือ ASF ที่ยังไม่ฟื้นตัวในจีน ทำให้จีนไม่เพียงจะต้องขยายการผลิตแต่จำเป็นต้องนำเข้าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ทุกประเภทเพิ่มขึ้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งนำเข้าก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่คาดว่าผู้บริโภคจะให้การตอบรับที่ดีต่อเนื่องจากปีที่แล้ว สะท้อนจากตัวเลขแนวโน้มการนำเข้าไก่ของจีนที่กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกาหรือ USDA ประเมินไว้ว่า ในปี 2563 จะยังพุ่งสูงถึง 7.5 แสนตัน หรือขยายตัวร้อยละ 20.0 (YoY)

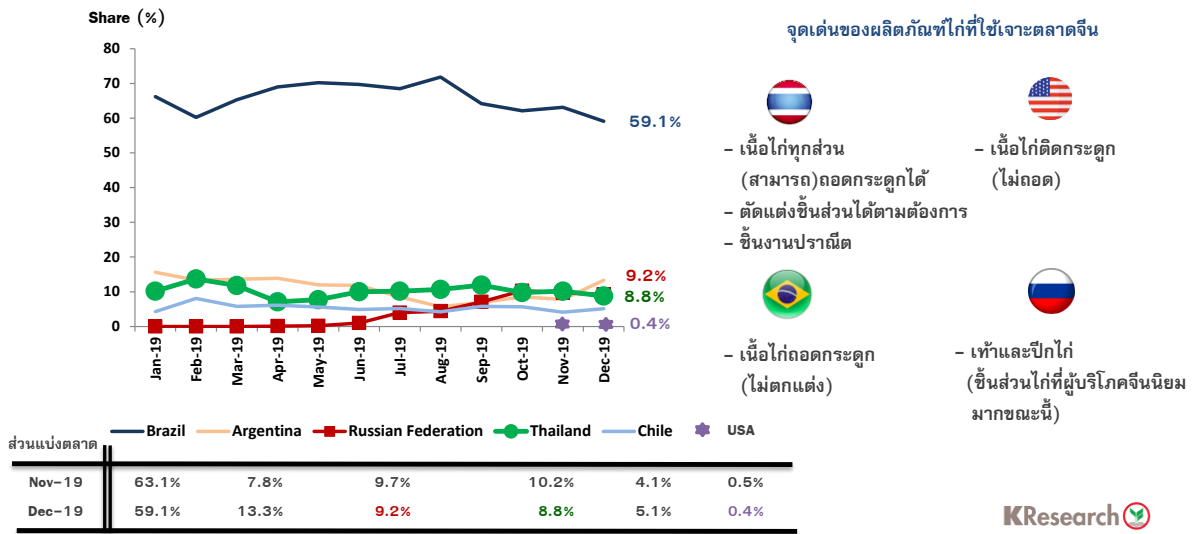
ดังนั้น ด้วยกำลังการผลิตที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 12 โรงงาน บวกกับฤดูกาลส่งมอบสินค้าปลายปี ที่จะมีคำสั่งซื้อเข้ามาเพิ่มขึ้นกว่าช่วงปกติ ดังนั้น จึงคาดว่าภาพรวมการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยในครึ่งปีหลังน่าจะขยายตัวประมาณร้อยละ 20-25 (YoY) ต่อเนื่องจากครึ่งปีแรก

อย่างไรก็ดี แม้ว่าทิศทางการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปจีนในปีนี้อาจยังให้ภาพเชิงบวก แต่ **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** มองว่า สิ่งที่แตกต่างกันและเป็นปัจจัยที่ท้าทายสำหรับการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งของไทยไปจีนในปีนี้เป็น

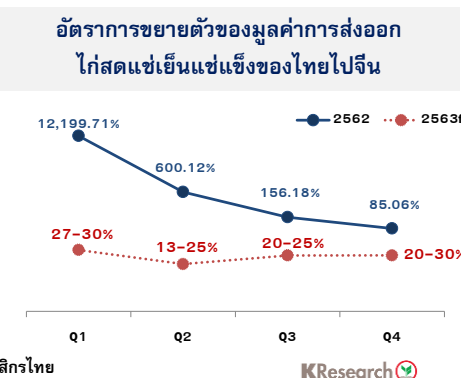
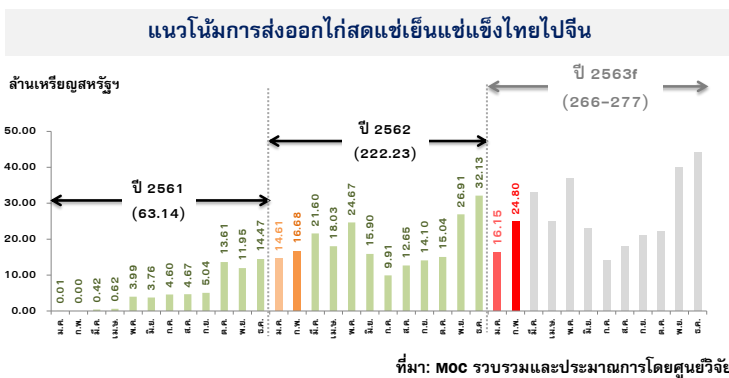
1) **การแข่งขันที่เข้มข้นมากขึ้นในตลาดจีน จากการเปิดตลาดให้กับคู่แข่งใหม่ ๆ ให้สามารถเข้ามาทำตลาดไก่ในจีนได้เพิ่มขึ้น** ซึ่งเสี่ยงต่อการถูกชิงส่วนแบ่งตลาด โดยเฉพาะการแข่งขันกับคู่แข่งเจ้าเดิมที่กลับเข้ามาทำตลาดใหม่ในจีนปีนี้ได้อย่างเต็มตัวอย่าง สหรัฐฯ หลังจีนเปิดตลาดให้นำเข้าอีกครั้งตั้งแต่เดือน พ.ย. 2562 ด้วยโรงงานที่ผ่านการรับรองเป็นจำนวนถึง 172 แห่ง ให้สามารถส่งออกผลิตภัณฑ์จากไก่ไปทำตลาดในจีนได้ เช่นเดียวกับรัสเซียที่เป็นคู่แข่งใหม่ที่น่าจับตา เพราะมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด หลังจากทางการจีนอนุญาตให้ส่งผลิตภัณฑ์ไก่จากรัสเซียไปทำตลาดในจีนได้ตั้งแต่ เม.ย. 2562 จากโรงงานที่ผ่านการรับรองไม่ต่ำกว่า 23 แห่ง ตอกย้ำถึงแรงกดดันด้านการแข่งขันในตลาดจีนเพิ่มอีกระดับ จากเดิมที่ไทยต้องเผชิญกับคู่แข่งสำคัญในตลาดอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นบราซิล อาร์เจนตินา และชิลี ซึ่งแม้ในปีนี้อาจจะไม่ถูกกระทบมาก เพราะคู่แข่งไม่ว่าจะเป็นสหรัฐฯ หรือรัสเซีย ก็ต่างเผชิญกับ COVID-19 เช่นเดียวกัน แต่อาจจะเป็นความท้าทายมากขึ้นในช่วงถัดไปเมื่อ COVID-19 คลี่คลาย

² หลังถูกระงับการส่งออกตั้งแต่ปี 2558 เนื่องจากการระบาดของไข้หวัดนก

ส่วนแบ่งตลาดของไทยและคู่แข่งสำคัญในตลาดจีนในกลุ่มสินค้าไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง



2) เศรษฐกิจจีนที่มีแนวโน้มชะลอตัวอาจกระทบกำลังซื้อผู้บริโภค: จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่กระทบต่อชีวิตผู้คน สังคมและการพัฒนาเศรษฐกิจของจีน โดยเฉพาะกิจกรรมทางเศรษฐกิจเผชิญกับภาวะชะงักงันครั้งใหญ่ จนกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานทุกอุตสาหกรรมทั่วโลก ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจีนทั้งปี 2563 อาจขยายตัวชะลอลงมาอยู่ในกรอบร้อยละ 1-3 จากปี 2562 ที่ขยายตัวได้ร้อยละ 6.1 อย่างไรก็ตาม ด้วยตัวสินค้าไก่สดแช่เย็นแช่แข็งเป็นสินค้าบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตและหาสินค้าอื่นมาทดแทนได้ยาก ดังนั้น คาดว่าความต้องการยังคงมีอยู่ แต่อาจจะปรับลดลงในช่วงที่เงินควบคุมการระบาดของโรค ทำให้กลุ่มลูกค้าสำคัญอย่างร้านอาหาร ไม่สามารถเปิดทำการในรูปแบบปกติได้ ทำให้ความต้องการสินค้าในช่วงนั้นลดลง บวกกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในปีนี้อยู่ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ทำให้ต้องระมัดระวังด้านการใช้จ่ายมากขึ้น



ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า แม้ความต้องการไก่เพื่อการบริโภคในตลาดจีนยังอยู่ในระดับสูง แต่โอกาสของไทยในการเจาะตลาดจีนในปีนี้ก็มีความท้าทายเช่นกัน ดังนั้น ภายใต้สัสมมติฐานเส้นทางการขนส่งสินค้าเปิดให้บริการปกติ และทางการจีนสามารถป้องกันและควบคุมการระบาดของโรคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นตามลำดับ ตลอดจนจนการผลิตเพื่อส่งออกสินค้าจากไทยไม่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 และมาตรการของภาครัฐที่อาจเพิ่มความเข้มงวดขึ้น เบื้องต้นศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ปี 2563 ไทยน่าจะมีโอกาส

บริการทุกระดับประทับใจ

ส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็งไปจีนเป็นมูลค่า 266-277 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เติบโตร้อยละ 20-25 (YoY) แม้จะเติบโตในทิศทางที่ชะลอลงจากปีก่อน ส่วนหนึ่งจากผลของฐานปีก่อนที่สูงมาก แต่ก็เป็นอัตราการขยายตัวที่อยู่ในเกณฑ์ดี และถือเป็นสินค้าส่งออกตัวหนึ่งที่ยังไปต่อได้ในตลาดจีนปีนี้



Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสียหายทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใช้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

บริการทุกระดับประทับใจ