

ทิศทางนักท่องเที่ยวจีน ในอีก 10 ปีข้างหน้าจะเป็นอย่างไร?



ท่ามกลางแรงปะทะในปัจจุบัน จึงเกิดคำถามว่า “แนวโน้มในอนาคตจะเป็นอย่างไร?”

NEWSPAPER



ทัวร์จีน 5 แสนล้านทรุดยาว
3 กระทรวงจัดมาตรการถ่วง
(ประชาชาติธุรกิจ พ.ย. 2562)

เที่ยวบินปฐมฤกษ์
หางโจว-เซี่ยงไฮ้มาแล้ว
ททท.เชื่อปลุกกระแสเที่ยวเมืองรองเพิ่ม
(ผู้จัดการออนไลน์ ธ.ค. 2562)

ไทยชวดแชมป์
โกลเด้นวิค!
ญี่ปุ่นชิงนักท่องเที่ยวจีน
มากที่สุดช่วง “วันชาติจีน”
(ประชาชาติธุรกิจ ก.ย. 2562)



แอตต้า ผวา!
บาทแข็งโป๊ก

กระทบนักท่องเที่ยวเข้าไทย
หนีไป เวียดนาม-สิงคโปร์-
มาเลเซีย-ฟิลิปปินส์
(ข่าวสด ก.พ. 2562)

ตานัง-เวียดนาม
คู่แข่งใหม่ภูเก็ต-สมุย
(ไทยรัฐออนไลน์ ก.ค. 2562)

Section

1



ส่งออก
จีนเที่ยวนอก

เจาะกระแส
จีนเที่ยวไทย

Section

2



เพิ่มโอกาส
รับเทรด
ด้วย Social Media
Marketing

Section

3

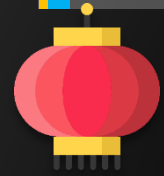
Section

1

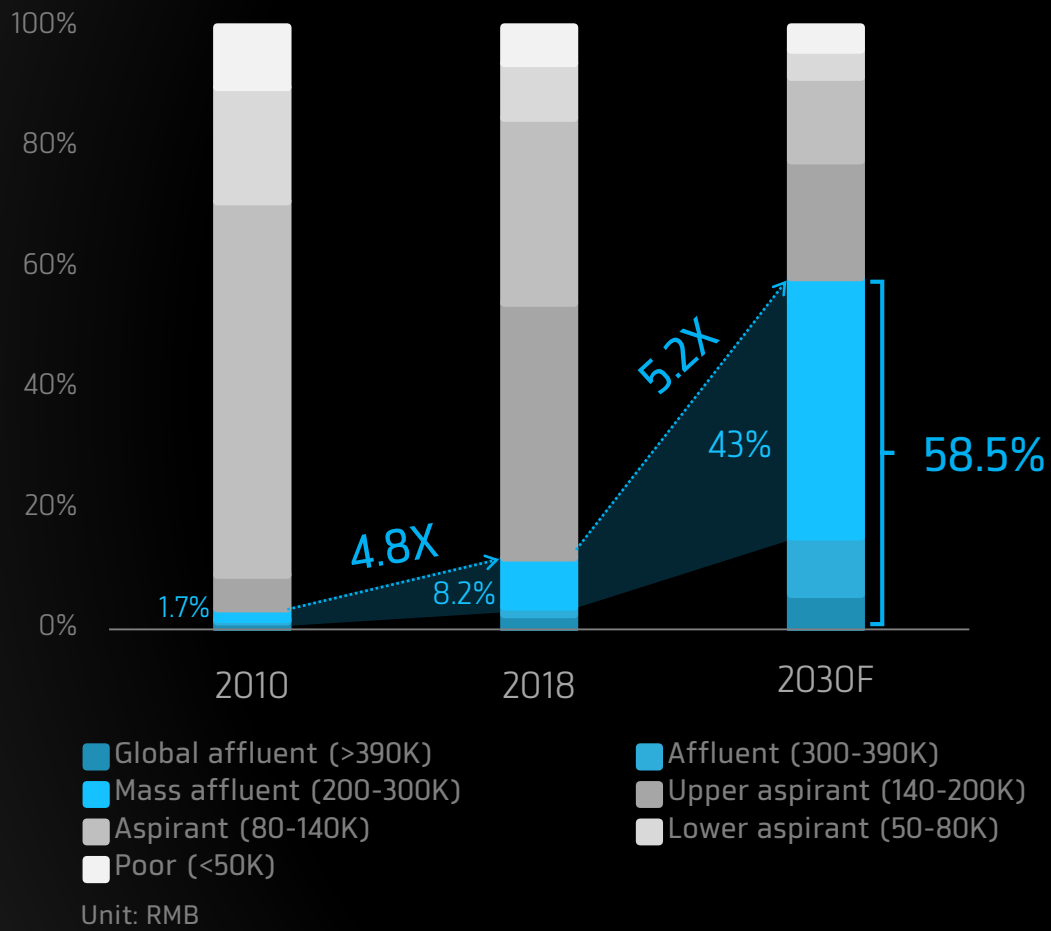
travel

ส่งออกเทรด จีนเที่ยวนอก

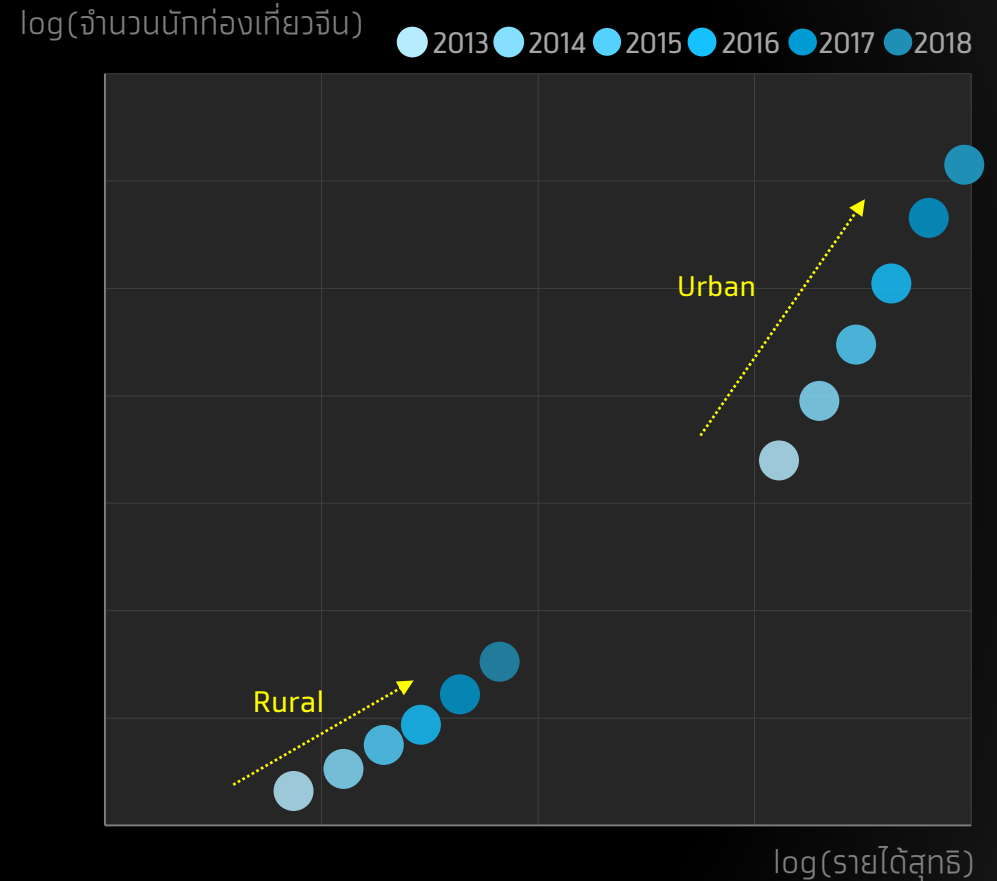
หากมองด้านกำลังซื้อ คนจีนจะยังอยากเที่ยวต่างประเทศมากขึ้นหรือไม่?



สัดส่วนชนชั้นกลางของจีนมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

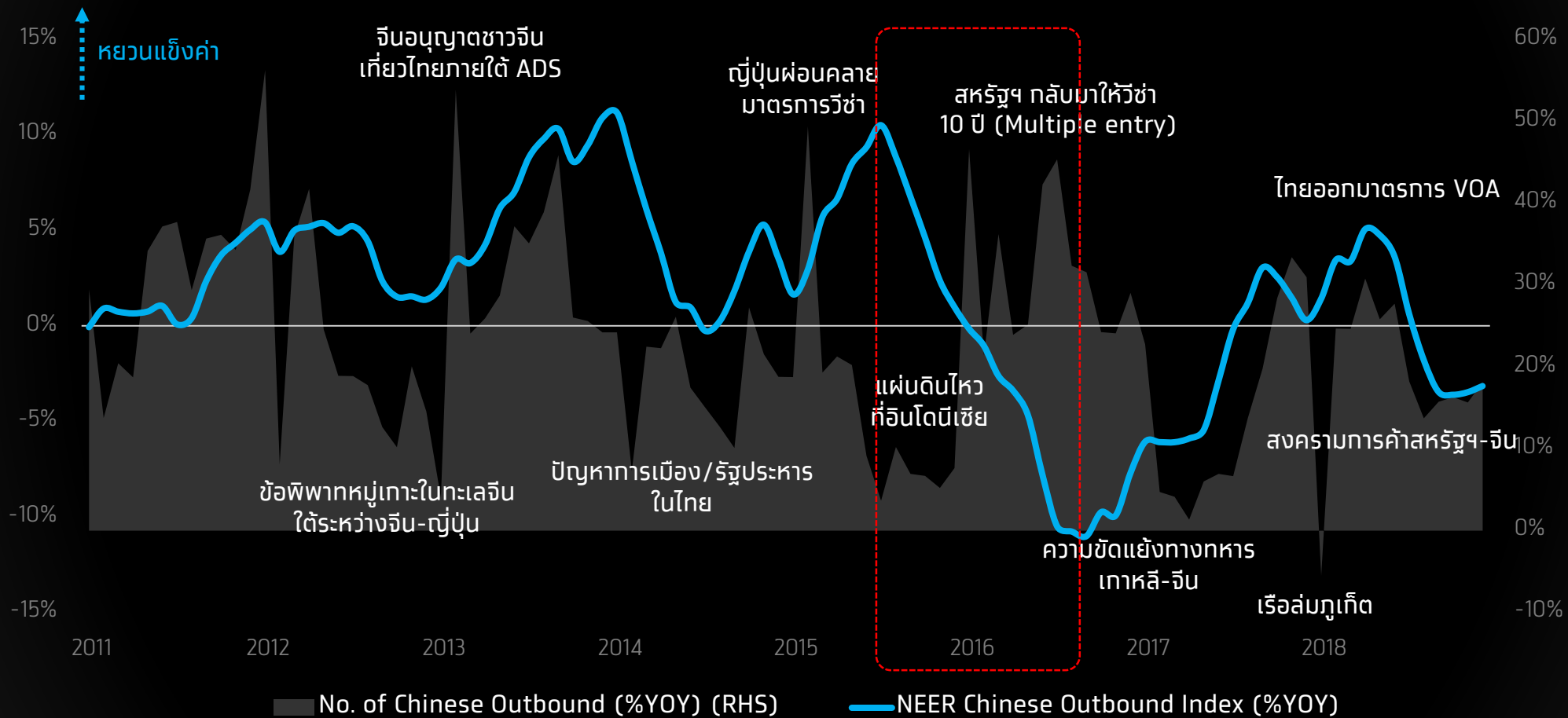


รายได้ของคนจีนเพิ่มขึ้น นำไปสู่การท่องเที่ยวมากขึ้น



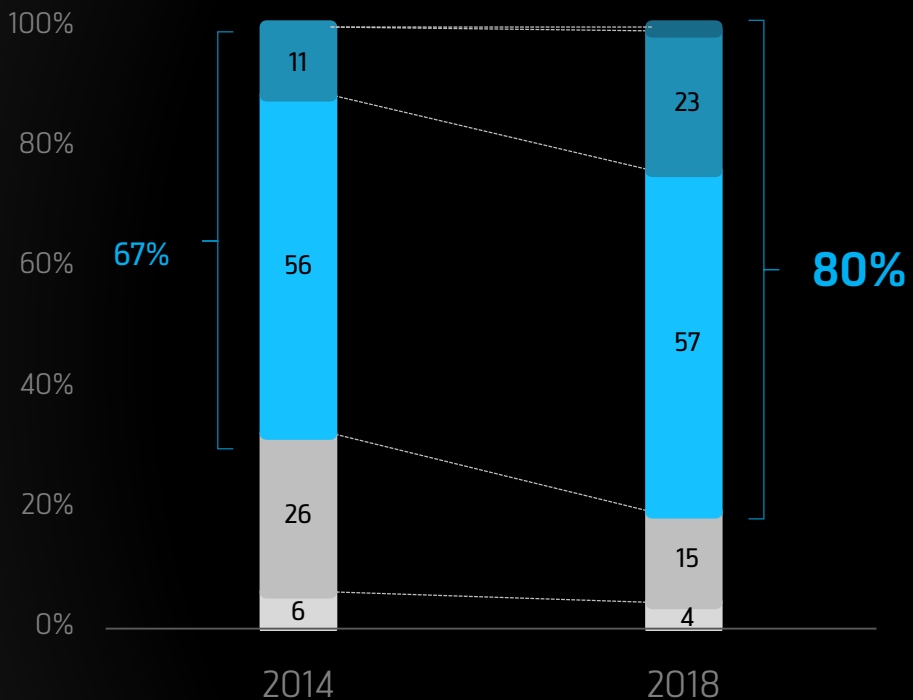
หากมองด้านรายจ่าย ค่าเงินมีผลต่อการท่องเที่ยวต่างประเทศแค่ไหน?

มีปัจจัยอื่นที่กำหนดอนาคตการท่องเที่ยวมากกว่าระดับค่าเงิน



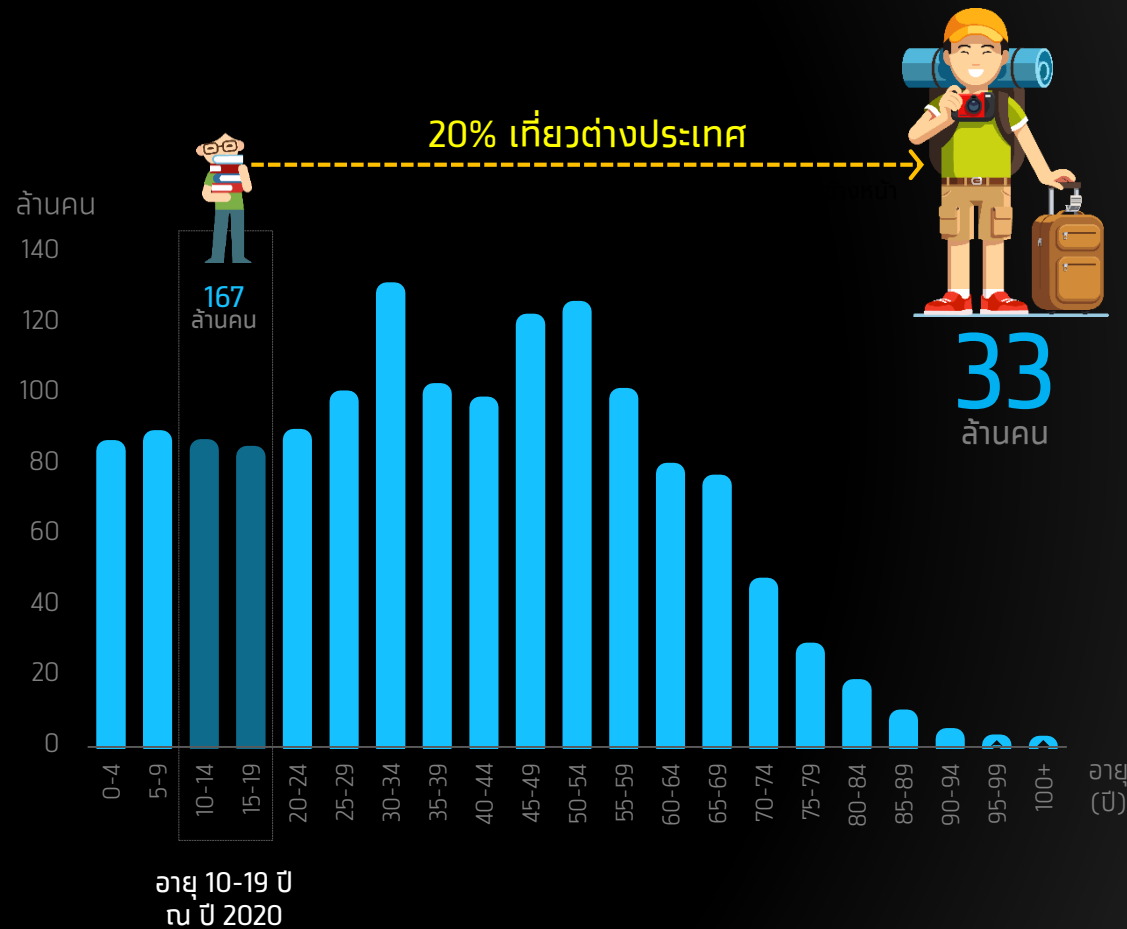
จะมีนักท่องเที่ยวจีนหน้าใหม่มาไม่น้อยแค่ไหน?

ชาว Millennials จีน คิดเป็น 80% ของนักท่องเที่ยวที่ออกไปเที่ยวต่างประเทศ



- เกิดปี 2000 เป็นต้นไป (อายุต่ำกว่า 20 ปี)
- เกิดปี 1990-1999 (อายุ 20-29 ปี)
- เกิดปี 1980-1989 (อายุ 30-39 ปี)
- เกิดปี 1970-1979 (อายุ 40-49 ปี)
- เกิดก่อนปี 1970 (อายุ 50 ปีขึ้นไป)

ในอีก 10 ปีข้างหน้า จะมีนักท่องเที่ยวหน้าใหม่เพิ่มขึ้นประมาณ 33 ล้านคน



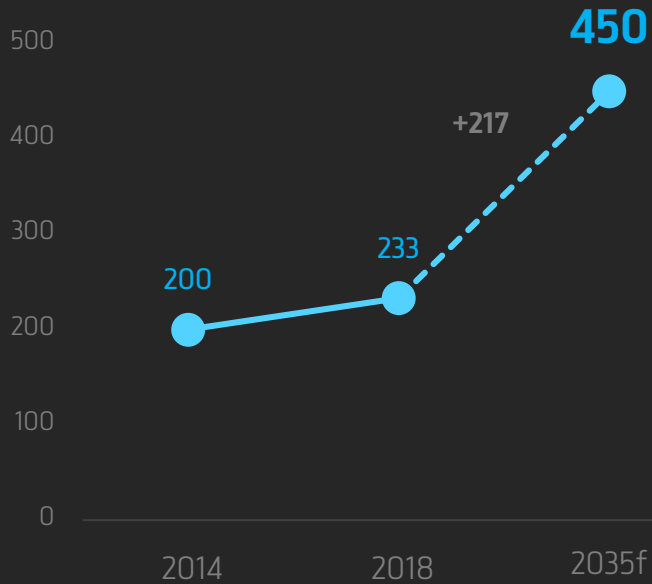
33 ล้านคน

โครงสร้างพื้นฐานเอื้อต่อ Demand ที่เพิ่มขึ้นหรือไม่?

จีนมีแผนเพิ่มสนามบิน



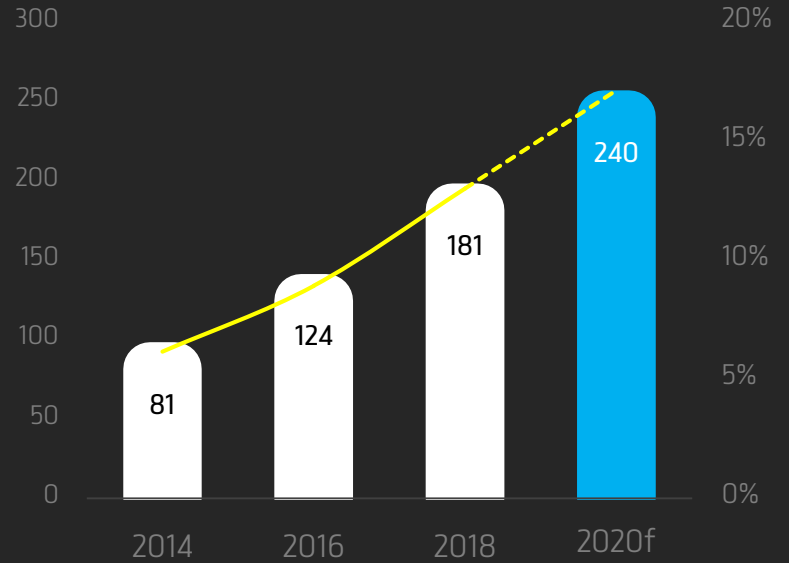
จำนวนสนามบิน (แห่ง)



คนจีนที่มีพาสปอร์ตยังน้อย



ผู้ถือพาสปอร์ต (ล้านคน)

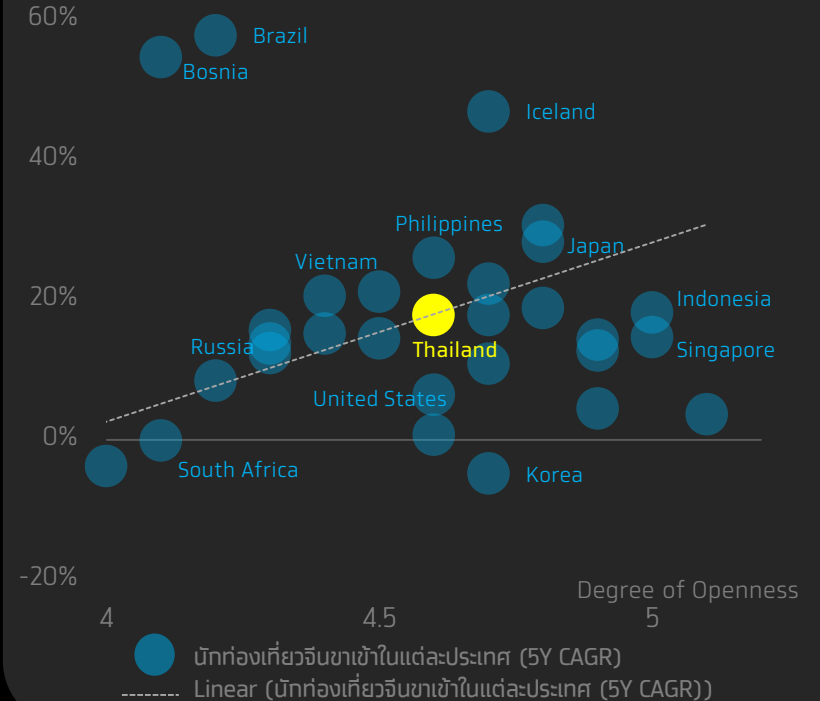


จำนวนชาวจีนที่มีพาสปอร์ต
สัดส่วนผู้ถือพาสปอร์ตต่อประชากรทั้งหมด (%) (RHS)

มีแรงหนุนจากมาตรการผ่อนคลายด้านวีซ่าของประเทศต่างๆ

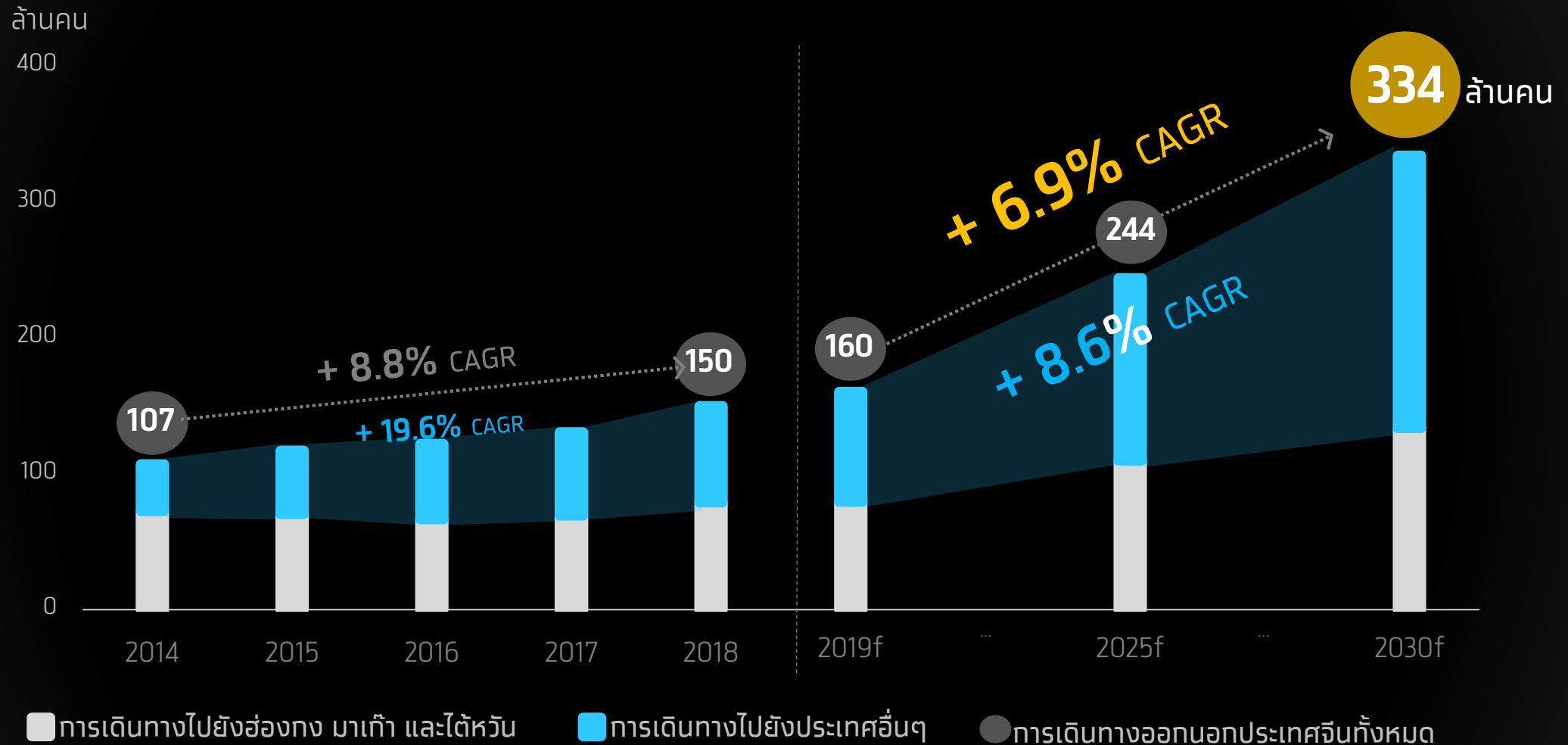


นักท่องเที่ยวจีนขาเข้าในแต่ละประเทศ
%5Y-CAGR



● นักท่องเที่ยวจีนขาเข้าในแต่ละประเทศ (5Y CAGR)
----- Linear (นักท่องเที่ยวจีนขาเข้าในแต่ละประเทศ (5Y CAGR))

คนจีนจะเที่ยวต่างประเทศมากน้อยแค่ไหน ในอีก 10 ปีข้างหน้า?



ที่มา: CEIC และวิเคราะห์โดย Krungthai COMPASS

หมายเหตุ: f = forecasted by Krungthai COMPASS โดยพิจารณาและอ้างอิงค่าสถิติในอดีต โดยเฉพาะในมิติของความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวจีน และอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจีน เป็นสำคัญ

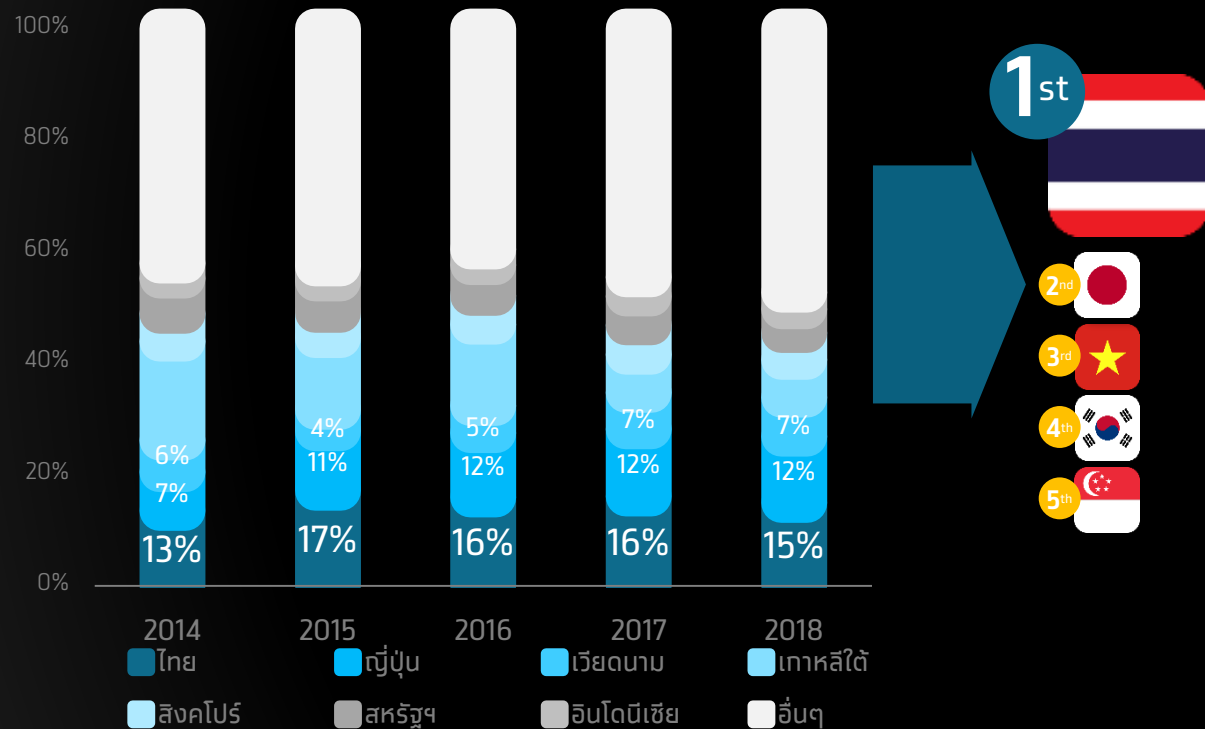
Section
2



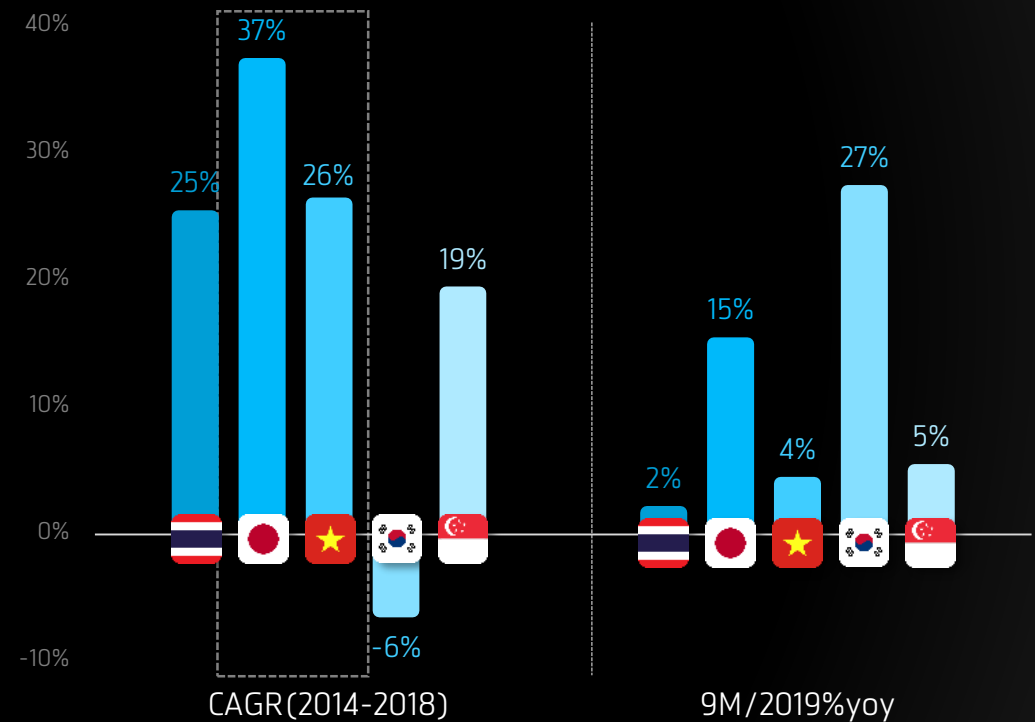
เจาะกระแส **จีนเที่ยวไทย**

คนจีนชอบเที่ยวประเทศใดมากที่สุด?

ไทยยังคงเป็นปลายทางอันดับ 1 ของคนจีน...

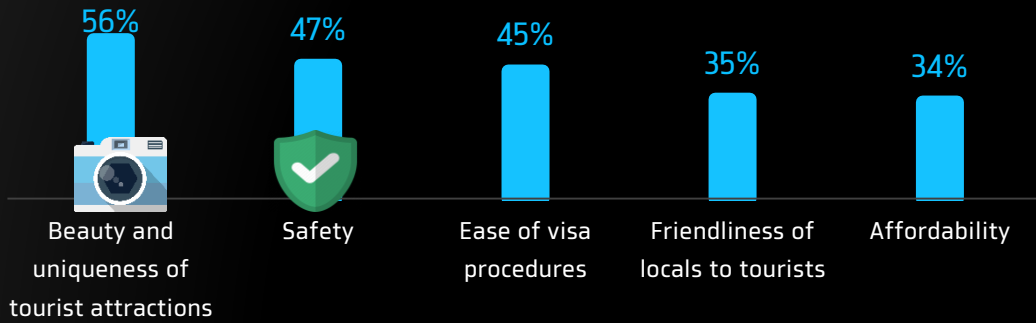


...แต่ญี่ปุ่นและเวียดนามก็มาแรง

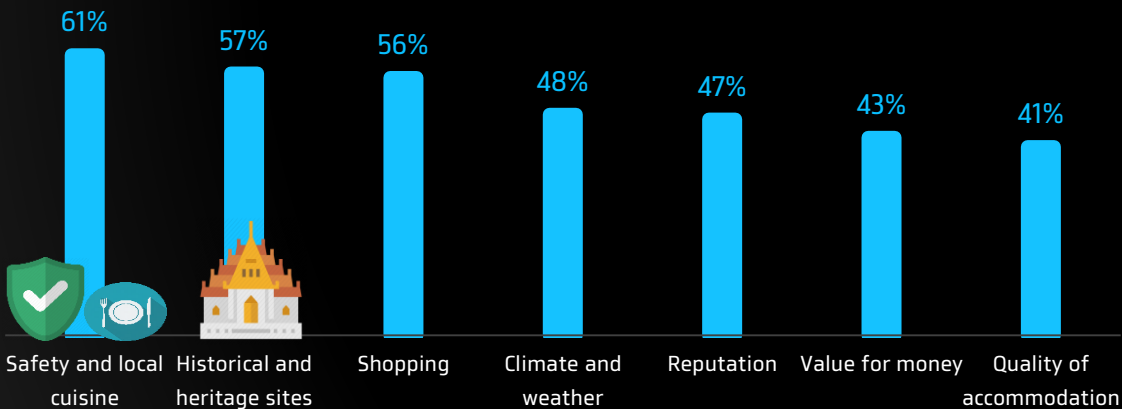


คนจีนคำนึงถึงปัจจัยอะไรบ้างในการเลือกประเทศปลายทางท่องเที่ยว?

ผลสำรวจชี้ “ความสวยงาม มีเอกลักษณ์ และความปลอดภัย” คือปัจจัยอันดับต้นๆ



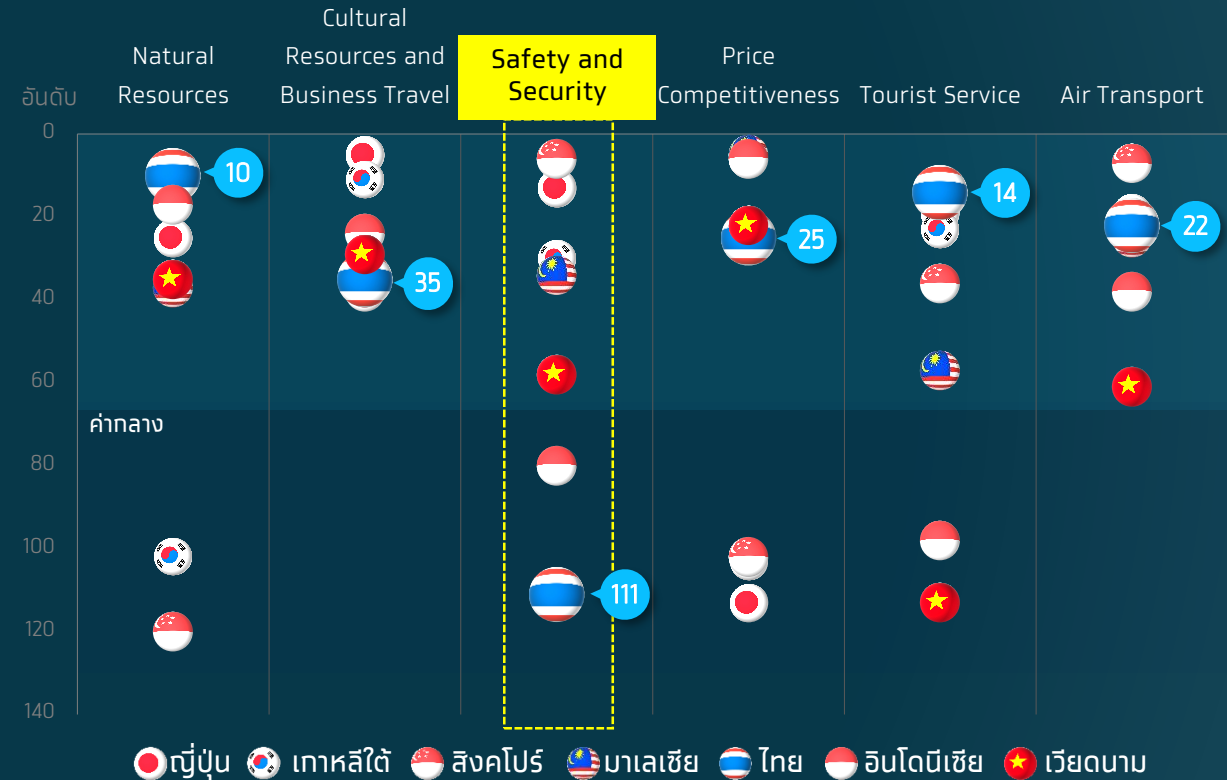
ที่มา: The Outbound Chinese Tourism and Consumption Trends: 2017 Survey, Nielsen (2017)



ที่มา: Chinese international travel monitor 2018, Hotels.com (2018)

ไทยได้เปรียบด้านทรัพยากรธรรมชาติ ที่พัก และราคา แต่ด้านความปลอดภัยยังเป็นรองอยู่มาก

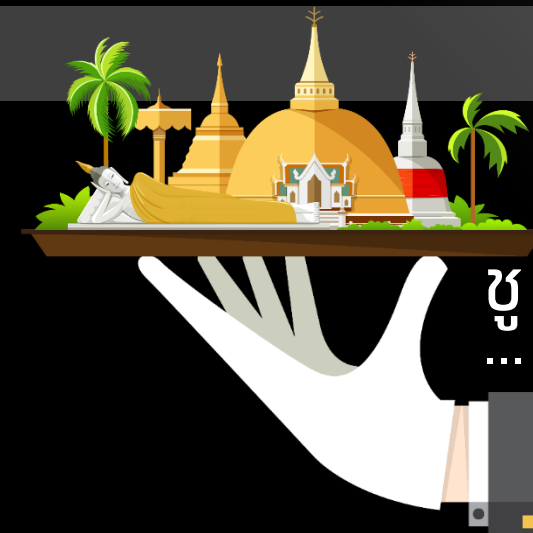
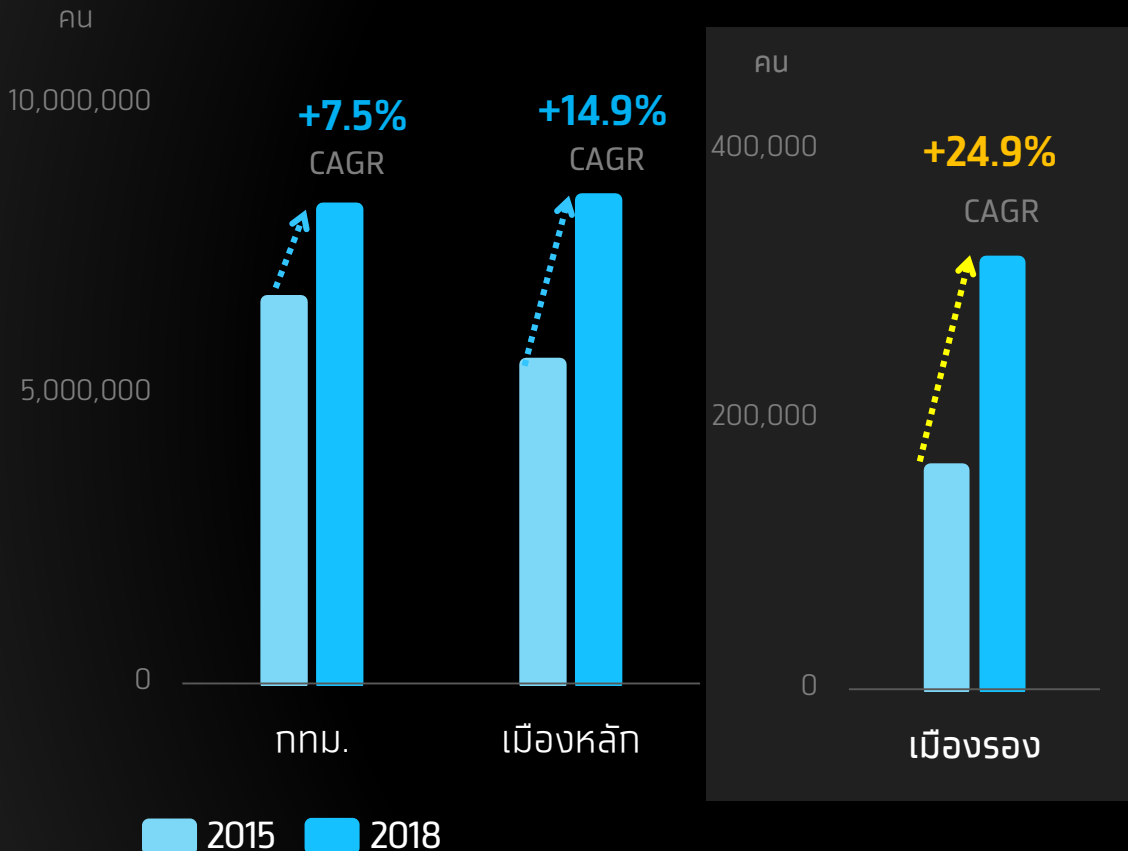
อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยเทียบประเทศอื่นๆ



ที่มา: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, World Economic Forum และ Krungthai COMPASS
หมายเหตุ: นำเสนอเฉพาะ 6 ด้านสำคัญ (จากทั้งหมด 14 ด้าน) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกปลายทางท่องเที่ยวของชาวจีน

ในระยะข้างหน้า... ไทยจะมีอะไรมาดึงดูดนักท่องเที่ยวจีน?

แม้จำนวนนักท่องเที่ยวในเมืองรองยังไม่สูงนัก
แต่ส่งสัญญาณโตแรง



ชู “เมืองรอง”
... ครองใจนักท่องเที่ยวจีน

เมืองหลักอื่นๆ

พังงา	+24%
ประจวบฯ	+25%
เพชรบุรี	+42%

เมืองรอง

ตราด	+56%
ตรัง	+35%
แม่ฮ่องสอน	+25%
เชียงราย	+22%
สุโขทัย	+18%

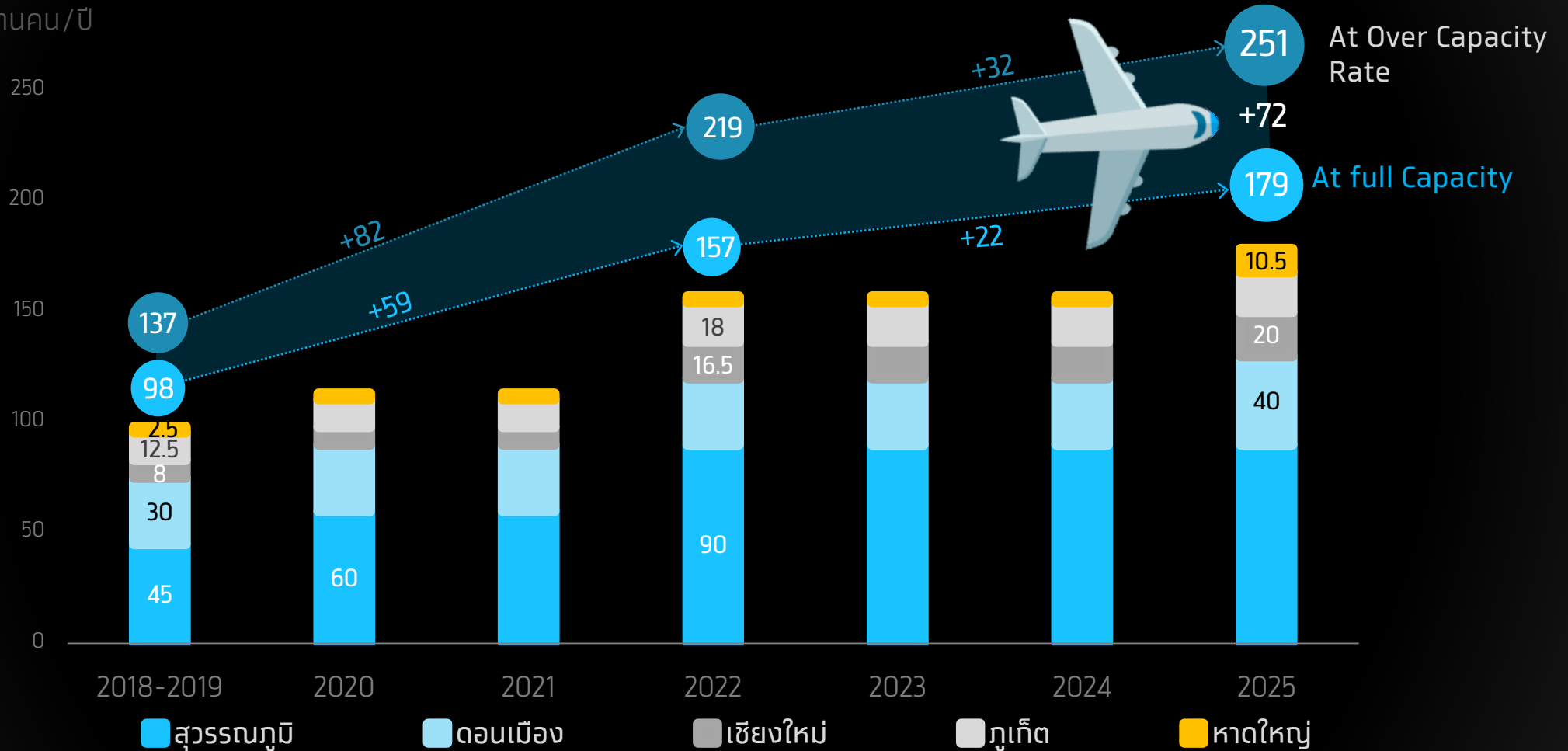
KINGDOM OF
THAILAND

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ Krungthai COMPASS
หมายเหตุ: เป็นข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในสถานที่พักในจังหวัดนั้นๆ (Guest Arrivals at Accommodation) ซึ่งแตกต่างกับจำนวนผู้มาเยือน นอกจากนี้ ข้อมูลดังกล่าวอาจสูงกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาไทยทั้งหมด เนื่องจากกรณีที่ 1 คน มีการเข้าพักมากกว่า 1 จังหวัดในแต่ละการท่องเที่ยว

โครงสร้างพื้นฐานของสนามบินไทยจะเป็นข้อจำกัดหรือไม่?

ทอก. มีแผนเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับผู้โดยสารได้ถึง 179-251 ล้านคน ภายในปี 2025

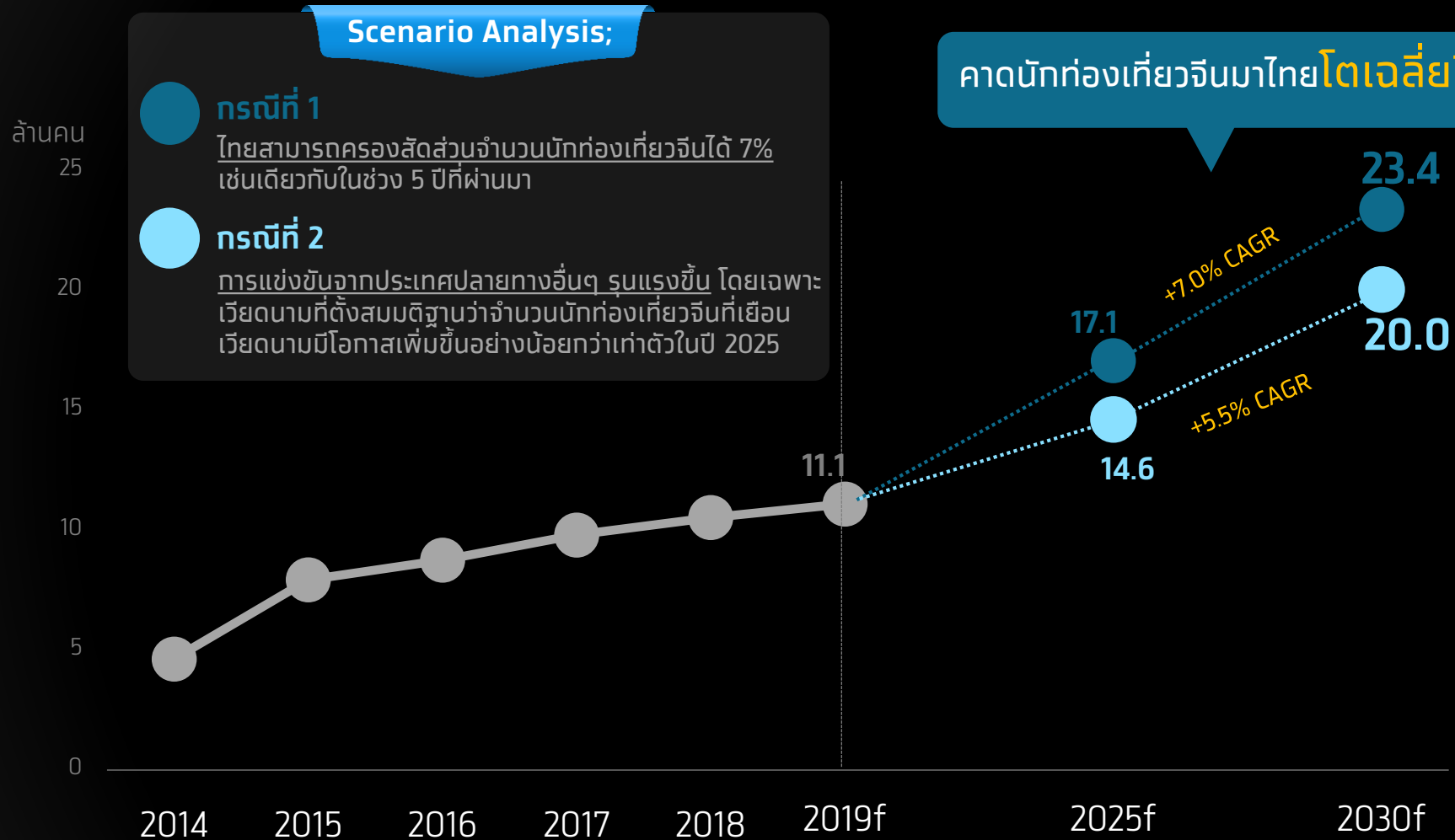
ล้านคน/ปี



ที่มา: AOT และ Krungthai COMPASS

หมายเหตุ: ทอก. มีแผนเพิ่มขีดความสามารถของสนามบินแม่ฟ้าหลวง จ.เชียงราย ในการรองรับผู้โดยสารจากปัจจุบันอยู่ที่ 3.0 ล้านคน/ปี เป็น 4.8 ล้านคน/ปี ในปี 2028 และ 5.2 ล้านคน/ปี ในปี 2033

จะมีนักท่องเที่ยวจีนมาไทยมากน้อยแค่ไหนในอีก 10 ปีข้างหน้า?



Section

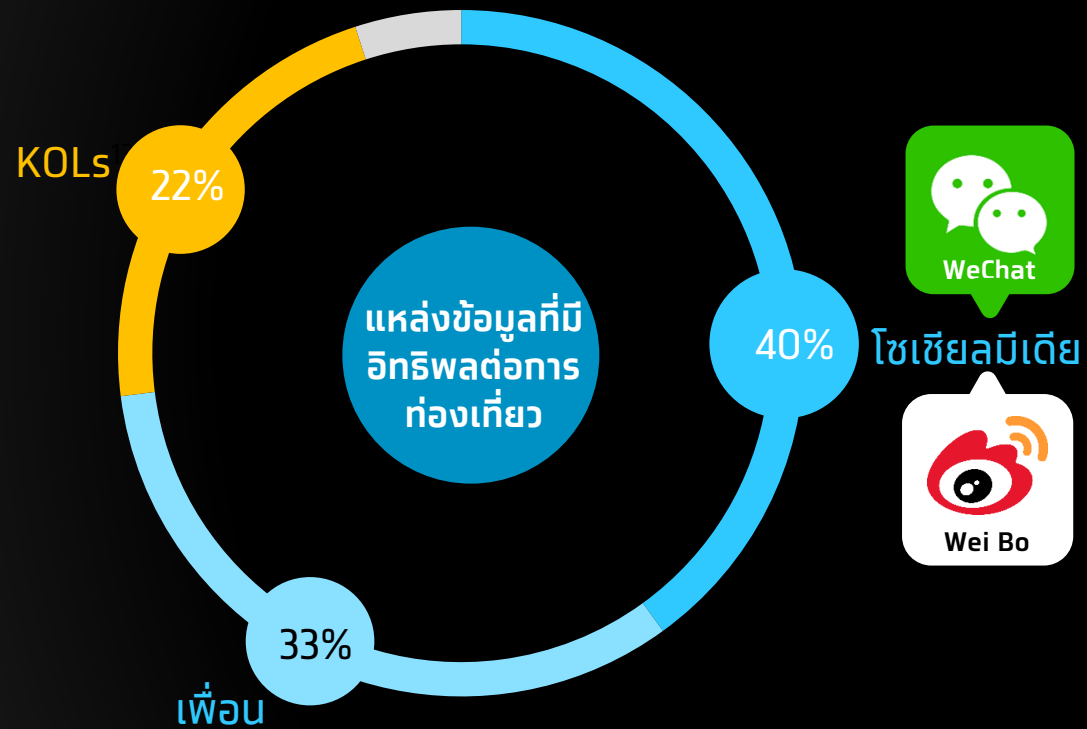
3

เพิ่มโอกาสรับเทรด ด้วย Social Media Marketing

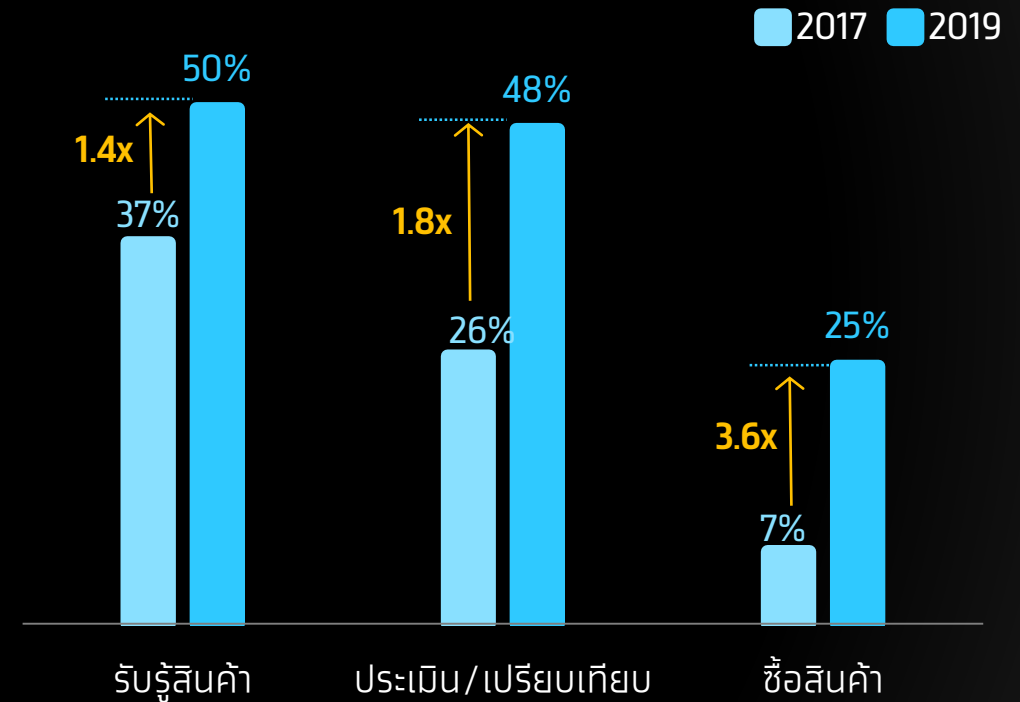


"Social Media" ของจีนสำคัญกับการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวอย่างไร?

โซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว



โซเชียลมีเดียมีอิทธิพลมากขึ้นต่อการรับรู้ สนใจและเลือกซื้อสินค้าและบริการของชาวจีน



การเข้าไปทำการตลาดสำหรับชาวต่างชาติอาจเผชิญความท้าทาย...

ธุรกิจนอกจีนต้องเป็นนิติบุคคล และมีเอกสารทั้งภาษาอังกฤษและจีน

Checklist						
บัญชี Official*	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>
บัญชี Premium					<input checked="" type="checkbox"/>	
ต้องเป็นนิติบุคคล	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ยื่นเอกสารฉบับภาษาอังกฤษ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ยื่นเอกสารฉบับภาษาจีน	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

หมายเหตุ: * สำหรับ WeChat บัญชีที่ได้เป็นแบบบัญชีระหว่างประเทศ (International Account) ซึ่งมีข้อจำกัดในการโฆษณา เช่น ลงได้แค่บทความเท่านั้น ไม่สามารถลงรูป วิดีโอ และฟิวเจอร์พิเศษ เช่น คูปองโปรโมชันได้

...แต่ทำการตลาดร่วมกับเอเจนซี อาจทำให้ทุกอย่างง่ายขึ้น

ตัวอย่างเอเจนซีที่ให้คำปรึกษาด้านการตลาดในจีน



ตัวอย่างการยิงแบนเนอร์โฆษณาไปยังหน้าจอ WeChat ของชาวจีนที่จะมาเที่ยวไทย





คุณภากร กัทชลี

เจ้าของเพจ "อ้ายจง" เล่าเรื่องเมืองจีน
และผู้บริหาร Mango Group Media บริษัทการตลาดออนไลน์จีน

คุณเอ็ดเวิร์ด เซาว์

กรรมการผู้จัดการ V-Click Technology บริษัทการตลาดออนไลน์จีน

Digitallab@vgi.co.th

5 Checklist ที่เอเจนซีแนะนำ ก่อนลงมือทำการตลาดออนไลน์

- ✓ เข้าใจลูกค้าจีนเป้าหมาย
- ✓ เน้นคิดการขายประสบการณ์ที่ดี
- ✓ ลองเล่นโซเชียลมีเดียจีนให้คุ้นเคย
- ✓ เตรียมงบประมาณให้เพียงพอ
- ✓ พร้อมรับการตรวจสอบจากบริษัทโซเชียลมีเดียจีน

Q&A



เพชรพจน์ นันทรามาศ



ณัฐพร ศรีทอง



พิมจิตร เอกจันท์



ประเมศร์ รังสิพา



จารุวรรณ เหล่าสัมฤทธิ์

Disclosures

Krungthai COMPASS

This report is not intended to provide the basis for any evaluation of the financial instruments discussed herein. The information was obtained from various sources; we do not guarantee its accuracy or completeness. In particular, information provided herein should be regarded as indicative, preliminary and for illustrative purposes only. There is no representation that any transaction can execute at such terms or price.

Information provided in this report is not intended to constitute legal, tax or accounting advice in relation to entering into any transaction and does not have regard to the particular needs of any specific person who may receive this report. Clients should consult their own financial advisors regarding the appropriateness of investing in any investment strategies discussed or recommended in this report and should understand that statements regarding future prospects may not be realized. While all information this presentation has been produced or compiled from sources believed to be reliable, the Bank makes no representation as to its accuracy or completeness.

