



中泰合作“中文+电子商务”项目师资培训

การอบรมบุคลากรครูโครงการความร่วมมือไทย-จีน

“ทักษะอีคอมเมิร์ซ+ภาษาจีน”

全球电商产业发展认知数字经济

การพัฒนาอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซทั่วโลก เศรษฐกิจดิจิทัลทาง

ปัญญา

四新经济下中国电商产业新变化

สี่เศรษฐกิจใหม่ การพัฒนาอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซของจีน

主讲：武汉职业技术学院

ผู้บรรยาย: วิทยาลัยเทคโนโลยีอู่ฮั่น

智能商务学院院长、教授 周蓉

คณบดีวิทยาลัยธุรกิจอัจฉริยะ(BI), คุณโจวหรง(ศาสตราจารย์)



目录 CONTENTS เนื้อหา

01 全球电商产业发展
การพัฒนาอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซทั่วโลก

02 认知数字经济
เศรษฐกิจดิจิทัลทางปัญญา

03 四新经济的内涵
ความหมายแฝงของสี่เศรษฐกิจใหม่

04 中国电商产业发展
การพัฒนาอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซของจีน





01

全球电商产业发展

การพัฒนาอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซทั่วโลก



全球电商产业发展

การพัฒนาอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซทั่วโลก

联合国贸易与发展会议发布的报告显示，新冠疫情增加了各国电商的活力，加速了电子商务向新公司、新客户和新产品类型的扩张。

จากรายงานการแถลงการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนาแสดงให้เห็นว่าการระบาดของโรคโควิดนั้นได้เพิ่มแรงขับเคลื่อนของอีคอมเมิร์ซในประเทศต่างๆ และยังสามารถขยายตัวของอีคอมเมิร์ซไปยังบริษัทใหม่ ลูกค้ากลุ่มใหม่ และประเภทผลิตภัณฑ์ใหม่



大量需求从实体零售转向电子商务

ความต้องการจำนวนมากเปลี่ยนจากการค้าปลีกเป็นอีคอมเมิร์ซ



并非所有的在线卖家和产品类别都能获益

ไม่ใช่ผู้ขายสินค้าออนไลน์ทุกคนและสินค้าทุกประเภทที่จะได้รับผลกำไร

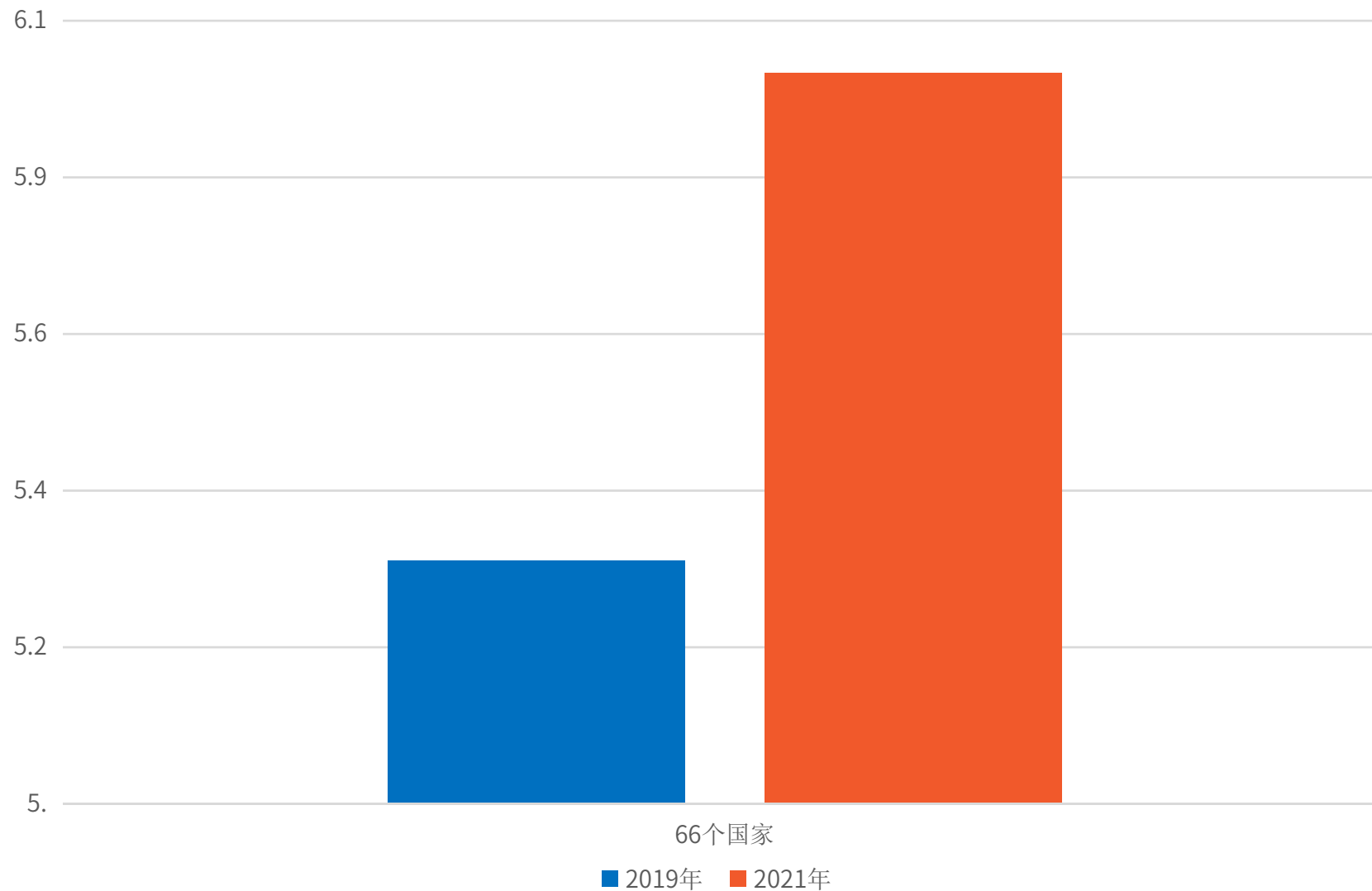


企业加速创新商业模式和数字化转型

การเร่งพัฒนารูปแบบธุรกิจนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลขององค์กร

全球66个国家互联网用户实施在线购物的比例

สัดส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าออนไลน์ใน 66 ประเทศทั่วโลก





在阿联酋，网上购物的互联网用户比例翻了一倍多，从 2019 年的 27% 增加到 2020 年的 63%；

ในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สัดส่วนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัวจาก 27% ในปี 2019 เป็น 63% ในปี 2020

在巴林，这一比例翻了三倍，2020 年达到 45%；

ในบาห์เรน สัดส่วนนี้เพิ่มขึ้นสามเท่าเป็น 45% ในปี 2020

在乌兹别克斯坦，这一比例从 2018 年的 4% 上升至 2020 年的 11%；

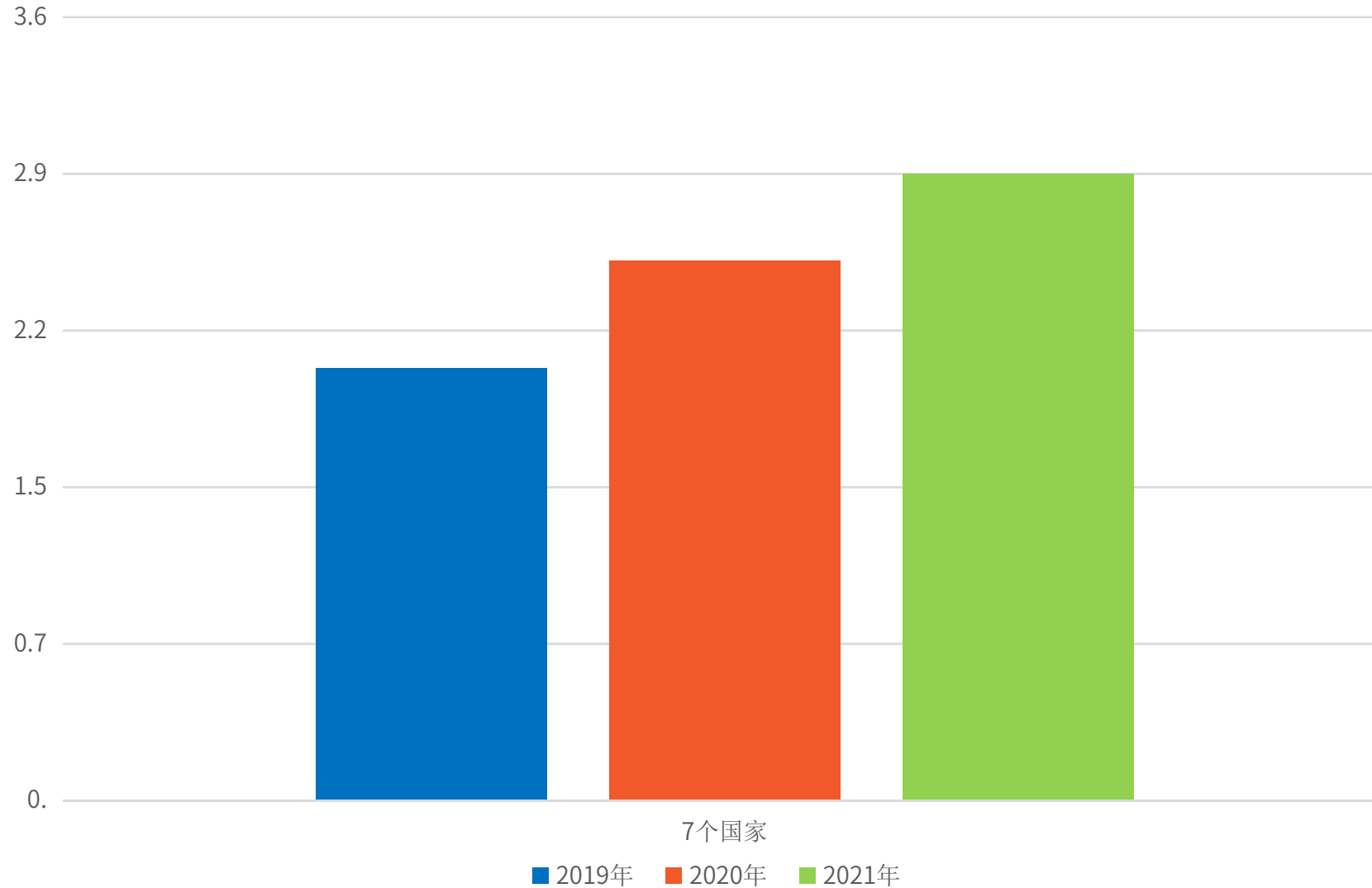
ในอุซเบกิสถาน สัดส่วนนี้เพิ่มขึ้นจาก 4% ในปี 2018 เป็น 11% ในปี 2020

在泰国，2018年到2020年，网上购物的互联网用户增长了 16%，这意味着到 2020 年该国首次有超过一半的互联网用户（56%）在网上购物。

สำหรับประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจากการซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น 16% ระหว่างปี 2018 ถึง 2020 ซึ่งหมายความว่าในปี 2020 ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าครึ่งหนึ่งของประเทศ (56%) ซื้อสินค้าออนไลน์เป็นครั้งแรก

中国、美国、英国、加拿大、韩国、澳大利亚和新加坡在线零售总额

ยอดขายปลีกออนไลน์ในจีน สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร แคนาดา เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และสิงคโปร์



在线销售在中国的零售总额中所占份额**2021** 年约为四分之一

ยอดขายออนไลน์คิดเป็นสัดส่วนประมาณหนึ่งในสี่ของการค้าปลีกทั้งหมดในประเทศจีนในปี 2021

eCommerce Sales by Country



在2021年，中国成为电子商务销售的领先者，日本、韩国和印度是电子商务销售额排名前10的国际市场中的另外三个亚洲国家。

ในปี 2021 จีนกลายเป็นผู้นำด้านการขายอีคอมเมิร์ซ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และอินเดียเป็นอีก 3 ประเทศในเอเชียที่ติด 10 อันดับแรกของตลาดต่างประเทศ

美国：2020 年 2 月至 4 月的零售和食品服务销售额比 2019 年同期下降了 7.7%。然而，杂货店和非商店零售商(主要是电子商务供应商)的销售额分别增长了 16%和14.8%;

สหรัฐอเมริกา: ยอดขายปลีกและบริการอาหารตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงเมษายน 2020 ลดลง 7.7% จากช่วงเดียวกันของปี 2019 อย่างไรก็ตาม ยอดขายของร้านขายของชำและร้านค้าปลีกที่ไม่ใช่ร้านค้า (ส่วนใหญ่เป็นผู้ให้บริการอีคอมเมิร์ซ) เพิ่มขึ้น 16% และ 14.8% ตามลำดับ

英国：2018 年第一季度和 2020 年第一季度之间，电子商务在零售总额中的份额从 17.3%上升到 20.3%,然后在 2020 年第一季度和第二季度之间大幅上升至 31.3%;

สหราชอาณาจักร: อีคอมเมิร์ซมีส่วนแบ่งการค้าปลีกโดยรวมเพิ่มขึ้นจาก 17.3% เป็น 20.3% ระหว่างไตรมาสแรกของปี 2018 และไตรมาสแรกของปี 2020 จากนั้นเพิ่มขึ้นเป็น 31.3% ระหว่างไตรมาสแรกและไตรมาสที่สองของปี 2020

中国：2020 年 1 月至 8 月,中国网络零售额占总零售额的 24.6%,高于 2019 年 8 月的 19.4%和 2018 年 8 月的 17.3%。

จีน: ยอดค้าปลีกออนไลน์ของจีนคิดเป็น 24.6% ของยอดขายปลีกทั้งหมดในเดือนมกราคมถึงสิงหาคม 2020 เพิ่มขึ้นจาก 19.4% ในเดือนสิงหาคม 2019 และ 17.3% ในเดือนสิงหาคม 2018



大量需求从实体零售转向电子商务

ความต้องการจำนวนมากเปลี่ยนจากการค้าปลีกเป็นอีคอมเมิร์ซ

美国：对个人防护用品(如一次性手套)、家庭活动、杂货或信息和通信技术设备的需求激增,而对旅游、运动或正式服装(如行李箱、婚纱、健身包等)的需求下降;

สหรัฐอเมริกา: ความต้องการในอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล (เช่น ถุงมือแบบใช้แล้วทิ้ง) กิจกรรมในครอบครัว สินค้าเบ็ดเตล็ดหรืออุปกรณ์ ICT เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะที่ความต้องการในการท่องเที่ยว กีฬา หรือเสื้อผ้าที่เป็นทางการ (เช่น กระเป๋าเดินทาง ชุดแต่งงาน กระเป๋าออกกำลังกาย ฯลฯ) ลดลง

德国：在电商方面历来落后的行业——药品和杂货,在线销售增长明显;


เยอรมนี: จากอุตสาหกรรมที่ล้าหลังมานานของอีคอมเมิร์ซ - ผลิตภัณฑ์ยาและสินค้าเบ็ดเตล็ดมียอดขายออนไลน์เติบโตอย่างเห็นได้ชัด

韩国：餐饮服务、家居用品及食品饮料大幅增长,而涉及文化和休闲服务、旅游安排和交通服务的网上交易则大幅减少;

เกาหลีใต้: บริการด้านอาหาร ของใช้ในครัวเรือน อาหารและเครื่องดื่มมีการเติบโตอย่างมาก ในขณะที่ธุรกรรมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับบริการทางด้านวัฒนธรรมการพักผ่อน การจัดการท่องเที่ยวและการขนส่งลดลงอย่างมาก

中国：食品2020年1月至4月累计销售额较上年增长 36%。

จีน: ยอดรวมของการขายผลิตภัณฑ์อาหารตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเมษายน 2020 เพิ่มขึ้น 36% จากปีก่อนหน้า



一份由 20 万个美国亚马逊第三方供应商组成的样本显示:

ตัวอย่างของซัพพลายเออร์บุคคลที่สามของ Amazon ในสหรัฐอเมริกาจำนวน 200,000 รายแสดงให้เห็นว่า:

到2020年4月,约 36%的商家不活跃,较2月份的 28%有所增长;

ในเดือนเมษายน 2020 พบว่า ร้านค้าประมาณ 36% ยังไม่เคลื่อนไหวเพิ่มขึ้นจาก 28% ในเดือนกุมภาพันธ์

受影响最严重的是那些陈列商品少于 1500 件的卖家,而陈列商品超过 3000件的卖家则出现了正增长。

ซึ่งผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือผู้ขายสินค้าที่แสดงสินค้าไม่ถึง 1500 ชิ้น ขณะที่ผู้ขายสินค้าที่แสดงสินค้ามากกว่า 3000 ชิ้น กลับกำลังการเติบโต



并非所有的在线卖家和产品类别都能获益

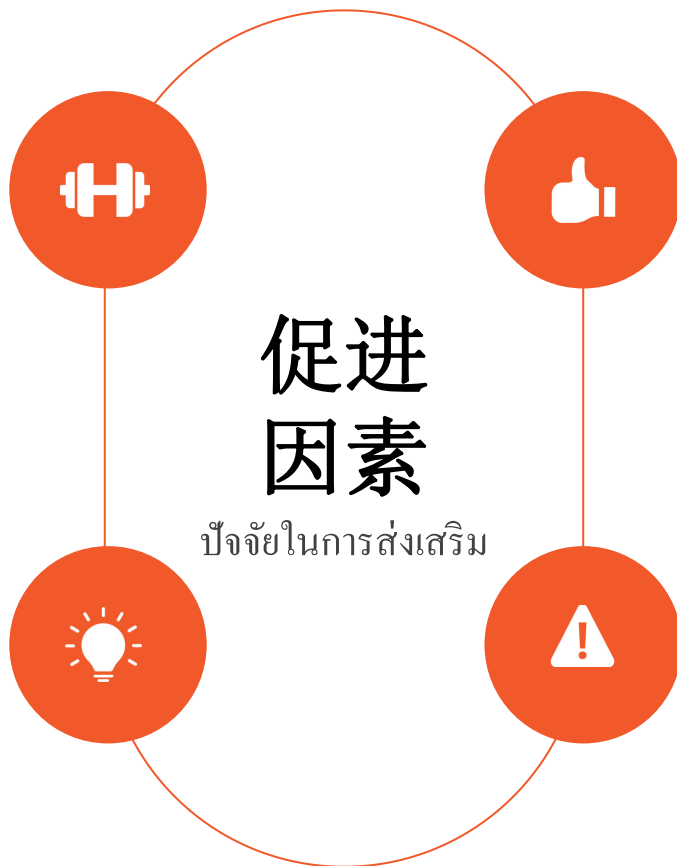
ไม่ใช่ผู้ขายสินค้าออนไลน์ทุกคนและสินค้าทุกประเภทที่จะได้รับผล
กำไร

中国、新加坡、
日本、韩国等
จีน สิงคโปร์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฯลฯ

政府
รัฐบาล

网络
平台
แพลตฟอร์ม
เครือข่าย

eBay



企业
บริษัท

技术
เทคโนโลยี

线上线下融合
ฟิวชั่นออนไลน์และออฟไลน์

技术的推动
การผลักดันเทคโนโลยี



5G

聊天
机器人

แชทบอท

AR
增强现实

เทคโนโลยีโลก
เสมือนผสานโลก
แห่งความจริง

直播
购物

ซื้อของใน
ไลฟ์สด

智慧
仓储

คลังสินค้า
อัจฉริยะ

动态定价

การตั้งราคาแบบ
ไดนามิก

消费者：Alexa，我的高尔夫球不见了。

ผู้บริโภคร: Alexa ลูกกอล์ฟของฉันหายไป

Alexa: 你要不要买新的？

Alexa: คุณต้องการซื้ออันใหม่ไหม?

消费者：要。

ผู้บริโภคร: ต้องการ

Alexa: 是不是要购买上次的那个品牌？

Alexa: คุณต้องการซื้อแบรนด์เดิม เหมือนครั้งที่แล้วหรือไม่

消费者：是的。

ผู้บริโภคร: ใช่ค่ะ

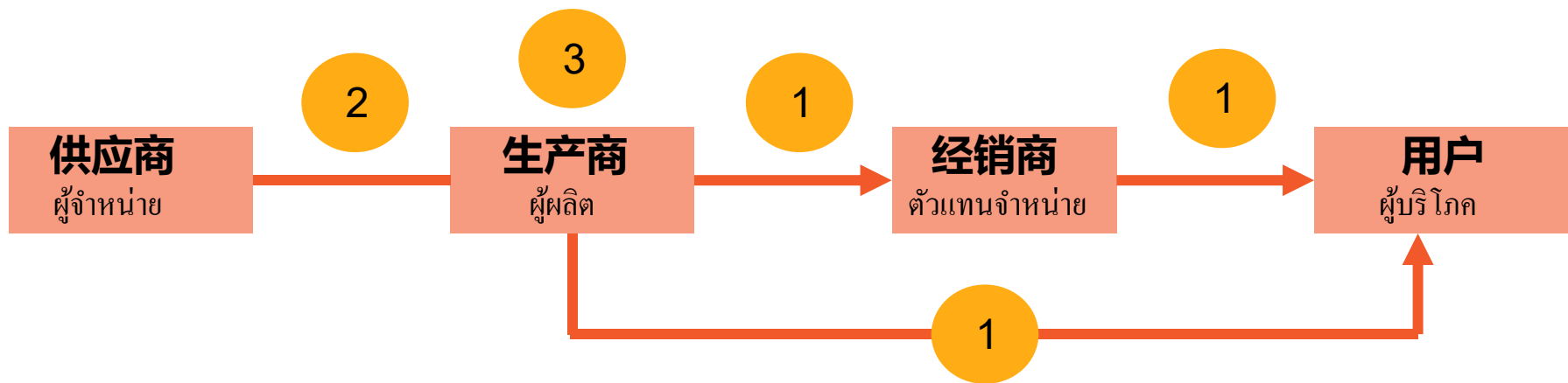
过了两天，一只高尔夫球会运送到你手中。

หลังจากผ่านไป 2 วัน ลูกกอล์ฟจะถูกส่งถึงคุณ



企业加速创新商业模式和数字化转型

การเร่งพัฒนารูปแบบธุรกิจนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลขององค์กร



1

面向下游经销商和用户开展基于大数据的精准营销、多渠道分销、定制化等；

การดำเนินการด้านการตลาดที่แม่นยำ การจัดจำหน่ายหลายช่องทาง การกำหนดต่างๆ ฯลฯ โดยอิงจากข้อมูลขนาดใหญ่สำหรับตัวแทนจำหน่ายและผู้บริโภคปลายทาง

2


面向上游企业开展数字采购、Saas、制造产能共享等；

การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างแบบดิจิทัล Saas การแบ่งปันกำลังการผลิต ฯลฯ สำหรับองค์กรต้นน้ำ

3

企业内部基于数据横向转移、共享、交换开展各项经济活动等。

ภายในองค์กรดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ โดยอาศัยการถ่ายโอน การแบ่งปัน และการแลกเปลี่ยนข้อมูลตามแนวนอน ฯลฯ



很多传统类型的经济贸易企业而言，借助电子商务的新型交易平台，有效连接制造商和广大客户，形成更加畅通的供应链，打造商品生产加工及销售、服务等一体化的产业经济链条；

ในวิสาหกิจเศรษฐกิจและการค้าแบบดั้งเดิมหลายประเภท ด้วยความช่วยเหลือของแพลตฟอร์มการค้าใหม่ของอีคอมเมิร์ซ โดยได้เชื่อมต่อผู้ผลิตและลูกค้าส่วนใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างห่วงโซ่อุปทานที่ราบรื่นมากขึ้นและสร้างห่วงโซ่เศรษฐกิจอุตสาหกรรมแบบบูรณาการของการผลิต การแปรรูป การขายสินค้าโภคภัณฑ์ และบริการ

电子商务的需求服务模式同样也会反作用于企业，促进其进行数字化转型，让企业能够更加紧密地围绕当前消费市场的需求进行资源的优化配置和产业结构优化升级。

รูปแบบการให้บริการอุปสงค์ของอีคอมเมิร์ซก็ส่งผลเสียต่อธุรกิจได้เช่นกัน การส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลนั้น ทำให้ธุรกิจสามารถสามารถปรับการจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และยังอัปเดตโครงสร้างอุตสาหกรรมได้ใกล้เคียงกับความต้องการของตลาดผู้บริโภคในปัจจุบันมากขึ้น

中国电子商务销售额对数字经济增长的弹性系数为 0.556, 说明电子商务销售额对数字经济规模存在向上的推动作用, 即电子商务销售额每增长 1%, 数字经济规模就增长 0.556%。

ค่าสัมประสิทธิ์ความยืดหยุ่นของยอดขายอีคอมเมิร์ซของจีนต่อการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัลคือ 0.556 ซึ่งบ่งชี้ว่ายอดขายอีคอมเมิร์ซมีผลในการขับเคลื่อนขนาดของเศรษฐกิจดิจิทัล กล่าวคือ ทุกๆ 1% ที่เพิ่มขึ้นของยอดขายอีคอมเมิร์ซ ขนาดของเศรษฐกิจดิจิทัลจะเพิ่มขึ้น 0.556%

---- 《基于大数据背景下中国数字经济与电子商务的实证分析》

---- 《การวิเคราะห์เชิงประจักษ์ของเศรษฐกิจดิจิทัลของจีนและอีคอมเมิร์ซจากข้อมูลขนาดใหญ่》



02

认知数字经济

เศรษฐกิจดิจิทัลทางปัญญา



“数字经济”这个名词首次出现于 1996 年，是在美国学者唐·泰普斯科特（Don Tapscott）所著的《数字经济：网络智能时代的前景与风险》中，但目前国内外关于“数字经济”的定义还没有统一论。

คำว่า “เศรษฐกิจดิจิทัล” ปรากฏครั้งแรกในปี 1996 ในหนังสือ “เศรษฐกิจดิจิทัล: การคิดใหม่ถึงความหวังและความเสี่ยงในยุคเครือข่ายอัจฉริยะ” ที่เขียนโดยนักวิชาการชาวอเมริกัน ดอน เทปส์คอตต์ (Don Tapscott) แต่ในปัจจุบันยังไม่มีข้อสรุปที่เป็นเอกภาพเกี่ยวกับนิยามคำว่า “เศรษฐกิจดิจิทัล” ทั้งในและต่างประเทศ

以数字化的知识和信息作为关键生产要素，以数字技术为核心驱动力量，以现代信息网络为重要载体，通过数字技术与实体经济深度融合，不断提高经济社会的数字化、网络化、智能化水平，加速重构经济发展与治理模式的新型经济形态。

ด้วยความรู้และข้อมูลดิจิทัลเป็นปัจจัยในการผลิตที่สำคัญ เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนและเครือข่ายข้อมูลสมัยใหม่เป็นพาหะสำคัญ ผ่านการบูรณาการเชิงลึกของเทคโนโลยีดิจิทัลและเศรษฐกิจที่แท้จริง เพื่อยกระดับระบบดิจิทัล เครือข่าย และความอัจฉริยะของเศรษฐกิจสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยรูปแบบเศรษฐกิจใหม่นั้นจะเร่งการสร้างรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจและธรรมาภิบาลขึ้นใหม่

-----中国信息通信研究院《全球数字经济白皮书（2022）》

-----สถาบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแห่งประเทศจีนจีน 《สมุดปกขาวเศรษฐกิจดิจิทัลทั่วโลก (2022)》

数字产业化

อุตสาหกรรมดิจิทัล

基础电信、电子信息制造、
软件与服务、互联网

โทรคมนาคมพื้นฐาน, การผลิตข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์, ซอฟต์แวร์และ
บริการ, อินเทอร์เน็ต

产业数字化

ตัวเลขอุตสาหกรรม

数字技术在农业、工业、服务业
中的边际贡献

การมีส่วนร่วมที่เพิ่มขึ้นของเทคโนโลยีดิจิทัลในภาคเกษตรกรรม
อุตสาหกรรม และบริการ

数字化治理

การกำกับดูแลระบบดิจิทัล

多主体参与、数字技术+治理、
数字化公共服务


การมีส่วนร่วมหลายหน่วยงาน เทคโนโลยีดิจิทัล + การกำกับดูแล การ
บริการสาธารณะแบบดิจิทัล

数据价值化

การเพิ่มมูลค่าข้อมูล

数据采集、数据确权、
数据定价、数据交易

การรวบรวมข้อมูล, การยืนยันข้อมูล,
การกำหนดราคาข้อมูล, การทำธุรกรรมข้อมูล



数字经济在疫情中发挥的对冲和稳定作用收到各国关注，各主要国家纷纷把数字经济作为应对疫情冲击、提升经济发展能力的重要手段，加快发展半导体、人工智能、数字基础设施、电子商务、电子政务等，全球数字经济迎来新一轮发展热潮。

บทบาทการป้องกันความเสี่ยงและรักษาเสถียรภาพของเศรษฐกิจดิจิทัลในสถานการณ์โรคระบาดได้รับความสนใจจากทุกประเทศ ประเทศสำคัญต่าง ๆ ได้นำเศรษฐกิจดิจิทัลมาใช้เป็นวิธีการสำคัญในการรับมือกับผลกระทบของโรคระบาดและปรับปรุงความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจและเร่งการพัฒนา ทั้งเซมิคอนดักเตอร์ ปัญญาประดิษฐ์ โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล อีคอมเมิร์ซ รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ เศรษฐกิจดิจิทัลทั่วโลกนำมาซึ่งความเฟื่องฟูของการพัฒนารอบใหม่

中国：《十四五数字经济发展规划》； จีน：《แผนพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล 14-5》

英国：《英国数字战略》； อังกฤษ：《กลยุทธ์ดิจิทัลของอังกฤษ》

澳大利亚：《2022年数字经济战略更新》； ออสเตรเลีย：《การปรับปรุงยุทธศาสตร์เศรษฐกิจดิจิทัลปี 2022》

德国：《数字战略（2025）》； เยอรมนี：《ยุทธศาสตร์ดิจิทัล (2025)》

日本：《综合数据战略》； ญี่ปุ่น：《ยุทธศาสตร์ข้อมูลที่ครอบคลุม》

ขนาดเศรษฐกิจดิจิทัลของ 47 ประเทศมีมูลค่า 38,085.6 พันล้าน
ดอลลาร์สหรัฐ

ขนาด
เศรษฐกิจ
ดิจิทัล

数字经济规模



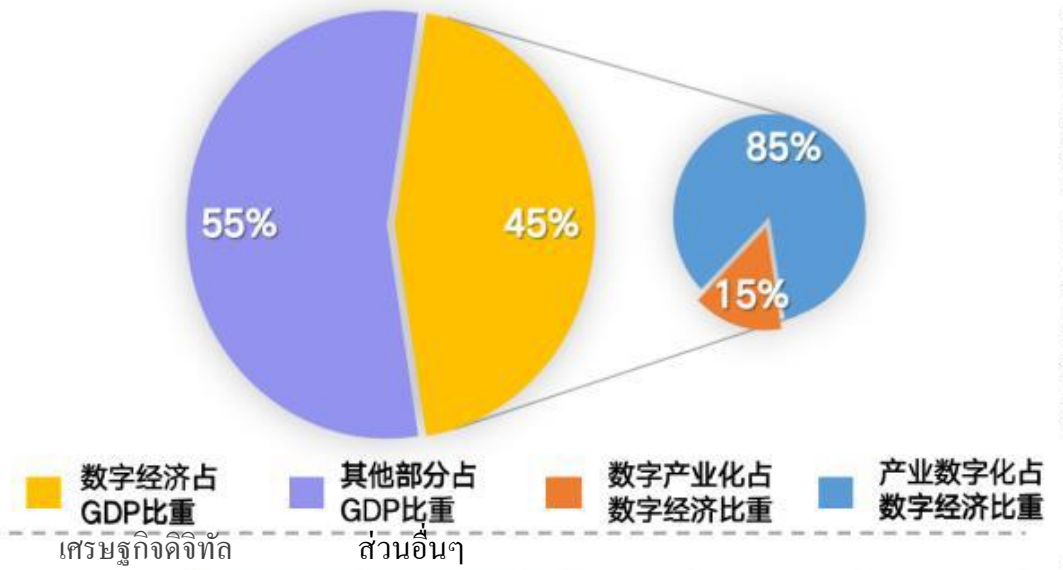
GDP และ
อัตราการ
เติบโต
ของเศรษฐกิจ
ดิจิทัล

GDP及数字经济增速



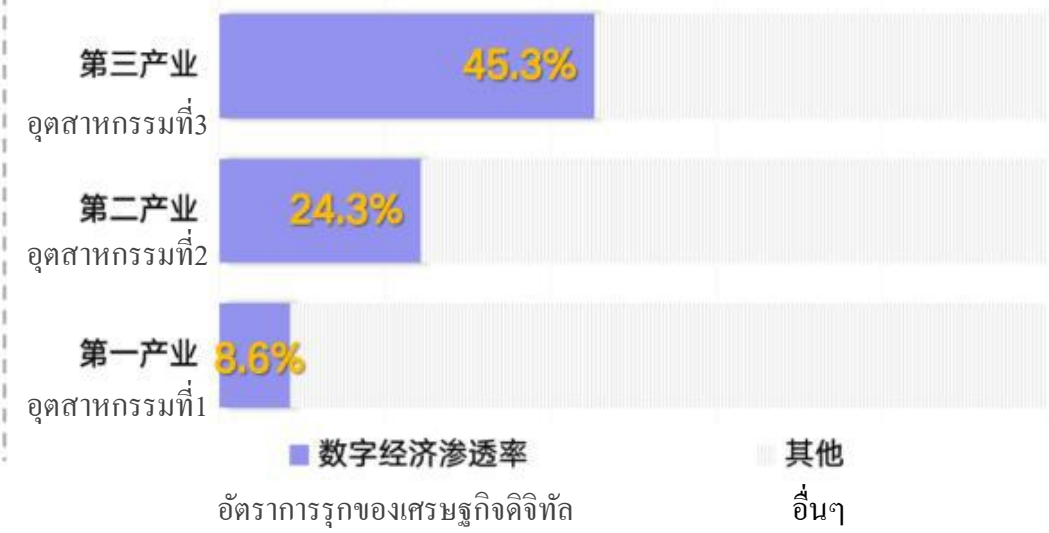
数字经济占比及结构

สัดส่วน
และโครงสร้าง
ของเศรษฐกิจ
ดิจิทัล



三次产业数字经济渗透

การเจาะ
เศรษฐกิจ
ดิจิทัลของ
สาม
อุตสาหกรรม



2021年各国数字经济规模（亿美元）

美国



153181

中国



70576

德国



28767



日本 25691



英国 21679



法国 13637



韩国 9631



印度 6799



加拿大 5441



墨西哥 4338



意大利 4285



巴西 3513



俄罗斯 3348



澳大利亚 3283



爱尔兰 2680



西班牙 2371



新加坡 1729



瑞士 1596



瑞典 1580



荷兰 1493



印度尼西亚 1473



波兰 1325



比利时 1273



挪威 1125



丹麦 1106



芬兰 1099



马来西亚 937



南非 801



泰国 724



土耳其 651



捷克 649



罗马尼亚 623



奥地利 548



越南 473



匈牙利 441



新西兰 328



葡萄牙 311



希腊 245



保加利亚 183



卢森堡 173



克罗地亚 164



斯洛伐克 157



立陶宛 117



斯洛文尼亚 99



爱沙尼亚 98



拉脱维亚 73



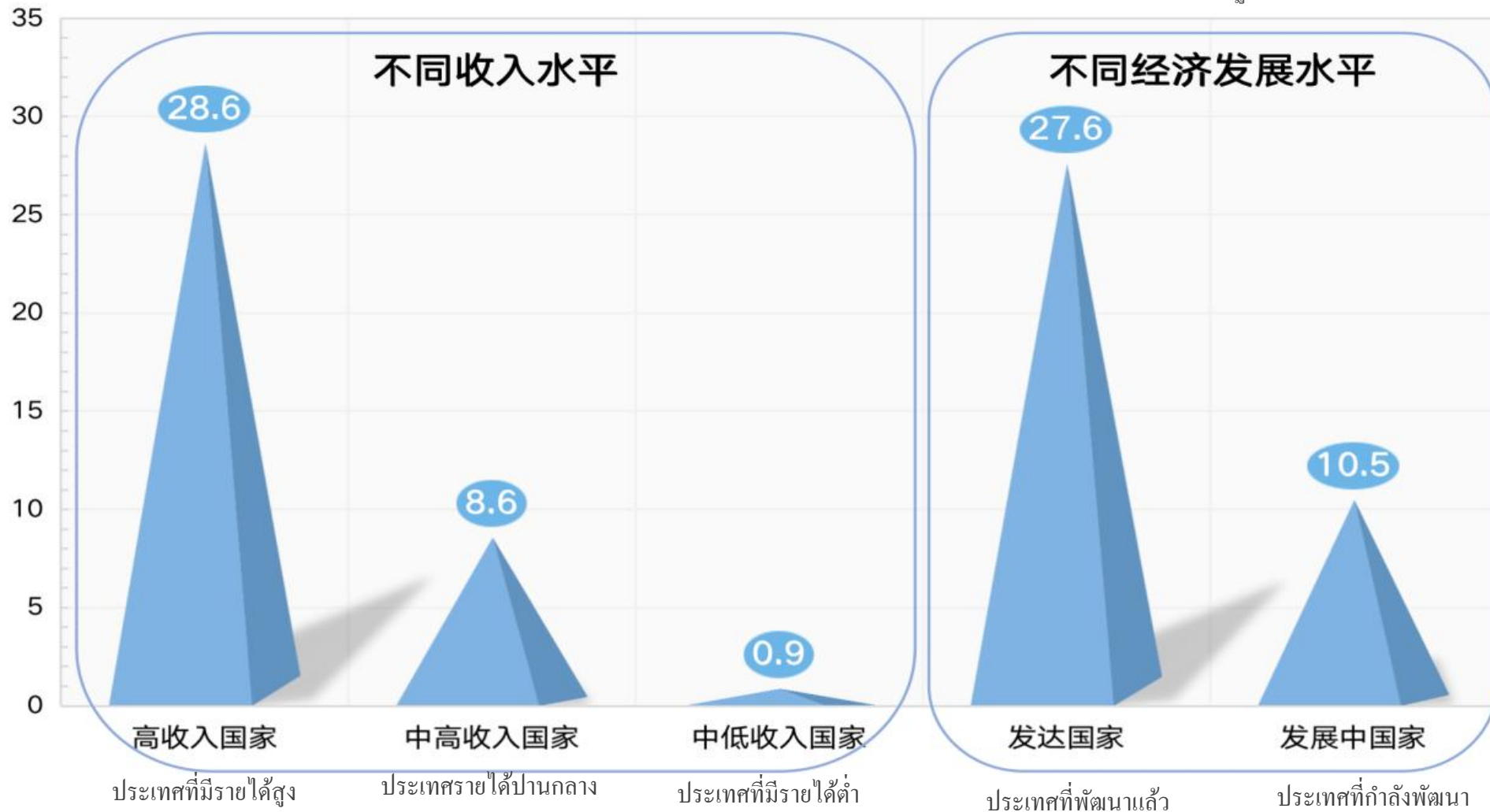
塞浦路斯 42

ล้านล้านดอลลาร์

万亿美元

ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน

ระดับการพัฒนาเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน



ค่าเฉลี่ยทั่วโลก 45.0%

全球平均水平
45.0%

ประเทศที่มีรายได้สูง

■ 高收入国家

■ 中高收入国家

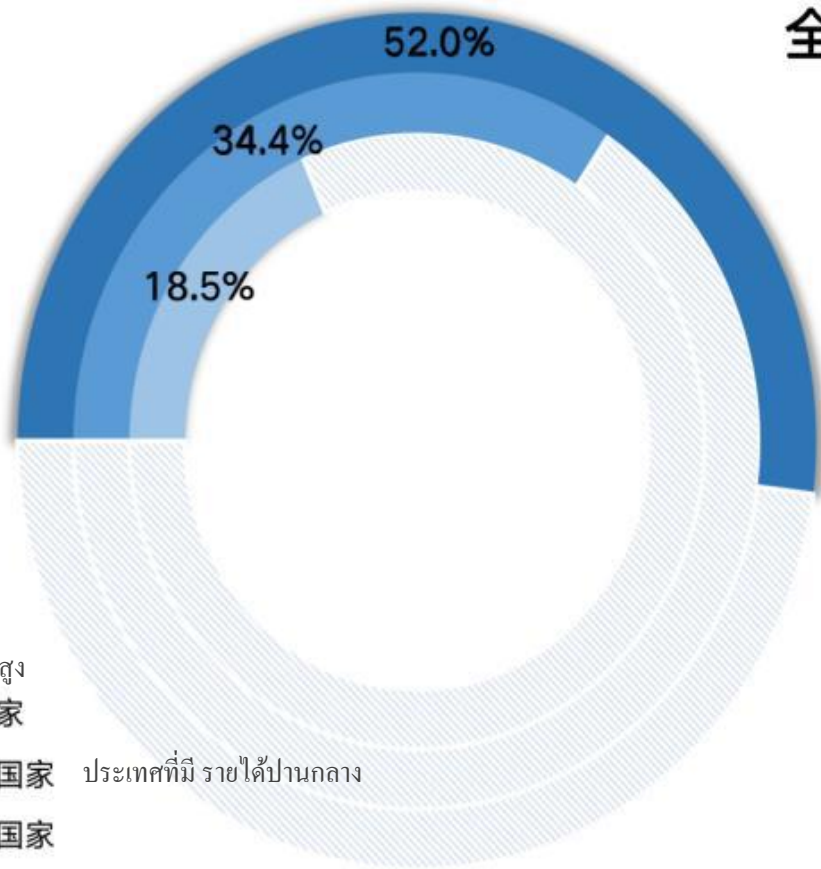
■ 中低收入国家

ประเทศที่มีรายได้ต่ำ

ประเทศที่มีรายได้ปานกลาง

不同收入水平国家

ประเทศระดับรายได้ที่แตกต่างกัน



ประเทศที่พัฒนาแล้ว

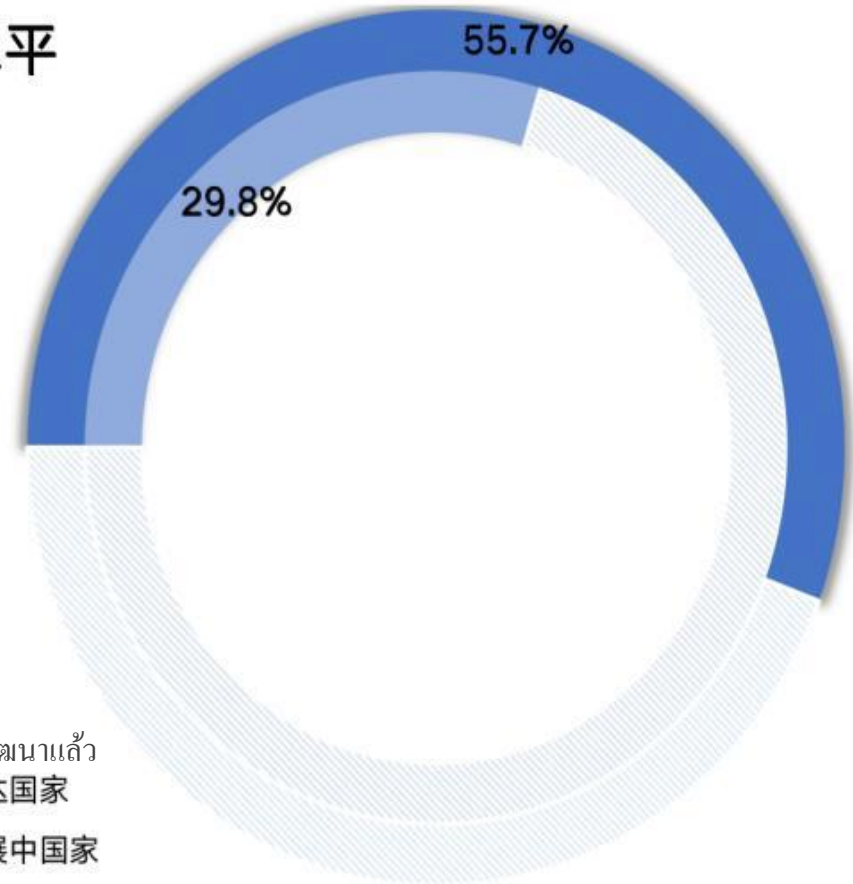
■ 发达国家

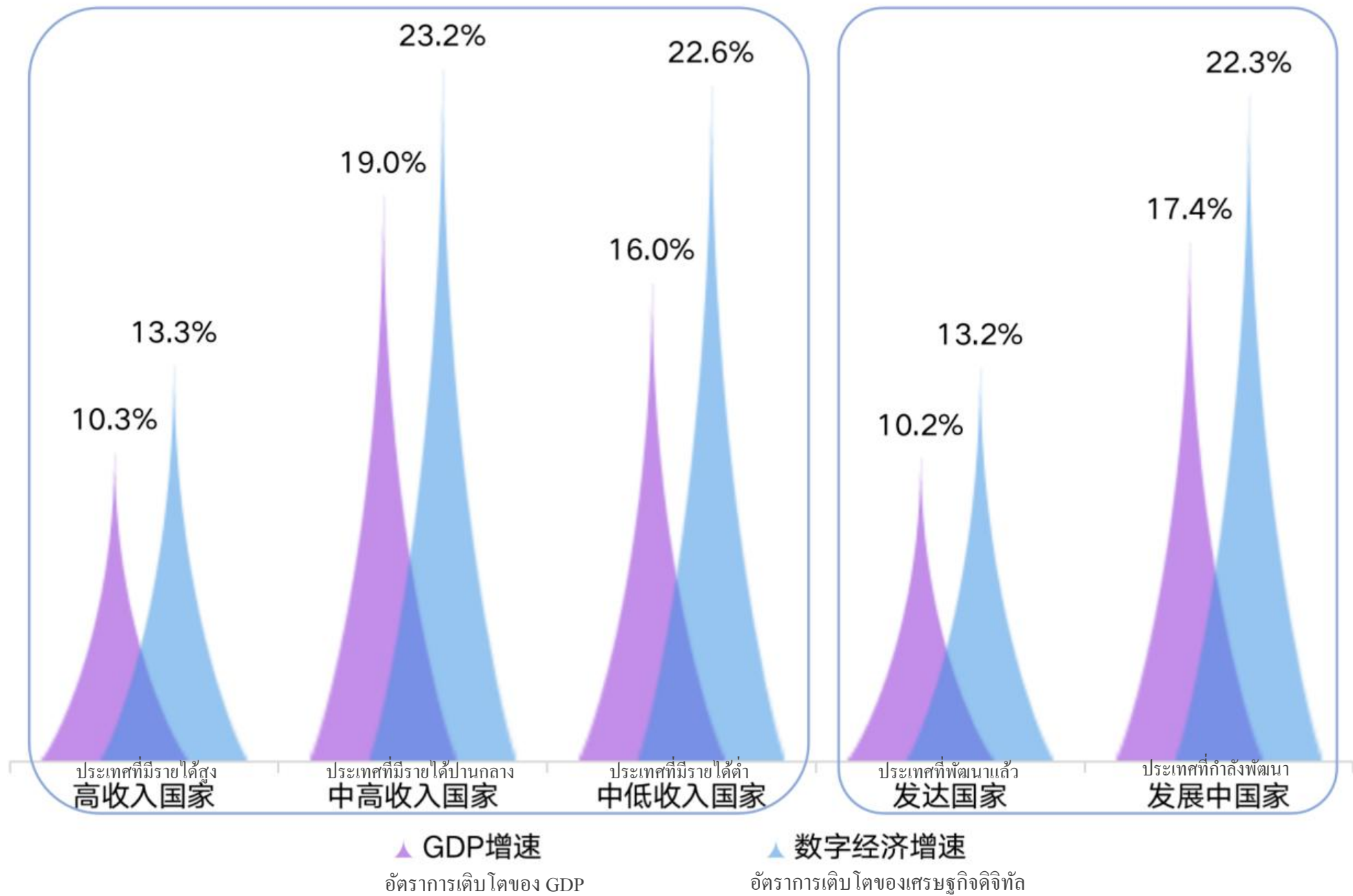
■ 发展中国家


ประเทศที่กำลังพัฒนา

不同经济发展水平国家

ประเทศระดับการพัฒนาเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน







在今天所有巨大的不确定性中，有一件事是确定无疑的，那就是数字化是我们最确定的巨大机遇。数字化将渗透各行业，城市因为数据而繁荣。人类全面进入数据时代的标志，是传统行业大规模收益于数字技术的转型升级。

ในบรรดาความไม่แน่นอนที่ยิ่งใหญ่ในปัจจุบันนี้ มีสิ่งหนึ่งที่แน่นอน และนั่นคือการแปลงเป็นแบบดิจิทัล ถือเป็นโอกาสครั้งใหญ่ที่แน่นอนที่สุดของเรา ดิจิทัลจะแทรกซึมเข้าไปในอุตสาหกรรมต่างๆ และเมืองจะเจริญรุ่งเรืองเพราะข้อมูล และสัญญาณที่บ่งบอกว่ามนุษยชาติได้เข้าสู่ยุคแห่งข้อมูลเต็มรูปแบบแล้วก็คือการเปลี่ยนแปลงและการยกระดับอุตสาหกรรมแบบดั้งเดิมที่ได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในวงกว้าง

良品铺子----2006年创建，目前2300多家线下门店

เบสท์สโตร์ (BESTORE) ---- ก่อตั้งในปี 2006 ปัจจุบันมีร้านค้าออฟไลน์มากกว่า 2300 แห่ง

1.线下门店.

ร้านค้าออฟไลน์

2.本地生活

ชีวิตในท้องถิ่น

5.APP终端

แอปพลิเคชันเทอร์มินัล

4.社交电商

โซเชียลอีคอมเมิร์ซ

3.电商平台

แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ

触点

จุดที่ยึดมั่น

需求

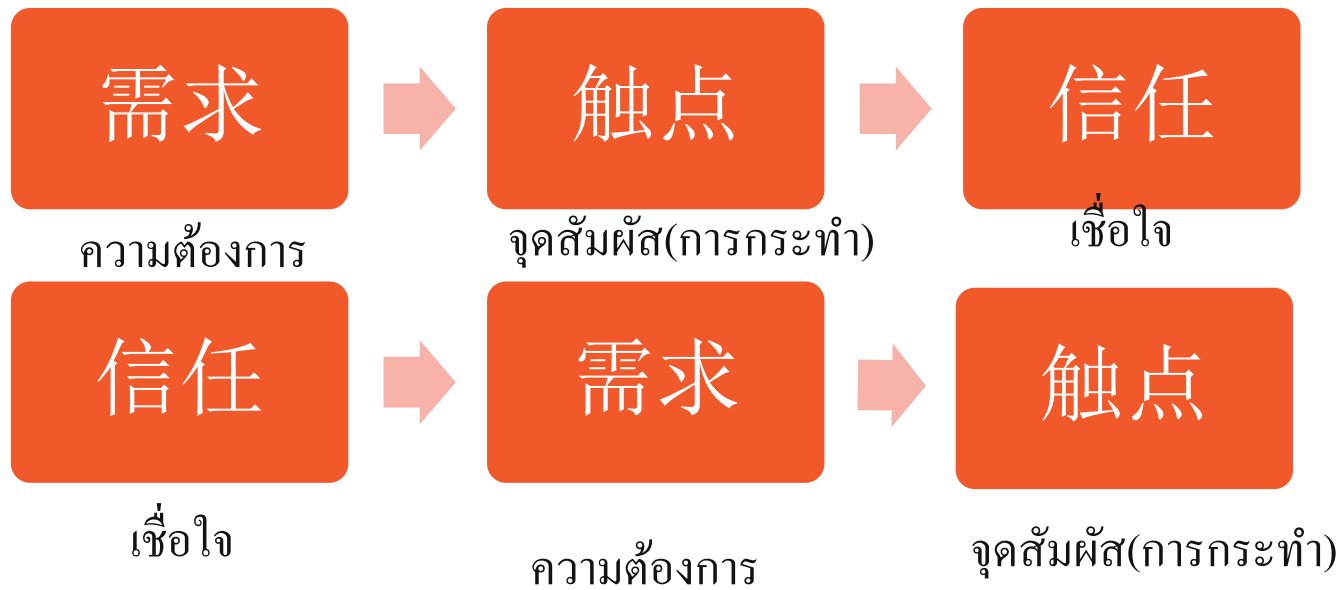
ความต้องการ

信任

ความเชื่อมั่น

突然家里盐没了，这是需求。然后冲进超市，这是触点。那么多盐啊？挑来挑去，挑中某个品牌，这是信任。

ในบ้านเกลือหมด นี่เป็นความต้องการ แล้วรีบวิ่งเข้าไปที่ซูเปอร์มาร์เก็ต นี่คือจุดสัมผัส เกลือมีหลายยี่ห้อมาก? เลือกไปเลือกมา สุดท้ายเลือกมาแบรนด์ๆหนึ่ง นี่คือความเชื่อใจ



搜索电商

อีคอมเมิร์ซแบบค้นหา

社交电商

โซเชียลอีคอมเมิร์ซ

(Social e-commerce)

社交电商 โซเชียลอีคอมเมิร์ซ

- 微信公众号、微商城、微博、百度贴吧、直播电商等，打造客户社交平台 บัญชีสาธารณะ WeChat, WeMall, Weibo, Baidu Tiebar, อีคอมเมิร์ซสด ฯลฯ เพื่อสร้างแพลตฟอร์มโซเชียลของลูกค้า
- 实体店铺里开辟30余款的微信扫描8折购区域，让客户快速聚拢到微信粉丝平台 ร้านค้าที่มีหน้าร้านเปิดพื้นที่ส่วนลด 20% ในการสแกน WeChat มากกว่า 30 รายการเพื่อให้ลูกค้ารวมตัวกันได้อย่างรวดเร็วบนแพลตฟอร์มแฟน WeChat
- 与粉丝共同打造产品、有效互动，推送主题营销活动，借助粉丝力量传播品牌 การสร้างผลิตภัณฑ์ร่วมกับแฟนคลับ โดยได้ตอบอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อผลักดันแคมเปญการตลาดและใช้พลังของแฟนคลับ เพื่อเผยแพร่แบรนด์
- 与斗鱼直播达成战略合作，几千名网红共同上演直播大秀 บรรลุความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับ Douyu Live และคนดังทางอินเทอร์เน็ต หลายพันคนร่วมกันจัดรายการถ่ายทอดสด

创新变革 นวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลง

打造全渠道智能零售一体化管理平台

สร้างแพลตฟอร์มการจัดการแบบบูรณาการสำหรับการค้าปลีกอัจฉริยะทุกช่องทาง

- 良品铺子与IBM、SAP、华为等合作，打通ERP、CRM、WMS、OMS等管理系统，每年投入大量经费，实现线上、线下一体化系统构建，实现了产品、客户、渠道、供应链数字化，实现资源有效整合。BESTOREร่วมมือกับ IBM, SAP, Huawei และอื่น ๆ เพื่อเปิดระบบการจัดการ เช่น ERP, CRM, WMS และ OMS บริษัทลงทุนเงินจำนวนมากทุกปีเพื่อสร้างระบบออนไลน์และออฟไลน์แบบบูรณาการ การทำให้เป็นดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ ลูกค้า ช่องทาง และห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้บรรลุการรวมทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

全球数字经济发展四大趋势		
趋势一 แนวโน้มที่1	加快布局 新型基础设施 เร่งการปรับใช้โครงสร้างพื้นฐานรูปแบบใหม่	<p>第一，以5G、千兆固网等为代表的新型数字基础设施建设将为各国数字经济长期高质量发展提供持续动能；</p> <p>ข้อ1 การสร้างโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลใหม่ซึ่งแสดงโดย 5G, Gigabit Solid Net ฯลฯ จะให้แรงผลักดันอย่างต่อเนื่อง สำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลในระยะยาวและคุณภาพสูงของประเทศต่างๆ</p> <p>第二，数字技术的深度发展对数字基础设施建设不断提出新的要求；</p> <p>ข้อ2 การพัฒนาเชิงลึกของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เกิดความต้องการใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องสำหรับการสร้างโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล</p>
趋势二 แนวโน้มที่2	与实体经济 深度融合发展 การบูรณาการเชิงลึกและการพัฒนากับเศรษฐกิจที่แท้จริง	<p>各主要国家和地区的数字经济相关战略会陆续深入实施，普遍将运用互联网、大数据等新一代信息技术赋能先进制造业，推动形成数字与实体深度交融、物质与信息耦合驱动的新型发展模式；</p> <p>กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศและภูมิภาคหลักจะถูกนำมาใช้ในเชิงลึกที่ละขั้นอย่างต่อเนื่อง โดยทั่วไปจะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศยุคใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ตและข้อมูลขนาดใหญ่จะถูกใช้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพอุตสาหกรรมการผลิตขั้นสูง และยังส่งเสริมให้เกิดการพัฒนารูปแบบใหม่ที่ขับเคลื่อนโดยการบูรณาการเชิงลึกของดิจิทัลและกายภาพ และการประสานกันของวัตถุและข้อมูล</p>
趋势三 แนวโน้มที่3	制造业 数字化转型加快 การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในภาคการผลิตเร่งตัวขึ้น	<p>数字经济与实体经济的深度融合，推动了数字产业化和产业数字化发展。其次，物联网、云计算和区块链等技术充分释放制造业释放后发优势。</p> <p>การบูรณาการเชิงลึกของเศรษฐกิจดิจิทัลและเศรษฐกิจที่แท้จริงได้ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลและอุตสาหกรรมดิจิทัล รองลงมาเทคโนโลยี เช่น Internet of Things, Cloud Computing และblockchain จะได้รับข้อได้เปรียบหลังจากอุตสาหกรรมการผลิตได้เต็มที่</p>
趋势四 แนวโน้มที่4	构建数字经济新规则 การสร้างกฎใหม่สำหรับเศรษฐกิจดิจิทัล	<p>数字经济创新发展对现有国际规则体系带来新的挑战，国际规则亟待重塑。各国应共同协商构建相关技术产品和服务的国际标准。一是探索数据跨境安全有序流动的国际规则；二是加强网络安全国际合作。</p> <p>ระบบกฎระหว่างประเทศที่มีอยู่และกฎระหว่างประเทศที่จำเป็นจะต้องปรับโครงสร้างอย่างเร่งด่วนนั้นได้นำความท้าทายใหม่มาสู่การพัฒนานวัตกรรมของเศรษฐกิจดิจิทัล ประเทศต่างๆ ควรร่วมกันเจรจาและสร้างมาตรฐานสากลสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องหนึ่งคือกฎสากลในการสำรวจและการควบคุมของข้อมูลอย่างปลอดภัยแนวใหม่เป็นระเบียบซึ่งเหมาะสม สองคือการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศซึ่งควบคุมข้อมูลทางไซเบอร์</p>



03

四新经济内涵

ความหมายแฝงของสี่เศรษฐกิจใหม่

四新经济

สี่เศรษฐกิจใหม่

类 型 ประเภท	含 义 ความหมาย
新技术 เทคโนโลยีใหม่	技术方面的不断革新，比如机器人、3D打印、云计算等 นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีที่ไม่หยุดพัฒนาเช่น หุ่นยนต์ การพิมพ์ 3 มิติ คลาวด์คอมพิวเตอร์ เป็นต้น
新产业 อุตสาหกรรมใหม่	通过运用新技术，以新市场需求为依托，衍生出的新产业，如人工智能、新能源 อุตสาหกรรมใหม่เช่น ปัญญาประดิษฐ์ พลังงานใหม่ เกิดจากการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่และอาศัยความต้องการของตลาดใหม่
新业态 รูปแบบธุรกิจใหม่	在新技术和新产业的带动下，从现有的领域中衍生或叠加出的新环节、新活动 จากการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมใหม่ ห่วงโซ่ใหม่และพฤติกรรมใหม่นั้นเกิดจากการซ้อนทับของขอบเขตความคิดที่มีอยู่
新模式 โมเดลใหม่	以市场需求为中心，打破原先分布的产业链及价值链，重新实现要素的高效组合，如供应链 มุ่งเน้นไปที่ความต้องการของตลาดเป็นหลัก โดยทำลายห่วงโซ่อุตสาหกรรมและห่วงโซ่มูลค่าที่กระจายแบบเดิม และตระหนักถึงนำองค์ประกอบที่มีประสิทธิภาพมาใช้ใหม่ เช่น ห่วงโซ่อุปทาน

四新经济的发展

การพัฒนาของเศรษฐกิจสี่ใหม่



战略新兴产业的迅猛发展

การพัฒนาอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมเกิดใหม่เชิงกลยุทธ์

新型产品市场份额远超传统制造

ส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่มีมากกว่าการผลิตแบบดั้งเดิม

อย่างมาก

电子服务业不断创新发展

การพัฒนาอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมบริการอิเล็กทรอนิกส์

อนิกส์



04

中国电商产业发展

การพัฒนาอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซของจีน



电商1.0



电商2.0



电商3.0



电商4.0



电商1.0

อีคอมเมิร์ซ 1.0

满足消费者
需求阶段

ตอบสนองความต้องการของผู้

บริโภคตามขั้นตอน

电商2.0

อีคอมเมิร์ซ 2.0

关注消费者关系
及提升效率阶段

เน้นความสัมพันธ์กับผู้บริโภคเป็นหลัก

และขั้นตอนการยกระดับอย่างมี

ประสิทธิภาพ

电商3.0

อีคอมเมิร์ซ 3.0

品牌传递
潜在需求


ความต้องการขึ้นอยู่กับแบรนด์

电商4.0

อีคอมเมิร์ซ 4.0

数据和
人工智能时代

ยุคของข้อมูลและAI



2022年，我国网上零售额13.79万亿元，同比增长4%。全国农村网络零售额达2.17万亿元，同比增长3.6%。

ในปี 2022 ยอดค้าปลีกออนไลน์ในประเทศจีนสูงขึ้นถึง 13.79 ล้านล้านหยวน เพิ่มขึ้น 4% เมื่อเทียบกับรายปีกับยอดค้าปลีกออนไลน์ในชนบททั่วประเทศอยู่ที่ 2.17 ล้านล้านหยวน เพิ่มขึ้น 3.6% เมื่อเทียบกับรายปี

2022年，我国跨境电商进出口（含B2B）2.11万亿元，同比增长9.8%，发展迅速。其中，出口1.55万亿元，同比增长11.7%，进口0.56万亿元，同比增长4.9%。

ในปี 2022 การนำเข้าและส่งออกอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนของจีนพัฒนาอย่างรวดเร็ว (รวมถึง B2B) อยู่ที่ 2.11 ล้านล้านหยวน เพิ่มขึ้น 9.8% เมื่อเทียบกับรายปี แบ่งเป็นการส่งออก 1.55 ล้านล้านหยวน เพิ่มขึ้น 11.7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และการนำเข้า 0.56 ล้านล้านหยวน เพิ่มขึ้น 4.9% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน



关键词一：全域兴趣电商

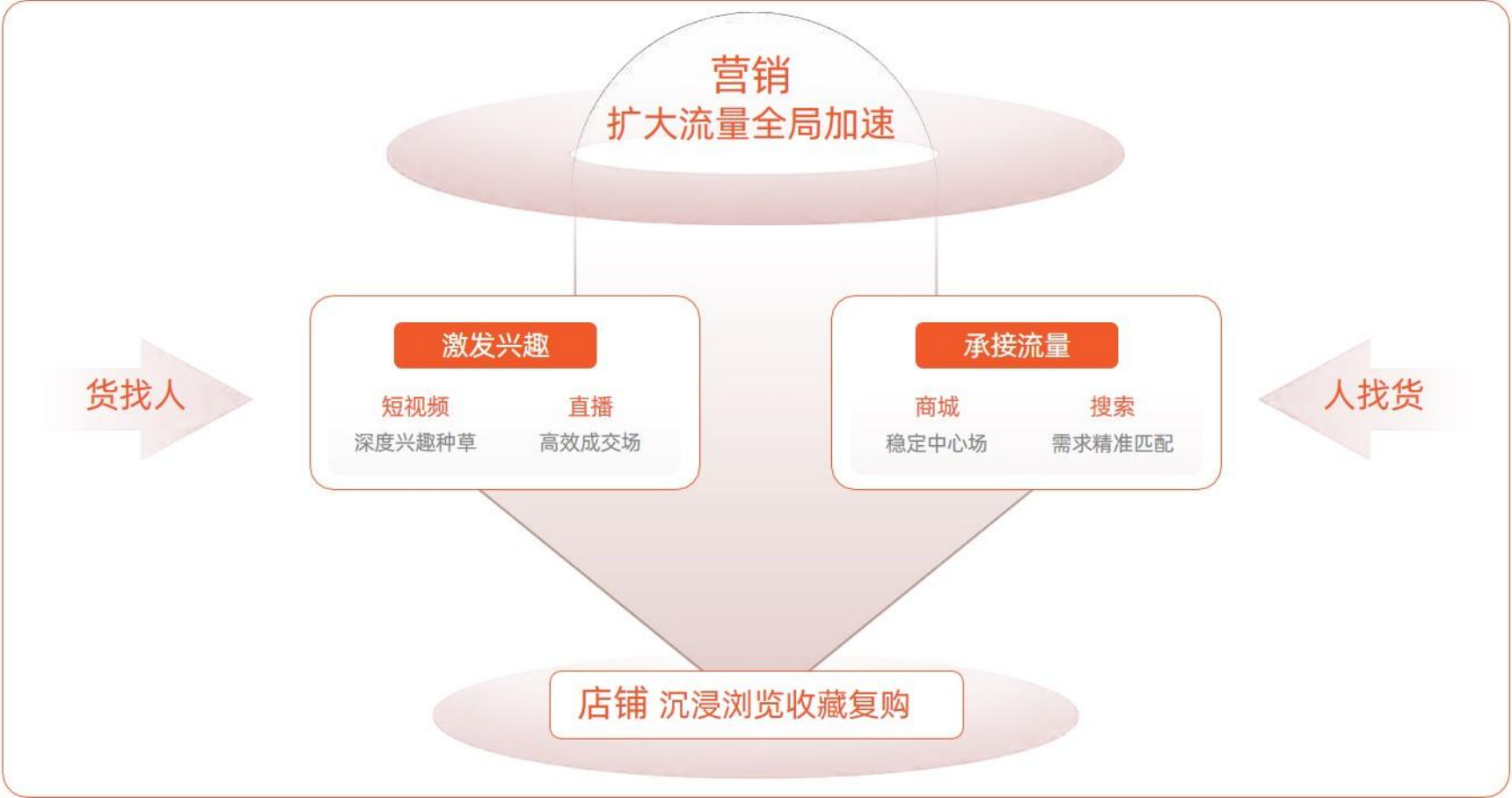
คำสำคัญที่1: อีคอมเมิร์ซที่น่าสนใจทั่วโลก

关键词二：产业电商

คำสำคัญที่2: อุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซ

关键词一 全域兴趣电商

兴趣电商 → 全域兴趣电商



7600w+ 有销量的带货直播场次

65% 带货直播播主数同比增长

2700+ 单场成交额破千万直播间

带货视频数同比上涨331%

110+ 年销额破十亿的品牌

一：内容激发消费兴趣

เนื้อหากระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค

在全域兴趣电商模式下，具备内容优势的带货短视频能够激发用户兴趣，达到深度种草的目的。2022年带货短视频无论是从数量还是质量上，都呈现显著增长趋势。与用户兴趣内容，日常关注点强相关的视频内容，能够广泛引起互动传播。

带货视频数同比上涨 **331%**

带货视频播主数 **102%**

百万赞视频播主数 **1W+**

带货视频GMV同比增长 **23%**

有动销的带货视频播主数 **152w+**

ภายใต้รูปแบบอีคอมเมิร์ซที่น่าสนใจทั่วโลก วิดีโอสั้นที่มีสินค้าในวิดีโอพร้อมแสดงเนื้อหาที่น่าสนใจจะสามารถกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการลงได้อีก ในปี 2022 วิดีโอสั้นที่มีสินค้าในวิดีโอมีแนวโน้มการเติบโตที่สำคัญทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความสนใจของผู้บริโภคจะมุ่งเน้นไปที่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถทำให้เกิดการสื่อสารแบบโต้ตอบได้อย่างกว้างขวาง

二：直播电商

อีคอมเมิร์ซสด

越来越多的品牌入场自播带货，场次增长1006%。随着本地生活服务需求量增大，团购模式也迎来井喷发展，但从GMV趋势来看，直播销售增速放缓，但依旧维持高正增长趋势。

แบรนด์สินค้าที่มากขึ้นได้ทำการสตรีมสดขายสินค้ามากขึ้นถึง 1,006% รอบสตรีม ด้วยความต้องการการบริการชีวิตในท้องถิ่นที่เพิ่มขึ้น รูปแบบการซื้อแบบกลุ่มก็นำไปสู่การพัฒนาอย่างฉับพลัน แต่จากแนวโน้มของ GMV อัตราการเติบโตของการขายผ่านสตรีมสดได้ชะลอตัวลง แต่ก็ยังคงมีแนวโน้มการเติบโตในเชิงบวกสูงอยู่



2022年直播带货整体销售趋势

แนวโน้มการขายโดยรวมของถ่ายทอดสดในปี 2022

三：品牌私域----抖音私域电商经营链路

แบรนด์ที่มีพื้นที่ส่วนตัว ---- ลิงก์ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ TikTok Private Domain



四：中心场 ใจความสำคัญ

中心场两大场景核心策略及渠道触点举例 ตัวอย่างของกลยุทธ์หลักและสู่ทางการติดต่อใน2สถานการณ์สำคัญ

搜索场景 หน้าการค้นหา

通过视频/评论区的搜索触点或商城热搜词的布局优化，提升品牌自然流量曝光



猜你想搜



大家都在搜

商城场景 หน้าเพจการช้อปปิ้ง

定制商城专属货盘，并通过优化商品卡等动作提升点击，加强转化效率

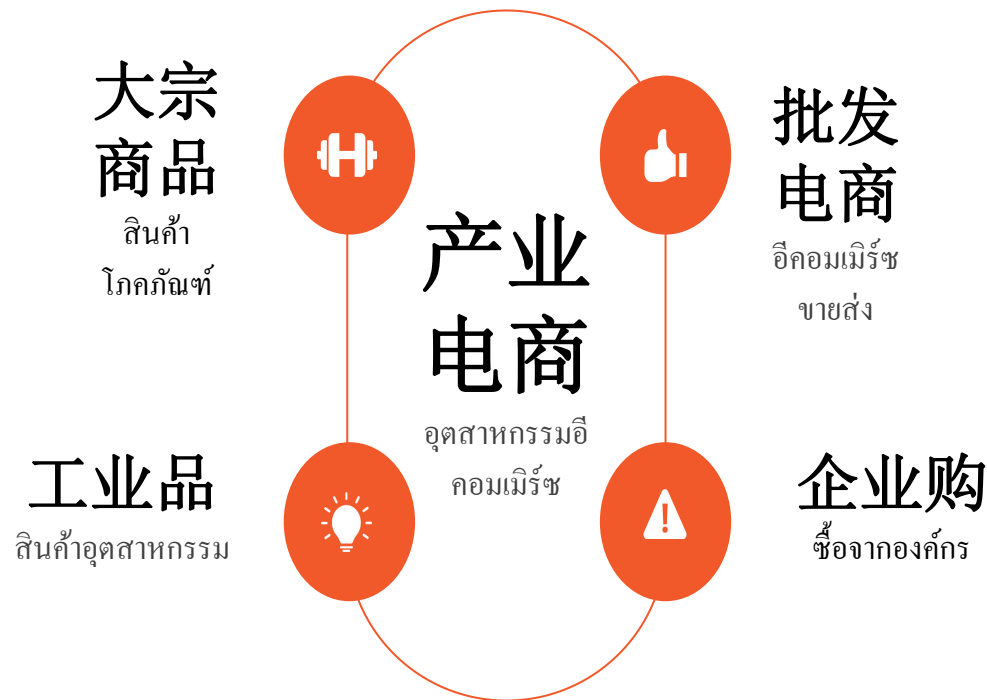


商城首页



详情页

关键词二 产业电商



产业电商能有效解决上下游分散、销售流通渠道不健全、产能过剩、品牌辨识度低等问题，对有效链接上下游意义重大。อีคอมเมิร์ซเชิงอุตสาหกรรมสามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การกระจายต้นน้ำและปลายน้ำ ช่องทางการขายและการกระจายสินค้าที่ไม่มั่นคง กำลังการผลิตล้นตลาด และการแยกแบรนด์ต่ำ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการเชื่อมโยงต้นน้ำและปลายน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

2021年，我国产业电商市场规模达到29.11万亿原，同比增长5.85%。产业电商正在向深层次演进，反映出数字经济的增长空间正在持续拓展。目前，国内已有10家产业电商上市公司。ใน ปี 2021 ขนาดของตลาดอีคอมเมิร์ซอุตสาหกรรมในประเทศจีนถึง 29.11 ล้านล้านหยวนเพิ่มขึ้น 5.85% เมื่อเทียบกับเป็นรายปี อีคอมเมิร์ซเชิงอุตสาหกรรมกำลังพัฒนาไปสู่ระดับที่ลึกขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของพื้นที่การเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล และปัจจุบันมีบริษัทจดทะเบียนอีคอมเมิร์ซอุตสาหกรรม 10 แห่งในประเทศจีน



Botok



中泰合作“中文+电子商务”项目师资培训
การอบรมบุคลากรครูโครงการความร่วมมือไทย-จีน
“ทักษะอีคอมเมิร์ซ+ภาษาจีน”

感谢观看

ขอบคุณที่รับชม

主讲：武汉职业技术学院

ผู้บรรยาย: วิทยาลัยเทคโนโลยีอู่ฮั่น

智能商务学院院长、教授 周蓉

คณบดีวิทยาลัยธุรกิจอัจฉริยะ(BI), คุณโจวหรง(ศาสตราจารย์)

