

# Special Newsletter

## Thaifex Anuga Asia 2025



### Highlights

**🐟 Seafood Panel สู่เวทีโลก:** คุณอมรพันธุ์ กรรมการ TTIA แลกเปลี่ยนแนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารทะเลยั่งยืน พร้อมตัวแทนจากนอร์เวย์และอลาสกา

**🏢 สมาชิก TTIA ออกบูธ 17 บริษัท เพิ่มขึ้น 31% จากปี 2024** เสียงตอบรับดีเยี่ยม พร้อมข้อเสนอแนะต่อยอดในปีถัดไป

**🗨 Undercurrent News สัมภาษณ์พิเศษ:**

- ดร.ชนิษฐ์ นายกฯ เจาะลึกมุมมองอุตสาหกรรมทูน่าไทยสู่ตลาดโลก ทั้งด้านความยั่งยืนและยุทธศาสตร์การปรับตัว
- คุณอมรพันธุ์ SVG CEO กลยุทธ์ป้องกันและลงทุนพัฒนาโรงงานรักษ์สิ่งแวดล้อม ภายใต้ความไม่แน่นอนจากภาคีสหรัฐฯ

## 27 พฤษภาคม 2568 พิธีเปิดงาน THAIFEX ANUGA ASIA 2025

ดร.พจน์ อร่ามวัฒนานนท์ ที่ปรึกษาทิตติมศักดิ์สมาคมฯ ในนามประธานกรรมการหอการค้าไทย และดร.ชวินทร์ ชลิศราพงศ์ นายกสมาคมฯ ในนามรองประธานกรรมการหอการค้าไทย เข้าร่วมพิธีเปิดงาน ร่วมกับรัฐมนตรีพาณิชย์ คุณพิชัย นริพทะพันธุ์ เวลา 13.30 น. ณ ห้องพีนิคซ์ งานนี้เป็นความร่วมมือระหว่าง DITP, หอการค้าไทย และ Koelnmesse เยอรมนี เพื่อส่งเสริมศักยภาพอาหาร-เครื่องดื่มไทย

จุดมุ่งหมาย: สนับสนุนการส่งออก พัฒนาคุณภาพและเทคโนโลยีอุตสาหกรรมอาหาร พร้อมผลักดันไทยเป็นศูนย์กลางงานแสดงสินค้าระดับเอเชีย



### สรุปผลการจัดงาน:

- **Exhibitors** 3,231 ราย (6,208 คูหา) แบ่งเป็นผู้ประกอบการไทย 1,184 ราย (37%) และผู้ประกอบการต่างชาติ 2,047 ราย (63%) จาก 57 ประเทศทั่วโลก
- **Visitors** 142,370 คน แบ่งเป็นผู้ร่วมเจรจาการค้า 88,349 คน (62%) และประชาชนทั่วไปในวันจำหน่ายปลีก 54,021 คน (38%)
- **Visitors ผู้ร่วมเจรจาการค้า** แบ่งเป็นชาวต่างชาติ 20,566 คน (23%) และชาวไทย 67,783 คน (77%)
- **Top 5 Visitors** ได้แก่ ไทย จีน อินเดีย เวียดนาม และญี่ปุ่น
- **สร้างมูลค่าการค้ารวมสูงถึง 135,678.07 ล้านบาท** โดยมีมูลค่าการซื้อขายของผู้ประกอบการไทย 99,099.28 ล้านบาท (73%)

ที่มา: <https://www.posttoday.com/business/724976>

## 28 พฤษภาคม 2568 งานเสวนา Seafood Panel Session

TTIA คุณอมรพันธุ์ อร่ามวัฒนานนท์ กรรมการฯ ร่วมเป็น Panelist ในงานเสวนา Seafood Panel Session หัวข้อ "The Future of Seafood Trade: Global Trends and Market Dynamics" ของงาน THAIFEX ANUGA ASIA 2025 ณ Future Food Experience+ Stage, Hall 5, อิมแพ็ค เมืองทองธานี โดยมีคุณ Christian Chramer, CEO. Norwegian Seafood Council และคุณ Allen Kimball, Chairman of the Board, Alaska Seafood Marketing Institute เป็น Panelist ร่วมสรุปดังนี้



ทิศทางของอุตสาหกรรมอาหารทะเลในอนาคต ทั้งในมุมมองของโอกาส ความท้าทาย และการปรับตัวของผู้เล่นในตลาดโลก อย่างยั่งยืน

### 1. ตลาดสินค้า Seafood นอร์เวย์: ตัวอย่างของการใช้กลยุทธ์สร้างแบรนด์ด้วยความยั่งยืน

- แม้นอร์เวย์จะเป็นประเทศขนาดเล็กและมีประชากรไม่มาก แต่สามารถสร้างภาพลักษณ์ระดับโลกในด้านสินค้าอาหารทะเลคุณภาพสูงได้
  - นอร์เวย์ใช้การตลาดที่มีพื้นฐานจากข้อมูลวิจัยและการรับรองคุณภาพ เช่น การรับรองจาก MSC (Marine Stewardship Council)
  - ผู้บริโภคทั่วโลก โดยเฉพาะในสหรัฐฯ และยุโรป มีความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ของนอร์เวย์ เพราะมีระบบตรวจสอบย้อนกลับ (traceability) ที่ชัดเจน
- >>> ตัวอย่างแคมเปญโปรโมชันจากทะเลสู่ท้องฟ้า ร่วมกับการบินไทย "From Sea to Sky"

### 2. ตลาดสินค้า Seafood อลาสกา: หลักการพัฒนาตลาด

- ต้องเข้าใจความหลากหลายทางวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร เช่น อายุ และแนวคิดต่อความยั่งยืน
- อลาสกาให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการประมงด้วยข้อมูล (data-driven management) และการมีระบบซัพพลายเชนที่ถูกต้อง (Right Supply Chain)
- การเปลี่ยนแปลงในตลาดต้องอาศัยเวลา ข้อมูล และการให้ความรู้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Education) เช่น แรงงาน และผู้บริโภค

### 3. บริบทอุตสาหกรรมทูน่าไทย: ความร่วมมือเพื่อความยั่งยืน

- อุตสาหกรรมทูน่าให้ความสำคัญกับ Sustainability และใช้แนวทาง MSC ตั้งแต่ปี 2010 ในการจับทูน่า P&L (Pole and Line) ของมัลดีฟส์ ซึ่งมองว่าเป็นเครื่องมือยั่งยืนที่สุด

- อุตสาหกรรมทูน่าทำงานใกล้ชิดกับผู้ขายปลา จากไต้หวัน ญี่ปุ่น และบางรายเป็นสมาชิก ISSF การจับโดยเครื่องมืออวนล้อมขนาดใหญ่ Purse Seiner ต้องอ้างอิง RFMO ซึ่งมีข้อมูลการจับและสต็อกปลา รายสปีชีส์ การควบคุมปริมาณการจับให้ยังอุดมสมบูรณ์ (healthy stock)



>>> ตัวอย่าง SVG ในปี 2025 มีทูน่าประมาณ 60% ที่ได้รับรอง MSC และส่วนใหญ่ส่งออกไป สหรัฐฯ และยุโรป

- ในการส่งเสริมปลาโอยั่งยืนของไทย TTIA ร่วมมือกับสมาคมอวนล้อมไทยโปรโมตความยั่งยืน กลุ่มสินค้าปลาโอ ระบบตรวจสอบย้อนกลับ (traceability) หากมีการเพิ่มทุน จะสามารถพัฒนาให้เรือไทยเข้มแข็งขึ้นได้

- TTIA ยังทำงานร่วมกับภาครัฐและ NGOs เพื่อยกระดับมาตรฐานแรงงาน (GLP)

- อุตสาหกรรมทูน่าไทยให้ความสำคัญกับ "People well-being" และการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (green production)

อนึ่ง ความมั่นใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับระบบตรวจสอบย้อนกลับและข้อมูลที่เชื่อถือได้ ต้องให้ความสำคัญกับการแบ่งปันข้อมูล (data sharing) และ traceability ดังนั้น ต้องทำแบรนด์ร่วมกับการสร้างระบบที่มั่นคง และอาศัยความร่วมมือแบบใกล้ชิดระหว่างภาคเอกชน ภาครัฐ และ NGOs เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าที่ยั่งยืน



## ผู้สื่อข่าวจาก Undercurrent News ได้ขอสัมภาษณ์ อุตสาหกรรมทูน่าไทย โดยแยกเป็น 2 ช่วง ดังนี้

### 1. ช่วง Thai tuna ในนาม ดร. ชนิทร์ นายกสมาคม TTIA



Interview about The Current Thai tuna industry  
By Undercurrent News, Masahiko Takeuchi, Japan reporter  
On Wednesday 28<sup>th</sup> May 2025, Time @Booth SVG (3-N01)

*Prepared by Thai Tuna Industry Association*

1. Q: Thai tuna exports, volume and value, during Q1 (and April) this year and its comparison over the previous year, and drivers for year-on-year changes.

ปี 2025 ในครึ่ง Q1 (Jan-Mar) ไทยส่งออกทูน่ากระป๋อง 140,762 ตัน มูลค่า 599 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 5% ในด้านปริมาณ และ 1% ในด้านมูลค่า (USD) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2024

การเติบโตด้านปริมาณได้ขับเคลื่อนโดยหลายปัจจัยที่เสริมแรงเศรษฐกิจโลก และความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ที่กระตุ้นให้ประเทศต่างๆ สั่งซื้อสินค้าล่วงหน้ามากขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงต้นทุนที่อาจสูงขึ้นจากค่าขนส่งที่ผันผวนจากอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ค่าเงินบาทที่แข็งค่า ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้วยราคาของผู้ส่งออกไทย

in Q1 of 2025 (January-March), Thailand exported 140,762 tons of canned tuna, valued at 599 million USD, an increase of 5% in volume and 1% in value (USD) compared to the same period in 2024.

The growth in volume was supported by the recovery of the global economy and geopolitical uncertainties, which encouraged countries to increase advance purchases to avoid potentially higher costs due to raw material price volatility. However, the appreciation of the Thai baht impacted the price competitiveness of Thai exporter

Source: <https://shorturl.at/077602> Source: <https://shorturl.at/077602>

**Table 1: Thai Exports of Tuna, Salmon, Sardine and Mackerel to the world in Jan-Mar 2025**

Product / U.S. Code	Quantity (Ton)		Value (Million USD)		% Growth		% Share	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Canned / Fresh Tuna	1,113,114	1,467,200	3,114	3,900	3	25	80	82
Sardine	80,240	85,240	8	8	0	0	27	27
Salmon	3,730	3,730	7	7	0	0	77	77
Mackerel	4,282	3,910	2	2	-7	-13	12	12
Total of Product	1,195,466	1,559,880	7	22,259	0	30	604	604

Source: <https://shorturl.at/077602> Prepared by: Thai Tuna Industry Association

**Table 2: Monthly Exchange Rate Movements in 2024-2025 (Jan-May)**

ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
2567	35.19	35.86	35.95	36.79	36.64	36.70	36.30	34.75	33.56	33.37	34.45	34.18
2568	34.26	33.78	33.82	33.75	32.94*							33.71
Change	-0.93	-1.41	-0.13	-0.02	-3.70*							-0.47
YoY%	-2.62	-4.82	-0.33	-0.27	-10.08							-1.38

Source: Trade Policy and Strategy Office (TPSO)

Thai Tuna Industry Association 116

2. ช่วง SVG วิสัยทัศน์และการเติบโต ของบริษัทและเครือข่าย ในนาม คุณอมรพันธุ์ ซึ่งให้ข้อมูล การมุ่งเน้นพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารทะเลสู่มาตรฐานสากล ซึ่งบริษัทให้ความสำคัญกับ "People well-being" ทั้งกับผู้บริโภค และแรงงาน การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Production) อีกทั้ง การเตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงด้านการค้า ภายใต้นโยบายชายแดนภาคใต้ (Reciprocal Trade and Tariffs) ของสหรัฐอเมริกา



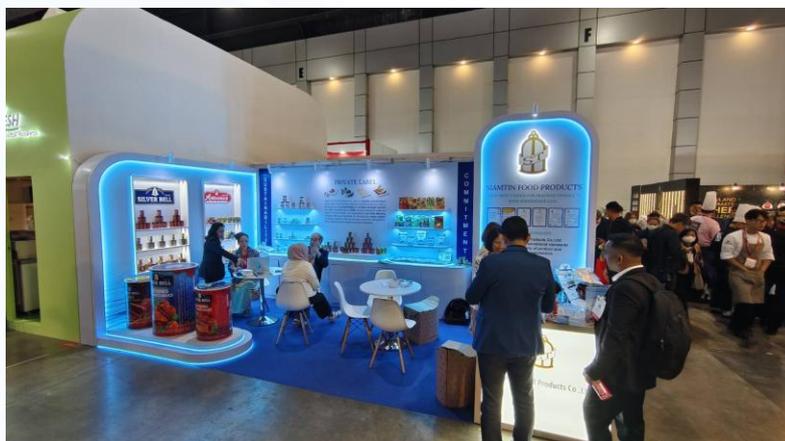
## อุตสาหกรรม TTIA

มีสมาชิก TTIA เข้าร่วมออกบูธในงาน THAIFEX ANUGA ASIA 2025 จำนวน 17 บริษัท เป็นสมาชิกสามัญ 12 บริษัท และสมาชิกวิสามัญ 5 บริษัท **เพิ่มขึ้น 31%** เมื่อเทียบกับปี 2024 (13 บริษัท โดยเป็นสมาชิกสามัญ 8 บริษัท และสมาชิกวิสามัญ 5 บริษัท)

### อุตสาหกรรม TTIA สามัญ 12 บริษัท

1. Sea Value Public Company Limited
2. Thai Union Group Public Co., Ltd.
3. Southeast Asian Packaging & Canning, Ltd.
4. Asian Sea Corporation Public Co., Ltd.
5. Pataya Food Industries Co., Ltd.
6. S.K. Foods (Thailand) Public Co., Ltd.
7. A.E.C. Canning Co., Ltd.
8. Kingbell Producer Co., Ltd
9. Siam Tin Food Products Co., Ltd
10. S.P.A. International Food Group Co., Ltd
11. Nissui (Thailand) Co Ltd
12. Abd Khan Co., Ltd





**คูหาสมาชิก TTIA 5 บริษัท**

1. Koliate Co., Ltd.
2. Kodanmal Group Co., Ltd.
3. Red Sea (Thailand) Co Ltd
4. Lakshita Holdings Co., Ltd.
5. Siam Foods Corporation Co., Ltd



## ผลการสำรวจความพึงพอใจของสมาชิก TTIA ที่ออกคูหางาน THAIFEX ANUGA ASIA 2025

สมาชิก TTIA เข้าร่วมออกคูหา จำนวน 17 บริษัท เป็นโรงงาน (Tuna Processor) 12 บริษัท (71%) และเป็น Trader 5 บริษัท (29%) โดยสมาคมฯ ได้ survey สมาชิก จึงได้ข้อคิดเห็นต่องาน THAIFEX-Anuga Asia 2025 ในภาพรวม ดังนี้

### 1. สถานที่ตั้งบูธ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่าย

- 3 บริษัท (18%) พอใจมาก
- 11 บริษัท (64%) พอใจปานกลาง
- 3 บริษัท (18%) แนะนำให้ปรับปรุง

### 2. จำนวนผู้เข้าชมงานและกลุ่มเป้าหมาย

- 6 บริษัท (35%) เห็นว่ามีจำนวนมาก
- 10 บริษัท (59%) เห็นว่ามีจำนวนพอใช้ได้
- 1 บริษัท (6%) เห็นว่ามีจำนวนน้อยเกินไป

### 3. การเจรจาซื้อขายทางธุรกิจ

- 6 บริษัท (35%) เห็นว่าประสบความสำเร็จมาก
- 10 บริษัท (59%) เห็นว่าประสบความสำเร็จพอใช้ได้
- 1 บริษัท (6%) เห็นว่ายังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

### 4. การอำนวยความสะดวกของผู้จัดงาน

- 7 บริษัท (41%) พอใจมาก
- 8 บริษัท (47%) พอใจปานกลาง
- 2 บริษัท (12%) แนะนำให้ปรับปรุง

### 5. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม: เมื่อพิจารณาถึงค่าใช้จ่าย ควรเพิ่มพื้นที่คูหาของบริษัทไทยให้มากขึ้น



## TTIA Information Desk

โต๊ะประชาสัมพันธ์สมาคมฯ ตั้งอยู่ในพื้นที่สภากาชาดค้า  
 แห่งประเทศไทย โซนด้านหน้า Challenge 2 ทั้งนี้ สมาคมฯ มี  
 การประชาสัมพันธ์รายชื่อสมาชิก, QR Code, ตำแหน่งคูหา  
 สมาชิกที่มาออกงาน และโปสเตอร์นโยบายสมาคม



อนึ่ง มีหน่วยงานแวะมาติดต่อสมาคม ตามนามบัตร ดังนี้

1. Informa Markets เชิญชวนออกงานแสดงสินค้าที่ประเทศสิงคโปร์
2. Okamura Trading (Thailand) Co.,Ltd. บริษัทนำเข้าปลาจากประเทศญี่ปุ่น
3. บริษัท ขุมทอง 99 จำกัด บริษัทผู้ผลิตปลาทูน่ากระป๋อง
4. Zhejiang Joyful SeaFoods Co.,Ltd เสนอขายทูน่าลอยดีโดยมีเรือจับอวนล้อมอยู่ที่ประเทศ  
 อินโดนีเซีย



**informa markets**  
 Merilyn Low 劉美伶  
 Deputy Business Development Director  
 Food & Hospitality - Singapore  
 m +65 9226 2299 t +65 6989 6542  
 e merilyn.low@informa.com  
 63 Robinson Road, Afro Asia  
 #06-02, Singapore 068894  
 informamarkets.com



**OKAMURA TRADING  
 (THAILAND) CO., LTD.**  
 วคินี เกียรติไกรรัตน์  
 ฝ่ายขาย  
 บริษัท โอคามุระ เทรดดิ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด (สำนักงานใหญ่)  
 เลขที่ 952 อาคารรามแลนด์ ชั้นที่ 15 ถนนพระราม 4  
 แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500  
 เลขประจำตัวผู้เสียภาษี: 0-1055-66097-07-2  
 โทร: +66(0)-2-237-2007 แฟกซ์: +66(0)-2-237-2008  
 Mb : +66(0)-62-475-8190  
 E\_mail : wasinee.k@okamura-f.com



**AILADA SRIPRASONG**  
 CEO FOUNDER  
 +66 (0) 8158 61972  
 ailadasrprasong  
 ailadasrprasong@gmail.com  
 https://khumthong99.co.th  
 99/3 Moo 10, Khok Kham,  
 Mueang Samut Sakhon, Samut Sakhon 74000 Thailand



**Yiting Mao**  
 Zhejiang Joyful SeaFoods Co., Ltd  
 +86 17601029536 (Wechat);  
 +86 18516111294(WhatsApp)  
 yiting9536@gmail.com  
 Yingbin Industrial Zone, Songmen Town, Wenling City,  
 Taizhou City, Zhejiang Province , China

## สมาคมเชิญชวนบริษัทผู้ผลิตปลากระป๋องที่ร่วมออกบูธในงาน สมัครเป็นสมาชิกสมาคมฯ

บริษัทที่สมาคมฯ ประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้พิจารณาร่วมเป็นสมาชิก มีจำนวน 12 บริษัท ได้แก่:

- |                                             |                   |
|---------------------------------------------|-------------------|
| 1. On-Green Produces Co., Ltd.              | มีผลิตภัณฑ์บ้าง   |
| 2. Capital Food International Co., Ltd.     | มีผลิตภัณฑ์บ้าง   |
| 3. Mas Choices Corporation Ltd.             | มีผลิตภัณฑ์บ้าง   |
| 4. Royal Foods Co., Ltd.                    |                   |
| 5. Anusorn Mahachai Surimi Co., Ltd.        |                   |
| 6. P.P.S. Tuna Co., Ltd.                    | มีผลิตภัณฑ์บ้าง   |
| 7. R. Monkhorn Frozen Food Co., Ltd.        | มีผลิตภัณฑ์บ้าง   |
| 8. Kuang Pei San Food Products PCL.         |                   |
| 9. Golden Prize Canning Co., Ltd.           | ผลิตภัณฑ์เป็นหลัก |
| 10. Star Cannery Co., Ltd.                  | มีผลิตภัณฑ์บ้าง   |
| 11. Thaveechai Food Manufacturing Co., Ltd. |                   |
| 12. Luck Siam Global Co., Ltd.              | มีผลิตภัณฑ์บ้าง   |

โดยทั้ง 12 บริษัทเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป (TFPA) อยู่แล้ว จากการพูดคุยพบว่า บริษัทส่วนใหญ่มุ่งเน้นการผลิตชาร์ดินและแมคเคอเรลเป็นหลัก และมีตลาดหลักอยู่ใน ประเทศไทย, CLMV, ตะวันออกกลาง และแอฟริกา โดยมี 8 บริษัทผลิตสินค้าทูน่าเล็กน้อย

### ข้อสังเกตจากการประชาสัมพันธ์เชิญสมัครสมาชิกและหารื้อเชิงลึก ดังนี้:

1. อัตราค่าสมาชิกและค่าบำรุงพิเศษ TTIA ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับขนาดของธุรกิจ
2. TTIA มีบทบาทหลักในตลาด EU/US ยังไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์บางบริษัทที่เน้นตลาดในภูมิภาคอื่น
3. บริษัทบางแห่งไม่ได้ผลิตทูน่าเป็นผลิตภัณฑ์หลัก หรือไม่มีสายการผลิตทูน่าเลย
4. บริษัทส่วนใหญ่เป็นสมาชิก TFPA อยู่แล้ว และสิทธิประโยชน์ที่ได้รับครอบคลุมในปัจจุบัน
5. TTIA มีบริษัทขนาดใหญ่เป็นสมาชิก จะมีข้อกำหนดมาตรฐานที่ต้องทำสูง หลายบริษัทยังไม่พร้อม



**คูหา 12 บริษัทที่สมาคมประชาสัมพันธ์ เชิญร่วมเป็นสมาชิก**



**กำหนดการจัดงาน THAIFEX-Anuga Asia 2026**  
**วันที่ 26-30 พฤษภาคม 2026**  
 ท่านสมาชิกที่สนใจ สามารถจองคูหาหรือสอบถามเพิ่มเติมได้ที่  
 Link: <https://thaifex-anuga.com/for-exhibitors/interest-to-participate/>

# Thai tuna exports to US could fall 60% if tariffs hit 48.5%, says industry chief

*'If the 36% tariff remains in place long-term, it will become increasingly difficult for Thai exporters to access the US market' -- Chanintr Chalisarapong, president of the Thai Tuna Industry Association*

By [Masahiko Takeuchi](#) | May 30, 2025 14:51 BST

0:00 / 5:29

BANGKOK, Thailand -- Thailand's tuna exports to the US could drop by as much as 60% if the Trump administration's reciprocal tariffs are enforced at the currently proposed level, raising the total import duty to 48.5%, according to Chanintr Chalisarapong, president of the Thai Tuna Industry Association (TTIA).

"If the tariff reaches 36%, Thai tuna products will no longer be competitive, and raw materials will be redirected to competing countries," Chanintr said in an interview with *Undercurrent News* at the THAIFEX–Anuga Asia trade show. "Exports to the US could fall by approximately 50–60% by 2026. If the 36% tariff remains in place long-term, it will become increasingly difficult for Thai exporters to access the US market."

The current US most favored nation tariff on canned tuna in brine for human consumption -- under harmonized system code 1604.14 -- is 12.5%, with a blanket 10% reciprocal tariff bringing the total to 22.5%. If no agreement is reached by July 9, or if no



extension is granted, the reciprocal tariff will rise, bringing the total duty to 48.5%.

However, in the case of tuna-based pet food -- classified under HS code 2309.10 -- the US MFN rate is 0%, meaning it is duty-free under normal conditions. Therefore, only the additional reciprocal tariff of 10% would apply to such products.



 Chanintr Chalisarapong, president of the Thai Tuna Industry Association (TTIA).  
Credit: TTIA

"The objective is to urge the Thai government to negotiate with the US to reduce the tariff from 36%, ideally to 10%," Chanintr said. "Even though the tuna industry could still manage an additional 5–10% tariff through cost-sharing arrangements between buyers, factories, and suppliers. But a tariff at this level would still result in a noticeable decline in market share and export figures by the third quarter of 2025."

Relocating production facilities to avoid the higher tariffs is not a viable short-term solution, he noted, due to the unpredictability of US trade policy.

As an adaptation strategy, he emphasized the need to explore new export markets to offset potential losses.

"Thailand is currently the world's leading exporter of tuna. Without the Trump tariffs, it would likely retain this position."

## **FTA momentum gaining ground**

In response to these shifting trade dynamics, Chalisarapong pointed to potential diplomatic openings. "If Thailand can

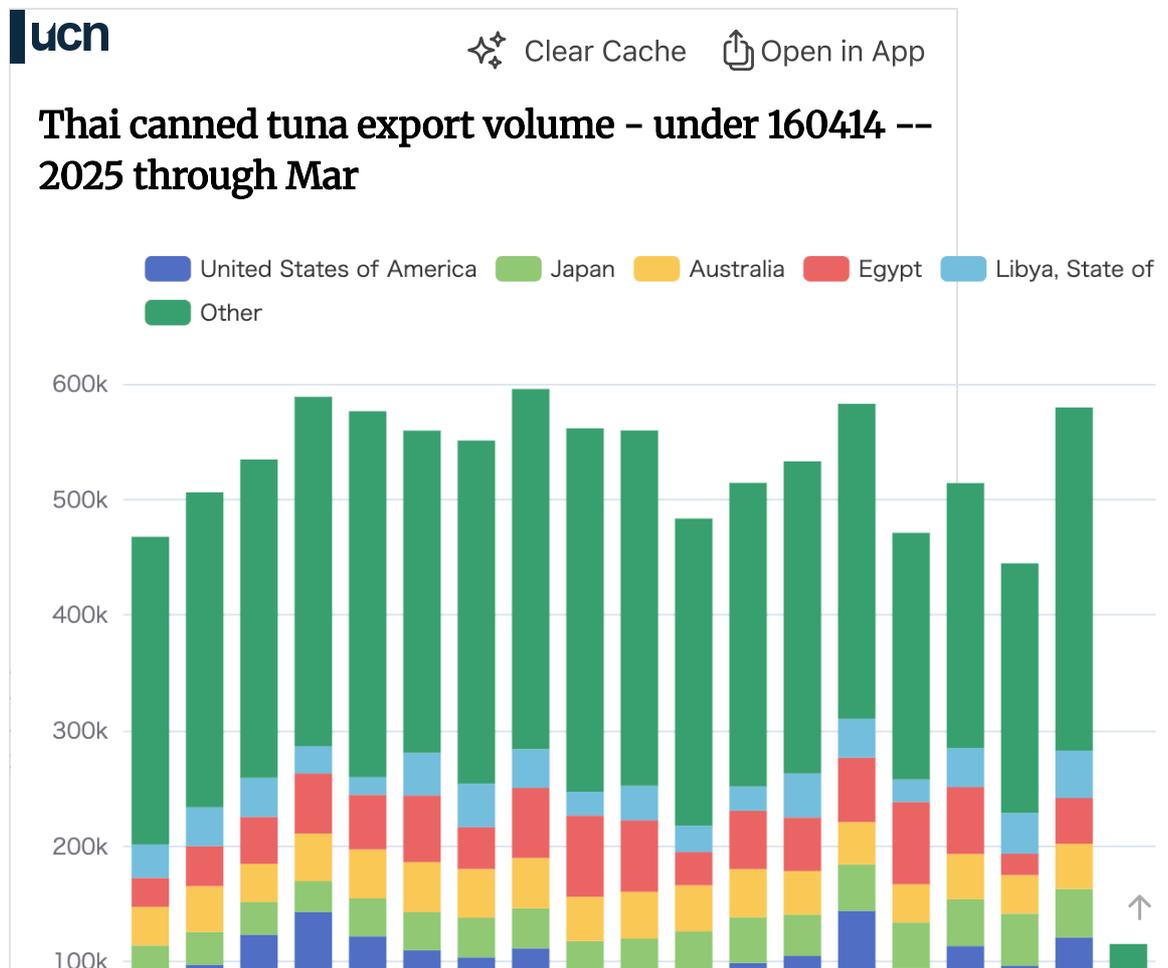


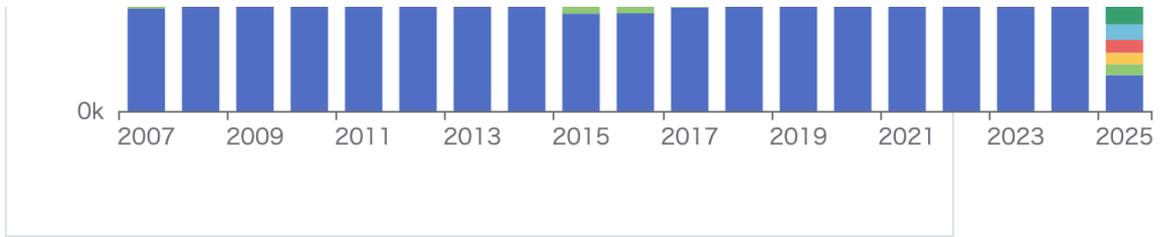
negotiate product-specific agreements with the US, particularly for agricultural and food products, it would show an opportunity to expand Thai exports in the US market," he said.

He also noted that rising US tariffs on EU and Canadian goods could serve as a catalyst for faster free trade agreement (FTA) negotiations. "It could prompt the EU to expedite negotiations for the FTA Thailand-EU. Likewise, Canada may accelerate its FTA negotiations with ASEAN (the Association of Southeast Asian Nations) to reach a swift conclusion."

### 2025 Q1 shows modest growth

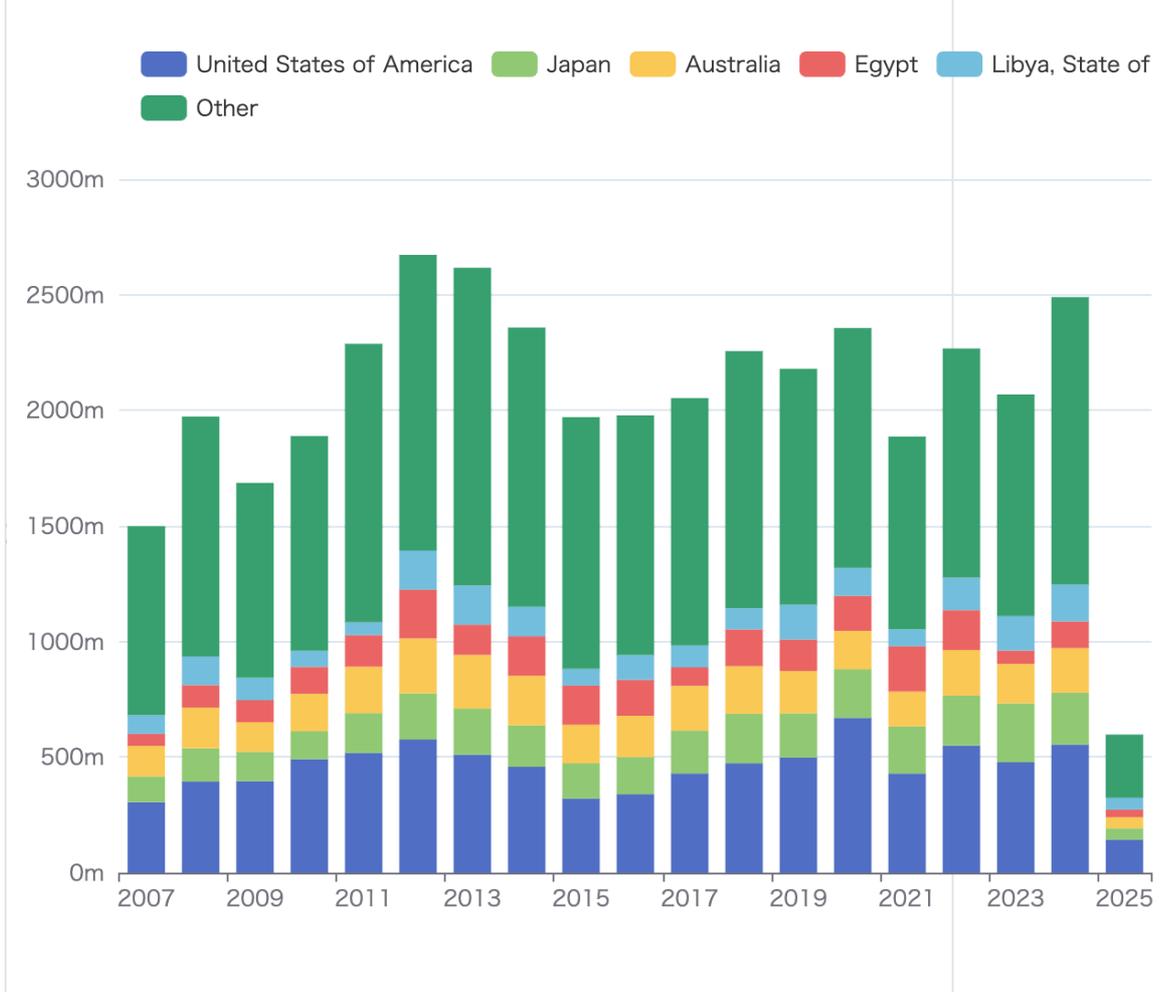
Despite the looming challenges, the Thai canned tuna industry posted modest growth in early 2025. In the first quarter, Thailand exported 140,762 metric tons of canned tuna worth \$599 million, an increase of 5% in volume and 1% in value compared to the same period in 2024, as the *UCN* trade portal shows below.





**ucn** Clear Cache Open in App

### Thai canned tuna export value- under 160414 -- 2025 through Mar

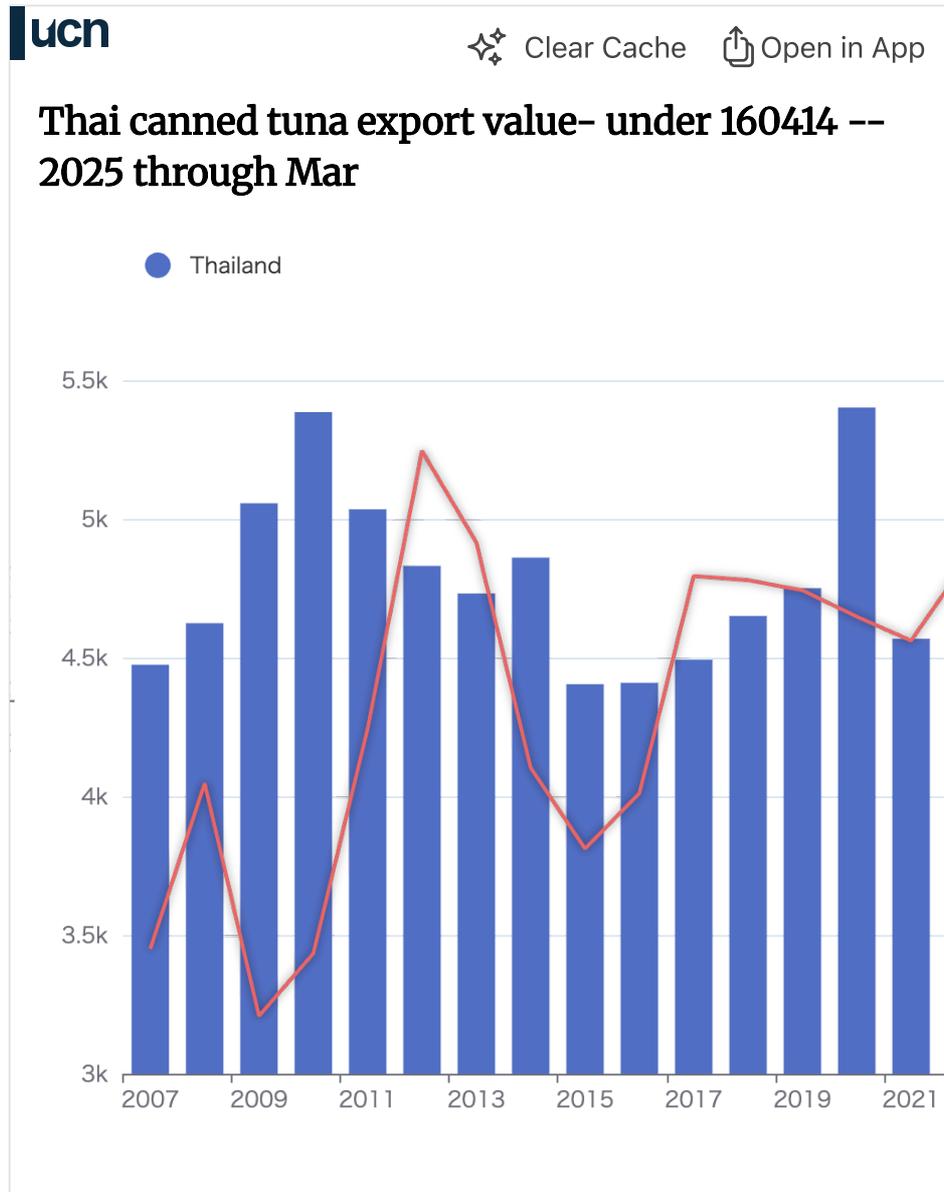


The growth was supported by the recovery of the global economy and geopolitical uncertainties, which encouraged importers to place advance orders to hedge against potential raw material price hikes. However, the appreciation of the Thai baht weakened Thai exporters' price competitiveness, the president said.

Specifically, Thailand's exports to the US rose 14% year-on-year in Q1, while shipments to Africa, Latin America, and the EU jumped by 28%, 29%, and 38% respectively.



In 2024, the US was Thailand's largest market for canned tuna, accounting for 24% of total export value, equivalent to \$144m out of \$599m.



"If market conditions remain normal throughout the year, canned tuna exports are expected to grow by 10% compared to 2024," Chalisarapong said. TTIA forecasts 2025 exports of 637,426t and \$2.75bn in value.

### Skipjack catch decline concerns

Meanwhile, Thailand is also facing increasing supply-side risks. Skipjack tuna catches in the Western and Central Pacific Ocean (WCPO) showed a clear downward trend in Q1 2025, primarily due to the La Nina phenomenon, which caused cooler sea



temperatures, he said. The reduced catch led to a price spike, with skipjack reaching \$1,740/t in March, and import volumes falling to 45,748t.



"It is expected that catch levels will remain low or recover slowly in Q2," Chalisarapong said. "Close monitoring of the situation and careful planning of raw material sourcing will be required."

Contact the author  
[masahiko.takeuchi@undercurrentnews.com](mailto:masahiko.takeuchi@undercurrentnews.com)

### Comments (0)

Logged in as [Masahiko Takeuchi](#). [Log out?](#)



# Thailand's tuna sector pushes sustainability, eyes growth amid market uncertainty

By Masahiko Takeuchi | May 28, 2025 Undercurrent News.



Thailand's tuna export industry is showing signs of resilience and sustainable transformation, even as global markets face volatility, according to Amornphan Aramwatananont, director of the Thai Tuna Industry Association (TTIA).

Speaking Tuesday at a panel titled "The Future of Seafood Trade: Global Trends and Market Dynamics," Amornphan offered insights into the sector's performance, export growth, and long-standing sustainability efforts.

"Sustainability remains a core focus for us," he said, noting the TTIA's early involvement with the Marine Stewardship Council (MSC) and partnerships with global industry groups such as the International Seafood Sustainability Foundation.

"Thailand's tuna producers have worked for years with international stakeholders to improve practices and transparency."

Amornphan said approximately 60% of the tuna used by his company is MSC-certified and sold to markets such as the US and Japan.

He added that the industry has moved beyond focusing solely on pole-and-line fishing to improving purse seine operations, backed by science-based management and collaboration with regional fisheries bodies.

"Today, all species in the Western Pacific are in the green zone. That wasn't the case 15 years ago," he said. Amornphan stressed the need for continued investment in infrastructure to scale sustainable practices, particularly among small-scale local fishers.

"We already have a traceability system in place with the Department of Fisheries," he said. "But with more capital, we can make it stronger and ensure the whole value chain meets global expectations."

An infographic titled "Growing Sustainably" by TTIA (Thai Tuna Industry Association). The graphic features a blue background with a school of fish swimming. At the top left is the TTIA logo. The main text reads "Growing Sustainably" in a large, bold font. Below this, it says "Through the 3 policies" in a dark blue box. The three policies are listed in separate boxes: "Food Safety" (dark blue), "Sustainability" (red), and "Ethical Standard and Human Rights" (dark blue). At the bottom, there are images of various tuna products, including a bowl of tuna salad, a plate of tuna steaks, and a bowl of tuna soup. The bottom of the infographic includes the website "www.thaituna.org" and the email "ttia@thaituna.org".

## Thailand's Sea Value achieves record \$1bn sales, adopts 'defensive strategy' against US tariffs

Thailand's second-largest canned tuna producer hit a record \$1bn in revenue in 2024 on the back of 200,000t of skipjack tuna processed, but faces mounting pressure from looming US tariff uncertainty *By Masahiko Takeuchi | May 28, 2025 Undercurrent News.*



BANGKOK, Thailand -Thai seafood firm Sea Value, the country's second-largest canned tuna producer, posted record revenue of \$1 billion in 2024, up 20% from 2023.

Both its human food and pet food segments contributed to the strong growth, CEO Amornphan Aramwatananont told *Undercurrent News*.

The company is aiming for a similar outcome in 2025, despite mounting uncertainty over US tariffs, Amornphan said in an interview at the Thaifex Anuga Asia trade show in Bangkok.

"Up until April this year, we were on track with our target. But beyond that, it is difficult to predict," he added. "Too many uncertainties -- volatile raw material prices, currency swings, and trade policy shifts -- make it very challenging."

Sea Value handles approximately 200,000 metric tons of raw skipjack tuna annually, placing it among the largest tuna processors globally.

The company is bracing for potential fallout from a ramp-up of US tariffs from 10% to 36%. Amornphan said the company sent final wave of shipments to the US West Coast last week as buyers rushed to build inventory before the July 9 deadline, when the US delay on reciprocal tariffs ends and the higher rate comes into effect.

Amornphan warned Thai seafood exporters may lose competitiveness if reciprocal tariffs are allowed to come back into effect, since the sharply varying rates will provide huge tax discrepancies for various exporting countries.

"If the duty is across the board, Thailand will survive. But if it is selective, that would create distortion," he said.

In response to global market volatility, Sea Value is adopting what Amornphan called a "defensive strategy," limiting new investment, focusing on cost savings, and making full use of previous capital expenditures completed over the past six to seven years.

"We are not taking big risks. It is not the right time," he said.

Sea Value is not standing still, however. The company is preparing a \$30 million investment to upgrade wastewater

treatment facilities at two of its three plants, aiming to cut greenhouse gas emissions and reinforce its environmental credentials.

The project is scheduled for completion by 2027, according to Amornphan. The initiative is part of a broader strategy built around what the company describes as its three pillars, identified as sustainability, people, and the environment.

The company sources around 60% of its tuna raw material from fisheries certified by the Marine Stewardship Council, provides equal pay and benefits to migrant and Thai workers and promotes responsible labor practices through the Thai Tuna Industry Association, where Amornphan serves as a director.

"Our growth has always been tied to doing things the right way," he said. "We've already penetrated most open markets, so the focus now is to manage costs, protect our people and build longterm resilience."

Despite the challenges, Amornphan remains cautiously optimistic.

"Even 3-5% growth would make us happy this year," he said. "But maintaining the \$1bn mark would already be an achievement."



---

## Sea Value hits record \$1bn in revenue, eyes similar result in 2025 despite tariff risks

Sea Value, Thailand's second-largest canned tuna producer, posted record revenue of \$1 billion in 2024, up 20% from the previous year, CEO Amornphan Aramwatananont told *Undercurrent News*.

Both the company's human food and pet food segments contributed to the strong growth, he said. Sea Value is targeting a similar result in 2025, despite growing uncertainty surrounding US trade policy.

"Up until April this year, we were on track with our target. But beyond that, it is difficult to predict," Amornphan said. "Too many uncertainties — volatile raw material prices, currency swings, and trade policy shifts — make it very challenging."

---