

พาณิชย์เผยชาวจีนปลื้มพลอยสี เครื่องประดับเงินไทย

ทูตพาณิชย์เชียงใหม่ชี้ช่องทางจิวเวลรี่ไทยดีตลาดจีน ระบุพลอยสี และเครื่องประดับเงิน ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง คนจีนรุ่นใหม่ชื่นชอบดีไซน์ทันสมัย ชื้อเครื่องประดับใส่เสริมความมั่นใจ มอบเป็นของขวัญโอกาสพิเศษ

นางสาวจิรนนท์ หิรัญญีสัมฤทธิ์ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเชียงใหม่ สาธารณรัฐประชาชนจีน กล่าวว่า ตั้งแต่เดือนมีนาคมเป็นต้นมา สถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ในจีน เริ่มคลี่คลาย ปัจจุบันธุรกิจจีนส่วนใหญ่ได้กลับมาเปิดดำเนินการ รวมถึงหลายบริษัทที่ทำธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนประชาชนเริ่มออกมาใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น เมื่อเทียบกับช่วงการระบาดของโรค

ตลาดเครื่องประดับเงินถือเป็นตลาดใหญ่อันดับสองของโลกรองจากสหรัฐอเมริกา กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในเมืองหลักซึ่งมีกำลังซื้อ เช่น กรุงปักกิ่ง นครเซี่ยงไฮ้ เมืองเซินเจิ้น เมืองกวางโจว โดยเครื่องประดับทองได้รับความนิยมมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากแลกเปลี่ยนเป็นเงินได้ง่าย เป็นสินค้าเพิ่มมูลค่าทางสังคม คนหนุ่มสาวจีนสนใจเครื่องประดับทองที่มีลวดลายสวยงาม

“พลอยสีเป็นอัญมณีไทยที่ได้รับความนิยมมากในตลาดจีน โดยเฉพาะทับทิมและไพฑูริย์ เนื่องจากมีคุณภาพ ความประณีต ความคงทน และเอกลักษณ์พิเศษไม่เหมือนใคร ขณะที่เครื่องประดับเงินก็เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมสนใจจากชาวจีนมากขึ้น โดยชาวจีนชอบดีไซน์ที่มีลวดลายทันสมัย และนิยมซื้อให้เป็นของขวัญ

ทั้งนี้ งานวิจัย China Luxury Report 2019 ระบุว่า การบริโภคอัญมณีและเครื่องประดับในจีนมีมูลค่าสูงถึง 5.85 แสนล้านบาทในปี 2561 ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคที่เกิดในยุค 80 ประมาณร้อยละ 54 กลุ่มผู้บริโภคที่เกิดในยุค 65-70 ประมาณร้อยละ 24 และกลุ่มที่เกิดในยุค 90 ร้อยละ 22 โดยแต่ละกลุ่มมีรสนิยมการเลือกซื้อสินค้าแตกต่างกันไป เช่น กลุ่มผู้บริโภคยุค 65-70 ให้ความสำคัญกับแบรนด์สินค้า ขณะที่ประมาณร้อยละ 50 ของกลุ่มผู้บริโภคยุค 90 พร้อมเลือกซื้อสินค้าแบรนด์ใหม่ๆ หากมีข้อเสนอดี เช่น ดีไซน์ถูกใจ โปรโมชันราคาดี

นางสาวจิรนนท์ แนะนำว่า ความเข้าใจตลาดและความต้องการตลาดของผู้บริโภค และกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ขยายตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในจีนได้สำเร็จ โดยจีนเป็นตลาดใหญ่ที่มีการแข่งขันสูงทั้งจากผู้ประกอบการท้องถิ่นและแบรนด์ระดับโลก

“หลังการระบาดของ COVID-19 ผู้บริโภคจีนมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้นจึงเป็นอีกความท้าทายหนึ่งของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับไทยในปีนี้” นางจිරนันท์ กล่าวเพิ่มเติม

ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ ระบุว่า ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2563 ไทยส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปตลาดจีนมีมูลค่ารวม 22.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 80.69 จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงินมีมูลค่ารวม 20.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 61.31

สำหรับอุตสาหกรรมจิวเวลรีในประเทศไทย งาน Bangkok Gems & Jewelry Fair จัดโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (DITP) ยังคงเป็นหนึ่งในเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญที่ช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมจิวเวลรีไทยให้เป็นที่ยอมรับในตลาดนานาชาติ โดยงานบางกอกเจมส์ถือเป็นเวทีแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ผู้ประกอบการชาวไทยและต่างประเทศรวมตัวกัน เพื่อต่อยอดภาพลักษณ์และศักยภาพของประเทศไทยสู่สายตานักธุรกิจและผู้นำเข้าจากทั่วโลก ในฐานะศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับระดับโลก

งาน Bangkok Gems & Jewelry Fair ครั้งที่ 66 จะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 7-11 กันยายน 2563 นี้ ณ อิมแพค เมืองทองธานี ผู้ที่สนใจสามารถติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

Website: www.bkkgems.com

Facebook: [bangkokgemsofficial](https://www.facebook.com/bangkokgemsofficial)

Instagram: [bkkgemsofficial](https://www.instagram.com/bkkgemsofficial)

หมายเหตุ: แหล่งที่มาข้อมูลส่งออก

<http://traderreport.moc.go.th/Report/Default.aspx?Report=MenucomRecode&ImExType=1&Lang=Th>