

## รายงานสถานการณ์ตลาด : การวิเคราะห์อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในฮ่องกง

รายงานประจำเดือนมีนาคม 2561

### 1. ภาพรวมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

- อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับแท้ (ร้อยละ 89.7) และกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับเทียม (ร้อยละ 10.3) มีบริษัทผู้ผลิตในฮ่องกงทั้งสิ้น 354 บริษัทและเป็นบริษัทส่งออกจำนวน 2,451 บริษัท (ข้อมูล ณ ธันวาคม 2560)
- สินค้าส่วนใหญ่ที่ฮ่องกงผลิตจะอยู่ในกลุ่มราคาระดับกลางถึงสูง ซึ่งกลุ่มสินค้าสำคัญจำแนกตามจำนวนผู้ผลิตได้แก่ 1) กลุ่มแฟชั่นจิวเวอรี่ 2) กลุ่มทองคำ 3) กลุ่มหยก และ 4) กลุ่มไข่มุก กลุ่มสินค้าที่ได้รับค่านิยมระดับสูงได้แก่ เครื่องประดับทองฝังเพชร เครื่องประดับอัญมณี เครื่องทอง 14K และ 18K ทั้งทองคำและทองคำขาวเป็นต้น
- ปัจจุบัน นักธุรกิจฮ่องกงย้ายฐานการผลิตเข้าไปในจีนโดยเฉพะเมือง เซินเจิ้น และ พางยู (Panyu) เนื่องจากค่าแรงและค่าเช่า ทั้งนี้ ภายใต้ข้อตกลง CEPA ระหว่างจีนและฮ่องกง ทำให้สินค้าของฮ่องกงสามารถเข้าไปผลิตและจำหน่ายในจีนได้โดยไม่ต้องเสียภาษีตั้งแต่ปี 2549
- จากการวิเคราะห์คุณภาพ ราคา การออกแบบ และการยอมรับ พบว่าสินค้าของฮ่องกงอยู่ในระดับกลาง-สูง โดยตามหลังสินค้าจากอิตาลีและญี่ปุ่น ในด้านการออกแบบและการยอมรับ เพราะปัจจุบันฮ่องกงใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการออกแบบเพื่อลดระยะเวลาและความผิดพลาดในการผลิต คู่แข่งสำคัญของสินค้าฮ่องกงคือสินค้าจากประเทศไทย

### 2. การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของฮ่องกง

#### Performance of Hong Kong's Jewelry Export

Precious Jewelry ; HS 71 Natural or cultured pearls, precious or semi-precious stones, precious metals, metals clad with precious metal and articles thereof; imitation jewelry; coin	Jan – Dec 2016	Jan – Dec 2017	
	US\$ MN	US\$ MN	% of Change (16/17)
Domestic Exports	20,986.06	14,076.58	-32.92
Re-exports	63,288.22	73,193.28	+15.65
Total Exports	84,274.29	87,269.87	+3.55

- ในปี 2560 การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของฮ่องกงมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 3.55 ซึ่งในส่วนของ การส่งออกตรงจากฮ่องกง (Domestic Export) ติดลบ ร้อยละ 32.9 ในขณะที่การส่งออกต่อ (Re-Export) ขยายตัวร้อยละ 15.6 โดยอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เกิดจากการฟื้นตัวของตลาดหลักอาทิ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรปและสวิสเซอร์แลนด์ ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันมากกว่าร้อยละ 65 ของตลาดส่งออกจากฮ่องกงทั้งหมด โดยเฉพาะการส่งออกไปยังสวิสเซอร์แลนด์มีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 61 ซึ่งการส่งออกส่วนใหญ่เป็นสินค้ากลุ่มทองคำ

Pearls ; HS7101 whether or not worked or graded but not strung, mounted or set; pearls, natural or cultured, temporarily strung for convenience of transport	Jan – Dec 2016	Jan – Dec 2017	
	US\$ MN	US\$ MN	% of Change (16/17)
Domestic Exports	-	0.01	-
Re-exports	1,811.83	3,386	+86.88
Total Exports	1,811.84	3,386.01	+86.88

Rough Diamonds ; HS7102 whether or not worked, but not mounted or set	Jan – Dec 2016	Jan – Dec 2017	
	US\$ MN	US\$ MN	% of Change (16/17)
Domestic Exports	10.86	10.57	-2.67
Re-exports	15,275.42	17,135.15	+12.17
Total Exports	15,286.28	17,145.72	+12.16

Precious Stones ; HS7103 whether or not worked or graded but not strung, mounted or set; ungraded precious stones (other than diamonds) and semi-precious stones, temporarily strung for convenience of transport	Jan – Dec 2016	Jan – Dec 2017	
	US\$ MN	US\$ MN	% of Change (16/17)
Domestic Exports	5.19	5.48	+5.58
Re-exports	2,916.02	2,223.04	-23.76
Total Exports	2,921.21	2,228.52	-23.71

Imitation Jewelry (HS 7117)	Jan – Dec 2016	Jan – Dec 2017	
	US\$ MN	US\$ MN	% of Change (16/17)
Domestic Exports	1.97	1.11	-43.65
Re-exports	857.08	734.75	-14.27
Total Exports	859.05	735.86	-14.34

- จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่า การส่งออกเพชรและมุกจากฮ่องกงมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นร้อยละ 12 และ 86 ตามลำดับ โดยเฉพาะมุกจากประเทศญี่ปุ่นที่ฮ่องกงนำเข้ามา Re-export ไปยังตลาดจีนได้รับความนิยมอย่างสูง เช่นเดียวกับเพชรและเครื่องประดับเพชร ในขณะที่ พลอยร่วงและสินค้าเครื่องประดับเทียมของฮ่องกงมีอัตราหดตัวลงร้อยละ 23 และ 14 ตามลำดับ เนื่องจากความนิยมในเครื่องประดับสำเร็จรูปและเครื่องประดับเพชรเป็นที่ต้องการในตลาดมากขึ้น
- สำหรับตลาดจีนในปีที่ผ่านมา มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ประมาณร้อยละ 3 เนื่องจากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ผู้ส่งออกทรายสำคัญของฮ่องกง ได้เปลี่ยนยุทธศาสตร์โดยการย้ายฐานไปเปิดร้านขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในเมืองต่างๆ ของจีน เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับการขยายตัวของเมืองรองในจีน อีกทั้งการผลิตสินค้าของฮ่องกงในจีนและขายในประเทศ ทำให้ฮ่องกงได้เปรียบคู่แข่งจากประเทศอื่นในการขยายตลาดด้วย

### 3. ช่องทางการจำหน่ายสินค้าของฮ่องกง

- อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในฮ่องกงมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของฮ่องกง เพราะเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการจำนวนมากตั้งแต่ผู้ผลิตแบบ เจียรไน การขัด จนถึงร้านจำหน่ายปลีก ซึ่งจะพบว่าในจุดต่างๆ ของฮ่องกงสามารถพบเห็นร้านขายอัญมณีและเครื่องประดับอยู่ทั่วไป นอกจากนี้จะเป็นธุรกิจที่ทำรายได้อย่างมหาศาลแล้ว ยังเป็นเพียงไม่กี่ธุรกิจที่สามารถจ่ายค่าเช่าร้านในราคาสูงๆ อย่างในฮ่องกงได้เมื่อมีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก การสร้างแบรนด์สินค้าหรือร้านค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญแก่การตัดสินใจซื้อของลูกค้าในปัจจุบัน โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าประจำหรือการแนะนำต่อๆ กันมา และแต่ละร้านจะจ้างผู้จัดการที่มีประสบการณ์สูงๆ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในการให้บริการเสมอๆ
- นอกการการสร้างแบรนด์สินค้าแล้ว ปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการใบรับรองที่เป็นมาตรฐานสากล (Certificate) ที่ระบุคุณภาพของสินค้า ไม่ว่าจะเป็น เพชร หรือ พลอย ซึ่งจากการสอบถามพบว่า ผู้ซื้อ/นักสะสมรุ่นใหม่ต้องการใบรับรองคู่กับสินค้าที่ซื้อทุกชิ้นมากกว่าแบรนด์ของร้านด้วย โดยสินค้าเพชรนั้นผู้ซื้อต้องการใบรับรองจาก GIA มากที่สุด ในขณะที่พลอย นิยมของ GRS และ AIGS

- ในส่วนของ**นักทองเที่ยว** ยังเป็นตลาดสำคัญในการจำหน่ายสินค้าดังกล่าว โดยในปี 2560 นักทองเที่ยวที่พักค้างคืนในฮ่องกงมียอดการใช้จ่ายซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับทั้งสิ้นถึง 2.03 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 16 ของยอดการใช้จ่ายทั้งหมด โดยนักทองเที่ยวจากจีนเป็นลูกค้ารายสำคัญที่มียอดการซื้อถึง 345 ล้านเหรียญสหรัฐ
- ผู้ส่งออกรายสำคัญของฮ่องกงทั้ง 3 บริษัท ได้แก่ Chow Tai Fook, Chow Sang Sang และ TSL ได้เปลี่ยนยุทธศาสตร์โดยการย้ายฐานไปเปิดร้านขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในเมืองต่างๆ ของจีน แทนการรอนักทองเที่ยวจากจีนเข้ามาซื้อสินค้าในฮ่องกง ซึ่งสินค้าจากฮ่องกงเป็นที่ยอมรับในตลาดจีนมากกว่าสินค้าท้องถิ่น และถูกกว่าสินค้าที่นำเข้ามาจากภูมิภาคอื่น โดยทำกำไรได้มากขึ้นกว่าร้อยละ 35



- การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในฮ่องกงและต่างประเทศ เป็นกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ดีและประสบความสำเร็จมาก จนทำให้ฮ่องกงกลายเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลก โดยงานแสดงสินค้าสำคัญที่จัดขึ้นในฮ่องกงได้แก่

No.	Name List	Organizer	Duration	Venue
1	HK Int'l Jewellery Show	HKTDC	Feb-Mar	HKCEC & AWE
2	Jun. Hong Kong Jewellery & Gem Fair	UBM	June	HKCEC
3	Sep. Hong Kong Jewellery & Gem Fair	UBM	September	HKCEC & AWE
4	Jewelry Manufacturer Fair	HKJMA	November	HKCEC

ส่วนงานแสดงสินค้าในต่างประเทศที่นิยมเข้าร่วมได้แก่ งาน Shenzhen International Jewellery Fair in September งาน JCK Show in Las Vegas in June และงาน Vicenza Fair in Italy in Jan/Sep

#### 4. แนวโน้มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

- การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย อาทิ CAD/CAM, CNC, หรือ 3D printing มาช่วยในการวิเคราะห์วัตถุดิบ ก่อนเจียรไน การออกแบบ การผลิต การขึ้นรูปสินค้า เป็นสิ่งที่ผลักดันให้อุตสาหกรรมพัฒนาได้อย่าง

ต่อเนื่อง แม้แต่ผู้ผลิตเครื่องประดับราคาสูง ก็ยังหันมาทำสินค้าที่มีความทันสมัยและเหมาะกับลูกค้าที่เป็นวัยรุ่นมากขึ้น สิ่งเหล่านี้สร้างความท้าทายให้แก่ผู้ผลิตรายเดิมของฮ่องกง ที่ยังนิยมใช้แรงงานการผลิตเป็นจำนวนมากให้ประยุกต์ศาสตร์มาใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและการสร้างแบรนด์สินค้ามากขึ้น

- การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการร้านค้ากับกลุ่มผู้ผลิต เพื่อต่อสู้กับกลุ่มทุนใหญ่ในวงการธุรกิจอัญมณีหรือธุรกิจค้าปลีก ปัจจุบันจะพบการควบรวมธุรกิจที่เคยเป็นคู่แข่งหรืออยู่ใน supply chain เดียวกัน มาร่วมกันผลิตและจำหน่าย นอกจากนี้ การค้าออนไลน์ ยังเป็นแนวทางเสริมการค้าปกติ โดยหลายๆ บริษัทค้าปลีก ได้ขยายรูปแบบการเข้าถึงลูกค้าด้วยระบบออนไลน์มากขึ้น

## 5. ความเห็นและข้อเสนอแนะของ สคต. ฮ่องกง

- ตลาดการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในฮ่องกง กำลังกลับมาฟื้นตัวหลังจากประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจของโลกที่ซบเซา โดยมีจีนเป็นลูกค้าหลัก และการฟื้นตัวของตลาดสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ทำให้กำลังการซื้อเพิ่มขึ้นซึ่งเห็นได้จากมูลค่าการส่งออกและการขยายตัวที่เพิ่มขึ้น
- ตลาดค้าปลีกในฮ่องกง แม้ว่าจะปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยจาก 2-3 ปีที่ผ่านมา จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาจับจ่ายใช้สอยในฮ่องกง ขณะที่ร้านค้าปลีกเครื่องประดับรายใหญ่ของฮ่องกงหันไปเปิดร้านในเมืองรองต่างๆ ในจีนเพิ่มมากขึ้น เพื่อการเข้าถึงลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น
- การค้าออนไลน์ เป็นที่นิยมในกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ และสำหรับสินค้าเครื่องประดับแฟชั่นราคาปานกลาง สำหรับลูกค้าที่ต้องการสินค้าระดับบน ยังนิยมเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเอง ณ ร้านจำหน่าย ดังนั้น การคัดเลือกบุคลากรในการต้อนรับลูกค้าจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจดังกล่าว
- เครื่องประดับเพชร ยังเป็นที่นิยมสูงสุดในตลาดจีนและฮ่องกง โดยมีไข่มุกเป็นสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ในขณะที่พลอยสีต่างๆ ยังเป็นที่นิยมในกลุ่มลูกค้าระดับกลาง ทั้งนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญกับใบรับรองมากขึ้น เพราะเป็นเครื่องหมายการันตีคุณภาพและราคาขายต่อในอนาคต
- สินค้าเครื่องประดับไทย ที่ส่วนใหญ่เป็นประเภท พลอย ควรศึกษาถึงความต้องการของใบรับประกันของลูกค้าในแต่ละภูมิภาค และต้องสนับสนุนให้การออกใบรับประกันของ GIT เป็นมาตรฐานสากลต่อไป