

## ทิศทางการค้าเครื่องประดับในออสเตรเลีย

### 1. เครื่องประดับแฟชั่นทั่วไป



Source: www.amazon.com.au



ปี 2563 การเติบโตของตลาดเครื่องประดับออสเตรเลียโดยรวมลดลงทั้งหมดที่ 34% โดยเครื่องประดับประเภท Fine jewellery มีการลดลงมากที่สุด 37% ในขณะที่เครื่องประดับประเภท Costume jewellery ลดลง 18% เนื่องจากผู้บริโภคชะลอการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยลง

อย่างไรก็ตาม ตลาดยังคงมีความต้องการซื้อเครื่องประดับเพื่อเป็นของขวัญในช่วงเทศกาลต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ สินค้าที่ยังได้รับความนิยมในตลาดออสเตรเลียยังคงเป็น **สร้อยคอ** (เน้น Stainless steel เส้นใยสังเคราะห์และวัสดุประเภท Non-precious metals อื่นๆ เช่น ลูกปัดแก้วหินและพลาสติก) **ต่างหู** (ผลิตจาก Stainless steel เคลือบ แก้วคริสตัลและพลาสติกเลียนแบบเครื่องประดับเพชรเป็นหลัก) **แหวน** (เน้น Stainless steel เส้นใยสังเคราะห์และวัสดุประเภท Non-precious metals อื่นๆ) **สร้อยข้อมือ กำไลและสายรัดข้อมือ** (โดยทั่วไปทำจาก Stainless steel เชือก หนังถัก พลาสติกและวัสดุประเภท Non-precious metals อื่นๆเช่น ลูกปัดแก้วหินและพลาสติก) โดยมี Lovisa ครองตลาดเครื่องประดับแฟชั่นสตรีซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องประดับเลียนแบบประเภท Fashion jewellery ที่ราคาไม่สูงมากและสามารถซื้อได้บ่อยครั้งเพื่อแจกกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้น และจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ (ซึ่งจะให้ความสำคัญกับการขายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก)

### 2. เครื่องประดับประเภท Ethical หรือ Eco-friendly

ปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มมองหาเครื่องประดับประเภท Gemstones ที่มีรูปทรงและสีสดโดดเด่น แปลกตา และให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยจะพิจารณาเลือกซื้อสินค้าจากวัสดุประเภทและที่มาของสินค้า ทำให้ผู้ผลิตเครื่องประดับต่างๆปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตสินค้าสู่เครื่องประดับประเภท Ethical หรือ Eco-friendly ออกสู่ตลาดมากขึ้น อาทิ เครื่องประดับของ Pandora ที่ปัจจุบันเครื่องประดับร้อยละ 71 ผลิตจากเงินและทองคำรีไซเคิล และ Pandora ตั้งเป้าให้เครื่องประดับของ Pandora ทั้งหมดผลิตจากวัสดุรีไซเคิลภายในปี 2568 เพื่อแสดงให้เห็นถึงการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดจากการทำเหมืองทองและเงินลง

 นโยบายภาครัฐ

 เศรษฐกิจการลงทุน

 แนวโน้มการตลาด

 รายงานสินค้าและบริการ

 อื่นๆ

Call Center 1169  
www.ditp.go.th  
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center  
Level 21, 56 Pitt Street,  
Sydney, NSW 2000

Phone: +66 2 9241 1075  
Fax: +66 2 9251 5981\_  
e-Mail: thaitradesydney@gmail.com

### 3. เครื่องประดับเฉพาะกลุ่ม



Source: www.fallow.com.au



Cudworth Source: www.Jewellermagazine.com.au

แม้ว่ามูลค่าตลาดเครื่องประดับปัจจุบันจะเป็นเครื่องประดับแฟชั่นที่นิยมในกลุ่มสุภาพสตรีเพื่อการสวมใส่ให้เข้ากับเครื่องแต่งกายในชีวิตประจำวัน เพื่อตามสมัยนิยมและโอกาสพิเศษเป็นส่วนใหญ่ แต่ตลาดเครื่องประดับสำหรับผู้ชายและเครื่องประดับประเภท Unisex มีแนวโน้มขยายตัวในอนาคตและเป็นอีกหนึ่งตลาดศักยภาพที่ผู้ผลิตไม่ควรมองข้าม เนื่องจากปัจจุบันช่องว่างความนิยมใช้เครื่องประดับสำหรับเพศหญิงและเพศชายในออสเตรเลียเริ่มลดลงเรื่อยๆ เป็นผลมาจากเพศชายเริ่มหันมาสวมใส่เครื่องประดับแบบเซ็กส์ที่เข้ากับเครื่องแต่งกายชุดทำงานและชุดลำลองเพื่อเสริมสร้างบุคลิกและสร้างความเชื่อมั่นมากขึ้น (เดิมจะเน้นการสวมใส่เครื่องประดับเฉพาะแหวนแต่งงานและนาฬิกาเป็นหลัก) โดยนิยมสวมแหวน โซ่สร้อยข้อมือและกระดุมข้อมือ (Cufflinks) ที่เป็นชุดกันมากขึ้น

เครื่องประดับแบบ Handcrafted สไตล์เก่าแต่ร่วมสมัย (เน้นความขรุขระของพื้นผิวหรือสัญลักษณ์ทางทะเล รูปกะโหลก และอาวุธต่างๆ) ทำด้วยเงิน พลอยทึบแสง Turquoise หินดำ โลหะ หนังและวัสดุที่มีความทนทานที่สะท้อนถึงรสนิยมของผู้สวมใส่มีแนวโน้มเป็นที่นิยมในตลาดออสเตรเลียมากขึ้น ทั้งนี้ผู้ชายและกลุ่ม LGBT จะนิยมสวมใส่เครื่องประดับน้อยชิ้นแต่สื่อถึงคุณค่าและความหมาย โดยเน้นความเรียบง่าย มีสไตล์เป็นหลักและยังสามารถจัดอยู่ในเครื่องประดับประเภท Unisex ได้อย่างลงตัว

อีกทั้งผลการสำรวจโดย Ipsos MORI พบว่า กลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ (Millennials และ Gen Z) ซึ่งเป็นกลุ่ม Tech-savvy หรือ Tech-dependent shoppers ไม่ยึดถือแนวคิดแบบดั้งเดิมที่พิจารณาในการแบ่งแยกเพศจากการสวมใส่เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับและน้ำหอมเป็นปัจจัยสำคัญ

- นโยบายภาครัฐ
  เศรษฐกิจการลงทุน
  แนวโน้มการตลาด
  รายงานสินค้าและบริการ
  อื่นๆ

## ผลต่อเศรษฐกิจออสเตรเลีย

ตลาดเครื่องประดับในออสเตรเลียได้รับผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาลงจากสถานการณ์ การแพร่ระบาด COVID-19 และถูกจัดให้เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยและไม่มีความจำเป็นท่ามกลางสถานการณ์ดังกล่าว โดยเฉพาะตลาดอัญมณีและสินค้าเครื่องประดับพรีเมียม ที่ผู้จำหน่ายบางราย อาทิ Michael Hill ต้องปิดร้านค้าจำหน่ายกว่า 300 แห่งเนื่องจากมีต้นทุนสูง (จากค่าแรงงานและค่าเช่าพื้นที่) และต้องปรับกลยุทธ์การขายสินค้าเข้าสู่ระบบออนไลน์มากขึ้น รวมไปถึงการหันมาจับตลาดเครื่องประดับระดับล่างมากขึ้น เนื่องจากเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่ยังนิยมซื้อสินค้า Fashion jewellery และ Costume jewellery เพื่อเสริมสร้างบุคลิกเฉพาะตน รวมถึงการซื้อสินค้าเป็นของขวัญของที่ระลึกอย่างต่อเนื่องทำให้ตลาดเครื่องประดับแฟชั่นยังมีการเติบโตได้ดี

นอกจากการปรับตัวตามสภาวะเศรษฐกิจแล้ว ผู้ผลิตเครื่องประดับในออสเตรียยังแสวงหาตลาดกลุ่มใหม่หรือกลุ่มย่อยที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงในอนาคต ทำให้กลุ่มผู้ผลิตเครื่องประดับสำหรับผู้ชายเริ่มปรับรูปแบบเข้าสู่เครื่องประดับประเภท Unisex มากขึ้นโดยเน้นดีไซน์เรียบง่าย มีสไตล์ สามารถสวมใส่ได้ทั้งชายและหญิง เพื่อเจาะตลาดทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งส่วนใหญ่จัดอยู่ในกลุ่มคูร์กเพศเดียวกันหรือกลุ่ม LGBT ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้และกำลังซื้อสูงกลุ่มหนึ่งในตลาดออสเตรเลีย มีประมาณ 46,800 คู่ในออสเตรเลีย ร้อยละ 63 อาศัยอยู่ในรัฐ New South Wales และรัฐ Victoria และมีอายุระหว่าง 20-44 ปี โดยร้อยละ 56.3 เป็นเพศหญิง จะเป็นกลไกสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของผู้ผลิตเครื่องประดับออสเตรเลียในอนาคต

## ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

สิ่งสำคัญที่ควรตระหนัก คือการสร้างความแตกต่างของสินค้าตนให้เหนือจากคู่แข่งโดยดึงเอาจุดแข็งของสินค้าไทยมาเป็นจุดขายแทนการขายสินค้าที่เหมือนกับผู้ผลิตรายอื่นๆ เช่น เครื่องประดับเงินของไทยเป็นที่ยอมรับของผู้นำเข้าออสเตรเลียว่ามีคุณภาพสูงกว่าประเทศอื่น และยกระดับสินค้าโดยเปลี่ยนสไตล์การออกแบบสินค้าให้เป็นเครื่องประดับประเภท Unisex มากขึ้น เน้นความเป็นสากล เรียบง่าย และ Antique ที่สื่อถึงความเป็นอมตะไม่ล้าสมัยสวมใส่ได้ตลอดกาลภายใต้แนวคิด “Small in number and high in quality” ตลอดจนการผลิตเครื่องประดับจากวัตถุดิบรีไซเคิลที่มีดีไซน์เป็นเอกลักษณ์และแปลกใหม่ เพื่อเจาะตลาดกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมที่มีแนวคิด “Mindful consumption” มากขึ้น

Source: [www.Jewellerymagazine.com.au](http://www.Jewellerymagazine.com.au)/[Jewelleryworld magazine /www.fallow.com.au/](http://Jewelleryworldmagazine.com.au) IBISWorld/ Euromonitor

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

Call Center 1169  
[www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th)  
[www.thaitrade.com](http://www.thaitrade.com)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center  
Level 21, 56 Pitt Street,  
Sydney, NSW 2000

Phone: +66 2 9241 1075  
Fax: +66 2 9251 5981\_  
e-Mail: [thaitradesydney@gmail.com](mailto:thaitradesydney@gmail.com)