

## ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในจีน

จีนเป็นตลาดค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่น่าสนใจสำหรับผู้ส่งออกไทย เนื่องจากประชากรมีกำลังซื้อสูงขึ้นตามระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ความต้องการสินค้าประเภทต่าง ๆ รวมถึงอัญมณีและเครื่องประดับมีแนวโน้มขยายตัวดีตามไปด้วย ทั้งนี้ เป็นที่คาดว่า **ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของจีนในปี 2549 จะมีมูลค่าสูงถึง 14 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ นับเป็นตลาดอัญมณีและเครื่องประดับขนาดใหญ่อันดับ 2 ของโลกรองจากสหรัฐอเมริกา**

จากข้อมูลของ Geological Association of China คาดว่ามูลค่าตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในจีนจะขยายตัวราวร้อยละ 15 ต่อปี เป็น 20 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2553 จากปัจจุบันที่จีนมีความต้องการทองคำขาว (แพลทินัม) เพชร และทองคำ มากเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก ทั้งนี้ รายละเอียดที่น่าสนใจของตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของจีนมีดังนี้

◆ **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย** กลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพในการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับในจีน ได้แก่ **ประชากรวัยหนุ่มสาวและวัยทำงาน** ช่วงอายุ 20-40 ปี ที่อาศัยในเมืองใหญ่ โดยเฉพาะเซี่ยงไฮ้และปักกิ่ง มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวราว 30,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี และมีเงินออมจำนวนมาก ประกอบกับมีรสนิยมสูงและชื่นชอบสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีราคาแพง นอกจากนี้ **คู่แข่งงาน** ซึ่งมีจำนวนราว 18-22 ล้านคนต่อปี ก็นับว่ามีศักยภาพสูงในการเข้าไปเจาะตลาด ทั้งนี้ มูลค่าการซื้อขายแหวนและเครื่องประดับเพื่อใช้ในพิธีแต่งงานในจีนสูงถึง 3.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี ขณะเดียวกัน **นักท่องเที่ยวต่างชาติ** ในจีนก็เป็นลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งที่มีศักยภาพสูงในการขยายตลาด เนื่องจากในแต่ละปีนักท่องเที่ยวต่างชาติใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อเครื่องประดับในจีนเป็นมูลค่ากว่า 1.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

◆ **ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า** โดยทั่วไปไม่ต่างจากผู้บริโภคในประเทศอื่น ๆ ที่ต้องการใช้เป็นเครื่องประดับตกแต่งร่างกายเพื่อแสดงถึงรสนิยมและสถานะทางสังคม ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคชาวจีนใช้ประกอบการตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ คือ **ความทันสมัย** รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ความสวยงาม การเป็นเครื่องชี้สถานะทางสังคม และความคุ้มค่าของอัญมณี ตามลำดับ

◆ **ช่องทางกระจายสินค้า** ชาวจีนนิยมซื้ออัญมณีและเครื่องประดับจากร้านค้าของผู้ผลิต รวมทั้งร้านแฟรนไชส์ และเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า เพราะได้รับการรับรองและรับประกันคุณภาพสินค้า ปัจจุบันผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในจีนที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก คือ บริษัทในกลุ่ม Zhejiang Sun and Moon Jewelry Group ซึ่งมีสาขากว่า 1,000 แห่งทั่วประเทศ

◆ **สินค้าที่กำลังมาแรง** ปัจจุบันกลุ่มลูกค้าวัยหนุ่มสาวไม่ยึดติดกับค่านิยมในการสวมใส่เครื่องประดับที่ทำด้วยทองคำ ซึ่งแต่เดิมถือว่าเป็นเครื่องแสดงฐานะทางการเงินและสถานะทางสังคม แต่หันมานิยม **เงิน แพลทินัม และเพชร** แทน โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ที่ผู้คนมีความทันสมัย อาทิ เซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง และเงินเจิ้น

◆ **คู่แข่งสำคัญของไทย** ได้แก่ De Beers ซึ่งเป็นผู้ผลิตเพชรชั้นนำของโลกที่เข้าไปทำตลาดเชิงรุก โดยเน้นประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2543 รวมทั้ง Platinum Guild International ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องประดับแพลทินัมซึ่งรุกตลาดจีนอย่างต่อเนื่องจนประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

◆ **กลยุทธ์เจาะตลาดจีน** สภาพแวดล้อมในตลาดการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในจีนที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัว ในกรณีของบริษัท De Beers ได้ใช้กลยุทธ์สำคัญในการเจาะตลาดจีน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพ การลงทุนเพื่อทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง การสร้างตราสินค้าเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น ตลอดจนการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการใช้สินค้า เป็นต้น

สำหรับประเทศไทย ซึ่งมีความเชี่ยวชาญและเป็นเจ้าตลาดอัญมณีและเครื่องประดับประเภทพลอยสีจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับผู้ผลิตจีนในตลาดระดับล่าง โดยหันมาพัฒนาและวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงซึ่งยังมีช่องว่างให้ทำตลาดในจีน ขณะเดียวกัน การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือให้แก่อัญมณีและเครื่องประดับของไทย รวมทั้งสร้างฐานข้อมูลผู้บริโภคในจีนเพื่อประโยชน์ในการวางแผนการผลิต พัฒนาสินค้า และทำการตลาดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ตลอดจนการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจในจีนเพื่อเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าก็นับเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยให้อัญมณีและเครื่องประดับของไทยสามารถเจาะและขยายตลาดส่งออกในจีนได้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ส่วนวิเคราะห์เศรษฐกิจ ฝ่ายวิชาการ

ธันวาคม 2549