

สถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย เดือนมกราคม-สิงหาคม ปี 2568

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามพิภดอัตราศุลกากรตอนที่ 71* ในเดือนมกราคม-สิงหาคม ปี 2568 เติบโตร้อยละ 70.07 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2567 ที่มีมูลค่า 10,428.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาอยู่ที่ 17,736.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.95 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากนำมูลค่าดังกล่าวข้างต้น หักออกด้วยการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป พบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 9,002.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 55.89 อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) รายเดือน พบว่า เดือนสิงหาคม 2568 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.02 เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2568

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย ระหว่างเดือนมกราคม-สิงหาคม ปี 2567 และปี 2568

รายการ	สิงหาคม 2568		มกราคม-สิงหาคม 2568	
	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) ส.ค./ก.ค. 68	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) ม.ค.-ส.ค. 68/67
ส่งออกรวมทองคำ	1,927.62	7.97	17,736.07	70.07
ส่งออกไม่รวมทองคำ	816.39	5.02	10,428.42	55.89

ที่มา: กรมศุลกากรประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สถานการณ์การส่งออก

ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 1 มีสัดส่วนร้อยละ 49.24 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 87.67 โดยราคาทองคำในเดือนสิงหาคมเพิ่มขึ้นจากกรกฎาคมเดือนก่อนหน้ามาอยู่ที่ระดับราคาเฉลี่ย 3,363 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ (World Gold Council) กลับมาเพิ่มขึ้นจากที่ลดลงเมื่อเดือนก่อนหน้า ปัจจัยที่กระทบทำให้ราคาทองมีการเริ่มปรับขึ้นในช่วงนี้จากการพิจารณาจำกัดการส่งออกเทคโนโลยีขั้นสูงและเซมิคอนดักเตอร์ของสหรัฐฯ ไปยังสหภาพยุโรป และการสนับสนุนทางทหารต่อยูเครนรอบใหม่ เป็นปัจจัยกดดันต่อความต้องการทองคำในฐานะสินทรัพย์ที่ปลอดภัยให้กลับมามีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น ขณะที่กองทุน SPDR Gold ขายทองคำออกเล็กน้อย 0.86 ตัน

เครื่องประดับแท้ เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 2 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 21.26 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.93 โดยสินค้าส่งออกหลักคือ เครื่องประดับทอง ที่ขยายตัวได้ร้อยละ 11.54 จากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ออังกอสหราชอาณาจักร อิตาลี และสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ ตลาดหลักทั้ง 5 อันดับแรก ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.21, ร้อยละ 11.41, ร้อยละ 70.09, ร้อยละ 3.83 และร้อยละ 19.60 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกเครื่องประดับเงิน ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 46.14 เนื่องจากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญใน 3 อันดับแรก อย่างอินเดีย สหรัฐอเมริกา และเยอรมนี ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 249.75,

ร้อยละ 15.67 และร้อยละ 3.94 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปตลาดอันดับที่ 4-5 อย่างสหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย ลดลงร้อยละ 3.95 และร้อยละ 4.67 ตามลำดับ ขณะที่การส่งออกเครื่องประดับแพลทินัม เติบโตได้ร้อยละ 59.61 เป็นผลจากการส่งออกไปยังญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร และสิงคโปร์ ตลาดสำคัญทั้ง 5 อันดับแรก ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 51.54, ร้อยละ 25.54, ร้อยละ 58.48, ร้อยละ 204.77 และร้อยละ 62.73 ตามลำดับ

แพลทินัม เป็นสินค้าส่งออกอันดับ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.88 เพิ่มขึ้นจากการส่งออกสะสมไปยังอินเดียในสามเดือนแรกที่สูงถึงสองพันล้านดอลลาร์สหรัฐ หากพิจารณาเฉพาะเดือนสิงหาคมพบว่าไม่มีการส่งออกไปยังอินเดีย เนื่องจากรัฐบาลอินเดียได้ออกมาตรการควบคุมโลหะแพลทินัมตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม ทั้งนี้ การส่งออกแพลทินัมไปอินเดียนั้น เป็นผลจากช่องว่างของค่านิยามแพลทินัมที่เปิดช่องให้ผลิตภัณฑ์ที่มีแพลทินัมอย่างน้อยร้อยละ 2 เป็นสินค้าแพลทินัมได้โดยเป็นการเลี่ยงการจ่ายภาษีที่สูงกว่าหากนำเข้าเป็นทองคำ รวมทั้งใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรี โดยร้อยละ 99.51 เป็นการส่งออกไปยังอินเดีย

พลอยสี เป็นสินค้าส่งออกอันดับ 4 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 7.68 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมของไทย หดตัวลงร้อยละ 0.80 โดยสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ เป็น พลอยเนื้อแข็งเขียวระใบ (ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต) ยังขยายตัวได้ร้อยละ 7.13 จากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญทั้ง 5 อันดับแรก อย่างฮ่องกง สหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ ฝรั่งเศส และอิตาลี ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.07, ร้อยละ 3.51, ร้อยละ 23.98, ร้อยละ 21.93 และร้อยละ 4.86 ตามลำดับ ส่วน พลอยเนื้ออ่อนเขียวระใบ ปรับตัวลงร้อยละ 12.18 เนื่องมาจากการส่งออกไปยังฮ่องกง สวิตเซอร์แลนด์ และอิตาลี ซึ่งเป็นตลาดอันดับ 1, 3 และ 5 ได้ลดลงร้อยละ 18.11, ร้อยละ 8.36 และร้อยละ 28.40 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับ 2 และ 4 อย่างสหรัฐอเมริกาและอินเดีย ยังเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 6.48 และร้อยละ 7.38 ตามลำดับ

เพชร เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.32 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีมูลค่าลดลงร้อยละ 28.16 โดยมี เพชรเขียวระใบ เป็นสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ ซึ่งลดลงร้อยละ 27.85 เป็นผลมาจากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญในอันดับ 1-3 และ 5 อย่างฮ่องกง เบลเยียม อินเดีย และอิสราเอล ลดลงร้อยละ 15.21, ร้อยละ 49.03, ร้อยละ 65.14 และร้อยละ 20.71 ตามลำดับ ส่วนสหรัฐอเมริกาและอิตาลี ตลาดอันดับ 4 ยังเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 52.40

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยรายสินค้า ระหว่างเดือนมกราคม-สิงหาคม ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-ก.ค. 67	ม.ค.-ก.ค. 68	ม.ค.-ก.ค. 67	ม.ค.-ก.ค. 68	ม.ค.-ก.ค. 68/67
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	4,198.15	7,622.16	45.15	48.22	81.56
2. เครื่องประดับแท้	2,596.05	3,198.27	27.92	20.23	23.20
2.1 เครื่องประดับเงิน	1,000.85	1,386.41	10.76	8.77	38.52
2.2 เครื่องประดับทอง	1,486.72	1,667.97	15.99	10.55	12.19
2.3 เครื่องประดับแพลทินัม	44.69	73.96	0.48	0.47	65.50
2.4 อื่นๆ	63.79	69.93	0.69	0.44	9.61
3. แพลทินัม	4.55	2,459.95	0.05	15.56	53,932.81
4. พลอยสี	1,269.37	1,270.92	13.65	8.04	0.12
4.1 พลอยก้อน	88.42	55.89	0.95	0.35	-36.79
4.2 พลอยเนื้อแข็งเจียรระโน	845.81	903.60	9.10	5.72	6.83
4.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียรระโน	335.14	311.42	3.60	1.97	-7.08
5. เพชร	740.73	524.88	7.97	3.32	-29.14
5.1 เพชรก้อน	4.98	2.11	0.05	0.01	-57.68
5.2 เพชรเจียรระโน	733.29	522.35	7.89	3.30	-28.77
5.3 อื่นๆ	2.47	0.43	0.03	0.00	-82.75
6. เครื่องประดับเทียม	180.54	196.13	1.94	1.24	8.63
7. อื่นๆ	309.12	536.14	3.32	3.39	73.44
รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)	9,298.51	15,808.44	100.00	100.00	70.01

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ระหว่างเดือนมกราคม-สิงหาคม ปี 2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 55.89 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย ในอันดับ 1-5 ได้แก่ อินเดีย ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหราชอาณาจักร และตลาด อันดับ 8-9 คือ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และญี่ปุ่น ขยายตัวได้ร้อยละ 628.35, ร้อยละ 2.52, ร้อยละ 7.91, ร้อยละ 10.40, ร้อยละ 39.11, ร้อยละ 33.26 และร้อยละ 23.60 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับที่ 6-7 และ 10 ได้แก่ อิตาลี สวิตเซอร์แลนด์ และเบลเยียม ลดลงร้อยละ 0.45, ร้อยละ 5.70 และร้อยละ 21.65 ตามลำดับ

การส่งออกไปยัง **อินเดีย** เติบโตได้ดี เป็นผลจากการ ส่งออกสินค้าหลักอย่างแพลทินัม (ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 74) เพิ่มขึ้นจากที่ไม่เคยมีการส่งออกมาก่อนในช่วงเดียวกันของปี ก่อนหน้า* รวมทั้งสินค้าสำคัญรองลงมาอย่างเครื่องประดับเงิน พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรระโน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 249.75, ร้อยละ 9.29 และร้อยละ 7.38 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียรระโน ลดลงร้อยละ 65.14

มูลค่าการส่งออกไป **ฮ่องกง** ที่ปรับตัวสูงขึ้นนั้น มาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างพลอยเนื้อแข็งเจียรระโน รวมทั้งสินค้านำเข้าเครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเงิน เพิ่มขึ้น

ร้อยละ 3.07, ร้อยละ 11.41 และร้อยละ 3.16 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียรไนและพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ลดลงร้อยละ 15.21 และร้อยละ 18.11 ตามลำดับ

ส่วนการส่งออกไปยัง **สหรัฐอเมริกา** ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการอย่าง เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเงิน พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน และเครื่องประดับเทียม ล้วนแล้วแต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.21, ร้อยละ 15.67, ร้อยละ 3.51, ร้อยละ 6.48 และร้อยละ 32.64 ตามลำดับ

สำหรับการส่งออกไปยัง **เยอรมนี** ที่เพิ่มขึ้นนั้น จากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงิน (ซึ่งมีส่วนร้อยละ 70) รวมทั้งสินค้าสำคัญอย่างเศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า เครื่องประดับเทียม และพลอยเนื้อแข็งเจียรไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.94, ร้อยละ 45.09, ร้อยละ 13.10 และร้อยละ 20.73 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกเครื่องประดับทองและพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ลดลงร้อยละ 2.20 และร้อยละ 18.17 ตามลำดับ

ขณะที่การส่งออกไป **สหราชอาณาจักร** ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้น เนื่องมาจากส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (มีส่วนร้อยละ 56) ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 70.09 รวมทั้งสินค้าสำคัญอื่น ๆ อย่างเพชรเจียรไน อัญมณีสังเคราะห์ เครื่องประดับแพลทินัม และพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.41, ร้อยละ 1,482.56, ร้อยละ 204.77 และร้อยละ 82.37 ตามลำดับ ส่วนเครื่องประดับเงินและพลอยเนื้อแข็งเจียรไน ลดลงร้อยละ 3.95 และร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

การส่งออกไปยัง **สหรัฐอเมริกาบริติชเวิลด์** ที่ปรับตัวสูงขึ้นนั้น มาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (ที่มีส่วนร้อยละ 60) รวมทั้งเพชรเจียรไน พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.60, ร้อยละ 52.40, ร้อยละ 21.93 และร้อยละ 44.09 ตามลำดับ

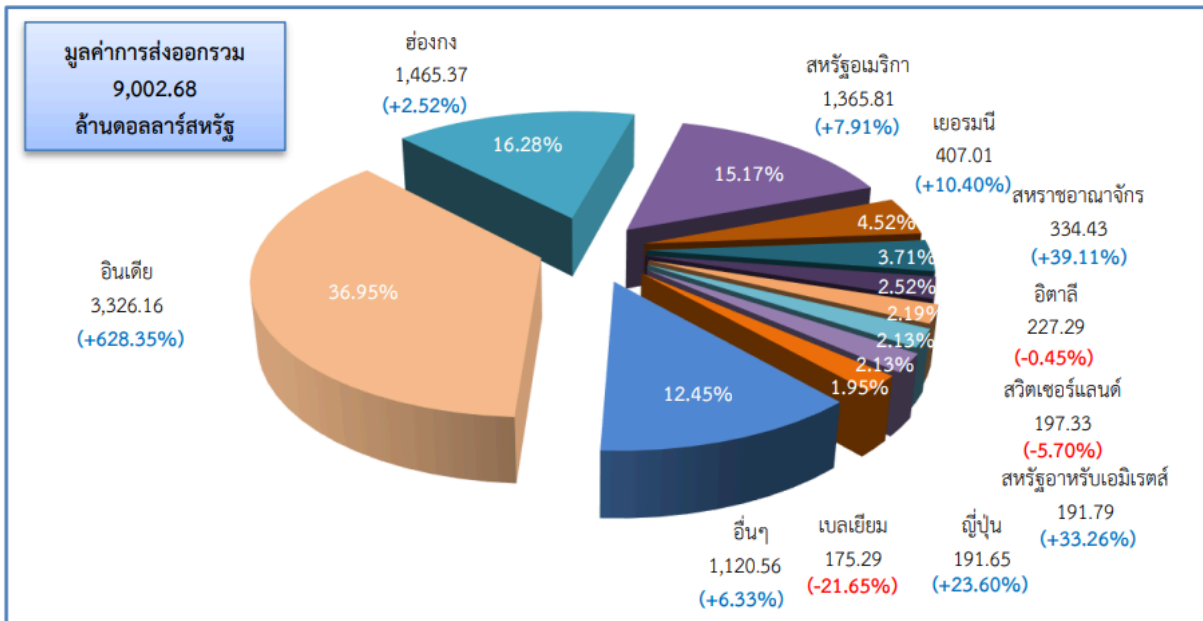
มูลค่าการส่งออกไป **ญี่ปุ่น** ปรับตัวสูงขึ้น เป็นผลจากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการอย่างเครื่องประดับทอง เศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า เครื่องประดับแพลทินัม และเครื่องประดับเงิน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.89, ร้อยละ 75.94, ร้อยละ 51.54 และร้อยละ 13.28 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียรไน ลดลงร้อยละ 36.24

ส่วนการส่งออกไปยัง **อิตาลี** ที่หดตัวลง เนื่องจากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน และเครื่องประดับเทียม ลดลงร้อยละ 28.40 และร้อยละ 1.70 ตามลำดับ ส่วนสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (มีส่วนร้อยละ 59) พลอยเนื้อแข็งเจียรไน และเครื่องประดับเงิน ยังเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.83, ร้อยละ 4.86 และร้อยละ 4.54 ตามลำดับ

การส่งออกไปยัง **สวิตเซอร์แลนด์** มีมูลค่าลดลง จากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างเครื่องประดับทอง พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน เครื่องประดับเทียม และเพชรเจียรไน ได้ลดลงร้อยละ 28.29, ร้อยละ 8.36, ร้อยละ 13.90 และร้อยละ 41.32 ตามลำดับ ส่วนสินค้าหลักอย่างพลอยเนื้อแข็งเจียรไน ยังเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 23.98

สำหรับการส่งออกไป **เบลเยียม** ซึ่งปรับตัวลดลงนั้น เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่าง เพชรเจียรไน (มีสัดส่วนร้อยละ 29) และพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ได้ลดลงร้อยละ 49.03 และ ร้อยละ 17.12 ตามลำดับ ส่วนสินค้าสำคัญอย่างเครื่องประดับเทียม พลอยเนื้อแข็งเจียรไน และเครื่องประดับทอง ยังเติบโตได้ร้อยละ 38.06, ร้อยละ 20.13, ร้อยละ 51.02 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 1 แผนภาพแสดงตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ระหว่างเดือนมกราคม-สิงหาคม ปี 2568



ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

บทสรุป

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยระหว่าง เดือนมกราคม-สิงหาคม ปี 2568 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 70.07 แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย เมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำ มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 55.89 และหากพิจารณาถึงมูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เมื่อหักออกด้วยมูลค่าการส่งออกทองคำ และมูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสุกรีขยายตัวได้ร้อยละ 61.50 มีรายละเอียดดังตารางที่ 3 โดยสินค้าสำคัญหลายรายการอย่าง เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง เครื่องประดับแพลทินัม พลอยเนื้อแข็งเจียรไน และเครื่องประดับเทียม ยังเติบโตได้ดี

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกสุทธิของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างเดือนมกราคม-สิงหาคม ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-ก.ค. 67	ม.ค.-ก.ค. 68	ม.ค.-ก.ค. 67	ม.ค.-ก.ค. 68	
มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ	10,428.42	17,736.07	100.00	100.00	70.07
หัก มูลค่าส่งออกทองคำ	4,653.50	8,733.39	44.62	49.24	87.67
คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ	5,774.92	9,002.68	55.38	50.76	55.89
หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ	495.98	477.13	4.76	2.69	-3.80
คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ	5,278.94	8,525.55	50.62	48.07	61.50

ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาภาพรวมทางเศรษฐกิจในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2568 นั้น ในภาพรวมเศรษฐกิจโลกยังคงอยู่กับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ แม้ว่ากำลังซื้อของผู้บริโภคยังคงมีส่วนสำคัญในภาคเศรษฐกิจ โดยกึ่งยอดค้าปลีกสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6 สูงกว่าที่คาดการณ์และยอดค้าปลีกของสหภาพยุโรปเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2 โดยแรงหนุนหลักมาจากการค้าออนไลน์แต่ตัวเลขเศรษฐกิจสหรัฐฯ ยังคงสะท้อนภาพการชะลอตัวที่ต่อเนื่อง ทั้งตลาดแรงงาน ตลาดที่อยู่อาศัย และความเชื่อมั่นที่ล้นลดต่ำลง สัดส่วนการถือทองคำของธนาคารกลางทั่วโลกพุ่งแตะร้อยละ 27 ของทุนสำรองต่างประเทศ ขณะที่สัดส่วนการถือพันธบัตรสหรัฐฯ (US Treasuries) ลดลงเหลือร้อยละ 23 ซึ่งต่ำที่สุดนับตั้งแต่วิกฤตสินเชื่อซับไพรม์ 2008 รวมถึงปัญหาการแทรกแซงนโยบายการเงินของประธานาธิบดีสหรัฐฯ ความปั่นป่วนจากนโยบายการค้าสหรัฐฯ ซึ่งศาลอุทธรณ์สหรัฐฯ ตัดสินว่าการขึ้นอัตราภาษีนำเข้ากับประเทศต่าง ๆ ขัดต่อกฎหมาย แต่อนุญาตให้มาตรการภาษียังคงมีผลบังคับใช้ไปจนถึงวันที่ 14 ตุลาคมนี้ เพื่อเปิดโอกาสให้คู่กรณีสู้คดีต่อในศาลสูงสุด นอกจากนี้ สหรัฐฯ ยกเลิกการยกเว้นภาษีสำหรับสินค้านำเข้ามูลค่าต่ำกว่า 800 เหรียญสหรัฐฯ (ตามกฎหมาย de minimis) ตั้งแต่วันที่ 29 สิงหาคม 2568 ล้วนเป็นปัจจัยส่งผลให้การคาดการณ์เศรษฐกิจโลกสำหรับปีนี้ยังคงมีความไม่แน่นอนสูง

สถานการณ์ส่งออกใน 8 เดือนแรกของปี 2568 ที่ผ่านมา พบว่า สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับยังเติบโตได้จากการเพิ่มขึ้นคำสั่งซื้อของประเทศคู่ค้าในช่วงก่อนการบังคับใช้มาตรการภาษีตอบโต้จะเริ่มมีผล แต่อย่างไรก็ตาม การแก้ปัญหาไม่ได้อยู่ที่การเจรจาลดภาษีเพียงอย่างเดียว แต่คือการยกระดับสู่มิติใหม่ของการพัฒนาสินค้า ผ่านการพัฒนาคอลเลกชันที่ผสมผสานพลอยสีหลากหลายเฉดสีกับดีไซน์ร่วมสมัยที่สะท้อนเอกลักษณ์ไทย มีการสร้างความโปร่งใสด้วยเทคโนโลยีบล็อกเชนและการใช้นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อตอบสนองผู้บริโภคใหม่ที่ใส่ใจความรับผิดชอบต่อสังคม ผลลัพธ์คือการเปลี่ยนผ่านจาก "ผู้ผลิต" สู่ "ผู้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะที่มีชีวิต" ที่แต่ละชิ้นงานบ่งบอกเรื่องราวของมรดกทางวัฒนธรรมและความหมายเชิงสัญลักษณ์ ทำให้แบรนด์ไทยสามารถแข่งขันในระดับพรีเมียมและสร้างฐานลูกค้าทั่วโลกได้อย่างยั่งยืน ซึ่งจะนำพาอุตสาหกรรมไทยให้ก้าวข้ามอุปสรรคและเติบโตในยุคที่ผู้บริโภคแสวงหาความเชื่อมโยงทางอารมณ์และคุณค่าที่แท้จริงมากกว่าสินค้าธรรมดา

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
ตุลาคม 2568

*พิภดอตราศุลกากรตอนที่ 71 ว่าด้วย "ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า และของที่ทำด้วยของดังกล่าว เครื่องเพชรพลอย และรูปพรรณที่เป็นของเทียม เหริยญกษาปณ"