

การปรับเปลี่ยนเชิงโครงสร้าง-การพลิกโฉมอุตสาหกรรมเครื่องประดับในจีน

“อุตสาหกรรมเครื่องประดับของประเทศไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญท่ามกลางมรสุมเศรษฐกิจโลกและการปรับเปลี่ยนนโยบายภายในประเทศ ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมต้องเร่งปรับกลยุทธ์ใหม่ โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างสรรคนวัตกรรม ความโปร่งใส และการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรม เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคร่วมสมัย”



ในปีที่ผ่านมา (ปี 2025) แม้จะเผชิญกับสภาวะราคาทองคำที่พุ่งสูงขึ้นและพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่ระมัดระวังมากขึ้น จนส่งผลให้ความต้องการเครื่องประดับชะลอตัวลง แต่อุตสาหกรรมเครื่องประดับจีนกำลังเข้าสู่ระยะการเปลี่ยนผ่าน ผู้บริโภคยุคใหม่เริ่มมีมุมมองต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับที่เปลี่ยนไป โดยให้ความสำคัญกับ **“ความผูกพันทางอารมณ์” (Emotional Connection)** **“ความคล่องตัวในการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน” (Everyday Wearability)** และ **“สนิยมส่วนบุคคล”** เป็นลำดับต้น ๆ

ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมวิเคราะห์ว่า ภาคธุรกิจกำลังอยู่ในจุดเปลี่ยนสำคัญ จากเดิมที่มุ่งเน้นการขยายตัวเชิงปริมาณ (Expansion-driven Growth) ไปสู่การเติบโตเชิงคุณภาพ (Quality-oriented Approach) โดยผู้เล่นรายใหญ่เริ่มหันมาสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านงานดีไซน์ที่ล้ำสมัย การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Compelling Narratives) และการยกระดับการบริการ

การบริโภคที่เน้นคุณค่า (Value-based Spending)

รายงานแนวโน้มความต้องการทองคำ (Gold Demand Trends) จากสภาทองคำโลก (World Gold Council's: WGC) ระบุว่า เมื่อปีที่ผ่านมา (ปี 2025) เป็นปีที่ความต้องการเครื่องประดับทองในจีนอ่อนตัวลงอย่างมาก เป็นผลสืบเนื่องจากราคาทองคำที่ปรับตัวสูงขึ้น ประสมกับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและภาวะความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์



ข้อมูลระบุถึงความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่าง "ปริมาณการซื้อ" และ "มูลค่าการซื้อ" โดยในไตรมาสที่ 4 ของปี 2025 ปริมาณความต้องการลดลงสู่ระดับต่ำสุดในรอบกว่า 15 ปี เนื่องจากการปฏิรูปภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) สภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา และปัจจัยด้านเทศกาลตรุษจีนที่มาล่าช้า อย่างไรก็ตาม มูลค่าการใช้จ่ายรวมในเครื่องประดับทองกลับสูงถึง 3.9 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งถือเป็นสถิติสูงสุดอันดับสองรองจากปี 2013 (4.3 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ)

"ผู้บริโภคไม่ได้หยุดซื้อเครื่องประดับทองเพียงเพราะราคาสูงขึ้น" คุณ Sharon Weng รองผู้อำนวยการฝ่ายสร้างแบรนด์ของ Yuehao Jewelry Co Ltd. ระบุว่า "คนรุ่นใหม่ยังคงตระหนักถึงมูลค่าในการลงทุนของทองคำ แต่ขณะเดียวกันก็มีความคาดหวังที่สูงขึ้นในด้านสุนทรียศาสตร์ การแสดงออกถึงตัวตน และคุณค่าทางจิตใจ"

คุณเหวินเสริมว่า เมื่อการแข่งขันด้านราคาลดลง การเติบโตในอนาคตจะขึ้นอยู่กับการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ่านงานฝีมือที่ประณีต การถ่ายทอดความหมายทางวัฒนธรรม และการสร้างความเชื่อมั่นผ่านบริการระดับมืออาชีพ ด้าน คุณ Jiang Hua ผู้อำนวยการฝ่ายกลยุทธ์

อุตสาหกรรม สมาคมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับแห่งประเทศไทย (GAC) ให้ข้อสังเกตว่า ความต้องการสินค้ากลุ่มไฮเอนด์ อาทิ ทองคำมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Gold) และ เครื่องประดับสั่งทำพิเศษ (Bespoke Fine Jewellery) ยังคงเติบโตอย่างมั่นคง ขณะที่กลุ่ม เครื่องประดับเน้นความคล่องตัว (Fast-moving segment) ที่มีดีไซน์ทันสมัย น้ำหนักเบา และราคาย่อมเยา ก็มีแนวโน้มการเติบโตที่แข็งแกร่งจากการซื้อซ้ำที่บ่อยครั้ง

การปฏิรูปตลาดและนโยบายภาษี

ผู้ประกอบการรายใหญ่ในจีนเริ่มปรับกลยุทธ์โดยมุ่งเน้นที่นวัตกรรมและการเพิ่มประสิทธิภาพ องค์กร หลายรายเลือกที่จะบริหารจัดการเครือข่ายร้านค้า (Store Network Optimization) โดยการปิดสาขาที่ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้า เพื่อหันไปโฟกัสที่ "ผลกำไรต่อตารางเมตร" และการบริหารจัดการที่คล่องตัว เพื่อสร้างความยั่งยืนในระยะยาว

การปรับเปลี่ยนเชิงโครงสร้างนี้เห็นได้ชัดจากการปรับปรุงนโยบายภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับสินค้า ทองคำ แพลทินัม และเพชร ในไตรมาสสุดท้ายของปีที่ผ่านมา แม้สภาพทองคำโลกจะมองว่า นโยบายดังกล่าวอาจชะลอความต้องการซื้อเครื่องประดับในระยะสั้น แต่คุณ Jiang Hua จาก GAC กลับมองว่าเป็นผลดีในระยะยาว โดยระบุว่า "การปรับภาษีจะช่วยสร้างสภาพแวดล้อม การค้าที่เป็นมาตรฐาน มีความโปร่งใส และเกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมมากขึ้น" นโยบายนี้จะ ส่งผลให้เกิดการแบ่งแยกที่ชัดเจนระหว่าง "ผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุน" และ "เครื่องประดับ" ส่งผลให้โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานเกิดการจัดระเบียบใหม่ โดยกลุ่มสถาบันการเงินและแบ รนด์เครื่องประดับรายใหญ่จะเข้ามามีบทบาทนำในตลาดมากขึ้น

วิวัฒนาการของผลิตภัณฑ์และอิทธิพลของ Gen Z

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร โดยเฉพาะการก้าวเข้ามาเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักของ Gen Z ได้เร่งให้เกิดวิวัฒนาการของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายนี้ไม่ได้มองหาเพียงแค่การ ครอบครองวัตถุที่มีมูลค่าเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี ความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อมและสังคม และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

การเติบโตของเครื่องประดับกลุ่ม "Hard Pure Gold" (ทองคำบริสุทธิ์ที่มีความแข็งแกร่งสูง) เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการตอบโจทยผู้บริโภครุ่นใหม่ที่ต้องการงานดีไซน์ที่หลากหลายใน ราคาที่เข้าถึงได้ ขณะที่กลยุทธ์การสร้างสรรคร่วม (Collaboration) กับแบรนด์ลิขสิทธิ์ (IP) หรือการผสานอัตลักษณ์ "ความงามแบบจีนร่วมสมัย" (Modern Chinese Aesthetics) และสไตล์ "Guochao" (เทรนด์ที่นิยมสินค้าแบรนด์ท้องถิ่นที่สะท้อนวัฒนธรรมจีน) กลายเป็น กุญแจสำคัญในการปลดล็อกโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ

นวัตกรรมการตรวจสอบและเทคโนโลยีบล็อกเชน

ในด้านความเชื่อมั่นของผู้บริโภค คุณ Meng Xiaojun หัวหน้านักเศรษฐศาสตร์จากศูนย์ ทดสอบอัญมณีแห่งชาติ (The National Gemstone Testing Center: NGTC) ระบุว่า

พฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบันไม่ได้หยุดอยู่แค่การตรวจสอบ "ความแท้" ของวัสดุเท่านั้น แต่ยังคงครอบคลุมไปถึงคุณภาพของงานดีไซน์และนวัตกรรมการผลิต

เพื่อตอบสนองต่อประเด็นเรื่องความโปร่งใส NGTC ได้เปิดตัว "โซลูชันดิจิทัลเพื่อการตรวจสอบย้อนกลับเครื่องประดับทอง" (Gold Jewellery Traceability Digital Solution) ในเดือนพฤศจิกายน 2025 โดยการใช้ "Baoyuan Code" ซึ่งเป็นใบรับรองดิจิทัลบนระบบบล็อกเชน (Blockchain) ทำหน้าที่เป็น "พาสปอร์ตดิจิทัล" สำหรับเครื่องประดับแต่ละชิ้น ช่วยให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของวัตถุดิบและเส้นทางในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างครบถ้วน ปัจจุบันมีการออกใบรับรองดิจิทัลไปแล้วกว่า 1.85 ล้านฉบับ ผ่านความร่วมมือกับกลุ่มบริษัทเครื่องประดับยักษ์ใหญ่อย่าง Chow Tai Fook

บทสรุปและทิศทางในอนาคต

แม้ตลาดจะเผชิญกับแรงกดดันหลากหลายประเด็น แต่นวัตกรรมยังคงเป็นวาระทางยุทธศาสตร์ที่สำคัญที่สุด โดยข้อมูลจาก GAC ระบุว่า ยอดการจดทะเบียนด้านเครื่องประดับในจีนมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) สูงกว่าร้อยละ 3 ต่อปี ซึ่งถือเป็นอันดับหนึ่งของโลก ทั้งในด้านปริมาณและอัตราการเติบโต

ซึ่งแน่นอนว่า ทิศทางในอนาคตจะมุ่งเน้นไปที่การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล (Digital Transformation) และการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เช่น ระบบลองสวมเสมือนจริง (Virtual Try-on), การออกแบบโดยใช้ AI และการค้าปลีกอัจฉริยะ ซึ่งจะสร้างประสบการณ์การบริโภคในรูปแบบใหม่

แม้ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและราคาวัตถุดิบจะเป็นความท้าทายที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่อุตสาหกรรมเครื่องประดับของจีนยังคงมีรากฐานทางวัฒนธรรมที่แข็งแกร่ง และสามารถในการปรับตัวผ่านนวัตกรรม ซึ่งเป็นปัจจัยบวกที่จะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมให้เติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนสืบไป

Source: [JNA-JewelleryNet.com](https://www.jna-jewellery.com)

Photo credit: JNA-JewelleryNet