

สถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย เดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2568

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามพิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 71* ในเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2568 เติบโตได้ร้อยละ 85.25 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2567 ที่มีมูลค่า 7,569.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาอยู่ที่ 14,023.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.40 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากนำมูลค่าดังกล่าวข้างต้น หักออกด้วยการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป พบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 7,408.93 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 62.74 อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) รายเดือน พบว่า เดือนมิถุนายน 2568 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.34 เมื่อเทียบกับเดือนเมษายน 2568

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย ระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มิถุนายน 2568		มกราคม-มิถุนายน 2568	
	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) ม.ย./พ.ค. 68	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) ม.ค.-มิ.ย. 68/67
ส่งออกรวมทองคำ	1,906.89	8.74	14,023.08	85.25
ส่งออกไม่รวมทองคำ	761.63	-9.97	7,408.93	62.74

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สถานการณ์การส่งออก

ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 1 มีสัดส่วนร้อยละ 47.17 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 119.22 โดยราคาทองคำในเดือนมิถุนายนเพิ่มสูงขึ้นจากพฤษภาคมเดือนก่อนหน้ามาอยู่ที่ระดับราคาเฉลี่ย 3,352 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ (World Gold Council) เพิ่มขึ้นติดต่อกันเป็นเดือนที่หก โดยราคาทองคำเคลื่อนไหวในช่วงแคบ ๆ จากสถานการณ์ความตึงเครียดในตะวันออกกลางที่ผ่อนคลายลง หลังอิสราเอลและอิหร่านบรรลุข้อตกลงหยุดยิง เป็นปัจจัยกดดันต่อความต้องการทองคำในฐานะสินทรัพย์ที่ปลอดภัยลดน้อยลง ขณะที่กองทุน SPDR Gold กลับมาซื้อทองคำสุทธิในเดือนมิถุนายน 24.62 ตัน

เครื่องประดับแท้ เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 2 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 19.10 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.45 โดยสินค้าส่งออกหลักคือ เครื่องประดับทอง มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.52 จากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และอิตาลี ตลาดหลักใน 5 อันดับแรก ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.04, ร้อยละ 6.53, ร้อยละ 56.84, ร้อยละ 12.83 และร้อยละ 8.90 ตามลำดับ ส่วนการส่งออก เครื่องประดับเงิน เติบโตได้ร้อยละ 30.81 เนื่องจากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญในอันดับ 1-3 และ 5 อย่างอินเดีย สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และออสเตรเลีย ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 190.55, ร้อยละ 14.63, ร้อยละ 2.01 และร้อยละ 0.69 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปยังสหราชอาณาจักร ตลาดอันดับ 4 ลดลงร้อยละ 1.86 ขณะที่การส่งออก เครื่องประดับ

แฟลกชิป ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 83.11 เป็นผลจากการส่งออกไปยังญี่ปุ่น ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย ตลาดสำคัญใน 5 อันดับแรก ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 52.42, ร้อยละ 71.39, ร้อยละ 28.23, ร้อยละ 300.13 และร้อยละ 380.74 ตามลำดับ

แฟลกชิป เป็นสินค้าส่งออกอันดับ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.53 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากการส่งออกสะสมไปยังอินเดียในสามเดือนแรกที่สูงถึงสองพันล้านดอลลาร์สหรัฐ หากพิจารณาเฉพาะเดือนมิถุนายนมีการส่งออกเพียง 1.59 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากการที่รัฐบาลอินเดียได้ออกมาตรการควบคุมโลหะแฟลกชิปตั้งแต่วันที่เดือนมีนาคม ทั้งนี้ การส่งออกแฟลกชิปไปอินเดียนั้น เป็นผลจากช่องว่างของค่านิยามแฟลกชิปที่เปิดช่องให้ผลิตภัณฑ์ที่มีแฟลกชิปอย่างน้อยร้อยละ 2 เป็นสินค้าแฟลกชิปได้โดยเป็นการเลี่ยงการจ่ายภาษีที่สูงกว่าหากนำเข้าเป็นทองคำ รวมทั้งใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรี โดยร้อยละ 99.64 เป็นการส่งออกไปยังอินเดีย

พลอยสี พลอยสีเป็นสินค้าส่งออกอันดับ 4 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 8.48 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมของไทย ลดลงร้อยละ 0.20 โดยสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้เป็น พลอยเนื้อแข็งเจียระไน (ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต) มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.12 มาจากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญทั้ง 5 อันดับแรก อย่างฮ่องกง สหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ ฝรั่งเศส และอิตาลี ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.83, ร้อยละ 9.90, ร้อยละ 10.65, ร้อยละ 31.56 และร้อยละ 1.29 ตามลำดับ ส่วน พลอยเนื้ออ่อนเจียระไน หดตัวลงร้อยละ 5.86 อันเนื่องมาจากการส่งออกไปยังฮ่องกง สวิตเซอร์แลนด์ และอิตาลี ซึ่งเป็นตลาดอันดับที่ 1, 3 และ 5 ได้ลดลงร้อยละ 16.60, ร้อยละ 15.13 และร้อยละ 15.28 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับ 2 และ 4 อย่างสหรัฐอเมริกาและอินเดีย ยังขยายตัวได้ร้อยละ 29.78 และร้อยละ 10.92 ตามลำดับ

เพชร เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.24 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ปรับตัวลดลงร้อยละ 33.52 โดยมี เพชรเจียระไน เป็นสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ ซึ่งลดลงร้อยละ 33.24 จากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญในอันดับ 1-3 และ 5 อย่างฮ่องกง เบลเยียม อินเดีย และอิสราเอล ลดลงร้อยละ 21.46, ร้อยละ 51.15, ร้อยละ 70.82 และร้อยละ 19.83 ตามลำดับ ส่วนสหรัฐอเมริกาและอิตาลี ยังเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 22.08

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยรายสินค้า ระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-มิ.ย. 67	ม.ค.-มิ.ย. 68	ม.ค.-มิ.ย. 67	ม.ค.-มิ.ย. 68	ม.ค.-มิ.ย. 68/67
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	3,017.15	6,614.15	39.86	47.17	119.22
2. เครื่องประดับแท้	2,261.75	2,679.03	29.88	19.10	18.45
2.1 เครื่องประดับเงิน	841.48	1,100.73	11.12	7.85	30.81
2.2 เครื่องประดับทอง	1,329.62	1,456.26	17.56	10.38	9.52
2.3 เครื่องประดับพลาทินัม	34.88	63.87	0.46	0.46	83.11
2.4 อื่นๆ	55.77	58.13	0.74	0.41	4.28
3. แพลทินัม	4.21	2,458.57	0.06	17.53	58,367.39
4. พลอยสี	1,191.52	1,189.13	15.74	8.48	-0.20
4.1 พลอยก้อน	80.02	46.55	1.05	0.33	-41.84
4.2 พลอยเนื้อแข็งเจียระไน	802.98	852.15	10.61	6.08	6.12
4.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียระไน	308.52	290.43	4.08	2.07	-5.86
5. เพชร	683.33	454.27	9.03	3.24	-33.52
5.1 เพชรก้อน	4.11	1.99	0.05	0.01	-51.56
5.2 เพชรเจียระไน	676.95	451.93	8.94	3.22	-33.24
5.3 อื่นๆ	2.27	0.35	0.04	0.01	-84.65
6. เครื่องประดับเทียม	154.71	161.32	2.04	1.15	4.27
7. อื่นๆ	257.07	466.61	3.40	3.33	81.51
รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)	7,569.75	14,023.08	100.00	100.00	85.25

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 85.25 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย ในอันดับ 1-5 และ 7-9 อย่างอินเดีย ฮ่องกง สหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหราชอาณาจักร สหราชอาณาจักรเอมิเรตส์ ญี่ปุ่น และอิตาลี ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 761.15, ร้อยละ 0.70, ร้อยละ 11.53, ร้อยละ 9.92, ร้อยละ 34.72, ร้อยละ 23.75, ร้อยละ 27.25 และ ร้อยละ 3.17 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับที่ 6 และ 10 อย่างสวิตเซอร์แลนด์และ เบลเยียม ลดลงร้อยละ 7.31 และร้อยละ 21.09 ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกไปยัง **อินเดีย** ขยายตัวได้จากการส่งออกสินค้าหลักอย่างแพลทินัม (ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 83) เพิ่มขึ้นจากที่ไม่เคยมีการส่งออกมาก่อนในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า รวมทั้งสินค้าสำคัญรองลงมาอย่างเครื่องประดับเงินและพลอยเนื้ออ่อนเจียระไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 190.55 และร้อยละ 10.92 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียระไนและพลอยเนื้อแข็งเจียระไน ลดลงร้อยละ 70.82 และร้อยละ 2.58 ตามลำดับ

การส่งออก **ฮ่องกง** ที่ปรับตัวสูงขึ้นนั้น มาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างพลอยเนื้อแข็ง เจียระไน รวมทั้งสินค้ารองมาทั้งเครื่องประดับทองและเครื่องประดับเงิน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.83, ร้อยละ 6.53 และร้อยละ 8.37 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียระไนและพลอยเนื้ออ่อนเจียระไน ลดลงร้อยละ 21.46 และ ร้อยละ 16.60 ตามลำดับ

ส่วนการส่งออก **สหรัฐอเมริกา** ซึ่งเติบโตได้นั้น เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการอย่าง เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเงิน พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อน เจียระไน และเครื่องประดับเทียม ล้วนเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.04, ร้อยละ 14.63, ร้อยละ 9.90, ร้อยละ 29.78 และร้อยละ 8.41 ตามลำดับ

สำหรับการส่งออกไปยัง **เยอรมนี** มีมูลค่าเพิ่มขึ้น เป็นผลจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงิน (ที่มีสัดส่วนร้อยละ 72) รวมทั้งสินค้าสำคัญอย่างเศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า เครื่องประดับเทียม และพลอยเนื้อแข็งเจียระไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.01 ร้อยละ 76.69 ร้อยละ 24.88 และร้อยละ 11.90 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกเครื่องประดับทองและพลอยเนื้ออ่อนเจียระไน ลดลงร้อยละ 2.14 และร้อยละ 32.67 ตามลำดับ

ขณะที่การส่งออก **สหราชอาณาจักร** เพิ่มสูงขึ้น มาจากส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 55) ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 56.84 รวมทั้งสินค้าสำคัญอื่นๆ อย่างเพชรเจียระไน เครื่องประดับแพลทินัม และพลอยเนื้อแข็งเจียระไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.77 ร้อยละ 300.13 และร้อยละ 2.75 ตามลำดับ ส่วนเครื่องประดับเงิน ลดลงร้อยละ 1.86

การส่งออกไปยัง **สหรัฐอเมริกาเม็กซิโก** ปรับตัวเพิ่มขึ้น เป็นผลจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (ที่มีสัดส่วนร้อยละ 60) รวมทั้งเพชรเจียระไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.83 และร้อยละ 22.08 ตามลำดับ ส่วนพลอยเนื้อแข็งเจียระไน ลดลงร้อยละ 2.85

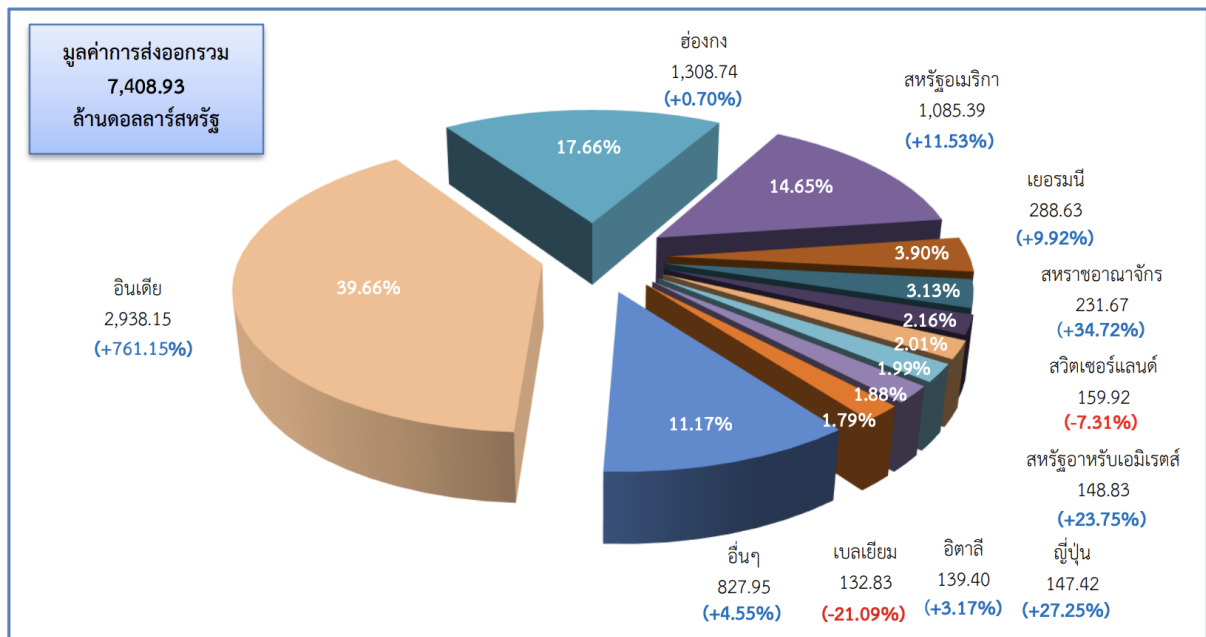
มูลค่าการส่งออก **ญี่ปุ่น** ซึ่งขยายตัวได้นั้น มาจากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการอย่างเครื่องประดับทองเศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า เครื่องประดับแพลทินัม และเครื่องประดับเงิน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.16, ร้อยละ 63.66, ร้อยละ 52.42 และร้อยละ 6.82 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียระไน ลดลงร้อยละ 34.53

ส่วนการส่งออกไปยัง **อิตาลี** ที่เติบโตได้นั้น เนื่องจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (มีสัดส่วนร้อยละ 60) และพลอยเนื้อแข็งเจียระไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.90 และร้อยละ 1.29 ตามลำดับ ส่วนพลอยเนื้ออ่อนเจียระไน เพชรเจียระไน และเครื่องประดับเงิน หดตัวลงร้อยละ 15.28, ร้อยละ 0.80 และร้อยละ 9.86 ตามลำดับ

การส่งออกไปยัง **สวิตเซอร์แลนด์** ปรับตัวลดลงจากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างเครื่องประดับทอง พลอย เนื้ออ่อนเจียระไน และเครื่องประดับเทียม ลดลงร้อยละ 18.97, ร้อยละ 15.13 และร้อยละ 14.44 ตามลำดับ ส่วนสินค้าหลักอย่างพลอยเนื้อแข็งเจียระไน ยังเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 10.65

ขณะที่การส่งออกไป **เบลเยียม** ซึ่งหดตัวลงนั้น มาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเพชรเจียระไน (มีส่วนร้อยละ 30) ได้ลดลงร้อยละ 51.15 ส่วนสินค้าสำคัญรองลงมาอย่างเครื่องประดับเทียม พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียระไน และเครื่องประดับทอง ยังขยายตัวได้ร้อยละ 48.20, ร้อยละ 33.42, ร้อยละ 8.08 และร้อยละ 52.64 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 1 แผนภาพแสดงตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2568



ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

บทสรุป

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยระหว่าง เดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2568 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 85.25 แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย เมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำ มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 62.74 และหากพิจารณาถึงมูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เมื่อหักออกด้วยมูลค่าการส่งออกทองคำ และมูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสุทธิขยายตัวได้ร้อยละ 70.71 มีรายละเอียดดังตารางที่ 3 โดยสินค้าสำคัญหลายรายการอย่าง เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง เครื่องประดับพลากิเนียม พลอยเนื้อแข็งเจียระไน และเครื่องประดับเทียม เติบโตได้ดี

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกสุทธิของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-มิ.ย. 67	ม.ค.-มิ.ย. 68	ม.ค.-มิ.ย. 67	ม.ค.-มิ.ย. 68	
มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ	7,569.75	14,023.08	100.00	100.00	85.25
หัก มูลค่าส่งออกทองคำ	3,017.16	6,614.15	39.86	47.17	119.22
คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ	4,552.59	7,408.93	60.14	52.83	62.74
หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ	430.70	372.50	5.69	2.66	-13.51
คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ	4,121.89	7,036.43	54.45	50.18	70.71

ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาภาพรวมทางเศรษฐกิจในช่วงครึ่งแรกของปี 2568 นั้น ตามรายงาน World Economic Outlook Update ฉบับเดือนกรกฎาคม ระบุว่า เศรษฐกิจโลกส่งสัญญาณฟื้นตัวในช่วงครึ่งแรกของปี 2568 จากการเร่งกิจกรรมเศรษฐกิจก่อนที่มาตรการตอบโต้ทางภาษีของสหรัฐฯ จะถูกบังคับใช้รวมทั้งค่าเงินดอลลาร์สหรัฐที่อ่อนค่าลง แต่แรงขับเคลื่อนนี้เป็นเพียงแรงหนุนชั่วคราว ไม่ใช่สัญญาณของการฟื้นตัวเชิงโครงสร้างที่ยั่งยืน โดยอุปสรรคจากการใช้มาตรการภาษีศุลกากรของสหรัฐฯ กดดันเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมทั้งทำให้อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยทั่วโลกในปี 2568 จะสูงขึ้น คาดการณ์ว่าจะอยู่ที่ร้อยละ 2.9 ซึ่งสูงกว่าอัตราก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ร้อยละ 2.2 เช่นเดียวกับปัญหาความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่ยังคุกรุ่นในหลายภูมิภาคทั่วโลก เป็นผลกระทบสำคัญที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ จากการปรับภาษีศุลกากรตอบโต้ (US Reciprocal Tariff) จากร้อยละ 36 ลงมาเหลือร้อยละ 19 ทำให้สินค้าหมวด 71 อาจมีข้อได้เปรียบเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอย่างจีน ฮ่องกง อินเดีย และเป็นการชะลอการตัดสินใจลงทุนในประเทศเวียดนามไปได้ เนื่องจากอัตราภาษีอากรยังไม่มีข้อแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

สถานการณ์ส่งออกในครึ่งแรกของปี 2568 ที่ผ่านมา พบว่า สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับยังขยายตัวได้จากการเพิ่มคำสั่งซื้อของประเทศคู่ค้าในช่วงก่อนการบังคับใช้มาตรการภาษีใหม่จะเริ่มมีผล ซึ่งจากรายงานวิเคราะห์ผลกระทบจากมาตรการด้านภาษีศุลกากรของสหรัฐฯ จากสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า พบว่า สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (พิกัด 71) จัดอยู่ในกลุ่มสินค้าที่อยู่ใน Annex II ซึ่งเป็นสินค้าที่สหรัฐฯ ยังไม่ได้ใช้มาตรการทางภาษีในขณะนี้ อย่างไรก็ตาม มีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างการนำเสนอสินค้าที่มีศักยภาพหรือเน้นงานฝีมือประณีตคุณภาพสูงเข้าไปทดแทนเพิ่มคุณค่าเชิงอารมณ์ เช่น “สินค้าหรูที่ยั่งยืน” (Sustainable luxury) เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่งใส่ใจคุณภาพและให้ความสำคัญกับความรู้สึกร่วมกับผลิตภัณฑ์มากกว่าราคา ขณะเดียวกันก็สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าแฟชั่นด้วยทักษะการผลิตที่สูงขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันจะช่วยให้การส่งออกเติบโตและรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
กรกฎาคม 2568

*พิภดัตราศุลกากรตอนที่ 71 ว่าด้วย “ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า และของที่ทำด้วยของดังกล่าว เครื่องเพชรพลอย และรูปพรรณที่เป็นของเทียม เหรียญกษาปณ์”