



มูลค่าตลาดค้าปลีกสินค้าเครื่องประดับของอินเดียเพิ่มขึ้นกว่า 30 พันล้านเหรียญสหรัฐ

จากรายงานของ Motilal Oswal ทีมวิจัยการตลาดพบว่า ตลาดค้าปลีกสินค้าเครื่องประดับของอินเดียเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา จากมูลค่า 50 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2561 เป็นมูลค่า 77 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือเท่ากับ 64 ล้านล้านรูปีอินเดีย ในปี 2567 เป็นผลมาจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นและเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าสูงขึ้น โดยคาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 15-16 ต่อปี ส่งผลให้ตลาดมีมูลค่าถึง 145 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2571 ทั้งนี้ ภาพรวมสินค้าเครื่องประดับสร้างรายได้เฉลี่ยประมาณร้อยละ 8 ต่อปี ในช่วงระหว่างปีงบประมาณ 2562-2567 โดยคาดว่าตลาดร้านค้าที่มีการจัดการที่เป็นระบบและทันสมัยจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 20 ต่อปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42-43 ของตลาดทั้งหมด



แหล่งที่มา: Reuters File Photo

ปัจจัยที่ขับเคลื่อนการเติบโตของตลาด ได้แก่:

- การเพิ่มขึ้นของร้านค้าปลีก
- การเพิ่มขึ้นของรายได้ภายหลังจากการหักภาษี
- รูปแบบสินค้าที่มีความหลากหลายสำหรับใช้งานมากขึ้น นอกเหนือจากการใช้เป็นเครื่องประดับในงานตามประเพณีดั้งเดิม อย่างงานแต่งงาน
- การออกแบบและมาตรฐานสินค้า enhanced design and quality standards including hallmarking
- ลูกค้ามีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าจากร้านค้า
- การเพิ่มขึ้นของประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าต่อร้านค้าปลีก

รัฐทมิฬนาฑู รัฐมหาราษฏระ รัฐกรณาฏกะ รัฐเวสต์เบงกอล รัฐอุตตรประเทศ รัฐอานธรประเทศ รัฐเตลังกานา เดลี รัฐเกรละ และรัฐคุชราต เป็นรัฐ 10 อันดับแรก ที่มีเครือข่ายร้านค้าที่มีการจัดการที่เป็นระบบและทันสมัยมากกว่า 2,000 ร้านค้า คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78 ของประเทศ โดยจำนวนประชากรรวมของรัฐเหล่านี้คิดเป็นร้อยละ 60 ของประเทศ และคิดเป็นร้อยละ 68 ของ GDP ทั้งประเทศ

Top 10 states	Stores Mix (%)	Population Mix (%)	GDP Mix (%)	Store/GDP Mix (x)
Tamil Nadu	15	6	9	1.7
Maharashtra	14	9	12	1.2
Karnataka	10	5	8	1.2
West Bengal	8	7	6	1.4
Uttar Pradesh	7	17	9	0.8
Andhra Pradesh	6	4	5	1.3
Telangana	6	3	5	1.1
Delhi	5	2	4	1.2
Kerala	5	3	4	1.3
Gujarat	4	5	7	0.5
Total (top 10 states)	78	60	68	1.1
Others	22	40	32	0.7
Total	100	100	100	1.0

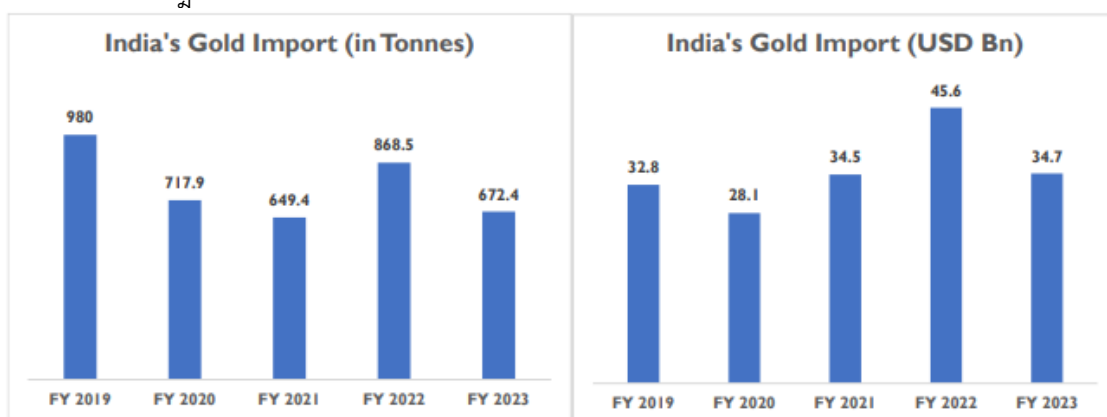
Source: Companies website, Industry, MOFSL

ทองคำนับเป็นของมีค่าในวัฒนธรรมอินเดีย โดยในสมัยโบราณได้มีการกล่าวไว้ว่าควรสวมใส่เครื่องประดับทองในงานพิธีและโอกาสสำคัญ นอกเหนือจากเทศกาลดิวาลีที่เป็นช่วงวันที่สำคัญที่สุดในปฏิทินอินเดีย ยังมีเทศกาลตามภูมิภาคที่มีการเฉลิมฉลองด้วยทองคำ ตัวอย่างงานเทศกาลทางอินเดียตอนใต้ เช่น วันอัคชญา ตรีติยา (Akshaya Tritiya) เทศกาลปองกาล (Pongal) เทศกาลโอนัม (Onam) และอุกันดี (Ugadi) เทศกาลทางอินเดียตะวันออก เช่น เทศกาลทुरुคาบูชา (Durga Puja) เทศกาลทางอินเดียตะวันตก เช่น Gudi Pavda และเทศกาลทางอินเดียเหนือ เช่น Baisakhi และ Karva Chauth

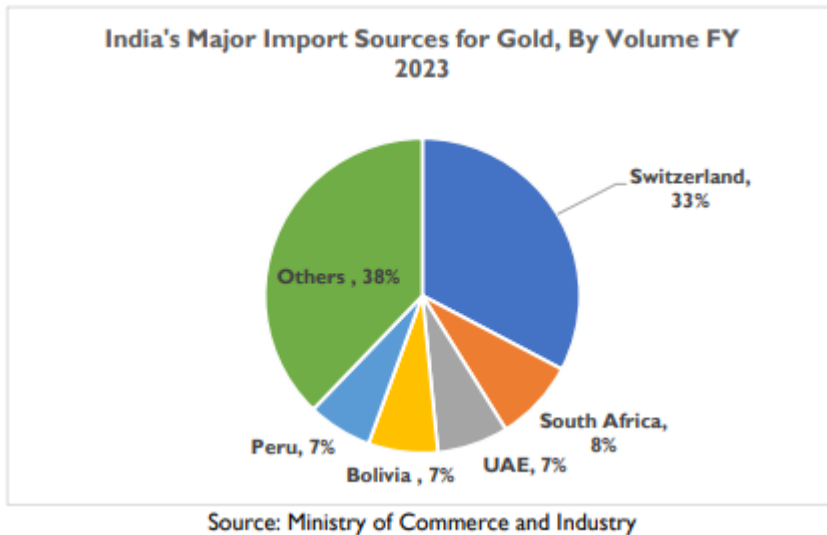
ทองคำนับเป็นศูนย์กลางของการดำเนินชีวิตอีกด้วย โดยการให้ทองคำเป็นของขวัญในพิธีแต่งงานถือเป็นส่วนหนึ่งของรากฐานที่ฝังลึกในสังคมอินเดีย โดยมีความต้องการใช้ทองคำในงานแต่งงานประมาณร้อยละ 50 ของความต้องการใช้ทองคำทั้งหมดในอินเดียต่อปี

ทองคำในอินเดียส่วนใหญ่มาจากการนำเข้า

อินเดียเป็นผู้นำเข้าทองคำรายใหญ่ที่สุด คิดเป็นปริมาณ 600-900 ตันต่อปี เพื่อตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมเครื่องประดับ โดยในระหว่างปีงบประมาณ 2562-2566 อินเดียมีปริมาณการนำเข้าทองคำเฉลี่ยจำนวน 778 ตัน อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้อินเดียมีการนำเข้าทองคำลดลงอย่างรวดเร็วจากปริมาณ 980 ตันในปี 2562 เป็น 717.9 ตันในปี 2563 และ 649.4 ตันในปี 2564 ก่อนจะกลับมาฟื้นตัวอีกครั้งในปี 2565 และหดตัวลงอีกครั้งในปี 2566 รายละเอียดปรากฏดังภาพด้านล่าง



Source: Ministry of Commerce and Industry



โดยแหล่งนำเข้าทองคำหลักของอินเดีย ในปี 2566 คือ สวิตเซอร์แลนด์ คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมา คือ แอฟริกาใต้ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โบลิเวีย และเปรู ซึ่งแหล่งนำเข้าทองคำ 5 อันดับแรกนี้ ครองสัดส่วนทางการตลาดถึงร้อยละ 62 ในปี 2566

รูปแบบการบริโภคในอินเดีย :

การใช้เป็นเครื่องประดับในโอกาสต่างๆ

เทศกาลและการแต่งงานเป็นเหตุผลหลักในการเลือกซื้อเครื่องประดับในอินเดีย เครื่องประดับสำหรับเจ้าสาวยังคงเป็นมีสัดส่วนความต้องการมากอย่างมีนัยสำคัญ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55 ของความต้องการเครื่องประดับทั้งหมด ขณะที่เครื่องประดับที่ใช้สำหรับสวมใส่ในชีวิตประจำวันมีสัดส่วนที่ร้อยละ 35 โดยบริษัทต่างๆ เริ่มหันมาผลิตเครื่องประดับชิ้นเล็กที่มีน้ำหนักเบาสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุน้อยหรือวัยรุ่น โดยเฉพาะผู้ที่ต้องการสวมใส่เครื่องประดับทองให้เข้ากับเครื่องแต่งกายตามสไตล์แบบตะวันตก ขณะที่เครื่องประดับแฟชั่นมีสัดส่วนตลาดประมาณร้อยละ 10 ของตลาดเครื่องประดับในอินเดีย



การจำแนกเครื่องประดับตามประเภทสินค้า

กำไลและสร้อยข้อมือเป็นกลุ่มหลักของการบริโภคเครื่องประดับในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 60-70 ของยอดขายทั้งหมด เนื่องจากเป็นเครื่องประดับที่ผู้หญิงชอบสวมใส่ในชีวิตประจำวัน สร้อยคอมีสัดส่วนร้อยละ 15-20 ของยอดขาย โดยยอดขายสินค้ากลุ่มสร้อยคอจะเพิ่มสูงขึ้นในช่วงที่มีเทศกาลพิเศษและงานแต่งงาน ขณะที่สินค้าประเภทต่างหูและแหวนมีสัดส่วนร้อยละ 5-15 ของยอดขาย

แนวโน้มเทรนด์ความนิยมเครื่องประดับในตลาดอินเดีย

ผู้บริโภคในอินเดีย มีแนวโน้มมองหาเครื่องประดับที่มีน้ำหนักเบา เครื่องประดับแฟชั่นมากขึ้น ซึ่งผู้ค้าปลีกสินค้าเครื่องประดับในอินเดียต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและสามารถแข่งขันในเวทีระดับสากลได้

ตัวอย่างรายชื่อบริษัทและแบรนด์เครื่องประดับรายสำคัญในตลาดอินเดีย อาทิ:

Company	Major Brands
Joyalukkas India Limited	Pride- Diamond Bridal Collection
	Eleganza- Polki Diamond Collection
	Apurva- Antique Collection
	Ratana- Precious Stone Jewellery
	Veda- Traditional Jewellery Collection
	Zenina- 22 Karat Turkish Collection
	Masaaki- Pearls
	Li'L Joy- Kids Jewellery
Kalyan Jewellers India Limited	Mudhra- Handcrafted Antique Jewellery
	Laya- Diamond Jewellery
	Nimah- Timeless Heritage Jewellery
	Glo- Diamond Jewellery
	Anokhi- Uncut Diamond
	Vedha- Antique Uncut Diamond Jewellery
	Rang- Precious Stones
	Apporva- Diamond Jewellery
	Tejasvi- Polki Diamonds
	Hera- Everyday Diamond Jewellery
	Zia- Diamond Jewellery
	Candere- Kalyan Jewellers Company
Titan Company Limited	Tanishq
	Zoya
	Mia
	Caratlane
P.N Gadgil & Sons	Zaroka
	Azva
	Gargi

แหล่งที่มา: motisonsjewellers.com

ความเห็น/ข้อเสนอแนะ

1. จากข้อมูลสถิติของ Global Trade Atlas พบว่าในช่วงเดือนมกราคม – เมษายน 2567 อินเดียมีการนำเข้าทองคำเป็นมูลค่า 12,666.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสัดส่วนแหล่งนำเข้าหลัก คือ สวิตเซอร์แลนด์ (ร้อยละ 46.75) สหรัฐอาหรับเอมิเรสต์ (ร้อยละ 16.01) แอฟริกาใต้ (ร้อยละ 11.35) เปรู (ร้อยละ 6.39) และกานา (ร้อยละ 2.78) โดยไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 24 (ร้อยละ 0.08) คิดเป็นมูลค่า 10.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยสินค้าที่อินเดียนำเข้าจากไทยจัดอยู่ใน HS Code 710812: Gold, Nonmonetary, Unwrought Nesoi (Other Than Powder)
2. จากสถิติฐานข้อมูลกรมศุลกากร โดยความร่วมมือของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักปลัดกระทรวงพาณิชย์ พบว่าในปี 2566 ไทยมีการส่งออกสินค้าในกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับมายังประเทศอินเดีย คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 714.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นเครื่องประดับที่ทำด้วยทอง มูลค่า 35.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และทองคำที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป 139.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับในปี 2567 (เดือนมกราคม - พฤษภาคม) ไทยส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับแล้วเป็นมูลค่า 316.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ร้อยละ 78.28 โดยเป็นเครื่องประดับที่ทำด้วยทอง ปริมาณ 92,062 กรัม คิดเป็นมูลค่า 4.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (มูลค่าลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ร้อยละ 29.93) และทองคำที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป ปริมาณ 284 กรัม คิดเป็นมูลค่า 20.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (มูลค่าเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ร้อยละ 56.89)
3. อินเดียได้ทำข้อตกลงการค้าเสรีกับกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งไทยเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกอาเซียน และปัจจุบันได้มีการลดอัตราภาษีของสินค้าหลายรายการภายใต้ข้อตกลงดังกล่าว รวมถึงสินค้ากลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับทองคำ ทั้งนี้ผู้ประกอบการไทยสามารถตรวจสอบข้อมูลอัตราภาษีภายใต้ความตกลงดังกล่าวได้จากตารางลดภาษีนำเข้าอินเดีย รวมถึงหลักเกณฑ์ว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าเพื่อขอใช้สิทธิยกเว้นอากรจากความตกลงดังกล่าว (Form AI) โดยสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ www.dft.go.th และเว็บไซต์กรมศุลกากร www.customs.go.th

แหล่งที่มา:

1. Deccan Herald - India's jewellery retail sector surges by \$30 billion in 6 years: Report - 20 June 2024
2. SPO India - Indian Jewellery Sector Thrives with Over Rs 1 Lakh Crore Surge in Revenue Over Five Years
3. Motilal Oswal Reports
4. <https://www.ibef.org/industry/gems-jewellery-india>
5. https://www.motisonsjewellers.com/pub/media/docs/Industry_Research_Report.pdf
6. <https://svamedia.com/india-jewellery-market-50-billion-fy18-to-80-billion-fy24/#:~:text=Top%2010%20states%20contribute%2078%25%20of%20the%20organized%20retail%20network&text=Tamil%20Nadu%2C%20Maharashtra%2C%20Karnataka%2C,%25%20and%2007%25%2C%20respectively.>

หมายเหตุ:

1. Akshaya Tritiya เป็นเทศกาลฤดูใบไม้ผลิประจำปีซึ่งเฉลิมฉลองโดยชาวฮินดูและโดยเฉพาะชาวเซนา เป็นเวลาอันเป็นมงคลที่บ่งบอกถึง 'วันที่สามของความมั่งคั่งที่ไม่สิ้นสุด' ในศาสนาเซนา มันเริ่มต้น Tirthankaras แรก (ผู้ก่อตั้ง Tirth) Palitana สถานที่แสวงบุญที่มีชื่อเสียงถือเป็นวันที่มีการถือศีลอดและการบำเพ็ญตบะ เรียกว่า Varshi Tapa ในศาสนาเซนาในขณะที่ชาวฮินดูเฉลิมฉลองว่าเป็นวันเกิดของพระเจ้า Parshuram ซึ่งเป็นอวตารที่หกของพระวิษณุ
2. Pongal เป็นเทศกาลที่มีในรัฐทางตอนใต้ของอินเดีย โดยเฉพาะรัฐทมิฬนาฑู เพื่ออุทิศให้กับเทพเจ้าของศาสนาฮินดู และเป็นเทศกาลเกี่ยวกับเกี่ยวผลผลิตที่ดีมีระยะเวลา 4 วัน ตรงกับช่วงเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ของทุกปี โดยบรรดาชาวไร่ชาวนาเพื่อแสดงความขอบคุณ "สุริยะ" หรือพระอาทิตย์และผู้ให้กำเนิดชีวิตเพื่อขอพรให้ได้ผลผลิตบริบูรณ์
3. ONAM เป็นเทศกาลเกี่ยวกับเกี่ยวนามเป็นเทศกาลเกี่ยวกับเกี่ยวของรัฐเกรละที่จัดขึ้นต่อเนื่องเป็นเวลาสิบวัน เพื่อต้อนรับการกลับมาของ มหาบาลี (Mahabali) กษัตริย์ในตำนาน ซึ่งเฉลิมฉลองกันช่วงต้นเดือนชิงกัม (Chingam) เดือนแรกตามปฏิทินมาลายาแลม สำหรับปี 2567 นี้ตรงกับช่วงวันที่ 6-15 กันยายน 2567
4. Ugadi หรือ Yugadi เป็นวันขึ้นปีใหม่ในรัฐอานธรประเทศ กรณาฏกะ เตลังคานา และกัวรร ตามปฏิทินจันทรคติของชาวฮินดู โดย Ugadi หรือ Yugadi ประกอบด้วยคำภาษาสันสกฤตสองคำ - Yug หมายถึงอายุ adi หมายถึงการเริ่มต้น ซึ่งแปลว่าการเริ่มต้นยุคใหม่หรือยุคใหม่ Ugadi มีการเฉลิมฉลองในวันแรกของเดือน Chaitra และเป็นจุดเริ่มต้นของฤดูใบไม้ผลิ