

ตลาดเพชรฮ่องกงคึกคัก! ยอดขายพุ่งรับเทศกาลแห่งการเฉลิมฉลอง

วันที่ 28 ตุลาคม 2568



ตลาดเพชรธรรมชาติฮ่องกงเติบโตคึกคัก ด้วยสาเหตุจากความนิยมในการซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ ผลการศึกษาซื้อขายพุ่งสูงอย่างมากในช่วงวันวาเลนไทน์ เทศกาลคริสต์มาส และการซื้อเพื่อนำไปใช้ในการหมั้น ตลาดเพชรธรรมชาติในฮ่องกงมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากความต้องการซื้อเพื่อเป็นของขวัญที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ตามผลการสำรวจที่จัดทำโดย NielsenIQ สหพันธ์เพชรฮ่องกง (Diamond Federation of Hong Kong: DFHK) และกลุ่มบริษัท De Beers ซึ่งเผยแพร่ในรายงานการสำรวจการค้าขายเพชรธรรมชาติฮ่องกง ประจำปี ๒๐๒๕

เทศกาลสำคัญที่ส่งผลต่อยอดขายมากที่สุด ได้แก่ วันวาเลนไทน์ การหมั้นและงานแต่งงาน และเทศกาลคริสต์มาส โดยคิดเป็นสัดส่วนความต้องการที่ร้อยละ ๖๙, ร้อยละ ๖๗ และร้อยละ ๕๙ ตามลำดับ การสำรวจดังกล่าวจัดทำขึ้นในช่วงเดือนสิงหาคม โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๒๐๐ ราย ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกของ DFHK ผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง และผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเพชร ทั้งนี้เกือบครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามคาดการณ์ว่าตลาดเพชรธรรมชาติจะมีผลประกอบการที่ดีในช่วง ๑๒ เดือนข้างหน้า ขณะที่ร้อยละ ๓๓ คาดว่าตลาดจะมีเสถียรภาพ

ส่วนในด้านการลงทุนทางการตลาดพบว่าร้อยละ ๔๖ ของผู้ประกอบการมีแผนจะเพิ่มงบประมาณทางด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการขาย ขณะที่อีกร้อยละ ๔๐ จะคงรักษาระดับการลงทุนไว้เท่าเดิม สำหรับผู้ซื้อโดยทั่วไป ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อเพชรธรรมชาติ ได้แก่ ราคา คุณลักษณะ ๔ ประการ (4Cs: น้ำหนัก การเจียระไน สี และความใส) รวมถึงใบรับรองคุณภาพ

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

สินค้าที่ยังคงได้รับความนิยมสูงสุดยังคงเป็นแหวน โดยมีความต้องการเฉพาะสำหรับเพชรที่มีน้ำหนัก ระหว่าง ๐.๕ ถึง ๑ กะรัต และมีราคาประมาณ ๒๕,๐๐๐ ดอลลาร์ฮ่องกง ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความเรียบง่าย และการสื่อความหมายในการเลือกซื้อเครื่องประดับ

นอกจากนี้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะ Xiaohongshu ยังคงเป็นช่องทางหลักในการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ขายกับลูกค้า และใช้เพื่อค้นหารายละเอียดและข้อมูลสินค้า นอกจากนี้ร้อยละ ๕๑ ของผู้ตอบแบบสอบถามประเมินว่าการสนับสนุนจากภาครัฐในปัจจุบันอยู่ในระดับ “พอใช้” ขณะที่ร้อยละ ๖๘ เห็นว่าควรมีการจัดแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

ความคิดเห็นของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองฮ่องกง

ผู้ประกอบการไทยควรพิจารณาปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อเจาะตลาดของขวัญและโอกาสเฉลิมฉลอง พร้อมใช้โซเชียลมีเดียและการรับรองคุณภาพเป็นเครื่องมือหลักในการสร้างความเชื่อมั่นและเข้าถึงผู้บริโภค ฮ่องกง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เนื่องจากยอดขายเพชรในฮ่องกงพุ่งสูงในช่วง วันวาเลนไทน์ การหมั้น และคริสต์มาส ผู้ประกอบการไทยควรออกแบบแคมเปญการตลาดที่สอดคล้องกับช่วงเวลาดังกล่าว เช่น โปรโมชัน “ของขวัญแห่งรัก” สำหรับวันวาเลนไทน์, แหวนหมั้นเฉพาะกลุ่มรสนิยมต่างๆ หรือแพ็คเกจของขวัญหรูช่วงคริสต์มาส เป็นต้น
2. เน้นคุณภาพและความเรียบง่าย ผู้บริโภคฮ่องกงให้ความสำคัญกับ 4Cs และ ใบรับรองคุณภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควร จัดทำใบรับรองจากสถาบันที่ได้รับการยอมรับสากล เช่น GIT หรือ GIA เป็นต้น รวมทั้งสื่อสารจุดเด่นของสินค้าอย่างชัดเจน มีความเรียบง่ายและมีความหมายเชิงอารมณ์
3. ใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลักซึ่งแพลตฟอร์มอย่าง Xiaohongshu เป็นช่องทางสำคัญในการค้นหาสินค้าและสร้างการมีส่วนร่วม ผู้ประกอบการไทยควรสร้างคอนเทนต์ที่เน้นเรื่องราวของแบรนด์และความหมายของเครื่องประดับ ทำโฆษณาออนไลน์แบบเจาะกลุ่มเป้าหมาย และใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (KOLs) ในฮ่องกง เพื่อรีวิวสินค้า เพิ่มการลงทุนด้านการตลาดใช้ช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ควบคู่กัน เช่น การจัดแสดงในห้างสรรพสินค้าระดับพรีเมียม การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในฮ่องกง ซึ่งมีปีละ 4 งาน

แหล่งอ้างอิงข้อมูล

<https://hongkongbusiness.hk/retail/news/hong-kong-diamond-market-growth-driven-gifts-study-shows>