

สถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย เดือนมกราคม ปี 2568

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามพิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 71* ในเดือนมกราคม ปี 2568 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 148.87 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปี 2567 ที่มีมูลค่า 1,166.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาอยู่ที่ 2,902.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็น สินค้าส่งออกในอันดับที่ 1 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.48 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากนำมูลค่าดังกล่าวข้างต้นหักออก ด้วยการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป พบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 1,734.26 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากเดือนเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 148.82

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในเดือนมกราคม ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มกราคม 2567		มกราคม 2568	
	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) ม.ค. 67/ม.ค. 68	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) ม.ค. 68/67
ส่งออกรวมทองคำ	1,166.10	59.08	2,902.13	148.87
ส่งออกไม่รวมทองคำ	696.99	21.54	1,734.26	148.82

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สถานการณ์การส่งออก

สินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุดในเดือนแรกของปีนี้ คือ **ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำแท่งสำเร็จรูป** เป็นสินค้าส่งออกในอันดับแรก ด้วยสัดส่วนร้อยละ 40.24 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 148.95 โดยราคาทองคำในเดือนมกราคมเพิ่มสูงขึ้นจากเดือนธันวาคมปีก่อนหน้ามาอยู่ที่ระดับราคาเฉลี่ย 2,709.69 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ (World Gold Council) โดยราคาทองคำยังเพิ่มขึ้นต่อเนื่องมีปัจจัยหนุนจากแนวโน้มของประธานาธิบดี โดนัลด์ ทรัมป์ ซึ่งส่งสัญญาณในเชิงกดดันให้เฟดปรับลดอัตราดอกเบี้ย ร่วมกับการประกาศขึ้นภาษีประเทศคู่ค้าที่เกินดุลการค้าลำดับต้น ๆ อย่างแคนาดา เม็กซิโก และจีน รวมทั้งสินค้าสำคัญอื่น ๆ ตามมาอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นแรงหนุนการเข้าซื้อทองคำในฐานะสินทรัพย์ปลอดภัย ขณะที่ Goldman Sachs คาดการณ์ ราคาทองคำในปีนี้มีโอกาสไปถึง 3,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ จากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ยังอ่อนแอ รวมทั้งการที่ธนาคารกลางหลายประเทศเพิ่มการซื้อทองคำมากขึ้นตั้งแต่ปีก่อนหน้า

พลกัม เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 2 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.33 ขยายตัวสูงขึ้นจากที่มีการส่งออกเล็กน้อยในเดือนเดียวกันของปีก่อนหน้า เกือบทั้งหมดเป็นการส่งออกไปยังอินเดีย ร้อยละ 99.88 ตามมาด้วยเยอรมนี ญี่ปุ่น ฮองกง และฝรั่งเศส ซึ่งเป็นตลาดสำคัญ 5 อันดับแรก โดยสาเหตุหลักมาจากการที่รัฐบาลอินเดียให้คำนิยาม

จำแนกแพททินัมว่า โลหะผสมที่มีส่วนประกอบของแพททินัมตั้งแต่ร้อยละ 2 ขึ้นไปโดยน้ำหนักให้ถือเป็นโลหะผสมแพททินัม ทำให้มีการนำเข้าทองคำในพิกัดแพททินัมเพิ่มมากขึ้น โดยอาศัยช่องโหว่ดังกล่าว ร่วมกับการใช้ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย เพื่อนำเข้าอินเดียโดยไม่เสียภาษีและสามารถทำกำไรจากการขายได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2568 รัฐบาลอินเดียได้ออกกฎควบคุมการนำเข้าโลหะผสมแพททินัมที่มีความบริสุทธิ์ต่ำกว่าร้อยละ 99 และกำหนดนิยามสินค้าที่จะเข้าพิกัดแพททินัม (7110) ต้องประกอบด้วย แพททินัมตั้งแต่ร้อยละ 99 ขึ้นไปโดยน้ำหนัก เพื่อแก้ปัญหาคาหาประโยชน์จากความแตกต่างของภาษีศุลกากรดังกล่าวแล้ว

เครื่องประดับแท้ เป็นสินค้าส่งออกอันดับ 3 ในสัดส่วนร้อยละ 13.24 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.70 โดยสินค้าส่งออกหลักคือ เครื่องประดับทอง เติบโตได้ร้อยละ 6.54 จากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญอันดับ 1 และ 3-4 อย่างอิตาลีกาตาร์และสหราชอาณาจักร ได้สูงขึ้นร้อยละ 10.84, ร้อยละ 46.23 และร้อยละ 10.49 ตามลำดับ ส่วนสหรัฐอเมริกาและฮ่องกง ตลาดอันดับ 2 และ 5 ลดลงร้อยละ 2.58 และร้อยละ 13.13 ตามลำดับ การส่งออกเครื่องประดับเงิน ขยายตัวได้ร้อยละ 8.46 เนื่องจากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา อินเดีย และสหราชอาณาจักร ตลาดสำคัญในอันดับ 1-2 และ 4 ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.32, ร้อยละ 79.04 และร้อยละ 11.38 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับ 3 และ 5 อย่างเยอรมนี และออสเตรเลีย หดตัวลงร้อยละ 16.25 และร้อยละ 12.92 ตามลำดับ การส่งออกเครื่องประดับแพททินัม ปรับตัวขึ้นร้อยละ 38.16 มาจากการส่งออกไปยังตลาดอันดับ 2-5 อย่างสหรัฐอเมริกา ฮ่องกง สหราชอาณาจักร และสิงคโปร์ ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.23, ร้อยละ 117 และร้อยละ 156.78 ตามลำดับ ส่วนญี่ปุ่น ตลาดอันดับแรกลดลงร้อยละ 6.15

พลอยสี เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 4 มีสัดส่วนร้อยละ 8.98 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมของไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 45.92 โดยสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ เป็นพลอยเนื้อแข็งเจียระไน (ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต) ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 43.12 เป็นผลจากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา อิตาลี เบลเยียม และฝรั่งเศส ซึ่งเป็นตลาดสำคัญ อันดับ 1-3 และ 5 ได้สูงขึ้นร้อยละ 57.86, ร้อยละ 22.40, ร้อยละ 38.01 และร้อยละ 95.21 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับ 4 อย่างฮ่องกง ลดลงร้อยละ 21.44 พลอยเนื้ออ่อนเจียระไน เพิ่มขึ้นร้อยละ 57.54 จากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญอันดับที่ 1 และ 3-4 อย่างสหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ และเบลเยียม ได้สูงขึ้นร้อยละ 112.08, ร้อยละ 2.25 และร้อยละ 137.03 ตามลำดับ ส่วนอิตาลี และฮ่องกง ตลาดในอันดับ 2 และ 5 ลดลง ร้อยละ 47.43 และร้อยละ 45.92 ตามลำดับ

เพชร เป็นสินค้าส่งออกรายการสำคัญในอันดับ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.08 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ปรับลดลงร้อยละ 34.29 โดยมี เพชรเจียรไน เป็นสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ ซึ่งหดตัวลงร้อยละ 33.6 เนื่องจากการส่งออกไปยังฮ่องกงและเบลเยียม ตลาดในอันดับ 1 และ 4 ได้ลดลงร้อยละ 32.13 และร้อยละ 63.96 ตามลำดับ ขณะที่ตลาดอันดับ 2-3 และ 5 อย่าง สหรัฐอเมริกา อิสราเอล และสหรัฐอเมริกาเบมิเรตส์ยังเติบโตได้ ร้อยละ 54.77, ร้อยละ 20.48 และร้อยละ 48.60 ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ในเดือนมกราคม ปี 2568 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 148.82 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันในปีก่อนหน้า โดยตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยในอันดับ 1-3, 6-7 และ 10 อย่างอินเดีย สหรัฐอเมริกา อิตาลีกาตาร์ สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาเบมิเรตส์ ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1,893.86, ร้อยละ 36.44, ร้อยละ 7.75, ร้อยละ 47.87, ร้อยละ 15.68 และร้อยละ 1.02 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับที่ 4-5 และ 8-9 อย่างฮ่องกง เยอรมนี เบลเยียม และญี่ปุ่น ปรับตัวลดลงร้อยละ 28.92, ร้อยละ 4.24, ร้อยละ 6.31 และร้อยละ 9.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยรายสินค้าในเดือนมกราคม ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค. 67	ม.ค. 68	ม.ค. 67	ม.ค. 68	ม.ค. 68/67
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	469.11	1,167.87	40.23	40.24	148.95
2. แพลทินัม	0.21	967.29	0.02	33.33	452,751.32
3. เครื่องประดับแท้	360.23	384.37	30.89	13.24	6.70
3.1 เครื่องประดับเงิน	143.74	155.90	12.33	5.37	8.46
3.2 เครื่องประดับทอง	200.52	213.63	17.20	7.36	6.54
3.3 เครื่องประดับแพลทินัม	4.17	5.77	0.36	0.20	38.16
3.4 อื่นๆ	11.80	9.07	1.01	0.31	-23.12
4. พลอยสี	178.59	260.59	15.31	8.98	45.92
4.1 พลอยก้อน	6.39	6.66	0.55	0.23	4.08
4.2 พลอยเนื้อแข็งเจียระไน	120.24	172.08	10.31	5.93	43.12
4.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียระไน	51.96	81.85	4.46	2.82	57.54
5. เพชร	91.73	60.28	7.87	2.08	-34.29
5.1 เพชรก้อน	1.01	0.68	0.09	0.02	-33.86
5.2 เพชรเจียระไน	89.04	59.60	7.64	2.05	-33.06
5.3 อื่นๆ	1.68	0.00	0.14	0.00	N/A
6. เครื่องประดับเทียม	24.47	23.05	2.10	0.79	-5.79
7. อื่นๆ	41.76	38.68	3.58	1.34	-7.37
รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)	1,166.10	2,902.13	100.00	100.00	148.87

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

มูลค่าการส่งออกไปยัง **อินเดีย** ที่ขยายตัวสูงขึ้น เป็นผลมาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างแพลทินัม (ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 95) ได้สูงขึ้นจากที่ไม่เคยมีการส่งออกมาก่อนในเดือนเดียวกันของปีก่อนหน้า รวมทั้งสินค้านำเข้าอย่างเครื่องประดับเงิน และโลหะเงิน ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 79.04 และร้อยละ 698.56 ตามลำดับ ส่วนสินค้าที่หดตัวลงคือ เพชรเจียระไน ลดลงร้อยละ 78.53

การส่งออกไปยัง **สหรัฐอเมริกา** มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการ อย่างพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียระไน เครื่องประดับเงิน และเพชรเจียระไน ได้สูงขึ้นร้อยละ 57.86, ร้อยละ 112.08, ร้อยละ 12.32 และร้อยละ 54.77 ตามลำดับ ส่วนเครื่องประดับทอง ลดลงร้อยละ 2.58

ขณะที่การส่งออกไป **อิตาลี** ที่เพิ่มขึ้นนั้น มาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (ที่มีสัดส่วนร้อยละ 68) และสินค้านำเข้าอย่างพลอยเนื้อแข็งเจียระไน เครื่องประดับเงินและเครื่องประดับเทียม สูงขึ้นร้อยละ 10.84, ร้อยละ 22.40,

ร้อยละ 9.10 และร้อยละ 25.33 ตามลำดับ ส่วนพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ลดลงร้อยละ 47.43

ส่วนการส่งออกไปยัง **กาตาร์** มีมูลค่าเพิ่มขึ้นมาจากการส่งออกสินค้าหลัก คือ เครื่องประดับทอง (มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 99) ได้สูงขึ้นร้อยละ 46.23

มูลค่าการส่งออก **สหราชอาณาจักร** ซึ่งเพิ่มขึ้นนั้น จากการส่งออกสินค้าสำคัญ อย่างเครื่องประดับทองและเครื่องประดับเงิน (ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันถึงร้อยละ 79) รวมทั้งสินค้านิรโทษกรรมอย่างเพชรเจียรไน ได้สูงขึ้นร้อยละ 10.49, ร้อยละ 11.38 และร้อยละ 134.91 ตามลำดับ

ส่วนการส่งออกไปยัง **สหรัฐอเมริกา** ที่เพิ่มขึ้นเป็นผลจากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างเพชรเจียรไน พลอยเนื้อแข็งเจียรไน และเครื่องประดับเงิน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 48.60, ร้อยละ 39.67 และร้อยละ 63.28 ตามลำดับ ส่วนเครื่องประดับทอง ซึ่งเป็นสินค้าหลักลดลงร้อยละ 14.49

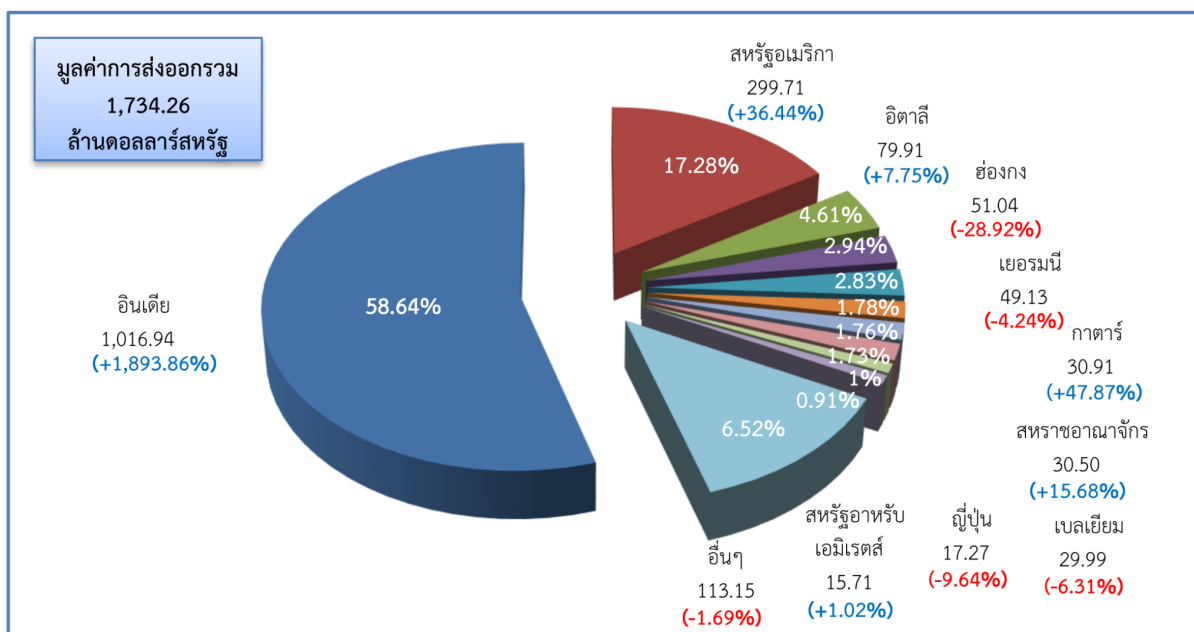
สำหรับการส่งออกไปยัง **ฮ่องกง** ปรับตัวลดลง เนื่องจากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการอย่างเพชรเจียรไน เครื่องประดับทอง พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ล้วนลดลงร้อยละ 32.13, ร้อยละ 13.13, ร้อยละ 21.44 และร้อยละ 45.92 ตามลำดับ ส่วนอัญมณีสังเคราะห์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.64

มูลค่าการส่งออก **เยอรมนี** ที่ลดลงนั้น มาจากการส่งออกเครื่องประดับเงิน (ซึ่งเป็นสินค้าหลักครองสัดส่วนถึงร้อยละ 70) ได้ลดลงร้อยละ 16.25 รวมทั้งพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ลดลงร้อยละ 51.26 ส่วนเศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่าและเครื่องประดับทอง ยังเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 65.01 และร้อยละ 35.56 ตามลำดับ

การส่งออกไปยัง **เบลเยียม** ซึ่งหดตัวลงนั้น เป็นผลจากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างเพชรเจียรไนได้ลดลงร้อยละ 63.96 ส่วนสินค้าสำคัญอย่างพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน และเครื่องประดับเทียม ยังเติบโตได้ร้อยละ 38.01, ร้อยละ 137.03 และร้อยละ 69.59 ตามลำดับ

การส่งออก **ญี่ปุ่น** ปรับตัวลดลงจากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการอย่างเครื่องประดับแพลทินัม เครื่องประดับเงิน พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ได้ลดลงร้อยละ 6.15, ร้อยละ 17.01, ร้อยละ 58.19 และร้อยละ 69.24 ตามลำดับ ส่วนสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง ยังขยายตัวได้ร้อยละ 18.23

แผนภาพที่ 1 แผนภาพแสดงตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ในเดือนมกราคม ปี 2568



ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

บทสรุป

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในเดือน มกราคม ปี 2568 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 148.87 แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย เมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำ ขยายตัวร้อยละ 148.82 หากพิจารณามูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เมื่อหักออกด้วยมูลค่าการส่งออกทองคำและมูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและ เครื่องประดับสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 155.16 มีรายละเอียด ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกสุทธิของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในเดือนมกราคม ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค. 67	ม.ค. 68	ม.ค. 67	ม.ค. 68	
มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ	1,166.10	2,902.13	100.00	100.00	148.87
หัก มูลค่าส่งออกทองคำ	469.11	1,167.87	40.23	40.24	148.95
คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ	696.99	1,734.26	59.77	59.76	148.82
หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ	31.40	35.94	2.69	1.24	14.46
คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ	665.59	1,698.32	57.08	58.52	155.16

ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

เมื่อพิจารณาภาพรวมในปี 2567 นั้น กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ได้เผยแพร่รายงานแนวโน้มเศรษฐกิจโลกสำหรับปี 2025 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า อินเดียและบรา

ซิลเป็นสองประเทศที่มีอัตราการเติบโตของ GDP สูงที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศเศรษฐกิจหลักอื่น ๆ รวมทั้งสหรัฐอเมริกาที่จะเติบโตได้ดีจากการใช้นโยบายกีดกันการค้าของประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ที่เพิ่มความตึงเครียดให้กับเศรษฐกิจโลกมากขึ้น แต่ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจสหรัฐฯ ขณะที่ยุโรป จีน และญี่ปุ่น ยังคงมีความอ่อนแอทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังมีความท้าทายอีกหลายประการ ทั้งนโยบายที่เปลี่ยนแปลงไปมาของโดนัลด์ ทรัมป์ สงครามการค้าจะขยายตัวเพิ่มขึ้น มีการตอบโต้ระหว่างกันกว้างขวางจากการแบ่งขั้วระหว่างกัน มีการตั้งกำแพงทางการค้า ออกมาตรการภาษีและไม่ใช้ภาษีตอบโต้กับประเทศคู่ค้ามากขึ้น รวมทั้งความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง และรัสเซีย-ยูเครนยังคงคุกรุ่นอยู่ตลอดเวลา ล้วนเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจโลกอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

สถานการณ์ส่งออกในเดือนแรกของปี 2568 พบว่า สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับยังขยายตัวต่อเนื่องในหลายตลาดจากการใช้สอยในช่วงเทศกาลรับปีใหม่ต่อเนื่องมาถึงเทศกาลตรุษจีน แต่ขณะเดียวกันการพึ่งพาบางตลาดมากเกินไปอย่างฮ่องกงอาจได้รับผลกระทบเนื่องจากฮ่องกงมียอดค้าปลีกเครื่องประดับปี 2567 ลดลงร้อยละ 13.8 จากปัญหาทางการจัดสรรงบประมาณภาครัฐและการพึ่งพาภาคอสังหาริมทรัพย์มากเกินไปขณะที่การเติบโตลดลงกระทบต่อการกำลังซื้อของผู้บริโภค รวมทั้งราคาคงค้างที่สูงขึ้นต่อเนื่องกระทบต้นทุนการผลิต อย่างไรก็ตาม แม้ว่าช่วงไตรมาสแรกยังได้รับอานิสงส์จากช่วงเทศกาลทั้งตรุษจีน วาเลนไทน์ และฤดูกาลการท่องเที่ยวในหลายประเทศ ร่วมกับการจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญหลายงานทั่วโลก แต่ผู้ประกอบการยังต้องติดตามข่าวสารการกีดกันทางการค้าที่ส่งผลต่อการส่งออกในแต่ละภูมิภาคที่อาจมีนโยบายแยกจากการกันมากขึ้น ร่วมกับการนำนวัตกรรมมาใช้ต่อยอดการผลิต ขณะที่เทรนด์แนวโน้มเครื่องประดับในปีนี้น่าสนใจอย่างพลอยสีที่มีสีสันสดใสเฉดพาสเทลอ่อน ๆ การสวมใส่เครื่องประดับอย่างสร้อยคอหรือสร้อยข้อมือเป็นชั้น ๆ ช้อนหรือเรียงต่อกัน การใช้โลหะมีค่าสองหรือสามชนิดผสมผสานกันในตัวเรือนเครื่องประดับขึ้นเดียวกันกำลังเป็นเทรนด์ที่กำลังมาแรง ร่วมกับการใช้วัสดุที่มีจริยธรรมยั่งยืนและความโปร่งใสยังเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
มีนาคม 2568

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