

เจาะตลาดจีนด้วยเครื่องประดับแนวความเชื่อและโชคลาง

แม้ว่าสภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะพลิกโฉมให้เงินกลายเป็นหนึ่งในประเทศมหาอำนาจที่ยิ่งใหญ่ของโลก แต่หากพิจารณาไปถึงด้านสังคมและวัฒนธรรม กลับพบว่าชาวจีนยังคงมีค่านิยมยึดมั่นในขนบธรรมเนียมประเพณีที่สั่งสมมาแต่โบราณ รวมทั้งมีความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์และโชคลางว่าเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต ซึ่งความเชื่อต่างๆ นอกจากจะถูกแสดงออกผ่านทางวิถีชีวิต และพิธีกรรมแล้ว ชาวจีนยังนิยมถ่ายทอดสิ่งเหล่านี้ลงบนชิ้นงานเครื่องประดับสำหรับใช้พกติดตัว เพื่อเรียกความมั่นใจในการดำเนินชีวิตด้วย โดยสำหรับผู้ประกอบการที่มุ่งมั่นและกำลังมองหาช่องทางดีๆ ในการบุกตลาดจีน เครื่องประดับแนวความเชื่อและโชคลาง อาจเป็นทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจเพราะมีจุดขายที่ชัดเจนในตัวเอง อันน่าจะเป็นโอกาสที่ดีต่อการเข้าถึงผู้บริโภคชาวจีน

เปิดมุมมองเกี่ยวกับความเชื่อและโชคลางของชาวจีนที่สะท้อนผ่านเครื่องประดับ

หยก และไข่มุก เป็นอัญมณีสำคัญที่สะท้อนความเชื่อของชาวจีน โดยเฉพาะ “หยก” ที่ชาวจีนใช้เป็นเครื่องประดับพกติดตัวตั้งแต่เกิดจนเสียชีวิต ด้วยเชื่อว่าหยกเป็นอัญมณีศักดิ์สิทธิ์ ที่ก่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรือง ความโชคดี และทำให้ผู้ที่สวมใส่มีอายุยืนยาว นอกจากนี้ ชาวจีนยังเชื่อกันว่าหยกสามารถใช้เป็นลาภบอกเหตุให้แก่ผู้สวมใส่ได้ โดยสังเกตจากสีของหยก หากมีสีสดใสแสดงว่ากำลังจะมีโชค ตรงกันข้ามหากหยกมีสีหมองคล้ำหรือเกิดรอยแตกกร้าวแสดงว่าอาจจะมีความหายนะมาเยือน ส่วน “ไข่มุก” เป็นที่นิยมสำหรับสุภาพสตรี ด้วยเชื่อว่ามีพลังที่สามารถเสริมสง่าราศี ความงาม และความอ่อนเยาว์ให้แก่ผู้หญิงได้

นอกจากนี้ ชาวจีนยังนิยมทำเครื่องประดับเป็นรูป **เทพเจ้า สัตว์มงคล และธรรมชาติที่มีความหมายโดยนัย** ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบของจี้หยกแกะสลัก จี้เงินหรือทองคำ ผลิตจาก หิน และลายสลักบนกำไล อาทิ การนำเอารูป **มังกร** มาใส่ลงในเครื่องประดับ ด้วยชาวจีนเชื่อว่าจะนำมาซึ่งพลังอำนาจ ความสำเร็จและความแข็งแกร่งทางจิตใจ **ปีเซี่ยเซ่ (Pi Xiu)** เป็นสัตว์มงคลกึ่งเทพเจ้าที่ชาวจีนให้ความนับถือด้วยเชื่อว่าจะช่วยดูดทรัพย์ให้มีเงินทองและโชคลาภเข้ามาในชีวิต **น้ำเต้า และผักกาด** เป็นสัญลักษณ์แทนความเชื่อด้านสุขภาพของชาวจีนว่าสามารถป้องกันโรคร้ายไข้เจ็บและช่วยให้มีสุขภาพที่ดีขึ้นได้ **ลูกท้อ** เป็นสัญลักษณ์ของการมีอายุที่ยืนยาว รวมทั้ง **เรือสำเภา และปลาการ์ฟ (ปลาหลีฮื้อ)** เป็นสัญลักษณ์ของความสำเร็จที่เกิดจากความเพียรพยายาม ซึ่งชาวจีนถือว่าเป็นสิ่งมงคลและใช้เป็นเครื่องเตือนใจ เป็นต้น



Source: <http://dragons.wikia.com>

พฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องประดับแนวความเชื่อและโชคลางในจีน

ในอดีตพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องประดับแนวความเชื่อและโชคลางของชาวจีน แตกต่างกันไปตามชนชั้นในสังคม กล่าวคือ หากเป็นประชาชนทั่วไปมักสวมใส่เครื่องประดับที่นำเอาลวดลายทางธรรมชาติ อาทิ ใบไม้ ดอกไม้ กิ่งไผ่ หรือนก มาทำเป็นเครื่องประดับในรูปแบบของหยกแกะสลัก ลูกปัดหินร้อยเชือก หรือพู่ห้อย ด้วยเชื่อว่าธรรมชาติเป็นสิ่งที่สวรรค์สร้างขึ้นมาเพื่อช่วยปกป้องคุ้มครองภัยอันตรายและอวยพรให้ผู้ที่สวมใส่อยู่ดีมีสุข ขณะที่คนชั้นสูง (ชนชั้นปกครอง) ส่วนมากบริโภคเครื่องประดับ ที่ทำจากหยกจักรพรรดิ หรือทองคำ โดยนิยมทำเป็นรูป มังกร หงส์ นกยูง และเสือดาว ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงอำนาจบารมีและความเจริญรุ่งเรืองในชีวิต

ปัจจุบันเครื่องประดับแนวความเชื่อและโชคลางที่บริโภคในตลาดจีน ไม่ได้แบ่งแยกค่านิยมทางชนชั้นเหมือนดังสมัยก่อน การบริโภคเครื่องประดับแนวนี้เป็นไปตามรสนิยม และวัตถุประสงค์ทางความเชื่อที่ต้องการให้เสริมในด้านใด นอกจากนี้ ผู้บริโภคชาวจีนยังให้ความสนใจกับรูปแบบการดีไซน์ที่น่าดึงดูดและมีความร่วมสมัยยิ่งขึ้น รวมทั้งอัญมณีประเภทอื่นๆ นอกจากหยก อาทิ หับทิม มรกต โกเมน ครีโซเบริล โอปอล มูนสโตน ฯลฯ หากแต่ทั้งหมดยังคงกลืนอายุของแนวคิดทางความเชื่อและโชคลางเอาไว้อย่างลงตัว ยกตัวอย่างเช่น การทำจี้เงินเป็นตัวอักษรมงคล ต่างหูรูปมังกรที่ตกแต่งด้วยอัญมณี หรือกำไล่มือที่มีลูกปัดหลายผลท้อ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทยในการบุกตลาดจีน



Source: <https://www.rubylane.com>, <http://www.thaisilverjewelrystore.com/>

จีนเป็นตลาดผู้บริโภคเครื่องประดับขนาดใหญ่ของโลก ซึ่งประกอบไปด้วยผู้บริโภคชนชั้นกลางที่มีกำลังซื้อและนิยมสินค้าหรูมากถึง 109 ล้านคน และคาดว่าจำนวนผู้บริโภคดังกล่าวจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกเท่าตัวภายในปี 2030 (National Bureau of Statistics of China) เมื่อพิจารณาถึงสู่ทางการค้าพบว่าเครื่องประดับแนวความเชื่อและโชคลางเป็นสินค้าที่มีจุดขายและมีเสน่ห์ดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค นับเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้ที่ต้องการนำสินค้าเครื่องประดับบุกตลาดจีน ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรเลือกเฟ้นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความเหมาะสมกับตนเอง รวมทั้งพิจารณาและปฏิบัติตามข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ ดังนี้

๒) การผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในตลาดผู้บริโภคจีน ควรหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับผู้ประกอบการชาวจีนในตลาดระดับล่าง เพราะนอกจากจะมีจำนวนมากแล้ว พวกเขายังมีความได้เปรียบในเรื่องของต้นทุน ดังนั้น **ควรตั้งเป้าจุดเด่นในเรื่องคุณภาพ และความประณีตของชิ้นงาน ผสานกับการเพิ่มลูกเล่นในการออกแบบเข้าไป** เพื่อช่วยให้ชิ้นงานมีความน่าดึงดูดและแตกต่างจากของจีนทั่วไป แต่ผู้ประกอบการควรคำนึงด้วยว่าเมื่อใส่เทคนิคด้านการออกแบบเพิ่มเข้าไปแล้ว **ต้องไม่เป็นการดัดแปลงที่ทำให้แก่นหลักทางความเชื่อและโชคลางผิดเพี้ยน หรือเสียคุณค่าไปจากของเดิม** เพราะผู้บริโภคชาวจีนอาจมองว่าเป็นการหลอกลวงหากสวมใส่แล้วจะทำให้เกิดความไม่เป็นมงคลต่อชีวิตได้

๒) การเลือกใช้วัตถุดิบผลิตเครื่องประดับแนวความเชื่อและโชคลาง ผู้ประกอบการสามารถผสมผสานอัญมณีต่างๆ เข้าไปให้สินค้าดูโดดเด่นและน่าดึงดูดยิ่งขึ้น อาทิ การใช้สตาร์แซปไฟร์ (Star Sapphires) และแก้วตาแมว (Cat's Eye) ซึ่งชาวจีนกำลังนิยมอัญมณีเหล่านี้ เพราะมีความสวยงาม และสามารถหาวัตถุดิบได้ในประเทศไทย รวมทั้งเป็นอัญมณีที่มีความหมายในทางมงคล ทั้งนี้ ควรหลีกเลี่ยงการใช้อัญมณีที่เป็นของปลอมหรือของเลียนแบบ เพราะผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อจะไม่นิยมของเหล่านี้ และมองว่าไม่มีคุณค่า

๒) **การเลือกใช้ช่องทางการค้าในปัจจุบัน** มีหลายช่องทางที่เป็นประตูไปสู่ตลาดผู้บริโภคชาวจีน ได้แก่

1) การส่งออกทางตรง

ตามปกติแล้วจีนมีการเรียกเก็บภาษีนำเข้าเครื่องประดับในอัตราร้อยละ 20-35 ภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 17 รวมถึงภาษีบริโภคสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือยร้อยละ 5-10 นอกจากนี้ ยังมีขั้นตอนและกฎระเบียบการนำเข้าสินค้า รวมทั้งเอกสารที่ต้องใช้ประกอบอีกมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรศึกษาวิธีการทั้งหมดอย่างรอบคอบ และคิดคำนวณต้นทุนให้ดีกว่าก่อนตัดสินใจ

2) การจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

ปัจจุบันพบว่าชาวจีนมีจำนวนผู้ใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นในทุกปี โดยในปี 2017 มีมากถึง 731 ล้านคน ซึ่งจากผลสำรวจของ China Internet Network Information Center ระบุว่าชาวจีนมีวัตถุประสงค์ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อซื้อสินค้าออนไลน์มากถึงร้อยละ 63.8 จากจำนวนผู้ถูกสำรวจทั้งหมด โดยสำหรับผู้ประกอบการไทยแล้ว การนำเสนอสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ อาทิ Etsy, AliExpress, Taobao, Tmall, Tencent, Alibaba ฯลฯ รวมทั้งการใช้ WeChat หรือ Weibo ก็เป็นช่องทางที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการต่างชาติได้ค้าขายแบบ B2C กับผู้บริโภคในจีน แต่ทั้งนี้ ก็ต้องยอมรับด้วยว่าผู้ค้าในตลาดเหล่านี้มีอยู่เป็นจำนวนมาก นอกจากผู้ประกอบการจะต้องพยายามแสดงจุดเด่นของสินค้าให้ดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคแล้ว ยังจำเป็นต้องศึกษาข้อกำหนด ระเบียบการจดทะเบียน ระบบการชำระเงิน และขั้นตอนในการส่งมอบสินค้าเอาไว้ให้เรียบร้อย

3) การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ค้าชาวจีน เป็นช่องทางที่น่าจะเห็นผลได้ค่อนข้างชัดเจน **หรือการออกงานแสดงสินค้านานาชาติที่จัดขึ้นในประเทศจีน** เพื่อช่วยให้สินค้าเป็นที่รู้จัก และมีโอกาสขายสินค้าได้โดยตรง

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
เมษายน 2561

*** กรุณาอ้างอิง “ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)” ทุกครั้ง เมื่อนำบทความนี้ไปเผยแพร่ต่อ

สมัครสมาชิกเพื่อติดตามข้อมูลได้ที่ infocenter.git.or.th ทางไลน์ที่ [git_info_center](https://line.me/tv/channel/git_info_center)



หรือติดตามผ่านเฟซบุ๊ก facebook.com/GITInfoCenter

