



ตรุษจีน ปี 2567

คนเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่ม ท่ามกลางการจับจ่ายที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

CURRENT ISSUE

Vol.30 No.3451 31 มกราคม 2567

● ในช่วงเทศกาลสินค้าที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่จะมีราคาที่ปรับเพิ่มกว่าช่วงปกติ แต่เทศกาลตรุษจีนปีนี้ ซึ่งตรงกับวันที่ 10 กุมภาพันธ์ ความเคลื่อนไหวของราคาสินค้ามีทิศทางที่ปะปนกันเมื่อเทียบกับปีก่อน กลุ่มเครื่องเซ่นไหว้หลักอย่าง เนื้อสัตว์และส้ม มีแนวโน้มราคาปรับลดลง จากผลผลิตที่ออกสู่ตลาดมากขึ้น ขณะที่สินค้าบางตัวก็มีแนวโน้มราคาเพิ่มขึ้น อาทิ ชันฉ่าย ผักกวางตุ้ง จากสภาพอากาศที่แปรปรวน



Kesinee Sasitorn

Senior Researcher

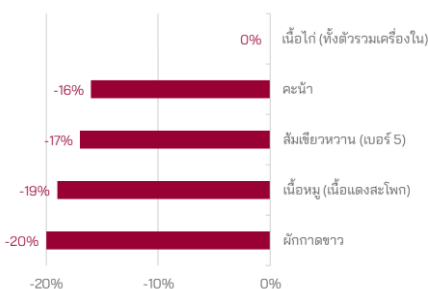
Kesineer.sa@KasikornResearch.com

● ทิศทางราคาสินค้ามงคลช่วงตรุษจีนปี 2567 พบว่า ราคาส้มอาจปรับลดลงมาอยู่ที่ 47 บาท/กก. หดตัว 17.0% เมื่อเทียบกับปีก่อน (ที่ระดับ 56.5 บาท/กก.) เนื่องจากมีปริมาณผลผลิตส้มออกสู่ตลาดมาก ทำให้ระดับราคาย่อตัวลงจากปีก่อน

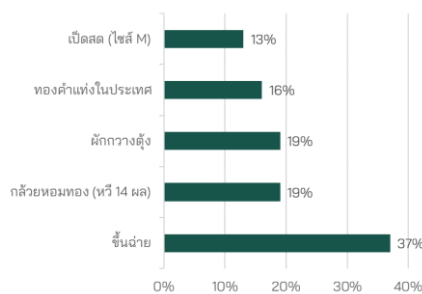
● ราคาทองคำแท่งในประเทศอาจเคลื่อนไหวอยู่ในกรอบ 34,500-35,000 บาท เติบโตราว 15.0-16.0% เมื่อเทียบกับปีก่อน (ที่ระดับ 30,100 บาท) จากคาดการณ์การปรับลดดอกเบี้ยของ FED และการทยอยสะสมทองคำเพิ่มของธนาคารกลางแต่ละประเทศ ท่ามกลางความกังวลจากความเสี่ยงภูมิรัฐศาสตร์

ทิศทางราคาสินค้าในช่วงตรุษจีนปี 2567 เทียบกับช่วงตรุษจีนปีก่อน

รายการสินค้าที่มีแนวโน้มราคา **ลดลง**



รายการสินค้าที่มีแนวโน้มราคา **เพิ่มขึ้น**



ที่มา: กรมการค้าภายใน สมาคมค้าทองคำ รวบรวมและประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย
หมายเหตุ: เป็นตัวเลขอัตราการขยายตัวของราคาสินค้าในช่วงเทศกาลตรุษจีนปี 2567 เทียบช่วงเทศกาลตรุษจีนปีก่อน

● จากแบบสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายช่วงเทศกาลตรุษจีน ปี 2567 ของคนกรุงเทพฯ และปริมณฑล จากกลุ่มตัวอย่าง 310 คน วันที่ 6 -17 มกราคม 2567 พบว่า คนกรุงเทพฯ กว่าร้อยละ 55 สนใจเข้าร่วมกิจกรรมในช่วงเทศกาลตรุษจีน โดยมีกิจกรรมหลักที่ทำได้คือ จัดซื้อเครื่องเซ่นไหว้ (ร้อยละ 25) แจกอั่งเปา (ร้อยละ 25) และทำบุญ/ท่องเที่ยว/กินข้าวนอกบ้าน (ร้อยละ 21) ตามลำดับ

● ในมุมมองของผู้บริโภค บรรยากาศการใช้จ่ายของคนกรุงเทพฯ ช่วงเทศกาลตรุษจีนปี 2567 น่าจะให้ภาพที่ดีขึ้นกว่าปีก่อน ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า เม็ดเงินการใช้จ่ายของคนกรุงเทพฯ ในช่วงเทศกาลตรุษจีนในปีนี้อาจเติบโตได้ราว 1.5% เมื่อเทียบกับปีก่อน ซึ่งนอกจากจำนวนคนที่เข้าร่วมเทศกาลตรุษจีนจะเพิ่มขึ้นแล้ว ยังมีแรงกระตุ้นบางส่วนจากมาตรการลดหย่อนภาษี (Easy E-Receipt)

คนกรุงเทพฯ สนใจใช้สิทธิผ่านมาตรการ E-Receipt*



ที่มา: โพลล์ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2567)
หมายเหตุ: * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สถานที่เลือกซื้อเครื่องเซ่นไหว้ของคนกรุงเทพฯ ในช่วงตรุษจีน ปี 2567

เครื่องเซ่นไหว้	ตลาดสด/เยาวราช	ร้านค้าปลีกสมัยใหม่	ร้านชำ
อาหารสด	28%	43%	29%
รูปเทียน/กระดาษไหว้เจ้า	20%	29%	51%

● โดยจากผลสำรวจ พบว่า คนกรุงเทพฯ ราว 50% สนใจใช้สิทธิจากมาตรการ Easy E-Receipt ในช่วงเทศกาลตรุษจีนปีนี้ โดยเฉพาะการจับจ่ายสินค้าในกลุ่มของใช้ภายในบ้าน เครื่องเซ่นไหว้และกลุ่มอาหารสำเร็จรูป ซึ่งน่าจะช่วยเพิ่มยอดขายให้กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีความพร้อมในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคได้ อาทิ การออกไปกำกับภาษี หรือมีโปรโมชั่นด้านราคา เป็นต้น

● ส่วนในฝั่งของผู้ประกอบการ บางส่วนได้เตรียมพร้อมและพยายามปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและกำลังซื้อที่อาจเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม อาทิ เพิ่มสัดส่วนของกลุ่มสินค้าเซ่นไหว้ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีขนาดเล็กเหมาะกับครอบครัวเดี่ยว พื้นที่น้อยหรือมีวิถีชีวิตสังคมเมือง ซึ่งสอดคล้องไปกับผลการสำรวจที่ระบุว่า คนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่ต้องการลดการเผากระดาษ/จุดธูป รองลงมาคือ หันไปใช้ธูปที่มีควันน้อย และปรับขนาดเครื่องเซ่นไหว้ลงในช่วงเทศกาลตรุษจีน ตามลำดับ

คนกรุงเทพฯ อยากเห็นภาพการเปลี่ยนแปลงของเทศกาลตรุษจีนในระยะข้างหน้าในรูปแบบไหน



ที่มา: โพลล์ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2567)

ข้อมูลเพิ่มเติม

ตารางเปรียบเทียบราคาสินค้าในช่วงเทศกาลตรุษจีน

ราคาสินค้าที่มีแนวโน้มลดลง (บาท/กก.)	ตรุษจีนปี 2566	ราคาปัจจุบัน (ม.ค. 2567)
เนื้อหมู (เนื้อแดงสะโพก)	192	153
เนื้อไก่ (ทั้งตัวรวมเครื่องใน)	73	73
ส้มเขียวหวาน (เบอร์ 5)	57	46
ผักกาดขาว	35	27
คะน้า	30	24

ราคาสินค้าที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (บาท/กก.)	2566	ราคาปัจจุบัน (ม.ค. 2567)
ทองคำแท่งในประเทศ (96.5%)*	30,100	34,300
เปิดสด (ไซส์ M)**	235	265
กล้วยหอมทอง (หวี 14 ผล) ***	101	120
ขึ้นฉ่าย	60	82
ผักกวางตุ้ง	20	23

ที่มา: กรมการค้าภายใน สมาคมค้าทองคำ รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (วันที่ 29 มกราคม 2567)

หมายเหตุ: *บาทละ ** บาท/ตัว *** บาท/หวี

Disclaimers รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (KResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละขณะเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้า เป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

บริการทุกระดับประทับใจ