

ไทยพุ่งอันดับหนึ่งอสังหาฯ ยอดนิยมของผู้ซื้อชาวจีน

เมกะโปรเจกต์ภาครัฐสร้างความเชื่อมั่นดึงดูดลงทุน

ระยะยาว

ข่าวประชาสัมพันธ์

ไทยพุ่งอันดับหนึ่งอสังหาฯ ยอดนิยมของผู้ซื้อชาวจีน

เมกะโปรเจกต์ภาครัฐสร้างความเชื่อมั่นดึงดูดลงทุนระยะยาว

Juwai.com เว็บไซต์ซื้อ-ขายอสังหาฯอันดับหนึ่งที่ได้รับคามนิยมจากชาวจีนเผยข้อมูลปี61 อสังหาฯไทยขึ้นแทนได้ รับคามนิยมจากชาวจีนเป็นอันดับ1 และเป็นอันดับ4 ที่จีนเข้ามาลงทุน คิดเป็นมูลค่า 2.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยกรุงเทพฯยังมีพื้นที่นำลงทุนอันดับแรก ระบุเมกะโปรเจกต์ภาครัฐที่มีต่อเนื่องสร้างความเชื่อมั่นศักยภาพ เศรษฐกิจระยะยาว ด้านผู้บริหารTeC ชี้เหตุผลดึงดูดจีนลงทุนในไทย ช่วยดันGDPโต และศึกษาโนว์ฮาวพัฒนาประเทศ ขณะที่นักวิจัยตลาดอสังหาฯเผยพฤติกรรมคนจีนเปลี่ยนจากการทำตลาดหลายช่องทาง ส่งผลกระจายซื้อได้ หลายทำเล

นางแคร์รี ลอร์ ประธานกรรมการบริหาร และกรรมการบริษัท Juwai.com เปิดเผยว่าข้อมูลจาก Juwai.com ซึ่งเป็น เว็บไซต์อันดับหนึ่งสำหรับชาวจีนในการค้นหาอสังหาริมทรัพย์ต่างประเทศซึ่งเข้าถึงผู้บริโภคประมาณ 3.1 ล้านคน ต่อเดือน มีจำนวนประกาศขายอสังหาริมทรัพย์มากกว่า 2 ล้านประกาศ รองรับการใช้งานกว่า 90 ประเทศ และจาก ข้อมูลในปี 2559-2560 พบว่าประเทศไทยได้ถูกจัดอันดับคามนิยมในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ของชาวจีน จาก ลำดับ 6 ในปี 2559 ลำดับ 3 ในปี 2560 และในปี 2561ที่ผ่านมา พบว่าเป็นครั้งแรกที่ตลาดอสังหาริมทรัพย์ไทยได้ รับคามสนใจ จากผู้ซื้อชาวจีนเพิ่มขึ้นเป็นอันดับ1 รองลงมาเป็นชาวออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา แคนาดา อังกฤษ มาเลเซีย นิวซีแลนด์ กรีซ ญี่ปุ่น และเยอรมนี ตามลำดับ

จากข้อมูลล่าสุดของปี 2561 ยังพบว่าประเทศที่ชาวจีน เข้าไปลงทุนมากที่สุดคือสหรัฐอเมริกา คิดเป็นมูลค่า 30.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือฮ่องกง มูลค่า 16.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ, ออสเตรเลีย มูลค่า 14.1 พันล้าน ดอลลาร์สหรัฐ, ไทยมูลค่า2.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และมาเลเซีย มูลค่า 2.0 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

“ไทยเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมในการซื้ออสังหาริมทรัพย์เป็นลำดับ 4 จากมูลค่าการลงทุน โดยกรุงเทพฯ เป็นมหานครแถวหน้าของนักลงทุนอสังหาริมทรัพย์ แต่ปัจจุบันกรุงเทพฯ ประสบปัญหาเรื่องมลภาวะทางอากาศที่เป็น

พิษ ซึ่งผู้ซื้อชาวจีนคงไม่ยากเดินทางไปต่างประเทศเพื่อไปพบปัญหาอากาศเสียเหมือนกับที่เขาเผชิญอยู่ และอีกปัจจัยหนึ่งที่นักลงทุนชาวจีนสนใจขึ้นชออบอสังหาฯไทยคือ การก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานในประเทศไทยที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีความเชื่อมั่นเรื่องศักยภาพเศรษฐกิจในระยะยาว” นางแคร์รี่ กล่าว

ทั้งนี้ จากข้อมูล Juwai.com พบว่าในช่วงที่ผ่านมานักลงทุนจากประเทศจีนและฮ่องกงได้มีการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยจำนวน 15,000 ยูนิต เป็นสัดส่วนถือครองตัวเลขกว่าครึ่งหนึ่งของนักลงทุนต่างชาติทั้งหมดที่ลงทุนในประเทศไทย หากประเมินจากตัวเลขการซื้อ ชาวจีนและฮ่องกงจะเฉลี่ยราคาห้องละ 5 ล้านบาทต่อยูนิต มูลค่าลงทุนรวมการซื้ออสังหาริมทรัพย์ในไทยรวมในปี 2561 เป็นมูลค่า 75,000 ล้านบาท สำหรับพื้นที่นักลงทุนชาวจีนให้ความสนใจในประเทศไทยที่จะลงทุนลำดับ 1 คือ กรุงเทพ รองลงมาคือ เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต และสัตหีบ

“เราไม่เคยเห็นความต้องการของผู้ซื้อชาวจีนต่ออสังหาริมทรัพย์ไทยสูงขนาดนี้มาก่อน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นภาพสะท้อนให้เห็นว่าผู้พัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ อีกทั้งมีวิสัยทัศน์ด้านการลงทุนและเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดี ประกอบกับปัจจัยอื่นที่เป็นตัวผลักดันให้ผู้ซื้อชาวจีนที่กำลังมองหาทำเลในต่างประเทศ ให้ความสนใจประเทศไทยในเรื่องราคาที่หลากหลายเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ประกอบกับกฎระเบียบอันเคร่งครัดของกรุงปักกิ่ง และขาดความหลากหลายในโอกาสการลงทุนภายในประเทศจีน”นางแคร์รี่ กล่าวในที่สุด

ด้านนางสาวกุลฉิรัตน์ ภควัชรวิทย์ไกลเลิศ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร, Thailand e-Business Center (TeC) Project collaboration with Alibaba Business School เลขาธิการสมาคมดิจิทัลไทย MD บริษัท จอยฟูลเนส จำกัด กล่าว ว่า หากสามารถดำเนินธุรกิจในประเทศจีนให้ประสบความสำเร็จได้ จะเป็นใบเบิกในการดำเนินธุรกิจของตัวเอง และการเหตุผลทำไมต้องเป็นประเทศจีน มาจากคำว่า China

C คือ Chance หากย้อนไปอดีตจีนจะเป็นประเทศที่ไม่น่าไป ลำห้หลัง เป็นประเทศที่ Copycat และมีมลพิษทางอากาศ แต่ช่วงเวลา10 ปีที่ผ่านมามีการพัฒนาหลายด้าน ปัจจุบันจีนเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี แรงงาน และมีมลพิษลดลงด้วยนวัตกรรมอิเล็กทรอนิกส์ยานยนต์

H คือ Huge จีนเป็นประเทศแผ่นดินใหญ่และมีจำนวนประชากรมาก ทำให้กำลังการซื้อและการขายมีมาก ทำให้เป็นเป้าหมายของอุตสาหกรรม

I คือ Internet ระบบอินเทอร์เน็ตมีการใช้งานจำนวน 731 ล้านคน และใช้ชื่อของออนไลน์จำนวน 448 ล้านคน มูลค่ารวมการบริโภค 3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีมูลค่าซื้อขายออนไลน์ 759,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

N คือ Network ได้พัฒนาระบบต่างๆ รวมถึงระบบการค้าในรูปแบบ e-Commerce เพื่อให้ประชากรได้ใช้งานอย่างหลากหลายและเข้าถึงสินค้าอย่างรวดเร็ว สำหรับแพลตฟอร์มที่นิยมใช้ในการสั่งซื้อของคือ Taobao มีจำนวนผู้ใช้งาน 450 ล้านคน รองลงมา JD.com มีผู้ใช้งาน 850 ล้านคน และ Kaola มีผู้ใช้งาน 25 ล้านคน รวมทั้งการจ่ายเงิน

ผ่านระบบ E-payment ใน Alipay มีผู้ใช้งาน 350 ล้านคน WeChat Pay มีผู้ใช้งาน 850 ล้านคน ยังครอบคลุมไปถึง การขนส่งสินค้าผ่านบริษัทต่างๆ จะเห็นได้ชัดว่า เครือข่ายของการซื้อขายของธุรกิจจีนได้มั่งคั่งและมีกลุ่มผู้ใช้งาน และผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก

A คือ Advertising & Affiliate นอกจากการเจริญเติบโตในประเทศตัวเองแล้ว จีนยังผลักดันธุรกิจของตนกระจาย ไปยังประเทศต่างๆ โดยการเข้าเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในแต่ละประเทศ ส่งเสริมและช่วยเหลือทางธุรกิจ และ เทคโนโลยี อาทิ การเข้ามาของ Alibaba ในประเทศไทย

ปริมาณสินค้าทั้งหมดของทุกแพลตฟอร์มมีจำนวน 314,300 ล้านหยวน เพิ่มขึ้น 23.8% จากปีที่แล้ว Tmall 68% ของส่วนแบ่งการตลาด แต่แพลตฟอร์มอื่น ๆ กำลังกินส่วนแบ่งการตลาด แพลตฟอร์มใหม่ในการเข้าร่วมความนิยม e-Commerce นี้คือ Pinduoduo โดยมีส่วนแบ่งการตลาด 3.0% ผู้เล่นรายใหญ่อันดับสองของ JD.COM ก็มีปีที่ทำลายสถิติเช่นกัน GMV สูงถึง 159.8 พันล้านหยวน เพิ่มส่วนแบ่งการตลาด 17.3%

“นี่คือเหตุผลทั้งหมดที่ไทยควรผลักดันให้ทำธุรกิจในประเทศจีน สิ่งที่ไทยจะได้รับประโยชน์ในเรื่องของการ ผลักดัน GDP ของประเทศไทย และ เรื่องของการลดต้นทุนในการผลิตสินค้าแต่ได้คุณภาพที่ดีขึ้น อีกทั้งยังได้โอกาสใน ศึกษาเทคโนโลยีจากจีนเพื่อนำมาพัฒนาประเทศไทยต่อไป

โดย TeC สามารถให้การปรึกษาในการทำธุรกิจที่จีน โดยเริ่มต้นตั้งแต่ขั้นการทำเอกสาร รวมถึงวิธีการทำธุรกิจในจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากจากชาวจีน และหนึ่งในเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คงไม่มีใครไม่รู้จัก Wechat ที่ยอดผู้ใช้ในปัจจุบันถือว่ามีอัตราการเติบโตก้าวกระโดดไปอย่างมาก จาก ปี 2554 ที่มีผู้ใช้งานเพียง 50 ล้านคน และในปี 2560 มีสูงถึง 963 ล้านคน โดยใช้ระยะเวลาแค่ 6 ปีเท่านั้น” นางสาวกุล ธีรัตน์ กล่าว

ขณะที่นายสุรเชษฐ กองชีพ นักวิจัยตลาดอสังหาริมทรัพย์ กล่าวว่าก่อนหน้านี้ผู้ซื้อชาวจีนอาจจะเลือกซื้อ คอนโดมิเนียมในประเทศไทยกระจายไปตามทำเลที่คุ้นเคย หรือว่าตามทำเลที่มีคนจีนอาศัยอยู่มาก เช่น รัชดาภิเษก ซึ่งไม่ไกลจากสถานทูตจีน รวมไปถึงพื้นที่ตามแนวรถไฟฟ้าบีทีเอส รถไฟฟ้า MRT ที่สามารถทำให้เดินทางได้ สะดวก แต่ในระยะหลังพบว่าทางเลือกทำเลในการซื้อคอนโดมิเนียมของคนจีนเปลี่ยนไป โดยเปลี่ยนแปลงไปตาม ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจหรือปัจจัยที่เข้ามาเพิ่มความน่าสนใจให้นักลงทุนชาวจีน อาทิ

- 1) ผู้ประกอบการที่มีการประชาสัมพันธ์เข้าถึงนักลงทุนชาวจีนโดยตรงมากขึ้น ส่งผลให้หลายโครงการที่อยู่นอกพื้นที่ที่ชาวจีนเคยสนใจได้รับการตอบรับที่ดีจากนักลงทุนชาวจีนมากขึ้น
- 2) นายหน้าทั้งไทยและจีนที่มีการนำหลายโครงการไปเสนอขายทั้งในประเทศไทยและที่ประเทศจีนโดยตรง สร้าง ความรู้จักและคุ้นเคยทำเลอื่นๆ ให้กับนักลงทุนชาวจีนมากขึ้น

3) ผู้ประกอบการชาวจีนมีส่วนในการผลักดันหลายๆ พื้นที่ให้เป็นที่รู้จักของคนจีนด้วยเช่นกัน

4) ระบบออนไลน์ที่แข็งแกร่งของประเทศจีนเป็นอีกปัจจัยที่เพิ่มการรับรู้ให้กับผู้ซื้อชาวจีนโดยตรง เนื่องจากสามารถค้นหาหรือทำความรู้จักแต่ละทำเลของกรุงเทพฯ ได้เป็นอย่างดี รวมไปถึงมีหลายเว็บไซต์ของนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ไทยและจีนที่ให้ความรู้เรื่องของภาวะการณ์ของตลาดคอนโดมิเนียมในปัจจุบันในแต่ละทำเล หรือเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องหรือเป็นประโยชน์ต่อการซื้อ-ขายคอนโดมิเนียมในประเทศไทย

ดังนั้น ทำให้ในอนาคตเชื่อได้เลยว่าผู้ซื้อคนจีนจะกระจายไปทุกพื้นที่ ทุกทำเลของกรุงเทพมหานคร และพื้นที่ในจังหวัดท่องเที่ยว ไม่ใช่เพียงพัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ สมุย หัวหิน กระบี่ เท่านั้น คาดการณ์ทำเลใหม่ในอนาคตอาจจะไปถึงหัวเมืองรองของแต่ละภูมิภาคก็เป็นไปได้

“การขยายตัวของกลุ่มผู้ซื้อชาวจีนในอนาคตอาจจะมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามาเป็นตัวแปร เช่น สงครามการค้ากับสหรัฐอเมริกา ที่อาจจะมีผลต่อภาวะเศรษฐกิจประเทศจีน การลดลงของค่าเงินหยวน มาตรการการควบคุมของรัฐบาลจีน และความเข้มงวดของรัฐบาลไทย เป็นต้น แต่สุดท้ายแล้วคนจีนจะยังคงสนใจมาเที่ยวประเทศไทยและซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าปัจจุบันนี้อาจจะมีปัญหาติดขัดบ้างจากทั้งฝั่งไทยเองและฝั่งประเทศจีน” นายสุรเชษฐ กล่าวในที่สุด

#

ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ

วาสนา กลั่นประเสริฐ (หนอย) 081-933-9199

มัณฑุลีกา ทาว์นละ (โอลีฟ) 083-162-6402