

เศรษฐกิจจีนฟื้นพีช ยอดค้าปลีก 'ทรุด'

กรุงเทพฯ 12 ก.พ. เศรษฐกิจจีนซบเซา ส่งผลให้เทศกาลตรุษจีน ซึ่งเป็นเทศกาลจับจ่ายใหญ่สุดรายการหนึ่งของปี ต้องเจอกับยอดการบริโภคขยายตัวแค่เลขหลักเดียวเป็นครั้งแรก

กระทรวงพาณิชย์จีนรายงานวานนี้ (11 ก.พ.) ว่า วันหยุดเทศกาลตรุษจีน ที่สิ้นสุดลงเมื่อวันอาทิตย์ (10 ก.พ.) ยอดค้าปลีกและธุรกิจอาหารเครื่องดื่มขยายตัว 8.5% มาอยู่ที่ 1.005 ล้านล้านหยวน ลดลง 1.7% จากปี 2561 และต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ปี 2548 ที่เริ่มเก็บข้อมูล

คนจีนจำนวนมากเดินทางกลับบ้านหรือไปท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตรุษจีนหรือวันชาติในเดือน ต.ค. นี่จึงเป็นช่วงทำงานของภาคธุรกิจ เช่น ค้าปลีก แต่ด้วยมรสุมหน้การที่กำลังกระทบเศรษฐกิจจีนอย่างสงครามการค้า ส่งผลให้ราคาหุ้นร่วงตลาดดอสังหาริมทรัพย์ชะลอตัว

ปัจจัยเหล่านี้ทำให้ประชาชนไม่มีความมั่นใจในสิ่งที่อุตสาหกรรมหนักอย่างรถบรรทุกต้องพบว่า ธุรกิจที่ลดเงินเดือนพนักงานเพิ่มมากขึ้น ยิ่งทำแบบนี้ก็ยิ่งทำลายความเชื่อมั่นผู้บริโภค

การใช้จ่ายช่วงตรุษจีนที่ชะลอตัวลงถือเป็นมาตรวัดการใช้จ่ายที่เหลือน้อยที่สุดในปีนี้ บรรยายากศห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งกลางนครเซี่ยงไฮ้เมื่อปลายวันเสาร์ (9 ก.พ.) ผู้คนเดินไปมาผ่านร้านแบรนด์เนม ส่วนใหญ่แค่ไปดูของกันมากกว่า

"ทุกอย่างแพงมากสำหรับผม ผมแค่มาเดินดูของพอเพลินๆ เท่านั้น" พนักงานบริษัทอายุ 49 ปีจากมณฑลซานตงเล่า

ขณะที่การช้อปปิ้งออนไลน์ยังเป็นตัวขับเคลื่อนการบริโภคโดยรวม มูลค่าธุรกรรมของบริษัทค้าปลีกออนไลน์ "เจดีดีคอม" ช่วงตรุษจีนขยายตัวราว 42% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่ยอดขายที่ห้างสรรพสินค้าและช้อปปิ้งเซ็นเตอร์กลับลดลง จุดให้ตัวเลขโดยรวมลดลงไปด้วย



การเติบโตชะงักงันไม่เว้นแม้แต่ภาพยนตร์ ที่ปกติวันหยุดแบบนี้ผู้คนมักออกไปชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิงล่าสุดรายได้บ็อกซ์ออฟฟิศแทบจะไม่เปลี่ยนแปลงจากปี 2561 อยู่ที่ราว 5.8 พันล้านหยวน

สื่อจีนหลายสำนักคาดว่าตัวเลขน่าจะเกิน 6 พันล้านหยวน แต่เอาเข้าจริงมีภาพยนตร์เพียง 3 เรื่องเท่านั้นที่มีรายได้เกือบทะลุหลัก 1 พันล้านหยวน ส่วนยอดผู้ชมก็ไม่ได้เพิ่มขึ้น

แตกต่างจากสวนสนุกเซี่ยงไฮ้ดิสนีย์แลนด์ แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมช่วงตรุษจีน มีนักท่องเที่ยวจากพื้นที่ห่างไกลแห่มาเที่ยวอย่างมหาศาล เข้าวันเสาร์ตัวขายหมดเกลี้ยง พนักงานต้องคอยอธิบายทำความเข้าใจกับคนที่ซื้อตั๋วไม่ได้

สิ่งที่เกิดขึ้นกับเซี่ยงไฮ้ดิสนีย์แลนด์สวนทางกับการเดินทางภายในประเทศในภาพรวม ปีนี้จำนวนคนเดินทางเพิ่มขึ้นแค่ราว 7% มาอยู่ที่ 415 ล้านคน เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2561 เติบโตราว 12%

กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเผยว่า การท่องเที่ยวในประเทศช่วงตรุษจีน ซึ่งเป็นเทศกาลทำเงินใหญ่สุดของจีน

อยู่ที่ 513.9 แสนล้านหยวน เพิ่มขึ้น 8.2% เมื่อเทียบเป็นรายปี

อย่างไรก็ตาม คนจีนกลับเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศสูงเป็นประวัติการณ์ถึง 7 ล้านคน

แหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศที่คนจีนนิยมได้แก่ไทย ญี่ปุ่น เวียดนาม เกาหลีใต้ สิงคโปร์ มาเลเซีย สหรัฐฯ ฮองกง มาเก๊า และไต้หวัน

แม้รายงานของกระทรวงพาณิชย์ไม่ครอบคลุมถึงการใช้จ่ายในต่างแดน แต่นักท่องเที่ยวจีนก็มีพฤติกรรมเปลี่ยนไป จากที่เคยขึ้นชื่อเรื่องใช้จ่ายมือเติบแต่ตอนนี้เปลี่ยนจาก "ซ้อป" มาเป็น "ชม"

แต่ ชู เชียงตุง จากบริษัท ไชน่า มาร์เก็ตรีเสิร์ชแอนด์คอนซัลติง เผยว่าการบริโภคในต่างแดนของนักท่องเที่ยวจีนจะไม่ลดลงมาก เขาคาดว่า นักท่องเที่ยวจีนจากเมืองรองที่รายได้หลังหักภาษีค่อนข้างสูงและค่าครองชีพต่ำกว่าในมหานครใหญ่จะเพิ่มจำนวนขึ้น แต่พวกเขาจะไม่ทุ่มช้อปปิ้งหนักเหมือนในอดีตอีกแล้ว

ดังนั้น "ธุรกิจจึงต้องจับความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคจีนให้อยู่หมัด"