

เดือนกรกฎาคม 2569 ฮ่องกงมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3

วันที่ 24 สิงหาคม 2569



ตามข้อมูลของการท่องเที่ยวฮ่องกง (Hong Kong Tourism Board) ในเดือนกรกฎาคม 2569 ฮ่องกงมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาประมาณ 4.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติที่สำคัญซึ่งช่วยกระตุ้นการเดินทางเพื่อธุรกิจ ขณะที่สภาพอากาศที่แปรปรวนส่งผลให้การเติบโตของนักท่องเที่ยวจากจีนแผ่นดินใหญ่ชะลอตัว

คณะกรรมการฯ ระบุเมื่อวันจันทร์ที่ 17 สิงหาคม 2569 ว่าการจัดงานประชุมและกิจกรรม MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) ระดับนานาชาติหลายรายการ รวมถึงงาน 108th Lions International Convention และงานแสดงเทคโนโลยี LEAP East มีส่วนช่วยผลักดันให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจและนักเดินทางจากประเทศอื่นๆ เพิ่มขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวจากจีนแผ่นดินใหญ่เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 3 เมื่อเทียบรายปี โดยเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ประมาณ 3.61 ล้านคน โดยคณะกรรมการฯ ระบุว่าสาเหตุหลักมาจากสภาพอากาศที่แปรปรวนต่อเนื่องหลายวัน ในช่วงฤดูร้อนนี้ ซึ่งนักท่องเที่ยวจากจีนแผ่นดินใหญ่ทั้งหมดรวมคิดเป็นประมาณร้อยละ 80 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในเดือนกรกฎาคม

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

ก่อนหน้านี้ Hong Kong Observatory ระบุว่าเดือนกรกฎาคมปีนี้สภาพอากาศ “มีดครึ้มและมีฝนมากกว่าปกติ” โดยเกิดฝนจากร่องความกดอากาศต่ำที่กว้างขวาง ลมใต้ที่มีกำลังแรงและการก่อตัวของพายุโซนร้อนไมสัค Maysak และโนอึล Noul ปริมาณน้ำฝนรวมทั้งเดือนอยู่ที่ 790.3 มิลลิเมตร มากกว่าค่าปกติของเดือนกรกฎาคมในแต่ละปีกว่าเท่าตัว ทั้งนี้ในช่วงเจ็ดเดือนแรกของปี 2569 ส่องกงต้อนรับนักท่องเที่ยวรวม 31.22 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2568 จำนวนนักท่องเที่ยวจากจีนแผ่นดินใหญ่ในช่วงดังกล่าวอยู่ที่ 24.16 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับปีต่อไป ขณะที่นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 มีจำนวนอยู่ที่ประมาณ 7.05 ล้านคน

สำหรับตลาดระยะไกล (long-haul markets) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาฮ่องกงในเดือนกรกฎาคมเพิ่มขึ้นร้อยละ 17 เมื่อเทียบกับปีต่อไป มาอยู่ที่ 307,200 คน ตลาดใหม่ (new markets) เพิ่มขึ้นร้อยละ 36 มาอยู่ที่จำนวน 69,722 คน อย่างไรก็ตาม จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศระยะใกล้ (short-haul arrivals) ลดลงถึงร้อยละ 9 มาอยู่ที่ 413,647 คน ในเดือนกรกฎาคมลดลงร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับในช่วงเจ็ดเดือนแรกของปีจากปีก่อน



คณะกรรมการฯ ระบุว่า ต้นทุนเชื้อเพลิงที่ปรับตัวสูงขึ้นจากความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ส่งผลให้สายการบินต้องปรับเปลี่ยนการให้บริการเที่ยวบินและสร้างแรงกดดันต่อตลาดท่องเที่ยวในภูมิภาค ทั้งนี้การท่องเที่ยวฮ่องกงระบุว่า จะเดินหน้าจัดกิจกรรมงานเด่นสำคัญหลายรายการในช่วงครึ่งปีหลัง 2569 เช่น Hong Kong Cyclothon, Wine & Dine Festival, Hong Kong Winterfest และงานเฉลิมฉลองนับถอยหลังปีใหม่ เป็นต้น พร้อมทั้งกิจกรรมในช่วงเทศกาลไหว้พระจันทร์และฮาโลวีน นอกจากนี้ยังจะมีการทำแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกสำรวจย่านต่างๆ ของเมือง พักอยู่ท่องเที่ยวจำนวนวันนานขึ้น และมียอดการใช้จ่ายมากขึ้นในฮ่องกง

ความคิดเห็นของ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองฮ่องกง

สำหรับผู้ประกอบการไทย สถานการณ์ดังกล่าวมีนัยสำคัญต่อการวางกลยุทธ์ทางธุรกิจ在香港อย่างชัดเจน ประการแรก แม้ตลาดจีนยังคงเป็นตลาดหลัก แต่พฤติกรรมการเดินทางและการใช้จ่ายได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศที่ไม่แน่นอน ผู้ประกอบการควรพิจารณาปรับสินค้าให้เหมาะสมกับการใช้งานจริงในชีวิตประจำวันและสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง เช่น สินค้ากันน้ำ เสื้อผ้าที่แห้งเร็ว หรือสินค้าไลฟ์สไตล์ที่พกพาสะดวก ซึ่งตอบโจทย์นักท่องเที่ยวจีนที่นิยมเดินทางระยะสั้นและซื้อสินค้าที่ใช้งานได้ทันที

ในขณะเดียวกัน การเติบโตของตลาดระยะไกล เช่นนักท่องเที่ยวจากยุโรป อเมริกาเหนือ ออสเตรเลีย รวมทั้งตลาดใหม่อย่างตะวันออกกลาง และลาตินอเมริกา ถือเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยนำเสนอสินค้าที่มีมูลค่าสูงขึ้น เช่น สินค้าพรีเมียม สินค้าหัตถกรรมไทย สินค้าเพื่อสุขภาพ และสินค้าอาหารที่มีเรื่องราวหรือเอกลักษณ์เฉพาะตัว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักให้ความสำคัญกับคุณภาพและประสบการณ์การบริโภคมากกว่าราคา จึงเป็นโอกาสในการสร้างแบรนด์ไทยให้โดดเด่นในตลาดฮ่องกง

นอกจากนี้การจัดงานระดับนานาชาติและกิจกรรม Mega Events ในช่วงครึ่งปีหลัง เช่น Hong Kong Cyclothron, Wine & Dine Festival, Hong Kong Winterfest และงานเฉลิมฉลองปีใหม่จะช่วยเพิ่มจำนวนผู้มาเยือนและกระตุ้นการใช้จ่ายในเมือง ผู้ประกอบการไทยควรใช้โอกาสนี้ในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือจับคู่ธุรกิจกับผู้ซื้อจากหลายประเทศ ซึ่งจะช่วยขยายฐานลูกค้าและเพิ่มการรับรู้ของแบรนด์ไทยในตลาดฮ่องกงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านการกระจายสินค้า ต้นทุนสายการบินที่สูงขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อราคาสินค้า ผู้ประกอบการไทยควรบริหารต้นทุนโลจิสติกส์อย่างรอบคอบ และพิจารณาใช้คลังสินค้าฮ่องกงเป็นฐานกระจายสินค้าไปยังตลาดใกล้เคียง เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและลดความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของการขนส่งทางอากาศ

ฮ่องกงยังคงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงสำหรับสินค้าไทย แม้จะมีความท้าทายจากสภาพอากาศและต้นทุนการเดินทาง แต่การเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติและการจัดงานระดับนานาชาติอย่างต่อเนื่องทำให้ฮ่องกงยังเป็นศูนย์กลางการค้าและการท่องเที่ยวที่สำคัญ ผู้ประกอบการไทยควรปรับตัวด้วยการพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม ใช้ช่องทางออนไลน์ควบคู่กับหน้าร้าน และสร้างแบรนด์ไทยให้มีเอกลักษณ์ชัดเจน เพื่อให้สามารถแข่งขันและเติบโตในตลาดฮ่องกงได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

แหล่งข้อมูล:

https://www.scmp.com/news/hong-kong/hong-kong-economy/article/3364283/hong-kong-tourist-arrivals-3-july-bad-weather-curbs-mainland-growth?module=top_story&pgtype=subsection