



เดือนพ.ค.68 เงินเฟ้อจีนติดลบติดต่อกันเป็นเดือนที่ 4 ขณะที่สงครามการค้ารอบใหม่จะเพิ่มแรงกดดันทางด้านราคา

ECONOMIC BRIEF

Vol.31 No.4161 9 มิถุนายน 2568

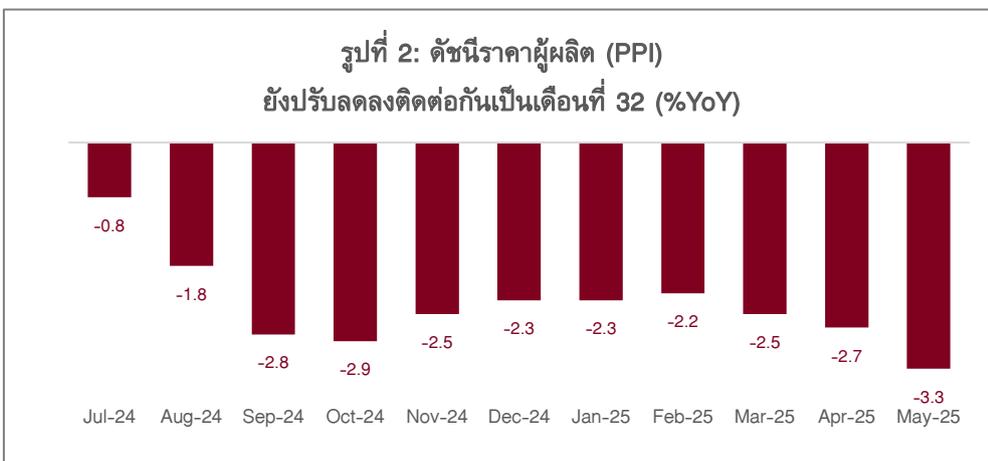
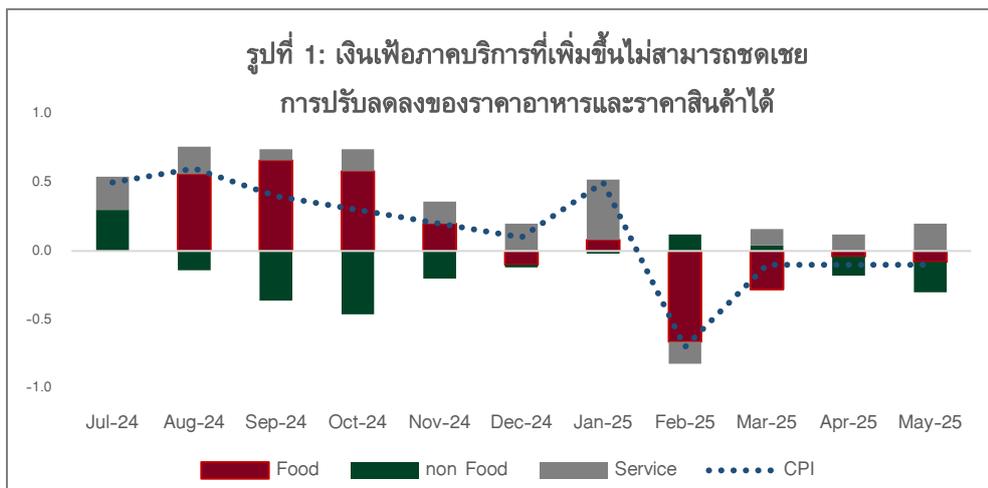


จिरดา ภัคดีวิไลเกียรติ

เจ้าหน้าที่วิจัยอาวุโส

jirada.pu@kasikornresearch.com

- เงินเฟ้อจีนเดือนพ.ค.68 ปรับลดลงอยู่ที่ **-0.1%YoY** แม้จะมีวันหยุดยาว Golden week ของจีน (1-5 พ.ค.68) แต่เงินเฟ้อในส่วนของภาคบริการที่เพิ่มขึ้นยังไม่สามารถชดเชยแรงกดดันจากการปรับลดลงของราคาอาหาร และราคาสินค้าได้ (รูปที่ 1) ขณะที่ราคาผู้ผลิตยังคงปรับลดลงติดต่อกันเป็นเดือนที่ 32 อยู่ที่ **-3.3%YoY** (รูปที่ 2)



Source: CEIC, KResearch

- เงินเฟ้อจีนยังมีแนวโน้มอยู่ในระดับต่ำตลอดทั้งปี 2568 เนื่องจาก
 1. ผลของมาตรการซื้อของเก่าและของใหม่ (Trade in program) เริ่มส่งผลบวกต่อการจับจ่ายใช้สอยของครัวเรือนลดลง เนื่องจากประเภทของสินค้าในมาตรการเป็นสินค้าคงทน เช่น รถยนต์ นอกจากนี้ งบประมาณของรัฐบาลท้องถิ่นในการอุดหนุนโครงการดังกล่าวเริ่มมีจำกัด
 2. สงครามราคาในบางกลุ่มสินค้า เช่น รถยนต์ไฟฟ้าจะยังคงกดดันเงินเฟ้อให้อยู่ในระดับต่ำ โดยอัตราเงินเฟ้อในส่วนของราคารถยนต์ยังคงปรับลดลง (รูปที่ 3) โดยล่าสุดแบรนด์รถยนต์ไฟฟ้ารายใหญ่ของจีนได้ประกาศปรับลดราคารถยนต์ไฟฟ้าถึง 22 รุ่นสูงสุดถึง 34%



Source: CEIC

3. สงครามการค้ารอบใหม่จะยิ่งกดดันการจับจ่ายใช้สอยในประเทศ และระดับราคาสินค้า แม้จะมีการเจรจาตกลงลด Reciprocal tariffs ระหว่างสหรัฐฯ และจีนเมื่อ 12 พ.ค.68 แต่คาดว่าจะเข้ามาช่วยลดลงแรงกดดันได้ในระยะสั้น ขณะที่ภาคการผลิตยังมีแนวโน้มชะลอลงกดดันต่อการจ้างงาน และแนวโน้มการใช้จ่ายในประเทศ
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่าความเสี่ยงเรื่องเงินฝืดจะเป็นปัจจัยกดดันสำคัญต่อเศรษฐกิจจีนตลอดทั้งปี 2568 โดยคาดว่าทางการจะมีมาตรการออกมาสนับสนุนให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มเติม แต่ระดับของมาตรการคาดไม่เพียงพอ เนื่องจากระดับรายได้และการจ้างงานได้รับผลกระทบจากสงครามการค้ารอบใหม่

ตารางที่ 1: องค์ประกอบรายสินค้าของเงินเฟ้อจีน

	May-25	%YoY	Weight (%)
CPI	99.9	-0.1	
Food, Beverages & Tobacco	100.1	0.10	29
Fresh Vegetables	91.7	-8.30	-
Meat of Livestock: Pork	100.7	0.70	-
Clothing	101.5	1.50	6.3
Household Facilities	100.1	0.10	5.2
Health Care & Personal Articles	100.3	0.30	10.2
Transport & Communications	95.7	-4.30	15.4
Recreation, Education & Culture			
Articles	100.9	0.90	8
Residence	100.1	0.10	25.1

Source: CEIC, KResearch

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

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

บริการทุกระดับประทับใจ