

สถานการณ์ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย

1. ภาพรวมตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในกัมพูชา

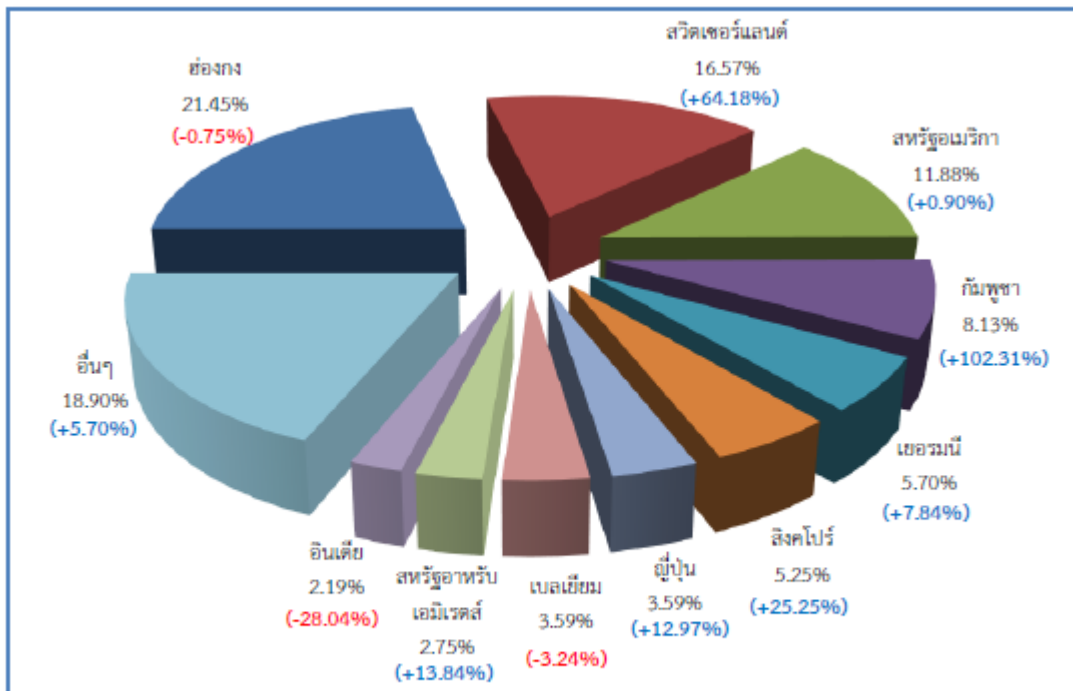
ปัจจุบันนี้ อาจกล่าวได้ว่ากัมพูชาอยู่ในช่วงเศรษฐกิจขาขึ้น เพราะมีอัตราขยายตัวอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 8 ต่อปี ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา และคาดว่าจะขยายตัวประมาณร้อยละ 7 ในปี 2559

การพัฒนาประเทศก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิต ที่ทำให้ความเป็นสังคมเมืองมากขึ้น ขณะที่การลงทุนจากต่างประเทศยังหลั่งไหลเข้าสู่กัมพูชาอย่างต่อเนื่องส่งผลให้กัมพูชาเป็นฐานการผลิตและส่งออกของอุตสาหกรรมสำคัญ โดยเฉพาะสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งปัจจัยต่างๆ ข้างต้นล้วนส่งผลให้ความต้องการ บริโภคสินค้าของชาวกัมพูชามีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยเฉพาะความต้องการสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น อัญมณีและเครื่องประดับ โทรศัพท์มือถือ รถยนต์และอื่นๆ

จากสถิติการส่งออกสินค้าจากไทยมาที่กัมพูชาในหลายปีที่ผ่านมา แทบไม่น่าเชื่อว่าอัญมณีและเครื่องประดับ (เกือบทั้งหมดเป็นทองคำ) สามารถทำลายสถิติสินค้าที่มีมูลค่าสูงสุดที่ส่งออกมาที่กัมพูชาและในอัตราการขยายตัวที่เฉลี่ยสามปีที่ผ่านมา 2556-2558 ร้อยละ 103

อัญมณีและเครื่องประดับไทยส่งมากัมพูชาปี 2556 มูลค่า 282 ล้านบาทสหรัฐฯ เพิ่มจากปีก่อนหน้าร้อยละ 154 ต่อมาในปี 2557 มูลค่า 463 ล้านบาทสหรัฐฯ เพิ่มจากปีก่อนหน้าร้อยละ 64 ในปี 2558 มูลค่า 892 ล้านบาทสหรัฐฯ เพิ่มจากปีก่อนหน้าร้อยละ 92 โดยกัมพูชานับเป็นตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับอันดับที่ 4 ของไทยมีสัดส่วนร้อยละ 8.13 รองจาก ฮองกง สวิตเซอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา

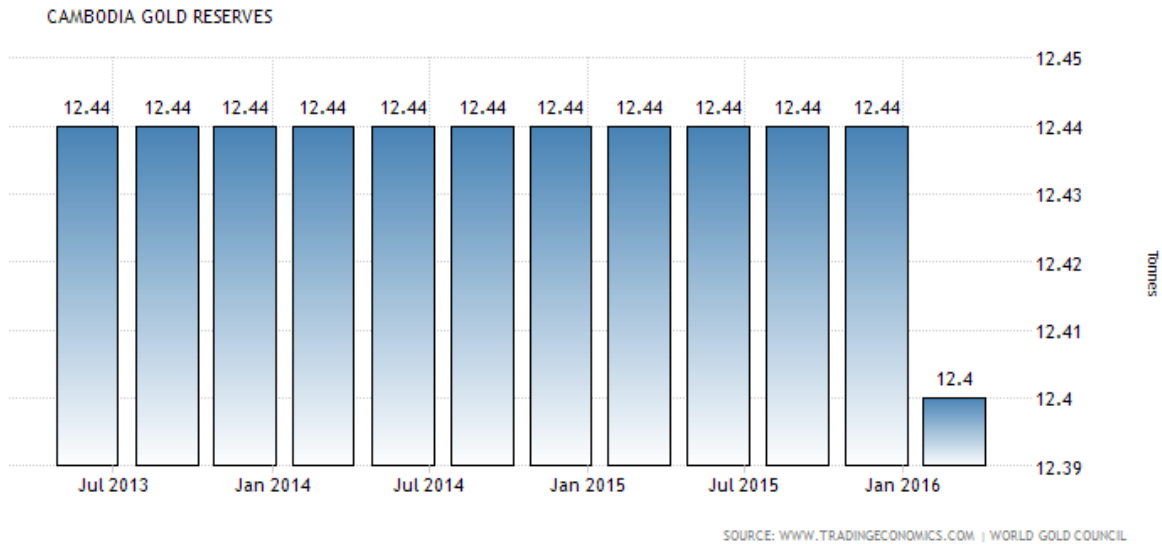
ตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ปี 2558



ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

อะไรเป็นเหตุให้อัญมณีและเครื่องประดับของไทยสามารถส่งออกมากัมพูชามีมูลค่าสูงกว่าสินค้าชนิด อื่นๆ รวมถึงน้ำมันเชื้อเพลิง โดยเฉพาะในปี 2558 การส่งออกน้ำมันเชื้อเพลิงมากัมพูชามีมูลค่า 695 ล้าน เหรียญสหรัฐฯ ขณะที่อัญมณีและเครื่องประดับมีมูลค่า 892 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ข้อมูลจากธนาคารแห่งชาติกัมพูชาระบุว่าปัจจุบัน กัมพูชามีทองคำสำรองปริมาณ 12.4 ตัน ในปี 2559



2. แหล่งวัตถุดิบในประเทศ



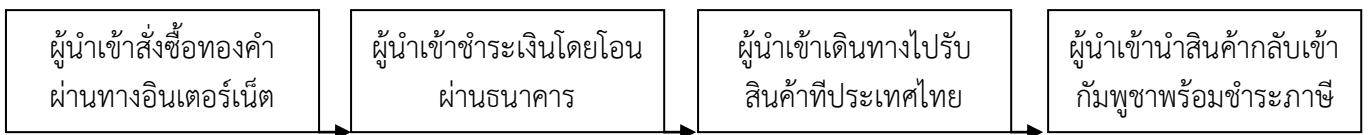
กัมพูชามีแหล่งผลิตหินมีค่านามกระเดื่อง ไพลิน(Blue Sapphire) และแร่รัตนชาติหลากหลายชนิด (Precious Stones) โดยหินมีค่า หินรัตนชาติ หรือ หินประดับที่พบในกัมพูชา ได้แก่

- แซปไฟร์ พบในจังหวัดเกาะกง และพระวิหาร
- แซปไฟร์และรูบี้ พบในจังหวัดพระตะบอง
- เซอร์คอน พบในจังหวัดพระวิหาร และรัตนคีรี
- อมิติสต์ พบในจังหวัดกัมปงธม และสตึงแตรง
- หินประดับ พบในจังหวัดเกาะกง และพระวิหาร
- หินอ่อน พบในจังหวัดโพธิสัตว์ กัมปงชะนัง กัมปงสะปือ และ สตึงแตรง

นอกจากนี้กัมพูชายังมีแหล่งแร่เงิน และ ทองคำ ซึ่งปัจจุบันทองคำมีการค้นพบแต่ยังไม่มีการทำเหมืองแร่ ที่จังหวัดมณฑลคีรี โดยบริษัท OZ Minerals (ASX:OZL) สํารวจพบว่าเป็นสายแร่ที่เชื่อมต่อมาจากเหมืองแร่ทองคำในลาว ขณะที่แร่เงิน ปัจจุบันไม่ปรากฏว่าหลงเหลือแต่อย่างใด ทำให้กัมพูชาต้องนำเข้าทองคำ เงิน ทองเหลือง เพชร และวัตถุดิบต่างๆ จากทั่วโลก

ปัจจุบันรัฐบาลกัมพูชาอนุญาตให้มีการนำเข้าทองคำได้อย่างเสรีมากขึ้น ต่างจากในอดีตที่ออกใบอนุญาตนำเข้า และส่งออกทองคำให้เพียงบริษัทเดียว ทำให้ปัจจุบันมีบริษัทที่มีใบอนุญาต ซึ่งสามารถนำเข้าและส่งออกทองคำ ประมาณ 5 บริษัท ทั้งประเทศ

ข้อมูลจากบริษัทนำเข้าทองคำรายหนึ่งของกัมพูชา ระบุว่าบริษัทกัมพูชาจะดำเนินการสั่งซื้อทองคำกับผู้ค้าทอง ในประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต จากนั้นจะชำระเงินโดยโอนเงินผ่านธนาคาร และหลังจากชำระเงินแล้ว บริษัทกัมพูชา จะเดินทางไปยังกรุงเทพฯ ทางเครื่องบินเพื่อรับสินค้าภายในสนามบินและเดินทาง นำสินค้ากลับเข้าประเทศกัมพูชา พร้อมชำระภาษี จากนั้นจะกระจายสินค้าต่อไปยังร้านค้าทองคำภายในประเทศ



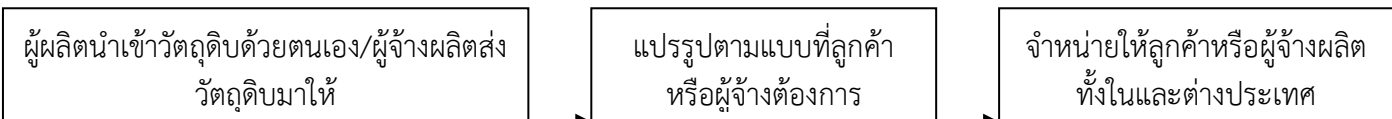
3. การผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในกัมพูชา

กัมพูชามีแหล่งพลอยสีที่ความอุดมสมบูรณ์ เช่น ไพลินและทับทิม โดยจังหวัดรัตนคีรี เป็นแหล่งพลอยเนื้ออ่อนที่สำคัญของกัมพูชา โดยเฉพาะเพทาย

ตลาดกัมพูชามีแนวโน้มเติบโตดี จากการที่รัฐบาลกัมพูชามีแนวคิดที่จะใช้ประโยชน์จากการนำวัตถุดิบพลอยสีที่อยู่ในประเทศ มาพัฒนาต่อยอดจากอุตสาหกรรมเหมืองแร่ไปสู่การเจียระไน การออกแบบและการผลิตเครื่องประดับ

เครื่องประดับที่วางจำหน่ายภายในประเทศมีทั้งเครื่องประดับทอง เครื่องประดับนาก และเครื่องประดับเพชร (ส่วนใหญ่เป็น รูปแบบดั้งเดิม และมีเอกลักษณ์ท้องถิ่น)

การผลิตเครื่องประดับในกัมพูชาเป็นการผลิตด้วยมือ เป็นส่วนใหญ่ แม้จะมีการนำเครื่องจักร (semi - mechanized) มาใช้บ้างแต่ไม่ค่อยได้รับความนิยม โดยมีกระบวนการในการผลิตดังนี้



แผนผังวงจรการผลิตและจำหน่ายอัญมณีในกัมพูชา

ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในกัมพูชา ส่วนใหญ่จะมีคนงานเพื่อผลิตชิ้นงานให้ตนเอง โดยเป็นลักษณะธุรกิจ มีคนงานประมาณ 30 คน การจะระบุกำลังการผลิตที่แท้จริงทำได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากแบบของสินค้าที่ผลิตมีความหลากหลาย อย่างไรก็ตามอาจแบ่งกลุ่มของผู้ผลิตออกได้ดังนี้

- (1) ผลิตเพื่อจำหน่ายเองทั้งขายส่งและขายปลีก ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ต้องลงทุนวัตถุดิบและจ้างคนงาน

- (2) การรับจ้างผลิตให้แก่ผู้ใช้แต่ละราย โดยอาศัยความไว้วางใจ ซึ่งช่างจะเป็นคนไปหาวัตถุดิบเพื่อนำเสนอแก่ผู้ใช้ กลุ่มนี้จะมีรายได้ทั้งกำไรของสินค้าและค่าแรง
- (3) การรับจ้างผลิตให้แก่ผู้ประกอบการ กลุ่มนี้จะได้รับเฉพาะค่าแรงการผลิตสินค้าในกัมพูชา มีการผลิตและนำไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศเช่น ไทย จีน ฮองกง ซึ่งจะจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง แต่ไม่มีการทำธุรกิจเพื่อการส่งออกแต่อย่างใด

4. พฤติกรรมของผู้บริโภค

เครื่องประดับถือว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นตามฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชาวกัมพูชา โดยเฉพาะกลุ่มนักธุรกิจที่ดินและธุรกิจก่อสร้าง รวมทั้งกลุ่มเศรษฐีใหม่ที่ร่ำรวยขึ้นจากการขายที่ดินให้กับโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่กำลังขยายตัวอย่างร้อนแรง ชาวกัมพูชา ที่มีฐานะดีขึ้นมักนิยมซื้อรถยนต์ใหม่แทนรถยนต์มือสองที่ชาวกัมพูชานิยมใช้โดยทั่วไป นิยมซื้อโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ สวมใส่อัญมณีและเครื่องประดับที่มีดีไซน์ทันสมัยและหรูหรา รวมทั้ง เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ดูดีมีรสนิยมและนำแฟชั่น เพื่อบ่งบอกถึงฐานะ นอกจากนี้ ยังนิยมซื้อสินค้าที่ระบุว่า เพิ่งมาใหม่ล่าสุด (New Arrival) จึงมักชอบเดินศูนย์การค้าขนาดใหญ่เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ของสินค้า ทำให้ศูนย์การค้าเป็นช่องทางจัดจำหน่ายที่สำคัญในการเจาะตลาดผู้บริโภคกลุ่มนี้



สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่คนกัมพูชาให้ความนิยมตลอดกาลคือเครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเพชร เพราะการซื้อเพชร และ ทองคำ นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประดับร่างกายให้สวยงาม ใช้แสดงฐานะทางสังคมว่าตนเองรวยมากแค่ไหน และซื้อเก็บสะสมไว้เป็นสมบัติมีค่า สามารถแลกเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ง่าย

พฤติกรรมผู้บริโภค คนกัมพูชา ซึ่งมีฐานะการเงินอยู่กลุ่มระดับสูง (high – end) นิยมหันมาประดับร่างกายด้วยไข่มุก และ หินสีต่างๆ ที่มีค่าสูงเช่น ทับทิม ไพโรกซ์ มรกต ฯลฯ เพิ่มจากเพชร ให้การตอบรับสินค้า Brand Name มากขึ้น เนื่องจากเชื่อมั่นในคุณภาพและดีไซน์ที่ทันสมัย มีความแปลกจากคนอื่น ไม่อยากมีสินค้าที่เหมือนกับคนอื่น

สินค้าสำหรับตลาดกลุ่มระดับสูง จะต้องเป็นสินค้าที่ทำจากวัสดุคุณภาพดีเยี่ยม ฝีมือการประดิษฐ์และการออกแบบที่ประณีตและคุณภาพชั้นหนึ่ง คนกลุ่มนี้มีความกล้าที่จะซื้อในราคาสูง

ขณะที่คนกลุ่มระดับกลาง (medium – range) ยังนิยมเพชร อย่างเหนียวแน่น และกลุ่มระดับล่าง (low-end) ก็ยังนิยมทองเช่นเดิมไม่ว่าจะเป็น 8, 10, 18, 24 กะรัต

ลูกค้าในตลาดกลุ่มระดับกลางและระดับล่าง จะให้ความสำคัญในเรื่องราคา เพราะเป็นการซื้อแบบลงทุน

ผู้ชายกัมพูชาส่วนใหญ่ นิยมสวมใส่แหวนเพชร ขนาดตามฐานะ และใช้เพชรประดับหัวเข็มขัดและนาฬิกาด้วยการสวมสร้อยคอทองคำของชายกัมพูชา มีจำนวนไม่มากนักเมื่อเทียบกับชายไทย

5. การกำหนดราคาขาย

การกำหนดราคาสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับขึ้นอยู่กับปริมาณของทองคำและอัญมณีตามขนาดและน้ำหนักที่ใช้ประกอบเป็นตัวสินค้า เช่น สร้อยคอที่ทำจากเงินและทองคำ สร้อยข้อมือ ต่างหู จี้ และเข็มกลัด เป็นต้น

6. ช่องทางการจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

การจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในกัมพูชา มีวางในตู้โชว์ตามตลาดสด ร้านค้าและในห้างสรรพสินค้า การสร้าง/ขยายเครือข่ายการจำหน่ายสินค้าไม่ได้รับความนิยม แต่มีการเข้าร่วมจำหน่าย/แสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ



กลยุทธ์ที่สำคัญในการขายคือการไว้ใจ บอกรับปากต่อปาก มีสถานที่ตั้งที่แน่นอน ไม่ย้ายไปไหน และมีใบรับประกันการซื้อคืนตลอดชีพในราคาลดลงจากราคาที่ซื้อไปร้อยละ 5 การรักษาความน่าเชื่อถือของสินค้า (แต่จากการสอบถามผู้ชาย ได้รับคำตอบว่ามีคนมาขายคืนน้อยมาก ไม่ถึงร้อยละ 5)

กรุงพนมเปญ ซึ่งเป็นเมืองหลวงจะเหมาะกับการจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับทั้งของจริงและของเลียนแบบ เพราะคนเมืองกรุงแต่งตัวเก่งและชอบทำตามอย่าง

นอกจากคนกัมพูชาแล้ว ลูกค้าสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญคือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว กัมพูชาปีละประมาณ 4 ล้านคน กลุ่มนักท่องเที่ยวนิยมซื้ออัญมณีและเครื่องประดับเงินตกแต่งด้วยพลอยสีและหินสีต่างๆ มากกว่าการซื้อเครื่องประดับราคาแพง

7. การส่งเสริมการจำหน่าย

ในกัมพูชาไม่มีการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ อย่างเป็นทางการหรือเป็นการเฉพาะแต่อย่างใด แล้วแต่ว่าแต่ละรายจะใช้กลยุทธ์เช่นใดเช่นบางบริษัทอาจมีการใช้แผ่นพับ (brochures) มีการโฆษณาสินค้าทางสถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ และเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ

แบรนด์เนมสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศนี้ ไม่มีการสร้างแบรนด์แต่อย่างใด อาศัยการจดจำชื่อร้าน และ ชื่อเจ้าของร้านที่จำหน่ายสินค้า เป็นยี่ห้อที่จดจำและบอกต่อกันไป

8. กฎระเบียบทางการค้า ระเบียบการนำเข้าและส่งออก

รัฐบาลกัมพูชา ไม่มีข้อจำกัดสำหรับการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศที่ใช้สำหรับเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า ยกเว้นอัญมณี ทองคำ ต้องขออนุญาตนำเข้าจากกระทรวงเศรษฐกิจการคลัง ส่วนการส่งออกแร่รัตนชาติและหินมีค่าที่ยังไม่ได้เจียรไน เรียกเก็บอัตราร้อยละ 0 และร้อยละ 10 (ขึ้นอยู่กับระดับและลักษณะของการแปรรูป)

โครงสร้างทางภาษีสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ อัตราภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ 10 % ส่วนอัตราภาษีนำเข้า (อากรขาเข้า) ในส่วนของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่นำเข้าจากประเทศสมาชิกอาเซียน (ASEAN CEPT) กำหนดไว้ที่ 0 % ส่วนการนำเข้าจากประเทศนอกอาเซียนที่ได้สถานะ Most Favored Nations Rate อัตราภาษีอยู่ที่ 10 %

ข้อกีดกันทางการค้า ทั้งที่เป็น Tariff และ Non – Tariff Barriers กัมพูชา ไม่มีการตั้งกำแพงภาษีเพื่อเป็นข้อกีดกันทางการค้าสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ โดยจัดเป็นสินค้าที่สามารถทำการค้า นำเข้าและส่งออก ได้โดยเสรี

9. ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการเข้าสู่ตลาดกัมพูชา

- (1) ความไม่ไว้วางใจต่อคนต่างชาติ
- (2) การจำหน่ายกับนักท่องเที่ยวต้องเป็นเป็นสินค้าที่มีการออกแบบที่ทันสมัย และครีเอทีฟ
- (3) ราคาจะต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการท้องถิ่น
- (4) สินค้าที่จะเป็นพันธมิตรกับผู้ประกอบการท้องถิ่นได้คือการจำหน่าย เพชร พลอยร่วงและการจำหน่าย และอุปกรณ์ เครื่องมือ สำหรับใช้ทำเครื่องประดับอื่นๆ

10. หน่วยงาน / องค์กร ที่สนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

- (1) กระทรวงพาณิชย์
- (2) กระทรวงอุตสาหกรรมและหัตถศิลป์
- (3) สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับประเทศกัมพูชา

11. โอกาสของผู้ประกอบการไทยในตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของ

การร่วมทุนทำธุรกิจหรือร่วมทุนค้ากับบริษัทกัมพูชา โดยเน้นการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับที่มีค่าเป็นการเฉพาะ

ผู้ประกอบการไทยควรนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในกัมพูชาที่มีลักษณะเช่นเดียวกับที่จำหน่ายในไทยทั้ง ขนาด สี กลิ่น น้ำหนัก และลักษณะบรรจุภัณฑ์ เพื่อง่ายต่อการจดจำ เนื่องจากชาวกัมพูชาได้รับอิทธิพล ค่อนข้างมากจากสื่อโทรทัศน์ของไทย ทั้งนี้ การทำการค้าในกัมพูชา หากเลือกช่องทางการค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือผู้นำเข้าสินค้าประเภทนั้นๆ จะช่วยลดต้นทุนและลดความเสี่ยงในการทำตลาดเองในระยะเริ่มแรก

.....

ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน
สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงพนมเปญ
มีนาคม 2559

รายชื่อผู้นำเข้า ส่งออก และผู้ประกอบการรายสำคัญสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของกัมพูชา

ที่	ชื่อบริษัท	ที่อยู่ติดต่อ	เบอร์โทร/อีเมล
1	Khemserei SK Italian Silver	No. 320, Preah Monivong Blvd (93), Sangkat Chak Tomuk, Khan Daun Penh, 12207 Phnom Penh	069 691 111 / 023 221 567 jewelryksk@gmail.com
2	City Jewellery	No. 62LM, St. 205, Sangkat Tumnuop Teuk, Khan Chamkar Morn, 12306 Phnom Penh	092 537 951/ 011 919 888 cityjewelry168@yahoo.com
3	Sit Down Jeweler	No. 277FEo, Preah Sisowath Quay, Riverside, 12206 Phnom Penh	012 969 036 /023 220 555 sitdown_jeweler@online.com.kh
4	Saem Jewellery	Hotel Cambodiana Phnom Penh, Ground Floor, 12207 Phnom Penh	012 812 131 / 010 812 131 lysaem@yahoo.com
5	Island Pearl	No. 9, Oknha Ket (St. 174), 12210 Phnom Penh	012 821 154 /088 9040 004 sethulh@gmail.com
6	Elegance Silver & Watches	No. 68Eo, Charles de Gaulle Blvd (217), corner of Sok Hok (St. 107), 12257 Phnom Penh	023 998 599 / 067 998 599 elegance.silver@hotmail.com
7	KMR Pearl Jewelry	No. 539Eo, Preah Monivong Blvd (93), 12303	016 207 722 / 095 907 722 info@kmrfashion.com
8	Blue Diamond Jewelry	No. 13-61, Preah Trasak Paem (St. 63), Shopping Center Sorya PLC., Ground Floor, 12208 Phnom Penh	023 993 887 / 012 828 873 bluediamond_jewelry@yahoo.com
9	Pailin Jewelry	o. 230Eo, Khemarak Phoumin (St. 130), East of Phsar Thom Thmey, Sangkat Phsar Thmey III, Khan Daun Penh, 12210 Phnom Penh	016 950 950 info@pailinjewelry.com
10	EC Gold Buyers	No. 432, Oknha Try Heng (St. 2011), 12102 Phnom Penh	093 888 318 ecgoldbuyers@hotmail.com

11	Kheang Mom Olympic Market	No. 357, Olympic Market, 1st Floor, 12312 Phnom Penh	017 888 817 hsiengleng@gmail.com
12	Meng Pov Gems & Jewelry	No. 12Eo, Preah Chey Chetha (St. 118), 12209 Phnom Penh	023 223 715 order@mengpovjewelry.com
13	925 Sterling & Co	No. 418, Pokambor (St.), Alley 1, Mondul 1 Village, Sangkat Svay Dangkum, Siem Reap City, Siem Reap	087 406 220 925s.co@gmail.com
14	Khmer Creations	No. 116, St. 113, 12304 Phnom Penh	012 487 017 info@khmercreations.org
15	Oriental Gems	Trapeang Treang Village, Sangkat Sala Kamroeuk, Siem Reap City, Siem Reap	012 821 109 contact@oriental-gems.com
16	Pich Chenda Jewelry	No. 153A, Charles de Gaulle (St.), Mondoul 2 Village, Sangkat Slor Kram, Siem Reap City, Siem Reap	070 479 890 theapichchenda@yahoo.com
17	Amy & Co	No. 53, Preah Monivong Blvd (93), Phnom Penh Hotel, Lobby 1, 12201 Phnom Penh	023 992 838 amy.n.company@gmail.com
18	Gold Dragon Shop	No. 20, Samdech Monireth Blvd (217), 12253 Phnom Penh	023 886 855 sonyfinancier@gmail.com
19	D.Hindle	No. 9, Thoamak Lekhet Ouk (St. 184), 12206 Phnom Penh	012 576 789 soksovann@dhindley.com
20	G Diamond	No. B43-46, La Seine (St.), Koh Pich, Phnom Penh	023 999 288 http://www.facebook.com/gdiamondkh
21	Dary Jewelry & Souvenir Shop	No. 175, St. 155, 12310 Phnom Penh	023 993 063 info@daryjewelry.com