

รายงานการเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า INHORGENTA MUNICH

1. ข้อมูลงานแสดงสินค้า

ชื่องาน	INHORGENTA ¹ MUNICH
ผู้จัดงาน	Messe München GmbH
ระยะเวลาจัดงาน	วันที่ 16 – 18 กุมภาพันธ์ 2561 เวลา 9.00 – 18.00 น. วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2561 เวลา 9.00 – 17.00 น.
สถานที่จัดงาน	ศูนย์แสดงสินค้า Messe München ประเทศเยอรมนี
เว็บไซต์ของงาน	www.inhorgenta.com

**INHORGENTA
MUNICH**

INDIVIDUAL. INSPIRING. INNOVATIVE.

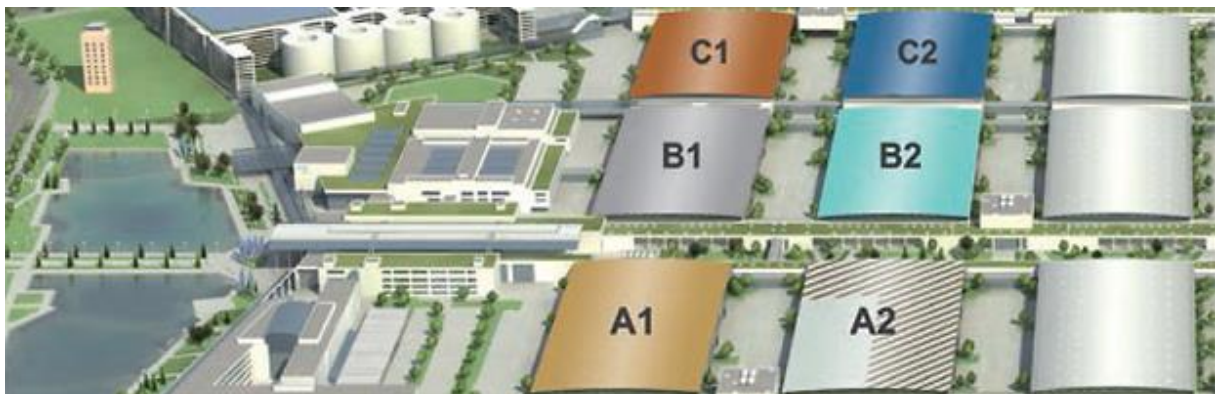
ภาพรวมของงาน

งานแสดงสินค้า INHORGENTA MUNICH เป็นงานแสดงสินค้านานาชาติ อัญมณีและเครื่องประดับที่ใหญ่และมีชื่อเสียงที่สุดในเยอรมนี จัด ณ ศูนย์แสดงสินค้า Messe München ประเทศเยอรมนี จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี (จัดครั้งแรกเมื่อปี 2517) ครั้งนี้จัดระหว่างวันที่ 16 – 19 กุมภาพันธ์ 2561 เป็นงานแสดงสินค้าเพื่อการเจรจาธุรกิจเท่านั้น กำหนดการจัดงานครั้งต่อไประหว่างวันที่ 22 – 25 กุมภาพันธ์ 2562

ข้อมูลทางสถิติของงาน

การจัดงานครั้งนี้มีผู้เข้าร่วมงานจาก 42 ประเทศ จำนวน 1,026 บริษัท เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4 โดยเป็นผู้เข้าร่วมงานจากในประเทศ 548 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 53 และจากต่างประเทศ 478 บริษัท หรือร้อยละ 47 มีจำนวนผู้เข้าชมงานกว่า 27,000 ราย จาก 70 ประเทศทั่วโลก

การจัดแบ่งโซนในอาคารแสดงสินค้า



อาคาร A1 “Timepieces” นาฬิกา

อาคาร A2 “Technology & Bijoux” อุปกรณ์และเครื่องมือ เครื่องประดับแฟชั่น บรรลุภัณฑ์

อาคาร B1 “Fine Jewelry” เครื่องประดับระดับพรีเมียม และแหวนแต่งงาน

อาคาร B2 “Elegance & Lifestyle” เครื่องประดับคลาสสิก

อาคาร C1 “Carat” อัญมณี เพชร ไข่มุก

อาคาร C2 “Contemporary Design & Vision” เครื่องประดับอัญมณีที่มีดีไซน์ร่วมสมัย
การจัดสัมมนา และ showcase ต่าง ๆ

¹ ชื่อ INHORGENTA มาจากการผสมคำระหว่าง International, Horologerie (นาฬิกา), Argentum (เงิน) และ Aurum (ทองคำ)

บนพื้นที่จัดแสดงสินค้า 65,000 ตารางเมตร นอกจากจะมีการจัดกลุ่มสินค้าที่จัดแสดงไว้อย่างชัดเจนภายใน 6 อาคารแล้ว ยังมีการจัดแบ่งโซนพิเศษต่าง ๆ ภายในงาน ซึ่งได้รับความสนใจเป็นอย่างมากจากผู้เข้าชมงาน ดังนี้

Brand New – New Brand

เป็นแพลตฟอร์มสำหรับนำเสนอผลงานสร้างสรรค์ของนักศึกษาจบใหม่

Innovation forum

เป็นฟอรัมสำหรับนำเสนอนวัตกรรมการออกแบบของนักออกแบบเครื่องประดับที่อยู่ในวงการน้อยกว่า 3 ปี

Concepts forum

พื้นที่จัดแสดงชิ้นงานของนักออกแบบที่มีชื่อเสียงทั้งจากในประเทศและนอกประเทศ

Silversmiths forum

พื้นที่จัดแสดงวัตถุ/ชิ้นงานเครื่องเงินที่ทำด้วยมือ เช่น มีด napkin rings แจกกัน ชาม และหม้อ รวมทั้งวัตถุ/ชิ้นงานที่ทำจากโลหะมีค่าผสมกับวัสดุอื่น เช่น คอนกรีต plexiglas พลาสติก เป็นต้น

Design Area

พื้นที่สำหรับจัดแสดงชิ้นงานของนักออกแบบที่เข้าร่วมงานเป็นครั้งแรก (หรือหลังจากไม่ได้เข้าร่วมงานมาแล้วอย่างน้อย 3 ปี)



Bavarian arts and crafts association

จัดแสดงงานฝีมือของนักออกแบบเครื่องประดับ ช่างทอง ช่างเงินท้องถิ่นของรัฐบาวาเรีย

Innovation schools forum

โซนนิทรรศการแนะนำโรงเรียน/สถาบันการศึกษาด้านอัญมณีและเครื่องประดับ





ภาพบรรยากาศโซนต่าง ๆ ภายในงาน


<p>Jewelry shows</p> 	<p>Innovation Forum อาคาร C2</p> 
<p>สถานที่จัดสัมมนา</p> 	<p>ร้านอาหารภายในงาน</p> 

กิจกรรมพิเศษภายในงาน

การจัดประกวด INHORGENTA AWARD แบ่งออกเป็น 7 ประเภทด้วยกัน คือ 1. Designer of the Year 2. Fashion Jewelry 3. Fine Jewelry 4. Smart/Connected Watch 5. Watch Design 6. Retailer of the Year และ 7. Best Piece of Jewelry โดย 6 ประเภทแรก จะรับการตัดสินจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ และสำหรับรางวัล Best Piece of Jewelry จะได้รับการโหวตจากผู้เข้าร่วมงาน

ผู้ชนะการประกวดทั้ง 7 ประเภท

<p>1. DESIGNER OF THE YEAR</p> 	
<p>2. FASHION JEWELRY</p> <p>GELLNER</p>	
<p>3. FINE JEWELRY</p> 	
<p>4. SMART/CONNECTED WATCH</p> 	
<p>5. WATCH DESIGN</p> 	
<p>6. RETAILER OF THE YEAR</p> <p>HUNKE</p>	

<p>7. BEST PIECE OF JEWELRY</p> <p>👤 JAIME MORENO</p>	
---	---

© Messe München

2. แนวโน้มความนิยมของผู้บริโภค

เทรนด์สี



Ultra Violet ได้รับการประกาศให้เป็นสีแห่งปี 2018 จาก Pantone ผู้เชี่ยวชาญด้านสีระดับสากล สีม่วงแถมนี้สื่อถึงเอกลักษณ์อันแตกต่าง ความฉลาดหลักแหลม และวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล อีกทั้งยังเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมสมัยนิยมอีกด้วย นับเป็นโอกาสของอัญมณีสีม่วงอย่าง Amethyst, Iolite หรือ Sapphire ที่จะกลับมาเป็นที่นิยมในแวดวงเครื่องประดับอีกครั้งในปี 2018 นี้

ส่วนเครื่องประดับที่ถือว่าเป็นราชินีแห่งโลกอัญมณีอย่างไข่มุก ในปีนี้ทางผู้จัดงานได้จัดสัมมนาโดยเชิญ Mr. Phil Bouasse นักออกแบบอัญมณี (ไข่มุก) ชื่อตั้งจาก Studio Devarieux มาให้ความรู้เกี่ยวกับดีไซน์และแฟชั่น และการพัฒนาของอุตสาหกรรมไข่มุกในปัจจุบัน ซึ่งแนวโน้มของสีไข่มุกที่กำลังเป็นที่นิยม ยังคงเป็นโทนสีผสมมากกว่าสีขาวล้วนแบบเดิม และลูกเล่นการเรียงลำดับสีมากกว่าสองหรือสามสีใน set เดียวกันกำลังเป็นที่นิยมของตลาด



Digitalization คือ เทรนด์ที่สำคัญของปีนี้

International Data Corporation (IDC) คาดว่าในปี 2018 จะมีการวางจำหน่ายสินค้า smartwatches ประมาณ 43.6 ล้านชิ้น และภายในปี 2022 จะขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 84.1 ล้านชิ้น คิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีถึงร้อยละ 17.9 ถึงแม้ว่าปัจจุบันมูลค่าของตลาด smartwatches ยังน้อยกว่ามูลค่าของตลาดนาฬิกาแบบคลาสสิก แต่เนื่องจากตลาดนาฬิกาคลาสสิกซบเซา ติดลบมานานตั้งแต่ปี 2015 จึงเป็นสัญญาณให้เหล่าแบรนด์นาฬิกาต่าง ๆ ทั้งแบรนด์นาฬิกาคลาสสิกอย่าง TAG Heuer และ Casio หรือแม้แต่แบรนด์แฟชั่นอย่าง Fossil ต่างหันมาเพิ่มไลน์สินค้า smartwatches ของตน

Hybrid Smartwatches หรือ นาฬิกาในรูปแบบ analog design เสริมด้วย smart function ที่เป็นประโยชน์ต่าง ๆ กำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก และเป็นเทรนด์ของ smartwatches ปีนี้



3. การเข้าร่วมงานของไทย

งานแสดงสินค้านี้ กรมฯ ไม่ได้เข้าร่วมงาน แต่ผู้ประกอบการไทยสามารถขอการสนับสนุนผ่านโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) ซึ่งรับรองโดยสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย การจัดงานครั้งนี้มีผู้ประกอบการจากไทยเข้าร่วมงาน 5 บริษัท คือ

1. Bright Future Gems Co. Ltd. (อาคาร A2.570)
2. Moress (อาคาร A2.361)
3. Pha-a-Tit Precious Co. Ltd. (อาคาร A2.467)
4. Swadi Stit Co Ltd. (อาคาร A2.453)
5. Takiuddin Gems Co. Ltd. (อาคาร A2.125)

สินค้าที่นำมาจัดแสดง ได้แก่ เครื่องประดับเงิน และอัญมณีต่าง ๆ เช่น ทับทิม ไพฑูริย์ ไข่มุก ทั้งนี้ บริษัททั้ง 5 ไม่ได้ขอรับการสนับสนุนจากโครงการ SMEs Pro-active

4. การค้าระหว่างไทยกับเยอรมนี

4.1 การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย²

ระหว่างเดือนมกราคม – เมษายน 2561 มูลค่าการส่งออกสินค้าจากไทยมายังเยอรมนีรวม 1,687.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.99 (YoY) โดยสินค้าที่ไทยส่งออกมาเยอรมนีมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ อัญมณีและเครื่องประดับ ด้วยมูลค่า 209.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ขยายตัวร้อยละ 18.79 (YoY) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.41 ของสินค้าส่งออกทั้งหมด ทั้งนี้ เครื่องประดับที่ทำด้วยเงินมีมูลค่าส่งออกมากที่สุด 155.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา รองลงมาคือ เครื่องประดับที่ทำด้วยทอง มูลค่าส่งออก 18.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

4.2 การนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของเยอรมนี³

ระหว่างเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2561 เยอรมนีนำเข้าเครื่องประดับ (HS 7113) รวม 257.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.39 (YoY) เป็นการนำเข้าจากไทย 106.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.31 (YoY) ไทยเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญอันดับ 1 สัดส่วนตลาดอยู่ที่ร้อยละ 41.33 รองลงมา คือ (1) สวิตเซอร์แลนด์ ร้อยละ 13.67 (2) ฝรั่งเศส ร้อยละ 9.86 (3) ตุรกี ร้อยละ 5.64 (4) จีน ร้อยละ 4.42 และ (5) อินเดีย ร้อยละ 4.31 ทั้งนี้ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา อัตราการนำเข้าเครื่องประดับของเยอรมนีจากไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4. ข้อสรุป/ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ

INHORGENTA MUNICH เป็นงานแสดงสินค้านานาชาติ อัญมณีและเครื่องประดับที่ใหญ่และมีชื่อเสียงที่สุดในเยอรมนี ภายในงานมีการจัดกลุ่มสินค้าที่จัดแสดงไว้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีการแบ่งโซนสำหรับหน่วยงาน/องค์กรต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งด้านการค้า การตลาดและการพัฒนาคุณภาพสินค้า รวมถึงสถาบันการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบและกระบวนการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถชมผลงานที่โดดเด่นน่าสนใจของบรรดาดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่ และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการออกแบบในปัจจุบัน รวมถึงสามารถเข้าร่วมสัมมนาในหัวข้อที่หลากหลายจากผู้เชี่ยวชาญในวงการ อาทิ การสร้างแบรนด์ของตนเอง ช่องทางการค้าใหม่ ๆ บนโซเชียลมีเดีย เป็นต้น

² ข้อมูลจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

³ ข้อมูลจาก World Trade Atlas

การจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย นอกจากจะให้ความสำคัญด้านการแบ่งพื้นที่การจัดวางการแสดงผลสินค้าที่ชัดเจนแล้ว การจัดอบรมสัมมนาที่น่าสนใจเพื่อยกระดับความรู้ของผู้เข้าร่วมงานและผู้ประกอบการก็เป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญ การให้โอกาสสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมแสดงผลงานทั้งในและต่างประเทศ จะสามารถกระตุ้นให้วงการการออกแบบเครื่องประดับไทยเกิดการพัฒนาด้านต้นตัว ตามทันกระแสตลาดอยู่เสมอได้

สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยยังคงเป็นที่ต้องการของตลาด โดยเฉพาะเครื่องประดับที่ทำด้วยเงิน เพราะคุณภาพดีเป็นที่รู้จักและยอมรับ ปกติชาวเยอรมันนิยมซื้อเครื่องประดับที่มีคุณภาพดีราคาค่อนข้างสูง แต่ด้วยปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัวในปัจจุบัน ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง ราคาจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ผู้ประกอบการไทยจึงจำเป็นต้องนำเสนอสินค้าเครื่องประดับที่มีความน่าสนใจและตรงต่อความต้องการของชาวเยอรมันในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัวนี้

เครื่องประดับจำพวก Bridge Jewelry กำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก เพราะตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในช่วงภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวในยุโรปขณะนี้ Bridge Jewelry เป็นอีกหนึ่งรูปแบบของเครื่องประดับโดยมีความโดดเด่นในการออกแบบตามเทรนด์แฟชั่นด้วยราคาที่ถูกลง แต่ยังคงภาพลักษณ์ของการเป็นเครื่องประดับแท้ มีความได้เปรียบในการทำตลาดมากกว่าเครื่องประดับแท้ที่มีมูลค่าสูง เนื่องจากราคาสินค้าจะอยู่ในระดับปานกลาง (ประมาณ 100 - 400 ยูโร) จึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้บริโภค อีกทั้งผู้บริโภคยังมีทัศนคติที่ดีต่อ Bridge Jewelry และให้การยอมรับในเชิงคุณค่ามากกว่าเครื่องประดับแฟชั่น เพราะนอกจากชิ้นงานที่มีดีไซน์ที่โดดเด่นแล้ว วัสดุในการทำตัวเรือน เช่น เงิน เงินชุบทอง โลหะเงินผสม และอัญมณีประเภทต่าง ๆ เช่น Amethyst, Iolite หรือ Sapphire ฯลฯ ที่นำมาประดับตกแต่งตัวเรือนก็ช่วยเพิ่มคุณค่าในตัวชิ้นงานได้มากขึ้น

หากผู้ประกอบการไทยลองนำเอา concept ของ Bridge Jewelry มาประยุกต์ใช้ในการผลิตเครื่องประดับ ควบคู่ไปกับการได้เปรียบทางด้านคุณภาพของสินค้า และมีมือการขึ้นรูปเครื่องประดับด้วยมือหรือประกอบตัวเรือนที่ประณีต น่าจะเป็นโอกาสอันดีที่ในการสร้างมูลค่าการค้า และมีโอกาสเติบโตต่อไปได้ในตลาดยุโรป ซึ่งถือเป็นตลาดเครื่องประดับขนาดใหญ่ที่เปิดกว้างให้ผู้ค้าชาวต่างชาติได้นำสินค้าเข้ามาจำหน่าย

แหล่งที่มาของข้อมูล

1. www.inhorgenta.com
2. German association of jewellery and watch wholesale.
3. BVJ – German association of jewellers, jewellery products and watches.
4. The Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization).
5. Product Factsheet: Bridge Jewellery in Germany, CBI Market Intelligence.
6. BV Schmuck+Uhren – German association of jewellery and watch manufacturers and suppliers.