

รายงานผลการเข้าเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า
HOMI Fashion & Jewels 2019
ระหว่างวันที่ ๑๓ - ๑๖ กันยายน ๒๕๖๒
ณ ศูนย์แสดงสินค้า Rho Fiera เมืองมิลาน ประเทศอิตาลี



๑. ลักษณะและรูปแบบงาน

ชื่องานแสดงสินค้า	HOMI Fashion & Jewels 2019 (ครั้งที่ ๑)
ระยะเวลาการจัดงาน	๑๓ - ๑๖ กันยายน ๒๕๖๒ โดยจัดขึ้นปีละ ๒ ครั้ง เดือนกุมภาพันธ์ และกันยายน
สถานที่จัดงาน	ศูนย์แสดงสินค้า Rho Fiera เมืองมิลาน
ผู้จัดงาน	บริษัท Fiera Milano จำกัด
ประเภทสินค้าที่จัดแสดง	เครื่องประดับ อัญมณี และอุปกรณ์แฟชั่น
พื้นที่จัดแสดง	๓๕,๐๐๐ ตารางเมตร ในอาคาร ๙ และ ๑๑
งานครั้งต่อไป	๑๕ - ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓

๒. ภาพรวมของงาน

งานแสดงสินค้า HOMI Fashion & Jewels เป็นงานแสดงสินค้าอัญมณี เครื่องประดับ และอุปกรณ์แฟชั่น โดยบริษัท Fiera Milano เป็นผู้จัดงาน จัดขึ้นปีละ ๒ ครั้ง ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ และเดือนกันยายน โดยงาน HOMI Fashion & Jewels 2019 จัดขึ้นเป็นปีแรกซึ่งแยกออกมาจากงาน HOMI เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับงาน และเป็นการดึงดูดผู้เข้าชมงานมากขึ้น อีกทั้งเป็นการตอบสนองความต้องการของตลาดในปัจจุบันที่เน้นงานด้านฝีมือและแนวคิดด้านนวัตกรรมที่ทันสมัย โดยภายในงานมีการจัดแสดงสินค้าหลากหลาย ได้แก่ เครื่องประดับเพชร พลอยสำหรับเครื่องแต่งกาย อัญมณี เครื่องประดับแฟชั่น หินมีค่าและหินกึ่งมีค่า ประการัง ส่วนประกอบของเครื่องประดับเพชร พลอย และเครื่องประดับสำหรับเครื่องแต่งกาย และบรรจุภัณฑ์

โดยงาน HOMI Fashion & Jewels 2019 ยังจัดควบคู่ไปกับงาน HOMI Outdoor Home & Dehors ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์ และของตกแต่งบ้าน งาน TheMicam เป็นงานแสดงสินค้านานาชาติ และงาน Mipel 116 เป็นงานแสดงสินค้ากระเป๋า เครื่องหนัง และเครื่องประดับแฟชั่นที่สำคัญที่สุดในอิตาลี งานฯ จัดแสดงภายในอาคาร ๙ และ ๑๑ ของศูนย์แสดงสินค้า พื้นที่ขนาดประมาณ ๓๕,๐๐๐ ตารางเมตร ซึ่งนอกจากพื้นที่จัดแสดงสินค้าของผู้เข้าร่วมงานต่างๆ แล้ว ยังมีพื้นที่พิเศษของงาน แบ่งเป็น ๔ ส่วนหลัก ได้แก่

๑) SPERIMENTA จัดแสดงสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับที่เน้นงานฝีมือ และการทดลองใหม่ๆ รวมถึงการจัดแสดงสินค้าของแบรนด์ที่ให้ความสำคัญและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

๒) TUTTEPAZZEPERIBIJOUX จัดแสดงแนวโน้มคอลเล็คชั่นใหม่ๆ รวมถึงการจัดแสดงสินค้าอัญมณีที่หายาก เน้นงานฝีมือที่มีคุณภาพ

๓) FASHION SHOWS การเดินแบบสำหรับสินค้าแฟชั่น และเครื่องประดับ

๔) #IAMTHEMAKER เป็นการนำเสนอแนวความคิดที่สำคัญ ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ การค้นคว้า และการทดลอง รวมถึงการบอกเล่าประสบการณ์และความคิดเห็นเกี่ยวกับศิลปะและงานฝีมือในยุคปัจจุบัน และในอนาคตจากผู้เข้าร่วมงาน ผู้เข้าเยี่ยมชม และบุคคลในแวดวงอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

นอกจากนี้ ภายในงานยังมีการจัดกิจกรรมพิเศษด้านการค้า ได้แก่ Incoming Buyers Program โดยเป็นการเชิญผู้ซื้อจำนวน ๓๕๐ ราย จาก ๓๑ ประเทศ แบ่งเป็น ยุโรป (๓๑%) อิตาลี (๓๑%) ประเทศติดทะเลเมดิเตอร์เรเนียน (๘%) รัสเซีย (๘%) เอเชีย (๗%) อเมริกากลางและอเมริกาใต้ (๖%) อเมริกาเหนือ (๕%) และประเทศตะวันออกกลาง (๓๑%) และ Mymatching เพื่อเปิดโอกาสให้การนัดหมายเจรจาธุรกิจเกิดประโยชน์สูงสุด

ผู้เข้าร่วมแสดงงานฯ

มีจำนวนผู้เข้าร่วมแสดงงานจากอิตาลีร้อยละ ๖๘ และจากต่างประเทศร้อยละ ๓๒ แบ่งเป็น ยุโรป (๔๔%) เอเชีย (๒๗%) ยุโรปตะวันออก (๑๗%) อเมริกากลางและอเมริกาใต้ (๓%) และประเทศอื่นๆ (๙%) โดยงานในครั้งนี้ มีจำนวนแบรนด์ที่เข้าร่วมแสดงงานกว่า ๖๐๔ แบรนด์ โดยร้อยละ ๒๙ เป็นแบรนด์ต่างชาติจาก ๒๗ ประเทศ ได้แก่ สเปน ฝรั่งเศส กรีซ และตุรกี เป็นต้น

ผู้เข้าชมงานฯ

งานเปิดให้สำหรับบุคคลในวงการอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับเท่านั้น ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ผู้ค้าปลีก ร้านค้าออนไลน์ E-commerce, Concept Stores, ผู้นำเข้า/ผู้ส่งออก ผู้กระจายสินค้า ตัวแทนจำหน่าย ร้านจำหน่ายอุปกรณ์แฟชั่น และเครื่องสำอาง เป็นต้น โดยผู้เข้าชมงานมีทั้งชาวอิตาลีและชาวต่างชาติกว่า ๓๐ ประเทศทั่วโลก ได้แก่ ยุโรป เอเชีย ประเทศตะวันออกกลาง และแอฟริกา เป็นต้น ซึ่งจำนวนผู้เข้าชมงานจากต่างประเทศส่วนหนึ่งมาจากความร่วมมือของ ICE (Italian Trade Agency)

๓. ผลการเข้าเยี่ยมชม

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน ได้เข้าเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า HOMI Fashion & Jewels 2019 ซึ่งถือเป็นงานแสดงสินค้าอัญมณี เครื่องประดับ และอุปกรณ์แฟชั่นที่เน้นงานฝีมือ ซึ่งมีความแตกต่างจากงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในอิตาลี อาทิ Vicenzaoro, Oroarezzo และ Trinacriaoro โดยพบว่างานดังกล่าวจัดขึ้นพร้อมกับงานอื่นๆ ส่งผลให้มีผู้เข้าเยี่ยมชมงานทั้งชาวอิตาเลียนและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก

โดยภายในงานสคต. มิลาน ได้พบกับผู้ประกอบการอิตาเลียนหลายรายเพื่อทำการประชาสัมพันธ์งาน Bangkok Gems and Jewelry และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ซึ่งผู้ประกอบการอิตาเลียนส่วนใหญ่เปิดเผยว่าเคยเข้าเยี่ยมชมงานดังกล่าวในอดีตติดต่อกันหลายปี แต่เนื่องจากความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไป ส่งผลให้ทางบริษัทเลือกที่จะเข้าเยี่ยมชมงานที่ฮ่องกงแทน เนื่องจากมองว่างานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ฮ่องกงมีผู้แสดงสินค้าจำนวนมากกว่า มีตัวเลือกของสินค้าและราคาที่หลากหลาย รวมทั้งผู้ประกอบการไทยก็แสดงสินค้าในงานฮ่องกงจำนวนมาก จึงเลือกเดินทางไปจุดหมายเดียวและเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายด้วย นอกจากนี้ สคต. มิลาน ยังได้พบกับบริษัท Calora ซึ่งเคยเข้าเยี่ยมชมงาน Bangkok Gems and Jewelry โดยบริษัทเปิดเผยว่าบริษัทนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๘๐ ของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่นำเข้าทั้งหมด ซึ่งงานเดือนกันยายนที่ผ่านมาบริษัทไม่ได้เข้าเยี่ยมชมงาน เนื่องจากงาน Bangkok Gems and Jewelry 2019 จัดในช่วงเดียวกันกับงาน HOMI บริษัทจึงจำเป็นต้องยกเลิกการเข้าเยี่ยมชมงาน BGJF เพื่อเข้าร่วมจัดงาน HOMI Fashion & Jewels 2019 แทน

รูปภาพตัวอย่างบรรยากาศการเข้าเยี่ยมชมงานฯ



รูปภาพตัวอย่างของพื้นที่กิจกรรมพิเศษของงานฯ



รูปภาพตัวอย่างสินค้าภายในงานฯ



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน

ตุลาคม ๒๕๖๒