

**หัวข้อข่าว : สคต. ณ เมืองฮ่องกง จัดกิจกรรมกระตุ้นการบริโภคสินค้าไทย  
และส่งเสริมการเปิดตลาดสินค้าประเภทใหม่ๆ เข้าสู่ฮ่องกง**

ข่าวประจำสัปดาห์ สคต. ณ เมืองฮ่องกงระหว่างวันที่ 3 – 9 พฤษภาคม 2564



ตามนโยบายส่งเสริมการส่งออก เปิดตลาดเป้าหมายใหม่ ๆ และเชื่อมโยงตลาดต่างประเทศเข้ากับภาคการผลิตในประเทศตามแนวคิด “เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด” โดยใช้ยุทธศาสตร์ตลาดนำการผลิตของรองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) รวมทั้งนโยบายส่งเสริมความปลอดภัยด้านอาหาร “Food Safety” ของไทยเพื่อส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (นายสมเด็จ สุสมบูรณ์)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองฮ่องกง ได้ร่วมกับห้างสรรพสินค้า AEON ซึ่งเป็นแหล่งช้อปปิ้งซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในฮ่องกง ในการการจัด In-Store Promotion ภายใต้ชื่อ AEON Thai Festival 2021 ระหว่างวันที่ 7 – 19 เมษายน 2564 (รวม 13 วัน) เพื่อตอบรับนโยบาย โดยเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดงานที่ดำเนินการต่อเนื่องมา 25 ปี เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ COVID-19 ที่ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เกิดกระแสความนิยม DIY (Do it yourself cooking) ของคนรุ่นใหม่ที่ชอบประกอบอาหารด้วยตนเอง เน้นคุณภาพของวัตถุดิบ รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารแต่ละประเทศ โดยเฉพาะความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) พร้อมได้รับประสบการณ์ และความภูมิใจก่อนแบ่งปันในสื่อสังคมออนไลน์ เล็งเปิดตลาดผู้บริโภคใหม่จากเดิมที่เน้นกลุ่มแม่บ้าน เป็นคนรุ่นใหม่ (Young Generations) ซึ่งมองหาประสบการณ์ที่น่าประทับใจมากกว่าสินค้าเหมือนคนรุ่นก่อน

เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2564 นางชนันภัทร์ พิศาลอภิพงศ์ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองฮ่องกง ได้จัดงานแถลงข่าว AEON Thai Festival 2021 ณ โรงเรียนสอนทำอาหารไทย Queen’s Kitchen เพื่อประชาสัมพันธ์ยกระดับภาพลักษณ์ของอาหาร ผลไม้ และสินค้าไทย โดยมีพันธมิตรที่สำคัญอย่างห้างสรรพสินค้า AEON ผู้บริหาร CP (คุณ Alex เอกชัย เจียรนวนนท์) ผู้นำเข้าผลไม้รายใหญ่ สื่อมวลชน ดารา KOL Celebrity Chef ในฮ่องกง พร้อมผู้เข้าร่วมงานเป็นกลุ่มนักธุรกิจซึ่งเป็นเสมือนตัวแทนของคนรุ่นใหม่ในฮ่องกง ที่ใส่ใจสุขภาพ ปลอดภัย พร้อมเรียนรู้ และเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ ในการประกอบอาหารด้วยตนเอง

- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

กิจกรรมภายในงานส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับอาหาร ผลไม้ และสินค้าไทย โดยเริ่มจากเรียนรู้วิธีการทำอาหารยอดนิยมของไทย “ข้าวกระเพราไก่ไข่ดาว” และ “ก๋วยเตี๋ยวเรือ” โดย Queen’s Kitchen พร้อมแบ่งกลุ่มลงมือทำด้วยตนเอง สร้างความสนุกสนาน และส่งเสริมประสบการณ์การทำอาหารไทย ต่อด้วยการสาธิตและร่วมกันปอกผลไม้ได้แก่ ราชินีผลไม้ไทยอย่างมังคุด ผลไม้ที่สามารถนำมาทำได้อาหารคาวและหวานอย่างส้มโอ และทุเรียนราชาผลไม้ไทยที่ทุกคนชื่นชอบ ทำให้ผู้เข้าร่วมงานได้เรียนรู้วิธีการเลือกผลไม้ และสร้างภาพลักษณ์ว่าทุกคนสามารถปอกผลไม้ไทยได้ไม่ยาก นอกจากนี้ยังได้เรียนรู้การนำผลไม้ไทยอย่างส้มโอไปทำเมนูอาหารพิวซัน “ปาต่องโก้ส้มโอ” รังสรรค์โดย Celebrity Chef ของฮ่องกงที่เสริมด้วยความคิดสร้างสรรค์และทำให้การทำอาหารเป็นเรื่องสนุก อร่อย และมีความสุข

ด้วยผู้เข้าร่วมงานเป็นกลุ่มนักธุรกิจคนรุ่นใหม่ ดารา KOL Celebrity Chef พร้อมสื่อมวลชนที่ได้รับประสบการณ์ที่ดีในการประกอบอาหารไทย จึงเป็นโอกาสอันดีในการประชาสัมพันธ์สินค้าไทยที่มีศักยภาพพร้อมทำการตลาดในต่างประเทศเริ่มจากฮ่องกง สนับสนุนด้วยพันธมิตรที่มีศักยภาพสูงอย่างห้างสรรพสินค้า AEON ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

### ข้อคิดเห็น/เสนอแนะ

1. การจัดกิจกรรมของ สคต. ณ เมืองฮ่องกง ในครั้งนี้เป็นการตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคจากมาตรการ Social Distancing เพื่อควบคุมการระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ทำให้ชาวฮ่องกงหันมาประกอบอาหารทานเองที่บ้าน และหลีกเลี่ยงการออกนอกบ้าน โดยจะเป็นการช่วยส่งเสริมการขายสินค้าอาหารไทยในฮ่องกง ประเภทข้าว เนื้อสัตว์ ผัก และผลไม้ อีกด้วย
2. ชาวฮ่องกงมองว่าการทำอาหารไทยเป็นเรื่องที่ยุงยากเนื่องจากไม่มีความเข้าใจ และคุ้นเคยกับวัตถุดิบ ตลอดจนวิธีการปรุงอาหาร การจัดกิจกรรมแบบให้ลองทำเช่นนี้ จะช่วยให้ชาวฮ่องกงเข้าใจการปรุงอาหารทานเองมากยิ่งขึ้น และมองว่าเป็นเรื่องที่ทำได้ง่าย ซึ่งดีกว่าการสาธิตการทำอาหารเพียงอย่างเดียว
3. ผลไม้ไทยเป็นที่นิยมในฮ่องกง ชาวฮ่องกงชื่นชอบรสชาติของผลไม้ไทย แต่หลายคนมองว่าผลไม้ไทยมีความยุ่งยากในการปอกจึงเลี่ยงการซื้อผลไม้เพื่อปอกทานเอง การจัดกิจกรรมในครั้งนี้จะช่วยส่งเสริมให้ชาวฮ่องกงปอกผลไม้ทานเองได้ง่าย และจะช่วยเพิ่มยอดจำหน่ายผลไม้ไทยในฮ่องกงต่อไป

6 พฤษภาคม 2564

สคต. ณ เมืองฮ่องกง