

## แพลตฟอร์มโซลูชัน Prism ของแบรนด์แฟชั่น Pomelo เตรียมเจาะตลาด B2B เอเชีย

# Pomelo.

แบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่นไทยที่ประสบความสำเร็จในตลาดออนไลน์ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงสิงคโปร์ “Pomelo” เปิดตัว แพลตฟอร์มโซลูชัน Prism เพื่อเตรียมเจาะตลาด B2B เอเชีย

แบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น Pomelo เข้าสู่ตลาดสิงคโปร์ในรูปแบบออนไลน์ และปรับรูปแบบการดำเนิน ธุรกิจเป็น Omnichannel และล่าสุด เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2564 ได้เปิดตัวแพลตฟอร์มโซลูชัน Prism ที่เป็น แพลตฟอร์มบริการแบบครบวงจร หรือ end-to-end สำหรับแบรนด์แฟชั่นที่ประสงค์จะเข้าสู่ธุรกิจ E-Commerce เพื่อการสนับสนุนศักยภาพธุรกิจแฟชั่นให้สามารถ ขยายออกไปสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ทั้งนี้ แพลตฟอร์ม Prism ได้เริ่มให้บริการแล้วในไทย และมี แผนที่จะขยายออกไปยังต่างประเทศทั่วเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงสิงคโปร์ ในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้า



แพลตฟอร์มโซลูชัน Prism ให้ข้อมูลว่าจะนำความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านการค้า รวมถึงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคที่รวบรวมมาจากฐานลูกค้าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กว่า 40 ล้านคน ในระยะเวลากว่า 8 ปี ของแบรนด์ Pomelo มาพัฒนาเป็นบริการแบบครบวงจร หรือ end-to-end สำหรับแบรนด์แฟชั่นที่ประสงค์จะเข้าสู่ธุรกิจ E-Commerce โดยบริการจะครอบคลุมตั้งแต่ การให้คำปรึกษาด้านการสร้างแบรนด์ ผ่านเทคโนโลยี Business Intelligence ในการวิเคราะห์โปรไฟล์ลูกค้า แบ่งกลุ่มลูกค้า และตรวจสอบแนวโน้มสินค้า พร้อมทั้งให้ข้อมูลเชิงลึกและคำแนะนำแก่ธุรกิจ การวางแผนผลิตสินค้าตามความต้องการด้วย Machine-Learning-Based จะเป็นการวิเคราะห์และคาดการณ์แนวโน้มสินค้า เพื่อการบริการคำแนะนำในด้านการออกแบบและผลิตสินค้า

นอกจากนี้ แพลตฟอร์มโซลูชัน Prism จะใช้เครือข่ายของแบรนด์ Pomelo ทั้งในด้านเครือข่ายการตลาด Key Opinion Leader (KOL)<sup>1</sup> ที่กระจายอยู่ทั่วตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในการสร้างแบรนด์ รวมไปถึง เครือข่ายบริการโซลูชันทางการตลาด เช่น การขนส่งโดยเครือข่ายโลจิสติกส์และคลังสินค้าของ Pomelo ที่มีทั้งในไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย และยังเป็นศูนย์กระจายสินค้าที่จะดำเนินการรับสินค้า แพ็คและ ส่งสินค้าต่อไปยังลูกค้า รวมถึงการแก้ปัญหาด้านภาษีและชายแดน พร้อมการบริการลูกค้าหลังการขาย และการ ส่งคืนสินค้าอีกด้วย

<sup>1</sup> การตลาดแบบ Key Opinion Leader (KOL) หรือ การใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด ซึ่งเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญในด้านใดด้านหนึ่ง มาเป็นผู้โปรโมทสินค้า

ทั้งนี้ โซลูชันดังกล่าวจะเป็นการช่วยให้แบรนด์ที่เข้ารับบริการได้รับข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรม และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการของตลาด ซึ่งจะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันเชิงลึก ซึ่ง ณ ปัจจุบันแบรนด์ระดับโลกอย่าง Urban Revivo และ Levi's ก็ได้ลงทะเบียนใช้บริการโซลูชันของ Prism เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

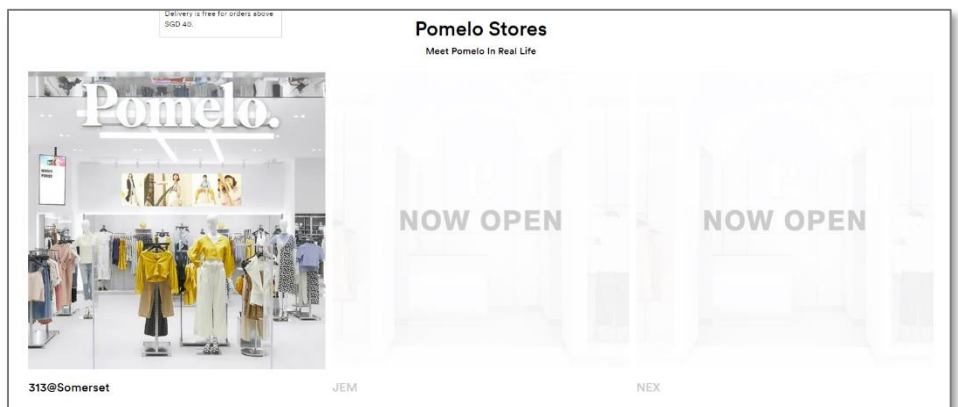
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Pomelo นาย David Jou กล่าวว่า “การแพร่ระบาดใหญ่ของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมแฟชั่นเป็นอย่างมาก การจัดตั้ง Prism จึงมีเป้าหมายเพื่อการเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส ด้วยการให้บริการแบบครบวงจร หรือ end-to-end เพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมแฟชั่นทั่วเอเชียตะวันออกเฉียงใต้”

อุตสาหกรรมเสื้อผ้าแฟชั่นในสิงคโปร์เป็นหนึ่งในหลายอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันในระดับสูง ร้านเสื้อผ้าออนไลน์ในสิงคโปร์มีจำนวนมากกว่า 300 ร้าน นอกจากนี้ ยังมีแพลตฟอร์มรายใหญ่อย่าง LAZADA, Shopee และ eBay แต่แบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น Pomelo ก็สามารถเจาะตลาดสิงคโปร์ จนประสบความสำเร็จ และเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มยอดนิยมในสิงคโปร์

แบรนด์ Pomelo Fashion เข้าสู่สิงคโปร์ เมื่อปี 2557 ในฐานะ Fast Fashion แบรนด์สากล ด้วยสมาชิกเพียง 10,000 ราย ต่อมาได้ปรับรูปแบบธุรกิจ โดยการมุ่งเน้นไปที่การสร้างแบรนด์เสื้อผ้าตามเทรนด์แฟชั่น ในราคาที่เหมาะสม ต่อมาเมื่อปี 2558 แบรนด์ Pomelo Fashion ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นแบบ Omnichannel โดยเปิดตัวพื้นที่ค้าปลีกออฟไลน์แห่งแรกในสิงคโปร์ ณ ห้างสรรพสินค้า Tangs บนถนน Orchard



จนกระทั่ง เมื่อปี 2559 แบรนด์ Pomelo Fashion ได้ระดมเงินลงทุนมูลค่ารวม 11 ล้านเหรียญสิงคโปร์ (265.98 ล้านบาท<sup>2</sup>) โดยใช้ส่วนหนึ่งของเงินลงทุนไปใช้ในการพัฒนาทีม การสร้างแบรนด์ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแบบบูรณาการ ต่อมาเมื่อปี 2562 แบรนด์ Pomelo Fashion เปิดตัวร้านค้าปลีกแฟชั่นออฟไลน์สาขาแรกที่ห้างสรรพสินค้า 313@Somerset บนถนน Orchard และ ณ ปัจจุบัน แบรนด์ Pomelo Fashion ในสิงคโปร์ มีสาขาทั้งหมด 3 สาขา ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า 313@Somerset ห้างสรรพสินค้า JEM และ ห้างสรรพสินค้า NEX

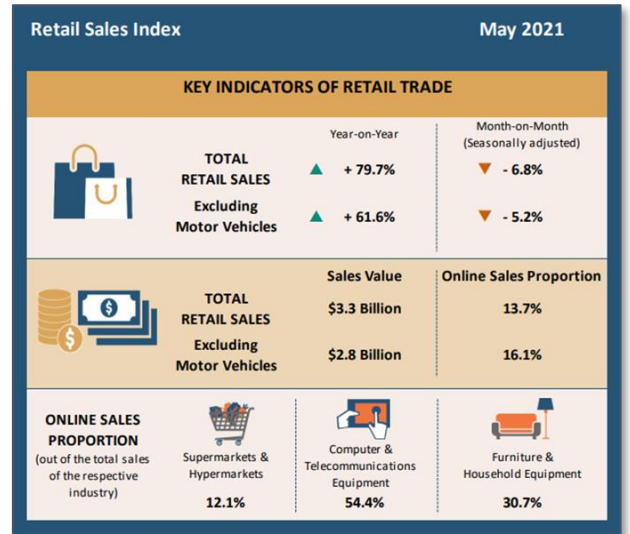


<sup>2</sup> อัตราแลกเปลี่ยน 1 เหรียญสิงคโปร์ เท่ากับ 24.18 บาท

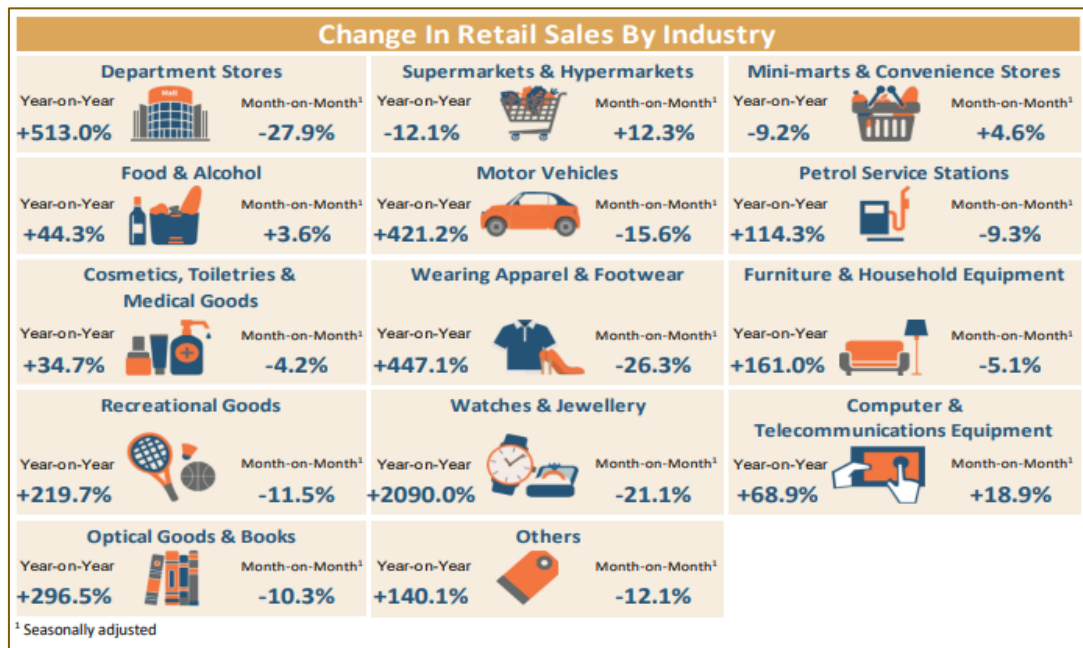
## สถานการณ์การค้าปลีกในสิงคโปร์

อุตสาหกรรมค้าปลีกสิงคโปร์มีส่วน 1.4% ของ GDP สิงคโปร์ และ 3% ของการจ้างงานในสิงคโปร์ ครอบคลุมธุรกิจหลากหลายประเภทตั้งแต่ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อไปจนถึงแฟชั่น และเฟอร์นิเจอร์ มีจำนวนประมาณ 27,637 ร้าน<sup>3</sup> มีการซื้อขายสินค้าและบริการหลายช่องทาง เช่น แบบร้านค้าที่มีหน้าร้าน แบบ Kiosks<sup>4</sup> หรือผ่านไปรษณีย์ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ข้อมูลจากดัชนีการค้าปลีกของสิงคโปร์<sup>5</sup> โดยหน่วยงานภาครัฐ Singapore Department of Statistics ระบุว่า ในเดือนพฤษภาคม 2564 ยอดค้าปลีกโดยรวมอยู่ที่ 3.3 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ (79.8 พันล้านบาท)<sup>6</sup> โดยในจำนวนนี้ 13.7% มาจากการค้าปลีกออนไลน์



ในเดือนพฤษภาคม 2564 อุตสาหกรรมเสื้อผ้าและรองเท้าเติบโตอย่างมีนัยสำคัญที่ 447.1% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยเป็นผลมาจากฐานที่ใช้เปรียบเทียบอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากเป็นช่วงบังคับใช้มาตรการ Circuit Breaker ในสิงคโปร์



<sup>3</sup> จำนวนร้านค้าปลีกในสิงคโปร์มีทั้งหมด 27,637 ร้าน - ที่มา : รายงานผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมการค้าปลีกปี 2562 จัดทำโดยหน่วยงานภาครัฐ Singapore Department of Statistics ประกาศ ณ วันที่ 2 มีนาคม 2564 - <https://www.singstat.gov.sg/modules/infographics/retail>

<sup>4</sup> Kiosk (คีโอเอส) หมายถึง ร้านค้าขนาดเล็กๆ หรือร้านค้าที่เป็นลักษณะที่เคาน์เตอร์ ตั้งอยู่ตามที่สาธารณะหรือจุดที่ลูกค้าเดินผ่านพลุกพล่าน ทั้งในห้างนอกร้าง นอกจากนี้ Kiosk ยังหมายถึงเคาน์เตอร์เล็กๆ ที่ให้บริการด้านข้อมูล ประชาสัมพันธ์ และแผนที่ด้วย

<sup>5</sup> ดัชนีการค้าปลีกการบริการอาหารและเครื่องดื่มของสิงคโปร์ โดยหน่วยงานภาครัฐ Singapore Department of Statistics - <https://www.singstat.gov.sg/-/media/files/news/mrsmay2021.pdf>

<sup>6</sup> อัตราแลกเปลี่ยน 1 เหรียญสิงคโปร์ เท่ากับ 24.18 บาท

## ความคิดเห็นของ สคต.

ปัจจุบัน ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีผู้ประกอบการสำคัญในตลาด E-Commerce คือ LAZADA และ Shopee เนื่องจากทั้งสองมีการลงทุนในด้านต่างๆ ทั้งเทคโนโลยี ระบบ Infrastructure เช่น คลังสินค้า โลจิสติกส์ ด้านแบรนด์ ด้านการตลาด ด้านบุคลากร เพื่อสร้าง Business Ecosystem ที่ครบวงจร ซึ่ง Pomelo ที่เริ่มต้นจากการเป็นเพียง Startup และพัฒนาต่อเป็นแพลตฟอร์มแฟชั่น Omnichannel ก็ได้พัฒนาศักยภาพจนสามารถเป็นหนึ่งในวงล้อมผู้เล่นยักษ์ใหญ่ทั้งสอง และปัจจุบันสามารถเปิดตัว “Prism” แพลตฟอร์ม Solutions สำหรับการเจาะกลุ่มลูกค้า B2B ในธุรกิจแฟชั่น ซึ่งคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะจากรายงานของ Google และ Temasek พบว่าอุตสาหกรรมแฟชั่นเติบโตอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดย ในปี 2563 อุตสาหกรรมแฟชั่นดิจิทัลในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ยังคงเติบโตถึง 22% ของมูลค่าสินค้ารวม (Gross Merchandise Value: GMV) มีมูลค่า 25 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (818.25 พันล้านบาท<sup>7</sup>) และยังคงคาดการณ์ว่า จะยังคงเติบโตต่อไปแบบทวีคูณถึงหกเท่าของขนาดในปัจจุบัน โดยจะมีมูลค่าถึงประมาณ 100 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (3,273 พันล้านบาท)

สำหรับตลาดในไทย แม้ว่าในปี 2564 ไทยปรับลดการคาดการณ์ GDP ลงมาที่ 6.1% จากเดิม 3% เนื่องจากการระบาดฯ แต่ในขณะเดียวกันอุตสาหกรรมแฟชั่นบนแพลตฟอร์ม E-Commerce กลับเติบโตถึง 27% ดังนั้น คาดว่าธุรกิจแฟชั่นทั้งออฟไลน์และออนไลน์จะกลับมาเติบโตอีกครั้งหลังจากสถานการณ์โควิดดีขึ้น ทั้งนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ยังมีแผนพัฒนาผู้ประกอบการรายใหม่เพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศ ของกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่นอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย โครงการพัฒนาสินค้าและบริการของไทยในอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ เช่น สินค้าไลฟ์สไตล์ แฟชั่น อัญมณี เป็นต้น

ที่มา :

**Straits Times** - <https://www.straitstimes.com/business/fashion-brand-pomelo-launches-solutions-platform-to-help-other-businesses-scale-operations>

**Marketing** - <https://www.marketing-interactive.com/pomelo-eyes-marketing-dollars-with-new-integrated-service-prism-for-brands>

**Vulcan Post** - <https://vulcanpost.com/610494/pomelo-fashion-singapore-ecommerce/>

**THE Playbook.Asia** - <https://theplaybook.asia/2019/04/pomelo-fashion-to-open-first-physical-store-in-spore-at-313-somerset-in-june-2019/>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงสิงคโปร์  
กรกฎาคม 2564

<sup>7</sup> 1 เหรียญสหรัฐฯ เท่ากับ 32.73 บาท