

## ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำของสิงคโปร์ Cold Storage เปิดสาขาใหม่รูปแบบ Experiential Retail<sup>1</sup>



เมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2564 ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำของสิงคโปร์ Cold Storage ในเครือบริษัท DFI Retail Group (DFI) เปิดตัว “CS Fresh Gold” ซึ่งเป็นสาขา Flagship Store<sup>2</sup> อย่างเป็นทางการ ในบริเวณห้างสรรพสินค้าชั้นนำของสิงคโปร์ PARAGON



CS Fresh Gold Paragon offers an elevated grocery shopping experience. Photos: Cold Storage

ไฮเปอร์มาร์เก็ต CS Fresh Gold เป็นการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Experiential Retail ระดับพรีเมียม บนพื้นที่ 1,848 ตารางเมตร มีการตกแต่งภายในแบบเรียบง่ายโทนสีดำ มีจุดมุ่งหมายเพื่อมอบประสบการณ์ในการช้อปปิ้งทางกายภาพให้แก่ผู้บริโภคด้วยนวัตกรรมใหม่ เช่น สินค้าสั่งทำพิเศษ ผลิตภัณฑ์อาหารสด สินค้าอาหารเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย รวมไปถึงการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าของแบรนด์ชั้นนำอย่าง Ryan's Grocery และ Crystal Jade ทั้งนี้ ไฮเปอร์มาร์เก็ต CS Fresh Gold ยังเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การปรับโฉมแบรนด์ซูเปอร์มาร์เก็ต Cold Storage ซึ่งจะเป็นการปรับปรุงทุกสาขาทั่วสิงคโปร์ทั้ง 48 สาขา จะเสร็จภายในสิ้นปี 2565 มูลค่า 40 ล้านเหรียญสิงคโปร์ (971.2 ล้านบาท<sup>3</sup>) ซึ่งปัจจุบันซูเปอร์มาร์เก็ต Cold Storage ได้เปลี่ยนเป็น ไฮเปอร์มาร์เก็ต CS Fresh แล้วทั้งหมด 3 สาขา ได้แก่ CS Fresh Altez, CS Fresh Guthrie House และ CS Fresh Great World City

<sup>1</sup> แนวโน้มการค้าปลีกในรูปแบบ Experiential Retail คือ การปรับสถานที่ของร้านค้าปลีกให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในด้านอื่นๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการช้อปปิ้ง เช่น การรวมสถานที่ Shopping ออฟฟิศ และพื้นที่สำหรับพักผ่อน ในที่เดียวกัน เป็นต้น หรือการนำเทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality: AR) และเทคโนโลยีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ในแบบที่ผู้บริโภคต้องการ (Tech-Enabled Product Personalisation) เข้ามาใช้ในการมอบประสบการณ์ทางกายภาพให้แก่ผู้บริโภค - ที่มา: [https://www.ditp.go.th/contents\\_attach/731308/731308.pdf](https://www.ditp.go.th/contents_attach/731308/731308.pdf)

<sup>2</sup> Flagship Store คือ ร้านสัญลักษณ์ของแบรนด์ ทำหน้าที่เป็นตู้โชว์สำหรับแบรนด์สินค้า โดยเน้นการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภคมากกว่าการจำหน่ายสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกอยากทดลองใช้สินค้า/บริการของแบรนด์นั้นๆ - ที่มา: <https://shopworks.co.uk/what-makes-a-flagship-store/>

<sup>3</sup> 1 เหรียญสิงคโปร์ เท่ากับ 24.28 บาท - ที่มา: <https://www.google.com/intl/th/googlefinance/disclaimer/>

## การบริการในไฮเปอร์มาร์เก็ต CS Fresh Gold

ในไฮเปอร์มาร์เก็ต CS Fresh Gold คัดสรรสินค้าระดับพรีเมียมมากมาย อาทิ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล สินค้าอาหาร Ready-to-Cook ขนมปังอบใหม่ ชีส และไวน์ ดังตัวอย่างด้านล่างนี้



The Ryan's Grocery section offers an extensive range of premium meats. (Photo: Cold Storage)

ร้าน **Ryan's Grocery** จำหน่ายเนื้อสัตว์ระดับพรีเมียม เช่น เนื้อวัว Dry-Aged เนื้อวัว Wagyu และเนื้อหมู Carbon-Neutral รวมถึงสินค้าอาหาร Ready-to-Cook อย่างเช่น Beef Wellington, Organic Lamb Kebab, Chicken Caprese อีกด้วย



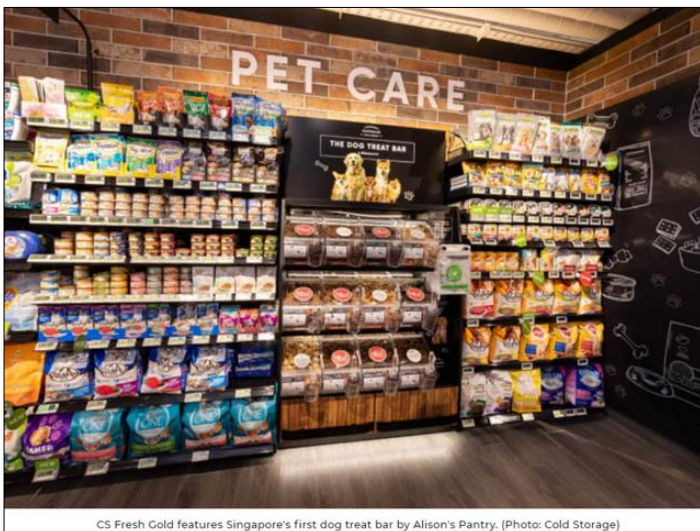
The artisanal cheese shop. (Photo: Cold Storage)

ร้านอาหารจีนชื่อดังอย่าง **Crystal Jade** จำหน่ายสินค้าอาหารแช่แข็ง และสินค้าอาหาร Ready-to-Cook อย่างเช่น เนื้อย่างยอดนิยม

ร้านเบเกอรี่ที่จำหน่ายขนมปังอบใหม่ เช่น Sourdough, White Vienna

ร้านชีสที่จำหน่ายชีสที่ผ่านการคัดสรรมาอย่างดี อาทิ Manchego with Truffles จากสเปน Gouda with Truffles จากเนเธอร์แลนด์ French Brie จากฝรั่งเศส และอีกมากมาย

โซนอาหารทะเลระดับพรีเมียมจำหน่าย หอยนางรม กุ้งก้ามกราม หอยกาบ และอีกมากมาย



CS Fresh Gold features Singapore's first dog treat bar by Alison's Pantry. (Photo: Cold Storage)

โซนเครื่องดื่มจำหน่าย เบียร์ ไวน์ และสุราที่ผ่านการคัดสรรมาอย่างดี รวมถึงการจำหน่าย Sustainable Wine ที่เป็นหนึ่งในไฮไลท์ของ CS Fresh Gold

นอกจากนี้ ยังมีโซนสำหรับสัตว์เลี้ยงอย่างแบรนด์ Dog Treat Bar โดย Alison's Pantry อีกด้วย

## ความคิดเห็นของ สศต.

การดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Experiential Retail เป็นเทรนด์ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมการค้าปลีกมาตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤตการณ์โควิด-19 แต่ด้วยมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดฯ ต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อภาคการค้าปลีกต้องหยุดการดำเนินการชั่วคราว ผู้บริโภคจึงหันไปซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อภาคการค้าปลีกอย่างรุนแรง บางรายถึงกับต้องปิดกิจการลง ทั้งนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ความต้องการกลับไปใช้ชีวิตนอกบ้านตามปกติ ส่งผลให้เมื่อรัฐบาลสิงคโปร์เริ่มผ่อนปรนและอนุญาตกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้บริโภคส่วนหนึ่งจึงกลับไปช้อปปิ้งในร้านค้าปลีกแบบออฟไลน์ดั้งเดิม แม้ว่าจำนวนจะไม่เท่าเดิมก็ตาม ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคชาวสิงคโปร์จะนิยมซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจากซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นหลักเพราะความสะดวกในการเข้าถึงซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีตั้งกระจายอยู่ทั่วไปในทุกชุมชนสิงคโปร์ก็ตาม ดังนั้น ซูเปอร์มาร์เก็ตในสิงคโปร์จึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการดั้งเดิม

ซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจไปเป็นแบบ Experiential Retail ได้รับความสนใจจากผู้บริโภควัยทำงานมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าอาหารที่มีคุณภาพระดับพรีเมียมได้ในราคาที่ถูกลง ซึ่งบางซูเปอร์มาร์เก็ตก็มีบริการประกอบอาหารและพื้นที่รับประทานอาหารให้ด้วย นอกจากนี้ด้วยเทรนด์การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในสิงคโปร์ ส่งผลให้ซูเปอร์มาร์เก็ตแบบ Experiential Retail มีการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีของผู้ประกอบการไทย เนื่องจากไทยมีการใช้สมุนไพรเป็นยาและอาหารตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อีกทั้ง ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพมักจะเลือกซื้อสินค้าโดยการอ่านรายการส่วนประกอบของสินค้าบนฉลากบรรจุภัณฑ์มากกว่าแบรนด์สินค้า ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยที่สนใจในการส่งออกสินค้าอาหารมายังสิงคโปร์ ควรศึกษาระเบียบการนำเข้าสินค้าอาหาร และพฤติกรรมผู้บริโภคชาวสิงคโปร์ที่เน้นสินค้ามีฉลากแบบเรียบง่ายและดูสะอาดตา สินค้ามีคุณภาพ และความสะดวกสบายในการบริโภค รวมถึงการประชาสัมพันธ์ และการจัดทำเว็บไซต์ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ชาวสิงคโปร์นิยมค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ เพื่อการผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานและตรงตามความต้องการของตลาดสิงคโปร์

ที่มา : Channel News Asia - <https://cnaluxury.channelnewsasia.com/experiences/cold-storage-flagship-store-paragon-189536>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงสิงคโปร์  
กันยายน 2564