

หัวข้อข่าว : ผลงานแฟชั่นไทยสุดปังในงาน CENTRESTAGE ฮองกง

ข่าวประจำสัปดาห์ สคต. ณ เมืองฮ่องกงระหว่างวันที่ 13 – 19 กันยายน 2564



ธุรกิจแฟชั่น เป็นธุรกิจหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้คนที่ได้รับผลกระทบหนักจากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งเป็นผลกระทบที่ต่อเนื่องยาวนานมากกว่าหลาย ๆ ธุรกิจ เนื่องจากชาวจีนซึ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อรายใหญ่ต้องหยุดเดินทางท่องเที่ยว ตามด้วยยุโรปซึ่งเป็นแหล่งศูนย์กลางแฟชั่นโลกที่เกิดการระบาดอย่างหนัก ซึ่งกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ตระหนักถึงปัญหานี้มาโดยตลอด และมองหาช่องทางช่วยเหลือ และสนับสนุนผู้ประกอบการไทย

จากนโยบายการผลักดันธุรกิจส่งออกไทยของ นายจรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์ รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ในการส่งเสริมให้ตลาดไทยให้เข้าถึงตลาดโลก โดยการจัดฝึกอบรม SMEs ในหลายระดับทุกมิติ พร้อมเทคนิคการส่งเสริมการค้าแบบใหม่ที่เรียกว่า “Mirror-Mirror” ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถจัดแสดงผลภัณฑ์ของตนในงานแสดงสินค้าระหว่างประเทศได้โดยไม่ต้องเข้าร่วมด้วยตนเอง สคต. ณ เมืองฮ่องกง เข้าร่วมงาน CENTRESTAGE ที่จัดโดยองค์การสภาพัฒนาการค้าฮ่องกง (HKTRC) ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าแฟชั่นชั้นนำของเอเชีย โดยมีสินค้าแฟชั่นจากแบรนด์ไทยทั้งสิ้น 17 แบรนด์ ซึ่งได้รับคัดเลือกจากโครงการ Quated Fashion Incubation Project ซึ่งเป็นโครงการเตรียมพร้อมผู้ประกอบการแฟชั่น เพื่อผลักดันผู้ประกอบการไทยสู่การพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขันในตลาด และเข้าสู่ตลาดนานาชาติในรูปแบบของ Thailand Pavilion ซึ่งเป็นบูธที่มีลักษณะเป็นบ้านไทยโดดเด่นที่สุดในงาน โดยได้รับเกียรติจากท่านรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง Mr.Paul Chan นำทีม ปลัดกระทรวง อธิบดี และผู้บริหารของ HKTRC เข้าเยี่ยมชม ดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชมงานอย่างมาก และมีสินค้าที่จัดแสดงถูกจับจอง และขายได้อย่างรวดเร็ว

งาน CENTRESTAGE ครั้งที่ 6 ในปี 2564 นี้ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 10 – 12 กันยายน 2564 ที่ศูนย์การประชุมและการจัดงานแสดงฮ่องกง (HKCEC) โดยมีแบรนด์สินค้าเข้าร่วมจัดงานกว่า 200 ราย จาก 24 ประเทศ และมีผู้เข้าชมงานกว่า 17,200 ราย ซึ่ง สคต. ณ เมืองฮ่องกง ได้จัดให้มีการเดินแบบแสดงผลงานแฟชั่นไทย โดยนายแบบนางแบบมืออาชีพ และมีการแสดงศิลปะแม่ไม้มวยไทย ในงานมีแขก VIP มากมายที่เข้าร่วมชมงาน อาทิ ผู้มีอิทธิพลในวงการแฟชั่นชั้นนำ บรรณาธิการนิตยสารระดับโลก อาทิ Vogue, Prestige รวมถึงเซเลบริตี้ ดารานักแสดง และเจ้าของธุรกิจในฮ่องกงที่มีชื่อเสียง

- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

นอกจากนี้ ภายในงาน CENTRESTAGE เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2564 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP และ HKTDC ได้สานต่อความร่วมมือผ่านบันทึกข้อตกลงความเข้าใจร่วมกัน (MOU) โดยมีนางชฉันทน์ภัสร์ พิศาลอภิพงศ์ ผู้อำนวยการ สคต. ณ เมืองฮ่องกง และนายเบนจามิน เชา (Benjamin Chau) รองอธิบดีของ HKTDC เป็นผู้แทน โดยมี นาย Bernard Chan ที่ปรึกษาผู้บริหารสูงสุดเขตบริหารพิเศษฮ่องกง และประธานสภาธุรกิจ ฮ่องกง – ไทย ผู้ซึ่งมีบทบาทสำคัญในธุรกิจการค้า และการเมืองฮ่องกง เป็นสักขีพยาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางการค้า และธุรกิจ การแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการค้า และเสริมสร้างความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระหว่างฮ่องกงกับไทย ภายใต้ MOU ฉบับนี้ โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และสตาร์ทอัพ เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ได้การรับเลือกจาก ฮ่องกง และไทย ที่จะได้รับการสนับสนุนให้เข้าร่วมหรือนำเสนอผลงานบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (www.thaitrade.com และ www.hktdc.com) แอปพลิเคชันมือถือ และงานแสดงสินค้าของ DITP และ HKTDC เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการสู่ตลาดต่างประเทศ

#### ข้อคิดเห็น/เสนอแนะ

1. ปัจจุบันสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ในฮ่องกงอยู่ภายใต้การควบคุมแล้ว และไม่พบผู้ติดเชื้อในท้องถิ่นติดต่อกันมากกว่า 3 สัปดาห์ (ข้อมูล ณ วันที่ 17 ก.ย. 64) ทำให้การจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ สามารถกลับมาดำเนินการได้ตามปกติ ซึ่งการเข้าร่วมจัดงาน CENTRESTAGE ในครั้งนี้ เป็นการจัดงานแฟชั่นไทยโดยหน่วยงานราชการไทย ในฮ่องกงเป็นครั้งแรกซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก และมีผู้เข้าชมการแสดงแฟชั่นโชว์กว่า 250 ราย
2. มีผู้ให้ความสนใจ Thailand Pavilion ในงาน CENTRESTAGE เป็นจำนวนมากกว่า 2,000 ราย โดยมีลูกค้ารายย่อยที่ต้องการซื้อสินค้าไว้ใช้เอง และมีการขอข้อมูลของผู้ประกอบการในการติดต่อขอส่งตัด นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการนำเข้าของฮ่องกงที่สนใจสั่งซื้อผลิตภัณฑ์แบรนด์ไทยเพื่อจำหน่ายในตลาดฮ่องกงซึ่งปัจจุบันกำลังอยู่ในขั้นตอนการเจรจา
3. สินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นพิเศษ ได้แก่ สินค้าที่มีเอกลักษณ์ไทย ประเภทผ้าไหมแท้หมี่ ผ้าฝ้าย ทอมือ ผ้าบาติก ที่มีลวดลาย และสีสันทันสมัย โดยเทรนด์ของสินค้าในตลาดฮ่องกง จะเป็นเสื้อผ้าที่ใส่สบาย มีเอกลักษณ์โดดเด่น และมีการตัดเย็บที่ประณีต
4. ผู้ประกอบการไทยที่ผลิตสินค้าแฟชั่น สามารถติดต่อ สคต. ณ เมืองฮ่องกง เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าสู่ตลาดฮ่องกง เนื่องจากสินค้าแฟชั่นไทย ได้รับความนิยม และความสนใจจากชาวฮ่องกงเป็นอย่างมาก และชาวฮ่องกงเป็นลูกค้าชั้นดีที่มีกำลังซื้อสูง โดยเฉพาะสินค้าที่มีเอกลักษณ์ไทย ที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไปในตลาด

17 กันยายน 2564

สคต. ณ เมืองฮ่องกง