



รายงานผลกิจกรรมส่งเสริมสินค้านวัตกรรม BCG ตลาดเกาหลีในงาน Seoul Living & Design Fair 2022  
ระหว่างวันที่ 23 - 27 กุมภาพันธ์ 2565  
ณ กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้

---

### 1. ลักษณะและรูปแบบงาน

ชื่องานแสดงสินค้า	The 27 <sup>th</sup> Seoul Living Design Fair 2022
ระยะเวลาการจัดงาน	23-27 กุมภาพันธ์ 2565 เวลา 10.30-19.00 น. (วันสุดท้าย เปิดถึง 18.00 น.)
สถานที่จัดงาน	อาคารแสดงสินค้า A B และ D ศูนย์แสดงสินค้า COEX กรุงโซล เกาหลีใต้
พื้นที่จัดงาน	พื้นที่ 25,659 ตารางเมตร
ผู้จัดงาน	Designhouse Inc., COEX และ MBN
ผู้แสดงสินค้า	1,222 คูหา 277 แบรินด์
ลักษณะงาน	เป็นงานที่มีการเปิดให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าชมงานได้ และมีการจำหน่ายสินค้าในงาน
ค่าเข้าชม	กรณีเป็นบุคคลทั่วไป จะต้องเสียค่าบัตรเข้าชม ดังนี้ วันที่ 23-25 กุมภาพันธ์ 2565 15,000 วอน วันที่ 26-27 กุมภาพันธ์ 2565 16,000 วอน กรณีเป็น VIP, Buyer, Press ไม่ต้องเสียค่าบัตรเข้าชม
ผู้เข้าชมงาน	147,096 ราย

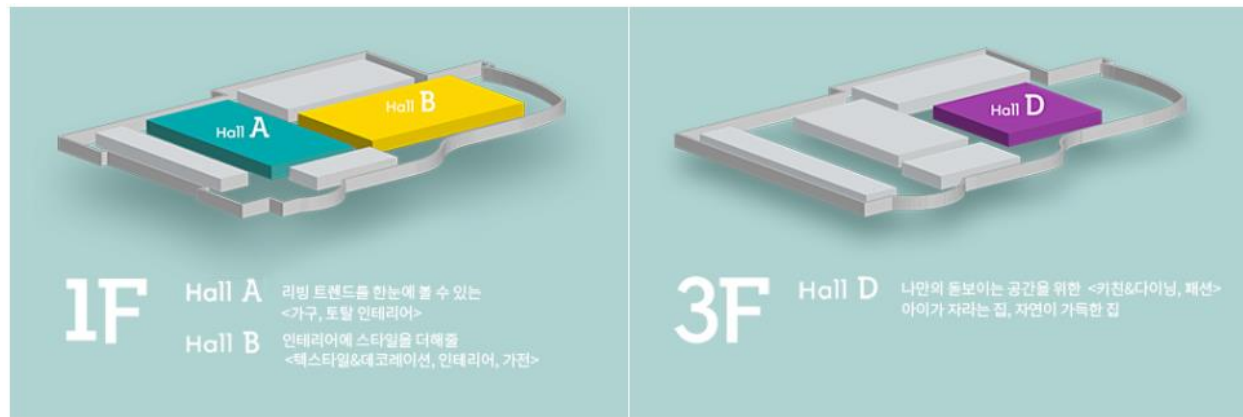
### 2. ภาพรวมของการจัดงาน

Seoul Living Design Fair เป็นงานแสดงสินค้าที่จัดแสดงสินค้าของตกแต่งบ้านที่มีดีไซน์ของประเทศเกาหลีใต้ จัดขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2537 โดยสินค้าที่นำมาแสดง ประกอบด้วย เฟอร์นิเจอร์ ที่นอน วัสดุบุพื้น เครื่องใช้ในครัว เฟอร์นิเจอร์สำหรับเด็ก เฟอร์นิเจอร์และของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง รวมถึงมีการแสดงแนวคิดของดีไซน์เนอร์เกาหลีใต้ งาน Seoul Living Design Fair ถือเป็นงานแสดงสินค้าด้านไลฟ์สไตล์ที่ใหญ่ที่สุดของเกาหลีใต้ และได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นทางการจาก Korea Institute of Design Promotion, Seoul Design Foundation และ Korea Craft & Design Foundation จึงเป็นงานแสดงสินค้าสำคัญที่จะบอกถึงเทรนด์ของตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ในครัวเรือน เฟอร์นิเจอร์ โดยมีบริษัทผู้นำในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน และแบรนด์ต่างๆ เข้าร่วม

## 2.1 โซนแสดงสินค้า แบ่งเป็น 3 อาคารตามประเภท ดังนี้

- อาคาร A สินค้าเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ภายในบ้าน ชุดโต๊ะ-เก้าอี้สำหรับใช้ภายในสำนักงาน
- อาคาร B สินค้าที่นอน ประตุ วัสดุปูพื้น ของตกแต่งภายใน ของใช้ภายในบ้าน
- อาคาร D สินค้าเกี่ยวกับเครื่องครัวและอุปกรณ์ภายในครัว เฟอร์นิเจอร์สำหรับเด็กเล็ก เฟอร์นิเจอร์และของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง

### แผนผังอาคารแสดงสินค้าในงาน



## 2.2 กิจกรรมพิเศษภายในงาน

ผู้จัดงาน ได้จัดกิจกรรม Designers' Choice โดยจะเป็นการแนะนำเฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบโดย ดีไซน์เนอร์ชื่อดังของเกาหลี ซึ่งในปีนี้ได้นำเสนอเก้าอี้ นอกจากนี้ ได้แนะนำแนวคิดที่มีความสำคัญในตลาดเกาหลี โดยปีนี้ ได้แนะนำแนวคิด Con-sol-ation ซึ่งเป็นผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 และมีผลต่อการใช้ชีวิตของชาวเกาหลี และเฟอร์นิเจอร์ที่เลือกใช้



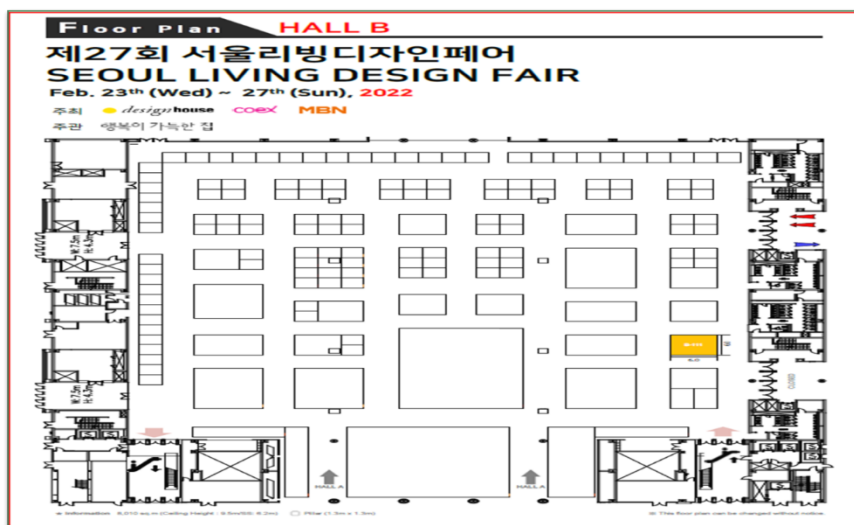
Con-sol-ation



Furniture Designers 8

### 3. คูลาประเทศไทย

3.1 ตำแหน่งคูลา คูลาประเทศไทย ตั้งอยู่ที่คูลาหมายเลข 111 ภายในอาคาร B แลวหน้าสุด ใกล้ทางเข้าอาคาร B มีพื้นที่ 36 ตารางเมตร เป็นลักษณะสี่เหลี่ยมจัตุรัส เกาะเปิด 4 ด้าน ด้านละ 6 เมตร ซึ่งเป็นการเข้าร่วมงานเป็นครั้งแรกของกรม



3.2 การก่อสร้าง ตกแต่งคูลา สคต. โซล ได้จัดจ้างบริษัท Public Pro เป็นผู้ดำเนินการก่อสร้างและตกแต่งคูลา โดยได้แบ่งการใช้งานเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนแสดงสินค้า โดยได้จัดวางสินค้าเป็น 3 แถว ตามประเภทของสินค้า ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ สปา & wellness และของตกแต่งบ้าน และมีบันไดด้านหลัง เพื่อแสดงสินค้าหมอน และบรรจุภัณฑ์ ด้วย
- ส่วนให้ข้อมูลผู้ประกอบการ เป็นส่วนให้บริการข้อมูลกรม และมีจอ LCD ประชาสัมพันธ์แนวคิด BCG ของกรมด้วย
- ส่วนเจรจาการค้า ประกอบด้วยคอมพิวเตอร์ 2 ตัว พร้อมอุปกรณ์เจรจาการค้า เพื่อจัดทำ OBM
- Storage ส่วนเก็บสินค้า

3.3 การขนส่ง กรมได้จัดจ้างบริษัทแอรโอเซียน โลจิสติกส์ เป็นผู้ดำเนินการขนส่งสินค้าตัวอย่างจากไทยไปยังคูลาแสดงสินค้า โดยบริษัทได้ขนส่งสินค้าครบถ้วนในวันตกแต่งคูลา

3.4 การเข้าร่วมงานของบริษัทไทย มี 14 บริษัทเข้าร่วมภายใต้แนวคิด BCG (Bio Circular Green) จากไทย ดังนี้

- 1) บริษัท T Thaniya – ประเภทสินค้า: เทียนหอมในถ้วยเซรามิค
- 2) บริษัท Tayaliving – ประเภทสินค้า: กระเป๋า ตะกร้าทำจากเชือกเส้นใย PP
- 3) บริษัท Sonite Innovative Surfaces – ประเภทสินค้า: ถ้วย ภาชนะทำจากเปลือกข้าว

- 4) บริษัท Silk Cocoon Group – ประเภทสินค้า: กระเป๋า โคมไฟทำจากรังไหม
- 5) บริษัท Sedar.W – ประเภทสินค้า: เทียนหอมในถ้วยเซรามิค
- 6) บริษัท New Arriva – ประเภทสินค้า: ของขวัญ ของตกแต่งบ้าน
- 7) บริษัท Moonler – ประเภทสินค้า: เฟอร์นิเจอร์ไม้จามจู้รี
- 8) บริษัท Pimpen – ประเภทสินค้า: เฟอร์นิเจอร์หุ้มบุ
- 9) บริษัท Korakot International – ประเภทสินค้า: โคมไฟ วัสดุกรุผนังทำจากไม้ไผ่
- 10) บริษัท HG Next – ประเภทสินค้า: เฟอร์นิเจอร์ไม้
- 11) บริษัท Deesawat Industries – ประเภทสินค้า: เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก
- 12) บริษัท Bioform – ประเภทสินค้า: ภาชนะบรรจุอาหารทำจากวัสดุ Bio degradable
- 13) บริษัท Green Dot Blue – ประเภทสินค้า: โคมไฟแบบแขวน แผ่นรองจาน
- 14) บริษัท Wemakesense – ประเภทสินค้า: หมอนอิง Wallpaper







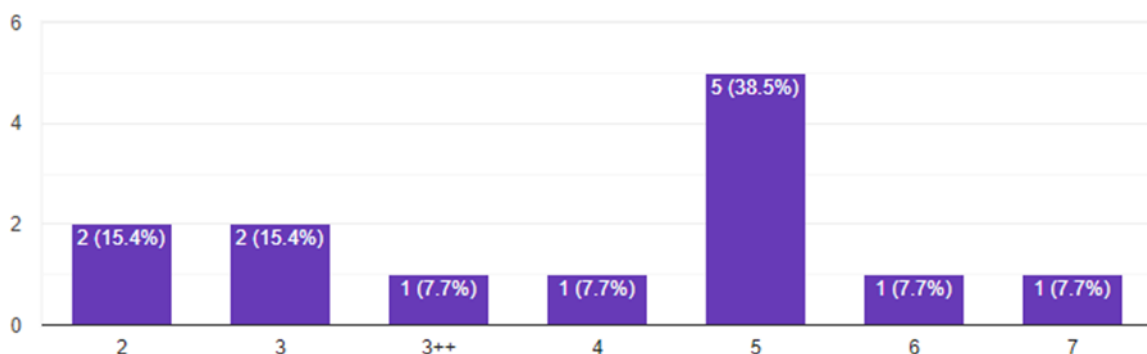
ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ประกอบการไทยไม่สามารถเดินทางมาได้ จึงได้จัดการเจรจาการค้าออนไลน์ (OBM) คู่ขนาน

#### 4. ผลการดำเนินงานกิจกรรม

มีการเจรจาการค้าออนไลน์ (OBM) ทั้งสิ้น 63 คู่ ผู้ประกอบการเกาหลีเข้าร่วม 14 รายเจรจาการค้าออนไลน์ มีมูลค่าการเจรจารวม 12.05 ล้านบาท โดยเป็นมูลค่าสั่งซื้อทันที 3.42 ล้านบาท และคาดว่าจะสั่งซื้อใน 1 ปี 8.63 ล้านบาท นอกจากนี้ อยู่ระหว่างเจรจาเพื่อเป็นขอเป็นเอเจนต์ 1 ราย ทั้งนี้ มี 2 รายแจ้งว่า ยังไม่สามารถระบุมูลค่าได้ในขณะนี้

สินค้าที่ได้รับความนิยม ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล ของตกแต่งบ้านชิ้นเล็กๆ ที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล เทียนหอมในเซรามิก แก้วรูปช้าง โคมไฟ

จำนวนคู่เจรจาการค้าที่ได้เข้าร่วม สูงสุด 7 ราย ต่ำสุด 2 ราย



**5. การประเมินผลความพึงพอใจต่อการจัดประชาสัมพันธ์กิจกรรมและ OBM (ผู้ตอบแบบสอบถาม 13 บริษัท)**

5.1 การประชาสัมพันธ์จัดหาผู้เจรจาการค้า

- พึงพอใจมากที่สุด 7 บริษัท พึงพอใจมาก 4 บริษัท พึงพอใจปานกลาง 2 บริษัท

5.2 การอำนวยความสะดวกก่อนการเข้าร่วมกิจกรรม (ประสานงานภาพรวม/การขนส่งสินค้า/การประชุม เตรียมความพร้อม)

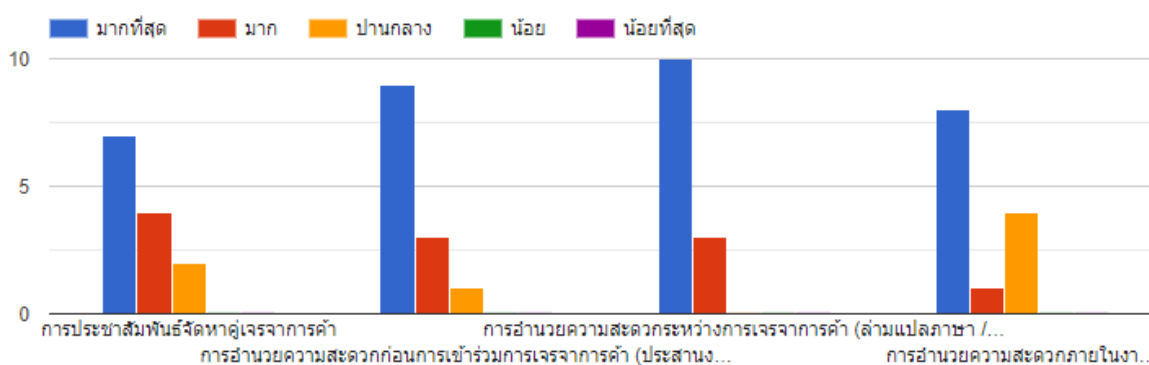
- พึงพอใจมากที่สุด 9 บริษัท พึงพอใจมาก 3 บริษัท พึงพอใจปานกลาง 1 บริษัท

5.3 การอำนวยความสะดวกระหว่างการเจรจาการค้า (ล่ามแปลภาษา/ตารางเวลา OBM)

- พึงพอใจมากที่สุด 10 บริษัท พึงพอใจมาก 3 บริษัท

5.4 การอำนวยความสะดวกภายในงานแสดงสินค้า (การรับสินค้ากลับ/การจัดสินค้า)

- พึงพอใจมากที่สุด 8 บริษัท พึงพอใจมาก 1 บริษัท พึงพอใจปานกลาง 4 บริษัท



## 6. ข้อคิดเห็น

6.1 ช่วงการจัดงานดังกล่าว เป็นช่วงที่การแพร่ระบาดของโควิด 19 สูงมาก มียอดผู้ติดเชื้อวันละมากกว่า 160,000 ราย/วัน จึงได้เน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ และการเจรจาการค้าออนไลน์มากขึ้น

6.2 เกาหลีมีแนวคิดใส่ใจสิ่งแวดล้อม และอนุรักษ์โลกเช่นเดียวกัน ถึงแม้ว่าจะยังไม่รู้จักคำว่า BCG มากนัก แต่เวลาอธิบายถึงสินค้าที่นำมาจัดแสดง ว่ามีความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมอย่างไรบ้าง ก็ได้รับความสนใจจากผู้มาเยี่ยมชมดูหา ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่า สินค้า BCG มีโอกาสสูงในตลาดเกาหลี

6.3 ปัจจัยสำคัญที่อาจจะเป็นอุปสรรคในการส่งออก คือ ปัจจัยด้านราคา มีบางสินค้าที่ผู้นำเข้าให้ความสนใจ แต่ติดปัญหาราคาที่ยังไม่สามารถแข่งขันได้ ดังนั้น จึงอาจพิจารณาการตั้งราคาที่เหมาะสม ควบคู่กับการพัฒนาสินค้าและภาพลักษณ์สินค้า ให้สามารถเจาะตลาดกลุ่มที่มีรายได้สูงได้

6.4 งานแสดงสินค้า Seoul Living Design Fair 2022 เป็นงานแสดงสินค้าที่เน้นการขายปลีกเป็นหลัก โดยเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ จะมีบุคคลทั่วไปสนใจอยากซื้อตัวอย่างสินค้าไทยบางแบรนด์ที่นำมาจัดแสดงมาก จึงอาจใช้เป็นเวทีในการพิจารณาเทรนด์และความชอบของผู้บริโภคเกาหลีได้

6.5 ในการเข้าร่วมงานครั้งถัดไป อาจพิจารณาจัดจ้าง designer ในการจัดแนวคิดการ display สินค้า เพื่อให้ดึงดูดผู้มาเยี่ยมชมมากขึ้น ซึ่งในปีนี้ กรมไม่มิงงบประมาณเพียงพอในการจ้าง designer ในการออกแบบตกแต่งดูหา จึงได้ขอความร่วมมือจากสำนักส่งเสริมวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้าในการออกแบบแนวความคิด และให้บริษัทก่อสร้างตกแต่งดูหาก่อสร้างตามงบประมาณที่ได้รับ

-----  
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล

มีนาคม 2565



ภาพบรรยากาศในงาน The 27th Seoul Living Design Fair 2022



จุดลงทะเบียน



ทางเข้างาน





ภาพบรรยากาศในงาน

\*\*\*\*\*

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล

มีนาคม 2565