

ไม่จมน้ำ ไม่หาย ไม่ตายใคร ท็อปแบรนด์ไทยเขย่ารันเวย์เวียนนาแฟชั่นวีค 2023

“พาณิชย์จัดใหญ่ฉลอง 14 ปี ชนซอฟต์แวร์ไทยเวิร์กๆ คนดูประสานเสียงไทยโชว์ยืนหนึ่งปีนี้”

กรุงเวียนนาถูกเป็นไฟอีกครั้งเมื่อแบรนด์แฟชั่นไทยยกขบวนมาโชว์ผลงานในงานเวียนนาแฟชั่นวีค 2023 และไม่ทำให้ผิดหวัง สมกับที่แฟน ๆ ตั้งตารอคอยทุกปี นับเป็นไฮไลต์ที่ขาดไม่ได้เสียแล้วของงานนี้ ล่าสุดทีมนักออกแบบจากประเทศไทยมาร่วมงานเป็นครั้งที่ 14 เมื่อค่ำวันที่ 14 กันยายน 2566 ที่ผ่านมา ด้วยผลงานโดดเด่นไม่แพ้ใครของ 5 แบรนด์ ได้แก่ ครามพล (KRAM PHON) พอล ดิเรก (PAUL DIREK) ไซมอนซิสเตอร์ (SIMONSSISTER) สิริธร (SIRINTRA) และเมซองวันเดอร์อานาโตมี (MAISON WONDER ANATOMIE) ขนคอลเล็กชั่นสุดพิเศษมาโชว์ร่วมชุดใหญ่ที่ใช้ชื่อว่า “TAKE OFF” สื่อถึงการนำเที่ยวบินพิเศษทะยานสู่กรุงเวียนนามาพร้อมกับซอฟต์แวร์ไทยที่มากกว่าแฟชั่น ยกเสิร์ฟแบบอินเตอร์พร้อมดนตรีสดสุดเร้าใจจากวง The Amazing Chaiyo Band ร้องนำโดยคุณสุพรรณดา พลัทธิ (เป็โน The Sis) โดยมีคุณปิ๊บ เกลิมเกียรติ คติเกษมเลิศ เป็นผู้ประกอบเครื่องโชว์ไทยให้สนุกสุดเหวี่ยง เรียกเสียงฮือฮาและอารมณ์ร่วมจากผู้ชมซึ่งเข้าชมเต็มทุกที่นั่งได้อย่างสุดยอดจนต้องลุกขึ้นเต้น และได้รับการกล่าวขานว่าเป็นโชว์ที่ดีที่สุดของปีนี้ จบโชว์ตามข้อชื่อถึงหลังเวที ชื่นใจผู้จัดอย่างสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเวียนนา และสำนักส่งเสริมวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ชนิดที่หุบยิ้มไม่ได้เลยทีเดียว

ห้าแบรนด์บวกหนึ่งแบรนด์ รวมมิตรซอฟต์แวร์ไทย

ซอฟต์แวร์ด้านการออกแบบแฟชั่นของไทยโดดเด่นในงานเวียนนาแฟชั่นวีคมายาวนานกว่า 14 ปี จนสามารถพัฒนาภาพลักษณ์ให้แข็งแกร่งโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางดังเช่นปัจจุบัน และสามารถเรียกได้ว่าแฟชั่นโชว์ของไทยเป็นหนึ่งในไฮไลท์ของงานนี้ จนสามารถกล่าวได้ว่าไม่มีงานเวียนนาแฟชั่นวีคที่ไม่มีประเทศไทย ปีนี้มีแบรนด์ที่ได้รับเลือก 5 แบรนด์ ซึ่งต่างมีแนวคิดและสไตล์การออกแบบที่แตกต่างกัน สามารถนำเสนอความหลากหลายของความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยได้เป็นอย่างดี

KRAM PHON นำวัฒนธรรมในท้องถิ่นมาถ่ายทอดผ่านการออกแบบเสื้อผ้าโดยใช้เทคนิคการตัดเย็บแบบแฟชั่นชั้นสูง (High Fashion) เน้นการใช้ผ้าฝ้ายทอมือโดยชุมชน รวมถึงนำเศษผ้าเหลือใช้กลับมาสร้างสรรค์เป็นผลงานชิ้นใหม่ได้อย่างน่าอัศจรรย์ คอลเล็กชั่นที่จัดแสดงได้รับแรงบันดาลใจมาจากการละเล่นผิวน้ำของชาวนาในภาคอีสาน ซึ่งสามารถนำมาถ่ายทอดเป็นเสื้อผ้าที่มีความทันสมัย เป็นสากล และสวมใส่ได้จริง

PAUL DIREK ชูจุดเด่นด้านการออกแบบมาเพื่อให้ง่ายต่อการสวมใส่สำหรับคนทุกกลุ่ม เน้นการใช้วัสดุธรรมชาติและผ้าใยแก้ว มีดีไซน์ที่เป็นที่นิยมของตลาดตะวันตก เสื้อผ้าดูเรียบแต่แฝงความโก้หรูและสมดุ สามารถหยิบจับมาสวมใส่ได้ในหลายโอกาส

SIMONSSISTER มีเอกลักษณ์คือการวาดภาพบุคคลและนำมาพิมพ์ลงบนผ้าลินินซึ่งเป็นวัสดุหลักที่ใช้ การออกแบบตัดเย็บมีความทันสมัยและสอดคล้องกับรสนิยมของคนในปัจจุบัน มีลักษณะเป็นงานศิลปะบนผืนผ้า ทำให้รู้สึกเหมือนได้สวมใส่งานศิลปะ เป็นที่ชื่นชอบของตลาดยุโรป โดยเฉพาะออสเตรีย

SIRINTRA ออกแบบและตัดเย็บด้วยฝีมือชั้นเลิศ เสื้อผ้ามีความวิจิตรตระการตา หรุหรา สะดุดตา ความเป็นแฟชั่นสากลแบบแบรนด์ไฮเอนด์ชั้นนำ และสร้างความรู้สึกพิเศษให้แก่บุคคลที่สวมใส่

MAISON WONDER ANATOMIE มีแรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากความรักในการเดินทางท่องเที่ยว คอลเล็กชันนี้ได้ยกเอาภูมิทัศน์ของความเป็นนักท่องเที่ยวยุคใหม่และหยิบเอาไอเท็มที่เป็นที่นิยมหรือเป็นที่พูดถึงในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย อาทิ ลายช้าง ทุ่งพลาญตึกหูกว้า ผ้าใบคลุมงานก่อสร้าง รั้วกันแดด คนเดินขายแว่นตากันแดด และแผนที่ มารังสรรค์ออกมาเป็นเสื้อผ้าที่สามารถสื่อถึงการท่องเที่ยวไทยได้อย่างสนุกสนานและน่าทึ่ง

ความพิเศษอีกชั้นของแฟชั่นโชว์ในปีนี้คือการใช้การแสดงดนตรีสดโดยวง **The Amazing Chaiyo Band** ซึ่งบรรเลงบทเพลงไทยสไตล์ดิสโก้บอกเล่าเรื่องราววิถีชีวิตของคนไทย อาทิ เพลงอะไรๆ ก็ดีสิโก้ เพลงส้มตำ และเพลงสาละวันรำวง ร้องนำโดยคุณเป๊ยน สุพัฒน์ดา พลัทธิง อดีตศิลปินวง The Sis ที่เคยโด่งดัง ซึ่งสามารถสะกดคนดูจนอยู่หมัดและส่งเสริมกันไปกับแฟชั่นโชว์ได้เป็นอย่างดี ดอกหญ้าเอกลักษณ์ด้านความสนุกสนาน ความคิดสร้างสรรค์ และความสามารถในการจัดงานของคนไทยที่เป็นที่รับรู้ของคนทั่วโลก ทั้งยังสร้างปรากฏการณ์ให้กับงานเวียนนาแฟชั่นวีคจนได้รับการกล่าวขานว่าไทยโชว์เป็นแฟชั่นโชว์ที่ดีที่สุดของปีนี้

ในช่วงปิดท้ายของงานมีการจัดงานเลี้ยงรับรองด้วยอาหารไทย โดยร้านอาหารที่ได้รับเครื่องหมาย Thai SELECT จากกระทรวงพาณิชย์ ถือเป็นอีกชิกเนเจอร์หนึ่งของงาน Thai Fashion Night ทุกปีที่เป็นที่จดจำและคาดหวังของผู้ที่มาร่วมงาน กิจกรรมนี้เปิดโอกาสในการพบปะกับนักออกแบบเพื่อการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและการเจรจาการค้า และยังได้โปรโมตอาหารไทยควบคู่กันไปด้วย

เวียนนาแฟชั่นวีค บันไดสู่อียู ประตูสู่โลก

เวียนนาแฟชั่นวีคหรือชื่อเต็มว่า MQ VIENNA FASHION WEEK เป็นเทศกาลแฟชั่นที่ใหญ่ที่สุดของประเทศออสเตรีย และภูมิภาคยุโรปกลางและตะวันออก ซึ่งถูกจัดอยู่ในปฏิทินงานแฟชั่นวีคของโลกและกำหนดจัดงานในช่วงเดือนกันยายนของทุกปี เป็นเวทีที่ทรงคุณค่าสำหรับนักออกแบบแฟชั่นในกลุ่ม “Emerging Designers” เน้นสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่มีความโดดเด่นด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ในการเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ มีแบรนด์แฟชั่นจากทั่วโลกเข้าร่วมประชันผลงาน ประเทศไทยเป็นชาติ

แรกและชาติเดียวในเอเชียที่ได้เข้าร่วมแสดงผลงาน ซึ่งครั้งนี้เป็นการเข้าร่วมครั้งที่ 14 โดยได้รับเกียรติจาก Mrs. Sigrid Mueller-Matyas ผู้ร่วมก่อตั้งและผู้จัดงานเวียนนาแฟชั่นวีคเป็นผู้คัดเลือกนักออกแบบจากประเทศไทยด้วยตนเองทุกครั้ง รวมถึงเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพนักออกแบบไทยให้สามารถก้าวขึ้นสู่ระดับโลก

เทศกาล MQ VIENNA FASHION WEEK 2023 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 11 – 16 กันยายน 2566 มีแฟชั่นโชว์จำนวน 26 โชว์ และสามารถรองรับผู้ชมได้กว่า 500 ที่นั่ง มีแบรนด์เสื้อผ้าเข้าร่วมงานจำนวน 38 แบรนด์ และโรงเรียนสอนออกแบบ 2 แห่ง มีสถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ตลอดระยะเวลา 6 วันมีผู้เข้าชมงานราว 10,000 คน การมาร่วมงานนี้ของไทยได้รับความสนใจในระดับแถวหน้าจากวงการแฟชั่นออสเตรเลียและสื่อนานาชาติที่มาร่วมงาน ด้านหนึ่งเป็นผลมาจากการส่งเสริมชื่อเสียงผ่านผลงานที่เป็นที่ประจักษ์ตลอด 14 ปีที่ผ่านมา อีกด้านหนึ่งเป็นเพราะนักออกแบบไทยมีโอกาสดำเนินงานได้โดดเด่นอย่างเต็มที่ในงานและสื่อมวลชนหลัก ซึ่งอาจมีโอกาสดำเนินงานได้ยากในงานที่มีขนาดใหญ่อย่างปารีส หรือมิลานแฟชั่นวีค การเข้าร่วมเวียนนาแฟชั่นวีคเป็นมากกว่าการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าแบบเดิมๆ ที่มุ่งหาผู้ซื้อทันทีในตลาดนั้นๆ เท่านั้น แต่เป็นนามสกุลที่สร้างโอกาสในต่อยอดทางการค้าไปยังตลาดอื่นๆ ด้วย โดยเฉพาะจีน ตะวันออกกลาง ยุโรป และสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้รับการพิสูจน์แล้วจากความสำเร็จของแบรนด์แฟชั่นไทยที่เข้าร่วมงานนี้ในปีที่ผ่านมา

14 ปีทองของไทย หันส่วนอันดับหนึ่ง

งานเวียนนาแฟชั่นวีคจัดขึ้นครั้งแรกเมื่อปี 2552 และในปีถัดมาประเทศไทยได้นำแบรนด์แฟชั่นไทยเข้าร่วมแสดงในงาน โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลไทยภายใต้โครงการ Talent Thai Designer's Room ของสำนักส่งเสริมวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และดำเนินการโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเวียนนา มาถึงปัจจุบันประเทศไทยเข้าร่วมงานแล้วเป็นครั้งที่ 14 ติดต่อกัน ยาวนานกว่าห้านับใดๆ ของงาน แม้ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ยังคงจับมือเดินไปด้วยกัน ประเทศไทยยังเป็นประเทศในเอเชียเพียงประเทศเดียวที่ได้รับเกียรติให้เข้าร่วมงานนี้ในฐานะประเทศ จึงเรียกได้ว่าประเทศไทยเป็นหุ้นส่วนที่สำคัญและมีความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นที่สุดรายหนึ่งของงานเวียนนาแฟชั่นวีค ตลอดระยะเวลา 14 ที่ผ่านมามีแบรนด์แฟชั่นไทยได้รับเลือกเข้าร่วมงานนี้แล้วมากกว่า 30 ราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักออกแบบรุ่นใหม่ที่ได้รับประโยชน์จากเวทีนี้ในการเรียนรู้การทำงานแบบครบวงจรในวงการแฟชั่นมืออาชีพและการพัฒนาธุรกิจในระดับสากล

ภาพลักษณ์กรุงเวียนนาพาหะยานสู่ตลาดโลก

กิจกรรมนี้ไม่เพียงเปิดโอกาสทางธุรกิจในประเทศออสเตรเลียเท่านั้น แต่ยังเป็นสปอตไลท์ที่ดวงใหญ่ส่องมายังแบรนด์ต่างๆ ให้ถูกมองเห็นในเวทีโลก ผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ของงานและเครือข่ายในวงการ

แฟชั่นทั่วโลก ประกอบกับอันิสต์จากภาพลักษณ์ของกรุงเวียนนา เสริมสร้างให้แบรนด์ไทยได้รับความสนใจและเป็นที่ยอมรับในประเทศต่างๆ โดยเฉพาะเอเชีย ซึ่งให้คุณค่าอย่างสูงต่อมาตรฐานยุโรป จากประสบการณ์มากกว่าสิบปีที่ผ่านมาพบว่าแบรนด์ไทยได้รับประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญจากการมาร่วมงานเวียนนาแฟชั่นวีค ซึ่งเป็นเสมือนนามสกุลที่ทำให้ได้รับการยอมรับจากตลาดเอเชีย โดยเฉพาะประเทศจีน และภูมิภาคตะวันออกกลาง ส่งผลสำคัญทำให้ลูกค้าซื้อสินค้า แตกต่างจากการไปแสดงสินค้าโดยตรงในประเทศเหล่านั้น ซึ่งไม่ได้รับผลตอบแทนที่คาดหวัง นอกจากนี้ ยังเป็นเวทีที่ทำให้วงการแฟชั่นในโลกละวันตักหันมามองด้วยความประหลาดใจต่อศักยภาพของนักออกแบบไทยที่มักถูกมองข้ามหรือถูกประเมินต่ำไป ที่ผ่านมามีแบรนด์ไทยหลายแบรนด์ได้รับการชื่นชมและการรายงานข่าวจากสื่อต่างประเทศ รวมถึงได้รับการหยิบยื่นโอกาสในการต่อยอดทางธุรกิจในประเทศอื่นๆ อาทิ ฝรั่งเศส อิตาลี และสหรัฐอเมริกา

ต่อยอดศิลปิน Artists in Residence

ชื่อเสียงของนักออกแบบไทยเป็นที่เลื่องลือในวงการแฟชั่นประเทศออสเตรีย ที่ผ่านมามีนักออกแบบไทยที่มาร่วมงานเวียนนาแฟชั่นวีคได้รับเลือกให้เป็นศิลปินในโครงการ Artists in Residence แล้วทั้งสิ้น 4 ราย ซึ่งเป็นโครงการที่รวบรวมศิลปินสาขาต่างๆ จากหลากหลายประเทศมาแสดงผลงานและจัดทำเวิร์คช็อปให้ความรู้แก่นักเรียนใหม่ที่มีความสนใจในศิลปะแขนงนั้นๆ ในกรุงเวียนนาเป็นระยะเวลา 1 เดือน ในปีนี้มีนักออกแบบแฟชั่นไทยที่ได้รับเลือก 1 ราย ได้แก่ คุณวิเนกซ์สินธุ์ แก้วผ่องศรี จากแบรนด์อัสซี (ISSI) และรีว่า (RIVA) ทำให้มีนักออกแบบแฟชั่นไทยมาเฉติฉินอยู่ในเทศกาลเวียนนาแฟชั่นวีค 2023 พร้อมๆ กันถึง 6 แบรนด์ และครองพื้นที่สื่อได้อย่างมากทีเดียว

จับมือโรงเรียนสอนออกแบบ ถ่ายทอดความรู้ ขยายคอนเนกชัน

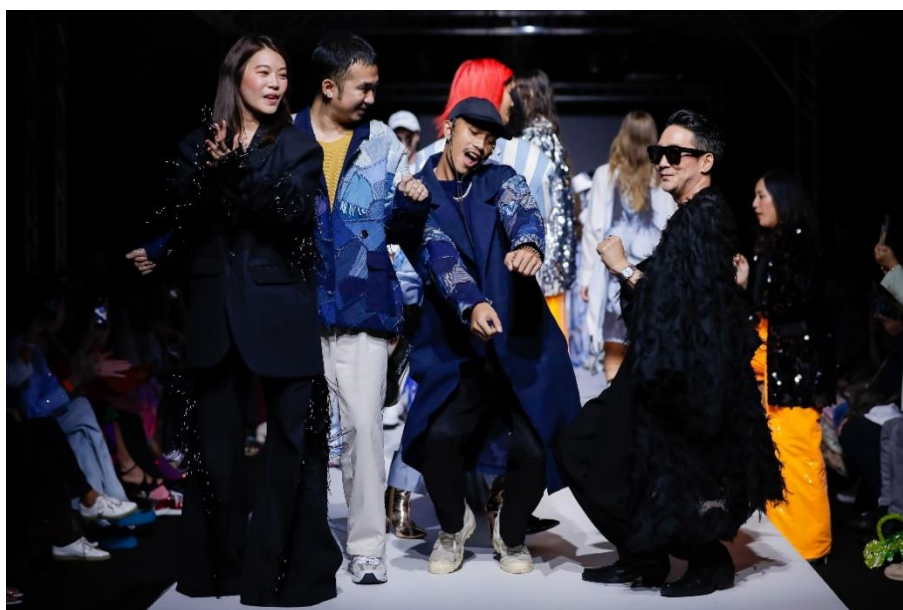
ตั้งแต่ปี 2565 เป็นต้นมา นักออกแบบไทยได้รับเชิญจาก Modeschule Hetzendorf ซึ่งเป็นโรงเรียนสอนออกแบบชื่อดังของกรุงเวียนนาที่มีประวัติย้อนหลังไปถึงปี 1897 (พ.ศ. 2440) ให้มาจัดทำเวิร์คช็อปถ่ายทอดความรู้แก่นักเรียน โดยการเชิญของ Mrs. Yella Hassl อาจารย์ด้านการออกแบบแฟชั่นผู้มีประสบการณ์คร่ำหวอดในวงการแฟชั่นในนิวยอร์ก และมองเห็นความสามารถอันโดดเด่นของนักออกแบบไทย ในปี 2565 ที่ผ่านมาคุณวิเนกซ์สินธุ์ แก้วผ่องศรี ได้มาถ่ายทอดเทคนิคการจับกลีบผ้าเป็นลวดลายต่างๆ ของแบรนด์รีว่า (RIVA) และในปีล่าสุดคุณรัฐพล ทองดี และคุณวัชรพล คำพรมมา จากแบรนด์ครามพล (KRAM PHON) ได้มาถ่ายทอดเทคนิคการสกัดสีจากวัสดุธรรมชาติ ได้แก่ ฝักคูณ ฝาง ครั่ง ใบหูกวางแก่ และใบหูกวางอ่อน และการวาดลวดลายบนผืนผ้าโดยสีธรรมชาติ Mrs. Hassl ยังให้เกียรติวิจารณ์ผลงานของทุกแบรนด์อย่างละเอียด พร้อมคำแนะนำในการพัฒนาเพิ่มเติม ตลอดจนช่องทางการเติบโตและการเตรียมความพร้อมของเส้นทางไปสู่ตลาดที่มีศักยภาพของแต่ละแบรนด์ ยกตัวอย่างเช่น แบรนด์ครามพล ซึ่งมีดีไซน์ดีและใช้เทคนิคแฟชั่นขั้นสูงที่อาจไม่เป็นที่รับรู้ของคนทั่วไป แต่เป็นผลงานที่ทรงคุณค่าและควรค่าแก่การส่งเสริมไปสู่ตลาดที่เหมาะสม เช่น นิวยอร์ก เป็นต้น

แบรนด์ไทย แบรนด์ประเทศไทย

การมาร่วมงานครั้งนี้แบรนด์แฟชั่นไทยได้รับผลตอบแทนดีเยี่ยมเช่นเคย มีสื่อมวลชนและอินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่นและต่างประเทศกว่า 45 ราย เข้าชมการแสดงและรายงานข่าวอย่างกว้างขวาง ซึ่งต่างยกให้การแสดง Thai Fashion Night ในปีนี้เป็นการแสดงแฟชั่นโชว์ที่ดีที่สุดของเวียดนามแฟชั่นวีคตั้งแต่มีการจัดงานมา หลังการแสดงเสร็จมีผู้ต้องการซื้อในทันที และหลังจากเสร็จสิ้นการจัดงานมียอดจำหน่ายสินค้ารวมกันคิดเป็นเงินไทยราว 1,500,000 บาท ถือเป็นความสำเร็จเริ่มต้นที่น่าพึงพอใจ โดยคาดว่าจะสามารถสร้างยอดขายรวมทั้งปีได้ไม่ต่ำกว่า 60 ล้านบาท ยิ่งกว่านั้นยังคาดหวังว่าภาพที่เกิดขึ้นจะส่งผลต่อยอดขายระยะยาวในตลาดต่างๆ ทั่วโลกหลังจากนี้ไปอีกอย่างน้อย 2 – 3 ปี

ในอีกมุมหนึ่งซึ่งสำคัญไม่น้อยกว่าการสร้างแบรนด์ธุรกิจคือภารกิจในการสร้างแบรนด์ประเทศไทยให้แข็งแกร่งในเวทีโลกควบคู่ไปด้วย ที่ผ่านมามาประเทศไทยมีชื่อเสียงระดับโลกในหลายด้าน อาทิ อาหาร สถานที่ท่องเที่ยว และวัฒนธรรม แต่ยังมีผู้คนอีกจำนวนมากที่ไม่รู้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความทันสมัยและก้าวหน้าอย่างมากในด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะแฟชั่น เวียดนามแฟชั่นวีคจึงเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ทำให้คำว่าประเทศไทยโลดแล่นอยู่ในหมู่ผู้บริโภครุ่นใหม่ในระดับนานาชาติ ความแข็งแกร่งของแบรนด์ประเทศไทยย่อมส่งอิทธิพลต่อความเชื่อและความนิยมต่อสินค้าต่างๆ ของไทย การดำเนินโครงการนี้ของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเวียดนาม จึงเปรียบเสมือนการยิงปืนนัดเดียวได้นกหลายตัว และเป็นการหวังได้นกตัวใหญ่ที่มีมูลค่ามหาศาลกว่ากระสุนที่ลงทุน

ภาพกิจกรรม



นักออกแบบและผู้ชมเต้นไปกับเสียงเพลงและบรรยากาศที่สนุกสนานในช่วงพินาเล่

KRAM PHON

เครดิตภาพ Thomas Lerch



PAUL DIREK

เครดิตภาพ Thomas Lerch



SIMONSSISTER

เครดิตภาพ Thomas Lerch



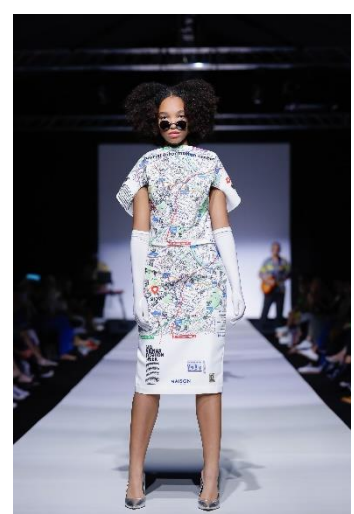
SIRINTRA

เครดิตภาพ Thomas Lerch



MAISON WONDER ANATOMIE

เครดิตภาพ Thomas Lerch





การแสดงดนตรีสดประกอบการเดินแฟชั่นโชว์
โดยคุณเป็ยโนและคุณเบส (The Sis) มากับวง The Amazing Chaiyo Band กรุงเวียนนา



นักออกแบบขอบคุณพร้อมเอกอัครราชทูต ณ กรุงเวียนนา และอัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายการพาณิชย์)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเวียนนา

กันยายน 2566