

งานแสดงสินค้าที่มีศักยภาพ : Formland Autumn 2024

1. ภาพรวมงาน

1.1 งานแสดงสินค้า Formland เป็นงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์เพื่อการเจรจาการค้าที่มีชื่อเสียงงานหนึ่ง ในสแกนดิเนเวีย จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง ในเดือนกุมภาพันธ์และสิงหาคม ณ MCH Messecenter เมือง Herning ประเทศเดนมาร์ก โดยครั้งนี้จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 80 เมื่อวันที่ 17-19 สิงหาคม 2567

1.2 Theme ของงานในครั้งนี้คือ Back to Nature โดยยังคงเน้นเรื่องความยั่งยืน สินค้าที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานทางเลือกในกระบวนการผลิต การใช้วัสดุรีไซเคิล และการให้ความสำคัญกับจริยธรรม

1.3 การจัดงานในครั้งนี้ มีผู้เข้าเยี่ยมชมงานกว่า 8,000 ราย และมีผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า จำนวน 420 ราย ใน 7 โซนแสดงสินค้า ได้แก่ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ของตกแต่งบ้าน เครื่องประดับ ของขวัญตามฤดูกาล ของตกแต่งสวน เฟอร์นิเจอร์กลางแจ้ง และอาหาร ทั้งนี้ ผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการในเดนมาร์ก โดยมีบางส่วนมาจากประเทศอื่นในนอร์ดิกและยุโรป

1.4 นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมเสวนา Workshop และโซนจัดแสดงพิเศษ ได้แก่

- Think Circular ริเริ่มขึ้นในปี 2565 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและผลักดันให้ผู้ประกอบการในกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์หันมาให้ความสำคัญกับกระบวนการหมุนเวียนมากขึ้น

- Trend Zone – Maison Ikigai บนพื้นที่ 500 ตารางเมตร ซึ่งได้แรงบันดาลใจจากปรัชญาญี่ปุ่น โดยเน้นความเป็นตัวตนน้อยลง และให้ความสำคัญกับการนึกถึงส่วนรวม นอกจากนี้ ยังเน้นความพอดีและความยั่งยืน รวมถึงให้ความสำคัญกับการซ่อมแซมและการนำกลับมาใช้ใหม่

- Green House เน้นความสำคัญของ Biodiversity และความกลมกลืนกับธรรมชาติ ซึ่งจัดแสดงภายใต้ Garden Hall

- Formland Jewelry ในปีนี้มีผู้เข้าร่วมงานในกลุ่มเครื่องประดับมากขึ้น โดยมีผู้เข้าร่วมงานถึง ๔๐ ราย ทั้งนี้ ผู้เข้าร่วมงานที่มีชื่อเสียงในเดนมาร์ก เช่น Frits Pedersen, Ro Copenhagen และ Nordahl ต่างนำเข้าจากประเทศไทย ทั้งนี้ เทรนด์เครื่องประดับสำหรับ SS 25 ได้แก่ ความเรียบง่าย มีกลิ่นอาย วินเทจ เครื่องประดับไข่มุก และแฟนตาซี

1.5 การจัดงานครั้งต่อไป Formland Spring 2025 กำหนดจัดขึ้นระหว่างวันที่ 1-3 กุมภาพันธ์ 2568 โดยสามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.formland.dk

2. การนำเข้าสินค้าไลฟ์สไตล์ของเดนมาร์ก

2.1 ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2567 เดนมาร์กนำเข้าสินค้าไลฟ์สไตล์ จำนวน 3,177 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงร้อยละ 12.38 สินค้านำเข้าสำคัญ ได้แก่ (1) เฟอร์นิเจอร์ (2) ของเล่น (3) เกมและอุปกรณ์กีฬา (4) เครื่องแก้ว (5) สิ่งทอ (6) เทียนและ Wax โดยมีแหล่งนำเข้าสูงสุด 3 อันดับแรก ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันกว่าร้อยละ 45 ของการนำเข้าทั้งหมด ได้แก่ จีน (ขยายตัวร้อยละ 7.02) เยอรมนี (ลดลงร้อยละ 18.58) และสวีเดน (ลดลง 18.75) ตามลำดับ

2.2 ไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 28 มีมูลค่า 13 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 26.3 โดยมีสินค้านำเข้าสำคัญ ได้แก่ (1) เครื่องถ้วยชามเซรามิก (ลดลงร้อยละ 33.04) (2) สิ่งทอ (ลดลงร้อยละ 17.89) (3) ของเล่น เกม และอุปกรณ์กีฬา (ขยายตัวร้อยละ 13.59)

3. ความเห็น สคต.

3.1 ดีไซน์ของสินค้าในเดนมาร์กส่วนใหญ่เน้นความเรียบง่าย และจากการเยี่ยมชมงานสามารถเห็นได้ชัดว่า วัสดุจากธรรมชาติเป็นที่นิยมมากขึ้น รวมถึงสินค้า Handmade และงานฝีมือที่มีเรื่องราวความเป็นมาและความสำคัญทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มสินค้าจากร้านที่เห็นได้อย่างแพร่หลายในบริเวณงาน ซึ่งส่วนใหญ่นำเข้าจากเวียดนามและจีน ทั้งนี้ สินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และผลิตอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นสินค้าที่มีโอกาสในตลาด

3.2 ผู้บริโภคในกลุ่มประเทศนอร์ดิกชื่นชอบเรื่องราวเบื้องหลังของสินค้าและความเป็นมา ดังนั้น การบอกเล่าเรื่องราว โดยเฉพาะกระบวนการผลิตที่ใช้ฝีมือเฉพาะทางและการสืบทอดทางวัฒนธรรม หรือการให้ความสำคัญกับความยั่งยืนในกระบวนการผลิต วัสดุที่ใช้ และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จะสามารถเพิ่มมูลค่าและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้มากขึ้น

3.3 อย่างไรก็ตาม แม้โดยรวมอุตสาหกรรมไลฟ์สไตล์จะมุ่งไปสู่ความยั่งยืน แต่ราคายังเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้ประกอบการหลายราย การพิจารณากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของบริษัทจะช่วยให้สามารถเจาะตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ



