

สินค้าไทยสุดปัง! PINKOI แพลตฟอร์ม e-Commerce เจ้าดังของไต้หวัน

จัดเทศกาลสินค้าไลฟ์สไตล์ไทยรับฤดูร้อน

ในสายตาของชาวไต้หวันมักจะรู้สึกเหมือนเมืองไทยคือตัวแทนของฤดูร้อน โดยในสถานการณ์ปกติ ชาวไต้หวันจะนิยมเดินทางไปเที่ยวประเทศไทยเป็นจำนวนมากในช่วงเทศกาลสงกรานต์และปิดเทอมฤดูร้อน บรรดาห้าง/ซูเปอร์มาร์เก็ตในไต้หวันจึงนิยมจัดเทศกาลสินค้าไทยเพื่อดึงดูดลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้คนไม่สามารถเดินทางไปต่างประเทศได้ จึงเกิดกระแสการจัดเทศกาลไทยของบรรดาห้างสรรพสินค้าในไต้หวันเพื่อสร้างบรรยากาศในการจับจ่ายสินค้าแบบ “เหมือนได้ไปต่างประเทศ” โดยสินค้าส่วนใหญ่คืออาหารและผลไม้

ล่าสุด PINKOI เป็นแพลตฟอร์มอี-คอมเมิร์ซสำหรับการซื้อขายสินค้าไลฟ์สไตล์ที่มีชื่อเสียงในตลาดเอเชีย ได้จัดเทศกาล Sawasdeeka Thai Fest ขึ้นระหว่างวันที่ 6-26 พฤษภาคม 2564 เพื่อต้อนรับหน้าร้อนที่กำลังจะมาถึง โดยออกแคมเปญฟรีค่าส่ง (ภายในไต้หวัน) สำหรับการสั่งซื้อสินค้าไทยที่ร่วมกิจกรรม โดยมีสินค้าไทยมากกว่า 4,000 รายการเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ ทั้งที่เป็นเครื่องแต่งกาย กระเป๋า รองเท้า ชุดว่ายน้ำ และของแต่งบ้าน โดยแบ่งโซนสินค้าเป็น “ตลาดนัดจตุจักร” “Home Time” “Today Outfit” และ “Vacation Feeling” ซึ่งทางแพลตฟอร์มได้คัดเลือกสินค้าแบรนด์ไทยที่น่าสนใจและมีความหลากหลายมาใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้วย เช่น ชุดนอน in.house ตะกร้าของ taya living กล้องทิวทัศน์แฮนเมด pigeonheadstudio รวมไปถึงกระเป๋า JAYCHEWIN และ Chaksarm รองเท้าของ Youngfolks1952 แวนตา ARTY&FERN ชุดว่ายน้ำ Coralist Swimwear รองเท้าแตะ 2teen_project และโล่สร้าง Sue เป็นต้น โดย PINKOI เปิดเผยว่า การที่สินค้าไทยไลฟ์สไตล์ของไทยได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในไต้หวัน เนื่องมาจากการออกแบบที่เน้นความเรียบง่ายแต่สามารถผสมผสานสีสันทันต่างๆ เข้ากันอย่างลงตัว จนทำให้มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ทำให้สินค้าไลฟ์สไตล์ของไทยกลายเป็นหนึ่งในแหล่งสินค้ากระแสหลักที่มีการวางจำหน่ายในตลาดไต้หวัน ทั้งในช่องทางปกติและแพลตฟอร์มอี-คอมเมิร์ซต่างๆ พร้อมชี้ว่า ในช่วง 1-2 เดือนที่ผ่านมา สินค้าไทยมียอดขายเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งสินค้าที่ได้รับความนิยมจะเป็นสินค้าที่ใช้โทนสีและวัสดุ ที่ให้ความรู้สึกสดใสและเย็นสบาย โดยเฉพาะในส่วนของกระเป๋าและรองเท้าที่มีสีสันทันสวยงาม รองลงมาได้แก่ชุดว่ายน้ำที่มีสไตล์และรูปแบบพิเศษ และของแต่งบ้านที่เป็นงานหัตถศิลป์อันประณีต ต่างก็ได้รับความสนใจจากผู้ซื้อไม่น้อยเช่นกัน

ทั้งนี้ PINKOI ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2011 ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกที่ลงทะเบียนเป็นผู้ซื้อมากกว่า 3.5 ล้านรายจาก 93 ประเทศทั่วโลก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 25-44 ปี มีสินค้าวางจำหน่ายบนแพลตฟอร์มเป็นจำนวนรวมมากกว่า 10.5 ล้านรายการจากผู้ขายมากกว่า 18,000 บัญชี ในจำนวนนี้เป็นผู้ขายจากไทยประมาณ 1,500 บัญชี

ที่มา: สคต. ณ กรุงมะนิลา (ส่วนที่ 2) รายงาน (May 20, 2021)

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ