

## อุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องประดับเกาหลีใต้

เกาหลีใต้เป็นประเทศหนึ่งที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในการดำเนินนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) จนทำให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตอย่างก้าวกระโดด อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเกาหลีใต้ ที่เห็นเด่นชัดและคนไทยรู้จักกันดีคือ อุตสาหกรรมบันเทิง ซึ่งใช้กลยุทธ์เผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีผ่านฉากละคร ภาพยนตร์ และเพลง ส่งผลให้เกิดกระแส K-Drama และ K-Pop ซึ่งมีได้โด่งดังแค่เพียงในเกาหลีใต้เท่านั้น แต่ยังได้รับความนิยมในต่างประเทศ โดยเฉพาะในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งส่งผลต่อเนื่องไปถึงอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า เครื่องประดับ อาหาร เครื่องสำอาง ไปจนถึงธุรกิจทัวร์เพื่อลดผลกระทบความงามก็ยังเฟื่องฟูตามไปด้วย



วง Girls' Generation เกิร์ลกรุ๊ปที่ดังทั่วโลก  
ภาพ: music.sanook.com

### อุตสาหกรรมแฟชั่นของเกาหลีใต้

อุตสาหกรรมแฟชั่นเกาหลีเป็น 1 ใน 10 อุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ อันเป็นผลจากกระแสความนิยมในละครซีรีส์และเพลงเกาหลี ทำให้ดารานักร้องเกาหลีมีบทบาทต่อวงการแฟชั่นทั้งในและต่างประเทศอย่างมาก อาทิ จีน ไต้หวัน ไทย กัมพูชา และเมียนมา บรรดาแฟนคลับต่างแต่งตัวตามต้นแบบที่ตนชื่นชอบ ทำให้สินค้าประเภทเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า และเครื่องประดับทั้งหญิงและชายสไตล์เกาหลีเป็นที่ต้องการในตลาดมากขึ้น

The Samsung Fashion Institute ได้ประมาณมูลค่าตลาดแฟชั่นของเกาหลีใต้ (ไม่รวมเครื่องประดับ) ในปี 2560 อยู่ที่ราว 34.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 3.3 โดยมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดของเสื้อผ้า รองลงมาเป็นรองเท้า และกระเป๋า ตามลำดับ

ทั้งนี้ อุตสาหกรรมแฟชั่นของเกาหลีใต้ส่วนใหญ่เป็น OBM (Original Brand Manufacturing) คือ การผลิตและออกแบบแบรนด์สินค้าของตนเอง อีกส่วนหนึ่งเป็นลักษณะ ODM (Original Design Manufacturing) คือ ออกแบบและผลิตสินค้าให้กับแบรนด์ของบริษัทอื่นๆ แต่มีไม่มากนัก

### กลยุทธ์การตลาดแฟชั่นเกาหลีใต้

รัฐบาลเกาหลีใต้มีส่วนสำคัญอย่างมากในความสำเร็จของอุตสาหกรรมแฟชั่น จนส่งผลให้เกาหลีใต้ก้าวขึ้นเป็นผู้นำแฟชั่นในอันดับต้นๆ ของโลก โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์จุดเด่นด้านเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมเกาหลี เพื่อวางแผนการตลาดร่วมกับทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบ และสนับสนุนนักออกแบบผ่านการฝึกอบรมและการจัดประกวดผลงานออกแบบ รวมทั้งใช้งบประมาณราวร้อยละ 1 ของงบประมาณภาครัฐทั้งหมดในการสนับสนุนอุตสาหกรรมแฟชั่น ผ่านการประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านวัฒนธรรม อาทิ จัดกิจกรรม “Seoul Fashion Week” ในกรุงโซลเพื่อผลักดันให้เมืองหลวงแห่งนี้เป็นศูนย์กลางแฟชั่นของเอเชีย การประชาสัมพันธ์ด้วยศิลปินดารานักแสดง นักร้องผ่านการ



Seoul Fashion Week Street Style  
ภาพ: W Magazine

โชว์ตัวในงานอีเวนต์ต่างๆ และการสร้างเขตแฟชั่นในเมือง Yeongjong เพื่อเป็นศูนย์กลางการออกแบบของประเทศ เป็นต้น

ส่วนผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นมักจะใช้กลยุทธ์แฝงการโฆษณาสินค้าผ่านละครซีรีส์ ทำให้แบรนด์เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เครื่องประดับที่นักแสดงสวมใส่ในละครเป็นสินค้าขายดี เช่น เสื้อผ้าแบรนด์ Celine และแอกเซสเซอริ์แบรนด์ Didier Dubot ที่ปรากฏในละคร My Love from the Star รวมทั้งสร้อยคอและต่างหูแบรนด์ J.Estina ที่ของเฮเคียวสวมใส่ในละครซีรีส์ Descendants of the Sun ต่างได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก รวมทั้งการโฆษณาสินค้าที่มีพระนางเป็นพิธีเซ็นเตอร์ในขณะที่ละครซีรีส์กำลังออกอากาศจะยิ่งกระตุ้นยอดขายให้กับสินค้านั้นอีกหลายเท่าตัว



เครื่องประดับแบรนด์ J.Estina

ภาพ: <http://www.sweetnara.com>

## อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเกาหลีใต้เป็นแบบครบวงจร ตั้งแต่การผลิตอัญมณี การปรับปรุงคุณภาพ ไปจนถึงการออกแบบและผลิตเครื่องประดับ ในส่วนการผลิตอัญมณีนั้นเกาหลีใต้สามารถผลิตพลอยเนื้ออ่อนอย่าง แอเมทิสต์ และคริสตัลควอตซ์ได้หลากหลายชนิด จากเหมืองผลิตพลอยเนื้ออ่อนที่กระจายอยู่ในหลายเมืองราว 50 เหมือง โดยแหล่งผลิตแอเมทิสต์ที่มีชื่อเสียงอยู่ในเมือง Eonyang ทั้งนี้ แอเมทิสต์ของเกาหลีใต้ขึ้นชื่อว่ามีคุณภาพมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก รัฐบาลจึงได้กำหนดให้เป็นพลอยประจำประเทศมาตั้งแต่ปี 2530 พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์แอเมทิสต์พ่วงกับภาคการท่องเที่ยวจนประสบความสำเร็จอย่างสูง ส่งผลให้เมืองแอเมทิสต์กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก และสินค้าเกี่ยวกับแอเมทิสต์ก็กลายเป็นของขวัญของฝากยอดนิยมของเหล่านักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวจีนและญี่ปุ่น

ส่วนอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับนั้นผลิตเครื่องประดับพลอยสี เครื่องประดับเพชร เครื่องประดับไข่มุก เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเงิน และเครื่องประดับแฟชั่น โดยธุรกิจขนาดกลางและเล็กเน้นใช้ฝีมือแรงงานเป็นส่วนใหญ่ ส่วนธุรกิจขนาดใหญ่ผลิตสินค้าโดยใช้เครื่องมือเครื่องจักรทันสมัยร่วมกับแรงงานมีฝีมือ และธุรกิจส่วนมากผลิตภายใต้แบรนด์ของตนเอง

## ภาวะตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ

ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับเกาหลีใต้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560 มีมูลค่าค้าปลีกเครื่องประดับสูงถึง 4.6 ล้านล้านวอน หรือราว 4.32 พันล้านเหรียญสหรัฐ เติบโตขึ้นร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยเครื่องประดับแท้เป็นสินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุดซึ่งถูกขับเคลื่อนด้วยกลุ่มคู่แข่งงาน ทั้งนี้ คู่แข่งงานนิยมชุดเครื่องประดับทองและแพลทินัมตกแต่งด้วยเพชร ซึ่งประกอบด้วยแหวน ต่างหู และสร้อยคอ ขณะที่ผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้ทั่วไปนิยมซื้อเครื่องประดับทอง 14 และ 18 กะรัต ทั้งที่ตกแต่งและไม่ตกแต่งอัญมณี ส่วนกลุ่มนักเรียน วัยรุ่น และหนุ่มสาววัยทำงานจะนิยมเครื่องประดับเทียมจำพวกที่เจาะเข้ากับร่างกายโดยเฉพาะหูกับจมูก แหวน สร้อยคอ และสร้อยข้อมือ ซึ่งในปี 2560 ยอดขายเครื่องประดับเทียมมีมูลค่า 403.35 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวได้ราวร้อยละ 2



ร้านค้าส่งเครื่องประดับย่านตลาดนัดเมฆน

ภาพ: [anyeongnoona.blogspot.com](http://anyeongnoona.blogspot.com)

ด้านช่องทางการจำหน่ายนั้น สินค้าแบรนด์หรูจะวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ส่วนสินค้านี้อาจวางจำหน่ายในร้านค้าปลีกเครื่องประดับ ซึ่งร้านค้าที่ได้รับความนิยมคือ Minigold และ Lloyd ซึ่งมีสาขามากที่สุดในเกาหลีใต้ และมีร้านค้าปลีกเครื่องประดับหรูตั้งอยู่ย่าน Gangnam, Cheongdam-dong และ Apgujeong ส่วนสินค้าที่ขายในราคาที่ผู้บริโภคทุกคนสามารถเข้าถึงได้ จะวางจำหน่ายในร้านค้าส่ง ซึ่งสินค้าจะมีคุณภาพปานกลางถึงต่ำ แต่มีดีไซน์ให้เลือกหลากหลายกว่าใน

ห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีก โดยร้านค้าส่งที่ได้รับความนิยมมากอยู่ที่ตึก The Gangnam Jewels & Gold Complex (ย่านกังนัม) The Samho Woojoo Jewelry Fashion Town (อยู่ในตลาดนัมแดมุน) และย่านถนนค้าส่งเครื่องประดับ Jongno อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันร้านค้าปลีกต่างๆ เริ่มหันมาค้าเครื่องประดับแท้และเทียมผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ส่งผลให้การค้าเครื่องประดับออนไลน์นี้มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น

เกาหลีใต้นับเป็นตัวอย่างที่ดีในการชูเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าให้แก่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จนสินค้าต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า เครื่องประดับ ละครซีรีส์ เพลง บริการศัลยกรรมความงาม และอาหารเกาหลี เป็นที่ยอมรับของคนทั่วโลก ซึ่งหน่วยงานไทยที่เกี่ยวข้องควรศึกษาโมเดลความสำเร็จของเกาหลี และนำมาปรับปรุงพัฒนาให้เหมาะสมกับประเทศไทย เนื่องจากไทยมีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์และมีศักยภาพการผลิตสินค้าต่างๆ อยู่แล้ว ภาครัฐจึงควรจัดสรรงบประมาณส่งเสริมผลักดันให้วัฒนธรรมไทยเผยแพร่ไปยังประเทศต่างๆ อย่างจริงจังมากขึ้น รวมถึงสร้างและพัฒนาบุคลากรให้เชี่ยวชาญในการผลิตสื่อและสินค้า เน้นการทำตลาดส่งออกวัฒนธรรมควบคู่ไปด้วย ตลอดจนประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าไทยผนวกกับการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ ในส่วนของผู้ประกอบการกิจการแฟชั่นและเครื่องประดับไทยซึ่งส่วนใหญ่เป็น SMEs แบบรับจ้างผลิต ก็อาจเริ่มด้วยการพัฒนาศักยภาพการผลิตให้ประหยัดต้นทุน และต่อยอดสู่การสร้างตราสินค้าเป็นของตนเอง รวมถึงอาจนำแนวคิดการทำตลาดโดยโฆษณาสินค้าผ่านทางดารานักร้อง หรือเน็ตไอดอล ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของคนรุ่นใหม่มาก และรุกตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น ก็อาจทำให้เกิดกระแสสินค้าไทยพีเวอร์ T-Fashion หรือ T-Jewelry ทั้งในตลาดไทยและตลาดโลกก็เป็นได้

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ  
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)  
มีนาคม 2561