

การท่องเที่ยวฮ่องกงเปิดตัวแบรนด์แคมเปญใหม่ “Best of All, It’s in Hong Kong” ในประเทศไทย



การท่องเที่ยวฮ่องกงเปิดตัวแบรนด์แคมเปญตัวใหม่ “Best of All, It’s in Hong Kong” ในประเทศไทย ชูประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีคุณภาพ ที่ฮ่องกงพร้อมนำเสนอเพื่อตอบโจทย์ความต้องการแก่นักท่องเที่ยวทั่วโลก

แคมเปญภาพยนตร์ทั้ง 4 เรื่อง นำแสดงโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงของฮ่องกง เผยภาพทิวทัศน์อันงดงามและวิถีกระแสไฟสุดตระการตาของมหานครแห่งเอเชีย พร้อมบอกเล่าสุดยอดมนต์เสน่ห์ของฮ่องกงในมุมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นอาหารรสเลิศ แฟชั่นและความบันเทิงอันทันสมัย ความสนุกสนานผจญภัยแบบยกครอบครัวทั้งบนบก บนน้ำ และบนฟ้า รวมไปถึงการท่องเที่ยวสัมผัสวัฒนธรรมชาติอันสดชื่นแปลกใหม่ ทั้งหมดนี้ได้รับการคัดสรรและแนะนำมาแล้วโดยคนฮ่องกงที่รู้จักจริง (ดูข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสารแนบ)

มร. ไช่มอน หว่อง ผู้อำนวยการประจำภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การท่องเที่ยวฮ่องกง กล่าวว่า “เราอยากให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้เห็น ได้สัมผัส และได้ลิ้มลองสิ่งที่ดีที่สุดของฮ่องกงด้วยสายตาของคนฮ่องกงผ่าน แบรินด์แคมเปญชุดนี้ ในภาพยนตร์แต่ละเรื่อง คนไทยจะได้สัมผัสกับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าทึ่งครบรส เสน่ห์ความแตกต่างเฉพาะตัว ความหลากหลายที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการ และสไตล์ที่มีเอกลักษณ์อันน่าหลงใหลของฮ่องกงไปพร้อม ๆ กัน แบรินด์แคมเปญใหม่นี้จะช่วยให้ฮ่องกงเป็นสุดยอดจุดหมายปลายทางในฝัน ที่จะเชื่อเชิญนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่และครอบครัว ให้เดินทางมาเยือนฮ่องกงกันมากขึ้น และเพลิดเพลินไปกับความเป็นฮ่องกงขนานแท้ที่เราภูมิใจนำเสนอ”

รักกิจ ควรรหาเวช ศิลปินสตรีทอาร์ต ร่วมแชร์แรงบันดาลใจจากประสบการณ์ศิลปะที่ฮ่องกง

รักกิจ ควรรหาเวช ศิลปินไทยผู้โด่งดังจากผลงานสตรีทอาร์ตสุดครีเอท และเป็นที่ยอมรับในเวทีศิลปะระดับนานาชาติ จากดีไซน์และรูปทรงเรขาคณิตที่มีเอกลักษณ์ เขาเป็นหนึ่งในศิลปินเพียงไม่กี่คนที่ได้รับเลือกให้เข้าร่วมในโครงการศิลปะ HKWalls ซึ่งจัดขึ้นในช่วงเดือนแห่งศิลปะของฮ่องกง เมื่อเดือนมีนาคม ปี 2558 ที่ผ่านมา

ในโครงการครั้งนั้น รักกิจได้รับโจทย์ให้เนรมิตพื้นที่ผนังกำแพงบนถนน Upper Station ในเขตเซ็งหว่าน อีกหนึ่งย่านฮิปและเทรนด์ดี้ของฮ่องกง ให้เป็นผลงานศิลปะรูปสุนัขจิ้งจอกทรงเรขาคณิตที่มีสีสันจัดจ้านสะดุดตา สร้างความแตกต่างให้กับมุมมองที่ดูเก่าแก่และเรียบง่ายแห่งนี้ ประวัติศาสตร์อันยาวนานของฮ่องกง ตลอดจนเสน่ห์ความ

แตกต่างกันหลากหลายและควมมีชีวิตชีวาของเมืองนี้ ช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้กับศิลปินรุ่นใหม่ ๆ ได้โชว์ผลงาน ศิลปะอันมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของพวกเขาอย่างเต็มที่

“ผมรู้สึกภูมิใจที่ได้ไปสร้างสรรค์ผลงานที่ฮ่องกงในฐานะศิลปินชาวไทย การไปฮ่องกงครั้งนั้นทำให้ผมพบว่า ฮ่องกง เป็นเมืองที่เต็มไปด้วยเพชรเม็ดงามซุกซ่อนอยู่ เหมือนกับสตรีทอาร์ต เมืองนี้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและแฝงด้วยรายละเอียดที่น่าสนใจ ทั้งเสน่ห์สีสันอันหลากหลายและประสบการณ์สนุก ๆ ไม่ช้าใครที่รอให้เราไปค้นพบ” รักกิจ กล่าว “ผมสนุกสนานเพลิดเพลินกับการไปเจอคาเฟ่ บาร์ ร้านอาหารฮิป ๆ หรือแม้กระทั่งอาร์ตแกลลอรี่ เล็ก ๆ ที่ซ่อนตัว อยู่ในที่ ๆ ผมเองก็นึกไม่ถึง จนรู้สึกเหมือนกับว่าได้ค้นพบความลับที่ศรัทธาใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา”

เขากล่าวเสริมด้วยว่า “มีผู้ชื่นชอบงานศิลปะอยู่มากมายในฮ่องกง นี่เป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้วงการศิลปะที่นั่นเติบโต และช่วยสร้างแรงบันดาลใจดี ๆ ให้กับงานศิลปะของผมด้วย”

คริสเตียน หยาง เซเลบริตี้เซฟชาวฮ่องกง ค้นพบแรงบันดาลใจผ่านรสชาติแห่งความอร่อย

คริสเตียน หยาง เซฟผู้รักและส่งเสริมวัฒนธรรมฮ่องกงตัวจริง ได้ใช้ความเชี่ยวชาญด้านศาสตร์การปรุงอาหารของเขา นำเสนอรสชาติอันโดดเด่นของฮ่องกงสู่ทุกซอกทั่วโลก และในฐานะที่เป็น “มหานครด้านอาหารระดับโลก” ฮ่องกง พร้อมเสิร์ฟความสุขด้วยหลากหลายเมนูอาหารรสเลิศจากทั่วโลกให้ทุกคนได้ลิ้มลอง

และการลิ้มรสอาหารแบบคนฮ่องกงแท้ ๆ สตรีทฟู้ดหรืออาหารริมทางเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาดด้วยประการทั้งปวง คนฮ่องกงชื่นชอบอาหารริมทางเป็นอย่างมาก ซึ่งหาชิมได้ทั่วไปตลอดแนวถนนที่คึกคักไปด้วยผู้คน หรือแม้แต่ในภัตตาคารร้านอาหารอันหรูหราก็ตาม

เซฟคริสเตียน กล่าวถึงการมีส่วนร่วมในแคมเปญภาพยนตร์เรื่องอาหารรสเลิศว่า “ผมภูมิใจมากที่ได้มีส่วนร่วมในแบรนด์แคมเปญตัวใหม่ของฮ่องกง ซึ่งผมเชื่อว่า จะดึงดูดให้คนไทยเดินทางมาสัมผัสรสชาติอาหารอันแตกต่างกันหลากหลายในฮ่องกงได้ไม่ยาก โดยเฉพาะเมนูอาหารสุดหรูที่ได้แรงบันดาลใจมาจากสตรีทฟู้ด เซฟท้องถิ่นหลายต่อหลายคนได้ร่วมกันผสมผสานเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นสู่การรังสรรค์อาหารชั้นเลิศ เช่น การเพิ่มทาร์ตไข่หรือเนื้อเค็มแบบดั้งเดิมลงไป ในเมนูอาหารจานหรูสัญชาติฝรั่งเศส ผมเชื่อว่าคนไทยจะชอบลิ้มลองอาหารริมทางเหล่านี้เหมือนกับที่คนฮ่องกงอย่างเราชอบ และรู้สึกตื่นเต้นใจที่ได้เห็นสตรีทฟู้ดเหล่านี้สร้างแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ให้กับวงการอาหารชั้นสูงของฮ่องกง”

ไอเดียสุดสร้างสรรค์ในการปรุงอาหารเป็นสิ่งที่คริสเตียนให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง และการเปิดตัวแบรนด์การท่องเที่ยวฮ่องกงโฉมใหม่นี้ได้สร้างแรงบันดาลใจให้คริสเตียนรังสรรค์เมนูขนมหวานสไตล์ไทย-ฮ่องกงขึ้นมาเป็นพิเศษ เพื่อแขกทุกท่านที่มาร่วมงานโดยเฉพาะ โดยตั้งชื่อเมนูหวาน ๆ จานนี้ว่า “โทสต์มะม่วงกะทิ ไทย-กง” (Thai-Kong Cocomangotoasto) ซึ่งทำจากมะม่วง กะทิสากู และส้มโอที่เสิร์ฟในสไตล์พานา คอตต้า พร้อมเฟรนช์โทสต์สไตล์ฮ่องกง ราดด้วยซอสบัตเตอร์สก็อตช์รสชาเย็นของไทย

แนวโน้มและเทรนด์การท่องเที่ยวของคนไทย

ประเทศไทยถือเป็นตลาดสำคัญของฮ่องกง ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่มาเยือนฮ่องกงราวครึ่งล้านคนในแต่ละปี จากข้อมูลเดือนพฤศจิกายน ปี 2559 ที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มจำนวนมากขึ้นในอัตราส่วนเลข 2 หลัก แสดงให้เห็นว่าฮ่องกงยังเป็นจุดหมายการเดินทางยอดนิยมสำหรับคนไทย โดยเฉพาะผู้ที่นิยมการไปไหว้พระ เข้าชมสวนสนุกและธีมปาร์ค ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจต่างๆ นอกจากนี้ยังรวมถึงคนที่ชอบช้อปปิ้ง แวะชิลตามร้านคาเฟ่ ไปจนถึงเที่ยวสำรวจตามเกาะน้อยใหญ่รอบฮ่องกง และเดินชมเขาเพื่อเพลิดเพลินกับวิวทิวทัศน์ที่สวยงามของฮ่องกงด้วย