

# คาแรคเตอร์ไทยงาน STYLE 2018 สุดปัง เจรจา ธุรกิจ สร้างมูลค่ากว่า 33 ล้านบาท



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ จัดโครงการส่งเสริมการตลาด Characters Licensing ในงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์รูปแบบใหม่ “STYLE 2018” ขนผู้ประกอบการคาแรคเตอร์ไทย 9 ราย เจรจาการค้าสร้างมูลค่ากว่า 33 ล้านบาท

นางจันทิรา ยิมเรวัต วิวัฒน์รัตน์ อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เปิดเผยถึงผลการเจรจาการค้าระหว่างผู้ประกอบการที่มีลิขสิทธิ์คาแรคเตอร์เป็นของตนเองกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอื่นๆ เมื่อวันที่ 19 – 21 เมษายน 2561 ที่ผ่านมา ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา กรุงเทพฯ โดยสนับสนุนผู้ประกอบการด้านคาแรคเตอร์ไทยเข้าร่วมงานจำนวน 9 ราย ได้แก่ บริษัท ทูสปอต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด , บริษัท เอ็นเทอร์ดีค จำกัด , บริษัท สวีท ซัมเมอร์ จำกัด , บริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด , บริษัท เดอะมั้งค์ สตูดิโอ จำกัด , บริษัท ไอจีเอ จำกัด , บริษัท โดโมแกรม สตูดิโอ จำกัด , บริษัท เอ็กซ์ฮาบิชั่น จำกัด และ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ยักษ์เล็ก มีเดีย และเชิญผู้บริหารกิจการและแบรนด์สินค้าชั้นนำของไทย อาทิ โรงพยาบาลพระราม 9 , บริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) , บริษัท ฟู้ดแลนด์ ซุปเปอร์มาร์เก็ต จำกัด , บริษัท ออริจิน พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) , บริษัท อีสออน เอ็นเทอร์ไพรส์ จำกัด , บริษัท คิวพี (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท สถาพร มาเก็ตติ้ง จำกัด เข้ามาเจรจาการค้ากับผู้ประกอบการด้านคาแรคเตอร์ เกิดการจับคู่เจรจาธุรกิจรวมจำนวน 93 คู่ สร้างมูลค่าทางธุรกิจไม่ต่ำกว่า 33 ล้านบาท

ผลการเจรจาการค้าโดยภาพรวมประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่างๆสนใจติดต่อซื้อลิขสิทธิ์ตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ต่างๆ ไปใช้ในการจัดทำการตลาดโปรโมชันต่างๆร่วมกับสินค้าแบรนด์ของตน อีกทั้งยังให้ความสนใจในการใช้บริการด้านการออกแบบคาแรคเตอร์ใหม่ให้กับสินค้า ตลอดจนบริการด้านการออกแบบสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ

โดยหลังจากนี้ กรมฯ มีแผนส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจคาแรคเตอร์อย่างต่อเนื่อง อาทิ ในเดือนพฤษภาคมในงาน Top Thai Brands 2018 ณ ประเทศเวียดนาม, เดือนมิถุนายน ในงาน Bangkok International Digital Content Festival (BIDC) 2018 เป็นต้น เชื่อมั่นว่า ผู้ประกอบการไทย มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบคาแรคเตอร์ที่หลากหลายและโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ หากแต่ต้องสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถขยายสู่ตลาดใหม่ๆ ในระดับนานาชาติได้