

องค์การสภาพัฒนาการค้าฮ่องกง (HKTDC) เตรียม จัด 8 งานแสดงสินค้าสุดยอดยิ่งใหญ่ ตลอดเดือน เมษายนและพฤษภาคม 2018 พร้อมเปิดตัวแอปพลิเคชัน 'Exhibition Online' ผู้ซื้อผู้ขายติดต่อกันโดย ไร้ข้อจำกัดด้านเวลา



นายปีเตอร์ หว่อง ผู้อำนวยการประจำภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้ องค์การสภาพัฒนาการค้าฮ่องกง (Hong Kong Trade Development Council หรือ HKTDC) กล่าวว่า กำหนดจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ ทั้งหมด 8 งาน โดยจะเกี่ยวกับงานจัดแสดงอุปกรณ์ที่ให้แสงสว่าง อิเล็กทรอนิกส์ ไอซีที เครื่องใช้ในครัวเรือน สิ่งทอและของตกแต่งบ้าน ของขวัญและของขวัญ การพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงอุตสาหกรรมทางการแพทย์ ซึ่งจะจัดขึ้นที่ฮ่องกงในเดือนเมษายนและพฤษภาคมที่จะถึงนี้ เช่น Hong Kong International Lighting Fair (Spring Edition), Hong Kong Electronics Fair (Spring Edition), International ICT Expo, Hong Kong Houseware Fair เป็นต้น

ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมา HKTDC ได้จัดงานแสดงสินค้ากว่า 30 งาน โดยมีผู้ร่วมแสดงสินค้ามากกว่า 39,000 ราย จาก 90 ประเทศ และมีผู้ซื้อกว่า 740,000 จาก 200 ประเทศ ในหลากหลายภูมิภาค ซึ่งในจำนวนดังกล่าว มีกลุ่มผู้เข้าร่วมงาน 600 รายและผู้ซื้อกว่า 8,600 มาจากประเทศไทย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการไทยมีความสนใจและเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจผ่านงานแสดงสินค้า ที่จัดโดยองค์การสภาพัฒนาการค้าฮ่องกง

นอกจากนี้ ในปี 2560 ประเทศไทยถือเป็นคู่ค้าที่มีมูลค่าทางการค้าสูงสุดอันดับ 8 ของฮ่องกง โดยมีมูลค่าการค้ารวม 18.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 10.1% จากปีก่อนหน้า ซึ่งในขณะเดียวกันประเทศไทยก็เป็นตลาดส่งออกสินค้าประเภทต่าง ๆ ของฮ่องกงเป็นอันดับ 11 โดยมีมูลค่าการส่งออกรวม 6.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ และเป็นแหล่งนำเข้าที่ใหญ่ที่สุดอันดับที่ 9 ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้า 11.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ

“นอกจากการจัดงานแสดงสินค้าที่เป็นการส่งเสริมการค้าขายระหว่างประเทศแล้ว ล่าสุดในปีนี้ HKTDC ได้เพิ่มศักยภาพการติดต่อสื่อสารยิ่งขึ้น นอกเหนือไปจากเว็บไซต์ของการจัดงานแสดงสินค้า ด้วยการเปิดตัวแอปพลิเคชันแพลตฟอร์ม 'Exhibition Online' โดยเริ่มเปิดตัวไปพร้อมๆกับงาน Hong Kong Toys & Games and Baby Products fairs เป็นงานแรกเมื่อต้นปี 2561 ที่ผ่านมา ซึ่งนับเป็นนวัตกรรมที่ไม่ใช่เพียงแค่อัพเดทข้อมูลงานจัด

แสดงสินค้า หรือใช้หาข้อมูลสินค้าเท่านั้น แต่จะช่วยกระตุ้นและอำนวยความสะดวกให้ผู้สนใจสินค้าได้เจรจาทางธุรกิจระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อทั่วโลกได้ตรงโดยไม่มีข้อจำกัดของเวลา ในขณะที่เดียวกันผู้ซื้อก็สามารถค้นหาสินค้าตามความต้องการ จากเว็บไซต์ที่ตรงกับความต้องการ ซึ่งเป็นการขยายแพลตฟอร์มการแสดงผลสินค้าผ่านโลกออนไลน์ที่ทันสมัย ด้วยการกระตุ้นให้ผู้ผลิต หรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ได้เพิ่มช่องทางการโปรโมทหรือกระตุ้นการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบ online-to-offline (O2O) ที่ไม่มีข้อจำกัดในการติดต่อสื่อสารกันเฉพาะภายในงานแสดงสินค้าเพียงเท่านั้น” นายปีเตอร์ ห่วง กล่าวในตอนท้าย