

Pet Fair Asia ครั้งที่ 20 ปิดฉากลงอย่างสวยงาม ด้วยสเกลงานที่ยิ่งใหญ่กว่าเดิม



งานแสดงสินค้าเพื่อคนรักสัตว์เลี้ยง Pet Fair Asia ครั้งที่ 20 ได้เปิดฉากขึ้นที่ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ Shanghai New International Expo Centre เมื่อวันที่ 24-27 สิงหาคมที่ผ่านมา โดยใช้พื้นที่จัดงานไป 8 ฮอลล์ (100,000 ตารางเมตร) และมีผู้มาร่วมจัดแสดงมากถึง 950 ราย งานครั้งนี้นับเป็นมิติใหม่ของเข้าถึงตลาดที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งเปิดโอกาสให้บรรดาบรรดามีอาชีพในวงการได้เข้าถึงงานแสดงสินค้าเพื่อสัตว์เลี้ยงที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย

<https://photos.prnasia.com/prnvar/20170914/1940963-1>

สำหรับปีนี้ผู้มาร่วมงานมากถึง 33,275 คน (เพิ่มขึ้น 24.05% จากปี 2559) รวมถึงชาวต่างชาติ 3,864 คน (เพิ่มขึ้น 11.29%) โดย 81.7% ของผู้มาร่วมงานระบุว่า พวกเขาตั้งใจที่จะมาซื้อสินค้าภายในงาน ขณะที่ 95.8% เปิดเผยว่า พวกเขาอยากจะทำอาชีพเทรนด์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ งานมหกรรมครั้งนี้ได้รับความสนใจอย่างท่วมท้นจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมต้นน้ำ ตลอดจนบรรดาผู้ผลิต แบรินต์ ตัวแทนจำหน่าย ผู้ให้บริการ และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ โดยห่วงโซ่อุปทานที่มีการขยายตัวให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นภายในงาน Pet Fair Asia นี้ ได้เปิดทางให้เกิดการติดต่อทางธุรกิจในแนวตั้ง ตั้งแต่วัตถุดิบ เครื่องจักร และผู้ใช้งานปลายทาง ในแบบที่ไม่เคยมีมาก่อน

ภายในงานยังสามารถพบเห็นแบรนด์สินค้าระดับสากลจำนวนมาก ทั้งจากบูธของตัวแทนจำหน่าย บูธของบริษัท หรือพาววิลเลี่ยนของผู้ผลิตจากจีน โดยขนาดที่กว้างใหญ่และการแข่งขันในตลาดอันดุเดือดของประเทศจีน ได้ทำให้บรรดาแบรนด์เหล่านั้นต้องเร่งหาตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศเพิ่มขึ้น และในขณะเดียวกันก็เริ่มสื่อสารโดยตรงกับลูกค้าชาวต่างชาติที่มายเยี่ยมชมงานซึ่งมีจำนวนมากขึ้นได้อีกด้วย นอกจากนี้ มหกรรมในปีนี่ยังมีผู้ซื้อจากเอเชียเพิ่มขึ้น (เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย) ขณะที่ลูกค้าจากตลาดเกิดใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เวียดนาม ฟิลิปปินส์ อิหร่าน และซาอุดีอาระเบีย ต่างก็ขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน

ด้านบริษัทสัญชาติจีนก็เติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด ทั้งในแง่ของการสร้างแบรนด์และการทำธุรกิจเชิงภูมิศาสตร์ โดย 77.6% ของผู้จัดแสดงสินค้ากล่าวว่า พวกเขาทำธุรกิจอยู่ทั้งในประเทศจีนและต่างประเทศ ขณะที่ 13.2% เปิดเผยว่า พวกเขาทำธุรกิจภายนอกประเทศเพียงอย่างเดียว ส่วนอีก 9.2% จับตลาดในจีนเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ บรรดาผู้ส่งออกที่ทำธุรกิจในแบบรูปดั้งเดิมต่างก็พยายามพลิกโฉมโมเดลธุรกิจของตัวเองเพิ่มยอดขายภายในประเทศ ขณะ

ที่แบรนด์ใหม่ๆ ก็ได้เปิดตัวขึ้นมากมายและมีงบประมาณด้านการตลาดที่โดดเด่น ยกตัวอย่างเช่น การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่าง “Frog Brand” ที่ใช้เงินไปมากถึง 500,000 ยูโร ภายในระยะเวลาเพียงแค่ 4 วัน

นอกจากการจัดแสดงสินค้าแล้ว งานนี้ยังจะประกอบไปด้วยอีเวนท์ใหญ่ๆ อีกมากมาย ได้แก่ 7th International Pet Industry Summit , 6th Petfood Forum China , 4th Annual Meeting for Pet Hospital Management , 10th Shanghai Veterinary Conference และ 2nd Seminar on Pet and Aquarium Retail Convergence อีกทั้งยังมีการจัดกิจกรรมจำนวนมากภายในพื้นที่จัดงาน ไม่ว่าจะเป็นไลฟ์ทีวี โซเชียลมีเดียและแมว รวมถึงการแข่งขันสัตว์เลี้ยงแสนน่ารัก

ส่วนในปี 2561 นั้น มหกรรม Pet Fair Asia จะจัดร่วมกับงาน Aquarama ซึ่งเป็นมหกรรมแสดงสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์จัดตู้ปลาและสวนขวด, ปลาสวยงามและสัตว์เลี้ยงเลี้ยงคลาน รวมถึงอุปกรณ์ทำสวนและบ่อน้ำ โดยทั้ง 2 มหกรรมนี้จะมีผู้มาร่วมจัดแสดงงานรวมกันทั้งสิ้น 1,400 ราย และถูกจัดบนพื้นที่จัดแสดงที่ใหญ่ที่สุดเป็นประวัติการณ์กว่า 125,000 ตารางเมตร (10 ฮอลล์) ซึ่งคาดว่าจะมีผู้ประกอบการ 40,000 ราย รวมถึงลูกค้าอีก 110,000 คนมาร่วมชมงานในครั้งนี้

มหกรรม Pet Fair Asia 2018

วันที่ 22-26 สิงหาคม 2561 ณ ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ Shanghai New International Expo Centre
www.petfairasia.com

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20170914/1940963-1>