

นิวส์มอนิเตอร์

TACC คว่ำลิขสิทธิ์ “Bellygom” หมี่สีชมพูชื่อ ตั้งแดนกิมจิ ต่อยอดธุรกิจ License ฐานสร้าง ยอดขายปี 67

วันที่ 20 พฤศจิกายน 2566 - 11:05 น.



TACC คว่ำลิขสิทธิ์ตัวแทน “Bellygom” หมี่สีชมพูชื่อดังจากเกาหลีใต้ พร้อมจัดงานเปิดตัวแนะนำคาแรคเตอร์ สดใส-ซี้
แก๊ง-ซ่าส์ ครั้งแรกในไทย ยาวถึงกลางมกราคม ปีหน้า สยาม ดิสคัฟเวอรี หวังขึ้นแท่นขวัญใจใหม่ของชาวไทย สร้างฐานยอดขาย
ธุรกิจ License ปี 67



นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า บริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์เป็นตัวแทนดูแลลิขสิทธิ์และทำตลาดในประเทศไทยสำหรับ “Bellygom” (เบลลี่กอม) คาแรคเตอร์หมีสีชมพูชื่อดังจากเกาหลีใต้ ของบริษัทในเครือ Lotte

“Bellygom เป็นคาแรคเตอร์ตัวแรกจากเกาหลีใต้ที่ TACC ได้ร่วมงานด้วย จุดเด่นของ Bellygom คือคอนเซ็ปต์คาแรคเตอร์เป็นหมีสีชมพูที่น่ารัก สดใส ขี้แกล้ง และขี้เล่น เพื่อสร้างความสุขและรอยยิ้ม ซึ่งที่ผ่านมาผู้พัฒนาเป็นบริษัทในเครือของ Lotte ได้มีการโปรโมทและทำกิจกรรมอีเว้นท์ต่างๆ มากมาย รวมถึงผลิตสินค้า Bellygom ออกมาอย่างต่อเนื่อง และได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าทั้งชายและหญิงในช่วงอายุ 18-35 ปี เป็นอย่างมาก” นายชัชชวี กล่าว

“Bellygom” เป็นหมีสีชมพูที่โด่งดังมาจาก Youtube ตั้งแต่ปี 2561 มียอดวิวมากกว่า 200 ล้านครั้ง และมีผู้ติดตามมากกว่า 1.4 ล้านราย ในแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่างๆ และปัจจุบันตลาดคาแรคเตอร์จากเกาหลีกำลังมาแรงและเป็นที่ยอมรับจากนานาชาติ เนื่องจากวัฒนธรรมเกาหลีและกระแสความนิยม ไม่ว่าจะเป็นศิลปินเกาหลี K-Pop ชีรีส์ต่างๆ (Korean Wave) ทำให้อุตสาหกรรมคาแรคเตอร์จากเกาหลีมีการเติบโตอย่างมาก และกำลังเป็นที่ดึงดูดในตลาดโลก

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เปิดตัวคาแรคเตอร์ใหม่ “Bellygom” ในงาน Bellygom Loves Thailand, Sustainable Living X’mas Tree 2023 งานใหญ่ครั้งแรกในไทย ระหว่างวันที่ 17 พฤศจิกายน 2566 – 14 มกราคม 2567 ที่ Siam Discovery ซึ่งสร้างสรรค์ด้วยพลาสติกกรีไซเคิลประเภท HDPE ขวดพลาสติกพูน โดยจะมีการตกแต่งบรรยากาศด้วยคาแรคเตอร์ “Bellygom” และวางโชว์ที่งานและสามารถซื้อสินค้าที่ Loft ชั้น 2 Siam Discovery เพื่อโปรโมท “Bellygom” ให้เป็นที่รู้จักในประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีในช่วงเทศกาลส่งท้ายปี

“เบื้องต้น TACC มีสัญญาดูแลลิขสิทธิ์ “Bellygom” ในประเทศไทยเป็นระยะเวลา 4 ปี ซึ่งนับจากนี้จะเดินหน้าสร้าง “Bellygom” ให้เป็นที่รู้จักของคนในประเทศไทยมากขึ้น หลังจาก “Bellygom” ประสบความสำเร็จอย่างมากในประเทศเกาหลี และคาดว่าคาแรคเตอร์ที่น่ารักและโดดเด่นนี้จะช่วยยอดการสร้างรายได้ธุรกิจคาแรคเตอร์ที่ดีที่สุดให้กับ TACC และเป็นฐานในการสร้างยอดขายในปี 2567 ให้เติบโตอย่างต่อเนื่องตามเป้าหมายที่วางไว้” นายชัชชวี กล่าว