



โอเชียนกลาส เปิดคอลเล็กชั่นใหม่ 'ลูคาริส'

หากจะพูดถึง “ไวน์” สิ่งหนึ่งที่ผู้รักการดื่มมักถึง คือ “รสชาติ” แต่รู้หรือไม่ว่า การดื่มไวน์รสชาติดีนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับขั้นตอนในการผลิตหรือการจัดเก็บเพียงอย่างเดียว อรรถรสของการดื่มไวน์ที่มีรสชาติดีเยี่ยมขึ้นอยู่กับ “แก้ว” ที่เราใช้ดื่มด้วย

ซึ่งหากเลือกแก้วไวน์ผิดประเภทแล้วอาจทำให้สูญเสียกลิ่นหอมๆ ของไวน์ หรือรสชาติดั้งเดิมไวน์เปลี่ยนไปได้เช่นกัน โอเชียนกลาส ผู้ผลิตเครื่องแก้วไวน์แบรนด์ ลูคาริส (Lucaris) เล็งเห็นความสำคัญดังกล่าวจึงได้พัฒนาสินค้าเพื่อตอบโจทย์ตลาดต่อเนื่อง

“กิริติ อัสสกุล” กรรมการผู้จัดการ บมจ. โอเชียนกลาส บอกว่า ด้วยความสำคัญองแก้วบริษัทยังคงเดินหน้าพัฒนาสินค้าแก้วไวน์ใหม่ต่อเนื่องเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ของการดื่มไวน์ให้สุนทรีย์ยิ่งขึ้น ล่าสุดบริษัทได้ร่วมมือกับสมาคมซอมเมอลิเยร์ฮ่องกง พัฒนาแก้วไวน์คริสตัล ลูคาริส คอลเล็กชั่นใหม่ “ดีชายเออร์” (Desire) โดยใช้นวัตกรรม “แอร์ลูเมย์” (Aerlumer) ออกแบบเส้นโค้งเว้าบริเวณก้นแก้วเพื่อเราให้ไวน์เผยตัวตน รสชาติและกลิ่นหอมเข้ายวนใจออกมาอย่างเด่นชัด ทั้งนี้แบรนด์ ลูคาริส ปัจจุบันติดอันดับ 1 ใน 3 ในแง่ของการรับรู้ถึงแบรนด์แก้วคริสตัล ระดับพรีเมียม โดยกลุ่มเป้าหมายของแก้วไวน์คอลเล็กชั่นนี้ยังคงเป็นผู้รักไวน์ที่ต้องการประสบการณ์ที่สุนทรีย์ยิ่งขึ้น ซึ่งมีทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ

ทั้งนี้หลังจากเปิดตัวผลิตภัณฑ์ที่ประเทศไทยแล้วบริษัทมีแผนแนะนำผลิตภัณฑ์ชุดใหม่ในประเทศต่างๆ อาทิ ฮ่องกง สิงคโปร์ จีน อินเดีย และมาเลเซีย รวมทั้งยังมีกลุ่มโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารชั้นนำอีกด้วย โดยบริษัทตั้งเป้าการจำหน่ายในตลาดทั่วโลกประมาณ 10 ล้านใบภายใน 10 ปีจากมียอดขายทั้งในเอเชียอเมริกา

และยุโรปอยู่ที่ร้อยละ 50 และบริษัทคาดว่าแก้วไวน์ลูคาร์ิสคอลเล็กชั่นใหม่ จะช่วยเพิ่มยอดขายโดยรวมของผลิตภัณฑ์กลุ่มแก้วคริสตัลปีนี้เติบโตมากกว่าร้อยละ 20

ด้านผู้เล่นในตลาดแก้วไวน์หลักๆจะเป็นผู้ผลิตหลักจะมาจากยุโรป เยอรมนี ออสเตรีย อิตาลี ตุรกี และจีน ด้านตลาดแก้วไวน์ในไทยคาดว่าจะอยู่ที่ประมาณ 420,000ใบ โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 10

สำหรับเป้าหมายยอดขายรวมบริษัทปีนี้คาดว่าจะเติบโตได้ร้อยละ 10 จากปี 2557 มียอดขายที่ 2,000 ล้านบาทเติบโตในอัตราร้อยละ 5 จากปี 2556 แบ่งเป็นสัดส่วนยอดขายที่มาจากตลาดต่างประเทศร้อยละ 65-70 และตลาดในประเทศร้อยละ 25-30 ซึ่งบริษัทจะมุ่งทำตลาดในประเทศที่มีศักยภาพและโอกาสการเติบโตสูง