

in | winter 2006-7  
ga | winter - sea

www.ttistradeinfo.com

TTIS

# Textile

DIGEST

Vol. 13 No. 139 November 2005

The first textile trade magazine in Thailand

Development  
group of  
who share  
of enhancing  
in designing,  
marketing  
ale.

directions  
o Massarente  
xtille Consultancy  
T<sup>3</sup> offers a  
three themes  
Winter 2006-7:  
Sea and

will need  
tensile  
the  
mc  
F

TTIS PUBLICATION  
ISSN 08587310  
9 770858 731005

## Making New Lines BIFF & BIL 05

Knitting Industry Situation

Visit Metro Spinning Ayuthaya Co., Ltd.

Thai Tex Trend

Autumn/Winter 06-07

donegal

**After Party T<sup>3</sup>**

กรมส่งเสริมการส่งออก จัดงานเลี้ยง After Party สำหรับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ T<sup>3</sup> และโครงการพัฒนาผ้าผืนไทย ณ ร้าน Spring Summer restaurant สุขุมวิท 39 วันที่ 29 กันยายน 2548



1



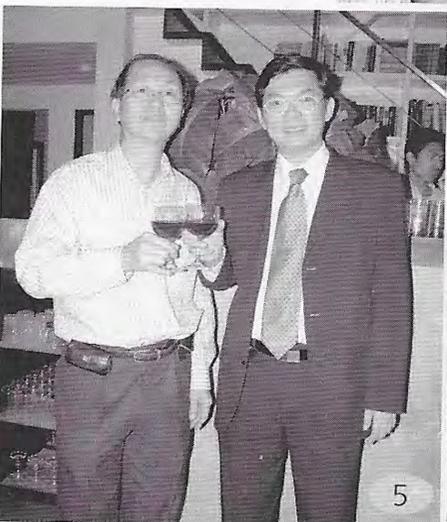
2



3



4



5



6



7

- 1. คุณจันทรา บุรณฤกษ์ อธิบดีกรมส่งเสริมการส่งออก เปิดไวน์ฉลองความสำเร็จ
- 2. คุณนวรรตน์ บุญรัตนกรกิจ The Natural Thai Silk
- 3. คุณจตุพร วัฒนสุวรรณ ผอ. กอง 3 สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก
- 4. คุณอภิศักดิ์ - คุณพงษ์ศักดิ์ อัสสกุล Bangkok Weaving Mills
- 5. (จากซ้าย) คุณทองอยู่ ฟองรานนท์ บจก. จงพัฒนา คุณสุธรรม เหล่ากิจพาณิชย์ บมจ. ธนุลักษณ์
- 6. (ขวา) Mr.Marcello Massarente ผู้เชี่ยวชาญจากอิตาลี ที่ปรึกษาโครงการ
- 7. (จากซ้าย) คุณสมชาย ทรงศักดิ์เดชา กรรมการที่ปรึกษา บมจ. ธนุลักษณ์ คุณสุวรรณชัย โลหะวัฒนกุล เจ้าของแบรนด์ Intro

**นิทรรศการ Christian Lacroix "Dialogues!"**



1



2



3

สถานเอกอัครราชทูตฝรั่งเศส ประจำประเทศไทย ร่วมกับ มูลนิธิ เจมส์ เอช ดับเบิลยู ทอมป์สัน แกลลงข่าวการจัดนิทรรศการแสดงผลงานการออกแบบเสื้อผ้าของคริสเตียน ลาคัวร์ นักออกแบบเสื้อผ้าชื่อดังระดับโลกชาวฝรั่งเศส ร่วมแสดงกับงานศิลปะของศิลปินร่วมสมัย 15 ราย ภายใต้ชื่อโครงการ "คริสเตียน ลาคัวร์ ศิลป์สื่อศิลป์" (Christian Lacroix Dialogues!) ที่จะจัดขึ้นระหว่าง 20 ตุลาคม 2548-5 มกราคม 2549 ที่

ศูนย์แสดงศิลปะ บ้านจิม ทอมป์สัน งาน แกลลงข่าวจัดขึ้นต้นเดือนตุลาคม

- 1. (จากซ้าย) Ms. Aruna Adiceam, Mr. Pierre Colombier จากสถานทูตฝรั่งเศส H.M. Laurent Aublin เอกอัครราชทูตฝรั่งเศส ประจำประเทศไทย คุณเจน บุรณนนท์ ที่ปรึกษามูลนิธิจิม ทอมป์สัน และคุณศักดิ์ชัย กาย บรรณาธิการบริหารนิตยสาร Lips ผู้ให้ความร่วมมือ ในการจัดงาน
- 2. (ขวา) คุณสุวดี นุ้ยพันธวงศ์ กรรมการผู้จัดการ PP Mode Co., Ltd.
- 3. เสื้อผ้าแฟชั่นชั้นสูงฝีมือคริสเตียน ลาคัวร์

# Making New Lines

## พลิกโฉมผ้าฝ้ายไทยในมาตรฐานสากล

ชนิดา ศักดิ์ศิริสัมพันธ์

งาน BIFF&BIL'05 ปฏิรูปวงการผ้าฝ้ายไทย กลุ่ม T<sup>3</sup> พัฒนาผ้าสร้างคอลเลคชั่นใหม่  
รับเทรนด์โลก และยังนำผ้าม่อฮ่อมมาปฏิวัติเป็นงานแฮนด์เมดจนโดนใจชาวต่างชาติ



ชุดที่ออกแบบตามเทรนด์ ภายใน T<sup>3</sup> Pavillion

ภายใต้การแนะนำของผู้เชี่ยวชาญชาว  
อิตาเลียนโดย **Mitor Textile Consultancy  
Services** ได้สร้างมิติใหม่ให้กับวงการผ้าไทย  
ทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของผ้าที่มีความ  
หลากหลายมากขึ้น จากผ้าไหมที่เคยดูแล  
รักษายากพัฒนาเป็นผ้าไหมที่สามารถซักมือ  
มีความนิ่มและไม่ยับ ผลิตโดยบริษัท Green-  
ville Trading ส่วนผ้าไหมของบริษัท The Natural  
Silk นั้น สามารถสร้างเท็กซ์เจอร์บนผ้าโดยการ

นำเส้นไหมผสมกับคอตตอน รวมทั้งผ้าไหม  
ทอมือจากบริษัท Modern Art International  
ที่ฝีมือขึ้นหิ้งเทียบชั้นต่างชาติได้

นอกจากนี้ยังมีผ้าคอตตอนคุณภาพ  
เยี่ยมที่อิงฟังก์ชันการใช้งานของบริษัท จง  
พัฒนา จำกัด ผ้าที่มีนวัตกรรมในการตกแต่ง  
สำเร็จจากขั้นตอนการพิมพ์และย้อมของ  
บริษัท Bangkok Weaving Mills ผ้าพันท์ที่ไม่  
ผ่านการย้อมของบริษัท United Textile Mills

และไฮไลท์ในงานนี้ผู้เชี่ยวชาญ Mr.  
**Marcello Masserente** ได้พัฒนาผ้าม่อฮ่อม  
เนรมิตโฉมใหม่ให้กลายเป็นสินค้ามีราคาแพง  
ในภาพลักษณ์ของไทยเดนิมที่มัดใจชาวต่าง  
ชาติอยู่หมัด ด้านกรมส่งเสริมการส่งออก  
เจ้าของโครงการพัฒนาผ้าฝ้ายไทยสู่ตลาดโลก  
เตรียมพร้อมบุกยุโรปเพื่อปรับม่อฮ่อมให้เป็น  
สินค้าไฮเอนด์



คุณปริญญา จิระนารักษ์  
Managing Director  
บริษัท Modern Art International

“งานนี้ทำให้เราตรวจสอบ  
ผลตอบรับของตลาด  
ว่ายอมรับงานของเราได้  
อย่างน้อยแค่ไหน  
เป็นการทดสอบสินค้าและ  
ทำให้เราพัฒนาสินค้าได้ดี”

ใหม่อีกชิ้นหนึ่งคือการนำผ้าไหมมาข้อมและ  
ตกแต่งสำเร็จทำให้ผ้าไหมมีความนุ่มพริ้ว  
สบาย ไม่ดูเป็นทางการหรือแลดูหยาบมาก  
เกินไป สามารถใส่ได้ทั้งวันตั้งแต่ทำงานไป  
จนถึงงานกลางคืน โดยอาจจะเพิ่มเติม  
เครื่องประดับตกแต่งให้เหมาะสมกับงาน

“การออกงานแฟร์เป็นจุดที่สามารถเปิด  
ตัวเองได้ เพราะเป็นศูนย์รวมที่จะทำให้เรา  
ได้ลูกค้าใหม่ๆ ที่มาหาสินค้าที่เขาต้องการ  
ซึ่งทางนูเราลูกค้าเข้ามาตลอดเวลา ทำให้  
เราได้ประยุกต์งานให้ตรงกับความต้องการ  
ของลูกค้าควบคู่ไปกับการสร้างความมั่นใจ”  
คุณนวรรณ์ กล่าว

## Finding the right tracks for T<sup>3</sup>

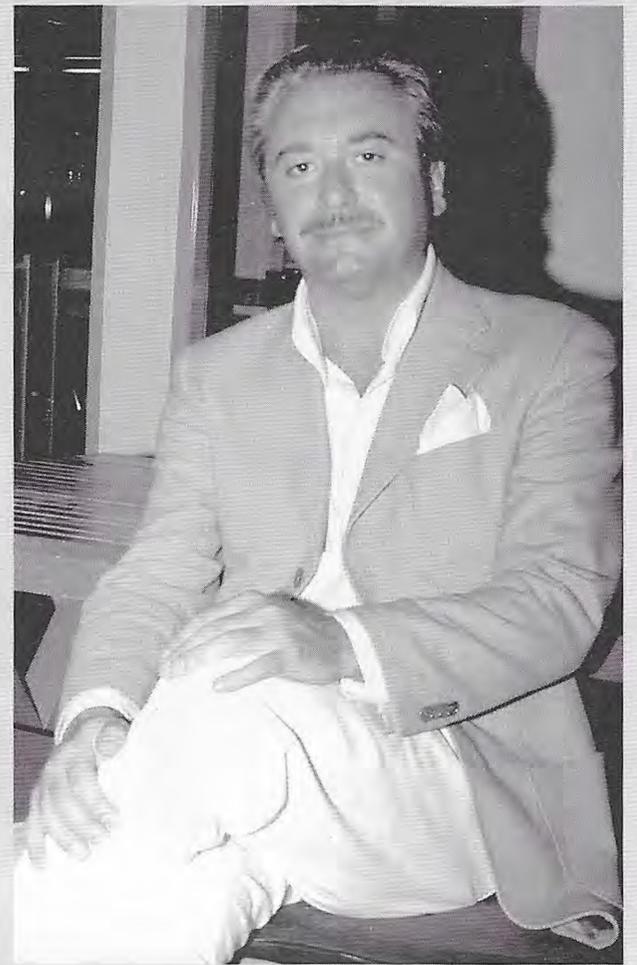
Thai Tex Trend (T<sup>3</sup>) project performs under the artistic directions of Mr. Marcello Masserente from Mitor Textile Consultancy Services. He shares an extensive source of inspiration to Textile Digest to interview about T<sup>3</sup> project which he creates and cooperates with the Department of Export Promotion (DEP) in BIFF 2005. The optimistic from his point of view is not only T<sup>3</sup> but also Thai Textile industry and the future growth potential.

- Q.** Please clarify how you developed fashion trends for T<sup>3</sup>.
- A.** Five years ago we started grouping companies according to different kinds of products. Now 15 members of T<sup>3</sup> companies are moving in the same direction. After improving quality & design capabilities, we coordinated product offerings and made joint proposals for each collection. T<sup>3</sup> companies are now ready to go on the market.

Using updated information, our group of 12 experts is responsible for all the technical and design services. Knowing 6-12 months before hand what will be the next fashion trends for all the yarns and each target customer, we can transfer the right trend to each company.

Working with 20 colors, we recommend the right color for the right product for each company - but all the companies will follow the same concept. One shirt maker is applying suitable mix & match with the same color of plain fabric or stripes. If we do polyester in one color, we don't do the same color in silk ladies wear. By coordinating silk with cotton that goes well with men, or polyester/ polyester viscose, we achieve a total look is very attractive.

- Q.** What's about the marketing aspect of T<sup>3</sup>?
- A.** The garment market is divided into men's wear, ladies' wear, and 2-3 groups of children's wear - not one unified market. Each segment has different product targets, price targets, etc.



Mr. Marcello Masserente  
CEO, Mitor Textile Consultancy Services

Instead of developing new products to shown at international exhibitions and then waiting for customers to come, T<sup>3</sup> member companies make use of our expertise to define the right target. After that, Mitor Consulting also helps them to find the right customer. T<sup>3</sup> companies will not need any aggressive marketing action - they only have to attend trade exhibitions.

Many buying offices are coming here and ordering such and such products. Now we want to do our own proposal but as a big group. We can offer very new products in many ways - casual wear, sportswear, city wear, women's and ladies' wear.

- Q.** How do you apply value added to T<sup>3</sup>'s product development?
- A.** The only way to compete with China is by upgrading products and the customer level. We must work - to create new products and design, as well as service capabilities and market connections.

To do this, we have to start by upgrading of production and design know-how, finishing, tinting, dyeing and finishing

fabric protection etc. It's not just printing new designs but knowing how to do this and that. T<sup>3</sup> members are now very close to European production.

**Q.** Do you think Thai textile industry has the growth potential?

**A.** Lacking market perception, China just focuses on mass production - selling thousand meters and container load of everything at very cheap prices. As Thai production costs are more expensive, we can't compete at the same level, even with new machinery. Thailand's future growth potential depends on upgrading products as well as the customer level.

**Q.** Could you comment on the strengths and weaknesses of Thai textile industry?

**A.** Strong point would be T<sup>3</sup>'s cluster process. This current trend in the garment industry and OEM enable us to offer more customer services. However, cluster members have to meet existing as well as future quality standards. In other words, they have to do the right improvement at the right time.

Thai producers tend to make all kinds of products so they have to push the market. Real marketing means finding the right agent who can sell your products. In Europe, agents play a very important part because major retailers can be approached only through agents.

### About T<sup>3</sup>

Thai Tex Trend (T<sup>3</sup>), a Thai Textile Development Project, is a group of manufacturers who share the same goal of enhancing their capacity in designing, producing and marketing on a global scale. Thai Tex Trend (T<sup>3</sup>) project is organized by the Department of Export Promotion (DEP) of the Ministry of Commerce, under the Royal Thai Government and Participated by fifteen Thai textile companies. **T**



คุณธีรภาพ เอี้ยวพิทยากุล  
กรรมการผู้จัดการ  
บริษัท จงพัฒนา จำกัด

### ความต่างจากผ้าไหมทอมือ

ผ้าไหมของ บริษัท Modern Art International มีที่มาจากผ้าทอมือ จากผ้าทอมือที่มีความแข็งแกร่งต่าง ได้รับการพัฒนาในขั้นตอนตกแต่งสำเร็จจนได้ผ้าที่นุ่มนวลขึ้น

**คุณปริญญา จิระนารักษ์ Managing Director** กล่าวว่า ภายหลังจากร่วมโครงการทำให้ได้ผ้าที่มีการตกแต่งสำเร็จที่นุ่มขึ้น โดยที่โครงสร้างผ้ายังคงเดิมแต่มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องการใช้งานที่นำไปใช้ได้ทั้งงานกลางวันและกลางคืน ไฮไลท์ของสินค้าเป็นไหมแก้ว ผ้าไหมแฟนท์ ผ้าทอมือ ผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งมีความต่างจากสินค้าโอท็อป (OTOP) ตรงที่มีการปรับให้เข้ากับเทรนด์ มีความเป็นสากลในเรื่องของการออกแบบลายผ้า เนื้อผ้าที่นุ่ม สีสันตรงกับฤดูกาลในต่างประเทศ ขณะเดียวกันก็มีผ้าที่ต้องการความเนียบไว้เพื่อรองรับตลาดในประเทศที่ยังมีความต้องการผ้าไหมที่คงไว้ซึ่งความหรรษาสง่างาม

คุณปริญญาให้ความเห็นว่า “งานนี้ทำให้เราตรวจสอบผลตอบรับของตลาดว่ายอมรับงานของเราได้มากน้อยแค่ไหน เป็นการทดสอบสินค้าและทำให้เราพัฒนาสินค้าได้ดีขึ้นเพราะความต้องการของตลาดเปลี่ยนไปตลอดเวลา เราต้องผลิตให้ตรงกับความต้องการในเวลานั้น นับเป็นการพัฒนาหลายๆ ด้านในเวลาเดียวกัน”

“บริษัทที่มาออกงาน  
จะต้องมีจุดยืนที่ชัดเจน  
นำเสนอสินค้าใหม่ที่มีการพัฒนา  
จะทำให้มีผลตอบรับที่ดี”

### ผ้าคอตตอนคุณภาพเยี่ยม

บริษัท จงพัฒนา จำกัด นำเสนอผ้าที่มีความหลากหลายโดยได้รับการปรับให้เป็นหมวดหมู่และนำไปตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปในชุดทำงานและชุดลำลองทั้งผู้หญิงและผู้ชาย

ผ้าที่เป็นไฮไลท์ของงานนี้มีทั้งกลุ่มที่เป็นผ้าฝ้าย 100% จากฝ้ายชั้นดีแบบเส้นด้ายเดี่ยวที่เป็น comfort yarn สวมใส่สบาย อีกกลุ่มหนึ่งเป็นเส้นด้ายทาบสอง ผ้าตัวนี้เป็นสินค้าอัพเกรดขึ้นไปอีกสำหรับคอตตอนสินค้าใหม่อีกกลุ่มหนึ่งคือ ผ้าที่มีความยืดในตัวโดยไม่ต้องใช้สแปนเดกซ์ ส่วนสินค้าที่น่าสนใจคือผ้าที่มีคลิปลายในตัวและผ้าที่กำลังอินเทรนด์ในการนำฟังก์ชันใช้งานเข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ผ้าที่มีคุณสมบัติระบายเหงื่อได้เร็ว ซึ่งปัจจุบันผ้าจะมีแนวโน้มให้เป็นแบบ mix trend ทำให้ผ้ามีคุณสมบัติพิเศษมากขึ้น นอกจากเด่นเรื่องคุณภาพแล้วทางบริษัทยังเน้นการบริการที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ตรงกับประเภทสินค้าได้อีกด้วย

**คุณธีรภาพ เอี้ยวพิทยากุล กรรมการผู้จัดการ** กล่าวว่า “ส่วนใหญ่ลูกค้าจะรู้จักเราอยู่แล้ว แต่การมาที่นี้เราได้ภาพรวมใหญ่ทำให้เรามีโอกาสพรีเซนต์กับลูกค้ากลุ่มใหม่ซึ่งอาจไม่ใช่ลูกค้าประจำ เรามีโอกาสได้พบลูกค้าหลากหลายทั้งในและนอกประเทศ บริษัทที่มาออกงานจะต้องมีจุดยืนที่ชัดเจน นำเสนอสินค้าใหม่ที่มีการพัฒนา จะทำให้มีผลตอบรับที่ดี”

# Good opportunity to the global market

**Mr. Moreno Petrulli** works as a representative from marketing division in **Mitor Consultancy Services**. He explains how his company mix & match in different products and fabrics for T<sup>3</sup> Thai Brand projects, Thai clusters and Morhom projects which enhance him to see new opportunities to Thailand market.

**“Thai fashion industry has a good opportunity to go to the global market. Some divisions of our company are ready to sign agreements with Thai producers but you have to understand the kind of services that are needed today.”**

Visiting Thailand during the recent BIFF 2005 exhibition, Moreno Petrulli has already found new opportunities for western markets. He is also very optimistic about finding some new representatives and alternatives to China sourcing. Moreno is in charge of fabric sourcing for his company, Mitor Textile Consulting Services, but he is also interested in finalizing the garment here in Thailand for export to Italy and other EU countries.

Highly impressed by the wide range of interesting garments displayed at the BIFF fashion show, Moreno commended the fair organizer for allocating exhibition space to talented young designers. His company is especially interested in the denim group (Morhom project), but many factors including prices, quality, and fabric hand will have to be carefully appraised. As one type of fabric can make 25 garments, the company also looks for opportunities to make mix and match different products and fabrics.

“Our company is not one single identity - each division needs different products that reflect different needs and cultures. The standard that one division needs is not the same as Marlborough’s standard. Different standards imply different prices so suppliers have to be very flexible. They must also understand each customer type and specific requirements of each line. Thai fashion industry has a good opportunity to go to the global market. Some divisions of our company are ready to sign agreements with Thai producers but you have to understand the kind of services that are needed today. US and European markets differ not only in terms of color and style but also service, quality and atmosphere.”

The Thai Cluster philosophy is very interesting as it connects garment makers directly with fabric manufacturers. As a result,



**Mr. Moreno Petrulli**  
*Marketing division, Mitor Consultancy Services*

T<sup>3</sup> can offer a wide range of fabrics that can be mixed and matched for different product lines. One company may order fabrics for 2 different lines but for one line will require only mechanical finishing or brushing while the other line will require enzyme finishing to give a different feeling and touch. The cluster arrangement also eliminates hassles in sourcing raw materials separately from different suppliers.

“We are always looking to find garment produced with high quality fabrics. Thai denim (Morhom) visions are very high - not basic things. Today, the difference in denims is done in the garment, not the fabric. Garment treatment, dyeing and coloring are therefore the kind of value-added services that we need. This is why we are looking at service capabilities when we approve companies.”

“We always try to make a difference - not only for color but also touch and fabric finishing. It is very important to characterize the fabrics hence suppliers have to be very flexible. It is very interesting to see the cooperation between fabric and garments which can be seen in T<sup>3</sup>, Thai Brand projects, Thai clusters and Morhom projects and finally go to the international market, Moreno noted. **T**

# ไซรส์ผ้าจากเทรนด์

## THAI TEX TREND

### Autumn/Winter 2006-7

ชนิดา ศักดิ์ศิริสัมพันธ์

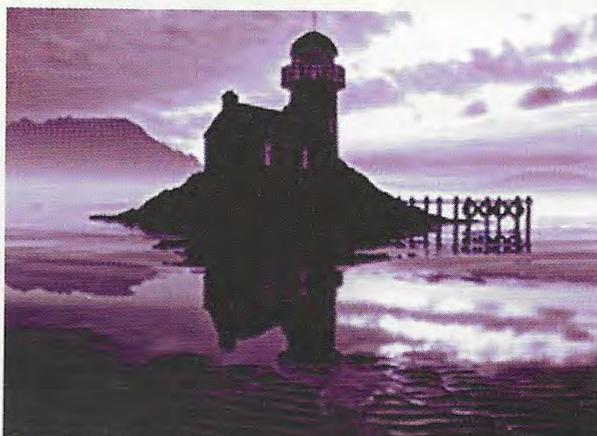
Mr. Alberto Incanuti ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นจากอิตาลีได้แนะนำถึงการอ่านเทรนด์ในแต่ละธีมควบคู่กับกุญแจไซรส์เพื่อการนำไปใช้สร้างสรรค์ลายผ้า สำหรับฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว 2006-2007



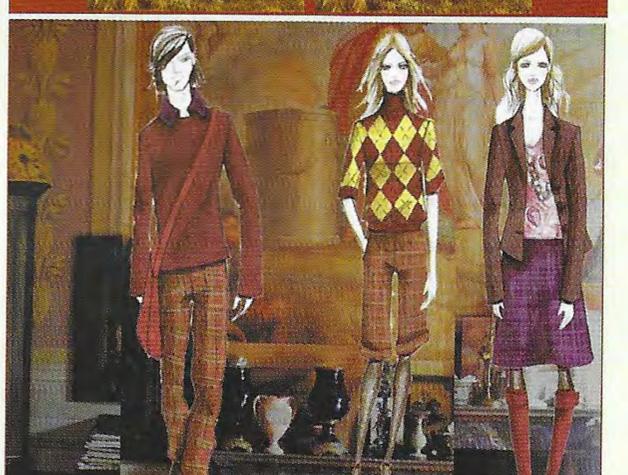
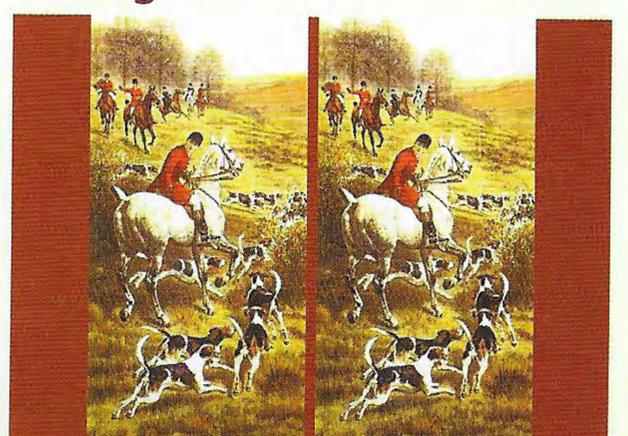
#### Taiga



#### Winter Sea



#### Donegal



เทรนด์เป็นสิ่งที่นักออกแบบขาดไม่ได้ไม่ว่าจะในอุตสาหกรรมเส้นด้าย ผ้าฝ้าย และการ์เมนต์ซึ่งเป็นหัวใจหลักในการคิดแต่ละคอลเลคชั่น ปัญหาที่มักจะพบคือการตีความเทรนด์ตามโจทย์ที่ได้รับมา จากการบรรยาย

พิเศษเรื่อง Fashion & Textile Trend for Autumn/Winter 2006-2007 by Mitor ในหัวข้อ "Forecast of Colors, Textiles, Design, Lines & Moods for Collection Autumn/Winter 2006-2007" บรรยายโดย Mr. Alberto Incanuti ผู้เชี่ยวชาญด้าน

แฟชั่นจากอิตาลีได้กล่าวถึง Theme ที่ได้กำหนดเทรนด์ในการออกแบบไว้ 3 ธีม พร้อมกับการตีความในแต่ละธีม ที่สามารถแตกไอเดีย นำไปใช้ได้จริงในแต่ละสายงาน ได้แก่ Taiga, Winter Sea, และ Donegal