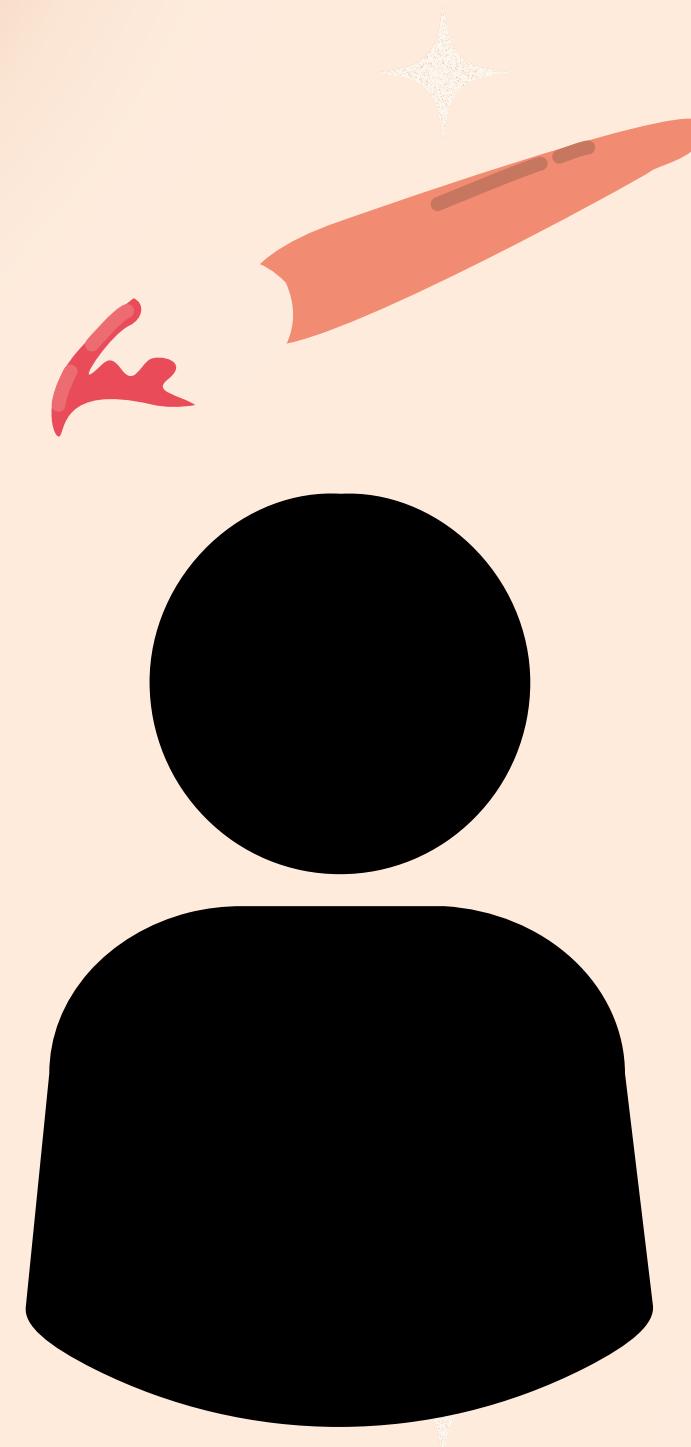


อาร์ตโค.ไทย



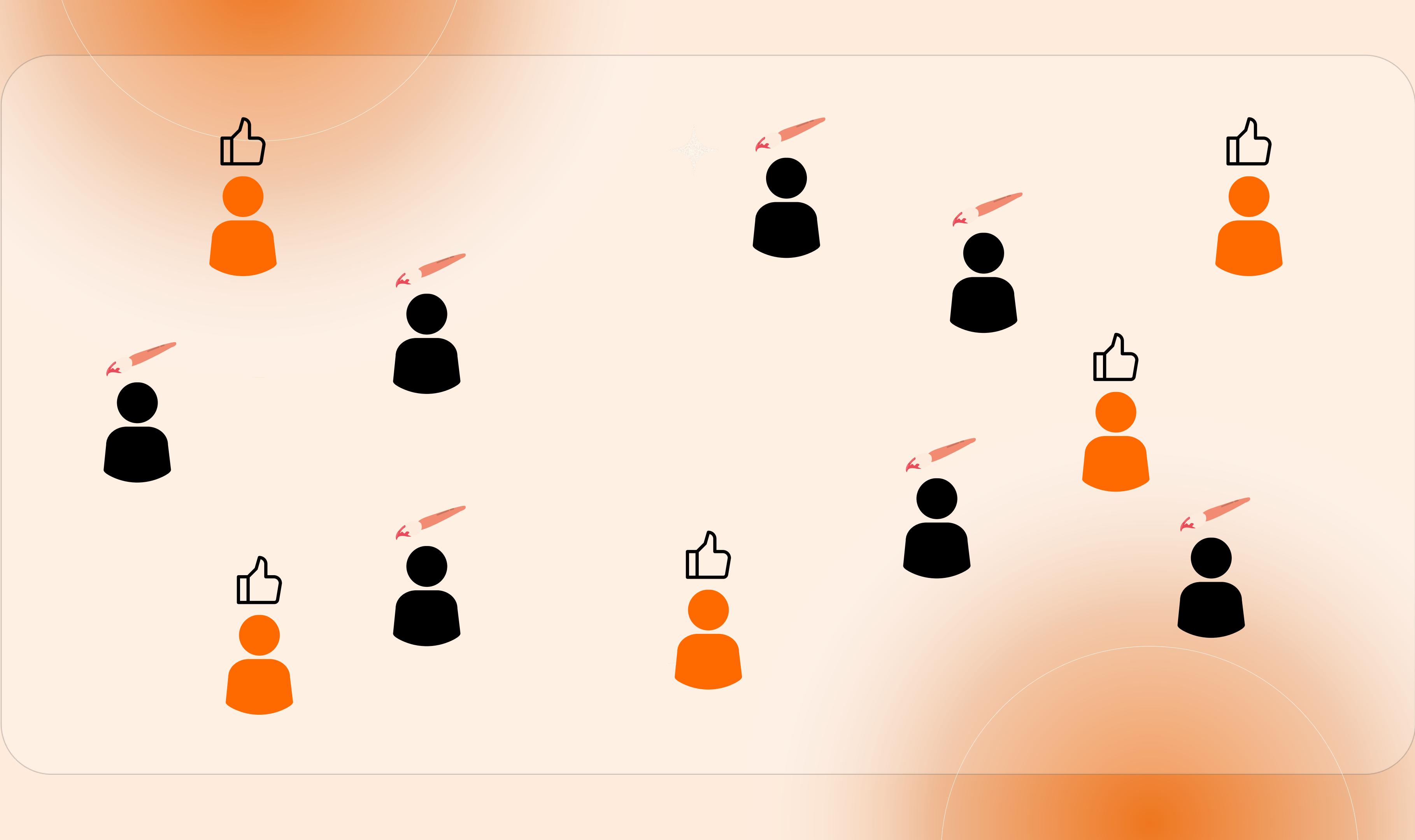
“เพราะศิลป์บนทุกคนต่างมีแสงเดพะตัวที่ไม่เหมือนใคร”

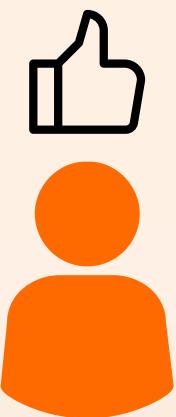
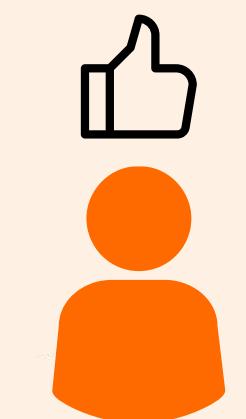
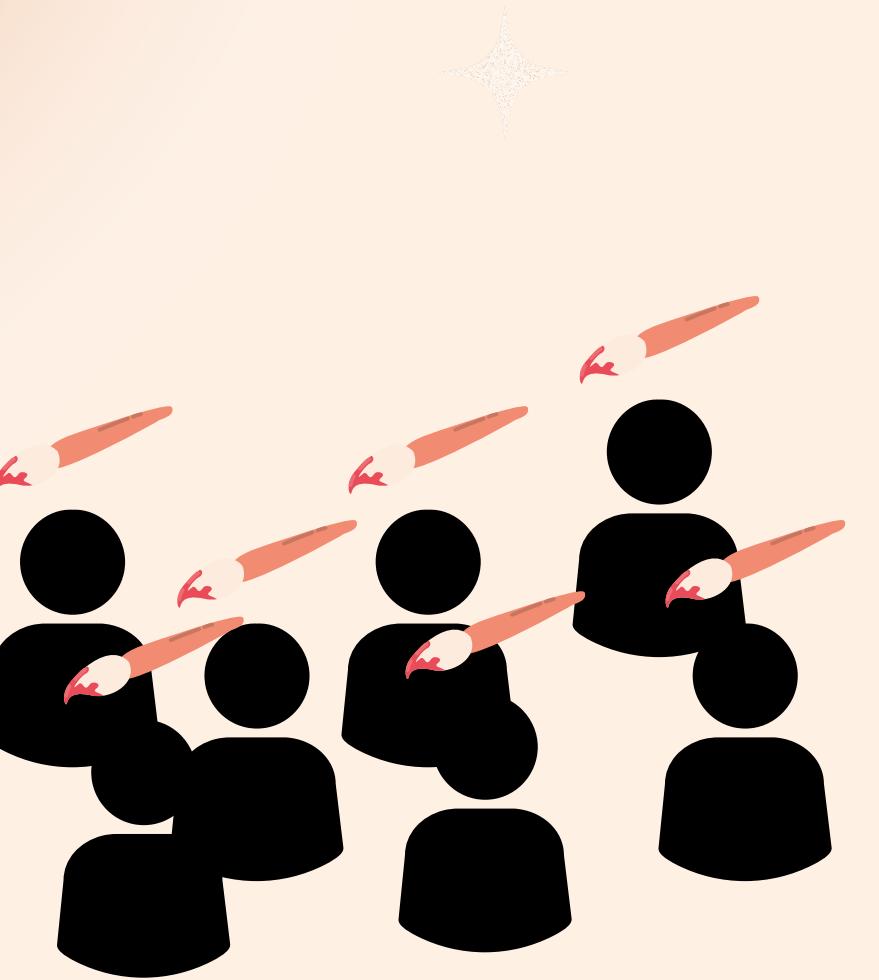


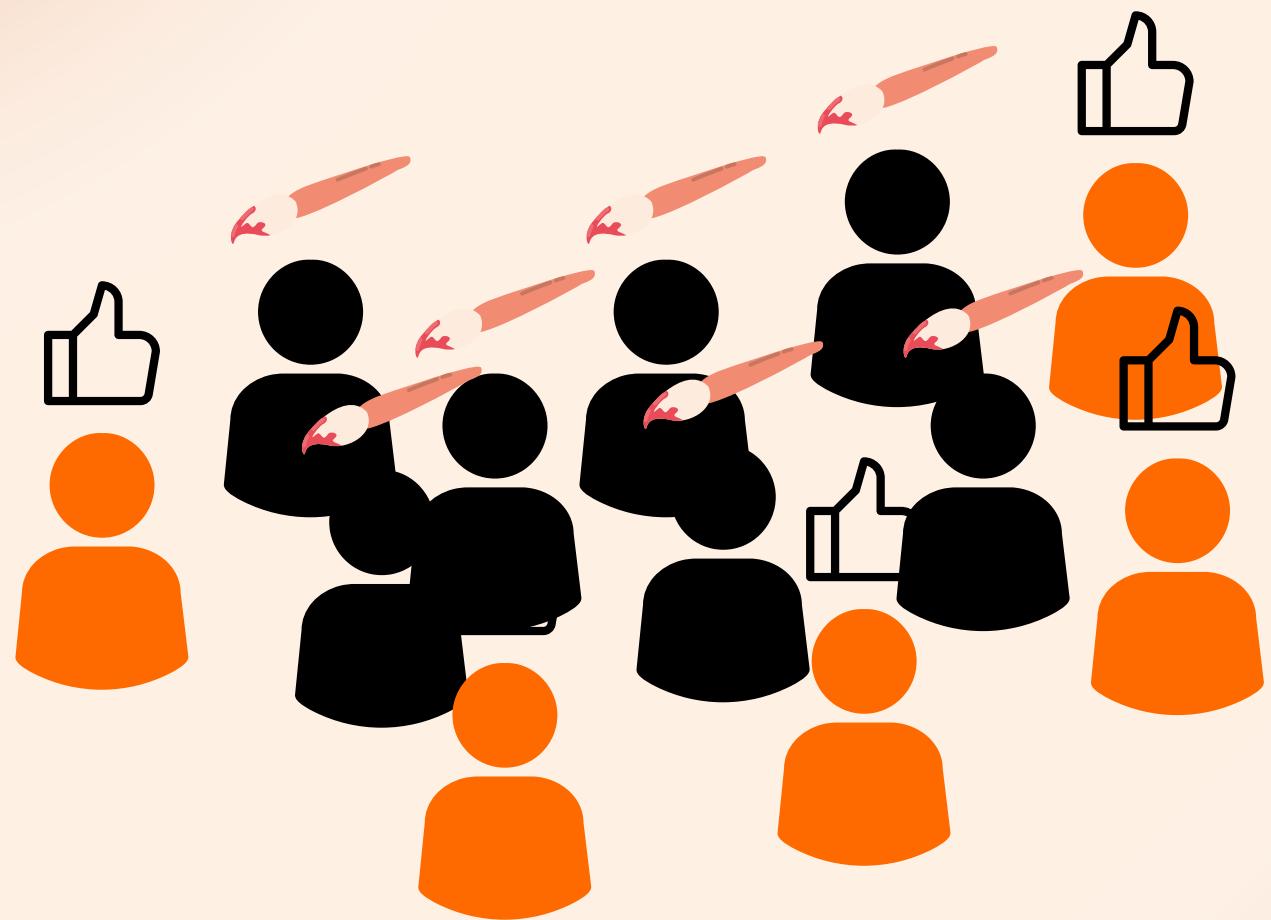
กลับมาอีกครั้ง! ตามเสียงเรียกร้องของแฟนอาร์ตทอยไทย “Hong Kong Art Toy Story 2025” โซว 5 พิกเกอร์ยักษ์จุดเช็คอินสุดอิต!

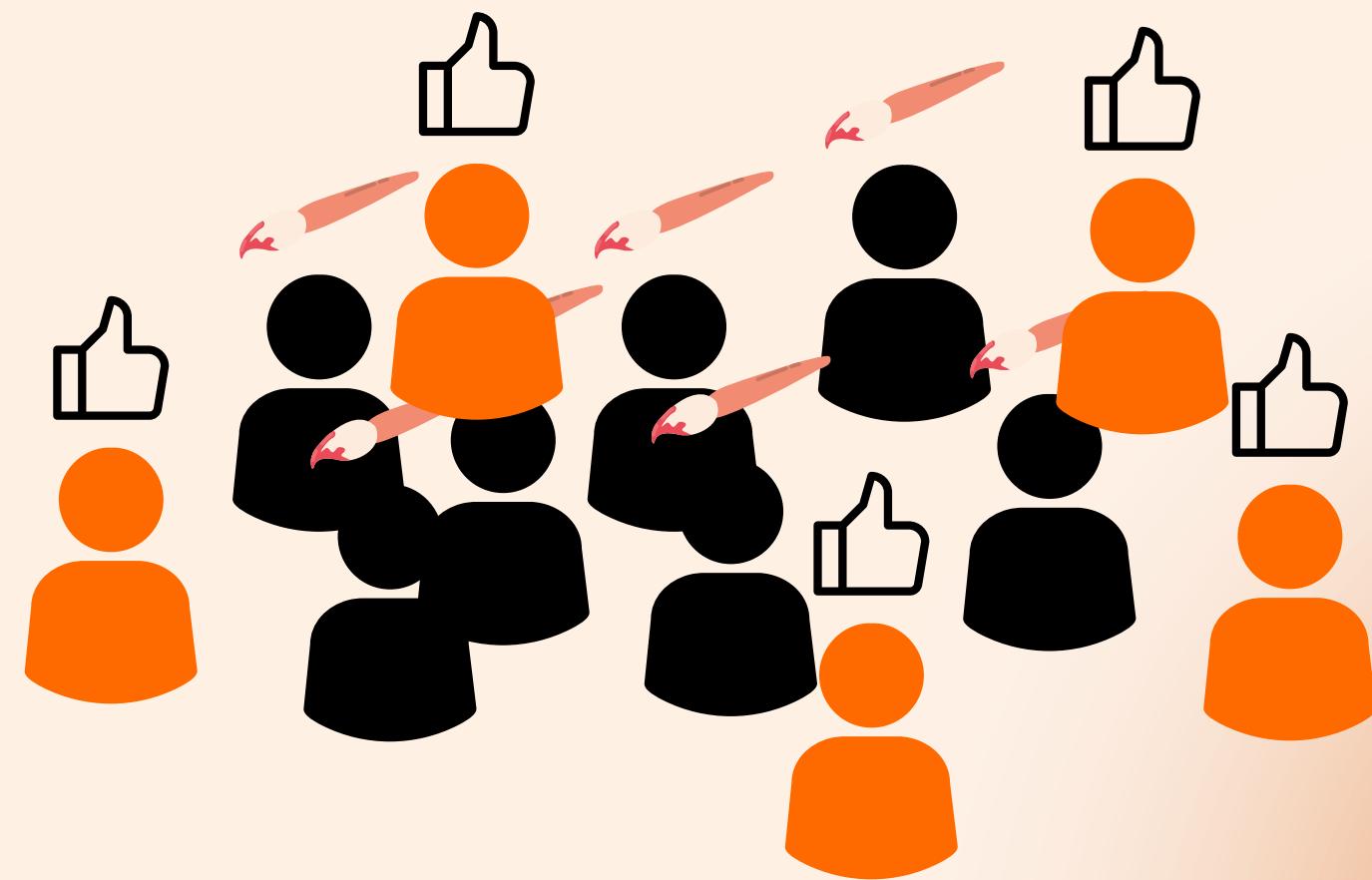
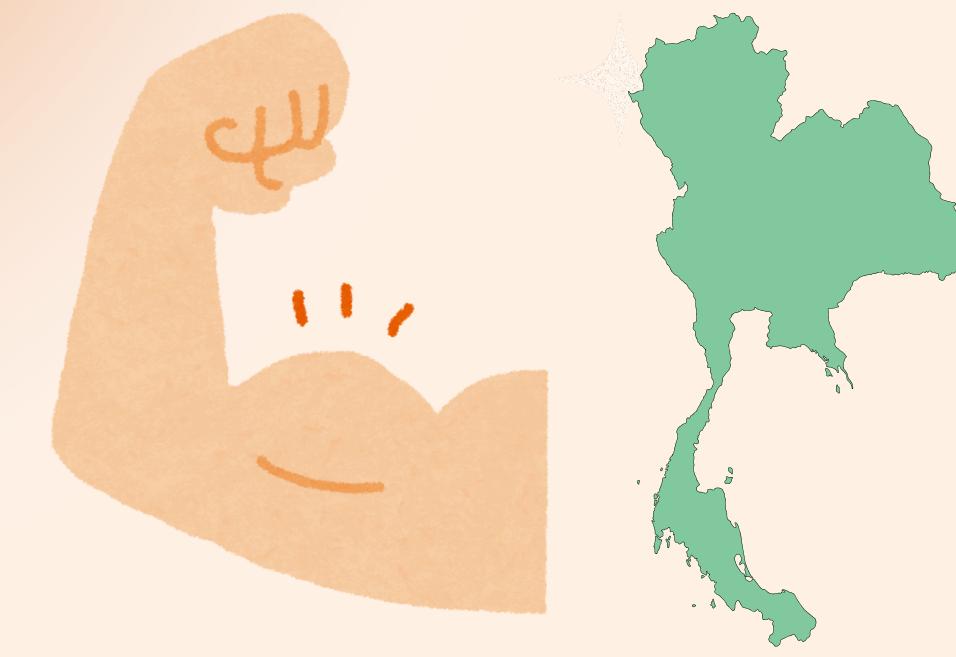
กลับมาอีกครั้ง! ตามเสียงเรียกร้องของแฟนอาร์ตทอยไทย “Hong Kong Art Toy Story 2025” โซว 5 พิกเกอร์ยักษ์จุดเช็คอินสุดอิต! พร้อมสัมผัสเรื่องเล่าผ่านอาร์ตทอย จาก 20 ศิลปินชื่อดัง ทุลังสร้างสรรค์ความปังกลมทลายของศิลปินอาร์ตทอยชื่อดัง...

Thai PR / Apr 4









# Persona

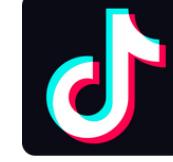


นิล 22 ปี - นักศึกษา ปี 4 อาร์ตติสติสโซลาร์  
รายได้ : 10,000–15,000 บ./เดือน

- ชอบทำงานศิลปะ ชอบคุยกับพูดคุย
- อยากสื่อสารกับผู้คน มีรายได้จากการสร้างผลงาน
- ตัวเองยังไม่เป็นที่รู้จัก ไม่มีความรู้เรื่องธุรกิจ
- Facebook Group, Instagram, TikTok

แรงจูงใจ : การได้เจอกับคนที่มีความชอบเดียวกัน

# Competitors

Website/App	การเพิ่มคุณค่างานศิลปะ	พื้นที่สำหรับการขายงานศิลปะ	พื้นที่สำหรับคนสนใจศิลปะ	การชมตัวอย่างสินค้าแบบ Immersive
				
				
				
				

# Market Size

## จำนวนนักศึกษาด้านศิลปกรรมศาสตร์ในประเทศไทย (ปีการศึกษา 2563–2567)

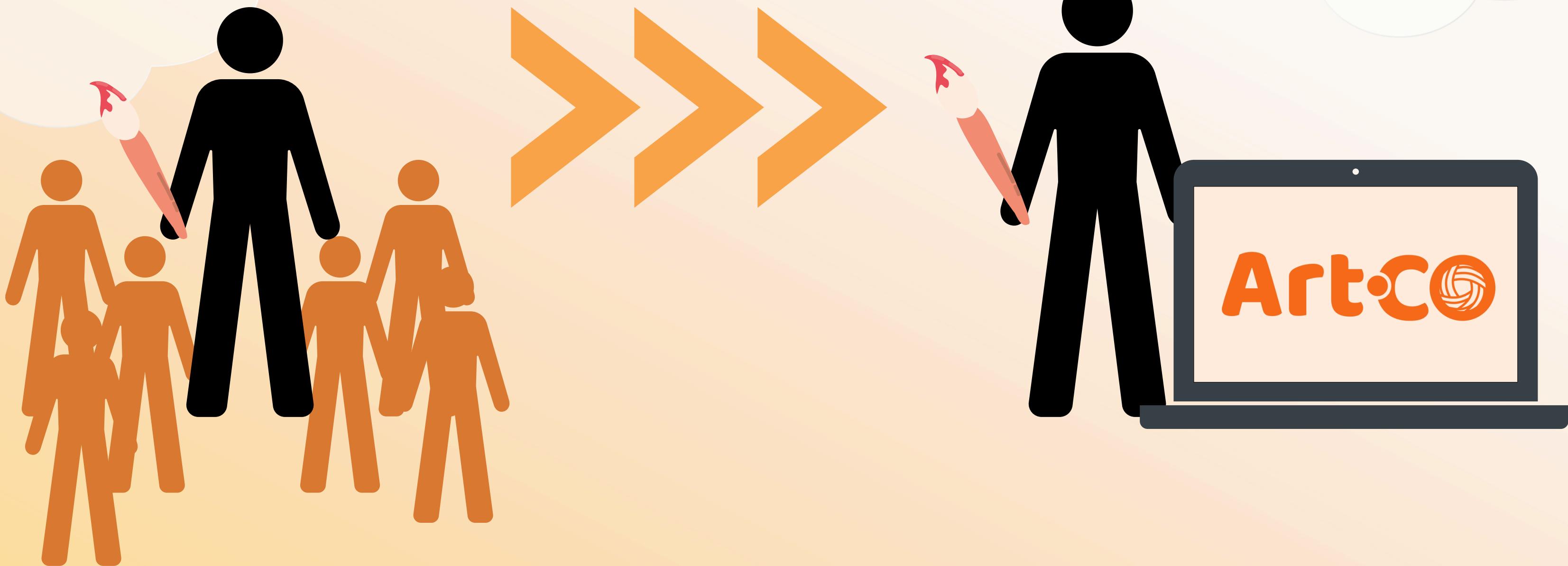
ปีการศึกษา	จำนวนนักศึกษาในสาขาศิลปกรรมศาสตร์ (คน)	สัดส่วนต่อจำนวนนักศึกษาทั้งหมด (%)
2563	15,000	1.50%
2564	15,500	1.60%
2565	16,200	1.70%
2566	16,800	1.80%
2567	17,500	1.90%

<https://info.mhesi.go.th>



# **ทำไม Artist ต้องเลือกลงผลงานกับเรา ?**

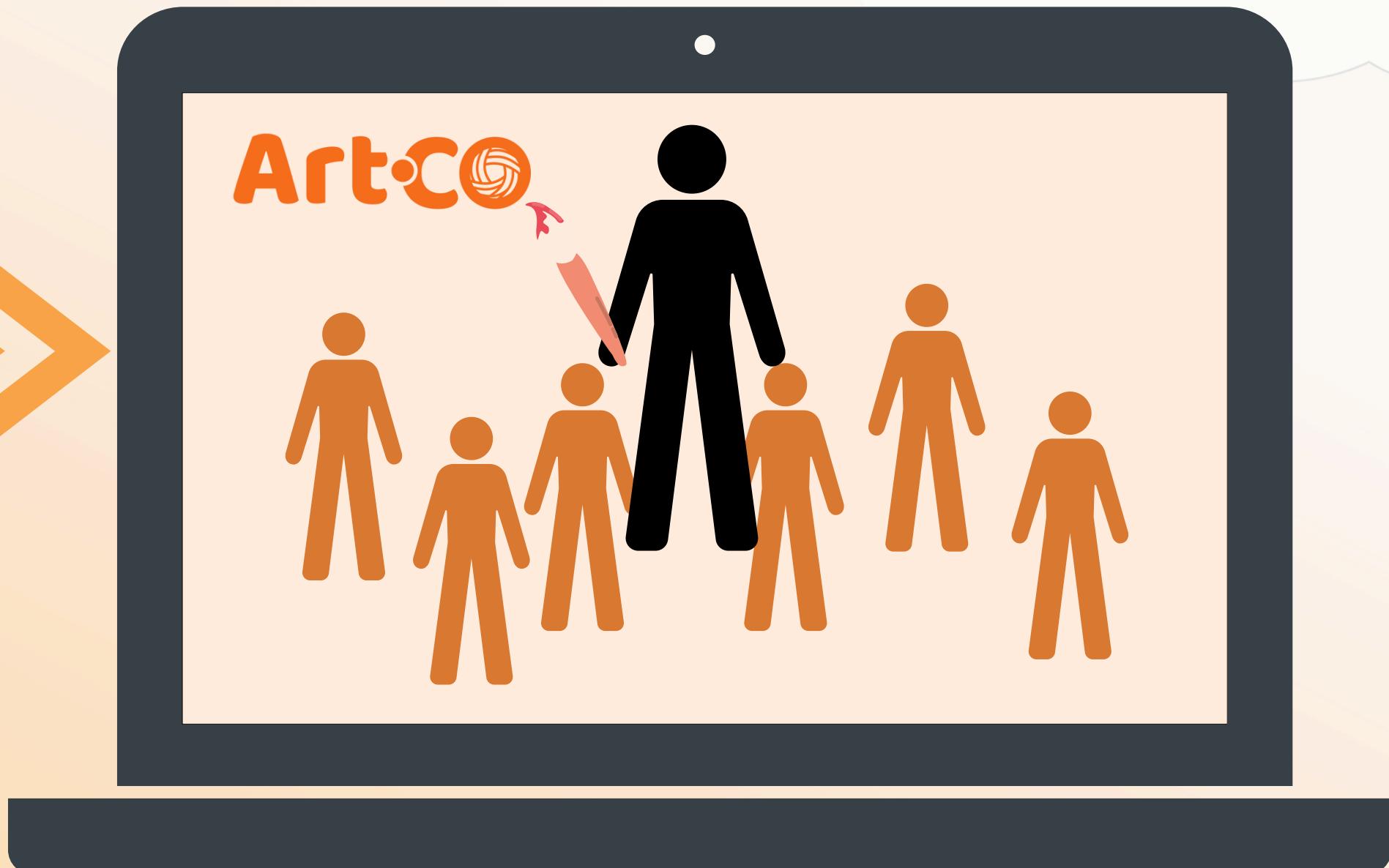
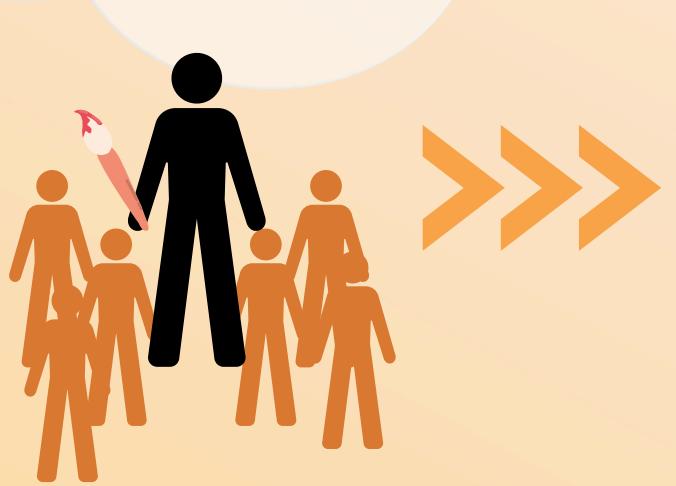
# ແພລກຍຸທ່າງຕາມ



# ແພລກລູກ່າງຕາມ

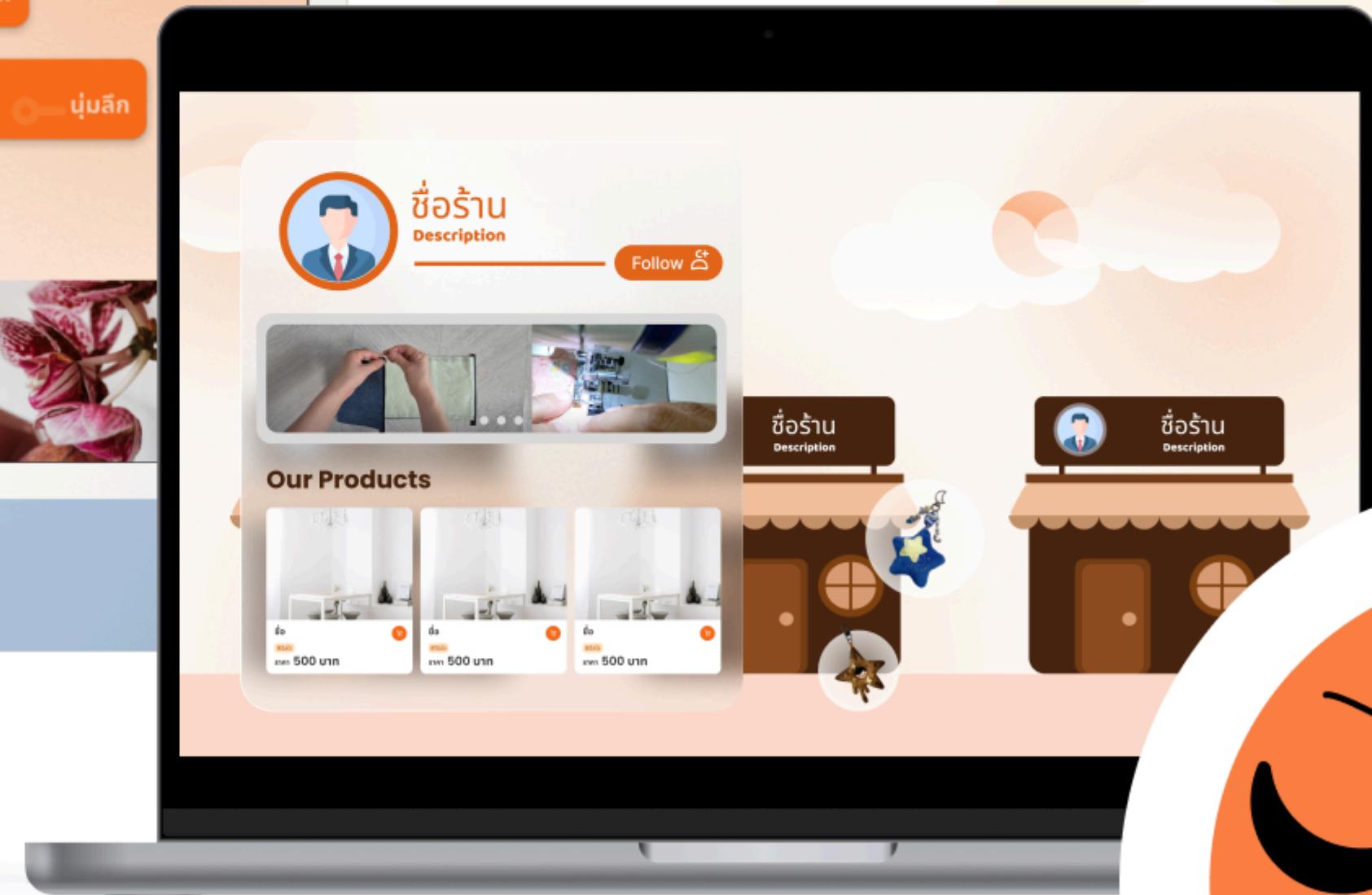


# ແພລກລຸທົກສອນ





# Art-Co



**Friendly**

**Positive**

**Homey**

พระอาทิตย์กำลังขึ้น

# Floral White

เรียบ สบายตา

# Unbleached Silk

ให้เลเยอร์ของแสงแฉด

# Orange Red

ตัดด้วยสีส้มสด เมมือนรุ่งอรุณกำลังเริ่มต้นใหม่

Orange -Red

#F56D1B

Unbleached Silk

#CEBABA

Floral White

#CEC8C2

**Glassmorphism** Design – XirXin 2021.10.12

The collage illustrates several UI design concepts:

- Dashboard:** A complex dashboard with a yellow-to-orange gradient background. It features a header with a search bar and a logo, followed by sections for "Hello Peter" (104 new cases, +14.8%), "New Tasks" (-5.67%), and a "MY CALENDAR" section showing meetings and tasks for Monday and Tuesday.
- Mobile App Screens:** Three screens from a mobile application for "Squash". The first shows a "Create Account" form with fields for name, email, password, and skill level. The second shows a "Sign in" screen with a placeholder for "mistergamer.com". The third shows a "Personal data" screen with a "Photo" section and a "Add your photo" button.
- Grid Layout:** A grid-based interface with a light gray background, featuring icons for "Messages", "Notes", "Folder", "Design", "Group", "Schedule", "Video", and "Files".
- ROCKETLO:** A landing page with a white background. It features a large orange rocket launching from a base of smoke. Text includes "NEW ERA OF DESIGNING", "CONVERT YOUR UNIQUE IDEAS INTO DESIGNS", and "DISCOVERING THE FUTURISTIC DESIGN". Buttons for "WATCH THE DEMO", "LOG IN", and "SIGN UP" are present.
- SkateHub:** A news website for skateboarding. It has a header with "SkateHub" and navigation links for "News", "Events", "Interviews", and "Store". A main article is titled "Your Daily Dose of Skateboarding News and Updates" with a subtext about finding information on products, events, and tricks. A sidebar features "Meet some of our skate allies!" with logos for Burton, VANS, ELEMENT, BAKER, and Ledgehouse SKATEBOARDS.
- Cannabis Lab:** A quiz or wellness app. The top navigation includes "Cannabis Lab", "Shop", "Learn", "About us", "Wellness", and "Quiz". A large question "How you feel today?" is displayed with three options: "Low energy" (Need a boost), "Racing thoughts" (Need to focus), and "Pain in body" (Need relief). Below this are numbered buttons 01 through 05. A note at the bottom states: "The quiz is only a suggestion created by our experts. Please consume responsibly! For use by adults only." A product card for "Joint C-23 Sleeplessness" is shown on the right.

**Echo**

**Coco chanel**



**Community**

**Craft**



Countdown

13 days: 06 hours

# ห้องโถง

## พื้นที่สร้างcommunity

[เข้าชมห้องโถง](#)

ArtCo

หน้าหลัก ห้องโถง เที่ยวกับเรา

ค้นหา Q

หน้าหลัก > ร้านค้า > ผีเสื้อในญี่ปุ่น



กระเป้าถักอุดัง

2,500 บาท

★★★★★ | 5 รีวิว

กระเป้าถักมือจากเส้นไหมบุบพู ให้คุณได้เพลิดเพลินกับความอร่อยไปได้ทุกที่

#ถัก #อุดัง

ขนาด S M L

สี

ชื่อร้านค้า

ผีเสื้อในญี่ปุ่น

ข้อมูล

รีวิว [5 คำคาน]

เตือนความสนุกให้ลุกของคุณด้วยกระเป้าเย็นต์เมตต์โซนอุดอยนีค! รูปกรเจราเพ็งสุดคิวต์ พร้อมอุ่นเล่นได้ทุกที่ ไม่ว่าจะในบ้าน บนรถ หรือในงาน派對 ก็สามารถใช้ได้!

💡 จุดเด่นสินค้า

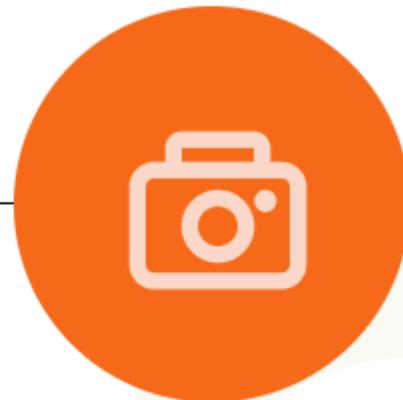
- ถักมือแน่นเมตต์ 100% ด้วยความใส่ใจในทุกรายละเอียด
- ดีไซน์น่ารัก รูปกรเจราเพ็งสุดคิวต์ เทินแม็กซ์ดื่องยืน
- บ้ำหนักเบา ใช้งานง่าย พกพาสะดวก
- ปากกระเป้ามีช่องสำหรับใส่สี ปลอกด้วยตัวของใช้
- ลายสะพายออกแบบ เลือกได้ทั้งแบบถือและสะพายข้าง

💡 แนะนำกับใคร?

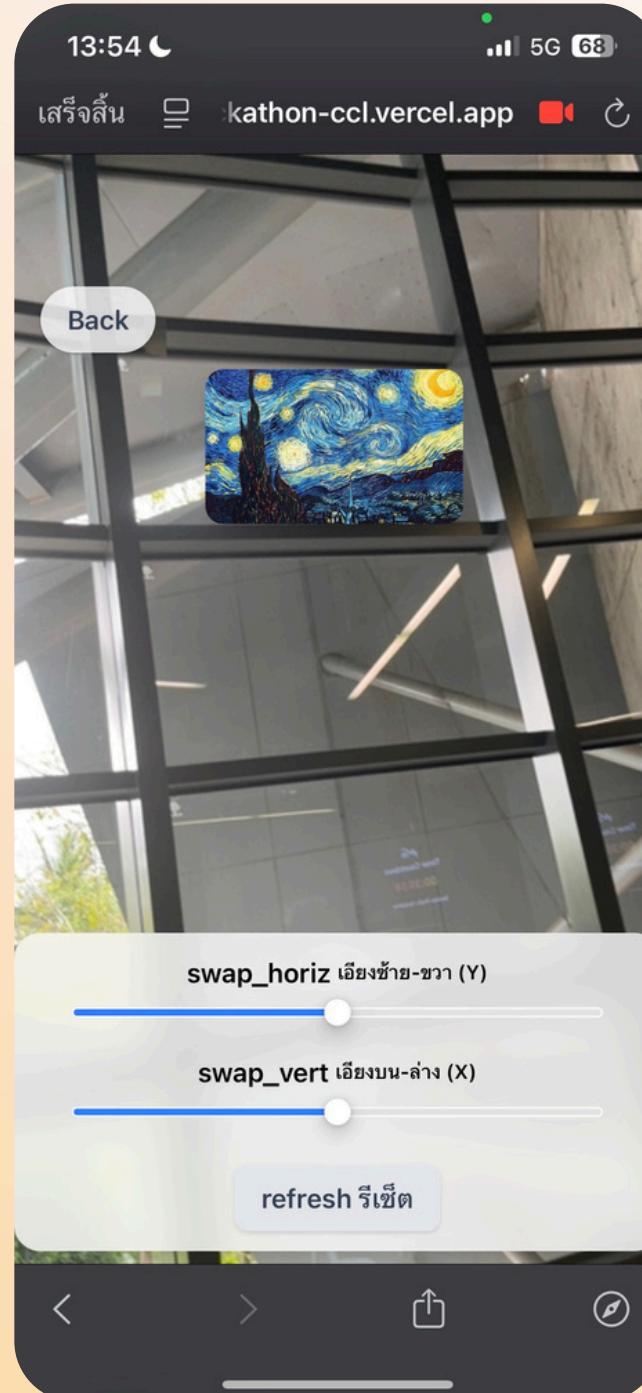
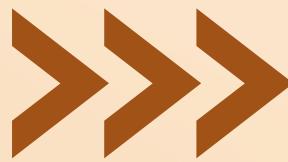
- สายแฟที่ชอบมีไอเท็มโดดเด่นไม่เหมือนใคร
- สายคิวต์ สายอาหาร สายญี่ปุ่นต้องเลิฟ
- ของขวัญปาร์ตี้หรือเพื่อน ครอบครัว หรือแม้แต่เด็กๆ!







# Feature



preview product ก่อนซื้อรูปภาพจริง

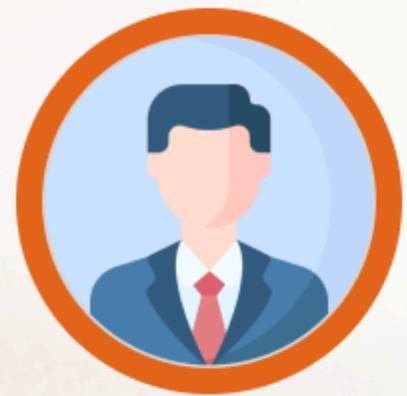


สามารถเก็บกับสถานที่จริงได้เลย



1,500





ช้อร้าน  
Description

Follow



## Our Products

ช้อ<sup>#ช้อร้าน</sup>  
ราคา 500 บาท

ช้อ<sup>#ช้อร้าน</sup>  
ราคา 500 บาท

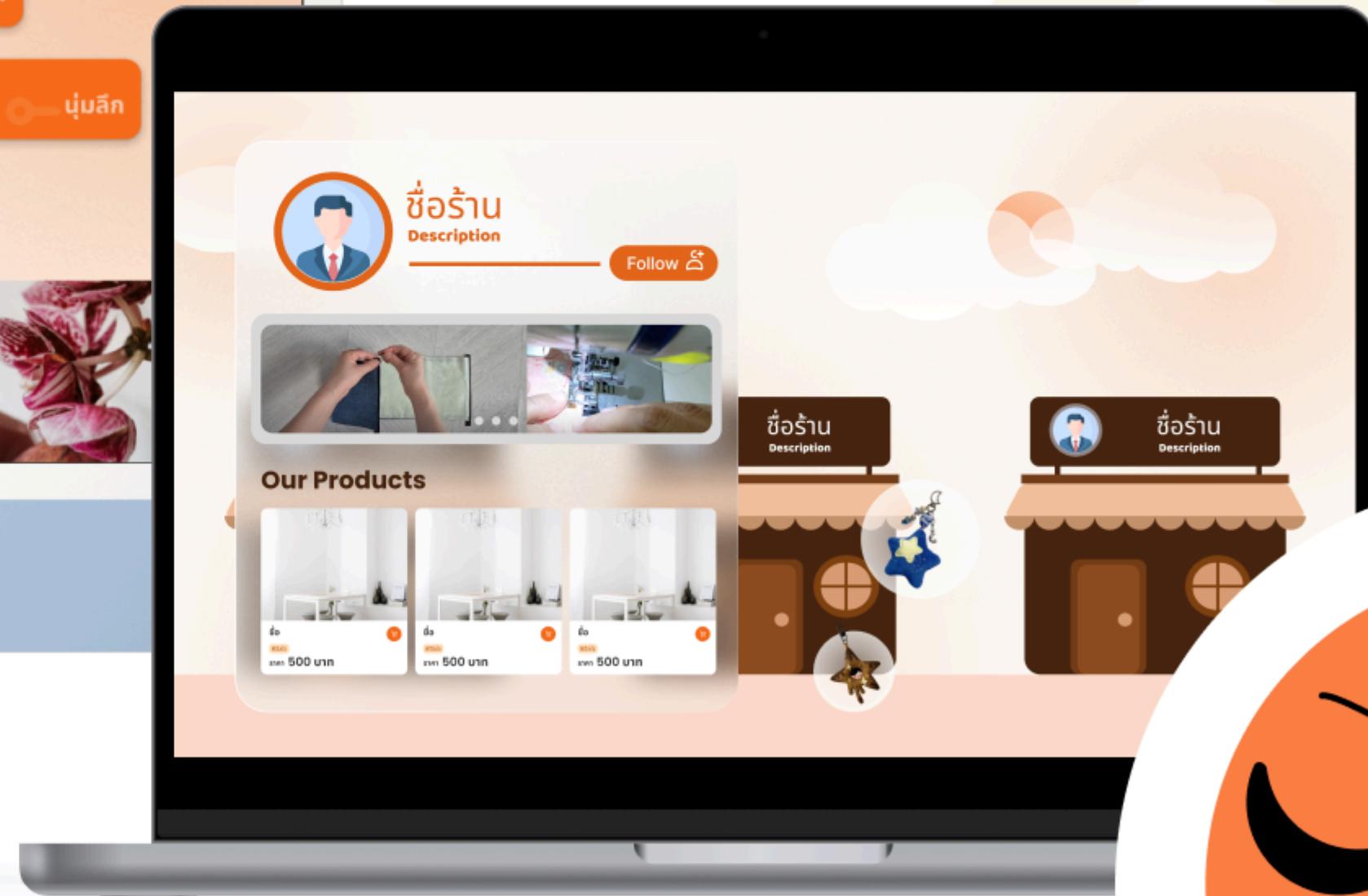
ช้อ<sup>#ช้อร้าน</sup>  
ราคา 500 บาท

ช้อร้าน  
Description





# Art-Co



● S – จุดแข็ง

··· แบรนด์ศิลปะที่ขับเคลื่อนด้วยชุมชน

🤝 รวมตัวแบบมีเป้าหมาย

- ไม่ใช่แค่โชว์งาน แต่รวมศิลปินเพื่อ “เปล่งเสียง” และสร้าง Safe Space ให้กัน

👉 เข้าถึงง่าย – เมมะกับเจน Z

- งานเล็ก ทำมือ แซร์ฟ่าย = ตรงกับคนรุ่นใหม่ที่ต้องการสื่อสารตัวตนเริ่วและจริงใจ

🔥 แบรนด์มีจุดยืนชัดเจน

- ไม่ขายแค่งานศิลป์ แต่ขายแนวคิดเรื่อง “การอยู่ร่วมกัน” แบบไม่ต้อง สมบูรณ์แบบ

S

W

● O – โอกาส

⌚ จังหวะดีที่สุด

Soft Power ไทยมาแรง

- คนทั่วไปอยากรึ่งกำศิลปะ แต่ยังไม่มี “บ้าน” หรือพื้นที่รวมตัว

🏕️ ตลาดยังว่าง

- ไม่มีแพลตฟอร์มไหนที่เข้าใจศิลปินตัวเล็กและภาษาของเจน Z แบบจริงจัง

👉 รวมตัว = พลังต่อรอง

- ถ้ารวมศิลปินได้ → จะมีเสียง มีอำนาจต่อรองกับ client, แพลตฟอร์มใหญ่ และสื่อ

O

T

● T – Threats (อุปสรรคที่ต้องระวัง)

1. แข่งกับแพลตฟอร์มใหญ่ (IG, TikTok, Behance) ที่ครองพื้นที่แล้ว

2. ภาระจำศิลปินยังติดกรอบเดิม ต้องสื่อสารแนวคิดใหม่ให้ชัด

3. ศิลปินรุ่นใหม่หลายคนเบื่อง่าย ขาดแรงจูงใจ อาจหลุดจากชุมชนได้ง่าย

เศรษฐกิจยุคใหม่เปิดทางรายได้ใหม่  
เจาะใจเจน Z ที่ให้ค่าความรู้สึกมากกว่า  
ระบบเดิม



ภาครัฐเริ่มนับสนับ soft power  
แต่ยังเปิดช่องให้เอกชนสร้างพื้นที่  
วัฒนธรรมรากหญ้า

แพลตฟอร์มที่ช่วยให้ศิลปินเข้าใจสิทธิและมีระบบ  
ปกป้องผลงานจะสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ.

การสร้างคอมมูนิตี้ที่ความติสต์คือเรื่องปกติ  
และปลอดภัย จะเข้าถึงใจศิลปินเจน Z ได้อย่าง  
แท้จริง

เทคโนโลยีที่เข้าใจอารมณ์และตัวตนศิลปิน  
มากกว่าประสาทภาพ จะตอบโจทย์กลุ่มนี้ได้  
ตรงใจ.

งานศิลปะแวนด์เมดที่มีเรื่องราวและใช้กริพยากรน้อย  
ช่วยสื่อถึงศิลปะแบบยั่งยืนที่คนรุ่นใหม่ชื่นชอบ.