



<https://sewwhatt.files.wordpress.com> & <http://www.singapore-tourist-info.com/arab-street>

สินค้าเครื่องนุ่งห่ม ในสิงคโปร์



<https://s3-ap-southeast-1.amazonaws.com>



<http://bedokmall.com.sg/-/media/cma-malls>

โดย

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงสิงคโปร์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

กันยายน 2559

DITP
Thai Trade Center, Singapore
Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, Royal Thai Government

สารบัญ

ที่	เรื่อง	หน้า
1	ข้อมูลทั่วไปของสิงคโปร์	1
2	ภาพรวมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสิงคโปร์	2
3	ผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มในสิงคโปร์	3-12
4	ความต้องการและแนวโน้มสินค้าเครื่องนุ่งห่มในสิงคโปร์	13-15
5	พฤติกรรมผู้บริโภค	15-17
6	ช่องทางการกระจายสินค้าเครื่องนุ่งห่มในสิงคโปร์	
	6.1 การค้าปลีกทั่วไป	18-23
	6.2 The Great Singapore Sale	23-24
	6.3 การค้าออนไลน์	24-26
7	การสนับสนุนและผลักดันให้สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางแห่งแฟชั่น	
	7.1 การสนับสนุนจากภาครัฐ	27-32
	7.2 การสนับสนุนจากสมาคม/ภาคเอกชน	32-34
	7.3 สถาบันการเรียนการสอนแฟชั่น	34
8	การค้าระหว่างประเทศ	
	8.1 การส่งออก	35-39
	8.2 การนำเข้า	40-41
	8.3 การนำเข้าจากไทย	42-44
9	กฎระเบียบการนำเข้า ภาษี และฉลากสินค้า	45
10	อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดสิงคโปร์	45
11	โอกาสของไทย	46-54
12	บทวิเคราะห์	55-58
13	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	58-60
14	รายชื่อผู้นำเข้าสินค้าเครื่องนุ่งห่ม	61-62
15	รายชื่อห้างสรรพสินค้า	63-66
16	นิตยสารแฟชั่นในสิงคโปร์	67
	บรรณานุกรม	68

สินค้าเครื่องนุ่งห่มในสิงคโปร์



1. ข้อมูลทั่วไปของสิงคโปร์

สิงคโปร์เป็นประเทศเกาะขนาดเล็ก ตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีประชากร 5.53 ล้านคน (มีย. 58) มีประชากรหลากหลายเชื้อชาติ ประกอบด้วย จีนร้อยละ 76.5 มาเลย์ร้อยละ 13.8 อินเดียร้อยละ 8.1 และอื่นๆร้อยละ 1.6 ทั้งนี้ มีประชากรกว่า 2 ล้านคนเป็นคนต่างชาติ (Department of Statistics : www.singstat.gov.sg) สิงคโปร์ถือเป็นหนึ่งในศูนย์กลางทางการค้าและการเงินที่สำคัญของโลก รวมถึงเป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าไปต่างประเทศอีกด้วย และท่าเรือของสิงคโปร์เป็นหนึ่งในท่าเรือสินค้าที่ใหญ่ที่สุดของโลก โดยมีเรือเทียบท่าเพื่อขนส่งสินค้าไปยังทั่วโลกถึง 160 เทียบต่อวัน สามารถเชื่อมต่อกับท่าเรือต่างประเทศถึง 600 ท่า ใน 123 ประเทศทั่วโลก (Singapore Shipping Association : <http://www.ssa.org.sg/>)

รัฐบาลสิงคโปร์มีเสถียรภาพและการดำเนินธุรกิจแบบตะวันตก อีกทั้งการที่แบรนด์ต่างชาติทั่วโลกมีความต้องการสินค้าที่มีมาตรฐานสูง สิงคโปร์จึงกลายเป็นแหล่งที่ดึงดูดให้ผู้แทนจำหน่ายมาจัดตั้งสำนักงานใหญ่ นอกจากนี้ รายงานปี 2558 ของ World Bank Group's Doing Business Project ที่ได้ทำการประเมินระเบียบทางธุรกิจและการบังคับใช้ในเศรษฐกิจของเมืองที่ได้ทำการสำรวจจำนวน 183 แห่งทั่วโลก ได้จัดอันดับให้สิงคโปร์เป็นเมืองอันดับหนึ่งในประเภท Ease of Doing Business ในภาพรวมอีกด้วย

นอกจากนี้ สิงคโปร์ได้ชื่อว่าเป็นศูนย์กลางแห่งการช้อปปิ้งของเอเชีย เป็นสวรรค์ของคนรักแฟชั่น โดยในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางมาสิงคโปร์ ซึ่งในปี 2558 นักท่องเที่ยวเยือนสิงคโปร์มีจำนวนกว่า 15 ล้านคน (Singapore Tourism Board : www.stb.gov.sg) และส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายหลัก คือ เพื่อการท่องเที่ยวและช้อปปิ้ง สินค้าที่นิยม อาทิ เสื้อผ้า/เครื่องนุ่งห่มแฟชั่น กระเป๋า รองเท้า อัญมณี เครื่องประดับ รวมถึงสินค้าแบรนด์เนมต่างๆ

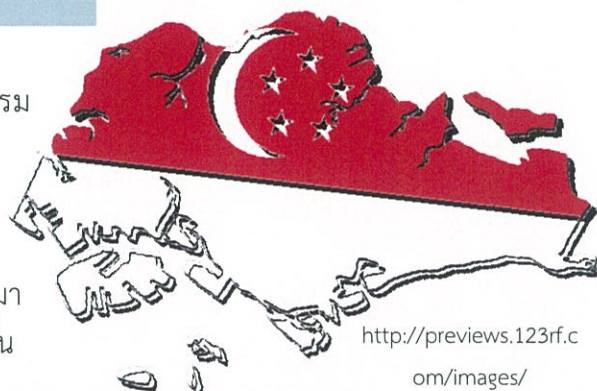
เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มนับเป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นดัชนีบ่งชี้ให้เห็นถึงความปลอดภัยของยุคสมัย ไม่มีใครสามารถปฏิเสธเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่สวยงาม ทันสมัย และตามแฟชั่น ซึ่งครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วโลก รวมถึงสิงคโปร์ ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องธุรกิจเครื่องนุ่งห่ม/เครื่องแต่งกาย ดังจะเห็นได้จากการจำหน่ายเครื่องนุ่งห่มที่ศูนย์การค้า/ห้างสรรพสินค้า/Boutique/ร้านเสื้อผ้า จำนวนมากในสิงคโปร์

2. ภาพรวมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสิงคโปร์

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสิงคโปร์นับเป็นอุตสาหกรรมดั้งเดิม ตั้งแต่เริ่มต้นของโปรแกรม อุตสาหกรรมแห่งชาติ (National Industrialisation) เมื่อ 50 ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ การรวมกลุ่มเป็นอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสิงคโปร์ ได้เริ่มต้นอย่างไม่เป็นทางการในปี 2499 ต่อมาในปี 2507 บริษัทจากต่างประเทศได้เข้ามาจัดตั้งโรงงานผลิตเส้นด้าย โรงงานทอผ้า และโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้าขึ้นเป็นครั้งแรกในสิงคโปร์ จนกระทั่งในปี 2509 จึงมีการรวมตัวกัน

อย่างเป็นทางการของบริษัทต่างๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจวบจน

ปัจจุบัน นับเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบไปด้วยการออกแบบ การผลิต การกระจายสินค้า และการค้าปลีก ด้วยผลงานการดำเนินงานกว่า 60 ปี ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสิงคโปร์ แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารจัดการและการทำธุรกิจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าเครื่องนุ่งห่มของสิงคโปร์ที่มีศักยภาพ สามารถจำหน่ายได้ทั้งในประเทศและส่งออกไปยังนานาประเทศทั่วโลก



อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของสิงคโปร์มีความหลากหลายเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากการผลิตแล้ว สิงคโปร์ยังเป็นผู้จัดจำหน่าย ทั้งค้าส่งและค้าปลีกด้วย ซึ่งมีผู้ประกอบการมากกว่า 5,000 ราย โดยแบ่งออกเป็นผู้ผลิตประมาณ 500 ราย และผู้ประกอบการค้าส่ง/ค้าปลีก 4,500 ราย นอกจากนี้ ในปี 2558 สิงคโปร์ได้รับการจัดอันดับให้อยู่อันดับที่ 2 ของการเป็นศูนย์กลางจัดหาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รองจากฮ่องกง (รายงาน 2016 ITA Technical Textiles Top Market Report, www.trade.gov/topmarkets)

สืบเนื่องจากสถานการณ์การค้าทั่วโลกเปลี่ยนแปลง สิงคโปร์ที่เคยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าเครื่องนุ่งห่มชั้นนำ ประสบปัญหาด้านแรงงานและค่าใช้จ่ายธุรกิจที่เพิ่มขึ้น โดยมีรายได้ลดลง อีกทั้งโรงงานผลิต เครื่องนุ่งห่ม/เสื้อผ้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่จำเป็นต้องย้ายฐานการผลิตออกจากสิงคโปร์ไปยังแหล่งผลิตอื่นๆ ในภูมิภาคที่มีค่าใช้จ่ายธุรกิจถูกกว่า จึงทำให้บริษัทในสิงคโปร์ต้องเปลี่ยนวิถีทางธุรกิจเพื่อความอยู่รอด โดยใช้สิงคโปร์เป็นสำนักงานใหญ่ ดำเนินงานบริหารหลักจากสิงคโปร์ไปสู่ประเทศที่เป็นแหล่งผลิตใหม่ และได้หันไปมุ่งเน้นในการวิจัยการพัฒนาสิ่งทอและการพัฒนานวัตกรรมใหม่

ตารางแสดงการนำเข้าและส่งออกสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายแบบถักและแบบทอ ของสิงคโปร์

ปี 2556 - 2558

รหัส HS		รายละเอียดสินค้า	ปี / มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ		
			2556	2557	2558
การนำเข้า	HS 61	เครื่องนุ่งห่มแบบถัก	701.78	754.77	808.54
	HS 62	เครื่องนุ่งห่มแบบทอ	503.04	511.30	469.23
การส่งออก	HS 61	เครื่องนุ่งห่มแบบถัก	1,681.02	1,264.15	1,286.22
	HS 62	เครื่องนุ่งห่มแบบทอ	1,090.51	1,136.97	982.65

สิงคโปร์มีการนำเข้าและส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่ม โดยในปี 2558 มูลค่าการนำเข้าสินค้าแบ่งตามประเภท คือ ประเภทเครื่องนุ่งห่มแบบถัก (HS 61) มีมูลค่า 808.54 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และเครื่องนุ่งห่มแบบทอ (HS 62)

มีมูลค่า 469.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มแบบถัก (HS 61) มีมูลค่า 1,286.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และเครื่องนุ่งห่มแบบทอ (HS 62) มีมูลค่า 982.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ตลาดสินค้าเครื่องนุ่งห่มสำหรับบุรุษและสตรีในสิงคโปร์ถือได้ว่าการแข่งขันที่สูงมาก เพราะมีสินค้าที่นำเข้าหลากหลายประเภทและแบรนด์เป็นจำนวนมากที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทุกแห่งทั่วสิงคโปร์ สินค้าที่จำหน่ายมีทั้งสินค้าที่เป็นแบรนด์ชั้นนำและแบรนด์ทั่วไป แต่ทั้งนี้ สินค้าส่วนใหญ่ที่มีแบรนด์ชั้นนำจะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้มีรายได้สูง นอกจากสิงคโปร์จะเป็นผู้นำเข้าเครื่องนุ่งห่ม/เสื้อผ้าสำเร็จรูปแบรนด์ต่างๆ ที่มีชื่อเสียงจากทั่วโลกแล้ว ยังเป็นผู้ผลิตเสื้อผ้าที่ไทยต้องจับตามอง เนื่องจากภาครัฐให้ความสำคัญและส่งเสริมให้สิงคโปร์เป็น Textile and Apparel Hub

ในส่วนของการส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มที่ผลิตในสิงคโปร์ แม้ว่าจะมีอัตราลดลง เนื่องจากการผลิตลดลง แต่ยังคงถือได้ว่า มีศักยภาพที่ดีในอนาคต สามารถส่งผลกระทบต่อให้การเติบโตของเศรษฐกิจสิงคโปร์ขยายตัวเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากผู้ผลิตสิงคโปร์ส่วนใหญ่มีโรงงานผลิตในต่างประเทศ และใช้สิงคโปร์เป็นสำนักงานใหญ่ อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์ของสิงคโปร์สามารถช่วยสนับสนุนกิจการอื่นๆ ได้ด้วย อาทิ โลจิสติกส์ และการธนาคาร

3. ผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มในสิงคโปร์

สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีทรัพยากรธรรมชาติจำกัด ส่งผลให้การผลิตสินค้าในประเทศมีต้นทุนการผลิตสูงมาก เนื่องจากต้องนำเข้าทรัพยากรต่างๆ จากต่างประเทศ แต่เดิมสิงคโปร์มีโรงงานผลิตสินค้าเครื่องนุ่งห่มจำนวนมาก ในปัจจุบันมีจำนวนลดลงมาก เนื่องจากโรงงานส่วนใหญ่ได้มีการย้ายฐานการผลิตไปอยู่ตามประเทศต่างๆ ที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำ เช่น เวียดนาม กัมพูชา ไทย อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ อินเดีย ลาว โดยอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศสิงคโปร์ ได้เปลี่ยนรูปแบบจากการผลิตสินค้าอย่างครบวงจรไปเป็นศูนย์แฟชั่นภูมิภาคและศูนย์กลางจัดหา/จัดซื้อและการพัฒนาสินค้า

การดำเนินธุรกิจในสิงคโปร์เป็นแบบศูนย์กลางทางการค้า (Trading Hub) ผ่านการจัดหาสินค้าและพึ่งพาการนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปจากผู้ผลิตหลายๆ แห่งทั่วโลก เพื่อตอบสนองความต้องการในประเทศ อีกทั้งเพื่อการนำสินค้าไปส่งออกต่อ (Re-export) อีกด้วย

ในปี 2558 สิงคโปร์นำเข้าสินค้าเครื่องนุ่งห่มภายใต้ HS 61 และ HS 62 มีมูลค่ารวม 2,268.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และการส่งออกมีมูลค่ารวม 597.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อีกทั้งสิงคโปร์เป็นประเทศหนึ่งที่มีความสำคัญกับเครื่องนุ่งห่ม เนื่องจากเป็นแหล่งศูนย์กลางการจัดซื้อจัดหาประจำภูมิภาค และปัจจุบันชาวสิงคโปร์ทั้งหญิงและชายได้ให้ความสำคัญกับการแต่งกายเพิ่มมากขึ้น

ในตลาดทั่วโลกและสิงคโปร์ เครื่องนุ่งห่มสำหรับผู้หญิงครองตลาดสูงกว่าเครื่องนุ่งห่มผู้ชาย โดยมีอัตรา 75 : 25 เนื่องจากผู้หญิงตัดสินใจซื้อเพราะความชอบและการตามแฟชั่น มากกว่าผู้ชายที่จะซื้อด้วยเหตุผลความต้องการใช้ อย่างไรก็ตาม ผู้หญิงและผู้ชายให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นเกี่ยวกับการแต่งกาย เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมบุคลิกดี มีความน่าเชื่อถือและดูสวยงาม/หล่อ จึงส่งผลให้ตลาดเครื่องนุ่งห่มในสิงคโปร์มีการเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี

แบรนด์เสื้อผ้าต่างๆ ที่จำหน่ายในสิงคโปร์

จากการสำรวจ ณ ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า และร้านเสื้อผ้าต่างๆ ในสิงคโปร์ ปรากฏว่าปัจจุบันมีการจำหน่ายเสื้อผ้าทั้งแบรนด์ของสิงคโปร์และแบรนด์ชั้นนำจากต่างประเทศ ดังนี้

1. แบรนด์ของสิงคโปร์ ได้แก่



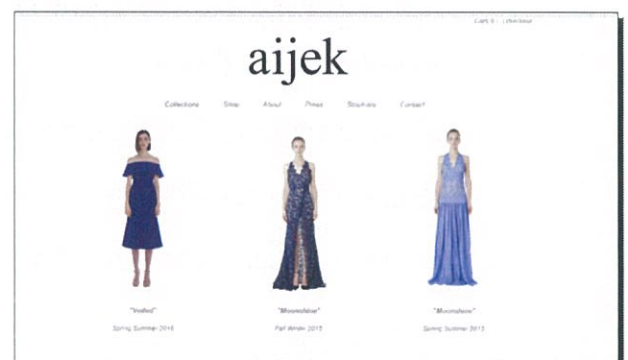
Ong Shunmugam



MASH-UP



In Good Company



ajeek



ELOHIM by Sabrina Goh



MAX TAN



Saturday, Singapore



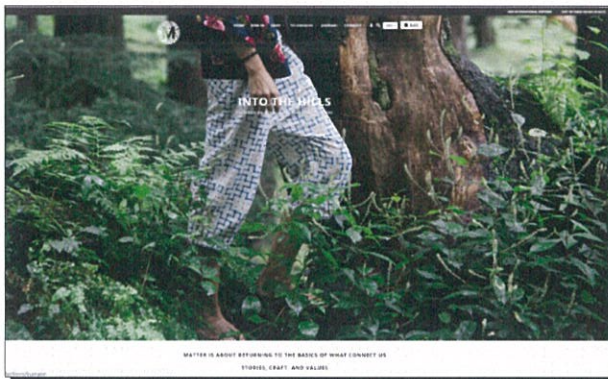
Fuchsialane



COLLATE The Label



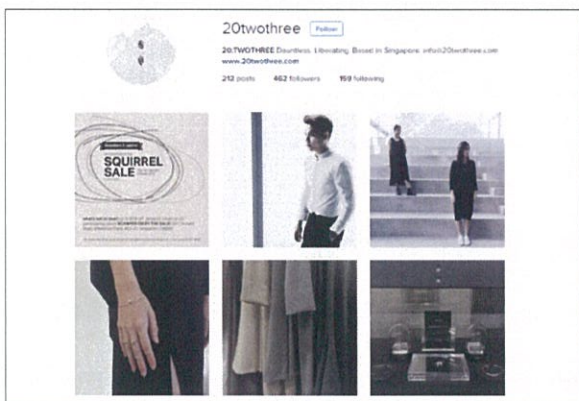
DZOJCHEN



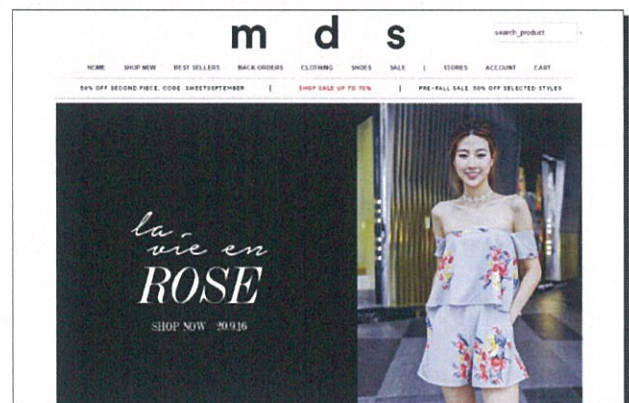
MATTER



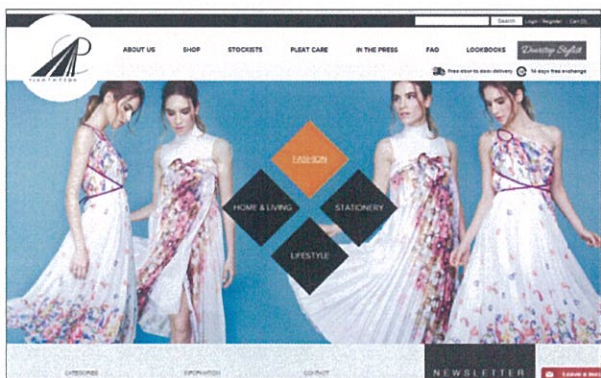
Pauline Ning



20: Two Three



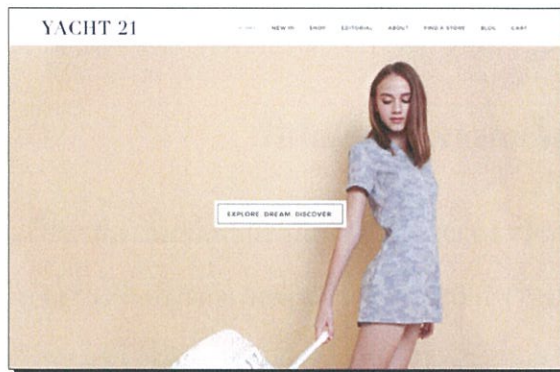
m d s



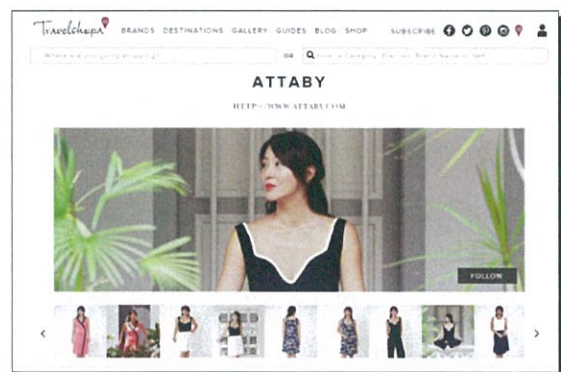
Zhai Pleatation



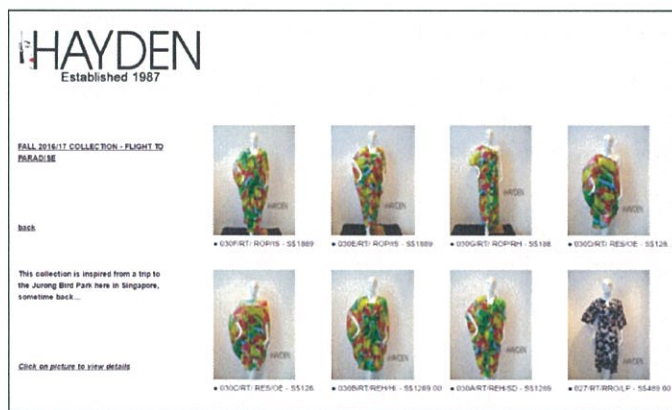
Whole 9 Yards



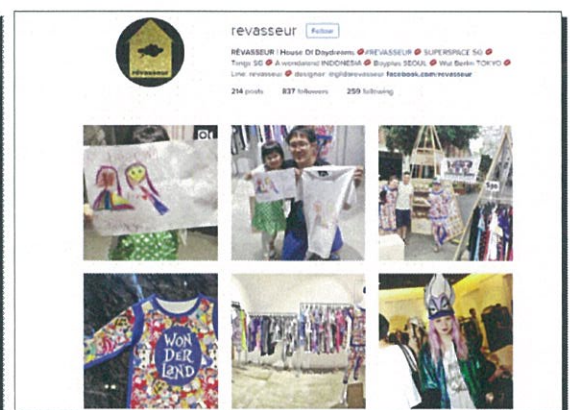
YACHT 21



ATTABY



Hayden



REVASSEUR

นอกจากนี้ ยังมีแบรนด์อื่นๆอีก อาทิ Celia Loe, Hansel by Jo Soh, Q menswear, ALLURE, Stolen, MEA PANG, Amos Ananda, Coupe-Coupe, Q Menswear, FOREWORD, Cosset, The Editor's Market, Hansel by Jo Soh, Ed Et Al, Kevin Seah, Thyine, Exhibit, Etrican, Triologie, BRYDEN, Gnome & BOW, ONE.61, Biro, K. BLU, Carrie K และ Ling Wu

ทั้งนี้ ในปัจจุบันสถานการณ์การค้าปลีกในสิงคโปร์ชะลอตัวลง โดยเฉพาะในกลุ่มแฟชั่นเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ที่ผู้ซื้อจะระมัดระวังในการจับจ่ายสินค้าที่มีราคาสูง ทำให้นักออกแบบสิงคโปร์รวมตัวกันเปลี่ยนทิศทางเพื่อสร้างให้บรรยากาศในการช้อปปิ้งมีความสนุกสนานเพิ่มขึ้น โดยให้ผู้ซื้อได้พบ/สนทนาและดูการทำงานของนักออกแบบ ซึ่งทิศทางใหม่นี้ ส่งผลให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น โดยนักออกแบบแบรนด์สิงคโปร์ที่ปรับเปลี่ยนวิถีทางการค้าปลีก อาทิ

- **Gin Lee** (www.ginleestudio.com) ที่ National Design Centre, 111 Middle Road, S'pore 188969 มีชื่อเสียงเสื้อผ้าแบบเรียบง่ายเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ภายใต้แบรนด์ Kapok และ Threadbare & Squirrel ซึ่งจัดจำหน่ายทั้งในสิงคโปร์และอิสราเอล



- **Beyond The Vine** (www.beyondthevines.com) ณ Mandarin Gallery, 333 Orchard Road, #02-21, S'pore 238897 ออกแบบเสื้อผ้าตัวเดียว ชุดกระโปรงกางเกง ที่ใส่ได้ทั้งไปทำงานและไปเที่ยว



- **Atelier Ong Shunmugam** (<http://ongshunmugam.com/home/>) ณ 43 Jalan Merah Saga #01-76, S'pore 278115 ออกแบบเสื้อผ้าสตรีใส่ได้ทุกโอกาส ผสมผสานความหลากหลายของชนชาติสิงคโปร์ได้อย่างลงตัว ได้แก่ จีน มาเลย์ อินเดีย เป็นต้น



- **In Good Company** (www.ingoodcompany.asia) ณ ION Orchard, 2 Orchard Turn, #B1-06, S'pore 238801 ออกแบบเสื้อผ้าสตรี เครื่องประดับ เสื้อผ้าเด็กผู้หญิง และบริการเครื่องดัดแก้ลูกค้าที่ร้าน



- **Benjamin Barker** (www.benjaminbarker.co) มีร้านสาขา 10 แห่ง ได้แก่ Tampines Central1, Jem Shopping Mall, Jurong Gateway เป็นต้น ออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นและรองเท้าบุรุษ ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากการแต่งกายแบบดั้งเดิม



- **Sabrinagoh** (<http://gabinagoh.com>) ตั้งอยู่ที่ Capital Piazza, 13 Stamford Road ออกแบบเสื้อผ้าบุรุษและสตรีที่สามารถสวมใส่ได้ทุกโอกาส รวมถึงเครื่องประดับ



- Thomas Wee Maison (thomaswee5@gmail.com)
Mandarin Gallery #03-23 (3rd floor), 333A Orchard Rd., Singapore 238897
ร้านเสื้อผ้าสตรีที่นำออกแบบแนะนำและให้บริการเสนอสินค้าด้วยดีไซเนอร์เอง



2. แปรนด์ของต่างประเทศอื่นๆ ได้แก่

- สหรัฐฯ : Karen Millen, bebe, BCBGMAXAZRIA, Max Studio และ Forever 21



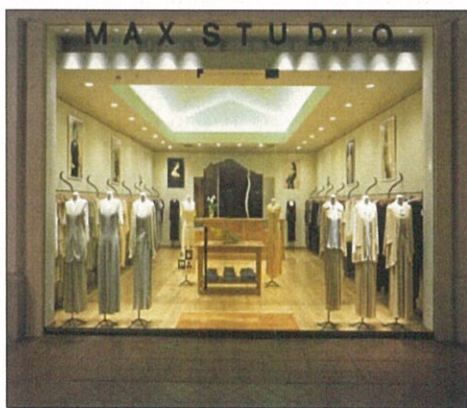
Karen Millen



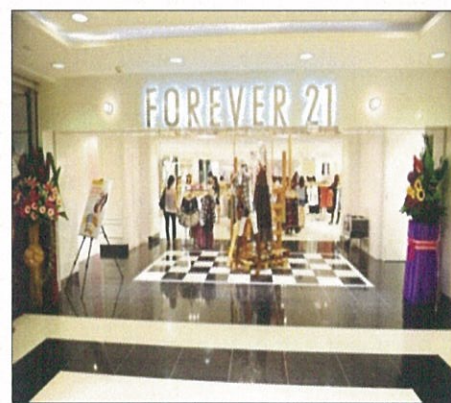
bebe



BCBGMAXAZRIA



MAX STUDIO



FOREVER 21

- ยุโรป : H&M, Zara, Mango, Esprit, Phuture London, Topshop และ Dorothy Perkins เป็นต้น



H&M



ZARA



MANGO



ESPRIT



Phuture London



TOPSHOP



DOROTHY PERKINS

- อ่องกง : Southheaven และ Joanna Miller



Southheaven



Joan Miller

อื่นๆ : Uniqlo (Japan) และ Greyhound (Thailand)



Uniqlo



Greyhound

3. สินค้าแบรนด์เนม/พรีเมียม

สิงคโปร์ถือเป็นศูนย์กลางที่เชื่อมต่อกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้แบรนด์สินค้าต่างๆ โดยเฉพาะแบรนด์จากตะวันตก นิยมเปิดสาขาแรกของตนในสิงคโปร์ สิงคโปร์จึงได้ชื่อว่าเป็น “สวรรค์แห่งการช้อปปิ้งของเอเชีย” ซึ่งเหตุดังกล่าวได้ช่วยชักจูงให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการหาซื้อสินค้าแบรนด์ที่ไม่มีจำหน่ายในประเทศของตนเดินทางมายังสิงคโปร์ โดยสินค้าแฟชั่นของสิงคโปร์ถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมีแบรนด์ให้เลือกหลากหลาย ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะได้ ทั้งนี้ร้านสินค้าแบรนด์พรีเมียม หรือแบรนด์ไฮเอนด์ ได้พยายามขยายตัวไปยังย่านการค้าที่สำคัญๆ อาทิ แบรนด์ Roberto Cavalli, Maison Martin Margiela และ Kenzo ได้เปิดสาขาใหม่ที่ Marina Bay Sands ส่วนทางด้านแบรนด์ Ralph Lauren ได้เปิดสาขาแรกในเอเชียที่ Scotts Road ในย่าน Orchard ซึ่งเป็นย่านที่ตั้งของแบรนด์สินค้าไฮเอนด์ และยังมีสินค้าแบรนด์อื่นๆ อีก เช่น GUCCI, FRENCH CONNECTION, AIX ARMANI EXCHANGE, Chanel และ Dior



Ralph



GUCCI



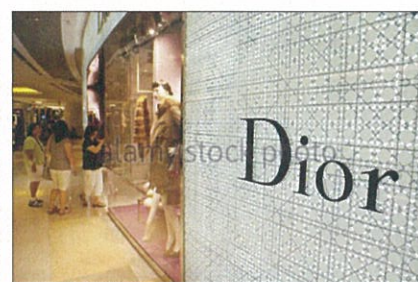
FRENCH CONNECTION



AIX ARMANI EXCHANGE



Chanel



Dior



Roberto Cavalli



Maison Martin Margiela



Kenzo

สินค้าเสื้อผ้าชุดกีฬา



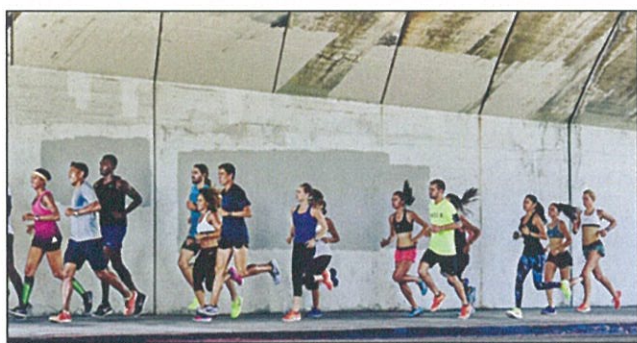
<http://assets-a2.kompasiana.com/>



<http://www.herworldplus.com/>

เนื่องจากผู้คนหันมาดูแลสุขภาพและใส่ใจรูปร่างมากขึ้น ในขณะเดียวกันสิงคโปร์มีสถานที่ออกกำลังกายเพิ่มมากขึ้น โดยรัฐบาลสิงคโปร์ได้เปิดศูนย์กีฬาแห่งใหม่เพิ่มขึ้นในปี 2557 ส่วนห้างสรรพสินค้าต่างๆ มีสถานที่ออกกำลังกายบริการเพิ่มมากขึ้น เช่น ห้างสรรพสินค้า Kallang Wave Mall มีหน้าผาจำลองในร่มเปิดให้บริการ ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ให้ประชาชนหันมาออกกำลังกายมากขึ้น ประกอบกับแรงผลักดันจาก ไลฟ์สไตล์แบบสปอร์ต (Sporty lifestyle) จากกระแสนิยมโลกทำให้สินค้าเครื่องแต่งกายชุดกีฬาได้รับความนิยมมากขึ้น

กระแสไลฟ์สไตล์แบบสปอร์ตที่กำลังเป็นที่นิยมได้ทำให้คนสิงคโปร์สนใจมองหาเครื่องแต่งกายที่มีกลิ่นอายของชุดกีฬาที่สามารถใส่ได้ทั้งเพื่อออกกำลังกายและใส่ในชีวิตประจำวัน ในปัจจุบันสามารถพบเห็นผู้คนแต่งกายด้วยชุดกีฬาในที่สาธารณะได้ทั่วไปทั้งทางเกวียน สะพานลอย และรองเท้ากีฬา หรือมีการนำเครื่องแต่งกายกีฬามาผสมผสานกับเสื้อผ้าปกตอย่างยีนส์ กระโปรง หรือชุดสำหรับผู้หญิง โดยได้รับความนิยมในกลุ่มผู้หญิง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่วัยรุ่นและวัยทำงาน ถือเป็นกลุ่มสำคัญในการขับเคลื่อนกระแสนี้ ทั้งนี้เครื่องแต่งกายกีฬาดังกล่าวส่วนใหญ่ทำจากวัสดุที่มีความบาง และมีคุณสมบัติแห้งไว ซึ่งสอดคล้องกับสภาพภูมิอากาศแบบร้อนชื้นของสิงคโปร์



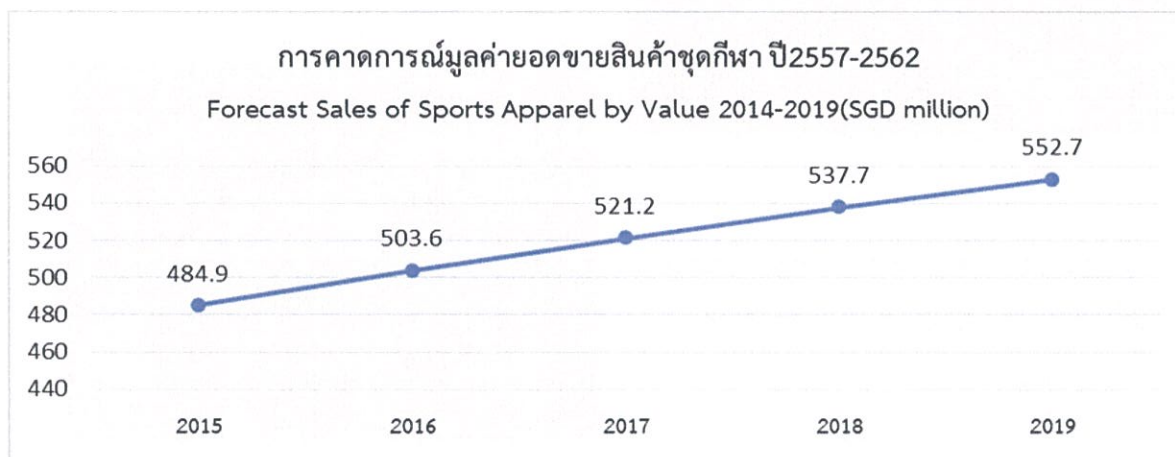
การวิ่งถือเป็นอีกกีฬาประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมโดยทั่วไปในสิงคโปร์ เนื่องจากเป็นกีฬาที่ไม่มีข้อจำกัดและไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก ประกอบกับสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีความปลอดภัยสูง ส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่นิยมออกไปวิ่งนอกบ้าน โดยที่รัฐบาลสิงคโปร์ได้มีการส่งเสริมให้ประชาชนออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ โดยรัฐบาลได้สร้างทางเท้าพิเศษ

สำหรับการวิ่งและปั่นจักรยาน ในขณะเดียวกันการเล่นฟิตเนสได้รับความนิยมเช่นเดียวกัน ทำให้มีภาคเอกชนทำการขยายสาขาฟิตเนสไปทั่วสิงคโปร์ โดยเฉพาะในย่านธุรกิจที่ตอบรับ ไลฟ์สไตล์ของกลุ่มคนวัยทำงาน โดยเฉพาะคนที่ทำงานออฟฟิศ

โดยสินค้าเครื่องแต่งกายและรองเท้าที่มีกลิ่นอายของชุดกีฬา (sport-inspired) ยังคงเป็นประเภทสินค้าที่เติบโตมากที่สุดของสินค้าในหมวดนี้ เนื่องจากสามารถนำมาใส่ในชีวิตประจำวันได้ ซึ่งมีเสื้อผ้าทั่วไป เช่น แบรินด์ H&M, Abercrombie & Fitch และ Uniqlo ได้ทำการแข่งขันกันทำตลาดในสินค้าประเภทชุดกีฬานี้ ทั้งนี้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการเครื่องแต่งกายที่มีคุณภาพมากกว่าการมุ่งเน้นไปที่การออกแบบเพื่อสำหรับเล่นกีฬาเพียงอย่างเดียว ส่วนสินค้าแบรนด์จากประเทศเพื่อนบ้าน อย่างมาเลเซีย อินโดนีเซีย และไทยนั้น ชาวสิงคโปร์ไม่ค่อยให้ความสนใจเท่ากับแบรนด์สินค้าดั้งเดิม อย่างไรก็ตาม สินค้าชุดกีฬาจากไทยเป็นสินค้าที่คุณภาพได้มาตรฐาน แม้ว่าแบรนด์จะไม่โด่งดัง ซึ่งชาวสิงคโปร์ที่เดินทางไปเที่ยวไทยนิยมซื้อกลับมาใช้

ทั้งนี้ หลายแบรนด์ได้พยายามหาช่องทางการทำตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้า เช่น แบรนด์ New Balance ได้ขยายสาขาใหม่ และทำการตลาดผ่านการโฆษณาเพิ่มมากขึ้น โดยแบรนด์จะเน้นความมีสีสัน และความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แบรนด์นี้ ได้มีการทำตลาดผ่านการเป็นสปอนเซอร์ในการวิ่งมาราธอนในสิงคโปร์ ส่วนทางด้านแบรนด์ Under Armour ได้ใช้ตลาด E-Commerce เป็นช่องทางการจำหน่ายสำคัญ โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าผู้หญิงและเน้นสินค้าที่ออกแบบตามแฟชั่นและสะดวกสบาย ส่วนแบรนด์ Columbia, The North Face และ Timberland นั้น เน้นกลยุทธ์ปรับสินค้าให้สามารถใส่ได้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน อนึ่ง Euromonitor รายงานมูลค่ายอดขายสินค้าชุดกีฬาในปี 2558 มีมูลค่า 484.9 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ และได้คาดการณ์การเติบโตของสินค้าชุดกีฬาในปี 2559 เป็นมูลค่า 503.6 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ และเมื่อถึงปี 2562 ตลาดสินค้าประเภทนี้จะมีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.26 ด้วยมูลค่ากว่า 552.7 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์



ห้างสรรพสินค้า Queensway จำหน่ายสินค้าเพื่อการกีฬา ด้วยร้านค้าปลีก 150 ราย



<https://www.google.com.sg/search>



<https://workingwithgrace.files.wordpress.com/>

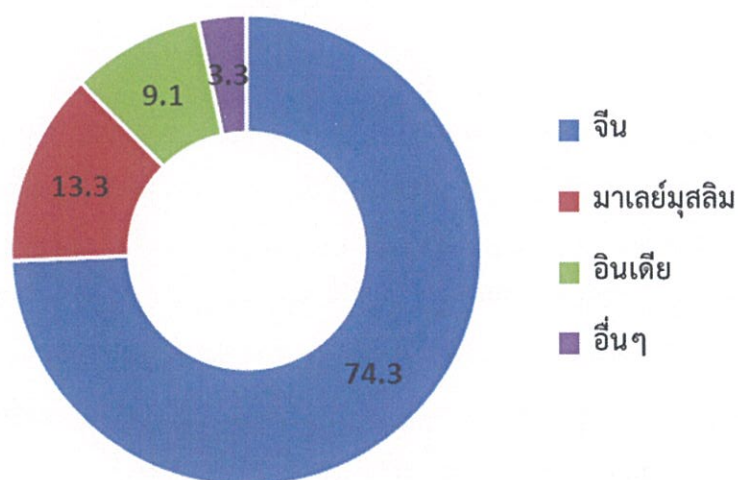
4. ความต้องการแนวโน้มสินค้าเครื่องนุ่งห่มในสิงคโปร์

เนื่องจากสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติและวัฒนธรรม รวมกันเป็นประชาชนของสิงคโปร์ ในปี 2558 มีจำนวน 5.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 จากปี 2557 ซึ่งพำนักอยู่ในสิงคโปร์จำนวน 3.9 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.8 จากปี 2557

จำนวนประชากรของสิงคโปร์ 2556-2558

ปี	ประชากรรวม	การเติบโต (รวม) %
2556	5.399 ล้านคน	1.6
2557	5.469 ล้านคน	1.3
2558	5.535 ล้านคน	1.2

ประชากรที่พำนักในสิงคโปร์ ปี 2558 มีสัดส่วน % ของแต่ละเชื้อชาติ ดังนี้



ความต้องการสินค้าเครื่องนุ่งห่มในสิงคโปร์ เป็นไปตามจำนวนประชากรที่พำนักในสิงคโปร์ ในปี 2558 จำนวน 3.902 ล้านคน โดยความต้องการสามารถแบ่งออกได้ตามเพศและระดับอายุ ดังนี้

กลุ่มอายุ (ปี)	จำนวนรวม (คน)	ชาย (คน)	หญิง (คน)	กลุ่มอายุ (ปี)	จำนวนรวม (คน)	ชาย (คน)	หญิง (คน)
	3,902,690	1,916,628	1,986,062				
0-4	183,575	93,852	89,723	45-49	303,413	149,607	153,806
5-9	204,452	103,861	100,591	50-54	315,091	158,465	156,626
10-14	214,388	109,401	104,987	55-59	295,063	147,860	147,203
15-19	242,902	124,287	118,615	60-64	240,493	119,660	120,833
20-24	264,127	133,493	130,634	65-69	182,245	88,697	93,728
25-29	271,030	132,504	138,526	70-74	102,631	47,779	54,852
30-34	290,619	137,847	152,772	75-79	81,211	36,126	45,085
35-39	301,067	143,795	157,272	80-84	51,785	20,932	30,853
40-44	316,755	154,460	162,295	85 ขึ้นไป	41,663	14,002	27,661

ทั้งนี้ ความต้องการลักษณะเครื่องนุ่งห่ม แบ่งออกได้ ดังนี้

1. เครื่องนุ่งห่มสำหรับใส่ไปทำงาน และการเข้าร่วมงานต่างๆ ซึ่งเป็นไปตามสังคมการทำงานที่นิยมแต่งกายตามแบบแผนตะวันตก ไม่ว่าบุคคลนั้นๆจะมีเชื้อชาติใดก็ตาม
2. เครื่องนุ่งห่มเป็นไปตามความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ประเพณีและวัฒนธรรมของแต่ละเชื้อชาติ โดยสรุป ดังนี้

จำนวนรวม (คน)	ชาย (คน)	หญิง (คน)	เชื้อชาติจีน (คน)	เชื้อชาติมาเลย์ มุสลิม (คน)	เชื้อชาติ อินเดีย (คน)	อื่นๆ (คน)
3,902,690	1,916,628	1,986,062	2,900,007	520,923	354,952	126,808

- เชื้อชาติจีน : จะเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มใหม่ก่อนเทศกาลตรุษจีน อาจเป็นในเดือนมกราคมหรือกุมภาพันธ์ของแต่ละปี ซึ่งทั้งบุรุษและสตรีจะซื้อเครื่องนุ่งห่มใหม่เพื่อใส่เป็นมงคลในวันตรุษจีน และสำหรับบุรุษ จะเลือกซื้อหลายๆชุดให้พอเพียงกับการใช้ใน 1 ปี ถือว่าเป็นการเปลี่ยนชุดเครื่องนุ่งห่มใหม่สำหรับใช้ต่อไปตลอดปี
- เชื้อชาติมาเลย์มุสลิม : เลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มใหม่ก่อนเทศกาล Hari Raya Puasa ซึ่งเป็นเทศกาลเฉลิมฉลองการสิ้นสุดการถือศีลอดและฉลองเทศกาลปีใหม่ของชาวมุสลิม อาจอยู่ในเดือนสิงหาคมหรือกันยายนของแต่ละปี ซึ่งทั้งบุรุษและสตรีจะซื้อชุดใหม่สำหรับการฉลองเทศกาล
- เชื้อชาติอินเดีย : เลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มก่อนเทศกาล Deepavali ซึ่งเป็นเทศกาลแห่งแสงไฟและถือเป็นการฉลองปีใหม่ของชาวอินเดียในเดือนพฤศจิกายนของทุกปี โดยทั้งบุรุษและสตรีจะซื้อเครื่องนุ่งห่มสำหรับฉลองเทศกาล และสำหรับสตรี อาจจะมีซื้อหลายชุด เพราะสามารถใช้ได้ตลอดปี

ทั้งนี้ การจับจ่ายใช้สอยในช่วงเทศกาลต่างๆตามเชื้อชาติและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนของเงินตราและส่งผลให้เศรษฐกิจสังคมโดยรวมมีการเติบโต



เสื้อผ้าของชนเชื้อชาติจีน



เสื้อผ้าของชนเชื้อชาติมาเลย์



เสื้อผ้าของชนเชื้อชาติอินเดีย

3. เครื่องนุ่งห่มที่เป็นเครื่องแบบ เริ่มตั้งแต่เครื่องแบบนักเรียน เครื่องแบบทหาร 3 เหล่าทัพ เครื่องแบบบริษัทต่างๆ เป็นต้น
4. เครื่องนุ่งห่มที่เป็นเครื่องแบบ เริ่มตั้งแต่เครื่องแบบนักเรียน เครื่องแบบทหาร 3 เหล่าทัพ เครื่องแบบบริษัทต่างๆ เป็นต้น
5. เครื่องนุ่งห่มที่เป็นชุดกีฬา โดยเป็นชุดกีฬาของโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย บริษัทต่างๆ ชุดกีฬาเพื่อกลุ่มการแข่งขันต่างๆ เป็นต้น

แนวโน้มสินค้าเครื่องนุ่งห่มในสิงคโปร์

แนวโน้มสินค้าเครื่องนุ่งห่มในสิงคโปร์ คาดว่า จะมีความต้องการเพิ่มขึ้น โดย Euromonitor คาดการณ์ว่า ยอดขายสินค้าเครื่องนุ่งห่มในสิงคโปร์ในปี 2562 จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับปี 2557 โดยจะมีมูลค่ากว่า 4,070.6 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์

ในส่วนของผู้เลือกซื้อสินค้าเครื่องนุ่งห่ม จะมีจำนวนเพิ่มขึ้นเล็กน้อย หากเป็นไปตามอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากร ประมาณร้อยละ 0.8 และการที่แนวโน้มในการเลือกซื้อสินค้าจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงในอนาคต ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ดังนี้

- ตามการเติบโตของเศรษฐกิจ
- ตามเทรนด์แฟชั่นจากประเทศต่างๆ
- ตามหน้าที่การงาน
- ตามเทศกาล

5. พฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจุบันชาวสิงคโปร์ทั้งบุรุษและสตรีหันมาให้ความสำคัญกับเครื่องนุ่งห่มมากขึ้น เนื่องจากการแต่งกายที่ดีเป็นปัจจัยช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพให้มีความน่าเชื่อถือ ผู้คนจึงเริ่มหันมาดูแลตัวเองด้วยการแต่งเครื่องแต่งกายที่ทันสมัย และเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น ทั้งนี้ชาวสิงคโปร์ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมจากตะวันตก ทำให้ประชาชนจำนวนมากติดตามกระแสแฟชั่นใหม่ๆ จากตะวันตก ประกอบกับในปัจจุบันชาวสิงคโปร์มีรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจสินค้าเครื่องนุ่งห่มในสิงคโปร์มีบรรยากาศคึกคัก โดยแต่ละแบรนด์เริ่มหันมาพัฒนาสินค้าของตนให้มีคุณภาพ ตามสมัยนิยม และมีราคาสมเหตุสมผลมากขึ้น โดยผู้ขับเคลื่อนหลักของสินค้าประเภทนี้ให้เติบโตเพิ่มขึ้นทุกปีๆ คือ กลุ่มวัยหนุ่มสาวรุ่นใหม่วัยทำงาน

ทั้งนี้ สภาพภูมิอากาศของสิงคโปร์ที่มีอากาศแบบร้อนชื้น เนื่องจากสิงคโปร์ตั้งอยู่ในเขตร้อนทำให้มีอากาศอบอุ่นเกือบตลอดปี โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 25-32 องศาเซลเซียส ส่งผลให้ชาวสิงคโปร์นิยมสินค้าเครื่องนุ่งห่มที่ผลิตจากผ้าฝ้ายหรือผ้าชนิดบางที่สวมใส่สบายและง่ายต่อการดูแลรักษา ทั้งนี้ ถึงแม้สิงคโปร์จะไม่มีฤดูหนาว แต่ในช่วงเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ของทุกปี สิงคโปร์ก็จะมีอากาศที่เย็นสบายโดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยที่ประมาณ 23-26 องศาเซลเซียส ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวชาวสิงคโปร์ส่วนมากนิยมหาซื้อเสื้อกันหนาวมาสวมใส่

พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องนุ่งห่มในสิงคโปร์ สรุปหัวข้อสำคัญๆ ดังนี้

- 1) โดยทั่วไป ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ส่วนใหญ่จะนิยมเครื่องนุ่งห่มที่ผลิตจากผ้าฝ้ายหรือผ้าชนิดบางที่สวมใส่สบายและง่ายต่อการดูแลรักษา สีสันอยู่ในระดับอ่อนโยนสำหรับผู้ชาย สำหรับผู้หญิงจะเป็นสีและลวดลายต่างๆ จากระดับอ่อนโยนถึงสีฉูดฉาด
- 2) เสื้อผ้าส่วนใหญ่จะมีรูปแบบเรียบง่าย สีไม่ฉูดฉาด ใส่แล้วรู้สึกสบายเหมาะกับสภาพบรรยากาศ สีเสื้อผ้าของผู้หญิงที่เป็นที่นิยม ได้แก่ สีขาว ดำ เทา เหลืองอ่อน ฟ้าอ่อน ชมพูอ่อน ส่วนใหญ่จะเป็นสีใส่สบายตา ส่วนเสื้อผ้าของผู้ชายจะเน้นสีขาว ฟ้า และเทา/ดำ เป็นส่วนใหญ่
- 3) ประชากรวัยทำงานของสิงคโปร์ โดยเฉพาะผู้หญิงมักจะเน้นใส่เสื้อผ้าคุณภาพดี ที่มีการออกแบบ มีความทันสมัยตามแฟชั่น ไม่ซ้ำแบบใคร และในราคาที่เหมาะสม
- 4) ส่วนเสื้อผ้าของผู้ชาย ในปัจจุบันมีความพิถีพิถันมากขึ้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สวมใส่แล้วดูดี มีมาตรฐาน ไม่เกียจจะมาเป็นแบรนด์ชั้นนำหรือไม่ก็ตาม

- 5) ให้ความสนใจเรื่องราคาเป็นปัจจัยหลัก ซึ่งราคาที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่าย อยู่ในระดับที่แตกต่างกันตามประเภทเครื่องนุ่งห่ม อาทิ เสื้อี ราคาระหว่าง 29-120 เหรียญสิงคโปร์ เสื้อยืด (19-60 เหรียญสิงคโปร์) กระโปรง (39-150 เหรียญสิงคโปร์) กางเกง (40-120 เหรียญสิงคโปร์) และแจ็คเก็ต (120-400 เหรียญสิงคโปร์)
- 6) ในส่วนของแบรนด์ ผู้หญิงจะเลือกซื้อสินค้าที่ราคาพอสมควรไม่มีแบรนด์ก่อน เนื่องจากการแต่งกายเปลี่ยนไปตามแฟชั่นอยู่เสมอๆ หากสินค้ามีราคาถูกและคุณภาพใกล้เคียงกับของแบรนด์ดังๆ จะเป็นที่ยอมรับมาก
- 7) ผู้บริโภคบางกลุ่มนิยมสินค้าที่ผลิตจากจีน แต่มีสไตล์แบบตะวันตก คุณภาพดีและราคาย่อมเยา
- 8) เสื้อผ้าที่ผลิตจากไทย ได้รับความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยหนุ่ม-สาวเริ่มทำงาน
- 9) ในส่วนของเครื่องนุ่งห่มตามเชื้อชาติหลากหลายที่ประกอบเป็นประชากรสิงคโปร์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเครื่องนุ่งห่มด้วย โดยรสนิยมตามกลุ่มเชื้อชาติ ดังนี้



ชาวจีน : นิยมสีสดใส โดยเฉพาะสีแดง และมีสีสันลวดลาย



ชาวมุสลิม : นิยมสีเข้มที่สดใส มีการตกแต่ง



ชาวอินเดีย : นิยมลวดลายใหญ่ที่มีสีพื้นเข้มทึบ พริ้ว

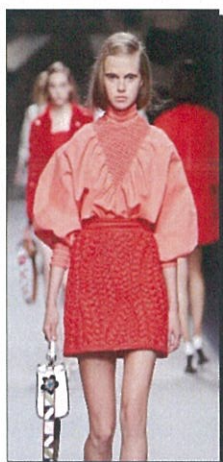
- 10) ในวันหยุดสุดสัปดาห์ คนสิงคโปร์ชอบใส่เสื้อผ้าแบบ Casual เช่น ชาสั้น หรือเสื้อแขนกุด

ทั้งนี้ Street Fashion ของสิงคโปร์ประจำปี 2016 จาก <http://sg.asiatatler.com> แสดงถึงรสนิยมของผู้บริโภคในสิงคโปร์ ดังนี้

- 3D Flowers การปักดอกไม้บนชุดแบบ 3D
- Big Sleeves แขนเสื้อขนาดใหญ่
- Blue Everywhere เสื้อผ้าสีน้ำเงินและฟ้าเข้ม
- Lingerie-Inspired Slips เดรสผ้าคล้ายชุดนอน
- Dressy Stripes เสื้อผ้ายลายทาง



3D Flowers



Big Sleeves



Blue Everywhere



Lingerie-Inspired Slips



Dressy Stripes

นอกจากนี้ ผู้บริโภคในสิงคโปร์ยังมีรสนิยมในการใช้ Green Products

ตลาด Green Products ในสิงคโปร์เริ่มมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มมากขึ้นสำหรับผู้บริโภคที่ให้ความสนใจในเรื่องสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า อาหาร และเครื่องนุ่งห่ม

สิงคโปร์มีเสื้อผ้าที่ผลิตจากผ้าฝ้ายที่เป็นออร์แกนิก อย่างไรก็ดี เสื้อผ้าที่ทำจากผ้าฝ้ายออร์แกนิกยังไม่ค่อยเป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากมีราคาแพงและหาซื้อค่อนข้างยาก ซึ่งคนสิงคโปร์ส่วนใหญ่ที่ชอบเสื้อผ้าทำจากผ้าฝ้ายออร์แกนิก จะสามารถหาซื้อได้บนเว็บไซต์ออนไลน์ เช่น www.greenstore.sg และ www.greenkampong.com เป็นต้น

**green
store**

eco, sustainable, organic
and ethical products
www.greenstore.sg



แบรนด์ Earth Creation จาก www.greenstore.sg