

Lululemon มียอดขายเสื้อผ้าผู้ชายเพิ่มขึ้น 38%



Lululemon เปิดเผยว่า รายได้จากการจำหน่ายเสื้อผ้าของผู้ชายนั้นเพิ่มขึ้น 38% ในช่วงไตรมาสที่สาม โดยมีส่วนมาจากเสื้อผ้าผู้ชายประเภท กางเกง ชุดชั้นใน และ เสื้อนอก โดย Calvin McDonald ผู้บริหารของ Lululemon กล่าวว่า เป้าหมายของบริษัทนั้นคือการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ของผู้ชายขึ้นเป็นสองเท่าภายในปี 2566 โดยบริษัทคาดหวังว่าจะสามารถโน้มน้าวใจให้ลูกค้าผู้ชายเห็นว่ากางเกงของ Lululemon นั้นมีความคุ้มค่า แม้ว่าราคาอาจจะสูงถึงตัวละ 200 เหรียญสหรัฐฯ เลยทีเดียว

Lululemon Athletica Inc. ก่อตั้งขึ้นในปี 2541 ในแวนคูเวอร์ประเทศแคนาดาโดยได้รับแรงบันดาลใจจากความสนใจของของนักเล่นโยคะ บริษัท ได้จดสิทธิบัตร "Luon" ซึ่งเป็นวัสดุที่ทำให้กางเกงโยคะมีความรู้สึกนุ่มสบาย และได้ขยายไปสู่ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ตั้งแต่ยกทรงกีฬาไปจนถึงกางเกงทำงานและแจ็กเก็ต

Lululemon สร้างแบรนด์ด้วยผลิตภัณฑ์กางเกงโยคะสำหรับผู้หญิงที่มีราคาสูงและตอนนี้บริษัทกำลังขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าผู้ชาย บริษัทเปิดเผยกับนักลงทุนว่า 21% ของยอดขายของ Lululemon ซึ่งมีมูลค่าอยู่ที่ 3.3 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปีที่แล้วนั้นมาจากผลิตภัณฑ์ของผู้ชาย

หลังจาก Lululemon ประสบความสำเร็จในตลาดเสื้อผ้าออกกำลังกาย ก็มีคู่แข่งซึ่งขายราคาต่ำกว่าเกิดขึ้นมากมาย โดยหวังที่จะบุกตลาดธุรกิจเสื้อผ้าออกกำลังกายที่กำลังมาแรง ซึ่งสร้างแรงกดดันให้ Lululemon พิจารณาในการลดราคาสินค้า หรือขายสินค้าในช่องทางอื่นนอกเหนือจากในร้านและเว็บไซต์ของตนเอง

อย่างไรก็ตามผู้บริหารของ Lululemon กล่าวในการให้สัมภาษณ์กับหนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal เมื่อเดือนเมษายนว่าเขาไม่ต้องการลดราคาและบริษัทก็ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการเติบโต ผู้บริหารกล่าวว่าเขาต้องการเพิ่มการรับรู้ของแบรนด์ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้าอีกเป็นจำนวนมากและเปิดสาขาเพิ่มเติมในอเมริกาเหนือและตลาดต่างประเทศเช่นยุโรปและจีน

Lululemon กล่าวว่ารายได้โดยรวมในไตรมาสที่สามเพิ่มขึ้น 23% โดยมีมูลค่า 916 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และบริษัทปรับเพิ่มการประมาณการรายได้ขึ้นเล็กน้อยสำหรับไตรมาสที่สี่ โดยปรับเป็น 1.33 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ จากเดิม 1.32 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ของบริษัทคือเจาะตลาดสินค้าอื่นนอกเหนือไปจากเสื้อผ้ากีฬา เช่น ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ

ความคิดเห็นของ สคต

ตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มในสหรัฐอเมริกานั้นถือเป็นตลาดที่ใหญ่ โดยในปี 2562 มีมูลค่าการนำเข้าสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นมูลค่าสูงถึง 113,972 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สหรัฐมีการนำเข้าสินค้าในกลุ่มของอาเซียนจำนวนมากโดยนำเข้าจากประเทศไทยมากเป็นอันดับที่ 4 รองจากเวียดนาม อินโดนีเซีย และกัมพูชา ในด้านการผลิตนั้นประเทศไทยอาจมีความเสียเปรียบประเทศเพื่อนบ้านในด้านของอัตราค่าจ้างแรงงาน และต้นทุนการผลิต หากผู้ประกอบการต้องการแข่งขันในตลาดสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มนั้น อาจจำเป็นที่จะต้องนำเทคโนโลยีด้านการผลิต และนวัตกรรมด้านวัสดุ เข้ามาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบด้านคุณภาพและสร้างจุดเด่นของสินค้า และติดตามเทรนด์ของตลาดโลกอย่างใกล้ชิด โดยในกรณีความสำเร็จของ Lululemon นั้นได้แสดงให้เห็นว่า ตลาดสินค้าเสื้อผ้าราคาสูงนั้นยังมีความเป็นไปได้หากสินค้ามีคุณภาพและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ที่มาของข้อมูล www.marketwatch.com/ วันที่ 13 ธ.ค. 2562

สคต. ณ นครนิวยอร์ก

