



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงปารีส  
ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐฝรั่งเศส  
วันที่ 30 ธันวาคม 2562 – 5 มกราคม 2563



## แฟชั่นสำหรับผู้ชายก้าวออกจากมูมมิด

แบรนด์แฟชั่นรุ่นใหม่หลายแบรนด์เริ่มหันมาจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้ชายมากขึ้น  
เนื่องจากเป็นตลาดที่ยังมีสินค้าจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับเสื้อผ้าสำหรับผู้หญิง  
และลูกค้าส่วนใหญ่ค่อนข้างซื้อสตั๊ตย์กับแบรนด์



Balibaris, Ami, Bonne Guele, Études, Asphalte, Olow ต่างเป็นแบรนด์เสื้อผ้าสำหรับผู้ชายที่เปิดตัวขึ้นไม่นานมานี้ ในช่วงสิบปีที่ผ่านมาจำนวนแบรนด์เสื้อผ้าสำหรับผู้ชายในตลาดฝรั่งเศสเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้ชายรุ่นใหม่เริ่มให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และการแต่งกายมากขึ้น นาย Nicolas Santi-Weil ประธานบริหารของแบรนด์ Ami กล่าวว่า ในปัจจุบัน ผู้ชายหันมาติดตามแฟชั่นมากขึ้น และกล้าที่จะบอกว่าตนตามกระแสแฟชั่น นอกจากนี้ยังเริ่มใช้เครื่องสำอาง และเครื่องประดับอีกด้วย

นาย Pierre-Fraçois Le Louët ประธานบริษัท NellyRodi กล่าวว่า จากเดิมที่แฟชั่นชายจะให้ความสำคัญกับชุดสูท ในปัจจุบันผู้ชายเริ่มผสมผสานเสื้อผ้าและรูปแบบการแต่งตัวข้ามแบบข้ามสไตล์ โดยเริ่มนำเสื้อผ้าจากแบรนด์รุ่นใหม่เข้ามาผสมผสานกับเสื้อผ้าคลาสสิกที่มีอยู่ โดยแนวทางการแต่งตัวของผู้ชายในปัจจุบันสามารถแยกแนวทางเป็นสองแนวใหญ่ ได้แก่ การนำเสื้อผ้าจากกระแส streetwear เข้ามาผสมผสานกับเสื้อผ้าคลาสสิก และ การนำแนวทางการแต่งกายแบบย้อนยุค กลับมาใช้อย่างเต็มรูปแบบ

แบรนด์เสื้อผ้าที่เกิดขึ้นใหม่เหล่านี้ ส่วนใหญ่เกิดจากการที่เจ้าของแบรนด์ไม่พบเสื้อผ้าในรูปแบบที่ตรงกับความต้องการส่วนตัว จึงได้สร้างแบรนด์เสื้อผ้าที่ตรงกับโจทย์ของตนขึ้นมา

นอกจากนี้แบรนด์เหล่านี้ยังมียอดขายที่เติบโตขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10 ต่อปี และยังเป็นตลาดที่มีการแข่งขันระหว่างแบรนด์ น้อยกว่าตลาดเสื้อผ้าสำหรับผู้หญิง นอกจากนี้ผู้ชายยังเป็นลูกค้าที่มีความซื่อสัตย์ต่อแบรนด์สูง โดยมักซื้อสินค้าจากแบรนด์เดิมอย่างต่อเนื่อง ทำให้แบรนด์ไม่จำเป็นต้องนำเสนอสินค้าใหม่เป็นจำนวนมากในแต่ละปี เนื่องจากผู้ชายมักซื้อสินค้าที่ใช้จนเกิดความเคยชิน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้แบรนด์สามารถควบคุมการผลิตได้ง่าย และทำให้เป็นภาคการค้าของธุรกิจแฟชั่น ที่มีความเสี่ยงน้อยในการบริหารจัดการ

#### ความเห็นสรุป.

ตลาดเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้ชายเป็นตลาดที่ยังมีศักยภาพในการเติบโตเป็นอย่างมาก และยังมีพื้นที่ให้ทดลองสินค้าใหม่ ๆ โดยเฉพาะสินค้าสำหรับกลุ่มผู้ชายในอายุวัยประมาณ 30-40 ปีที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ และมีแนวโน้มการใช้ชีวิตที่เริ่มหันมาใส่ใจในการแต่งกายในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทั้งนี้สินค้าควรเป็นสินค้าที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อการใช้งานเป็นระยะเวลานานและทนทาน และแบรนด์ก็ต้องพร้อมที่จะเสนอสินค้าเดิมที่ได้รับความนิยมติดตลาดแล้วด้วย

ที่มาของข่าว ข่าวออนไลน์จากเว็บ Les Echos

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/mode-luxe/pourquoi-la-mode-masculine-sort-de-lombre-1161759>