

สรุปข่าวเด่นรายสัปดาห์



โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย

Image: mumbaiwalkingtours.com

ชุดลำลองสไตล์สปอร์ต แนวโน้มแฟชั่นที่จะฮ็อตช่วงโควิด

เสื้อผ้าสำหรับออกกำลังกายมียอดขายเพิ่มขึ้นท่ามกลางการระบาดของโควิด-19 โดยในช่วงปี 2563 ยอดขายของเสื้อผ้าแบรนด์ Decathlon, Asics, Puma, Skechers, Fila, Lotto และ Reebok ในอินเดียขยายตัวได้ถึง 7-24% ซึ่งต่างกับยอดขายของเสื้อผ้าลำลองทั่วไป อาทิ Zara, Benetton, Marks & Spencer และ Levi's ที่ขยายตัวเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้ เสื้อผ้าที่มีการสั่งซื้อมากขึ้นคือเสื้อยืด กางเกงขาสั้นและขายาว โดยเฉพาะยอดขายทางออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม Flipkart และ Amazon India

ในขณะเดียวกัน แฟชั่นการแต่งกายที่แพร่หลายในช่วงโควิดคือชุดลำลองกึ่งออกกำลังกาย ซึ่งเป็นชุดที่คนใส่ออกไปเดินนอกบ้านเพื่อออกกำลังกายและซื้อของใช้ประจำวัน รวมทั้งใส่อยู่บ้านในช่วงโควิด-19 ร้านขายเสื้อผ้าหลายแบรนด์ดังหลายรายจึงได้นำเสื้อผ้าสไตล์ Athleisure Apparel มาวางขายในตลาด โดยได้รับการตอบรับจากคนทุกเพศและวัยในอินเดีย



www.dfupublications.com



www.methodsapparel.com

แนวโน้มแฟชั่นนี้สอดคล้องกับผลสำรวจของ McKinsey & Company ที่พบว่าเสื้อผ้าในตลาดโลกมีแนวโน้มขยายตัว โดยเฉพาะเสื้อผ้าสำหรับการออกกำลังกายที่บ้าน รวมถึงเสื้อผ้าที่ทำมาจากเส้นใยธรรมชาติด้วย ซึ่งแบรนด์ชั้นนำระดับโลกกำลังมุ่งส่งเสริมการขายอยู่ในขณะนี้ สำหรับเสื้อผ้าแบรนด์ท้องถิ่นที่พยายามช่วงชิงส่วนแบ่งในตลาดอินเดีย ได้แก่ HRX, Dida Brothers, Shiv Naresh, Alcis, และ Campus Sutra โดยจะเน้นการจำหน่ายทางออนไลน์ อาทิ Flipkart, Mynta และ Amazon

ทั้งนี้ กลยุทธ์ที่แบรนด์ต่างๆ นำมาใช้คือการให้ดารารหรือผู้มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคนำออกกำลังผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ซึ่งต่างจากในช่วงก่อนโควิดที่มักใช้กลยุทธ์การเข้าไปสนับสนุนสโมสรกีฬา ยกตัวอย่างเช่นแบรนด์ Puma ที่เข้าไปสนับสนุนสโมสรกีฬาชั้นนำ อาทิ Mumbai City FC และ Bangalore Football Cup รวมถึงสถาบันสอนกีฬา อาทิ Indian Tigers Football Academy (ITFA), Bhaichung Bhutia Football Schools (BBFS), DSK Shivajians Academy, Paris Saint-Germain Academy India, and BOCA Juniors Football School India นอกเหนือจากการมีร้านจำหน่ายที่กระจายตัวอยู่ในอินเดียจำนวนมากเพื่อเข้าถึงตลาดและสร้างความนิยมได้พร้อมๆ กันในวงกว้าง

ที่มา www.ummid.com สิงหาคม 2564

ข้อมูลเพิ่มเติมและข้อคิดเห็น

แฟชั่นการแต่งกายแบบ Active Wear / Athleisure มีมากกว่า 20 ปีแล้ว โดยเป็นการผสมผสานระหว่างชุดกีฬา (Sportswear / Fitness Gear) และการสวมใส่เพื่อการอยู่บ้าน รวมถึงออกไปนอกบ้านแบบสบายๆ ได้ด้วย (Loungewear / Casual Attire) ผลการวิจัยของ Deloitte India คาดว่าในปี 2564 เสื้อผ้าแบบ Athleisure ในตลาดโลกจะมูลค่าประมาณ 8.5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ สอดคล้องกับ Technavio ที่คาดว่าในช่วงปี 2563-67 มูลค่าของแฟชั่นแบบ Athleisure จะขยายตัวเฉลี่ยประมาณ 20-25%

แนวโน้มความต้องการนี้สะท้อนโอกาสของผู้ส่งออกไทยในตลาดอินเดียซึ่งมีประชากร คนวัย Gen. Z และ Millennial (ที่ปัจจุบันมีอายุประมาณ 11 – 24 ปี และ 25 – 41 ปีตามลำดับ) เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ ไทยต้องแข่งขันกับแบรนด์ทั้งภายในและภายนอกอินเดียหลายราย ซึ่งต้องใช้ความสามารถในด้านการออกแบบและนวัตกรรมเพื่อสร้างจุดเด่น โดยมุ่งเป้าหมายไปในตลาดผู้มีรายได้สูงและช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีภายใต้ FTA อาเซียน-อินเดียในการสร้างความได้เปรียบด้านราคาได้ รวมถึงการเข้ามาลงทุนเปิดร้านขายสินค้าแฟชั่นแบบแบรนด์เดียว และขยายสาขาด้วยกลไกแฟรนไชส์และสอดแทรกไปกับการส่งเสริมให้คนอินเดียรู้จักกีฬาที่อาจเป็นจุดเด่นของไทย อาทิ มวยไทย กีฬาทางน้ำ และ กอล์ฟ เป็นต้น