

แบรนด์แฟชั่นพรีเมียมที่น่าจับตามองระหว่างปี 2025 ถึง 2029

แม้ว่าแบรนด์แฟชั่นพรีเมียมที่คุ้นเคยอย่าง Lululemon และ Asics จะยังคงได้รับอานิสงส์อย่างต่อเนื่องจากกระแสความนิยมในชุดออกกำลังกายที่สวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน (athleisure) และชุดกีฬาที่ยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่ง แต่ก็มีแบรนด์แฟชั่นพรีเมียมหน้าใหม่หลายรายที่น่าจับตาและมีศักยภาพในการเติบโตอย่างมากในช่วงไม่กี่ปีข้างหน้า



The premium apparel market is expected to slightly outperform in 2025 to 2029 but it will remain overshadowed by the value fashion and luxury sectors. Credit: Shutterstock.

รายงาน GlobalData ที่มีชื่อว่า 'Global Premium Apparel Market to 2029' ได้ระบุแบรนด์แฟชั่นพรีเมียมหลักที่มีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จมากที่สุดในอีกสี่ปีข้างหน้า รวมถึงแบรนด์ขนาดเล็กบางแบรนด์ที่กำลังเติบโตอย่างแข็งแกร่งอย่างต่อเนื่อง

Lululemon Athletica: ที่สุดแห่งแบรนด์แฟชั่นพรีเมียม

Lululemon Athletica แบรนด์ชุดออกกำลังกายแนวลำลอง (athleisure) สัญชาติแคนาดา ยังคงโชว์ฟอร์มแกร่งอย่างต่อเนื่อง โดยรายงานรายได้สุทธิประจำปีงบประมาณ 2024 (FY24) ทะลุ 10 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็นครั้งแรกในเดือนเมษายนที่ผ่านมา ทั้งนี้ คุณ Meghan Frank ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงินของ Lululemon ได้กล่าวถึงความสำเร็จนี้อย่างภาคภูมิใจว่า "เรายินดีที่ได้ส่งมอบผลการ

ดำเนินงานที่แข็งแกร่งอีกปีในปี 2024 และทำรายได้ต่อปีทะลุ 10 พันล้านดอลลาร์เป็นครั้งแรก"

บทวิเคราะห์จาก Bof A Global Research โดยนักวิเคราะห์คุณ Lorraine Hutchinson ระบุว่า Lululemon ได้รับการตอบรับอย่างยอดเยี่ยมจากลูกค้าเมื่อมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ GlobalData ที่ระบุว่า "บริษัทคาดว่าจะยังคงเป็นครองตลาดในปี 2025 ด้วยเช่นกัน และได้มีการขยายสาขา ระหว่างประเทศพร้อมมีการแตกไลน์ผลิตภัณฑ์ไปสู่กีฬาประเภทอื่น ๆ เช่น เทนนิสและกอล์ฟ"

การขยายตัวทั่วโลกและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่

Lululemon ไม่ได้หยุดนิ่งอยู่กับที่ โดยในเดือนตุลาคมเมื่อปีที่ผ่าน แบรนด์ได้เปิดร้านใหม่ในหลายประเทศ เช่น ฝรั่งเศส เยอรมนี นอร์เวย์ แคนาดา ออสเตรเลีย จีน และญี่ปุ่น ขณะที่เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา (ปี 2025) ก็ได้เปิดร้านที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคยุโรป ตะวันออกกลาง และแอฟริกา (EMEA) บนถนน Regent Street ในลอนดอน ซึ่งมีขนาดใหญ่เป็นสองเท่าของร้านแฟล็กชิพเดิม ยิ่งไปกว่านั้น ร้านใหม่ในเมลเบิร์น ออสเตรเลีย ที่เปิดในเดือนตุลาคม ปี 2024 ยังมาพร้อมกับโปรแกรมซ่อมแซมสินค้าภายในร้าน เพื่อยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์

การขยายตัวนี้ยังรวมถึงการมุ่งเน้นที่สินค้าสำหรับผู้ชายมากขึ้น เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าชาย และในเดือนมีนาคม 2025 Lululemon ยังได้สร้างความฮือฮาด้วยการแต่งตั้งคุณ Lewis Hamilton แชมป์โลก Formula 1 สมัย เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์

ความท้าทายและการรักษาฐานลูกค้า

แม้ว่า Lululemon จะครองตลาด athleisure ได้อย่างแข็งแกร่ง แต่ GlobalData ก็ตั้งข้อสังเกตว่าอาจมีภัยคุกคามจากคู่แข่งหน้าใหม่ที่กำลังมาแรงอย่างรวดเร็ว เช่น Alo Yoga และ Vuori อย่างไรก็ตาม Lululemon ได้เสริมสร้างความภักดีต่อแบรนด์ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น คลาสโยคะ และกิจกรรมวิ่งร่วมกับชุมชน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จ

ในช่วง 9 เดือนแรกของปีงบประมาณ 2024/25 สิ้นสุดเดือนตุลาคม 2024 การเติบโตของ Lululemon ชะลอตัวลงเล็กน้อยอยู่ที่ 8.8% แม้จะลดลงเมื่อเทียบกับปี

ก่อน แต่ก็ยังคงทำผลงานได้ดีกว่าตลาดพรีเมียมโดยรวม ส่งผลให้มีการคาดการณ์ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น 0.2 จุดเปอร์เซ็นต์ในปี 2024 เป็น 2.5% และยังคงรักษาสถานะผู้นำไว้ได้

ผลประกอบการในปีงบประมาณ 2024 แสดงให้เห็นว่ารายได้สุทธิประจำปีในทวีปอเมริกาเพิ่มขึ้น 4% ขณะที่รายได้สุทธิระหว่างประเทศพุ่งสูงขึ้นถึง 34% ซึ่งตอกย้ำถึงความสำเร็จในการขยายตลาดนอกประเทศ

Lululemon ยังคงเริ่มต้นไตรมาสแรกของปีงบประมาณ 2025 ได้อย่างแข็งแกร่ง โดยคุณ Calvin McDonald ซีอีโอได้กล่าวถึงการเปิดตัวนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น "Glow Up" ซึ่งเป็น กลุ่มผลิตภัณฑ์เทคนิคใหม่ล่าสุดสำหรับผู้หญิง ที่ผลิตจากผ้า Ultralu Fabric รุ่นใหม่ที่ทำให้ความกระชับและเข้ารูป เหมาะสำหรับการออกกำลังกายที่หลากหลาย ซึ่งจะมีการขยายไลน์ผลิตภัณฑ์นี้ในอนาคต

Asics: การเติบโตที่แข็งแกร่งและก้าวต่อไปในปี 2025

Asics แบนด์รองเท้าวิ่งและชุดออกกำลังกายจากญี่ปุ่น ได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากการความต้องการรองเท้าวิ่งพรีเมียมที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างมากในปี 2024 โดยมีรายได้จากการดำเนินงาน (เมื่อเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนคงที่) เติบโตถึง 13.0% เนื่องจากผู้บริโภคให้การตอบรับที่ดีต่อนวัตกรรมและความสบายของแบรนด์

Asics คาดการณ์ว่าในปี 2025 จะเป็นปีที่แข็งแกร่งยิ่งกว่าเดิม โดยมีแนวโน้มการเติบโตของรายได้ (เมื่อเทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนคงที่) ถึง 17% แม้ว่าจะต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากแบรนด์คู่แข่งอย่าง On และ HOKA

ในเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา Asics ได้รายงานผลประกอบการไตรมาส 1 ปีงบประมาณ 2025 โดยมียอดขายสุทธิเพิ่มขึ้น 19.7% กำไรเพิ่มขึ้น 18.4% และกำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นถึง 31.6% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

แม้จะมีความกังวลเกี่ยวกับภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ และค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสูงถึง 5 พันล้านเยน แต่การคาดการณ์ทางธุรกิจรวมสำหรับทั้งปีของ Asics ยังคงไม่เปลี่ยนแปลง แสดงให้เห็นถึงความมั่นใจในทิศทางของแบรนด์

Ralph Lauren: พร้อมคว้าส่วนแบ่งตลาดในปี 2025 ด้วยกลยุทธ์ที่การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค

Ralph Lauren แแบรนด์แฟชั่นชื่อดังจากสหรัฐอเมริกา กำลังอยู่ในตำแหน่งที่แข็งแกร่งอย่างยิ่งในการช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดในปี 2025 หลังจากที่ยอดขายในช่วง 3 เดือน เมื่อสิ้นสุดลงเมื่อเดือนธันวาคม 2024 พุ่งทะยานขึ้นถึง 11%

GlobalData ได้วิเคราะห์และระบุว่า Ralph Lauren มีแนวโน้มที่ดีในการเติบโตในอนาคต โดยแบรนด์ได้ให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าโดยตรงถึงผู้บริโภค (direct-to-consumer) อย่างจริงจัง กลยุทธ์นี้ไม่เพียงช่วยปกป้องธุรกิจจากความท้าทายและความอ่อนแอของห้างสรรพสินค้าในสหรัฐฯ เท่านั้น แต่ยังช่วยให้ Ralph Lauren สามารถควบคุมประสบการณ์ของลูกค้าได้อย่างครบวงจร

นอกจากนี้ จุดแข็งสำคัญของ Ralph Lauren ยังคงอยู่ที่การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์และเหนือกาลเวลา สไตล์คลาสสิกของแบรนด์ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องและเข้ากับกระแสแฟชั่นในปัจจุบันได้อย่างลงตัว ทำให้ Ralph Lauren ยังคงเป็นที่ต้องการของตลาด และพร้อมก้าวขึ้นเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมแฟชั่นพรีเมียมต่อไป

แบรนด์แฟชั่นพรีเมียมที่น่าจับตามอง

SKIMS: พลังขับเคลื่อนจากความหลากหลาย สู่การเป็นผู้นำแฟชั่นระดับโลก

SKIMS แแบรนด์ชุดกระชับสัดส่วน (shapewear) ของ Kim Kardashian ได้สร้างปรากฏการณ์การเติบโตอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่เปิดตัวในปี 2019 โดยให้ความสำคัญอย่างยิ่งถึงค่านิยมหลักของแบรนด์ ได้แก่ การยอมรับรูปร่างที่หลากหลาย (body positivity), การเข้าถึงทุกคน (inclusivity) และความสบาย ตามลำดับ

เมื่อปี 2023 แแบรนด์ได้รับเงินทุนสนับสนุนถึง 270 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งถูกนำไปใช้ในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ การเปิดร้านค้า และการขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ โดย SKIMS ได้แตกไลน์สู่ชุดลำลอง (loungewear) และชุดนอน (nightwear) เพิ่มเติม

และเมื่อเดือนมิถุนายน 2024 SKIMS ได้แต่งตั้งคุณ Jude Bellingham นักฟุตบอลชาวอังกฤษชื่อดัง เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์สำหรับไลน์สินค้าผู้ชาย นอกจากนี้ SKIMS ยังได้ร่วมมือกับแบรนด์แฟชั่นระดับโลกอย่าง Dolce & Gabbana และแบรนด์เอทกร็ออย่าง The North Face ซึ่งช่วยให้แบรนด์สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่ ๆ ได้อย่างกว้างขวาง

ก้าวสำคัญ: การจับมือกับ Nike และการขยายสาขา

ฤดูใบไม้ผลิปี 2025 ถือเป็นความร่วมมือครั้งใหญ่ที่สุดของ SKIMS กับแบรนด์กีฬายักษ์ใหญ่จากสหรัฐฯ อย่าง Nike โดยได้เปิดตัวแบรนด์แอสคทีฟแวร์สำหรับผู้หญิงใหม่ภายใต้ชื่อ NikeSkims เพื่อตอบรับกระแสความต้องการชุดออกกำลังกายที่สวมใส่ในชีวิตประจำวัน (athleisure) ที่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

Louise Deglise-Favre นักวิเคราะห์เครื่องแต่งกายจาก GlobalData ได้ให้ความเห็นว่า เป็นเรื่องน่าสนใจที่ Nike เลือกที่จะสร้างพันธมิตรทางแบรนด์ (brand partnership) มากกว่าการร่วมมือแบบชั่วคราว (collaboration) เธอกล่าวเสริมว่า "แต่มันก็สมเหตุสมผลสำหรับ Adidas และ Yeezy ในอดีตที่เคยประสบความสำเร็จอย่างมหาศาลในช่วงแรกเริ่ม ดังนั้น หนึ่งในเหตุผลที่เป็นไปได้สำหรับการเคลื่อนไหวครั้งนี้คือการสร้างความสำเร็จในแบบเดียวกัน โดย Ivy Park x Adidas ก็เป็นอีกหนึ่งเรื่องราวความสำเร็จ" เธอยังตั้งข้อสังเกตอีกว่า SKIMS ได้สร้างชื่อเสียงอย่างมั่นคงในตลาดชุดลำลองและชุดกระชับสัดส่วน ซึ่งอาจเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ Nike ต้องการเป็นพันธมิตรกับแบรนด์นี้

SKIMS ยังคงเดินหน้าขยายการเข้าถึงผู้บริโภคด้วยการเพิ่มจำนวนสาขา โดยร้านค้าแบบสแตนด์อะโลนแห่งแรกเปิดทำการในกรุงวอชิงตัน ดี.ซี. เมื่อเดือนมิถุนายน 2024 ตามมาด้วยร้านแฟล็กชิพในนครนิวยอร์กในเดือนธันวาคม และแบรนด์ยังคงพิจารณาทำเลในกรุงลอนดอนเพื่อขยายสาขาในอนาคต

HOKA: แบนด์รองเท้าวิ่งฟรีเมียมที่พุ่งทะยานอย่างไม่หยุด

HOKA ยังคงได้รับอานิสงส์อย่างต่อเนื่องจากความต้องการรองเท้าวิ่งฟรีเมียมที่สูงขึ้นอย่างล้นหลาม โดยยอดขายในปีงบประมาณ 2023/24 ของแบรนด์พุ่งขึ้นถึง **27.9%** แตะระดับ 1.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และยังคงทำผลงานได้ดียิ่งขึ้นในช่วงเก่า

เดือนสิ้นสุดเดือนธันวาคม 2024 ด้วยการเพิ่มขึ้นถึง **29.3%** ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดในปี 2024 ของ HOKA อยู่ที่ 0.87%

แบรนด์ได้ขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพื่อเพิ่มการรับรู้ของผู้บริโภค โดยได้เปิดร้านแฟล็กชิพแห่งแรกในกรุงลอนดอนเมื่อเดือนตุลาคม 2023 ตามมาด้วยสาขาในกรุงปารีสเมื่อเดือนพฤษภาคม 2024 ร้านค้าเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงจุดจำหน่ายสินค้า แต่ยังนำเสนอบริการหลากหลายรูปแบบ เช่น คลาสโยคะ บริการด้านสุขภาพ และบริการซ่อมแซมอุปกรณ์ เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมกับลูกค้า นอกจากนี้ HOKA ยังได้เปิดร้านป๊อปอัพชื่อ "Hoka Run Stop Corner Shop" ในลอนดอนเมื่อเดือนมกราคม 2025 ซึ่งเป็นการผสมผสานร้านขายของชำแบบดั้งเดิมเข้ากับอุปกรณ์วิ่งที่จำเป็น ของว่าง และประสบการณ์แบบอินเทอร์แอคทีฟ

ในด้านความร่วมมือ HOKA ได้ร่วมมือกับ **Reformation** ในเดือนกันยายน 2024 เพื่อเปิดตัวคอลเลกชันรองเท้าผ้าใบที่ผลิตแบบจำกัดจำนวน โดยเน้นความยั่งยืน มีสามสีพิเศษที่ทั้งมีสไตล์และสามารถรีไซเคิลได้ 100% ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าดึงดูดในกลุ่มผู้หญิง นอกจากนี้ ในเดือนมกราคม 2025 HOKA ยังได้จัดกิจกรรมป๊อปอัพในฮ่องกงเพื่อแนะนำรองเท้ารุ่นใหม่ล่าสุดอย่าง **Bondi 9** อีกด้วย

Aligne: แบรนด์เสื้อผ้าสตรีอังกฤษกับการเติบโตอย่างยั่งยืน

Aligne แบรนด์เสื้อผ้าสตรีสัญชาติอังกฤษที่ก่อตั้งขึ้นในปี 2020 โดดเด่นด้วยการมุ่งเน้นสไตล์ที่เรียบง่ายเหนือกาลเวลาและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ แบรินด์ดำเนินธุรกิจหลักผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีการจัดส่งสินค้าไปยังตลาดสำคัญ ทั่วโลก และยังวางจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกชื่อดังอย่าง Liberty และ Anthropologie ในสหราชอาณาจักรอีกด้วย

เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง Aligne ได้ประกาศแต่งตั้ง Lucy Bronze นักฟุตบอลหญิงทีมชาติอังกฤษชื่อดัง เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์คนแรกเมื่อเดือนมีนาคม 2024 และในเดือนมีนาคม 2025 ที่ผ่านมา แบรินด์ยังได้เปิดตัวคอลเลกชันพิเศษจำนวนจำกัดที่ร่วมมือกับนักเขียนชื่อดัง Elizabeth Day

สำหรับก้าวต่อไป แบรินด์มีแผนที่จะเปิดร้านป๊อปอัพในนครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา ในเดือนเมษายน 2025 ซึ่งจะดำเนินงานเป็นเวลาสี่เดือน การเคลื่อนไหวครั้งนี้ถือเป็นการสนับสนุนเป้าหมายการขยายตลาดของ Aligne ในสหรัฐอเมริกาอย่างเป็นรูปธรรม

Peachy Den: แบรินด์เสื้อผ้าสตรีนลอนดอนที่ผสานสไตล์ยุค 70s เข้ากับความนิยมของเซเลบริตี้

Peachy Den แบรินด์เสื้อผ้าสตรีจากลอนดอนที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 6 ปีที่แล้ว (ปี 2019) ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในกลุ่มหญิงสาวที่ชื่นชอบแฟชั่น ด้วยสไตล์ที่ได้แรงบันดาลใจจากยุค 70s อันเป็นเอกลักษณ์ เสื้อผ้าของแบรนด์นี้เป็นที่สะดุดตาและถูกสวมใส่โดยเซเลบริตี้ระดับโลกหลายคน เช่น Dua Lipa และ Bella Hadid

เพื่อตอบรับกับความต้องการที่เพิ่มขึ้น Peachy Den ได้ขยายช่องทางการเข้าถึงลูกค้า โดยได้เปิดร้านค้าถาวรแห่งแรกในลอนดอนเมื่อเดือนกรกฎาคม 2024 และยังสามารถเปิดร้านป๊อปอัพเป็นระยะเวลาสี่เดือนที่ห้าง Liberty ในเดือนตุลาคม 2024 เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ในเดือนกันยายนที่ผ่านมา Peachy Den ยังได้สร้างความฮือฮาด้วยการร่วมมือกับ Adidas แบรินด์กีฬายักษ์ใหญ่จากเยอรมนี ในการเปิดตัวคอลเลกชันพิเศษที่วางจำหน่ายเฉพาะที่ร้านแฟล็กชิพของ Adidas ในลอนดอนเท่านั้น ความร่วมมือครั้งนี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มการรับรู้ให้กับ Peachy Den อย่างมาก แต่ยังเป็นช่องทางสำคัญที่ช่วยดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ให้เข้ามาทำความรู้จักกับแบรนด์อีกด้วย

Denim Tears: สตรีทแวร์ที่บอกเล่าเรื่องราวผ่านแฟชั่น

Denim Tears แบรินด์สตรีทแวร์ที่ก่อตั้งขึ้นในปี 2019 โดยนักออกแบบและนักสร้างสรรค์ Tremaine Emory ถือเป็นอีกหนึ่งปรากฏการณ์ในวงการแฟชั่น โดยมุ่งเป้าไปที่กลุ่มสุภาพบุรุษ (วัยรุ่น) ด้วยผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาเพื่อบอกเล่าเรื่องราวและประวัติศาสตร์ของชาวแอฟริกันอเมริกันอย่างลึกซึ้ง

แบรนด์ดำเนินธุรกิจหลักผ่านช่องทางออนไลน์ และมีการวางจำหน่ายผ่านร้านค้าที่ได้รับเลือกอย่าง Dover Street Market นอกจากนี้ Denim Tears ยังได้เปิดร้านแฟล็กชิพเป็นของตัวเองในนครนิวยอร์กเมื่อเดือนมีนาคม 2024 ซึ่งถือเป็นก้าวสำคัญในการขยายฐานลูกค้าและสร้างการรับรู้ในระดับสากล

Denim Tears มีชื่อเสียงจากการร่วมมือกับแบรนด์ดังระดับโลกมากมาย อาทิ Dior และ Levi's การร่วมงานเหล่านี้ไม่เพียงช่วยยกระดับแบรนด์ แต่ยังขยายขอบเขตอิทธิพลในตลาดแฟชั่น และในเดือนมกราคม 2025 ที่ผ่านมามีแบรนด์ได้จับมือกับ

Stüssy เพื่อสร้างสรรค์คอลเลกชันที่ได้รับแรงบันดาลใจจากช่วงชีวิตวัยเรียนมัธยมปลายของผู้ก่อตั้ง Stüssy ที่จาเมกา ซึ่งเป็นการผสมผสานวัฒนธรรมและเรื่องราวที่น่าสนใจลงบนผลงานได้อย่างลงตัว

R.M. Williams: ตำนานรองเท้าบูทออสเตรเลีย สู่การขยายตลาดระดับโลก

R.M. Williams คือแบรนด์ดังสัญชาติออสเตรเลียที่เป็นที่รู้จักกันดีในด้านรองเท้าบูทหนังคุณภาพสูงและเครื่องแต่งกายสุดประณีต รองเท้าบูทของแบรนด์นี้เป็นที่นิยมถึงขั้นที่ Hugh Jackman นักแสดงชื่อดังระดับโลก ได้สวมใส่และถูกแต่งตั้งเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ระดับโลกตั้งแต่ปี 2019

ปัจจุบัน R.M. Williams กำลังมุ่งเน้นการขยายตลาดสู่ระดับโลก โดยใช้กลยุทธ์การเป็นพันธมิตรกับห้างสรรพสินค้าระดับหรู เช่น Harrods, Selfridges และ Liberty ในสหราชอาณาจักร เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง และเพื่อสนับสนุนเป้าหมายในการเพิ่มการปรากฏตัวในตลาดต่างประเทศ แบรนด์ยังได้เปิดร้านค้าแห่งใหม่ในเมือง Buckinghamshire ประเทศอังกฤษ เมื่อเดือนตุลาคม 2024 ที่ผ่านมา ซึ่งนับเป็นอีกก้าวสำคัญในการตอกย้ำตำแหน่งในเวทีแฟชั่นโลก

รายงาน: วิเคราะห์ตลาดเครื่องแต่งกายพรีเมียมทั่วโลก (อดีต - คาดการณ์ปี 2029)

รายงานฉบับนี้ได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในอดีตและคาดการณ์ของตลาดเครื่องแต่งกายพรีเมียมทั่วโลกไปจนถึงปี 2029 โดยให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแนวโน้มสำคัญภายในตลาดนี้ รวมถึงยอดขายและการเติบโตในภูมิภาคต่าง ๆ และกลุ่มผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังเน้นย้ำถึงแบรนด์เครื่องแต่งกายพรีเมียมชั้นนำระดับโลกและสถานะการแข่งขันในปัจจุบัน

การเติบโตของตลาดเครื่องแต่งกายพรีเมียมทั่วโลกชะลอตัวลงเหลือ 0.7% ในปี 2024 จากเดิม 4.6% ในปี 2023 ซึ่งเป็นผลมาจากประเด็นเศรษฐกิจมหภาคที่ยืดเยื้อและภาวะเงินเฟ้อที่สูงขึ้นส่งผลกระทบต่อความต้องการของผู้บริโภค

คาดการณ์ว่า**กลุ่มรองเท้า**จะมีการเติบโตที่รวดเร็วที่สุด โดยเพิ่มขึ้นด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) ระหว่างปี 2024-2029 ที่ 4.3% ซึ่งได้รับแรงหนุนจากความสำเร็จของแบรนด์รองเท้าวิ่งพรีเมียมเฉพาะทางอย่าง **On** และ **HOKA**

สำหรับภูมิภาค **เอเชียแปซิฟิก** และ **ตะวันออกกลางและแอฟริกา** คาดว่าจะแสดงการเติบโตที่แข็งแกร่งที่สุดไปจนถึงปี 2029 โดยมี CAGR ระหว่างปี 2024-2029 อยู่ที่ 5.6% และ 4.4% ตามลำดับ เนื่องจากการขยายตัวของเมืองที่รวดเร็วและการเพิ่มขึ้นของประชากรชนชั้นกลาง

Lululemon ยังคงเป็นแบรนด์เครื่องแต่งกายพรีเมียมที่ใหญ่ที่สุดในปี 2024 และสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากขึ้นจากการขยายตลาดระหว่างประเทศและความต้องการชุดกีฬาและชุดลำลองแนวสปอร์ต (athleisure) ที่ยังคงสูงอย่างต่อเนื่อง

Source: [JustStyle.com](https://www.juststyle.com) and GlobalData

Photo credit: Shutterstock