



# ‘เอเชียตะวันออกเฉียงใต้’ จะเป็นดาวดวงใหม่ แห่งตลาดแบรนด์หรู?





เศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (SEA) กำลังขยายตัว และมีประชากร High-Net-Worth เพิ่มขึ้น รวมถึงนักท่องเที่ยวและบริษัทต่างๆ กำลังหลั่งไหลเข้าภูมิภาค



SEA จะโดดเด่นแข่งหน้า ภูมิภาคเกิดใหม่อื่นๆ  
อย่างยุโรปตะวันออกและละตินอเมริกา  
ตลอดช่วงทศวรรษหน้า

ข้อมูลจาก Bain & Company



ยอดขายสินค้าหรูใน SEA โตสูงถึง  
1.2 หมื่นล้านยูโรในปี 2565 เพิ่มขึ้นกว่า 70%

ข้อมูลจาก Bain & Company

↑ 20-30% ↑



ขณะที่สหรัฐฯ ยุโรป และญี่ปุ่น โตอยู่ที่ 20-30%  
ส่วนจีนหดตัวลงจากการล่อคดาวน์

ข้อมูลจาก Bain & Company



ผู้บริโภคครายได้ปานกลาง-สูง ใน SEA  
คาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีก 25-30 ล้านคน  
ภายในปี 2573



อย่างไรก็ดี สิงคโปร์นับเป็นผู้นำตลาดในภูมิภาค  
ขณะที่ตลาดสินค้าหุเวียดนามคาดว่าจะโตถึง  
957 ล้านยูโรในปีนี้ และคาดโตเฉลี่ย 3.3%  
ต่อปีจนถึงปี 2571

**BALENCIAGA**

**PRADA**



**BURBERRY**

**SAINT LAURENT  
PARIS**

ซึ่งร้านค้าแบรนด์หรูใน SEA มักตั้งอยู่ใน  
ห้างสรรพสินค้า แต่แบรนด์หรูบางแบรนด์  
ก็นำสินค้าอย่างแว่นตา กระเป๋า รองเท้า  
ในราคาที่เข้าถึงได้ ไปขายบน Lazada





ตอบรับกับเทรนด์การบริโภคของผู้บริโภคใน SEA ที่นิยมซื้อของออนไลน์

# BALENCIAGA

# DIOR



นักร้องและนักแสดง  
'พีพี กฤษฏ์' ได้รับแต่งตั้งให้เป็น  
Global Ambassador  
ของ Balenciaga



นักแสดง  
'อาโป ณิชวีญญ์' และ 'มาย ภาควงมี'  
ได้รับแต่งตั้งให้เป็น  
Ambassador ของ Dior

นอกจากนี้ บุคคลที่มีความสามารถภายในประเทศ  
ก็มีโอกาสที่จะสร้างแรงกระเพื่อมให้แก่ตลาด  
จากการถูกยกให้เป็นตัวแทนแบรนด์หรูต่างๆ



‘Yoyo Cao’  
(Chanel)



‘Yoyo Cao’  
อินฟลูเอนเซอร์ชาวสิงคโปร์  
(Loewe)



‘พราว อรณิชา’  
อินฟลูเอนเซอร์ชาวไทย

หรือแม้แต่แบรนด์อย่าง Chanel, Loewe  
และ MaxMara ก็ทำงานร่วมกับอินฟลูเอนเซอร์  
จากทั่วทั้ง SEA เช่นกัน

ที่มา:

Southeast Asia: The next boom region for luxury?,  
Kati Chitrakor, Vogue Business



**AEC Connect**

ให้คำปรึกษาด้านการค้าและการลงทุน  
ช่วยเปิดโอกาสทางธุรกิจใน ASEAN