

แฟชั่นมุสลิมพุ่งแรงสู่กระแสหลัก มูลค่าตลาดโลกทะลุแสนล้าน \$US



อุตสาหกรรมแฟชั่นมุสลิมกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วจากตลาดเฉพาะกลุ่มสู่กระแสหลักของวงการแฟชั่นโลก ขับเคลื่อนโดยผู้บริโภคมุสลิมและได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปที่แสวงหาสไตล์ที่ปกปิดมากขึ้นและสวมใส่สบาย

ตลาดโตกระโดดทั่วโลก

รายงานล่าสุดระบุว่าผู้บริโภคมุสลิมใช้จ่ายกับเสื้อผ้าและรองเท้ามากกว่า 326,000 ล้านดอลลาร์ ในปี 2566 และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มเป็น 433,000 ล้านดอลลาร์ ภายในปี 2571 โดยส่วนสำคัญมาจากแฟชั่นมุสลิมที่ครอบคลุมเสื้อผ้าอย่างอบายา, ฮิญาบ, ชุดยาว, จิลบับ และชุดกีฬาแบบมุสลิม

ยุโรปกลายเป็นศูนย์กลางการเติบโตสำคัญ โดยตลาดแฟชั่นมุสลิมในภูมิภาคคาดว่าจะมีมูลค่ามากกว่า 62,000 ล้านดอลลาร์ ภายในปี 2568 ไม่เพียงเพราะประชากรมุสลิมเพิ่มขึ้นในประเทศอย่างอังกฤษ ฝรั่งเศส และเยอรมนี แต่ยังมาจากผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิมที่ชื่นชอบสไตล์นี้เพื่อความสะดวกสบาย ความยั่งยืน และการแสดงออกส่วนบุคคล

ในเอเชีย อินโดนีเซียและมาเลเซียเป็นผู้นำตลาด โดยอินโดนีเซียซึ่งมีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก ตั้งเป้าเป็นศูนย์กลางแฟชั่นมุสลิมโลกภายในปี 2568 ผ่านโครงการสนับสนุนของรัฐบาล สัปดาห์แฟชั่น และงานโชว์ของนักออกแบบ ส่วนตะวันออกกลางยังคงครองตลาดแฟชั่นมุสลิมระดับลักซ์ชัวรี โดยประเทศ GCC มีส่วนสำคัญต่อความต้องการทั่วโลก

จากช่องว่างสู่กระแสหลัก

แบรนด์ดังและคำปลีกปรับตัวรับเทรนด์นี้อย่างชัดเจน แบรนด์ในห้างออกคอลเลกชันแฟชั่นมุสลิมช่วงเดือนรอมฎอนเป็นประจำ ขณะที่นักออกแบบระดับลักซ์ชีวีร้นำอาบายา แม็กชีเดรส และผ้าคลุมศีรษะเข้าสู่แฟชั่นโซว์นนานาชาติ

แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซเปลี่ยนเกมการค้า นักออกแบบอิสระที่เคยเข้าถึงตลาดโลกยาก ตอนนี้ขายสินค้าได้โดยตรงผ่านออนไลน์ ธุรกิจขนาดเล็กในตุรกี ดูไบ ปากีสถาน และอังกฤษสามารถสร้างฐานลูกค้าทั่วโลกได้

อินฟลูเอนเซอร์บนโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะ Instagram และ TikTok ที่เชี่ยวชาญเทคนิคการแต่งตัวแบบมุสลิม คำนะนำการใช้ฮิญาบและรีวิวแฟชั่น ช่วยสร้างชุมชนที่ยกย่องแฟชั่นมุสลิม พวกเขาผสมผสานความสวยงามสมัยใหม่กับความถูกต้องทางวัฒนธรรม สร้างพลังใหม่ให้อุตสาหกรรม

ความหลากหลายทางวัฒนธรรม

จุดแข็งของแฟชั่นมุสลิมคือความหลากหลาย โดยแต่ละภูมิภาคมีสไตล์เฉพาะ ตะวันออกกลางนิยมอาบายาและคาฟตาน เอเชียใต้นิยมชัลวาร์ กมีชและเลื่อยาว ยุโรปและอเมริกาเหนือนิยมกระโปรงยาวและสตรีทแวร์ที่เข้ากับฮิญาบ ส่วนแอฟริกามีชุดหลวมและผ้าโพกศีรษะลายสดสี

เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกแฟชั่นมุสลิม

แม้ผู้บริโภคมุสลิมยังกำลังขับเคลื่อนหลัก แต่ผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิมก็หันมาใช้มากขึ้นด้วยเหตุผล ได้แก่ ความสะดวกสบาย การตัดเย็บหลวมและแขนยาวเหมาะกับชีวิตประจำวัน ความยั่งยืน เสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมมักทนทานและไม่ตกยุค การยอมรับร่างกาย ช่วยให้รู้สึกมั่นใจโดยไม่ต้องเปิดเผยผิวหน้า และการเปิดรับวัฒนธรรมโลกาภิวัตน์ทำให้ผู้คนยอมรับแฟชั่นมุสลิมเป็นทางเลือกทางวัฒนธรรม



โอกาสสำหรับแบรนด์

แบรนด์ที่สร้างคอลเลกชันเฉพาะที่ออกแบบตามมาตรฐานมุสลิมจะได้รับความไว้วางใจ การร่วมมืออินฟลูเอนเซอร์สร้างความน่าเชื่อถือ นวัตกรรมผ้าที่เบาและไม่โปร่งใสเหมาะกับสภาพอากาศร้อน เป็นที่ต้องการ และการบูรณาการสู่กระแสหลักโดยไม่แยกออกมาต่างหากคือแนวทางที่ประสบความสำเร็จสูงสุด

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทย

ตลาดแฟชั่นมุสลิมมีศักยภาพสูงสำหรับผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียนที่มีประชากรมุสลิมหนาแน่น ควรศึกษาความต้องการเฉพาะของแต่ละกลุ่ม พัฒนาสินค้าที่ใช้ผ้าคุณภาพดี ไม่โปร่งใส มีราคาเหมาะสม สร้างความร่วมมือกับอินฟลูเอนเซอร์มุสลิม และใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเข้าถึงตลาดสากล ธุรกิจที่เข้าใจความหมายทางวัฒนธรรมและศาสนาของความสุภาพเรียบร้อยจะมีโอกาสเติบโตได้ดีในตลาดมูลค่าหลายแสนล้านดอลลาร์นี้

ที่มา : <https://www.halaltimes.com>