



baramizi Lab
Trend and Future Concept Research Lab

WELLNESS *and*



*Proudly
and
Live Long*

แนวโน้มผู้บริโภคร
ด้านสุขภาพและความงาม

BEAUTY





INTRODUCTION

ภาพรวมของ สุขภาพและความงาม ในปี 2025-2026

.....

เมกะเทรนด์ และแรงผลักดัน
ที่เปลี่ยนแปลงไปในสุขภาพ
และความงาม



WELLNESS & BEAUTY

.....

ใช้แนวคิด “Proudly and Live Long”

ที่ไม่ใช่การมองเพียงแค่คุณค่าเชิงประโยชน์ (Functional Value) ของการดูแลตนเองแต่มองลึกถึงคุณค่าเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Value) ของความภาคภูมิใจในตนเองและการมีชีวิตที่ยืนยาวอย่างมีคุณค่า



คำนำ

ในโลกที่ทุกอย่างหมุนเร็วขึ้น ความไม่แน่นอนสามารถเกิดขึ้นได้ในทุกมิติ ทั้งในระดับบุคคลและองค์กร ผู้คนเผชิญกับความเหนื่อยล้าทั้งทางร่างกายและจิตใจ จนเกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมที่สำคัญ นั่นคือการหันมามุ่งเน้นดูแลตัวเองมากขึ้น เพื่อบรรลุเป้าหมายของชีวิตที่ดีในทุกมิติ ไม่ว่าจะ เป็นสุขภาพกาย สุขภาพจิต ความสัมพันธ์ หรือแม้กระทั่งความงาม

Wellness & Beauty จึงกลายเป็นมากกว่า กระแส—มันคือหัวใจของการดำรงชีวิตในยุคที่ผู้คนมองหาความสมดุลและความหมาย ผู้บริโภคในยุคนี้ไม่ได้ต้องการแค่ "สินค้า" แต่พวกเขาต้องการ "ประสบการณ์" และ "คุณค่า" ที่สะท้อนถึงตัวตน ผู้คนมองหาสิ่งที่ไม่เพียงดีต่อพวกเขา แต่ยังดีต่อโลก ความใส่ใจในด้านความยั่งยืน เทคโนโลยีเฉพาะบุคคล และการสร้างสมดุลชีวิตกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันแนวโน้มนี้

ในฐานะศูนย์วิจัยเทรนด์และคอนเซปต์แห่งอนาคต Baramizi Lab มองว่า Wellness & Beauty ไม่ได้เป็นเพียงแนวโน้มธรรมดา แต่มันคือ "แรงบันดาลใจใหม่ของธุรกิจ" ที่ช่วยเปิดประตูสู่โอกาสใหม่ๆ ที่สำคัญ เราได้ตั้งคอนเซปต์สำคัญของแนวโน้มนี้ว่า Wellness & Beauty คือประสบการณ์และคุณค่าที่ภาคภูมิใจและยืนยาว (Proudly and Live Long) ยกกระดับสุขภาพและความงามจากความต้องการพื้นฐาน ครอบคลุมถึงความรู้สึกถึงคุณค่าที่ตนมี (Self-Esteem)

ในมุมมองเชิงธุรกิจ แนวโน้มนี้คือโอกาสที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มจากพื้นฐานความต้องการเดิมอย่างการมีชีวิตอยู่ดีมีสุข ผู้การอัพเกรดเชิงประสบการณ์ที่ตอบสนองความต้องการใหม่ๆ แม้จะเป็นผู้เล่นต่างอุตสาหกรรม แต่ก็สามารถปรับใช้เทรนด์หาโอกาสใหม่ๆ ในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน หรือก้าวกระโดดสู่พื้นที่โอกาสใหม่ๆ ได้

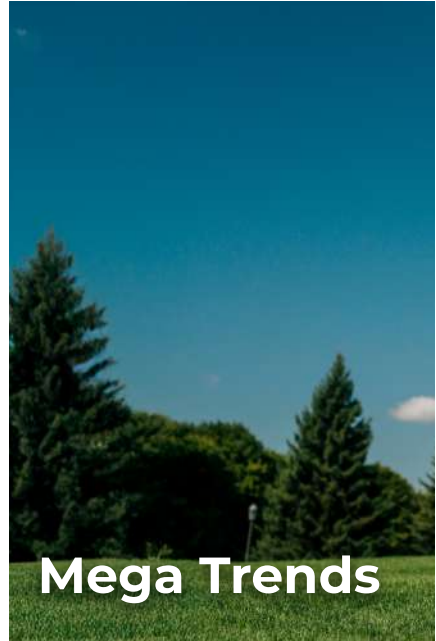
เราเชื่อว่า Wellness & Beauty ไม่ได้เป็นแค่กระแสที่มาแล้วไป แต่คือ "โอกาส" ที่สามารถพลิกโฉมธุรกิจและตอบโจทย์ทั้งในด้านคุณค่าของผู้คนและผลลัพธ์ขององค์กร ถ้าคุณพร้อมที่จะก้าวไปพร้อมกับเทรนด์นี้ ประตูลู่โอกาสได้เปิดรอนักพัฒนาธุรกิจทุกท่าน ดิฉันขอเป็นกำลังใจให้ทุกคน Proudly and Live Long ไปด้วยกันค่ะ :)

ปรมา ทิพย์ธนทรัพย์
Baramizi Lab Director

Table of **CONTENTS**



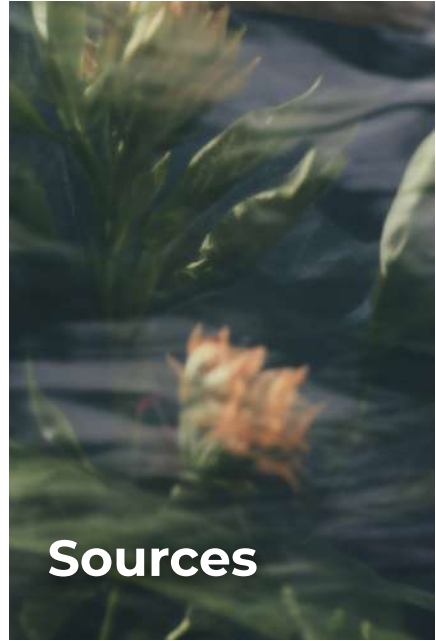
ภาพรวมของสุขภาพและความงาม
ในปี 2025-2026 **2**



เมกะเทรนด์ (Mega Trend)	3
ปัจจัยทางสังคม (Social)	6
เทคโนโลยี (Technological)	12
เศรษฐกิจ (Economic)	15
สิ่งแวดล้อม (Environmental)	17
การเมือง (Political)	20



Wellness & Beauty Trend	22
Digital Sphere	25
Applied MedTech	27
Silken Interaction	29
Regenerative Travel	31
Timeless Perspective	33
Live-Science Expansion	35
Custom Glamour	37
Bio Alchemy Transformation	41



Sources

43



ภาพรวมของสุขภาพและความงาม ในปี 2025-2026

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาเราจะเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมการดูแลสุขภาพและความงามมีเส้นแบ่งที่บางลง ประสบการณ์ และอรรถประโยชน์ผสานกันเป็นเนื้อเดียวกันมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นจากความต้องการ ค่านิยม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคกำลัง**นิยามความงามและสุขภาพในแบบใหม่ กลายเป็นการแสวงหาความถูกต้อง การแสดงออกถึงตัวตน และการมีอายุที่ยืนยาว** ส่งผลต่อตลาดผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงาม (Health & Beauty) ไทยในปีที่ผ่านมาเติบโตกว่า 3.4 แสนล้านบาท ซึ่งเติบโตอย่างต่อเนื่อง สอดรับกับรายงานของ Global Wellness Institute (GWI) ประเมินภาพรวมของเศรษฐกิจด้านการดูแลสุขภาพทั่วโลก มีแนวโน้มขยายตัวอย่างสูง 8.6% ต่อปีจนถึงปี 2027 โดยมีมูลค่าตลาดสูงกว่า 8.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นเงินไทยถึง 306 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นเกือบ 2 เท่าเมื่อเทียบกับปี 2020 และสูงกว่าการเติบโตของเศรษฐกิจโลก ขณะที่ในปี 2568 คาดว่าเศรษฐกิจเพื่อสุขภาพทั่วโลกจะมีมูลค่าอย่างน้อย 7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 230 ล้านล้านบาท

ในกรอบแนวคิดใหม่นี้ **การปรับแต่งส่วนบุคคล**ถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ถูกยกระดับการดูแลที่ขับเคลื่อนด้วย AI แผนสุขภาพตามพันธุกรรม และการดูแลสุขภาพที่คัดสรรมาอย่างดีทำให้ผู้คนสามารถใช้โซลูชันที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเช่นเดียวกับความต้องการ การผสมรวมทางดิจิทัล ตั้งแต่เทคโนโลยีสุขภาพที่สวมใส่ได้ไปจนถึงการแพทย์ทางไกล ได้ผสานความสะดวกสบายเข้ากับการดูแลอย่างราบรื่น ทำให้ผู้คนสามารถควบคุมความเป็นอยู่ที่ดีของตนเองได้ทุกที่ทุกเวลา ในขณะที่เดียวกับ **ความยั่งยืนและความโปร่งใส**ก็กลายเป็นสิ่งที่ไม่สามารถต่อรองได้ ผู้บริโภคต้องการให้แบรนด์ต่างๆ ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้บรรดากิจการที่ย่อยสลายได้ การจัดหาที่ถูกต้องตามจริยธรรม และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกลายมาเป็นแนวทางปฏิบัติมาตรฐาน นอกจากนี้ ยังเกิดกระแสความครอบคลุมทางวัฒนธรรมมากขึ้นด้วย โดยให้ความสำคัญกับความหลากหลายในด้านอายุ เชื้อชาติ และเพศ ส่งผลให้คำจำกัดความของความงามมีความครอบคลุมและครอบคลุมมากขึ้น และในที่สุดสุขภาพและความงามไม่ได้หยุดที่ภายนอกเท่านั้น แต่รวมถึงการดูแลสุขภาพขยายขอบเขตไปถึง**มิติทางอารมณ์ จิตใจ และแม้แต่จิตวิญญาณ** อุตสาหกรรมนี้กำลังพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ธรรมดาๆ ไปสู่ประสบการณ์ที่เปลี่ยนแปลงชีวิต ผลลัพธ์ที่ได้คือ โลกที่ความงามและสุขภาพเป็นช่องทางสำหรับการเชื่อมต่อที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น การเสริมพลัง และคุณค่าในตนเองที่ยั่งยืน

MEGA TREND

เมกะเทรนด์

Social

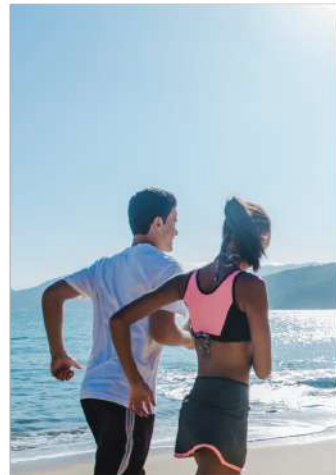


Technological

Economic



Political



Environmental

เมกะเทรนด์ และแรงผลักดัน ที่เปลี่ยนแปลงไปใน สุขภาพและความงาม

Transformative Mega Trends and Drivers in Wellness and Beauty

การทำความเข้าใจแนวโน้มที่สำคัญ และแรงส่งที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์ต่างๆ ในอุตสาหกรรม เศรษฐกิจ และสังคมในช่วงเวลาหนึ่ง ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจ สุขภาพและความงาม เพื่อให้ความเกี่ยวข้อง สร้างสรรค์ และเติบโตในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยใช้กรอบ STEEP Framework ซึ่งได้แก่

- 1) ปัจจัยทางสังคม (Social)
- 2) เทคโนโลยี (Technological)
- 3) เศรษฐกิจ (Economic)
- 4) สิ่งแวดล้อม (Environmental)
- 5) การเมือง (Political)

**ธุรกิจสามารถใช้เลนส์ทั้งห้าในการคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงรอบตัว เพื่อปรับตัว
ทันเวลาที่**

คาดการณ์ความต้องการของผู้บริโภค (Social): เข้าใจถึงมุมมองที่เปลี่ยนไปจะยังปรับตัวให้เข้ากับผู้บริโภคได้ดีขึ้น เช่น แนวโน้มที่สำคัญอย่างการไม่แบ่งแยก (Inclusivity) และสุขภาพจิต เป็นเรื่องที่ได้รับการพูดถึงอย่างมาก

ใช้ประโยชน์จากนวัตกรรม (Technological): พร้อมเปิดรับนวัตกรรมใหม่ๆ พัฒนาให้เข้ากับสินค้าและบริการขององค์กร ต่อยอดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี เช่น AI อุปกรณ์สวมใส่ และแพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยขับเคลื่อนการปรับแต่งและการเข้าถึง

ระบุโอกาสในการเติบโต (Economic): เห็นรูปแบบและแนวโน้มของธุรกิจเพื่อกำหนดทิศทางหรือสร้างการรับมือในอนาคต เช่น ทำอย่างไรกับแนวโน้มสังคมผู้สูงอายุ และการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพที่เพิ่มขึ้นเปิดตลาดใหม่

ปรับให้สอดคล้องกับความยั่งยืน (Environmental): เข้าใจหลักเกณฑ์ และค่านิยมใหม่ที่ต้องแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมต้องการแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องตามจริยธรรมและนวัตกรรมสีเขียว เพื่อสร้างผลกระทบให้น้อยลง

ปรับตัวให้เข้ากับนโยบาย (Political): ใช้แรงส่งจากวาระของชาติสู่การดำเนินธุรกิจ เช่น การต่อยอดโครงการศูนย์กลางการแพทย์ของประเทศไทยเป็นโอกาสในธุรกิจที่ตรงอุตสาหกรรมหรือข้ามอุตสาหกรรมได้อย่างไร

ชุดข้อมูลเทรนด์ผู้บริโภคด้านสุขภาพและความงาม | Wellness & Beauty Trend Series

VALUE FOR BUSINESS

INCREASE COMPETITIVENESS,
EFFICIENCY, EFFECTIVENESS
REDUCE COST



**Digital
Sphere**

Digital Technology

VALUE FOR WELL-BEING

QUALITY OF LONG LIFE



**Applied
MedTech**

Medical Technology



**Silken
Interaction**

Mental Wellness

VALUE FOR SELF-ESTEEM


AESTHETIC AND INCLUSIVITY VALUE

VALUE FOR EARTH

SUSTAINABLE FOR ALL

TO **CREATE VALUE** THAT ARE THE **OPPORTUNITIES**
FOR **SUSTAINABLE GROWTH**

เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า และการต่อยอดโอกาสเพื่อความยั่งยืน



**Regenerative
Travel**

Travel and Leisure



**Timeless
Perspective**

Alternative Prevention



**Live-Science
Expansion**

Living & Community



Custom Glamour

Personal Care & Beauty



**Bio Alchemy
Transformation**

Sustainable Production

LINE OA



@baramizilab

WISDOM DRIVE THE FUTURE



CONTACT US

BARAMIZI LAB CO.,LTD
111 True Digital Park West, Unicorn Building,
Unit 1016, 10th Floor, Sukhumvit Road,
Bangchak, Phra Khanong, Bangkok 10260

EMAIL : contact@baramizi.co.th
porama.t@baramizi.co.th
thanthita.s@baramizi.co.th

WEBSITE : www.baramizilab.co.th
FB : ศูนย์วิจัยเทรนด์และคอนเซ็ปต์แห่งอนาคต Baramizi Lab
LINE OA : @baramizilab