

แนวโน้มตลาดเครื่องสำอางในประเทศจีน



1. ข้อมูลทั่วไปของตลาด

ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ตลาดเครื่องสำอางในจีนมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลจาก Euromonitor เปิดเผยว่าในปี 2560 ยอดขายปลีกผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในจีนมีมูลค่าถึง 186,700 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.3 และยอดขายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแต่งหน้ามีมูลค่า 34,400 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.3

โครงสร้างผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจีนในปัจจุบัน แบ่งออกเป็น

- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวซึ่งเป็นตลาดที่มีการพัฒนาเร็วที่สุดของจีน
- แชมพูและผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมเป็นตลาดค่อนข้างอึดตัวมีการขยายตัวช้าลง
- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแต่งหน้าเป็นตลาดที่ขยายตัวเร็วมาก โดยเฉพาะครีม BB และ CC นอกจากนี้ในช่วง 2-3 ปีนี้ตลาดผลิตภัณฑ์รักษาโรคดวงตาก็ยังมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด
- ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กเป็นตลาดที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง
- ผลิตภัณฑ์กันแดดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายดีตลอดทั้งปี
- ผลิตภัณฑ์ป้องกันริ้วรอยเป็นเครื่องสำอางที่กำลังเป็นที่นิยมและมีอนาคตขยายตัวต่อเนื่อง
- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ใช้ในช่วงออกกำลังกาย อาทิ ผลิตภัณฑ์ที่ป้องกันกลิ่นเหม็น ป้องกันเหงื่อหรือสามารถฆ่าเชื้อโรค ซึ่งพบว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดมากขึ้น
- ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง อาทิ ยาแต้มสิว ครีมกันฝ้า มียอดขายเป็นร้อยละ 20 ของยอดขายเครื่องสำอางทั้งหมด
- เครื่องสำอางจากธรรมชาติ อาทิ เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมจากว่านหางจระเข้และวิตามิน เป็นต้น

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

แนวโน้มของตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวระดับไฮเอนด์มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี 2555 ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวระดับไฮเอนด์ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 27 ของตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในประเทศจีนและเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 31 ในปี 2560 สำหรับผู้บริโภคชาวจีนนิยมซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวแบรนด์ของต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งแต่ก่อนผู้บริโภคชาวจีนมักจะสนใจที่ราคาและคุณภาพ แต่ปัจจุบันผู้บริโภคชาวจีนให้ความสนใจในเรื่องของแบรนด์มากยิ่งขึ้น

สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของประเทศจีนแต่เดิมแบรนด์ต่างๆ ของจีนไม่เป็นที่รู้จักมากนัก แต่ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา บริษัทเครื่องสำอางแบรนด์จีนพยายามเปิดตลาดและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของจีนทั้งในเมืองขนาดกลางและขนาดใหญ่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทเครื่องสำอางแบรนด์จีนยังให้ความสำคัญในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางออนไลน์และการลงโฆษณาผ่าน Wechat หรือ Weibo ด้วย

จากรายงานผลสำรวจผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลผิวและเครื่องสำอางในประเทศจีนในปี 2559 ของสำนักงานHKTDCC (Hong Kong Trade Development Council) พบว่าผู้บริโภคหญิงจีนตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ คุณภาพและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ร้อยละ 66 แบรนด์ร้อยละ 64 และการบอกต่อของลูกค้าเดิมร้อยละ 60 นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้บริโภคหญิงจีนที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปีนิยมเครื่องสำอางแต่งหน้ามากที่สุด (ร้อยละ 88 ของผู้ได้รับการสำรวจเพศหญิง) รองลงมาคือผู้บริโภคหญิงจีนที่มีอายุระหว่าง 31-45 ปี (ร้อยละ 83 ของผู้ได้รับการสำรวจเพศหญิง) สำหรับผู้บริโภคชายจีนเริ่มหันมาบำรุงผิวมากขึ้น โดยพบว่าร้อยละ 63 ของผู้ได้รับการสำรวจเพศชายใช้ผลิตภัณฑ์โฟมล้างหน้า โลชั่นหรือครีมทาผิวเป็นประจำทุกวัน เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายในจีนนับว่ามีแนวโน้มการเติบโตที่ดีโดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์ดูแลผิว สำหรับผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์เวชสำอางวางจำหน่ายในตลาดจีนมากกว่า 170 บริษัท ในที่นี้มีบริษัทที่มีชื่อเสียงของจีนอยู่ด้วย อาทิ Tongrentang Chinese Medicine และ Yunnanbaiyao ปัจจุบันยอดขายผลิตภัณฑ์เวชสำอางในจีนครองสัดส่วนร้อยละ 20 ของยอดขายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทั้งหมด

แต่ก่อนชาวจีนมักจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางโดยอิงจากโฆษณาเพียงอย่างเดียว แต่ปัจจุบันการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ตัดสินใจจากความชอบของตนเอง ผู้หญิงในเมืองขนาดใหญ่และขนาดกลางมักจะนิยมเลือกซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ดังจากประเทศญี่ปุ่นและยุโรปซึ่งกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยกลางคน

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

ตารางแสดงเครื่องสำอางที่จึนนำเข้าในปี 2560

HS Code	รายชื่อผลิตภัณฑ์	ปี 2560	จากปี2559
		มูลค่าการนำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)	เพิ่มขึ้น/ลดลง (%)
33030000	หัวน้ำหอมและน้ำหอม	257	41.2
33041000	เครื่องสำอางใช้แต่งริมฝีปาก	440	101.3
33042000	เครื่องสำอางใช้แต่งตา	131	37.3
33049100	แป้งเป็นผง จะอัดหรือไม่ก็ตาม	139	44.8
33049900	อื่นๆ (อาทิ เครื่องสำอางบำรุงรักษาผิว เครื่องสำอางใช้ทาแก้มแสงแดด)	5131	43.2
33051000	แชมพู	183	18.2
33052000	ผลิตภัณฑ์ตัดหรือยึดผม	3	-8.3
33053000	ผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผม	5	53
33059000	อื่นๆ	157	46
33072000	ผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นตัวและใช้ระงับเหงื่อ	6	74

ที่มาจาก Global Trade Atlas

2.สถานการณ์การแข่งขันในตลาด

สถิติจาก State Administration for Market Regulation พบว่าในเดือนมิถุนายนปี 2561 ประเทศจีนมีบริษัทที่มีใบอนุญาตผลิตเครื่องสำอางทั้งสิ้น 3,880 ราย แบนด์เครื่องสำอางจีนส่วนใหญ่ครองตลาดระดับกลางและระดับล่าง โดยแบนด์เครื่องสำอางจากต่างประเทศจะครองตลาดระดับบน เครื่องสำอางแบรนด์จีนจะเน้นการใช้ส่วนผสมที่มาจากยาจีนโบราณหรือสารสกัดจากธรรมชาติของจีน โดยบริษัทเครื่องสำอางของจีนบางบริษัทยังเน้นผลิตรายการเพื่อดึงดูดลูกค้าในชนบทแต่ก็เน้นคุณภาพด้วย สำหรับผลิตภัณฑ์เวชสำอางส่วนใหญ่ยังเป็น แบนด์จากต่างประเทศที่ครองตลาดจีนแบบผูกขาด ด้านผลิตภัณฑ์ดูแลผิวเด็กเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพ ซึ่งนับวันยังมีแบนด์จากต่างประเทศเข้ามาตีตลาดในจีนมากขึ้น โดยแบนด์ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวเด็กหลักทั้งจากต่างประเทศและแบนด์จีนที่วางจำหน่ายในตลาดจีน ได้แก่ แบนด์ The Frog Prince แบนด์ Pigeon แบนด์ Yuing Fon แบนด์ Giving และแบนด์ Johnson & Johnson

3.ช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายเครื่องสำอางหลักในตลาดประเทศจีนจะเป็นในรูปแบบทั้งการขายส่งจำหน่ายบนห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายยา คลินิกเสริมความงาม เคเตอร์เครื่องสำอาง

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

ร้านแฟรนไชส์และการขายตรง เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่จะนิยมวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต สำหรับช่องทางการจำหน่ายบนเคเตอร์เครื่องสำอางเป็นวิธีที่เครื่องสำอางแบรนด์จากต่างประเทศนิยมใช้มากที่สุด เนื่องจากเป็นวิธีที่ดีต่อการสร้างชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์และสะดวกต่อการให้บริการลูกค้า

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ พบว่าในตลาดจีนมีผู้บริโภคนิยมซื้อเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวบนออนไลน์เป็นจำนวนมาก ผลจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคของสำนักงาน HKTDC พบว่าผู้บริโภคหญิงจีนร้อยละ 69 และผู้บริโภคชายจีนร้อยละ 65 นิยมเลือกซื้อเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวบนออนไลน์ โดยในปี 2560 กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคหญิงและชายจีนสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวออนไลน์เฉลี่ยเป็นเงิน 2,158 หยวนต่อคนต่อปี และซื้อเครื่องสำอางเป็นเงิน 1,681 หยวนต่อคนต่อปี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าการซื้อสินค้าออนไลน์ทั้งสะดวก ประหยัดเวลาและมีบริการส่งตรงถึงบ้าน

4.กฎระเบียบการนำเข้าโดยสรุป

สำหรับเครื่องสำอางที่ต้องการนำเข้ามาয়ตลาดจีนนั้น โรงงานผลิตในต่างประเทศหรือตัวแทนต้องขอใบอนุญาตการนำเข้าเครื่องสำอางจากสำนักงานสาธารณสุขท้องถิ่นประจำเมืองที่ต้องการนำเข้าสินค้า ซึ่งใบอนุญาตนี้มีผลบังคับใช้เป็นระยะเวลา 4 ปี โดยสามารถยื่นขอต่ออายุล่วงหน้าได้ 4-6 เดือน สำหรับรายละเอียดของส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจำหน่ายในจีนที่ติดอยู่บนบรรจุภัณฑ์จะต้องแปลเป็นภาษาจีนด้วย สำหรับการตั้งชื่อผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นชื่อภาษาจีนที่คนจีนเข้าใจง่าย นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2560 สำนักงานตรวจสอบคุณภาพอาหารและยาแห่งชาติจีนยังประกาศให้เริ่มแสดงข้อมูลใบอนุญาตผลิตเครื่องสำอางบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แต่ไม่ต้องแสดงเครื่องหมาย Qs (Quality Standard) อีก ซึ่งสามารถดูรายละเอียดกฎระเบียบเพิ่มเติมได้ที่ <http://samr.cfda.gov.cn>

ตารางแสดงอัตราภาษีการนำเข้าเครื่องสำอางในปี 2018

Tax Code	รายการสินค้า	ภาษี (%)
33030000	หัวน้ำหอมและน้ำหอม	3
33041000	เครื่องสำอางใช้แต่งริมฝีปาก	5
33042000	เครื่องสำอางใช้แต่งตา	5
33043000	ผลิตภัณฑ์แต่งเล็บมือหรือเล็บเท้า	5
33049100	แป้งเป็นผง จะอัดหรือไม่ก็ตาม	5
33049900	อื่นๆ (อาทิ เครื่องสำอางบำรุงรักษาผิว เครื่องสำอางทากันแสงแดด)	1

นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

33051000	แชมพู	3
33052000	ผลิตภัณฑ์ตัดหรือยัดผม	3
33053000	ผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผม	3
33059000	อื่นๆ	3

5. มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากประเทศไทยในตลาดจีน

ในปี 2560 ประเทศจีนนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากประเทศไทย ดังนี้

HS Code	รายชื่อผลิตภัณฑ์	ปี 2560	จากปี2559
		มูลค่าการนำเข้า (เหรียญสหรัฐ)	เพิ่มขึ้น/ลดลง (%)
33049900	อื่นๆ (อาทิ เครื่องสำอางบำรุงรักษาผิว เครื่องสำอางทาแก้มแสงแดด)	21,644,066	195.62
33051000	แชมพู	5,315,169	-45.30
33059000	อื่นๆ	5,231,143	-16.39
33042000	เครื่องสำอางที่ใช้แต่งตา	4,240,553	665.81
33049100	แป้งเป็นผง จะอัดหรือไม่ก็ตาม	2,930,696	518.99
33041000	เครื่องสำอางใช้แต่งริมฝีปาก	2,387,630	1006.41
33052000	ผลิตภัณฑ์ตัดหรือยัดผม	807,225	-50.15
33072000	ผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นตัวและใช้ระงับเหงื่อ	46,945	1148.21

ที่มาจาก Global Trade Atlas

แหล่งที่มา <http://china-trade-research.hktdc.com/business-news/article>

สศต.ชิงต้าว

นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center-Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong
Road, Qingdao, 226071

Mobile : +86-68621206-0532
E-mail : Qingdao.ditp@qq.com