

แนวโน้มความนิยมผลิตภัณฑ์กันแดดของชาวจีน



ศูนย์ข้อมูล CBNDData ร่วมกับเว็บไซต์ MEI.TMALL.COM ได้ศึกษาแนวโน้มความนิยมผลิตภัณฑ์กันแดดของตลาดจีนในปี 2562 โดยได้สำรวจข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดบนโลกการค้าออนไลน์ สรุปได้ดังนี้

ภาพรวมของตลาดผลิตภัณฑ์กันแดดในตลาดจีนมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงไตรมาสที่ 2 ปลายฤดูใบไม้ผลิเข้าสู่ฤดูร้อนที่สภาพอากาศเริ่มร้อนและมีแดดแรง จากการสำรวจข้อมูลพบว่า ผู้บริโภคชาวจีนเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ TMALL Global มากขึ้น โดยนิยมซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดแบรนด์จากจีน ญี่ปุ่น เกาหลี และสหรัฐอเมริกา ในปี 2561 ผลิตภัณฑ์กันแดดของประเทศญี่ปุ่นมียอดขายดีที่สุด สำหรับแบรนด์ของจีนก็มียอดขายเพิ่มขึ้นมากที่สุด โดยในปี 2561 แบรนด์ผลิตภัณฑ์กันแดดของจีนมียอดขายเติบโตเพิ่มขึ้น 1.5 เท่า เมื่อเทียบกับปี 2559

ตารางแสดงยอดขายผลิตภัณฑ์กันแดดแบรนด์ของจีนและต่างประเทศที่ขายดี 10 อันดับ

ในช่วงปี 2559 - 2561

Top 10	ปี2559	ปี 2560	ปี2561
1	ญี่ปุ่น	ญี่ปุ่น	ญี่ปุ่น
2	จีน	จีน	จีน
3	สหรัฐอเมริกา	เกาหลี	เกาหลี
4	เกาหลี	สหรัฐอเมริกา	สหรัฐอเมริกา
5	ฝรั่งเศส	ฝรั่งเศส	ไทย

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

Top 10	ปี2559	ปี 2560	ปี2561
6	เยอรมนี	เยอรมนี	สเปน
7	ไทย	ไทย	ฝรั่งเศส
8	ออสเตรเลีย	สเปน	สวีตเซอร์แลนด์
9	สวีตเซอร์แลนด์	สวีตเซอร์แลนด์	เยอรมนี
10	สเปน	ออสเตรเลีย	ออสเตรเลีย

สำหรับตลาดจีนพบว่าผู้หญิงเป็นกลุ่มลูกค้าหลักที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดมากกว่าผู้ชายทั้งด้านจำนวนลูกค้าและยอดการสั่งซื้อ จากการศึกษาข้อมูลชาวจีนที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดผ่านออนไลน์พบว่าผู้บริโภคจีนที่เกิดระหว่างปี 1995 - 1999 เป็นกลุ่มลูกค้าหลักที่ซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ของกลุ่มลูกค้าทั้งหมด รองลงมาเป็นชาวจีนที่เกิดระหว่างปี 1990 - 1995 และเกิดระหว่างปี 1985 - 1989 ตามลำดับ สำหรับเมืองหรือมณฑลที่ผู้บริโภคจีนนิยมซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดมากที่สุด ได้แก่ มณฑลไหหลำ เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง มณฑลหูเป่ย์ มณฑลเสฉวน มณฑลหูหนาน เมืองฉงชิ่ง มณฑลส่านซี มณฑลเจียงซี มณฑลอันฮุย และมณฑลชานตง มหานครเทียนจิน มณฑลฝูเจี้ยน มณฑลเฮยหลงเจียง มณฑลกุ้ยโจว และเขตปกครองตนเองมองโกเลียใน

แนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์กันแดด

- ผลิตภัณฑ์กันแดดที่จะได้รับความนิยมมากขึ้นในตลาดจีนจะต้องเน้นคุณสมบัติสามารถกันน้ำกันเหงื่อได้ โดยในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาพบว่ายอดขายของผลิตภัณฑ์กันแดดที่มีคุณสมบัติกันน้ำกันเหงื่อเพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งในปี 2561 มีจำนวนผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดที่มีคุณสมบัติกันน้ำเพิ่มขึ้นร้อยละ 20

- ผลิตภัณฑ์กันแดดที่มีคุณสมบัติรักษาผิวพรรณด้วยมีแนวโน้มได้รับความนิยมจากลูกค้ามากขึ้น โดยเฉพาะผู้บริโภคที่เกิดก่อนปี 1970 และผู้บริโภคที่เกิดระหว่างปี 1970 - 1980 นิยมผลิตภัณฑ์กันแดดที่ทำให้ผิวขาวขึ้นและปกปิดริ้วรอย สำหรับผู้บริโภคที่เกิดระหว่างปี 1990 - 1999 นิยมผลิตภัณฑ์กันแดดที่ให้ผิวมีความชุ่มชื้น

- รังสี UVA/UVB ทำให้ผิวเสียและแก่เร็ว จึงพบว่าในช่วง 3 ปีมานี้ผู้บริโภคชาวจีนนิยมซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดที่มีคุณสมบัติป้องกันรังสี UVA/UVB เพิ่มขึ้น ในปี 2561 ยอดขายผลิตภัณฑ์กันแดดที่ป้องกันรังสี UVA/UVB เพิ่มขึ้น 1 เท่าจากปี 2559 นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์กันแดดที่มีค่า SPF 50 ขึ้นไปมีจำนวนผู้บริโภคและยอดขายเพิ่มขึ้นจากปี 2559 อย่างเห็นได้ชัด

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

- เนื้อครีมของผลิตภัณฑ์กันแดดมีส่วนสำคัญที่ชาวจีนจะเลือกซื้อ อาทิ ไม่เหนียวเหนอะหนะ ไม่หนาเบาบาง เป็นต้น รายงานพบว่าในปี 2561 มีจำนวนผู้บริโภคที่สั่งซื้อครีมกันแดดที่มีเนื้อครีมบางเบาไม่เหนียวเพิ่มขึ้นร้อยละ 80 และมีจำนวนผู้บริโภคที่สั่งซื้อครีมกันแดดเนื้อบางเบาเพิ่มขึ้นร้อยละ 61 เมื่อเทียบกับปี 2560

- นอกจากผลิตภัณฑ์กันแดดสำหรับผิวหน้าแล้ว ผู้บริโภคยังต้องการผลิตภัณฑ์กันแดดสำหรับผิวกายด้วย ในปี 2561 สเปรย์กันแดดสำหรับผิวกายมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 661 จากปี 2559 นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์กันแดดแบบแท่งสติ๊กได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเช่นกัน ในปี 2561 มีจำนวนผู้บริโภคซื้อกันแดดแบบแท่งสติ๊กเพิ่มขึ้นจากปี 2559 ถึงร้อยละ 513 เนื่องจากสามารถใช้ได้ทั้งตัวสะดวกและพกพาง่าย

- ผลิตภัณฑ์กันแดดที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงที่สามารถป้องกันปัญหาที่เกิดจากรังสีอัลตราไวโอเล็ต อาทิ รอยต่างด่าง ริวรอย ความหย่อนคล้อยของผิว มีแนวโน้มจะได้รับความนิยมในตลาดจีนมากขึ้น

แหล่งที่มา <https://www.cbndata.com/report/1432/detail?isReading=report&page=1>

สศต.ชิงต้าว

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ