



## ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

ประจำวันที่ 2-8 กันยายน 2562

### ผู้บริโภคจีนกลุ่มเพศชายนิยมซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามมากขึ้น

เมื่อเร็วๆ นี้ แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ Tmall Global เผยแพร่รายงานแนวโน้มการบริโภคผลิตภัณฑ์ความงามปี 2562 จากตัวเลขในรายงานแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคชาวจีนยุค 80 (บุคคลที่เกิดระหว่างปี 2523-2532) นิยมรับประทานผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำตาลน้อย โดยกลุ่มผู้บริโภคเพศชายให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ป้องกันผมร่วงแบบรับประทาน โดยผลิตภัณฑ์ประเภทคีนีน้ำตาลต่ำ ผลิตภัณฑ์เพิ่มความขาว ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และผลิตภัณฑ์ป้องกันผมร่วงแบบรับประทานกลายเป็นสินค้ายอดฮิตอันดับต้นๆ ในตลาดผลิตภัณฑ์ความงามในรูปแบบรับประทาน



จากการเติบโตของเศรษฐกิจความงาม ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องทางด้านความงาม ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมความงามแบบรับประทาน ล้วนกลายเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคชาวจีนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยภายในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา สามารถผลักดันให้มูลค่าการตลาดที่เกี่ยวข้องเติบโตกว่าล้านล้านหยวน

ข้อมูลจาก Alibaba เผยว่า ผู้บริโภคชาวจีนมีแนวโน้มบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมความงามสูงขึ้น โดยชนิดของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมความงามนำเข้ามีให้เลือกซื้อหลากหลายมากขึ้นบนช่องทางออนไลน์ อาทิ คอลลาเจน เมล็ดองุ่น ไข่ปลาเคเวียร์ เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารเสริมความงามที่พบตามท้องตลาดเริ่มทำเป็นผลิตภัณฑ์ขนมในรูปแบบวุ้น ลูกอม เยลลี่ เป็นต้น

ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำตาลน้อยได้รับความนิยมมากที่สุด และได้รับความสนใจจากผู้บริโภคยุค 80 เป็นจำนวนมาก ในส่วนของผู้บริโภคยุค 90 นิยมผลิตภัณฑ์ต้านอนุมูลอิสระ รวมถึงนิยมคำว่า “ขาวสวย” เริ่มเป็นนิยามที่ผู้บริโภคชาวจีนนิยม จากสถิติ กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มความขาวนำเข้าชนิดรับประทานบนช่องทางออนไลน์มีจำนวนมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยในจำนวนผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมความงามชนิดรับประทานทุกๆ 10 คน มีจำนวน 5 คนที่ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเสริมความขาว โดยมีอัตราการเข้าถึงสูงถึงร้อยละ 47 โดยผู้บริโภคยุค 95 (บุคคลที่เกิดระหว่างปี 2538-2542) นิยมผลิตภัณฑ์ในรูปแบบยาเม็ด



ในขณะเดียวกัน แม้ว่ากลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงจะให้ความสนใจกับเรื่องการป้องกันผมร่วงมากกว่าเพศชาย แต่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มูลค่าการบริโภคโดยเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์ป้องกันผมร่วงในรูปแบบรับประทานในกลุ่มผู้บริโภคเพศชายสูงกว่ากลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง โดยในปัจจุบัน เพศชายมีกำลังซื้อสินค้าประเภทใช้ภายนอกมากขึ้น ข้อมูลจากรายงานสมุดปกขาว “กำลังการบริโภคของกลุ่มคน Gen Z ปี 2562” ที่เผยแพร่โดยบริษัท Tencent พบว่า กลุ่มคน Gen Z (บุคคลที่เกิดระหว่างปี 2538-2552) เพศชายร้อยละ 56.7 นิยมซื้อเครื่องสำอางด้วยตนเอง โดยนิยมแบรนด์ L'OREAL

แหล่งที่มา

[https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_4235239](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_4235239)

3 กันยายน 2562

แปลและเรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว