



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

ประจำวันที่ 17 - 23 กุมภาพันธ์ 2563

ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่กระทบอุตสาหกรรมความงามในจีน

ผลสำรวจชี้ผู้บริโภค 40% ไม่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในระยะนี้



นับตั้งแต่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ทุกภาคส่วนและทุกอุตสาหกรรมต่างได้รับผลกระทบ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบค่อนข้างชัดเจน จากการเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนและรายได้ต่อหัวของผู้บริโภคจีนที่เพิ่มสูงขึ้นตลอดสิบปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ตลาดเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในจีนเติบโตอย่างต่อเนื่องและได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นของผู้บริโภคชาวจีน แต่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ในตอนนี้ส่งผลให้ห้างร้านและบริษัทต่างๆ ไม่สามารถเปิดดำเนินธุรกิจได้อย่างปกติ กอปรกับข้อจำกัดในการบริโภคต่างๆ อาทิ การขนส่ง และการหลีกเลี่ยงไปยังสถานที่สาธารณะของประชาชน ทำให้แพลตฟอร์มเกี่ยวกับความงามและเครื่องสำอางในจีนอย่าง iqingyan.cn และ meidd.com ร่วมกันสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่เปลี่ยนแปลงไปจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ โดยทำการสำรวจผู้บริโภคจาก 29 มณฑลทั่วประเทศ (ยกเว้นมณฑลหูเป่ย์) จำนวน 1,000 คน ผลการสำรวจพบว่า

1. สินค้าที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดได้แก่ ผลิตภัณฑ์กันแดด โดย 51% ของผู้บริโภคที่ร่วมตอบแบบสอบถามหยุดใช้ผลิตภัณฑ์กันแดดชนิดต่างๆ เนื่องจากไม่ได้ออกไปนอกที่พักอาศัย, 49% หยุดใช้ผลิตภัณฑ์มาสคาร่า, 48% หยุดใช้ผลิตภัณฑ์อายไลเนอร์, 47% หยุดใช้ผลิตภัณฑ์อายแชโดว์, 45% หยุดใช้ผลิตภัณฑ์เขียนคิ้ว, 43% หยุดใช้ผลิตภัณฑ์ลิปสติก และ 42% หยุดใช้ผลิตภัณฑ์รองพื้น

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผู้บริโภคหยุดใช้ในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่



2. ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวได้รับผลกระทบค่อนข้างน้อย โดย 51% ของผู้บริโภคที่ร่วมตอบแบบสอบถามยังคงต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดหน้า, 43% ยังต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวหน้า, 41% ยังต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เซรั่มบำรุงผิวหน้า, 39% ยังต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเติมน้ำให้ผิว และ 32% ยังต้องการซื้อแผ่นมาส์กหน้า

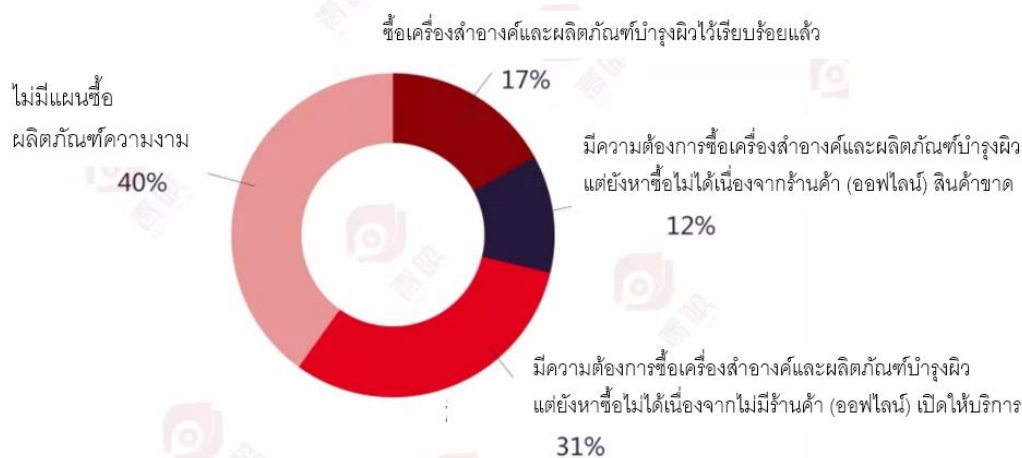
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ผู้บริโภคยังมีความต้องการซื้อในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่



3. ผู้บริโภคบางส่วนหยุดซื้อเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการเลือกซื้อของผู้บริโภค โดย 39% ของผู้บริโภคที่ร่วมตอบแบบสอบถามหยุดซื้อเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และในส่วนของผู้บริโภคที่ยังคงซื้อเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวอยู่นั้น 49% ตอบว่าเลือกซื้อเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวผ่านช่องทางออนไลน์ โดยแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูงสุดได้แก่ JD.com และ Tmall.com
4. ถึงแม้ผู้บริโภคจะแนวโน้มซื้อเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น แต่ผู้บริโภคเองยังมีความกังวลใจในการเลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์อยู่ โดย 69% ของผู้บริโภคที่ร่วมตอบแบบสอบถามกังวลเรื่องการขนส่งที่อาจหยุดชะงักทำให้ได้สินค้าล่าช้า, 11% คิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ไม่สามารถทดลองสินค้าได้, 9% กังวลว่าช่องทางออนไลน์ไม่รับประกันคุณภาพสินค้า, 7% กังวลว่าช่องทางออนไลน์ไม่รับประกันการบริการหลังการขาย และ 5% คิดว่าการสอบถามสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ใช้เวลานาน
5. ในส่วนของแนวโน้มความต้องการซื้อเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวนั้น 40% ของผู้บริโภคที่ร่วมตอบแบบสอบถามไม่มีแผนซื้อผลิตภัณฑ์ความงามในช่วงระยะเวลานี้, 17% ซื้อเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวไว้เรียบร้อยแล้ว, 12% มีความต้องการซื้อเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวแต่ยังหาซื้อไม่ได้เนื่องจากร้านค้า (ออฟไลน์) สินค้าขาด และ 31% มีความต้องการซื้อเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวแต่ยังหาซื้อไม่ได้เนื่องจาก

ไม่มีร้านค้า (ออฟไลน์) เปิดให้บริการ และหากสถานการณ์การแพร่ระบาดยังคงดำเนินต่อไป 43% ของผู้บริโภคที่ร่วมตอบแบบสอบถามจะซื้อผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อโรค / ต้านเชื้อแบคทีเรียเพิ่มมากขึ้น แสดงให้เห็นว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดในครั้งนี้มีผลกระทบทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านสุขอนามัยส่วนบุคคลมากยิ่งขึ้น

แนวโน้มความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ความงาม ในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่



โอกาสและแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

ข้อมูลจาก Global Trade Atlas แสดงให้เห็นว่าจีนมีการนำเข้าสินค้าเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและสบู่อจากประเทศไทยมีมูลค่าสูงเป็นอันดับที่ 14 มีมูลค่านำเข้า 259,615,478 เหรียญสหรัฐฯ ลดลง 6.52% จากปีที่ผ่านมา โดยนำเข้าสินค้ากลุ่มเครื่องสำอาง (HS Code : 3304) เป็นสินค้าหลัก มีมูลค่าการนำเข้า 110,994,450 เหรียญสหรัฐฯ แต่หดตัวลงถึง 25.46% แต่สินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย อาทิ Organic Surf-Act Agents, Preps & Cleaning Preps (HS Code : 3402) และ Soap; Organic Surf-Act Prep For Soap Use, Bars Etc (HS Code : 3401) มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งจากผลสำรวจพฤติกรรมการบริโภคสินค้าความงามข้างต้น ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มหยุดซื้อสินค้าเครื่องสำอาง แต่ยังคงมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย อีกทั้งผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อโรค / ต้านเชื้อแบคทีเรียเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้นในระยะสั้นนี้ การนำเข้าสินค้าเครื่องสำอางจากไทยอาจจะลดลง ผู้ประกอบการกลุ่มสินค้าเครื่องสำอางอาจต้องหาดตลาดส่งออกอื่นมาทดแทนตลาดจีน รวมถึงเตรียมแผนการขายและการตลาดหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดบรรเทาลง เพื่อกระตุ้นความต้องการในสินค้าเครื่องสำอางให้เพิ่มมากขึ้น

ในส่วนผู้ประกอบการกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย ในระยะสั้น ควรใช้โอกาสนี้ในการนำสินค้าบุกตลาดจีน เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีความต้องการสูง โดยผู้ประกอบการอาจใช้คุณสมบัติในการฆ่าเชื้อโรค และต้านเชื้อแบคทีเรีย มาเป็นจุดขาย ส่วนในระยะยาว คาดว่าเหตุการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ในครั้งนี้จะทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญในด้านสุขอนามัยส่วนบุคคลมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการควรติดตามสถานการณ์ความต้องการในตลาด และคิดค้นผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ที่จะสามารถตอบสนองความต้องการที่จะเกิดขึ้นใหม่ในตลาดจีน

ที่มา : <https://cbndata.com/information/36206>

แปลและเรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว
20 กุมภาพันธ์ 2563