



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

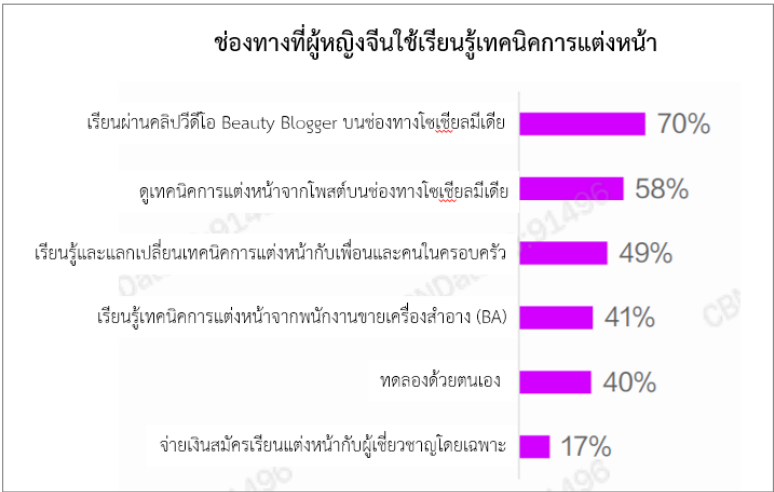
ประจำวันที่ 6 - 12 เมษายน 2563

เจาะลึกแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคหญิงในจีน 2020

ในปัจจุบัน จีนมีจำนวนประชากรหญิงประมาณ 678 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วน 48.1% ของประชากรทั้งหมด โดยมีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพศหญิง (Female Internet Users) มากกว่า 400 ล้านคน ในประเทศจีน ผู้หญิงเป็นผู้ตัดสินใจซื้อของใช้ในครัวเรือนคิดเป็นสัดส่วนถึงสามในสี่ของมูลค่าการซื้อทั้งหมด นอกจากนี้ผลวิจัยจากสถาบัน Center for Work Life Policy จากสหรัฐอเมริกา ยังระบุว่า ผู้หญิงจีนมีแรงผลักดันและความทะเยอทะยานสูงที่สุดในโลก โดยกว่า 76% ของผู้หญิงจีน มีความกระตือรือร้นที่จะได้ตำแหน่งงานที่สูงขึ้น ในขณะที่ผู้หญิงอเมริกันเพียง 52% เท่านั้นที่รู้สึกเหมือนกัน ในด้านตลาดแรงงานนั้น จีนเป็นประเทศที่มีแรงงานหญิงคิดเป็นสัดส่วนค่อนข้างสูง โดยในปี 2018 ผู้หญิงอายุ 25-54 ปี มีอัตราการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงาน (Labor Force Participation Rate) กว่า 80% ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกซึ่งอยู่ที่ 62% ส่งผลให้ประชากรหญิงในจีนมีรายได้และกำลังซื้อสูงขึ้น ทำให้ตลาด She - Economy ในประเทศจีนมีมูลค่าสูงถึง 10 ล้านล้านหยวน

ผู้บริโภคหญิงในจีนมีการใช้จ่ายมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องความงาม ยอดขายเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในจีนเพิ่มขึ้น 13% ในปี 2019 ในขณะที่บริการทางการแพทย์ "ศัลยกรรมความงาม" เช่น การรักษาริ้วรอย หรือการทำศัลยกรรมพลาสติก เติบโตขึ้น 24% ต่อปี ในช่วงห้าปีที่ผ่านมา โดยฮ่องกงเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จากผู้บริโภคหญิงจากจีนแผ่นดินใหญ่มากที่สุด

ผลสำรวจจากสถาบันวิจัย CBNDData ระบุว่ากว่า 55% ของผู้หญิงที่ร่วมตอบแบบสำรวจต้องแต่งหน้าทุกวัน และไม่สามารถออกจากบ้านโดยไม่แต่งหน้าได้ ในส่วนของเหตุผลในการแต่งหน้านั้น 77% ให้เหตุผลว่าเพื่อให้ตัวเองมั่นใจ และมีความสุขมากขึ้น ในส่วนของช่องทางที่ผู้หญิงจีนใช้เรียนรู้เทคนิคการแต่งหน้านั้น 70% เรียนผ่านคลิป์วิดีโอ Beauty Blogger บนช่องทางโซเชียลมีเดีย, 58% ดูเทคนิคการแต่งหน้าจากโพสต์บนช่องทางโซเชียลมีเดีย, 49% เรียนรู้และแลกเปลี่ยนเทคนิคการแต่งหน้ากับเพื่อนและคนในครอบครัว, 41% เรียนรู้เทคนิคการแต่งหน้าจากพนักงานขายเครื่องสำอาง (BA), 40% ทดลองด้วยตนเอง และ 17% จ่ายเงินสมัครเรียนแต่งหน้ากับผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ



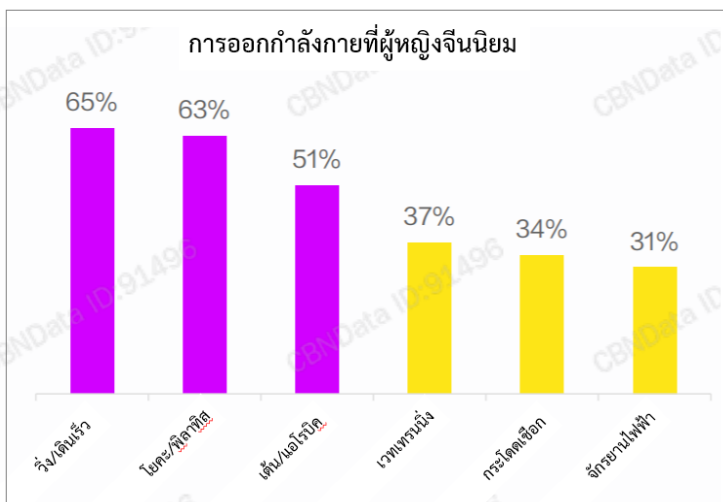
แหล่งข้อมูล : CBNDData

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด 1

นอกจากเครื่องสำอางแล้ว อุปกรณ์เสริมสวยก็มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา โดยอุปกรณ์เสริมสวยที่กำลังได้รับความนิยมในจีนได้แก่ เครื่องล้างหน้า เครื่องนวดตา เครื่องนวดกระชับหน้า เครื่องถอนขน เครื่องนวดกระชับต้นขา และเข็มขัดกระชับหุ่น



การออกกำลังกายและการลดน้ำหนักยังคงเป็นสิ่งที่ผู้หญิงจีนให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลสถิติจาก Toutiao สื่อออนไลน์ที่มีชื่อเสียงของจีน แสดงให้เห็นว่าในปี 2019 จำนวนการอ่านข้อมูลเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกายของผู้หญิงเพิ่มสูงขึ้น 24% โดยมีเนื้อหาตั้งแต่การออกกำลังกายขั้นพื้นฐานอย่างการวิ่ง จนไปถึงการเข้าคลาสต่อยมวย แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงจีนยังคงมองหาวิธีการออกกำลังกายรูปแบบใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยสิ่งที่ผู้หญิงจีนต้องการลดและกระชับมากที่สุด ได้แก่ ช่วงหน้าท้อง เอว ต้นขา และสะโพก และผู้หญิงจีนยุคใหม่ยังนิยมเข้าฟิตเนสอีกด้วย



แหล่งข้อมูล : CBNDData

ข้อมูลผลสำรวจจากสถาบันวิจัย CBNDData แสดงให้เห็นว่า 72% ของผู้ร่วมตอบแบบสอบถามมีความเคยชินในการออกกำลังกายในฟิตเนส โดยรูปแบบการออกกำลังกายที่นิยมมีดังนี้ 65% ออกกำลังกายด้วยการวิ่ง/เดินเร็ว, 63% ออกกำลังกายด้วยโยคะ/พิลาทิส, 51% ออกกำลังกายด้วยการเต้น/แอโรบิค, 37% ออกกำลังกายด้วยเวทเทรนนิ่ง, 34% ออกกำลังกายด้วยการกระโดดเชือก และ 31% ออกกำลังกายด้วยจักรยานไฟฟ้า

ข้อมูลจาก Toutiao ยังเปิดเผยว่า ผู้หญิงจีนยุคใหม่มีความมั่นใจมากขึ้น ปัจจุบันมีนักทำคอนเทนต์ผู้หญิงเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยในปี 2019 มีนักทำคอนเทนต์หญิงคิดเป็นสัดส่วนกว่า 40% ของนักทำคอนเทนต์ทั้งหมด นักทำคอนเทนต์หญิงนั้นมาจากหลากหลายอาชีพ หลากหลายช่วงอายุ และหลากหลายความสนใจ แต่มีความต้องการที่จะแบ่งปันมุมมองและทัศนคติของตนเองร่วมกับผู้อื่น โดย 10 อันดับนักทำคอนเทนต์หญิงที่มีจำนวนผู้ชมสูงสุดในปี 2019 รายละเอียดตามตารางด้านล่าง

10 อันดับนักทำคอนเทนต์หญิงบน toutiao.com ที่มีจำนวนผู้ชมสูงสุดในปี 2019

อันดับ	รายชื่อ	เนื้อหาคอนเทนต์
1	@李子柒	อาหาร
2	@薇娅viva	แฟชั่น
3	@仙女酵母	ไลฟ์สไตล์
4	@小小莎老师	ท่องเที่ยว
5	@eseeCARRIE	แฟชั่น
6	@年糕妈妈	เด็กเล็ก
7	@大胃mini	อาหาร
8	@设计师阿爽	ไลฟ์สไตล์
9	@我爱种菜	การเกษตร
10	@8090房车环游	ท่องเที่ยว



@李子柒
คอนเทนต์: อาหาร
จำนวนผู้ติดตามบน toutiao : 40.12 ล้านคน



@薇娅viva
คอนเทนต์: แฟชั่น
จำนวนผู้ติดตามบน toutiao : 4.47 ล้านคน



@我爱种菜
คอนเทนต์: การเกษตร
จำนวนผู้ติดตามบน toutiao : 1.2 ล้านคน

ความคิดเห็นสกต.กวางโจว

ข้อมูลและสถิติจากสถาบันหลายแห่งต่างยืนยันไปในทิศทางเดียวกันทั่วโลก ว่าผู้หญิงจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้ “ผู้หญิง” เป็นผู้ตัดสินใจซื้อหลัก มาจากการที่ปัจจุบันผู้หญิงมีความสามารถในการประกอบอาชีพและสร้างรายได้ให้กับตนเอง ทำให้มีอำนาจในการซื้อตามมา เกิดเป็น “She-Economy” ประเทศจีนเองก็มีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน จะเห็นได้ว่าแม้ในช่วงการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด19 ในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2020 ยอดขายของสินค้าและบริการต่างได้รับผลกระทบหดตัวลง แต่ยอดขายสินค้ากลุ่มเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวบนแพลตฟอร์มในเครือ Alibaba ยังคงเพิ่มขึ้นถึง 15.7% จากช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อน ดังนั้นในช่วงนี้ที่ประเทศจีนกำลังฟื้นตัวกลับเข้าสู่สภาวะปกติ คาดการณ์ว่าทางรัฐบาลจะสนับสนุนการใช้จ่ายภายในประเทศเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อทดแทนภาคส่งออกที่อาจหดตัวลง เนื่องจากสถานการณ์ในประเทศต่างๆทั่วโลกยังคงไม่ดีขึ้น กลุ่มผู้บริโภคหญิงจึงเป็นอีกหนึ่งกลุ่มผู้บริโภคหลักที่ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญ ผู้ประกอบการควรมองหา Insight เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคชาวจีน อาทิ ผู้หญิงจีนให้ความสำคัญกับการกระชับร่างกายในส่วนต้นขา และสะโพก และนิยมใช้เครื่องนวดกระชับต้นขา ผู้ประกอบการอาจมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อกระชับต้นขา และสะโพกโดยเฉพาะ นอกจากอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวแล้ว ผู้ประกอบการยังควรมองไปถึงพฤติกรรมกรชอบออกกำลังกาย เข้าฟิตเนส โดยผู้หญิงจีนยุคใหม่นิยม วิ่ง/เดินเร็ว และเล่นโยคะ/พิลาทิส ผู้ประกอบการไทยสามารถนำยารักษาซึ่งเป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีชื่อเสียง นำมาพัฒนาเป็นสินค้าต่างๆ อาทิ แผ่นรองเท้าลดแรงกระแทกขณะวิ่ง เสื้อโยคะยารักษา เป็นต้น

ที่มา : <https://cbndata.com/report/2222/detail?isReading=report&page=25>

<https://news.cgtn.com/news/2020-03-10/The-rise-of-China-s-female-consumersOKtDFYJnG0/index.html>

แปลและเรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

9 เมษายน 2563

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดก็ตามที่เกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด 3