

## SHARP ได้หวันกระโดดเข้าธุรกิจ Beauty แบบเต็มตัว

เมื่อช่วงกลางสัปดาห์ที่ผ่านมา บริษัท SHARP ได้หวันซึ่งเป็นบริษัทลูกในเครือ Foxconn ได้ประกาศข่าวการซื้อกิจการของ MIRADA ซึ่งเป็นเซนร้านขายสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงามชื่อดังของไต้หวัน โดยมีเป้าหมายจะผลักดันให้ MIRADA กลายเป็นร้านค้าเครื่องสำอางแบรนด์ญี่ปุ่นแบบออนไลน์ในระดับแนวหน้าของประเทศ เพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาดในธุรกิจเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงามของไต้หวันที่มีมูลค่าประมาณ 60,000 ล้านดอลลาร์ไต้หวัน

การซื้อกิจการของ MIRADA ในครั้งนี้ ถือเป็นความต่อเนื่องในการก้าวเข้าสู่วงการค้าปลีกของ SHARP หลังจากที่ก่อนหน้านี้เพิ่งจะซื้อกิจการของ COCORO Life แพลตฟอร์มอี-คอมเมิร์ซชื่อดังในไต้หวัน ถือเป็นก้าวข้ามธุรกิจที่เหล่าผู้เชี่ยวชาญต่างก็คาดไม่ถึง เพราะมีความแตกต่างจากธุรกิจที่ SHARP มีความเชี่ยวชาญอย่างธุรกิจ IT และเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นอย่างมาก ซึ่ง SHARP ไม่ได้เปิดเผยมูลค่าการซื้อขายในครั้งนี้ แต่ให้ความเห็นว่า ช่องทางการค้าปลีกในแบบดั้งเดิม ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้อย่างทันทั่วที่ บริษัทฯ จึงวางแผนจะให้ MIRADA ทำการตลาดร่วมกับ COCORO Life ในการยกระดับขึ้นเป็นแพลตฟอร์มหลักในไต้หวันสำหรับสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงามแบรนด์ญี่ปุ่น รวมทั้งยังเป็นช่องทางให้สินค้าแบรนด์ไต้หวันสามารถเข้าสู่ตลาดญี่ปุ่นได้มากขึ้น เพื่อเป้าหมายในการสร้างประโยชน์ให้กับทั้งสองฝ่ายไปพร้อมกัน

โดย MIRADA ถือเป็นเซนร้านขายสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงามเก่าแก่ของไต้หวัน ปัจจุบันมีสมาชิก 1.45 ล้านราย อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาที่ธุรกิจเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงามของไต้หวันมีการแข่งขันที่ดุเดือดมากขึ้นทุกปี ประกอบกับการที่การใช้จ่ายภาคประชาชนในไต้หวันเกิดการหดตัวอย่างหนักในช่วงครึ่งปีแรกของปีนี้ ทำให้บริษัทฯ ต้องปิดสาขาไปแล้ว 15 แห่งในช่วงปลายเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา ซึ่ง SHARP เห็นว่า จากการศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มการบริโภคโดยรวมในยุคแห่งเศรษฐกิจดิจิทัลในปัจจุบัน เห็นได้ชัดว่าช่องทางการตลาดในแบบดั้งเดิมเริ่มมีการปรับตัวสู่ความเป็น Virtual Retailing มากขึ้น ส่งผลให้ตลาดออนไลน์จะกลายมาเป็นเป้าหมายหลักที่ผู้ประกอบการต่างก็ให้ความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้น ต่อไป MIRADA จะผันตัวเองมาเน้นการทำตลาดออนไลน์เป็นหลัก โดยจะมีการนำระบบ AIoT มาใช้ เพื่อผลักดันให้ MIRADA กลายเป็นแพลตฟอร์มอัจฉริยะในรูปแบบใหม่ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกรายเดิม และกลายเป็นทางเลือกใหม่ในการจับจ่ายของกลุ่มผู้บริโภคที่คลั่งไคล้วัฒนธรรมญี่ปุ่นด้วย ซึ่งคาดว่า MIRADA โฉมใหม่พร้อมทั้ง Flagship Store จะสามารถเปิดตัวได้ในเดือนตุลาคมที่จะถึงนี้

ที่มา : The Economic Daily News (July 2, 2020)

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ