



## ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

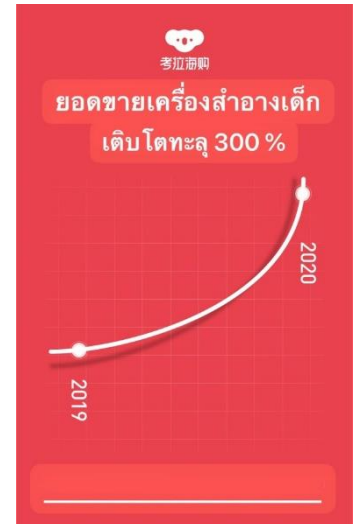
(Weekly News from China)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

ประจำวันที่ 27 กรกฎาคม - 2 สิงหาคม 2563

### ส่งออกเครื่องสำอางเด็กในจีนเติบโตกว่า 300 %

ในวัยเด็กเชื่อว่าหลายๆ คนอาจเคยแอบใส่รองเท้านสูง หรือแอบทาลิปสติกของแม่ เมื่อโดนจับได้ก็อาจจะโดนดุ แต่เมื่อเด็กในยุค 80 และ 90 มาเป็นคุณแม่ พวกเขาเริ่มซื้อเครื่องสำอางให้ลูกตัวเอง สถิติจากเว็บไซต์ชาวลาไห่โก้ว (考拉海购 Kao La Hai Gou) พบว่า ยอดขายเครื่องสำอางเด็ก ในจีนมีอัตราเติบโตขึ้นร้อยละ 300 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยแบรนด์ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ดิสนีย์ (Disney) และ หงเซ่อเสี่ยวเซียง (红色小象 Hong Se Xiao Xiang) เป็นต้น โดยกลุ่มผู้บริโภคหลักจะเป็นคุณแม่ที่เกิดหลังยุค 85 ส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่ มณฑลเหอเป่ย์ มณฑลชานตง และมณฑลเสฉวน พื้นที่กล่าวข้างต้นนั้น มียอดขายมากกว่า 3 เมืองเศรษฐกิจหลักของจีน คือ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ และกวางโจว



เนื่องจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมความงาม วิดีโอ และธุรกิจอีคอมเมิร์ซต่างๆ ได้เข้าสู่ทุกด้านของชีวิต และยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเด็ก โดยเฉพาะผู้ปกครองของเด็กที่เกิดหลังปี 2010 จะให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการปลูกฝังความมั่นใจในตนเองของเด็ก ๆ วิธีที่พบมากที่สุดคือ การมีส่วนร่วมในการแสดงต่าง ๆ เช่น การเล่นเปียโน ร้องเพลงและเต้นรำ สิ่งเหล่านี้กลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการแต่งหน้าของเด็ก ๆ อย่างไรก็ตามยังมีกลุ่มผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งที่ไม่เข้าใจการแต่งหน้าของเด็ก ๆ เช่น นักแสดงชาวจีนชื่อดัง หวง เหลย์ (黄磊 Huang Lei) ถูกคนบางกลุ่มวิจารณ์ เมื่อเธออัปโหลดคลิปวิดีโอลูกสาวของเธอ ขณะแต่งหน้าลงบนแพลตฟอร์มชื่อดังของจีนอย่าง เว่ยป๋อ



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

ผลสำรวจคาดการณ์ว่า ตั้งแต่ปี 2562-2567 อัตราการเติบโตต่อปีของตลาดเครื่องสำอางสำหรับเด็กทั่วโลกอยู่ที่ร้อยละ 8.66 และมูลค่าตลาดจะสูงถึง 23.57 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในสิ้นปี 2567 ข้อมูลจากเว็บไซต์ข่าวลาโวกัว ยังแสดงให้เห็นว่าในเดือนพฤษภาคมปี 2563 ยอดขายเครื่องสำอางโดยรวมของเด็กเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 1,200

### **ความคิดเห็นของ สคต.กวางโจว**

อุตสาหกรรมสินค้าเพื่อความงามพัฒนาอย่างรวดเร็วในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ในปัจจุบันประเทศจีนถือเป็นประเทศที่มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ส่งผลให้พ่อแม่ชาวจีนในยุคสมัยใหม่ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมทักษะอื่นๆ ให้กับเด็กนอกจากความรู้วิชาการในห้องเรียน และการปลูกฝังความมั่นใจในตนเองของเด็ก อาทิ การเล่นเปียโน ร้องเพลงและเต้นรำ ส่งผลให้การแต่งหน้าของเด็กผู้หญิงกลายเป็นสิ่งจำเป็นเมื่อมีกิจกรรมการแสดง ดังนั้นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับเด็กในประเทศจีนจึงเป็นอีกช่องทางที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการในไทย เนื่องจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังกล่าวกำลังเป็นที่นิยมของพ่อแม่ชาวจีน และมีแนวโน้มจะเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป ผู้ประกอบการไทยจึงควรศึกษาแนวโน้มตลาดและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเครื่องสำอางเด็กและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบสนองกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคจีนต่อไป

ที่มา <https://www.cbndata.com/information/79726>

แปลและเรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

วันที่ 30 กรกฎาคม 2563