



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

ประจำวันที่ 3 - 9 สิงหาคม 2563

THE COLORIST & WOW COLOUR

ร้านเครื่องสำอางในจีนแข่งแรง... เร่งชิงตลาด

ในอดีตนั้นร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามโดยเฉพาะ อาทิเช่น Watson (屈臣氏 ชูฉินซือ) และ Mannings (万宁 ว่านหนิง) เคยได้รับความนิยมจากลูกค้าคนจีนจนภาพการต่อแถวจ่ายเงินยาวเหยียดภายในร้าน กลายเป็นภาพคุ้นตา แต่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ช่องทางออนไลน์ได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้น กอปรกับมีหลากหลายบริษัท เข้ามาแย่งส่วนแบ่งในตลาดร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามมากขึ้น และผลกระทบล่าสุดคงหนีไม่พ้นวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่ทำให้สถานการณ์ของร้าน Watson และ Mannings ยิ่งแย่ลง แต่สิ่งที่น่าสนใจคือ ในขณะที่ร้าน ผู้นำตลาดอย่าง Watson และ Mannings มีแนวโน้มลดจำนวนสาขาลง แต่ร้านค้ารุ่นใหม่อย่าง THE COLORIST และ WOW COLOUR กลับเร่งขยายจำนวนสาขาอย่างรวดเร็ว โดยปัจจุบันมีผู้เล่นหน้าใหม่ในตลาดที่น่าสนใจ ดังนี้

- THE COLORIST เป็นแบรนด์ใหม่ภายใต้ KK Group ที่เพิ่งเปิดสาขาแรกที่เมืองเซินเจิ้นเมื่อเดือนตุลาคมปี 2019 จนถึงปัจจุบันมีมากกว่า 150 สาขา และจะขยายเพิ่มให้ถึง 500 สาขา ภายในปี 2020
- WOW COLOUR เป็นแบรนด์ของบริษัท Miniso ปัจจุบันมีมากกว่า 100 สาขา และวางแผนขยายเพิ่มให้ถึง 500 สาขาภายในปี 2020 นี้เช่นกัน
- NOISY BEAUTY ที่เพิ่งเปิดให้บริการมาเพียง 1 ปี มีสาขามากกว่า 20 สาขาแล้ว และวางแผนเพิ่มสาขาเป็น 300 สาขา ภายในปี 2021
- นอกจากนี้ยังมีผู้เล่นใหม่อย่าง H.E.A.T, BOOMIFRESH!, HARMA, Only Write และ Magic coloring



จุดเด่นของร้านค้าปลีกแนวใหม่เหล่านี้คือ มักจะเลือกทำเลร้านอยู่บริเวณชั้นหนึ่งของห้างสรรพสินค้า หรืออยู่ตรงทางเข้าออกเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้า/รถไฟใต้ดินที่มีคนเดินผ่านพลุกพล่านที่สุดในแต่ละย่าน และเมื่อเปรียบเทียบกับ Watson

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

และ Mannings จะพบว่ากรอกแบบและตกแต่งร้านจะมีความทันสมัยและสะดุดตามากกว่า ในด้านการเลือกผลิตภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายในร้าน จะดำเนินการแบบ Fast Fashion คือ เน้นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตามกระแสนิยมทั้ง แปรนตีในประเทศและแปรนตีนำเข้าจากต่างประเทศในราคาระดับกลาง - ล่าง เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อและทดลองสินค้าได้ง่ายและบ่อยกว่าเดิม โดยอีกหนึ่งจุดเด่นของร้านค้าสมัยใหม่เหล่านี้คือ การนำแปรนตีที่ได้รับความนิยมที่ปกติจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลักเท่านั้น อาทิ florasis (花西子 ฮัวซีจี) และ Judydoll (橘朵 จู๊ดวู) และแปรนตีใหม่ที่น่าสนใจแต่ยังไม่มีเงินทุนมากพอในการเปิดร้านค้าของตนเองมาจำหน่ายในร้าน



สิ่งที่น่าจับตามองต่อจากนี้คือ รูปแบบการขยายตลาดของร้านเครื่องสำอางรุ่นใหม่จะซ้ารอยกับร้านสะดวกซื้อ ไร่พนักงาน และร้านกาแฟ Luckin Coffee ที่เร่งขยายสาขาเพื่อชิงส่วนแบ่งตลาดในช่วงปีแรก แต่สุดท้ายก็ไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้มีกำไรในระยะยาวได้ แต่ที่แน่นอนคือ ต่อจากนี้การแข่งขันของร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามในตลาดจีนจะดุเดือดมากขึ้น และจะได้เห็นกลยุทธ์การแข่งขันรูปแบบใหม่ ๆ ออกมาอีกอย่างแน่นอน

ความคิดเห็น สดต.กวางโจว

สำนักงานสถิติแห่งชาติจีนระบุว่าในปี 2019 ยอดค้าปลีกเครื่องสำอางมีมูลค่า 300,000 ล้านหยวน เพิ่มขึ้น 12.6% (YoY) และคาดการณ์ว่าในปี 2020 ยอดค้าปลีกเครื่องสำอางจะลดเล็กน้อยจากผลกระทบจากการเชื้อโควิด-19 แต่ในระยะยาวถึงปี 2022 คาดว่ามูลค่าตลาดเครื่องสำอางจะสูงถึง 500,000 ล้านหยวน และข้อมูลรายงานจาก chyxx.com ระบุว่ามูลค่าการซื้อเครื่องสำอางเฉลี่ยต่อปีของผู้บริโภคจีนอยู่ที่ 49.6 เหรียญสหรัฐฯ ซึ่งยังต่ำกว่าผู้บริโภคในญี่ปุ่น (308.5 เหรียญสหรัฐฯ) และเกาหลีใต้ (255.5 เหรียญสหรัฐฯ) แสดงให้เห็นว่าตลาดความงามในประเทศจีนยังมีโอกาสขยายตัวอีกมาก และช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของเครื่องสำอางในตลาดจีนคือ ช่องทางร้านค้าปลีก คิดเป็นสัดส่วน 56.7% รองลงมาคือ ช่องทางออนไลน์ คิดเป็นสัดส่วน 38% ดังนั้นจะเห็นว่าช่องทางร้านค้าปลีกยังคงมีความสำคัญอยู่มาก ต่อจากนี้สภาพการแข่งขันของร้านค้าปลีกความงามและสุขภาพในตลาดจีนจะทวีความรุนแรงมากขึ้น แปรนตีเครื่องสำอางไทยที่ต้องการบุกตลาดจีนจะต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด และเลือกใช้ผู้จัดจำหน่ายและช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสมกับแปรนตี อาทิ ในปัจจุบันมีแปรนตีเครื่องสำอางไทยระดับกลางวางจำหน่ายอยู่ที่ร้าน THE COLORIST และ WOW COLOUR แต่หากเป็นแปรนตีพรีเมียมอาจต้องใช้ช่องทางอื่นในการจำหน่ายที่เหมาะสมกว่า เป็นต้น



ที่มา : <https://cbndata.com/information/81779>

แปลและเรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

6 สิงหาคม 2563

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด 2