

เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายกำลังมาแรงในตลาดจีน



เครดิตภาพ: www.marketingtochina.com

ตลาดเครื่องสำอางของผู้ชายมีแนวโน้มเติบโตในจีน เนื่องจากผู้ชายนิยมใช้เครื่องสำอางมากขึ้น แบรนด์ต่างชาติกำลังหาโอกาสมาเจาะตลาดจีนมากขึ้น ปัจจุบัน สถานการณ์ตลาดของแบรนด์เครื่องสำอางชายในจีน สรุปดังนี้

1. ผู้ชายวัยรุ่นจีนนิยมซื้อเครื่องสำอางมากขึ้น

ปัจจุบัน ในสายตาของกลุ่มคนวัยรุ่น การมาสก์หน้า การทาอายครีมไม่ใช่พฤติกรรมเฉพาะของผู้หญิงเท่านั้น ความต้องการปรับปรุงรูปร่างหน้าตาให้ดีขึ้นของกลุ่มผู้บริโภคผู้ชายวัยรุ่นขยายตัวมากขึ้นต่อเนื่อง รายงานวิจัยจาก iiMedia Research (บริษัทวิจัยตลาด) พบว่ากลุ่มที่ถูกสำรวจที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ประมาณ 74.4% มีทัศนคติที่ดีต่อการปรับปรุงรูปร่างหน้าตาให้ดีขึ้น และ 76.8% มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เฉพาะสำหรับผู้ชาย

นักข่าวได้สำรวจห้างสรรพสินค้า Grand Pacific ณ กรุงปักกิ่ง พบว่า เคาท์เตอร์เครื่องสำอางของแบรนด์อย่าง L'Oreal Shiseido มีผู้บริโภคผู้ชายไม่น้อย

2. ยอดขายเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายขยายตัวในตลาดจีน

ตลาดเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายมีศักยภาพที่ดี ได้ดึงดูดแบรนด์ต่างชาติเข้ามาในจีนมากมาย เช่น L'Oreal, Sephora โดย Sephora ได้เปิดตัวชุดเครื่องสำอางแต่งหน้าของผู้ชายเป็นครั้งแรกในจีนเมื่อเดือนกันยายน 2563 โดยผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ เช่น บีบีครีม, ครีมแต่งหน้า, ครีมปกปิด, ปากกาอายแชโดว์, ครีมเขียนคิ้ว เป็นต้น ราคาปลีกอยู่ระหว่าง 99 -209 หยวน (ประมาณ 455 – 960 บาท)

ข้อมูลสถิติจาก iiMedia Research ได้ระบุว่า ยอดจำหน่ายเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายในจีนปี 2562 มีมูลค่า 15.89 พันล้านหยวน และปี 2563 คาดว่าจะมีมูลค่า 16.72 พันล้านหยวน นอกจากนี้ Euromonitor (บริษัทวิจัยตลาด) ระบุว่าในปี 2559-2562 อัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีของยอดขายปลีกผลิตภัณฑ์ดูแลผิวและเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายในจีนสูงถึง 13.5% ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีของทั่วโลก (5.8%) โดยหมวดหมู่เครื่องสำอางชายยอดนิยม เช่น บีบีครีม ปากกาเขียนคิ้วชุดเครื่องสำอางเสริมความงาม เป็นต้น

คุณ Zhang Yi นักวิเคราะห์และ CEO ของ iiMedia Research กล่าวว่า ผู้บริโภคผู้ชายให้ความสนใจกับการดูแลผิวและบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากการร้องขอจากเพศหญิงหรือด้วยความสนใจของผู้ชายเอง เมื่อเทียบกับตลาดในยุโรปและอเมริกาที่ค่อนข้างมีเสถียรภาพ พบว่า ตลาดเครื่องสำอางในจีนยังคงมีช่องว่างเติบโตต่อเนื่อง

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

3. แปรนตร์ต่างๆ เร่งการพัฒนาเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย

คนในวงอุตสาหกรรมมีความเห็นว่า ตลาดจีนมีความต้องการเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย แต่ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ไม่โดดเด่นเท่าที่ควร ยังจำเป็นต้องพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคชายที่มีหลากหลายมากขึ้น

คุณ Zhang Yi มีความเห็นว่า จากมุมมองกลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการขาย แปรนตร์สามารถบรรจุเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายเป็นของขวัญให้ผู้บริโภคผู้หญิงเพื่อช่วยผลักดัน/กระตุ้นการบริโภคในกลุ่มผู้บริโภคผู้ชาย

อนึ่ง เมื่อเร็ว ๆ นี้ แปรนตร์เครื่องสำอางจีน เช่น Lanseral, MAKE ESSENSE ได้เสร็จสิ้นการจัดหาเงินทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางชาย

ความเห็นของ สกต ณ เมืองเซี่ยเหมิน : ปัจจุบัน ผู้ชายในจีนมีแนวโน้มที่จะใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มชายวัยรุ่นและวัยกลางคนที่ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเมืองหลัก (เช่น ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กว่างโจว เซินเจิ้น เป็นต้น) และเมืองรองอันดับ 2 ของจีน ในขณะที่ กลุ่มคนที่อาศัยในเมืองรองอันดับ 3 เป็นต้นไป คงจะเริ่มนิยมใช้เครื่องสำอางกันมากขึ้นโดยลำดับ

การที่ตลาดเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายในจีนกำลังอยู่ในระยะเริ่มต้น แปรนตร์เครื่องสำอางต่างชาติที่มีชื่อเสียงได้จึงได้วางแผนเจาะตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายในตลาดจีนเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด เป็นที่สังเกตว่าโดยส่วนใหญ่ใช้ KOLs/นักแสดง/นักร้องชายจีนที่มีชื่อเสียงมาเป็น Brand Ambassador เช่น Mr.Xiao Zhan (นักร้องและนักแสดง) เป็นตัวแทน Olay และ Estee Lauder (เฉพาะเขต Asia Pacific) สำหรับเครื่องสำอางและน้ำหอม Mr.Kris Wu (นักร้องและนักแสดง) เป็นตัวแทน Lancome (เฉพาะ Asia Pacific) เป็นต้น

ปัจจุบัน พฤติกรรมผู้บริโภคในจีนได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะไลฟ์สไตล์ ค่านิยม เช่นกรณีของผู้บริโภคชายจีนที่ให้ความสนใจการดูแลผิวพรรณและความงามเพิ่มขึ้น จึงนับว่าเป็นโอกาสและความท้าทายของผู้ผลิต/ส่งออกผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอางไทยอาจหันมาให้ความสนใจเจาะกลุ่มผู้บริโภคชายในตลาดจีน อนึ่ง การส่งออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไปจีน ผู้ส่งออกไทยจะต้องศึกษากฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของจีนอย่างละเอียด เช่นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2563 สภาแห่งรัฐ(State Council) ได้ประกาศกฎระเบียบการกำกับดูแลและการจัดการเครื่องสำอางฉบับใหม่ ซึ่งจะบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 เป็นต้นไป

ที่มา: <http://www.zgswcn.com>

www.marketingtochina.com

แปลและเรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมือง เซี่ยเหมิน

30 กันยายน 2563

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ