

เทรนด์ใหม่การดูแลตนเองของหนุ่มสาวชาวจีน



ศูนย์วิจัยข้อมูล CBNDData ซึ่งอยู่ภายใต้บริษัท Alibaba ได้ร่วมกับแพลตฟอร์ม Tmall Global เปิดเผยแพร่รายงานการสำรวจการบริโภคผลิตภัณฑ์สำหรับดูแลตนเองและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบ้าน 5 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ผลิตภัณฑ์ชำระล้างร่างกาย ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก ผลิตภัณฑ์ดูแลจุดซ่อนเร้น และผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดบ้าน พบว่า ผู้บริโภคจำนวนมากมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลตนเองและการทำความสะอาดบ้าน โดยมีผู้บริโภควัยหนุ่มสาวกลายเป็นผู้บริโภคหลัก ซึ่งได้แก่ ผู้บริโภคที่เกิดระหว่างปี 1990 – 1999 (พ.ศ. 2533 – 2542) คิดเป็นสัดส่วนเกือบร้อยละ 50 ของผู้บริโภคทั้งหมดที่บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบ้าน บนแพลตฟอร์ม Tmall Global นอกจากนี้ ยังพบว่าการบริโภคของผู้บริโภคในเมืองรองอันดับ 4 (Fourth tier cities หรือ เมืองรองที่มีความเจริญเทียบเท่ากับระดับอำเภอที่มีเศรษฐกิจพัฒนาแล้ว) มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่าตลาดชนบทยังคงเป็นกำลังการบริโภคขนาดใหญ่

ผลิตภัณฑ์สำหรับดูแลตนเองและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านที่จำหน่ายบนแพลตฟอร์ม Tmall Global จะมีจุดเด่นที่ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย โดยพบว่า จะมีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (Body Lotion) และผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปากสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง ขณะที่ผลิตภัณฑ์แชมพูและครีมย้อมผม นอกจากจะมีสัดส่วนการเลือกซื้อหรือบริโภคสูงแล้วยังมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีผ้าคลุมผมแห้ง (Hair-drying cap) ผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลสำหรับผู้ชาย ชุดอุปกรณ์ภายในห้องน้ำ น้ำมันบำรุงผม ผลิตภัณฑ์เครื่องหอม ก็มีแนวโน้มการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วสูงกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ แสดงให้เห็นว่าเริ่มกลายเป็นสินค้าที่มีศักยภาพและน่าจับตามอง

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ



เมื่อพิจารณาแนวโน้มการบริโภคผลิตภัณฑ์แต่ละรายการ พบว่าผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมในการบริโภคเพิ่มขึ้น มักจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา ยกตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์สระและดูแลเส้นผมที่มีคุณสมบัติซ่อมแซม ควบคู่กับการสร้างความชุ่มชื้นและช่วยให้เส้นผมเติบโตได้มากขึ้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เช่นเดียวกับผ้าคลุมผมแห้ง ที่มีการพัฒนาใช้วัสดุพิเศษที่ดูดซับน้ำได้รวดเร็วและลดการทำลายเส้นผมและหนังศีรษะ ก็ได้รับความนิยมและมีแนวโน้มการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับผลิตภัณฑ์สำหรับชำระล้างและดูแลเรือนร่าง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น อาทิ การต่อต้านริ้วรอย การกระชับผิว การซ่อมแซมผิว นอกจากนี้ ยังต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นหอมเพิ่มขึ้น โดยกลิ่นดอกกุหลาบ และดอกคาโมมายล์เป็นกลิ่นที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นผลไม้ อาทิ ส้มโอ ลูกพีช ก็มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้ว่า นอกจากคุณสมบัติหลักของผลิตภัณฑ์แล้ว คุณสมบัติทางประสาทสัมผัสที่เฉพาะตัวอย่างเช่นกลิ่นก็กลายเป็นจุดขายที่สำคัญของผลิตภัณฑ์เช่นกัน ไม่เพียงเท่านั้น ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ยังพบว่าผลิตภัณฑ์น้ำมันอาบน้ำ ที่ให้ทั้งความชุ่มชื้นและทำความสะอาดผิวควบคู่กันไปด้วย เริ่มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคหนุ่มสาวชาวจีนสมัยใหม่ให้ความสำคัญกับการอาบน้ำมากขึ้น

สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาช่องปาก พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการเกี่ยวกับการดูแลช่องปากโดยเฉพาะเรื่องลมหายใจหอมสดชื่น ฟันขาวใส และการกำจัดคราบฟัน โดยในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปากแบบพกพาที่มีการบริโภคเป็น 2 เท่า อาทิ น้ำยาบ้วนปากแบบพกพาเพิ่มขึ้นร้อยละ 200

นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้บริโภคเพศหญิงชาวจีนหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลจุดซ่อนเร้นเพิ่มมากขึ้น และไม่ได้รู้สึกว่าเป็นเรื่องที่ต้องปกปิดอีกต่อไป โดยผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างจุดซ่อนเร้น และผลิตภัณฑ์บำรุงจุดซ่อนเร้นล้วนมีการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เดียวกันยังพบว่ามีความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลจุดซ่อนเร้นที่มีคุณสมบัติอื่นๆ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน อาทิ ฆ่าเชื้อโรค ลดกลิ่นอับ ลดอาการคัน ช่วยสร้างความกระชับ บำรุงให้เกิดความอ่อนนุ่ม

ขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านและถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยดูแลตนเองอย่างผลิตภัณฑ์สำหรับซักทำความสะอาดเสื้อผ้า พบว่าน้ำยาซักผ้า น้ำยาซักชุดชั้นใน น้ำยาซักแห้ง และน้ำยาฆ่าเชื้อมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ยังพบว่ามีการใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทให้ความหอมควบคู่กันไปด้วย เพื่อสร้างความสุขในวันหยุดพักผ่อนหลังจากได้ทำความสะอาดบ้าน และทำความสะอาดเครื่องแต่งกายด้วยผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในบ้านไปแล้ว โดยผลิตภัณฑ์ให้ความหอมที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคหนุ่มสาวจีนมากที่สุด ได้แก่ น้ำมันหอมระเหย เทียนหอม และเส้นหวายหอม ซึ่งสถานที่ที่นิยมใช้มากที่สุด คือ ห้องนอน เนื่องจากเป็นสถานที่ที่สามารถสร้างความสุขและความสบายได้มากที่สุดของบ้าน

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong Road,
Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Wechat Official:



ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

การขยายตัว และแนวโน้มความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองและผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดบ้านของผู้บริโภควัยหนุ่มสาวชาวจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับว่าเป็นอีกหนึ่งโอกาสของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะช่วงการระบาดของโรค COVID - 19 ที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องอยู่บ้านและหันมาดูแลตนเองและใส่ใจดูแลบ้านมากขึ้น ประกอบกับกระแสสุขภาพและความปลอดภัย ยังส่งผลให้ผู้บริโภคชาวจีนยุคใหม่ให้ความใส่ใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในการดูแลตนเอง และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดบ้านมากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เพียงแต่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนและมีประสิทธิภาพสูงเท่านั้น แต่ยังต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงด้วย โดยผู้บริโภควัยหนุ่มสาวของจีนมีความยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ นอกจากนี้ หากสามารถพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เล็กกะทัดรัด และง่ายต่อการพกพา รวมทั้งผสมผสานผลิตภัณฑ์ให้กลิ่นหอมจากธรรมชาติ จะสามารถดึงดูดความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคชาวจีนวัยหนุ่มสาวได้มากยิ่งขึ้น ไม่เพียงเท่านั้น ผู้ประกอบการไทยที่สนใจขยายส่งออกสู่ตลาดจีนควรให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าชาว Gen Z ที่กำลังเติบโต และถือเป็นกำลังสำคัญในการบริโภคของผลิตภัณฑ์หลายประเภทในตลาดจีนด้วย

อย่างไรก็ตาม การรักษาผู้บริโภคกลุ่มเดิม ซึ่งได้แก่ ผู้บริโภควัยกลางคน และผู้บริโภคที่เริ่มมีอายุมากขึ้น คือต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของรสนิยม ฐานะทางสังคม และรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวัน จะทำให้สามารถรักษาส่วนแบ่งในตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองและผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดบ้าน พร้อมทั้งสร้างโอกาสในการแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดได้มากยิ่งขึ้นด้วย นอกจากนี้ ภาครัฐควรเร่งส่งเสริมและผลักดันร่วมมือกับผู้นำเข้าจีนจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้สินค้าไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นในเมืองรองระดับต่างๆ ของจีนให้มากขึ้น เนื่องจากห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นของจีน โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีนได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงมากกว่าห้างสรรพสินค้าที่เป็นสาขาของห้างสรรพสินค้าจากต่างประเทศ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจะสร้างโอกาสในการเจาะตลาดผู้บริโภคหลักรายใหม่ๆ และสามารถขยายตลาดส่งออกเข้าสู่เมืองรองที่อยู่ห่างไกลจากเมืองไทย เมืองที่ผู้บริโภคชาวจีนยังไม่คุ้นเคยกับสินค้าไทย และเมืองที่ยังมีสินค้าไทยจำหน่ายไม่มากเท่าที่ควร ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย

แหล่งที่มา: <https://www.cbndata.com/information/93065>
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงต้า

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong Road,
Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Wechat Official:

