

ลิปสติกแบรนด์จีนใช้ศิลปวัฒนธรรมจีนโบราณ มัดใจลูกค้า

ปัจจุบัน ชาวจีนได้หันมาสนใจศิลปวัฒนธรรมจีนโบราณเพิ่มขึ้น สินค้าอุปโภคและบริโภคแบรนด์จีนจึงได้พยายามมัดใจลูกค้า โดยใช้ศิลปวัฒนธรรมจีนโบราณมาผสมผสานในตัวสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ ซึ่งกรณีของลิปสติกแบรนด์จีนก็ใช้แนวคิดดังกล่าว มัดใจลูกค้าจีนเช่นกัน

-แบรนด์ Meng Man Dai ผลิตลิปกระดาศ (ในละครย้อนยุค สตรีจีนใช้ริมฝีปากเม้มบนกระดาศสีแดง เพื่อทาสีปาก)ที่ใช้ดอกไม้เป็นวัตถุดิบหลัก เมื่อเปรียบเทียบกับลิปสติกทั่วไปที่ส่วนใหญ่ผลิตจากสารเคมี ทำให้ ลิปกระดาศนี้ได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้รักสุขภาพและกลุ่มผู้ชื่นชอบศิลปวัฒนธรรมจีน



แบรนด์ Meng Man Dai
ลิปกระดาศ ราคา 88 หยวน

-แบรนด์ Florasis (ชื่อจีน Hua Xi Zi อ่านว่า ฮัวซีจื่อ) แบรนด์จีนจากเมืองหางโจว มณฑลเจ้อเจียง (ก่อตั้งเมื่อปี 2560) ได้เปิดตัวลิปสติกที่มีแรงบันดาลใจจากมรดกทาง

วัฒนธรรมของชนเผ่าเหมียว (Miao people's intangible cultural heritage) โดยบนเนื้อลิปสติกได้แกะสลักลายจีนโบราณ ส่วนผสมของลิปสติกมาจากสารสกัดจากดอกไม้และสมุนไพรจีน ส่วนบรรจุภัณฑ์มีลวดลายจีนโบราณประคองงานศิลปะชิ้นหนึ่ง

-แบรนด์ 12 Gardens ได้เปิดตัวลิปสติกที่มีแรงบันดาลใจจากบทกวีของหลี่ไป่ (นักกวีที่มีชื่อเสียงในสมัยราชวงศ์ถัง) โดยได้แกะสลักบทกวีในเนื้อลิปสติกไม่เพียงแต่ผู้ผลิตลิปสติกแบรนด์จีนที่ได้เปิดตัวสินค้าที่มีผสมผสานศิลปวัฒนธรรมจีน หน่วยงานราชการในจีนก็ให้ความสนใจเช่นกัน



แบรนด์ Florasis อายแซโดว์ ราคา 259 หยวน ลิปสติก ราคา 129 หยวน



แบรนด์ 12 Gardens
ราคา 99.90 หยวน

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ



ลิปสติกดอกเบญจมาศ ราคา 85 หยวน
(ขายเฉพาะนักศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรน่านจิง)

เมื่อเร็วๆนี้ มหาวิทยาลัยเกษตรน่านจิง ได้พัฒนา
ลิปสติกที่ทำจากดอกเบญจมาศ ปรากฏว่าได้รับความนิยม
อย่างมากและเป็นคำยอดฮิตที่มีการ
ค้นหาในโซเซียลมีเดียจีน เนื่องจากโดยปกติ
แล้ว ชาวจีน ใ
ซ้
ค
ด
อ
ค
อ
ค
อ



ลิปสติกพิเศษของ
พระราชวังต้องห้าม

เมื่อปลายปี
2562 พระราชวังต้องห้าม (The Palace Museum) ได้สร้างสรรค์สินค้า
ที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมจีน โดยวางจำหน่ายในจำนวนจำกัด ทั้งนี้
ลิปสติกได้เป็นหนึ่งในสินค้ากลุ่มดังกล่าว โดยสีของลิปสติกอ้างอิง
ตามโทนสีที่ใช้ในพระราชวังต้องห้าม ส่วนบรรจุภัณฑ์สินค้าได้
ออกแบบวาดลายตามเสื้อผ้าของนางสนมในยุคโบราณ

ความเห็นของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน :

ที่ผ่านมา ลิปสติกแบรนด์ต่างชาติ โดยเฉพาะแบรนด์ดังจากตะวันตก บุคคลชาวจีนได้ซุกซุน
ความทันสมัย ความหรูหรา และความเป็นต่างชาติ เพื่อดึงดูดลูกค้าในตลาดจีน

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้สามารถแข่งขันกับลิปสติกแบรนด์ต่างชาติได้ ลิปสติกแบรนด์จีน
จึงได้พยายามสร้างความเข้มแข็งและแข็งแกร่งของแบรนด์อย่างต่อเนื่อง ผ่านการวิจัยและพัฒนาที่
ไม่หยุดยั้ง โดยซุกซุน ความงาม สุนทรียภาพ คุณค่าและอัตลักษณ์แบบจีน เพื่อมัดใจลูกค้าจีน
ผ่านการใช้ศิลปวัฒนธรรมจีนมาผสมผสานกับตัวสินค้า บรรจุภัณฑ์ และการโฆษณา ซึ่งไม่เพียงแต่
ดึงดูดใจลูกค้าชาวจีนเท่านั้น ปรากฏว่าชาวต่างชาติได้ให้ความสนใจกับลิปสติกแบรนด์จีนที่มี
ชื่อเสียงและมีอัตลักษณ์จีนเด่นชัดเพื่อใช้สำหรับเป็นของฝากของที่ระลึกเมื่อกลับภูมิลำเนา

สำหรับลิปสติกแบรนด์ไทยหรือเครื่องสำอางแบรนด์ไทย ที่ประสงค์จะขยายธุรกิจไปยัง
ตลาดจีน อาจเริ่มต้นจากการเข้าร่วมงานแฟร์นานาชาติในไทยและในจีน สำหรับงานแสดงสินค้า
เกี่ยวกับเครื่องสำอางที่มีชื่อเสียงในจีนเช่น งานChina International Beauty
Expo(www.chinainternationalbeauty.com), งาน China Beauty Expo(www.chinabeautyexpo.com),
งาน Chengdu China Beauty Expo (www.cdmeibohui.comcc.net) เพื่อหาลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่าย
ในจีน รวมทั้งใช้เทคนิคการตลาดออนไลน์ผ่านโซเซียลมีเดียที่มีชื่อเสียงในจีนสำหรับการเจาะกลุ่ม
ลูกค้าชาวจีน

ที่มา : <http://www.chinadaily.com.cn>, www.tmall.com
ประมวลโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน
22 มกราคม 2564

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ