

ผู้บริโภคชาวจีนในฐานะกลุ่มผู้บริโภคใหม่ที่กระตุ้นอุตสาหกรรมความงาม



ปัจจุบัน ผู้ประกอบการชาวจีนจำนวนมากเริ่มมองเห็นความสำคัญของการขยายตลาดผู้บริโภคชายในกลุ่มอุตสาหกรรมความงามในจีนตลอด 2 ปีที่ผ่านมา ชุมชนเมืองที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในจีนและการยกระดับมาตรฐานของผู้บริโภคกำลังเป็นตัวขับเคลื่อนทำให้จำนวนผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคชายจำนวนมากแสดงความเห็นว่าหากรูปลักษณ์ภายนอกดูดีจะช่วยให้ได้รับความนิยมนและประโยชน์มากขึ้น ทั้งบทบาทในที่ทำงานและชีวิตประจำวัน

จากสถิติของรายงานจาก So Young เปิดเผยว่า จำนวนผู้บริโภคผู้ชายที่ซื้อสินค้าและบริโภคสินค้าในกลุ่มเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวตั้งแต่ปี 2562 ก็มีอัตราการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 ที่ผ่านมามีมูลค่าการสั่งซื้อสินค้ากลุ่มประเภทสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณชายเพิ่มขึ้นจากเดิมถึงร้อยละ 52.30 แม้อัตราการเติบโตของการซื้อสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณชายจะยังคงต่ำกว่าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณหญิงในจีน แต่ขนาดการเติบโตของตลาดนั้นยังเติบโตกว่าตลาดอื่นในทวีปเอเชีย อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้

จากความงามในกลุ่มศิลปินไอดอลชายในจีน ผู้ที่เริ่มใช้ลิปสติกสีต่อหน้ากล้อง สู้บล็อกเกอร์ความงามชายและสอนแต่งหน้าชายในชีวิตประจำวัน โดยมีการสอนใช้อุปกรณ์การแต่งหน้าต่างๆ อาทิ แปรงที่เหมาะสมกับการแต่งหน้า

Mr David Kong กล่าวแสดงความเห็นว่า การแต่งหน้าในจีนไม่ใช่สิ่งที่เหมาะสมกับผู้บริโภคหญิงเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป รองพื้น ที่เขียนคิ้ว สีคอนทัวร์ และ ไฮไลต์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องให้ทุกเข้าก่อนออกจากบ้านเพื่อไปทำงาน ในบางครั้ง การเพิ่มสีขนบนเปลือกตาโดยใช้อายแชโดว์ เป็นสิ่งที่ใช้เพิ่มเติมในยามเช้าเพื่อ

เพิ่มความโดดเด่นบนใบหน้า และการใช้คอนซิลเลอร์เพื่อปกปิดรอยสิวก็นับเป็นอีกผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต้องมี
ขั้นตอนทั้งหมดจะใช้เวลาทั้งสิ้นประมาณ 40 นาที สำหรับผู้บริโภคชายบางคนที่เห็นความสำคัญของการใช้
ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ไม่ทำให้พวกเขาสูญเสียเวลาแต่อย่างใด



Tmall และ CBN เปิดเผยสถิติรายงานตัวเลขการสั่งซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางชายในรายงาน
เศรษฐกิจความงามว่า ปัจจุบัน ผู้บริโภคชายหันมาทดลองใช้สินค้าเครื่องสำอางสำหรับผลิตภัณฑ์บนใบหน้า
มากขึ้น อาทิ รองพื้น คอนซิลเลอร์ ลิปสติก และดินสอเขียนคิ้ว สินค้าเครื่องสำอางชายบนแพลตฟอร์ม Tmall
มียอดขายที่เพิ่มสูงขึ้น อย่างชัดเจน ตั้งแต่ปี 2562 ยอดการสั่งซื้อสินค้าเครื่องสำอางสำหรับผู้บริโภคชายเพิ่ม
สูงขึ้นถึงร้อยละ 86 หากเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์บำรุงผิว น้ำหอม ผลิตภัณฑ์บำรุงผม และผลิตภัณฑ์เพื่อปาก
และฟัน ในขณะเดียวกัน แปรนสินค้าเครื่องสำอางชายมีเพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 56

หากพิจารณาจากมูลค่าการเติบโตของตลาดผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางชายมีมูลค่าสูงประมาณ 2
พันล้านหยวนหรือประมาณ 1 หมื่นล้านบาท อย่างไรก็ตาม ยังถือว่ามีขนาดเล็กอยู่หากเปรียบเทียบกับขนาด
ตลาดผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องสำอางชายโลก มีมูลค่าสูงอยู่ที่ 71 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 2.22 ล้านล้าน
บาท

ตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นมา จีนได้ขึ้นตำแหน่งกลายเป็นผู้นำที่มีการเติบโตของตลาดเครื่องสำอางที่ใหญ่
ที่สุดในโลก ขณะเกาหลีใต้ ยอดการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในตลาดจีนเติบโตขึ้น
ทุกปีเฉลี่ยปีละร้อยละ 13.5 ต่อปี ซึ่งสูงกว่าอัตราการเติบโตของตลาดโลกที่มีเพียงร้อยละ 5.8 การเติบโตที่
สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องของตลาดเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวชายจีนส่งผลให้บริษัทหลายบริษัทหันมาทำ
สินค้าเพื่อผู้บริโภคชายโดยเฉพาะ

ความคิดเห็น สดต. เซี่ยงไฮ้

ปัจจุบัน เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวชายกำลังเป็นที่นิยมมากในกลุ่มผู้บริโภคชายจีน และมี
แนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อก็มีเพิ่มมากขึ้น ความนิยมและ
ค่านิยมการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวชายกำลังเปลี่ยนแปลงไป ตลาดจีนกำลังเป็นตลาด

ทางเลือกตลาดใหม่ให้กับผู้ประกอบการทั้งผู้ประกอบการชาวจีนและผู้ประกอบการต่างชาติต่างหันมาให้ความสำคัญกับการขยายตลาดสินค้าผู้บริโภคชาวจีน ในกรณีนี้ จึงเป็นโอกาสอันดีที่ผู้ประกอบการไทยในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวชายที่จะหันมาหาแนวทางในการขยายตลาดในจีนต่อไป

แหล่งที่มา

<https://www.chinadaily.com.cn/a/202104/29/WS6089efcea31024ad0babb17f.html>

<https://www.chinainternetwatch.com/31514/she-conomy-men/>

<https://www.shine.cn/feature/lifestyle/2001049117/>

สศต.เซี่ยงไฮ้

สัปดาห์ที่ 4 ของเดือนเมษายน 2564

26 เมษายน- 2 พฤษภาคม 2564