# ส่องสถานการณ์อุตสาหกรรมเครื่องสำอางจีนในช่วงครึ่งปีแรก และแนวโน้มครึ่งปีหลังของปี 2021

สืบเนื่องจากการควบคุมการระบาดของโรคโควิด – 19 ที่มีประสิทธิภาพของประเทศจีน ทำให้เศรษฐกิจในประเทศสามารถฟื้นตัวได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ในช่วงครึ่งปีแรกของปี ค.ศ. 2021 มูลค่าการค้าปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะมูลค่าของตลาดเครื่องสำอางสำหรับเด็กมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและชัดเจน ขณะที่ภาพรวมการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางก็ขยายตัวเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

เมื่อพิจารณาสถานการณ์อุตสาหกรรมเครื่องสำอางในช่วงครึ่งปีแรกของปี ค.ศ. 2021 ของจีน พบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจในตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจีนที่น่าจับตามองสำหรับผู้ประกอบการ และสามารถนำไปพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการแข่งขันในตลาดเครื่องสำอางในช่วงครึ่งปีหลังของปี ค.ศ. 2021 ที่สำคัญ ดังนี้

**1) จีนกำหนดนโยบายการจัดการดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เข้มงวดมากขึ้น** เนื่องจากตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันพบว่าปัญหาด้านความปลอดภัยของเครื่องสำอางยังคงเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ดังนั้น เพื่อปกป้องสิทธิของผู้บริโภคและรับประกันว่าจะมีการพัฒนาของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในทิศทางที่ดีขึ้น ในปี ค.ศ. 2021 นี้ จีนจึงได้ออกกฎระเบียบและมาตรการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง อาทิ กฎระเบียบในการจัดการและควบคุมข้อมูลทะเบียนวัสดุใหม่สำหรับเครื่องสำอาง มาตรการในการจัดการการลงทะเบียนเครื่องสำอาง เกณฑ์การประเมินคุณภาพของเครื่องสำอาง และร่างกฎระเบียบในการดูแลและควบคุมเครื่องสำอางสำหรับเด็ก ซึ่งตั้งแต่เดือนมีนาคม 2021 ที่ผ่านมาพบว่า หน่วยงานกำกับดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์



Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี 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
Insight CHINA : โอกาสสู่ตลาดจีน by สคต.ชิงต่าว

ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอางและยาของในแต่ละท้องถิ่นต่างเดินหน้าพัฒนาการทำงานเกี่ยวกับเครื่องสำอางสำหรับเด็ก เช่น การปราบปรามการละเมิดการเพิ่มเติมส่วนผสมที่ผิดกฎหมาย และการปลอมแปลงผลิตภัณฑ์ เป็นต้น โดยในร่างกฎระเบียบในการดูแลและควบคุมเครื่องสำอางสำหรับเด็กได้กำหนดมาตรฐานที่ชัดเจนสำหรับเครื่องสำอางสำหรับเด็ก อาทิ ฉลาก วัตถุดิบ การผลิต การดำเนินงาน และการค้าปลีกทางออนไลน์ ซึ่งนโยบายการจัดการดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เกิดขึ้นในปีนี้ ก็ทำให้ผู้เล่นในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางกำลังถูกกดดันและเข้าสู่ยุคของการควบคุมโดยภาครัฐที่เข้มงวดที่สุด

**2) ยอดค้าปลีกเครื่องสำอางขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง** ปัจจุบันผู้บริโภคหนุ่มสาวชาวจีนเริ่มให้ความสำคัญกับความสวยความงาม ทำให้ความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยอดค้าปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในจีนจึงมีมูลค่าขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพบว่ายอดค้าปลีกสินค้าอุปโภคประเภทเครื่องสำอางของจีนในปี ค.ศ. 2016 มีมูลค่า 222,200 ล้านหยวน หรือประมาณ 1.11 ล้านล้านบาท ต่อมาในปี ค.ศ. 2020 ขยับเป็น 340,000 ล้านหยวน หรือประมาณ 1.7 ล้านล้านบาท และในช่วงครึ่งปีแรกของปี ค.ศ. 2021 นี้ ยอดค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคประเภทเครื่องสำอางของจีนมีมูลค่า 191,700 ล้านหยวน หรือประมาณ 958,500 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.6 (YoY) (อัตราแลกเปลี่ยน 1 หยวน เท่ากับ 5 บาท)

**3) ตลาดเครื่องสำอางสำหรับเด็กขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว** สืบเนื่องมาจากการมีงานแสดง เทศกาล กิจกรรม และการแข่งขันต่างๆ ในกลุ่มเด็กและเยาวชนที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ทำให้ความต้องการเครื่องสำอางสำหรับเด็กเริ่มเป็นที่ต้องการในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมานี้ ทำให้ตลาดเครื่องสำอางสำหรับเด็กในจีนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยสถิติจาก Euromonitor เปิดเผยว่าในปี ค.ศ. 2020 มูลค่าของตลาดเครื่องสำอางสำหรับเด็กในจีนมีมูลค่าถึง 4,100 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 139,400 ล้านบาท ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2015 – 2020 มีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ถึงกว่าร้อยละ 10 และคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2025 มูลค่าของตลาดเครื่องสำอางสำหรับเด็กในจีนจะมีมูลค่าเป็น 7,000 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 238,000 ล้านบาท (อัตราแลกเปลี่ยน 1 เหรียญสหรัฐเท่ากับ 34 บาท)

**4) การส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของจีนขยายตัวอย่างต่อเนื่อง** โดยเฉพาะในช่วง 3 – 4 ปีที่ผ่านมานี้ มีแบรนด์เครื่องสำอางจีนจำนวนมากเดินหน้าขยายตลาดในต่างประเทศ สอดคล้องกับรายงานแนวโน้มของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของจีนปี ค.ศ. 2021 ที่พบว่าปัจจุบันมีแบรนด์เครื่องสำอางจีนมากถึง 25 แบรนด์กำลังเดินหน้าขยายตลาดเครื่องสำอางไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะลิปสติก อายแชโดว์ บลัชออน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายดีที่สุด และยังพบว่าในปี ค.ศ. 2020 จีนส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางรวมถึงผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ชำระล้างทำความสะอาดและดูแลจำนวน 999,000 ตัน คิดเป็นมูลค่า 4,244 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 144,296 ล้านบาท และในช่วงครึ่งปีแรกของปี ค.ศ. 2021 มีการส่งออกสินค้าดังกล่าวจำนวน 445,800 ตัน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6 (YoY) คิดเป็นมูลค่า 2,051 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 69,734 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 (YoY)

เมื่อพิจารณาแนวโน้มการพัฒนาของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจีนในช่วงครึ่งปีหลังของปี ค.ศ. 2021 พบว่า เมื่อเดือนสิงหาคม 2021 ที่ผ่านมา สำนักงานบริหารจัดการกฎระเบียบตลาดแห่งรัฐ (State Administration for Market Regulation) ได้ประกาศวิธีการควบคุมการผลิตและการดำเนินงานของบริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2022 เป็นต้นไป โดยบทบัญญัติจะมีทั้งสิ้น 7 บท 66 ข้อ ที่เกี่ยวกับใบอนุญาตการผลิต การจัดการกระบวนการผลิต การจัดการการทำงานทั้งหมด การจัดการการดูแล และความรับผิดชอบทางกฎหมาย เป็นต้น ซึ่งการปรับปรุงกฎระเบียบดังกล่าวจะทำให้บริษัทที่มีคุณสมบัติไม่ตรงตามกฎระเบียบ จะมีต้นทุนเพิ่ม และจะถูกกำจัดออกจากตลาดไปในที่สุด



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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี 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
Insight CHINA : โอกาสสู่ตลาดจีน by สคต.ชิงต่าว

นอกจากนี้ ปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI (Artificial Intelligence) ยังถูกจับตามองว่าจะกลายเป็นแนวโน้มใหม่ของอุตสาหกรรม โดยจะมีการผสมผสานระหว่างความงามและการแต่งหน้าร่วมกับเทคโนโลยีอัจฉริยะมากขึ้น ตั้งแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การให้บริการแต่งหน้า ไปจนถึงการพัฒนาอุปกรณ์ให้มีความทันสมัยและเป็นอัจฉริยะ โดยปัจจุบันอุปกรณ์แต่งหน้าอัจฉริยะได้กลายเป็นมาตรฐานของร้านค้าปลีกเครื่องสำอางสมัยใหม่ในจีนจำนวนมาก แสดงให้เห็นว่าการให้บริการแต่งหน้าแบบดั้งเดิมสามารถดำเนินการควบคู่ไปกับการใช้อุปกรณ์แต่งหน้าอัจฉริยะได้เป็นอย่างดี ซึ่งนอกจากจะช่วยดึงดูดผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมากขึ้นแล้ว ยังช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมเครื่องสำอางมีโอกาสเติบโตได้อย่างรวดเร็ว และสามารถให้บริการลูกค้าได้จำนวนมากยิ่งขึ้น และเป็นที่จับตามองว่าในอนาคต AI จะถูกนำมาพัฒนาและยกระดับการให้บริการในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางให้มีความทันสมัยและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมได้มากยิ่งขึ้น

ขณะเดียวกัน ในช่วงครึ่งปีหลังของปี ค.ศ. 2021 คาดว่าจะมีบริษัทผู้ผลิตยาเริ่มหันมาแข่งขันในตลาดเครื่องสำอางมากขึ้น โดยเมื่อเร็วๆ นี้ พบว่าบริษัท Renhe Pharmaceutical (仁和药业 เริ้นเหอย้าวเย้) ได้เข้าซื้อหุ้นของบริษัทเครื่องสำอางกว่า 7 ราย คิดเป็นมูลค่า 719 ล้านหยวน หรือประมาณ 3,595 ล้านบาท และกลายเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ร้อยละ 80 ซึ่งได้รับความสนใจจากสังคมอย่างมากว่าจะมีการผสมผสานและยกระดับการพัฒนาเครื่องสำอางและยาให้มีความสอดคล้องและสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้นได้มากน้อยเพียงใด เช่นเดียวกับที่พบว่า ปัจจุบันมีบริษัทเภสัชกรรมเกือบ 300 รายที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องสำอาง อาทิ บริษัท Dong'e Ejiao บริษัท TRT (同仁堂 ถงเหรินถาง) บริษัท Mayinglong Pharm PanLong YunHai Pharmaceutical (盘龙云海 พานหลงหยุนไห่) บริษัท FOSUN PHARMA เป็นต้น แสดงให้เห็นว่าตลาดเครื่องสำอางจีนเป็นตลาดที่มีผู้เล่นสนใจเข้าสู่การแข่งขัน เนื่องจากเป็นตลาดที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 2 – 3 ที่ผ่านมา ในขณะที่อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมยาค่อนข้างเชื่องช้า ประกอบกับความงามและการแต่งหน้าเริ่มได้รับความนิยมจากผู้บริโภควัยหนุ่มสาว ทำให้เป็นอุตสาหกรรมที่มีอนาคต จึงทำให้มีการคาดการณ์ว่าในช่วงครึ่งปีหลังของปี ค.ศ. 2021 จะมีบริษัทยาปรับตัวเข้าสู่ตลาดเครื่องสำอางของจีนอีกเป็นจำนวนมาก

**ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย**

สถานการณ์ภาพรวมตลาดเครื่องสำอางในจีนปี ค.ศ. 2020 ที่ผ่านมา มีมูลค่า 395,800 ล้านหยวน หรือประมาณ 1.98 ล้านล้านบาท หดตัวลงร้อยละ 7 (YoY) เนื่องจากผลกระทบจากการระบาดของโรคโควิด – 19 แต่อย่างไรก็ดี คาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2021 มูลค่าของตลาดจะฟื้นตัวและมีมูลค่าสูงถึง 478,100 ล้านหยวน หรือประมาณ 2.39 ล้านล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.79 (YoY) และคาดว่าในปี ค.ศ. 2023 ตลาดเครื่องสำอางจีนจะมีมูลค่า 512,500 ล้านหยวน หรือประมาณ 2.56 ล้านล้านบาท (อัตราแลกเปลี่ยน 1 หยวน เท่ากับ 5 บาท) นอกจากนี้ บริษัท iiMedia Research บริษัทที่ปรึกษาวิจัยการตลาดจีน ยังได้รายงานผลสำรวจตลาดและการบริโภคเครื่องสำอางของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคกว่าร้อยละ 50 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอยู่ที่ระหว่าง 200 – 1,000 หยวนต่อเดือน หรือประมาณ 1,000 – 5,000 บาทต่อเดือน โดยผู้บริโภคเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายระหว่าง 500 – 1,000 หยวนต่อเดือน หรือประมาณ 2,500 – 5,000 บาทต่อเดือน ขณะที่ ผู้บริโภคเพศชายมีค่าใช้จ่ายประมาณ 200 – 500 หยวนต่อเดือน หรือประมาณ 1,000 – 2,500 บาทต่อเดือน โดยผลิตภัณฑ์เช็ดทำความสะอาดผิวหน้า (Facial Cleanser) เป็นผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่ผู้บริโภคชาวจีนใช้มากที่สุด รองลงมาได้แก่ แผ่นมาส์กหน้า และโลชั่น โดยผู้บริโภคอายุระหว่าง 31 – 40 ปี เป็นผู้บริโภคหลักของผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดหน้า โลชั่น และเซรั่ม และผู้บริโภคอายุระหว่าง 26 – 30 ปี



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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี 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
Insight CHINA : โอกาสสู่ตลาดจีน by สคต.ชิงต่าว

เป็นผู้บริโภคหลักของผลิตภัณฑ์มาส์กหน้า ครีมกันแดดและน้ำตบ/โทนเนอร์ นอกจากนี้ จากการสำรวจยังพบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 34 ให้ความเห็นว่าต้องแต่งหน้าทุกวัน ผู้บริโภคร้อยละ 26 จะแต่งหน้าเฉพาะวันไปทำงาน และผู้บริโภคเกือบร้อยละ 20 ไม่แต่งหน้าในชีวิตประจำวัน

จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันเครื่องสำอางกลายเป็นสิ่งที่จำเป็นในชีวิตประจำวันสำหรับคนรุ่นใหม่ชาวจีน ดังนั้น ตลาดเครื่องสำอางจีนจึงเป็นตลาดที่ยังมีโอกาสอีกมากสำหรับผู้ประกอบการไทย ถึงแม้ว่าในช่วงปี ค.ศ. 2020 สถานการณ์ตลาดเครื่องสำอางจีนจะหดตัว เนื่องจากการระบาดของโรคโควิด – 19 แต่อย่างไรก็ดี หลังจากมีการควบคุมการระบาดอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้มีการคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2021 นี้ตลาดจะกลับมาขยายตัวได้ดีขึ้น โดยเฉพาะยอดค้าปลีกสินค้าเครื่องสำอางที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงครึ่งปีแรก โดยขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.6 (YoY) สอดคล้องกับสถานการณ์การนำเข้าสิ่งปรุงแต่งที่ใช้แต่งเสริมความงามหรือแต่งหน้า และสิ่งปรุงแต่งสำหรับบำรุงรักษาผิว (นอกจากยารักษาหรือป้องกันโรค) รวมถึงสิ่งปรุงแต่งที่ใช้ทากันแสงแดดหรือ ทำให้ผิวคล้ำ สิ่งปรุงแต่งที่ใช้แต่งเล็บมือหรือเล็บเท้า (Hs code 3304) ของจีนจากประเทศไทยในช่วงครึ่งปีแรกของปี ค.ศ. 2021 ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 95.96 (YoY) ก็ล้วนแสดงให้เห็นว่าตลาดเครื่องสำอางจีนเป็นตลาดที่ยังมีโอกาสในการขยายตัว แต่ขณะเดียวกันก็มีการแข่งขันที่สูง ดังนั้นผู้ประกอบการไทยที่สนใจจะเข้ามาขยายตลาดเครื่องสำอางในจีนจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ทันสมัยและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้บริโภคชาวจีนรุ่นใหม่ นอกจากนี้ ตลาดเครื่องสำอางสำหรับเด็กก็เป็นอีกตลาดที่น่าจับตามองที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยผู้ประกอบการไทยสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม เช่น พิจารณาร่วมมือกับผู้มีชื่อเสียงในท้องถิ่นในการประชาสัมพันธ์สินค้า ซึ่งยังคงเป็นเครื่องมือการตลาดที่ยังคงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคชาวจีนในปัจจุบัน รวมทั้ง แสวงหาช่องทางในการเจาะตลาดอีคอมเมิร์ซเพื่อให้สินค้าไทยสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกระดับทุกเพศทุกวัย ซึ่งจะทำให้การขยายตลาดส่งออกเข้าสู่ตลาดจีนโดยเฉพาะในเมืองท่าเศรษฐกิจ และเมืองรองที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจของจีนเมืองใหม่ๆ มีโอกาสขยายตัว และสามารถสร้างการรับรู้ในสินค้าไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แหล่งที่มา: https://www.askci.com/news/chanye/20210826/1432361567235_3.shtml
https://www.iimedia.cn/c400/78987.html
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงต่าว



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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี 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
Insight CHINA : โอกาสสู่ตลาดจีน by สคต.ชิงต่าว