

สถานการณ์และแนวโน้มตลาดเครื่องสำอางของจีน

ระหว่างเดือนมกราคม-ตุลาคม 2564 มูลค่าการจำหน่ายเครื่องสำอางของจีนขยายตัวขึ้นร้อยละ 16.7 สูงกว่าอัตราการขยายตัวของภาคการค้าปลีกร้อยละ 1.6 แต่เมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวในแต่ละเดือนพบว่า การจำหน่ายเครื่องสำอางในตลาดจีนเริ่มชะลอตัวลงมากกว่าร้อยละ 10 นับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2564 เป็นต้นมา ซึ่งมีสาเหตุหลัก ดังนี้

(1) ผลกระทบจากโรคโควิด 19 โดยเฉพาะช่วงต้นปี 2563 ทำให้ยอดจำหน่ายช่วงครึ่งแรกของปี 2563 ไม่สูง ธุรกิจเครื่องสำอางจึงเร่งจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในช่วงครึ่งหลังของปีเพื่อเพิ่มยอดจำหน่าย ทำให้มูลค่าการจำหน่ายช่วงครึ่งหลังของปี 2563 สูงกว่าครึ่งแรกของปี 2563 มาก

(2) เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2564 จีนเริ่มดำเนินการตามกฎระเบียบและสารบัญญัตการแยกประเภทเครื่องสำอาง และมาตรฐานการประเมินสรรพคุณของเครื่องสำอาง พร้อมกับกำหนดให้ธุรกิจเครื่องสำอางจดทะเบียนและลงทะเบียนเครื่องสำอางบนแพลตฟอร์มใหม่ ทำให้สินค้าใหม่เข้าสู่ตลาดได้ช้าลง ส่งผลต่อการจำหน่ายช่วงกลางปีและช่วงไตรมาสสามพอสมควร

(3) ตัวเลขพื้นฐานช่วงครึ่งหลังของปีที่ผ่านมาสูง ทำให้อัตราการขยายตัวในระยะสั้นมีการชะลอตัว แต่เมื่อมองในระยะยาวจะพบว่าธุรกิจเครื่องสำอางในตลาดจีนปี 2564 อยู่ในทิศทางที่ดี อัตราการแทรกซึมเพิ่มขึ้น อัตราการบริโภคเครื่องสำอางเฉลี่ยต่อคนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาสถิติของศุลกากรจีนพบว่า มูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอางของจีนระหว่างปี 2558-2563 สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่มูลค่าการส่งออกกลับลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี 2563 จีนได้นำเข้าเครื่องสำอางรวมเป็นมูลค่าทั้งหมด 17,336 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวขึ้นร้อยละ 31.07 ในขณะที่ส่งออกเพียง 5,178 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวลงถึงร้อยละ 21.49 นอกจากนี้ ระหว่างมกราคม-ตุลาคม 2564 จีนได้นำเข้าเครื่องสำอางรวมทั้งหมด 19,892 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวขึ้นร้อยละ 19.83 ในขณะที่ส่งออกจำนวน 5,081 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวขึ้นร้อยละ 20.07 โดยจีนนำเข้าเครื่องสำอางจากญี่ปุ่นมากที่สุดที่ รองลงมาคือฝรั่งเศสและเกาหลีใต้ ตามลำดับ และนำเข้าจากไทยเป็นอันดับที่ 12

เนื่องจากตลาดเครื่องสำอางของจีนเติบโตขึ้นตามลำดับ และธุรกิจเครื่องสำอางมีมาตรฐานมากขึ้น จึงคาดว่าในปี 2569 ตลาดเครื่องสำอางจีนจะมีมูลค่าสูงถึง 141,160 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อัตราการเติบโตเฉลี่ยระหว่างปี

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการ 1
เผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริม
การค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มี
บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าทางใด

2564-2569 จะอยู่ที่ประมาณร้อยละ 11 ต่อปี และคาดว่าในอีกห้าปีข้างหน้าจีนจะยังคงเป็นตลาดธุรกิจเครื่องสำอางอันดับต้นๆ ของโลก และจะกลายเป็นตลาดเครื่องสำอางที่มีศักยภาพมากที่สุดในโลกตามเศรษฐกิจของประเทศที่ฟื้นตัวขึ้นอย่างรวดเร็วและเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยแนวโน้มความต้องการเครื่องสำอางของจีนในอนาคตจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

ผู้บริโภคทุกกลุ่มมีความต้องการผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของสูงขึ้น โดยตลาดเครื่องสำอางจีนโตขึ้นอย่างรวดเร็วตามเศรษฐกิจที่พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคในตลาดคุ้นเคยและรู้จักเครื่องสำอางมากขึ้น จนทำให้เครื่องสำอางกลายเป็นสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคทุกกลุ่มมากขึ้น ซึ่งนอกจากกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการเครื่องสำอางเป็นประจำอยู่แล้ว กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มนักเรียนที่เพิ่งเริ่มใช้เครื่องสำอาง กลุ่มผู้สูงอายุที่รักความสวยความงาม เป็นต้น ล้วนต้องการเครื่องสำอางและมีกำลังซื้อมากขึ้น

(2) เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายมีแนวโน้มโตขึ้นในอัตราสูง ตัวเลขสถิติชี้ว่า จำนวนการติดตามและการซื้อขายในแพลตฟอร์มธุรกิจเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายบนออนไลน์ระหว่างปี 2563-2564 ขยายตัวขึ้นกว่าร้อยละ 50 ผู้บริโภคเพศชายเริ่มสนใจความงามและเริ่มสร้างภาพลักษณ์ให้กับตัวเองมากขึ้น โดยผู้บริโภคเพศชายที่อยู่ในเมืองใหญ่และเมืองรองส่วนใหญ่จะติดตามเครื่องสำอางบำรุงผิว เช่น โลชั่น แผ่นมาร์กหน้า เป็นต้น มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากแนวความคิดการบริโภคเครื่องสำอางของผู้บริโภคเพศชายที่เปลี่ยนไปจะทำให้เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายในตลาดจีนได้รับความสนใจและเป็นที่ต้องการมากขึ้น

(3) สินค้าน้ำหอมได้รับความสนใจจากผู้บริโภคชาวจีนมากขึ้น เนื่องจากรายได้และความตื่นตัวของผู้บริโภคชาวจีนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงเริ่มสนใจน้ำหอมมากขึ้น อนึ่ง สินค้าน้ำหอมในตลาดจีนค่อนข้างจะได้รับการผูกขาดจากแบรนด์ยุโรปและอเมริกา มีราคาสูง จึงทำให้น้ำหอมระดับสูงกลายเป็นสินค้าที่แสดงถึงรสนิยมส่วนบุคคลของชาวจีน และได้รับความสนใจจากผู้บริโภคที่มีรายได้สูง นอกจากนี้ น้ำหอมยังสามารถผ่อนคลายความตึงเครียดและลดความเครียดจากการใช้ชีวิตในสังคมปัจจุบันได้ ด้วยเหตุนี้ น้ำหอมจึงกลายเป็นหนึ่งในสินค้าที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวจีน

ข้อคิดเห็นของสกต.เซี่ยงไฮ้

ตลาดเครื่องสำอางของจีนในอนาคตมีแนวโน้มเติบโตขึ้นในอัตราสูง ก่อนข้างมีศักยภาพและมีขนาดใหญ่ขึ้นตามลำดับ ในอนาคต ตลาดเครื่องสำอางจีนจะได้รับแรงขับเคลื่อนจากผู้บริโภคในตลาดที่ต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่หลากหลาย เครื่องสำอางที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว เห็นผลเร็ว และมีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของผู้บริโภคจะได้รับ ความสนใจจากผู้บริโภคชาวจีนมากขึ้น ซึ่งจากเนื้อหาข้างต้นจะเห็นว่า ผู้บริโภคชาวจีนส่วนมากเริ่มให้ความสำคัญกับสุขภาพและความสวยงาม ซึ่งอาจทำให้เครื่องสำอางเป็นสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้เครื่องสำอางท้องถิ่นและต่างประเทศมีโอกาสขยายตัวในตลาดจีน

แหล่งที่มา

https://mbd.baidu.com/newspage/data/landingsuper?context=%7B%22nid%22%3A%22news_9947294967931819842%22%7D&n_type=-1&p_from=-1

https://mbd.baidu.com/newspage/data/landingsuper?context=%7B%22nid%22%3A%22news_9345876276572936450%22%7D&n_type=-1&p_from=-1

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการ 3
เผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริม
การค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มี
บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าทางใด