

## รายงานสถานการณ์แนวโน้มตลาด “ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการดูแลกลิ่นของผู้สูงอายุ”



จากแพลตฟอร์ม 知乎 (อ่านว่า Zhihu เป็นแพลตฟอร์มที่ผู้บริโภควัยผู้ใหญ่จีนใช้ในการสอบถามหรือตั้งกระทู้ถามข้อมูลและปัญหาต่างๆ) พบว่า มีหัวข้อที่ผู้บริโภควัยผู้ใหญ่สนใจกันมากอยู่ประเด็นหนึ่ง นั่นก็คือ “การขอคำแนะนำเรื่องน้ำหอมสำหรับผู้สูงอายุในวัย 60-70 ปี” โดยผู้ที่เริ่มโพสต์กระทู้สอบถาม/ขอคำแนะนำดังกล่าว ระบุว่าคุณยายของเขามีกลิ่นกายที่ไม่พึงประสงค์ (หรือกลิ่นกายของคนแก่) ซึ่งส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันของคุณยายด้วย ดังนั้น เธอจึงต้องการขอคำแนะนำจากผู้รู้ในประเด็นนี้ นอกจากนี้ ยังพบว่าบนแพลตฟอร์มอื่นๆ ก็มีผู้ที่ค้นหาเกี่ยวกับหัวข้อ “กลิ่นผู้สูงอายุ” และ “วิธีกำจัดกลิ่นผู้สูงอายุ” จำนวนมาก ยกตัวอย่างเช่น บนแพลตฟอร์ม Xiaohongshu มีการพิมพ์คำค้นหว่า “กลิ่นผู้สูงอายุ” มากกว่า 40,000 ครั้ง และ “วิธีกำจัดกลิ่นผู้สูงอายุ” มากกว่า 10,000 ครั้ง

ภายใต้หัวข้อ “กลิ่นผู้สูงอายุ” แสดงให้เห็นถึงปัญหาหรือแง่มุมที่ซ่อนอยู่ ไม่ว่าจะเป็นด้านความอึดอัด ลำบากใจ/รังเกียจของผู้ที่ได้กลิ่น หรือการปฏิบัติต่อผู้สูงอายุ (ที่มีกลิ่นกายไม่พึงประสงค์) ของผู้คนจำนวนมาก หรือด้านที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุซึ่งอาจทำให้ผู้สูงอายุกลายเป็นบุคคลที่มีอารมณ์อ่อนไหว เกือบตัว และไม่ต้องการจะเข้าสังคม/พบปะสังสรรค์ได้

จากความจำเป็นในการกำจัดกลิ่นและปกปิดกลิ่นของผู้สูงอายุ ทำให้มีการแบ่งตลาด “การกำจัดกลิ่น” ของกลุ่มคนวัยกลางคนและผู้สูงอายุ อย่างเช่น ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศหนึ่งที่ได้มีการสำรวจและพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์กำจัดกลิ่นผู้สูงอายุมาเป็นเวลานาน ทำให้ผลิตภัณฑ์น้ำหอมระงับกลิ่นกายที่มีประสิทธิภาพและใช้งานสะดวกจำนวนมากถูกพัฒนาและเปิดตัวออกจำหน่ายในท้องตลาดมากขึ้น ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการช่วยปรับปรุงเรื่องกลิ่นของผู้สูงอายุ สำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยกลางคนและผู้สูงอายุ มีแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กำจัดกลิ่นฯ ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่ใช่เพียงแค่สามารถดับกลิ่นกายได้เท่านั้น แต่ควรคำนึงถึงเรื่องแพ้นด้วย ดังนั้น เมื่อนำประสบการณ์ผู้ผลิตสินค้ากำจัดกลิ่นฯ ในญี่ปุ่นมารวมกับแนวคิดของกลุ่มผู้บริโภควัยสูงอายุของจีน ก็น่าจะนำไปสู่การวิเคราะห์/ประเมินทิศทางในอนาคตของตลาดสินค้ากำจัดกลิ่นผู้สูงอายุได้

## กลิ่นกายผู้สูงอายุมาจากไหน? วิเคราะห์ความต้องการหลัก 2 ประการเกี่ยวกับการจัดการกลิ่นของผู้สูงอายุ

จากมุมมองทางวิทยาศาสตร์ “กลิ่นกายผู้สูงอายุ” ไม่ใช่กลิ่นเฉพาะตัวของผู้สูงอายุแต่เป็นการเปลี่ยนแปลงทางพยาธิสภาพตามธรรมชาติในร่างกาย โดยเมื่อมีอายุมากขึ้น ภูมิคุ้มกันโดยรวมของผู้สูงอายุก็จะเริ่มลดลงและโรคประจำตัว/โรคเรื้อรังต่างๆ จะค่อยๆ เพิ่มมากขึ้น ร่างกายมนุษย์มีไขมันที่เรียกว่า “กรดไขมันอิสระ” (free fatty acid) และผู้ที่ป่วยเป็นโรคเบาหวาน โรคต่อมไทรอยด์และโรคอื่นๆ จะมีกรดไขมันอิสระที่มีความเข้มข้นสูงกว่าคนปกติ ในเวลาเดียวกัน หลังจากเกิดปฏิกิริยาออกซิเดชัน (oxidation) ของกรดไขมันอิสระจะเกิดปฏิกิริยา “2-nonenal” ซึ่งเป็นแหล่งที่มาหลักของกลิ่นกายผู้สูงอายุ นอกจากโรคต่างๆ ที่กล่าวไปแล้ว ผลจากการทำงานของเมตาบอลิซึม (metabolism) ที่ลดต่ำลง ความสามารถในการต้านอนุมูลอิสระก็ไม่ดีเช่นเดิม บวกกับสารคัดหลั่ง อย่างเช่น เหงื่อและความมันที่มักจะสะสมบนผิวหนัง การอักเสบที่เกิดจากความเสื่อมของลำไส้ ช่องปาก และระบบอื่นๆ ก็เป็นสาเหตุของการเกิดกลิ่นไม่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุเช่นกัน หากผู้สูงอายุละเลยการทำความสะอาดหรือไม่ดูแลผิว ช่องปาก และส่วนอื่นๆ ของร่างกายเป็นเวลานาน กลิ่นไม่พึงประสงค์ก็จะชัดเจนรุนแรงยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ผลการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ได้รายงานข้อมูลว่าสำหรับผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป เนื่องจากสรีรวิทยาและพยาธิวิทยาในร่างกายมนุษย์จะค่อยๆ ปล่อยกลิ่นไม่พึงประสงค์ของผู้สูงอายุและความเข้มข้นจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันหรือเป็นปัญหา ทั้งต่อตัวผู้สูงอายุเองและคนรอบข้างไปด้วย ดังนั้น จาก Pain Point ดังกล่าว จึงทำให้เกิดความต้องการ “การกำจัดกลิ่นของผู้สูงอายุ” ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ (1) การกำจัดหรือจัดการกลิ่นในพื้นที่ที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ และ (2) การจัดการกลิ่นกายของผู้สูงอายุ

ความต้องการในการจัดการกลิ่นสำหรับผู้สูงอายุในประเทศจีนเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่จากสภาพของตลาดในปัจจุบันพบว่า โซลูชันและผลิตภัณฑ์ที่ใช้กำจัดกลิ่นผู้สูงอายุยังคงเป็นเรื่องง่ายๆ ยกเว้นผลิตภัณฑ์บางแบรนด์ อย่างเช่น แบรินด์ Liby และ Fanghua ที่เปิดตัวผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายที่สามารถขจัด “กลิ่นผู้สูงอายุ” และผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จัดอยู่ในหมวดผลิตภัณฑ์ปรับอากาศ สำหรับการค้นหาคำว่า “กลิ่นผู้สูงอายุ” บนแพลตฟอร์มอี-คอมเมิร์ซ (Taobao และ Jingdong) ผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏบนแพลตฟอร์มส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ปรับอากาศเกือบทั้งหมด เช่น สเปรย์ปรับอากาศในห้อง เครื่องฟอกน้ำยาปรับอากาศ (แบบติดผนัง) น้ำยาฆ่าเชื้อและกำจัดกลิ่น เป็นต้น



เป็นที่น่าสังเกตว่า แม้ว่าผลิตภัณฑ์จะใช้คำว่า“กำจัดกลิ่นผู้สูงอายุ”เป็นจุดขาย แต่พบว่า ผู้บริโภคจีน นอกจากจะใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อการกำจัดกลิ่นผู้สูงอายุแล้ว หลายครอบครัวก็ซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไปใช้กับวัตถุประสงค์อื่นๆ (ไม่ได้ใช้กับผู้สูงอายุโดยตรง) เช่น ใช้กำจัดกลิ่นของสัตว์เลี้ยง กำจัดกลิ่นในห้องน้ำ กำจัดกลิ่นรองเท้า เป็นต้น โดยผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่ใช่กลุ่มผู้สูงอายุ แต่เป็นญาติ/คนรอบตัว/ผู้ดูแลผู้สูงอายุที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไปใช้

เมื่อเปรียบเทียบตลาดจีนกับตลาดญี่ปุ่น จะพบว่า ญี่ปุ่นได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุก่อนจีนมานานมากแล้ว สำหรับตลาดสินค้ากำจัดกลิ่นผู้สูงอายุในญี่ปุ่นจะแบ่งประเภทสินค้า/นวัตกรรมตามลักษณะการใช้งาน ปัจจุบันผลิตภัณฑ์จะแบ่งเป็น 3 ประเภทหลักๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน สเปรย์ระงับกลิ่น และผลิตภัณฑ์ดูแลเสื้อผ้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

### (1) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น

- ยาสระผม แบรินด์ Shiseido รุ่น “JOYFUL GARDEN” ประกอบด้วยสารสกัดจากชาเขียว และส่วนผสมทางพฤกษศาสตร์ ซึ่งรักษาความชุ่มชื้นที่จำเป็นของหนังศีรษะ ทำความสะอาดน้ำมันและสิ่งสกปรกที่สะสมบนหนังศีรษะและหลังลำคอ และระงับสาร “2-nonenal” ที่รุนแรงจากกลิ่นตัว โดยหลังจากการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ดังกล่าว Shiseido กลายเป็นบริษัทญี่ปุ่นแห่งแรกที่ช่วยพัฒนาตลาด “การกำจัดกลิ่นผู้สูงอายุ” และประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก



- เจลอาบน้ำ แบรินด์ Rohto Pharma รุ่น “DeOu” โดย Rohto Pharma เปิดตัว “DeOu” เจลอาบน้ำเพิ่มความสดชื่นสำหรับผู้ชาย ซึ่งสามารถขัดและป้องกัน “กลิ่นวัยทอง” ของผู้ที่มีเหงื่อและกลิ่นตัวรุนแรง ผลิตภัณฑ์นี้จะเน้นที่จุดขายหลัก 3 ประการ คือ (1) ช่วยเพิ่มสารระงับกลิ่นกายและฆ่าเชื้อ benzalkonium chloramine เพื่อจัดการกับปัญหาเหงื่อ กลิ่นตัวและกลิ่นผู้สูงอายุ (2) มีส่วนประกอบของ Charcoal ที่สามารถดูดซับน้ำมันและสิ่งสกปรกเพื่อทำความสะอาดผิวได้อย่างทั่วถึง และ (3) เพิ่มกลิ่นหอมของสมุนไพร (เช่น วานิลลา ส้ม มินต์ เป็นต้น) ในเจลอาบน้ำ เพื่อให้รู้สึกสดชื่นสบายและอารมณ์ดี ทำให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้รับการตอบรับอย่างล้นหลามหลังจากการเปิดตัวสู่ท้องตลาด ต่อมา Rohto ยังได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ยาสระผมสมุนไพร ที่ชุ่มชื้นนวลเนียน และผลิตภัณฑ์เสริมอื่นๆ ที่มีประสิทธิภาพเช่นเดียวกัน



- เจลอาบน้ำ+แชมพู “Astringent” ด้วยสูตรทำความสะอาดที่สืบทอดมาแต่โบราณในประเทศญี่ปุ่น สารสกัดในน้ำมันลูกพลับ (เกิดจากการหมักน้ำมันลูกพลับ) สามารถขจัดน้ำมันและเหงื่อออกจากผิวหนังได้อย่างอ่อนโยนและมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นส่วนประกอบของลูกพลับที่มีความเป็นกรดอ่อนๆ มีผล/ประสิทธิภาพในการดับกลิ่นที่รุนแรง ซึ่งไม่เพียงแต่สามารถยับยั้งการเจริญเติบโตของกลิ่นตัวและแบคทีเรีย แต่ยังป้องกันไม่ให้รูขุมขนของผู้สูงอายุอุดตันและดูแลผิวอย่างล้ำลึก



- ยาสระผม แบรนด์ Kaki Sachi ซึ่งมีส่วนผสมที่ได้รับสิทธิบัตรในด้านการระงับกลิ่นกายที่สกัดจากใบยูคาลิปตัสและส่วนผสมการดูดซับจากถ่านสมุนไพร ซึ่งสามารถกำจัดกลิ่นตัวกลิ่นวัยซราและกลิ่นยาสูบได้กว่า 70% -90%



- สบู่สมุนไพร แบรนด์ Dr.Deodorant ของญี่ปุ่น ซึ่งมีส่วนผสมของสารส้ม ทั้งนี้ ตามตำราแพทย์แผนจีนโบราณถือว่า สารส้มเป็นยาดับกลิ่นที่มีฤทธิ์ฆ่าเชื้อตามธรรมชาติและถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลายในเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด/ดูแลเสื้อผ้า ด้วยประสิทธิภาพที่ดีของสารส้ม ทำให้แบรนด์ Dr.Deodorant ได้เปิดตัว “สบู่สารส้มที่ผสมกลิ่นมินต์” เพื่อการทำความสะอาด โดยใช้สำหรับการขจัดน้ำมันไต้วงแขน เท้า หลัง และหลังใบหูของผู้สูงอายุ มีฤทธิ์ฆ่าเชื้อแบคทีเรีย ระงับกลิ่นกายและเหงื่อ



## (2) สเปรย์ระงับกลิ่น

การสำรวจสเปรย์ระงับกลิ่นในตลาด แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ สเปรย์ระงับกลิ่นบนร่างกาย และสเปรย์ระงับกลิ่นบนเสื้อผ้า

### - สเปรย์ระงับกลิ่นบนร่างกาย

กลิ่นบนร่างกายของผู้สูงอายุเป็นต้นตอของกลิ่นทุกชนิด การทำความสะอาดและการทำให้ผิวบนร่างกายสะอาดจึงเป็นวิธีจัดการที่ตรงจุดที่สุดในการกำจัด“กลิ่นผู้สูงอายุ” ซึ่ง Shiseido ได้เปิดตัวชุดผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ “AgDeo24” อย่างต่อเนื่อง โดยเป็นสเปรย์ระงับกลิ่นที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุเป็นหลัก สามารถขจัดกลิ่นตัว ซึ่งส่งผลดีต่อการใช้ชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุและคนรอบข้าง ส่วนแบรนด์ Dr.Deodorant ก็ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์สเปรย์ที่เรียกว่า “Deo35PLUS+” ซึ่งประกอบด้วยส่วนผสมที่มีคุณสมบัติในการดับกลิ่นสูงและยังเพิ่มสารทรีฮาโลส ซึ่งสามารถยับยั้งกลิ่นเฉพาะของผู้สูงอายุ ขณะที่แบรนด์ Damerino ได้เปิดตัวสเปรย์ทำความสะอาด



สะอาดไร้กลิ่นน้ำหอม ด้วยสารสกัดจากลูกพลับและชา ซึ่งสามารถย่อยสลายไขมันและสิ่งสกปรกที่ตกค้างบนหลังใบหูและหลังลำคอของผู้สูงอายุได้ นอกจากนี้ แบรินด์ Damerino ยังได้พัฒนาสเปรย์สำหรับกลิ่นเฉพาะของซิบบัมและมอส ซึ่งช่วยระงับกลิ่นเท้าที่เกิดจากเหงื่อและเคราตินที่สะสมบนเท้าของผู้สูงอายุ



#### - สเปรย์ระงับกลิ่นบนเสื้อผ้า

เนื่องจากเสื้อผ้าที่สวมใส่อยู่เป็นประจำจะดูดซับเหงื่อและกลิ่นของร่างกายมนุษย์ไว้ จึงทำให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สเปรย์สำหรับระงับกลิ่นบนเสื้อผ้า โดยในช่วงต้นปี พ.ศ. 2557 แบรินด์คาโอ(Kao) ได้พัฒนาชุดผลิตภัณฑ์ “Bactericidal EX” สำหรับระงับกลิ่นบนเสื้อผ้าซึ่งสามารถขจัดกลิ่นไม่พึงประสงค์อย่างเช่น กลิ่นตัวและกลิ่นปัสสาวะที่ติดอยู่บนเสื้อผ้า ส่วนแบรนด์ PROUDMEN ได้เปิดตัวสเปรย์ระงับกลิ่นบนเสื้อผ้าพิเศษสำหรับชุดสูท เนคไทและถุงเท้า โดยเพิ่มกลิ่นส้ม มารินและเครื่องเทศอื่นๆ เพื่อช่วยดูแลกลิ่นของบุรุษวัยกลางคน/ผู้สูงอายุ ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีและในสถานการณ์ที่มีการพบปะติดต่อกันทางธุรกิจ ขณะที่แบรนด์ BOTOCOLLAX ก็เปิดตัวสเปรย์ฉีดผ้าที่มีสารสกัดจากใบไผ่ ซึ่งสามารถป้องกันกลิ่นและการแพร่กระจายของแบคทีเรียได้ เมื่อฉีดพ่นที่ถุงเท้า รองเท้าและหมวก สามารถกำจัดกลิ่นได้มากกว่า 90% ของกลิ่นเก่าที่ ยังคงสามารถลดพลังงานไฟฟ้าสถิตและรอยยับบนเสื้อผ้าได้ด้วย



### (3) ผลิตภัณฑ์ดูแลเสื้อผ้า

ผลิตภัณฑ์ดูแลเสื้อผ้า นอกจากจะทำให้เสื้อผ้าสะอาดแล้ว ก็ยังช่วยกำจัดแบคทีเรียและกลิ่นบนเสื้อผ้าได้อย่างรวดเร็ว อย่างแบรนด์ Lion King ได้เปิดตัวผงซักฟอกที่ช่วยต้านเชื้อแบคทีเรียและมีส่วนผสมของเอนไซม์ที่ช่วยในการระงับกลิ่นระดับนาโน ซึ่งสามารถระงับกลิ่นบนเสื้อผ้าได้อย่างรวดเร็วและยังสามารถต้านแบคทีเรียได้นานถึง 48 ชั่วโมง



ทั้งนี้ บรรดาผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตสินค้าระงับกลิ่น ได้เร่งปรับปรุงพัฒนาสินค้าระงับกลิ่นออกสู่ท้องตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นอกจากผลิตภัณฑ์ที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ก็ยังมีผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ อีกมากที่มีการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง เช่น ยาระงับกลิ่นกาย โลชั่นระงับกลิ่นกาย เจลที่ให้ความรู้สึกสดชื่น เป็นต้น

นอกจากนี้ ในปัจจุบันผู้สูงอายุในจีนเริ่มเปลี่ยนแปลงแนวคิดด้านการบริโภคและมีความต้องการทางสังคมมากขึ้น รวมถึงความต้องการด้านการปรับปรุงสภาพลักษณะและอารมณ์ของตนเองด้วย (ซึ่งน้ำหอมก็เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการดังกล่าวของผู้สูงอายุได้) ในช่วงต้นปี พ.ศ.2559 รายงานแนวโน้มผู้บริโภค ซึ่งเผยแพร่ข้อมูลโดยศูนย์ข้อมูลธุรกิจ Taobao และ Yicai ได้รายงานไว้ว่า “น้ำหอม” กลายเป็นสินค้ายอดนิยมในกลุ่มผู้บริโภควัยกลางคนและผู้สูงอายุ โดยในปี 2558 พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 50-70 ปี ได้ทำธุรกรรมการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมผ่านช่องทางออนไลน์ รวมกว่า 70 ล้านหยวน และในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา การเกิดขึ้นของแพลตฟอร์มอี-คอมเมิร์ซต่างๆ และช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ ได้ช่วยให้ข้อมูล/ความรู้เกี่ยวกับน้ำหอมมีการแพร่หลายกว้างขึ้น จึงมีส่วนส่งเสริมให้ช่องทางการจำหน่ายน้ำหอมในประเทศจีนเติบโตอย่างรวดเร็ว และในปัจจุบันผู้สูงอายุภายในประเทศจีนก็หันมาใช้น้ำหอมกันมากขึ้น

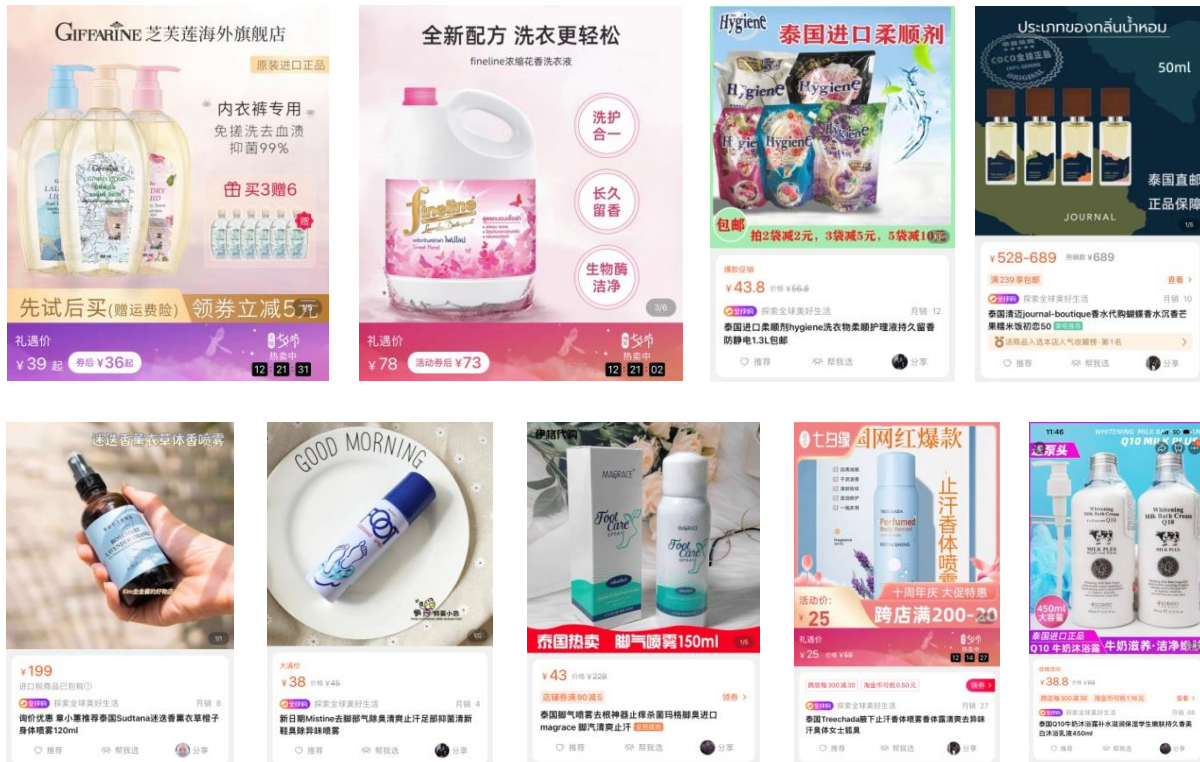
เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้บริโภควัยกลางคน/ผู้สูงอายุและกลุ่มผู้บริโภควัยหนุ่มสาวก็จะมองเห็นความแตกต่างที่สำคัญของผู้บริโภคสองกลุ่มนี้ ซึ่งก็คือ (1) ความชอบเกี่ยวกับกลิ่นน้ำหอม และ (2) ช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำหอมเพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภควัยกลางคนและผู้สูงอายุได้ ทั้งนี้ กลิ่นน้ำหอมที่กลุ่มผู้บริโภควัยกลางคนและผู้สูงอายุส่วนใหญ่ชอบจะแตกต่างจากกลิ่นน้ำหอมที่ถูกใจกลุ่มผู้บริโภควัยหนุ่มสาว โดยวัยหนุ่มสาวส่วนใหญ่ชอบน้ำหอมที่มีกลิ่นเฉพาะ/เข้ากับตัวตน ในขณะที่กลุ่มวัยกลางคนและผู้สูงอายุจะชอบน้ำหอมที่มีกลิ่นสดชื่น อย่างเช่น น้ำหอมกลิ่นดอกไม้ ส่วนช่องทางการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคสองกลุ่มนี้ ก็พบว่า แพลตฟอร์มจำหน่ายสินค้าออนไลน์ถือว่าเป็นช่องทางหลักที่จะสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภควัยหนุ่มสาวในปัจจุบัน ขณะที่ช่องทางการเข้าถึงกลุ่มวัยกลางคน/ผู้สูงอายุ จะเป็นห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าออฟไลน์

### ข้อมูลเพิ่มเติมและข้อคิดเห็น/เสนอแนะ

ในปี 2564 ประเทศจีนมีจำนวนประชากรวัยสูงอายุหรืออายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป รวมกว่า 267 ล้านคน (เพิ่มขึ้น 9.9 ล้านคนจากปีก่อนหน้า) หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 19 ของประชากรจีนทั่วประเทศ และประชากรสูงอายุในประเทศจีนจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เรียกได้ว่าในเร็ววันนี้ จีนคงจะเข้าสู่การเป็น

สังคมสูงอายุ หรือ Aging Society อีกประเทศหนึ่ง ซึ่งสิ่งนี้ก็ยิ่งเป็นการย้ำให้เห็นว่าตลาด “สินค้ากำจัดกลิ่นของผู้สูงอายุ” จะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคตอย่างแน่นอน

ปัจจุบันมีสินค้าไทยประเภทน้ำหอมและผลิตภัณฑ์ระงับ/กำจัดกลิ่นไม่เพียงประสงค์ที่จำหน่ายอยู่ในตลาดจีน ผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างเช่น Taobao, JD และ Alibaba อยู่บ้างแล้ว อาทิ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเสื้อผ้า น้ำหอม ครีมอาบน้ำสเปรย์ระงับกลิ่นเท้า สเปรย์ระงับกลิ่นตัว เป็นต้น



สำหรับผู้ประกอบการสินค้าประเภทกำจัดกลิ่นที่ต้องการขยายตลาดมายังประเทศจีน อาจพิจารณาให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายอย่างผู้บริโภควัยกลางคนและผู้สูงอายุ ซึ่งจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต ทั้งนี้ การคิดค้น/พัฒนาสินค้า “กำจัดกลิ่น” ชนิดใหม่ๆหรือที่มีนวัตกรรมซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภควัยกลางคนและผู้สูงอายุ ตลอดจนคนในครอบครัวและคนรอบข้างของผู้สูงอายุ นับเป็นโอกาสและความท้าทายของผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์กำจัดกลิ่นของผู้สูงอายุ ผลิตภัณฑ์กำจัดกลิ่นที่ติดเสื้อผ้าของผู้สูงอายุ หรือผลิตภัณฑ์กำจัดกลิ่นในพื้นที่ที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุก็ตาม

แหล่งที่มา:

<https://www.cbndata.com/information/250561>

<https://www.askci.com/news/data/hongguan/20220118/0933311726854.shtml>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู