

ประจำสัปดาห์ระหว่างวันที่ 8 – 12 มิถุนายน 2563

## DITP Overseas Report

กระแสการบริโภคสินค้าเครื่องสำอางของชาวออสเตรเลียในปัจจุบัน

สศต.นครชิตินีย์ ประเทศออสเตรเลีย

ผลจากสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัส COVID-19 และมาตรการ Lockdown ของรัฐบาลที่ผ่านมา ส่งผลให้ชาวออสเตรเลียปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดำเนินชีวิตประจำวันต่าง ๆ ในบริเวณที่พักอาศัยของตนเป็นหลัก ทำให้รูปแบบการบริโภคและความนิยมสินค้าเครื่องสำอางเปลี่ยนแปลงไปจากช่วงก่อนการแพร่ระบาด

ชาวออสเตรเลียมีพฤติกรรมการแต่งหน้าที่เข้มงวด และหันมานิยมแต่งหน้าให้มีความเป็นธรรมชาติมากขึ้น เนื่องจากสภาพสตรีใช้เวลาอยู่บ้านเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้ไม่จำเป็นต้องแต่งหน้า และเริ่มทดลองดูแลบำบัดผิวหน้าด้วยตนเอง โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยม คือ ผลิตภัณฑ์ประเภท Face mask (ที่มีส่วนผสมแปลกใหม่ อาทิ Charcoal, Placenta, Snail mucin) และ Sun Care รวมไปถึงเครื่องอุปกรณ์ Treatment ผิวพรรณ อาทิ DRX Spectralite Face ware Pro, Ongx Halo Shield, Home LED treatments, Sheet mask, Dermal roller และผลิตภัณฑ์ที่มีเนื้อครีมบางเบา แต่มีคุณสมบัติในการปกปิดสูง และช่วยบำรุงผิวไปพร้อมกัน เช่น CC cream และมีแนวโน้มว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการ Treatment ผิว เช่น Dermal fillers และ Botox จะได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากสามารถช่วยให้ผิวดูสดใส อ่อนเยาว์เป็นธรรมชาติได้โดยปราศจากการแต่งหน้าเข้ม เพื่อปกปิดข้อบกพร่องบนใบหน้าและสร้างความมั่นใจให้มากขึ้น

ปัจจุบัน ตลาดผลิตภัณฑ์ Skincare ออสเตรเลียมีมูลค่า 4.2 พันล้านเหรียญออสเตรเลีย ส่วนใหญ่เป็นการขยายตัวของผลิตภัณฑ์ที่เจาะตลาดกลุ่มย่อย (Customised skincare) โดยมี Instagram และ Customer Product Review เป็น Media Influencer เป็นกลไกขับเคลื่อนนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่ครองตลาดออสเตรเลีย (L'Oreal, Unilever, Procter & Gamble, Colgate-Palmolive และ Estee Lauder) ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มลงทุนกับการบำรุงผิวพรรณเพื่อลดริ้วรอย จุดด่างดำและเพิ่มความกระจ่างใสเป็นธรรมชาติจากภายในมากขึ้น