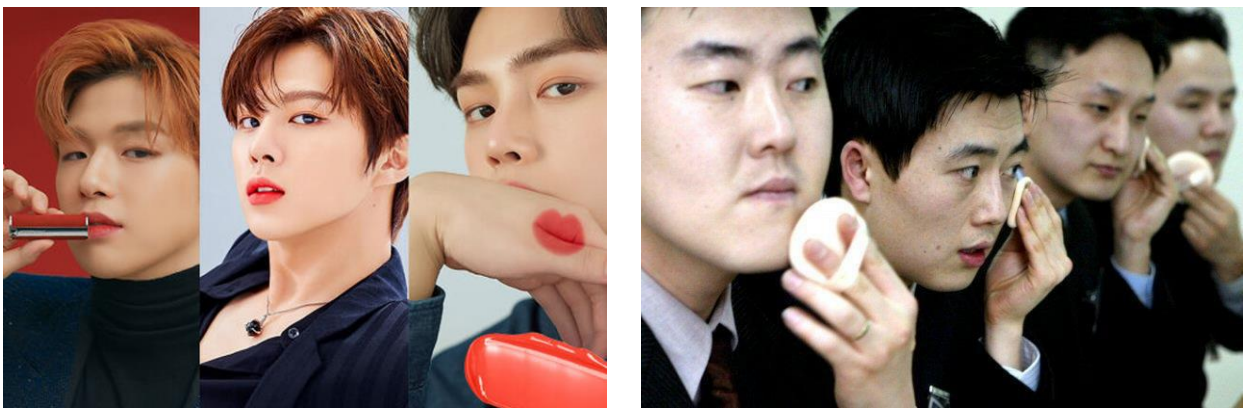




ข่าวเด่นรายสัปดาห์ ระหว่างวันที่ 27 มิถุนายน – 3 กรกฎาคม 2565

ผู้ชายที่ซื้อเครื่องสำอางในเกาหลีได้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

(ที่มา : สำนักข่าว The Korea Herald ฉบับวันที่ 30 มิถุนายน 2565)



CJ Olive young ร้านค้าปลีกผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามกล่าวว่า ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผู้ชายในครึ่งปีแรกเพิ่มขึ้นถึง 24% เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา

ตามข้อมูลของบริษัท ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มการดูแลผิวขั้นพื้นฐาน เช่น โลชั่น โทเนอร์ และผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องสำอาง เช่น รองพื้น ลิปปาล์มชนิดมีสี เป็น 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มียอดจำหน่ายสูงสุด โดยมียอดขายเพิ่มขึ้นถึง 130% นอกจากนี้ ข้อมูลดังกล่าวยังแสดงให้เห็นว่า กลุ่มลูกค้าผู้ชายเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางด้วยตนเองเพิ่มขึ้นถึง 36% ในปีนี้

ผู้แทนบริษัท CJ Olive young ยังกล่าวอีกด้วยว่า ยังมีจำนวนผู้ชายที่ลงทุนในด้านการเสริมความงามมากขึ้น ตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เสริมความงามในผู้ชายจะยังมีการเติบโต และขยายผ่านผลิตภัณฑ์ดูแลผิวขั้นพื้นฐานเข้าสู่หมวดหมู่อื่นๆ เช่น เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม และร่างกาย

ในขณะเดียวกัน ยอดขายผลิตภัณฑ์เสริมความงามสำหรับผู้ชายทางออนไลน์ก็เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเช่นกัน โดยร้านค้าปลีกออนไลน์ Gmarket ได้ให้ข้อมูลการจำหน่ายออนไลน์ของเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2565



เปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าว่า ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โทนเนอร์และโลชั่นสำหรับผู้ชายเพิ่มขึ้น 67% และ 23% ตามลำดับ ในขณะที่ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แต่งหน้าสำหรับผู้ชายเพิ่มขึ้น 23% ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โกนหนวดเพิ่มขึ้น 476% ขณะที่ยอดขายผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม เช่น น้ำยาฟอกสีฟันขาว กรรไกรขนาดเล็ก และผลิตภัณฑ์ขัดผิว เพิ่มขึ้นเกือบสองเท่า Gmarket ระบุว่ายอดขายที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นผลมาจากการยกเลิกมาตรการใส่หน้ากากอนามัยในสถานที่กลางแจ้งของเกาหลีใต้ ตามข้อมูลของ Euromonitor International มูลค่าของตลาดเครื่องสำอางผู้ชายเกาหลี ปัจจุบันอยู่ที่ 1.09 ล้านล้านวอน (839 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และคาดว่าจะสูงถึง 1.16 ล้านล้านวอนภายในปี 2568

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล พิจารณาแล้วเห็นว่าตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวสำหรับผู้ชายมีแนวโน้มเติบโตขึ้นในประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะเจาะตลาดดังกล่าว เนื่องจากเป็นตลาดที่กำลังจะเติบโตต่อเนื่อง โดยอาจเน้นสินค้าที่ทำจากธรรมชาติ สินค้า organic และ clean beauty ซึ่งเป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีศักยภาพอยู่แล้ว รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม รักสิ่งแวดล้อม และรักษาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เพื่อจะได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเกาหลีในยุคนี้ที่ใส่ใจธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล
จัดทำโดย นายชินกฤต ฤทธิเดช
ตรวจทานโดย นางสาวชนัญญา พรรณรักษา
ผอ. สคต. ณ กรุงโซล