

“ @cosme คาดการณ์เทรนด์เครื่องสำอางครึ่งปีแรก 2025 ”

บริษัท istyle ผู้ดำเนินการเว็บไซต์รีวิวเครื่องสำอาง "@cosme" ได้เปิดเผยการคาดการณ์เทรนด์สำหรับครึ่งปีแรกของปี 2568 โดยให้แนวคิดรวบยอดของเทรนด์ ทั้งหมด 6 ข้อดังนี้

1. "#ปรับลุคสวยตามอากาศที่เปลี่ยนแปลง"

เนื่องจากในเดือนพฤศจิกายน 2567 ได้มีบันทึกว่าอากาศร้อนผิดปกติสำหรับฤดูหนาว ทำให้เกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ช่วยจัดการกับสภาพอากาศที่ไม่แน่นอนและความชื้น สำหรับ

Trend Forecast for First Half of 2025

ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม คาดว่าที่หนีบผมและหวีขนาดเล็กสำหรับจัดแต่งทรงผมที่ชี้ฟู หรือเจลจัดแต่งทรงผมในรูปแบบมาสคาร่า จะได้รับความนิยมในส่วนเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้า ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยควบคุมความมันและปกปิดรูขุมขนชนิดแผ่นหรือลิปสติคที่มีกระจกในตัวจะเป็นที่จับตามอง

2. “คอสเม่สายพวงกุญแจ”:

เครื่องสำอางที่ออกแบบให้เป็นพวงกุญแจห้อยกระเป๋าได้

3. “เครื่องสำอางแบบแปะ”

แผ่นแปะเน้นดีไซน์สวยงามเพิ่มลูกเล่นเมื่อใช้บนใบหน้า

4. “ลิปบำรุงเพื่อริมฝีปากอวบอิม”

เครื่องสำอางชนิดเข็มกำลังมาแรงแม้ในหมวดลิปสติค เครื่องสำอางชนิดนี้ที่มีส่วนผสมเพิ่มความอวบอิมให้ริมฝีปากจะเป็นที่นิยมในครึ่งปีแรกของปีนี้เช่นกัน

KEYWORD	EXAMPLE	PHOTO of EXAMPLE
#ปรับลุคสวยตามอากาศที่เปลี่ยนแปลง	ReFa, “Refa Finger Iron ST”	
คอสเม่สายพวงกุญแจ	BRAY, “Lip Sleek”	
เครื่องสำอางแบบแปะ	CICA, “Pro CICA Clear Spot Patch”	
ลิปบำรุงเพื่อริมฝีปากอวบอิม	LuLuLun, “Dr. LuLuLun Plumper Needle”	
เมคอัพสีสันดูสุขภาพดี	Fwee, “Lip and Cheek Glow Jelly Pot”	
ดูแลผิวสไตล์เกาหลีที่บ้าน	&be, “Medicated Acne Care Serum”	

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่น ๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
11000

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, Tokyo JAPAN
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
ณ กรุงโตเกียว

TEL : +81-3-3221-9482
FAX : +81-3-3221-9484
E-Mail : thaitctokyo@thaitrade.jp
Website : www.thaitrade.jp

5. “เมคอัพสีสันดูสุขภาพดี” ผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ได้ทั้งริมฝีปากและแก้มเพื่อสร้างลุคที่ดูมีสุขภาพดี
6. “ดูแลผิวสไตล์เกาหลีที่บ้าน” ความนิยมในผลิตภัณฑ์ดูแลผิวและเครื่องสำอางแบบเกาหลียังคงได้รับความนิยมสูงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มเวชสำอางและเครื่องสำอางชนิดเข้มข้น

นอกจากนี้ istyle ได้วิเคราะห์ว่าในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงธันวาคม 2568 แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคแบ่งแยกอย่างชัดเจนโดยจะเลือกผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในช่วงราคาต่ำถึงปานกลาง ขณะที่กลุ่มคนรุ่นใหม่จะพิจารณาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทเมคอัพเบส (makeup base) ที่มีราคาสูง

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย

"@cosme" เป็นแพลตฟอร์มความงามที่ใหญ่ที่สุดในญี่ปุ่น ให้บริการด้านข่าวสารโดยรวมที่เกี่ยวข้องกับความงามและเครื่องสำอางโดยอ้างอิงจากรีวิวของผู้ใช้งาน เว็บไซต์ได้เปิดตัวขึ้นในปี 2542 ปัจจุบันมีผู้ใช้งานรายเดือนกว่า 19 ล้านคน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงอายุ 20-30 ปี และมีรีวิวนับกว่า 22 ล้านรายการ เครื่องสำอางจากไทยอย่างแป้ง Srichand และ Baby Doll ก็มีรีวิวยูในเว็บไซต์นี้ด้วย โดยแป้ง Srichand มีรีวิวถึง 210 รายการ มีการนำเสนอบทความ “เครื่องสำอาง : เทรนด์ใหม่จะเป็นคิวของไทยหรือไม่” เป็นข่าวเด่นข่าวที่ 3 ในช่วงวันที่ 12-18 ตุลาคม 2567 ซึ่งเทรนด์ "#ปรับลุคสวยตามอากาศที่เปลี่ยนแปลง" นั้นเข้ากับสภาพอากาศร้อนชื้นของไทย จึงอาจกลายเป็นโอกาสทองในการผลักดันเครื่องสำอางไทย นอกจากนี้ หากมีเครื่องสำอางที่เข้ากับเทรนด์อื่นๆ ก็สามารถตอบโจทย์ความต้องการของตลาดญี่ปุ่นได้

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของ สคต.

ในอดีต เครื่องสำอางไทยในญี่ปุ่นมักมีภาพลักษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สปา เช่น PANPURI และ THANN อย่างไรก็ตาม ความนิยมของไซเซย์ลมีเดียและซีรีย์ไทยได้ทำให้ภาพลักษณ์ของเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้าได้รับการยอมรับในญี่ปุ่นมากขึ้น เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในอนาคต ผู้ประกอบการไทยควรพิจารณาการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในญี่ปุ่นและใช้ไซเซย์ลมีเดียเป็นช่องทางการตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในญี่ปุ่นมากขึ้น

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น

แปลและเรียบเรียงจาก
หนังสือพิมพ์ Nikkei Shimbun ฉบับวันที่ 23 พฤศจิกายน 2567