

ยุบปีเอ็มซีเทรนด์ตลาดความงามโลกปี 2018 ‘ลดการใช้หน้า-เครื่องสำอางเด็ก’ เผยผู้ประกอบการไทยนิยมทำการตลาดแบบเอาท์ไซด์-อิน



อุตสาหกรรมความงามไทยโตทวนกระแสเศรษฐกิจ ปิดตลาดปี 59 ที่ 2.6 แสนล้านบาท คาดการณ์มูลค่าปี 60 พุ่งถึง 2.8 แสนล้าน ด้านSMEsไทยจับมือคู่ค้าต่างชาติผลักดันเครื่องสำอางไทยสู่เวทีอินเตอร์ มุ่งสร้างแบรนด์และฐานนิยมก่อนกลับมาขายในตลาดบ้านเกิด

เทรนด์ความงามปี 2018 ยังคงตอบรับกับกระแสรักโลก รักสุขภาพของผู้บริโภค โดยมีแนวโน้มว่าสินค้าความงามจะต้องลดการใช้หน้าอันเป็นทรัพยากรสำคัญลง ตามมาด้วยเทรนด์การใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่เข้าใกล้ความเป็น 100% ให้ได้มากที่สุด ส่วนอีกหนึ่งเทรนด์ที่น่าจับตามอง คือเทรนด์เครื่องสำอางสำหรับเด็ก โดยการวิจัยของ Mintel (มินเทล) ระบุว่า เด็กอเมริกันร้อยละ 80 ที่มีอายุระหว่าง 9-11 ขวบ ได้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความงามที่ทำขึ้นมาเพื่อเด็กโดยเฉพาะ อาทิเช่น ลิปมัน โลชั่นที่มีกลิ่นหอม ฯลฯ