

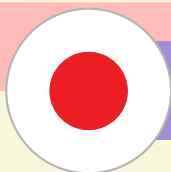


China



บริษัทที่ปรึกษาการตลาด Statista ระบุว่า ตลาดเครื่องสำอางในประเทศจีนมีมูลค่า 70,570 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2024 โดยเป็นตลาดใหญ่อันดับ 2 ของโลกรองจากสหรัฐฯ แนวโน้มการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคชาวจีน นิยมความหรูหราและมีคุณภาพสูง ส่งผลให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางภายในประเทศจำเป็นต้องวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสูงในราคาสมเหตุสมผลเพื่อแข่งขันกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งนี้ ธุรกิจเครื่องสำอางในจีนเติบโตอย่างรวดเร็วตั้งแต่ปี 2019 จากรายได้และคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้นของประชากร รวมถึงค่านิยมของชาวจีนที่หันมาให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ภายนอกมากขึ้น

รัฐบาลจีนได้มีความพยายามในการยกระดับอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศผ่านการปรับปรุงมาตรฐานความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และแก้ไขกฎระเบียบเพื่อเอื้อให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรม ขณะที่ภาคเอกชนจีนมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมดังกล่าวผ่านการจัดงาน China Beauty Expo ณ นครเซี่ยงไฮ้ เพื่อจับคู่ผู้ประกอบการ สร้างเครือข่ายภายในอุตสาหกรรม รวมถึงแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างภาคธุรกิจ โดยงาน China Beauty Expo ครั้งที่ 28 ซึ่งจัดขึ้นในช่วงเดือนพฤษภาคม 2024 มีผู้สนใจเข้าร่วมงานกว่า 620,000 คน



Japan



International Trade Administration (ITA) หน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกระทรวงพาณิชย์สหรัฐอเมริกา ระบุว่า ในปี 2019 ตลาดเครื่องสำอางของญี่ปุ่นมีมูลค่า 35,000 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งสูงเป็นอันดับ 3 ของโลกรองจากสหรัฐฯ และจีน โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิวมีส่วนแบ่งตลาดที่สูงถึง 53% เมื่อเทียบกับกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีสรรพคุณเพิ่มความชุ่มชื้นแก่ผิว และช่วยเพิ่มความอ่อนวัย ตลาดญี่ปุ่นชื่นชอบสินค้าคุณภาพสูง มีความล้ำสมัย และความปลอดภัย รวมถึงให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่ผลิตมาจากวัตถุดิบตามธรรมชาติและไม่มีส่วนประกอบของสารเคมีที่เป็นอันตรายทั้งต่อผิวพรรณและสุขภาพ (Clean Beauty)

ธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของญี่ปุ่นอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการญี่ปุ่น ซึ่งทำหน้าที่ในการควบคุม ตรวจสอบคุณภาพและการรับรองความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอย่างเข้มงวด โดยเฉพาะเครื่องสำอางประเภทเวชสำอาง (Quasi-Drug) ส่งผลให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ



European Union



Cosmetics Europe สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางยุโรป ระบุว่า ในปี 2023 ตลาดค้าปลีกเครื่องสำอางในทวีปยุโรปมีมูลค่าราว 96,000 ล้านยูโร โดยเฉพาะตลาดเยอรมนี ฝรั่งเศส อิตาลี และสเปน ที่มีมูลค่ารวมกัน 52,500 ล้านยูโร หรือคิดเป็นสัดส่วน 54.7% ของตลาดเครื่องสำอางในทวีปยุโรป ซึ่งส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่เป็นของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (Skincare) ขณะที่ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องสำอางประเภทแต่งหน้า (Decorative Cosmetics) มีส่วนแบ่งตลาดน้อยกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

สหภาพยุโรป (EU) มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในภูมิภาค อาทิ การออกระเบียบควบคุมสินค้า การเข้าถึงตลาด และการค้าระหว่างประเทศ โดยมีคณะกรรมการการยุโรปทำหน้าที่ประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องทั้งในและนอกภูมิภาค เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและช่วยให้การบังคับใช้กฎระเบียบในภูมิภาคมีความราบรื่น อีกทั้งจัดทำฐานข้อมูลที่ชื่อว่า “CosIng” เพื่อรวบรวมข้อมูลของสารเคมีและวัตถุดิบที่อนุญาตให้ใช้ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางใน EU และข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การห้ามทดลองสินค้าเครื่องสำอางในสัตว์ การอนุญาตให้ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปทำการสำรวจตลาดภายในประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลข้างเคียงที่ไม่พึงประสงค์จากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เป็นต้น



Italy



อิตาลีเป็นหนึ่งในประเทศผู้นำการผลิตเครื่องสำอางแบบ Original Equipment Manufacturer (OEM¹) และ Original Design Manufacturer (ODM²) สำหรับแบรนด์ชั้นนำทั่วโลก รวมถึงเป็นผู้ส่งออกที่แข็งแกร่ง ข้อมูลจาก World's Top Exports พบว่า ในปี 2023 อิตาลีมีมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ความงาม เครื่องสำอาง และสกินแคร์สูงถึง 1,400 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 17.6% จากปี 2022 นอกจากนี้ ความโดดเด่นของการผสมผสานระหว่างแฟชั่นและความงาม ทำให้อิตาลีโดดเด่นด้านเทรนด์สี เมคอัพลุค และสไตล์ที่ทันสมัย

รัฐบาลอิตาลีมีนโยบายและมาตรการที่ช่วยส่งเสริมการเติบโตและการแข่งขันในระดับสากล อาทิ โครงการ Beauty Made in Italy มุ่งเน้นการส่งเสริมแบรนด์เครื่องสำอางอิตาลีในตลาดต่างประเทศผ่านการฝึกอบรม การให้คำปรึกษา และกิจกรรมส่งเสริมการขาย และมีหน่วยงาน Italian Trade Agency (ITA) ของรัฐบาลที่สนับสนุนการขยายตลาดต่างประเทศของบริษัทอิตาลี โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง

¹ OEM: Original Equipment Manufacturer คือ ผู้รับจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัทที่จะไปขายในแบรนด์ของตัวเอง

² ODM: Original Design Manufacturer คือ ผู้รับจ้างที่ออกแบบและผลิตสินค้าให้กับบริษัทเพื่อนำไปขายในแบรนด์ตัวเอง



Turkey



ตุรกีเป็นหนึ่งในประเทศผู้นำด้านความงามของภูมิภาคตะวันออกกลางและยุโรปตะวันออก มีบทบาทสำคัญในตลาดระดับสากล จากรายงานของ Statista เว็บไซต์วิจัยและเก็บสถิติชั้นนำ คาดการณ์ว่า ในปี 2025 ตลาดเครื่องสำอางของตุรกีจะมีมูลค่า 1,340 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ 4.49% ในช่วงปี 2025-2030 โดยมีการจัดงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ ด้านเครื่องสำอาง ความงาม และผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล หรือ BEAUTYISTANBUL ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี สำหรับปี 2025 จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 6 ณ นครอิสตันบูล ระหว่างวันที่ 8 – 10 พฤษภาคม 2025 เพื่อเป็นเวทีให้ผู้ประกอบการทั่วโลกได้พบปะ แลกเปลี่ยน แนวโน้มเทคโนโลยี และโอกาสทางธุรกิจในตลาดความงาม

ภาครัฐของตุรกีสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง อาทิ องค์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม KOSGEB สนับสนุนด้านการวิจัย นวัตกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการขยายตลาดสู่ต่างประเทศ และสภาวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งตุรกี TÜBİTAK ให้ทุนสนับสนุนโครงการวิจัยและพัฒนาที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนผ่านสู่อุตสาหกรรมสีเขียว และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ รัฐบาลยังมีการปรับปรุงกฎหมายและข้อกำหนดให้สอดคล้องกับมาตรฐานของสหภาพยุโรป เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าและอำนวยความสะดวกด้านการส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ



Brazil



บราซิลถือเป็นหนึ่งในประเทศผู้บริโภคเครื่องสำอางรายใหญ่ของโลก จากอานิสส์ที่มีประชากรจำนวนมากและมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ บริษัทวิจัยตลาด Mordor Intelligence คาดการณ์ว่า ในปี 2025 บราซิลจะมีมูลค่าของตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย 35,080 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าในช่วงปี 2025-2030 จะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 5.85% ต่อปี จนมีมูลค่า 46,610 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2030

บริษัทที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมความงามของบราซิล อาทิ บริษัท Natura & Co เป็นกลุ่มบริษัทเครื่องสำอางสัญชาติบราซิลที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าแบรนด์ดัง อาทิ Natura Avon และ The Body Shop ที่มีจุดเด่นด้านการผสมผสานระหว่างวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และความยั่งยืน โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากส่วนผสมธรรมชาติและใช้วัตถุดิบจากป่าอะมะซอน รวมถึงบริษัท O Boticário ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและครอบคลุมทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชายและผู้หญิง พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับนวัตกรรม เช่น การใช้โมเดลผิวหนัง 3 มิติ (3D Skin Model) ในการทดสอบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เพื่อลดการทดลองในสัตว์และเพิ่มความแม่นยำในการประเมินความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ยิ่งขึ้น





New Zealand



นิวซีแลนด์มีความเชี่ยวชาญในการผลิตเครื่องสำอางจากธรรมชาติ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติ อาทิ สารสกัดจากไผ่หนูก้า น้ำมันเมล็ดกีวีและโคลนจากธารน้ำแข็ง จากรายงานของ Statista เว็บไซต์วิจัยและเก็บสถิติชั้นนำ คาดการณ์ว่า ในปี 2025 ตลาดเครื่องสำอางของนิวซีแลนด์จะมีมูลค่า 260.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ 5.16% ต่อปี ในช่วงปี 2025-2030

รัฐบาลนิวซีแลนด์ยังมีนโยบายและมาตรการที่เข้มงวดเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง อาทิ การห้ามใช้สาร Perfluoroalkyl and Polyfluoroalkyl Substances (PFAS) ซึ่งเป็นสารเคมีที่ไม่ย่อยสลายตามธรรมชาติและอาจสะสมในร่างกายมนุษย์และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการส่งเสริมมาตรฐานการผลิตที่ดี Good Manufacturing Practice (GMP) ตามมาตรฐานสากล ISO 22716 ช่วยให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของนิวซีแลนด์มีความน่าเชื่อถือในตลาดสากล



Canada



อุตสาหกรรมเครื่องสำอางของแคนาดากำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางกระแสความตื่นตัวของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทวิจัยตลาด Verified Market Research ให้ข้อมูลว่า ในปี 2024 ตลาดเครื่องสำอางของแคนาดามีมูลค่าประมาณ 10,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องจนมีมูลค่าสูงถึง 17,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2032 ซึ่งหนึ่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมสูงในตลาดแคนาดาคือกลุ่มผลิตภัณฑ์คลีนบิวตี้หรือกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย ความโปร่งใส และความยั่งยืน ทั้งในด้านส่วนผสมและบรรจุภัณฑ์ โดยแคนาดามีแบรนด์คลีนบิวตี้ที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น The Ordinary และ Ilia Beauty

รัฐบาลแคนาดามีแนวทางผลักดันอุตสาหกรรมเครื่องสำอางหลายรูปแบบ อาทิ การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เช่น การจัดทำความตกลงด้านการค้าและการลงทุนที่ครอบคลุม (Comprehensive Economic and Trade Agreement: CETA) ระหว่างสหภาพยุโรปและแคนาดา ส่งผลให้มีการเพิ่มขึ้นของการส่งออกเครื่องสำอางอย่างมีนัยสำคัญ ประกอบกับความเข้มงวดของกฎระเบียบในด้านความปลอดภัย โดยกระทรวงสาธารณสุขแคนาดา (Health Canada) ห้ามใช้สารต้องห้ามในเครื่องสำอางมากกว่า 500 รายการ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของแคนาดามีอัตราการปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยสูงถึง 94% ซึ่งช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแคนาดาในฐานะผู้ผลิตเครื่องสำอางที่เชื่อถือได้ในระดับสากล