



# เปิดประตู สู่ตลาดใหม่

กันยายน 2562

## ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ... อีกหนึ่งโอกาสของผู้ประกอบการไทยในทวีปแอฟริกา



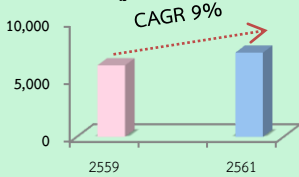
### HIGHLIGHTS

- ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมความงามในทวีปแอฟริกามีอัตราขยายตัวสูงและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง
- แบรินระดับโลกรุกตลาดแอฟริกาด้วยการตั้งศูนย์กระจายสินค้าและศูนย์วิจัยผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ครอบคลุมและตอบโจทย์ผู้บริโภคชาวแอฟริกันโดยเฉพาะ
- ตลาดขนาดใหญ่และเติบโตอยู่ในแอฟริกาตอนเหนือ ซึ่งมีประชากรมากและมีกำลังซื้อ
- ผู้ประกอบการไทยมีโอกาสในกลุ่มหัวน้ำหอมและน้ำหอม เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว และสบู่มาก รวมถึงสินค้าประเภทวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอาง เช่น สารอินทรีย์ที่เป็นตัวลดแรงตึงผิว ไซเทียมและไซปรุจแต่ง และเอสเซนเชียลออยล์

### ทำไมต้องทวีปแอฟริกา?

“ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมความงามในทวีปแอฟริกาเติบโตอย่างต่อเนื่อง”

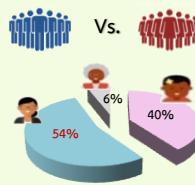
พันล้านดอลลาร์สหรัฐ



มูลค่านำเข้าผลิตภัณฑ์เสริมความงาม (หมวดเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว) ในตลาดแอฟริกาเพิ่มขึ้น 9% ต่อปี ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

ที่มา : Trade Map  
CAGR : Compound Annual Growth Rate

“ทวีปแอฟริกา มีประชากรหญิงจำนวนมาก และส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน”



ผู้หญิงในทวีปแอฟริกามีมากถึง 600 ล้านคน และกว่าครึ่งหนึ่ง (ราว 54%) อยู่ในวัยทำงาน (อายุ 15-59 ปี)

ที่มา : UNCTAD

“แบรนด์ระดับโลกรุกตลาดแอฟริกา”



L'Oreal จัดตั้ง

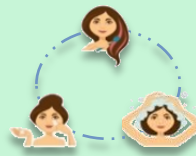


ศูนย์กระจายสินค้าในไนจีเรีย เคนยา และแอฟริกาใต้ เพื่อให้ครอบคลุมในแต่ละภูมิภาค



ศูนย์วิจัยผลิตภัณฑ์ในประเทศแอฟริกาใต้ เพื่อพัฒนาและผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

“ผู้หญิงผิวสี ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ในแอฟริกา ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามมากกว่าผู้หญิงผิวขาว”



ผลสำรวจพบว่าผู้หญิงผิวสีใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงามโดยเฉลี่ยมากกว่าผู้หญิงผิวขาวสูงถึง 3 เท่า โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผมที่ใช้มากถึง 9 ขึ้น

ที่มา : Kosmetica World

### ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมความงามในทวีปแอฟริกา

“5 ประเทศที่มีมูลค่านำเข้ามากที่สุดในปี 2561”

ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วน (%)
แอฟริกาใต้	585	18
โมร็อกโก	307	10
อียิปต์	195	6
แอลจีเรีย	161	5
ตูนิเซีย	142	4

ที่มา : Trade Map

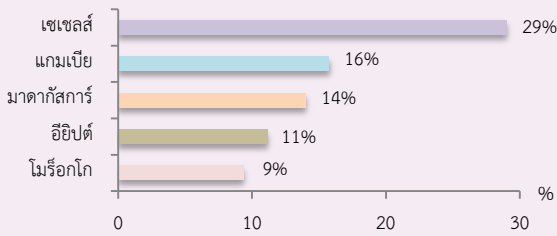
- แอฟริกาใต้เป็นประเทศผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์เสริมความงามมากเป็นอันดับ 1 เนื่องจากการเติบโตของสังคมเมือง (ปัจจุบันประชาชนในเขตเมืองมีสัดส่วนมากถึง 66%) และเป็นที่ตั้งโรงงานและศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทชั้นนำอย่าง L'Oreal Revlon และ Unilever
- 4 ใน 5 อันดับของประเทศที่นำเข้าผลิตภัณฑ์เสริมความงามมากที่สุดอยู่ในแอฟริกาตอนเหนือ ซึ่งประชากรค่อนข้างมีกำลังซื้อ เช่น แอลจีเรียที่ประชากรมีรายได้ต่อหัวต่อปี 4,230 ดอลลาร์สหรัฐ

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

# ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมความงามในทวีปแอฟริกา

## “5 ประเทศที่มีมูลค่านำเข้าเติบโตมากที่สุด”

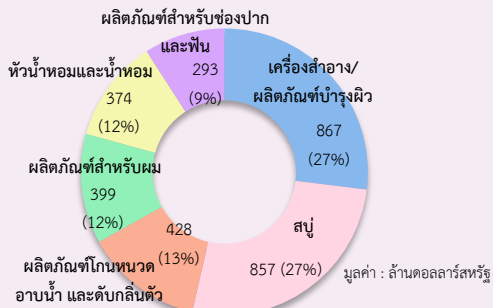
(เฉลี่ยในช่วงปี 2557-2561)



## “5 แหล่งนำเข้าสำคัญ (ปี 2561)”



## “การนำเข้าสินค้าแต่ละประเภท (ปี 2561)”



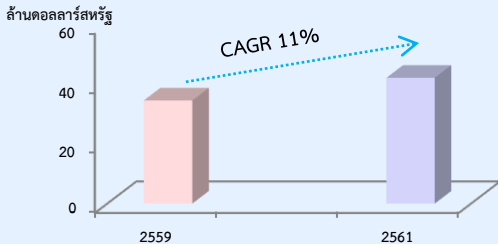
ที่มา : Trade Map

หมายเหตุ : ประเภทของสินค้าแบ่งตาม Harmonized System (HS) 4 หลัก

- เซเชลส์มีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าสูงสุดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากเป็นประเทศที่มีกำลังซื้อสูง โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีมากที่สุด ในทวีปแอฟริกา (16,500 ดอลลาร์สหรัฐในปี 2561) รวมถึงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- อียิปต์และโมร็อกโก สินค้าที่เติบโตดี คือ ผลิตภัณฑ์กันแดด และมอยส์เจอร์ไรเซอร์ เนื่องจากผู้บริโภคใส่ใจเรื่องผลกระทบของแสงแดดที่อาจนำไปสู่มะเร็งผิวหนัง รวมถึงความกังวลเรื่องผิวแก่ก่อนวัย
- แหล่งนำเข้าหลักของทวีปแอฟริกาส่วนใหญ่มาจากยุโรป เนื่องจากความสะดวกในการขนส่งที่ภูมิภาคตอนเหนืออยู่ติดกับยุโรป
- ฝรั่งเศสเป็นแหล่งนำเข้าอันดับ 1 มีแบรนด์ยอดนิยมติดตลาด เช่น L’Oreal และ Yves Rocher ที่ขยายสาขาอย่างต่อเนื่องในเคนยาและไนจีเรีย รวมถึง Lancôme ที่มีบริษัทท้องถิ่นเป็นตัวแทนจำหน่าย
- หลายประเทศในทวีปแอฟริกา นิยมใช้สินค้าอาลาต เช่น รองพื้นและลิปสติก ซึ่งประเทศที่เป็นแหล่งนำเข้าหลักในสินค้ากลุ่มดังกล่าว ได้แก่ สหรัฐอเมริกาที่ได้รับการยอมรับเรื่องมาตรฐานฮาลาล มีศูนย์วิจัยและตรวจสอบ ตลอดจนออกใบรับรองมาตรฐานฮาลาลสำหรับผลิตภัณฑ์ความงาม
- จีนเป็นเจ้าตลาดสินค้าราคาถูก และสินค้าส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐานที่ใช้ในชีวิตประจำวันอย่างผลิตภัณฑ์สำหรับช่องปากและฟัน

# โอกาสของผู้ประกอบการไทย

## “มูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์เสริมความงามของไทยไปทวีปแอฟริกา”



CAGR : Compound Annual Growth Rate

## “ช่องทางเข้าสู่ตลาด”



- การเข้าสู่ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมความงามในทวีปแอฟริกา ควรเริ่มจากความเข้าใจพฤติกรรมที่แตกต่างของผู้บริโภค เช่น

ผู้หญิงแอฟริกา มีสีผิวที่หลากหลาย เฉดสีในรองพื้น ควรครอบคลุมสีผิวประเภทต่างๆ

- ช่องทางในการจำหน่ายสินค้า

**ห้างสรรพสินค้า** – เป็นที่นิยม โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ และกลุ่มชนชั้นกลาง

**ร้านสะดวกซื้อ** – เป็นที่นิยมในพื้นที่นอกเขตเมือง

**ออนไลน์** – มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการขยายตัวของสังคมเมือง และการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่มากขึ้น



- การส่งออกผลิตภัณฑ์เสริมความงามของไทยไปทวีปแอฟริกา ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยสูงถึง **11%** ต่อปี
- ไทยติด **1 ใน 5** ของประเทศในเอเชียที่เป็นแหล่งนำเข้าหลักของผลิตภัณฑ์ความงามในทวีปแอฟริกา

## “โอกาสด้านการค้า”



ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม มีโอกาสเจาะกลุ่มชนชั้นกลาง โดยเฉพาะในประเทศที่สังคมเมืองขยายตัวสูง เช่น แอลจีเรีย ไนจีเรีย และแอฟริกาใต้

สินค้าที่มีศักยภาพสูง	อัตราการขยายตัวเฉลี่ย (CAGR) ของการนำเข้าในทวีปแอฟริกาในปี 2559-2561	อัตราการขยายตัวเฉลี่ย (CAGR) ของการส่งออกไทยไปทวีปแอฟริกาในปี 2559-2561
หัวน้ำหอมและน้ำหอม	14%	487%
เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว	13%	24%
สบู่	6%	34%

สินค้าที่มีศักยภาพสูง	อัตราการขยายตัวเฉลี่ย (CAGR) ของการนำเข้าในทวีปแอฟริกาในปี 2559-2561	อัตราการขยายตัวเฉลี่ย (CAGR) ของการส่งออกไทยไปทวีปแอฟริกาในปี 2559-2561
สารอินทรีย์ที่เป็นตัวลดแรงตึงผิว	11%	48%
โซเดียมและโซเดียมคลอไรด์	9%	53%
เอสเซนเชียลออยล์	8%	68%

ที่มา : Trade Map และ กระทรวงพาณิชย์

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด