สกินแคร์สาย Activity ตลาดใหม่ที่น่าจับตา

นำเสนอเมื่อ : 17 พ.ย. 2569

สกินแคร์สาย Activity ตลาดใหม่ที่น่าจับตา พร้อมไอเดียสร้างแบรนด์ สำหรับคนรักการออกกำลังกาย



พฤติกรรมการดูแลผิวของผู้บริโภคกำลังเปลี่ยนไป
จากเดิมที่ให้ความสำคัญกับการบำรุงผิวหลังตื่นนอนและก่อนเข้านอน
ปัจจุบันหลายคนเริ่มมองหาผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้สะดวกระหว่างวัน โดยเฉพาะกลุ่มที่ชื่นชอบการออกกำลังกาย เล่นกีฬา
หรือใช้ชีวิตกลางแจ้งเป็นประจำ ทำให้ **สกินแคร์สาย Activity**
กลายเป็นอีกหนึ่งแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจสำหรับธุรกิจความงาม

สำหรับผู้ที่กำลังวางแผนสร้างแบรนด์สกินแคร์
การเลือกเจาะตลาดตามพฤติกรรมผู้บริโภคอาจช่วยให้กำหนดกลุ่มลูกค้าและจุดขายได้ชัดเจนขึ้น
บทความนี้จะพาไปทำความเข้าใจโอกาสทางธุรกิจ
พร้อมแนะนำแนวทางเลือกผลิตภัณฑ์และพัฒนาสูตรให้เหมาะกับคนที่มีไลฟ์สไตล์ Active

สกินแคร์สาย Activity คืออะไร? ทำไมถึงเป็นตลาดที่น่าสนใจ

สกินแคร์สาย Activity คือ ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่ออกแบบให้เหมาะกับคนที่ออกกำลังกาย เล่นกีฬา หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ เป็นประจำ โดยให้ความสำคัญกับความสะดวกในการใช้ เนื้อสัมผัส และการดูแลผิวที่ต้องเผชิญเหงื่อ แสงแดด ความมัน และสิ่งสกปรกระหว่างวัน

ความน่าสนใจของตลาดนี้อยู่ที่ผู้บริโภคไม่ได้เลือกซื้อสินค้าเพียงเพราะต้องการบำรุงผิว แต่ยังพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์นั้นเข้ากับกิจวัตรของตัวเองหรือไม่ เช่น คนที่วิ่งกลางแจ้งอาจต้องการกันแดดที่กันน้ำได้ ขณะที่คนเข้ายิมอาจมองหาผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวที่อ่อนโยนหลังออกกำลังกาย

ความต้องการที่แตกต่างกันเหล่านี้เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการพัฒนาสกินแคร์ที่มีจุดขายเฉพาะกลุ่ม แทนการผลิตสินค้าประเภทเดียวกับที่มีอยู่ทั่วไปในตลาด

ทำไมคนรักการออกกำลังกายจึงต้องเลือกผลิตภัณฑ์ดูแลผิวให้เหมาะกับกิจกรรม

ระหว่างออกกำลังกาย ผิวต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่แตกต่างจากการใช้ชีวิตตามปกติ ทั้งอุณหภูมิที่สูงขึ้น เหงื่อ ความมัน และการเสียดสีจากเสื้อผ้าหรืออุปกรณ์กีฬา หากดูแลผิวไม่เหมาะสมก็อาจทำให้เกิดความไม่สบายผิวหรือระคายเคืองได้

เหงื่อและความมันสะสมบนผิว

เมื่อร่างกายเคลื่อนไหวมากขึ้น ต่อมเหงื่อจะทำงานเพื่อช่วยระบายความร้อน หากเหงื่อผสมกับความมัน สิ่งสกปรก หรือผลิตภัณฑ์ที่ตกค้างบนผิว อาจเพิ่มโอกาสเกิดการอุดตันในบางคน จึงควรเลือกผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่เหมาะกับสภาพผิวและไม่รุนแรงเกินไป

แสงแดดและความร้อนจากกิจกรรมกลางแจ้ง

ผู้ที่ชอบวิ่ง ปั่นจักรยาน หรือเล่นกีฬากลางแจ้งมักได้รับรังสี UV เป็นเวลานาน การเลือกครีมกันแดดที่มีค่า SPF และ PA เหมาะสม รวมถึงมีคุณสมบัติกันน้ำตามลักษณะกิจกรรม จึงเป็นเรื่องสำคัญ โดยต้องทาซ้ำตามคำแนะนำเพื่อให้การปกป้องผิวมีประสิทธิภาพ

ผิวแห้งจากการอาบน้ำบ่อย

คนที่ออกกำลังกายเป็นประจำอาจอาบน้ำหรือล้างหน้าหลายครั้งต่อวัน การใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่ชะล้างมากเกินไปอาจทำให้ผิวสูญเสียความชุ่มชื้นได้ การเลือกสกินแคร์สูตรอ่อนโยนจึงช่วยให้ดูแลผิวได้เหมาะสมขึ้น

โอกาสสร้างแบรนด์สกินแคร์สาย Activity มีข้อดีอย่างไร

การสร้างแบรนด์สกินแคร์สำหรับคนรักกิจกรรมช่วยให้ธุรกิจมีแนวทางพัฒนาสินค้าที่ชัดเจนขึ้น เพราะสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับปัญหาผิวและพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้โดยตรง

1. เลือกกลุ่มลูกค้าได้ตรงความต้องการ

แบรนด์สามารถเริ่มจากการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เช่น นักวิ่ง คนเข้าฟิตเนส ผู้เล่นกีฬาเอาต์ดอร์ หรือคนที่เดินทางบ่อย เพื่อค้นหาว่าพวกเขาต้องการผลิตภัณฑ์ลักษณะใด และยังมีปัญหาอะไรที่สินค้าทั่วไปตอบโจทย์ได้ไม่เต็มที่

2. พัฒนาจุดขายจากการใช้งานจริง

แทนที่จะเน้นเฉพาะส่วนผสมยอดนิยม แบรนด์สามารถให้ความสำคัญกับเนื้อสัมผัสที่บางเบา ไม่เหนอะหนะ บรรจุภัณฑ์พกพาง่าย หรือการใช้งานที่สะดวกหลังออกกำลังกาย ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสได้จริง

3. เพิ่มโอกาสต่อยอดผลิตภัณฑ์

เมื่อแบรนด์มีสินค้าหลักที่ตอบโจทย์ลูกค้าแล้ว
สามารถขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมการดูแลผิวก่อนและหลังทำกิจกรรม เช่น เริ่มจากกันแดด
แล้วต่อยอดไปสู่โฟมล้างหน้าและโลชั่นบำรุงผิว

4. สร้างภาพจำที่แตกต่างจากคู่แข่ง

การมีแนวคิดแบรนด์ที่ชัดเจนช่วยให้การออกแบบสินค้า บรรจุภัณฑ์
และการสื่อสารการตลาดเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
ผู้บริโภคจึงเข้าใจได้ง่ายขึ้นว่าแบรนด์เหมาะกับใครและมีจุดเด่นอะไร



8 ไอเดียผลิตภัณฑ์สกินแคร์สำหรับเริ่มต้นสร้างแบรนด์สาย Activity

การเริ่มต้นธุรกิจสกินแคร์ไม่จำเป็นต้องมีสินค้าครบทุกประเภทตั้งแต่แรก ผู้ประกอบการสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายก่อน แล้วค่อยขยายสินค้าเมื่อเข้าใจความต้องการของตลาดมากขึ้น

1. ครีมกันแดดสำหรับคนออกกำลังกาย

กันแดดเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มคนรักกิจกรรมกลางแจ้ง สามารถพัฒนาเนื้อสัมผัสให้เกลี่ยง่าย ไม่หนักผิว และเลือกสูตรที่มีคุณสมบัติกันน้ำ โดยต้องผ่านการทดสอบตามเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องก่อนนำคุณสมบัติดังกล่าวไปใช้สื่อสารทางการตลาด

2. ลิปบาล์มสำหรับกิจกรรม Outdoor

ริมฝีปากเป็นบริเวณที่อาจแห้งได้ง่ายเมื่อเผชิญลมและสภาพอากาศ ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาลิปบาล์มที่เน้นความชุ่มชื้น เนื้อสัมผัสสบายปาก และบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก เหมาะสำหรับพกติดกระเป๋ากีฬา

3. เจลล้างหน้าหลังออกกำลังกาย

ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกสำหรับแบรนด์สกินแคร์สาย Activity โดยอาจเน้นสูตรอ่อนโยน ช่วยชะล้างเหงื่อ ความมัน และสิ่งสกปรก พร้อมรักษาความรู้สึกสบายผิวหลังล้างหน้า

4. บอดี้วอชสำหรับคนเล่นกีฬา

การออกกำลังกายทำให้เหงื่อออกมากขึ้น บอดี้วอชจึงเป็นสินค้าที่เข้ากับกิจวัตรหลังทำกิจกรรม สามารถพัฒนาสูตรที่ช่วยทำความสะอาดผิวกาย มีกลิ่นหอมสดชื่น และล้างออกง่าย โดยเลือกสารทำความสะอาดให้เหมาะกับการใช้เป็นประจำ

5. เซรั่มดูแลผิวใต้วงแขน

ผิวบริเวณใต้วงแขนมักเผชิญการเสียดสีจากเสื้อผ้าและการเคลื่อนไหว รวมถึงการกำจัดขน ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เน้นเติมความชุ่มชื้นและดูแลผิวบริเวณนี้ โดยเลือกสวนผสมที่เหมาะกับผิวบอบบาง

6. เซรั่มเติมความชุ่มชื้นหลังทำกิจกรรม

เซรั่มเนื้อบางเบาเป็นอีกหนึ่งไอเดียสำหรับผู้ที่ต้องการดูแลผิวหลังเผชิญแสงแดดหรือความร้อน สามารถเลือกสวนผสมกลุ่มให้ความชุ่มชื้นและปลอบประโลมผิว พร้อมออกแบบสูตรให้ซึมง่ายและไม่ทิ้งความเหนอะหนะ

7. บอดี้โลชั่นสำหรับผิวแห้ง

หลังอาบน้ำ ผิวอาจสูญเสียความชุ่มชื้น โดยเฉพาะคนที่อาบน้ำบ่อยจากการออกกำลังกาย การพัฒนาโลชั่นเนื้อเบา เกลี่ยง่าย และช่วยลดการสูญเสียน้ำจากผิว จึงเป็นทางเลือกที่เหมาะกับการดูแลผิวกายเป็นประจำ

8. Facial Mist สำหรับพกพาระหว่างวัน

สเปรย์เติมความชุ่มชื้นเหมาะกับผู้ที่ต้องการผลิตภัณฑ์ใช้งานสะดวก สามารถพัฒนาสูตรที่ให้ความรู้สึกสดชื่นและพกพาง่าย อย่างไรก็ตาม Facial Mist ไม่สามารถใช้แทนการล้างหน้าหรือการทาครีมกันแดดซ้ำได้

ก่อนเริ่มสร้างแบรนด์สกินแคร์สาย Activity ต้องวางแผนอะไรบ้าง

แม้ตลาดสกินแคร์เฉพาะกลุ่มจะมีแนวทางสร้างความแตกต่างได้หลายรูปแบบ แต่การพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคยังต้องอาศัยการวางแผนที่เหมาะสม

- **เริ่มจากศึกษากลุ่มเป้าหมาย** เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมการซื้อ งบประมาณ และปัญหาที่พบระหว่างใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่ชอบเนื้อครีมเหนียวเหนอะหนะ ต้องการสินค้าพกพาง่าย หรือมีผิวแห้งหลังอาบน้ำ
- **เลือกผลิตภัณฑ์หลักของแบรนด์** โดยอาจเริ่มจากสินค้าเพียงหนึ่งถึงสองชนิด เพื่อควบคุมต้นทุนและทดสอบความสนใจของตลาด ก่อนลงทุนขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม
- **ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสูตร** เพราะผลิตภัณฑ์ที่ใช้ระหว่างทำกิจกรรมควรมีเนื้อสัมผัสและคุณสมบัติที่เหมาะกับการใช้งานจริง รวมถึงต้องประเมินความคงตัวและความปลอดภัยตามความเหมาะสม
- **เลือกโรงงานผลิตที่มีระบบควบคุมคุณภาพ** พร้อมตรวจสอบมาตรฐานการผลิต ขั้นตอนการพัฒนาสูตร และการดำเนินงานด้านเอกสารที่เกี่ยวของ เพื่อช่วยลดความเสี่ยงก่อนนำสินค้าออกจำหน่าย
- การวางแผนตั้งแต่ต้นจะช่วยให้ธุรกิจสกินแคร์บริหารต้นทุนได้เป็นระบบ และสร้างผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดของแบรนด์มากขึ้น

FAQ คำถามที่พบบ่อยเกี่ยวกับสกินแคร์สาย Activity

สกินแคร์สาย Activity เหมาะกับผู้บริโภคกลุ่มไหน?

เหมาะกับผู้ที่ออกกำลังกาย เล่นกีฬา ทำกิจกรรมกลางแจ้ง หรือมีไลฟ์สไตล์ที่ต้องเคลื่อนไหวระหว่างวัน โดยควรเลือกผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับสภาพผิวและลักษณะกิจกรรมของแต่ละคน

สกินแคร์สาย Activity แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปอย่างไร?

ความแตกต่างอยู่ที่แนวคิดการออกแบบสูตรและการใช้งาน โดยมักเน้นเนื้อสัมผัสที่สบายผิว ความสะดวกในการพกพา และคุณสมบัติที่เหมาะกับกิจกรรม แต่ไม่ได้หมายความว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไปจะใช้ไม่ได้

เริ่มต้นสร้างแบรนด์สกินแคร์ต้องมีสินค้ากี่ชนิด?

สามารถเริ่มจากผลิตภัณฑ์หลักเพียงหนึ่งถึงสองชนิดได้ โดยเลือกสินค้าที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับงบประมาณ ก่อนพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นเพิ่มเติม

ไม่มีสูตรเป็นของตัวเอง สามารถสร้างแบรนด์ได้ไหม?

สามารถทำได้ โดยเลือกใช้บริการโรงงานรับผลิตแบบ OEM หรือ ODM ที่มีบริการให้คำปรึกษาและพัฒนาสูตร ทั้งนี้รายละเอียดการปรับสูตร ต้นทุน และจำนวนการผลิตขั้นต่ำขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของแต่ละโรงงาน

ควรเลือกโรงงานรับผลิตสกินแคร์อย่างไร?

ควรพิจารณามาตรฐานสถานที่ผลิต ระบบควบคุมคุณภาพ ความสามารถในการพัฒนาสูตร และบริการด้านเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงตรวจสอบต้นทุนและเงื่อนไขการผลิตก่อนตัดสินใจ

สรุป สกินแคร์สาย Activity อีกหนึ่งแนวทางสร้างแบรนด์ให้แตกต่าง

ตลาดสกินแคร์สาย Activity เป็นทางเลือกสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะคนที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและการดูแลตัวเอง การเริ่มต้นจากกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน เลือกผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับการใช้งาน และให้ความสำคัญกับคุณภาพการผลิต จะช่วยสร้างพื้นฐานที่ดีในการพัฒนาแบรนด์ให้เติบโตในระยะยาว