TAYLAND

GÜZELLİK VE KİŞİSEL BAKIM SEKTÖRÜ
PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : 12.06.2025

Raporu Hazırlayan: Bangkok Ticaret Müşavirliği

İçindekiler

1. Rekabet Ortamı 1

2. 2023 Önemli Gelişmeler ve Rekabet Trendi 1

3. Tayland Güzellik ve Kişisel Bakım Sektörünün 2024'deki Görünümü 3

3.2. Güzellik ve Bakım Ürünleri Dış Ticaret Verileri 4

4. Sözleşmeli Üretim Hizmeti 5

4.1. Cilt Bakımı ve Renklendirici Kozmetik Ürünler 6

4.2. Saç Bakım Ürünleri 8

4.3. Parfümler 10

5. Tayland'da Güzellik ve Kişisel Bakım Ürünleri Dağıtım Kanalı 12

6. İthalat Gümrük Vergisi Oranları 13

7. İthal Ürün Kaydı 14

Kaynakça 15

TAYLAND KOZMETİK VE KİŞİSEL BAKIM ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ

Tayland'da güzellik ve kişisel bakım sektörü, 2023'de gelişen tüketici zevkleri ve hem bakımı hem de duygusal refahı kapsayan kişisel bakım uygulamalarına artan vurgu nedeniyle yükselen bir talep görmüştür. Bu durum, sektör genelinde hem pazar değeri hem de satış hacmi açısından çift haneli bir büyümeyle sonuçlanmıştır. Artışın büyük ölçüde renklendirici kozmetiklerin büyümesinden kaynaklandığı ve bu büyümenin piyasa toparlanma girişimleri ile yeni ürünlerin tanıtımı ve fiyat indirimleri gibi etkili tanıtım teknikleriyle desteklendiği görülmüştür. Tüketiciler ayrıca kişisel zevkleri için üst düzey cilt bakım ürünlerine kaynak ayırırken, lüks parfümler ruhsal keyfe öncelik verenler arasında favori olmaya devam etmiştir. Genel olarak, sektör bu önemli ürün kategorilerinde güçlü bir performans ve olumlu eğilimler sergilemiştir.

1. Rekabet Ortamı

2023'de güzellik ve kişisel bakım sektörü, büyük ölçüde yerleşik uluslararası devlerin kontrolünde kalmıştır. Rekabet yoğun olmasına rağmen, yükselen markalar büyümek için dijital platformlardan ve sosyal medyadan yararlanmıştır. Yıl boyunca, hem büyük hem de küçük şirketler belirli tüketici gruplarını hedefleyen yoğun pazarlama kampanyalarına katılarak, ara sıra ürün lansmanlarından ziyade devam eden tanıtım faaliyetlerine öncelik vermişlerdir. Markalar, ürün avantajlarını vurgulamak, marka algısını geliştirmek ve dünya çapındaki pazarlama girişimleri aracılığıyla tanınırlığı artırmak için influencer'larla işbirliği yapmışlardır. Yerel markalar, marka bilinirliğini artırmak için dış pazarlara açılarak erişimlerini genişletmiştir. Mistine'in Çinli tüketicilere ve Harnn'ın Singapur'a açılması buna örnek olarak gösterilebilir. Harnn'ın Singapur'daki fiziksel perakende varlığı, müşterilerle daha kişisel bir bağlantı kurulmasına olanak tanımış ve ürünleriyle uygulamalı etkileşim için bir fırsat sunarak üst düzey pazar segmentine hitap etmiştir.

2. 2023 Önemli Gelişmeler ve Rekabet Trendi

2023'de güzellik ve kişisel bakım alanındaki inovasyon, yerel tüketicilerin sofistike talepleriyle yönlendirilmiş ve bu da basitlik ve etkinliği vurgulayan 'skinimalizm' trendine yol açmıştır. 2022'deki yüksek enflasyon nedeniyle yaşanan ekonomik temkinlilik, Taylandlıları daha az üründen maksimum fayda elde etmeye yöneltmektedir. Skinimalizm, tüketicilerin yoğun yaşamlarında kolaylık ve verimlilik arayışıyla popülerlik kazanmış ve çok işlevli ürünler tercih edilmiştir. Popüler seçimler arasında, tüketicilerin basitlik ve etkinlik arzusunu karşılayan kırışıklık karşıtı ve beyazlatıcı çözümlerin yanı sıra çok yönlü makyaj ürünleri de yer almaktadır.

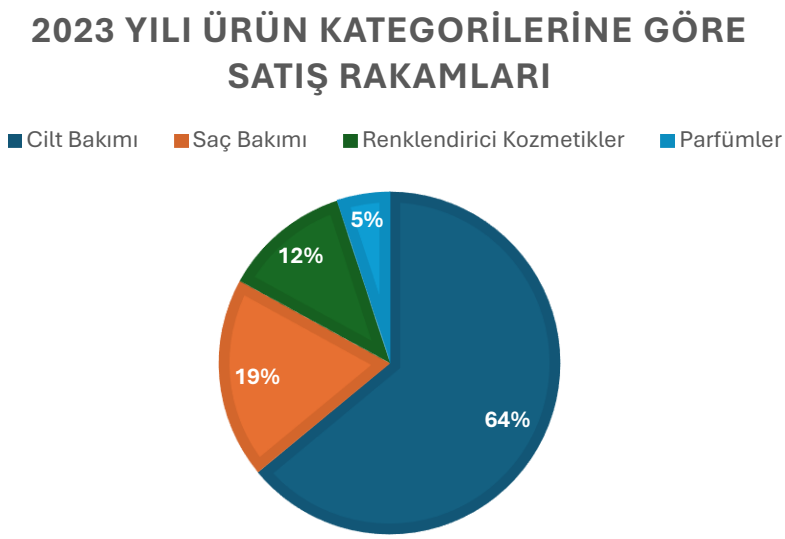
Doğal ve organik içerikler trendi, özellikle güzellik ve kişisel bakımda yükselişe geçmiştir. Taylandlı tüketiciler giderek doğal ve organik seçenekleri tercih etmekte ve bu da sektör genelinde temiz ve yeşil ürünlerin popülaritesini artırmaktadır. Bu değişim, sektörün sürdürülebilirlik ve çevre dostuluğuna odaklanmasını artırmış ve şirketleri sürdürülebilir

ürünler ve ambalajlar sunmaya yöneltmiştir. Yerel tüketiciler değere öncelik verirken, yeşil ürünlerin ve geri dönüştürülmüş ambalajların önemini kabul etmekte ve vegan seçenekler de dahil olmak üzere bu tür markalarla olumlu ilişkiler kurmaktadır.

Bu ortamda başarılı olmak için girişimcilerin, özellikle COVID-19 krizinin çevrimiçi satın almalara geçişi hızlandırmasının ardından yeni müşterilere ulaşmak için dijital kanallara adapte olmaları gerekmekte ve bu da değişen tüketici davranışlarına uyum sağlama ihtiyacının altını çizmektedir.

2024 yılı güncel güzellik trendleri ise aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Yaşlı nüfusa yönelik yaşlanma karşıtı ürünler
- Müşterilere güvenli bir his vermek için minimum içerikli doğal özlerden elde edilen cilt bakım ve makyaj ürünleri
- Mevcut tercihler ve yaşam tarzlarıyla uyumlu olarak, çeşitli vitaminler gibi içten dışa beslenmeye odaklanan ürünler
- Cildin her zaman nemli ve parlak kalmasını sağlayan kozmetik ve cilt bakım ürünleri
- Güzellik Yapay Zeka trendine göre pazarda devrim yaratacak inovasyon ve yeni teknolojilere vurgu



Tayland Güzellik ve Kişisel Bakım, Nisan 2024, Euromonitor International

Tüm kategoriler, özellikle renklendirici kozmetik, parfüm ve saç bakımı olmak üzere, cari değer bazında 2023'de daha iyi performans göstermiştir. Bu büyüme eğilimi, sektördeki gelişmeleri etkilemiş ve yenilenen talebe, ürün yeniliklerine ve yeni kişisel bakım rutinleri ve davranışlarına yol açmıştır.

Kitle güzellik ve kişisel bakım ürünleri, %68'lik payla en büyük satış oranına sahipken, onu premium ürünler (%20) ve dermo-kozmetik güzellik ve kişisel bakım ürünleri (%5,35)

izlemektedir ve özellikle dermo-kozmetiklerde %36,6'lık büyüme ile olumlu bir eğilim gözlemlenmektedir.

3. Tayland Güzellik ve Kişisel Bakım Sektörünün 2024'deki Görünümü

Tayland'ın güzellik pazarı 2024'de 92,5 milyar ABD dolarını aşarak bir önceki yıla kıyasla %9,5'lik güçlü bir büyüme göstermiştir. Artan hammadde giderleri, küresel ekonomik iklim ve yoğun pazar rekabeti gibi hem yurt içi hem de yurt dışı kaynaklı devam eden belirsizliklerle karşı karşıya kalan işletmeler, tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için ürün kalitesini koruma ve yenilik yapma stratejileri geliştirmektedirler.

Önümüzdeki yıllarda, Tayland güzellik pazarının, özellikle orta ve alt segmentlerde olmak üzere, artan hammadde maliyetleri, yükselen nakliye ücretleri ve zorlu yurt içi satın alma koşulları gibi faktörler nedeniyle yoğunlaşan bir rekabet yaşaması beklenmektedir. Girişimciler, hem Tayland içinde hem de uluslararası alanda erişimlerini genişletmek için fuarlarda aktif olarak fırsatlar aramaktdırlar. Aynı zamanda, yenilikçi ürün hatları oluşturmak ve kişiselleştirilmiş güzellik çözümlerine yönelik artan talebi karşılamak için Güzellik Yapay Zekası gibi teknolojileri benimsemeleri gerekmektedir.

Güzellik ve Kişisel Bakım Ürünlerinin Satış Rakamları

Tayland'daki güzellik ve kişisel bakım pazarının, 2023'de yaklaşık 7,2 milyar ABD doları satış değerine sahip olduğu ve bir önceki yıla göre %13 büyüdüğü tahmin edilmektedir. Bu değerin en büyük payını %64 ile cilt bakım ürünleri oluşturmaktadır ve bu durum, doğal içerikler ve organik ürün türlerinden etkilenmektedir. Bunu, %19 ile saç bakım ürünleri, %12 ile renklendirici kozmetik ve %5 ile parfümler izlemektedir. Güzellik ve kişisel bakım sektörünün satış değerinin %10-15 civarında büyümeye ile 2024'de 8 milyar ABD dolarına ulaştığı tahmin edilmektedir.

Tayland'da Kategoriye Göre Güzellik ve Kişisel Bakım Ürünleri Satışları 2021-2023

Kategori	2021 Değer (Milyon Dolar)	2022 Değer (Milyon Dolar)	2023 Değer (Milyon Dolar)	2022/21 (Büyüme %)	2023/22 (Büyüme %)	2023 Pazar Payı (%)
Cilt Bakımı	2.115,4	2.345,2	2.629,2	10,86	12,11	36,56
Saç Bakımı	939,4	1.077,0	1.214,9	14,65	12,80	16,89
Banyo ve Duş	683,3	731,7	799,9	7,08	9,32	11,12
Renkli Kozmetikler	468,8	585,5	778,0	24,89	32,88	10,82
Erkek Bakımı	448,1	481,5	528,5	7,45	9,76	7,35
Parfümler	239,3	295,7	352,5	23,57	19,21	4,90
Güneş Bakımı	143,4	151,9	162,6	5,93	7,04	2,26
Kitle Güzellik ve Kişisel Bakım	3.837,9	4.313,5	4.891,2	12,39	13,39	68,01
Premium Güzellik ve Kişisel Bakım	1.101,9	1.254,7	1.461,9	13,87	16,51	20,33
Dermo-kozmetik Güzellik ve Kişisel Bakım	234,2	281,8	384,9	20,32	36,59	5,35
Toplam	**5.716,6**	**6.362,5**	**7.191,9**	**11,30**	**13,04**	**100**

Tayland Güzellik ve Kişisel Bakım, Mayıs 2023, Euromonitor International

3.2. Güzellik ve Bakım Ürünleri Dış Ticaret Verileri

Tayland Ticaret Bakanlığı'nın (MOC) verilerine göre, Tayland'ın dünya ile toplam ticaret hacmi 2023'de 572 milyar ABD dolarıdır ve bunun 6 milyar ABD doları, yani %1'i güzellik ve kişisel bakım ürünleri ticaretinden oluşmaktadır.

Kozmetik Ürünleri İle İlgili HS Kodlar:

1. HS3304: Güzellik veya makyaj müstahzarları ve cilt bakımı müstahzarları (ilaçlar hariç), güneş kremi veya bronzlaştırıcı müstahzarlar dahil; manikür veya pedikür müstahzarları.
2. HS3307: Tıraş öncesi, tıraş veya tıraş sonrası müstahzarlar, kişisel deodorantlar, banyo müstahzarları, tüy dökücüler ve başka yerde belirtilmeyen veya kapsanmayan diğer parfümeri, kozmetik veya tuvalet müstahzarları; hazırlanmış oda deodorantları, parfümlü olsun veya olmasın veya dezenfektan özelliklerine sahip olsun veya olmasın.
3. HS 3401: Sabun; sabun olarak kullanılmak üzere organik yüzey aktif ürünler ve müstahzarlar, çubuk, kek, kalıplanmış parça veya şekillerde, sabun içerse de içermese de; cildi yıkamak için organik yüzey aktif ürünler ve müstahzarlar, sıvı veya krem formunda ve perakende satışa sunulmuş, sabun içerse de içermese de; kağıt, vatka, keçe ve dokunmamış mensucat, sabun veya deterjan emdirilmiş, sıvanmış veya kaplanmış.
4. HS3305: Saçta kullanılacak müstahzarlar.
5. HS3303: Parfümler ve tuvalet suları.
6. HS33, HS34: Güzellik veya makyaj müstahzarları, sabun ve cilt bakımı müstahzarları.

Tayland, 2023 yılında bir önceki yıla göre %2.9'luk bir büyüme göstererek dünyadan yaklaşık 2,7 milyar ABD doları değerinde güzellik ve kişisel bakım ürünü ithal etmiştir. Bu, Tayland'ın dünyadan yaptığı toplam ithalatın %0,9'unu temsil etmektedir.

Singapur, Çin, Japonya, Fransa ve ABD, sırasıyla %18,1, %13,6, %10,5, %10,1 ve %9,4 pazar paylarıyla Tayland'ın en büyük 5 tedarikçisi olarak sıralanmaktadır.

Tayland Güzellik ve Kişisel Bakım Ürünleri İthalatı 2021,2022, 2023

Sıra	Ülke	Değer 2021(USD)	Değer 2022(USD)	Değer 2023(USD)	Pazar Payı 2022	Pazar Payı 2023	Büyüme Oranı 2022	Büyüme Oranı 2023
1	SİNGAPUR	449.641.882	467.152.700	486.081.637	17.98	18.17	3.89	4.05
2	ÇİN	290.626.024	352.857.121	363.686.465	13.58	13.60	21.41	3.07
3	JAPONYA	339.485.931	311.340.300	281.149.660	11.98	10.51	-8.29	-9.70
4	FRANSA	138.174.072	196.160.433	270.786.118	7.55	10.12	41.97	38.04
5	ABD	247.142.985	253.376.874	250.762.284	9.75	9.38	2.52	-1.03
6	ENDONEZYA	204.765.730	219.851.811	209.101.798	8.46	7.82	7.37	-4.89
7	G. KORE	127.526.923	146.366.969	188.587.554	5.63	7.05	14.77	28.85
8	MALEZYA	95.302.589	107.873.600	86.470.531	4.15	3.23	13.19	-19.84
9	ALMANYA	76.254.840	78.174.290	72.853.425	3.01	2.72	2.52	-6.81
10	İNGİLTERE	75.419.575	60.243.949	61.178.479	2.32	2.29	-20.1	1.55
	DÜNYA	**2.401.135.962**	**2.598.850.631**	**2.674.644.465**	**100**	**100**	**8.23**	**2.92**

Tayland Ticaret Bakanlığı

Öte yandan, Tayland'dan dünyaya güzellik ve kişisel bakım ürünleri ihracatı 2023'de 3,4 milyar dolara ulaşarak geçen yıla göre %4 artış göstermiştir ve bu da Tayland'ın dünyaya toplam ihracatının %1,2'sini temsil etmektedir.

Japonya, Filipinler, Çin, Avustralya ve Vietnam, sırasıyla %12,7, %8,8, %8,6, %6,9 ve %5,9 pazar paylarıyla Tayland'ın en büyük 5 ihracat destinasyonu olarak sıralanmaktadır.

Tayland Güzellik ve Kişisel Bakım Ürünleri İhracatı 2021,2022, 2023

Sıra	Ülke	Değer 2021(USD)	Değer 2022(USD)	Değer 2023(USD)	Pazar Payı 2022	Pazar Payı 2023	Büyüme Oranı 2022	Büyüme Oranı 2023
1	JAPONYA	393,849,916	355,822,643	381,414,193	10.87	11.20	-9.66	7.19
2	FİLİPİNLER	266,557,979	285,342,677	286,552,619	8.71	8.42	7.05	0.42
3	ÇİN	195,091,699	223,885,267	283,128,360	6.84	8.31	14.76	26.46
4	AVUSTRALYA	202,801,272	227,985,200	254,967,441	6.96	7.49	12.42	11.84
5	VİETNAM	225,758,362	232,962,502	230,897,771	7.11	6.78	3.19	-0.89
6	MYANMAR	164,344,640	219,905,477	211,130,567	6.71	6.20	33.81	-3.99
7	LAOS	159,661,595	162,478,648	186,892,825	4.96	5.49	1.76	15.03
8	MALEZYA	164,335,752	200,908,265	186,014,161	6.13	5.46	22.25	-7.41
9	KAMBOÇYA	171,029,214	171,998,792	183,676,134	5.25	5.39	0.57	6.79
10	GÜNEY KORE	92,409,024	108,260,039	124,361,052	3.31	3.65	17.15	14.87
	DÜNYA	3,065,463,436	3,274,939,318	3,405,047,062	**100**	**100**	**6.83**	**3.97**

Tayland Ticaret Bakanlığı

4. Sözleşmeli Üretim Hizmeti

Tayland'daki güzellik ürünleri pazarının büyümesinde, ülkenin Güneydoğu Asya'da kozmetik üretimi merkezi olarak güçlü bir konuma sahip olması önemli rol oynamaktadır. Tayland, hem yerel hem de uluslararası güzellik markalarına OEM (Orijinal Ekipman Üreticisi) ve ODM (Orijinal Tasarım Üreticisi) hizmetleri sunan çeşitli üreticilere sahip köklü bir kozmetik endüstrisine sahiptir.

Krungsri Araştırma'ya göre, Tayland'daki güzellik ve kişisel bakım pazarındaki yoğun rekabet ortamı, her ölçekteki işletmeyi, yenilik ve ürün geliştirme yoluyla yeni markalar veya ürün setleri oluşturarak bu pazarda yer almaya teşvik etmekte ve cezbetmektedir. Özellikle ünlülerin veya fenomenlerin markaları, mikro pazarlama yöntemleriyle çevrimiçi alışveriş kanalları ve sosyal medya platformları aracılığıyla ivme kazanmaya başlamıştır. Bu durum, Tayland'da güzellik ve kişisel bakım ürünleri üretim zinciri hizmetlerine olan talebi artırmıştır.

Tayland, cilt bakımı, saç bakımı ve kozmetik ürünler de dahil olmak üzere çeşitli güzellik ürünlerinin üretimi için gelişmiş bir altyapıya ve yeteneklere sahiptir. Birçok üretici, ürün formülasyonu ve geliştirmesinden ambalajlama ve etiketlemeye kadar kapsamlı hizmetler sunmaktadır.

Tayland'ın kozmetik endüstrisi, yılda ortalama %10-20 oranında büyümektedir ve şuan dünyanın en büyük 17. kozmetik ürünleri üreticisi konumundadır. Ayrıca, Japonya ve Güney Kore'den sonra Asya'da kozmetik teknolojisi ve bileşenlerinde de büyük bir gelişme göstermektedir.

Aynı zamanda, Tayland'daki hem kamu hem de özel kuruluşlar, Taylandlı girişimcilerin üretim potansiyeline sahip olması ve birçoğunun halihazırda dünyaca ünlü markalar için sözleşmeli üretici olması nedeniyle Tayland'ın ASEAN'da kozmetik üretim merkezi olması için ortaklaşa çaba göstermektedir. Bu durum, ASEAN Ekonomik Topluluğu (AEC) tarafından da desteklenmekte ve ASEAN üyeleri arasında ve ASEAN ile ortakları arasında sıfır tarife yoluyla uluslararası ticaret için daha fazla fırsat yaratmaktadır.

Bu durumda, Taylandlı girişimciler genellikle konsantreler, cilt bakım yağları ve çeşitli özler gibi neredeyse tüm hammaddeleri başta Avrupa ülkeleri olmak üzere yurt dışından ithal etmekte ve bu da üretim maliyetinin oldukça yüksek olmasına neden olmaktadır. Ancak, yüksek rekabetin olduğu bir ortamda, tüm yeni ve eski girişimcilerin her durumda sürdürülebilir ve rekabetçi kalabilmek için uyum sağlamayı öğrenmeleri gerekmektedir.

Ek olarak, Tayland'ın Güneydoğu Asya'daki stratejik konumu, onu bölgedeki ve ötesindeki diğer ülkelere güzellik ürünleri ihraç etmek için uygun bir üs haline getirmektedir. Tayland'daki birçok OEM/ODM üreticisi, uluslararası müşterilerle çalışmakta ve küresel pazara hizmet vermektedir.

4.1. Cilt Bakımı ve Renklendirici Kozmetik Ürünler

2023'de Tayland'daki cilt bakım pazarı, tüketicilerin temizleme, nemlendirme ve koruma üzerine odaklanan basit, etkili rutinleri tercih etmesiyle "skinimalizm"e doğru bir kayma göstermiştir. İnsanlar kanıtlanmış içeriklere sahip çok işlevli ürünlere yönelmekte ve doğal bir görünümü benimsemektedirler. COVID-19'un etkileri devam etmesine rağmen, cilt bakımında, özellikle organik, doğal ve vegan seçenekler popülerliğini korumaktadır. Yaşlanma karşıtı çözümlere yönelik talep ve sürdürülebilir ambalaj arayışı artmış; bu da hem yerel hem de uluslararası markaları yenilik yapmaya ve rekabet etmeye teşvik etmiştir.

İçerik odaklı inovasyon kritik hale gelmiş ve niasinamid, bakır peptitler, salyangoz müsin, bakuchiol, elektrolitler ve deniz yosunu gibi içerikler ön plana çıkmıştır. Skinimalizm, temiz güzellik ve sürdürülebilirlik trendlerinin gelecekteki gelişmeleri şekillendirmesi, daha çok işlevli ürünlere, diğer sektörlerle çapraz inovasyonlara ve bitkisel ve organik içeriklere odaklanılması beklenmektedir. Taylandlı tüketiciler, kolayca emilen hafif, yapışkan olmayan ürünleri tercih etmekte ve demografik değişimler nedeniyle yaşlanma karşıtlığı önemli bir endişe kaynağı olmaya devam etmektedir. Güzellik markaları, tüketici değerleriyle uyum sağlamak için Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) çabalarını artırmakta ve etkili bir şekilde rekabet etmek için promosyonlar ve indirimler uygulamaktadırlar.

Tayland'daki renklendirici kozmetik sektöründe, COVID-19 kısıtlamalarının kaldırılmasıyla 2023'de talepte bir artış yaşanmış ve bu da önemli bir satış büyümesine yol açmıştır. Taylandlı güzellik markaları, küresel tanınırlıklarını ve yerel satışları artırmak için e-ticaret ve sosyal medyadan yararlanmaktadırlar. Birçok marka, tüketicilerin değer arayışına hitap eden ve marka sadakatini teşvik eden, ayrıca deneme satın alımlarına yönelten daha küçük, daha uygun fiyatlı ürünler sunmaktadır.

Tayland'da çok işlevli renklendirici kozmetiklere olan talep, tüketicilerin kolaylık ve maliyet tasarrufu arzusuyla artmıştır. Bu eğilimin devam etmesi, daha fazla yeniliğe ve ürün kategorileri arasındaki sınırların bulanıklaşmasına yol açmaktadır. Toplumsal değerlerin ve tüketici tercihlerinin değişmesini yansıtan cinsiyet ayrımı gözetmeyen pazarlama da ivme kazanmakta ve markalar LGBTQ+ hakları gibi çeşitli yaşam tarzlarını ve davaları desteklemektedirler.

Sürdürülebilirlik, markaların çevre dostu uygulamaları benimsemesiyle renklendirici kozmetik sektöründe giderek daha önemli hale gelmektedir. Temiz güzellik ürünlerine yapılan yatırım ve pazarlama giderek artmaktadır. E-ticaret büyümesi, sanal deneme ve kişiselleştirilmiş hizmetler de dahil olmak üzere rekabetçi fiyatlandırma ve gelişmiş çevrimiçi alışveriş deneyimleriyle yönlendirilmekte ve bu da güzellik markaları için genişletilmiş bir çevrimiçi varlığa yol açmaktadır.

Tayland'da Cilt Bakımı ve Renklendirici Kozmetik Ürünlerin Satışı

Tayland'daki renklendirici kozmetik ve cilt bakım pazarının satış değeri, Tayland'daki güzellik ve kişisel bakım pazarının %47,4'ünü temsil etmektedir ve bu değer 2023'de yaklaşık 3,4 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir.

Tayland'daki cilt bakım ürünlerinin satış değeri yaklaşık 2,6 milyar ABD doları olup, Tayland'daki güzellik ve kişisel bakım pazarının %77,1'ini temsil etmektedir. Bu miktar içinde en büyük payı Yüz Bakımı (%60,3) alırken, bunu Vücut Bakımı (%9,9), Cilt Bakım Setleri/Kitleri (%1,9), El Bakımı (%1,00) ve Dudak Bakımı (%0,82) takip etmektedir. Satışların 2024'de yaklaşık 3.5 milyar ABD dolarına ulaştığı tahmin edilmektedir.

Bu arada, renklendirici kozmetiklerin satış değeri yaklaşık 778 milyon ABD dolarıdır ve yüz makyajı en büyük sektörü oluşturmaktadır (%12,9). Bunu dudak makyajı (%5,21), göz makyajı (%3,65) ve tırnak ürünleri (%0,21) izlemektedir. Satışların 2024 sonunda 716 milyon ABD dolarına ulaştığı tahmin edilmektedir.

Tayland Cilt Bakımı ve Renklendirici Kozmetiklerin Satışı

	Değer (Milyon USD)			Büyüme Oranı (%)		2023 Pazar Payı (%)
	2021	2022	2023	2022/21	2023/22	
Cilt Bakımı						
Yüz Bakımı	2.074,1	2.306,6	2.054,21	11,21	-10,94	60,29
Vücut Bakımı	284,6	313,2	338,84	10,05	8,19	9,94
Cilt Bakım Setleri / Kitleri	56,6	61,5	64,76	8,66	5,30	1,90
El Bakımı	30,7	33,3	33,93	8,47	1,89	1,00
Dudak Bakımı	24,2	26,4	27,9	9,09	5,68	0,82
Renklendirici Kozmetik						
Yüz Makyajı	309,2	323,1	441,00	4,50	36,49	12,94
Dudak Ürünleri	129,9	132,5	177,6	2,00	34,04	5,21
Göz Makyajı	97,2	96,4	124,41	-0,82	29,06	3,65
Renkli Kozmetik Setleri / Kitleri	14,2	15	16,98	5,63	13,20	0,50
Tırnak Ürünleri	5,6	5,6	7,32	0,00	30,71	0,21

Tayland'da Renklendirici Kozmetikler, Tayland'da Cilt Bakımı – Euromonitor International, Nisan 2024

Tayland'da Cilt Bakımı ve Renklendirici Kozmetik Ürünlerinin Marka Payları

2023 yılında, Garnier markası (L'Oreal Groupe), %4,6'lık pay ile Tayland'daki cilt bakım ürünlerinde en büyük marka payına sahipken, onu Beiersdorf AG'den Nivea (%4,5), Beiersdorf AG'den Eucerin (%4,1), L'Oréal Groupe'dan CeraVe (%2,7) ve Unilever Thailand'dan Pond's takip etmektedir.

Bu arada, Maybelline New York (L'Oreal Groupe), %6,7'lik pay ile renklendirici kozmetik ürünleri için marka paylarının en büyük bölümünü oluştururken, onu SSUP Group'tan Oriental Princess (%4,3), Giffarine Skyline Unity'den Giffarine (%3,7), Chanel (Thailand) Ltd'den Chanel (%3,6) ve Shiseido (Thailand) Co Ltd'den Shiseido (%3,5) izlemektedir.

Tayland Cilt Bakımı ve Renklendirici Kozmetik Ürünlerin İthalat-İhracat Verileri

Tayland Ticaret Bakanlığı'nın (MOC) verilerine göre, Tayland ile dünya arasındaki cilt bakımı ve renkli kozmetik ürünlerindeki toplam ticaret hacmi 2023'de 2,01 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir (+%14,53 YBBO). Bu rakam, Tayland'ın güzellik ve kişisel bakım sektöründeki toplam ticaret hacminin %33,13'ünü oluşturmaktadır.

- ***İthalat Verileri***

2023 yılında, dünyanın Tayland'a yaptığı kozmetik ve cilt bakım ürünleri ihracatının değeri 863,6 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir (+%16,52 YBBO).

Fransa, %18,26'lık pazar payıyla en büyük tedarikçi konumundadır. Onu sırasıyla %16,7, %12,36, %11,03 ve %9,74'lük önemli pazar paylarıyla Güney Kore, Çin, Endonezya ve ABD izlemektedir.

Tayland ile yapılan ve ithalat vergilerinin düşürülmesini sağlayan serbest ticaret anlaşmasının katkıları, pazarlama ve ticari yakınlıklarla birlikte özellikle Doğu Asya ülkelerinden (Japonya, Güney Kore, Çin) gelen güzellik ürünleri Tayland pazarında hala önemli bir yer tutmaktadır.

- ***İhracat Verileri***

2023 yılında, Tayland'dan dünyaya yapılan kozmetik ve cilt bakım ürünleri ihracatının değeri 1,15 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir (+%13,08 YBBO).

Çin, %11,25'lik pazar payıyla en önemli ihracat pazarı konumundadır. Onu sırasıyla %8,3, %7,8, %7,3 ve %6,3'lık önemli pazar paylarıyla Avustralya, Myanmar, Filipinler ve Hindistan izlemektedir.

4.2. Saç Bakım Ürünleri

2023'de Tayland'ın saç bakım pazarı, tüketicilerin kişisel bakıma ve saç şekillendirmeye olan düşkünlüğü sayesinde büyük bir yükseliş yaşamıştır. Bu büyüme, evde gelişmiş bakım rutinleri ve özel şampuanlar, saç kremleri, saç boyaları ve saç dökülmesi tedavileri gibi yenilikçi ürünlere duyulan istekten kaynaklanmaktadır. Tüketiciler, salon kalitesinde

sonuçlar vaat eden premium ürünleri giderek daha fazla tercih etmekte ve evde saç boyama, salon ziyaretlerine bütçe dostu bir alternatif olarak popülerlik kazanmaktadır.

Premium saç bakımına yönelik bu eğilim, daha bilinçli tüketiciler tarafından desteklenmekte ve giderek yaygınlaşması beklenmektedir. Yerleşik markalar, bu gelişmiş talepleri karşılamak için yeni ve etkili içeriklere sahip gelişmiş formüllere yatırım yapmaktadırlar. Bitkisel, doğal ve çevre dostu seçenekler tüketiciler arasında özellikle popüler olmuşlardır. Yüksek değerli ürünlere odaklanılması satışları artırmakta ve kitlesel pazar markalarının daha fazla müşteri çekmek için kaliteli içeriklere sahip premium seriler piyasaya sürmesi beklenmektedir.

Yenilik ve dijitalleşme de saç bakım sektörünün sağlıklı büyümesine katkıda bulunmaktadır. Taylandlı tüketiciler, gelişmiş formülleri ve karmaşık rutinleri benimsemekte, bu da markaları giderek daha sofistike ürünler geliştirmeye ve piyasaya sürmeye zorlamaktadır. İçerik odaklı geliştirme daha önemli hale gelmekte ve jojoba yağı, ayçiçeği tohumu, biotin, macadamia, spirulina ve E vitamini gibi doğal ve bitkisel içeriklerin kullanımının önemli bir ilerleme kaydetmesi beklenmektedir.

Temiz güzellik trendleri ve organik ürünler, saç bakımının büyümesini daha da desteklemekte; Lolane gibi markalar, kimyasal içermeyen yenilikler ve sürdürülebilir uygulamalarla sektöre öncülük etmektedir. Markalar, Taylandlı tüketicilerin detaylı saç bakım rutinlerine hitap etmeye odaklanmış durumdadır. Diğer güzellik sektörlerinden farklı olarak, saç bakımı, özellikle renkli saçlar için serumlar gibi özel ürünlerde bir artış görmektedir. Çünkü daha fazla tüketici saçlarını kendi boyamakta ve daha sağlıklı sonuçlar elde etmek istemektedir.

Tayland'da Saç Bakımı Ürünlerinin Satışı

Tayland'daki saç bakım pazarı, Tayland güzellik ve kişisel bakım pazarında en büyük ikinci sektör konumundadır. Tayland pazarındaki saç bakım ürünlerinin satış değeri 2023'de yaklaşık 1.1milyar ABD doları (+%11,91 YBBO) olarak gerçekleşmiştir. Bu değerin içinde şampuanlar, saç bakımı pazarının en büyük bölümünü (%47,25) oluştururken, onu sırasıyla saç kremleri ve bakımları (%18,6), salon profesyonel ürünleri (%15,48) ve saç boyaları (%13,9) izlemektedir.

Satış değerinin 2024'de 1,18 milyar ABD dolarına ulaştığı tahmin edilmektedir.

Kategorilere Göre Tayland'da Saç Bakım Ürünleri Satışları 2021-2023

	Değer (Milyon Dolar)			Büyüme Oranı (%)		2023 Pazar Payı (%)
Ürün Grubu	2021	2022	2023	2022/21	2023/22	
Şampuan	457.6	499.6	544.03	9.18	8.89	47.25
Saç Bakım Kremleri	171.3	189.8	214.99	10.80	13.27	18.67
Profesyonel Kuaför Ürünleri	137.8	153.0	178.18	11.03	16.46	15.48
Saç Boyaları	122.6	139.7	160.02	13.95	14.55	13.90
Stil Ajansı Ürünleri	33.4	36.7	43.46	9.88	18.42	3.77
Perma ve Rahatlatıcılar	7.4	7.8	8.42	5.41	7.95	0.73

Saç Dökülmesi İlaçları	2.1	2.2	2.24	4.76	1.82	0.19
Saç Bakımı Toplam	**932.3**	**1,028.8**	**1,151.38**	**10.35**	**11.91**	**100**

Tayland'da Saç Bakım Ürünleri – Euromonitor International, Mayıs 2023

Tayland'da Saç Bakım Ürünlerinin Marka Payları

2023'de, Tayland'daki saç bakım ürünleri pazarında Sunsilk markası (Unilever Group) %14,5'lik payla en büyük marka payına sahipken, onu Unilever Group'tan Dove (%8,1), Procter & Gamble'dan Pantene (%8,0), Unilever Group'tan Clear (%6,4) ve Henkel AG & Co KGaA'dan Schwarzkopf Professional (%3,7) izlemektedir.

Tayland Saç Bakım Ürünlerinin İthalat-İhracat Verileri

Tayland Ticaret Bakanlığı'nın (MOC) verilerine göre, Tayland ile dünya arasındaki saç ürünleri ticaretinin toplam değeri 2023'de 794,8 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir (+%0,75 YBBO). Bu rakam, Tayland'ın toplam güzellik ve kişisel bakım ticaretinin %13,07'sini oluşturmaktadır.

- ***İthalat Verileri***

2023 yılında, dünyanın Tayland'a yaptığı saç bakım ürünleri ihracatının değeri 79,8 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir (-%0,97 YBBO).

Çin, %25,7'lik pazar payıyla en büyük tedarikçi konumundadır. Onu sırasıyla %15,2, %14,4 ve %10,9'luk önemli pazar paylarıyla Japonya, Endonezya, ABD ve Güney Kore izlemektedir.

- ***İhracat Verileri***

2023 yılında, Tayland'dan dünyaya yapılan saç bakım ürünleri ihracatının değeri 715 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir (%0,94 YBBO).

Japonya, %25,7'lik pazar payıyla en önemli ihracat hedefidir. Onu sırasıyla %14,4, %10,7 ve %9,4'lük önemli pazar paylarıyla Filipinler, Avustralya, Vietnam ve Malezya izlemektedir.

4.3. Parfümler

2023'de Tayland'daki parfüm pazarı, insanların pandemi öncesi rutinlerine dönmesiyle büyümüş ve hem premium hem de kitlesel pazar segmentlerinde talep artmıştır. Uluslararası turizm de bu büyümeyi desteklemiştir. Pazarda yeni ürün lansmanları görülmüş; hem yerleşik markalar ürün yelpazelerini genişletmiş, hem de yeni markalar pazara girmiştir.

Tayland'daki premium parfüm pazarı, pop-up mağazalar, çok markalı perakendeciler ve güzellik uzmanları gibi çeşitli kanallar aracılığıyla büyüme kaydetmektedir. Ayrı marka stantları trendi azalmaktadır. Pandemi, markaları yenilik yapmaya ve parfümlerin ötesine geçmeye teşvik etmiştir. Parfüm kategorisinin toparlanmasına rağmen, markalar güzellik, kişisel bakım ve diğer alanlara yönelmektedirler.

Tayland parfüm sektörü geleceği umut verici görünmektedir; bu, öz bakıma ve duygusal refaha giderek artan bir odaklanma ile desteklenmektedir. Bu durum, tüketicilerin olumlu ruh hallerini ve duygularını artırmak için parfümleri günlük yaşamlarına dahil etmelerine yol açarak sürekli satış büyümesini sağlamaktadır. Markaların geleneksel cinsiyet temelli pazarlamadan uzaklaşarak bunun yerine tüketici değerleriyle uyumlu içeriklere ve hikayelere odaklanmaları beklenmektedir. Sürdürülebilirlik de önemli bir faktör olmakta ve çevresel endişelere yanıt olarak yeniden doldurulabilir ambalajlar daha yaygın hale gelmektedir. Prada, Guerlain, Lancôme ve Chloé gibi markalar, çevre dostu seçeneklere yönelik talebi karşılamak için geri dönüştürülmüş malzemeler ve doğal içerikler kullanarak sürdürülebilir uygulamaları zaten benimsemektedirler. Ancak, bu büyüme trendi sahte ürünler ve diğer ürün kategorilerinden gelen artan rekabetle gelecekte sınırlanabilir.

Tayland'da Parfüm Satışı

Tayland'daki parfüm pazarının tahmini satış değeri 2023'de yaklaşık 334,5 milyon ABD doları olmuştur. Pazar değerinin 2024'de 360 milyon ABD dolarına ulaştığı tahmin edilmektedir. Euromonitor verilere göre, 2023'de kitlesel parfümler (205,2 milyon ABD doları), premium parfümlere (129,3 milyon ABD doları) kıyasla daha yüksek satış hacmi kaydetmiştir.

Kategorilere Göre Tayland'da Parfüm Satışları 2021-2023

	Değer (Milyon Dolar)			Büyüme Oranı (%)		2023 Pazar Payı (%)
Ürün Grubu	**2021**	**2022**	**2023**	**2022/21**	**2023/22**	
Premium Parfümler	88.2	102.4	129.32	16.10	26.29	38.66
Kitlesel Parfümler	149.2	164.7	205.18	10.39	24.58	61.34
Toplam	**237.4**	**267.1**	**334.51**	**12.51**	**25.24**	**100**

Tayland'da Parfümler – Euromonitor International, Mayıs 2023

Tayland'da Parfümlerin Marka Payları

2023'de Tayland'daki parfüm ürünleri pazarında Eversense (Neo Corporate Co Ltd) %10,2'lik payla en büyük marka payına sahipken, onu Osotspa Co., Ltd.'den 12 Plus (%7,0), Better Way (Thailand) Co., Ltd.'den Mistine (%6,3), Giffarine Group'tan Giffarine (%5,02) ve Estée Lauder Cos Inc'ten Jo Malone London (%4,23) izlemektedir.

Tayland Parfüm Sektörü İthalat-İhracat Verileri

Tayland Ticaret Bakanlığı'nın (MOC) verilerine göre, Tayland ile dünya arasındaki parfüm ticaretinin toplam değeri 2023'de 248,8 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir (+%55,17 YBBO).

- ***İthalat Verileri***

2023 yılında, dünyanın Tayland'a yaptığı parfüm ihracatının değeri 248,8 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir (+%187,2 YBBO).

Fransa, %33,2'lik pazar payıyla en büyük tedarikçi konumundadır. Onu sırasıyla %13, %7,4, %6,4 ve %5,7'lik önemli pazar paylarıyla Çin, Hindistan, İspanya ve ABD izlemektedir.

- ***İhracat Verileri***

2023 yılında, Tayland'dan dünyaya yapılan parfüm ihracatının değeri 116,6 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir (+%300,4 YBBO).

Çin, %24,6'lık pazar payıyla en önemli ihracat hedefidir. Onu sırasıyla %15,3, %7,5, %5,8 ve %4,1'lik önemli pazar paylarıyla Hindistan, Güney Kore, Rusya ve Myanmar izlemektedir.

5. Tayland'da Güzellik ve Kişisel Bakım Ürünleri Dağıtım Kanalı

2023, Taylandlı tüketicilerin güzellik ve kişisel bakım ürünleri alımlarında mağaza tabanlı perakendecilere tam olarak geri döndüğü bir yıl olmuştur. Ancak, devam eden dijitalleşme, e-ticaret dağıtım kanalının önemini korumasını sağlamıştır. Bu büyüme, sosyal medyanın popülaritesi ve markalar ile perakendecilerin agresif pazarlama promosyonları ve kampanyalarıyla desteklenmektedir.

Pandemi sonrası mağaza tabanlı satış noktalarına dönüşe rağmen, yerel tüketiciler çevrimiçi alışverişe olan tercihlerini sürdürmekte, e-ticarete geçişi ve sürekli yükselişini desteklemektedir. Bu arada, hem kitlesel hem de premium markalar, mağaza içi varlıklarını artırmaya hazırlanmaktadır.

Tayland'da Güzellik ve Kişisel Bakımın Kategorilere Göre Dağıtım Kanalı (%) 2023

	Renklendirici Kozmetikler	Cilt Bakımı	Saç Bakımı	Parfüm
Perakende Kanalları	**100**	**100**	**88.7**	**100**
Perakende (Çevrimdışı)	**79.1**	**83.7**	**79.0**	**93.2**
Market Perakendecileri	13.9	25.4	46.9	23.8
Yakın Marketler	7.8	5.9	12.0	7.9
Yakın Mağazalar	7.1	5.3	10.9	7.4
Akaryakıt İstasyonu Marketleri	0.7	0.6	1.1	0.5
Süpermarketler	4.4	8.6	13.8	6.3
Hipermarketler	1.5	9.3	14.0	8.8
Küçük Yerel Bakkallar	0.2	1.6	7.1	0.8
Gıda Dışı Perakendeciler	**25.5**	**41.5**	**30.5**	**55.6**
Genel Mağazalar	14.1	11.8	1.1	25.4
Departman Mağazaları	14.1	11.8	1.1	25.4

Sağlık ve Güzellik Uzman Mağazaları	25.5	29.5	28.2	26.4
Güzellik Uzmanları	13.8	14.3	13.3	23.4
Eczaneler	1.6	5.6	6.3	0.5
Sağlık ve Kişisel Bakım Mağazaları	10.1	9.7	8.6	2.6
Diğer Gıda Dışı Perakendeciler	7.6	-	1.1	3.7
Doğrudan Satış	**18.1**	**16.7**	**1.6**	**13.9**
Perakende E-Ticaret	**20.9**	**16.3**	**9.7**	**6.8**
Perakende Dışı Kanallar	-	-	**11.3**	-
Kuaför Salonları	-	-	11.3	-

Tayland'da Güzellik ve Kişisel Bakım – Euromonitor International, Mayıs 2023

Sonuç olarak, sağlık ve güzellik uzmanı mağazaları renklendirici kozmetik (%25,5), cilt bakımı (%29,5) ve saç bakımı (%28,2) için en büyük dağıtım kanalı olurken, departman mağazaları parfüm için en popüler dağıtım kanalı olmaktadır. (%26,4).

6. İthalat Gümrük Vergisi Oranları

Kozmetik ürünler

HS 3304: Cilt bakımı için güzellik veya makyaj müstahzarları ve müstahzarlar (ilaçlar hariç), güneş kremi veya güneşlenme müstahzarları dahil; manikür veya pedikür müstahzarları.

%30 ithalat vergisi + %7 KDV

HS3307: Tıraş öncesi, tıraş veya tıraş sonrası müstahzarlar, kişisel deodorantlar, banyo müstahzarları, epilasyon ürünleri ve başka yerde belirtilmeyen veya dahil edilmeyen diğer parfümeri, kozmetik veya tuvalet müstahzarları; parfümlü olsun veya olmasın veya dezenfektan özelliklerine sahip olsun veya olmasın hazırlanmış oda deodorantları.

%20 ithalat vergisi + %7 KDV

HS 3401: Sabun; sabun olarak kullanılmak üzere organik yüzey aktif ürünler ve müstahzarlar, çubuklar, kalıplar, şekillendirilmiş parçalar veya şekiller halinde, sabun içerip içermediğine bakılmaksızın; cildin yıkanması için organik yüzey aktif ürünler ve müstahzarlar, sıvı veya krem şeklinde ve perakende satışa sunulmuş, sabun içerip içermediğine bakılmaksızın; kağıt, vatka, keçe ve dokunmamış kumaşlar, sabun veya deterjanla emdirilmiş, kaplanmış veya örtülmüş.

%10 ithalat vergisi + %7 KDV

Saç ürünleri

HS3305: Saçta kullanılmak üzere müstahzarlar.

%20 ithalat vergisi + %7 KDV

Parfüm ürünleri

HS3303: Parfümler ve tuvalet suları

%30 ithalat vergisi + %7 KDV

Ağız veya diş hijyeni

HS3306: Takma diş yapıştırma macunları ve tozları dahil olmak üzere ağız veya diş hijyeni müstahzarları; bireysel perakende ambalajlarında dişler arasını temizlemek için kullanılan iplik (diş ipi).

%20 ithalat vergisi + %7 KDV

7. İthal Ürün Kaydı

HS kodu 3304, 3307, 3401, 3305 ve 3303 altındaki ürünleri Tayland'a ihraç etmek için, ithalatçının Gıda ve İlaç Dairesi'nden (www.fda.moph.go.th) ithalat lisansı alması gerekmektedir.

Tayland Gıda ve İlaç Dairesi, insan ve hayvan ilaçları, biyolojik ürünler ve tıbbi cihazların güvenliğini, etkinliğini ve güvenilirliğini sağlayarak ve ülkenin gıda arzının, kozmetik ürünlerinin ve radyasyon yayan ürünlerin güvenliğini sağlayarak halk sağlığını korumaktan sorumludur.

Kaynakça

- Beauty and Personal Care in Thailand, May 2024, Euromonitor International

- Colour Cosmetics in Thailand, May 2024, Euromonitor International

- Customs Department

- Fragrance in Thailand, May 2024, Euromonitor International

- Hair Care in Thailand, May 2024, Euromonitor International

- Italian National Institute of Statistics (ISTAT)

- Krungsri Research

- Mass Beauty and Personal Care in Thailand, Euromonitor International

- Skin Care in Thailand, May 2024, Euromonitor International

- Thailand Ministry of Commerce (MOC)