TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Ngành làm đẹp phát triển mạnh: "Cơ hội vàng" để xây dựng thương hiệu

19:00 25/07/2024

Nhiều doanh nghiệp, thương hiệu nổi tiếng quốc tế đang mang "tham vọng" phát triển thương hiệu, tìm kiếm đối tác tại Việt Nam, thông qua Triển lãm Vietbeauty & Cosmobeauté Vietnam 2024...

Thúc đẩy giao thương quốc tế cho ngành làm đẹp

Ngày 25/7, Công ty Informa Markets Việt Nam khai mạc Triển lãm Vietbeauty & Cosmobeauté Vietnam 2024 tại Trung tâm Hội chợ và Triển lãm Sài Gòn (SECC), 799 đường Nguyễn Văn Linh, phường Tân Phú, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh.



Khoảng 2000 thương hiệu làm đẹp từ hơn 600 nhãn hàng nổi tiếng tham gia triển lãm (Ảnh: PV)

Phát biểu tại buổi khai mạc, ông Ben Wong, Tổng Giám đốc Informa Market, đơn vị tổ chức sự kiện cho biết:

“Ngành làm đẹp ở Việt Nam đang phát triển nhanh hơn bao giờ hết. Với dân số trẻ, GDP trung bình tăng và nhận thức về chăm sóc bản thân ngày càng cao, thị trường làm đẹp Việt Nam mang đến những cơ hội thực sự đầy hứa hẹn. Đặc biệt trong thời đại công nghệ số, với sự phát triển của thương mại điện tử.

Những tiến bộ này cho phép người tiêu dùng dễ dàng tìm kiếm thông tin, so sánh, đánh giá các lựa chọn, thậm chí yêu cầu trải nghiệm dùng thử trước khi quyết định lựa chọn sản phẩm làm đẹp. Việc tham gia vào thị trường đang phát triển này mang lại rất nhiều sự cạnh tranh và các công ty làm đẹp cần tập trung vào sự đổi mới để đi trước các đối thủ cạnh tranh”.

Triển lãm Vietbeauty & Cosmobeauté Vietnam 2024 sẽ diễn ra trong 3 ngày từ 25 đến 27/7/2024 với mục đích thúc đẩy giao thương quốc tế. Đồng thời, Ban tổ chức cũng tuân thủ theo Nghị định 105/2012/NĐ-CP và bày tỏ lòng tiếc thương với sự mất mát của đất nước, triển lãm Vietbeauty & Cosmobeauté Vietnam 2024 sẽ tạm ngừng, hủy bỏ các hoạt động trình diễn văn nghệ và cuộc thi trong khuôn khổ triển lãm.

Cơ hội và thách thức cho phát triển thương hiệu

Tại hội nghị trong khuôn khổ triển lãm, Viejthani hospital, bệnh viện hàng đầu Thái Lan thể hiện tham vọng về việc xây dựng thương hiệu quốc tế bằng cách tìm kiếm đối tác tại Việt Nam để phát triển du lịch y tế.



Viejthani hospital, bệnh viện hàng đầu Thái Lan (Ảnh: Website BV)

Bà Phạm Hạnh, đại diện Viejthani hospital trả lời PV Thương hiệu và Công luận, với định hướng xây dựng thương hiệu đến với quốc tế, bệnh viện đã và đang phát triển du lịch y tế. Bệnh viện đang sở hữu đội ngũ nhân lực hơn 900 người, bao gồm cả bác sỹ, phiên dịch viên và 4 toà nhà với các công năng khác nhau, gồm 500 giường bệnh.

“Mỗi năm, chúng tôi khám và chữa trị cho khoảng 300.000 bệnh nhân đến từ 150 quốc gia. Chúng tôi phát triển mạnh về công nghệ chữa trị xương khớp và làm đẹp, trong đó, đáng chú ý là chữa trị ung thư, làm đẹp bằng công nghệ tế bào gốc. Nhận thấy tiềm năng từ quốc gia trăm triệu dân, chúng tôi mong muốn tìm kiếm các đại lý, đối tác, doanh nghiệp tại Việt Nam để có thể kết hợp phát triển, đẩy mạnh về du lịch y tế”.

Khi được hỏi về những khó khăn trong việc tìm kiếm đối tác và hỗ trợ khách hàng tiếp cận nhanh, dễ dàng trong việc đăng ký hồ sơ tham gia du lịch y tế, đại diện bệnh viện này cho biết thêm: “Vấn đề xây dựng thương hiệu quốc tế là không hề đơn giản, vì vậy tại Việt Nam, chúng tôi rất mong các đơn vị, các tổ chức sẽ trở thành đối tác với Viejthani hospital. Còn đối với việc hỗ trợ khách hàng hiểu rõ về các thủ tục, hồ sơ để đăng ký tham gia du lịch y tế, chúng tôi cũng đưa ra 11 nội dung trên website của bệnh viện”.

Để đến Viejthani hospital an toàn, khách hàng có thể liên hệ với các chuyên gia của Bệnh viện Vejthani để được hướng dẫn và cung cấp dịch vụ du lịch. Đồng thời, trên website của bệnh viện cũng đưa ra 11 vấn đề cần đảm bảo khi tham gia du lịch y tế: Có hộ chiếu hợp lệ; Mua bảo hiểm du lịch; Xem xét bảo hiểm du lịch y tế; Chuẩn bị các giấy tờ cần thiết; Vấn đề tiền bạc; Đảm bảo rằng bạn có dữ liệu liên lạc; Kiểm tra dự báo thời tiết của quốc gia nơi bạn đến; Biện pháp phòng ngừa sức khỏe; Sao chụp hộ chiếu và hồ sơ tiêm chủng của bạn; Mua vé máy bay phù hợp; Cài đặt ứng dụng “COSTE” và “ThailandPlus”.

Thị trường làm đẹp Việt Nam sẽ đạt 2,66 tỷ USD

Dữ liệu từ tổ chức nghiên cứu thị trường quốc tế Statista cho thấy, Việt Nam là một trong những quốc gia có tốc độ gia tăng mức lương trung bình cao nhất khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Thu nhập khả dụng ngày càng tăng cùng sự trỗi dậy của thương mại điện tử đang kéo theo nhu cầu về các mặt hàng tiêu dùng càng cao, đặc biệt là mỹ phẩm và các sản phẩm chăm sóc cá nhân.

Dự kiến đến năm 2024, doanh thu của thị trường làm đẹp và chăm sóc cá nhân tại Việt Nam sẽ đạt 2,66 tỷ USD, với mức tăng trưởng kép hàng năm ở mức 2,97%. Trong đó, phân khúc chăm sóc cá nhân là lĩnh vực chiếm thị phần lớn nhất, có giá trị ước tính khoảng 1,17 tỷ USD, tức hơn 43% tổng thị phần của thị

trường. Theo một báo các khác của Statista vào tháng 3/2024, trong năm nay, trung bình mỗi người Việt sẽ đóng góp 0,40 USD cho sản phẩm kem chống nắng.

Thị trường kem chống nắng tại Việt Nam ước đạt doanh thu 40,18 triệu USD vào năm 2024 và sẽ tăng trưởng với tốc độ ấn tượng 6,62% mỗi năm trong giai đoạn từ 2024 – 2028. Điều này cho thấy mức độ quan tâm ngày càng cao của người dân Việt Nam đối với việc bảo vệ da khỏi tác hại của ánh nắng mặt trời.

Cùng với đó, xu hướng phát triển bền vững cũng đang tác động mạnh mẽ đến ngành mỹ phẩm Việt Nam. Ngày càng nhiều người tiêu dùng Việt Nam quan tâm đến các sản phẩm mỹ phẩm được sản xuất từ nguyên liệu tự nhiên, thân thiện với môi trường và có bao bì tái chế. Theo khảo sát của Rakuten Insight năm 2023, 84% người Việt Nam trong độ tuổi từ 25 đến 44, sẵn sàng chi trả nhiều hơn cho các sản phẩm bền vững.

Sông Trường