

รายงานข่าวเด่นจากสหรัฐฯ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส



วันที่ 25 – 29 พฤษภาคม 2569

เทรนด์น้ำหอมฤดูร้อนปี 2026 ของสหรัฐอเมริกา

เน้นกลิ่นแนว Cozy Lifestyle, Functional Fragrance และความเป็นธรรมชาติ



แนวโน้มตลาดน้ำหอมและผลิตภัณฑ์เครื่องหอมในสหรัฐอเมริกา ประจำฤดูร้อนปี 2026 สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชันซี (Gen Z) และมิลเลนเนียลส์ (Millennials) ที่เริ่มปรับเปลี่ยนมุมมองต่อน้ำหอมจากการเป็นเพียงผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและภาพลักษณ์ความหรูหราแบบเดิม ไปสู่การเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงตัวตน การสร้างบรรยากาศทางอารมณ์ ตลอดจนการสร้างความผ่อนคลายในชีวิตประจำวัน (emotional wellness) ท่ามกลางภาวะความกดดันทางเศรษฐกิจ สังคม และความเหนื่อยล้าจากวิถีชีวิตในยุค

ดิจิทัล ผู้บริโภคจำนวนมากเริ่มหันไปเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย อบอุ่น เป็นธรรมชาติ และสะท้อนความเรียบง่ายของชีวิต สอดคล้องกับกระแส Cozy Lifestyle และความนิยมของผู้บริโภคสหรัฐฯ ที่หันมาให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนผสมอ่อนโยนต่อผิวมากขึ้น โดยสามารถสรุปแนวโน้มสำคัญออกเป็น 9 เทรนด์หลัก ได้ดังนี้

1. Solar Fragrances (กลิ่นอายแสงแดด)

น้ำหอมแนวผิวหลังออกแดด (Sun-kissed Skin) และกลิ่นคล้ายครีมกันแดด กำลังได้รับความนิยมในช่วงฤดูร้อน โดยมีส่วนผสมกลิ่น musk, floral และ citrus เพื่อสร้างความรู้สึกอบอุ่น ผ่อนคลาย และยาวนาน สะท้อนแนวโน้มผู้บริโภคที่มองหาความสบายใจและการหลีกเลี่ยงความตึงเครียดในชีวิตประจำวัน

2. Sophisticated Vanillas (กลิ่นวานิลลาที่มีมิติ)

กลิ่น vanilla ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง แต่ถูกพัฒนาให้มีความทันสมัยมากขึ้น ผ่านการผสมกับผลไม้ ชีตรัส กลิ่นโอทะเล (Marine Notes) และดอกไม้แนว Solar Floral เพื่อลดความหวานแบบเดิม และเพิ่มความสดใส สนุก และชวนให้นึกถึงความทรงจำในอดีต โดยยังคงจุดเด่นด้านความอบอุ่นและความรู้สึกคุ้นเคยสำหรับผู้บริโภค



Disclaimer: ข้อมูลที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น โดยอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลสาธารณะที่เปิดเผย ผู้ประกอบการควรตรวจสอบกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานของสหรัฐอเมริกาที่รับผิดชอบโดยตรงก่อนตัดสินใจดำเนินธุรกิจหรือการส่งออก โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิสจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าทางใด

รายงานข่าวเด่นจากสหรัฐฯ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส



วันที่ 25 – 29 พฤษภาคม 2569

3. Herbaceous Notes (กลิ่นพืชพรรณและสมุนไพรธรรมชาติ)

กลิ่นสมุนไพรและพืช เช่น basil, rosemary, mint, lavender และ tomato กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากให้ความรู้สึกสดชื่น เป็นธรรมชาติ และเชื่อมโยงกับกิจกรรมกลางแจ้ง รวมถึงสะท้อนแนวโน้มผู้บริโภคที่ต้องการกลับสู่ความเรียบง่ายและใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้น

4. Gender-Neutral Fragrances (น้ำหอมที่ไม่จำกัดเพศ)

แนวคิดการแบ่งประเภทน้ำหอมตามเพศเริ่มลดบทบาทลง โดยผู้บริโภครุ่นใหม่เลือกใช้น้ำหอมจากอารมณ์ ความรู้สึก และการแสดงตัวตนมากขึ้น ส่งผลให้แบรนด์ต่าง ๆ พัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ gender-neutral หรือ unisex fragrance เพื่อรองรับความหลากหลายของผู้บริโภคยุคใหม่



5. Hair & Body Mists (สเปรย์สำหรับผิวและเส้นผม)

ผลิตภัณฑ์ประเภท hair mist และ body mist ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากมีเนื้อสัมผัสบางเบา สามารถฉีดได้ทั้งร่างกายและเส้นผมโดยไม่เหนียวเหนอะหนะ หลายแบรนด์ยังมีส่วนผสมที่ช่วยบำรุงผิวและเส้นผม เพื่อตอบโจทย์ทั้งความหอมและการดูแลตนเองในผลิตภัณฑ์เดียว

6. Functional Fragrances (น้ำหอมเชิงฟังก์ชันบำบัดอารมณ์)

น้ำหอมที่ช่วยเรื่องอารมณ์ ความผ่อนคลาย และสร้างความสบายใจกำลังได้รับความนิยมมากขึ้น ผ่านการใช้ส่วนผสมอย่าง citrus, woods และ calming botanicals เพื่อช่วยลดความเครียด เพิ่มสมาธิ และสร้างความรู้สึกสงบ สะท้อนแนวโน้มที่ผู้บริโภคมองน้ำหอมเป็นส่วนหนึ่งของการดูแลสุขภาพจิตและคุณภาพชีวิต

Disclaimer: ข้อมูลที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น โดยอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลสาธารณะที่เปิดเผย ผู้ประกอบการควรตรวจสอบกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานของสหรัฐอเมริกาที่รับผิดชอบโดยตรงก่อนตัดสินใจดำเนินธุรกิจหรือการส่งออก โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิสจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าทางใด

รายงานข่าวเด่นจากสหรัฐฯ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส



วันที่ 25 – 29 พฤษภาคม 2569

7. Forbidden Fruits (กลิ่นผลไม้ที่ลุ่มลึกและมีระดับ)
กลิ่นผลไม้ เช่น raspberry, strawberry, peach, mango, papaya และ passionfruit กำลังกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง แต่ถูกพัฒนาให้มีความซับซ้อนและทันสมัยมากขึ้น ผ่านการผสมกับ tea, musk, woods และ oud เพื่อลดความหวานแบบ candy scent และเพิ่มมิติความหรูหราและน่าค้นหา
8. Coffee Shop Notes (กลิ่นอายคาเฟ่และเครื่องดื่ม)
กลิ่นชา กาแฟ และ matcha กำลังได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ เนื่องจากให้ความรู้สึกอบอุ่น สงบ และเชื่อมโยงกับกิจวัตรประจำวัน เช่น การดื่มกาแฟหรือการพักผ่อนในคาเฟ่ สะท้อนถึงวิถีชีวิตแบบเรียบง่ายที่กำลังเติบโตในสหรัฐอเมริกา
9. Sensitive-Skin-Approved Fragrance (น้ำหอมสำหรับผิวแพ้ง่าย)
ผู้บริโภคสหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญกับส่วนผสม ความปลอดภัย และความโปร่งใสของผลิตภัณฑ์มากขึ้น ส่งผลให้น้ำหอมสำหรับผิวแพ้ง่ายได้รับความนิยม โดยมักใช้สูตร alcohol ต่ำ ลดการใช้สารก่อการระคายเคือง และเน้นส่วนผสมที่อ่อนโยน สอดคล้องกับกระแสความงามแบบเน้นส่วนผสมอ่อนโยน (Clean Beauty) และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อผิวมากขึ้น

เทรนด์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ตลาดน้ำหอมของสหรัฐอเมริกากำลังขยายขอบเขตจากสินค้าด้านความงามไปสู่สินค้าในกลุ่ม lifestyle และ wellness มากขึ้น โดยแบรนด์ต่าง ๆ เริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนากลิ่นที่สามารถเชื่อมโยงกับอารมณ์ ความทรงจำ และกิจวัตรประจำวันของผู้บริโภค นอกจากนี้ ความนิยมของกลิ่นแนวธรรมชาติ กลิ่นอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่อ่อนโยนต่อผิว ยังสะท้อนแนวโน้มผู้บริโภคสหรัฐอเมริกาที่ให้ความสำคัญกับความเรียบง่าย ความสบายใจ และประสบการณ์เฉพาะบุคคลมากขึ้นในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทย

จากการเปลี่ยนแปลงของตลาดน้ำหอมและผลิตภัณฑ์เครื่องหอมในสหรัฐอเมริกา ผู้ประกอบการไทยสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสินค้าและกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและการส่งออกได้ ดังนี้

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ให้ความผ่อนคลายและเป็นธรรมชาติ
ผู้ประกอบการควรใช้จุดเด่นของวัตถุดิบไทย เช่น ชาไทย สมุนไพร ดอกไม้ไทย มะพร้าว และผลไม้เมืองร้อน มาพัฒนากลิ่นที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น ผ่อนคลาย เพื่อให้สอดคล้องกับกระแส Cozy Lifestyle ที่กำลังได้รับความนิยมในตลาดสหรัฐอเมริกา

รายงานข่าวเด่นจากสหรัฐฯ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส



วันที่ 25 – 29 พฤษภาคม 2569

2. ต่อยอดสินค้าเครื่องหอมให้เชื่อมโยงกับ Wellness และ Self-care
ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับการดูแลสุขภาพและไลฟ์สไตล์ เช่น body mist, hair mist, scented body care หรือ น้ำหอมเชิงฟังก์ชัน (Functional Fragrance) ที่ช่วยสร้างความรู้สึกละลาย ลดความเครียด หรือเสริมบรรยากาศที่ดีในชีวิตประจำวัน
3. ให้ความสำคัญกับแนวคิด Gender-Neutral และ Personalization
ผู้ประกอบการควรออกแบบกลิ่นและภาพลักษณ์สินค้าให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกเพศ พร้อมเน้นการสื่อสารเรื่องการแสดงตัวตน อารมณ์ และความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะบุคคล ซึ่งเป็นแนวโน้มสำคัญของผู้บริโภครุ่นใหม่ในตลาดสหรัฐอเมริกา
4. พัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับกระแส Clean Beauty และ Sensitive Skin
ควรเลือกใช้ส่วนผสมที่อ่อนโยน ลดการใช้สารก่อการระคายเคือง และสื่อสารข้อมูลส่วนประกอบอย่างโปร่งใส เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อผิวและความงามแบบเน้นส่วนผสมอ่อนโยนมากขึ้นในปัจจุบัน
5. ขยายช่องทางจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และ Marketplace ในสหรัฐอเมริกา
ผู้ประกอบการไทยควรพิจารณาขยายช่องทางจำหน่ายผ่าน e-commerce และ marketplace ที่ได้รับความนิยมในสหรัฐอเมริกา เช่น Amazon, TikTok Shop, Etsy และ Walmart เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง รวมถึงสามารถใช้แพลตฟอร์มดังกล่าวในการทดสอบตลาด สร้างการรับรู้แบรนด์ และขยายฐานลูกค้าในสหรัฐอเมริกาได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ที่มาสำนักข่าว Food Dive: [Summer 2026 Smells Like Fruit, Sun-Kissed Skin, and Iced Matcha](#)

เรื่อง: Summer 2026 Smells Like Fruit, Sun-Kissed Skin, and Iced Matcha โดย: Elise Tabin

Disclaimer: ข้อมูลที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น โดยอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลสาธารณะที่เปิดเผย ผู้ประกอบการควรตรวจสอบกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานของสหรัฐอเมริกาที่รับผิดชอบโดยตรงก่อนตัดสินใจดำเนินธุรกิจหรือการส่งออก โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิสจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าทางใด