



探索妆品市场发展-中国抗衰老市场现状和未来

2014年10月, 广州

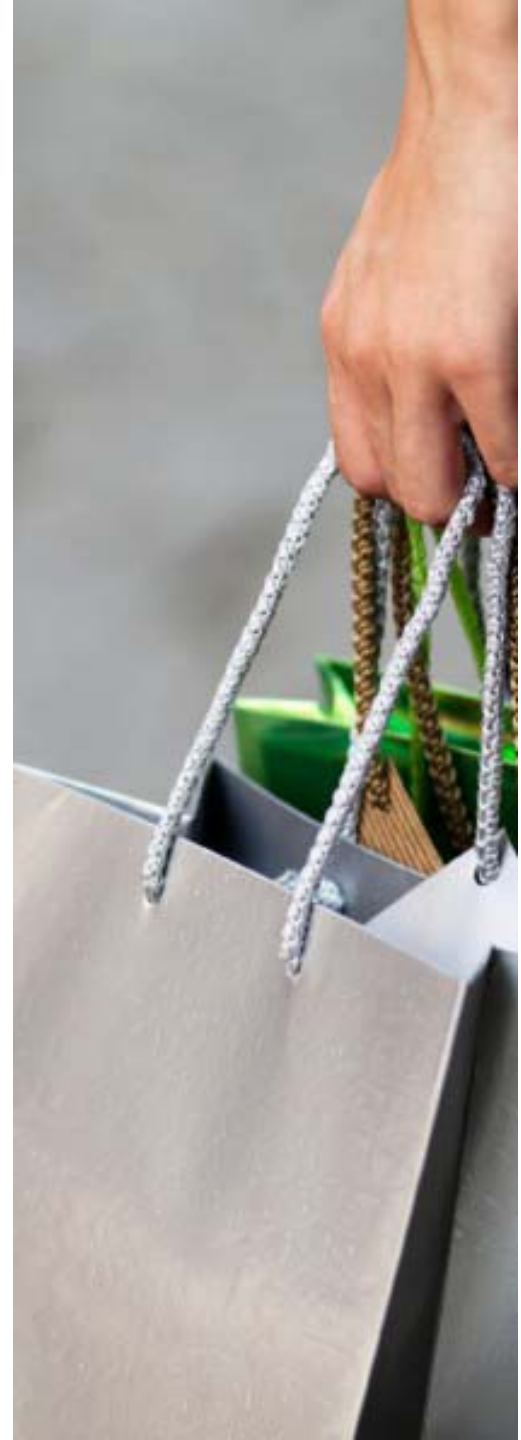
马良 (Michael)

国际大客户经理 (中国区)

全球化妆品零售市场

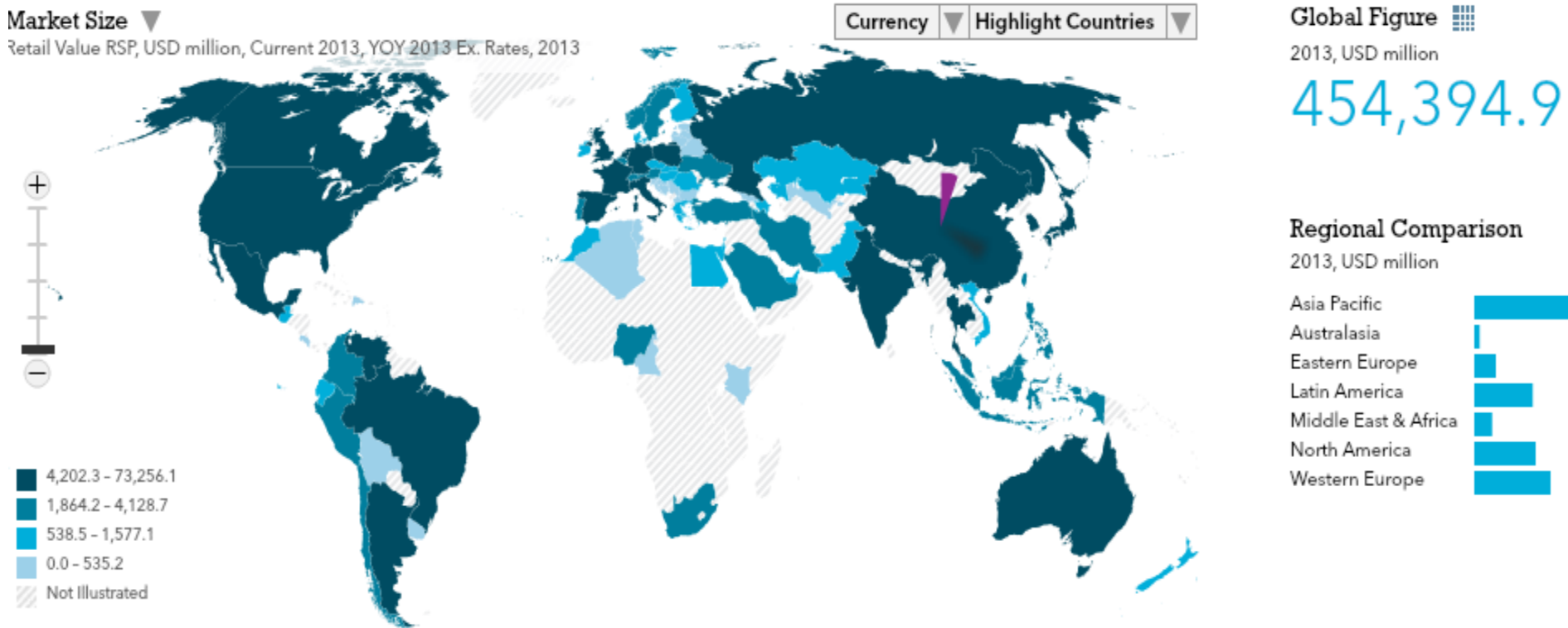
中国抗衰老化妆品市场

中国化妆品市场挑战和机遇



2013年全球化妆品零售继续增长，增速略有放缓

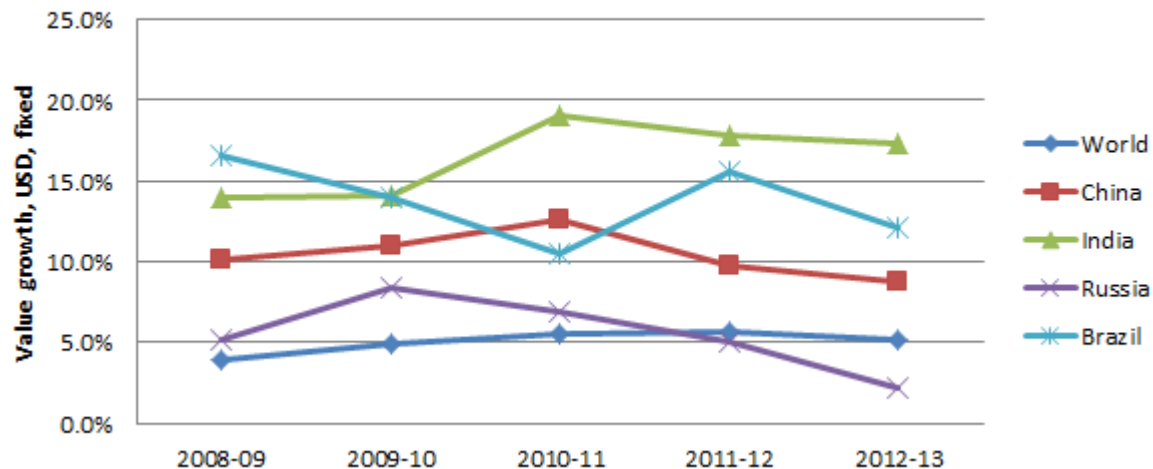
3



根据欧睿研究，在2013年全球化妆品零售规模占零售整体市场3%，达4544亿美金。

2013年增速（5.2%）较2012年（5.7%）放缓

金砖四国化妆品市场增长率%



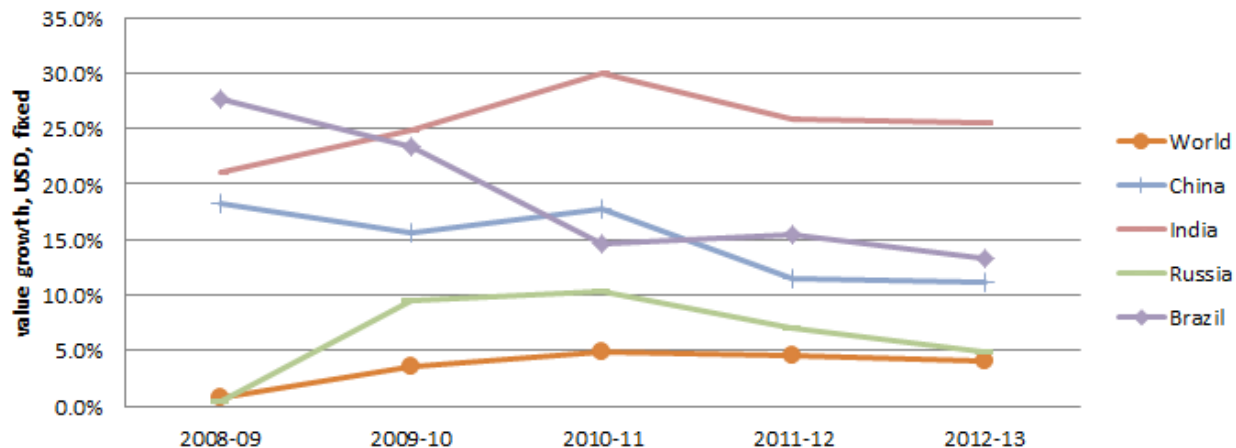
整体化妆品2013年增长率:

印度>巴西>中国>俄罗斯

高端化妆品2013年增长率:

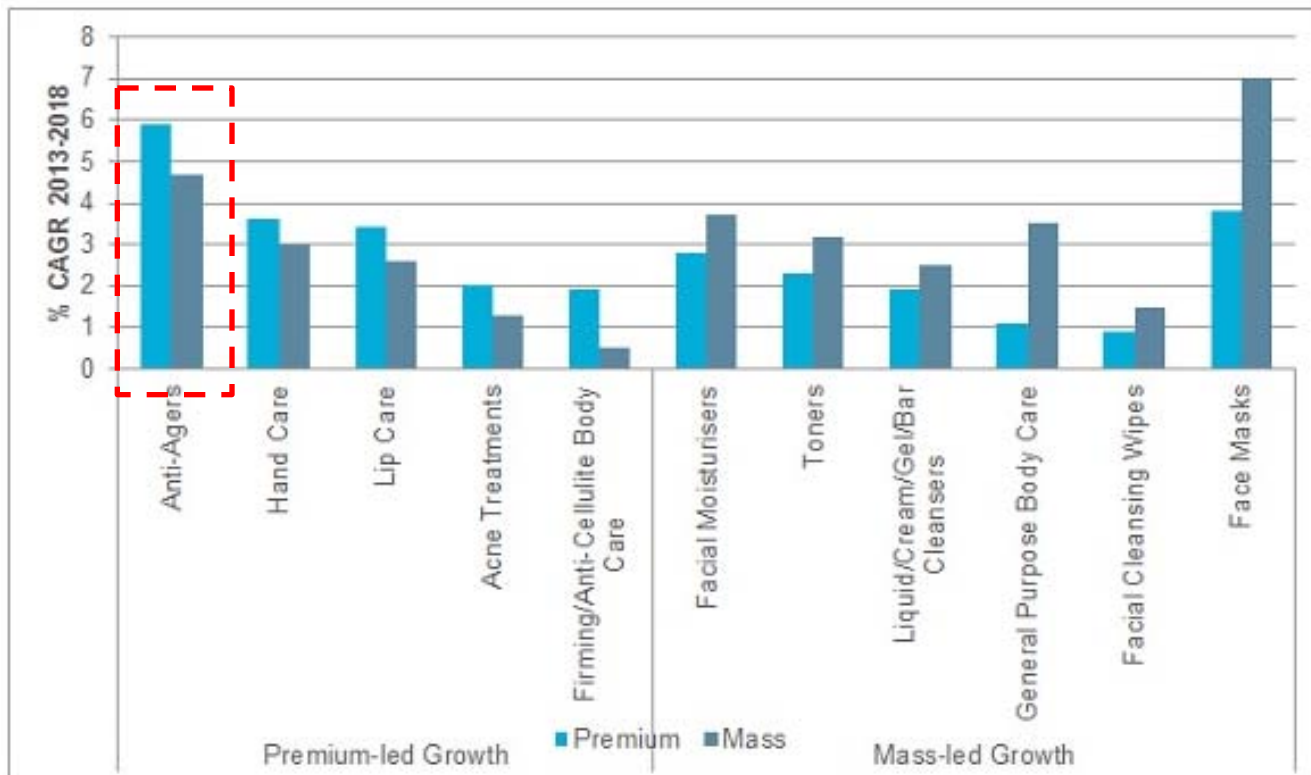
印度>巴西>中国>俄罗斯

金砖四国高端化妆品增长率%



全球护肤品未来增长：各品类高端和大众市场表现

Premium vs Mass-led Growth Prospects in Skin Care by Category - 2013-2018



Source: Euromonitor International

未来五年增长动力来自高端护肤品子类别：

- 1) 面部抗衰老产品；
 - 2) 手部护理；
 - 3) 唇部护理
- 等

未来五年增长动力来自大众护肤品子类别：

- 1) 面膜；
 - 2) 面部保湿产品；
 - 3) 爽肤水
- 等

Quick Stats and Links

Selected geography's actual rank vs other geographies

Channel Sales
2013, USD million

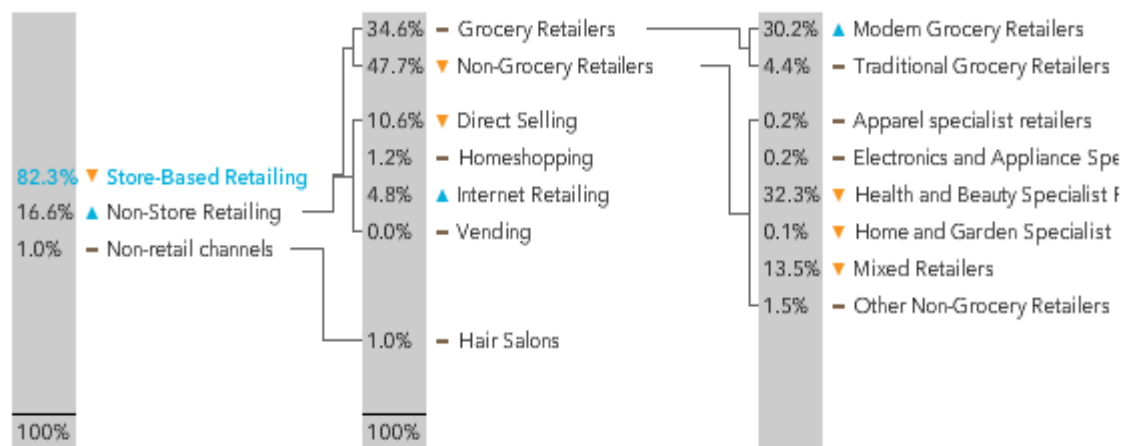
374,190.1

Growth
2008-13 CAGR

3.3%

Channel Distribution

% breakdown and point growth trend



3.3%

2008-2013 年通过店铺销售的化妆品零售额年均复合增长率

6.5%

2008-2013 年通过无店铺销售的化妆品零售额年均复合增长率

全球化妆品2013年零售渠道各种零售额占比：

零售额82%来自店铺销售，17%来自无店铺销售渠道；

店铺销售中：32%来自健康和美容专卖渠道，30%来自现代渠道；

无店铺销售：直销渠道占零售份额11%，网络渠道占5%

© Euromonitor International

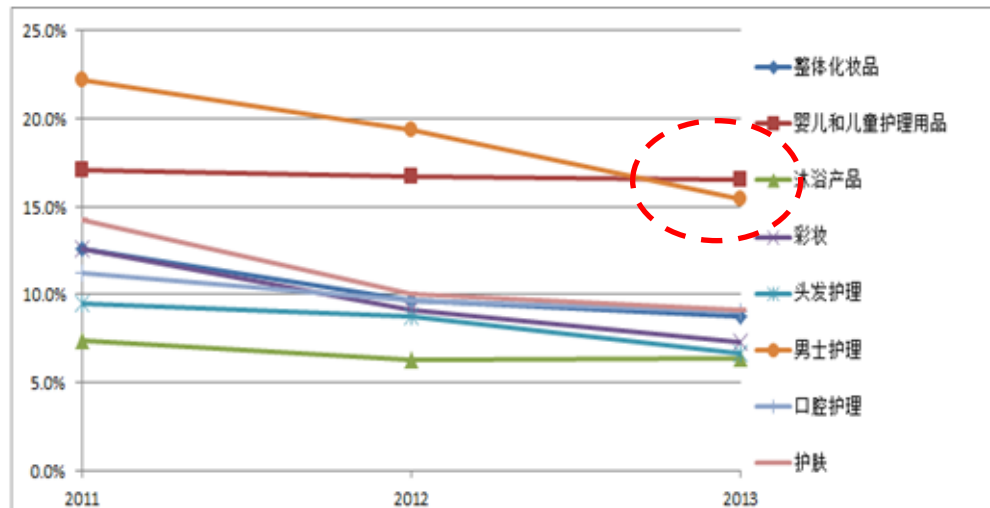
15.2%

2008-2013 年通过网络渠道销售的化妆品零售额年均复合增长率

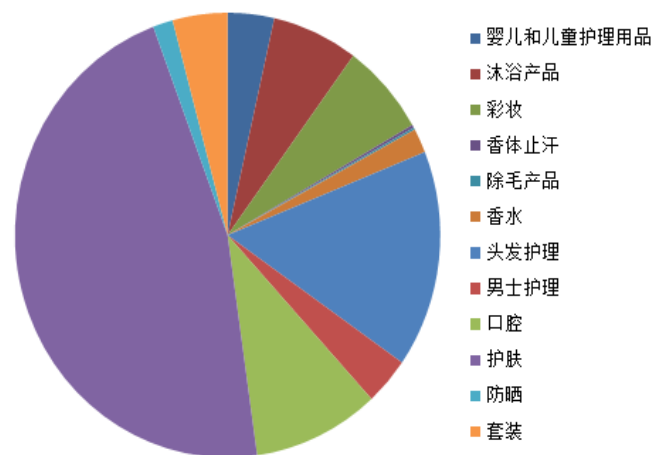


中国化妆品市场各类别分析

2011-2013年中国化妆品市场部分品类增速对比

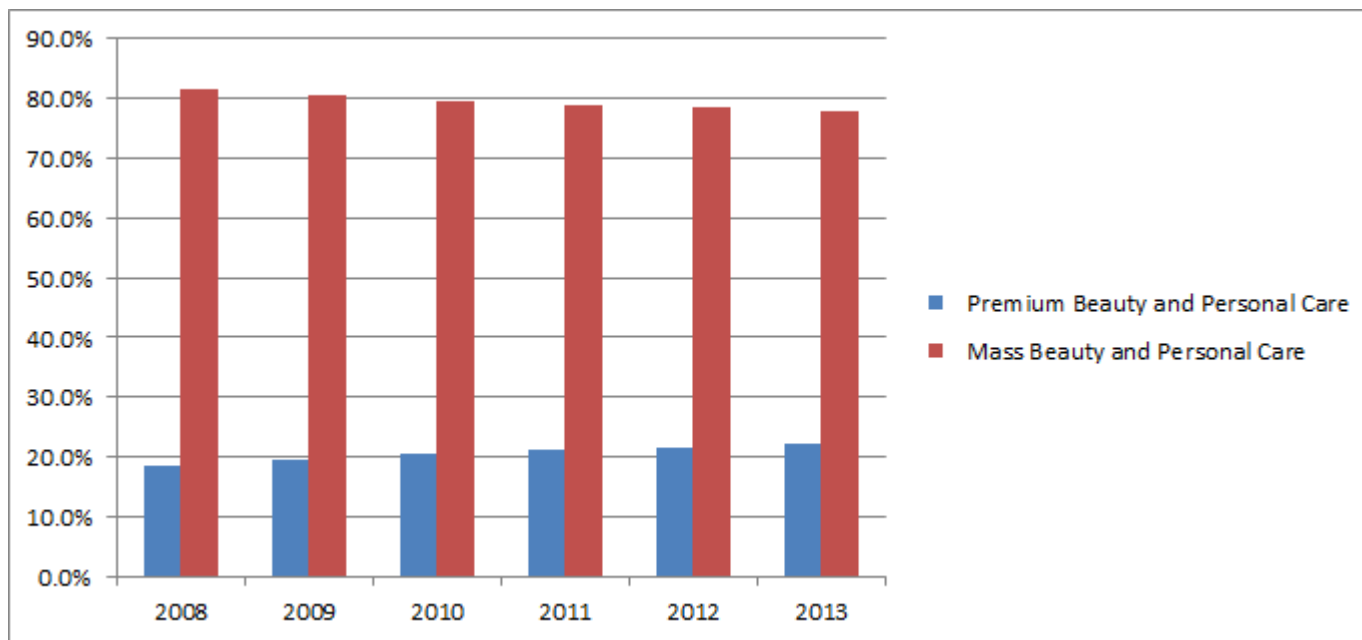


2013年零售额





中国高端化妆品市场和大众化妆品市场



L'ORÉAL®

P&G

高端化妆品连续保持双位数增速，但2013年增速放缓；大众化妆品在中国依然占据主流

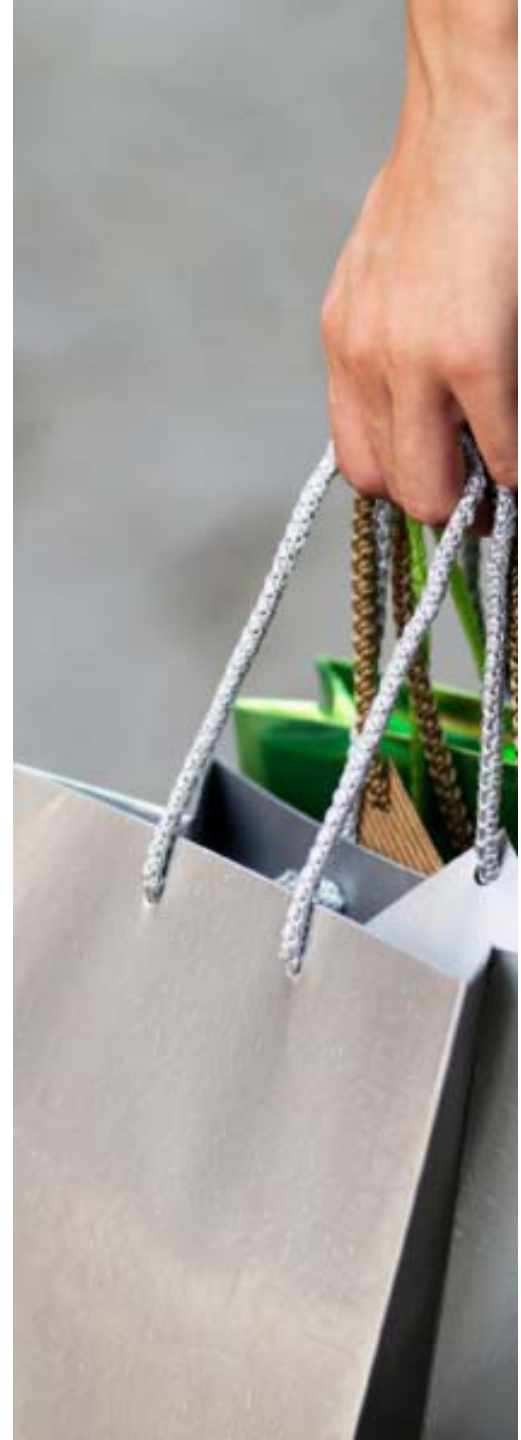
2013年，高端护肤品零售额占据大部分高端化妆品份额，达到66%

欧莱雅2013年依然是高端化妆品中公司排名第一，旗下高端品牌如契尔氏、兰蔻的中国表现较为瞩目。

全球化妆品零售市场

中国抗衰老化妆品市场

中国化妆品市场挑战和机遇



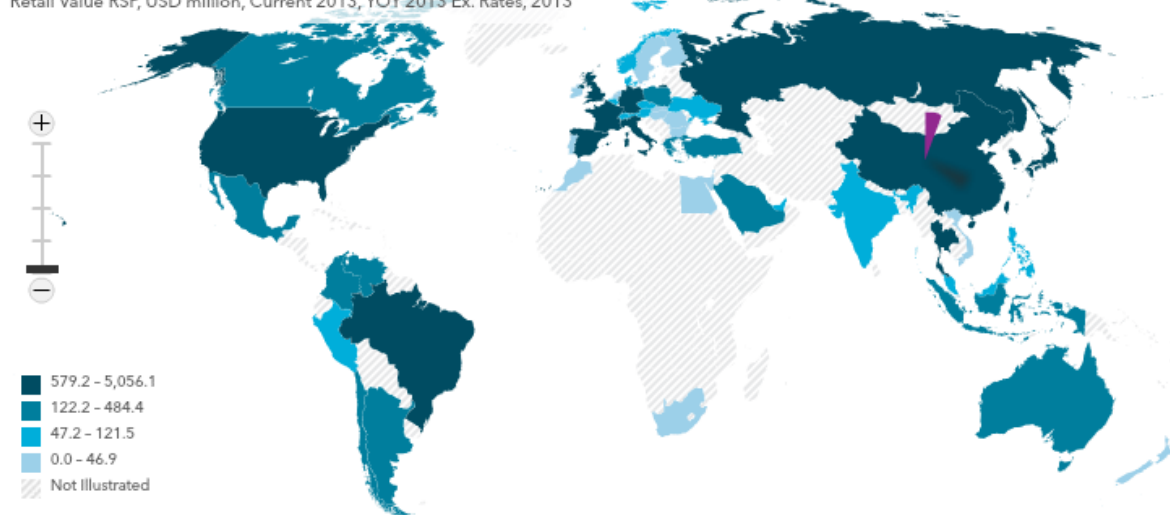


中国抗衰老化妆品市场

Anti-Agers

Market Size ▼

Retail Value RSP, USD million, Current 2013, YOY 2013 Ex. Rates, 2013



Currency ▼

Highlight Countries ▼

Global Figure ■■■

2013, USD million

24,652.0

Regional Comparison

2013, USD million



China Explore In Detail

Market Size ■■■

2013, USD million

5,056.1

Per Capita ■■■

2013, USD

3.7

Growth ■■■

2013-18 CAGR

12.3%

© Euromonitor International 2014

中国抗衰老化妆品市场占全球的20.5%，人均消费是世界人均消费的106%，2013-2018年的复合增长率是世界的2.4倍。



中国高端抗衰老化妆品市场

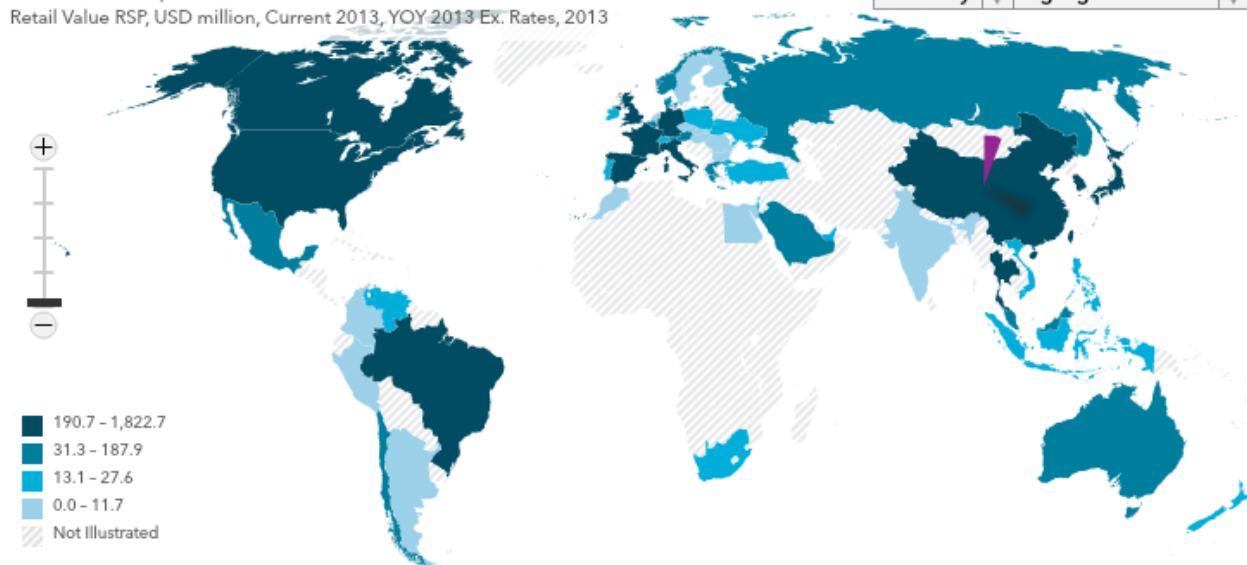
Premium Anti-Agers

Market Size ▼

Retail Value RSP, USD million, Current 2013, YOY 2013 Ex. Rates, 2013

Currency ▼

Highlight Countries ▼



Global Figure ■■■

2013, USD million

10,721.0

Regional Comparison

2013, USD million



China Explore in Detail

Market Size ■■■ i

2013, USD million

1,817.8

Per Capita ■■■ i

2013, USD

1.3

Growth ■■■ i

2013-18 CAGR

16.1%

© Euromonitor International 2014

中国抗衰老化妆品市场占全球的17%，人均消费是世界人均消费的87%，2013-2018年的复合增长率是世界的2.7倍。



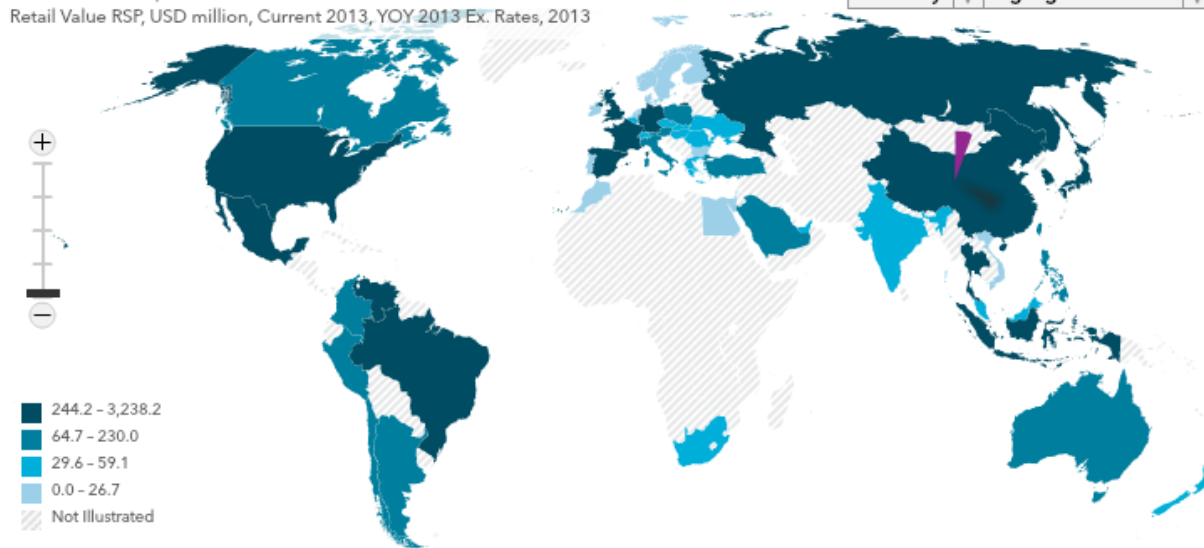
中国大众抗衰老化妆品市场

Mass Anti-Agers

Market Size ▼

Retail Value RSP, USD million, Current 2013, YOY 2013 Ex. Rates, 2013

Currency ▼ Highlight Countries ▼



Global Figure ■■■

2013, USD million

13,930.9

Regional Comparison

2013, USD million



China Explore In Detail

Market Size ■■■ i

2013, USD million 3,238.2

Per Capita ■■■ i

2013, USD 2.4

Growth ■■■ i

2013-18 CAGR 10.0%

© Euromonitor International 2014

中国抗衰老化妆品市场占全球的23%，人均消费是世界人均消费的120%，2013-2018年的复合增长率是世界的2.2倍。

中国高端和大众抗衰老化妆品主流品牌

13

Change View	Brand	Company name (GBO)	2008	2009	2010	2011	2012	2013
China								
Premium Anti-Agers								
☐	Nu Skin	Nu Skin Enterprises Inc	-	0.3	0.8	2.0	3.6	13.9
☐	Estée Lauder	Estée Lauder Cos Inc	8.5	10.0	10.4	11.9	12.7	13.1
☐	Lancôme	L'Oréal Groupe	11.3	11.6	11.8	12.9	13.3	13.1
☐	Shiseido	Shiseido Co Ltd	8.8	10.7	10.4	9.6	8.5	7.3
☐	Artistry	Amway Corp	11.4	9.6	8.8	8.0	7.0	6.6
☐	Christian Dior	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA	3.7	3.3	3.4	3.1	2.9	2.6
☐	Vichy	L'Oréal Groupe	5.1	4.4	4.2	3.3	2.8	2.6
☐	Chanel	Chanel SA	2.0	2.1	2.4	2.5	2.5	2.4
☐	SK-II	Procter & Gamble Co, The	0.6	0.7	1.0	1.5	1.9	2.2
☐	La Prairie	Beiersdorf AG	1.8	1.8	2.0	2.1	1.9	1.8
☐	Sisley	Sisley						
Mass Anti-Agers								
☐	Guerlain	LVMH						
☐	L'Oréal Paris	L'Oréal Groupe	12.2	12.4	13.9	13.7	14.0	14.3
☐	Olay	Procter & Gamble Co, The	13.6	12.3	11.7	10.7	9.8	8.9
☐	Mary Kay	Mary Kay Inc	4.3	5.0	5.7	6.8	7.1	7.8
☐	Clinique	Estée Lauder Cos Inc	9.1	8.5	8.5	8.3	7.7	7.2
☐	Kosé	Kosé	3.8	4.5	5.1	5.7	6.1	6.4
☐	La Roche-Posay	L'Oréal Groupe	0.6	0.7	2.0	3.0	4.3	4.6
☐	Marubi	Guangdong Marubi Biotechnology Co Ltd	1.2	1.9	2.7	3.3	3.9	4.5
☐	Herborist	Shanghai Jahwa United Co Ltd	1.0	1.2	1.7	2.1	2.8	3.3
☐	Nu Skin	Nu Skin Enterprises Inc	0.5	0.3	0.2	0.5	0.7	3.0
☐	Mamonde	AmorePacific Corp	1.2	1.3	1.9	2.2	2.7	2.8
☐	DHC	DHC Corp	1.3	1.4	1.9	2.1	2.1	1.7
☐	Tjoy	Coty Inc	-	-	1.6	1.5	1.4	1.1
☐	Meifubao	Huanyan Group Co Ltd	0.1	0.6	0.9	1.1	1.1	1.1
☐	Proya	Proya Cosmetics Co Ltd	0.2	0.4	0.6	0.8	1.0	1.0
☐	Maysu	Jala (Group) Co Ltd	-	0.6	0.6	0.7	0.8	0.9
☐	Laneige	AmorePacific Corp	0.7	0.6	0.6	0.6	0.7	0.8
☐	Dabao	Johnson & Johnson Inc	1.8	1.3	1.1	0.9	0.9	0.8
☐	Urara	Shiseido Co Ltd	0.8	0.8	0.7	0.8	0.8	0.7
☐	Aglaia	Jala (Group) Co Ltd	0.4	0.5	0.5	0.6	0.6	0.7



你值得拥有
L'ORÉAL
PARIS

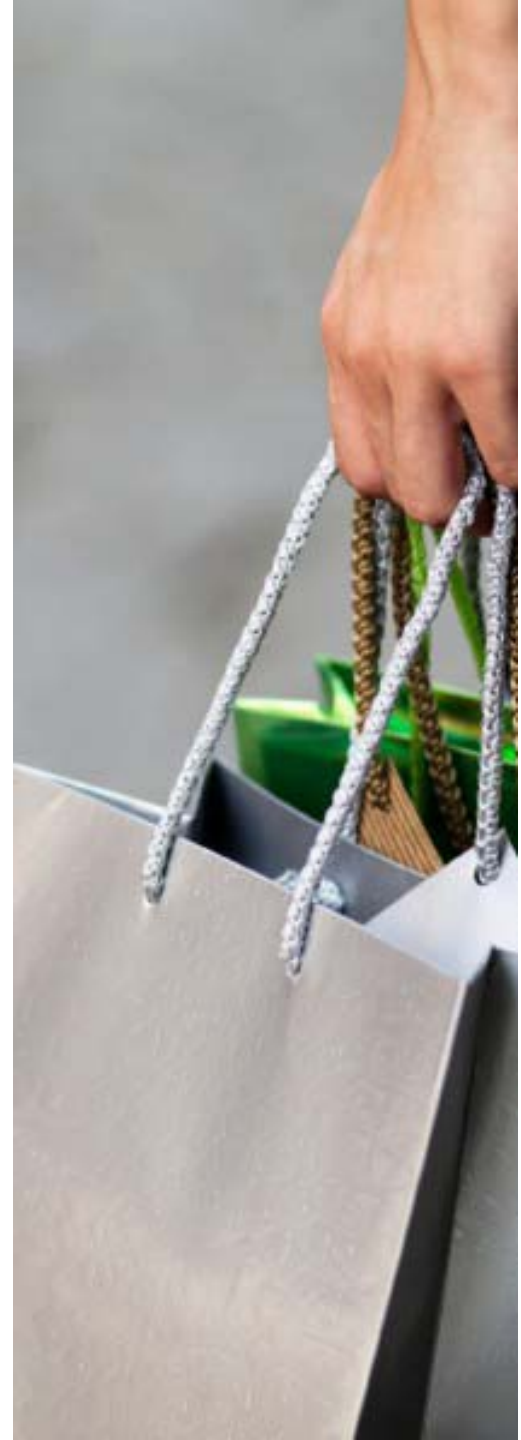


MARY KAY
玫琳凯

全球化妆品零售市场

中国抗衰老化妆品市场

中国化妆品市场挑战和机遇





中国消费者需要什么？

15



品牌



品牌？ 品牌!!



社会地位象征

功能



自身形象



抗衰老/美白

形式



化妆品之外的额外美容



抗衰老以及美白仍然受中国消费者的欢迎

16

抗衰老: 高科技抗衰老产品从高端向大众品牌延伸

美白: 产品细分化, 例如专门针对眼部斑点修复美白





化妆品之外的额外美容产品

17

美容口服液

含骨胶原蛋白

起源于日本和韩国



美容器具

科莱丽声波深切净颜仪

玉兰油洁面仪





谢谢！

马良 (Michael Ma)

国际大客户经理(中国区)

Michael.Ma@euromonitor.com.cn