

CHINY – POTENCJAŁ RYNKU KOSMETYCZNEGO W DOBIE *SHE-ECONOMY*

Raport Zagranicznego Biura Handlowego PAIH w Szanghaju

Chiny są jednym z najbardziej perspektywicznych rynków kosmetyków na świecie. Wraz z wdrożeniem chińskiego planu gospodarczego, realizacją nowej strategii urbanizacyjnej, dalszą koncentracją ludności w miastach oraz wzrostem dochodu per capita, rynek Państwa Środka wciąż intensywnie rośnie.

Dane Euromonitora wskazują, że sprzedaż kosmetyków w Chinach wzrosła o 64% (z 204 533 miliardów RMB w 2010 roku do 336 061 miliardów RMB w 2016 roku). Obecnie kraj ten jest drugim największym na świecie konsumentem kosmetyków po Stanach Zjednoczonych.



Geograficzna nisza dla polskich producentów kosmetyków

W latach 2012–2016 wzrost importu kosmetyków do Chin wyniósł ponad 197% i wzrósł z poziomu 1,7 mld EUR do blisko 5 mld EUR. W strukturze chińskiego importu kosmetyków dominującą pozycję zajmuje Francja z udziałem wynoszącym ponad 23,5%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości zaledwie 15 mln EUR stanowiły w 2016 r. 0,3% całości wolumenu, co pokazuje, że na rynku chińskim istnieje duży potencjał do zdecydowanych ruchów ekspansyjnych i zwiększenia eksportu przez producentów polskich kosmetyków. W ciągu ostatnich dwóch lat, ze względu na spowolnienie wzrostu gospodarczego, dynamika rozwoju branży nieco osłabła, ale pozostała na poziomie około 6%. Oczekuje się, że w 2017 r. rynek kosmetyków w Chinach osiągnie wartość 358 765 mld RMB.

Perspektywy i bariery

Zgodnie z przewodnikiem *Asia Personal Care & Cosmetics Market Guide 2016* wydanym przez amerykański Departament Handlu, dzięki wzrostowi sprzedaży kosmetyków w Chinach w tempie



7-10% rocznie, Państwo Środka w ciągu 5-10 lat stanie się największym rynkiem kosmetycznym na świecie. Mimo ogromnego potencjału rynku, zaledwie co 10. mieszkaniec Chin używa kosmetyków regularnie. Główną barierą wejścia jest proces certyfikacji produktów kosmetycznych, który może trwać nawet kilka lat. Dlatego, z obserwacji ekspertów Zagranicznego Biura Handlowego PAIH w Szanghaju wynika, że najlepiej radzą sobie polskie marki wchodząc na rynek poprzez cross border e-commerce (przykładem jest firma Ziaja, która sprzedaje produkty na portalu jd.com).

Jak pokazują dane Euromonitora, zagraniczne marki zajmują wiodącą pozycję na rynku kosmetyków w Chinach. Jeśli chodzi o krajowe marki kosmetyczne dominują dwie - Shanghai Jahwa i JALA. Ważnym segmentem sektora pozostają również specjalistyczne produkty do pielęgnacji skóry. Statystyki Euromonitora pokazują, że chińska sprzedaż na rynku produktów do pielęgnacji skóry w latach 2010- 2015 notowała roczne tempo wzrostu 9,85%, a w 2015 r. osiągnęła wartość 160 818 miliardów RMB – oznacza to, że była najszybciej rosnącą kategorią w branży. Jednak w porównaniu z krajami rozwiniętymi, chińska konsumpcja produktów do pielęgnacji skóry w przeliczeniu na jednego mieszkańca wynosi 17,96 USD, jest zatem nie tylko znacznie niższa niż w Stanach Zjednoczonych i Niemczech, ale także niższa niż w Japonii czy Korei Południowej. W przyszłości, wraz z popularyzacją trendów urodowych i kultywacją pielęgnacji skóry, różnica ta prawdopodobnie się zmniejszy.

Kobiety rządzą

Preferencje kosmetyczne konsumentów stają się mocniej zindywidualizowane wraz z wiekiem. Takie trendy pielęgnacyjne jak wybielanie, anti-aging, nawilżanie, ochrona przeciwsłoneczna będą musiały być stale zagospodarowywane kolejnymi nowinkami. Ponadto w ostatnich latach bardzo poszukiwane są produkty naturalne oraz organiczne, które będą dominować na rynku kosmetyków w nadchodzących latach i staną się priorytetowym przedmiotem zainteresowania koncernów kosmetycznych, również w kontekście pozycjonowania produktu w Chinach. Gospodarka zorientowana na płeć piękną (tzw. *she-economy*) stanie się podstawą i motorem szybkiego rozwoju branży kosmetycznej w Chinach. Według National Bureau of Statistics w Chinach żyje obecnie blisko 300 milionów kobiet w grupie wiekowej 25-45 lat. Wraz ze wzrostem ich statusu ekonomicznego, społecznego i rodzinnego, kobiety stopniowo stają się wiodącym konsumentem – nie tylko zresztą na rynku produktów kosmetycznych. Ogromna populacja kobiet, umacniająca się niezależność ekonomiczna i aktualne trendy („dążenie do piękna”, „konsumpcja emocjonalna”, „personalizacja”) stworzyły w Chinach silne podwaliny dla gospodarki skoncentrowanej na potrzebach kobiet.

Pod względem wielkości klasy średniej i dynamiki wzrostu dochodów Chiny plasują się w czołówce światowej razem ze Stanami Zjednoczonymi czy bogatymi krajami Europy Zachodniej. Rosnąca siła nabywcza mieszkańców miast i wsi oraz rozwój rynku dóbr luksusowych rysuje dla branży kosmetycznej w Chinach bardzo optymistyczną przyszłość.



Wydarzenia targowe 2018

W dniach 19-21.05.2018 r. odbędą się najbardziej prestiżowe w Chinach targi kosmetyczne **China Beauty Expo**, które będą okazją do nawiązania kontaktu z wiodącymi firmami kosmetycznymi w Azji. Współpraca z lokalnym partnerem zdecydowanie ułatwia pozycjonowanie własnych marek w regionie.

**Poznaj biznesowy
potencjał Chin:**

<http://www.gochina.gov.pl/>

**Skontaktuj się z biurem
PAIH w Szanghaju:**

<https://china.trade.gov.pl/pl/o-zbh>