

eksport



Branża kosmetyczna na Filipinach – charakterystyka rynku, trendy i informacje praktyczne

Rafał Owczarek
Kierownik ZBH Manila

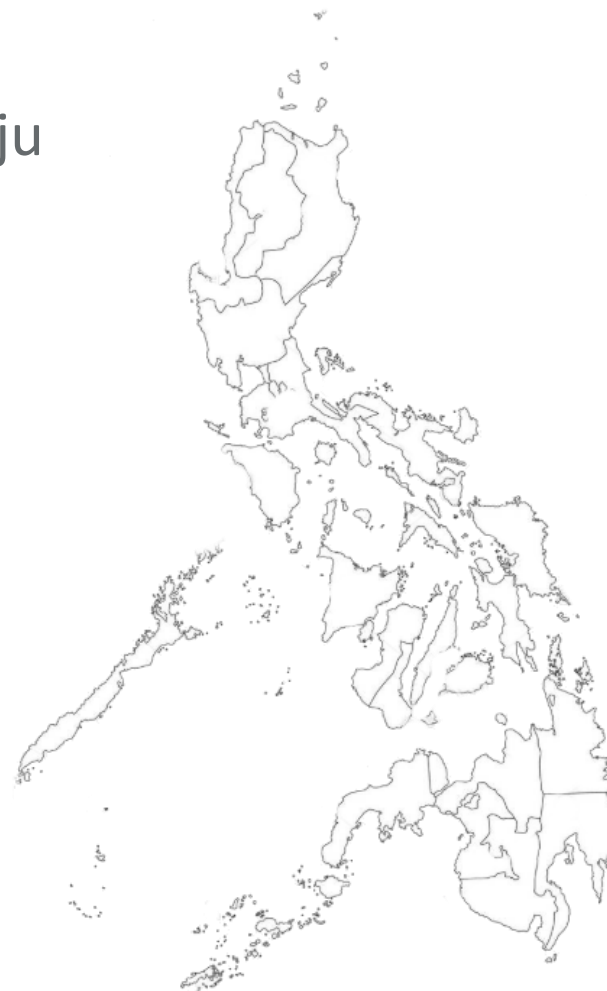


Branża kosmetyczna na Filipinach: informacje praktyczne

Filipiny – podstawowe informacje o kraju

	Nazwa kraju	Filipiny
	Język urzędowy	angielski / Tagalog (filipiński)
	Stolica	Manila
	Powierzchnia	300 000 km ²
	Populacja	109,5 mln (1.5%) / Średni wiek populacji 24 lata
	Waluta	Peso (1 PHP = 0,0718 PLN, NBP 25.06.20)
	Podatki	CIT 30% VAT 0 - 12% PIT 5 – 32% SSS 8% + 4%
	Strefa czasowa	UTC + 8
	Główne komunikatory	 Viber  Facebook
	PKB per capita	3,102 USD (2018) (PKB PSN 8,321 USD)
	Export	Eksport (ogółem): 62,675 mld USD (2019, PSA) Import (ogółem): 117,245 mld USD (2019, PSA)

Eksport z Polski na Filipiny: 95 mln USD (2019, GUS)
Import z Filipin do Polski: 544 mln USD (2019, GUS)



Branża kosmetyczna na Filipinach: informacje praktyczne

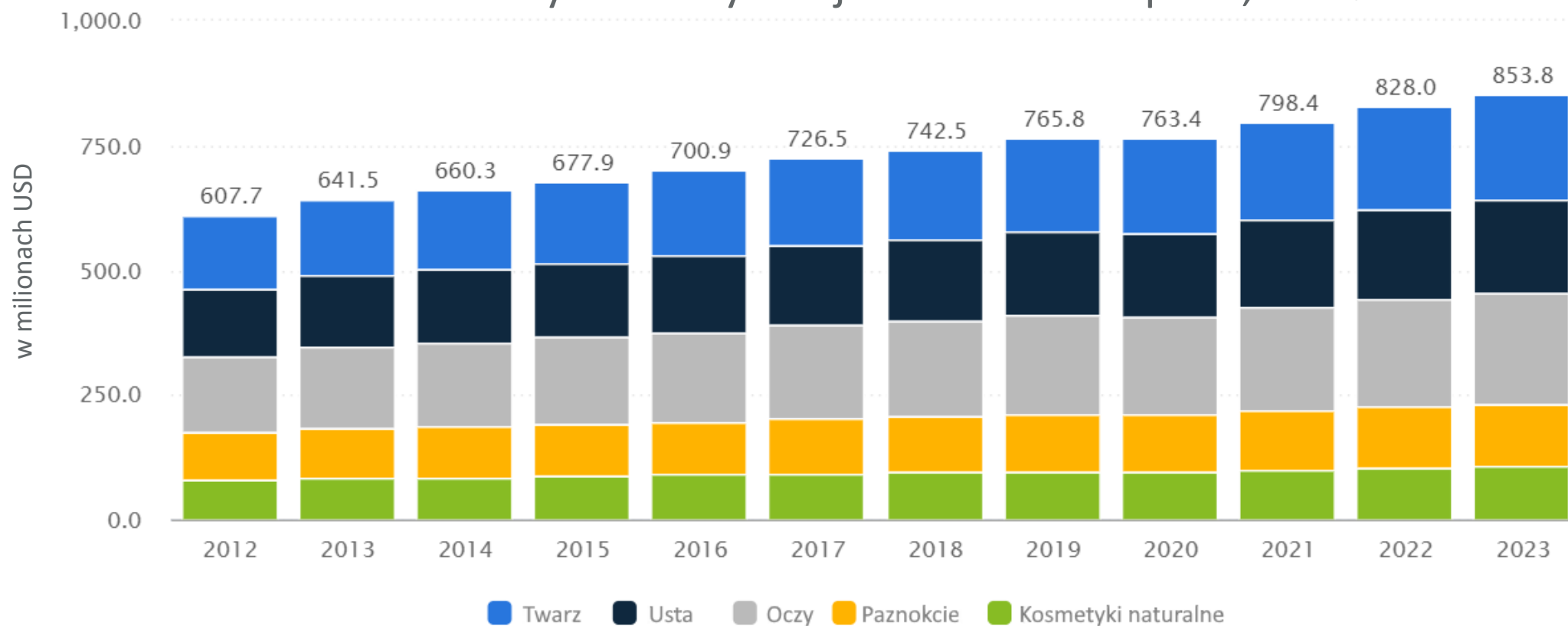
Ogólna charakterystyka rynku

- Szybko rozwijający się rynek ze średnim rocznym tempem wzrostu gospodarczego ok. 6-7%.
- Gospodarka prężnie rozwija sektory usług i produkcji przemysłowej.
- Dobry potencjał rynku głównie ze względu na stale rosnącą klasę średnią, jej wyższe wydatki na inwestycje i konsumpcję.
- Główne kierunki filipińskiego importu (2019):
 - Kraje (%): Chiny (15,0), Japonia (8,7), Rep. Korei (8,0), Singapur (7,9), Indonezja (7,0), USA (6,9), inne (53,5).
- Główne towary importowe (%) [2019]:
 - wyroby elektroniczne i elektryczne (24,6), paliwa mineralne, smary i in. (12,1), maszyny przemysłowe i urządzenia (11,1), pojazdy i sprzęt transportowy (7,5), żelazo i stal (4,5), tworzywa sztuczne (3,3), lotnictwo (2,8), płatki śniadaniowe (2,3) i inne (31,8).

eksport

Branża kosmetyczna na Filipinach: informacje praktyczne

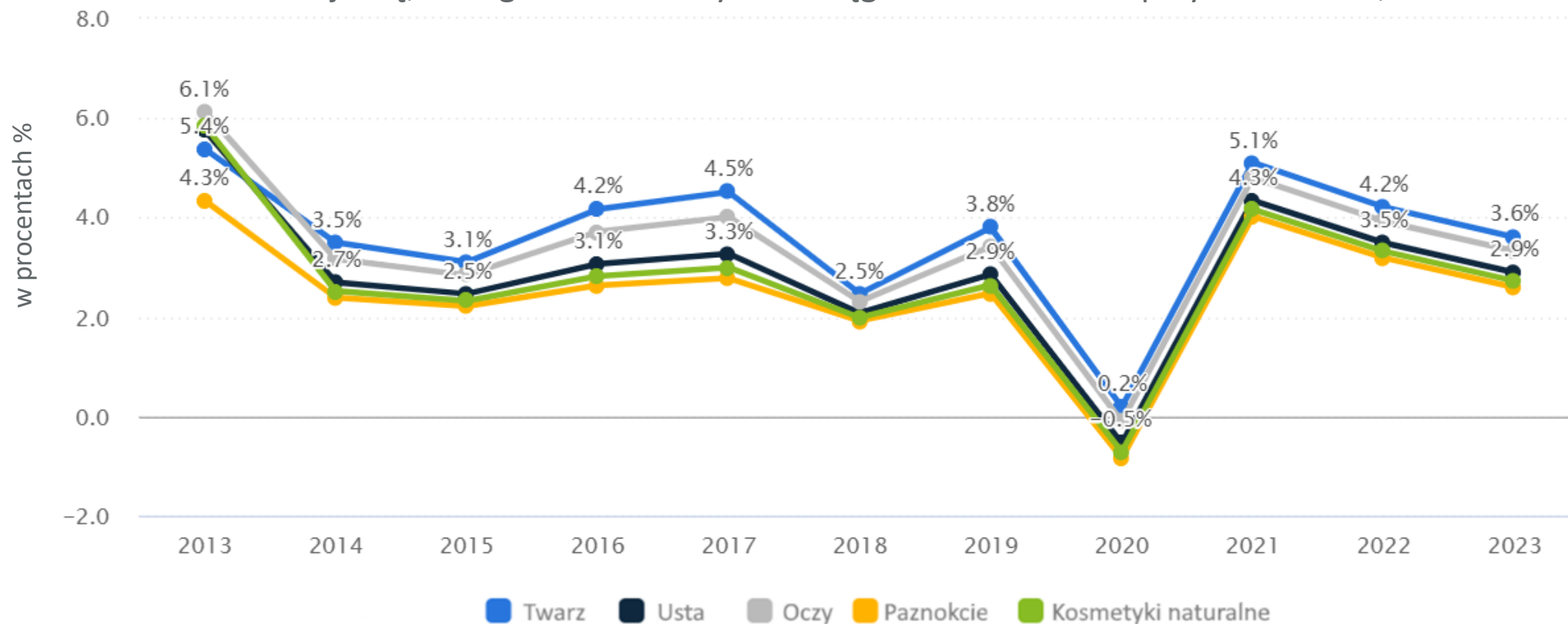
Dochód w branży kosmetycznej wzrasta w tempie 3,5 – 6% rocznie.



eksport

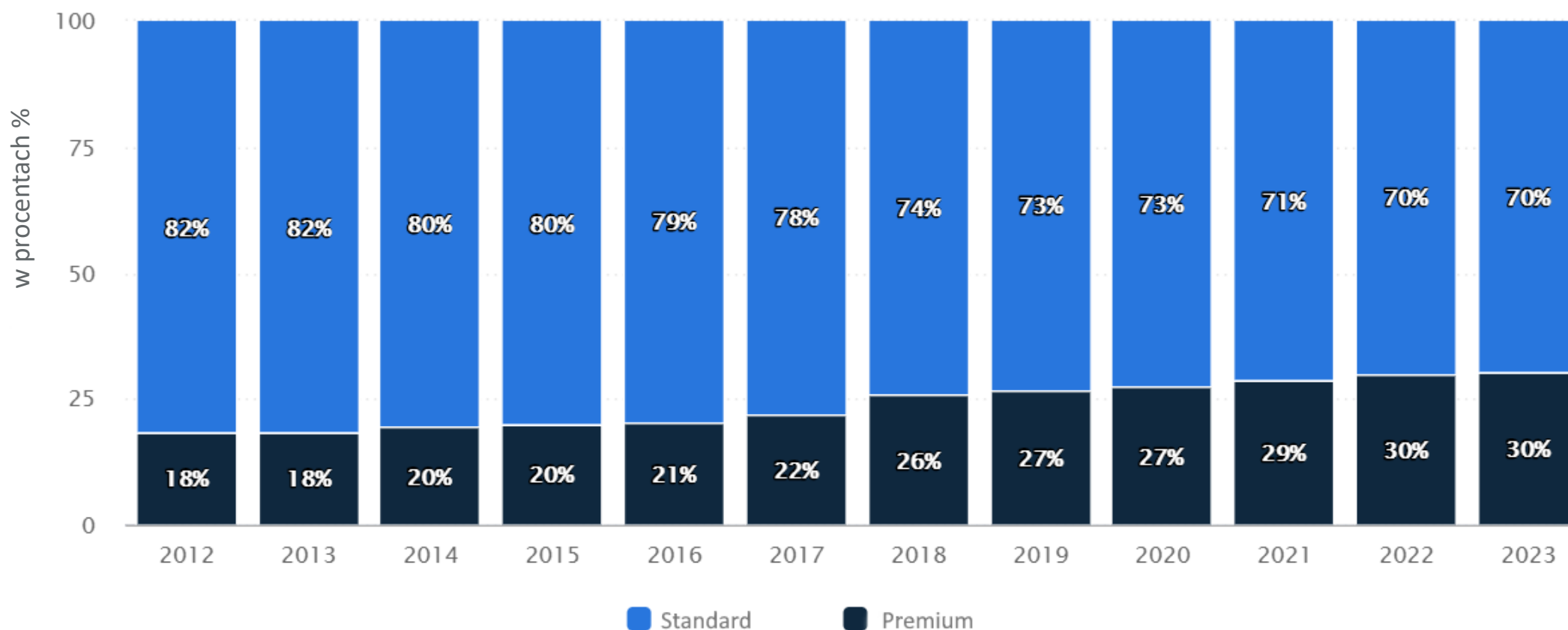
Branża kosmetyczna na Filipinach: informacje praktyczne

Szacuje się, że segment kosmetyków osiągnie średni wzrost przychodów o 4,6% w 2021 r.



Branża kosmetyczna na Filipinach: informacje praktyczne

W 2021 r. 71% sprzedaży w segmencie kosmetyków będzie można przypisać товарom innym niż Premium.



Branża kosmetyczna na Filipinach: informacje praktyczne

Udział producentów w rynku kosmetyków (2019)

1	Unilever Philippines Inc	23.80%
2	Procter & Gamble Philippines	14.60%
3	Colgate-Palmolive Philippines	12.80%
4	Avon Cosmetics Inc	6.80%
5	Johnson & Johnson (Philippines)	4.30%
6	Cosmetique Asia Corp	2.30%
7	Splash Corp	2.20%
8	Beiersdorf Philippines Inc	2.10%
9	L'Oréal Philippines Inc	2.00%
10	Ever Bilena Cosmetics Inc	1.20%

11	BEVI Beauty Elements Ventures Inc.	1.10%
12	Estée Lauder Inc	1.10%
13	Tupperware Brands Philippines	1.10%
14	Personal Collection Direct Selling Inc	0.90%
15	Lamoiyan Corp	0.80%
16	HBC Inc	0.80%
17	ACS Mfg Corp	0.60%
18	Mary Kay Philippines Inc	0.60%
19	Własna marka (Private Label)	0.30%
20	Inne	20.60%

Branża kosmetyczna na Filipinach: informacje praktyczne

Udział producentów / marek premium w rynku kosmetyków (2017 – 2019)

#	Producent / Marka	2017	2018	2019
1	Estée Lauder Inc	20.60%	20.90%	20.70%
2	L'Oréal Philippines Inc	4.90%	4.80%	4.60%
3	Amway Philippines LLC	3.40%	3.20%	3.00%
4	Puig SL	3.00%	2.90%	2.80%
5	Shiseido Co Ltd	2.50%	2.40%	2.60%
6	Elizabeth Arden Inc	2.00%	1.90%	1.80%
7	Henkel AG & Co KGaA	2.00%	1.90%	1.90%
8	VMV Group	2.00%	2.00%	2.00%
9	Ralph Lauren, Parfums	1.80%	1.80%	1.70%
10	Parfums Christian Dior	1.70%	1.60%	1.60%
11	Clarins SA	1.50%	1.50%	1.50%
12	Hugo Boss AG	1.40%	1.30%	1.20%

Możliwości ekspansji na rynku filipińskim dla polskich producentów z branży kosmetycznej

Kanały sprzedaży - ekspansja powierzchni handlowej w całym kraju



- **Centra handlowe / Shopping Malls** (Glorietta, Mega Mall, Mall of Asia)
Sklepy markowe, high-end konsument, dobre miejsce na Product Launch

- **Domy handlowe / Department Stores** (SM, Robinson, Rustan)
Standy markowe, klasa średnia i wyższa konsumenta, dobre miejsce na Product Launch



- **Drogerie/Apteki** (TGP [2,112], Mercury Drug [1,170], Watson [625], South Star Drug [572], Rose Pharmacy [263])

Wysoki współczynnik konwersji konsumenta, klasa niższa i średnia, współpraca z dystrybutorem

- **Salony kosmetyczne**
Autorytet kosmetyczki, profesjonalna rada, produkty z wyższej półki

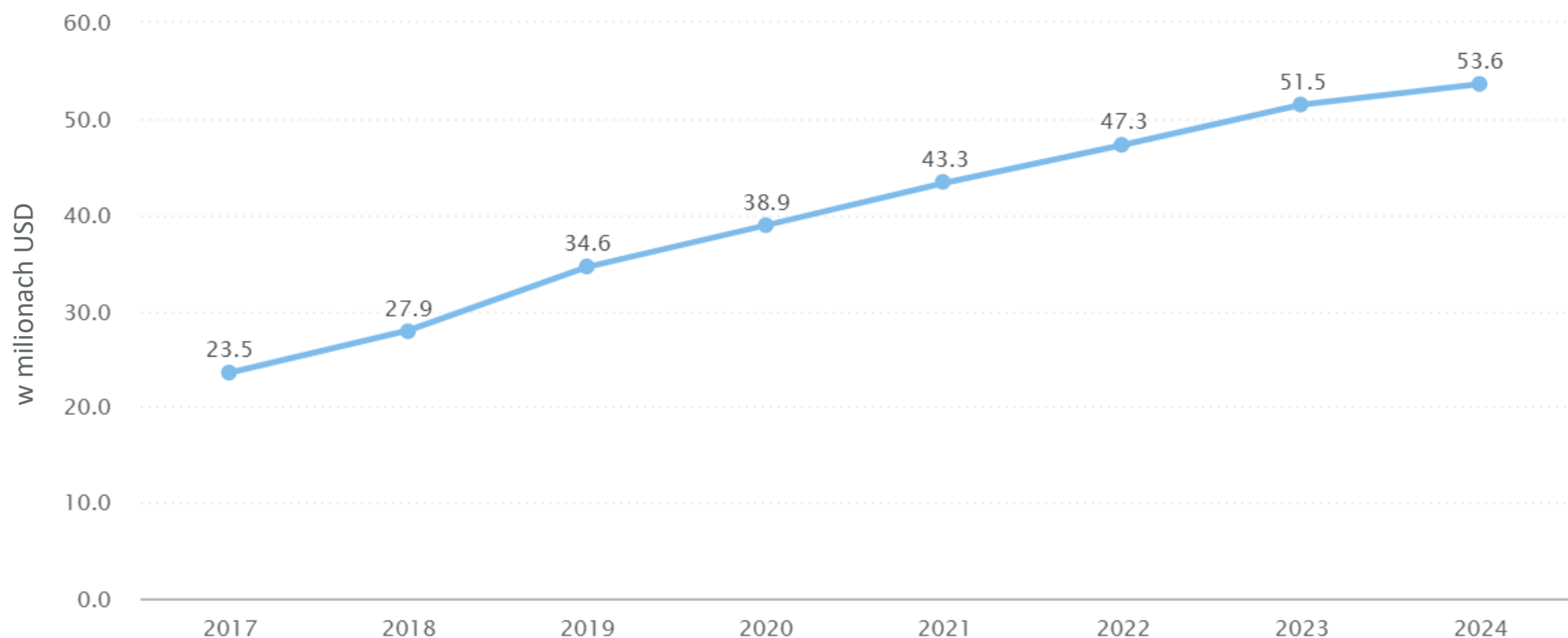
- **Online / e-commerce i media społecznościowe**
Łatwiejsze rozpoczęcie działalności, dostęp do szerokiej gamy konsumentów



eksport

Branża kosmetyczna na Filipinach: informacje praktyczne

Szacowana liczba użytkowników e-commerce w 2024 r. wyniesie 53,6 mln.



Możliwości ekspansji na rynku filipińskim dla polskich producentów z branży kosmetycznej

Najpopularniejsze kanały sprzedaży e-commerce w ASEANie

 INDONESIA	 MALAYSIA	 PHILIPPINES	 THAILAND	 VIETNAM	 SINGAPORE
1 	1 	1 	1 	1 	1 
2 	2 	2 	2 	2 	2 
3 	3 	3 	3 	3 	3 
4 	4 	4 	4 	4 	4 
5 	5 	5 	5 	5 	5 
6 	6 	6 	6 	6 	6 
7 	7 	7 	7 	7 	7 
8 	8 	8 	8 	8 	8 
9 	9 	9 	9 	9 	9 
10 	10 	10 	10 	10 	10 

eksport

Możliwości ekspansji na rynku filipińskim dla polskich producentów z branży kosmetycznej

Najpopularniejsze kanały sprzedaży kosmetyków ONLINE – Filipiny



Lazada

www.lazada.com.ph

Q1 2019: 25,652,100 wizyt



Shopee

Shopee

www.zalora.com.ph

Q1 2019: 15,373,900 wizyt



Zalora

www.zalora.com.ph

Q1 2019: 1,669,400 wizyt



eBay.ph

www.ebay.ph

Q1 2019: 896,990 wizyt



Beauty MNL

www.beautymnl.com



Calyxta

www.calyxta.com



The Makeup Store MNL

www.themakeupstoremnl.com



Care To Beauty

www.caretobeaauty.com/ph



1Outlets

www.1outlets.ph



Galleon

<https://www.galleon.ph>



Ubuy

www.ubuy.com.ph

Branża kosmetyczna na Filipinach: informacje praktyczne

Istotne czynniki dla filipińskiego konsumenta (1)



Jakie właściwości kosmetyku / składniki są najbardziej atrakcyjne

- Właściwości wybielające – utrzymujący się trend
- Kosmetyki do pielęgnacji twarzy z właściwościami anti-aging
- Naturalne składniki: argan, aloe vera, masło shea, woda morską, kolagen, gliny wulkaniczne, nasiona chia
- FDA ogranicza stosowanie rtęci w kosmetykach do 1 mg/kg (kontrola kosmetyków wybielających)



Preferowane trendy kosmetyczne

- K-beauty – wybielające/naturalne (Etude House, The Face Shop, Tony Molly, Nature Republic)
Bardzo duży wpływ na branżę kosmetyczną, lokalne marki czerpią inspirację z produktów koreańskich



Opakowanie jest ważne

- Bardziej wyrafinowane opakowania mogą wpłynąć na sprzedaż produktów, pomagając im wyróżnić się na coraz bardziej zatłoczonych półkach
- Język angielski

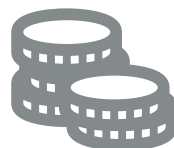
Branża kosmetyczna na Filipinach: informacje praktyczne

Istotne czynniki dla filipińskiego konsumenta (2)



Atrakcyjny Product Launch

- Centrum handlowe / Dom handlowy
- Kampania w mediach społecznościowych / Influencer



Cena i świadomość konsumencka

- Inflacja na poziomie 2-2.5% rocznie (5.21% w 2018 r.)
- Parytet siły nabywczej na poziomie \$8,321 (porównywalny do Polski w latach 1996-1997)
- Stopa ubóstwa na poziomie 20% (ok. 22mln ludzi)
- Rosnące dochody krajowe per capita powyżej średniej Banku Światowego



Bariery wejścia na rynek dla nowych produktów

- Udziały obcokrajowców ograniczone do 40% i wpłacony kapitał zakładowy nie mniejszy niż \$2,5mln USD
- Wysoka konkurencja znanych marek zagranicznych i lokalnych
- Oryginalność produktu – strach przed podrobionymi produktami

Branża kosmetyczna na Filipinach: informacje praktyczne

Wprowadzenie produktu i rejestracja kosmetyków na Filipinach

Proces wprowadzenia produktu na rynek

- Dystrybutor
1. Rejestracja spółki/oddziału w krajowym rejestrze **Securities and Exchange Commission (SEC)**
 2. Uzyskanie licencji na prowadzenie działalności **License to Operate (LTO)**
 3. Aplikacja o rejestrację produktu kosmetycznego w **Food and Drug Administration (FDA)**
 4. Uzyskanie certyfikatu FDA tzw.: **Notification of Cosmetic Product (NCP)**

Wymagania dotyczące uzyskania certyfikatu NCP *

1. Certyfikat producenta
Certificate of Manufacturer
2. Certyfikat sprzedaży lub certyfikat dobrej praktyki produkcyjnej
Certificate of Free Sale or Good Manufacturing Practice Certificate
3. Nazwy, funkcje i procent każdego składnika w recepturze produktu
4. Przejrzyste i kompletne etykiety produktów i grafiki
5. Dowód uiszczenia opłat

eksport

Branża kosmetyczna na Filipinach: informacje praktyczne

Najważniejsze wydarzenia w branży



PHILBEAUTY – MANILA
9-11 czerwiec 2021
SMX Convention Center



BEAUTY & WELLNESS MANILA
wrzesień 2021
SMX Convention Center



BEAUTY PROFESSIONAL PH
październik 2021
SMX Convention Center

Możliwości ekspansji na rynku filipińskim dla polskich producentów z branży kosmetycznej

Wyzwania



Ograniczenia udziałów obcokrajowców we własności spółki zarejestrowanej na Filipinach



Silna pozycja znanych marek zagranicznych i lokalnych



Przekonanie lokalnych dystrybutorów do wartości nowej marki w długim terminie



Budowanie marki na Filipinach to nie quick sale lecz proces długotrwały

Szanse



Drugi pod względem liczby ludności kraj w ASEANie i stale rosnąca klasa średnia



Ekspansja powierzchni handlowej w całym kraju – Build Build Build



Korzystny wizerunek: produkty z Europy to lepsza jakość



Sprzedaż online - liczba użytkowników e-commerce w 2021 r. wyniesie 43,3 mln



Rafał Owczarek

Kierownik

Zagraniczne Biuro Handlowe - Filipiny

Adres:

Polska Agencja Inwestycji i Handlu (PAIH)
19th Floor, Philippine AXA Life Centre Building
1268 Sen. Gil Puyat Avenue
Makati 1200
Metro Manila
Philippines

Kontakt:

tel: **+63 9613 414 840**

email: rafal.owczarek@paih.gov.pl

www.paih.gov.pl

Zapraszamy do subskrypcji newslettera PAIH,
w którym na bieżąco informujemy o kolejnych webinarach:

www.paih.gov.pl/paih_newsletter_pl