



东方美谷

上海·奉贤

正在崛起的上海新都市产业生态圈

韩国专家透露韩妆热销背后秘密

韩妆产业高速增长，中国怎么学

韩妆在中国的风行不仅仅是因为韩流，相比欧美化妆品公司的增长放缓，爱茉莉太平洋、LG 健康生活等韩国化妆品公司高速增长背后有怎样的秘密？

记者 | 应琛

李敏镐代言悦诗风吟参加该品牌的相关活动。



说到气垫，男生想的可能是绿茵场上用以减震的气垫跑鞋，女生会马上告诉你那是现在最火的、可快速补妆的“神器”。

随着韩剧《来自星星的你》2013 年热播，女主角千颂伊使用的同款“气垫霜”从 2014 年开始逐渐火了起来。2016 年，《太阳的后裔》大火，使得宋慧乔在剧中使用的兰芝气垫 BB 霜数量断货。这种源自韩系的底妆产品，因创新的设计和便捷的体验近几年在中国大热，也成为继 BB 霜之后在全球美容行业最火热的产品，引发欧莱雅、卡姿兰等国内外护肤和彩妆公司与品牌的跟进。

事实上，不止是气垫产品，最近这些年韩国化妆品一直深受国人的喜爱。走在北京、上海等城市，你会发现越来越多的韩国人气明星出现在地铁、商场的广告牌上。这些韩星在与中国消费者混个脸熟的同时，也俘获了不少粉丝，而他们代言的韩国品牌也逐渐进入中国消费者的视野。

韩国贸易协会和化妆品行业最新统计称，2015 年 1 至 7 月中国进口韩国化妆品规模达 3.71 亿美元，同比剧增 250.6%，韩国化妆品在华市场份额达 22.1%，同比提高 12.3 个百分点，韩国仅次于法国成为中国第二大化妆品进口来源国。仅这六个月，中国进口韩国化妆品规模已远远超过 2014 年全年的规模。

不过，韩妆在中国的风行不仅仅是因为韩流，相比欧美化妆品公司的增长放缓，爱茉莉太平洋、LG 健康生活等韩国化妆品公司高速增长背后有怎样的秘密？

韩妆这样崛起

韩流对韩妆的影响有多大？

据一项调查显示，韩国是购物的天堂，最吸引旅游者的莫过于韩国的化妆品，韩国化妆品销售是其经济的一大亮点，被