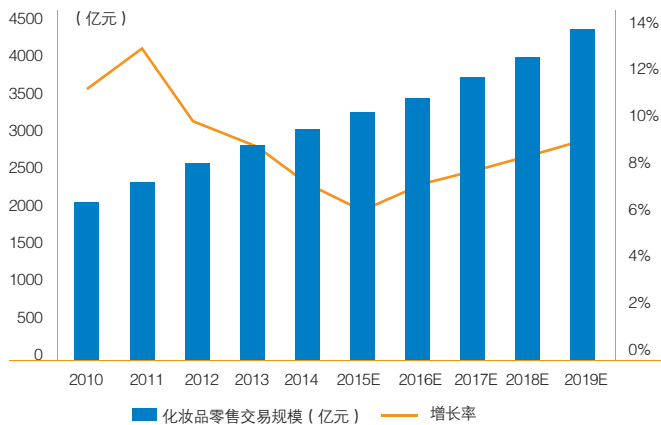


2010-2019年中国化妆品零售交易规模



认为是韩国“第一大支柱产业”。其中，购买韩国化妆品的外国游客中有三分之二的人是受韩流影响，对韩国化妆品开始产生兴趣，然后买来使用的。其中，比较受外国消费者欢迎的化妆品品牌有兰芝、悦诗风吟、菲诗小铺等，消费者购买数量最多的就是它们的粉底等彩妆化妆品。

有关人士认为，受韩流影响，韩国化妆品趁机进入亚洲乃至世界各个主要销售网点，从而成为世界化妆品市场的重要组成部分。

“由于受韩流明星们的影响，女孩子都追求‘童颜’，希望像韩剧里面的主人公一样让肌肤变得透明有自然光彩。因此，与美白、抗衰老、保湿和光彩相关的功能性产品与由明星做广告的产品始终深受欢迎。”韩国保健产业振兴院美容化妆品产业组组长、韩国食品医药品安全处食品医药品安全技术专门科委员会委员黄淳郁在接受《新民周刊》的采访时表示。

这几年来，韩国每年对外出口总额已达五六千亿美元。尽管韩国化妆品总销售额在韩国生产总额上占的比重并不像前文说的那样大，“不过韩国化妆品产业为韩国旅游业做出了重大的贡献。”黄淳郁给记者列举了这样几组数据——受“韩妆”潮流的影响，韩国国内化妆品生产总值首次突破100亿美元，贸易顺差达10亿美元。目前，韩国化妆品市场规模排名全球第九位。据计划，韩国2020年将把韩国化妆品生产规模扩大至150亿美元，居世界第七位。

与此同时，中韩自贸协定(FTA)也进一步推动了这一趋势。2015年，中韩双方完成了中韩自贸协定全部文本的草签，至此中韩FTA谈判已全部完成。从目前公布的信息看，中韩FTA是中国迄今为止涉及双边贸易额最大、领域范围最全的自贸协定。中韩FTA生效后，双方超过90%的产品在过渡期后都进入零关税时代。



宋慧乔演绎 Laneige 兰芝美妆大片，随着《太阳的后裔》大火，双色唇彩引发销售狂潮。

在当前存在关税的情况下，韩国对华化妆品出口量已经连年大幅增长，而一旦中国对韩国化妆品所征收的6.5%~18%的进口关税取消，韩国化妆品在中国市场的价格优势将进一步明显，竞争力进一步增强，在中国的市场份额也将进一步提升。

至于中国市场对韩国化妆品意味着什么，或许从韩国两大化妆品巨头的中国发展状况可以看出。爱茉莉太平洋旗下的代表品牌雪花秀2015年在中国市场的销售额增长了110%，悦诗风吟、梦妆及兰芝等品牌的涨幅也达40%。此外，LG生活健康去年在中国的销售也突破了2000亿韩元，今年预计将再增50%左右。

同时，韩国关税厅数据显示，2015年韩国化妆品的出口总额为29.3477亿美元，同比激增52.9%。在韩国十大出出国当中，中国大陆、中国香港、美国共同占比72.1%，其中中国大陆地区以11.95亿美元居首位，占韩国化妆品出口总额的40.7%，涨幅达99.9%。

“目前，中国是韩国最大的贸易伙伴、最大出口市场和进口来源国。”黄淳郁说，根据周围环境和条件全球贸易市场形势也不断变化，韩国化妆品产业也将需要更加扩大海外市场，产品要远销欧美、东南亚、阿拉伯和俄罗斯等更多国家。