



2015年科丝美诗中国法人销售额达2152亿韩元，同比增长64%。

联合利华这样的国际集团，也有自然堂、百雀羚这样的中国本土优秀品牌，产品覆盖了彩妆、护肤膏霜、洗面奶、面贴膜等多个品类，科丝美诗也成为了目前中国市场上最大的化妆品代工企业。

崔京认为，中国化妆品市场这几年的发展特别迅猛，特别包容的中国市场，无论大品牌、小品牌、国外品牌，还是国内品牌都能容括进来。中国的市场经济在近些年虽然发展迅猛，但相较国际发达地区水平，仍有不小差距，化妆品OEM行业亦如是，这让科丝美诗这样的代加工企业拥有了大展身手的天地。

2015年，科丝美诗中国区销售额在集团内的占有率达到27%。而2015年科丝美诗能在全球共实现5333亿韩元（约合人民币30.4亿元）的历史最高销售额纪录，连续第9年营收增幅超过20%。这背后，不能说没有中国市场卓越表现的推动因素。

在崔京看来，中国市场对于科丝美诗的贡献逐渐增加，地位日趋持重，最终会影响科丝美诗的大局走向。他对科丝美诗

中国的前景表现出极大的信心和雄心，此前他新增持母公司价值约10亿韩币（约合人民币570万元）的股票，就是一大证明。

鉴于中国业务需求的不断扩大，科丝美诗也将持续不断地在中国市场发力，以赢取更多市场份额。据了解，在扩建广州生产基地的同时，科丝美诗在上海奉贤的第二家工厂2015年已经开工建设，新工厂总投资达到2.5亿人民币，主要生产彩妆和面贴膜产品。目前，奉贤第二工厂的建设已近尾声，计划2016年底投产，预计年产能达到每年2.5亿支，加上科丝美诗在中国原有两家工厂每年3亿支的产能，科丝美诗2016年在中国的年产能将有望达到5.5亿支。

## 研发生产推进本土化

为了更好地融入中国市场，科丝美诗一直在加快本土化进程。在中国市场的“科丝美诗制造”中，“中国制造”和“韩国制造”

科丝美诗在上海奉贤的第二家工厂2015年已经开工建设，**新工厂总投资达到2.5亿人民币，主要生产彩妆和面贴膜产品。**