



차이나

CHINA Market Report

마켓 리포트



한국무역협회 베이징지부

전화 : 86-10-6505-2672/3

이메일 : beijingk@kita.net

최근 중국 화장품 시장 동향

요약

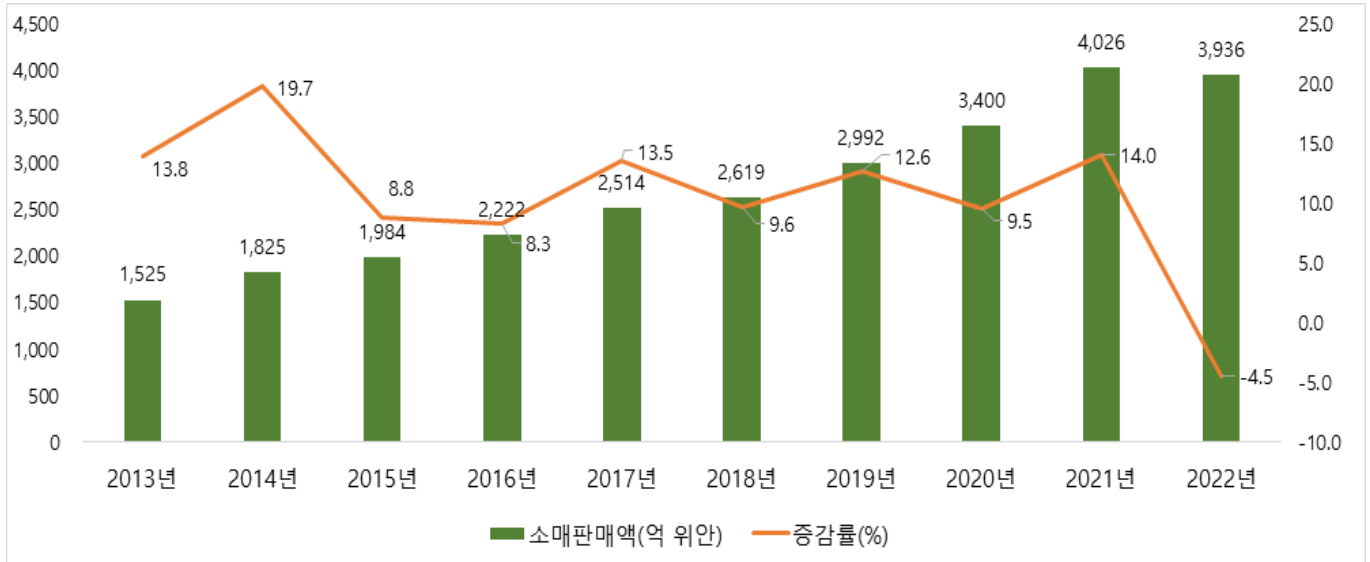
- 중국의 화장품 판매가 올해 상반기 역대 최고치를 보이고, 일부 화장품 기업은 두 자리 수의 성장세 기록하는 등 코로나19로 주춤했던 화장품 판매가 다시 증가
- 전자상거래 플랫폼의 일회성 소비, 높은 이탈률 등 단점을 보완하기 위한 오프라인 채널 재구축, 다양한 온라인 채널 중 최근 소비자들의 선호도 변화 등 중국 내 화장품 유통채널 다변화 추세
- ‘화장품 효능 평가규범’ 시행으로 기미 제거, 미백 등 기능성 화장품은 인체 효능 평가시험 진행, 2023년 12월 1일부터 수입산 치약은 국가약품감독관리국(NMPA) 등록 등 최근 중국 화장품 인증 및 관리감독 강화
- 중국산 화장품 브랜드의 기술력 제고 및 마케팅 채널 다양화로 화장품 수입은 가파른 성장세에서 감소세로 전환, 수출은 증가세

1. 화장품 시장 현황

■ (소매판매액) 중국의 화장품 판매는 2022년 감소세를 보인 후 올해 다시 상승세로 전환

- 화장품 소매판매액은 2013년 1,525억 위안에서 2022년 3,936억 위안으로 연평균 9.3%씩 성장

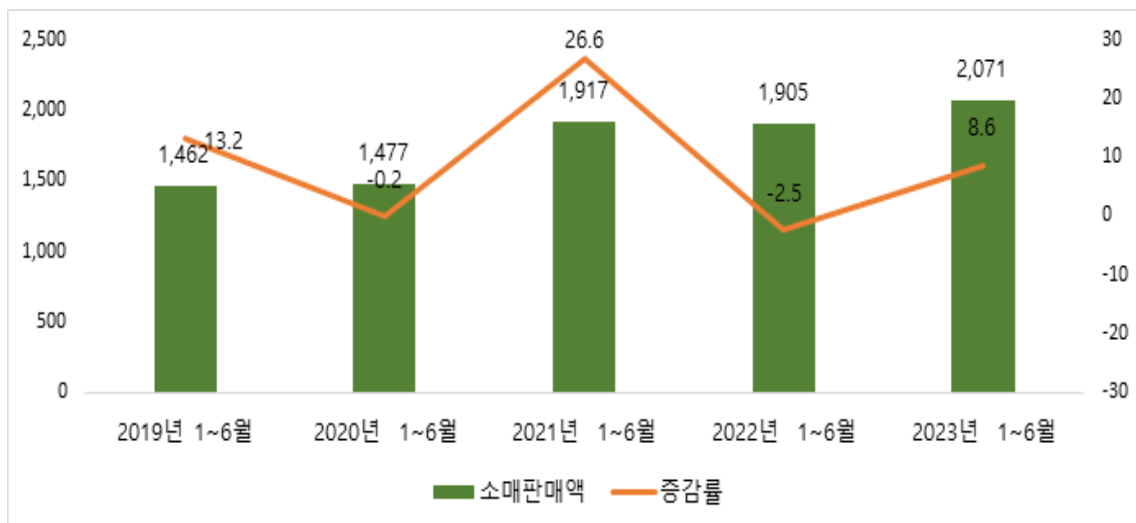
〈2013~2022년 화장품 소매판매액 추이〉



*출처 : 중국 국가통계국



- 2023년 1~6월 화장품 소매판매액은 전년 동기대비 8.6% 성장한 2,071억 위안으로 2,000억 위안대를 돌파하며 역대 최고치를 달성

〈2019~2023년 상반기 화장품 소매판매액 추이〉




*출처 : 중국 국가통계국

- **(생산업체)** 2022년 말 기준 화장품 생산업체는 전년 대비 10.8% 증가한 5,512개사이며, 장강·주강삼각주 주변에 대규모 화장품 산업단지 조성
- 광둥성 기업이 3,042개사로 1위, 그 외 저장성 596개사, 장쑤성 309개사, 상하이 226개사, 산둥 180개사, 푸젠 107개사, 후베이 102개사로 집계
- 유명 화장품 산업단지로는 광저우시 바이윈메이완(白云美湾), 광저우메이구(广州美谷), 상하이 동팡메이구(东方美谷), 저장성 후저우시 뷰티타운(美妆小镇) 등이 있음

| 산업단지명 | 소재지 | 소개 |
|---|-----------|---|
|  바이윈메이완 | 광저우시 바이윈구 | - 광둥성약품감독관리국, 광저우시바이윈구(白云区) 정부가 공동 건설, 면적은 10만m ² 로 광저우시 화장품 산업의 '북방 생산, 남방 무역' 발전을 도모 - 바이윈메이완에 소재한 화장품 생산업체는 1,300개사(전국 1/4, 광둥성 1/2), 화장품 도소매 업체는 6,000개사, 등록된 상표는 1,300만 건 *한후(韩后, hanhoo), 아돌프(阿道夫, ADOLPH), 카즈란(卡姿兰, Carslan) 등 입주 |
|  동팡메이구 | 상하이 평센구 | - 상하이시 평센구에서 2016년부터 건설, 면적은 6km ² 로 뷰티헬스, 문화창의, 관광레저, 전자상거래, 스포츠, 금융서비스, 패션, 사치품 등 다양한 산업 발전 - 상하이시 37%의 화장품 생산업체, 3,000여개 브랜드 집결 *자란그룹(伽蓝集团, JALA), 우시바이오로지스(药明生物, WuXi Biologics), 이강유전자(亿康基因, Yikon Genomics) 등 입주 |

- **(주요업체)** 올해 상반기 상장업체 실적 기준 '중국 10대 화장품 업체'는 상하이자화(上海家化), 프로야(珀莱雅), 화시바이오(华熙生物) 등의 순임
- 상하이자화, 프로야, 화시바이오 상반기 매출은 각각 36억 2,900만 위안, 36억 2,700만 위안, 30억 8,000만 위안으로 집계
- 자이언트바이오(巨子生物), 프로야, 완메이(丸美) 매출이 각각 전년 동기대비 63.0%, 38.1%, 29.6% 증가하는 등 최근 판매 호황

〈2023년 상반기 중국 10대 화장품 업체 실적〉

| 순위 | 회사명/로고 | 소재지 | 회사소개 및 홈페이지 | 매출 | 증감률 | 순이익 | 증감률 | 시가총액 *8/30 기준 |
|----|--|---------|--|------|------|-----|------|------------------|
| 1 | 상하이자화  Jahwa上海家化 | 상하이 | 1991년 설립, 2001년 상장한 역사가 유구한 민족기업 중 하나로 임직원은 5,500명. 바이차오지(佰草集, Herborist) 등 브랜드 출시 www.jahwa.com.cn | 36.3 | -2.3 | 3.0 | 90.9 | 180.2 |
| 2 | 프로야  PROYA 珀莱雅 | 저장성 항저우 | 2003년 설립, 2017년 상장, 2022년 중국 500대 브랜드 391위 www.proya.com | 36.3 | 38.1 | 5.0 | 68.2 | 426.3 |

| 순위 | 회사명/로고 | 소재지 | 회사소개 및 홈페이지 | 매출 | 증감률 | 순이익 | 증감률 | 시가총액 *8/30 기준 |
|----|---|-----------|--|------|-------|------|-------|------------------|
| 3 | 화시바이오  | 베이징 | 2000년 설립, 2019년 상장한 유명 바이오회사로 600여명의 연구개발자 보유. 룬바이엔(润百颜, BIOHYALUX) 등 화장품 브랜드 출시 www.bloomagebiotech.com | 30.8 | 4.8 | 4.3 | -10.3 | 450.6 |
| 4 | 베이타이니  | 원난성 쿤밍 | 2010년 설립, 기능성 화장품 분야 최초 상장업체, 민감성 피부용 화장품 위노나(薇诺娜, Winona) 등 브랜드 보유 www.botanee.com.cn | 23.7 | 15.5 | 4.5 | 13.9 | 426.8 |
| 5 | 수이양그룹  | 후난성 창사 | 2012년 설립, 2018년 상장한 중국 최초 인터넷 소비재 브랜드로 6,000만 명 소비자 확보, 위니팡(御泥坊, UNIFON) 등 브랜드 출시 www.syounggroup.com | 22.9 | 4.0 | 1.4 | 72.0 | 75.8 |
| 6 | 이센  | 광저우 | 2016년 설립, 2020년 뉴욕증권거래소에 상장. 퍼펙트 다이러리(完美日记, Perfect Diary), 리틀 오딘(小奥汀, Little Ondine) 등 색조화장품 브랜드 출시 www.yatsenglobal.com | 16.2 | -11.9 | -0.6 | — | 5.6 |
| 7 | 자이언트바이오  | 산시성 시안 | 2001년 설립, 2022년 홍콩증권거래소에 상장, 콜라겐 원료 화장품 생산. 커푸메이(可复美, Comfy) 등 브랜드 출시 www.xajuzi.com | 16.1 | 63.0 | 6.7 | 52.5 | 349.5 |
| 8 | 상메이  | 상하이 | 2002년 설립, 2022년 홍콩증권거래소에 상장. 칸스(韩束, KANS) 등 브랜드 출시 www.chicmaxgroup.com | 15.9 | 25.7 | 1.0 | 60.8 | 82.1 |
| 9 | 푸뤼다바이오  | 산둥성 지난 | 1998년 설립, 히알루론산 원료 화장품 이렌(颐莲, RELLET) 등 브랜드 출시 www.biofreda.com | 11.1 | 9.2 | — | — | 92.5 |
| 10 | 완메이  | 광저우 | 2002년 설립, 아이크림 등 안티에이징 화장품 브랜드 출시 www.marubi.cn | 10.6 | 29.6 | 1.3 | 11.6 | 108.2 |

*출처 : 36Kr, 단위 : 억 위안, %

- (품목별 판매액) 올해 상반기 스킨케어 판매액은 1,503억 위안, 색조화장품 판매액은 388억 위안, 마스크팩 판매액은 202억 위안으로 집계

〈2023년 상반기 화장품(품목별) 판매액 및 증감률〉

| 품목 | 판매액(억 위안) | 증감률(%) |
|----------------|-----------|--------|
| 스킨케어 | 1,503 | 16.8 |
| 색조화장품 | 388 | 13.8 |
| 바디케어 | 289 | 10.2 |
| 마스크팩 | 202 | 13.1 |
| 샴푸·린스 | 193 | 12.8 |
| 미용기기 | 89 | 43.9 |
| 향수 | 63 | 6.1 |
| 남성용 스킨케어+색조화장품 | 30 | -6.9 |

*출처 : FutureBeauty

- **(유통채널)** 전자상거래 플랫폼의 단점을 보완하기 위한 오프라인 채널 재구축, 온라인 채널에 대한 소비자 선호도 변화
 - 지난 십여년간 화장품 업체는 오프라인에서 온라인 전환하며 전자상거래 플랫폼에 입점하는 추세를 보였으나, 전자상거래 플랫폼을 활용하는 소비자들은 일회성 소비에 그치고 이탈률이 높아 다시 오프라인 시장을 개척하며 유통채널 다원화
 - 지난해 온라인 판매 비중이 90% 이상이던 프로야(珀莱雅)는 올해를 오프라인 시장 재진출 원년으로 간주하고 화장품 전문매장과 백화점 공략 계획을 밝혔고, 이 외 아이얼뷔스(瑗尔博士, Dr.Alva), 이렌(颐莲, RELLET) 등 기능성 화장품 브랜드도 오프라인 시장 개척 계획 발표
 - 올해 1~6월 더우인(抖音), 콰이서우(快手)의 화장품 판매액은 각각 54.5%, 15.9% 증가한 반면 티몰, 타오바오, 징둥 등 전통 전자상거래 플랫폼의 화장품 판매액은 감소
- **(시장 트렌드)** 일부 화장품 선도기업은 과학기술과 결합한 새로운 제품과 브랜드를 출시하고 화장품 분야에 직접투자 혹은 벤처캐피탈(CVC) 투자를 진행
 - 베이타이니(BOTANEE)는 'AI+스킨케어' 브랜드 베이푸딩(贝芙汀)을 출시하여 'AI+ 여드름 치료', '하이테크+스킨케어' 등 새로운 분야를 개척, 자란그룹(JALA)은 영유아용 피부과학 기능성 브랜드인 지추(己出)를 출시하고 영유아용 화장품 시장에 진출
 - 화시바이오(华熙生物)는 푸웬(赋远)투자회사와 공동으로 푸웬합성생물학펀드를 설립하여 합성생물학기술 연구를 강화, 완메이(完美)는 펀드회사 칭다오마오다(茂达)에 6,000만 위안의 자금을 조달했으며 뷰티 산업에 대한 투자를 강화할 예정
- **(618 쇼핑축제 화장품 판매 현황)** 징둥(京东) 플랫폼은 쇼핑축제 이벤트 개시 4시간 만에 1,100개 브랜드의 매출이 전년 동기대비 100% 증가하는 기염을 토함
 - 랑콤, 에스티로더, SK-II, 헬레나, 키엘, 올레이, 라메르, 프로야 등 브랜드의 매출은 천만 위안 돌파, 특히 SK-II스킨, 에스티로더 에센스, 헬레나 블랙크림, 랑콤 토너, 키엘 클렌징 마스크, 입센로랑 쿠션, 라메르 토너 등 60종 단품 매출이 100만 위안 돌파
 - 웨이핀후이(唯品会) 플랫폼에서는 타이팅닝(紧致) 효과의 화장품과 피부 진정·리페어, 피지조절, 여드름 제거 등 기능성 화장품, 허브(草药)·식물 성분 화장품의 인기가 상승
 - 인기 화장품 성분으로 니코틴산아미드, 비타민C/A, 히알루론산, 알파하이드록시산, 스쿠알란 등이 주목 받음

〈618 쇼핑축제 기간 웨이핀후이 플랫폼 화장품 인기순 Top10〉

| 순위 | 제품명 | 사진 | 브랜드명 | 원료명 | 원산지 | 규격 | 판매가 (웨이핀후이) |
|----|---|---|----------------|--|-----|--|-------------|
| 1 | 루비 크림 3.0 (红宝石面霜3.0) |  | 프로야 (珀莱雅) | 다이펩타이드, 트라이펩타이드 (双环肽, 胜肽) | 중국 | 50g | 289위안 |
| 2 | 민감 피부 보습 마스크팩 (舒护修敏保湿面膜) |  | 위노나 (薇诺娜) | 히알루론산, DRF 효모, 마치현 추출물 (透明质酸, DRF酵母精华, 马齿苋提取物) | 중국 | 20매 | 159위안 |
| 3 | 칭환 클렌징 오일 (清欢玉感水漾卸妆油) |  | 주븐 (逐本) | 아크릴릭애씨드코플 리머, 트라이메틸실록시실 리케이트, 폴리비닐피롤리돈 (丙烯酸类共聚物, 三甲基硅烷氧基硅 酸酯, 聚乙烯吡咯烷酮) | 중국 | 150mL | 108위안 |
| 4 | 샤오다이산 선크림 (小黛伞防晒妆前霜) |  | 화시즈 (花西子) | 홍화/이탈리아목형/ 국화/로디올라 추출물 (红花, 穗花牡荆, 母菊花, 马齿苋, 积雪草提取物) | 중국 | 30g | 199위안 |
| 5 | 주름개선 스킨케어 세트 (早C晚A抗皱护肤套装) |  | HBN | 알파-알부틴, 레티놀 A (α-熊果苷, 视黄醇/A醇) | 중국 | 150mL +120mL +50g | 601위안 |
| 6 | 광귀 클렌징·로션 ·크림·에센스 세트 (光果甘草洁面水乳霜精华套装) |  | 구위 (谷雨) | 감초 추출물 (光甘草定) | 중국 | 150mL +120mL +100mL +15g +5mL +50g+3매 | 324위안 |
| 7 | 아미노산 클렌징 무스 (氨基酸洁面慕斯) |  | 반무화텐 (半亩花田) | 아미노산, 소듐코일글루타메 이트, 글리세린 (氨基酸, 椰油酰谷氨酸二, 甘油) | 중국 | 500g | 39위안 |
| 8 | 샴푸 세트 (洗发套装) |  | KONO | 징크피리치온, 라우레스-23 (吡硫鎇锌, 月桂醇聚醚-23) | 중국 | 500mL +500mL +200g *2 | 94위안 |
| 9 | 진주 화이트닝 마스크팩 세트 (珍珠美白淡斑面膜组) |  | OSM (欧诗漫) | 나이아신아마이드 (烟酰胺) | 중국 | 28매 | 129위안 |
| 10 | 스쿠알란 에센셜 페이스 오일 (角鲨烷精华面部精油) |  | PMPM | 스쿠알란 (角鲨烷) | 중국 | 28mL+ 5mL*3 | 199위안 |

〈618 쇼핑축제 기간 웨이핀후이 플랫폼 인기 화장품 성분〉

| 성분명 | 제품명 | 사진 | 브랜드명 | 원료명 | 원산지 | 규격 | 판매가(웨이핀후이) |
|----------|------------------------------------|----|---------------|-----------------------------|--------------|-------------|------------|
| 나이아신아마이드 | 화이트닝 토너 로션 세트 (美白水乳套装) | | 올레이 (玉兰油) | 나이아신아마이드 (烟酰胺) | 중국 (미국 브랜드) | 150mL+100mL | 398위안 |
| 비타민 C | 비타민C 에센스 (三体锁鲜VC精华液) | | 춘르라이신 (春日来信) | 비타민C (维生素C) | 중국 | 40매 | 128위안 |
| 비타민 A | 레티놀 크림 (视黄醇面霜) | | HBN | 레티놀 (视黄醇) | 중국 | 50g | 299위안 |
| 히알루론산 | 히알루론산 주름 개선 모이스처 마스크 (复颜玻尿酸单温膨润面膜) | | 로레알 (欧莱雅) | 히알루론산 (玻尿酸) | 중국 (프랑스 브랜드) | 15매 | 174위안 |
| AHA | 락토비온산 토너 (乳糖酸爽肤水) | | HomeFacialPro | 판테놀, 알파하이드록시산(AHA) (泛醇, 果酸) | 중국 | 180mL | 199위안 |
| 스쿠알란 | 스쿠알란 에센셜 페이스 오일 (角鲨烷精华面部精油) | | PMPM | 스쿠알란 (角鲨烷) | 중국 | 28mL+5mL*3 | 199위안 |

■ (인증제도 변화) 2021년 5월 1일부터 ‘화장품 분류규칙 및 분류목록’, ‘화장품 효능 평가규범’, ‘화장품 안전성 평가 기술규정(2021)’ 등의 시행에 따라 기능성 화장품 인증 난이도가 상승하고 기존 등록된 제품에 대한 관리도 강화됨

- 기미제거·미백, 자외선 차단, 탈모 방지, 여드름 제거, 자양, 리페어 등 기능의 화장품은 인체효능 평가시험을 진행하도록 규정하여 인증비용이 대폭 상승

〈화장품 효능 평가 항목 요구〉

| No | 효능 | 인체효능 평가시험 | 소비자 테스트 | 실험실 시험 | 문헌자료 연구 데이터 | No | 효능 | 인체효능 평가시험 | 소비자 테스트 | 실험실 시험 | 문헌자료 연구 데이터 |
|----|----------------|-----------|---------|--------|-------------|----|----------------|-----------|---------|--------|-------------|
| 1 | 기미제거·미백 (祛斑美白) | √ | | | | 11 | 각질 제거 (去角质) | * | * | * | △ |
| 2 | 자외선 차단 (防晒) | √ | | | | 12 | 모발 끊김 방지 (防断发) | * | * | * | △ |
| 3 | 탈모 방지 (防脱发) | √ | | | | 13 | 비듬 제거(去屑) | * | * | * | △ |

| No | 효능 | 인체효능 평가시험 | 소비자 테스트 | 실험실 시험 | 문헌자료 연구 데이터 | No | 효능 | 인체효능 평가시험 | 소비자 테스트 | 실험실 시험 | 문헌자료 연구 데이터 |
|----|------------|--------------|------------|-----------|-------------------|----|-------------------------------|------------------|------------|-----------|-------------------|
| 4 | 여드름 제거(祛痘) | √ | | | | 14 | 보습(保湿) | * | * | * | * |
| 5 | 자양(滋养) | √ | | | | 15 | 헤어케어(护发) | * | * | * | * |
| 6 | 리페어(修护) | √ | | | | 16 | 특정 효능 (민감피부 사용, 안구 저자극) | * | * | | |
| 7 | 주름 개선(抗皱) | * | * | * | △ | 17 | 특정 효능 (원료 효능) | * | * | * | * |
| 8 | 타이트닝(紧致) | * | * | * | △ | 18 | 온화(무자극) | * | * | * | △ |
| 9 | 진정(舒缓) | * | * | * | △ | 19 | 정량적 지표 (시간, 통계 데이터 등) | * | * | * | △ |
| 10 | 피지조절(控油) | * | * | * | △ | 20 | 새로운 효능 | 구체적인 효능에 근거하여 선택 | | | |

*비고 : 1. √ 필수 2. * 선택 가능(최소 한개 항목 선택) 3. △ 결합 가능

- ‘화장품 감독관리조례’와 ‘치약 감독관리방법’에 따르면 치약은 일반화장품으로 관리하며 2023년 12월 1일부터 수입산 치약은 국가약품감독관리국(NMPA)에 등록을 진행해야 함

- ▶ 치약 등록시 제출서류 (1)등록인 명칭·주소·연락처 (2)생산기업 명칭·주소·연락처 (3)제품명 (4)배합 (5)제품 집행표준 (6)라벨 원고 (7)검사보고서 (8)안전성 평가자료 ※ 수입산 치약은 생산국(지역)의 자유판매증명서와 생산업체가 화장품생산 품질관리규범에 부합한다는 증명서 추가 제출. 중국 수출용은 중국인 소비자 대상 연구·시험자료 제출
- ▶ 치약 라벨 명시 내용 (1)제품명 (2)등록인(해외업체) 및 중국내 위탁책임자(境内责任人) 명칭·주소 (3)생산업체의 명칭·주소, 중국산 치약은 생산업체의 생산허가증 번호 (4)제품 집행표준 번호 (5)전성분 (6)실제 용량 (7)품질보증기간 (8)안전 경고어 (9)법률·행정법규·강제성 국가표준에서 규정한 기타 내용 ※ (유의사항) 기존 판매 중인 치약은 간소화된 등록 절차 적용 △2023년 10월 1일부터 11월 30일까지 등록인·제품 정보, 제품 안전성 관련 서류 제출 △2024년 7월 1일까지 라벨 갱신 △2025년 12월 1일까지 효능평가 근거·검사보고서·안전성 평가보고서·제품 집행표준 등 제출

■ (등록·인증 현황) 최근 화장품 인증제도 변화 및 관리감독 강화, 중국산 화장품의 증가로 수입산 화장품 인증·등록 건수는 감소세

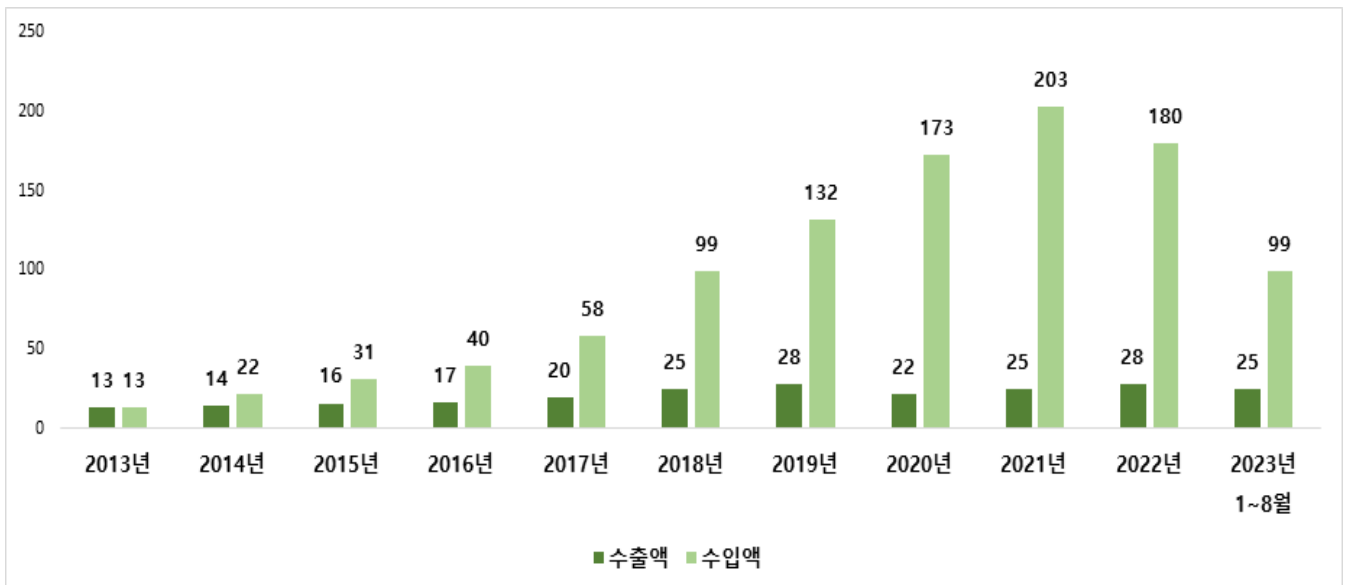
- 국가약품감독관리국(NMPA)에 따르면 2020년, 2021년, 2022년 말 기준 수입산 기능성·일반 화장품의 누적 인증·등록 건수는 각각 8만 9,201건, 6만 4,143건, 6만 2,297건으로 점차 감소 *연간보고서 등을 미제출, 규정에 미부합 시 등록 취소
- 한편 2022년 말 기준 중국산 기능성 화장품 누적 인증건수는 전년 대비 1.9% 증가한 1만 6,400건으로 집계 *중국산 일반 화장품 등록 건수는 미발표

2. 화장품 수출입

■ 중국의 화장품 수입은 2013년 이후 가파르게 성장했으나 최근 감소세로 전환, 화장품 수출은 2020년 마이너스 성장을 기록한 이후 최근 높은 증가세 시현

- 수입은 2013년 13억 달러에서 2022년 180억 달러로 연평균 33.9%씩 증가했으나 2022년, 2023년 1~8월 각각 11.1%, 17.2% 감소
- 수출은 2013년 13억 달러에서 2022년 28억 달러로 연평균 8.9%씩 증가

〈2013~2023년 1~8월 중국 화장품 수출입 현황〉



*출처 : KITA 중국무역통계, 단위 : 억 달러, HS 3304

■ 2023년 1~8월 기준 10대 수출국(지역)은 미국, 중국 홍콩, 영국, 인도네시아, 한국, 일본, 러시아, 네덜란드, 프랑스, 태국임

- 특히 對한국, 러시아 수출 증가율이 각각 191.2%, 147.2%를 기록하며 수출 비중도 3%대로 상승

〈중국의 10대 화장품 수출 대상국 및 지역(*2023년 1~8월 기준)〉

| 순위 | 국가명 | 2020년 | | 2021년 | | 2022년 | | 2023년 1~8월 | |
|----|-------|----------------|------|---------------|------|----------------|------|---------------|------|
| | | 수출액 | 비중 | 수출액 | 비중 | 수출액 | 비중 | 수출액 | 비중 |
| 1 | 미국 | 564 (-20.5) | 25.9 | 716 (27.0) | 28.6 | 767 (7.1) | 27.1 | 581 (7.6) | 23.0 |
| 2 | 중국 홍콩 | 431 (-31.5) | 19.8 | 455 (5.5) | 18.2 | 330 (-27.4) | 11.7 | 354 (83.1) | 14.0 |
| 3 | 영국 | 183 (-14.9) | 8.4 | 229 (25.2) | 9.1 | 218 (-5.0) | 7.7 | 196 (34.6) | 7.8 |

| 순위 | 국가명 | 2020년 | | 2021년 | | 2022년 | | 2023년 1~8월 | |
|----|-------|------------------|-------|-----------------|-------|-----------------|-------|-----------------|-------|
| | | 수출액 | 비중 | 수출액 | 비중 | 수출액 | 비중 | 수출액 | 비중 |
| 4 | 인도네시아 | 35 (-25.7) | 1.6 | 50 (44.2) | 2.0 | 123 (145.1) | 4.3 | 167 (153.2) | 6.6 |
| 5 | 한국 | 35 (1.6) | 1.6 | 42 (20.9) | 1.7 | 44 (3.7) | 1.6 | 83 (191.2) | 3.3 |
| 6 | 일본 | 64 (-16.0) | 2.9 | 77 (20.2) | 3.1 | 118 (53.2) | 4.2 | 82 (11.3) | 3.2 |
| 7 | 러시아 | 28 (19.5) | 1.3 | 46 (64.2) | 1.8 | 60 (30.3) | 2.1 | 82 (147.2) | 3.2 |
| 8 | 네덜란드 | 41 (-8.5) | 1.9 | 67 (63.4) | 2.7 | 90 (35.3) | 3.2 | 77 (19.7) | 3.0 |
| 9 | 프랑스 | 80 (-6.8) | 3.7 | 86 (6.5) | 3.4 | 108 (25.9) | 3.8 | 76 (11.9) | 3.0 |
| 10 | 태국 | 40 (-24.7) | 1.8 | 42 (3.6) | 1.7 | 88 (110.2) | 3.1 | 59 (25.6) | 2.3 |
| - | 총계 | 2,179 (-21.5) | 100.0 | 2,504 (14.9) | 100.0 | 2,830 (13.0) | 100.0 | 2,525 (38.8) | 100.0 |

*출처 : KITA중국무역통계, 단위 : 백만 달러, HS 3304, () 괄호안은 증감률

■ 2023년 1~8월 기준 10대 수입국(지역)은 프랑스, 일본, 한국, 미국, 영국, 이탈리아, 스위스, 캐나다, 독일, 벨기에임

- 2020년과 비교시 對프랑스 수입 비중은 5.3%p 상승한 반면 對한국 수입 비중은 5.5%p 감소

〈중국의 10대 화장품 수입 대상국 및 지역(*2023년 1~8월 기준)〉

| 순위 | 국가명 | 2020년 | | 2021년 | | 2022년 | | 2023년 1~8월 | |
|----|------|------------------|-------|------------------|-------|-------------------|-------|------------------|-------|
| | | 수입액 | 비중 | 수입액 | 비중 | 수입액 | 비중 | 수입액 | 비중 |
| 1 | 프랑스 | 3,886 (36.0) | 22.4 | 4,582 (17.9) | 22.6 | 4,559 (-0.5) | 25.3 | 2,752 (-9.3) | 27.7 |
| 2 | 일본 | 4,292 (36.9) | 24.8 | 4,995 (16.4) | 24.6 | 4,510 (-9.7) | 25.0 | 2,531 (-12.8) | 25.5 |
| 3 | 한국 | 3,293 (8.0) | 19.0 | 3,905 (18.6) | 19.2 | 2,572 (-34.1) | 14.3 | 1,337 (-22.4) | 13.4 |
| 4 | 미국 | 1,851 (47.3) | 10.7 | 2,034 (9.9) | 10.0 | 2,033 (-0.1) | 11.3 | 1,025 (-24.2) | 10.3 |
| 5 | 영국 | 1,584 (113.5) | 9.1 | 1,882 (18.8) | 9.3 | 1,610 (-14.4) | 8.9 | 696 (-39.3) | 7.0 |
| 6 | 이탈리아 | 330 (27.8) | 1.9 | 468 (41.9) | 2.3 | 445 (-5.0) | 2.5 | 313 (14.2) | 3.1 |
| 7 | 스위스 | 247 (-1.4) | 1.4 | 282 (14.2) | 1.4 | 281 (-0.6) | 1.6 | 186 (9.0) | 1.9 |
| 8 | 캐나다 | 205 (-6.0) | 1.2 | 254 (24.0) | 1.3 | 254 (0.2) | 1.4 | 153 (-15.8) | 1.5 |
| 9 | 독일 | 211 (13.2) | 1.2 | 245 (16.3) | 1.2 | 212 (-13.5) | 1.2 | 148 (8.0) | 1.5 |
| 10 | 벨기에 | 356 (52.7) | 2.1 | 467 (31.3) | 2.3 | 486 (4.1) | 2.7 | 136 (-64.6) | 1.4 |
| - | 총계 | 17,338 (31.0) | 100.0 | 20,304 (17.1) | 100.0 | 18,041 (-11.1) | 100.0 | 9,943 (-17.2) | 100.0 |

*출처 : KITA중국무역통계, 단위 : 백만 달러, HS 3304, () 괄호안은 증감률

3. 시사점

■ 코로나19로 주춤했던 화장품 판매가 다시 증가

- 2022년 감소했던 화장품 판매가 올해 상반기 역대 최고치를 보이며 회복, 일부 화장품 기업은 두 자리 수의 성장세 기록

■ 중국 판매시장진출 시 오프라인 채널 부활, 소비자가 선호하는 온라인 플랫폼 선별 등 유통 채널 다변화 추세 주의 필요

- 최근 전자상거래 플랫폼의 일회성 소비, 높은 이탈률 등 단점을 보완하기 위한 오프라인 채널 재구축, 다양한 온라인 채널 중 최근 소비자들의 선호도 변화

■ 중국의 화장품 인증제도 변화 및 관리감독 강화에 대한 철저한 준비 필요

- '화장품 효능 평가규범'이 시행되면서 기미 제거·미백, 자외선 차단, 탈모 방지, 여드름 제거, 자양, 리페어 등 기능의 화장품은 인체 효능 평가시험을 진행하도록 규정하여 인증비용이 대폭 상승
- '치약 감독관리방법'에 따르면 2023년 12월 1일부터 수입산 치약은 수입전 국가약품감독관리국(NMPA)에 등록을 진행해야 함

■ 중국산 화장품 브랜드의 기술력 제고 및 마케팅 채널 다양화로 화장품 수입은 가파른 성장세에서 감소세로 전환, 수출은 증가세

- 중국의 화장품 수입은 2010년대 중반 가파른 증가세에서 2022년 -11.2%, 2023년 1~8월 -17.2%로 전반적인 감소세
 - 대한민국 수입은 2022년 34.1% 감소, 2023년 1~8월 22.4% 감소하고 중국 수입시장내 비중도 2020년 19.0%에서 금년 1~8월 13.4%로 감소
- 수출은 인도네시아, 한국, 러시아 등으로의 수출이 확대되면서 2022년 13.0%, 2023년 1~8월 38.8%로 견조한 증가세 시현
 - 대한민국 수출은 2023년 1~8월 191.2% 증가한 8,300만 달러를 기록, 수출상대국 비중도 2020년 1.6%에서 3.3%로 확대

<첨부1> 618 쇼핑축제 티몰(天猫)·징둥(京东)·더우인(抖音)·콰이서우(快手) 플랫폼 화장품 판매 현황

- 티몰과 징둥 거래액은 406억 위안으로 전년 대비 다소 감소, 더우인 거래액은 69% 증가한 156억 위안, 콰이서우 거래액은 14.8% 증가한 48억 위안. 티몰·징둥·더우인에서는 해외 브랜드가 인기, 콰이서우에서는 중국 브랜드가 인기
- * 통계시간 : 티몰, 징둥(5/31 20:00~6/18 23:59), 더우인 : (5/25~6/18), 콰이서우(5/22~6/18)

1) 티몰·징둥 플랫폼 스킨케어 Top5 브랜드

| 티몰(天猫) | | | 징둥(京东) | | |
|--------|---------------------------|-----|--------|---------------------------|-----|
| 순위 | 브랜드명 | 지역 | 순위 | 브랜드명 | 지역 |
| 1 | 로레알(欧莱雅, LOREAL) | 프랑스 | 1 | 로레알(欧莱雅, LOREAL) | 프랑스 |
| 2 | 랑콤(兰蔻, Lancome) | 프랑스 | 2 | 랑콤(兰蔻, Lancome) | 프랑스 |
| 3 | 에스티로더(雅诗兰黛, ESTEE LAUDER) | 미국 | 3 | 에스티로더(雅诗兰黛, ESTEE LAUDER) | 미국 |
| 4 | 프로야(珀莱雅, PROYA) | 중국 | 4 | 올레이(玉兰油, OLAY) | 미국 |
| 5 | 올레이(玉兰油, OLAY) | 미국 | 5 | 시세이도(资生堂, Shiseido) | 일본 |

*출처 : Syntun(星图数据), 칭안정보(青眼情报)

2) 더우인·콰이서우 플랫폼 스킨케어 Top20 브랜드

| 더우인(抖音) | | | | 콰이서우(快手) | | | | |
|---------|----------------------------|-----|------------|----------|---------------------------|-----|------------|------------|
| 순위 | 브랜드명 | 지역 | 평균판매가 (위안) | 순위 | 브랜드명 | 지역 | 거래액 (억 위안) | 평균판매가 (위안) |
| 1 | 헬레나(赫莲娜, HR) | 프랑스 | 1,109 | 1 | Dr Doctor | 중국 | 3.73 | 290 |
| 2 | 에스티로더(雅诗兰黛, ESTEE LAUDER) | 미국 | 823 | 2 | 팅메이메이지(婷美美肌, TIMIER) | 중국 | 1.24 | 342 |
| 3 | 라메르(海蓝之谜, La Mer) | 미국 | 2,105 | 3 | 다이라이시(黛莱皙, DNLNXIR) | 중국 | 1.18 | 94 |
| 4 | 랑콤(兰蔻, LANCOME) | 프랑스 | 640 | 4 | 오스만(欧诗漫, OSM) | 중국 | 1.04 | 173 |
| 5 | 프로야(珀莱雅, PROYA) | 중국 | 249 | 5 | 뒤라뒤상(朵拉朵尚, DoraDoSun) | 중국 | 0.65 | 71 |
| 6 | 후(后, The Whoo) | 한국 | 549 | 6 | 춘즈환(春之唤) | 중국 | 0.64 | 58 |
| 7 | 칸스(韩束, KANS) | 중국 | 277 | 7 | 칸스(韩束, KANS) | 중국 | 0.64 | 102 |
| 8 | SK-II | 일본 | 1,306 | 8 | 구위(谷雨) | 중국 | 0.59 | 266 |
| 9 | 로레알(欧莱雅, LOREAL) | 프랑스 | 183 | 9 | 로레알(欧莱雅, LOREAL) | 프랑스 | 0.57 | 202 |
| 10 | 올레이(玉兰油, OLAY) | 미국 | 407 | 10 | GRACEDAME | 프랑스 | 0.45 | 336 |
| 11 | 위노나(薇诺娜, Winona) | 중국 | 211 | 11 | 후(后, The Whoo) | 한국 | 0.44 | 353 |
| 12 | 커푸메이(可复美, Comfy) | 중국 | 386 | 12 | 브이티(薇蒂, VT) | 한국 | 0.38 | 155 |
| 13 | 에르노 라즐로(奥伦纳素, Erno Laszlo) | 미국 | 774 | 13 | 설화수(雪花秀, Sulwhasoo) | 한국 | 0.38 | 261 |
| 14 | 리바이탈(悦薇, Revital) | 일본 | 837 | 14 | 카스디만(卡诗迪曼) | 중국 | 0.38 | 134 |
| 15 | 구위(谷雨) | 중국 | 230 | 15 | 위노나(薇诺娜, Winona) | 중국 | 0.37 | 244 |
| 16 | 다이라이시(黛莱皙, DNLNXIR) | 중국 | 82 | 16 | 에스티로더(雅诗兰黛, ESTEE LAUDER) | 미국 | 0.35 | 480 |
| 17 | HBN | 중국 | 208 | 17 | 한시전(韩熙贞) | 중국 | 0.32 | 14 |
| 18 | 스킨퓨처(肌肤未来, SKYNFUTURE) | 중국 | 162 | 18 | 프로야(珀莱雅, PROYA) | 중국 | 0.30 | 168 |
| 19 | 클라랑스(娇韵诗, Clarins) | 프랑스 | 751 | 19 | 링웡스(凌博士, PROF.LING) | 중국 | 0.24 | 277 |
| 20 | 키엘(科颜氏, KIEHL'S) | 미국 | 265 | 20 | 메이리산(美丽伞) | 중국 | 0.23 | 76 |

*출처 : 귀지·페이과(果集·飞瓜), 칭안정보(青眼情报), 더우인 플랫폼 가격은 예매액 기준

3) 티몰·징둥 플랫폼 색조화장품 Top5 브랜드

| 티몰(天猫) | | | 징둥(京东) | | |
|--------|---------------------------|------|--------|--------------------|-----|
| 순위 | 브랜드명 | 지역 | 순위 | 브랜드명 | 지역 |
| 1 | 3CE(三熹玉) | 한국 | 1 | 입생로랑(圣罗兰, YSL) | 프랑스 |
| 2 | 에스티로더(雅诗兰黛, ESTEE LAUDER) | 미국 | 2 | 디올(迪奥, Dior) | 프랑스 |
| 3 | 입생로랑(圣罗兰, YSL) | 프랑스 | 3 | 샤넬(香奈儿) | 프랑스 |
| 4 | 화시즈(花西子, Florasis) | 중국 | 4 | 지방시(纪梵希, GIVENCHY) | 프랑스 |
| 5 | 아르마니(阿玛尼, ARMANI) | 이탈리아 | 5 | 랑콤(兰蔻, LANCOME) | 프랑스 |

*출처 : 귀지·페이과(果集·飞瓜), 칭옌정보(青眼情报)

4) 더우인 플랫폼 색조화장품 Top20 브랜드

| 순위 | 브랜드명 | 지역 | 평균 판매가(위안) |
|----|-----------------------------------|-----|------------|
| 1 | 화시즈(花西子, Florasis) | 중국 | 175 |
| 2 | VC뷰티(VC美妆) | 중국 | 162 |
| 3 | 에이케이에프(AKF) | 한국 | 56 |
| 4 | 프라미(柏瑞美, PRAMY) | 중국 | 62 |
| 5 | 마오거핑(毛戈平, MAOGEPING) | 중국 | 228 |
| 6 | 카즈란(卡姿兰, Carslan) | 중국 | 91 |
| 7 | 입생로랑(圣罗兰, YSL) | 프랑스 | 501 |
| 8 | 차이탕(彩棠, TIMAGE) | 중국 | 165 |
| 9 | 쥬리어우(朱莉欧, JUELREOU) | 중국 | 93 |
| 10 | 신무위니(心慕与你, INTO YOU) | 중국 | 41 |
| 11 | Passional Lover | 중국 | 173 |
| 12 | 클레드보 보떼(肌肤之钥, CLE DE PEAU BEAUTE) | 일본 | 575 |
| 13 | 유이(悠宜, Unny) | 중국 | 44 |
| 14 | 마리따이자(玛丽黛佳, Mariedalgar) | 중국 | 156 |
| 15 | 쥬디돌(橘朵, Judydoll) | 중국 | 58 |
| 16 | 쥬시(酵色, JOOCYEE) | 중국 | 86 |
| 17 | 맥(魅可, MAC) | 캐나다 | 237 |
| 18 | 지방시(纪梵希, GIVENCHY) | 프랑스 | 377 |
| 19 | 웨통(悦瞳, WOSADO) | 중국 | 134 |
| 20 | 커라치(珂拉琪, COLORKEY) | 중국 | 62 |

*출처 : 귀지·페이과(果集·飞瓜), 칭옌정보(青眼情报)

〈첨부2〉 화장품 전시회 정보

| 전시회 1) | | | |
|--------|--|------|-------------------|
| 전시회명 | CIBE 중국(광저우)국제미용박람회 | | |
| 전시일자 | 2024.3.10~12 | 홈페이지 | www.cibegz.com |
| 특징 | *1989년부터 33년간 개최 *전시면적 33만㎡, 참가업체 5,000개사, 방문객 20만 명 | | |
| 지역 | 광둥 광저우 | 장소 | 중국수출입상품교역회 전시관 |
| 품목 | 화장품, 위생용품, OEM 원자재, 언더웨어, 미용기기, 헤어용품 등 | 주관 | 광저우지야메이컨벤션회사 |
| 전시회 2) | | | |
| 전시회명 | 제28회 중국미용박람회(CBE) | | |
| 전시일자 | 2024.5.22~24 | 홈페이지 | www.cbebaiwen.com |
| 특징 | *로레알·시세이도·유니레버·아모레퍼시픽 등 유명 브랜드, 중국 업계 선두 브랜드 참가 *전시면적 10만㎡, 전시관 10개, 참가업체 2,000개사 | | |
| 지역 | 상하이 | 장소 | 상하이신국제박람센터 |
| 품목 | 화장품, 스킨케어, 향수, 임신부·영유아 제품, 미용기기 등 | 주관 | 중국국제무역촉진위원회 |
| 전시회 3) | | | |
| 전시회명 | 제49회 CCBE 청두미용박람회 | | |
| 전시일자 | 2024.4.18~20 | 홈페이지 | www.meibohui.com |
| 특징 | *서부지역 바이어 위주 *전시면적 6.5만㎡, 참가업체 800개사 | | |
| 지역 | 쓰촨 청두 | 장소 | 청두세기성신국제컨벤션센터 |
| 품목 | 화장품, 미용기기, 건강기능식품, OEM 원자재, 다이어트 제품, 성형시술 제품 등 | 주관 | Informa Markets |
| 전시회 4) | | | |
| 전시회명 | 제11회 CYBE 저장미용박람회 | | |
| 전시일자 | 2024.3.25~27 | 홈페이지 | www.cybefair.com |
| 특징 | *유럽, 미국, 호주, 동남아 등 해외 바이어 참가 *전시면적 4만㎡, 참가업체 800개사 | | |
| 지역 | 저장 이우(义乌) | 장소 | 이우국제컨벤션센터 |
| 품목 | 화장품, 위생용품, 미용기기, 건강기능식품, 화장품 제조 장비 등 | 주관 | 저장성 상무청 |
| 전시회 5) | | | |
| 전시회명 | 제45회 칭다오국제미용박람회(CQBE) | | |
| 전시일자 | 2024.10.9~11 | 홈페이지 | www.sdmbgj.com |
| 특징 | *동부 연해지역에서 인지도가 높은 박람회 *전시면적 3만㎡, 부스 1,200개 | | |
| 지역 | 산둥 칭다오 | 장소 | 칭다오국제컨벤션센터 |
| 품목 | 화장품, 헤어제품, 성형시술 제품, 건강기능식품, 미용기기 등 | 주관 | 산둥MOBO커뮤니케이션유한회사 |

*출처 : Maigoo(https://www.maigoo.com/citiao/list_68280.html)

▶ 참조기사

市场动态 | 2071亿！上半年化妆品零售成绩单出炉
https://business.sohu.com/a/705642293_121108831

最新，国内化妆品十强榜单出炉
<https://36kr.com/p/2410715460674310>

2071亿，上半年8.6%增长被头部化妆品牌瓜分？
<https://www.jiemian.com/article/9772484.html>

生产企业增加11%！化妆品年度统计数据发布！
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1763749891720379087&wfr=spider&for=pc>

618全平台美妆榜单来了！
<https://www.cmovip.com/mobile/detail/32203.html>

唯品会发布《618美妆消费唯美榜》
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1769305847099897324&wfr=spider&for=pc>

“串珠成线”：“白云美湾”的产业集聚发展之路
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1777463019128858833&wfr=spider&for=pc>

奉贤：东方美谷已汇聚上海37%化妆品生产企业
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1777648173903429134&wfr=spider&for=pc>

广州开发区发布南方美谷10年产业规划
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1753966486684447049&wfr=spider&for=pc>

向云而生 聚美成湾① | 为什么是广州白云？探寻千亿级“白云美湾”的崛起之路
https://news.ycwb.com/2023-10/11/content_52258132.htm