

台灣第一本從原料商角度看化粧品市場的月刊-嘉誠月刊

HonorChem Monthly News

2011年2月14日創刊

2018年11月號(每月14日發行)

- 第94期 -

94



根據世界銀行數據庫資料顯示，至2016年日本都市化比例高達94%

in-cosmetics™ asia

Bangkok • 30 October - 1 November 2018



2018亞洲化粧品原料展

市場焦點及創新原料

南向新視野：台灣交換生在泰國

in-cosmetics Asia 網站 <http://asia.in-cosmetics.com>



亞洲化粧品原料展新焦點

2018 亞洲國際化粧品原料展 (in-cosmetics Asia 2018) 於10月30日在泰國曼谷盛大舉行，創新區展出的原料較往年更多，新展商亦新增100多家，為展會帶來更豐富的內容與亮點。由於**全球都市化議題**逐漸受到重視，今年在創新原料和技術展區，可明顯看到以「都會型護理」(urban beauty) 為訴求的功能性原料和商品展出，並針對新型態的消費者需求規劃出「水」、「護髮活性」及「感官增強」三個焦點主題，分享最新的趨勢及解決方針。



都會型護理與市場焦點趨勢

根據世界銀行 (The World Bank) 數據庫資料顯示，1960年-2016年期間亞洲都市化程度遠超過歐洲地區，城市人口倍增兩倍之多，例如日本都市化比例高達94%，位居亞洲國家中前三名。不只亞洲地區，依據UN data聯合國統計司 統計報告，2050年全球將近有68%人口居住於城市之中，可見都市化即是未來的趨勢，人們生活型態將會逐漸轉換成都市生活。

居住在城市中的消費者常遇到的問題：(1) 環境汙染誘發肌膚問題。(2) 高壓生活型態，精神壓力大。(3) 緊湊的生活步調，時間不夠用沒耐性；可見個人護理的需求除了在肌膚與毛髮生理層面的保護，在舒壓、情緒釋放的感官感受層面，也成為保養程序中不能忽視的過程，透過此次原料展三大主題的市場調研結果，我們將看到更多的趨勢案例。

市場焦點一水

水是個人護理清潔和保養的基礎，保濕做足不僅能防止皮膚乾燥、青春痘、暗黃粗糙等問題，還能幫助延緩衰老防皺去皺，提高皮膚對外環境抵禦力。市場研究諮詢公司Mintel於報告中表示，在2025年水將成為新的奢侈品，補水保濕的原料來源及產品逐漸有不同的面貌及方式展現，如蔬菜水果中萃取（香蕉水、西瓜水）、添加功效元素（加入維他命或礦物質等原料，增加水的價值），以及循環利用的水資源（塑造環保形象）。



嘉誠獨家代理的**Enio Bonchev保加利亞有機玫瑰花水**，和**Ironwood加拿大冰河礦物水**，即是近年美容市場上的成功案例，天然的品質認證，以及在當地政府保護政策的控管下，使原料更具備獨有特色，並帶有來源背景的故事點綴，大大提升消費者對於產品功效的認知和價值。

市場焦點一護髮活性

數據公司GlobalData分析預測，亞太地區的毛髮護理產值，將在2022年達到328億美元，超越美洲成為全球最大的銷售市場，而刺激市場需求上升原因，不外乎是環境的汙染造成髮質或頭皮受損、老化問題以及社交媒體的流行，造成消費者對於自我外觀越來越重視。

今年頭髮護理市場有四大重點趨勢：**1. 天然成分**：消費者偏好使用添加天然成分的頭髮護理產品逐年增加；**2. 獨特、專屬**：滿足特定的族群市場獨特需求，如水上運動後專用沐浴洗髮乳；**3. 使用簡單方便**：縮短保養程序且操作簡易，適合忙碌沒時間保養的族群；**4. 銀髮族群**：針對落髮、抗衰老等護理訴求，例如台灣人口老化問題，此類型產品亦是重點趨勢。

SOFTISAN® conditionHAIR

INCI : PCA Glyceryl Oleate

IOI SOFTISAN® conditionHAIR 是100%天然的四級氨鹽化學柔軟劑替代成份，能有效改善濕髮和乾髮的梳理性，不產生糾結，優異的調節和保濕效果適合應用在毛髮和其他護理產品。



市場焦點—感官增強

Mintel研究統計20歲至24歲的中國城市女性中，有23%的人表示她們患有焦慮症或抑鬱症，而年齡在16歲至24歲的英國女性中，有72%的人使用香水來減壓。可見產品不再只能單方面訴求功效，消費者的感官感受亦是今年著重探討的焦點。Mintel則在現場演示多款針對視覺（See）、情感（Feel）和觸感（Touch）創新增強感受的焦點商品（[點此觀看](#)）。

See · 消費者與產品的第一次互動

產品包裝除了訴求美觀吸睛，亦需要引發消費者更多的連結。L'Occitane 光萃肌活露訴求修護、抗老等肌膚問題，包裝塑造成金色魚子膠囊形象，讓消費者對於抗衰老、維持、保存有更直接的連結印象。



#Feel · 心理狀態與情感訴求

透過平日的保養程序維持健康的情感狀態已成為主流，英國品牌Prismologie推出黃水晶佛手柑香脂膏，利用顏色、寶石、香氛和經科學認證的保養成分，塗抹時讓使用者消除疲勞並保持肌膚年輕活力。

#Touch · 質地關鍵

具有韓國技術背景的CLE品牌，推出一款會融化的霧面唇粉，在瓶內時呈粉末狀態，塗上唇部後會因皮膚溫熱而慢慢融化，最後形成啞光霧面感，不只是用於唇部，還可以當作腮紅和眼影。在彩妝粉體應用，推薦使用BT-9100有機矽複合粉體（下圖），其兼具絲絨般的



滑感和粉嫩膚觸，提升配方整體高端奢華享受。此支原料的供應商Batai Chemical也於此次創新原料展區現場展示此款升級配方的技術研發資料，在觸感增強產品原料中獲得討論焦點。

本屆創新展區所有展出的原料資訊，皆可於in-cosmetics Asia 官網下載：

- ▶ [2018 Spotlight On Formulation Sheets](#)
- ▶ [Innovation Zone Best Ingredient Awards](#)

(專訪) 台灣化粧品研究生在泰國

根據貿協全球資訊網資料顯示，泰國化粧品市場的產值占全球排名第 17 名，2016 年市場總額為 2,400 億泰銖，其出口占 40%，內銷占 60%，出口幾乎主要集中在東協市場，在東南亞的經貿地位不可取代。2016 年台灣政府提出新南向政策，本篇的受訪者—邱繼民同學，剛好申請上嘉藥與蒙庫國王科技大學 (KMUTT) 的雙聯學制交換生，成為台灣第一屆留泰學生會的成員，積極投入並支援兩地的文化交流，趁著本次亞洲原料展的舉行，特別邀約繼民以本科研究生的角度，分享泰台兩地化粧品產業的求學和觀察心得。



邱繼民，嘉南藥理大學化粧品科技碩士班，與泰國蒙庫國王科技大學工業化學所，碩士學位雙聯學制留學生。

Q：相較於其他同學多往歐美或中國、日韓留學，當初為什麼選擇到泰國作為交換生？

A：或許對一般人來說，泰國可能屬於比較落後的國家，但比起歐美這些已經相對成熟、飽和的產業市場，泰國於我而言更具有競爭優勢，這裡尚有潛在的商機等待被挖掘，能在畢業前透過交換生的機會深入當地進行交流，相信對於我來說這會是一個很大的契機。

Q：目前政府鼓勵企業南向，針對化粧品產業你如何觀察泰國市場？

A：據我觀察，泰國化粧品主要偏向於觀光產業所引來的客戶人潮，無論是國外旅居的觀光客，或者當地中產階級的消費族群，從觀光人氣中帶動買氣，而泰國都市的國際化程度也相對明顯比臺灣來優越許多，加上泰國百貨業林立，不少知名化粧品都在百貨公司設立專櫃平台，高單價進口品牌也容易在國際往來的客戶群展露頭角，但國際品牌彼此的競爭較為激烈。

Q：泰國消費者偏好哪些品牌的產品，台灣品牌是否有競爭優勢？

A：大部份的泰國化粧品愛用者除了一些本土品牌之外，許多學生族群偏愛使用日系的產品，而在我認識的泰國就業人士中，則是偏好使用較知名的國際品牌；但仍有一些泰國朋友告訴我，她們只習慣用台灣的化粧品產品，而且使用後評價回饋都是一致好評，可見台灣產品在泰國市場上仍是存有競爭的軟實力。

Q：如何觀察泰國消費者對化妝品的使用需求？

A：有別於台灣、韓國目前所流行的裸妝和自然美，泰國消費者大多喜歡突顯自己華麗的外表，尤其在參與重大慶典場合中，有八九成的人都會聘請專業化妝師和造型師來為自己盛裝打扮，其中更包含男性，因此當地化妝品的需求量是非常驚人的。另外包裝設計方面一定要別出心裁，泰國設計產業發達，藝術創作豐富，在整個國家文化的品味熏陶下，既要符合美觀，又要能符合多功能使用需求的包裝特性，才能達到吸引消費者購買的作用。

Q：泰國化妝品產業有什麼特色，建議台灣業者如何切入？

A：使用更具天然來源的原料是世界潮流的趨勢，泰國有本土多樣性植物草藥的優勢，可開發更多具有特殊功效的化妝品，以符合綠色產品要求的方向。此外，泰國雖然主要為佛教國家，但各地分佈不少穆斯林族群，能符合清真認證的產品是專攻泰國小眾市場的另一個選擇。

Q：此次亞洲原料展是否還有觀察到什麼趨勢，可以與我們分享？

A：中國擁有12億人口，東盟擁有5.6億人口，而歐盟擁有5億人口，配料和產品都必須符合銷售國家的相關法規，由於監管環境一直不斷地在改變，大數據的整合是必要的，藉由互聯網來提高產品生產與服務的控管，制定出更符合個人化的護理產品，是化妝品產業間急欲努力的方向與趨勢，若可



本屆創新原料得獎者在頒獎典禮後合影 (in-cosmetics)

進一步結合與歐盟和東協國家間的PIF資料管理，化妝品產業將會在國際間發展得更加蓬勃。

採訪後記

邱繼民目前透過嘉藥與泰國KMUTT合作的雙聯學制攻讀工業化學所碩士學位，專注研究工業化妝品應用領域。留學期間與其他泰國留學生共同創立「台灣留泰學生會」，促進台灣與泰國學術交流合作契機，更多資訊可參考：

第一期會刊（泰國留學資訊）：<https://goo.gl/bM5B4t>

TSAT台灣留泰學生會粉絲頁：<https://www.facebook.com/BKKT SAT/>

