



HonorChem Monthly News

嘉誠月刊-台灣第一本從原料商角度看化粧品市場的月刊

156

全球落實 SDGs 永續目標，朝向永續轉型已成必然趨勢，自 2021-2023 年間，循環經濟輔導產業減碳，量能已達 156 座大安森林公園。

2011.02.14 - 2024.01.14 共 156 期

2024 全球經濟展望

| 2024 美妝與個人護理產業趨勢 |

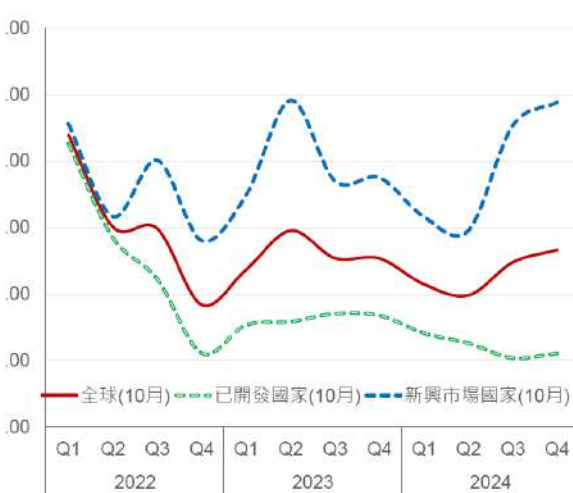
| 2024 嘉誠 S.M.I.L.E. 微笑新面貌 |

www.honorchem.com

2024 全球經濟展望

全球經濟成長率預估約 2.35%，台灣經濟成長率約 3.04%

2023 年整體經濟因國際情勢動盪、通貨膨脹等外在因素，主要國家及區域經濟成長率相較 2022 年皆呈現趨緩趨勢，中華經濟研究院於 2023 年底公佈 [2024 年經濟預測](#)，預估 2024 年全球經濟成長率約為 2.35%，將會低於 2023 年的 2.63%，但仍維持一定的經濟成長率；而依據 S&P Global 的預測資料指出，美國的經濟成長率達 1.61%，歐元區經濟因戰爭使成長備顯艱辛，預估為 0.53%，目前已連續 2 年成長率低於 1%，甚至德國已出現停滯性通膨情形；中國預估為 4.6%，台灣則有 3.04%，皆呈現正向成長。新興市場國家經濟成長率約為 3.96%，東協國家成長表現以柬埔寨最佳，其次為菲律賓；而新加坡成長率 1.16% 最低。



▲ (圖一) 根據 S&P Global 資料，下修2024年經濟成長率，連三年走勢下行；已開發國家成長表現於2024呈現下行；新興市場國家及開發中國家2024年下半年回彈向上。

年度	2021	2022f	2023f	2024f
全球	6.16	3.05	2.63	2.35
已開發國家	5.55	2.58	1.62	1.21
新興市場	7.29	3.70	3.96	3.86
開發中國家	4.36	3.72	3.75	4.21

◀ (圖二) 2024 年主要國家及區域，如美、加、中國大陸、日、韓、歐元區等和新興市場國家，如 ASEAN (東南亞國協) 等國家，經濟成長率預期皆相比較 2023 年走低。

	美國	日本	歐元區	韓國	新加坡	台灣	中國
2022	1.94	1.02	3.46	2.61	3.63	2.35	2.97
2023f	2.48	1.74	0.46	1.34	1.16	0.77	5.02
2024f	1.61	0.88	0.53	2.18	2.42	3.04	4.6

▲ (圖三) 2024 年表現預期與 2023 年相比較為疲弱。其中，美國、中國、日本經濟成長預測值走低，歐元區落於谷底；S&PGlobal 預估臺灣為 3.04%，但南韓、新加坡等成長率則在 2.5% 以下。

全球化粧品產業皆呈現正向成長趨勢

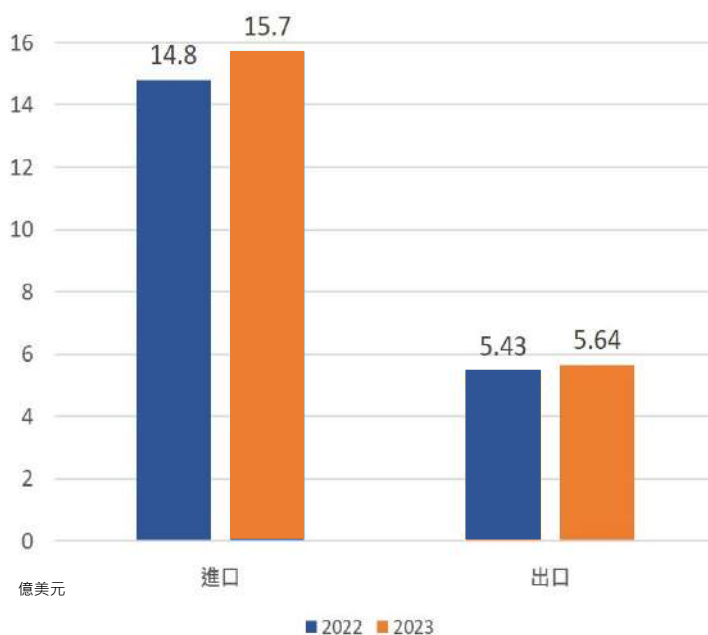
根據 Statista 數據顯示，美妝產業在 2022 年創造約 930 億美元收入，雖然因疫情影響，全球美妝產業市值於 2019–2020 年呈下降趨勢，但自 2021 年開始美容市場便穩步復甦，預計全球收入將以年均複合成長率約 6% 的速率持續增長，直至 2027 年達到約 1,254 億美元，相當於增加 323 億美元。同時麥肯錫預測（請見右圖四），疫情期間成長趨緩最明顯的是亞太市場，疫後反彈強勁，預估亞太市場將占全球市場約 42%，其次是北美市場約 19%；預期中東與非洲將會成長最快，隨著當地經濟發展與富豪對美妝奢侈品的喜愛，年均複合成長率約 12% 的速率成長。根據台灣 2022 年與 2023 年 1 月至 11 月進出口值表（第33章 - 精油及樹脂狀物質；香水、化粧品或盥洗用品類，請見右圖五），可以看到 2023 年 1 月至 11 月，整體化粧品進口值約為 15.7 億美元，與 2022 年同期的 14.8 億美元相比，成長 1.06%，顯示出進口值為正向成長；

出口方面，2023 年為 5.64 億美元，與 2022 年同期的 5.43 億美元相比，成長了 1.03%。



▲（圖四）全球各地區美妝市場銷售額

（資料來源：Mckinsey）



▲（圖五）台灣 2022-2023 年 1-11 月進出口值表：

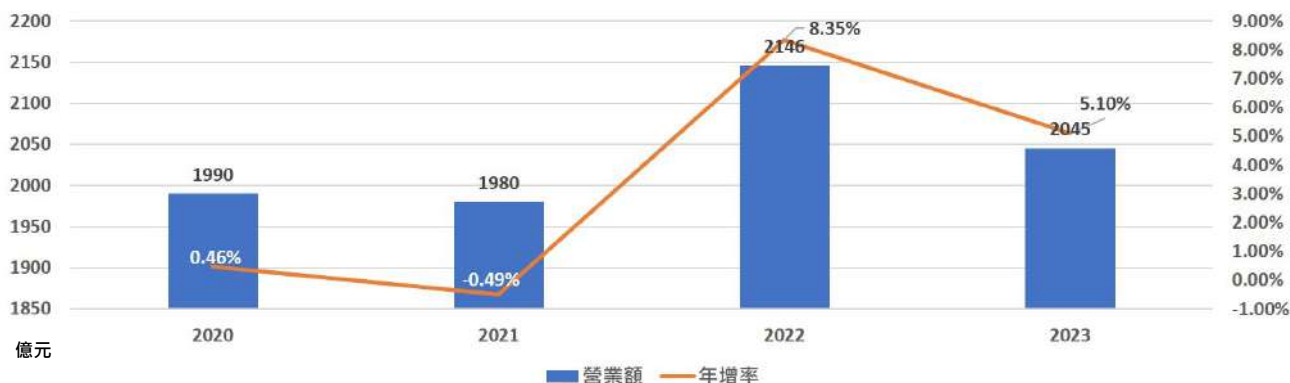
精油及樹脂狀物質；香水、化粧品或盥洗用品

（資料來源：經濟部國際貿易局）

台灣化粧品產業將持續增長

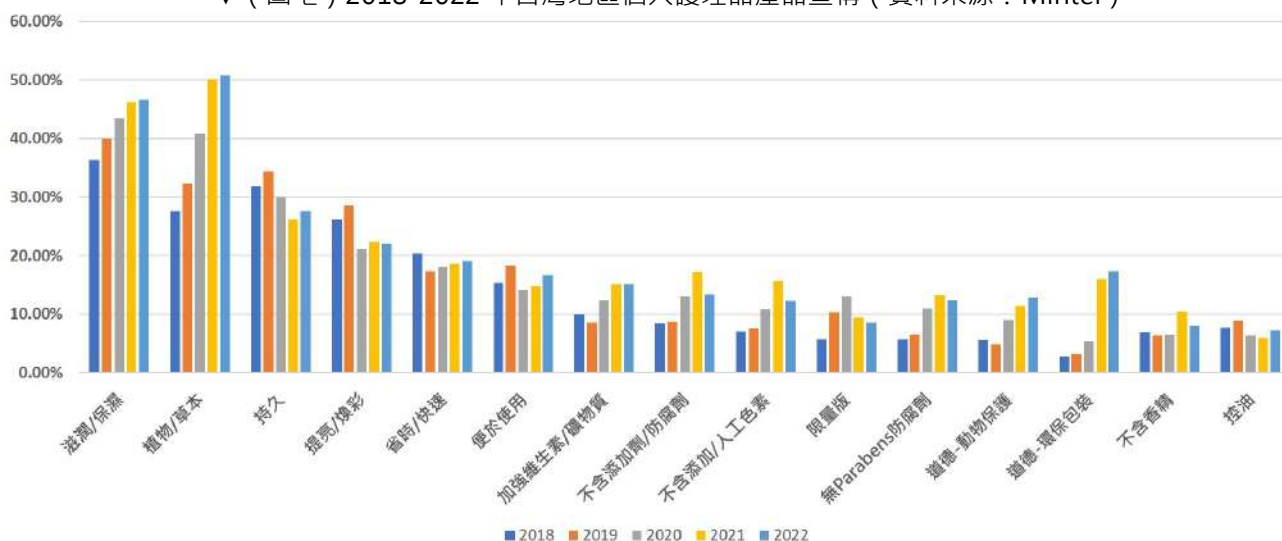
此外，根據經濟部統計處數據報告指出，台灣藥粧零售業 2023 年截至 11 月營業額已達 2,045 億元，年增長率達 5.1%（請見下圖六），成長主因為觀光人潮回流，推升美粧保養品銷售成長，同時部分業者持續拓點所致；目前營業額與去年同期相比亦有增長，因此可預估 2023 年藥粧零售業總營業額將高於 2022 年。

▼（圖六）台灣藥粧零售業營業額及年增率（資料來源：經濟部統計處）



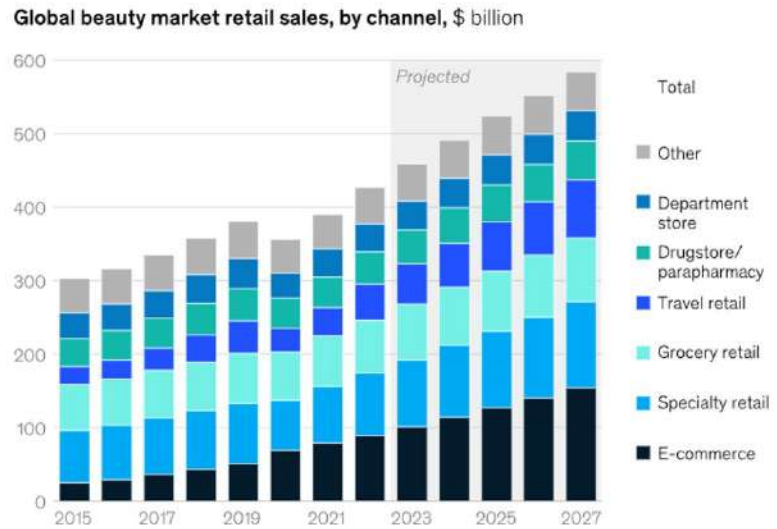
整體而言，2023 年台灣個人護理產業發展雖比 2022 年略為好轉，但國際情勢現況也持續影響台灣，像是通貨膨脹、國際動盪情勢影響全球航運、缺工、缺料導致成本增加，及全球氣候變遷等問題，各產業不得不正視節能減碳等議題（可參考[嘉誠月刊第155期「COP28 聯合國氣候峰會」專題](#)）。依據 Mintel 全球市場調研工具分析報告指出在 2018 至 2022 年台灣地區個人護理品產品宣稱（請見下圖七），其中以植物 / 草本、動物保護、環保包裝近年來持續增長，顯見台灣市場及消費者亦逐漸重視地球永續的產品宣稱。

▼（圖七）2018-2022 年台灣地區個人護理品產品宣稱（資料來源：Mintel）



2024 全球美妝與個人護理產業趨勢

近年美國亞馬遜和中國天貓等線上巨頭的美妝產品擴張；線上購物對於全通路零售商的重要性穩定成長；亞洲社群銷售（包括直播）的激增電商持續擴張，加速美妝產業的電商銷售成長。電子商務將成為成長最快的銷售管道，在 2019 至 2022 年間電商銷售佔比從 13% 提升到 21%，實質金額更是以年均複合成長率 21% 的速度成長



▲（圖八）全球美妝產業各通路銷售額佔比

（資料來源：Mckinsey）

了超過 8 成。預估這股趨勢將繼續保持，並在 2027 年電商將占全球美妝零售額的 26%（請見上圖八）。鑒於目前全球永續議題持續升溫，朝永續邁進，同時「**碳邊境調整機制**」（Carbon Border Adjustment Mechanism，簡稱 CBAM）實施在即（可參考[嘉誠月刊第 144 期「2023 全球經濟展望與環境保護措施」專題](#)），如何讓個人需求與地球達到平衡，將會是各產業需要持續努力思考的議題，而嘉誠也將持續提供更多元的永續原料，一同為地球永續盡一份心力！依據 Mintel 全球新產品數據庫（GNPD）2024 年全球美容與個人護理趨勢報告指出，全球美妝產業三大發展趨勢：精緻簡約、神形俱美、AI 美容，詳細趨勢內容彙整於表格（請見下圖九），讓我們與國際趨勢接軌，為迎接 2024 年的經濟成長一同努力。

趨勢	主要概念
精緻簡約 Sophisticated Simplicity	- 有限預算下，擁有更好體驗，簡單卻更好，有效但不複雜 - 品牌持續探究對世界更好的未來成份：永續原料或包裝
神形俱美 NeuroGlow	- 身心靈的平衡將是未來重點：外表好看影響情緒、提振情緒讓肌膚更好 - 開始考量由內而外的整體健康：益生菌、後生元等 - 緩解壓力也可以讓肌膚更好：香氛保養
AI 美容 Beaut-AI	- 由大數據 AI 所提供的建議開始逐漸被人們所採納 - 將 AI 智能與美容相結合給予肌膚更好的體驗

▲（圖九）2024全球美容與個人護理趨勢

2024 嘉誠 S.M.I.L.E. 微笑新面貌

揮別 2023 年，嘉誠挑選「**綠葉色 Greenery**」象徵迎接 2024 年全新的開始，綠葉是一種令人耳目一新、充滿活力的色調。綠色植物是自然的中性，是一種清新而充滿活力的黃綠色色調，讓人想起春天的第一天，大自然的綠色植物開始復甦、恢復和更新。綠色植物象徵著繁茂的樹葉和鬱鬱蔥蔥的戶外環境，它的強化特性向消費者發出深呼吸、充氧和恢復活力的信號。綠色植物一直處於外圍，現在卻被拉到了最前沿——它是世界各地無所不在的色調。嘉誠將秉持永續原料、創新實驗室和環境友善美妝的 S.M.I.L.E. 微笑理念，期許新的一年你我都能擁有「**微笑永續好運勢**」，無所不在的傳遞嘉誠精神。



嘉誠最新 [2024 年產品目錄](#) 已同步上線於官網，提供詳細完整原料資訊和品項；亦可直接於官網上方 [查詢嘉誠原料資訊](#)，以單張方式供業界先進迅速了解產品資訊；每月定期推出 [嘉誠月刊](#)，無需註冊會員即可線上下載閱讀，亦可以與嘉誠業務同仁新增加入月刊寄送名單，每月準時收到第一手月刊資訊；同時設置 [天然有機化粧品專區](#)，提供 COSMOS 天然有機化粧品設計標準及 COSMOS 原料資料庫查詢系統；亦可在嘉誠社群媒體獲得最新的資訊。嘉誠將會持續優化官網的各項資訊與使用體驗，提供更優質的產品服務，讓您在 2024 年可以創造出令人耳目一新的產品。

