

INVESTMENT  
OPPORTUNITIES  
IN KOREA

---

# 时装与美容



# 目录

## 【时尚】

### 1. 产业动向 · 1

- 1.1 韩国市场动向 · 1
- 1.2 产业竞争力 · 4
- 1.3 韩国朝阳领域 · 4

### 2. 外商直接投资动向 · 6

- 2.1 外商直接投资现状 · 6
- 2.2 主要外资企业的成功案例 · 7

### 3. 政策与地理环境 · 8

- 3.1 主要政策与奖励 · 8
- 3.2 主要选址 · 9

### 4. 潜力合作伙伴 · 10

- 4.1 相关企业清单 · 10
- 4.2 相关协会 · 12

## 【美容】

### 1. 产业动向 · 14

- 1.1 韩国市场动向 · 14
- 1.2 产业竞争力 · 16
- 1.3 韩国朝阳领域 · 18

### 2. 外商直接投资动向 · 18

- 2.1 外商直接投资现状 · 18
- 2.2 主要外商投资企业成功案例 · 19

### 3. 政策与选址 · 20

- 3.1 主要政策与奖励 · 20
- 3.2 主要选址 · 22

### 4. 潜在合作伙伴 · 24

- 4.1 相关企业清单 · 24
- 4.2 相关协会 · 25

\* 本报告书按各年度平均汇率，把金额单位从韩元换算成美元。但，在说明年均增长率时，为防止增长率出现差异，按照最近几年平均汇率来计算。

\* 被换算的金额采用四舍五入的方式，但与合计金额不一致时，采用上舍入或去尾法。



INVESTMENT  
OPPORTUNITIES  
IN KOREA

---

01

投資



# 1 产业动向

## 产业定义与特征

- (时尚的定义) 时装(fashion)一词来源于拉丁文的“factio”，意为“行为、行动”，在韩国语词典中被定义为特定服装或商品在一定时期内的普遍流行。
  - (狭义概念) 指流行现象较为突出的服装行业中的潮流趋势。
  - (广义概念) 随着人们生活品质的提高，已成为一种生活方式，比起有关生活领域的所有潮流趋势具有更广泛的含义。
- (时尚产业的定义) 以纤维为主要原料生产的成品，包括与原纱、针织物、染色加工、服装制造、配饰和服装辅料等服装商品相关产业的制造业。
  - 时尚产业包括基于韩国标准产业分类(KSIC)的C14(服装、服装配饰和皮草制品制造业)和基于韩国产品代码标准的MTI 44(纺织产品)。
- (时尚产业的特征) 以时尚设计和品牌价值为基础创造高附加值的产业。
  - 由企划、设计-时尚制造(缝制，图案/样本)-营销构成的时尚产业，与时尚材料和批发零售等上、下游产业进行有机合作，将消费者的感性升华为时尚设计，并通过与品牌价值的结合，创造高附加值。
  - 时尚产业为缝制、图案和样品等时尚制造业；设计、推销等知识服务业；物流和流通等相关上、下游产业的岗位创出做出巨大贡献。

## 1.1 韩国市场动向

- ▶ 尽管海外SPA品牌在韩国市场份额不断扩大，但本土时装品牌也通过多样化的商品群企划，高性价比的品质及反映趋势的营销策略等，加快吸引客户。

\* SPA(Specialty retailer of Private label Apparel): 自家品牌流通方式，即企业自己具备生产和零售的流通方式。

- 2017年时尚产业销售额为386亿美元，与2016年相比增长了5.7%。

### 纤维材料与时尚产品的销售额

(单位: 亿美元)

分类	2015	2016	2017
纤维材料	233	233	230
时尚产品	365	365	386

资料: 韩国银行企业的经营分析

注释: 纤维材料包括KSIC C13, 时装产品包括C14。

### 时装产业的销售成本占销售额的比重

(单位: %)

分类	2015	2016	2017
纤维材料	83.2	82.4	82.7
时装产品	67.1	67.1	67.9

资料: 韩国银行企业的经营分析

注释: 纤维材料包括KSIC C13, 时装产品包括C14



时尚产业的企业数量和雇佣人数维持小幅增长或减少趋势，但韩国国内的生产(以员工10人以上的企业为基准)略有萎缩。

- 韩国市场向时尚业发展，SPA品牌的持续增长及向韩流风靡国家的出口增加等为韩国国内生产起到了推波助澜的作用，但随着内需市场从韩国生产产品转向进口产品的需求比例增加，韩国国内生产略有萎缩。

### 时尚产业企业数量、雇佣与生产趋势

分类 \ 年度	2013	2014	2015	2016	2017
企业数量(家)	23,806	24,793	25,166	24,937	25,118
雇佣(名)	138,344	140,776	140,109	140,013	140,164
生产(亿美元)	157	156	149	149	144

资料: 1. (企业数量、从业人数)韩国统计厅韩国企业调查(1人以上企业的调查数据)

2. (生产)韩国统计厅的采矿、制造业调查(10人以上企业的调查数据)

注释: 时尚产业包括标准产业分类KSIC C14(服装、服装配饰和皮草制品制造业)。

自2009年以来，时尚产业出口以越南、缅甸等亚洲发展中国家为中心出现了增长趋势的反转。而自2014年，随着全球经济萧条导致消费心理萎缩，市场开始下滑。

- 由于将生产基地转移到海外企业的生产逆进口，以及高端奢侈品牌服装的进口增加，使贸易赤字也随之扩大。

### 时尚产业进出口趋势

(单位: 百万美元)

分类 \ 年度	2009	2011	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019.1~7月
出口	2,503	2,702	3,379	3,556	3,322	3,333	3,275	3,356	1,851
进口	4,060	7,121	8,656	9,714	9,799	10,044	10,818	12,466	6,702

资料: 韩国贸易协会的贸易统计(纺织产品(MTI 44))

注释: 时尚产业包括标准产业分类KSIC C14(服装、服装配饰和皮草制品制造业)。

2018年开始，韩国时尚市场从全球经济萧条导致消费心理萎缩的低增长时期(2014-2017)中复苏，维持小幅增长趋势。

- 2018年韩国时尚市场规模较去年的负增长略有回升，增长了1.8%，达到392亿美元。
  - 考虑到影响时尚市场的各种因素，预计2019年将增长2.7%达到403亿美元，2020年将增长3.1%达到415亿美元。
  - 2020年，处于不景气的不动产实现经济复苏，以及就业增加等因素将刺激消费心理，但汇率波动导致的进口价格上涨也将是一个变数。

## 韩国时尚产业分类市场销售额规模

(单位: 亿美元, 同期对比%)

分类	2017年	2018年	2019年					
			上半年		下半年		年度	
			(业绩)	增减率	(前景)	增减率	(前景)	增减率
男装	39	38	15	1.5	23	0.3	38	0.8
女装	29	31	15	△0.8	16	△2.2	31	△1.5
休闲装	137	140	62	3.5	84	5.4	146	4.6
运动装	65	68	26	3.7	44	1.7	69	2.4
内衣	19	20	9	3.6	13	11.3	22	8.1
童装	11	11	4	2.8	7	5.2	12	4.3
服装市场	300	308	131	2.8	187	3.5	318	3.2
鞋子	60	58	25	△3.2	33	1.9	58	△0.3
包	26	26	10	2.8	17	3.7	27	3.4
时尚市场	386	392	166	1.8	237	3.3	403	2.7

资料: 韩国纤维产业联合会 KFI Research(以韩国16个地区男女1,400名为对象的面对面调查)

- 2018年运动装和女装主导市场增长, 而2019年由休闲装市场主导增长。
  - 因户外用品市场的经济萎靡, 导致运动装在过去两年一直处于下降趋势。但由于怀旧运动装和90、00后的消费回升, 促使2018年增长了5.1%, 预计2019年也会保持2.4%的稳定增长。
  - 一直保持稳定增长的休闲装市场继2017年增长3.8%, 2018年增长2.1%后出现小幅下降趋势。但在2019年通过扩大与运动装的合作及街头休闲装市场等, 预计会实现4.6%的高增长。
  - 自2016年起, 由于制鞋和休闲运动鞋市场的不景气, 鞋类市场一直呈下降趋势。但是, 因全球运动品牌的运动传统营销成功而迅速增长的运动鞋市场(8.2%, 皮革休闲运动鞋), 而使下降趋势稍微减缓。

## 韩国时尚产业各分类市场销售规模及增减率趋势分析

(单位: 百万美元)

分类市场	2017业绩	同比增减率	2018业绩	同比增减率	2019前景	同比增减率
休闲装	13,700	3.8%	13,983	2.1%	14,620	4.6%
运动装	6,464	△ 5.4%	6,791	5.1%	6,956	2.4%
鞋子	6,030	3.4%	5,824	△ 3.4%	5,805	△ 0.3%
男装	3,874	△ 7.0%	3,818	△ 1.4%	3,848	0.8%
女装	2,909	△ 15.1%	3,128	7.5%	3,080	△ 1.5%
包	2,551	6.6%	2,619	2.6%	2,707	3.4%
内衣	1,948	△ 11.6%	2,006	3.0%	2,168	8.1%
童装	1,122	△ 5.7%	1,109	△ 1.1%	1,157	4.3%
时尚市场	38,598	△ 1.6%	39,278	1.8%	40,341	2.7%

资料: 韩国纤维产业联合会 KFI Research

## 1.2 产业竞争力

- ▶ **(设计、技术能力)** 韩国每年能培养5,000余名专科院校以上学历的设计师，拥有丰富的设计人才。
  - 年轻的新晋设计师通过参加巴黎、纽约、上海、香港等海外举办的时尚周和展示活动，增强并丰富个人的国际舞台活动经验和国际时尚敏感度。
  - 拥有20多年丰富经验的缝制技师、图案、样品公司等高端时尚制作人才，结合世界一流水平的品质管理能力和制造技术，可生产高级时尚服装。
- ▶ **(平衡的生产能力)**由上中下游产业连接的所有纺织时尚业均衡发展，以降低采购成本。
  - 时尚企业可以稳定地从韩国采购服装生产所需的纺织纱线、纺织品和服装辅料，从而有效降低成本。
- ▶ **(市场创出能力)**受2000年中期K-pop为中心的新韩流的影响，韩国时尚服装市场持续增长。
  - 东大门时尚市场通过建立自成体系的产业整合基地，实现可快速反映消费者的流行趋势的快速时尚，从而吸引消费。
    - 连接面料、辅料采购-企划、设计-试制品(图案、样品)制作-裁剪、缝制-批发、零售等，集成相关联的所有时尚产业的价值链，减少物流时间和成本来建立快速时尚市场。
      - \* 所有与时尚相关的生产流程及物流都在5公里半径内进行，通过节省生产、物流和流通阶段的成本，使产品价格保持较低水平。
    - 此外，由于市场内完整的产业整合及制造商与批发商之间的紧密合作和信任关系，可以实现快速响应(Quick Response)并灵活解决现货订单。
- ▶ **(机会因素)**以K-POP为中心的韩流，以及具备优秀的ICT基础和技术，同时扩大发展中国家的内需市场。
  - 通过电视剧和K-POP引领的韩流影响，提高韩国品牌形象与韩国制造产品的认知度和喜好度，从而促进开拓全球市场。
  - 基于全球顶级水平的ICT技术可研发智能服装，并通过AI、VR、AR等第四次工业革命技术，实现物流、流通方面的创新。
  - 由于中国等发展中国家的内需市场膨胀、生产人力不足、工资上涨等导致价格竞争力减弱，这将为韩国时尚业带来机遇。

## 1.3 韩国朝阳领域

- ▶ **由于线上购物市场的壮大，使强化线上渠道成为时尚企业的必选之路。**
  - 根据韩国统计厅的数据显示，时尚领域线上购物交易额从2017年的159亿美元增加到2018年的185亿美元，并预计在2019年之后持续增长。



## ▶ 020(Offline To Online)定制服务的登场

- ▶ 随着线上渠道的迅速发展，线下渠道也以旗舰店等体验型卖场的形式进行了特色化，从而寻求品牌定位最大化的方案。
- ▶ 预计主要时尚品牌公司将在主商业区运营核心卖场，同时加强在线业务以促进实际产品的销售。

- 将可进行卖场体验的线下渠道与方便商品搜索、购买的线上渠道相连接并一体化。
  - 以线上、线下的价格同步及可购买促销产品的全渠道零售流通战略为消费者购买产品提供便利性并增加销量。
    - \* 据统计，与单渠道客户相比，全渠道消费者在实体店多消费4%、线上多消费10%，并且随着使用渠道的数量增加，消费额也成正比增长(哈佛商学院)。

## ▶ 随着与AI、AR和VR等第四次工业革命紧密相关的技术应用于时装产业，对消费者的产品购买过程和企业的生产过程产生了巨大影响。

- 出现了使用AI技术为消费者提供定制服务，消费者可将AI推荐的产品在AR虚拟试衣间试穿，并通过VR购物商城进行购买的全新商业模式。
  - IT技术与时尚产业的融合将积极用于解决线下购物的访问不便和网购质量满意度差的问题。
  - AI、VR和AR技术可使客户拥有全新购物体验。企业通过分析个人喜好可创造新设计，向客户建议最佳时尚商品。
- 时尚企业可通过吸引品牌忠诚度高的客户群体来增加销售，因此时尚企业纷纷使用AI来扩大其业务范围，这一趋势正在逐渐壮大。
  - IT企业进入时尚产业的案例增加。

## ▶ 使用IT技术测量客户尺寸并分析数据，然后制作反映个性化需求的定制(Customizing)产品。

- 利用三维扫描和360度拍摄进行人体测量，通过三维图案、三维打印来制作定制型产品的生产时代即将来临，新技术开发和材料发展将使该领域迅速增长。
  - \* 预计2020年的市场增长率(CAGR)分别为三维扫描仪13.3%、三维打印27.6%、三维CAD5.8% (资料：Grand View Research报告)。
- 使用三维技术的服装制造和流通技术使传统制造产业的时尚市场实现高附加值。
  - 三维技术的应用使垂直分布的价值链呈放射性，导致消费者参与到企划、生产和流通中，从而模糊消费者和生产者之间的界限。
    - \* 三维打印商业化时，购买线上图纸即可打印产品，从而实现消费者成为生产者的“社会化制造业”。
  - 摆脱销售产品和服务的现有利润模型，创造提供交流、表现、体验等价值的新商业模式。





### 时尚相关主要三维技术

- (三维扫描仪)获取目标对象的三维形状信息并将其数字化,可以根据用途进行分析和处理的设备。
- (三维设计和图案制作)使用模拟的设计技术,以及通过三维人体或服装中提取的二维图案来制作立体图案的技术。
- (三维打印)通过数字设计数据连续堆叠图层来制造三维产品的生产方法。
- (与三维解决方案相关的虚拟技术)应用虚拟时装秀、三维虚拟形象技术的虚拟服装试穿,以及数字化卖场魔术镜、移动设备的服装购物等。

### 韩国案例

- 男装专业策展服务企业“Snoopic”提供1:1个人定制造型服务。
  - 客户不是通过Snoopic网站选择商品,而是在提供喜欢的颜色、价格范围、喜好和职业等个人信息后,Snoopic将根据客户的个人信息进行分析并推荐产品。
- 三星物产通过投资基于人工智能的时尚初创公司“Alina”,试图将人工智能与时尚行业相结合。
  - Alina会在造型师根据消费者的需求推荐衣服时,将人工智能融入其中。
    - \* 当客户要求推荐适合相亲穿的衣服时,造型师会根据对客户的调查结果和以往的购买历史,利用AI来推荐五套服装。

## 2 外商直接投资动向

### 2.1 外商直接投资现状

#### 时尚产业是外商投资较为稳定的领域,易受全球经济的影响。

- 自2013年以来,韩国时尚产业(包括纤维和织物)的外商直接投资在迟缓状态下一直维持着少量流入,但在2017年末因受到全球外商直接投资下降的影响,出现部分减少。
  - 海外全球时尚企业在选择进入亚洲市场的据点时,与青睐于日本或香港的过去不同,近年来更倾向于直接进入针对中国和韩国消费者的韩国市场。

#### 时尚产业(纤维、织物、服装)的外商投资趋势

(单位:件,百万美元)

分类	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019上
申报件数	17	29	16	15	15	13	14	6	4
申报金额	10	316	51	35	363	72	72	1	3

资料:产业通商资源部,外商直接投资统计

- 相对于服装制造,外商投资更多集中在全球时尚品牌的流通部门,主要是以优衣库、ZARA等全球SPA品牌的合作投资形式来进行。
- 2018年韩国奢侈品市场增长4.6%,位居世界第八。

- 由于韩国时尚行业的持续增长和对潮流趋势敏感的韩国消费者，出现了许多与流通企业的合同结束后，通过直接进入，转为名牌企业的情况。
- 不通过韩国进口和流通企业，直接针对韩国消费者的战略。
  - \* (迈宝瑞)通过收购在韩国负责迈宝瑞产品进口和流通的SHK公司40%的韩国迈宝瑞股份，从而确保100%的股份权，据此直接参与韩国市场的经营。
  - \* (纪梵希)与新世界国际(SHINSEGAE INTERNATIONAL)终止合同后，在2018年初成立了韩国纪梵希，从2019年开始正式开展业务。
  - \* (D&G)与新世界国际(SHINSEGAE INTERNATIONAL)终止合同后，成立了韩国D&G。

## 2.2 主要外资企业的成功案例

### 👉 Zara Retail Korea

- 2007年乐天百货决定与全球时尚品牌ZARA成立可在韩国开店并运营的合资公司“Zara Retail Korea”。
  - 当时Zara Retail Korea的资本为59万美元，乐天百货与负责ZARA经营的Inditex公司股份比例为80：20，其中西班牙的Inditex投资47万美元，持股80%；乐天投资12万美元，持股20%。
- Zara Retail Korea在2018年度的销售、营业利润(1月结算)分别为3.34亿美元和15万美元，同比各增长3.6%和43.4%，此外净利润达12万美元，同比增长49.1%。
  - 自2007年进入韩国以来，销售额一直稳定增长，一段时间维持在1.81亿美元的规模。自2016年首次突破2.72亿美元后，维持稳定增长趋势。
    - \* 年销售额/营业利润(百万美元): ('12) 185/9 → ('13) 206/10 → ('14) 206/-7 → ('15) 264/7 → ('16) 313/23 → ('17) 322/10 → ('18) 334/15
  - 除服装外还推出家居品牌Zara Home，不断扩大卖场的主要策略起了非常大的作用。

### 时尚服装产业的主要外商投资企业现状

企业名称	涉及领域	外资最初注册年份	主要投资国家	2018年业绩(百万美元)
FRL Korea (优衣库)	衬衫及其他批发业(46413)	2004年	日本	1,248 (17.9-18.8)
Zara Retail Korea	衬衫及其他批发业(46413)	2008年	西班牙	334 (18.2-19.1)
H&M Hennes & Mauritz Korea	衬衫及其他服装批发业(47416)	2009年	瑞典	226 (17.12-18.11)
古驰韩国有限公司	商品综合批发业(46800)	1998年	荷兰	220 (2013年)
韩国博柏利	衬衫及其他批发业(46413)	2002年	英国	238 (14.4-19.3)

资料：产业通商资源部，金融监督院电子公示系统

### 👉 JD Sports Fashion Korea

- 英国综合商店JD Sports于2018年4月在韩国上市了首家东北亚商店。以一年内实现9千万美元的销售为目标。



## 3 政策与地理环境

### 3.1 主要政策与奖励

- ▶ 是与其他制造业相比，可创造更多就业岗位和高附加值的产业，也是在制造业发达的国家中唯一拥有完善均衡基础设施的产业，此外为应用他，还制定、实施各种政策。

#### ▶ 建立《东大门时尚市场振兴方案》，促进东大门成为全球时尚枢纽。

- 为了振兴东大门时尚市场，韩国产业部和首尔市将 ① 创造和引导个人定制型服装的新产业、② 对东大门生态系统进行数字化及高端化、③ 计划建造文化与旅游融合的东大门“游乐场(Playground)”。
- 通过该政策扩大青年创业及优质岗位，促进韩国材料的消费增长，有望通过改变生态系统，把东大门时尚市场打造成东北亚的时尚枢纽。
- ① (扩大优质的就业岗位)从低成本服装缝制(又名市场缝制)转向高端定制缝制，在扩大高龄缝制工人的工作机会的同时，增加年轻人力的流入。
- ② (扩大青年创业)通过定制设计、快速设计的顺循环周期，诞生富有创造力的新晋设计师与多家流通、营销初创公司。
- ③ (促进韩国材料的消费增长)通过24小时订货、交货时间和对高级面料的需求增加，使韩国材料产地(大邱、京畿道北部等)的销量增长，并推动了新产品开发。
- ④ (东大门生态系统的变化)以批发商为中心，通过数字化把设计、制造和流通连接起来，改善可搞活这种合作的结构。

#### 东大门时尚市场

- ▶ 汇集时尚服装生产及流通的韩国最大的时尚服装特化集群，占韩国时尚纺织销售额的17%(136亿美元)。
- ▶ 占韩国时尚纺织出口的21%(30亿美元)、企业的11%(25,000家)、就业的26%(18万名)、保持日均100万的流动人口(访问喜爱度居第二)。
- ▶ 创新企业孵化器\*和韩国生产面料的最大消费地(消费大邱、京畿道北部生产量的20%)，韩国批发零售服装的供应商(10亿美元/日)。

\* 以东大门为基地，出现了3,000家IT初创公司(又名东创公司)。

#### ▶ 纺织服装创新能力提升项目

- 项目目的
  - 通过开发提高制造竞争力的智能型纺织制造工艺技术及与其他产业融合的产品，提高韩国纺织企业的创新能力。
- 扶持对象领域
  - (智能制造系统)开发智能制造系统和工艺技术，使韩国纺织品制造企业在价格、生产效率、质量等方面具有市场竞争力。



- (产业融合纺织产品)推进纤维与IT、纤维与传输等产业之间的融合技术开发，在未来有前途的产业领域提供抢占市场的先机。

### ▶ 扶持高级服装制作人才的培养扩大以及时尚领域的青年创业。

- 通过高级服装制作技术培训和优秀企业现场实习，扩大培养高级服装制作的技术人才。
- 为高级服装制作培训课程的优秀学生免费提供创业空间、设备和工作机会以帮助创业(时尚制作微型工厂)。

### ▶ 扶持海外营销

- 聘请海外时尚专家担任营销总监(MD)，扩大韩国纺织时尚展览会\*，举办韩流和K-fashion有关的活动。

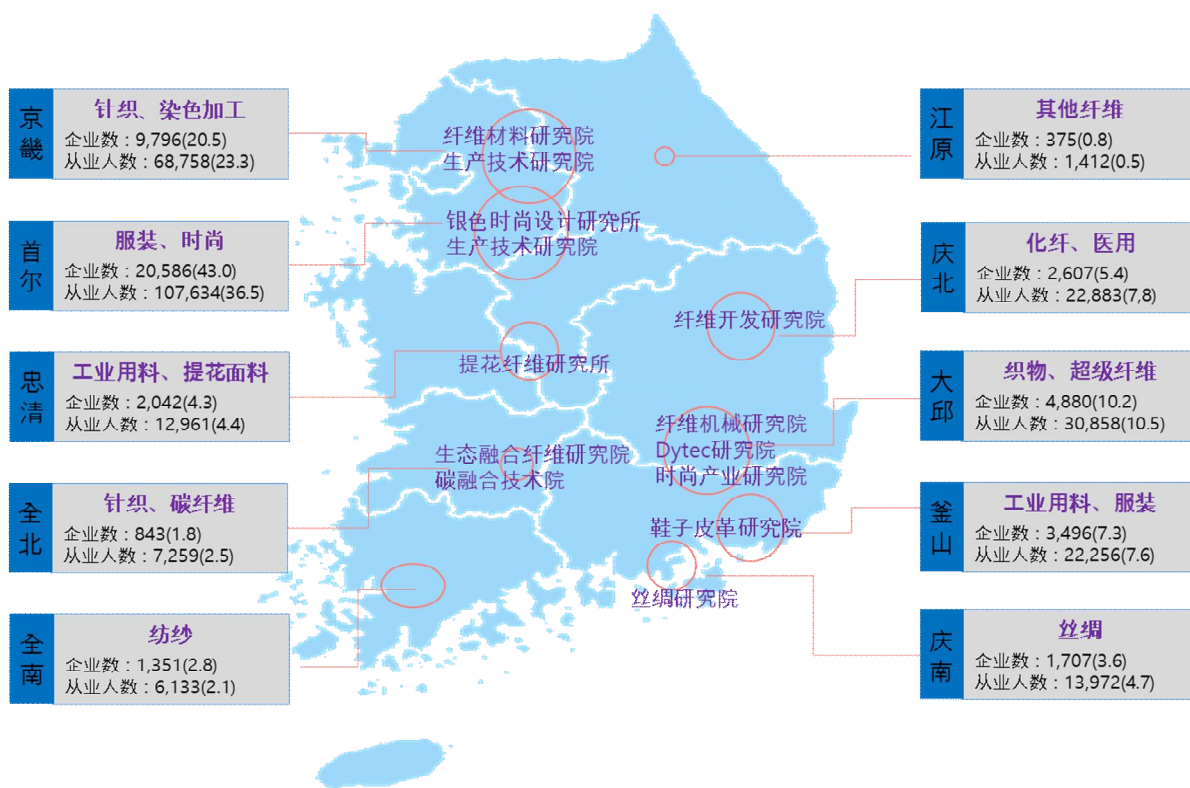
\* 韩国纺织时尚展览会举办次数：(2018) 14次 → (2019) 16次

## 3.2 主要选址

### ▶ 首都圈作为引领潮流和流通的时尚产业的最大聚集区，如果形成韩国最大的消费市场，那么各区域就会形成生产特色产品的聚集区。

- (针织产业) 集中在京畿道北部和全罗北道地区。
  - 京畿道北部是世界领先的针织生产地区，大约90%的韩国针织产品聚集在此地。
  - 建立了世界唯一的短期交货(1周内)生产系统，从原纱到后加工的所有生产流程均在该地区内完成，奠定了有利于新产品开发和商业化的产业基础。
  - 全罗北道拥有从制丝和纺纱业到缝制服装制造业的多元化流程基础，主要专注于使用棉等天然纤维的内衣类和婴幼儿服装的针织类。
- 忠清南道密集分布着使用提花面料\*开发时尚、家装等生活纺织品的企业。
  - \* 用多色线编织纹理的面料。
- 在釜山，Parkland、Indian、Kolping和Greenjoy等大型服装品牌企业运营着自动化设备的缝制工厂，OEM(定点生产)企业则分布在距釜山50公里以内的地方。
  - 由于具备地区特性的海运、港口和国际机场，因此国际潮流的流入速度快，具有能够快速应对物流竞争力和国际需求的特征。
- 大邱和庆尚北道是韩国最大的纺织和化纤枢纽地，基于多样化的研究基础设施，一边与企业积极开展共同研发，一边对新技术/产品开发实施活跃的投资。
- 庆尚南道和晋州地区占韩国丝绸产量的80%，占内需市场的70%以上。
  - 从过去的OEM转变为ODM(原始开发制造)的直接生产方式，从内需为主的市场结构转向出口为主的渠道，通过多用途的高感性材料来扩展产品领域。



**各地区主要生产的产品和企业现状**


资料：韩国统计厅“国家统计门户”韩国企业调查（1人以上企业的调查数据）

## 4 潜力合作伙伴

### 4.1 相关企业清单

#### 时尚服装企业清单

企业名称	主要产品	网站	位置
NAMYEUNG VIVIEN	女性内衣	www.namyeung.co.kr	首尔龙山区
BYC股份公司	针织品、内衣、T恤	www.byc.co.kr	全罗北道全州市
Beauce Merchandising	女装	www.ibeauce.co.kr/	首尔衿川区
衣恋集团	童装、休闲装、SPA	www.elandretail.com	首尔麻浦区
LF集团	成衣和时尚用品	www.lfcorp.com	首尔江南区
三星物产时装部门	休闲、商务男装	samsungcnt.com	首尔瑞草区
Kolon Industry	户外、高尔夫、女装等	kolonindustries.com	京畿道果川市
FRL Korea	休闲装的零售和批发	www.uniqlo.com	首尔中区
韩国阿迪达斯	运动装	www.adidas.co.kr	首尔瑞草区
Hyungji集团	女士休闲装	www.hyungji.co.kr	首尔江南区
韩国耐克	运动装	www.nike.co.kr	首尔江南区

企业名称	主要产品	网站	位置
Sejung集团	男装/女装、户外、运动	www.sejung.co.kr	釜山金井区
新星通商	男士休闲、男士正装、SPA	www.ssts.co.kr	首尔江东区
韩国迪桑特	运动装、高尔夫	www.descenteKorea.co.kr	首尔江南区
韩国K2	户外服装	www.k2.co.kr	首尔城东区
布莱亚克	户外服装	www.blackyak.com	首尔瑞草区
Parkland	商务男装	www.parkland.co.kr	釜山金井区
Sungjoo D&D	休闲装	www.sungjoogroup.com	首尔江南区
LS Networks	运动装	www.lsnetworks.co.kr	首尔龙山区
Youngone Outdoor	户外服装	www.yooutdoor.co.kr	庆尚南道昌原市
韩国斐乐	运动装	www.fila.co.kr/	首尔瑞草区
Zara Retail Korea	SPA	www.zara.com/kr	首尔江南区
信元	女士正装	www.sw.co.kr	首尔麻浦区
MK Trend	休闲装	www.mktrend.co.kr	首尔江南区
Millet	户外、登山服	www.millet.co.kr	首尔麻浦区
Aioli	女士休闲装、女士正装	www.aioli.co.kr	首尔江南区
Babafashion	女士正装	www.babafashion.com	首尔瑞草区
佐丹奴	休闲装	www.giordano.co.kr	首尔瑞草区
Handsome	女装	www.thehandsome.com	首尔江南区
YK 038	女装	www.ykblack.com/	首尔瑞草区
GSGM	休闲装	www.gsgm.co.kr	首尔江南区
Biltmore	男士正装	www.ibiltmore.com	首尔江东区
The Basic House	休闲装、童装	www.basichouse.co.kr	首尔江南区
Demoo	女装	www.demoo.com	首尔江南区
Valencia	女装	www.valencia.co.kr	首尔城东区
Chatelaine	女装	www.chatelaine.co.kr	首尔江南区
Agabang&Company	女装	www.agabangncompany.com	首尔江南区

## 纤维材料企业清单

企业名称	主要产品	网站	位置
Hyosung股份公司	长纤维	www.hyosung.co.kr	首尔麻浦区
(株)Huvis股份公司	PSF	www.huvis.com	首尔江南区
泰光产业股份公司	氨纶、尼龙面料	www.taekwang.co.kr	首尔中区
TK Chemical股份公司	PF、DTY、氨纶	www.tkchemi.co.kr	大邱北区
Seong-An Synthetics股份公司	聚酯长纤维	www.sasyn.co.kr	庆尚北道龟尾
Daenong股份公司	棉莫代尔、天丝、莫代尔	www.daenong21.com	忠清北道清州
SG忠清南道纺织股份公司	棉纱、混纺纱	www.sgchoongbang.com	京畿道城南
大韩化纤股份公司	涤纶	www.daehansf.co.kr	蔚山市南区
三养社股份公司	涤纶高强丝	www.samyangcorp.com	首尔钟路区
KP Chemtech股份公司	尼龙纱	www.kpchemtech.co.kr	蔚山南区
Toray Chemical	聚酯长短纤维	www.toray-tck.com	庆尚北道龟尾市
Samheung股份公司	PP 长纤维	www.maxlon.co.kr	京畿道抱川市
Chewon Synthetics	涤纶 DTY	www.chewon.co.kr	庆尚北道龟尾市

企业名称	主要产品	网站	位置
东一纺织股份公司	棉纱、棉织物等	www.dong-il.com	首尔江南区
Daewon股份公司	梳毛、仿毛、纯毛及混纺面料	www.daewon.co.kr	忠清北道清州市
大韩纺织股份公司	棉织物、针织面料、棉纱等	www.thtc.co.kr/	首尔永登浦区
Seong An股份公司	涤纶织物	www.startex.co.kr	大邱北区
Duckwoo实业股份公司	涤纶织物	www.duckwoo.kr	庆尚北道漆谷郡
熊津纺织股份公司	2way stretch(PET, NYLON等)	www.tcktextiles.com	庆尚北道龟尾市
)乙和股份公司	面纱面料	www.peacetex.co.kr	庆尚北道龟尾市
Chonbang股份公司	纯棉织物、棉混纺织物	www.chonbang.co.kr	首尔西大门区
Jeongsan International股份公司	层压织物	www.jeongsan.com	釜山江西区
Shinhan Spinning股份公司	圆形织物	www.sinhan.net	首尔九老区
Ducksan Enterprise股份公司	拉绒棉针织面料	www.ducksanbj.co.kr	京畿道抱川市
Saechang股份公司	经编针织物	www.saechang.co.kr	京畿道利川市
Mogae染织股份公司	涤纶针织物	www.mogaetextile.com	釜山沙下区
荣信物产	布料染色加工	www.youngst.com	京畿道杨州市
Bomyung实业股份公司	涤纶混纺/印染产品	www.bomyung.co.kr	京畿道安山市
现代毛织股份公司	梳毛丝、毛绒线产品	www.hyundaitex.co.kr	庆尚南道梁山市
AZTECHWB	羊毛100%织物染色	www.aztechwb.co.kr	釜山沙下区
现代特殊印染股份公司	印染物	www.specialprint.co.kr	京畿道始兴市
Bukwang股份公司	网格材质	www.bukwang.com	釜山沙下区
Sunggwang	涤纶面料	www.sunggwang.co.kr	首尔中区
Seong-An	涤纶抗燃面料	www.startex.co.kr	首尔松坡区
Pucheon	经编和圆形针织	www.pucheon.co.kr	首尔江南区
Visionland	天然纤维、化学纤维	www.visionland.co.kr	首尔江北区
Young Poong Filltex	skin+ 加工	www.filltex.com	首尔九老区
Ducksan Enterprise	户外/休闲针织材料	www.ducksanbj.co.kr	首尔城东区
Shin Heung	柔软纤维混纺织物	www.monotex.co.kr	首尔江南区
Alpha Fabric	COTTON NYLON混纺织物	www.alphafabric.co.kr	首尔江南区
Young纺织	混纺织布	www.youngtex.com	首尔江南区

## 4.2 相关协会

### ▶ 时装产业相关协会清单

韩国纤维产业协会	www.kofoti.or.kr	寻求增强纺织产业竞争力的方案，促进纺织业的增长和发展。
韩国化学纤维协会	www.kcfa.or.kr	开发化学纤维技术并提高质量，增强生产效率和国际竞争力。
韩国纤维进出口协会	www.textra.or.kr	促进纺织品进出口贸易的健全发展，促进会员公司的共同利益。
大韩纺织协会	www.swak.org	扩大棉纺产品的需求、促进零件和材料的共同采购、开展设施的共同保护、提供国内外产业动向调查及材料。



韩国纤维开发研究院	www.textopia.or.kr	帮助韩国企业应对趋势变化，通过研发提高纺织行业的竞争力。
韩国时尚产业协会	www.kaia.or.kr	开拓时尚服装出口行业的海外市场、在海外推广出口产品、调查海外市场，以及向政府提议等。
韩国时尚产业研究院	www.krifi.re.kr	强化时尚行业的能力、研究开发、企业扶持。
大韩针织合作社联合会	www.knit.or.kr	帮助增强针织行业的竞争力。
生态融合纤维研究院	www.knitcenter.re.kr	为促进针织产业发展，帮助中小企业的研究开发、试制品生产、时装和设计开发、营销和创业培养。
韩国纺织机械协会	www.kotma.org	建立核心材料开发和自动化系统开发等的合作研究基地，为中小纺织机械企业的技术开发提供帮助。
韩国纤维机械融合研究院	www.kotmi.re.kr	建立纺织机械产业基础设施和开展研究，使纺织机械和核心零部件技术实现独立。
KOTITI试验研究院	www.kotiti.re.kr	针对纺织产品、环境卫生和工业材料等进行测试分析、质量检查和研发等业务。
韩国纤维材料研究院	www.koteri.re.kr	研发先进核心技术、培养专业生产和技术人员、扶持制作试制品、分析及普及技术信息等。
DYETEC研究院	www.dyetec.or.kr	开发染色加工领域的尖端加工技术及确保原创技术，提供企业紧贴型研发扶持。
FITI试验研究院	www.fiti.re.kr	提供针对时尚服装及材料领域的测试、检查、审核、教育等综合咨询服务。
韩国服装试验研究院	www.katri.re.kr	实施时尚纺织试验领域的测试、检验和认证。
韩国时尚流通信息研究院	www.cft.or.kr	收集、分析和传播国际性颜色信息，系统地积累设计和生活方式等多种数据，提供产品开发所需的核心信息。
韩国制服工业合作社	www.uniform.or.kr	实施制服行业的共同销售及采购、扶持自给、新产品开发项目及向政府建议等。



INVESTMENT  
OPPORTUNITIES  
IN KOREA

---

02



# 1 产业动向

## 产业定义与分类

- (定义)化妆品是指通过清洁与美化人体来提升魅力,让容貌变得更加亮丽,且为保持或增强皮肤、头发的健康而采用涂、擦、喷在人体等类似方法对人体产生较轻影响的物品(食品医药品安全处)。
  - 化妆品是难以在短期达到明显治疗效果的产品,区别于医药品、医药外品。韩国于1999年制定了《化妆品法》,把医药品与化妆品分开进行管理。
- (范围)最近功能性化妆品的范围包括适用于染发、除毛、祛痘、防止脱发、皮肤过敏等的产品。化妆皂、黑发胶、除毛蜜蜡等也包含在化妆品里。

## 1.1 韩国市场动向

### 市场现状

- 韩国化妆品市场在世界市场规模排名第8~9位,呈不断增长趋势;自2010年以后,从以内需市场为中心的产业变化为以出口为中心的产业。

### 韩国化妆品市场规模与世界市场占有率

(单位:十亿美元,%)

国家名称	2015年		2016年		2017年 (E)		2018年 (E)	
	金额	占有率	金额	占有率	金额	占有率	金额	占有率
韩国	10.4	3.0	10.9	3.0	11.5	3.0	12.1	2.9

资料:韩国保健产业振兴院(2018)

- 随着韩国化妆品相关产业不断发展,化妆品制造商与责任销售商总数也在逐年增长。
  - 具备生产装备的制造厂商在近5年间年均增加13%,2019年8月已达到2,367家。
  - 负责品牌权限与流通的责任销售公司最近因韩式美妆(K-Beauty)的出口增长而备受瞩目。
  - 尤其是由于OEM(委托生产)产品生产等要素,大企业与中小企业的产业壁垒比其他产业相对较低,最近5年间年均增长率达到27%,以2019年8月为基准,责任销售公司已突破14,000家。

### 化妆品产业企业现状

(以2019年8月12日为准,单位:家)

分类	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	年均增长率
制造公司 (Manufacturer)	1,455	1,655	1,877	2,179	2,367	12.9% ( '15~'19)
责任销售公司 (Brand Holder)	5,403	7,210	9,394	12,106	14,070	27.0% ( '15~'19)

资料:食品医药品安全处(2019)

- 韩国化妆品生产受到出口持续扩大与内需市场急剧增长的影响，增长率已超过14%，呈现高发展趋势。
  - 以发达的基础化妆品类型为基础成长的韩式美妆，其基础化妆品的生产占据整体的56%以上，达到最高，此外彩妆化妆品与护发产品紧随其后。

### 化妆品产业的生产变化趋势

(单位: 亿美元, %)

	2014	2015	2016	2017	2018	年均增长率
化妆品生产	81.5	97.5	118.6	122.8	140.9	14.6(2014~2018)

资料: 食品医药品安全处(2018), 生产业绩资料, 各年度

- 化妆品受到韩式美妆等韩流的影响，年均增长率高达28.6%；相反，进口却受到内需停滞的影响，从2014年起，从化妆品进口国家转化为纯出口国家。
  - 最近5年间，化妆品出口额年均增长率为35.2%，在世界主要出口国家中排名第一；据悉，最近不仅出口到中国、香港、台湾等华语圈，还出口到美国、欧洲与东盟地区，这是其出口增长的主要因素。

### 化妆品进出口变化趋势

(单位: 百万美元, %)

年份	出口		进口		贸易收支
	出口额	同比增长率	进口额	同比增长率	
2014年	1,873	52.2	1,386	8.7	487
2015年	2,910	55.3	1,397	0.8	1,513
2016年	4,183	43.7	1,433	2.6	2,750
2017年	4,952	18.4	1,523	6.3	3,429
2018年	6,263	26.7	1,615	5.5	4,648

资料: 韩国关税厅, 大韩化妆品产业研究院(根据2018年韩国化妆品分类标准)

注释: 最近5年的(2014年~2018年)年均增长率(CAGR) - 出口: 35.2% / 进口: 3.9%

### 市场趋势

- (功能性产品类市场的扩大)同时具有医药品与化妆品性质的功能性化妆品呈现显著增长趋势，综合功能性化妆品为14.7%，实现最高占有率与增长率，功能单一的产品则呈现小幅度下降趋势。
  - 2017年在新加入功能性化妆品队伍的染发、脱发、祛痘、除毛、皮肤过敏等相关产品的生产业绩中，以2018年生产为基准，染发剂占比为1.4%，呈现最高比重，脱发相关产品为1.1%，紧随其后，其他产品的占比都很低。
- (化妆品流通趋势变化)看化妆品业界最近的流通情况得知，以实体店为中心的单一品牌销售额减少，而销售许多品牌的化妆品专营综合品牌店——H&B卖场受到年轻消费者的支持，实体店呈现调整趋势。

- 韩国最大的H&B店是“Olive Young”，而原是药妆店的“屈臣氏(Watsons)”也在加强护肤品类后，改为了“Lalavla”商店品牌。CHICOR则特别强调了彩妆化妆品领域，确保了竞争力，2019年10月，全球化妆品流通连锁店Sephora还开启了线上/线下卖场。
- 伴随网络与移动市场的爆发式增长，针对这些流通渠道的主要顾客群——10~39岁消费者的产品开发与平台也在持续发展。
- 开发与引进不同的移动支付系统能促进该市场的成长。
- 韩国爱敬、L&P化妆品、韩国科淳集团等企业正在以通过电视购物频道被大众所知的“人气商品”为中心，集中打入海外市场，最近还调查到许多在免税店或海外市场率先获得认可的“逆出口”人气商品事例。

## 1.2 产业竞争力

### 世界市场占有率

- 化妆品世界市场规模在2018年为4,088亿美元，同比增长5.9%(资料：《欧睿美容及个人护理数据(Beauty & Personal Care Data)》，2018)。
  - 具体国家占比如下：美国占整体市场的18.9%、中国12.4%、日本8.4%、巴西6.9%、德国3.9%、英国3.8%、法国3.1%，此外韩国占2.9%，排在第八名。
  - 韩国化妆品的市场规模自2014年起年均增长34.8%，在世界市场的占比也在随之增长。
    - \* 韩国化妆品世界市场排名：(2014) 世界第10→(2017) 世界第9→(2018) 世界第8

### 2014~2018年世界各国化妆品出口业绩

(单位: 千美元)

排序	国家	出口额					年均增长率 (2014~2018)
		2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	
1	法国	14,816,607	12,951,571	13,212,297	15,162,672	16,881,744	3.3%
2	美国	9,005,262	9,152,411	9,285,810	9,935,240	10,516,994	4.0%
3	德国	9,049,037	7,883,344	8,078,082	8,520,813	9,346,556	0.8%
4	新加坡	3,385,433	3,381,847	3,994,998	5,190,548	6,712,688	18.7%
5	韩国	1,901,801	2,938,060	4,204,127	4,974,619	6,285,391	34.8%
6	意大利	4,095,474	3,928,384	4,489,307	5,013,152	5,498,122	7.6%
7	日本	1,548,014	1,860,350	2,682,113	3,668,412	5,201,097	35.4%
8	英国	5,069,962	4,472,852	4,446,148	4,625,347	4,704,285	-1.9%

资料: ITC(2019)

注释: 世界各国化妆品出口业绩, 按照韩国化妆品标准分类。



- 以2018年出口额为基准，第一名为法国，接下来是美国、德国、新加坡，韩国与上述四国一起成为世界五大出口国。
  - 如除去比化妆品制造更重视中介贸易的新加坡，韩国可被评价为实际四大化妆品出口国。
  - 在主要国家出口增长率方面，韩国与日本一起呈现最强劲的增长趋势，根据未来2~3年的出口变化趋势，设定2020年初上升到第三位的目标。

## 技术与产品开发

- 韩国化妆品凭借领先企业的产品创新和OEM/ODM(原始设计制造商)公司的生产技术开发投资等，最近被评价为其技术实力已接近世界级水平。
  - 韩国科玛、Cosmax等韩国ODM公司也扩大以全球化妆品品牌的韩国ODM订购量、开发引领全球市场的产品、中国本土市场成长与韩国订购量扩大等为基础，正在急速发展。
  - 在韩式美妆的主要产品——基础化妆品产品类与面膜贴产品等领域，正在引领世界市场的技术与产品开发，同时BB霜或气垫粉底等主要产品的技术实力也备受世界认可，除韩国企业外，全球品牌产品的生产也在逐渐扩大。
  - 在气垫粉底产品领域的技术实力也备受认可。例如，爱茉莉太平洋公司针对法国克里斯汀·迪奥(Christian Dior)品牌产品的开发与生产，与其签订了技术合作协议等。
- 韩国化妆品公司更加努力进行原材料开发。
  - 最近随着SK集团等大企业积极开展化妆品材料开发事业，持续向美白、皱纹改善等相关新原料的开发和韩国产天然提取物的开发实施投资。
  - 爱茉莉太平洋通过公司的技术研究院开发出了美白功能性原料MelaSolv、构树提取物、油溶性甘草提取物、Seletinoid、白菊提取物、三白草提取物、白花蛇舌草提取物等，并在食品医药品安全厅(KFDA)成功注册为美白材料。
  - Cosmax通过公司内部的研究所开发出了化妆品核心材料，最近还在世界上首次发现了与老化有关的微生物组(Microbiome)，确保了制造二氧化钛、氧化锌时所需要的专有技术。
  - 韩国科玛独立开发了能替代谷物发酵成份、二氧化钛粉末等的氧化锌成分。
- 在全球最受欢迎的商品是护肤类及BB霜、CC霜、气垫粉底等彩妆产品。
  - 韩式美妆的主要产品是包括睡眠面膜、面膜贴的护肤类产品，占据整体产品的50%以上。
  - 彩妆产品里的BB霜、CC霜、气垫粉底等也作为代表韩式美妆的产品出口到国外。
- 作为全球品牌产品开发的试验平台(Test-Bed)，不断扩大影响力。
  - 香奈儿(CHANEL)、乔治·阿玛尼(GIORGIO ARMANI)等全球奢侈品牌会最先在韩国推出新产品，把韩国市场视为试验平台。
  - 欧舒丹(L'Occitane)、SK-II、莱珀妮(La Prairie)、海蓝之谜(La Mer)、汤姆·福特(TOM FORD)等19个世界主要奢侈品牌目前都在韩国免税店单独销售商品。
  - 这是因为韩国市场被评价为随着中国游客等的来访，要比其他市场具有更大的开拓性。

- 世界第一大男性美容市场。
  - 在男性化妆品市场，可以说韩国的影响力更大，据欧睿国际发表的资料显示，仅2018年，男性化妆品消费额就达到10.9亿美元，被评为世界第一。
  - 世界第一大男性护肤品品牌碧欧泉(Biotherm Homme)、SK-II MEN等都选择在韩国开发并推出新产品。

### 1.3 韩国朝阳领域

- 天然产品潮流
  - 由于消费者担心产品安全性，所以对天然化妆品的需求正在不断扩大。
  - 韩国已制定天然与有机化妆品的标准，可以进行合法产品的流通。
- 对功能与效果的需求扩大
  - (药妆)是使用以开发医药品为目标的材料，增加疗效概念的产品，伴随制药和生物公司进军化妆品市场，作为有潜力的市场备受瞩目。
  - (定制型化妆品)已具备并实行关于根据个人皮肤状态与特点的产品制造与售价的规定，预计在未来，相关主要企业的服务和消费者的关注度也会不断提升。
  - (微生物组)与关于皮肤老化的研究一起被分为朝阳领域，韩国主要企业也在率先开发相关产品。
- 化妆品原料的开发
  - (纳米原料)韩国进口的主要原料中，因为纳米化妆品的原料难以在韩国国内购买，所以预计将加快相关原料生产与技术开发。
  - (源自韩国的材料)自《名古屋议定书》\*生效之后，对韩国(新)原料的需求不断增加，为搞活出口，目前需要加快开发韩国产原料。
    - \* 《名古屋议定书》：是为保护生物资源的多样性并持续利用这些资源，于2010年在日本名古屋签订的国际协议，规定利用其他国家的生物资源研究或开发产品时，需要把相应的利益提供给该国。
  - (替代功能性原料)预计针对代替现有的美白、皱纹改善等相关主要功能性原料的自然成分或更有效成分的开发，会加大投资。

## 2 外商直接投资动向

### 2.1 外商直接投资现状

- 跨国公司直接投资的案例增加
  - 海外投资商对非上市公司的股份与企业成长的关注度正不断增加，代表性实例为雅诗兰黛公司在2015年投资HAVE&BE的33.3%股份之后，一直保持增长。
  - 2016年，全球化妆品企业联合利华大约以3万亿韩元收购了韩国科淳集团(Carver Korea)；2018年，跨国公司欧莱雅大约以6千亿韩元收购了STYLENANDA，正在韩国和中国市场扩大销售。
  - 此外，还有许多外国企业接连进行直接投资。

## 主要外国企业的韩国投资现状

国家	母公司名称	韩国公司名称	所在地	生产产品类型	韩国员工数
意大利	INTERCOS GROUP	新世界国际	京畿道乌山	化妆品	131 (以2018年12月为准)
新加坡	ARDMORE MEDICAL GROUP	Thuringen Korea	大邱	化妆品、填充剂	32 (以2019年7月为准)
中国	安正时尚集团	零到七	首尔/中国	化妆品	242 (以2019年6月为准)
瑞士	瑞士信贷 (CS)	L&P化妆品	首尔	化妆品	250 (以2019年4月为准)
美国	雅诗兰黛	HAVE&BE	首尔	化妆品	411 (以2018年12月为准)
荷兰	联合利华	韩国科淳集团	首尔	化妆品	240 (以2019年4月为准)
法国	欧莱雅	(株)NANDA	首尔	时装、化妆品	300 (以2018年4月为准)
日本	日本科玛	韩国科玛	首尔/世宗	化妆品、制药	1,178 (以2019年6月为准)

资料：各公司报道资料等

## 2.2 主要外商投资企业成功案例

### 韩国科玛

- 1990年5月15日，在与日本科玛株式会社合作成立韩国KM株式会社之后，于12月改成现在使用的商号，并于1991年1月注册为外商投资企业。
  - 与日本科玛携手提高技术实力，把每年销售额的6%左右用来进行研发(R&D)投资；同时通过持续与美国、日本生产基地分享技术，将技术提升到了世界级水平。
- 韩国科玛在OEM生产比较稳定之后，突破了二次承包的单纯经营模式，开始以制造商开发生产(ODM: Original Development Manufacturing)的方式制造化妆品。
  - 被评价为在研发、筹划、设计等领域具备竞争力的企业。
  - 主要事业领域有化妆品与制药，目前正在为LG生活健康、美国强生、康宝莱等国内外160余家著名企业提供化妆品。

### 韩国新世界-莹特丽

- 2014年8月成立韩国莹特丽法人，2015年经过成立合作企业协商，把法人名称改为韩国新世界-莹特丽股份公司并建立了工厂。
  - 由拥有40年OEM历史的企业——意大利莹特丽集团(INTERCOS GROUP)负责开发产品并提供技术，新世界国际股份公司则竭尽全力支援流通与营销部门，不仅在韩国市场，还为在未来短期内保障全球竞争力打下基础。
  - 于2017年在京畿道乌山市建立工厂后，正式开始独立生产和研发(R&D)等业务。



- 以在韩国内的流通渠道销售为基础，引领彩妆市场。
  - 以2016年首次推出的CHICOR渠道为中心，稳定地提供并销售产品。
  - 被评价为比以基础护肤为中心的现有韩式美妆企业与品牌，更加注重彩妆产品。
  - 通过推出VIDIVICI、WOODBURY、AMUSE等以多种唇妆产品为中心的彩妆品牌，努力走进不同的消费者并进军海外市场。

### ▶ STYLENANDA

- 原本是服装品牌的STYLENANDA在2009年推出化妆品品牌3CE (3 Concept eyes) 之后，正式开始进入海外市场。
  - 开设化妆品事业部，在化妆品生产合同到期之后，正式开始化妆品流通。
- 打入韩国内外主要大型购物中心，并正式进军华语圈市场。
  - 2013年，以韩国、日本、台湾市场为起点，之后陆续开拓新加坡、中国等市场。
- 自跨国公司欧莱雅收购3CE之后，实现韩国流通网络和华语圈市场流通的多样化。
  - 世界第一化妆品企业欧莱雅于2018年购买了运营STYLENANDA的NANDA股份公司的所有股份。
  - 通过在不同国家采用不同的营销战略，实现品牌本土化并进行宣传活动，期待未来销售的增长。

### ▶ HAVE&BE

- 在推出Dr. Jart+品牌之后，开始进入海外市场。
  - 自2009年在美国FDA注册产品之后，正式进入美国市场，同时打入日本药妆店等。
  - 正式开始在中国等海外市场进行销售，同时在美国市场凭借独特的产品设计和风格，备受当地消费者的好评。
- 正式扩展出口销售额，在雅诗兰黛实施股份投资之后，国际竞争力上升趋势更加明显。
  - 于2013年获得“1,000万美元出口之塔”奖；2017年获得“3,000万美元出口之塔”奖；2018年获得“5,000万美元出口之塔”奖，整体销售额也从2017年的3.2亿美元上升到2018年的4.3亿美元，保持稳定的上升趋势。
  - 自全球化妆品企业雅诗兰黛公司于2015年对HAVE&BE进行33.3%的股份投资之后，在WWD评选的全球美容企业百强中，排名依次为第92位（2016年）→第71位（2017年）→第62位（2018年）等，呈现明显上升趋势。

## 3 政策与选址

### 3.1 主要政策与奖励

#### ▶ 化妆品产业综合发展计划

- (目的)把扶持化妆品产业纳入国政课题中，转换为未来重点出口产业并集中发展。
  - 主要内容如下：截至2022年实现化妆品出口额119亿美元并在化妆品产业创造六万个工作岗位，致力成为化妆品产业的世界三大强国之一。

#### ○ 四大目标与11大推进战略

- (目标1, 研究开发)运用皮肤科学应用与第四次工业革命的领先技术, 开发有潜力的技术。
- (目标2, 打好基础)构建有体系的化妆品产业扶持与培养系统。
- (目标3, 促进出口)通过扶持开辟韩国化妆品的潜在出口市场, 实现出口多元化。
- (目标4, 改善制度)通过合理地改善化妆品规定, 搞活化妆品产业。
- (11大推进战略)研究皮肤科学应用、开发化妆品通用创新技术、开发未来型技术、构建化妆品协调中心、培养专业人才、构建企业资源基础设施、扶持开辟海外市场、扶持韩国化妆品品牌、改善原料与封装规定、运营化妆品产业发展委员会、制定化妆品产业振兴法等

#### ▶ 从2016年3月开始实施全新化妆品销售模式—“定制型化妆品销售”的试点项目。

- (背景)为满足重视个性和多样话的单独消费者的需求, 出现了在化妆品卖场混合销售制造或进口化妆品等的全新销售方式。
- (内容)明确“定制型化妆品”的概念, 通过确定和检查事后安全性等, 制定制度化方案。
- (适用对象)制造销售商直营卖场、免税店内化妆品卖场、韩国全域30个旅游特区内化妆品卖场(明洞、济州等)。
- (销售对象)定制型化妆品销售对象包括香水、古龙水等四种芳香产品类; 乳液、营养霜等10种基础化妆用产品类; 口红等8种彩妆化妆品产品类等, 可以在卖场混合已有的化妆品或者将已有的化妆品和原料进行混合后销售。

#### ▶ 投入化妆品产业规制自由区

- (概念)因各市与各道的地区战略事业相关核心规定被废除, 选出可确保企业自由活动的地区(总27项战略产业, 14个市、道各指定2项, 其中化妆品产业选定忠北地区)。
- (目的)除最基础与需要的规定以外, 全面或部分废除规定限制, 保障入驻企业自由地拓展企业活动。
- (限制放宽内容)放宽制造业/制造销售业的注册义务、减轻生产业绩与原料目录的报告义务、扩大功能性审批申请权、放宽义务标示事项、减轻制造销售管理者的雇用义务等。
- (管理)食品医药品安全厅与相应地方自治团体一同保障与管理化妆品的安全性与品质。

#### ▶ 相关产业进入时适用的法规

- 《化妆品法》: 规定关于化妆品的制造、进口与销售等事项。
- 《化学物质管理法》
  - 预防化学物质导致危害国民健康与环境的问题, 恰当地管理化学物质, 并迅速应对化学物质引起的事故, 以保护所有国民的生命、财产与环境不受化学物质的侵害为目的。
- 《化学品注册与评估法》(化评法, 2015年1月1日实行)
  - 对化学物质的注册、化学物质及含有害化学物质的产品的有害性、危害性进行审查和评价, 规定关于指定有害化学物质的事项, 生产与运用关于化学物质的信息, 以此保护国民健康与环境。

○ 其他化妆品相关规定

- 《关于化妆品标示与广告实证规定(2019年修订)》
- 《关于功能性化妆品审查规定(2019年修订)》
- 《化妆品安全性信息管理规定》
- 《优秀化妆品的制造与品质管理标准》
- 《化妆品标价制的实施要点》
- 《关于化妆品生产进口业绩与原料目录报告的规定》
- 《关于化妆品责任销售企业注册等的规定(2019年修订)》
- 《天然化妆品与有机化妆品认证机构的指定(2019年新设)》

### 3.2 主要选址

▶ **化妆品产业主要选址现状**

- 化妆品产业的主要集成地是聚集市场与流通基础设施的首都圈，目前所有企业的57.9%及从业人员的57.1%入驻这里(统计厅，2018)。
  - 首都圈里京畿地区的企业数、从业人员数占比分别为36.2%和38.1%，是分布最多的地区。
  - 以2014年为基准，京畿道的化妆品制造企业最多，有675家。虽然京畿道在2017年增至1,003家，但同期制造企业增长率最高的地区是光州广域市。
  - 最近政府与地方自治团体正在各地区分别推进化妆品特色产业等，吸引集中在济州、忠北、庆北等地区持续增加的化妆品企业，呈现在全国范围内不断扩大企业的趋势。

▶ **集群概要与现状**

- 对9个(7个广域自治团体、2个基础自治团体)市和道实施调查。结果显示：以忠清北道、济州特别自治道、庆山市(庆尚北道)、京畿道等四个市或道为中心，正在积极实施产业扶持。

#### 韩国化妆品产业各地区集群扶持现状

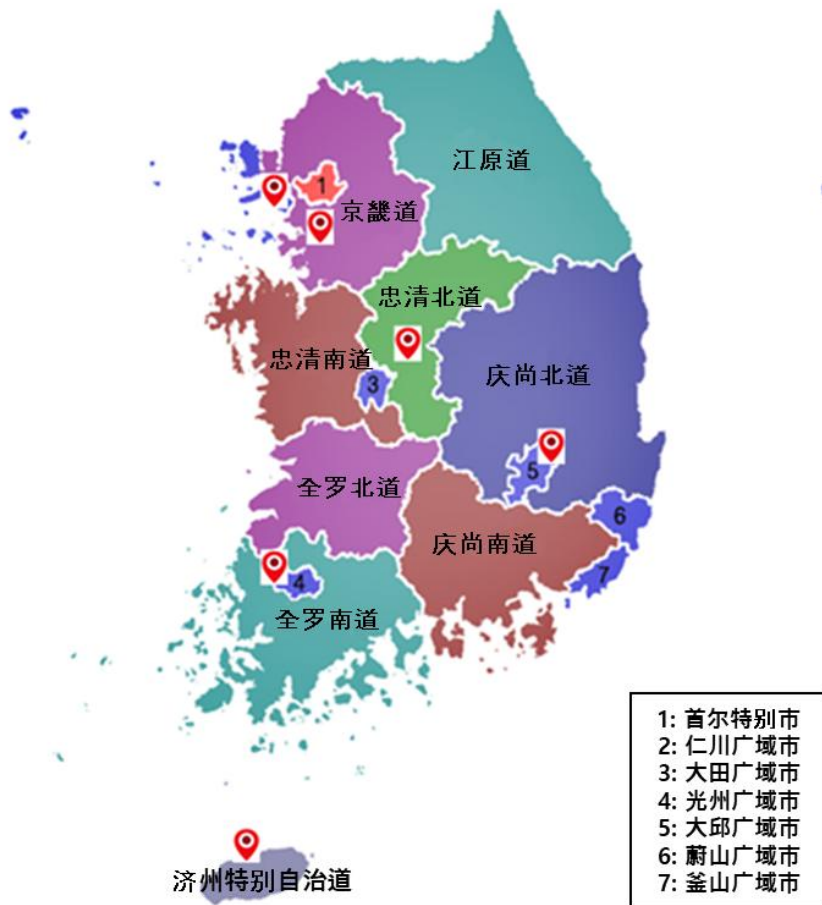
区分	主要事业内容	备注
1. 京畿道 (乌山佳长产业园区)	- 举办美容博览会 - 推进组建美容化妆品园区	- 以构建化妆品园区与博览会等基础设施为中心
2. 仁川广域市 (仁川南洞产业园区)	- 推进打造美容城市形象 - 美容服务业咨询与培训	- 以美容服务产业(美容美发)为中心 - 以构建美容集群等基础设施与扶持出口为中心
3. 忠清北道 (五松化妆品产业园区)	- 举办五松化妆品美容博览会 - 推进建立全球药妆与化妆品振兴中心 - 推进建设五松生物园区	- 举办全球级博览会 - 以打造有体系的产业园区与发展融合复合产业为目标 - 构建化妆品相关基础设施、培养人才、扶持营销活动的事等
4. 济州特别自治道 (济州化妆品、食品国家创新集群-推行中)	- 搞活美容集群 - 运营天然化妆品认证系统 - 构建化妆品枢纽城市	- 营造美容园区 - 扶持香妆产业、天然原料的开发 - 奠定培育基础等组建基础设施,扶持出口,开展品牌营销活动等



区分	主要事业内容	备注
5. 大邱广域市 (大邱韩医大学化妆品特化园区)	- 举办大邱美容世博会 - 推进美容旅游、美容中心	- 以时装、美容美发产业为中心 - 以美容中心等基础设施领域为中心
6. 光州广域市 (光州尖端科学国家产业园区)	- 营造美容街 - 提供咨询、运营学院	- 推进美容产业发展 - 以基础设施部门为中心
7. 大田广域市 (大田产业园区)	- 正在计划举办美容庆典	- 以研究园区为中心 - 构建基础设施
8. 庆尚北道 (庆山化妆品特化园区)	- 为进军海外市场提供支援 - 化妆品产业互联网络事业	- 构建化妆品园区等基础设施, 扶持出口与营销 - 推进产品研发(R&D) 的扶持项目
9. 全罗南道 (南原化妆品集成园区)	- 构建环保集群、环保化妆品制造设施 - 构建香草园区与举行香草庆典	- 营造环保主题与集群 - 为发展环保化妆品, 构建基础设施

资料：大韩化妆品产业研究院(2018)

### 韩国主要化妆品产业集群位置



## 4 潜在合作伙伴

### 4.1 相关企业清单

#### 化妆品产业相关主要企业

企业名称	主要产品	网站	位置
爱茉莉太平洋股份公司	所有化妆品	www.amorepacific.com	首尔市中区
LG生活健康股份公司	所有化妆品	www.lgcare.co.kr	首尔市钟路区
菲诗小铺股份公司	所有化妆品	www.thefaceshop.com	首尔市钟路区
悦诗风吟股份公司	所有化妆品	www.innisfree.co.kr	首尔市龙山区
韩国科玛股份公司	化妆品OEM/制药	www.kolmar.co.kr	首尔市瑞草区
爱敬产业股份公司	所有化妆品	www.aekyung.co.kr	首尔市九老区
Able C&C股份公司	所有化妆品	www.able-cnc.co.kr	首尔市衿川区
CJ OliveNetworks股份公司	化妆品流通	www.cjolivenetworks.co.kr	京畿道城南市
艾多美股份公司	所有化妆品	www.atomy.kr	忠清南道公州市
韩国如新	所有化妆品	www.nuskinkorea.co.kr	首尔市江南区
伊蒂之屋股份公司	所有化妆品	www.etude.co.kr	首尔市中区
自然乐园股份公司	所有化妆品	www.naturerepublic.com	首尔市江南区
Cosmax股份公司	化妆品OEM	www.cosmax.com	京畿道城南市
IT'S HANBUL股份公司	所有化妆品	www.itshanbul.com	首尔市江南区
托尼魅力股份公司	所有化妆品	www.etonymoly.com	首尔市瑞草区
思亲肤股份公司	所有化妆品	www.theskinfood.co.kr	首尔市瑞草区
韩国新世界-莹特丽股份公司	所有化妆品/化妆品流通	www.shinsegaeintercos.com	京畿道城南市
HAVE&BE股份公司	所有化妆品	www.drjart.com/	首尔市江南区
COSMECCA KOREA	化妆品OEM	www.cosmecca.com	忠清北道阴城郡

#### 化妆品流通企业清单

区分	公司名称	网站	位置
百货店	乐天	www.lotte.com	首尔市中区
	新世界	www.shinsegae.com	首尔市中区
	现代	www.ehyundai.com	首尔市江南区
大型超市	易买得	www.emartcompany.com	首尔市城东区
	Home plus	corporate.homeplus.co.kr	首尔市江西区
	乐天超市	company.lottemart.com	首尔市松坡区
购物中心	SAVE ZONE	www.savezone.co.kr	首尔市芦原区
	Central City	/www.centralcityseoul.co.kr	首尔市中区
	时代广场	www.timesquare.co.kr	首尔市永登浦区
	IFC Mall	www.ifcmallseoul.com	首尔市永登浦区
	Garden 5	www.garden5.com	首尔市松坡区
	TechnoMart	www.tm21.com	首尔市广津区

区分	公司名称	网站	位置
化妆品品牌店	Olive Young	www.oliveyoung.co.kr	首尔市龙山区
	Lalavla	lalavla.gsretail.com	首尔市江南区
	博姿	www.boots.ssg.com	首尔市中区
	LOHBs	lohbs.co.kr	首尔市松坡区
	CHICOR	chicor.com	首尔市中区
公开市场	Gmarket	www.gmarket.co.kr	首尔市江南区
	Auction	www.auction.co.kr	首尔市江南区
	11号街	www.11st.co.kr	京畿道城南
	Interpark	www.interpark.com	首尔市江南区
社会化电子商务	WeMakePrice	www.wemakeprice.com	首尔市江南区
	Coupang	www.coupang.com	首尔市江南区
	Ticket Monster (TMon)	www.ticketmonster.co.kr	首尔市江南区
综合购物网站	GS SHOP	www.gsshop.com	首尔市永登浦区
	乐天购物网	www.lotte.com	首尔市中区
	CJmall	www.cjmall.com	首尔市瑞草区
	现代Hmall	www.hyundaihmall.com	首尔市江东区
	新世界商城	shinsegaemall.ssg.com	首尔市中区
	AKmall	www.akmall.com	京畿道城南市
	HOME & SHOPPING	www.hnsmall.com	首尔市麻浦区

## 4.2 相关协会

### 化妆品产业相关主要协会与团体

企业名称	网站	主要作用
大韩化妆品产业研究院	www.kcii.re.kr	为提高化妆品产业的国际竞争力与国民保健现状，扶持调查海外化妆品产业、研究化妆品安全性、研发化妆品原料和产品、检验化妆品品质、培养专业人才等。
大韩化妆品协会	www.kcia.or.kr	为发展化妆品产业，实施调查研究、改善法规与制度、开发化妆品相关技术及增强国际竞争力。
韩国保健产业振兴院	www.khidi.or.kr	专业且有体系地提供扶持服务，以促进保健产业的形成和提高保健服务，并扶持提高保健产业的国际竞争力、提升国民保健现状。





KOTRA 20-015

## Investment Opportunities in Korea

### 时装与美容

发行单位 KOTRA

发行日 2020年1月

电话 (82-2) 1600-7119

网站 [www.kotra.or.kr](http://www.kotra.or.kr) [www.investkorea.org](http://www.investkorea.org)

Copyright © 2020 by KOTRA. All rights reserved.

制作 KOTRA投资宣传组

协助 韩国纤维产业联合会([www.kofoti.or.kr](http://www.kofoti.or.kr)) 林圣采  
大韩化妆品产业联合会([www.kcii.re.kr](http://www.kcii.re.kr)) 孙景民

ISBN 979-11-6490-160-9 (95320)