

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

2022年1月號(每月14日發行)

- 第132期 -

132

中華經濟研究院指出2021全年台灣每人國民所得平均為3萬2千元。



2022 全球經濟展望與台灣美妝趨勢洞察 2022 嘉誠 SMILE 微笑新面貌

透過趨勢洞察，展望2022年台灣經濟成長，嘉誠與您一同在新的一年里虎虎生風，如虎添翼



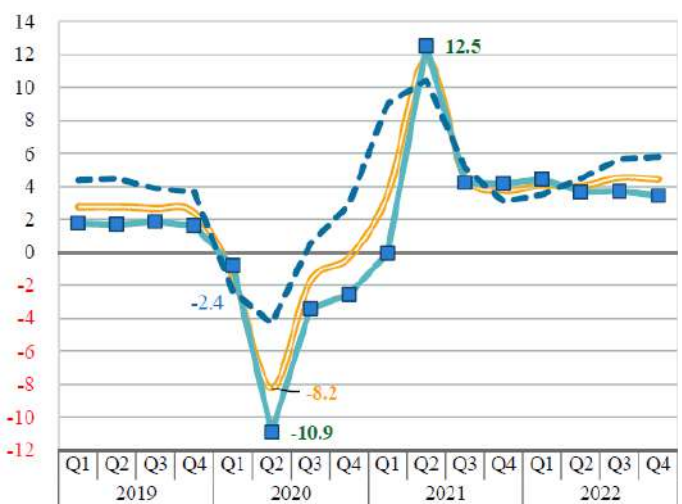
2022全球經濟展望

全球經濟成長率預估約 4.31%，台灣經濟成長率約 3.15%

回顧2021年，隨著疫情趨緩，全球積極擴大 COVID-19 疫苗接種覆蓋率，防止疫情延燒，經濟逐漸復甦，主要國家經濟相較2020年成長許多。中華經濟研究院於去年底公佈2022年經濟預測，預估2022年全球經濟成長率約 4.31%，因受到變種病毒 Omicron 影響，略低於2021年的 5.54%，但也維持一定成長率；依據 IHS Markit 2021年11月的預測資料，美國的經濟成長率達 5.48%，歐元區 5.13%，中國 8.11%，台灣則有 5.96%，皆有明顯的成長。展望2022年，因受到供應鏈瓶頸及通膨因素影響，全球經濟延續復甦的步調，而國內則因疫苗接種率大幅提升，消費活動回溫，經濟成長可望維持與成長，只是2021基期已高，依據中華經濟研究院最新報導資料預測顯示，2022年台灣經濟成長率為 3.15%。

► 根據 IHS Markit資料，全球經濟成長以2020年第2季為谷底，至2020年底都為負成長；2021年全球經濟反轉復甦，並以第2季為成長高峰。

經濟成長率(%)



	2018	2019	2020	2021 f	2022 f
全球	3.23	2.67	-3.41	5.54	4.31
已開發國家	2.29	1.75	-4.50	4.96	3.82
新興市場	4.89	4.06	-1.59	6.56	4.99
開發中國家	1.70	3.05	-5.07	4.35	5.09

◀ 2021年主要國家及區域，如美、加、中國大陸、日、韓、歐元區等...經濟成長率皆較2020年走高；新興市場國家，如ASEAN（東南亞國協）等國家，2021年經濟成長幅度相對較小。

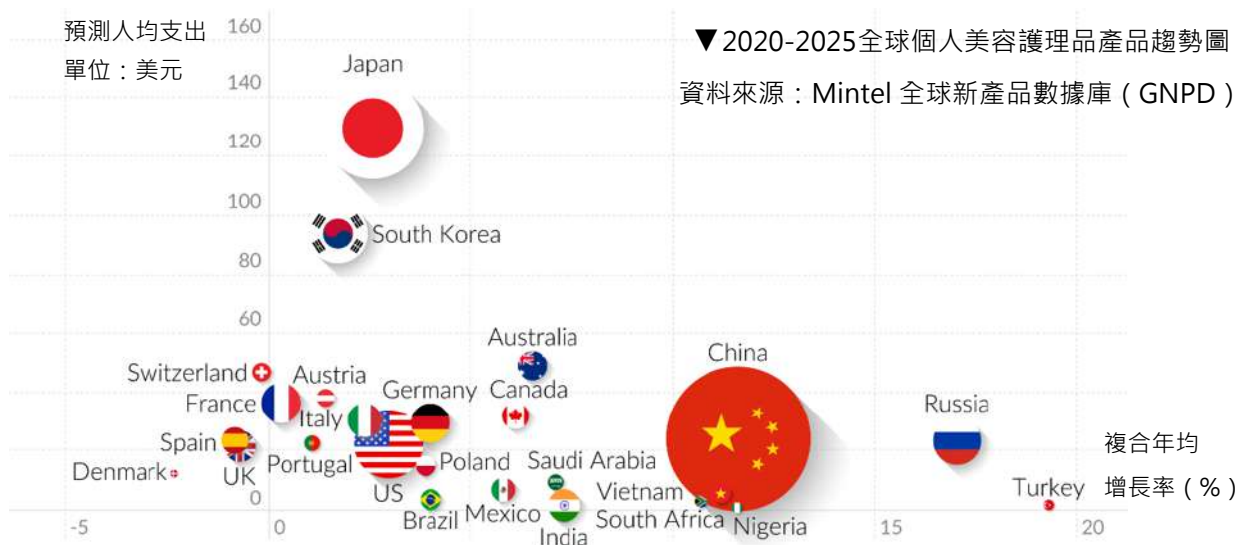
▼ 主要國家及區域經濟成長預測

	美國	日本	歐元區	韓國	新加坡	台灣	中國
2020	-3.40	-4.66	-6.42	-0.85	-5.38	3.12	2.31
2021	5.48	2.21	5.13	3.94	6.34	5.96	8.11
2022	4.31	2.69	3.70	3.07	3.63	3.15	5.50

由上圖列表可知主要國家及區域，2021年經濟成長率都恢復正成長。其中，美國、歐元區、台灣之成長預估值都在 5.0%以上；而中國大陸、新加坡之成長率更在 6.0%以上。相對之下，韓國（3.94%）、日本（2.21%）成長表現較為遲緩，成長率介於 2.0%~ 4.0%之間。

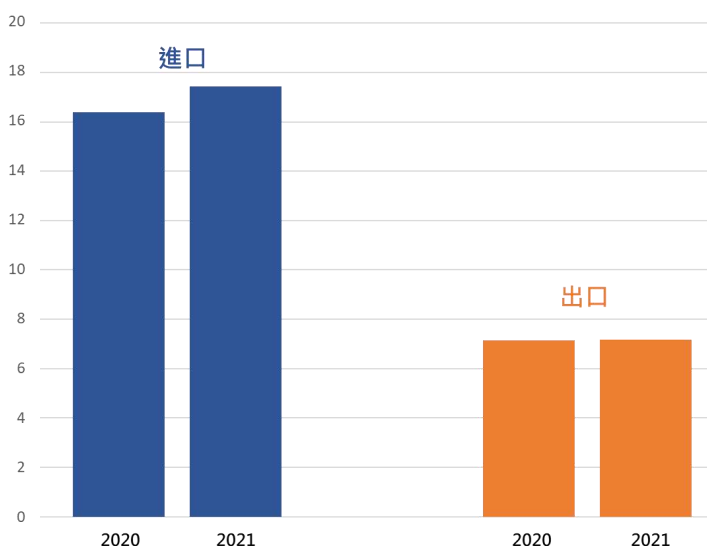
全球美容個人護理產品趨勢

根據一項愛爾蘭調研機構「Research and Markets」的報告指出，2020 年全球美容和個人護理市場價值 4227.2 億美元，預計 2026 年將達到 5581.2 億美元，將以 4.82% 的複合年均增長率增長。另由 Mintel 市場調研分析報告指出，未來五年全球個人美容護理品產品的趨勢（見下圖），各國圖示大小代表各自的市場價值，像是日本和南韓在市場已趨於高產值但低增長率的穩定市場，而高增長率的土耳其、俄羅斯和中國，未來的市場發展值得期待。



台灣化粧品進出口表現

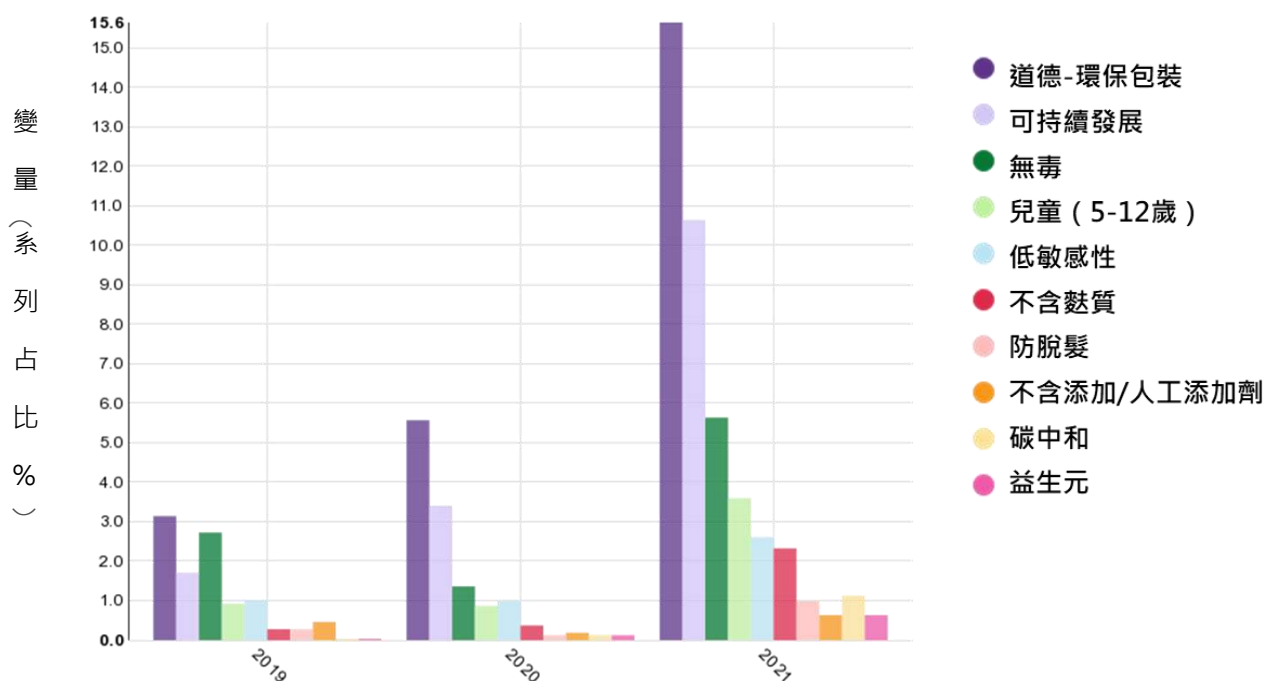
隨著台灣疫苗覆蓋率提升，各產業景氣逐漸復甦，從台灣這一年進出口貿易數據，可看出穩定的成長表現，在整體化粧品貿易進出口量也有**明顯提升**，統計台灣2020年與2021年1月至11月進出口值表（第33章 - 精油及樹脂狀物質；香水、化粧品或盥洗用品類，見右圖），可以看到2021年1月至11月，化粧品進口值約為 17.4 億美元，與2020年同期的 16.3 億美元，增減比率為 6.371%，增長比率相對前年高出許多；出口值則達 7.17 億美元，前年為 7.15 億，增長比率為 0.176%，上升幅度相對不大。



▲ 台灣 2020-2021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)

2022台灣美妝趨勢洞察

自2019年疫情爆發影響，消費者挑選美妝護膚產品的趨勢，走向**道德消費**、**放鬆紓壓**、**成分專業化**和**資訊透明化**。在後疫情下的化粧品，綠色天然潔淨為許多品牌新的目標策略，同時也有更多品牌將加強清潔保護及維持乾淨衛生層面做為研發考量。在現在充滿壓力的社會氛圍下，具有療癒身心靈的相關產品，能更貼近消費者需求，同時宣稱不含礦物油、防腐劑、色素和香精，以減少對肌膚的負擔。另外，宣稱具有**天然環保認證**，可提升產品的附加價值；而選擇使用具有環保標章之化粧保養品，有年輕化趨勢，顯示新世代的年輕人更關注地球生態及環境保育，同時也會透過社群媒體，串聯大眾的環保意識。由 Mintel 市場調研工具分析報告指出在2019-2021年台灣地區個人護理品產品宣稱增長率 TOP10（見下圖），第一名 - 環保包裝與第二名 - 可持續性發展皆與**環保宣稱**相關（可參考[嘉誠月刊第131期「COP26 聯合國氣候峰會」專題](#)），是現今國際化粧保養品品牌所主打的環保宣稱，這趨勢帶動整體化粧品開始朝綠色產業邁進。此外，**益生元宣稱**亦有明顯的成長趨勢，許多品牌商開始由此為主軸進行產品開發。微生物菌落須維持在好菌比壞菌多的情況下，才能維持肌膚的健康。而益生元是好菌的「食物」，可以預防益生菌過少導致肌膚出現痘痘或發炎等問題，重建肌膚上的菌落，帶來穩定又健康的肌膚狀態。



▲ 2019-2021台灣地區個人護理品宣稱增長TOP10（包括彩妝、護膚、髮品、香氛、香皂與沐浴用品等）。

資料來源：Mintel 全球新產品數據庫（GNPD）

道德消費融入生活中

隨著**道德消費**（購買符合道德良知的商品）意識的提升，各家美妝保養品品牌不再只投入節能減碳、資源回收再利用和包材改造等綠色環保活動，也開始回饋當地社區，協助在地發展，以及關注員工的各項福祉、改善當地社區、經濟合作和環境保護，履行企業社會責任，並維持互利的平衡狀態，以達到**落實永續目標**（見右圖）。例如，嘉誠代理的**瑞士活性化粧品原料專家 RAHN**，提供可持續性和天然的碳中和原料，供應給具有綠色理念的企業，力行企業社會責任，提供弱勢族群支持與照護，確實落實永續目標。



▲資料來源：Euromonitor International

紓壓療癒系產品成為後疫情時代下的美妝黑馬

此外，身處後疫情時代，擔心 COVID-19 病毒傳染及疫苗副作用等種種焦慮，逐漸侵蝕每個人的心靈。因應此現況，陸續有宣稱可舒緩壓力協助放鬆的產品推出，期望讓人們消除壓力，更懂得享受居家生活，打造**宅家儀式感**。在與自己獨處的同時，如何兼顧肌膚保養與放鬆心靈，是不能忽略的重點，像是 Peach & Lily 的 **KP-busting KP Bump Boss Microderm 身體磨砂膏**（右圖），使用了韓國水療磨砂方式，成分含有 10%



▲Peach & Lily 身體磨砂膏

AHA（7% 乙醇酸+ 3% 乳酸）、PHA（Polyhydroxy Acid）、透明質酸複合物、多種水果萃取物、黃瓜萃取液和在韓國水療最受歡迎的成分之一艾草，不只能協助清除肌膚老廢角質細胞，使肌膚柔順光滑，此款宣稱溫和、不含香料亦不刺激，為純素配方，符合目前的**環保道德**趨勢走向，在家不只能享受 SPA 級的保養，更可以療癒疲累的身心靈。

嘉誠提供相應的解決方案**玫瑰香氛柔嫩去角質乳**（下頁列表），供您在未來的配方開發進行參考。玫瑰香氛柔嫩去角質乳不只添加天然磨砂顆粒和活能抗老活性成分，在香味上選用玫瑰純露提供香氛效果，讓人們在安心無負擔的使用情況下，達到身心靈放鬆與肌膚保養的功效。若想要了解相關配方資訊，歡迎與嘉誠業務進行聯絡。

玫瑰香氛柔嫩去角質乳 (HC-COW-CL-007_V1)

功能	主要成分	成分說明
活能 抗老	Vitacell Powder LS 7979 (BASF)	來自 酵母菌 提取，刺激細胞代謝，增強 細胞活力 及生長，並可提高ATP生成，維持細胞運作及分化，進而增強細胞修復能力和抗壓性，達到 表皮再生 及 抗衰老作用 。
	Organic Camellia Oil (Biocosmethic)	含豐富不飽和脂肪酸 - 油酸和亞油酸，具有強大的 抗氧化 活性，以及豐富的維生素E和角鯊烯，可賦予肌膚 滋養保濕 、 防止妊娠紋生成 和撫平皺紋的功效。
去角質	Vegeles® AHA-LS 9955 (BASF)	含有5種 天然果酸 （乙醇酸、酒石酸、乳酸、蘋果酸和檸檬酸）不只具有 去角質 作用，亦兼具皮膚 保濕 雙重功效的特性。
	Sublimalg® LS 9700 (BASF)	天然海藻 與 植物羥乙基纖維素 組成的天然磨砂顆粒，保留天然礦物質、微量元素及維他命C，溫和去除肌膚老廢角質， 促進角質更新 。
玫瑰 香氛	Organic Rose Damascena Water (Enio Bonchev)	以「重複蒸餾 (Cohobation)」方式，取得精油含量高達平均約0.1%的 玫瑰純露 ，有玫瑰香氣，亦兼具 保濕潤澤 的功效。
	Dermosoft PEA (dr.straetmans)	取代苯氧乙醇 作為多元醇類的防腐劑，帶有些許 玫瑰花的香氣 ，低致敏特性，適合敏感性肌膚使用。

2022 嘉誠 SMILE 微笑新面貌

國際色彩權威 PANTONE® 彩通於日前公布，2022年度代表色「**長春花藍 Very Peri**」，長春花藍激發勇氣十足的創意及豐富的想像力。嘉誠將延續年度色精神，持續秉持永續原料、創新實驗室和環境友善化粧品的微笑理念，希望你我都可展現出「**微笑獨一無二**」的精神。

嘉誠官網最新版本的**2022產品目錄**已同步上線，提供完整原料資訊和品項；每月定期推出**嘉誠月刊**，無需註冊會員即可線上下載閱讀；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。嘉誠將會持續優化官網的各項資訊與使用體驗，提供各位更優質的數位支持及產品服務，共同創造更獨一無二的新世代。



台南市新市區光華街5-100號
電話:06-5895000

service@honorchem.com
傳真:06-5895500