



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

168

預計到 2033 年，全球純素化妝品市場規模將從 2023 年的 168 億美元增加到 315 億美元左右，2024 年至 2033 年的預測期間複合年增長率為 6.5%。

2011.02.14 - 2025.01.14 共 168 期



2025 經濟與環境展望

| 2025 台灣經濟與個人護理產業趨勢 |

| COP 29 聯合國氣候峰會 |

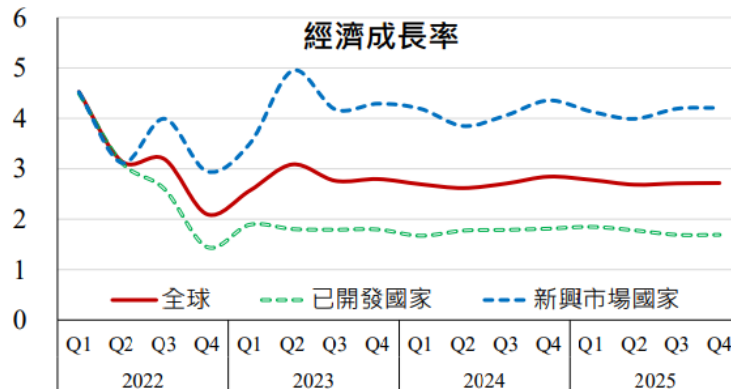
| S.M.I.L.E.嘉誠微笑新面貌 |

www.honorchem.com

2025 全球經濟展望

全球經濟成長率預估 2.76% 台灣經濟成長率預估約 3.03%

2024 年下半年國外經濟及全球通膨逐漸緩和，貨幣政策更加寬鬆，根據 S&P Global 10 月預測資料顯示，2025 年全球經濟成長率可望較 2024 年微幅上揚，來到 2.76%。綜觀各地經濟體成長現狀，在通膨持續走緩狀況下，ASEAN 諸國預期表現將優於 2024 年，其中越南 (6.72%)、柬埔寨 (6%)、菲律賓 (5.9%) 為正向成長率最高的前三名，但主要國家經濟成長表現多較 2024 年略低，受到地緣政治的不穩定的影響，尤其中國又因通貨緊縮陰霾尚未解除，多數機構對於中國經濟成長率預估值多為下修。而台灣經濟成長率根據中華經濟研究院公佈 2024 年第四季經濟預測顯示，台灣外貿受惠於 AI 需求強勁、股市高檔、消費市場熱絡以及企業投資意願回升，推動經濟成長，但因 2025 年全球趨勢持續平穩，預估成長率較 2024 年走緩，約為 3.03%。



▲ (圖一) 依據S&P Global 10月預測資料，2025 年地緣政治風險猶存的情形下，經濟成長趨勢持平

經濟成長率/年度	2022	2023	2024f	2025f
全球	3.23	2.86	2.73	2.76
已開發國家	2.89	1.81	1.76	1.76
新興市場	3.70	4.28	4.09	4.13
開發中國家	3.85	3.86	3.74	3.99

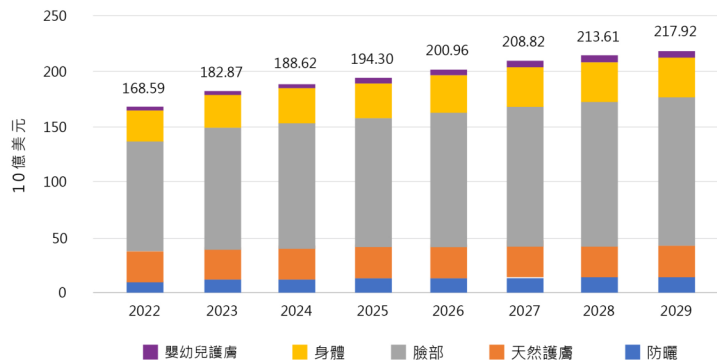
◀ (圖二) 主要國家 (包括中國、南韓、印度、美國等) 因外貿基期偏高、政治經濟之不確定性高，2024 年成長表現多較 2023 年略低；而 2025 年則又較 2024 年趨緩。部分國家 2025 年成長表現優於 2024 年，如日本、西歐國家、ASEAN 諸國等出口導向國家。

	美國	日本	歐元區	韓國	新加坡	中國	台灣
2023	2.89	1.67	0.50	1.40	1.07	5.25	1.28
2024f	2.73	0.01	0.70	2.40	2.47	4.87	3.89
2025f	2.09	1.20	1.17	2.10	2.81	4.62	2.64

▲ (圖三) 2024 年主要國家成長表現多較 2023 年疲弱，如美、中、日等諸國。出口導向國家因基期低，2024 年經濟成長年增率多呈走升，如台灣股市交易熱絡，全球對 AI 產品出口需求強勁，此情況下 S&P Global 將台灣預估值為由七月的 3.75% 上修為 3.89%；南韓、新加坡等成長率則是上修至 2% 以上。

全球化粧品市場趨勢

根據 Statista 數據顯示，儘管全球經濟衰退，美容和個人護理市場仍然蓬勃發展，2024 年全球美容及個人護理市場份額達到 6,501 億美元，預計每年以 3.4% 的速度成長，其中最大的細分市場為個人護理，達到了 2,836 億美元；其次為護膚市場，達到 1,886 億美元（請見右圖四）；第三為美妝市場，

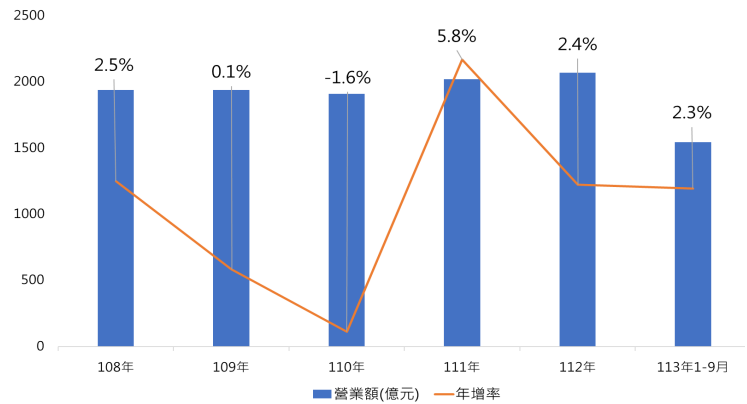


▲ (圖四) 2024 護膚品市場估值與品類占比
(資料來源：Statista)

達到 1,084 億美元。尤其美國的美容和個人護理市場需求依舊強勁，並專注於有機和天然產品。同時市調公司 Precedence Research 也預測護膚品市場在 2034 年將會達到 3,219 億美元左右，而亞太地區的護膚品 2023 年收益將佔據最大的收入份額，達到 48%，其歸功於快速的城市化、可支配收入增加、日益增長的人口以及對個人打扮的高度關注都成了對美容護膚品強勁的需求。對比起台灣 2024 年 1 月至 11 月的出口值表，精油及樹脂狀物質；香水、化粧品或盥洗用品類出口值為 5.55 億美元，雖較 2023 年的 5.64 億美元相比有微幅下降，中國大陸與美國依舊為我國出口前兩大國，值得關注的是對菲律賓、泰國出口年增率分別為 62.5% 及 15.28%，顯示我國化粧品原料出口貿易的發展與中國及東南亞美妝護膚趨勢相關聯。根據 Mintel 全球新產品數據庫報告指出，中國與東南亞同樣為經濟急速擴展的開發中國家，環境的挑戰也隨之加劇，**宣稱環保、安全或天然的**護膚品穩步成長，並且逐步擁抱**生物技術**，以增強成分效用、促進美容供應鏈轉型，也體現消費者對於環境的承諾。另外，隨著美容知識普及，消費者對於成分及保養有一定的知識，關注**科學實證**是消費者的一大考量。不同的是，中國個人護理產業消費趨勢將從審慎消費轉為更健康、簡約、高效率，且更重視 CP 值的精準消費，對於敏感度 / 膚色 / 與年齡等要素「分膚而治」有更大的興趣，也關注養生與美容相關，期望以內養外的方式照顧整體與皮膚健康。東南亞消費者除重視皮膚的健康，認為提亮膚色與健康美麗的肌膚息息相關，也透過草本類植物來尋求更有效、安全的肌膚護理產品。

台灣化粧品市場營業額創下歷年同期新高

根據經濟部統計處數據報告指出，台灣藥粧零售業 2024 年截至 9 月營業額達 1,543 億台幣，年增率為 2.3%，創下歷年同期新高（請見右圖五）。自 2022 年逐步取消疫情口罩規定，恢復正常社交生活起，進口規模值已回到疫情前水準，2023 年臉部彩妝進口需求年增率達 22.6%，且 2024 年 1 至 10 月續增 3.4%（請見右圖六），為化妝品進口最大正貢獻來源。且 2023 年起法國躍居我國化粧品最大進口國，日本則退居第二，推測為疫後赴日旅遊熱潮，加上日圓兌美元貶幅相對大，國人至日本購買藥粧品壓縮對日進口需求。另隨韓流文化盛行，韓國也超越美國躍居我國第三化粧品進口國。



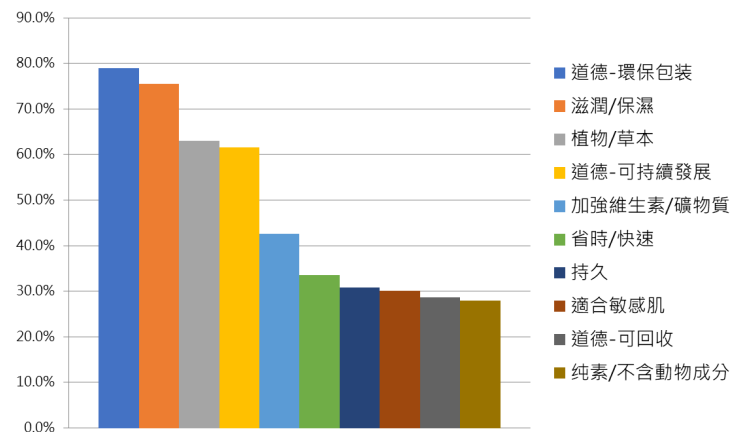
▲（圖五）我國 2024 年 1-9 月藥粧零售營業額及年增率
（資料來源：經濟部統計處）



▲（圖六）臉部彩妝進口需求雙位數成長
（資料來源：經濟部統計處）

台灣可持續宣稱個人護理新品比例逐年上升

依據 Mintel 全球市場調研報告指出，2024 年 1 月至 10 月間台灣地區個人護理產品宣稱（請見右圖七），其中以道德 / 環保包裝、滋潤保濕、植物 / 草本為大宗，值得注意的是道德可持續分類 - 環保包裝、可持續發展持續增長（可參考 [嘉誠月刊第 156 期「2024 全球經濟展望」](#)），顯示台灣消費者亦重視永續發展。



▲（圖七）2024 年 1-10 月台灣個人護理產業新品 10 大宣稱
（資料來源：Mintel）

COP 29 聯合國氣候峰會

氣候金融 (Finance COP) 與碳市場進展為此次會議焦點

第 29 屆聯合國氣候大會

(COP29) 於 2024 年 11 月 11 日至 22 日於亞塞拜然巴庫舉辦 (請見右圖

八) ，新數據預測 2024 年將是有紀錄以來最熱的一年，極端氣候與複雜的地緣背景，今年峰會強調採取氣候行動的迫切性，聚焦在氣候資金、全球碳市場的機制與逐步淘汰石化工業

的共識 (請見下方圖表) 。此次也是有

史以來第一次融資締約方會議 (the finance COP) ，同意調動 3000 億美元氣候資金予發展中國家。另一值得關注的是淨零排放議題獲得較多共識，通過《巴黎協定》第 6.4 條之全球碳市場機制草案，建立全球碳機制交易，國家、企業，乃至個人皆可經由聯合國主導的系統交易碳權抵銷碳排放；然而，延續 COP 28 「逐步淘汰未經處理的燃煤電廠及低效化石燃料補貼」議題則未能做出更有利的承諾。台灣比照往年以非政府組織觀察員參與，環境部也在會議期間設立「COP 29 戰情中心」彙整大會重點，作為台灣 2050 年達成淨零排放目標的參考。去年國內碳權交易平台上路，今年台灣也迎來「碳有價」時代，正式針對年排放量達 2.5 萬噸業者課徵碳費 ([詳情請見環境部氣候變遷署](#)) ，此制度也與巴黎協定第 6.4 條相呼應，環境部也期許未來國家與企業可透過全球碳市場機制參與獲得外交與減碳成效。



▲ (圖八) COP 29 在亞塞拜然巴庫舉辦

(資料來源：cop29.az)

主要議題	內容
碳市場進展	據《巴黎協定》第 6.4 條達成一致，確立國際碳市場標準，旨在促進發展中國家的資金流入，預估到 2030 年，全球碳市場交易將達每年 2500 億美元，削減 50 億公噸碳排放。
氣候金融	宣布到 2035 年每年向發展中國家提供 3000 億美元的資金，用於零碳經濟轉型、加速淘汰石化燃料，以應對氣候變遷。
能源與和平	延續 COP 28 《阿聯酋共識》加速全球能源轉型提出以下三大能源倡議。1. 能源儲存與電網更新：到 2030 年在全球部屬 1500 GW 能源儲存系統；2. 綠色能源區域與綠色廊道：將綠能產地與需求區域相連，發展更大尺度跨區及互聯網，以實現更符合成本效益、更安全之長距離電力傳輸；3. 氫能宣言：擴大再生能源、潔淨 / 零排放和低碳產生氫能，逐步替代化石燃料。

巴黎協定如何影響個人護理產業

根據 in-cosmetics 《Clean beauty: how COP29 can influence beauty standards》文章所示，個人護理產業的溫室氣體排放目前為 1%，比其他行業少，但影響力卻超出行業外許多人的想像，尤其從原料採購、塑膠包裝、廢物污染和森林砍伐等問題都不容小覷。近三分之一的美容產品在行銷時標榜「Clean」，雖然 Clean Beauty（潔淨美容）定義上有些模糊，鬆散涵蓋天然 / 有機成分、零殘忍實踐、環境友善及環保包裝各種標準，但這些趨勢旨在推動氣候變遷的關注及減少碳排放，且大多數美容公司也積極解決原料採購等相關碳排放問題。另外根據 Mintel 全球新產品數據庫統計，2014 年至 2023 年間，碳相關宣稱美容個護新品增長了 150%，且在全球範圍內，可持續、節約成本和便利等因素推動了可持續 / 替換裝美容個護產品受歡迎的程度。

2025 S.M.I.L.E.嘉誠微笑新面貌

迎接新的一年，嘉誠以 PANTONE「**報春花黃 Primrose Yellow**」做為新年度代表色，金色花果被太陽照耀後從花綻放到果實成熟，是大地豐收的顏色。也象徵全球正式走過疫情危機迎接曙光，一同期許個人護理產業邁向更健康、穩健的未來。嘉誠將與您在此光明的前景下「**微笑共舞**」，享受豐收的果實。此外，嘉誠 [2025 年產品目錄](#) 已同步刊載於官網，按照原料項目分類，並以表格統整詳細完整的原料資訊，亦設置 [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。同時每月定期推出 [嘉誠月刊](#)，讓您隨時一覽最新個人護理趨勢及美容專題，以上無須註冊會員即可線上下載閱讀，亦可聯繫嘉誠業務提出加入 Email 月刊寄送名單，每月準時收到第一手月刊資訊。嘉誠將持續提供更優質的產品與服務，協助各位業界先進持續創新，業績蒸蒸日上。



PANTONE®
13-0755 TPX
Primrose Yellow

