



2024




Bank Polski

# RYNKI MIĘDZYNARODOWE: KOSMETYKI

Sytuacja bieżąca i prognozy do 2028

Departament Analiz Ekonomicznych  
Wrzesień 2024



# **RYNKI MIĘDZYNARODOWE: KOSMETYKI**

## **SPIS TREŚCI**

Wstęp . . . . .	3
Metodologia . . . . .	6
Rynek światowy . . . . .	8
Światowy eksport . . . . .	14
Kierunki eksportu i importu . . . . .	15
Rynek w Europie . . . . .	16
Rynek w Polsce . . . . .	18
Sytuacja na rynkach największych importerów . . . . .	23
Stany Zjednoczone . . . . .	26
Chiny . . . . .	29
Niemcy . . . . .	32
Francja . . . . .	35
Wielka Brytania . . . . .	38
Hongkong . . . . .	41
Holandia . . . . .	44
Hiszpania . . . . .	47
Singapur . . . . .	50
Kanada . . . . .	53

# Wstęp

2023

W 2023 wyniki branży w Polsce, mimo niekorzystnego otoczenia makroekonomicznego w kraju i za granicą, poprawiły się w porównaniu z 2022.

## Trendy:

Według szacunków Statista, w 2023 światowa branża kosmetyczna osiągnęła wzrost sprzedaży o blisko 5%, do poziomu 579 mld EUR. Była to wartość o 16% większa niż w 2019 – przed pandemią COVID-19. Najwyższy udział w rynku ma segment pielęgnacji osobistej (43,8% w 2023), ale do 2028 udział ten nieznacznie (0,4pp) spadnie. W latach 2024-2028 technologia dla urody będzie segmentem rozwijającym się najszybciej (średnie roczne tempo wzrostu CAGR 5,2%), przy średnim rocznym wzroście dla rynku ogółem na poziomie 3,6%.

Koncepcja „czystego piękna” (pure beauty) odnosi się do kosmetyków, produktów do pielęgnacji skóry i higieny osobistej pozbawionych szkodliwych substancji chemicznych, takich jak propyloparaben i butyloparaben. Statista przewiduje, że kosmetyki z trendu pure beauty będą motorem napędowym dla całej branży, gdyż utrzyma się tendencja wzrostowa udziału konsumentów zainteresowanych bardziej naturalnymi produktami lub nietestowanymi na zwierzętach.

W raporcie przedstawiamy prognozy wielkości branży kosmetycznej w perspektywie do 2028, a także dane obrazujące sytuację na rynkach 10 największych światowych importerów kosmetyków.

## Polska branża kosmetyczna:

W 2023 Polska była 12. największym eksporterem i 14. największym importerem kosmetyków na świecie. W stosunku do 2019 nasz udział w wymianie międzynarodowej wzrósł zarówno po stronie eksportu (o 0,5pp do 3,1%), jak i importu (o 0,3pp do 2,2%).

W 2023 wyniki branży, mimo niekorzystnego otoczenia makroekonomicznego w kraju i za granicą, poprawiły się w porównaniu z 2022. Przychody producentów kosmetyków i wyrobów toaletowych (PKD 20.42) zatrudniających powyżej 9 osób zwiększyły się o 40% osiągając wartość 13,5 mld zł. Wpłynęły na to wyższe ceny produkcji sprzedanej, a także wzrost wartości sprzedaży eksportowej o 48%. Dzięki temu udział eksportu w przychodach ogółem przekroczył 51%. Koszty działalności rosły wolniej niż przychody (pozytywny wpływ spadku notowań gazu), w rezultacie wynik finansowy netto zwiększył się prawie trzykrotnie do 1,7 mld zł. Marża EBITDA poprawiła się o 5,9pp do 17,7%, natomiast rentowność sprzedaży netto zwiększyła się o 7,6pp do 13,8%.

Ceny detaliczne kosmetyków i wyrobów toaletowych były średnio o 15% wyższe niż w 2022 (wobec inflacji ogółem

11,4%), co było czynnikiem osłabiającym popyt ze strony konsumentów.

Na koniec 2023 w Polsce funkcjonowało 91 producentów kosmetyków i wyrobów toaletowych o zatrudnieniu powyżej 9 osób. Liczba pracujących przekroczyła 15,6 tys. osób. W 69 firmach (76% ogółu) przeważał kapitał krajowy. Udział tych firm w przychodach branży sięgał 39%, w zysku netto 25%, w inwestycjach 31%, a w sprzedaży eksportowej 25%. Pokazuje to, że podmioty z przewagą kapitału zagranicznego (22) miały przeciętnie znacznie większą skalę, były bardziej rentowne oraz bardziej nastawione na inwestycje i eksport.

W 2024 poprawa sytuacji gospodarstw domowych, wspierana najsilniejszym w historii wzrostem realnych dochodów, będzie sprzyjać większym zakupom

kosmetyków i wyrobów toaletowych, a to powinno przełożyć się na utrzymanie bardzo dobrych wyników finansowych branży.

Mimo dużych przesunięć strumieni handlu po wybuchu wojny w Ukrainie, Polska zarówno w 2022, jak i 2023, zanotowała wzrost wartości eksportu kosmetyków. Powolna poprawa sytuacji makroekonomicznej w otoczeniu międzynarodowym stwarza szansę na zwiększenie dynamiki eksportu wyrobów. W przeciwnym kierunku działa z kolei umocnienie złotego obniżając konkurencyjność polskich eksporterów. Za mocnym złotym przemawiają głównie twarde fundamenty gospodarcze: szybszy wzrost PKB, jastrzębia polityka monetarna, wzrost bezpośrednich inwestycji zagranicznych oraz napływ środków unijnych w ramach KPO.



Mimo dużych przesunięć strumieni handlu po wybuchu wojny w Ukrainie, **Polska zarówno w 2022, jak i 2023, zanotowała wzrost wartości eksportu kosmetyków.**

Powolna poprawa sytuacji makroekonomicznej w otoczeniu międzynarodowym stwarza szansę na zwiększenie dynamiki eksportu wyrobów.



Czynniki **wzmacniające** pozycję polskiej branży kosmetycznej w najbliższych latach:



- inwestycje w rozbudowę sieci sklepów stacjonarnych za granicą oraz kanał e-commerce (własne sklepy internetowe i współpraca z platformami typu marketplace)
- znaczny udział w sprzedaży eksportowej spółek córek międzynarodowych koncernów kosmetycznych mających w Polsce zakłady produkcyjne
- wysoka jakość i konkurencyjna cena polskich produktów
- szybkie dopasowywanie asortymentu do zmieniających się potrzeb i oczekiwań odbiorców
- umacniający się trend związany ze zdrowym stylem życia i większą świadomością ekologiczną sprzyjający popytowi na naturalne kosmetyki
- dobra kondycja finansowa przemysłu kosmetycznego, wzrost inwestycji i rozbudowa oferty produktowej
- rosnące inwestycje w branding i marketing, co zwiększa widoczność polskich marek na rynkach międzynarodowych
- rozwój technologii ograniczających zużycie energii i wody, emisji CO<sub>2</sub> oraz ilości odpadów
- szansa na zwiększenie wydatków producentów w obszarze badań, rozwoju i ESG w ramach funduszy zawartych w Krajowym Planie Odbudowy i innych programach.

Czynniki **osłabiające** pozycję polskiej branży kosmetycznej w najbliższych latach:



- utrzymujące się spowolnienie gospodarcze w Niemczech, dokąd trafia duża część polskiego eksportu
- aprecjacja złotego obniżająca konkurencyjność eksportu krajowych wyrobów
- znaczący wzrost kosztów osobowych, m.in. ze względu na duże podwyżki płacy minimalnej w ostatnich kilku latach
- wysokie koszty dostosowywania wyrobów do regulacji unijnych odnośnie do składników kosmetyków, opakowań, dystrybucji, czy oczyszczania ścieków
- nowe wymogi raportowania oraz konieczność podejmowania określonych działań dotyczących ESG
- konkurencja ze strony producentów z krajów o niskich kosztach produkcji.



## Metodologia

### Sprzedż kosmetyków:

Statista podaje dane o „wartości sprzedaży”, określanej też „sprzedaż” oraz „wielkością rynku”, wyliczone z danych o produkcji powiększonej o import i pomniejszonej o eksport kosmetyków. W opracowaniu przedstawiono sprzedaż kosmetyków za lata 2019-2023 oraz prognozy na lata 2024-2027/2028 opracowane przez analityków firmy Statista w marcu 2024. Dane i prognozy pobrano w dniu 9.08.2024.

Dane obejmują kosmetyki i produkty do pielęgnacji ciała produkowane dla prywatnych klientów końcowych, w tym:

- **kosmetyki do pielęgnacji osobistej:** produkty do pielęgnacji włosów, pod prysznic i do kąpieli, do higieny jamy ustnej, dezodoranty oraz produkty do golenia, kosmetyki naturalne należące do tej kategorii,
- **kosmetyki do pielęgnacji skóry:** kremy – w tym pod oczy i do rąk, do ciała, mleczka kosmetyczne, produkty promieniochronne, kosmetyki do pielęgnacji niemowląt i dzieci, kosmetyki naturalne należące do tej kategorii,
- **kosmetyki makijażowe:** do twarzy i ust, lakiery i kosmetyki do pielęgnacji paznokci, kosmetyki naturalne należące do tej kategorii,
- **zapachy:** perfumy, wody toaletowe, mgiełki do ciała itp.,

- **technologia dla urody (ang. beauty tech):** wykorzystanie zaawansowanych technologii, takich jak sztuczna inteligencja (AI), rzeczywistość rozszerzona (AR) i Internet rzeczy (IoT), w celu poprawy rutynowych zabiegów pielęgnacyjnych i zapewnienia spersonalizowanych rozwiązań kosmetycznych przy wykorzystaniu spersonalizowanych produktów i inteligentnych urządzeń do pielęgnacji skóry (np. elektroniczna szczoteczka do oczyszczania twarzy czy inteligentne lustro kosmetyczne).

Do kategorii kosmetyków nie są zaliczane: usługi kosmetyczne (takie jak fryzjer, kosmetyczka), produkty profesjonalne i elektryczne produkty do pielęgnacji osobistej (np. suszarki do włosów, elektryczne szczoteczki do zębów czy lampy do lakieru hybrydowego) oraz kosmetyki służące przede wszystkim celom medycznym.

### Eksport i import:

W opracowaniu przedstawiono najnowsze dostępne dane (pobrane 9.08.2024):


- dane publikowane przez International Trade Centre <https://www.trademap.org/> eksport i import kosmetyków na świecie i w wybranych krajach w 2023;
- dane publikowane przez GUS w Dziedzinowej Bazie Wiedzy Wymiana międzynarodowa <https://dbw.stat.gov.pl/dashboard/117> (według kraju pochodzenia) kosmetyków w Polsce w 2023.

Dane dotyczące handlu zagranicznego przedstawiono wg zharmonizowanego


systemu klasyfikacji (ang. Harmonized System, HS) opracowanego przez Światową Organizację Celną. Obejmują one towary zaklasyfikowane do działu 33.

### Kurs walutowy:

Statista opracowuje analizy i prognozy na danych wyrażonych w USD, które przelicza na EUR. Dla lat 2024-2028 przyjęto prognozy kursów walutowych publikowane przez Statistę. Dane z ITC oraz GUS są prezentowane w EUR zgodnie z wartością raportowaną przez poszczególne kraje.



**Uwaga:** wszystkie dane przedstawione w opracowaniu pochodzą z deklaracji kraju raportującego dany strumień handlu, tzn. przykładowo: dane dotyczące eksportu kosmetyków z Polski do Niemiec w oparciu o deklarację Polski, a dane dotyczące importu kosmetyków do Niemiec z Polski w oparciu o deklarację Niemiec. Dane te najczęściej nieznacznie różnią się między sobą, co wynika m. in. z różnic w systemach raportowania poszczególnych krajów, czy też sposobie uwzględniania kosztów transportu towarów.



Wg prognoz wartość  
rynku kosmetycznego  
na świecie **wzrośnie** w latach  
2024-2028 o **19,1%** osiągając  
poziom **689 mld EUR**

## Rynek światowy

### Sprzedaż

- W latach 2020-2022 sprzedaż kosmetyków na świecie wzrastała w średnim tempie 3,4% rocznie, a w 2023 zwiększyła się o 4,8% i osiągnęła wartość prawie 579 mld EUR (wg szacunków Statista).
- Azja to największy rynek sprzedaży kosmetyków – w 2023 jego wartość wyniosła 226 mld EUR i stanowiła 39% światowej sprzedaży.

### Eksport

- Francja była światowym liderem w eksporcie kosmetyków. W 2023 osiągnęła udział w rynku na poziomie 14,6%.
- Największym importerem w 2023 były Stany Zjednoczone – z udziałem 11,1% w światowym imporcie.
- W 2023 Polska była 12. największym eksporterem kosmetyków na świecie – z udziałem na poziomie 3,1% – oraz 14. największym importerem – z udziałem w wysokości 2,2%.

### Wydatki per capita

- Pierwszą pozycję na świecie pod względem wydatków per capita przeznaczanych na zakup kosmetyków zajmują Japończycy, którzy w 2023 wydali przeciętnie na ten cel równowartość 345 EUR. Na drugim miejscu uplasowali się Islandczycy (328 EUR), a na trzecim – Szwajcarzy (288 EUR). W 2023 średnie wydatki na kosmetyki na mieszkańca w Europie wyniosły 157 EUR.

### mld EUR, 2023



Świat 578,5



Europa 132,5



Polska 5,1

Źródło: Statista



Świat 163,2



Europa 94,1



Polska 5,0\*

Źródło: International Trade Centre (HS 33)  
\*według danych GUS polski eksport kosmetyków wyniósł 5,1 mld EUR w 2023.

### 2023



Europa 157 EUR



Polska 123 EUR



Świat 75 EUR

Źródło: Statista



Według Statisty, sprzedaż kosmetyków na świecie na początku pandemii COVID-19 spadała średnio o 2,7% rocznie (CAGR 2020-2021). W 2022 sprzedaż ta zwiększyła się o 16,7%, a spowolnienie gospodarcze w 2023 wyhamowało roczne tempo wzrostu do 4,8%. W 2023 światowa sprzedaż kosmetyków osiągnęła 579 mld EUR, czyli o 15,8% więcej niż w 2019. W latach 2024-2028 średnie roczne tempo wzrostu sprzedaży kosmetyków na świecie wyniesie 3,6%

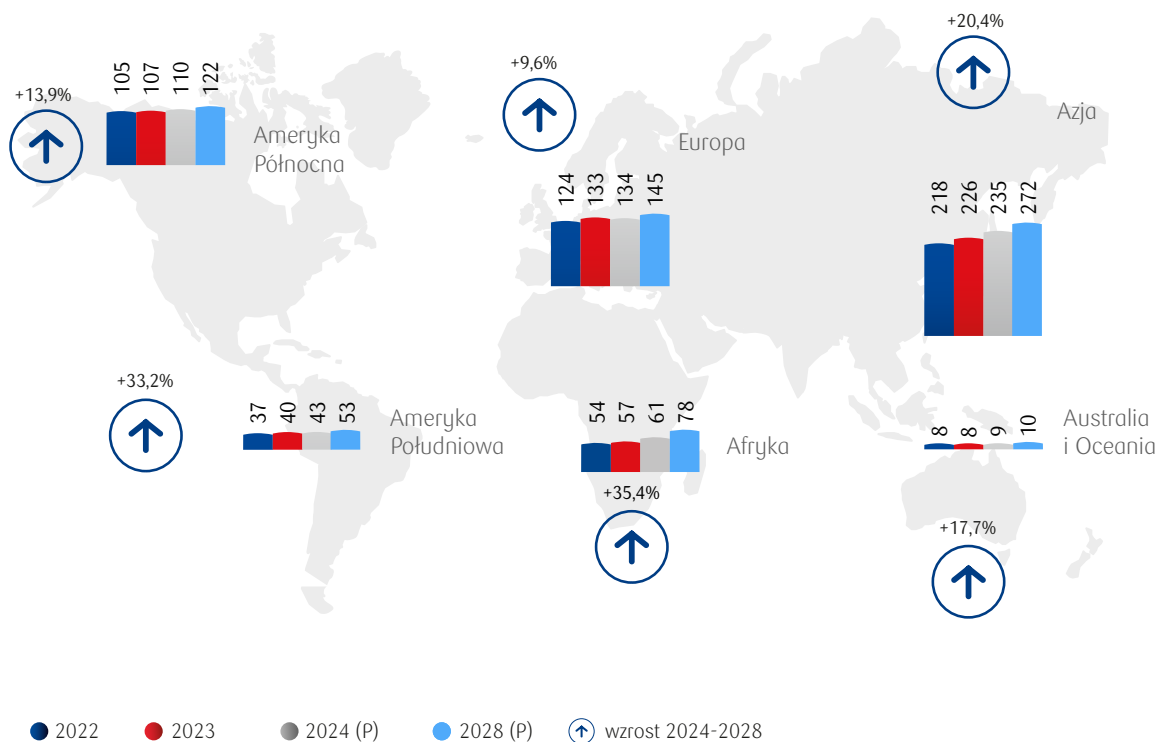
i będzie słabsze od dynamiki dla 2019 wynoszącej 7,2%.

Najwyższą szacunkową sprzedaż kosmetyków w wysokości 226 mld EUR w 2023 obserwowano na rynkach Azji, a jej wartość spadła w latach 2020-2021 średnio rocznie o 1,8%, a następnie znacznie wzrosła w 2022 o 19,0%, by wyhamować do 3,5% w 2023. Na kolejne lata prognozy zakładają, że do 2028 rynki azjatyckie

będą odnotowywały nieco szybszy wzrost sprzedaży w tempie średnio 3,8% rocznie (CAGR 2024-2028). Region pozostanie światowym liderem sprzedaży tych artykułów.

W latach 2024-2028 najwyższy średni roczny wzrost sprzedaży kosmetyków – w wysokości 6,2% – będzie dotyczył rynków Afryki.

## Rynek kosmetyków na świecie – sprzedaż wg kontywentów (mld EUR)



Źródło: Statista



## Rynek kosmetyków na świecie – sprzedaż wg kategorii (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-23)	CAGR (2024-28)
Pielęgnacja osobista	219,0	245,6	253,5	262,2	298,7	6,6%	-0,7%	8,4%	3,3%
Pielęgnacja skóry	146,3	160,0	167,6	173,1	197,0	8,1%	-2,6%	9,8%	3,3%
Makijaż	80,3	88,3	96,0	100,5	120,5	8,3%	-7,8%	18,6%	4,7%
Perfumy i wody toaletowe	47,6	50,7	53,9	55,5	63,0	5,9%	-5,2%	12,3%	3,2%
Technologia dla urody	6,5	7,5	7,5	7,9	9,7	10,2%	5,2%	2,7%	5,2%
<b>Suma</b>	<b>499,6</b>	<b>552,1</b>	<b>578,5</b>	<b>599,2</b>	<b>688,9</b>	<b>7,2%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>10,6%</b>	<b>3,6%</b>

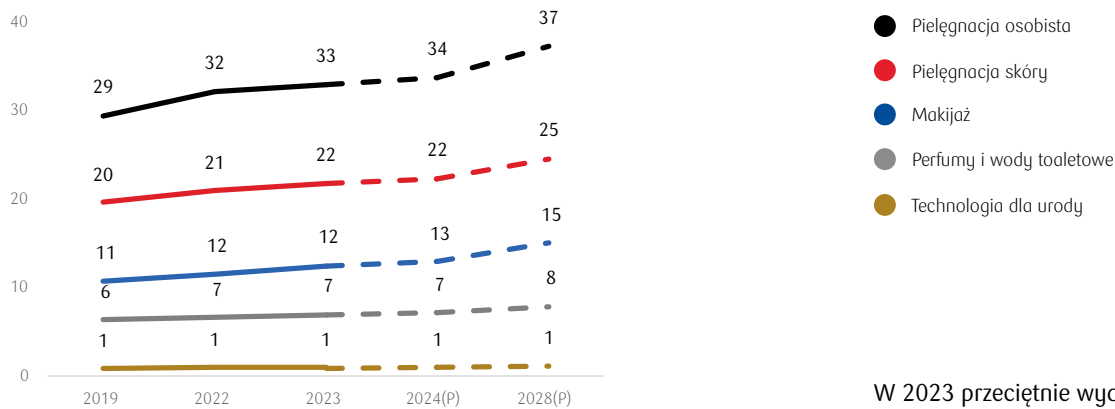
Źródło: Statista

Największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej. Według prognoz w 2024 wyniesie on 43,8% całkowitej sprzedaży branży i do 2028 obniży się nieznacznie do 43,4%.

W latach 2024-2028 technologia dla urody (najmniejsza kategoria) będzie segmentem rynku o najwyższym średnim rocznym tempie wzrostu (z CARG 5,2%), szybszym od średniego

wzrostu o 3,6% rocznie przewidywanego dla kosmetyków ogółem. Natomiast najniższy średni roczny wzrost (3,2%) prognozowany jest w przypadku segmentu perfumy i wody toaletowe.

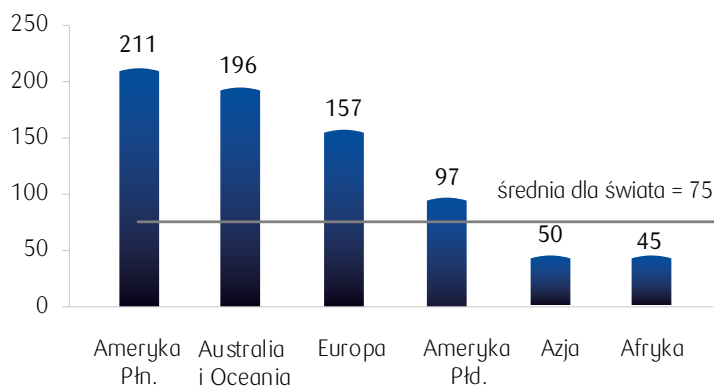
## Wydatki per capita na światowym rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

W 2023 przeciętnie wydatki per capita na kosmetyki na świecie wyniosły 75 EUR. Prognozowany jest wzrost tej wartości do 86 EUR w 2028.

## Szacunkowe wydatki per capita na kosmetyki wg kontynentów w 2023 (EUR)



Źródło: Statista

Według danych Statisty w podziale na kontynenty, najwięcej per capita na zakup kosmetyków przeznaczyci w 2023 mieszkańcy Ameryki Północnej (211 EUR) oraz Australii i Oceanii (196 EUR), podczas gdy wydatki te były najniższe w Afryce (45 EUR) i Azji (50 EUR) – kształtując się poniżej średniej dla świata (75 EUR).

W podziale na kraje w 2023 światowymi liderami wydatków na kosmetyki per capita byli mieszkańcy Japonii (345 EUR), a następnie Islandczycy (328 EUR) oraz Szwajcarzy (288 EUR).

## Top 5 krajów na świecie pod względem sprzedaży kosmetyków (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)
Stany Zjednoczone	79	89	90	93	103
Chiny	50	60	62	65	79
Japonia	38	41	42	44	49
Indie	24	27	28	29	33
Brazylia	22	21	23	25	31

Źródło: Statista

Największym rynkiem na świecie w 2023 były Stany Zjednoczone, gdzie sprzedaż kosmetyków oszacowano na 90 mld EUR, co stanowiło 15,6% wartości dla świata. Według prognoz Statisty, na pozycji globalnego lidera Stany

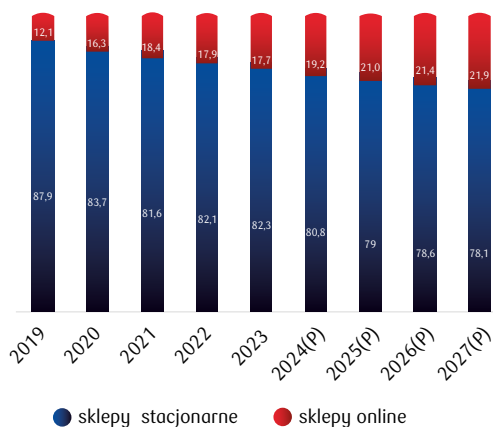
Zjednoczone pozostaną co najmniej do 2028 – ze sprzedażą w wysokości 103 mld EUR i z udziałem na poziomie 15,0%. Spośród pięciu wymienionych rynków, najwyższą dynamikę wzrostu w latach 2024-2028 będzie się charakteryzować Brazylia, w której

wartość rynku w 2028 przewyższy poziom z 2023 o 34,8%. W tym okresie wysokie będzie jeszcze tempo wzrostu rynku w Chinach (27,4%). Najślabiej w latach 2024-2028 będzie rosła sprzedaż kosmetyków w Stanach Zjednoczonych – o 14,4%.

### Prognoza

Spośród pięciu wymienionych rynków, najwyższą dynamikę wzrostu w latach 2024-2028 będzie się charakteryzować **Brazylia**.

## Struktura sprzedaży kosmetyków na świecie wg kanałów dystrybucji (%)



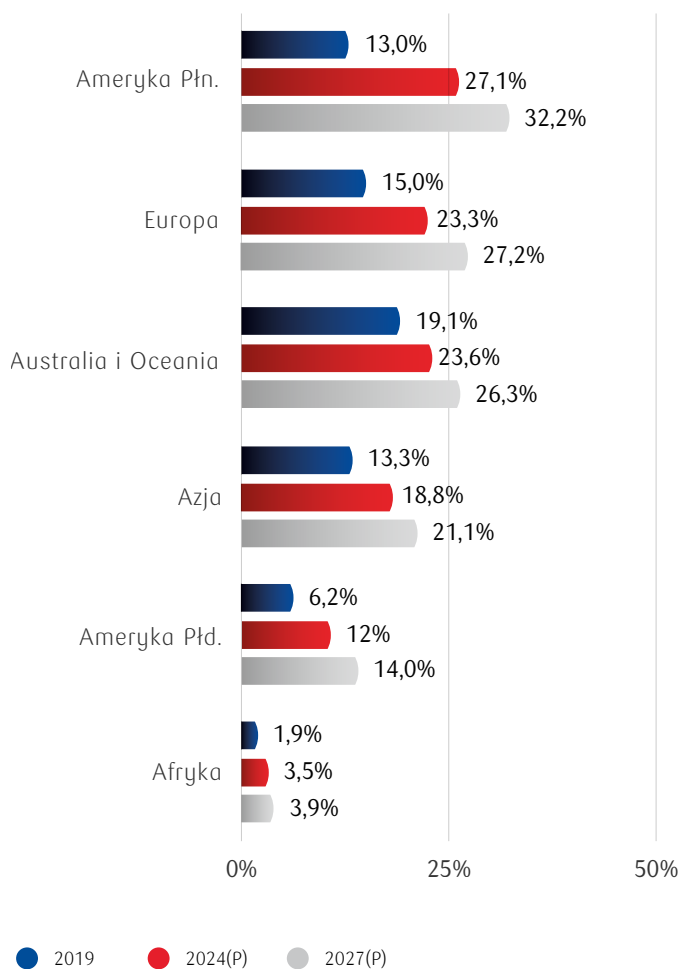
Źródło: Statista

Według szacunków Statisty, 17,7% przychodów ze sprzedaży kosmetyków w 2023 pochodziło ze sklepów online.

### Prognoza

Prognozowany jest dalszy wzrost zainteresowania zdalnym kanałem dystrybucji i zwiększenie jego udziału do 21,9% w 2027.





Źródło: Statista

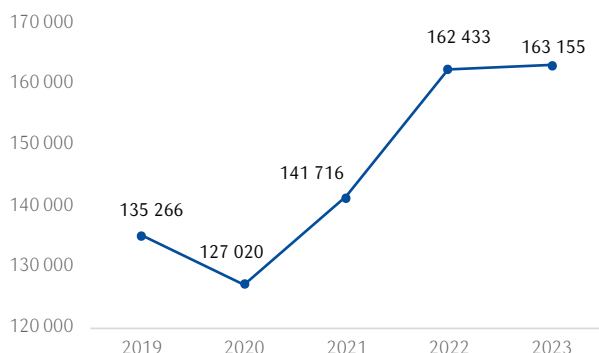
## Udział kanału online w sprzedaży kosmetyków wg kontynentów

Utrzymuje się znaczne zróżnicowanie w udziale kanału zdalnego w sprzedaży kosmetyków między kontynentami i sytuacja ta nie zmieni się do 2027 pomimo generalnej wzrostowej tendencji sprzedaży online tych produktów.

W 2024 kontynentem z najwyższym udziałem sprzedaży zdalnej (27,1%) będzie Ameryka Północna, podczas gdy w Afryce udział ten wyniesie jedynie 3,5%. W 2027 blisko 1/3 sprzedaży kosmetyków na rynku północnoamerykańskim będzie miała miejsce w sieci, a rynek afrykański zanotuje powolny wzrost udziału tylko do niespełna 4%.

## Światowy eksport

### Światowy eksport kosmetyków (mln EUR)

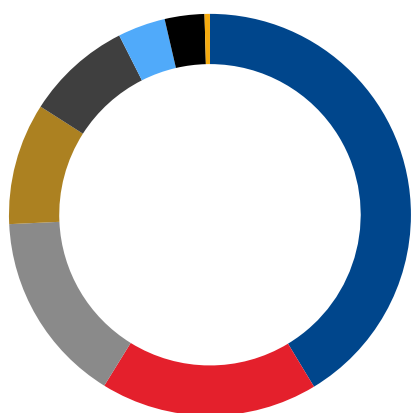


Źródło: International Trade Center (HS 33)

W latach 2020-2021 światowy eksport kosmetyków odnotował średni roczny wzrost o 2,4%, który w 2022 mocno przyspieszył do 14,6%. W warunkach spowolnienia gospodarczego na świecie

w 2023 tempo wzrostu globalnego eksportu kosmetyków wyhamowało do 0,4%. Wartość tego eksportu wyniosła 163,2 mld EUR.

### Struktura światowego eksportu kosmetyków wg rodzaju w 2023 (4-cyfrowe kody CN)



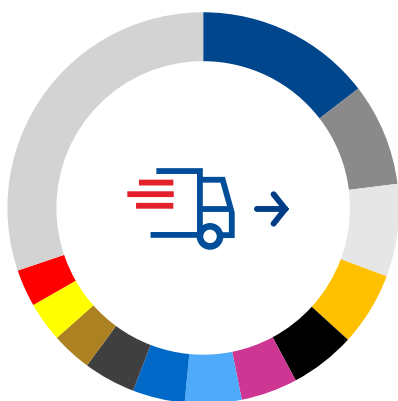
Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Największy udział w światowym eksporcie kosmetyków (41,3%) ma kategoria: preparaty do upiększania i malowania oraz preparaty

do pielęgnacji skóry (z wyjątkiem leków), włącznie z preparatami do opalania, do manicure i pedicure (oznaczona HS 3304).

## Kierunki eksportu i importu

### Struktura światowego eksportu kosmetyków w 2023



● Francja 14,6%	● Chiny 4,3%
● Stany Zjednoczone 8,5%	● Hiszpania 4,3%
● Niemcy 7,6%	● Holandia 3,3%
● Irlandia 6,1%	● Wielka Brytania 3,3%
● Singapur 5,4%	● Polska 3,1%
● Włochy 4,7%	● Pozostałe 30,2%
● Korea Południowa 4,7%	

Polska była **12.** największym eksporterem kosmetyków, z udziałem na poziomie **3,1%**

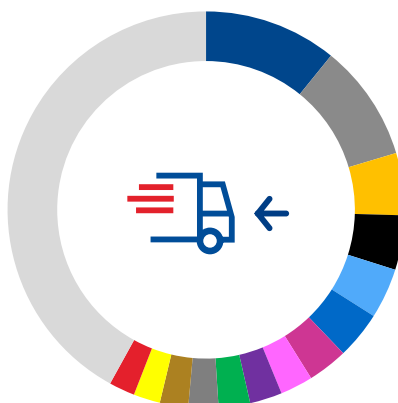
• Liderem w eksporcie kosmetyków była Francja, która w 2023 sprzedała za granicę kosmetyki o wartości 23,8 mld EUR, co stanowiło 14,6% światowego eksportu.

• 10 największych eksporterów kosmetyków odpowiadało za 63,4% eksportu ogółem w 2023.

• Udział Polski w globalnym eksporcie kosmetyków wzrósł w latach 2019–2023 z poziomu 2,6% do 3,1%.

Źródło: International Trade Center (HS 33)

### Struktura światowego importu kosmetyków w 2023



● Stany Zjednoczone 11,1%	● Singapur 2,7%
● Chiny 9,7%	● Kanada 2,6%
● Niemcy 5,2%	● Meksyk 2,5%
● Francja 4,5%	● Włochy 2,4%
● Wielka Brytania 4,2%	● ZEA 2,2%
● Hongkong 3,9%	● Polska 2,2%
● Holandia 3,3%	● Pozostałe 42,9%
● Hiszpania 2,7%	

Polska była **14.** największym importerem kosmetyków, z udziałem w wysokości **2,2%**

• Światowym liderem w imporcie kosmetyków były Stany Zjednoczone, które w 2023 nabyły z zagranicy kosmetyki o wartości 18,6 mld EUR, co stanowiło 11,1% globalnego importu.

• W 2023 udział 10 największych importerów kosmetyków wyniósł 50% importu ogółem tej kategorii.

• W latach 2019–2023 udział Polski w światowym imporcie wzrósł o 0,3pp do 2,2%.

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

## Rynek w Europie

### Rynek kosmetyków w Europie – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-23)	CAGR (2024-28)
Pielęgnacja osobista	51,4	53,2	56,1	56,6	60,5	2,6%	0,3%	4,1%	1,5%
Pielęgnacja skóry	34,6	34,3	37,0	37,4	40,3	4,1%	-2,3%	5,9%	1,7%
Makijaż	18,4	18,5	20,7	21,3	24,1	4,6%	-6,1%	13,0%	3,1%
Perfumy i wody toaletowe	15,8	15,8	17,1	17,1	18,4	2,7%	-3,4%	7,8%	1,5%
Technologia dla urody	1,5	1,7	1,7	1,7	2,0	5,5%	6,3%	-1,2%	3,0%
Suma	121,6	123,6	132,5	134,1	145,2	3,3%	-1,8%	6,3%	1,8%

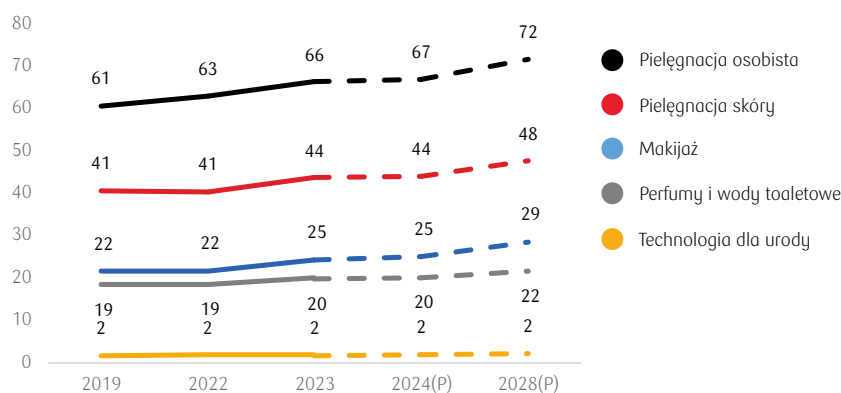
Źródło: Statista

W 2019 sprzedaż kosmetyków w Europie wzrosła o 3,3%. W pierwszych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek jej wartości o 1,8% (CAGR 2020-2021), po czym nastąpiło znaczne odbicie rynku średnio rocznie o 6,3% w dwóch kolejnych latach (CAGR 2022-2023).

Według prognoz Statisty, w latach 2024-2028 wartość rynku kosmetyków w Europie odnotuje sporo słabszy niż przed pandemią wzrost w wysokości 1,8% średnio rocznie, osiągając poziom 145,2 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu

(z CARG 2024-2028 wynoszącym 3,1%), a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa od wartości z 2023 o 16,5%. W 2024 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Europie jest przewidywana na 56,6 mld EUR, co stanowi 42,2% rynku.

### Wydatki per capita na europejskim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Europy wydał przeciętnie na kosmetyki 157 EUR. W kolejnych latach prognozuje się zwiększenie wydatków na ten cel do 172 EUR w 2028.

Źródło: Statista



## Top 5 krajów w Europie pod względem sprzedaży kosmetyków (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)
Niemcy	17	18	19	19	20
Francja	15	16	16	16	17
Wielka Brytania	14	15	16	16	17
Rosja	15	12	15	15	16
Włochy	10	11	11	11	12

Źródło: Statista

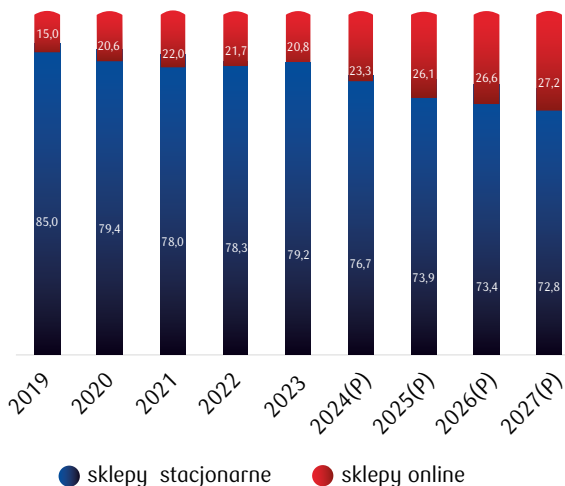
W 2023 najwyższa sprzedaż kosmetyków wśród krajów europejskich obserwowana była w Niemczech i wyniosła 19 mld EUR (co stanowiło 14,3% europejskiego rynku). Prognozowany jest wzrost tej wartości

do 20 mld EUR w 2028, czyli poziomu o 5,3% wyższego niż w 2023, co będzie oznaczało najwolniejszy wzrost spośród pięciu najważniejszych europejskich rynków. Na drugim biegunie będą Włochy z łącznym wzrostem o 9,1% w kolejnych 5 latach.

### Prognoza

Najwyższa sprzedaż kosmetyków wśród krajów europejskich obserwowana będzie w Niemczech i wg prognoz wyniesie 20 mld EUR.

## Struktura sprzedaży kosmetyków w Europie wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

Sklepy online odpowiadały za 20,8% przychodów ze sprzedaży kosmetyków w Europie w 2023.

### Prognoza

Prognozuje się, że do 2027 udział przychodów z kanałów e-commerce zwiększy się do **27,2%**.



## Rynek w Polsce

### Rynek kosmetyków w Polsce – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-23)	CAGR (2024-28)
Pielęgnacja osobista	2,2	2,3	2,4	2,6	2,9	1,8%	-1,6%	6,5%	3,6%
Pielęgnacja skóry	1,2	1,2	1,4	1,4	1,8	4,5%	-1,3%	9,7%	5,4%
Makijaż	0,5	0,5	0,6	0,6	0,8	4,1%	-8,2%	16,1%	5,3%
Perfumy i wody toaletowe	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	1,8%	-4,4%	7,3%	2,8%
Technologia dla urody	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0%	8,0%	0,0%	5,2%
Suma	4,5	4,7	5,1	5,3	6,2	2,3%	-2,4%	8,4%	4,2%

Źródło: Statista

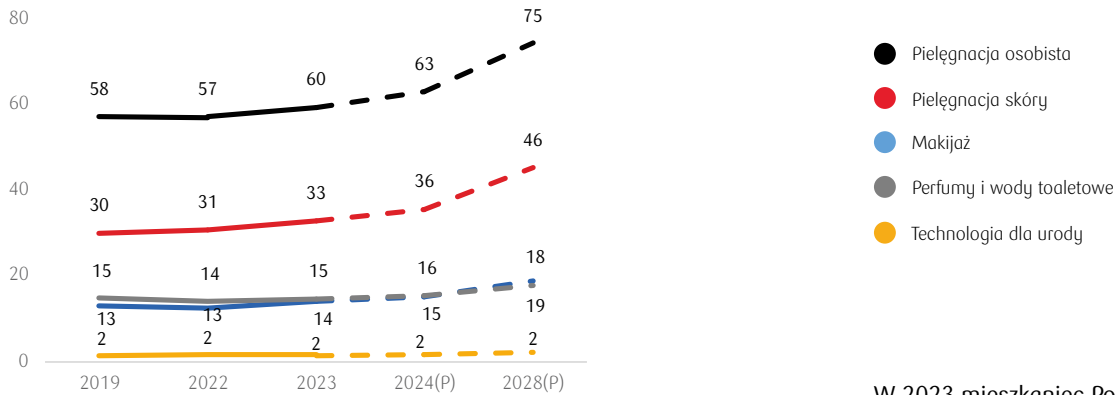
W 2019 sprzedaż kosmetyków w Polsce zwiększyła się o 2,3%. W pierwszych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek jej wartości o 2,4% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano istotne odbicie rynku średnio rocznie o 8,4% w dwóch kolejnych latach (CAGR 2022-2023). Według prognoz Statysty, w latach

2024-2028 wartość przychodów całego rynku kosmetyków w Polsce odnotuje blisko 2-krotnie silniejszy niż przed pandemią wzrost w wysokości 4,2% średnio rocznie, osiągając poziom 6,2 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do pielęgnacji skóry (z CARG 2024-2028 wynoszącym

5,4%), a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa od wartości z 2023 o 30,1%.

W 2024 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Polsce jest przewidywana na 2,6 mld EUR, co stanowi 48,1% rynku.

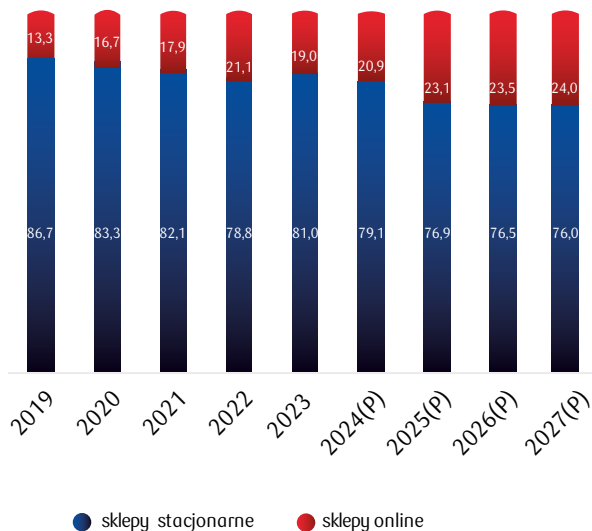
## Wydatki per capita na polskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

W 2023 mieszkaniec Polski wydał szacunkowo na kosmetyki średnio 123 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do 160 EUR w 2028.

## Struktura sprzedaży kosmetyków w Polsce wg kanałów dystrybucji (%)



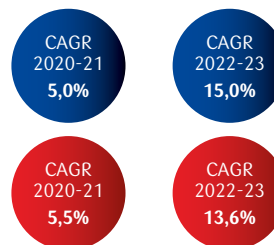
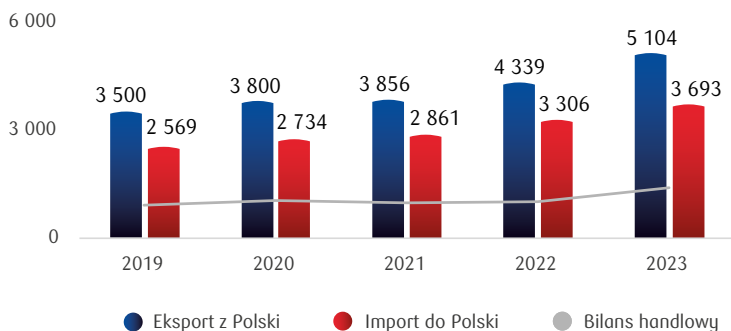
### Prognoza

Prognozowany jest wzrost udziału sklepów online do 24% w 2027.

W 2024 blisko 21% przychodów ze sprzedaży kosmetyków w Polsce będzie generowane przez sklepy online, czyli nieco mniej niż przeciętnie w Europie (23%).

## Polski eksport

### Handel zagraniczny kosmetykami w Polsce (mln EUR)



Źródło: GUS (CN 33)

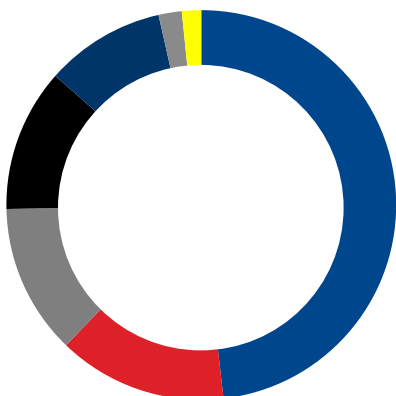
Eksport kosmetyków z Polski w latach 2019–2023 wzrósł o blisko połowę (45,8%) z poziomu 3,5 mld EUR w 2019 do nieco ponad 5,1 mld EUR w 2023. Import zwiększył się w nieco mniejszym stopniu (43,8%)

z 2,6 mld EUR do blisko 3,7 mld EUR. Na początku pandemii (2020–2021) w eksporcie i imporcie kosmetyków notowano słaby wzrost (odpowiednio średnio rocznie o 5,0% i o 5,5%). W 2022 wzrosły te przyspieszyły

do 12,5% i 15,6%, natomiast 2023 przyniósł jeszcze silniejszy wzrost eksportu (17,6%) wraz z wyhamowaniem dynamiki importu (11,7%) – przy słabszej konsumpcji.

### Struktura polskiego eksportu kosmetyków wg rodzaju w 2023

(4-cyfrowe kody CN)



Źródło: GUS (CN 33)

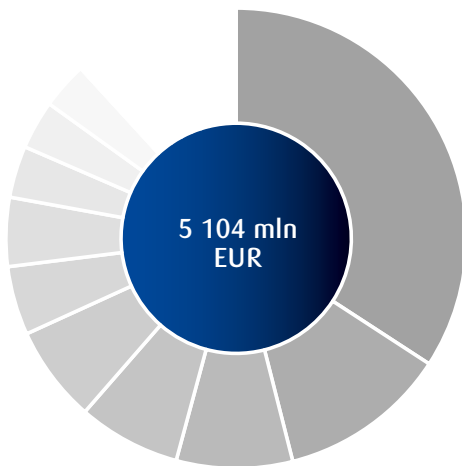
W klasyfikacji wg 4-cyfrowych kodów CN największą kategorią polskiego eksportu kosmetyków w 2023 była pozycja 3304 obejmująca: preparaty

do upiększania i malowania oraz preparaty do pielęgnacji skóry (z wyjątkiem leków), włącznie z preparatami do opalania, do manicure

i pedicure. Stanowiła ona aż 48,2% polskiego eksportu kosmetyków ogółem.



## Struktura polskiego eksportu w 2023



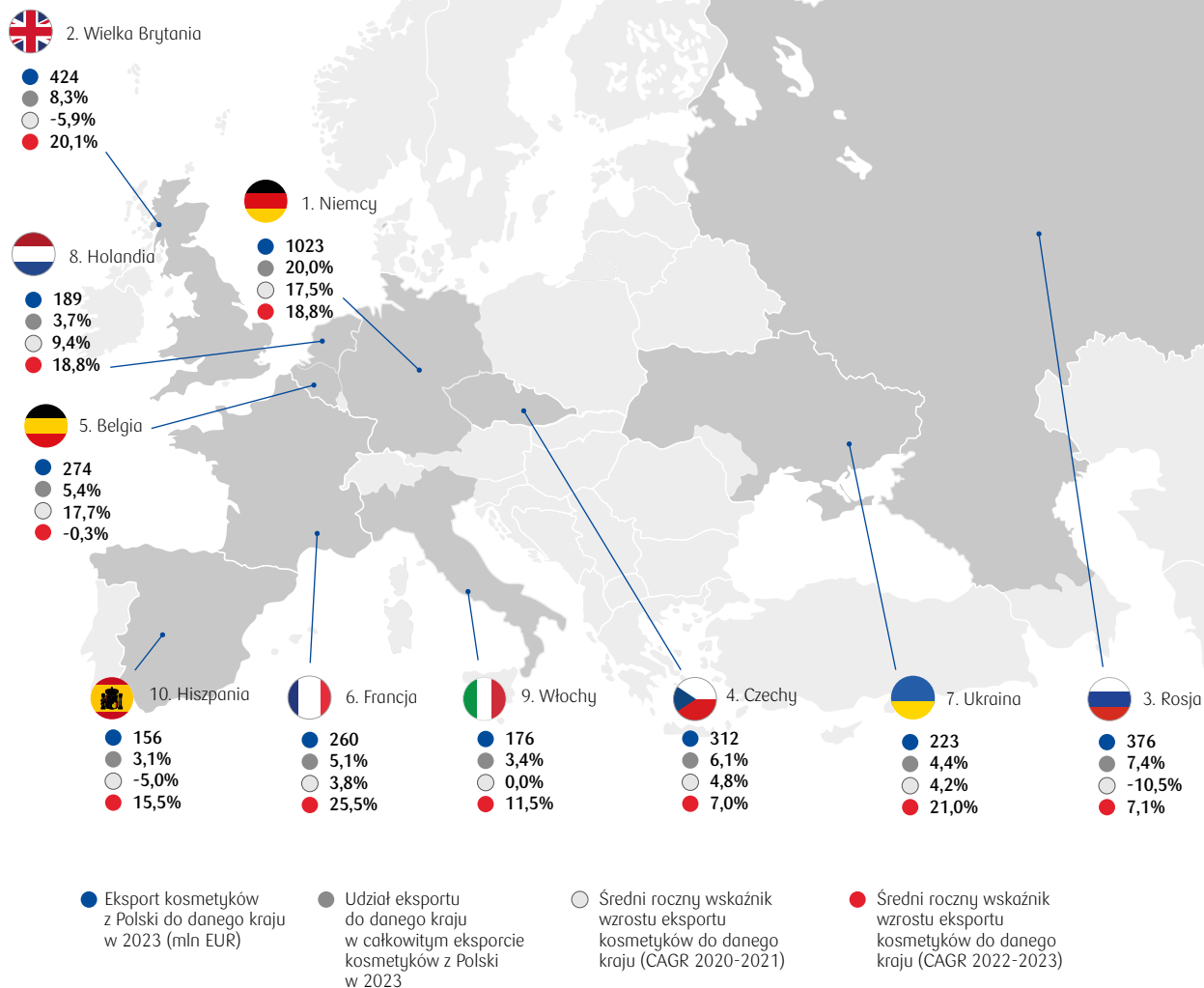
Źródło: GUS (CN 33)

34,2%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
11,9%	Perfumy i wody toaletowe
8,2%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
7,2%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
6,8%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
4,8%	Preparaty do malowania oczu
4,8%	Szampony do włosów
3,6%	Preparaty do manicure lub pedicure
3,4%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
3,3%	Preparaty do malowania ust
2,2%	Pudry, nawet prasowane
1,7%	Preparaty do higieny jamy ustnej i preparaty do protez, gdzie indziej niewymienione
1,4%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
1,4%	Preparaty stosowane przed goleniem, do golenia lub po goleniu
1,2%	Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
3,8%	Pozostałe

Według 6-cyfrowych kodów CN, największy udział (34,2%) w polskim eksporcie kosmetyków w 2023 miała kategoria 330499: preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry.



# Główni odbiorcy polskich kosmetyków w 2023



Źródło: GUS (CN 33)

Głównymi kierunkami eksportowymi dla polskich producentów w 2023 były kraje europejskie. Od lat największym odbiorcą są Niemcy, do których w 2023 trafiło 20% polskiego eksportu kosmetyków. Trzej kolejni odbiorcy w 2023 to: Wielka Brytania,

Rosja i Czechy, które nabyły łącznie 21,8% eksportowanych przez Polskę kosmetyków. Na 10 największych rynków docelowych polskiej branży kosmetycznej trafiło 66,9% naszego eksportu tych towarów w 2023. Średnia roczna dynamika polskiego eksportu

kosmetyków do tych krajów w latach 2022-2023 była dość zróżnicowana: od 0,3-procentowego spadku w przypadku Belgii – do 25,5-procentowego wzrostu dla Francji.

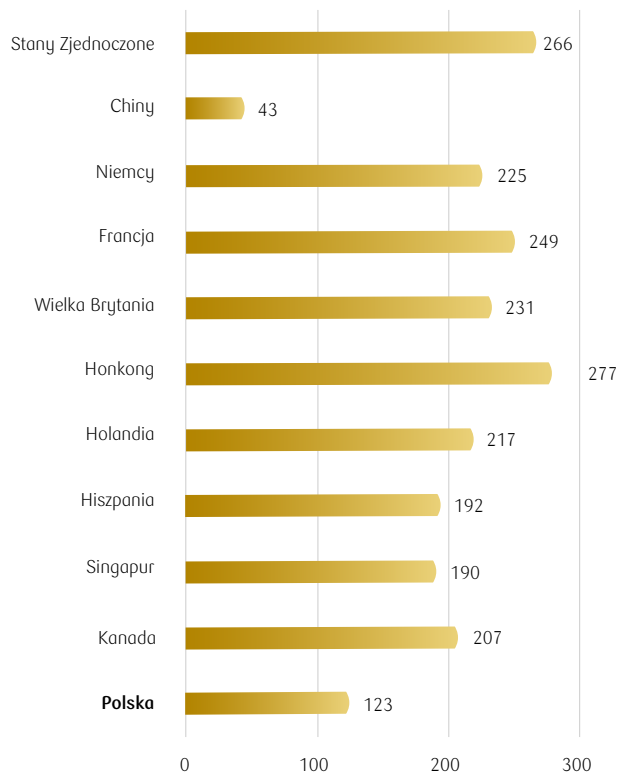
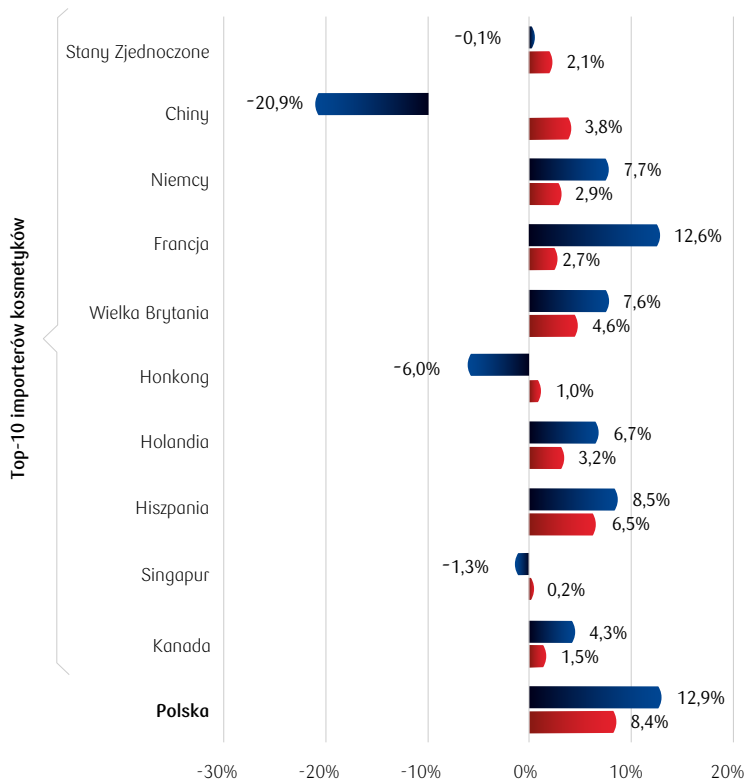
Sytuacja na rynkach  
największych  
importerów



## Sytuacja na rynkach największych importerów

Zmiana wielkości rynku i importu kosmetyków w 2023 w ujęciu rocznym

Wydatki per capita na kosmetyki w 2023 (EUR)



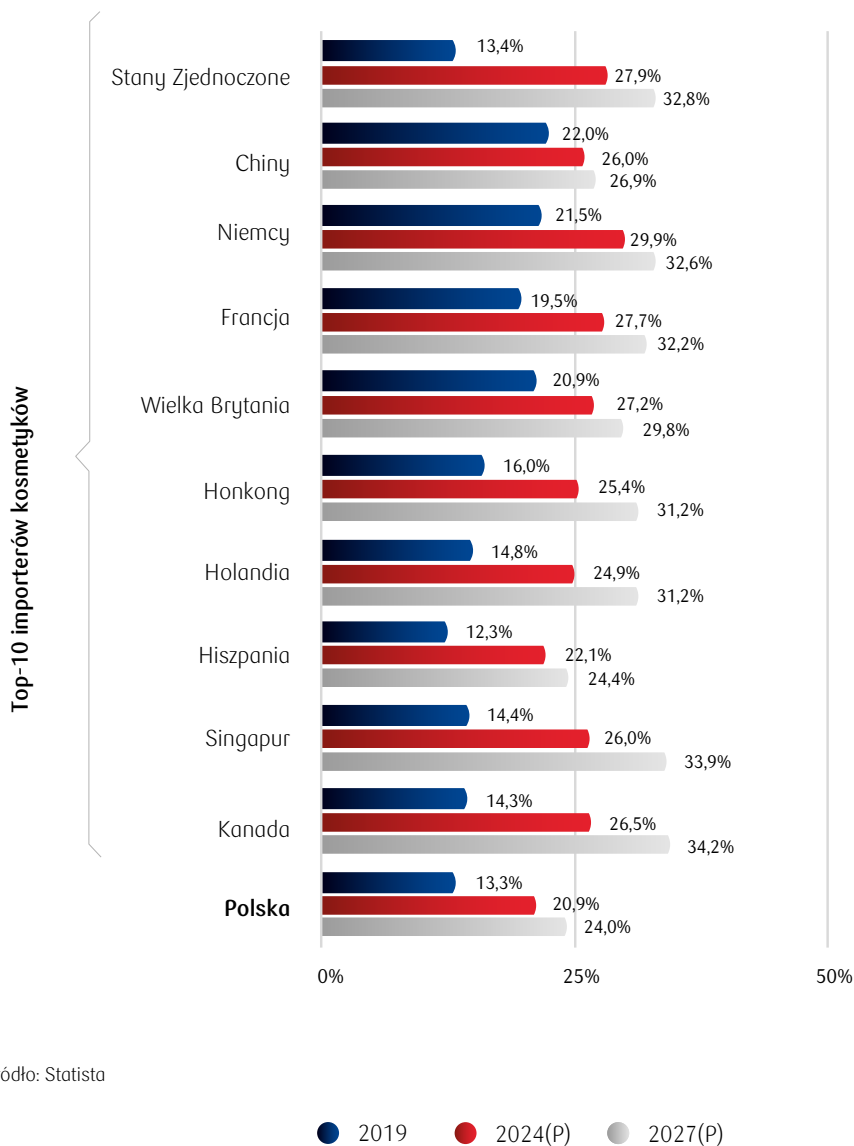
- zmiana importu
- zmiana wielkości rynku

Źródło: International Trade Centre (HS 33), Statista

### Uwaga

Ranking 10 największych importerów kosmetyków wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych krajów w 2023 dostępnych w dniu 09.08.2024.

## Udział kanału online w sprzedaży kosmetyków



### Uwaga

Ranking 10 największych importerów kosmetyków wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych krajów w 2023 dostępnych w dniu 09.08.2024.

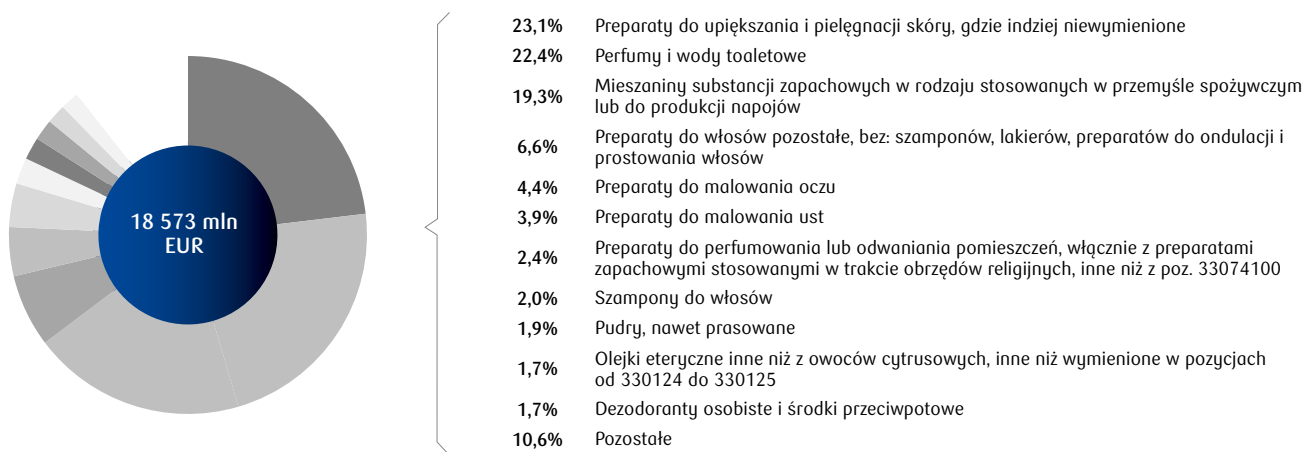
Źródło: Statista





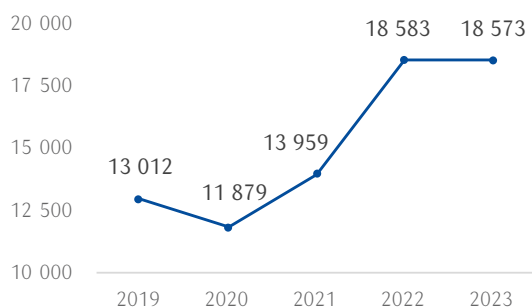
## Stany Zjednoczone

### Struktura importu kosmetyków do Stanów Zjednoczonych w 2023



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

### Import kosmetyków do Stanów Zjednoczonych (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)



Import kosmetyków do Stanów Zjednoczonych zanotował w latach 2020-2021 średni wzrost o 3,6% rocznie, natomiast w 2022 obserwowano jego dynamiczny wzrost o 33,1%. W 2023 import kosmetyków obniżył się o 0,1% - wskutek gorszej koniunktury gospodarczej - do poziomu 18,6 mld EUR.



## Top 10 dostawców + Polska (2023)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2023 r/r
1.	Francja	19,4%	3 599,1	↑	3,1%
2.	Irlandia	18,3%	3 392,5	↓	-11,4%
3.	Kanada	9,1%	1 692,5	↑	1,1%
4.	Włochy	8,8%	1 631,5	↑	21,1%
5.	Meksyk	8,2%	1 531,5	↑	12,9%
6.	Korea Płd.	6,1%	1 130,3	↑	22,6%
7.	Chiny	5,7%	1 050,9	↓	-8,5%
8.	Hiszpania	4,5%	834,1	↑	19,6%
9.	Wielka Brytania	2,6%	485,6	↓	-1,3%
10.	Indie	2,0%	366,0	↓	-7,3%
...					
27.	<b>Polska</b>	<b>0,3%</b>	<b>52,8</b>	<b>↑</b>	<b>38,7%</b>

Import USA – 18 573 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 33)

## Rynek kosmetyków w Stanach Zjednoczonych – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-23)	CAGR (2024-28)
Pielęgnacja osobista	36,9	41,1	41,3	42,2	45,6	7,4%	-1,9%	7,9%	2,0%
Pielęgnacja skóry	18,7	21,2	21,8	22,6	25,6	9,7%	-3,4%	11,7%	3,2%
Makijaż	15,2	17,1	18,0	18,7	21,6	9,1%	-9,4%	20,0%	3,8%
Perfumy i wody toaletowe	7,3	7,9	8,1	8,2	8,9	7,4%	-5,5%	11,3%	1,9%
Technologia dla urody	1,1	1,3	1,3	1,3	1,5	12,5%	4,1%	4,2%	2,7%
Suma	79,2	88,6	90,4	93,0	103,1	8,4%	-3,9%	11,2%	2,7%

W 2019 sprzedaż kosmetyków w Stanach Zjednoczonych wzrosła o 8,4%. W pierwszych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek jej wartości o 3,9% (CAGR 2020-2021), po czym nastąpiło znaczące odbicie rynku średnio rocznie do 11,2% w dwóch kolejnych latach (CAGR 2022-2023).

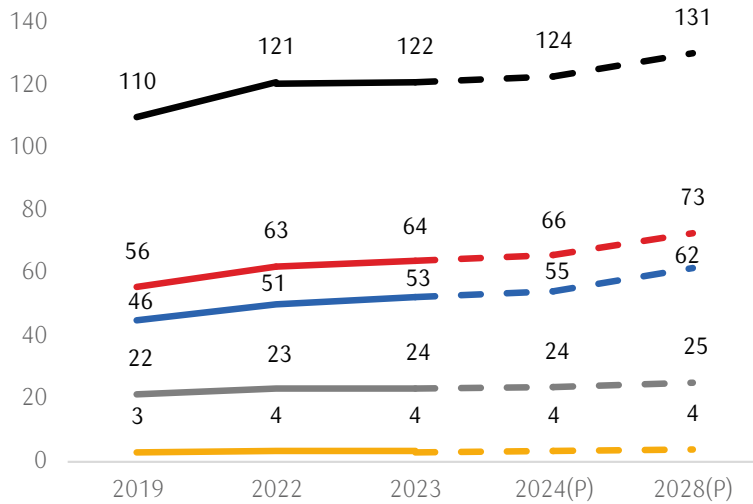
Według prognoz Statystyki, w latach 2024-2028 wartość przychodów całego rynku kosmetyków w Stanach Zjednoczonych odnotuje dużo słabszy niż przed pandemią wzrost w wysokości 2,7% średnio rocznie, osiągając poziom 103,1 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu

(z CAGR 2024-2028 wynoszącym 3,8%). Sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa wobec 2023 o 20,4%. W 2024 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Stanach Zjednoczonych jest przewidywana na 42,2 mld EUR, co stanowi 45,4% rynku.

Źródło: Statista



## Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Stanach Zjednoczonych (EUR)



W 2023 mieszkańiec Stanów Zjednoczonych wydał na kosmetyki średnio 266 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do 296 EUR w 2028.

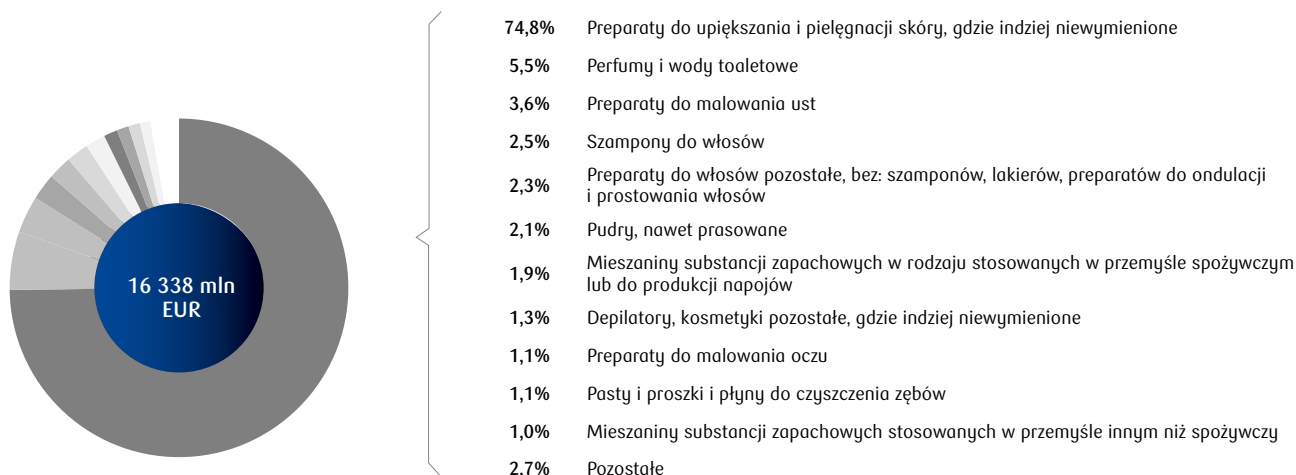
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



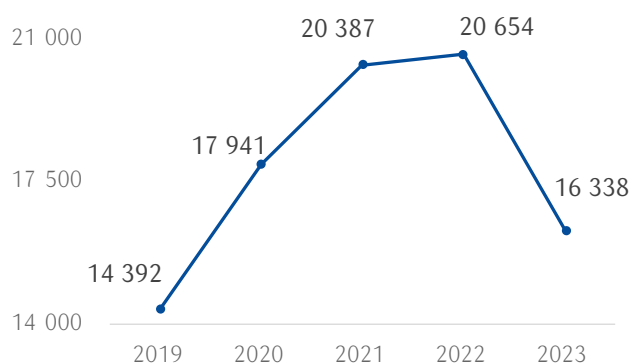
## Chiny

### Struktura importu kosmetyków do Chin w 2023

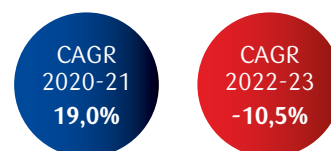


Źródło: International Trade Centre (HS 33)

### Import kosmetyków do Chin (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)



Import kosmetyków do Chin zanotował w latach 2020-2021 średni wzrost o 19% rocznie, natomiast w 2022 obserwowano jego niewielki wzrost o 1,3%. W 2023 import kosmetyków obniżył się aż o 1/5 – wskutek osłabienia tempa wzrostu gospodarczego – do poziomu 16,3 mld EUR.



## Top 10 dostawców + Polska (2023)

Lp.	Kraj	Udział	mIn EUR		2023 r/r
1.	Francja	27,2%	4 451,3	↓	-14,5%
2.	Japonia	22,4%	3 663,0	↓	-24,5%
3.	Korea Płd.	12,4%	2 025,8	↓	-22,3%
4.	USA	10,9%	1 782,9	↓	-24,5%
5.	Wielka Brytania	6,3%	1 031,4	↓	-39,1%
6.	Włochy	3,7%	601,1	↓	-8,6%
7.	Hiszpania	2,2%	365,0	↑	0,3%
8.	Niemcy	1,7%	283,8	↓	-2,1%
9.	Szwajcaria	1,6%	262,1	↓	-10,4%
10.	Tajlandia	1,4%	234,8	↓	-9,8%
...	...	...	...		...
<b>14.</b>	<b>Polska</b>	<b>1,0%</b>	<b>158,2</b>	<b>↓</b>	<b>-43,1%</b>

Import Chiny – 16 338 mln EUR

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

W strukturze chińskiego importu kosmetyków pierwszą pozycję zajmuje Francja z udziałem wynoszącym 27,2%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 158 mln EUR w 2023 stanowiły 1% importu kosmetyków do Chin, co dało Polsce 14. miejsce wśród dostawców (spadek o 3 pozycje w ciągu roku), przy ponad 43-procentowym obniżeniu tego importu.

## Rynek kosmetyków w Chinach – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-23)	CAGR (2024-28)
Pielęgnacja osobista	22,1	26,0	26,5	27,5	32,4	6,4%	1,8%	7,6%	4,2%
Pielęgnacja skóry	15,4	18,4	19,1	20,1	24,3	9,2%	-0,3%	11,9%	4,8%
Makijaż	11,2	13,3	14,3	15,3	20,0	10,1%	-4,1%	18,0%	6,9%
Perfumy i wody toaletowe	1,0	1,1	1,2	1,2	1,4	7,5%	-3,0%	11,6%	3,8%
Technologia dla urody	0,8	1,0	1,0	1,1	1,4	11,1%	7,2%	5,8%	6,3%
Suma	50,4	59,8	62,1	65,3	79,5	8,1%	-0,1%	11,1%	5,1%

W 2019 sprzedaż kosmetyków w Chinach wzrosła o 8,1%.

W pierwszych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny nieznaczny spadek jej wartości o 0,1% (CAGR 2020-2021), po czym nastąpiło istotne odbicie tempa wzrostu rynku do 11,1% średnio rocznie w dwóch kolejnych latach

(CAGR 2022-2023). Według prognoz Statisty, w latach 2024-2028 wartość przychodów całego rynku kosmetyków w Chinach odnotuje nieco słabszy niż przed pandemią wzrost w wysokości 5,1% średnio rocznie, osiągając poziom 79,5 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu

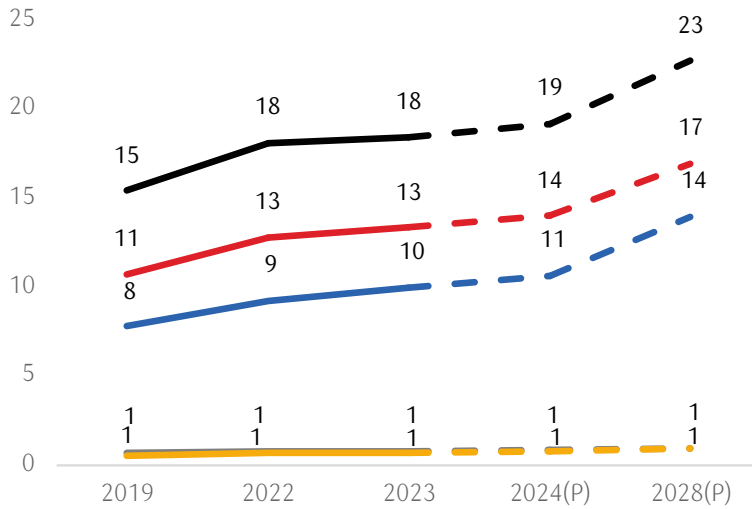
(z CAGR 2024-2028 wynoszącym 6,9%), a sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa wobec 2023 o 39,7%.

W 2024 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Chinach jest przewidywana na 27,5 mld EUR, co stanowi 42,2% rynku.

Źródło: Statista



## Wydatki per capita na chińskim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Chin wydał na kosmetyki średnio 43 EUR i było to najmniej spośród top-10 importerów. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do 56 EUR w 2028.

- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

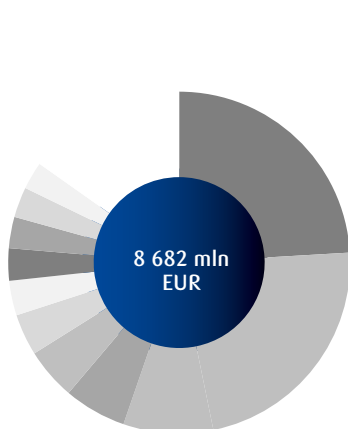
Źródło: Statista





## Niemcy

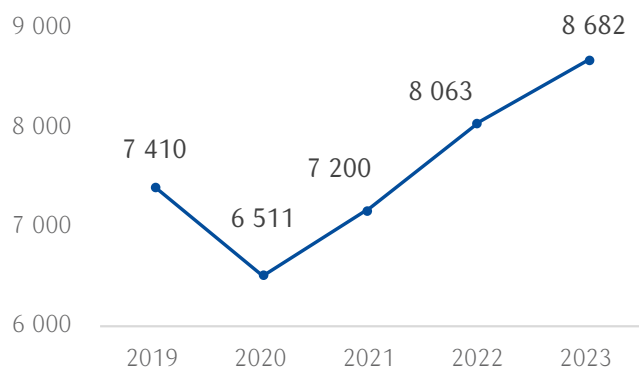
### Struktura importu kosmetyków do Niemiec w 2023



24,1%	Perfumy i wody toaletowe
22,7%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
8,5%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
5,9%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
4,9%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
3,9%	Preparaty do malowania oczu
3,3%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
3,1%	Szampony do włosów
3,0%	Preparaty do malowania ust
2,9%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
2,6%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
15,2%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

### Import kosmetyków do Niemiec (mln EUR)



Import kosmetyków do Niemiec w latach 2020-2021 spadł średnio rocznie o 1,4%, a w 2022 zwiększył się o 12%. W 2023 niemiecki import kosmetyków rośnie w nieco słabszym tempie – o 7,7% do 8,7 mld EUR.

Źródło: International Trade Centre (HS 33)



## Top 10 dostawców (2023)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2023 r/r
1.	Francja	24,8%	2 155,1	↑	9,1%
2.	Włochy	8,8%	764,7	↑	22,5%
3.	<b>Polska</b>	<b>8,5%</b>	<b>740,8</b>	↑	<b>12,7%</b>
4.	Hiszpania	8,4%	726,0	↑	23,1%
5.	Szwajcaria	7,7%	664,7	↑	3,8%
6.	USA	6,9%	600,6	↑	3,9%
7.	Holandia	5,4%	470,9	↑	6,4%
8.	Irlandia	5,1%	439,2	↑	12,7%
9.	Wielka Brytania	4,6%	401,4	↓	-2,6%
10.	Chiny	2,9%	250,2	↑	1,8%

W strukturze niemieckiego importu kosmetyków pierwszą pozycję zajmuje Francja z udziałem wynoszącym 24,8%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 741 mln EUR w 2023 stanowiła 8,5% importu kosmetyków do Niemiec, co dało Polsce 3. miejsce wśród dostawców, przy blisko 13-procentowym wzroście tego importu. W 2022 Polska była na 2. miejscu w zestawieniu top-10.

Import Niemcy – 8 682 mln EUR

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

## Rynek kosmetyków w Niemczech – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-23)	CAGR (2024-28)
Pielęgnacja osobista	8,0	8,7	8,8	8,9	9,3	1,5%	1,7%	3,5%	1,0%
Pielęgnacja skóry	4,9	5,2	5,3	5,3	5,6	2,9%	-1,0%	5,5%	1,1%
Makijaż	2,3	2,4	2,5	2,6	2,9	3,7%	-3,4%	10,0%	2,5%
Perfumy i wody toaletowe	1,6	1,7	1,8	1,7	1,8	0,6%	-3,2%	8,0%	0,6%
Technologia dla urody	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	8,0%	5,4%	0,0%	1,3%
Suma	17,0	18,2	18,8	18,8	19,9	2,3%	-0,1%	5,2%	1,2%

W 2019 zanotowano wzrost sprzedaży kosmetyków w Niemczech o 2,3%.

W pierwszych latach pandemii COVID-19 nastąpił niewielki średni roczny spadek jej wartości o 0,1% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano odbicie wzrostu rynku do wzrostu o 5,2% średnio rocznie w dwóch kolejnych latach

(CAGR 2022-2023). Według prognoz Statisty, w latach 2024-2028 wartość przychodów rynku kosmetyków w Niemczech odnotuje niewielki wzrost w wysokości 1,2% średnio rocznie, osiągając poziom 19,9 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu - z CARG 2024-2028 wynoszącym 2,5%.

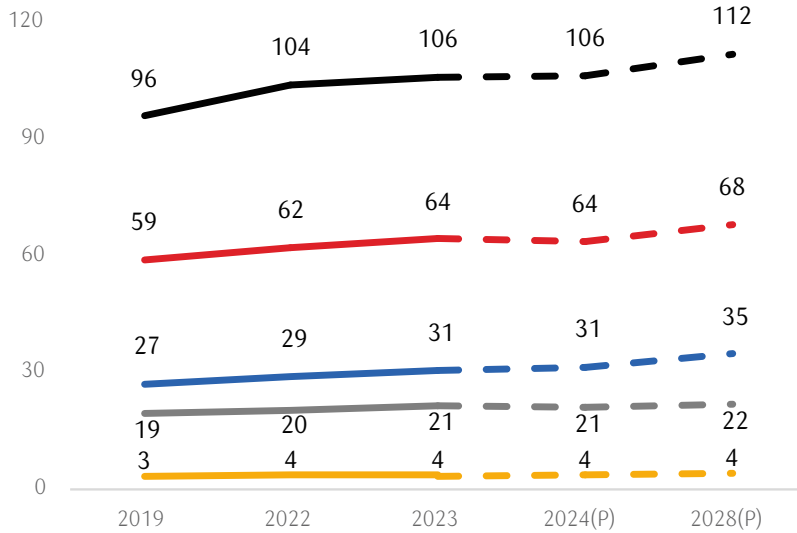
Sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa wobec 2023 o 13%.

W 2024 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Niemczech jest przewidywana na 8,9 mld EUR, co stanowi 47,1% rynku.

Źródło: Statista



## Wydatki per capita na niemieckim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Niemiec wydał na kosmetyki średnio 225 EUR, a do 2028 prognozuje się wzrost tej kwoty o 15 EUR.

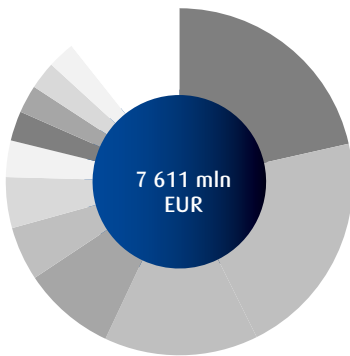
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



## Francja

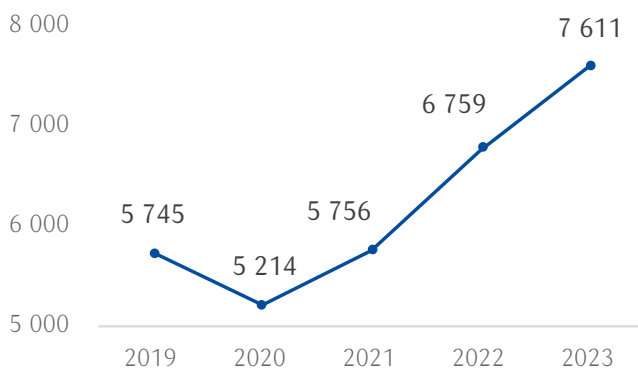
### Struktura importu kosmetyków do Francji w 2023



21,5%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
21,2%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
14,4%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
8,7%	Perfumy i wody toaletowe
5,0%	Preparaty do malowania oczu
4,7%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
3,4%	Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
2,8%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
2,6%	Szampony do włosów
2,6%	Preparaty do malowania ust
2,5%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
10,7%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

### Import kosmetyków do Francji (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Francji zanotował w latach 2020-2021 prawie się nie zmienić (+0,1% średnio rocznie), natomiast w 2022 obserwowano średni roczny wzrost o 17,4%.

W 2023 dynamika importu kosmetyków nieco spowolniła do 12,6% – przy gorszej koniunkturze, a import tych towarów osiągnął 7,6 mld EUR.



## Top 10 dostawców + Polska (2023)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2023 r/r
1.	Szwajcaria	15,3%	1 165,7	↑	5,9%
2.	Włochy	10,3%	783,5	↑	21,0%
3.	Hiszpania	9,6%	728,9	↑	20,4%
4.	Niemcy	8,7%	664,9	↑	4,1%
5.	Irlandia	8,0%	605,6	↑	5,6%
6.	Wielka Brytania	7,8%	595,0	↑	13,9%
7.	USA	6,6%	504,0	↑	15,2%
8.	Holandia	5,6%	426,2	↑	10,5%
9.	Francja	3,6%	276,9	↑	46,2%
10.	Belgia	3,6%	276,7	↑	0,5%
...					
13.	<b>Polska</b>	<b>2,6%</b>	<b>197,4</b>	↑	<b>4,8%</b>

### Import Francja – 7 611 mln EUR

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

## Rynek kosmetyków we Francji – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-23)	CAGR (2024-28)
Pielęgnacja osobista	5,6	6,0	6,1	6,1	6,3	0,5%	0,9%	3,7%	0,6%
Pielęgnacja skóry	4,5	4,6	4,8	4,7	4,9	1,6%	-2,4%	5,9%	0,5%
Makijaż	2,2	2,4	2,5	2,6	2,9	4,3%	-4,2%	12,2%	2,4%
Perfumy i wody toaletowe	2,3	2,4	2,4	2,4	2,5	0,0%	-4,5%	8,6%	0,2%
Technologia dla urody	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	4,2%	3,9%	0,0%	0,0%
Suma	14,8	15,7	16,2	16,0	16,8	1,4%	-1,6%	6,2%	0,8%

W 2019 sprzedaż kosmetyków we Francji zwiększyła się o 1,4%, natomiast w pierwszych dwóch latach pandemii COVID-19 (2020-2021) zanotowano jej średni roczny spadek o 1,6%. Sytuacja zmieniła się znacząco w dwóch kolejnych latach, kiedy rynek urósł średnio rocznie o 6,2% (CAGR 2022-2023). Statista

prognozuje spowolnienie dynamiki wzrostu sprzedaży kosmetyków we Francji w latach 2024-2028 do 0,8% średnio rocznie, a wartość rynku osiągnie 16,8 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu - z CAGR 2024-2028 wynoszącym 2,4%. Sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie

wyższa wobec 2023 o 12,6%.

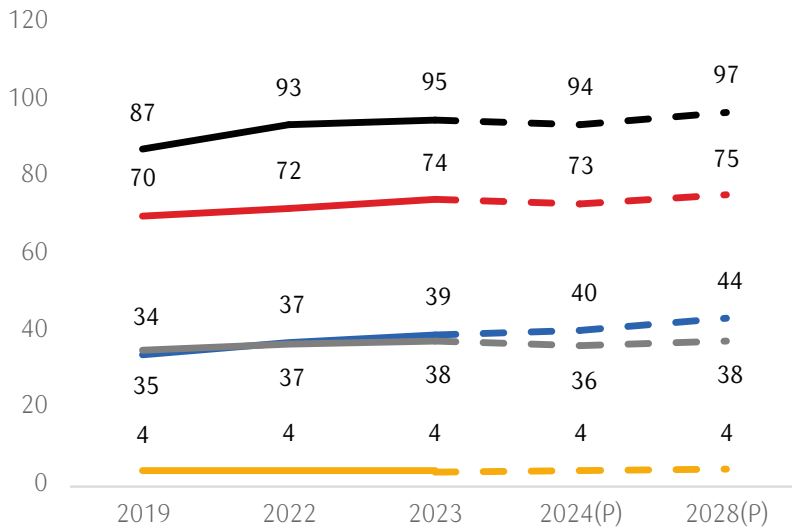
W 2024 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż we Francji jest przewidywana na 6,1 mld EUR, co stanowi 37,9% rynku – najniższy odsetek wśród top-10 importerów.

W strukturze francuskiego importu kosmetyków pierwszą pozycję zajmuje Szwajcaria z udziałem wynoszącym 15,3%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 197 mln EUR w 2023 stanowiły 2,6% importu kosmetyków do Francji, co dało Polsce 13. miejsce wśród dostawców, przy niewielkim – blisko 5-procentowym - wzroście tego importu, który spowodował obniżenie lokaty Polski o 1 miejsce wobec 2022.

Źródło: Statista



## Wydatki per capita na francuskim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Francji wydał na kosmetyki średnio 249 EUR, a do 2028 prognozowany jest niewielki wzrost tej kwoty do 257 EUR.

- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

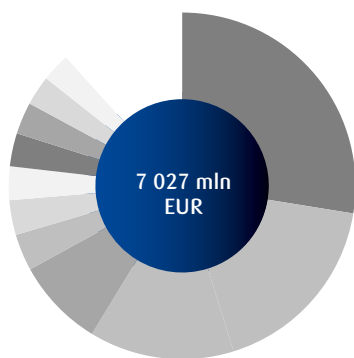
Źródło: Statista





## Wielka Brytania

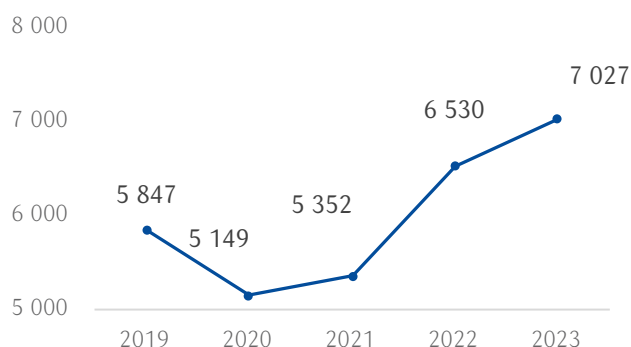
### Struktura importu kosmetyków do Wielkiej Brytanii w 2023



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

27,5%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
17,6%	Perfumy i wody toaletowe
13,5%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
8,3%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
3,4%	Szampony do włosów
3,2%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
3,1%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
3,1%	Preparaty do malowania oczu
3,0%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
2,8%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
2,7%	Preparaty do malowania ust
11,7%	Pozostałe

### Import kosmetyków do Wielkiej Brytanii (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

CAGR  
2020-21  
-4,3%

CAGR  
2022-23  
14,6%

Import kosmetyków do Wielkiej Brytanii spadł w latach 2020-2021 średnio rocznie o 4,3%, natomiast w 2022 obserwowano znaczny wzrost o 22%. Wskutek pogorszenia koniunktury, w 2023 dynamika brytyjskiego importu kosmetyków wyhamowała do 7,6%, a wartość importu tych towarów wyniosła 7 mld EUR.



## Top 10 dostawców (2023)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2023 r/r
1.	Francja	18,3%	1 285,3	↑	5,1%
2.	USA	12,4%	874,7	↓	-3,4%
3.	Irlandia	10,8%	759,7	↑	14,2%
4.	Chiny	8,2%	574,1	↑	6,0%
5.	Włochy	8,1%	570,6	↑	14,9%
6.	Niemcy	7,8%	548,8	↓	-0,3%
7.	Hiszpania	5,6%	391,9	↑	21,9%
8.	<b>Polska</b>	<b>5,0%</b>	<b>350,4</b>	↑	<b>11,4%</b>
9.	Kanada	3,3%	228,4	↑	89,6%
10.	Szwajcaria	2,5%	176,7	↓	-2,5%

Import Wielka Brytania – 7 027 mln EUR

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

## Rynek kosmetyków w Wielkiej Brytanii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-23)	CAGR (2024-28)
Pielęgnacja osobista	5,7	6,0	6,2	6,2	6,7	2,2%	1,8%	2,9%	1,4%
Pielęgnacja skóry	3,8	4,0	4,1	4,1	4,6	3,6%	-0,4%	5,5%	1,9%
Makijaż	2,5	2,7	2,9	2,9	3,4	4,6%	-3,9%	12,4%	3,1%
Perfumy i wody toaletowe	1,9	2,1	2,2	2,2	2,4	3,2%	-1,0%	6,9%	1,8%
Technologia dla urody	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	10,0%	6,6%	-4,1%	4,0%
Suma	14,1	15,0	15,7	15,6	17,3	3,3%	-0,1%	5,6%	1,9%

W 2019 sprzedaż kosmetyków w Wielkiej Brytanii wzrosła o 3,3%. W pierwszych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek jej wartości o 0,1% (CAGR 2020-2021), po czym nastąpiło odbicie rynku średnio rocznie do 5,6% w dwóch kolejnych latach (CAGR 2022-2023). Według prognoz Statisty, w latach 2024-2028 wartość przychodów

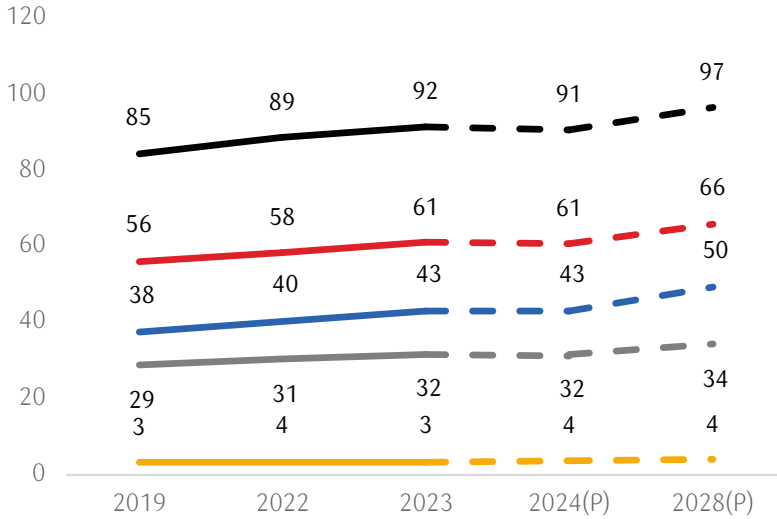
całego rynku kosmetyków w Wielkiej Brytanii odnotuje nieco słabszy niż przed pandemią wzrost w wysokości 1,9% średnio rocznie, osiągając poziom 17,3 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment technologii dla urody (z CAGR 2024-2028 wynoszącym 4,0%). Sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie

wyższa wobec 2023 o 21,7%. W 2024 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Wielkiej Brytanii jest przewidywana na 6,2 mld EUR, co stanowi 39,5% rynku.

Źródło: Statista



## Wydatki per capita na brytyjskim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Wielkiej Brytanii wydał przeciętnie na kosmetyki 231 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do 251 EUR w 2028.

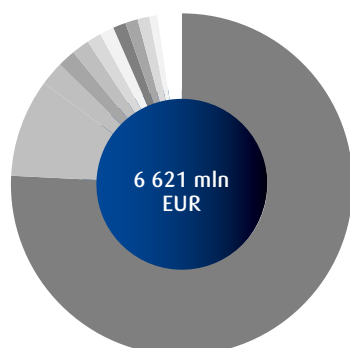
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



## Hongkong

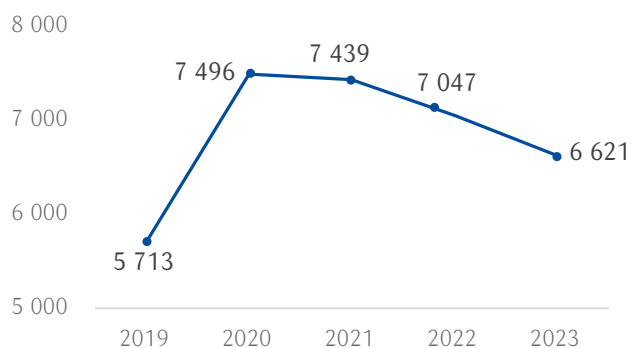
### Struktura importu kosmetyków do Hongkongu w 2023



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

75,8%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
9,3%	Perfumy i wody toaletowe
2,3%	Preparaty do malowania oczu
1,7%	Szampony do włosów
1,7%	Preparaty do malowania ust
1,4%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
1,3%	Pudry, nawet prasowane
1,2%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
1,2%	Perfumowane sole kąpielowe i pozostałe preparaty kąpielowe
1,1%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
0,8%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
2,3%	Pozostałe

### Import kosmetyków do Hongkongu (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)

CAGR  
2020-21  
14,1%

CAGR  
2022-23  
-5,7%

Import kosmetyków do Hongkongu w latach 2019-2023 charakteryzował się odmiennymi tendencjami niż wśród pozostałych top-10 importerów, osiągając maksimum w 2020 i poziom blisko 7,5 mld EUR. W kolejnych latach obniżał się do 6,6 mld EUR w 2023, co może świadczyć o rosnącej roli Chin kontynentalnych i przejmowaniu przez nie części napływu tych towarów. Na niski wynik 2023 na pewno wpłynęło też osłabienie koniunktury, tak jak w przypadku Chin.



## Top 10 dostawców + Polska (2023)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2023 r/r
1.	Korea Płd.	31,9%	2 109,6	↓	-31,3%
2.	Chiny	12,4%	823,9	↑	22,5%
3.	Singapur	11,0%	730,3	↑	6,7%
4.	Szwajcaria	9,2%	608,3	↑	43,1%
5.	Japonia	7,7%	510,0	↓	-13,5%
6.	Francja	7,1%	472,4	↑	70,1%
7.	USA	4,2%	281,1	↓	-5,0%
8.	Włochy	3,2%	211,0	↓	-0,4%
9.	Niemcy	2,5%	165,7	↑	58,7%
10.	Tajlandia	1,2%	81,0	↓	-20,3%
...	...	...	...		...
17.	<b>Polska</b>	<b>0,6%</b>	<b>39,7</b>	↑	<b>274,2%</b>

Import Hongkong – 6 621 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 33)

W strukturze importu kosmetyków przez Hongkong pierwszą pozycję zajmuje Korea Południowa z udziałem wynoszącym 31,9%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 40 mln EUR w 2023 stanowiły jedynie 0,6% importu kosmetyków do Hongkongu, co dało Polsce 17. miejsce wśród dostawców, przy znacznym - blisko 4-krotnym wzroście tego importu. Spowodował on podwyższenie lokaty Polski o 6 miejsc w 2023 w rankingu dostawców kosmetyków do Hongkongu.

## Rynek kosmetyków w Hongkongu – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-23)	CAGR (2024-28)
Pielęgnacja osobista	0,804	0,913	0,917	0,938	1,024	8,5%	-0,4%	7,1%	2,2%
Pielęgnacja skóry	0,504	0,552	0,557	0,569	0,616	8,9%	-2,5%	7,8%	2,0%
Makijaż	0,296	0,327	0,337	0,346	0,380	8,9%	-7,9%	15,9%	2,4%
Perfumy i wody toaletowe	0,206	0,231	0,234	0,240	0,263	8,7%	-2,6%	9,4%	2,4%
Technologia dla urody	0,028	0,033	0,033	0,033	0,036	12,3%	5,8%	1,7%	2,2%
Suma	1,839	2,057	2,078	2,126	2,320	8,8%	-2,3%	8,8%	2,2%

W 2019 sprzedaż kosmetyków w Hongkongu wzrosła o 8,8%. W pierwszych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek jej wartości o 2,3% (CAGR 2020-2021), po czym nastąpiło odbicie rynku średnio rocznie do również 8,8% w dwóch kolejnych latach (CAGR 2022-2023). Według prognoz

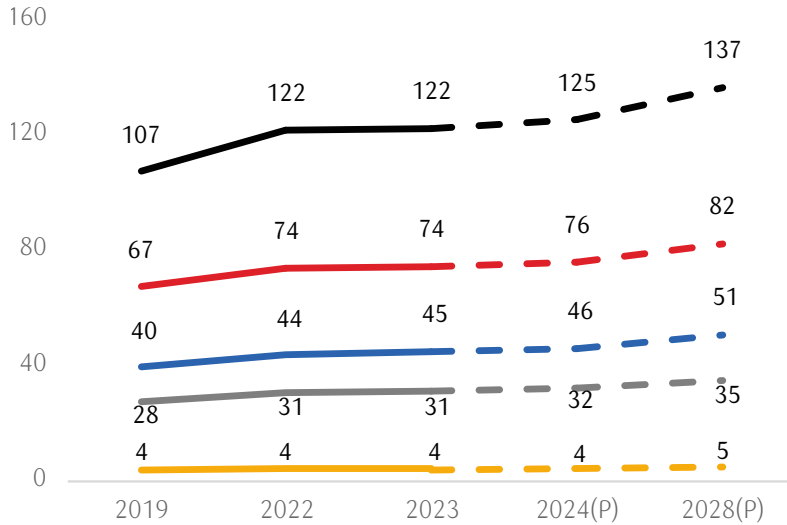
Statisty, w latach 2024-2028 wartość przychodów całego rynku kosmetyków w Hongkongu odnotuje sporo słabszy niż przed pandemią wzrost w wysokości 2,2% średnio rocznie, osiągając poziom 2,3 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będą rosły segmenty kosmetyków do makijażu oraz perfum i wód

toaletowych (z CARG 2024-2028 w obu przypadkach po 2,4%). Sprzedaż tych kategorii w 2028 będzie wyższa wobec 2023 o odpowiednio 12,8% i 12,4%. W 2024 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Hongkongu jest przewidywana na 0,9 mld EUR, co stanowi 44,1% rynku.

Źródło: Statista



## Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Hongkongu (EUR)



W 2023 mieszkaniec Hongkongu wydał na kosmetyki średnio 277 EUR, co było najwyższą kwotą wśród top-10 importerów. Do 2028 prognozowany jest wzrost tych wydatków do 310 EUR.

- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

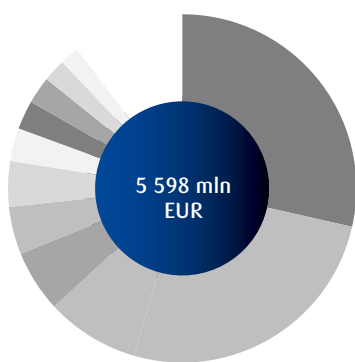
Źródło: Statista





## Holandia

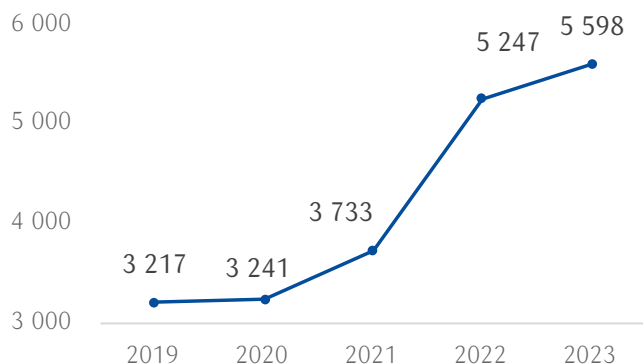
### Struktura importu kosmetyków do Holandii w 2023



28,5%	Perfumy i wody toaletowe
25,9%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
8,7%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
5,7%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
4,4%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
4,2%	Szampony do włosów
3,1%	Preparaty do malowania oczu
2,7%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
2,5%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
2,1%	Preparaty do malowania ust
1,8%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
10,3%	Pozostałe

Źródło: International Trade Center (HS 33)

### Import kosmetyków do Holandii (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)



Import kosmetyków do Holandii w latach 2020-2021 wzrósł średnio rocznie o 7,7%, a 2022 dynamika bardzo mocno przyspieszyła do 40,5%. Pogorszenie sytuacji gospodarczej spowodowało w 2023 obniżenie dynamiki holenderskiego importu kosmetyków do 6,7%, a poziom importu tych towarów osiągnął 5,6 mld EUR.



## Top 10 dostawców (2023)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2023 r/r	
1.	Niemcy	31,9%	1 786,0	↑	22,7%
2.	Belgia	11,5%	642,7	↑	17,8%
3.	Francja	10,4%	580,1	↑	14,9%
4.	USA	7,8%	438,0	↓	-16,3%
5.	Wielka Brytania	6,3%	351,7	↓	-11,5%
6.	Irlandia	5,2%	291,0	↑	19,6%
7.	Włochy	4,3%	243,3	↓	-20,4%
8.	Hiszpania	3,8%	211,9	↓	-1,5%
9.	<b>Polska</b>	<b>3,0%</b>	<b>166,0</b>	↑	<b>11,9%</b>
10.	Chiny	2,7%	152,5	↓	-17,9%

W strukturze holenderskiego importu kosmetyków pierwszą pozycję zajmują Niemcy z udziałem wynoszącym 31,9%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 166 mln EUR w 2023 stanowiły 3% importu kosmetyków do Holandii, co dało Polsce 9. miejsce wśród dostawców (vs 10. lokata w 2022), przy blisko 12-procentowym wzroście tego importu.

### Import Holandia – 5 598 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 33)

## Rynek kosmetyków w Holandii – wartość przychodów (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-23)	CAGR (2024-28)
Pielęgnacja osobista	1,700	1,830	1,870	1,860	1,930	1,2%	1,5%	3,4%	0,6%
Pielęgnacja skóry	0,740	0,760	0,790	0,780	0,810	2,8%	-2,0%	5,5%	0,5%
Makijaż	0,550	0,590	0,620	0,630	0,680	1,9%	-4,7%	11,4%	1,9%
Perfumy i wody toaletowe	0,460	0,490	0,510	0,500	0,520	0,0%	-2,2%	7,7%	0,4%
Technologia dla urody	0,040	0,040	0,040	0,040	0,050	0,0%	11,8%	-10,6%	4,6%
Suma	3,490	3,710	3,830	3,810	3,980	1,5%	-0,7%	5,5%	0,8%

W 2019 zanotowano wzrost sprzedaży kosmetyków w Holandii o 1,5%.

W pierwszych latach pandemii COVID-19 nastąpił średni roczny spadek jej wartości o 0,7% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano odbicie wzrostu rynku do 5,5% średnio rocznie w dwóch kolejnych latach

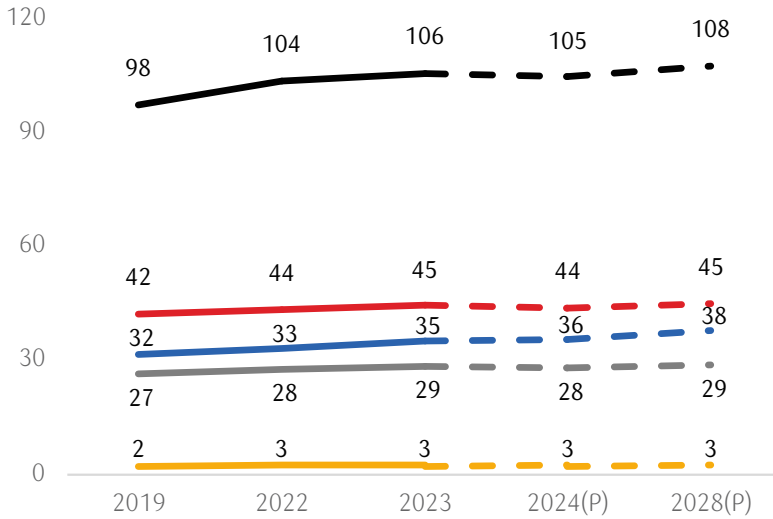
(CAGR 2022-2023). Według prognoz Statisty, w latach 2024-2028 wartość przychodów rynku kosmetyków w Holandii odnotuje niewielki wzrost w wysokości 0,8% średnio rocznie, osiągając poziom 4 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment technologii dla urody –

z CARG 2024-2028 wynoszącym 4,6%. W 2024 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Holandii jest przewidywana na 1,9 mld EUR, co stanowi 48,8% rynku – najwyższy odsetek spośród omawianych 10 krajów.

Źródło: Statista



## Wydatki per capita na holenderskim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Holandii wydał przeciętnie na kosmetyki 217 EUR. Prognozowany jest niewielki wzrost tej kwoty o 6 EUR w 2028.

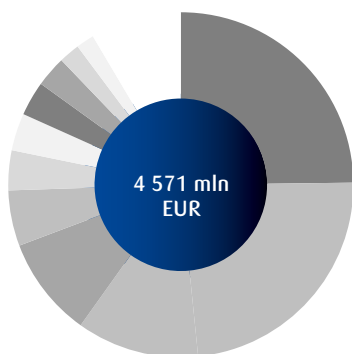
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



## Hiszpania

### Struktura importu kosmetyków do Hiszpanii w 2023



24,8%	Perfumy i wody toaletowe
23,6%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
11,5%	Mieszaniny substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
9,4%	Mieszaniny substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
5,2%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
3,7%	Szampony do włosów
3,5%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
3,2%	Preparaty do malowania oczu
2,9%	Preparaty do malowania ust
2,0%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
1,7%	Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
8,5%	Pozostałe

Źródło: International Trade Center (HS 33)

### Import kosmetyków do Hiszpanii (mln EUR)



Import kosmetyków do Hiszpanii osiągnął w latach 2020-2021 średni spadek o 1,9% rocznie, natomiast w 2022 obserwowano istotny wzrost o 25,8%. W 2023 dynamika hiszpańskiego importu kosmetyków spowolniła do 8,5% – przy gorszej koniunkturze – i wyniósł on 4,6 mld EUR.

Źródło: International Trade Centre (HS 33)



## Top 10 dostawców (2023)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2023 r/r
1.	Francja	38,6%	1 764,5	↑	19,4%
2.	Niemcy	10,5%	482,2	↑	0,5%
3.	Włochy	8,9%	405,8	↑	18,9%
4.	Irlandia	8,1%	370,8	↓	-5,2%
5.	Holandia	8,1%	368,4	↓	-0,8%
6.	Wielka Brytania	4,2%	192,1	↑	17,6%
7.	<b>Polska</b>	<b>3,2%</b>	<b>147,5</b>	↑	<b>16,2%</b>
8.	Chiny	3,2%	144,5	↑	6,3%
9.	Belgia	2,4%	110,1	↓	-21,1%
10.	USA	2,4%	109,5	↑	8,7%

W strukturze hiszpańskiego importu kosmetyków pierwszą, dominującą, pozycję zajmuje Francja z udziałem wynoszącym 38,6%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 148 mln EUR w 2023 stanowiły 3,2% importu kosmetyków do Hiszpanii, co dało Polsce 7. miejsce wśród dostawców, przy ponad 16-procentowym wzroście tego importu. W 2022 Polska uplasowała się na 9. lokacie.

### Import Hiszpania – 4 571 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 33)

## Rynek kosmetyków w Hiszpanii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-23)	CAGR (2024-28)
Pielęgnacja osobista	3,4	3,7	3,9	4,0	4,2	0,9%	1,2%	5,6%	1,5%
Pielęgnacja skóry	2,2	2,4	2,5	2,6	2,8	2,3%	-2,3%	8,6%	2,4%
Makijaż	0,9	1,0	1,1	1,1	1,2	1,1%	-6,8%	16,9%	2,8%
Perfumy i wody toaletowe	1,4	1,4	1,5	1,5	1,6	0,7%	-3,7%	9,4%	1,0%
Technologia dla urody	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	9,1%	4,1%	0,0%	1,5%
Suma	8,1	8,6	9,1	9,3	10,0	1,5%	-1,4%	8,1%	1,8%

W 2019 zanotowano jedynie niewielki wzrost sprzedaży kosmetyków w Hiszpanii o 1,5%. W pierwszych latach pandemii COVID-19 nastąpił średni roczny spadek jej wartości o 1,4% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano znaczne odbicie wzrostu rynku do 8,1% średnio rocznie w dwóch kolejnych latach

(CAGR 2022-2023). Według prognoz Statisty, w latach 2024-2028 wartość przychodów rynku kosmetyków w Hiszpanii odnotuje wzrost w wysokości 1,8% średnio rocznie, osiągając poziom 10 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu – z CARG 2024-2028 wynoszącym 2,8%.

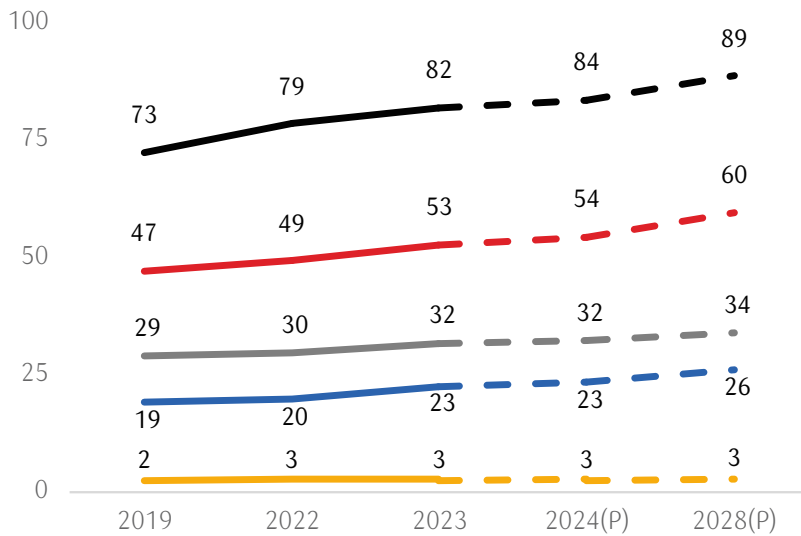
Sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa wobec 2023 o 14,8%.

W 2024 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Hiszpanii jest przewidywana na 4 mld EUR, co stanowi 42,6% rynku.

Źródło: Statista



## Wydatki per capita na hiszpańskim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Hiszpanii wydał średnio na kosmetyki 192 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do 212 EUR do 2028.

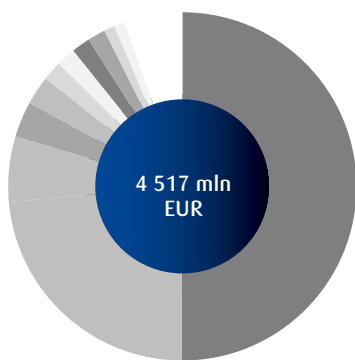
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



## Singapur

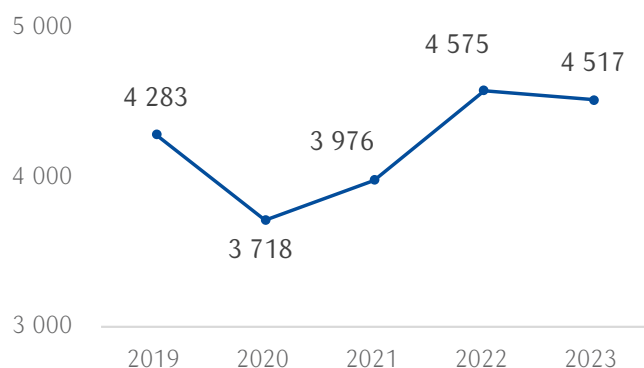
### Struktura importu kosmetyków do Singapuru w 2023



Źródło: International Trade Center (HS 33)

50,1%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
23,5%	Perfumy i wody toaletowe
6,1%	Preparaty do malowania ust
3,3%	Pudry, nawet prasowane
2,7%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
1,8%	Szampony do włosów
1,8%	Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
1,7%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
1,7%	Preparaty do malowania oczu
1,0%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
1,0%	Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
5,4%	Pozostałe

### Import kosmetyków do Singapuru (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)



Import kosmetyków do Singapuru osiągnął w latach 2020-2021 średni spadek o 3,6% rocznie, natomiast w 2022 obserwowano istotny wzrost o 15,1%. W 2023 singapurski import kosmetyków obniżył się o 1,3% do 4,5 mld EUR, przy słabszej koniunkturze.





## Top 10 dostawców + Polska (2023)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2023 r/r
1.	Francja	43,2%	1 950,6	↑	3,1%
2.	Japonia	11,7%	527,6	↓	-29,8%
3.	USA	9,8%	444,4	↑	2,4%
4.	Włochy	5,1%	229,9	↑	28,0%
5.	Korea Płd.	4,8%	218,6	↑	3,9%
6.	Hiszpania	3,1%	140,2	↑	40,4%
7.	Wielka Brytania	2,6%	116,0	↑	14,4%
8.	Chiny	2,3%	103,0	↓	-12,6%
9.	Tajlandia	1,7%	78,4	↓	-26,5%
10.	Malezja	1,7%	76,2	↑	6,7%
...	...	...	...	...	...
23.	<b>Polska</b>	<b>0,3%</b>	<b>14,7</b>	<b>↑</b>	<b>9,1%</b>

### Import Singapur – 4 517 mln EUR

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

W strukturze singapurskiego importu kosmetyków pierwszą, dominującą, pozycję zajmuje Francja z udziałem wynoszącym 43,2%. Kosmetyki importowane z Polski o wartości 15 mln EUR w 2023 stanowiły tylko 0,3% importu kosmetyków do Singapuru, co dało Polsce 23. miejsce wśród dostawców, przy ponad 9-procentowym wzroście tego importu. W 2022 Polska uplasowała się na 24. lokacie.

## Rynek kosmetyków w Singapurze – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-23)	CAGR (2024-28)
Pielęgnacja osobista	0,457	0,507	0,505	0,512	0,539	6,3%	0,0%	5,2%	1,3%
Pielęgnacja skóry	0,287	0,307	0,306	0,309	0,319	6,6%	-2,1%	5,5%	0,8%
Makijaż	0,163	0,176	0,180	0,182	0,193	6,6%	-7,5%	13,4%	1,5%
Perfumy i wody toaletowe	0,118	0,129	0,130	0,132	0,138	6,5%	-1,8%	6,9%	1,2%
Technologia dla urody	0,016	0,018	0,019	0,019	0,021	9,9%	6,3%	1,8%	2,5%
Suma	1,041	1,138	1,140	1,154	1,210	6,5%	-1,8%	6,6%	1,2%

W 2019 zanotowano wzrost sprzedaży kosmetyków w Singapurze o 6,5%. W pierwszych latach pandemii COVID-19 nastąpił średni roczny spadek jej wartości o 1,8% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano znaczące odbicie wzrostu rynku do 6,6% średnio rocznie w dwóch kolejnych latach (CAGR 2022-2023).

Według prognoz Statisty, w latach 2024-2028 wartość przychodów rynku kosmetyków w Singapurze odnotuje nieznaczny wzrost w wysokości 1,2% średnio rocznie, osiągając poziom 1,2 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment technologii dla urody - z CARG 2024-2028 wynoszącym 2,5%. Sprzedaż

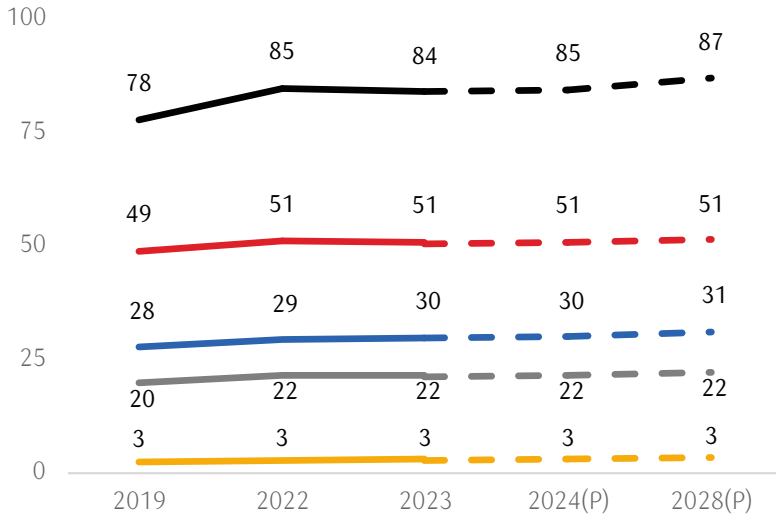
tej kategorii w 2028 będzie wyższa wobec 2023 o 13,1%.

W 2024 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Singapurze jest przewidywana na 0,5 mld EUR, co stanowi 44,4% rynku.

Źródło: Statista



## Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Singapurze (EUR)



W 2023 mieszkaniec Singapuru wydał średnio na kosmetyki 190 EUR, a do 2028 prognozowany jest niewielki wzrost tej kwoty do 195 EUR.

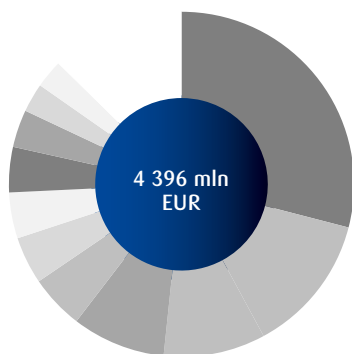
- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista



## Kanada

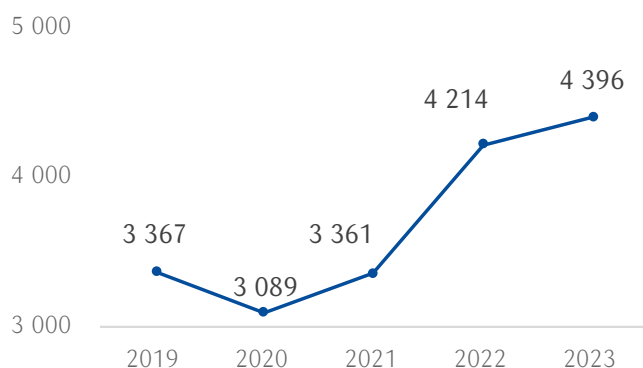
### Struktura importu kosmetyków do Kanady w 2023



Źródło: International Trade Center (HS 33)

29,0%	Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
13,1%	Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
9,6%	Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
8,8%	Perfumy i wody toaletowe
5,1%	Szampony do włosów
4,4%	Preparaty do malowania ust
4,3%	Preparaty do malowania oczu
4,2%	Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
3,5%	Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
2,7%	Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
2,6%	Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
12,6%	Pozostałe

### Import kosmetyków do Kanady (mln EUR)



Źródło: International Trade Center (HS 33)



Import kosmetyków do Kanady w latach 2020-2021 praktycznie się nie zmienił, natomiast w 2022 obserwowano istotny wzrost o 25,4%. W 2023 kanadyjski import kosmetyków zwiększył się jedynie o 4,3%, do 4,4 mld EUR, przy pogorszeniu sytuacji gospodarczej.



## Top 10 dostawców + Polska (2023)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2023 r/r	
1.	USA	61,8%	2 715,3	↑	1,5%
2.	Francja	9,5%	417,3	↑	2,8%
3.	Włochy	4,6%	204,0	↑	7,7%
4.	Chiny	3,5%	154,6	↑	19,9%
5.	Meksyk	3,1%	134,7	↑	9,7%
6.	Korea Płd.	2,9%	127,1	↑	33,8%
7.	Irlandia	2,1%	90,4	↑	45,8%
8.	Wielka Brytania	1,4%	60,7	↓	-16,3%
9.	Niemcy	1,3%	58,9	↓	-8,6%
10.	Hiszpania	1,3%	58,2	↑	27,8%
...	...	...	...	...	...
17.	<b>Polska</b>	<b>0,4%</b>	<b>17,0</b>	<b>↑</b>	<b>29,3%</b>

Import Kanada – 4 396 mln EUR

Źródło: International Trade Center (HS 33)

## Rynek kosmetyków w Kanadzie – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2019	2022	2023	2024(P)	2028(P)	Dynamika r/r 2019	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-23)	CAGR (2024-28)
Pielęgnacja osobista	3,4	3,8	3,8	3,8	4,1	4,3%	0,0%	5,3%	1,6%
Pielęgnacja skóry	1,8	1,9	1,9	2,0	2,2	6,7%	-1,4%	6,6%	2,4%
Makijaż	1,3	1,4	1,4	1,4	1,6	5,0%	-8,3%	15,5%	2,1%
Perfumy i wody toaletowe	0,7	0,8	0,8	0,8	0,9	4,2%	-3,4%	9,0%	1,7%
Technologia dla urody	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	11,1%	4,9%	0,0%	1,8%
Suma	7,2	7,9	8,0	8,2	8,8	5,2%	-2,0%	7,5%	1,9%

W 2019 sprzedaż kosmetyków w Kanadzie wzrosła o 5,2%.

W pierwszych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek jej wartości o 2,0% (CAGR 2020-2021), po czym nastąpiło znaczące odbicie wzrostu rynku średnio rocznie do 7,5% w dwóch kolejnych latach (CAGR 2022-2023).

Według prognoz Statystyki, w latach 2024-2028 wartość przychodów całego rynku kosmetyków w Kanadzie osiągnie dużo słabszy niż przed pandemią wzrost w wysokości 1,9% średnio rocznie, dochodząc do poziomu 8,8 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do pielęgnacji

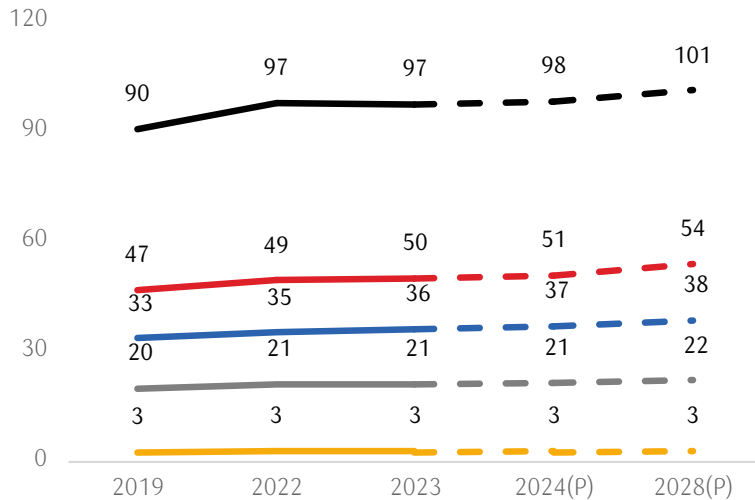
skóry (z CAGR 2024-2028 wynoszącym 2,4%). Sprzedaż tej kategorii w 2028 będzie wyższa wobec 2023 o 12,4%.

W 2024 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Kanadzie jest przewidywana na 3,8 mld EUR, co stanowi 46,8% rynku.

Źródło: Statista



## Wydatki per capita na kanadyjskim rynku kosmetyków (EUR)



W 2023 mieszkaniec Kanady wydał średnio na kosmetyki 207 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty o 11 EUR do 2028.

- Pielęgnacja osobista
- Pielęgnacja skóry
- Makijaż
- Perfumy i wody toaletowe
- Technologia dla urody

Źródło: Statista

**OPRACOWANIE  
DEPARTAMENT ANALIZ EKONOMICZNYCH  
PKO BANK POLSKI S.A.**

ul. Puławska 15,  
02-515 Warszawa  
[wspieramy.eksport@pkobp.pl](mailto:wspieramy.eksport@pkobp.pl)

Więcej informacji na temat branży kosmetycznej znajdziesz na stronie:  
<https://wspieramy.eksport.pl/raporty-branzowe/B1.3/kosmetyki>

**WSPARCIE DLA POLSKICH FIRM GRUPY PKO BANKU POLSKIEGO ZA GRANICĄ**



**PKO Bank Polski S.A.**  
**Niederlassung Deutschland**  
**MAIN TOWER**  
Neue Mainzer Strasse 52-58  
60311 Frankfurt am Main  
Tel. DE: + 49 69 667 786 252  
Tel. PL: + 48 22 517 76 80  
[Niederlassung.Deutschland@pkobp.pl](mailto:Niederlassung.Deutschland@pkobp.pl)  
<https://www.pkobp.pl/oddzial-niemcy/>



**PKO Bank Polski S.A.**  
**Czech Branch**  
Klimentská 1216/46,  
Nové Město  
110 00 Praha 1  
Tel. CZ: +420 234 129 830  
Tel. PL: +48 22 561 49 50  
[czech.branch@pkobp.pl](mailto:czech.branch@pkobp.pl)  
<https://www.pkobp.pl/oddzial-czechy/>



**PKO Bank Polski S.A.**  
**pobočka zahraničnej banky**  
Pribinova 10  
811 09 Bratislava  
Tel. SK: +421 232 555 806  
Tel. PL: +48 22 561 4806  
[slovak.branch@pkobp.pl](mailto:slovak.branch@pkobp.pl)  
[www.pkobp.pl/oddzial-slowacja](http://www.pkobp.pl/oddzial-slowacja)



**PKO Bank Polski S.A.**  
**Varşovia, Sucursala Bucureşti**  
Crystal Tower  
Bulevardul Iancu de Hunedoara 48  
Sector 1, Bucureşti  
Tel. PL: +48 722 050 653  
[romanian.branch@pkobp.pl](mailto:romanian.branch@pkobp.pl)



**KREDOBANK S.A.**  
**Centrum Rozwoju Biznesu**  
**Ukraińsko-Polskiego**  
ul. Sacharowa 78A  
79-026, Lwów  
Tel. +38 032 297 23 90  
[ovpalyvoda@kredobank.com.ua](mailto:ovpalyvoda@kredobank.com.ua)  
[www.kredobank.com.ua](http://www.kredobank.com.ua)

**Informacje i zastrzeżenia:**

Niniejszy materiał („Materiał”) ma charakter wyłącznie informacyjny oraz nie stanowi oferty w rozumieniu ustawy - Kodeks cywilny, ani rekomendacji do zawarcia transakcji kupna, sprzedaży lub innego rodzaju przeniesienia któregośkolwiek instrumentu finansowego. Bank dołożył wszelkich racjonalnych i niezbędnych starań, aby informacje zamieszczone w Materiale były rzetelne oraz oparte na wiarygodnych źródłach.

Informacje zawarte w Materiale nie mogą być traktowane jako propozycja nabycia którychkolwiek instrumentów finansowych, usługa doradztwa inwestycyjnego lub podatkowego ani jako forma świadczenia pomocy prawnej. Prognozy oraz dane zawarte w Materiale nie stanowią zapewnienia uzyskania określonych wyników jakichkolwiek transakcji finansowych ani przyszłych cen którychkolwiek instrumentów finansowych.

Materiał nie stanowi badania inwestycyjnego ani publikacji handlowej w rozumieniu Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2017/565 z dnia 25 kwietnia 2016 r. uzupełniającego dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE w odniesieniu do wymogów organizacyjnych i warunków prowadzenia działalności przez firmy inwestycyjne oraz pojęć zdefiniowanych na potrzeby tej dyrektywy.

Bank i jego spółki (podmioty) zależne oraz pracownicy tych podmiotów mogą być zainteresowani zawarciem lub być stroną transakcji finansowych, w tym zawartych na instrumentach finansowych, których wynik jest uzależniony od czynników (danych i informacji) wymienionych w Materiałach. Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, ul. Puławska 15, 02-515 Warszawa, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego numer KRS 0000026438, NIP: 525-000-77-38, REGON: 016298263; kapitał zakładowy (kapitał wpłacony) 1 250 000 000 zł.