

主辦機構



Hong Kong Sea Transport  
and Logistics Association  
香港航運物流協會

執行機構



資助機構

「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的  
專項基金機構支援計劃」撥款資助



工業貿易署  
Trade and Industry Department

# 「為本港八大行業提供內銷物流致勝攻略」 項目經驗總結研討會

## 化妝品業篇

沈華添先生  
亞航海運有限公司董事總經理

2014年1月23日



# 內地化妝品市場概況 (1) – 定義

- 內地《化妝品衛生監督條例》：化妝品的定義
  - 塗擦、噴灑或其他類似的方法
  - 散佈於人體表面任何部位（皮膚、毛髮、指甲等）
  - 以達到清潔、消除不良氣味、護膚、美容和修飾目的

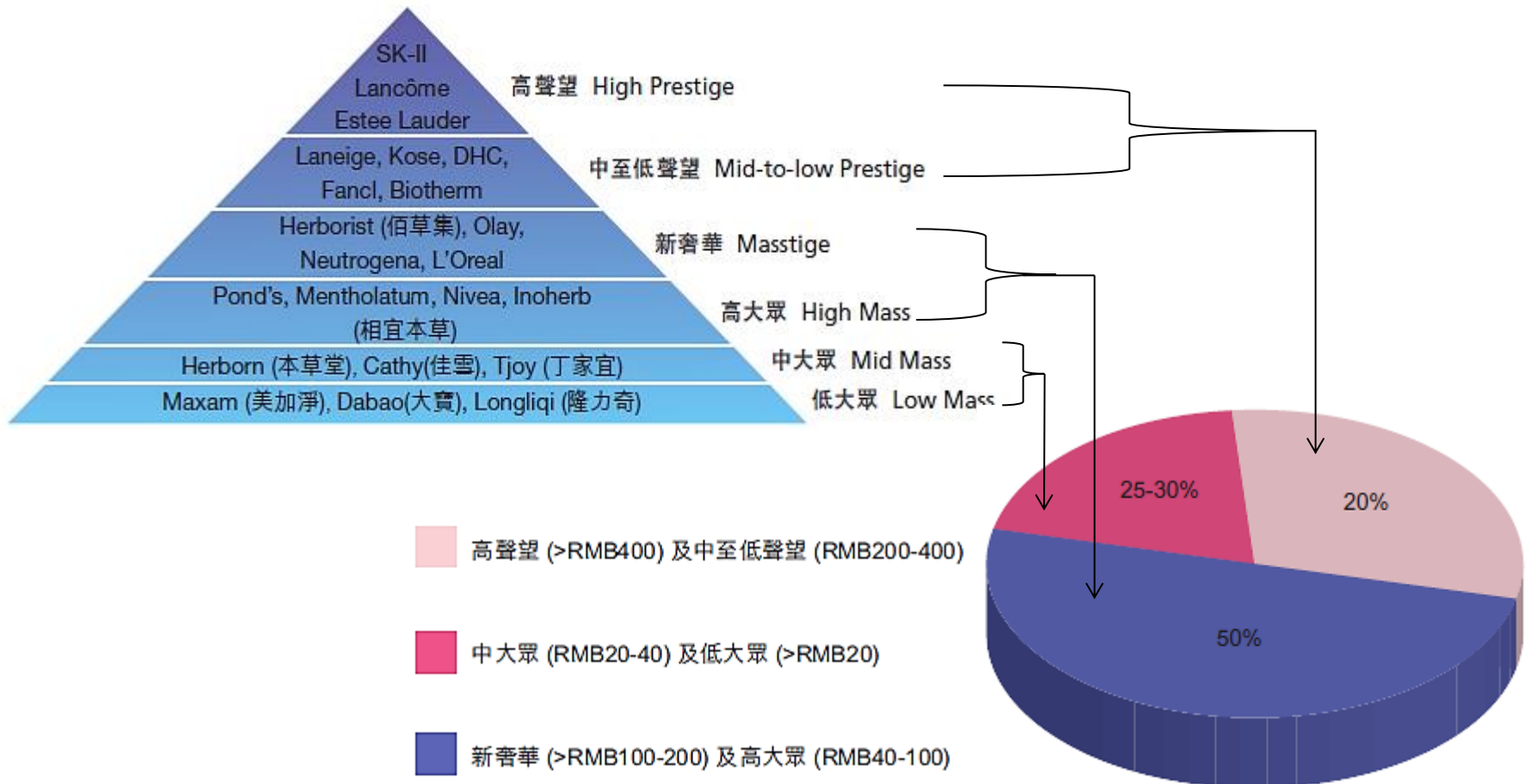


## 內地化妝品市場概況 (2) – 規模

- 現已成為亞太地區的第二大市場，僅次於日本，亦為全球第三大市場化妝品
- 根據中國國家統計局的統計，內地化妝品在2012年的零售總額達到1,340億元人民幣，較2011年增長17%
- 近年二、三線城市的化妝品市場增長率更為特出  
( 2011年：一線11.3% vs. 二線17.3% vs. 三線21.4% )

# 內地化妝品市場概況 (3) – 市場細分

- 三個市場：大眾市場 (Mass Market)、新奢華市場 (Masstige Market) 及聲望市場 (Prestige Market)
- 中檔次市場強勁增長，化妝品商近年相繼推出相關產品



## 內地化妝品市場概況 (4) – 產品

- 四大類產品
  - 護膚化妝品（如潤膚露、面膜、洗面乳等）：整個化妝品市場的重點，競爭激烈
  - 美髮化妝品（如洗髮水、定型水、髮乳等）：市場領先的主要是大型中外合資品牌
  - 彩妝（如唇膏、胭脂、粉底等）：市場上的需求日益增多
  - 其他類型（兒童護膚品、男用化妝品如古龍水、綠色天然化妝品如含蘆薈成份）：需求亦日益增加

## 內地化妝品市場概況 (5) – 銷售渠道

- 店舖型銷售（約80%） vs. 非店舖型銷售（約20%）
- 非店舖型銷售：
  - 直銷
  - 電子商貿

# 香港化妝品業應對物流及業務管理上挑戰的解決方案 (1)

- 聘用專業及增值的進口服務
  - 增值服務：化學成份中文翻譯、經驗分享（避免常見申請失敗的原因，如中文產品名稱、產品配方、衛生檢測方面等問題）
  - 有助加快申請過程、減少重做費用
- 與內地化妝品廠合作
  - 用外資 / 香港化妝品品牌，進口原材料再加工，於內地本土生產（vs. 直接引入成品 vs. 自設工廠）
  - GMP資格、「國內生產特證」

# 香港化妝品業應對物流及業務管理上挑戰的解決方案 (2)

- 優化物流配送策略
  - 物流商可與其他同業合作，設立區域配送中心（例如華中、華東、華南、華西、華北區），結合顧客自助提貨點，縮短物流運送時間，令化妝品盡早在使用期限前上架
  - 利用創新方案如「移動倉庫」（微型車），協助「最後一公里」運輸



# 香港化妝品業應對物流及業務管理上挑戰的解決方案 (3)

- 提供更多增值服務
  - 提供申請《進口化妝品衛生許可批件》的顧問服務，包括為化妝品商挑選在華申報責任單位
  - 和化妝品技術顧問合作，以便翻譯化妝品產品配方和標籤成簡體中文
  - 為化妝品商從國外採購及重新包裝原材料
  - 保稅倉臨時儲存服務
  - 提供進場撤場、場地佈置等服務，支援化妝品商的展銷活動如路演、特賣場等.....

主辦機構：



Hong Kong Sea Transport  
and Logistics Association  
香港航運物流協會

執行機構：



資助機構：

「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金  
(機構支援計劃)」撥款資助



工業貿易署  
Trade and Industry Department

多謝

項目官方網站

<https://sites.google.com/a/hkstla.org/bud/>

此項目由香港航運物流協會主辦，並由香港特別行政區政府工業貿易署「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金(機構支援計劃)」撥款資助。香港生產力促進局負責執行項目。

在此刊物上 / 活動內 ( 或項目小組成員 ) 表達的任何意見、研究成果、結論或建議，並不代表香港特別行政區政府、工業貿易署或中小企業發展支援基金及發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金 ( 機構支援計劃 ) 評審委員會的觀點。

©2013-2014 香港航運物流協會及香港生產力促進局