

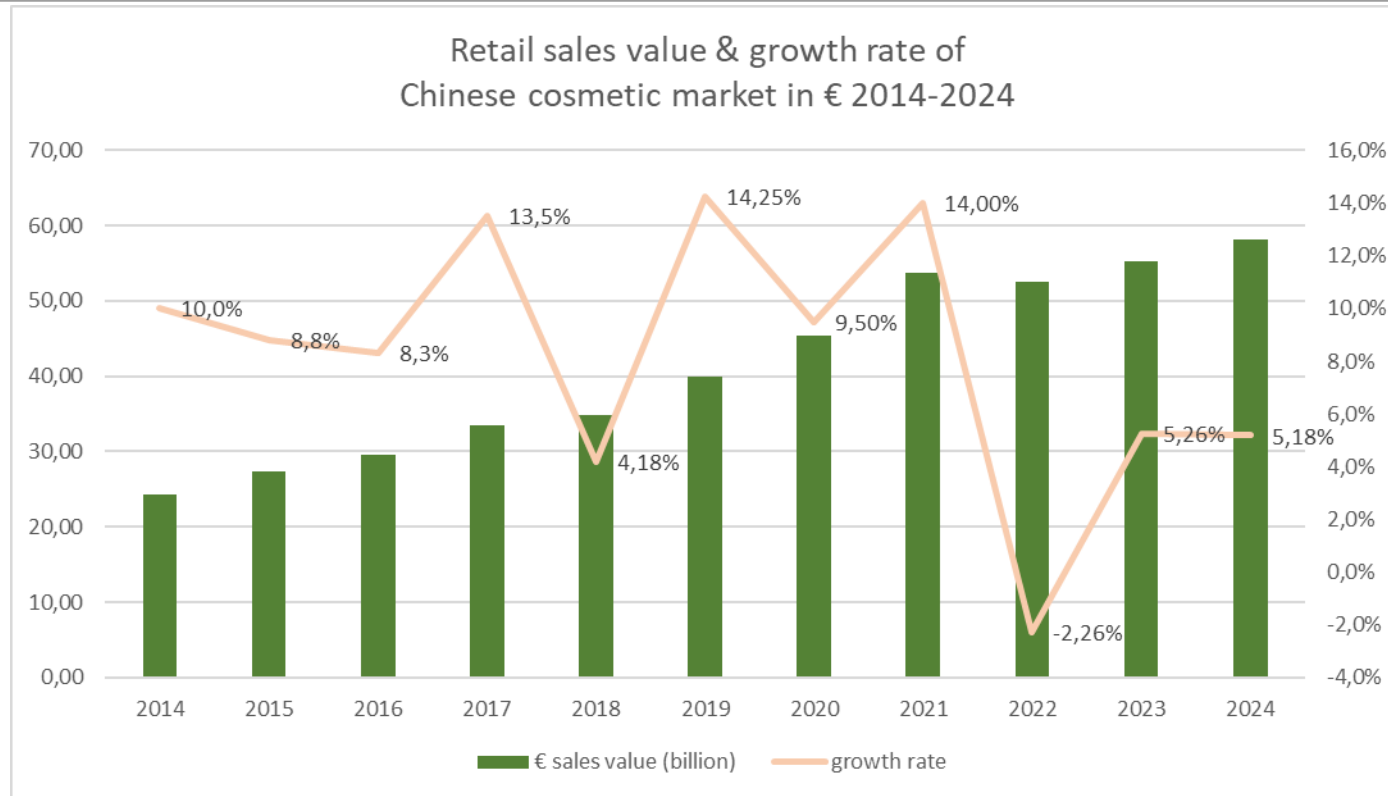


beauty.health

Der chinesische Kosmetikmarkt - aktuelle Entwicklungen und Vorbereitung für den Eintritt

ICADA Online Webinar, 19. März 2025

Fakten und Zahlen



2024

– Der Einzelhandelsumsatz von Kosmetikprodukten in China betrug ca. 58,09 Milliarden Euro

Quelle: National Bureau of Statistics China

Fakten und Zahlen

- Dynamischer Markt, strenge Gesetzgebung, schnell ändernde Trends, immer neue Nischenmarken
- Chinesische Kosmetikkonsumenten: neugierig und offen für neue Marken und Innovationen, extrem anspruchsvoll (Leistung, Qualität und Sicherheit), preissensibel (Preis-Leistungs-Verhältnis), inhaltsstoffbewusst, Einheimische Marken – Favoriten der jungen Generation

(Quelle: How to win over... China's value-drive beauty consumers, cosmeticsDesign Asia)

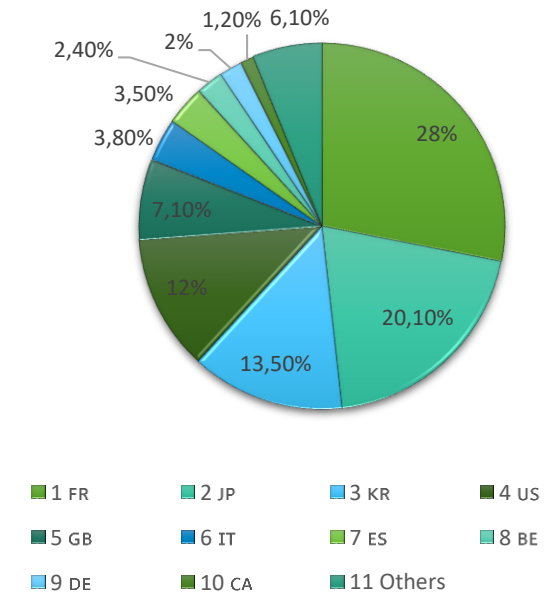
- Entscheidungsfaktoren chinesischer Kosmetikkonsumenten beim Kauf von Kosmetika: Wirkstoffe, Wirkung des Produktes und Markenruf
- Gut verkaufte internationale Marken: L'Oréal, Estée Lauder, Lancôme, Chanel, Dior(Dekorativ), Shiseido, SK-II, Kiehls, Olay, usw.
- 2023 betrug der Marktanteil von einheimischen Kosmetikprodukten zum ersten Mal mit 50,4% mehr als 50%

Fakten und Zahlen

- Frankreich, Japan, Korea, USA und UK belegen seit langem die ersten fünf Plätze mit einem gemeinsamen Anteil von über 80 Prozent. Deutschland ist auf dem Platz 9.
- Beliebte deutschen Kosmetikmarken in China: NIVEA, Schwarzkopf, Dr. Hauschka, Eucerin, Sebamed, Balea, Herbacin (Kamille Handcreme), Repacell, Babor, usw.
- 286 deutsche Kosmetikprodukte wurde im Jahr 2024 in China notifiziert bzw. registriert.



1-6.2024 top 10 importierte Kosmetik nach Ländern



Quelle: iMedia

Fakten und Zahlen

- Nachhaltigkeit:
 - ✓ ESG-Standard: E – Environment, S – Social, G – Governance
 - ✓ Richtlinien über übermäßige Verpackung
- Zwei Industriestandards für Clean Beauty, "Technical Definition and Calculation Guidelines for Natural Ingredients in Cosmetics" und "General Rules for Cosmetics Clean Beauty“, veröffentlicht in 2022
- Bio-Kosmetikprodukte sind seit 2014 nicht auf der positiven Liste für Bio-Produkte in China. Deutsche Naturkosmetika sind in China bekannt.

Fakten und Zahlen

Überwachung von Kosmetika

1. Inländische Stichprobenkontrollen:

Häufig kontrollierte Kategorien – Sonnenprodukte, Haarfarbe, Babyprodukte und Maske

Kontrollierte Themen - Angaben auf der Verpackung, Konservierungsstoffe, verbotene Stoffe in Produkten und mikrobiologische Indikatoren

2. Inspektion ausländischer Kosmetikfirmen vor Ort

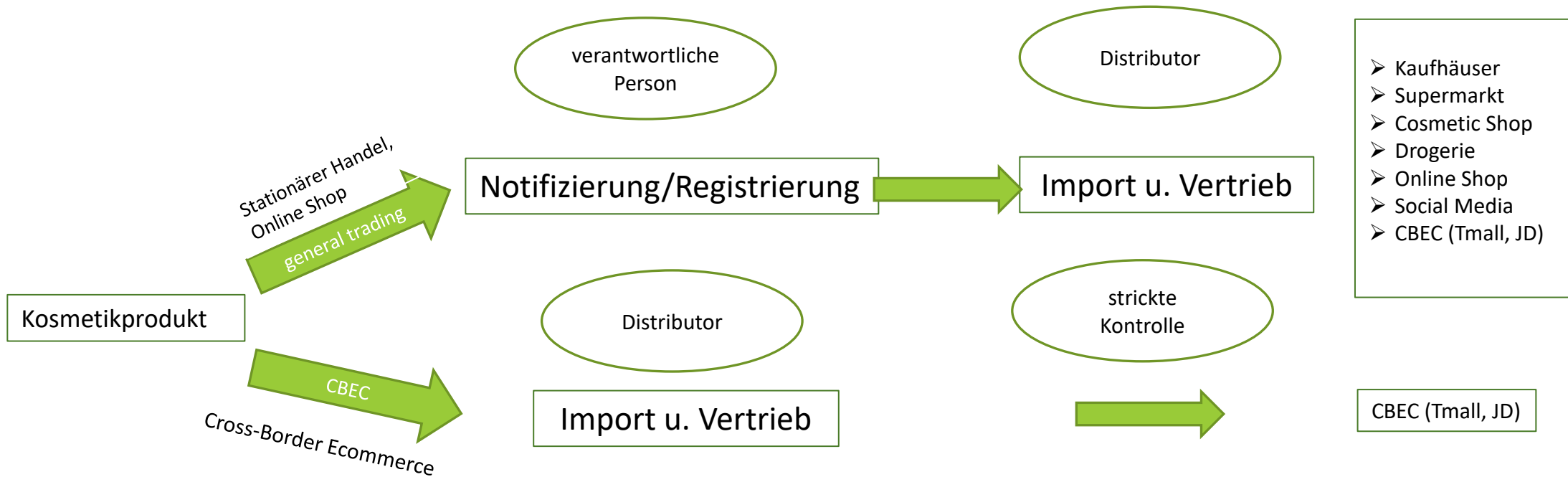
3. Kosmetika, die vom chinesischen Zoll nicht zur Einfuhr zugelassen sind (2024)

– Fehlende vorgeschriebene Bescheinigungen oder Konformitätszertifikate (40 Mal),

– sensorische Prüfungen, die nicht den Bestimmungen der nationalen Lebensmittelsicherheitsstandards entsprechen (9 Mal)

– Mängel bei der Etikettierung (6 Mal)

Eintritt in den chinesischen Kosmetikmarkt



Chinesische Distributoren bevorzugen notifizierte/registrierte Kosmetikprodukte.

Kosmetikverordnung und damit verbundene Vorschriften



Cosmetic Supervision and Administration Regulation CSAR trat am 01. Januar 2021 in Kraft

- Administrative measures (+13): Cosmetics Notification/Registration, Cosmetic Labelling, Supervision and Administration of Cosmetic Production and Operation...
- Provisions (+12): baby cosmetic product, notification of new cosmetic raw materials, cosmetic production quality management, Cosmetic Safety Technical Specification...
- Guidelines (+44): contains some toxicological test methods,
- Catalogues(+ 8): Cosmetics classification, allowed raw material list, prohibited ingredient list,
- Notice (+38): explanation and interpretation of present regulation and provisions,
- Efficacy tests (+21): test methods,
- Related standard (+24): national norm, standards of industry and association,
- Test methods for toothpaste (+18),
- ...

Definition von Kosmetika

Definition für Kosmetika in der CSAR (2021):

„Kosmetische Produkte sind chemische Industrieprodukte für den täglichen Gebrauch, die durch Auftragen, Aufsprühen oder ähnliche Methoden auf die **Oberfläche** der menschlichen Haut, der Haare, der Nägel, der Lippen usw. aufgetragen werden, um sie zu reinigen, zu schützen, zu verschönern und zu dekorieren.“

Begriffsbestimmungen, Auszug aus der EU Kosmetik-Verordnung (1223/2009):

„kosmetisches Mittel“: Stoffe oder Gemische, die dazu bestimmt sind, äußerlich mit den Teilen des menschlichen Körpers (Haut, Behaarungssystem, Nägel, Lippen und äußere intime Regionen oder mit den Zähnen und den Schleimhäuten der Mundhöhle in Berührung zu kommen, und zwar zu dem ausschließlichen oder überwiegenden Zweck, diese zu reinigen, zu parfümieren, ihr Aussehen zu verändern, sie zu schützen, sie in gutem Zustand zu halten oder den Körpergeruch zu beeinflussen.

Seife: CSAR gilt nicht für Seifen. Es sei denn, sie beanspruchen besondere kosmetische Eigenschaften.

Zahnpasta: Zahnpasta wird durch Verweis auf die CSAR für normale Kosmetika geregelt.

Deodorant: kein Kosmetikprodukt, wenn es ausschließlich durch die Hemmung des Wachstums von Mikroorganismen desodoriert.

Intimprodukt ?

Klassifikation von Kosmetika



Spezielle Kosmetik - Registrierung:

Whitening/Spot-Aufhellung, Sonnenprodukte, Haarfarbe, Dauerwelle, **gegen Haarausfall**, Kosmetika mit **neuen Wirkungen**

Normale Kosmetik - Notifizierung:

Die restlichen Produktsortimente, wie Haut-, Haar-, Nagelpflege-Produkte, Dekorativ-Kosmetik, Parfüm, usw.

Kosmetika für Schwangere oder Stillende?

Teilbefreiung von Tierversuchen

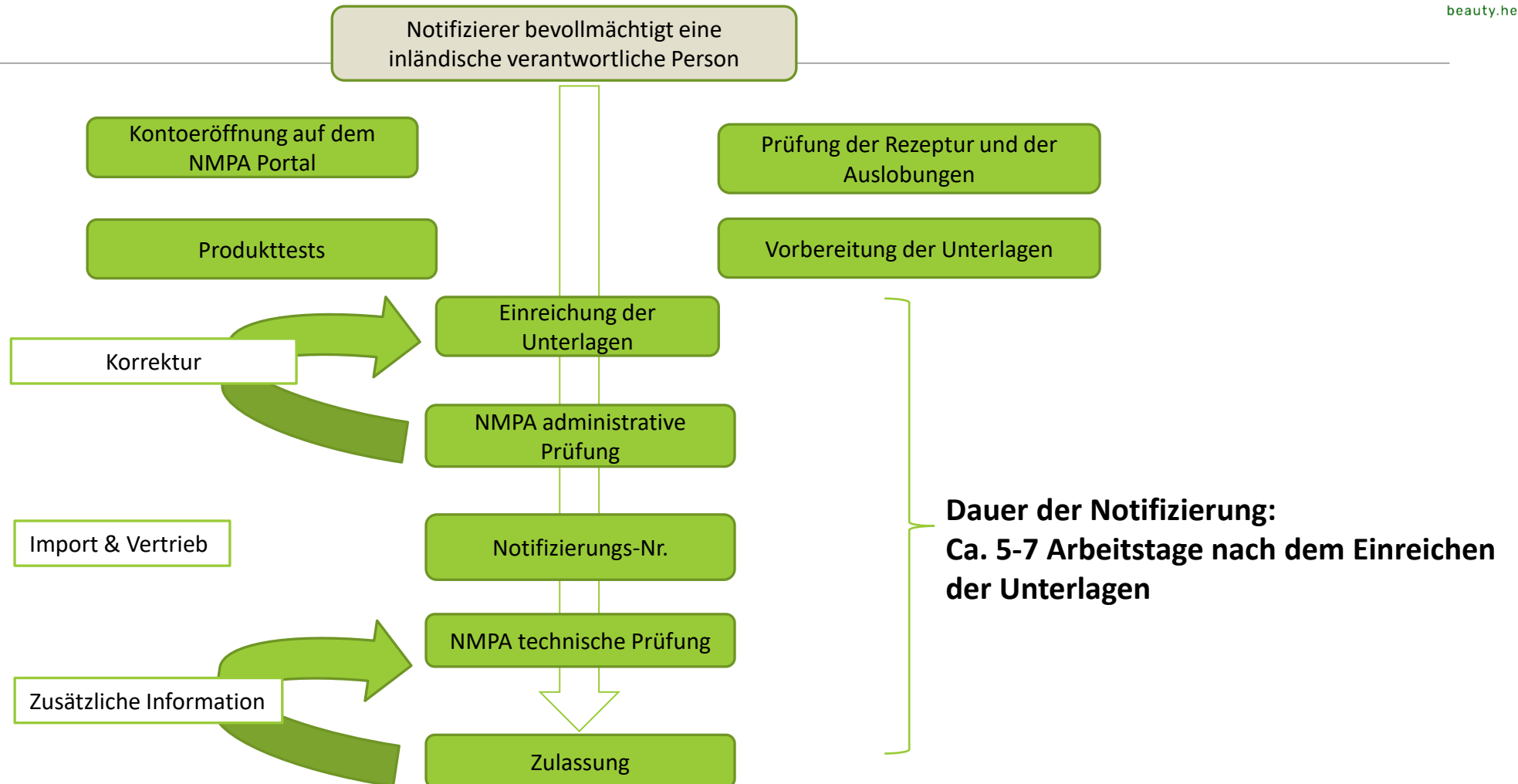
Gilt nur für normale Kosmetika, und unter folgenden Voraussetzungen:

1. Hersteller: eine offizielle durch die **zuständige Behörde** ausgestellte Gesundheitsbescheinigung bzw. GMP-Zertifikat
2. Fertigprodukt: eine aussagekräftige **Sicherheitsbewertung**

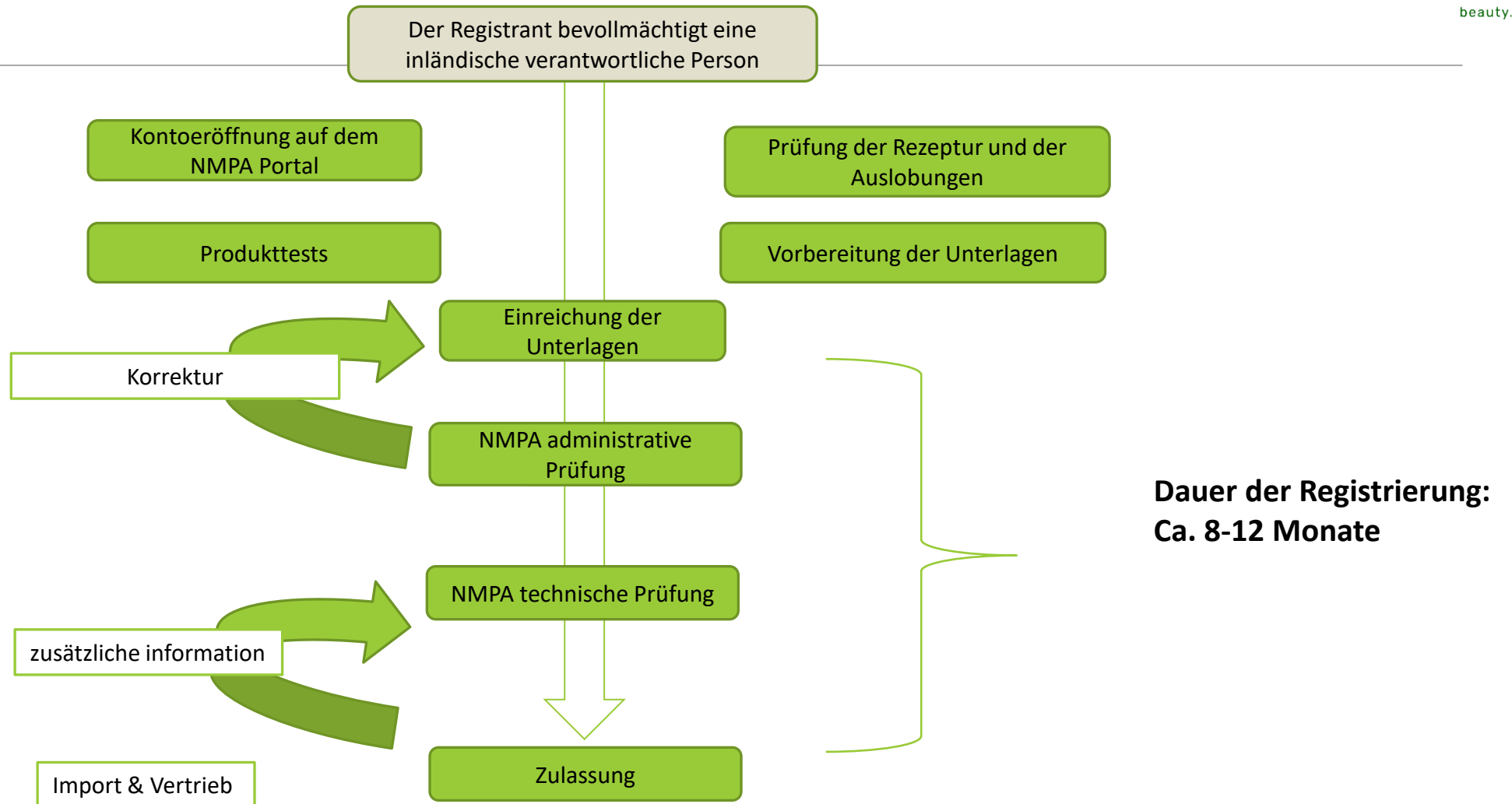
Ausnahmen:

1. Produkte für Baby und Kinder
2. Kosmetikprodukt enthält **neue Rohstoffe**, die sich noch im 3-jährigen Überwachungszeitraum befinden
3. Nach dem quantitativen Bewertungssystem wurden der Notifizierer, die inländische verantwortliche Person oder der Hersteller als Hauptüberwachungsziel eingestuft.

Ablauf der Notifizierung für normale Kosmetika



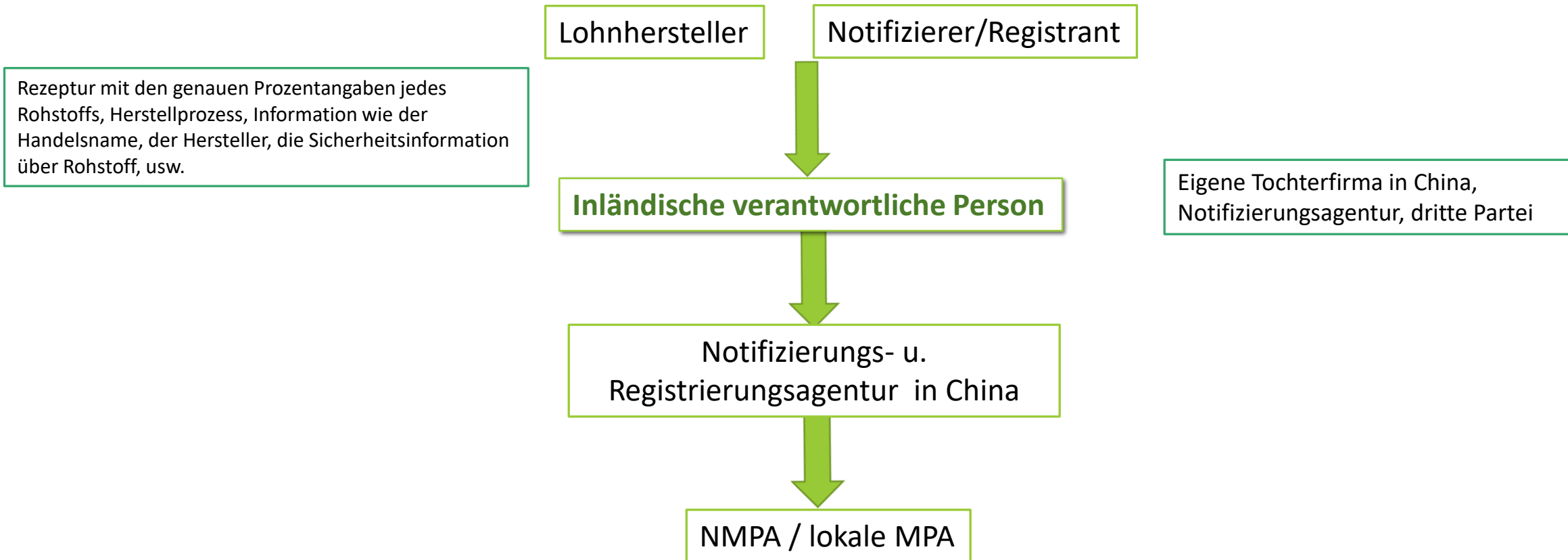
Ablauf der Registrierung von speziellen Kosmetika



Inländische verantwortliche Person

- In China ansässige juristische Person
- Notifizierung/Registrierung von Kosmetika oder neuen Rohstoffen unter dem Namen des ausländischen Notifizierers/Registranten
- hilft dem Notifizierer/Registranten bei der Überwachung von unerwünschten Reaktionen und dem Rückruf
- Kooperiert mit den zuständigen Überwachungsstellen für unerwartete Reaktionen
- Eine Zwischenstelle zwischen NMPA und Notifizierer/Registrant
- **hat immer Zugang zu den vertraulichen Informationen**
- Austausch/Wechsel möglich, aber sehr aufwendig

Schutz Ihrer vertraulichen Informationen



Unterlagen für Notifizierung/Registrierung

- Fertiges Produkt:

Rezeptur mit genauen Prozentangaben jedes Rohstoffs, Herstellprozess, Spezifikation, **Sicherheitsbewertung**, Free Sales Certificate, Bericht des Wirksamkeitstests ...

- Rohstoff:


Handelsname, Hersteller, **Submission Code/Annex 14**, Spezifikation, MSDS ...

- GMP/ISO Zertifikat, Herstellvertrag, Apostille der Vollmacht für RP, Markenmeldung, **Werdegang des QC-Leiters**, Zusammenfassung des Qualitätsmanagements, Überwachung und Auswertungszusammenfassung der unerwünschten Reaktionen...

- **Druckdatei der Faltschachtel und der Etiketten**

Weitere angeforderte Unterlagen

Chinesisches Etikett

1. Chinesischer Produktname
2. Name und Adresse von Notifizierer/Registrant und verantwortlicher Person
3. Name und Adresse von **Lohnhersteller**, wenn der Notifizierer/Registrant die Kosmetikprodukte nicht selber herstellt
4. Product Executive Standard Nummer: Notifizierungs-Nr.
5. vollständige INCI-Liste , "**other trace ingredients** " wenn die Konzentration niedriger als 0.1 % (w/w)
6. Füllmenge in nationaler gesetzlicher Einheit
7. Zeitraum der Verwendung: **MHD / Chargen-Nr. oder Herstellungsdatum / Verfallsdauer**
8. Anwendung
9. Erforderliche Vorsichtsmaßnahmen und Sicherheitshinweise, insbesondere für Babykosmetik
10. Logo für Babykosmetik 
11. Andere Inhalte sollten in Übereinstimmung mit Gesetzen, Verwaltungsvorschriften und verbindlichen nationalen Normen gekennzeichnet werden.

Kategorie der Wirksamkeitsauslobungen

26 + neue Wirkung

1. hair dyeing,
2. perm,
3. whitening and freckle removing,
4. sun protection,
5. anti-hair loss,
6. anti-acne,
7. nourishing,
- 8. repairing (more caring), 修护, 修复**
9. cleansing,
10. makeup removing,
11. moisturizing,
12. beauty and grooming,
13. fragrance,
14. deodorization,
15. anti-wrinkle,
16. firming,
17. soothing,
18. reduce sebum secretion,
19. exfoliation,
20. body refreshing,
21. hair care,
22. anti-hair breakage,
23. anti-dandruff,
24. hair colour treatment,
25. depilation,
26. shaving aids

Verkaufskanal – stationärer Handel

- 1) Drogeriemarktkette: **watsons**, mannings...
- 2) Department / Shopping-Mall: Premium Kosmetikprodukte...
- 3) Cosmetic shops (CS): Sasa, **Sephora**, und andere Kosmetikshops...
- 4) One Brand Shop: L'Occitane, L'Oreal...
- 5) Supermarkt: Carrefour, Walmart, Aldi – Massenprodukte
- 6) Premium Supermarkt: Ole, City Super - Naturkosmetikprodukte
- 7) Spa & Beauty Institute
- 8) Apotheke
- 9) Duty-Free Shop
- 10) Pop-up Shop

Verkaufskanal – Online Shops

- 1) Integrated E-Commerce Plattform: Taobao, Tmall, JD, Pinduoduo (Temu), VIP Shop...
- 2) Social Media / Life Streaming E-commerce: RedNote, WeChat (Kleinprogramm), Douyin, Kuaishou...
- 3) Vertical E-commerce: Sephora, Watsons...
- 4) Cross-Border E-Commerce Plattform: JD World, Tmall Global, Kaula

Kernmerkmale der Online - Vertriebskanäle für Kosmetikprodukte in China



-
1. Hohe Abhängigkeit von Datenverkehr und Algorithmen
 2. KOL/KOC-gesteuerte Kaufentscheidungen
 1. Preissensibilität und dauerhafte Promotion-Aktivitäten
 2. Aufstieg einheimischer Marken und neue Markenentwicklungen
 3. Verschärfte Compliance und Regulierung

Bespiel – GMV, Live streaming auf Littlenote 2024, GMV > €1.300.000

2024年小红书直播带货GMV超1000万进口护肤品牌（不完全统计）

品牌名	2024年小红书直播带货GMV (万+)	GMV同比增速	带货直播场次	带货直播达人数量	国家	成立时间	品牌定位	成交核心价格带 (元)	成交核心品类
AUGUSTINUS BADER	4200	824%	553	132	德国	2018年	干细胞修护	>3000	护肤套装
雅萌	2600	543%	1275	156	日本	1978年	高端美容仪	2000-3000	其他面部美容仪
瑞妍	2700	139%	1817	121	瑞士	1987年	活细胞抗衰	>3000	精华水/精华液
艾丽美ELEMIS	2400	269%	2,271	382	英国	1990年	专业水疗护理	300-500	卸妆膏
天露芬	2300	305%	2,586	162	德国	1980年	精油护肤	1000-2000	精油护肤
sudtana	2200	211%	1784	228	泰国	1970年	芳疗护理	100-300	护发精油
菲欧曼	2100	1248%	334	88	法国	1978年	院线抗衰	1000-2000	护肤套装
CELL BY CELL	1900	1085%	374	45	韩国	2011年	院线修护	1000-2000	精华水/精华液
Cible Skin	1900	186%	1504	125	法国	2015年	院线抗衰	>3000	精华水/精华液
奥伦纳素	1700	139%	1486	157	美国	1927年	皮肤科医生自创	2000-3000	软膜
丽西婷娅	1700	62%	1429	147	法国	1999年	医学级美容抗衰	500-1000	眼霜
枫缙	1500	48%	2355	229	新加坡	1970年	以油养肤	100-300	精华其他
SWISSGETAL	1500	567%	1,989	97	瑞士	1985年	院线抗衰	1000-2000	眼部精华
KAHINA	1300	1415%	408	89	美国	2007年	精油护肤	500-1000	护肤套装
索泊伊	1200	166%	1666	127	西班牙	1998年	高奢抗衰	500-1000	眼霜
德海顿	1200	59%	1088	74	德国	1976年	院线护肤	300-500	精华其他
瑞铂希	1100	-3%	765	106	德国	2010年	细胞修护抗衰	>3000	精华水/精华液
NEOSTRATA	1100	94%	1,764	186	美国	1988年	果酸护肤	100-300	精华水/精华液
BIOSSANCE	1000	465%	504	106	美国	2015年	实验室科学纯净护肤	500-1000	精华水/精华液
伊诗贝格	1000	285%	1438	232	法国	2000年	生物科技护肤	500-1000	精华水/精华液

GMV: Gross Merchandise Volume, nicht der Gesamtumsatz, sondern Transaktionsaktivität und Nutzerbindung

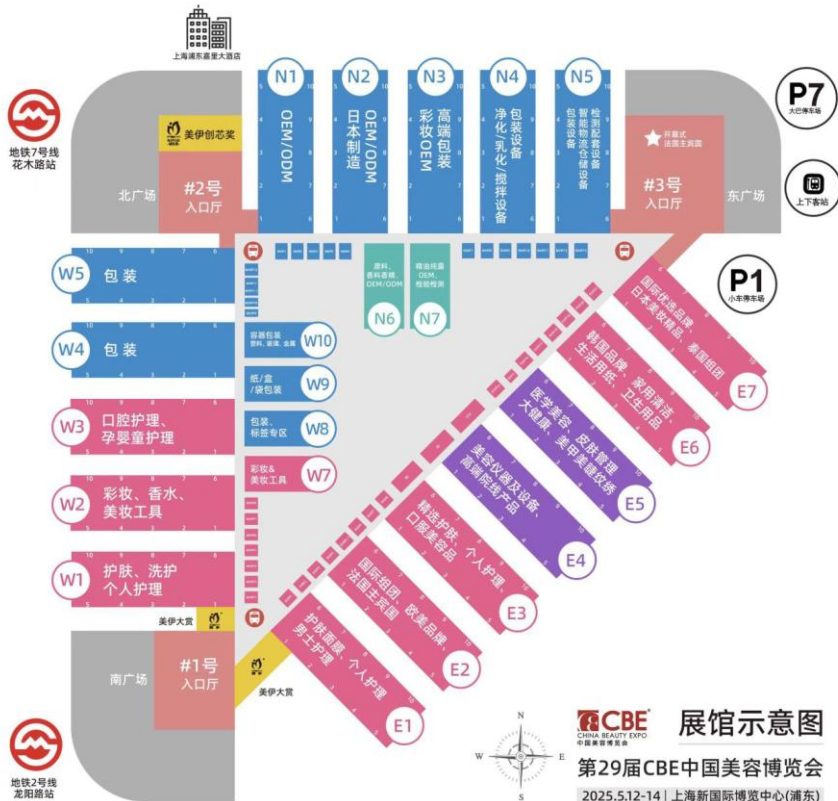
Deutsche Marke:

- Augustinus BADER €5.600.000
- Trautrofen: €3.067.000
- Dalton: €1.600.000
- Repacell: €1.467.000

Quelle: Deep Seek

Wichtige Messen in China

China Beauty Expo Shanghai



1

232,000 sqm
Exhibition space

2

3,200+
Exhibitors

3

500,000+
Visits

4

60+
Activities

Cosmetics



- Skin Care
- Color Cosmetics
- Fragrances
- Masks
- Personal Care
- Men Care
- Toiletries
- Household Devices
- Household Cleaning
- Supplements
- Beauty Tools
- Franchises

Professional



- Professional Products and high-end products
- Beauty Equipment and Devices
- Nail, eyelash, embroidery and Eyecare
- Health and Wellness
- Medical Aesthetics/Efficacy Skin Care
- Skin Management

CBE Supply



- OEM&ODM
- Packaging
- Ingredients/Raw Materials
- Machinery and Equipment
- Inspection & Testing

Wichtige Messen in China

Cosmetics Innovation Expo (CiE) Hangzhou



4F 新技术

- 4C: 原料, OEM/ODM
- 4D: OEM/ODM

3F 新美学

- 3B: 包装美学
- 3C: 包装美学
- 3D: 包装美学

1F 新品牌

- 1A: 进口品、新国货
- 1B: 新国货(彩妆/香氛)
- 1C: 新国货
- 1D: 新国货

VIP 展区

- 4楼序厅: VIP展区 (原料, OEM/ODM)
- 3楼序厅: VIP展区 (包装)

9 Hallen

Ausstellerfläche: 90.000 m²

Fachbesucher: 35.020

Aussteller: 900

KOL: 200

类目	2022CiE	2023CiE	2024CiE	2024同比增长
展会规模 (m ²)	3.58w	5.56w	8.22w	47.8%
展商数量 (个)	471	529	784	48.2%
观众人数 (人)	15664	23029	35020	52.1%

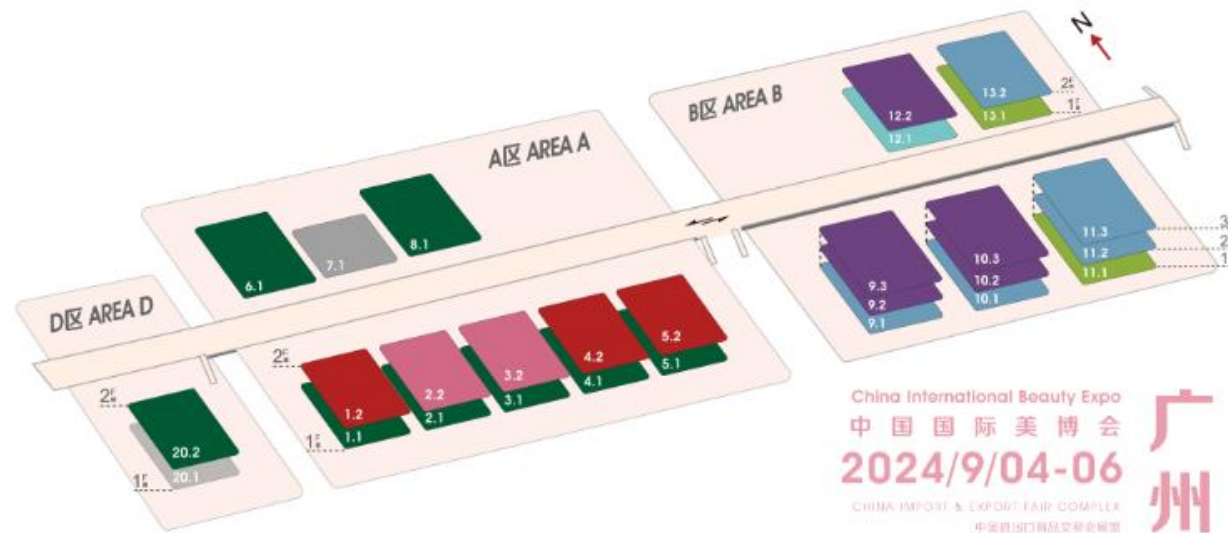
Wichtige Messen in China

China International Beauty Expo Guangzhou Autumn



第65届中国(广州)国际美博会展馆分布图

FLOOR PLAN OF CHINA INTERNATIONAL BEAUTY EXPO (GUANGZHOU) AUTUMN 2024



China International Beauty Expo
中国国际美博会 广州
2024/9/04-06
CHINA IMPORT & EXPORT FAIR COMPLEX
中国进出口商品交易会展馆

中国进出口商品交易会展馆 A区

Area A, China Import & Export Fair Complex, Guangzhou

- 1.1 代工**
OEM/ODM/COM
- 3.1 机械设备**
Machinery
- 5.1 包材**
Packaging
- 8.1 代工、包材、机械设备**
OEM/ODM/COM, Packaging, Machinery
- 2.2 美甲品牌、美甲供应链、美甲配饰及配套、美睫**
Nail brands, Nail supply chain, Nail accessories & auxiliary products, Eyelash
- 4.2 进口品、国潮新锐品牌、彩妆、香水香薰香氛、美妆工具用品**
International brands, National fashion brand, Make-up, Aromatherapy & fragrance, Perfumery, Beauty
- 2.1 代工**
OEM/ODM/COM
- 4.1 包材**
Packaging
- 6.1 高端国际创新代工**
International Innovation OEM/ODM/COM
- 1.2 个人护理、护肤、洗护、面膜**
Personal care, Skin care, Facial mask, Body & hair Care
- 3.2 美甲品牌、穿戴甲、美甲美妆工具、手足护理、美睫**
Nail brands, Nail & make-up tools, Hand & foot care, Eyelash
- 5.2 个人护理、护肤、面膜、洗护、家清、孕婴童、口腔护理、家用仪器、口服美容、美发**
Personal Care, Skin Care, Facial mask, Body & hair care, Household cleaning, Maternity & baby Care, Oral care, Personal care tools & instruments, Oral beauty, Hair

中国进出口商品交易会展馆 B区

Area B, China Import & Export Fair Complex, Guangzhou

- 9.1 连锁加盟、精油、院线护肤品、院线美容配套及服务**
Franchise chain, Essential oil, Beauty salon skin care & auxiliary products & services
- 11.1 养生**
Wellness
- 13.1 养生**
Wellness
- 10.2 医美、大健康**
Health care, Medical cosmetology
- 12.2 医美及配套产品、高端（进口）仪器**
Medical cosmetology, Supplies & auxiliary, High-end beauty equipments
- 9.3 抗衰老、女性保健、产后修复、轻医美、斑痕敏感面部功效性护理、连锁加盟**
Anti-aging, Female health care, Postpartum recovery, Light medical cosmetology, Functional nursing care of sensitive face, Franchise chain
- 11.3 专业美容仪器及配套**
Beauty equipments & auxiliary products
- 10.1 院线美容、美体内衣、塑形、纹绣及纹绣工具**
Beauty salon skin care, Underwear, Body shaping, Tattoo
- 12.1 国际医疗健康博览会：细胞治疗、基因检测、菌群移植、肿瘤防治、慢病管理、试管婴儿、海外医疗**
CME, Stem cells, Immune cells, exosomes, IVF, chronic disease management, IV, Medical tourism
- 9.2 抗衰老、女性保健、产后修复**
Anti-aging, Female health care, Postpartum recovery
- 11.2 国际品牌（亚洲）及展团**
International brand, International teams
- 13.2 国际品牌（欧美澳新）**
International brand
- 10.3 医美、大健康、高端院线品牌、皮肤管理、连锁加盟、瘦身纤体**
Health care, Medical cosmetology, high-end chain brand, Skin management, Franchise chain, Slimming

中国进出口商品交易会展馆 D区

Area D, China Import & Export Fair Complex, Guangzhou

Wichtige Messe in China



Children Baby Maternity Expo Shanghai



Personal Care and Homecare Ingredients



BioFach China

China International Beauty Expo, Shanghai, Beijing und Shenzhen

Unsere Dienstleistungen

- Strategische Beratung und Begleitung beim Markteintritt in China
- Notifizierung / Registrierung von Kosmetikprodukten und Rohstoffen in China
- Inländische verantwortliche Person in China
- Überprüfung der Konformität der Rezeptur gemäß der aktuellen chinesischen Kosmetikgesetzgebung
- Überprüfung and Anpassung der Auslobungen/Verpackung gemäß der aktuellen chinesischen Kosmetikgesetzgebung
- Annex 14 erstellen und Submission Code beantragen
- Markenmeldung in China
- Regulatorische Beratung bezüglich der aktuellen chinesischen Kosmetikgesetzgebung
- Organisation und aktive Teilnahme an Messeauftritten für die europäischen Marken in Asien und insbesondere in China



Danke für Ihre Aufmerksamkeit.

DEHUI GMBH

TEL.: +49 (0) 5751 9688359

POSTFACH 11 01 02

MOBILE: +49 (0)170 4559921

D-31729 RINTELN

E-MAIL: R.HUI@DEHUI-CONSULTING.COM

WEBSITE: WWW.DEHUI-CONSULTING.COM