

化妝品產業發展

1. 國內化妝品的成長發展
2. 國外化妝品的成長發展



國內化妝品的成長發展

化妝品產業由早期之奢侈品至今搖身一變為日常生活的必需品。

年代	發展
2002年	台灣化妝品市場國產產值215億台幣，行政院已將化妝保養品工業(Skin-care Industry)列入「挑戰2008國家發展重點計畫」，經濟部工業局已把化妝保養品工業列為我國未來重點的工業展，期望建立我國化妝品工業發展的重要基礎，並強化我國化妝品產業的競爭力。

國內化妝品的成長發展

年代	發 展
2003年	經濟部工業局自2003年起實施輔導化妝保養品產業專案計畫協助廠商研發新產品、改良產品品質並建構及改善國內化妝保養品發展環境，積極打造國內化妝品在國際競爭的實力。
2004年	依據工研院IEK化材組報告顯示，台灣化妝品市場規模，台灣化妝品市場總值約600億台幣。

國內化妝品的成長發展

年代	發 展
2006年	我國化妝保養品產業年產值約新台幣300億元，工廠家數528家，外銷值約新台幣56億元（進口值約新台幣301億元），從業人員約1萬人。
2008年	預期台灣化妝品產值規模能達新台幣400~500億元。

國外化妝品的成長發展

資料來源	年代	生產銷售的知名品牌	備註
歐洲商業雜誌 (Euro Business) 報導	1994年	蘭蔻(Lancome)、碧兒泉(Biotherm)、薇姿(Vichy)、植村秀(Shu Uemura)、Maybelline	銷售營業總值為8.9億美元。
	1998年	-	營業總值已高達600億歐元(約合600億美元)。
國際市調公司 (Euromonitor)統計	2000年	-	全球化妝品市場達1,730億美元,而亞洲地區佔687億美元。

課後反思

- 1.國內化妝品的成長發展
- 2.國外化妝品的成長發展

