

新时期化妆品国际化发展新思考（修订连载 02）

三、新格局、新挑战

作者 1999 年研究，2000 年发布了《入世首三年，中国美容化妆品市场竞争态势演化分析》，报告准确预计了入世首三年的美容化妆品行业的变化，更是准确预估了行业近 20 年来的主要衍化趋势和特点。当下，新一轮巨变，正在到来。

1、RCEP 区域全面经济伙伴关系协定

1、全球最大自贸区诞生

2020 年我国完成了“脱贫攻坚”的目标，外媒评价：中国十三五脱贫攻坚成就“是人类历史的一大壮举”。

中国普遍解决了“吃不起饭、衣不保暖”的问题，然而我们的邻里呢？中国古有“邻无饥困，方裕长久”的理念。与邻国共同富裕既是“中国梦”的组成部份，带领“邻居们”共同致富，更是我国长治久安的需要。

周边国际环境的需求，时机成熟，RCEP（《区域全面经济伙伴关系协定 Regional Comprehensive Economic Partnership》）于 2020 年 11 月 15 日签署，成为了全球迄今为止最大的自贸区协定。

RCEP 各成员之间关税减让：以立即降至零关税、十年内降至零关税的承诺为主，配合 95% 以上范围的非关税壁垒和投资壁垒取消，使 RCEP 自贸区有望在较短时间兑现所有货物贸易自由化；特别是中日总体关税将在目前 8% 的基础上进一步大幅减让，从日本出口到中国的 86% 的工业品，逐步并快速取消关税。

2015 至 2018 年间，中国化妆品进口关税下降情况一览，及 RCEP 后关税下降趋势：

2015 年	护肤、洗护等日用消费品关税降幅约 50%
2017 年	部分化妆品进口关税由 6.5%-10% 调为 2%-5%，降幅超 50%
2018 年	护肤、美发、洗涤用品等的进口关税平均税率由 8.4% 降至 2.9%
2021-2030 年	原产于 RCEP 所含 10+3+2 国的化妆品，按计划相互间关税逐步降至 0

2、加速劳动密集型制造业转移

RCEP 代表我国正在出让劳动密集型的产业竞争优势给 RCEP 的其他国家。低端制造业移出中国，已是必然，顺水推舟，尚“手有余香”，比被动，好多了。然而，这对我国化妆品制造业，却是一个需要全面升级的挑战。

我国化妆品制造业的竞争优势与西欧还存在差距，西欧主要是以技术和品牌为竞争力的核

心，而我国的化妆品产业的竞争优势，主要是由相对低成本的劳动密集型制造、规模经济、产业资源集中度高，以及勤劳的人民，善于学习、勇敢奋斗等因素构成。

RCEP 将挑战我“化妆品制造业利用相对低成本的劳动密集型制造”的优势，导致原来从中国输往全球的产能，一部份会逐步转移到 RCEP 的其他国家去。从而导致一批低端制造因不能及时转型而丧失竞争力要素。

当然，产能的转移并不等同于制造业固定设施设备的转移，更不是产业链的转移。所以，对于产业链的上游，可能成为新的机会。这个转移的过程，也并非一朝一夕能完成的。

当然，西部开发等等措施与战略，也会为东南部的低端制造业创造一些新的产业转移机会。

3、零售市场的冲击

RCEP 各成员国之间关税减让，以立即降至零关税，和十年内降至零关税的承诺为主，使 RCEP 自贸区，有望在较短时间兑现所有货物贸易自由化的承诺。

2015 年底中韩自贸协定开始执行，韩国化妆品凭借低关税优势，对我国出口额不断增长。2017 年，韩国超过了长期占据第一的法国，成为当时中国最大的化妆品进口来源国。

至 2019 年的一季度，日本取代了韩国，成为中国大陆与香港最大的化妆品进口来源国，占据着中国进口化妆品四分之一以上份额。

以日韩为代表，同样拥有先进化妆品科技的国家，由于 RCEP 约定关税壁垒的逐步降低至取消，将有更大量的化妆品进入中国市场。由于国家间的文化相近，其标榜先进科技的化妆品，更易于为中国的年青人接受，对国内化妆品现有的市场份额产生进一步挤压。

同时，我国还在努力与日本、韩国构建一个三边自由贸易协定（Free Trade Agreement, FTA），由于中国市场具有难以抗拒的巨大吸引力，只要日本首相菅义伟不再继续犯糊涂，该协议可能在不久的将来达成一致，并完全消除关税壁垒，而其准入也将与欧盟的标准对接。

日韩化妆品进入中国市场的优势和便利性，会进一步增加，携东南亚进口化妆品，与国产化妆品一起，逐鹿中土。

作者：

广州市思无域商务服务有限公司：陈曦

2021 年 5 月 12 日发稿，本稿为 6 月 7 日修订版



欢迎加微信与作者讨论：

；更多资讯：

