

# 중국 헤어케어 시장 분석

글로벌조인스

## 시장현황 및 주요 트렌드

2013년 중국 헤어케어 시장은 전년 대비 6.6% 증가해 446억 위안에 달함

- 전체 헤어케어 시장에서 샴푸 부문은 333억 위안으로 75%를 차지해 가장 높은 점유율을 기록

• 일반 샴푸가 전체 샴푸 시장의 98%를 차지하고 있으나 약용 샴푸는 일반 샴푸보다 높은 성장률을 보임

### < 유형별 헤어케어 시장규모 >

(단위: 백만 위안화)

유형	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
2-in-1 Products	906.9	453.9	287.9	238.9	212.1	189.2
Colourants	1,460.5	1,565.7	1,697.0	1,838.1	1,981.0	2,094.8
Conditioners	3,762.0	4,168.5	4,675.6	5,351.7	6,156.4	6,909.3
Hair Loss Treatments	63.1	71.8	81.1	90.8	100.7	111.4
Perms and Relaxants	-	-	-	-	-	-
Salon Hair Care	201.0	218.0	242.4	276.8	310.9	344.2
Shampoo	22,683.7	24,544.6	26,781.0	29,189.1	31,507.7	33,343.2
- Medicated Shampoos	418.2	462.1	512.5	573.0	639.8	710.2
- Standard Shampoos	22,265.5	24,082.5	26,268.5	28,616.2	30,868.0	32,633.0
Styling Agents	1,235.0	1,313.3	1,414.1	1,518.6	1,579.8	1,630.5
Hair Care (전체)	30,312.2	32,335.7	35,179.1	38,504.1	41,848.7	44,622.6

\*자료원 : Euromonitor International

### 급속도로 성장하고 있는 헤어 컨디셔너 시장

- 2008~2013년 헤어 컨디셔너 시장은 가장 높은 연평균성장률을 보임

- 헤어 컨디셔너 시장규모는 샴푸 시장규모의 20%에 불과하나 성장가능성이 매우 높은 틈새시장으로 꼽힘

- 최근 중국의 여성 소비자들은 일반적인 제품보다 특별한 기능을 가진 헤어 컨디셔너를 선호

• 모발에 집중적으로 수분과 영양을 공급해주고 손상된 모발을 관리해줄 수 있는 기능을 가지고 있어 보다 효율적으로 헤어를 관리해줄 수 있는 제품에 대한 관심이 높아짐

- 행구지 않는 형태의 '리브-인(Leave-in)' 헤어 컨디셔너가 더욱 각광받고 있음

• 바로 행구어 내는 형태의 헤어 컨디셔너보다 행구지 않는 형태의 '리브-인 헤어 컨디셔너'는 모발을 즉각적으로 부드럽게 만들어주는 효과가 커 소비자들이 매우 선호하고 있는 것으로 나타남

• '리브-인 헤어 컨디셔너'는 도시와 농촌 지역에서 모두 소비자 기반을 확대해나가고 있음

- 헤어젤은 헤어 스프레이나 헤어 왁스보다 헤어 스타일링 효과가 우수해 전체 헤어 스타일링 시장의 30.4%를 점유하며 1위를 차지

- 헤어 스프레이 및 헤어 래커는 헤어 스타일링 제품 시장에서 21.8%를 차지해 2위, 헤어무스는 18%로 3위, 헤어왁스는 15%로 4위, 헤어크림은 6%로 5위로 나타남

- 열 보호 헤어 스프레이(Heat Protection Spray)는 점유율이 4.8%로 아직 낮은 편이나 일반 헤어 스프레이나 헤어무스와 차별화되는 새로운 콘셉트 덕분에 소비자들의 선호가 높아지고 있음

< 스타일링 제품의 세부유형별 시장점유율 >

유형	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
Clay	3.5%	3.6%	3.7%	3.8%	3.9%
Cream	5.0%	5.2%	5.2%	5.3%	5.5%
Gel	30.0%	30.1%	30.2%	30.1%	30.1%
Hairspray / Lacquers	23.0%	22.8%	22.4%	22.1%	22.0%
Heat Protection Spray	4.0%	4.1%	4.2%	4.3%	4.6%
Mousse	20.5%	20.0%	19.8%	19.7%	19.0%
Wax	14.0%	14.2%	14.5%	14.7%	14.9%
Styling Agents	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

< 스타일링 제품의 브랜드별 점유율 >

브랜드	회사	2010년	2011년	2012년	2013년
Maestro	Beiersdorf Hair Care Hubei Co Ltd	-	30.0%	29.4%	29.9%
Vidal Sassoon	Procter & Gamble (Guangzhou) Ltd	6.9%	7.1%	6.9%	6.7%
Gatsby	Mandom (China) Cosmetics Co Ltd	2.8%	3.7%	4.8%	6.0%
Houdy	Guangzhou Houdy Cosmetics Factory	7.3%	6.4%	5.8%	5.7%
Decolor	Guangzhou DeColour Cosmetics Co Ltd	9.3%	7.8%	6.6%	5.7%
Schwarzkopf	Henkel (China) Co Ltd	5.3%	5.3%	5.6%	5.7%
Pantene	Procter & Gamble (Guangzhou) Ltd	2.0%	2.3%	2.7%	3.0%
Satinique	Amway (China) Co Ltd	2.0%	1.9%	1.8%	2.0%
Youngrace	Youngrace Cosmetic Group International Ltd	1.8%	1.9%	1.9%	1.9%
Nu Skin	Nu Skin (China) Daily-Use & Health Products Co Ltd	1.3%	1.3%	1.3%	1.7%
Syoss	Henkel (China) Co Ltd	-	-	1.0%	1.7%
Sifoné	Kao (China) Holding Co Ltd	4.0%	3.0%	2.2%	1.7%
Aikai	Guangdong Aikai Industrial Group Co Ltd	2.3%	1.9%	1.5%	1.2%
Elsève	L'Oréal China	1.1%	1.0%	1.0%	1.0%
Arche	Arche Group Co Ltd	1.6%	1.2%	0.9%	0.6%
Uno	Shiseido China Co Ltd	0.5%	0.6%	0.5%	0.5%
Dep	Henkel (China) Co Ltd	1.9%	1.9%	0.4%	-
Aupres JS	Shiseido China Co Ltd	0.7%	0.7%	0.1%	-
Avon	Avon (China) Co Ltd	0.1%	0.1%	0.0%	-
Maestro	C-Bons Group	32.4%	-	-	-
Alberto VO5	Alberto Cosmetics (Shenzhen) Co Ltd	0.6%	-	-	-
Lúcido	Mandom (China) Cosmetics Co Ltd	-	-	-	-
Ador	Zhongshan Yong Li Daily Use Chemical Factory	-	-	-	-
기타		16.0%	21.9%	25.7%	25.1%
전체		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



2013년 프리미엄 제품은 전체 헤어케어 시장에서 7.8%를 차지

- Vidal Sassoon, Satinique, Aquair, Tsubaki, Asience, Kiehl's 등 대표적인 프리미엄 헤어케어 브랜드들은 소비자들에게 우수한 효과를 입증하며 점유율을 확대해나감

•도심에서 먼 지역까지 유통망이 확대되고 반일 감정이 줄어들게 됨에 따라 시장규모 더욱 성장

•Vidal Sassoon, Satinique, Aquair, Tsubaki는 대형마트 및 슈퍼마켓, 백화점 등의 유통채널을 판매돼 매스 브랜드들과 직접적인 경쟁구도를 형성

•Kiehl's, L'Occitane은 셀프서비스식의 전문점을 통해서만 유통됨

- 매스 헤어케어 제품은 여전히 전체 헤어케어 시장의 90% 이상을 점유하고 있으나, 최근 소비자들이 헤어케어의 중요성을 인지하게 됨에 따라 프리미엄 제품에 대한 관심이 더욱 높아지고 있음

< 프리미엄 및 매스 헤어케어 시장점유율 >

유형	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
Premium	7.4%	7.3%	7.5%	7.8%	7.7%	7.8%
Mass	92.6%	92.7%	92.5%	92.2%	92.3%	92.2%
Hair Care (전체)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

\*자료원 : Euromonitor International

< 프리미엄 헤어케어 브랜드별 점유율 >

브랜드	회사	2010년	2011년	2012년	2013년
Vidal Sassoon	Procter & Gamble (Guangzhou) Ltd	30.6%	29.2%	29.3%	29.3%
Satinique	Amway (China) Co Ltd	14.3%	13.2%	12.3%	11.7%
Aquair	Shiseido China Co Ltd	6.9%	6.6%	6.8%	6.8%
Tsubaki	Shiseido China Co Ltd	5.0%	6.2%	6.2%	6.2%
Asience	Kao (China) Holding Co Ltd	2.3%	2.5%	2.7%	2.7%
Kiehl's	L'Oréal China	1.1%	1.7%	2.2%	2.2%
L'Oréal Professionnel	L'Oréal China	2.2%	2.1%	2.3%	2.3%
Schwarzkopf Professional	Henkel (China) Co Ltd	1.3%	1.4%	1.4%	1.4%
Wella System Professional	Procter & Gamble (Guangzhou) Ltd	1.5%	1.4%	1.4%	1.4%
L'Occitane	L'Occitane International SA	0.6%	0.7%	0.8%	0.8%
Kérastase	L'Oréal China	0.5%	0.5%	0.6%	0.6%
Shiseido	Shiseido China Co Ltd	0.5%	0.5%	0.4%	0.4%
기타		33.2%	34.0%	33.8%	34.0%
전체		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

\*자료원 : Euromonitor International

샬롱 헤어케어 제품은 연평균 11.4%의 성장률을 보이며 3억 4,420만 위안 규모

- 헤어 샬롱의 헤어케어 시스템은 가정에서보다 헤어케어의 효과를 극대화시켜줄 수 있을 뿐만 아니라 관련 지식이 풍부한 미용사들이 소비자들에게 보다 전문적인 서비스와 조언을 제공해 줄 수 있기 때문에 소비자 들은 기꺼이 샬롱 헤어케어 제품을 구매하고자 함
- 샬롱 헤어케어 부문에서 L'Oéal China는 30%를 점유하며 1위를 차지했으며, Henkel, P&G 등의 주요 다국 적 기업들이 시장을 장악하고 있는 것으로 나타남

<샬롱 헤어케어 제품의 회사별 시장점유율>

회사명	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
L'Oréal China	28.1%	29.0%	28.9%	29.4%	29.8%
Henkel (China) Co Ltd	13.2%	14.2%	14.6%	14.3%	14.6%
Procter & Gamble (Guangzhou) Ltd	16.2%	15.8%	15.0%	14.2%	13.5%
Shiseido China Co Ltd	5.0%	5.3%	5.3%	4.0%	3.0%
기타	37.6%	35.6%	36.2%	38.0%	39.0%
Salon Hair Care	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Procter & Gamble은 전체 헤어케어 시장에서 40% 이상을 점유

- P&G가 중국 내 보유하고 있는 전체 화장품 및 개인위생용 제품 시장에서 헤어케어 부문은 50%를 차지할 정도로 매우 중요한 시장으로 손꼽힘
- 중국 헤어케어 시장에서 가장 많이 판매되고 있는 Head & Shoulders, Rejoice, Pantene가 모두 P&G의 제 품이며 9위를 차지하고 있는 프리미엄 브랜드인 Vidal Sassoon 역시 대표적인 P&G제품으로 P&G는 매스와 프리미엄 시장에서 모두 가장 높은 점유율을 확보함
- P&G는 주요 제품의 포트폴리오를 다양화시키는 한편, 현지 유통업체들과 협력해 지방까지 유통망을확대 해나가 높은 매출을 올릴 수 있었음
- 2013년 Head & Shoulders는 비듬 방지용 샴푸 라인을 출시하며 대만 출신 연예인 Eddie Peng과 Jolin Tsai 를 모델로 기용해 제품을 홍보함
- 2013년 Rejoice는 가정에서도 샬롱 헤어케어를 한 것과 같은 효과를 얻을 수 있는 Rejoice Pro Series를 출 시해 Rejoice만의 보다 전문적인 이미지를 소비자들에게 각인시킬 수 있었음
- 중국에서 가장 많이 사용되고 있는 포털웹사이트인 Baidu.com과 협력체계를 구축해 소비자들의 구매행태 를 분석하고 각 지역의 소비자들을 공략할 수 있는 제품을 출시할 수 있었음
- P&G는 2013년 한 해 헤어케어 부문에서뿐만 아니라 샴푸 및 목욕용 제품, 제모제, 구강용 제품, 남성용 화 장품, 스킨케어 제품 등이 모두 상위에 올라 중국 전체 화장품 시장에서도 1위를 차지



<Procter & Gamble (Guangzhou) Ltd의 중국 내 유형별 시장점유율 및 순위>

제품 유형	시장점유율	순위
Hair care	40.3%	1위
Depilatories	37.4%	1위
Bath and shower	23.7%	1위
Oral care	17.8%	1위
Men's grooming	16.4%	2위
Skin care	6.2%	2위
Baby and child-specific products	1.1%	9위
Colour cosmetics	1.1%	14위
Mass cosmetics	15.1%	1위
Premium cosmetics	3.6%	5위
Beauty and Personal Care (전체)	13.4%	1위

\*자료원 : Euromonitor International

**Nu Skin은 전년 대비 175% 증가해 2013년 2억 1,700만 위안에 달함**

- 다른 기업들과 달리 Nu Skin은 직접판매의 비중이 높으며 판매원들의 전문성이 높아 단시간에 큰 폭으로 매출을 끌어올릴 수 있었던 것으로 보임
- Nu Skin의 헤어케어 브랜드인 Epoch는 폴리네시아 원주민들이 사용해왔던 Ava puhi(=Zingiber zerumbet, 샴푸진저) 추출물을 함유한 샴푸, 비듬 방지용 샴푸, 샴푸 겸 컨디셔너 등을 판매
- 제품을 구매하게 되면 비영리 기관인 Nu Skin Force for Good Foundation에 자동적으로 일정금액 기부하게 되는 시스템을 갖춰 소비자들에게 긍정적인 기업 이미지를 심어주는데 성공함

회사명	2009년	2010년	2011년	2012년	2013
Procter & Gamble (Guangzhou) Ltd	39.9%	40.2%	40.6%	40.7%	40.3
Unilever China Ltd	8.6%	9.1%	10.7%	11.4%	11.9
Beiersdorf Hair Care Hubei Co Ltd	-	-	6.4%	5.9%	5.8
Henkel (China) Co Ltd	2.0%	2.7%	4.4%	4.6%	5.0
L'Oréal China	1.6%	2.1%	2.3%	2.5%	2.6
Jiangsu Longliqi Group Co Ltd	1.3%	1.7%	1.9%	2.1%	2.1
La Fang International Group	3.0%	2.9%	2.6%	2.3%	2.1
Shiseido China Co Ltd	1.2%	1.3%	1.4%	1.3%	1.3
Guangzhou DeColour Cosmetics Co Ltd	1.5%	1.5%	1.4%	1.3%	1.2
Dihon Pharmaceutical Group	-	-	-	1.1%	1.2
Bawang (Guangzhou) Co Ltd	6.8%	4.9%	2.0%	1.4%	1.2
Youngrace Cosmetic Group International Ltd	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%	1.1
Kao (China) Holding Co Ltd	1.7%	1.5%	1.3%	1.1%	1.0
Amway (China) Co Ltd	1.2%	1.1%	1.0%	0.9%	0.9
Shanghai Huayin Co Ltd	0.8%	0.7%	0.7%	0.7%	0.6
Herbalcos International Group Holding Ltd	-	0.6%	0.6%	0.6%	0.6
Nu Skin (China) Daily-Use & Health Products Co Ltd	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3
Guangzhou Houdy Cosmetics Factory	0.7%	0.6%	0.6%	0.5%	0.5
Shanghai Zhanghua Health Cosmetics Co Ltd	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4
Yunnan Baiyao Group Co Ltd	-	0.0%	0.1%	0.2%	0.3
Hoyu (Shanghai) Trade Co Ltd	-	-	0.2%	0.3%	0.3
Softto Co Ltd	0.5%	0.3%	0.4%	0.4%	0.2
Mandom (China) Cosmetics Co Ltd	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2
Infinitus (China) Co Ltd	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2
Beijing LG Household Chemical Co Ltd	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2
Shanghai Jahwa United Co Ltd	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2
Perfect (China) Co Ltd	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2
Xian Janssen Pharmaceutical Ltd	0.4%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2
Avon (China) Co Ltd	0.6%	0.3%	0.3%	0.2%	0.1
Pro-Health (China) Co Ltd	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1
Colgate (Guangzhou) Co Ltd	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	
Kunming Dihon Pharmaceutical Co Ltd	0.8%	0.9%	1.0%	-	
C-Bons Group	7.0%	7.1%	-	-	
Alberto Cosmetics (Shenzhen) Co Ltd	0.2%	0.1%	-	-	
기타	17.3%	17.0%	16.8%	17.3%	17.5
전체	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0



## 시장 전망

헤어케어 시장은 향후 연평균성장률 5%로 꾸준한 성장세를 보일 것으로 전망

- 중국 외곽 지역 소비자들의 개인위생관념이 확대되고, 도시 지역 소비자들이 다양한 종류의 제품에 관심을 갖게 됨에 따라 헤어케어 제품 소비는 앞으로 더욱 늘어날 것으로 전망됨
- 비듬 방지, 손상모 집중 관리 등의 기능이 강화된 제품이나 천연성분 등을 함유한 제품에 대한 선호도가 높아질 것으로 예상됨

헤어 컨디셔너 부문은 앞으로 가장 높은 성장률을 보일 것으로 기대됨

- 헤어 컨디셔너는 헤어 스타일 자체를 돋보이게 해줄 수 있을 뿐만 아니라 모발의 건강에도 직접적으로 영향을 미치기 때문에 스타일링 제품이나 염색제보다 일상적으로 사용되는 제품으로 여겨짐
- 헤어 오일, 마스크, 영양 세럼 형태의 집중 관리용 헤어 컨디셔너는 건조하고, 손상되고, 갈라진 머릿결을 보다 효율적으로 관리해 줄 수 있기 때문에 앞으로 소비자들의 더욱 높은 관심을 얻을 것임
- 주요 기업들은 샴푸와 컨디셔너를 함께 사용하도록 소비자들을 교육시키고 있어 컨디셔너 사용 인구를 늘릴 수 있을 것으로 예상됨

샴푸는 향후 전체 헤어케어 시장에서 가장 높은 점유율을 차지할 것으로 전망

- 소비자들이 샴푸와 컨디셔너를 분리해서 사용하는 것이 모발 세정 및 영양 공급 효과가 우수하다고 생각하게 됨에 따라 2-in-1 샴푸만이 앞으로 감소세를 보일 것으로 전망됨

기업들은 새로운 포뮬레이션이 적용된 다양한 제품들을 출시할 것임

- 단순히 품질에만 초점을 맞춘 제품이 아닌 용기 디자인, 포뮬레이션, 성분 등에서 차별화되는 신제품의 출시가 활발할 것으로 예상됨

## < 유형별 스킨케어 시장규모 전망 >

(단위: 백만 위안화)

유형	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
2-in-1 Products	189.2	169.5	155.2	143.5	133.8	126.6
Colourants	2,094.8	2,209.4	2,325.3	2,442.1	2,560.6	2,677.3
Conditioners	6,909.3	7,697.8	8,528.7	9,438.5	10,420.8	11,482.8
Hair Loss Treatments	111.4	120.1	129.3	139.3	150.0	161.3
Perms and Relaxants	-	-	-	-	-	-
Salon Hair Care	344.2	373.8	406.8	445.0	488.9	540.3
Shampoo	33,343.2	34,514.2	35,893.7	37,516.1	39,147.8	40,772.6
- Medicated Shampoos	710.2	760.2	812.2	866.0	921.7	979.2
- Standard Shampoos	32,633.0	33,754.0	35,081.5	36,650.1	38,226.1	39,793.4
Styling Agents	1,630.5	1,691.2	1,719.9	1,744.2	1,765.4	1,783.4
Hair Care (전체)	44,622.6	46,776.0	49,158.8	51,868.7	54,667.3	57,544.3

\*자료원 : Euromonitor International

## 출처

◆ Euromonitor International "Passport : Hair Care in China

◆ KCIL 및 관련 회사 홈페이지