



2025

RYNKI MIĘDZYNARODOWE: KOSMETYKI

Sytuacja bieżąca i prognozy do 2030



Bank Polski

Departament Analiz Ekonomicznych
Lipiec 2025

Spis treści

Branża kosmetyczna 2025

Wstęp	3
ŚWIAT	
Podstawowe dane o rynku	7
Handel międzynarodowy	12
EUROPA I POLSKA	
Wielkość rynku w Europie	15
Wielkość rynku w Polsce	17
Polski eksport	19
NAJWIĘKSI IMPORTERZY	
1. Stany Zjednoczone	25
2. Chiny	27
3. Niemcy	29
4. Francja	31
5. Wielka Brytania	33
6. Holandia	35
7. Hongkong	37
8. Hiszpania	39
9. Kanada	41
10. Singapur	43
Metodologia	45

Wstęp

Według szacunków Statista, w 2024 światowa branża kosmetyczna osiągnęła wzrost sprzedaży o 3%, do 598 mld EUR. Była to wartość prawie o 20% większa niż w 2019.

Pielęgnacja osobista jest największym segmentem rynku z udziałem 43,6% w 2024. Do 2030, wg prognoz Statista, udział ten spadnie do 42,5%.

W latach 2025-2030 technologia dla urody będzie segmentem rozwijającym się najszybciej (ze średnim rocznym tempem wzrostu CAGR rzędu 4,5%), przy średnim rocznym wzroście dla rynku ogółem na poziomie 3,4%.

Globalną sprzedaż kosmetyków napędzają: wzrost gospodarczy, rosnące dochody rozporządzalne, wzrost liczby ludności oraz zwiększająca się klasa średnia.

Jednym z kluczowych trendów na światowym rynku kosmetyków jest rosnące zainteresowanie konsumentów koncepcją czystego piękna (*pure beauty*), czyli produktami bez szkodliwych substancji, naturalnymi, etycznie pozyskiwanymi i nie testowanymi na zwierzętach. Minimalistyczne składniki i przyjazne dla środowiska

opcje są coraz popularniejsze np. w Skandynawii. W skali globalnej coraz ważniejsze stają się również ekologiczne opakowania (m.in. nadające się do recyklingu i z surowców pochodzących z recyklingu). W Chinach zachodzą zmiany regulacyjne mające zwiększyć bezpieczeństwo rodzimych produktów kosmetycznych.

Duże nasycenie rynku, zwłaszcza w krajach rozwiniętych, ogranicza w pewnym stopniu jego ekspansję. W coraz szerszej skali wprowadzane są innowacje i spersonalizowane rozwiązania kosmetyczne dostosowane do indywidualnych typów skóry, czy rodzajów włosów. Przyciąga to nowych klientów, w tym z młodszych grup wiekowych.

W części zamożniejszych krajów (np. we Francji i w Ameryce Północnej) coraz popularniejsze stają się kosmetyki z grupy premium, co napędza popyt na luksusowe i innowacyjne oferty.

Na niektórych rynkach (np. afrykańskich, australijskim) odnotowywane jest rosnące zainteresowanie kosmetykami produkowanymi w oparciu o lokalnie dostępne składniki.

Coraz szybsze tempo życia, chęć skrócenia i uproszczenia codziennych czynności pielęgnacyjnych, skłaniają konsumentów do częstszego stosowania produktów wielofunkcyjnych (np. łączących pielęgnację skóry i makijaż).

Wpływ mediów społecznościowych kształtuje trendy, promując kulturę inkluzywności i różnorodności w standardach piękna. Rośnie liczba influencerów promujących niszowe, rzemieślnicze marki.

W raporcie przedstawiamy prognozy wielkości branży do 2030 oraz dane o rynkach 10 największych światowych importerów kosmetyków.

Polska branża kosmetyczna

W 2024 Polska poprawiła o 1 pozycję lokatę w eksporcie kosmetyków plasując się na 12. miejscu na świecie – z udziałem 3,1%. W globalnym imporcie osiągnęła udział 2,3% i była 13. (vs 14. miejsca w 2023). Sytuacja w branży w Polsce w 2024 lekko się pogorszyła.

W 2024 wyniki branży były słabsze niż w 2023. Przychody producentów kosmetyków i wyrobów toaletowych (PKD 20.42), zatrudniających powyżej 9 osób, spadły o 9%, osiągając 12,3 mld zł. Wynik finansowy netto obniżył się o 52%, do 806 mln zł. Marża EBITDA pogorszyła się o 5,3pp do 12,3%, a rentowność sprzedaży netto spadła o 7,1pp do 6,7%. Słabszy zysk wpłynął na zmniejszenie inwestycji o 20%, co może odbić się na konkurencyjności producentów w dłuższej perspektywie.

Na koniec 2024 w Polsce funkcjonowało 88 producentów kosmetyków i wyrobów toaletowych o zatrudnieniu powyżej 9 osób. Liczba pracujących osiągnęła 15,5 tys. osób. W 65 firmach (74% ogółu) przeważał kapitał krajowy.

Udział eksportu w przychodach ogółem spadł do 44% (vs 51% w 2023). Wartość eksportu branży kosmetycznej (CN 33) zwiększyła się w 2024 o 4% do 5,3 mld EUR, a import wzrósł silniej – o 9% do 4 mld EUR.

Główne trendy w branży to:

(a) zrównoważony rozwój potwierdzony odpowiednimi certyfikatami,

(b) tworzenie produktów skoncentrowanych, bardziej wydajnych i ekonomicznych,
(c) zminimalizowanie obecności substancji alergizujących,
(d) produkcję na bazie surowców biodegradowalnych,
(e) stosowanie coraz łagodniejszych konserwantów,
(f) używanie opakowań nadających się do łatwego recyklingu i z surowców pochodzących z recyklingu oraz opakowań wielokrotnego użytku,
(g) opracowanie innowacyjnych technologii w celu zmniejszenia zużycia energii i wody, emisji CO₂ i ilości odpadów,
(h) stopniowe wycofywanie ze sprzedaży produktów zawierających mikroplastik,
(i) wzrost popularności dermokosmetyków, produktów łączących cechy kosmetyków i preparatów dermatologicznych, które poza pielęgnacją pomagają zwalczać problemy skórne,
(j) konieczność poniesienia znaczących kosztów związanych z unijną dyrektywą oczyszczania ścieków komunalnych (implementacja do prawa krajowego ma nastąpić do końca lipca 2027), wprowadzającą mechanizm rozszerzonej odpowiedzialności producenta.

W krótkim okresie lepsza sytuacja finansowa gospodarstw domowych zachęci do zwiększenia zakupów kosmetyków, co pozwoli na poprawę wyników branży. Wolniejszy wzrost cen surowców i wynagrodzeń będą czynnikami pozytywnie wpływającym na poziom kosztów operacyjnych. Utrzymujące się spowolnienie gospodarcze w Niemczech, dokąd trafia duża część polskiego eksportu oraz aprecjacja złotego, obniżająca konkurencyjność eksportu krajowych wyrobów, mogą wyhamować dynamikę wysyłki towarów za granicę.

W dłuższej perspektywie branża stoi przed koniecznością zastąpienia surowców syntetycznych składnikami naturalnymi oraz w jak najmniejszym stopniu negatywnie oddziałującymi na zdrowie człowieka i środowisko naturalne.

Przewidujemy, że rok 2025 i lata kolejne powinny przynieść poprawę sytuacji w polskiej branży kosmetycznej.



Polska branża kosmetyczna

Mocne strony

+

- konkurencyjność oparta na korzystnej relacji ceny do jakości polskich kosmetyków
- duża różnorodność oferty produktowej i jej ciągła rozbudowa
- wysoka elastyczność polskich producentów, umiejętność szybkiego dostosowania asortymentu do zmieniających się potrzeb i oczekiwań odbiorców (np. popularności kosmetyków naturalnych, wegańskich)
- otwartość na innowacje w zakresie receptur, opakowań i składników aktywnych (rozwinęte zaplecze badawczo-rozwojowe)
- dostępność wykwalifikowanej siły roboczej w sektorze chemicznym, kosmetycznym i biotechnologicznym

Słabe strony

-

- wysoki udział surowców, komponentów i opakowań z importu, zwiększający wrażliwość na problemy z łańcuchami dostaw i wzrost cen logistyki
- niewielki udział rynków pozaeuropejskich w eksporcie i duże uzależnienie branży od koniunktury na rynkach europejskich
- niska siła przetargowa małych producentów wobec dużych sieci detalicznych i hurtowni
- niewystarczająca reprezentacja polskich marek w globalnych sieciach detalicznych, drogeriach i e-platformach
- słaba obecność w segmencie premium na rynkach zagranicznych

Czynniki sprzyjające rozwojowi

- relatywnie dobra kondycja finansowa
- wzrost dochodów ludności i konsumpcji
- poprawa świadomości konsumenckiej w zakresie pielęgnacji, zdrowia i estetyki
- starzejące się społeczeństwo i rosnące zapotrzebowanie na dermokosmetyki i produkty anti-aging
- wolniejszy wzrost cen surowców i wynagrodzeń ograniczające wzrost kosztów
- inwestycje w rozbudowę sieci sklepów stacjonarnych za granicą i kanału e-commerce
- znaczny udział w sprzedaży eksportowej spółek córek międzynarodowych koncernów kosmetycznych produkujących w Polsce
- dalsze inwestycje w branding i marketing zwiększające widoczność polskich marek na świecie
- rozwój technologii ograniczających zużycie energii i wody, emisji CO₂ oraz ilości odpadów
- szansa na zwiększenie wydatków producentów w obszarze badań, rozwoju i ESG w ramach funduszy z KPO i innych programów
- aktywne poszukiwanie zagranicznych rynków zbytu (w Azji i Afryce, na Bliskim Wschodzie)

Czynniki ograniczające rozwój

- silna presja cenowa i marketingowa ze strony dużych, globalnych firm
- aprecjacja złotego obniżająca konkurencyjność eksportu
- utrzymujące się spowolnienie gospodarcze w Niemczech, gdzie trafia 1/5 polskiego eksportu kosmetyków
- wysokie koszty dostosowywania wyrobów do regulacji unijnych (dot. składników, opakowań, dystrybucji, oczyszczania ścieków)
- odczuwalna konkurencja producentów z krajów o niskich kosztach produkcji
- brak krajowych alternatyw dla kluczowych składników (np. substancji aktywnych, surowców)
- niewykorzystywanie w pełni potencjału eksportowego przez wiele – zwłaszcza mniejszych – firm
- polityka celna administracji D.Trumpa mogąca zaostrzyć konkurencję na rynkach unijnych i innych tradycyjnych rynkach zbytu polskich producentów
- nowe wymagania raportowania oraz konieczność podejmowania działań dotyczących ESG



ŚWIAT



Bank Polski

Podstawowe dane o rynku

Sprzedaż

mld EUR, 2024

W latach 2022-2024 sprzedaż kosmetyków na świecie wzrastała w średnim tempie 8,1% rocznie i osiągnęła wartość 598 mld EUR (wg szacunków Statista).

Azja to największy rynek sprzedaży kosmetyków. W 2024 jego wartość wyniosła 234 mld EUR i stanowiła 39,2% światowej sprzedaży.



świat 597,9



Europa 134,5



Polska 5,2

Źródło: Statista

Eksport

mld EUR, 2024

Francja była światowym liderem w eksporcie kosmetyków. W 2024 osiągnęła udział w rynku na poziomie 14,5%.

Największym importerem w 2024 były Stany Zjednoczone – z udziałem 12,2% w światowym imporcie.

W 2024 Polska była 12. największym eksporterem kosmetyków na świecie – z udziałem na poziomie 3,1% oraz 13. największym importerem – z udziałem w wysokości 2,3%.



świat 174,6



Europa 102,2



Polska 5,3

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Wydatki per capita

EUR, 2024

Pierwszą pozycję na świecie pod względem wydatków per capita przeznaczanych na zakup kosmetyków zajmują Japończycy, którzy w 2024 wydali przeciętnie na ten cel równowartość 360 EUR. Na drugim miejscu uplasowali się Islandczycy (344 EUR), a na trzecim – Szwajcarzy (291 EUR).

W 2024 średnie wydatki na kosmetyki na mieszkańca w Europie wyniosły 159 EUR i wzrosły o 1,4%.



Europa 159



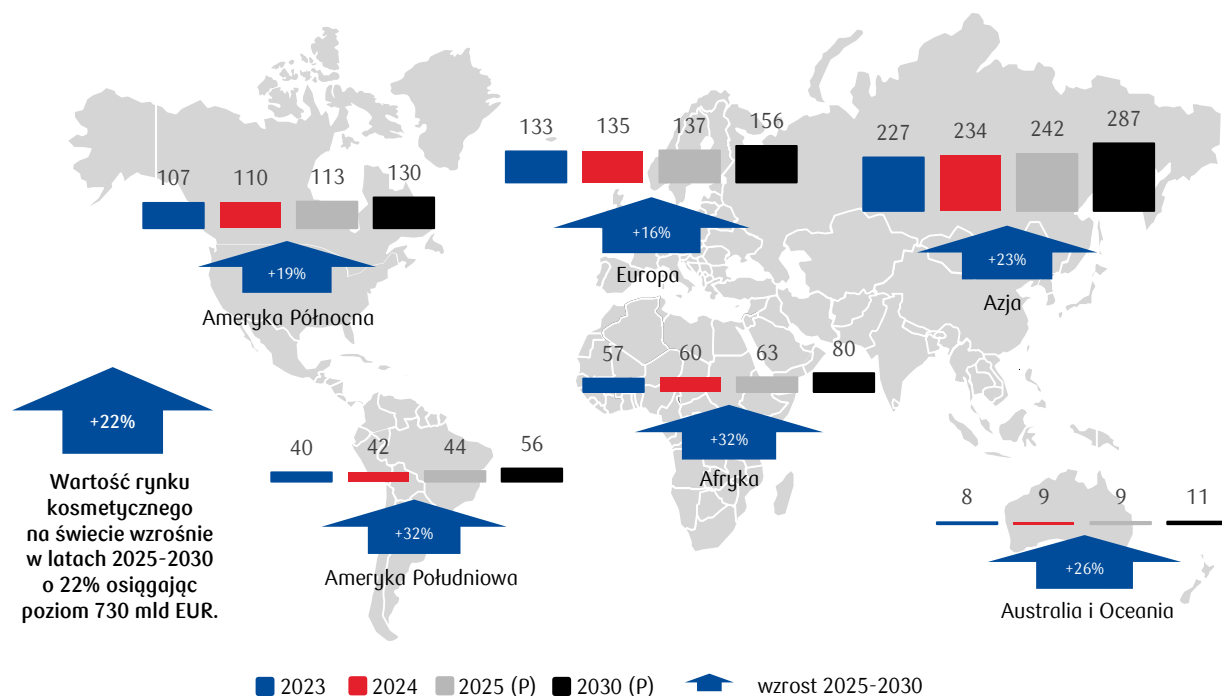
Polska 130



świat 77

Źródło: Statista

Rynek kosmetyków na świecie – sprzedaż wg kontynentów (mld EUR)



Źródło: Statista

W 2024 światowa sprzedaż kosmetyków osiągnęła 598 mld EUR, czyli o 28,6% więcej niż w 2020. Według Statisty, sprzedaż na początku pandemii COVID-19 spadła średnio o 2,7% rocznie (CAGR 2020-2021). Jednak w kolejnych latach sprzedaż ta zwiększała się o 8,1% średnio rocznie (CAGR 2022-2024). W latach 2025-2030 średnie roczne tempo wzrostu sprzedaży kosmetyków na świecie wyniesie 3,4%.

Najwyższą szacunkową sprzedaż kosmetyków w 2024 w wysokości 234 mld EUR obserwowano na rynkach Azji, a jej wartość znacznie wzrosła w latach 2022-2024 średnio rocznie o 8,5%. Na kolejne lata do 2030 prognozy zakładają, że rynki azjatyckie będą odnotowywały wzrost sprzedaży w tempie średnio 3,4% rocznie (CAGR 2025-2030). Region pozostanie światowym liderem sprzedaży tych artykułów.

W latach 2025-2030 najwyższy średni roczny wzrost sprzedaży kosmetyków (4,8%), będzie dotyczył rynków Afryki. Tylko nieznacznie wolniejszy będzie wzrost sprzedaży w Ameryce Południowej (CARG 2025-2030 wynoszący 4,7%).



Rynek kosmetyków na świecie – sprzedaż wg kategorii (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2030 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-30)
Pielęgnacja osobista	205,5	213,7	253,6	260,5	267,0	310,3	-0,7%	6,5%	3,0%
Pielęgnacja skóry	135,5	138,8	169,0	174,6	180,7	215,6	-2,6%	7,9%	3,6%
Makijaż	74,1	63,4	95,9	100,0	104,5	127,3	-7,8%	13,6%	4,1%
Perfumy i wody toaletowe	44,9	40,8	53,6	55,0	56,6	66,8	-5,2%	8,7%	3,3%
Technologia dla urody	5,9	8,3	7,6	7,9	8,2	10,3	5,2%	3,2%	4,5%
Suma	465,9	465,1	579,6	597,9	617,0	730,2	-2,7%	8,1%	3,4%

Źródło: Statista

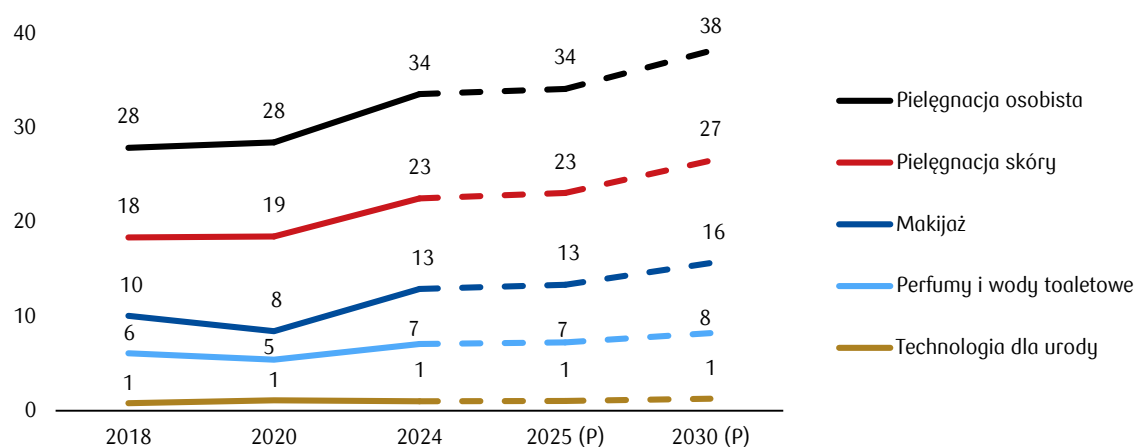
Największy udział w rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej. Według prognoz, w 2025 wyniesie on 43,6% całkowitej sprzedaży branży, jednak do 2030 obniży się do 42,5%.

W latach 2025-2030 kategoria technologia dla urody będzie segmentem rynku o najwyższym średnim rocznym tempie wzrostu (z CARG 4,5%), szybszym od średniego wzrostu o 3,4% rocznie przewidywanego dla kosmetyków ogółem.

Natomiast najniższy średni roczny wzrost prognozowany jest w przypadku kosmetyków do pielęgnacji osobistej (CAGR 2025-2030=3%).

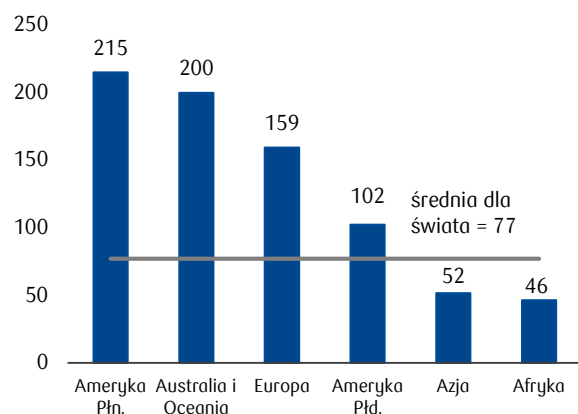


Wydatki per capita na światowym rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

Szacunkowe wydatki per capita na kosmetyki wg kontynentów w 2024 (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 przeciętnie wydatki per capita na kosmetyki na świecie wyniosły 77 EUR. Prognozowany jest wzrost tej wartości do 90 EUR w 2030.

Według danych Statisty, w podziale na kontynenty, **najwięcej per capita na zakup kosmetyków przeznaczyci w 2024 mieszkańcy Ameryki Północnej (215 EUR) oraz Australii i Oceanii (200 EUR)**. Natomiast wydatki te były najniższe w Afryce (46 EUR) i Azji (52 EUR) – kształtując się odpowiednio 40% i 33% poniżej średniej dla świata (77 EUR).

W podziale na kraje w 2024 światowymi liderami wydatków na kosmetyki byli Japończycy (360 EUR). Na drugim miejscu uplasowali się Islandczycy (344 EUR), a na trzecim – Szwajcarzy (291 EUR).

Top 5 krajów na świecie pod względem sprzedaży kosmetyków (mld EUR)

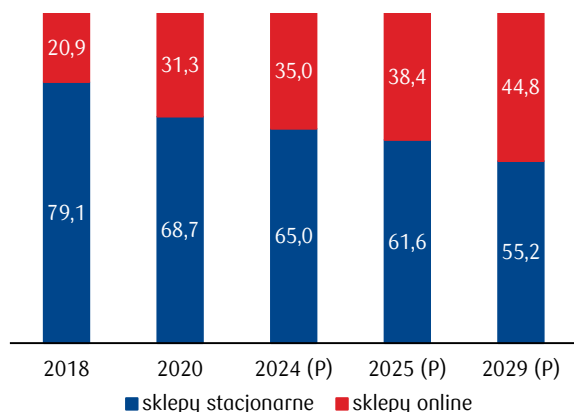
	2018	2020	2024	2025 (P)	2030 (P)
St. Zjednoczone	73	74	93	95	110
Chiny	47	50	65	67	81
Japonia	35	37	44	45	52
Indie	22	22	29	30	36
Brazylia	21	16	24	26	33

Źródło: Statista

Największym rynkiem na świecie w 2024 były Stany Zjednoczone, gdzie sprzedaż kosmetyków oszacowano na 93 mld EUR, co stanowiło 15,6% wartości dla świata. Według prognoz Statisty, na pozycji globalnego lidera USA pozostaną co najmniej do 2030 – ze sprzedażą rzędu 110 mld EUR i z udziałem na poziomie 15,1%.

Spośród pięciu wymienionych rynków, najwyższą dynamiką wzrostu w latach 2025-2030 będzie się charakteryzować Brazylia, w której wartość rynku w 2030 przewyższy poziom z 2024 o 37,5%. W tym okresie relatywnie wysokie będzie jeszcze tempo wzrostu rynku w Chinach (24,6%) i w Indiach (24,1%). Najślabiej w latach 2025-2030 będzie rosła sprzedaż kosmetyków w Japonii (o 18,2%) i w Stanach Zjednoczonych (o 18,3%).

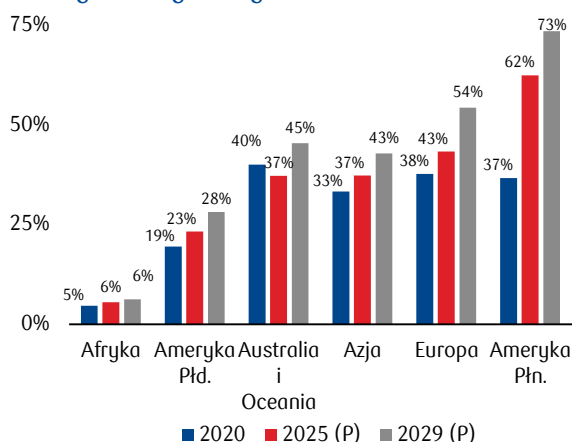
Struktura sprzedaży kosmetyków na świecie wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

Według szacunków Statisty, 35% przychodów ze sprzedaży kosmetyków w 2024 pochodziło ze sklepów online. Prognozowany jest dalszy wzrost zainteresowania tym kanałem dystrybucji i zwiększenie jego udziału do 44,8% w 2029.

Udział kanału online w sprzedaży kosmetyków wg kontynentów



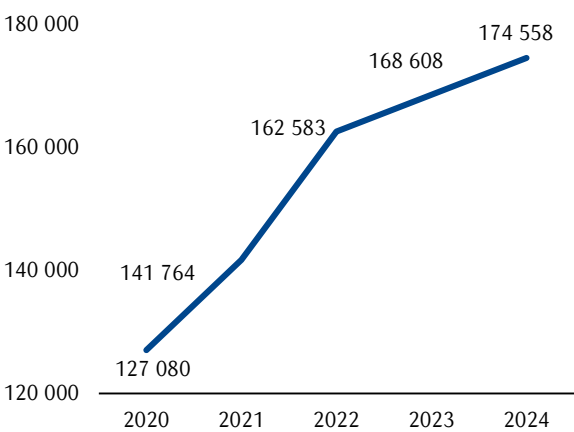
Źródło: Statista

Utrzymuje się znaczne zróżnicowanie w udziale kanału zdalnego w sprzedaży kosmetyków między kontynentami, które pogłębi się jeszcze do 2029, przy generalnej tendencji wzrostowej. W 2025 kontynentem z najwyższym udziałem sprzedaży zdalnej (62,3%) będzie Ameryka Północna, podczas gdy w Afryce udział ten wyniesie jedynie 5,5%. W 2029 blisko 3/4 sprzedaży kosmetyków na rynku północnoamerykańskim będzie miała miejsce w sieci, a rynek afrykański zanotuje wzrost udziału jedynie do 6,2%.

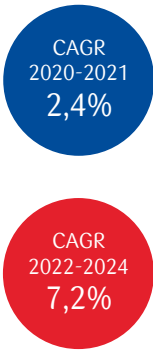


Handel międzynarodowy

Eksport kosmetyków na świecie (mln EUR)

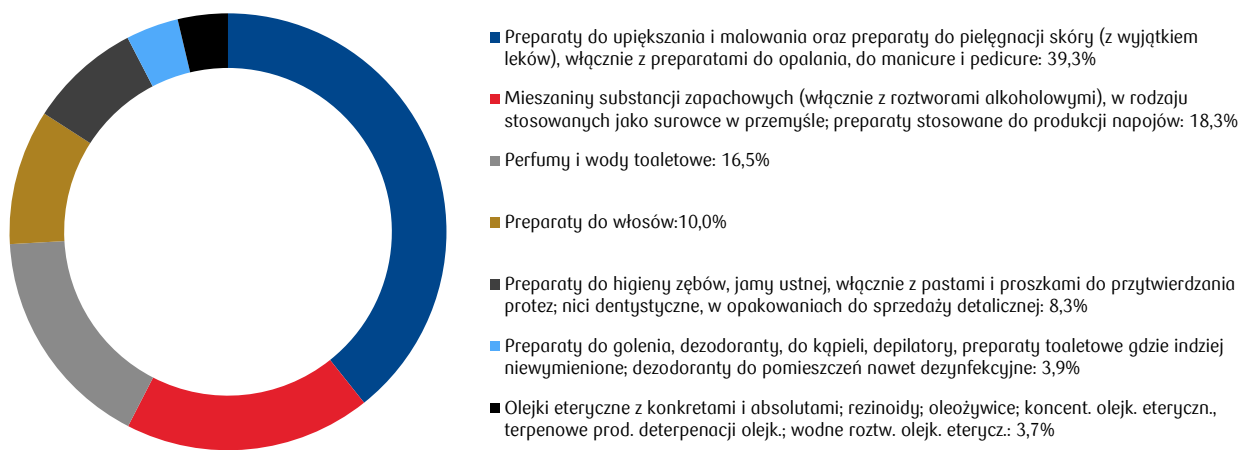


Źródło: International Trade Centre (HS 33)



W latach 2020-2021 światowy eksport kosmetyków odnotował średni roczny wzrost o 2,4%, który w latach 2022-2024 przyspieszył do 7,2% przeciętnie rocznie, osiągając poziom 174,6 mld EUR w 2024.

Struktura światowego eksportu kosmetyków wg rodzaju w 2024

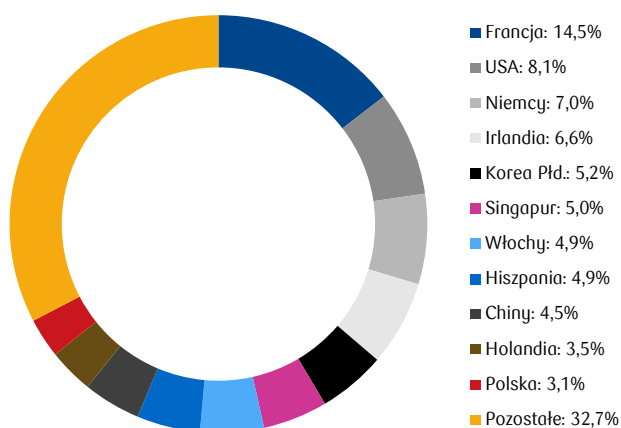


Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Największy udział w światowym eksporcie kosmetyków (39,3%) ma kategoria: **preparaty do upiększania i malowania oraz preparaty do pielęgnacji skóry** (z wyjątkiem leków), włącznie z preparatami do opalania, do manicure i pedicure – oznaczona HS 3304.



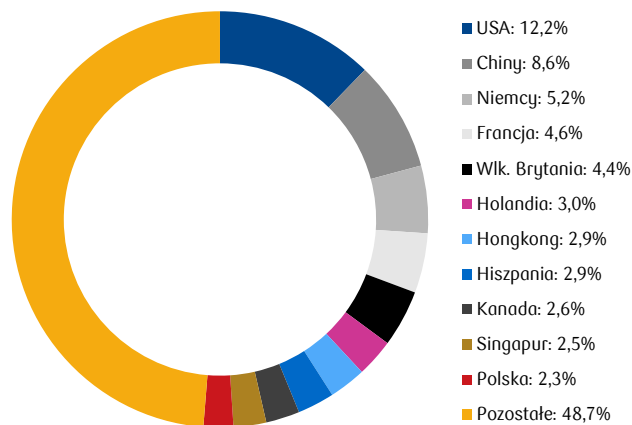
Struktura światowego eksportu kosmetyków w 2024



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

- W 2024 liderem w eksporcie kosmetyków była Francja, która sprzedała za granicę kosmetyki o wartości 25,4 mld EUR, co stanowiło 14,5% światowego eksportu.
- 10 największych eksporterów kosmetyków odpowiadało za 64,3% eksportu ogółem.
- Polska była 12. największym eksporterem kosmetyków z udziałem na poziomie 3,1%.
- Udział Polski w globalnym eksporcie kosmetyków wzrósł w latach 2019-2024 z poziomu 2,6% do 3,1%.

Struktura światowego importu kosmetyków w 2024



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

- Światowym liderem w imporcie kosmetyków były Stany Zjednoczone, które nabyły z zagranicy kosmetyki o wartości 21,5 mld EUR, co stanowiło 12,2% globalnego importu.
- Udział 10 największych importerów kosmetyków wyniósł 49% importu ogółem tej kategorii.
- Polska była 13. największym importerem kosmetyków z udziałem w wysokości 2,3%.
- W latach 2019-2024 udział Polski w światowym imporcie wzrósł o 0,4pp do 2,3%.



EUROPA I POLSKA



Bank Polski

Wielkość rynku w Europie

Rynek kosmetyków w Europie – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2030 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-30)
Pielęgnacja osobista	50,1	50,0	56,1	56,6	57,3	63,6	0,3%	3,1%	2,0%
Pielęgnacja skóry	33,2	31,9	37,5	38,1	39,0	45,1	-2,3%	4,9%	2,8%
Makijaż	17,6	14,5	20,7	21,1	21,9	25,8	-6,1%	9,3%	3,4%
Perfumy i wody toaletowe	15,3	13,7	16,8	17,0	17,3	19,8	-3,4%	4,9%	2,6%
Technologia dla urody	1,5	2,0	1,7	1,7	1,7	2,0	6,3%	-0,2%	2,1%
Suma	117,7	112,1	132,8	134,5	137,2	156,2	-1,8%	4,7%	2,5%

Źródło: Statista

W latach 2025-2030 wartość rynku w kosmetyków w Europie będzie wzrastała o 2,5% rocznie.

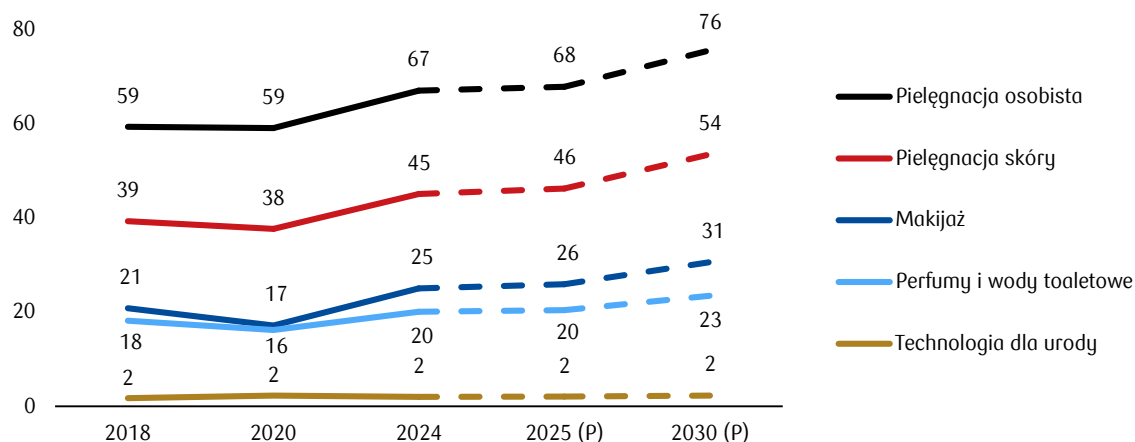
W pierwszych latach pandemii COVID-19 sprzedaż kurczyła się średnio rocznie o 1,8% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano wzrost o 4,7% średnio rocznie w trzech kolejnych latach. Według Statistyk, w kolejnych latach sprzedaż

będzie wzrastać znacznie wolniej i w 2030 wyniesie 156,2 mld EUR.

Inaczej niż średnio na świecie – w Europie najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CARG 2025-2030 wynoszącym 3,4%), a sprzedaż tej kategorii w 2030 będzie wyższa niż w 2024 o 21,9%.

W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Europie jest przewidywana na 57,3 mld EUR, co stanowi 42,1% rynku – nieco mniej niż 43,6% notowane średnio na świecie.

Wydatki per capita na europejskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Europy wydał przeciętnie na kosmetyki 159 EUR. W kolejnych latach prognozuje się zwiększenie wydatków na ten cel do 186 EUR w 2030.



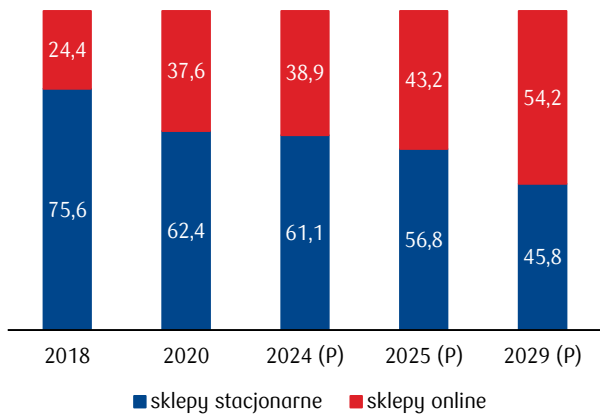
Top 5 krajów w Europie pod względem sprzedaży kosmetyków (mld EUR)

	2018	2020	2024	2025 (P)	2030 (P)
Niemcy	17	16	19	19	21
Wlk. Brytania	14	13	16	16	18
Francja	15	14	16	17	19
Rosja	15	13	15	15	17
Włochy	10	10	11	12	13

Źródło: Statista

W 2024 najwyższa sprzedaż kosmetyków wśród krajów europejskich obserwowana była w Niemczech i wyniosła 19 mld EUR (co stanowiło 14,1% europejskiego rynku). Prognozowany jest wzrost tej wartości do 21 mld EUR w 2030, czyli poziomu jedynie o 10,5% wyższego niż w 2024, co będzie oznaczało najwolniejszy wzrost spośród pięciu najważniejszych europejskich rynków. Na drugim biegunie będzie Francja, w której sprzedaż do 2030 wzrośnie najsilniej, bo o 18,8% wobec 2024.

Struktura sprzedaży kosmetyków w Europie wg kanałów dystrybucji (%)



Sklepy online odpowiadały za 38,9% przychodów ze sprzedaży kosmetyków w Europie w 2024. Prognozuje się, że do 2029 udział przychodów z kanałów e-commerce istotnie zwiększy się do 54,2%.

Źródło: Statista



Wielkość rynku w Polsce

Rynek kosmetyków w Polsce – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2030 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-30)
Pielęgnacja osobista	2,18	2,16	2,44	2,51	2,55	3,03	-1,6%	5,4%	3,2%
Pielęgnacja skóry	1,11	1,13	1,36	1,42	1,48	1,80	-1,3%	7,9%	4,0%
Makijaż	0,49	0,41	0,58	0,60	0,62	0,74	-7,7%	11,5%	3,5%
Perfumy i wody toaletowe	0,57	0,53	0,61	0,62	0,64	0,79	-4,2%	5,7%	3,9%
Technologia dla urody	0,06	0,08	0,07	0,07	0,08	0,09	6,9%	-0,3%	3,4%
Suma	4,42	4,31	5,06	5,23	5,37	6,43	-2,4%	6,6%	3,5%

Źródło: Statista

W latach 2025-2030 wzrost wartości rynku kosmetyków w Polsce spowolni do 3,5% średnio rocznie. Na początku pandemii COVID-19 sprzedaż kosmetyków spadała średnio rocznie o 2,4% (CAGR 2020-2021). Następnie obserwowano istotne odbicie rynku średnio rocznie o 6,6% w trzech kolejnych latach (CAGR 2022-2024). Według prognoz Statisty, w latach

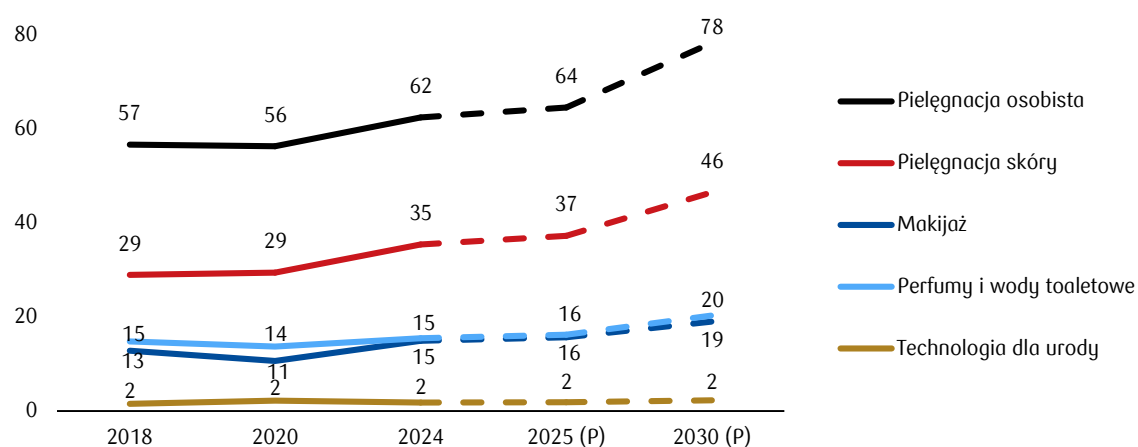
2025-2030 wartość przychodów będzie wzrastać blisko 2-krotnie wolniej, osiągając w 2030 poziom 6,4 mld EUR.

Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do pielęgnacji skóry (z CARG 2025-2030 wynoszącym 4,0%), a sprzedaż tej kategorii w 2030 będzie wyższa od wartości z 2024 o 26,4%.

W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Polsce jest przewidywana na 2,6 mld EUR, co stanowi 48% rynku, a do 2030 udział ten obniży się o 1pp.



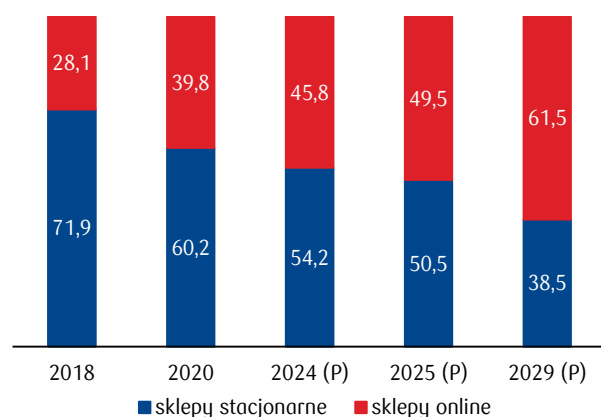
Wydatki per capita na polskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Polski wydał przeciętnie na kosmetyki 130 EUR. Według prognoz do 2030 wydatki na ten cel wzrosną o 36 EUR.

Struktura sprzedaży kosmetyków w Polsce wg kanałów dystrybucji (%)

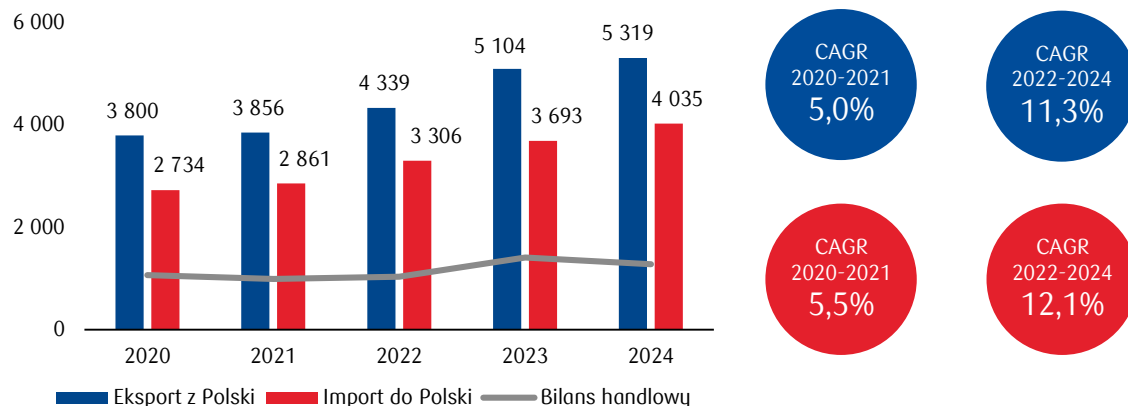


Sklepy online odpowiadały za 45,8% przychodów ze sprzedaży kosmetyków w Polsce w 2024. Prognozuje się, że do 2030 udział przychodów z kanałów e-commerce znacznie się zwiększy (do 61,5%).

Źródło: Statista

Polski eksport

Polski handel zagraniczny kosmetykami (mln EUR)



Źródło: GUS (CN 33)

Eksport kosmetyków z Polski

w latach 2020–2024 wzrósł

o 40% z poziomu 3,8 mld EUR

w 2020 do 5,3 mld EUR w 2024.

Import zwiększył się trochę bardziej,

bo o 47,6%, z 2,7 mld EUR

do 4 mld EUR. Na początku pandemii

(2020-2021) w eksporcie i imporcie

kosmetyków notowano słabszy

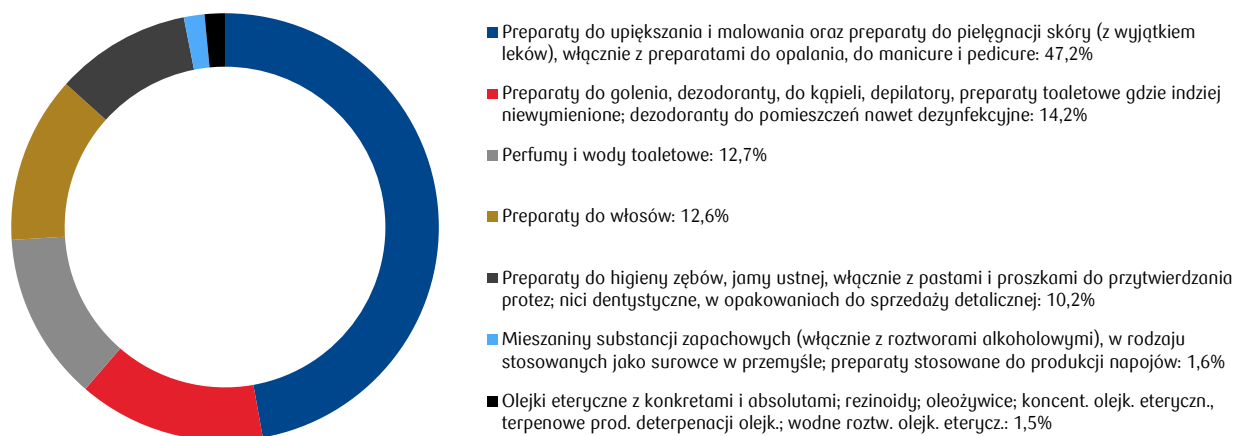
wzrost (odpowiednio średnio rocznie

o 5% i o 5,5%) niż przeciętnie w trzech

kolejnych latach, kiedy to CAGR

2022-2024 wyniósł 11,3% i 12,1%.

Struktura polskiego eksportu kosmetyków wg rodzaju w 2024 (4-cyfrowe kody CN)

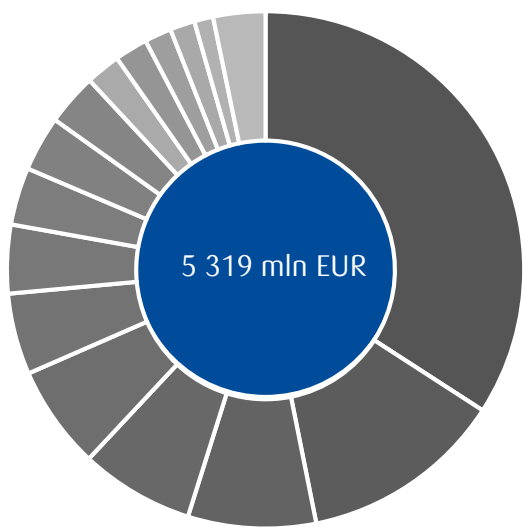


Źródło: GUS (CN 33)

W klasyfikacji wg 4-cyfrowych kodów CN **największą kategorią polskiego eksportu kosmetyków w 2024 była pozycja 3304, do której należą preparaty do upiększania i malowania oraz preparaty do pielęgnacji skóry (z wyjątkiem leków), włącznie z preparatami do opalania, do manicure i pedicure.** Stanowiła ona aż 47,2% polskiego eksportu kosmetyków ogółem.



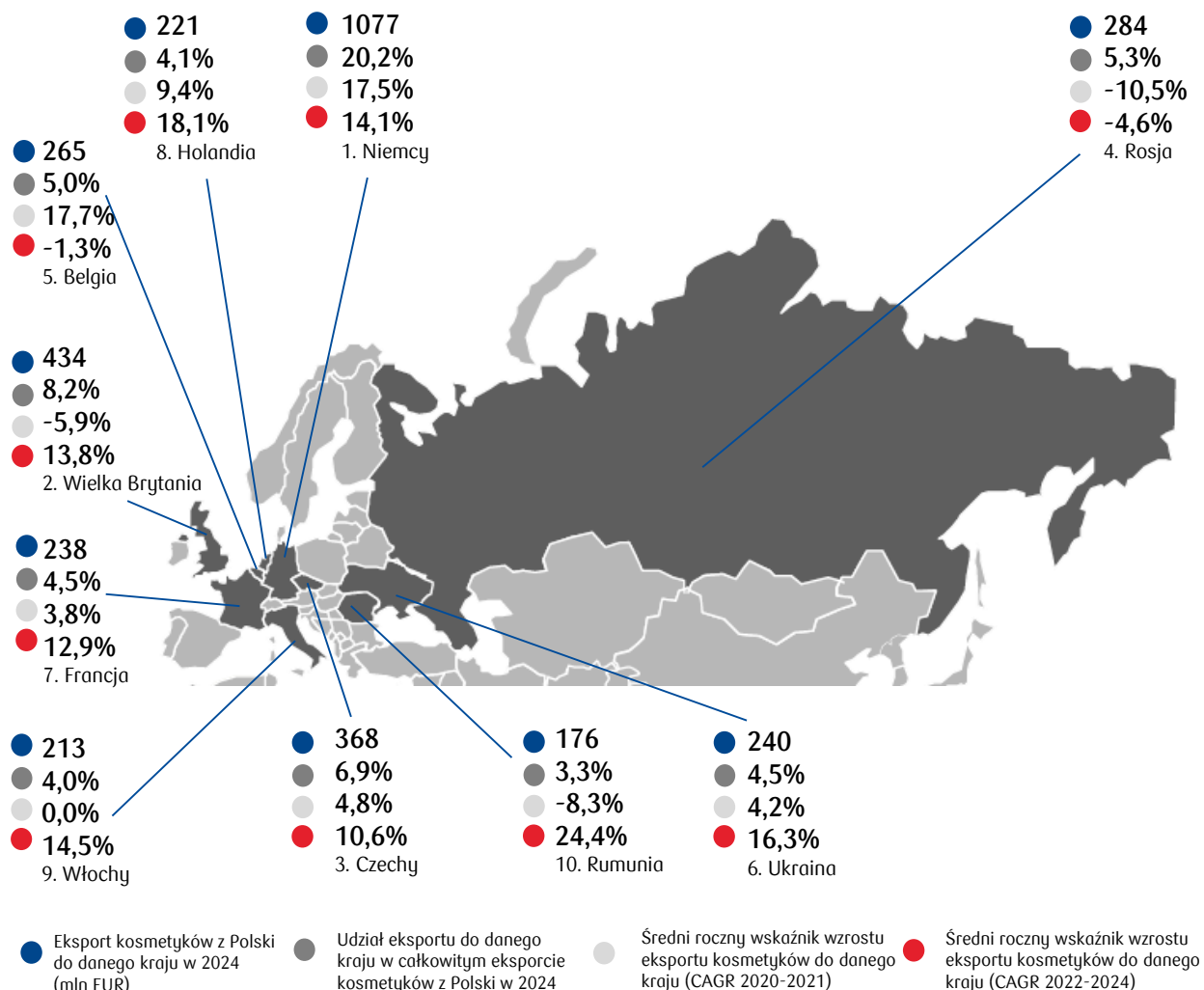
Struktura polskiego eksportu w 2024



Źródło: GUS (CN 33)

Według 6-cyfrowych kodów CN, największy udział w polskim eksporcie kosmetyków w 2024 miała kategoria **330499: preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione** – z udziałem 34,1%.

Główni odbiorcy polskich kosmetyków w 2024



Źródło: GUS (CN 33)

Głównymi kierunkami eksportowymi polskich producentów w 2024 były kraje europejskie.

Od lat największym odbiorcą są Niemcy, do których w 2024 trafiło 20,2% polskiego eksportu kosmetyków. Trzej kolejni odbiorcy w 2024 to: Wielka Brytania, Czechy

i Rosja, które nabyły łącznie 20,4% eksportowanych przez Polskę kosmetyków.

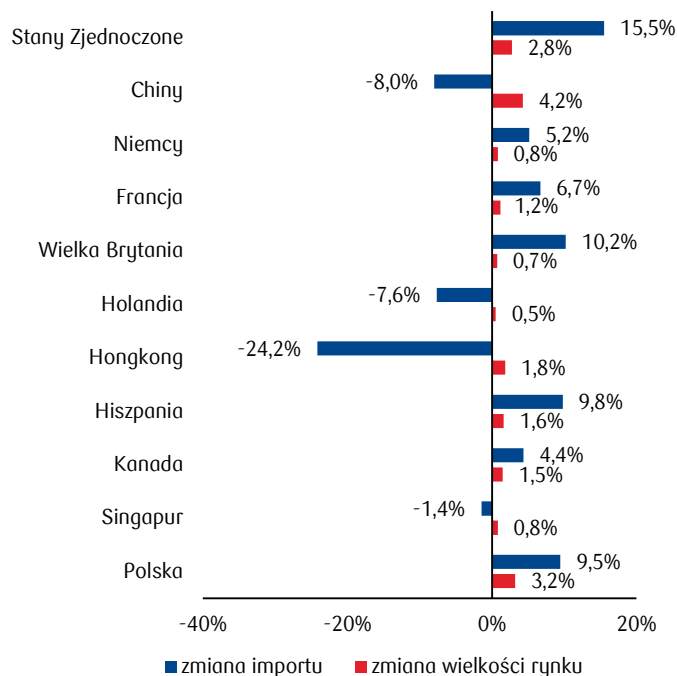
Na 10 największych rynków docelowych polskiej branży kosmetycznej trafiło 66,1% naszego eksportu tych towarów w 2024.

Średnia roczna dynamika polskiego eksportu kosmetyków do tych krajów w latach 2022-2024 była dość zróżnicowana: od 4,6-procentowego spadku w przypadku Rosji do 24,4-procentowego wzrostu dla Rumunii.

Bank Polski

Najwięksi importerzy

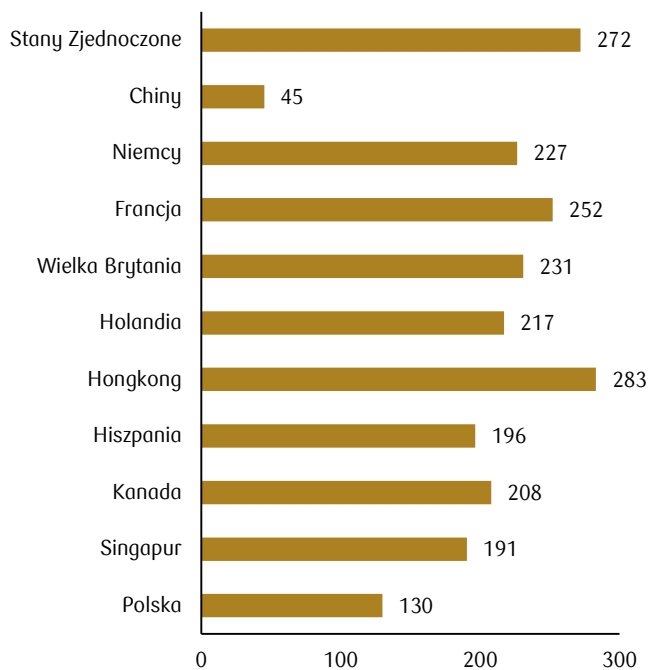
Zmiana wielkości rynku i importu kosmetyków w 2024 w ujęciu rocznym



Źródło: International Trade Centre (HS 33), Statista



Wydatki per capita na kosmetyki w 2024 (EUR)

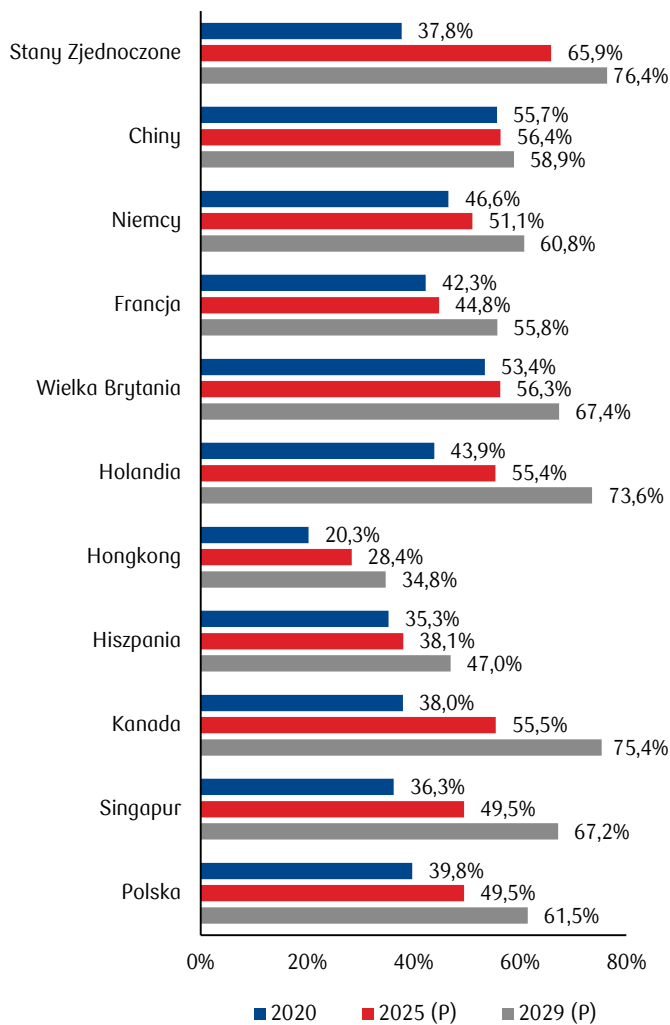


Źródło: Statista

Uwaga: Ranking 10 największych importerów kosmetyków wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych państw w 2024 dostępnych w dniu 13.05.2025.



Udział kanału online w sprzedaży kosmetyków



Źródło: Statista

TOP-10
importerów kosmetyków
+ Polska

Uwaga: Ranking 10 największych importerów kosmetyków wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych państw w 2024 dostępnych w dniu 13.05.2025.

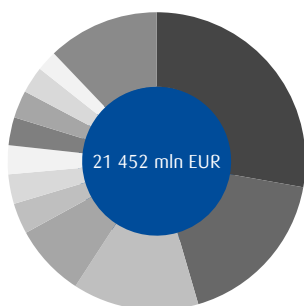


Stany Zjednoczone 1. pozycja



Bank Polski

Struktura importu kosmetyków do Stanów Zjednoczonych w 2024



- 27,8% Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
- 17,7% Perfumy i wody toaletowe
- 13,7% Mieszaniny substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
- 7,9% Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
- 3,4% Szampony do włosów
- 3,2% Preparaty do malowania ust
- 3,1% Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
- 3,0% Preparaty do malowania oczu
- 3,0% Mieszaniny substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
- 2,9% Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
- 2,2% Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
- 12,1% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Stanów Zjednoczonych zanotował w latach 2020-2021 średni wzrost o 3,6%. Natomiast w latach 2022-2024 nastąpiło przyspieszenie jego dynamiki do 15,4% średnio rocznie.

Wśród zagranicznych dostawców kosmetyków na amerykański rynek pierwszą pozycję zajmuje Francja z udziałem wynoszącym 18,8%. Kosmetyki z Polski o wartości 61 mln EUR w 2024 stanowiły

zaledwie 0,3% importu kosmetyków do Stanów Zjednoczonych, co dało Polsce 28. miejsce wśród dostawców (wobec 27. lokaty w 2023), przy blisko 16-procentowym wzroście tego importu.

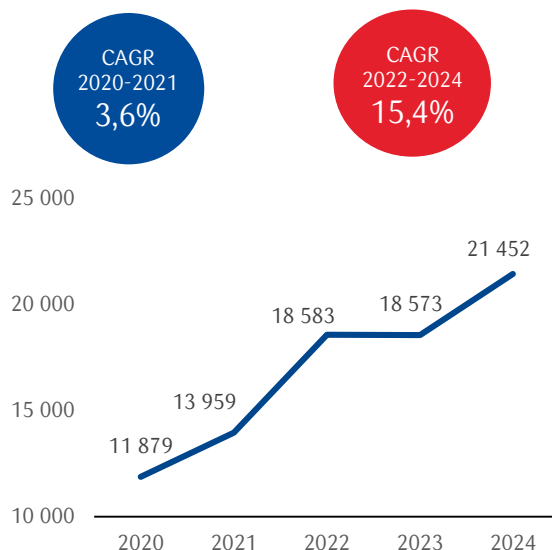
Top 10 dostawców + Polska (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Francja	18,8%	4 024,8	↑ 11,8%
2.	Irlandia	17,9%	3 844,8	↑ 13,3%
3.	Włochy	8,6%	1 848,6	↑ 13,3%
4.	Korea Płd.	8,2%	1 768,8	↑ 56,5%
5.	Kanada	8,0%	1 723,4	↑ 1,8%
6.	Meksyk	7,1%	1 532,3	↑ 0,0%
7.	Chiny	5,6%	1 200,7	↑ 14,3%
8.	Hiszpania	4,3%	928,7	↑ 11,3%
9.	ZEA	2,9%	613,0	↑ 113,8%
10.	Wielka Brytania	2,6%	549,4	↑ 13,1%
...	...	...	...	...
28.	Polska	0,3%	61,1	↑ 15,8%

Import USA (21 452 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do St. Zjednoczonych (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)



Stany Zjednoczone 1. pozycja



Bank Polski

Rynek kosmetyków w Stanach Zjednoczonych – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2030 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-30)
Pielęgnacja osobista	34,3	36,3	41,3	41,9	42,6	47,3	-1,9%	5,7%	2,0%
Pielęgnacja skóry	17,1	17,9	21,8	22,9	23,7	28,5	-3,4%	9,4%	3,8%
Makijaż	13,9	12,0	18,0	18,7	19,5	23,6	-9,4%	14,5%	3,9%
Perfumy i wody toaletowe	6,8	6,6	8,1	8,1	8,3	9,5	-5,5%	7,7%	2,7%
Technologia dla urody	1,0	1,4	1,3	1,3	1,3	1,5	4,1%	3,3%	2,3%
Suma	73,1	74,1	90,4	92,9	95,4	110,4	-3,9%	8,3%	2,9%

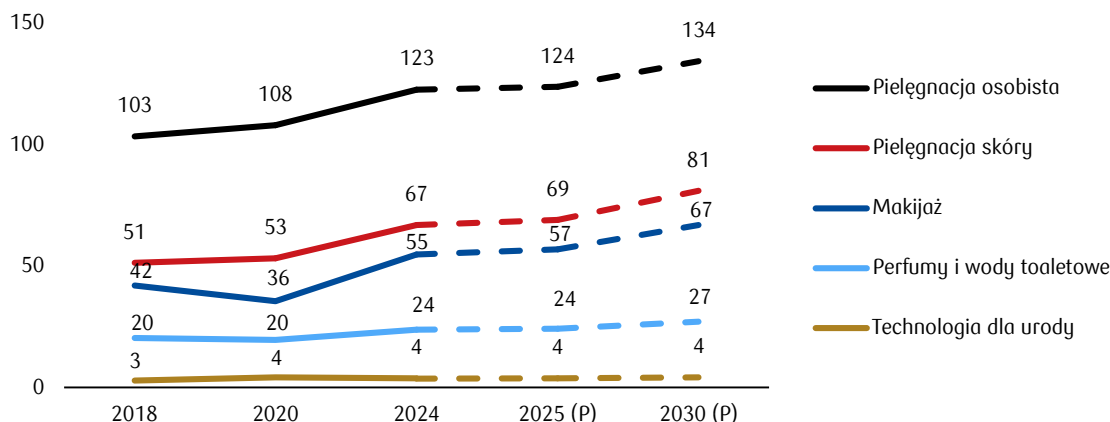
Źródło: Statista

W początkowych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek sprzedaży kosmetyków w Stanach Zjednoczonych o 3,9% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano silny wzrost o 8,3% średnio rocznie w trzech kolejnych latach (CAGR 2022-2024). Według prognoz Statisty, w latach 2025-2030 wartość rynku kosmetyków w Stanach

Zjednoczonych odnotuje znacznie słabszy niż ostatnio wzrost w wysokości 2,9% średnio rocznie osiągając poziom 110,4 mld EUR w końcu okresu. Inaczej niż średnio na świecie i podobnie jak w Europie – **w Stanach Zjednoczonych najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CAGR 2025-2030 wynoszącym**

3,9%), a sprzedaż tej kategorii w 2030 będzie wyższa od wartości z 2024 o 25,7%. W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Stanach Zjednoczonych jest przewidywana na 42,6 mld EUR, co stanowi 45,1% rynku.

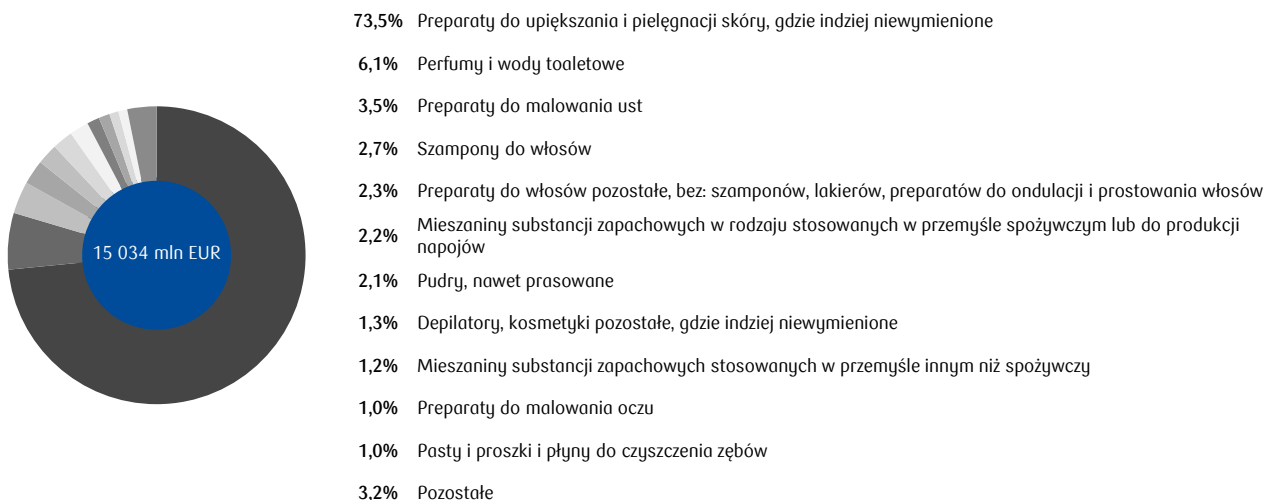
Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Stanach Zjednoczonych (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Stanów Zjednoczonych wydał na kosmetyki średnio 272 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do 314 EUR w 2030.

Struktura importu kosmetyków do Chin w 2024



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Chin zanotował w latach 2020-2021 średni wzrost o 19% rocznie. Natomiast po 2022 obserwowano jego istotny spadek (CARG 2022-2024=-9,7%), co może być efektem osłabienia wzrostu gospodarczego w latach 2023-2024 oraz o większym

korzystaniu z kosmetyków z krajowej produkcji. Podobne obniżenie importu miało miejsce w Hongkongu.

Wśród zagranicznych dostawców kosmetyków na rynek chiński pierwszą pozycję zajmuje Francja z wysokim udziałem rzędu 27,2%.

Kosmetyki z Polski o wartości 100 mln EUR w 2024 stanowiły jedynie 0,7% importu kosmetyków do Chin, co dało Polsce 16. miejsce wśród dostawców. W skali roku pozycja Polski pogorszyła się o 2 lokaty, wskutek znacznego blisko 37-procentowego spadku importu.

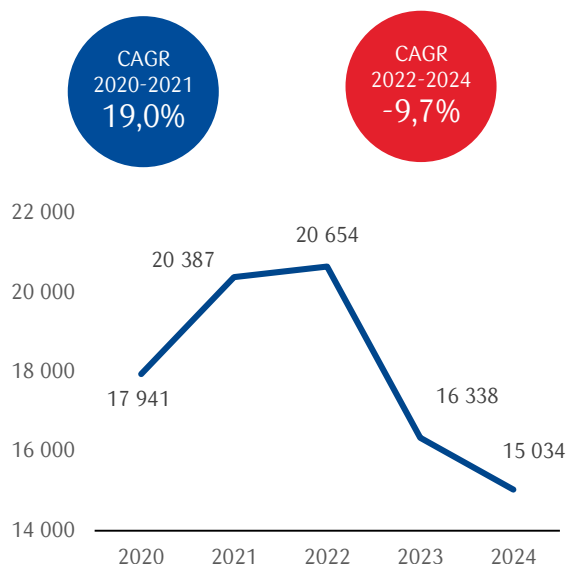
Top 10 dostawców + Polska (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Francja	27,2%	4 090,7	↓ -8,1%
2.	Japonia	17,8%	2 680,8	↓ -26,8%
3.	Korea Płd.	12,8%	1 924,4	↓ -5,0%
4.	USA	11,7%	1 753,4	↓ -1,7%
5.	Wielka Brytania	8,2%	1 234,5	↑ 19,7%
6.	Włochy	4,1%	623,1	↑ 3,7%
7.	Hiszpania	2,3%	348,0	↓ -4,6%
8.	Belgia	1,8%	264,5	↑ 27,3%
9.	Niemcy	1,7%	255,8	↓ -9,9%
10.	Tajlandia	1,5%	219,2	↓ -6,6%
...	...	...	...	...
16.	Polska	0,7%	100,3	↓ -36,6%

Import Chiny (15 034 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Chin (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Rynek kosmetyków w Chinach – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2030 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-30)
Pielęgnacja osobista	20,7	22,7	26,5	27,3	27,9	32,3	1,8%	6,1%	2,8%
Pielęgnacja skóry	14,1	15,6	19,1	20,0	20,9	25,3	-0,3%	9,5%	4,0%
Makijaż	10,2	9,7	14,3	15,1	16,0	20,2	-4,1%	13,8%	4,9%
Perfumy i wody toaletowe	0,9	1,0	1,2	1,2	1,2	1,4	-3,0%	8,5%	3,1%
Technologia dla urody	0,7	1,1	1,0	1,1	1,1	1,5	7,2%	5,5%	6,0%
Suma	46,6	50,0	62,1	64,8	67,1	80,8	-0,1%	8,8%	3,8%

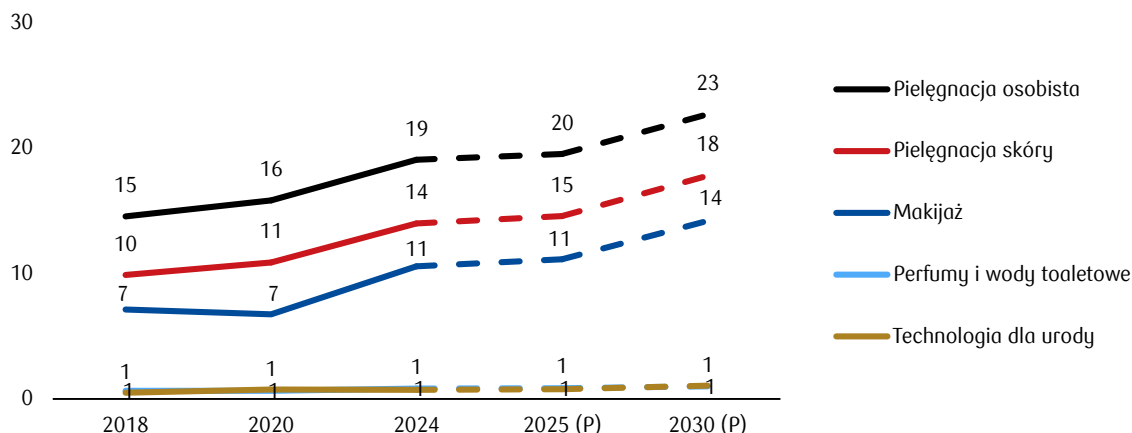
Źródło: Statista

W dwóch pierwszych latach pandemii COVID-19 sprzedaż kosmetyków w Chinach prawie się nie zmieniła (CAGR 2020-2021=-0,1%), po czym obserwowano jej silny wzrost o 8,8% średnio rocznie w trzech kolejnych latach (CAGR 2022-2024). Jak prognozuje Statista, w latach 2025-2030 wartość rynku

kosmetyków w Chinach odnotuje o ponad połowę słabszy niż ostatnio wzrost w wysokości 3,8% średnio rocznie, osiągając 80,8 mld EUR w końcu okresu.
W Chinach najszybciej będzie rósł segment technologii dla urody (z CAGR 2025-2030 wynoszącym 6%), a sprzedaż tej kategorii w 2030

będzie wyższa od wartości z 2024 aż o 41,7%.
W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Chinach jest przewidywana na 27,9 mld EUR, co stanowi 42,2% rynku.

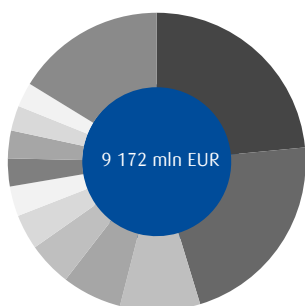
Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Chinach (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkańiec Chin wydał na kosmetyki średnio 45 EUR i było to najmniej spośród Top-10 importerów. Według prognoz do 2030 nastąpi wzrost tej kwoty do 57 EUR.

Struktura importu kosmetyków do Niemiec w 2024



- 23,5% Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
- 21,8% Perfumy i wody toaletowe
- 8,7% Mieszaniny substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
- 6,5% Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
- 4,8% Mieszaniny substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
- 3,8% Preparaty do malowania oczu
- 3,3% Preparaty do malowania ust
- 3,0% Szampony do włosów
- 3,0% Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
- 2,7% Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
- 2,7% Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
- 16,3% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Niemiec zanotował w latach 2020-2021 średni spadek o 1,4% rocznie. W kolejnych 3 latach obserwowano dynamiczne zwiększenie tego importu o 8,4% średnio rocznie (CAGR 2022-2024).

Wśród zagranicznych dostawców kosmetyków na niemiecki rynek pierwszą pozycję zajmuje Francja z udziałem 23,8%. Kosmetyki z Polski o wartości 804 mln EUR w 2024 stanowiły 8,8% importu kosmetyków

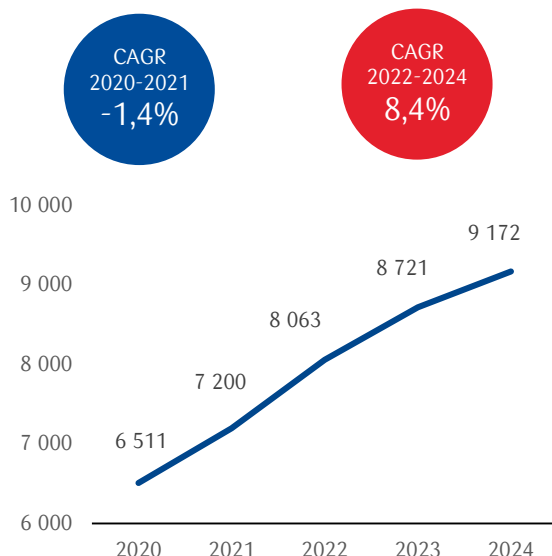
do Niemiec, co dało Polsce 3. miejsce wśród dostawców (jedynie w latach 2021-2022 Polska zajmowała lepszą 2. lokatę). W 2024 nastąpił 8-procentowy wzrost tego importu.

Top 10 dostawców (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Francja	23,8%	2 180,9	↑ 0,7%
2.	Włochy	10,4%	954,2	↑ 21,9%
3.	Polska	8,8%	803,5	↑ 8,0%
4.	Szwajcaria	7,8%	712,1	↑ 7,7%
5.	USA	7,0%	639,7	↑ 5,9%
6.	Hiszpania	6,4%	582,7	↓ -19,9%
7.	Irlandia	5,0%	460,1	↑ 4,9%
8.	Holandia	4,9%	447,9	↓ -2,9%
9.	Wielka Brytania	4,6%	419,9	↑ 4,9%
10.	Chiny	3,6%	326,1	↑ 27,6%

Import Niemcy (9 172 mln EUR)

Import kosmetyków do Niemiec (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Źródło: International Trade Centre (HS 33)



Niemcy 3. pozycja



Bank Polski

Rynek kosmetyków w Niemczech – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2030 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-30)
Pielęgnacja osobista	7,8	7,9	8,8	8,8	8,9	9,7	1,7%	2,4%	1,5%
Pielęgnacja skóry	4,8	4,7	5,4	5,4	5,5	6,2	-1,0%	4,3%	2,1%
Makijaż	2,2	1,9	2,5	2,6	2,7	3,1	-3,4%	7,2%	2,8%
Perfumy i wody toaletowe	1,6	1,5	1,7	1,7	1,7	1,9	-3,2%	3,8%	1,7%
Technologia dla urody	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	5,4%	0,0%	1,6%
Suma	16,6	16,5	18,7	18,9	19,2	21,1	-0,1%	3,7%	1,9%

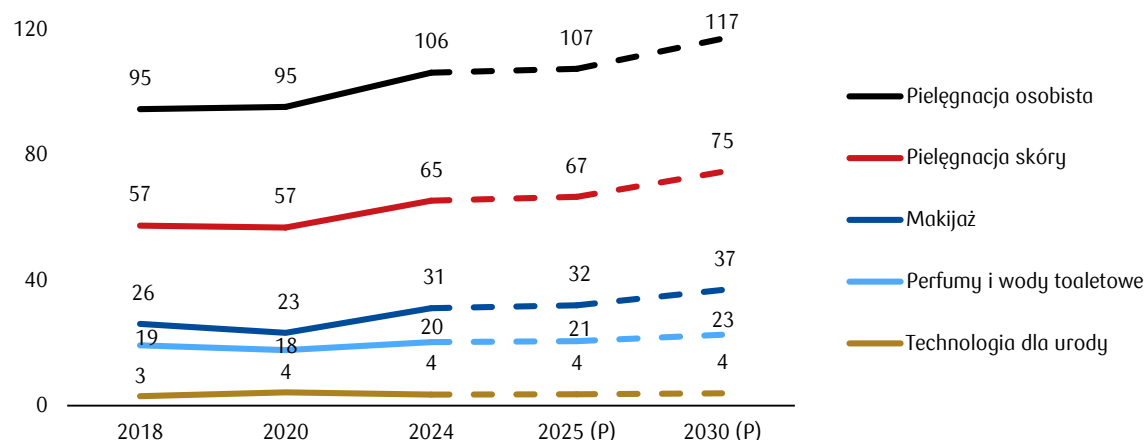
Źródło: Statista

W początkowych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny niewielki spadek sprzedaży kosmetyków w Niemczech jedynie o 0,1% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano jej wzrost o 3,7% średnio rocznie w trzech kolejnych latach (CAGR 2022-2024). Według prognoz Statisty, w latach 2025-2030 wartość rynku

kosmetyków w Niemczech odnotuje znacznie słabszy niż w okresie wcześniejszym wzrost o 1,9% średnio rocznie, osiągając wartość 21,1 mld EUR w 2030. Odmienne niż przeciętnie na świecie – **w Niemczech najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CAGR 2025-2030=2,8%), a sprzedaż tej**

kategorii w 2030 będzie wyższa od wartości z 2024 o 17,8%. W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Niemczech jest przewidywana na 8,9 mld EUR, co stanowi 46,9% rynku.

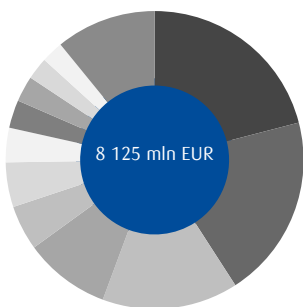
Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Niemczech (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Niemiec wydał na kosmetyki przeciętnie 227 EUR. Statista przewiduje wzrost tej kwoty o 29 EUR do 2030.

Struktura importu kosmetyków do Francji w 2024



- 21,0% Mieszaniny substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
- 19,9% Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
- 14,8% Mieszaniny substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
- 9,4% Perfumy i wody toaletowe
- 4,9% Preparaty do malowania oczu
- 4,9% Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
- 3,7% Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
- 3,0% Preparaty do malowania ust
- 2,8% Szampony do włosów
- 2,4% Pudry, nawet prasowane
- 2,4% Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
- 10,9% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Francji w latach 2020-2021 prawie się nie zmienił (CAGR=0,1%). Natomiast w trzech kolejnych latach tempo wzrostu odbiło do 12,1% średnio rocznie. **Wśród zagranicznych**

dostawców kosmetyków na francuski rynek pierwszą pozycję zajmuje Szwajcaria z udziałem 14,9%. Kosmetyki z Polski o wartości przeszło 196 mln EUR w 2024 stanowiły 2,4% importu kosmetyków

do Francji, co dało Polsce 13. miejsce wśród dostawców, przy blisko 1-procentowym spadku tego importu.

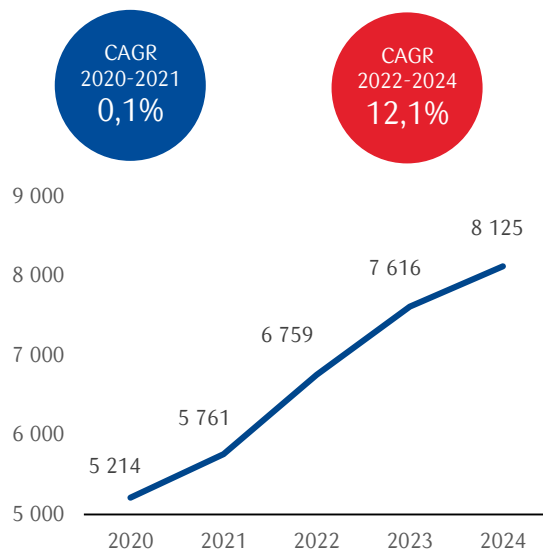
Top 10 dostawców + Polska (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Szwajcaria	14,9%	1 214,2	↑ 4,1%
2.	Włochy	11,0%	896,3	↑ 14,4%
3.	Hiszpania	9,6%	782,7	↑ 7,3%
4.	Niemcy	8,6%	696,9	↑ 4,9%
5.	Irlandia	8,2%	666,4	↑ 10,0%
6.	Wielka Brytania	7,9%	643,6	↑ 8,1%
7.	USA	6,6%	533,6	↑ 5,7%
8.	Holandia	5,8%	473,0	↑ 10,8%
9.	Francja	3,4%	277,3	↑ 0,0%
10.	Chiny	3,3%	269,1	↑ 28,3%
...	...	...	...	...
13.	Polska	2,4%	196,4	↓ -0,8%

Import Francja (8 125 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Francji (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Rynek kosmetyków we Francji – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2030 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-30)
Pielęgnacja osobista	5,6	5,5	6,1	6,2	6,2	6,8	0,9%	2,6%	1,6%
Pielęgnacja skóry	4,4	4,2	4,8	4,9	5,0	5,5	-2,4%	4,4%	2,1%
Makijaż	2,1	1,8	2,5	2,6	2,7	3,2	-4,2%	9,0%	3,2%
Perfumy i wody toaletowe	2,3	2,0	2,4	2,5	2,5	2,9	-4,5%	5,9%	3,0%
Technologia dla urody	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	3,9%	-1,3%	1,2%
Suma	14,6	13,8	16,2	16,3	16,7	18,6	-1,6%	4,5%	2,2%

Źródło: Statista

W dwóch pierwszych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek sprzedaży kosmetyków we Francji o 1,6% (CAGR 2020-2021). W trzech kolejnych latach obserwowano wzrost tej sprzedaży średnio rocznie o 4,5% (CAGR 2022-2024).

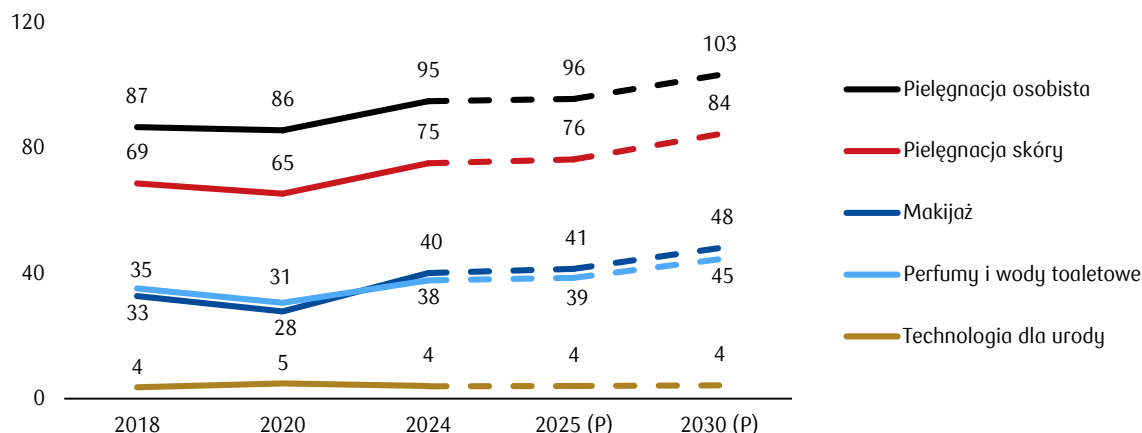
Jak prognozuje Statista, w latach 2025-2030 wartość rynku

kosmetyków we Francji odnotuje o połowę słabszy niż ostatnio wzrost w wysokości 2,2% średnio rocznie, osiągając 16,7 mld EUR w końcu okresu. Inaczej niż średnio na świecie, **we Francji najszybciej będzie rósł segment kosmetyków do makijażu (z CAGR 2025-2030 wynoszącym 3,2%), a sprzedaż tej kategorii w 2030**

będzie wyższa od wartości z 2024 o 21,2%.

W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż we Francji jest prognozowana na 6,2 mld EUR, co stanowi 37,7% rynku i jest to najniższy udział wśród Top-10 opisywanych importerów.

Wydatki per capita na rynku kosmetyków we Francji (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Francji wydał na kosmetyki średnio 252 EUR, a do 2030 wartość ta ma wzrosnąć - wg prognoz Statisty - o blisko 13%.



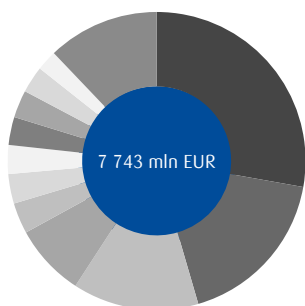
Wielka Brytania

5. pozycja



Bank Polski

Struktura importu kosmetyków do Wielkiej Brytanii w 2024



- 27,8% Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
- 17,7% Perfumy i wody toaletowe
- 13,9% Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
- 7,9% Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
- 3,4% Szampony do włosów
- 3,2% Preparaty do malowania ust
- 3,1% Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
- 3,0% Preparaty do malowania oczu
- 3,0% Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
- 2,9% Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
- 2,2% Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
- 12,1% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Wielkiej Brytanii spadł w latach 2020-2021 średnio o 4,3% rocznie. Natomiast w latach 2022-2024 odnotowano istotny wzrost tego importu o 13,1% średnio rocznie. **Wśród**

zagranicznych dostawców kosmetyków na brytyjski rynek pierwszą pozycję zajmuje Francja z udziałem 18,3%. Kosmetyki z Polski o wartości nieco ponad 396 mln EUR w 2024 stanowiły 5,1% importu tych

towarów do Wielkiej Brytanii, co dało Polsce 8. miejsce wśród dostawców (wobec 7. lokaty w latach 2020-2021). W skali roku brytyjski import kosmetyków z Polski zwiększył się o ponad 13%.

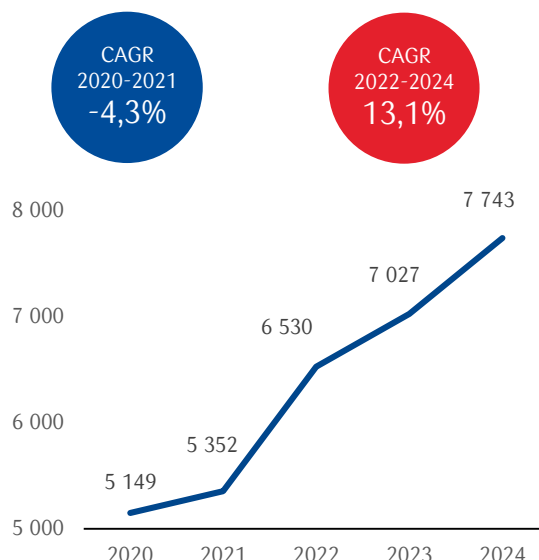
Top 10 dostawców (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Francja	18,3%	1 419,8	↑ 10,5%
2.	USA	12,3%	955,6	↑ 9,2%
3.	Irlandia	11,4%	882,0	↑ 16,1%
4.	Chiny	9,0%	695,1	↑ 21,1%
5.	Włochy	8,1%	625,5	↑ 9,6%
6.	Niemcy	6,6%	512,9	↓ -6,5%
7.	Hiszpania	5,4%	419,0	↑ 6,9%
8.	Polska	5,1%	396,2	↑ 13,1%
9.	Szwajcaria	2,4%	189,7	↑ 7,3%
10.	Kanada	2,4%	185,8	↓ -18,7%

Import Wlk. Brytanii (7 743 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Wlk. Brytanii (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)



Rynek kosmetyków w Wielkiej Brytanii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2030 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-30)
Pielęgnacja osobista	5,5	5,5	6,2	6,2	6,3	6,9	1,8%	2,0%	1,8%
Pielęgnacja skóry	3,6	3,5	4,2	4,3	4,4	4,9	-0,4%	4,6%	2,3%
Makijaż	2,4	2,0	2,9	3,0	3,1	3,6	-3,9%	8,7%	3,2%
Perfumy i wody toaletowe	1,9	1,7	2,0	2,0	2,0	2,1	-1,0%	1,7%	0,6%
Technologia dla urody	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	6,6%	-1,4%	3,2%
Suma	13,6	13,1	15,6	15,7	16,0	17,8	-0,1%	3,8%	2,1%

Źródło: Statista

W początkowym okresie pandemii COVID-19 (lata 2020-2021) zanotowano nieznaczny średni roczny spadek sprzedaży kosmetyków w Wielkiej Brytanii o 0,1%, a w kolejnych trzech latach - wzrost średnio rocznie o 3,8% (CAGR 2022-2024).

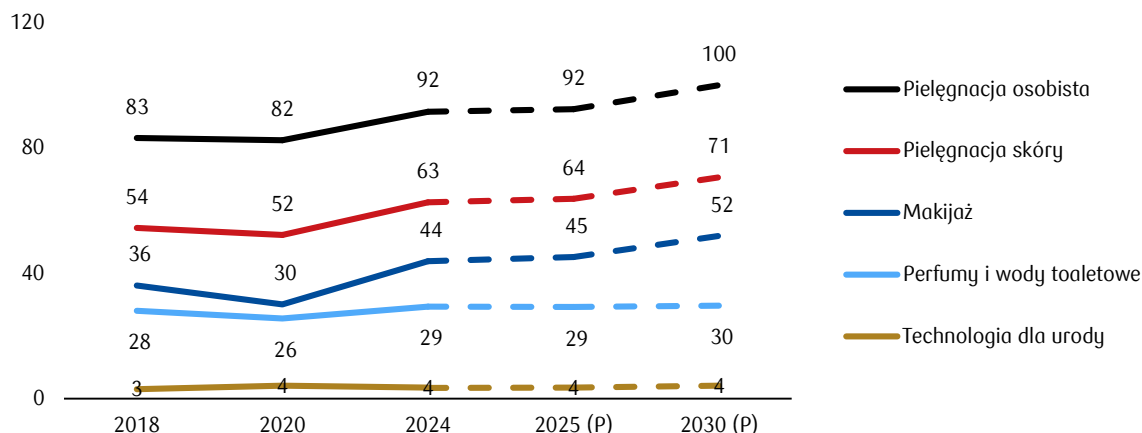
Jak przewiduje Statista, w latach 2025-2030 wartość rynku

kosmetyków w Wielkiej Brytanii odnotuje spowolnienie dynamiki sprzedaży tych towarów do 2,1% średnio rocznie, osiągając poziom 17,8 mld EUR w 2030.

Sprzedaż dwóch segmenty kosmetyków w Wielkiej Brytanii wzrośnie najsilniej (z CAGR 2025-2030=3,2%) i będą to technologia dla urody oraz produkty

do makijażu. Sprzedaż tych kategorii w 2030 będzie wyższa od wartości z 2024 o odpowiednio 20,8% i 20,5%. W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Wielkiej Brytanii jest przewidywana na 6,3 mld EUR, co stanowi 39,6% rynku.

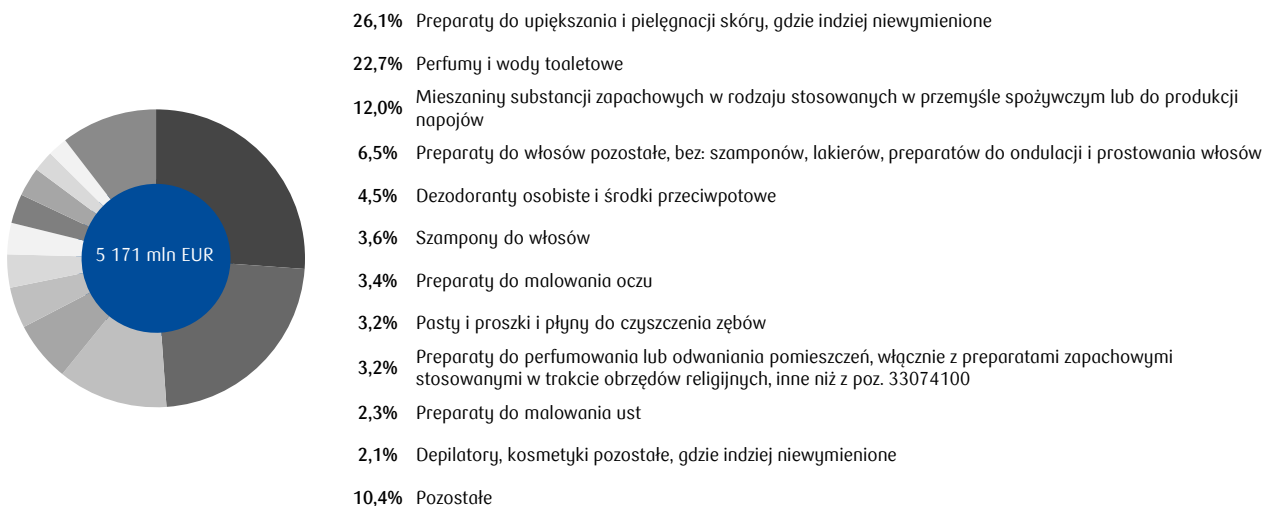
Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Wielkiej Brytanii (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Wielkiej Brytanii wydał na kosmetyki średnio 231 EUR. Statista przewiduje wzrost tej kwoty do 256 EUR do 2030.

Struktura importu kosmetyków do Holandii w 2024



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Holandii zanotował w latach 2020-2021 średni wzrost o 7,7%. Natomiast w latach 2022-2024 nastąpiło przyspieszenie jego dynamiki do 11,5% średnio rocznie, a w samym 2024

obserwowano spadek tego importu o 7,6%. **Wśród zagranicznych dostawców kosmetyków na holenderski rynek pierwszą pozycję zajmują Niemcy z udziałem wynoszącym 15,1%.** Kosmetyki

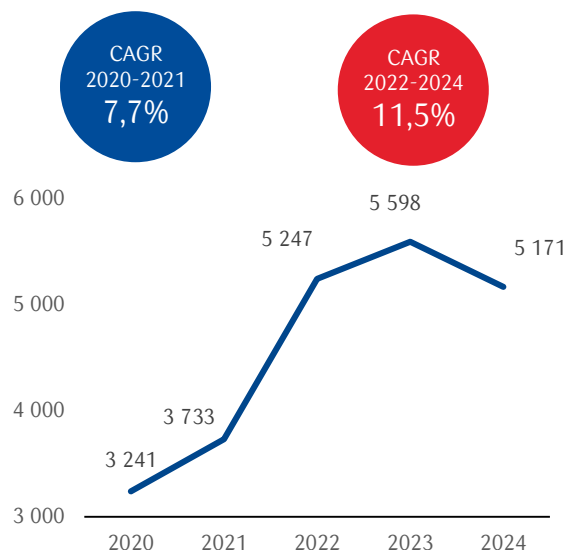
z Polski o wartości ponad 188 mln EUR w 2024 stanowiły 3,6% importu kosmetyków do Holandii, co dało Polsce 10. miejsce wśród dostawców (wobec 9. lokaty w 2023), przy blisko 14-procentowym wzroście tego importu.

Top 10 dostawców (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Niemcy	15,1%	780,4	↓ -56,3%
2.	Belgia	13,8%	714,3	↑ 11,1%
3.	Francja	11,7%	602,8	↑ 3,9%
4.	USA	9,6%	495,5	↑ 13,1%
5.	Wielka Brytania	7,4%	382,3	↑ 8,7%
6.	Irlandia	7,2%	374,6	↑ 28,7%
7.	Hiszpania	5,4%	280,0	↑ 32,2%
8.	Włochy	5,2%	266,8	↑ 9,7%
9.	Chiny	4,5%	234,7	↑ 53,9%
10.	Polska	3,6%	188,4	↑ 13,5%
Import Holandia (5 171 mln EUR)				

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Holandii (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Rynek kosmetyków w Holandii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2030 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-30)
Pielęgnacja osobista	1,68	1,69	1,87	1,87	1,88	2,03	1,4%	2,3%	1,4%
Pielęgnacja skóry	0,72	0,70	0,80	0,81	0,83	0,94	-2,0%	4,8%	2,4%
Makijaż	0,54	0,46	0,62	0,63	0,64	0,74	-4,7%	7,6%	2,7%
Perfumy i wody toaletowe	0,46	0,43	0,48	0,48	0,49	0,52	-2,4%	3,1%	1,2%
Technologia dla urody	0,04	0,05	0,04	0,04	0,04	0,05	5,7%	-1,0%	1,0%
Suma	3,44	3,33	3,82	3,84	3,89	4,27	-0,7%	3,7%	1,8%

Źródło: Statista

W początkowych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek sprzedaży kosmetyków w Holandii o 0,7% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano jej wzrost o 3,7% średnio rocznie w trzech kolejnych latach (CAGR 2022-2024).

Według prognoz Statisty, w latach 2025-2030 wartość rynku kosmetyków w Holandii odnotuje

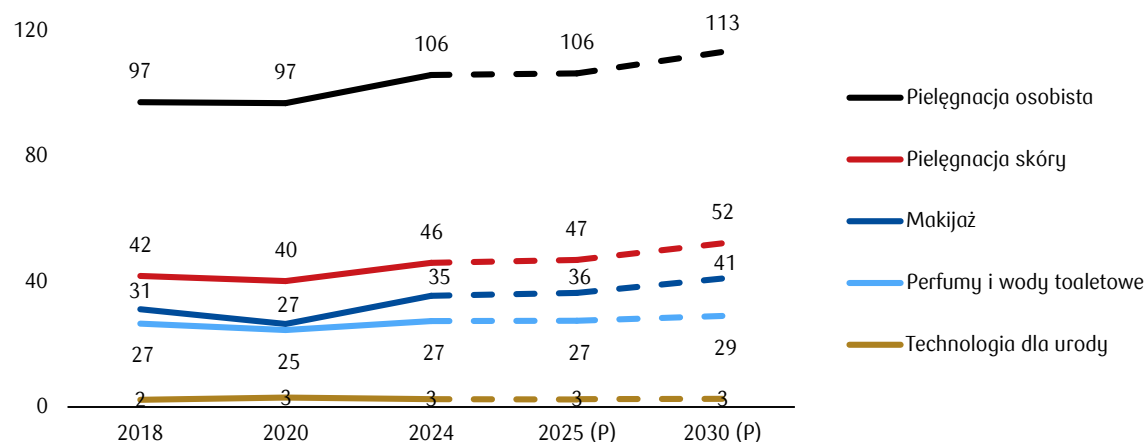
słabszy niż w okresie wcześniejszym wzrost o 1,8% średnio rocznie, osiągając wartość 4,3 mld EUR w 2030.

Podobnie jak w innych krajach europejskich z Top-10 importerów, także w Holandii **najbardziej wzrośnie segment kosmetyków do makijażu (CAGR 2025-2030=2,7%)**, a sprzedaż tej kategorii w 2030 będzie wyższa od wartości

z 2024 o 17,3%.

W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Holandii jest prognozowana na 1,9 mld EUR. Stanowi to 48,7% rynku i jest najwyższym udziałem spośród 10 największych importerów kosmetyków.

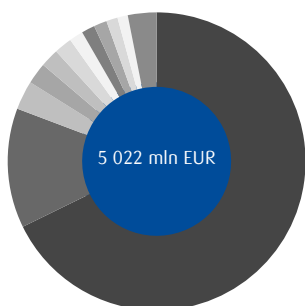
Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Holandii (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Holandii wydał na kosmetyki przeciętnie 217 EUR, a do 2030 – wg przewidywań Statisty – kwota ta wzrośnie do 238 EUR.

Struktura importu kosmetyków do Hongkongu w 2024



- 67,8% Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
- 13,0% Perfumy i wody toaletowe
- 3,1% Preparaty do malowania oczu
- 2,3% Szampony do włosów
- 2,0% Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
- 1,9% Preparaty do malowania ust
- 1,5% Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
- 1,4% Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
- 1,4% Pudry, nawet prasowane
- 1,2% Perfumowane sole kąpielowe i pozostałe preparaty kąpielowe
- 1,1% Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
- 3,1% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Hongkongu zanotował w latach 2020-2021 średni wzrost o 14,1% rocznie. Natomiast po 2021 obserwowano jego istotny spadek (CARG 2022-2024=-12,3%), co świadczy o negatywnym wpływie osłabienia koniunktury w latach

2023-2024. **Wśród zagranicznych dostawców kosmetyków na rynek Hongkongu pierwszą pozycję zajmuje Korea Południowa z udziałem 18,3%.** Kosmetyki z Polski o wartości 10 mln EUR w 2024 stanowiły jedynie 0,2% importu

kosmetyków do Hongkongu, co dało Polsce 25. miejsce wśród dostawców. W skali roku pozycja Polski pogorszyła się aż o 8 lokat wskutek znacznego ponad 74-procentowego spadku tego importu.

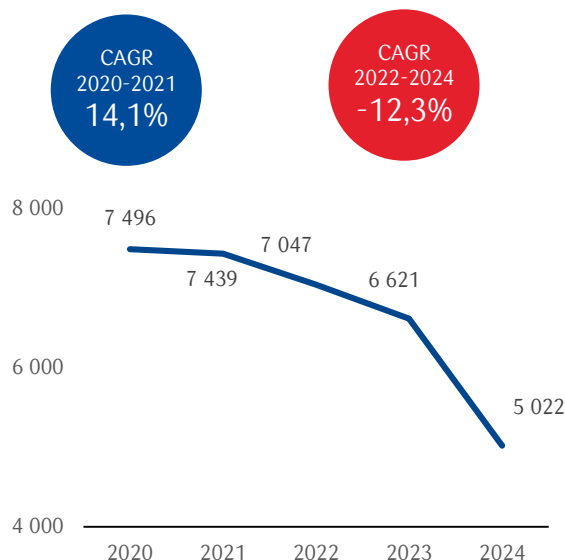
Top 10 dostawców + Polska (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Korea Płd.	18,3%	917,0	↓ -56,5%
2.	Chiny	16,9%	848,6	↑ 3,0%
3.	Singapur	15,8%	794,5	↑ 8,8%
4.	Francja	8,3%	418,4	↓ -11,4%
5.	Szwajcaria	8,0%	403,8	↓ -33,6%
6.	Japonia	7,8%	391,3	↓ -23,3%
7.	USA	4,9%	244,6	↓ -13,0%
8.	Włochy	4,6%	230,0	↑ 9,0%
9.	Hiszpania	2,0%	100,7	↑ 35,0%
10.	Niemcy	1,7%	86,1	↓ -48,0%
...	...	...	...	...
25.	Polska	0,2%	10,2	↓ -74,4%

Import Hongkong (5 022 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Hongkongu (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Rynek kosmetyków w Hongkongu – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2030 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-30)
Pielęgnacja osobista	0,74	0,81	0,92	0,93	0,95	1,05	-0,4%	5,2%	2,0%
Pielęgnacja skóry	0,46	0,49	0,56	0,57	0,59	0,67	-2,5%	6,2%	2,6%
Makijaż	0,27	0,24	0,34	0,35	0,36	0,41	-7,9%	11,4%	2,9%
Perfumy i wody toaletowe	0,19	0,19	0,23	0,24	0,24	0,27	-2,6%	6,7%	2,2%
Technologia dla urody	0,03	0,04	0,03	0,03	0,03	0,04	5,8%	1,5%	1,8%
Suma	1,69	1,77	2,08	2,12	2,17	2,44	-2,3%	6,5%	2,4%

Źródło: Statista

W dwóch pierwszych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek sprzedaży kosmetyków w Hongkongu o 2,3% (CAGR 2020-2021). Za to w trzech kolejnych latach obserwowano wzrost tej sprzedaży średnio rocznie o 6,5% (CAGR 2022-2024).

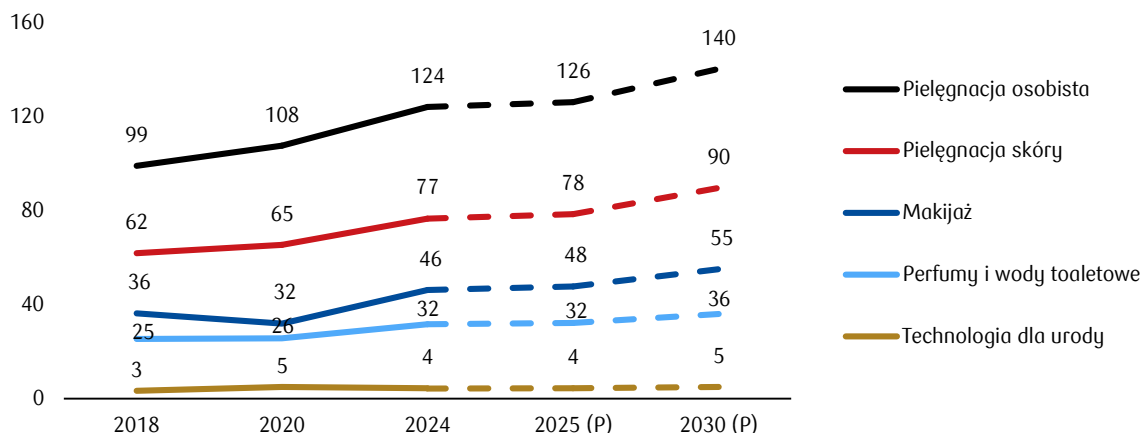
Jak prognozuje Statista, w latach 2025-2030 wartość rynku

kosmetyków w Hongkongu odnotuje słabszy niż ostatnio wzrost w wysokości 2,4% średnio rocznie, do poziomu 2,4 mld EUR w końcu okresu.

Inaczej niż przeciętnie na świecie – **w Hongkongu najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu** (z CAGR 2025-2030=2,9%),

a sprzedaż tej kategorii w 2030 będzie wyższa od wartości z 2024 o 18,8%. W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Hongkongu jest prognozowana na blisko 1 mld EUR, co stanowi 43,8% rynku.

Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Hongkongu (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Hongkongu wydał na kosmetyki średnio 283 EUR i było to najwięcej spośród Top-10 importerów. Prognozowany jest wzrost tej kwoty o ponad 15% do 2030.

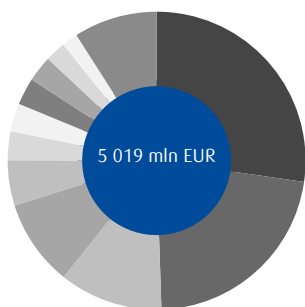


Hiszpania 8. pozycja



Bank Polski

Struktura importu kosmetyków do Hiszpanii w 2024



- 27,3% Perfumy i wody toaletowe
- 22,2% Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
- 11,2% Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
- 9,4% Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
- 4,9% Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
- 3,1% Szampony do włosów
- 3,1% Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
- 2,9% Preparaty do malowania ust
- 2,8% Preparaty do malowania oczu
- 2,2% Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
- 1,7% Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
- 9,1% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Hiszpanii spadł w latach 2020-2021 średnio rocznie o 1,9%. Za to w kolejnych 3 latach obserwowano jego dynamiczne zwiększenie o 14,5% (CAGR 2022-2024). **Wśród**

zagranicznych dostawców kosmetyków na hiszpański rynek pierwszą pozycję zajmuje Francja z dominującym udziałem w wysokości 39,8%. Kosmetyki z Polski o wartości blisko

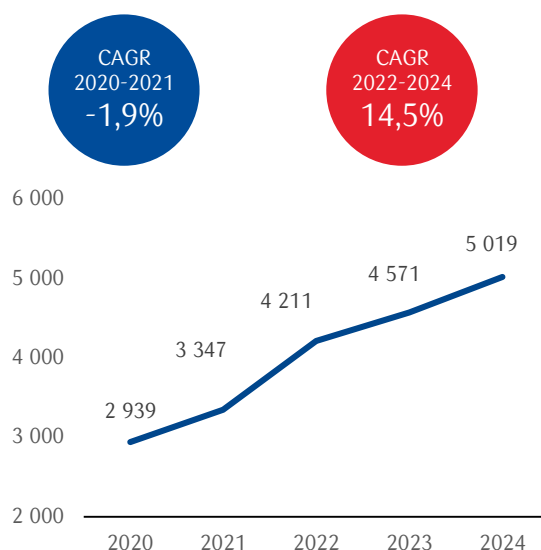
161 mln EUR w 2024 stanowiły 3,2% importu kosmetyków do Hiszpanii, co dało Polsce 8. miejsce wśród dostawców (wobec 7. lokaty w 2023), przy ponad 9-procentowym wzroście tego importu.

Top 10 dostawców (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Francja	39,8%	1 997,6	↑ 13,2%
2.	Niemcy	9,8%	492,5	↑ 2,1%
3.	Włochy	9,7%	487,8	↑ 20,2%
4.	Irlandia	8,2%	411,8	↑ 11,1%
5.	Holandia	7,6%	381,1	↑ 3,5%
6.	Wielka Brytania	3,5%	177,8	↓ -7,5%
7.	Chiny	3,4%	172,7	↑ 19,5%
8.	Polska	3,2%	160,9	↑ 9,1%
9.	USA	2,2%	110,0	↑ 0,4%
10.	Szwajcaria	1,6%	82,8	↑ 9,1%

Import Hiszpania (5 019 mln EUR)

Import kosmetyków do Hiszpanii (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Źródło: International Trade Centre (HS 33)



Hiszpania 8. pozycja



Bank Polski

Rynek kosmetyków w Hiszpanii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2030 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-30)
Pielęgnacja osobista	3,4	3,4	3,9	3,9	4,0	4,5	1,2%	4,0%	2,4%
Pielęgnacja skóry	2,2	2,1	2,6	2,6	2,7	3,2	-2,3%	7,1%	3,6%
Makijaż	0,9	0,7	1,1	1,1	1,2	1,4	-6,8%	12,3%	3,8%
Perfumy i wody toaletowe	1,4	1,2	1,5	1,5	1,6	1,9	-3,7%	6,2%	4,1%
Technologia dla urody	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	4,1%	0,0%	1,2%
Suma	7,9	7,5	9,2	9,3	9,6	11,3	-1,4%	6,1%	3,2%

Źródło: Statista

W początkowym okresie pandemii COVID-19 (lata 2020-2021) zanotowano średni roczny spadek sprzedaży kosmetyków w Hiszpanii o 1,4%, a w kolejnych trzech latach - wzrost średnio rocznie o 6,1% (CAGR 2022-2024).

Według prognoz Statisty, w latach 2025-2030 wartość rynku

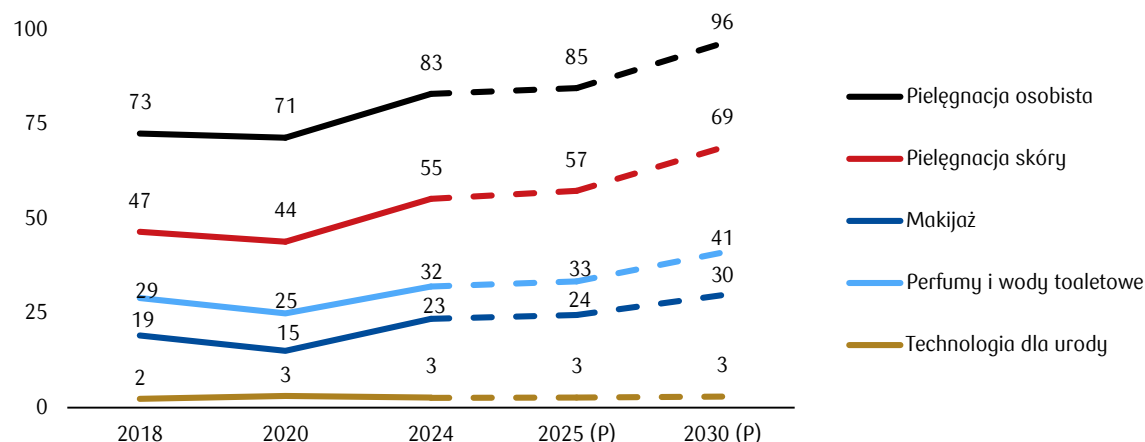
kosmetyków w Hiszpanii odnotuje spowolnienie dynamiki sprzedaży tych towarów do 3,2% średnio rocznie, osiągając 11,3 mld EUR w 2030.

Najsilniej sprzedaż kosmetyków w Hiszpanii wzrośnie (z CAGR 2025-2030=3,8%) w segmencie produktów do makijażu. Sprzedaż tej kategorii

w 2030 będzie wyższa od wartości z 2024 o 25%.

W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Hiszpanii ma osiągnąć 4 mld EUR, co stanowi 42,2% rynku.

Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Hiszpanii (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Hiszpanii wydał na kosmetyki przeciętnie 196 EUR. Według prognoz, do 2030 kwota wydatków na ten cel wzrośnie do 239 EUR.

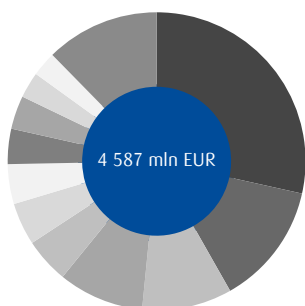


Kanada
9. pozycja



Bank Polski

Struktura importu kosmetyków do Kanady w 2024



- 28,5% Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
- 13,3% Mieszaniny substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
- 9,8% Perfumy i wody toaletowe
- 9,3% Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
- 4,9% Szampony do włosów
- 4,6% Preparaty do malowania ust
- 4,3% Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
- 3,8% Preparaty do malowania oczu
- 3,6% Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
- 2,8% Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
- 2,7% Mieszaniny substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
- 12,3% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Kanady zmniejszył się nieznacznie w latach 2020-2021 średnio rocznie o 0,1%. Za to w latach 2022-2024 tempo wzrostu tego importu wyniosło 10,9% średnio rocznie. **Wśród zagranicznych dostawców**

kosmetyków na kanadyjski rynek pierwszą pozycję zajmują Stany Zjednoczone z udziałem wynoszącym aż 60,6%. Kosmetyki z Polski o wartości nieco ponad 12 mln EUR w 2024 stanowiły jedynie 0,3% importu kosmetyków do Kanady.

Dało to Polsce 22. miejsce wśród dostawców, o 5 pozycji niżej niż w 2023, wskutek ponad 28-procentowego spadku tego importu.

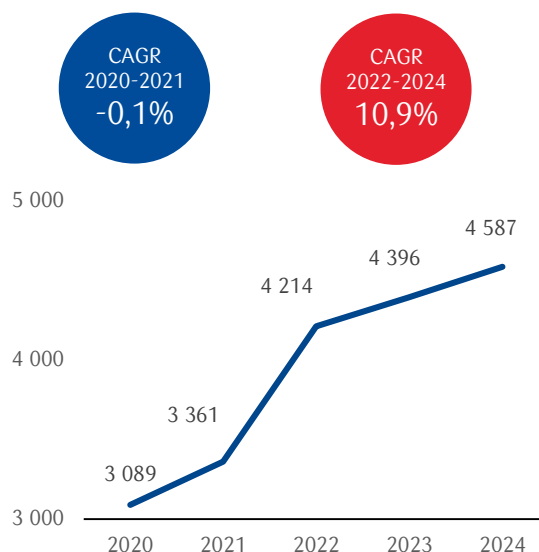
Top 10 dostawców + Polska (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	USA	60,6%	2 780,9	↑ 2,4%
2.	Francja	9,1%	419,0	↑ 0,4%
3.	Włochy	4,7%	216,4	↑ 6,1%
4.	Korea Płd.	3,7%	168,1	↑ 32,3%
5.	Chiny	3,6%	166,9	↑ 7,9%
6.	Meksyk	3,2%	145,4	↑ 8,0%
7.	Irlandia	2,0%	89,6	↓ -0,9%
8.	Hiszpania	1,7%	77,6	↑ 33,5%
9.	Kanada	1,3%	57,4	↑ 8,0%
10.	Wielka Brytania	1,2%	56,5	↓ -6,9%
...	...	...	...	...
22.	Polska	0,3%	12,2	↓ -28,1%

Import Kanada (4 587 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Kanady (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Rynek kosmetyków w Kanadzie – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2030 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-30)
Pielęgnacja osobista	3,25	3,29	3,76	3,80	3,85	4,24	0,0%	3,9%	1,8%
Pielęgnacja skóry	1,64	1,65	1,93	1,96	2,00	2,26	-1,4%	4,9%	2,4%
Makijaż	1,19	0,96	1,40	1,44	1,49	1,75	-8,3%	11,1%	3,3%
Perfumy i wody toaletowe	0,71	0,66	0,82	0,82	0,84	0,96	-3,4%	5,9%	2,7%
Technologia dla urody	0,09	0,13	0,11	0,11	0,11	0,12	4,9%	0,0%	1,5%
Suma	6,88	6,69	8,02	8,13	8,29	9,33	-2,0%	5,5%	2,3%

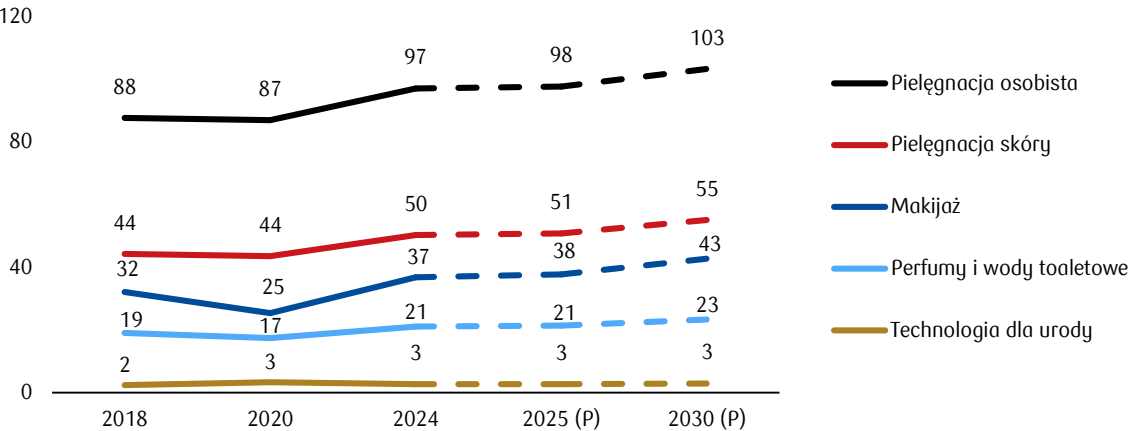
Źródło: Statista

W początkowych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek sprzedaży kosmetyków w Kanadzie o 2% (CAGR 2020-2021), natomiast w 3 kolejnych latach obserwowano wzrost o 5,5% średnio rocznie (CAGR 2022-2024). Jak prognozuje Statista, w latach 2025-2030 wartość rynku

kosmetyków w Kanadzie odnotuje o nieco ponad połowę słabszy niż w okresie wcześniejszym wzrost, o 2,3% średnio rocznie, osiągając poziom 9,3 mld EUR w 2030. Odmiennie od tendencji dla świata, **w Kanadzie najbardziej zwiększy się segment kosmetyków do makijażu (CAGR 2025-2030=3,3%), a sprzedaż**

tej kategorii w 2030 będzie wyższa od wartości z 2024 o 21,5%. W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Kanadzie osiągnie wg prognoz blisko 3,9 mld EUR. Stanowi to 46,7% rynku.

Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Kanadzie (EUR)

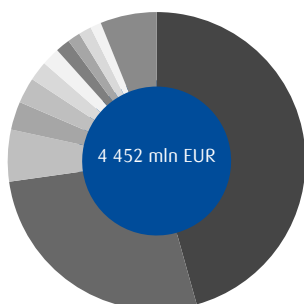


Źródło: Statista

W 2024 statystyczny mieszkaniec Kanady wydał na kosmetyki 208 EUR. Statista prognozuje wzrost tej kwoty o ponad 19 EUR do 2030.



Struktura importu kosmetyków do Singapuru w 2024



- 45,7% Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
- 27,1% Perfumy i wody toaletowe
- 5,6% Preparaty do malowania ust
- 3,1% Mieszanki substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
- 2,8% Pudry, nawet prasowane
- 2,1% Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
- 2,0% Szampony do włosów
- 1,6% Preparaty do malowania oczu
- 1,4% Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
- 1,4% Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
- 1,2% Mieszanki substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
- 6,1% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Singapuru spadł w latach 2020-2021 średnio rocznie o 3,6%. Natomiast w latach 2022-2024 nastąpiła zmiana trendu i wzrost tego importu o 3,8% średnio rocznie, do czego przyczyniły się dobre wyniki 2022, gdyż w latach

2023-2024 import ten obniżył się. **Wśród zagranicznych dostawców kosmetyków na singapurski rynek pierwszą, dominującą, pozycję zajmuje Francja z udziałem 42,8%.** Kosmetyki z Polski o wartości nieco ponad 13 mln EUR w 2024 stanowiły

tylko 0,3% importu kosmetyków do Singapuru, co dało Polsce 25. miejsce wśród dostawców (wobec 23. lokaty w 2023), wskutek blisko 9-procentowego spadku tego importu.

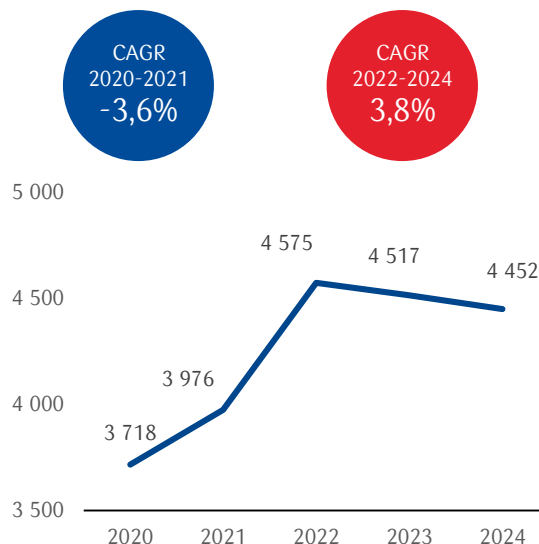
Top 10 dostawców + Polska (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Francja	42,8%	1 906,0	↓ -2,3%
2.	Japonia	9,4%	417,5	↓ -20,9%
3.	USA	9,2%	409,9	↓ -7,8%
4.	Korea Płd.	5,8%	258,6	↑ 18,3%
5.	Włochy	5,2%	232,8	↑ 1,3%
6.	Hiszpania	4,4%	198,0	↑ 41,3%
7.	Chiny	2,6%	116,1	↑ 12,7%
8.	Szwajcaria	1,9%	86,8	↑ 15,0%
9.	Wielka Brytania	1,9%	85,6	↓ -26,2%
10.	Indonezja	1,9%	85,2	↑ 23,9%
...	...	...	...	...
25.	Polska	0,3%	13,4	↓ -8,5%

Import Singapur (4 452 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Singapuru (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Rynek kosmetyków w Singapurze – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2030 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-30)
Pielęgnacja osobista	0,43	0,44	0,50	0,51	0,51	0,56	0,0%	3,6%	1,5%
Pielęgnacja skóry	0,27	0,26	0,31	0,31	0,32	0,36	-2,1%	4,6%	2,2%
Makijaż	0,15	0,12	0,18	0,18	0,19	0,21	-7,4%	9,2%	2,3%
Perfumy i wody toaletowe	0,11	0,10	0,13	0,13	0,13	0,15	-1,9%	4,7%	2,2%
Technologia dla urody	0,01	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	6,3%	1,4%	2,5%
Suma	0,98	0,94	1,14	1,15	1,17	1,29	-1,8%	4,8%	1,9%

Źródło: Statista

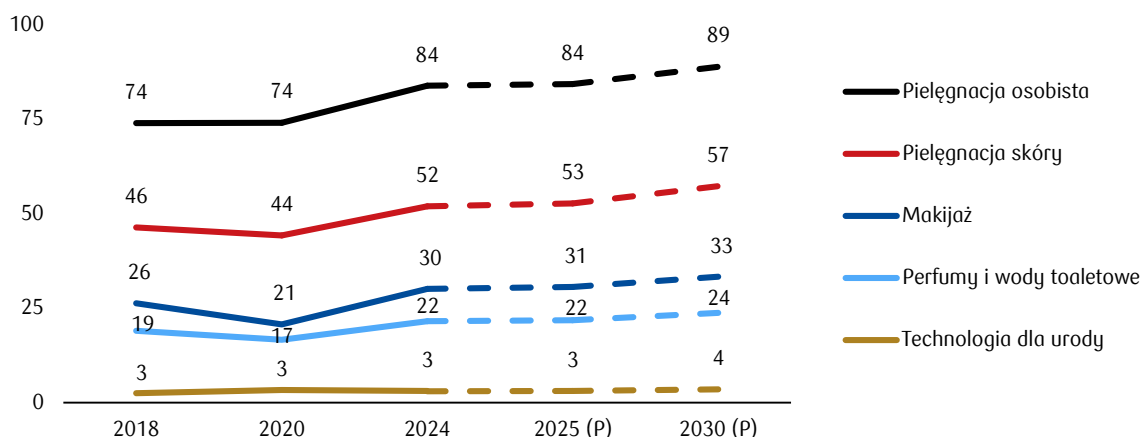
W początkowych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek sprzedaży kosmetyków w Singapurze o 1,8% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano jej wzrost o 4,8% średnio rocznie w trzech kolejnych latach (CAGR 2022-2024).

Według prognoz Statisty, w latach 2025-2030 wartość rynku

kosmetyków w Singapurze osiągnie słabszy wzrost niż w okresie wcześniejszym i wyniesie on 1,9% średnio rocznie. Sprzedaż kosmetyków w tym kraju zwiększy się do 2030 do prawie 1,3 mld EUR. Podobnie jak średnio na świecie, także w Singapurze najszybciej będzie rósł segment technologii dla urody (CAGR 2025-2030=2,5%),

a sprzedaż tej kategorii w 2030 będzie wyższa od wartości z 2024 o 15,8%. W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Singapurze jest prognozowana na ok. 0,5 mld EUR, co stanowi 44% rynku.

Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Singapurze (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Singapuru wydał na kosmetyki średnio 191 EUR i do 2030 prognozowany jest wzrost tej kwoty o ponad 16 EUR.

Metodologia

Sprzedaż kosmetyków:

Statista podaje dane o „wartości sprzedaży” określanej też „sprzedażą” oraz „wielkością rynku” wyliczone z danych o produkcji powiększonej o import i pomniejszonej o eksport kosmetyków. W opracowaniu przedstawiono sprzedaż kosmetyków za lata 2018-2024 oraz prognozy na okres 2025-2030 opracowane przez analityków firmy Statista w lutym 2025. Dane i prognozy pobrano 13.05.2025.

Dane obejmują kosmetyki i produkty do pielęgnacji ciała produkowane dla prywatnych klientów końcowych, w tym:

- **kosmetyki do pielęgnacji osobistej:**

produkty do pielęgnacji włosów, pod prysznic i do kąpeli, do higieny jamy ustnej, dezodoranty oraz produkty do golenia, kosmetyki naturalne należące do tej kategorii,

- **kosmetyki do pielęgnacji skóry:** kremy i mleczka do twarzy i do ciała, produkty promieniochronne, kosmetyki do pielęgnacji niemowląt i dzieci, kosmetyki naturalne należące do tej kategorii,

- **kosmetyki makijażowe:** do twarzy i ust, lakiery i kosmetyki do pielęgnacji paznokci, kosmetyki naturalne należące do tej kategorii,

- **zapachy:** perfumy, wody toaletowe, mgiełki do ciała itp.,

- **technologia dla urody** (ang. *beauty tech*): wykorzystanie zaawansowanych technologii, takich jak sztuczna inteligencja (AI), rzeczywistość rozszerzona (AR) i Internet rzeczy (IoT), w celu poprawy rutynowych zabiegów pielęgnacyjnych i zapewniania spersonalizowanych rozwiązań kosmetycznych przy wykorzystaniu spersonalizowanych produktów i inteligentnych urządzeń do pielęgnacji skóry (np. elektroniczna szczoteczka do oczyszczania twarzy czy inteligentne lustro kosmetyczne).

Eksport i import:

W opracowaniu przedstawiono dane (pobrane 13.05.2025):

- publikowane przez International Trade Centre [trademap.org](https://www.trademap.org) eksport i import kosmetyków na świecie i w wybranych krajach w 2024 – dane roczne;
- publikowane przez GUS w Działowej Bazie Wiedzy – Wymiana międzynarodowa dbw.stat.gov.pl/dashboard/117 eksport i import (według kraju pochodzenia) kosmetyków w Polsce w 2024.

Dane dotyczące handlu zagranicznego przedstawiono wg zharmonizowanego systemu klasyfikacji (ang. Harmonized System, HS) opracowanego przez Światową Organizację Celną. Obejmują one towary zaklasyfikowane do działu 33. Uwaga: wszystkie dane przedstawione w opracowaniu pochodzą z deklaracji kraju raportującego dany strumień handlu, tzn. przykładowo: dane dotyczące eksportu kosmetyków i z Polski do Niemiec na podstawie deklaracji Polski, a dane dotyczące

importu kosmetyków i do Niemiec z Polski na podstawie deklaracji Niemiec (tzw. mirror data). Dane te najczęściej nieznacznie różnią się między sobą, co wynika m.in. z różnic w systemach raportowania poszczególnych krajów, czy też sposobie uwzględniania kosztów transportu towarów.

Kurs walutowy:

Statista opracowuje analizy i prognozy na danych wyrażonych w USD, które przelicza na EUR.

Dla lat 2025-2030 przyjęto prognozy kursów walutowych publikowane przez Statistę.

Dane z ITC oraz GUS są prezentowane w EUR zgodnie z wartością raportowaną przez poszczególne kraje.

**OPRACOWANIE
DEPARTAMENT ANALIZ EKONOMICZNYCH
PKO BANK POLSKI S.A.**

Autorka raportu: Karolina Sędzimir

Materiał zatwierdził: Michał Koleśnikow

ul. Świętokrzyska 36

00-116 Warszawa

wspieramy.eksport@pkobp.pl

Więcej informacji na temat branży kosmetycznej znajdziesz na stronie:

<https://wspieramyeksport.pl/raporty-branzowe/B1.3/kosmetyki>

WSPARCIE DLA POLSKICH FIRM GRUPY PKO BANKU POLSKIEGO ZA GRANICĄ:



PKO Bank Polski SA
Niederlassung Deutschland
MAIN TOWER
Neue Mainzer Strasse 52-58
60311 Frankfurt am Main
Tel. DE: + 49 69 667 786 252
Tel. PL: + 48 22 517 76 80
Niederlassung.Deutschland@pkobp.pl
www.pkobp.pl/oddzial-niemcy/



PKO Bank Polski SA
Czech Branch
Klimentská 1216/46,
Nové Město
110 00 Praha 1
Tel. CZ: +420 234 129 830
Tel. PL: +48 22 561 49 50
czech.branch@pkobp.pl
www.pkobp.pl/oddzial-czechy/



PKO Bank Polski SA
pobočka zahraničnej banky
Pribinova 10
811 09 Bratislava
Tel. SK: +421 232 555 806
Tel. PL: +48 22 561 4806
slovak.branch@pkobp.pl
www.pkobp.pl/oddzial-slowacja



PKO Bank Polski SA
Varşovia, Sucursala Bucureşti
Crystal Tower
Bulevardul Iancu de Hunedoara 48
Sector 1, Bucureşti
Tel. PL: +48 722 050 653
romanian.branch@pkobp.pl
www.pkobp.pl/oddzial-rumunia



KREDOBANK SA
Centrum Rozwoju Biznesu
Ukraińsko-Polskiego
79-026 Lwów, ul. Sacharowa 78
Tel. +38 032 297 23 90
ovpalyvoda@kredobank.com.ua
kredobank.com.ua



Niniejszy materiał („Materiał”) ma charakter wyłącznie informacyjny oraz nie stanowi oferty w rozumieniu ustawy - Kodeks cywilny, ani rekomendacji do zawarcia transakcji kupna, sprzedaży lub innego rodzaju przeniesienia któregośkolwiek instrumentu finansowego. Bank dołożył wszelkich racjonalnych i niezbędnych starań, aby informacje zamieszczone w Materiale były rzetelne oraz oparte na wiarygodnych źródłach.

Informacje zawarte w Materiale nie mogą być traktowane jako propozycja nabycia którychkolwiek instrumentów finansowych, usługa doradztwa inwestycyjnego lub podatkowego ani jako forma świadczenia pomocy prawnej. Prognozy oraz dane zawarte w Materiale nie stanowią zapewnienia uzyskania określonych wyników jakichkolwiek transakcji finansowych ani przyszłych cen którychkolwiek instrumentów finansowych.

Materiał nie stanowi badania inwestycyjnego ani publikacji handlowej w rozumieniu Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2017/565 z dnia 25 kwietnia 2016 r. uzupełniającego dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE w odniesieniu do wymogów organizacyjnych i warunków prowadzenia działalności przez firmy inwestycyjne oraz pojęć zdefiniowanych na potrzeby tej dyrektywy.

Bank i jego spółki (podmioty) zależne oraz pracownicy tych podmiotów mogą być zainteresowani zawarciem lub być stroną transakcji finansowych, w tym zawartych na instrumentach finansowych, których wynik jest uzależniony od czynników (danych i informacji) wymienionych w Materiałach.

Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, ul. Świętokrzyska 36, 00-116 Warszawa, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego numer KRS 0000026438, NIP: 525-000-77-38, REGON: 016298263; kapitał zakładowy (kapitał wpłacony) 1 250 000 000 zł.