

# 韩国化妆品、服饰、汽车……为什么在中国不火了？ 韩系溃退与“韩国制造”真相

韩国化妆品从中国年轻消费者的化妆包里逐渐消失，韩国服饰在商场里被更多其他中外快消服饰品牌悄然替代，现代、起亚等韩系车在华销量遭遇断崖式下降……不知不觉间，过去的“香饽饽”现已不再受追捧。

“韩国制造”被中国消费者“抛弃”，既是“中国制造”向“中国智造”跃升的必然结果，也显示出全球产业链、供应链重构背景下韩国面临的严酷经济现实。

在内部高度依赖特定产业、外部被国际竞争对手快速赶超的困境下，韩国能否维持制造业大国的地位正面临严峻考验。



2023年4月12日，观众在第三届中国国际消费品博览会上的韩国企业展台参观。

2024年1月16日，游客在韩国首尔的明洞商圈逛街。



## 韩妆褪色

“感觉韩国护肤品有点鸡肋，价格没优势，功效也没见特点”

“同样价钱，我现在觉得国产化妆品比韩国的更好用。”挤了两泵最近天天使用的国产品牌护霜涂在脸上，生活在北京的小窈如数家珍般向记者介绍起自己和身边伙伴这几年常用的国产护肤品。

曾几何时，韩国化妆品是众多中国年轻女性日常护肤和化妆的首选，但最近五六年，国产化妆品以过硬的质量、有竞争力的价格及更好的用户体验，让众多年轻消费者放弃了韩国货。

韩国化妆品逐渐失势最直观的表现是，现在国内各大商场几乎已经看不到韩妆品牌，线上购

物平台也只剩下少数韩国高端护肤品品牌，这些品牌大多只有少数几款热销商品，销售业绩总体呈下滑趋势。

韩国贸易协会的统计数据证实了上述直观感受的真实性。中国近20年来一直是韩国化妆品最大出口目的地。2010年韩国对华化妆品出口增幅为166.6%，2014年和2015年也分别高达95.2%和99.2%。2016年，韩国化妆品对华出口增幅锐减到33%，2022年和2023年分别降至26%和23.1%。

分析韩妆在中国“褪色”的原因可以发现：彩妆领域，随着韩国

对华文化输出能力的减弱，中国年轻人已经不再跟随“韩流”审美；护肤品领域，韩国产品在成分和功效方面缺乏不可替代的“独家秘籍”。小窈说，“感觉韩国护肤品有点鸡肋，价格没优势，功效也没见特点。”

与韩妆在华颓势尽显形成鲜明对比的是，这几年“中国化妆品在韩国火了”的新闻频频冲上热搜。

中国海关的数据显示，2023年前8个月，中国化妆品对韩国的出口额同比上涨约190%。在韩国民众最常用的手机应用程序中，AliExpress（速卖通）常年位

列下载排行榜前五名，在这一平台上，韩国消费者可以很容易地购买到花西子、完美日记等中国化妆品。同时，打开韩国人最常使用的 Coupang、Gmarket、11街等购物网站，可以看到 INTOYOU、Flower Knows（花知晓）、TIMAGE（彩棠）等中国彩妆品牌也受到韩国消费者的欢迎。

让中国化妆品“逆袭”韩国的，除了不断提升的制造工艺和勇于开拓的创新精神，还有不容忽视的文化因素——乘着国潮东风，国货化妆品融入了中国传统文化元素，不仅更符合中国年轻

人的流行审美，也让同在东亚儒家文化圈的韩国消费者耳目一新。

“现在中国风的唇釉、眼影、眼线笔和眉笔在韩国年轻人当中挺受欢迎的，我身边的朋友好多都在用中国化妆品。”生活在韩国京畿道盆塘区的王女士说。

她介绍说，近年来一些有影响力的韩国美妆博主会将中国抖音和视频号上中国美妆博主的化妆教程或专业美妆视频搬到韩国。在此过程中，中国化妆品品牌也随着中国新文化的传播受到韩国消费者的关注，并通过韩国电商平台逐渐被接受。

## 韩系溃败

2023年全年韩系车在华市场零售销量仅30余万辆，在中国市场所占份额已不足2%

化妆品产业的“中进韩退”，是近几年韩国对外贸易的一个缩影。

韩国产业通商资源部今年1月发布的数据显示，2023年韩国出口额为6326.9亿美元，同比减少7.4%；进口额为6426.7亿美元，同比减少12.1%。2023年韩国贸易收支出现超99亿美元逆差，这是韩国对外贸易连续两年出现逆差。

从国别贸易情况来看，2023年韩国对华出口额为1248.35亿美元，自中国进口商品总额为1428.49亿美元。中国正逐渐从韩国的贸易收支最大顺差国转变为最大逆差国。

中韩贸易出现结构性变化的原因是什么？韩国延世大学名誉教授文正仁说：“过去，中国和韩

国的经济保持着互补性，中国在经济发展中需要韩国的公司和技术，但现在中国已经变得非常有竞争力，中国和韩国在同一个市场上竞争。”

消费电子方面，韩系一度成为高端的代名词。如今，随着技术的飞速发展，品类繁多的中国消费电子类产品在品牌影响力和科技创新方面已逐步领先世界，出口市场占有率持续提升，而三星Note7手机电池爆炸事故频发等事件，则让市场对韩国消费电子产品的品控普遍担忧。

面对中国企业在人工智能、机器人和扩展现实等领域展示出的“世界级能力”，“韩国经济”网站不禁发出“所谓中国追赶韩国的时代已经终结”的感叹。

汽车工业方面，韩系车曾凭

借皮实耐用和保养实惠等特点在中国市场风光无限。2016年，韩系车在华销量一度创下超170万辆的惊人纪录。而自2017年以来，韩国车企在华销量便一路下滑。中国汽车流通协会汽车市场研究分会的数据显示，2023年全年韩系车在华市场零售销量仅30余万辆，在中国市场所占份额已不足2%。

分析韩系车在中国市场的溃败，可以发现两个主要原因：

首先，相比于德美日车企根据中国消费者的特点，主动推出长轴距、订制版等专为中国消费者量身打造的车型，韩国车企动作迟缓，很少推动本土研发，大多采用原版车型引入的方式生产，削弱了韩系车在中国市场的竞争力。

其次，韩系车在中国新能源汽车市场的战略布局明显滞后。中国是目前世界上最大、增长最快的新能源汽车市场，韩系车在比亚迪、蔚小理和特斯拉等诸多新能源车企的多面夹击下处境艰难。

当然也应该看到，与韩系车在中国市场一泻千里的溃败相比，其全球销量依旧亮眼，自疫情后持续保持增长态势，并呈现燃油车、混动车和电动车均衡增长的局面。汽车工业是韩国最大的出口创汇部门，对于进军海外市场的韩国车企来说，韩国车企既是对手，也应当成为研究对象。

文化产业方面，时移世易，现在“韩流”已经很难打动中国年轻人了。

值得注意的是，2023年韩国

出口额还能达到6326.9亿美元，对华半导体出口功不可没。但这种态势能否长期维持存在疑问。

其一，中国正在芯片供应链上打造持久优势，在基础技术方面取得进步。

其二，自2022年10月美国针对中国加强半导体制造设备出口管制以来，美国一直要求韩国实施类似的出口管制。韩联社援引知情人士的话称，美国起初的施压对象只有半导体技术水平较高的荷兰和日本，但从去年下半年开始，美方对韩方施压力度越来越大，甚至点名韩国的特定企业，指责其对华半导体设备出口过程中存在诸多问题。分析人士认为，如果韩国被迫向美国屈服，韩国的出口肯定会受到影响，对华贸易逆差必然进一步扩大。

## 内外交困

贸易逆差不断拖拽经济下行，使韩国名义GDP在2022年跌出全球前十，目前已退至第十三位

作为制造业大国，韩国过去的成功主要得益于对高质量产品战略转型、技术研发改进、效率提升以及增强国际市场竞争能力等方面的投入。

然而，近几年，汽车制造、造船、化工、电子和建筑材料等“韩国制造”的主要专业领域正在高度承压。贸易逆差不断拖拽经济下行，使韩国名义GDP在2022年跌出了全球前十，目前已退至第十三位。

分析人士指出，由于内外交困，韩国制造业的发展面临多重挑战。

首先，韩国地域狭小，其人口、产业、市场无法涵养完整的产业链条，这种“先天缺陷”迫使韩国企业必须采取“两头在外”的经济发展战略面向国际市场寻求更大发展，这种发展模式导致韩国的产供应链极度缺乏确定性和稳定性。

从技术引进来看，韩国在美国的棋盘里，不可能被允许拥有核心技术，只是被限定为加工一些高价值零部件，美国不可能让韩国真正成为制造强国。

从获取原材料和组件供应来看，韩国电子、汽车和重工业等制

造业严重依赖外部资源，供应链十分脆弱，外部市场的任何波动——进行政策调整、出现贸易争端、发生自然灾害或公共危机等——都会给韩国制造业造成相当大的影响。

从产品销售来看，竞争对手自身的技术进步和产业升级，不仅将使“韩国制造”失去竞争优势，更会使其逐渐失去市场份额，韩系产品在中国市场的全线溃败就是典型例证。此外，韩系产品销售过度依赖国际市场，也使其极易受到贸易保护主义和地缘政治博弈加剧等因素的影响。

其次，韩国制造业的发展受到了低生育率和人口老龄化的严重困扰。

韩国是全球人口老龄化最快的国家之一。韩国《每日经济》今年初援引该国统计厅的数据报道称，自2014年产业结构调整以来，2023年韩国制造业60岁以上从业人口数量首次超过青年从业人口数量。

青壮年劳动力缺失、越来越多老年人坚守在工作岗位，由此引发的企业运营成本增加、创新能力下降和企业结构被动调整等，均成为制约韩国制造业发展

的重要因素。

韩国政府曾于2019年发布制造业复兴愿景，宣布到2030年通过产业结构智能化、环保化、融合化创新，让韩国跻身世界四大制造业强国之列。现在来看，如何在摆脱高度依赖特定产业局面、解决劳动力成本上升和人口老龄化难题、巩固产供应链安全稳定的同时，制定出顺应市场发展和时代潮流的产业政策，已成为了摆在韩国面前的重要时代课题。

据《瞭望》新闻周刊