



Bank Polski

RYNKI MIĘDZYNARODOWE: KOSMETYKI

Sytuacja bieżąca i prognozy do 2031

2026

Departament Analiz Ekonomicznych
Czerwiec 2026

Spis treści



Branża kosmetyczna 2026

Wstęp	3
ŚWIAT	
Podstawowe dane o rynku	8
Handel międzynarodowy	13
EUROPA I POLSKA	
Wielkość rynku w Europie	16
Wielkość rynku w Polsce	18
Polski eksport	20
NAJWIĘKSI IMPORTERZY	
1. Stany Zjednoczone	27
2. Chiny	29
3. Niemcy	31
4. Francja	33
5. Wielka Brytania	35
Metodologia	37

Wstęp

Jak podaje Statista, w 2025 światowa sprzedaż branży kosmetycznej wzrosła o 4% do 629 mld EUR. Była to wartość o 35% większa niż w 2020.

Największym segmentem rynku pozostaje pielęgnacja osobista

z udziałem 43,5% w 2025. Jednak w latach 2026-2031 najszybciej będzie rozwijać się (ze średnim rocznym tempem wzrostu CAGR=4,1%) kategoria **technologia dla urody** (*beauty tech*). W tym czasie średni roczny wzrost dla całego rynku kosmetyków wyniesie 3,3%.

Umiarkowana dynamika wzrostu rynku wynika z jego relatywnego nasycenia oraz warunków gospodarczych, którym towarzyszy duża niepewność.

Istotny wpływ na rynek mają czynniki makroekonomiczne:

dochody konsumentów, inflacja, stabilność gospodarcza czy sytuacja globalnych łańcuchów dostaw. W okresach dobrej koniunktury rośnie popyt na produkty premium, natomiast w czasie spowolnienia konsumenci częściej wybierają tańsze alternatywy. Równocześnie rozwój e-commerce i marketingu cyfrowego zwiększa dostępność produktów i zmienia sposób podejmowania decyzji

zakupowych.

Na globalnym rynku kosmetycznym zachodzą dynamiczne zmiany jakościowe.

Wzrasta znaczenie zrównoważonego rozwoju i personalizacji, zwiększa się wykorzystania technologii oraz zainteresowanie markami niszowymi. Ważną rolę w kształtowaniu trendów odgrywają media społecznościowe i influencerzy.

Preferencje konsumentów wyraźnie przesuwają się w stronę **produktów naturalnych, zrównoważonych i etycznie pozyskiwanych**. W wielu regionach zwiększa się świadomość ekologiczna i zdrowotna, co powoduje wzrost popytu na „czyste” kosmetyki oraz produkty nietestowane na zwierzętach. Jest to widoczne zwłaszcza wśród młodszych pokoleń, które oczekują transparentności, odpowiedzialności społecznej marek oraz autentyczności.

Równolegle dynamicznie rozwija się trend personalizacji, umożliwiany przez nowe

technologie i analizę danych. Dzięki nim firmy oferują produkty dopasowane do indywidualnych potrzeb użytkowników.

Na poziomie lokalnym duże znaczenie mają czynniki kulturowe i regulacyjne.

Przykładowo, w Korei Południowej rozwój napędzany jest przez innowacyjność i wieloetapową pielęgnację – zyskująca dużą popularność na całym świecie. We Francji liczy się tradycja i luksus, a ogólnie w krajach UE duże znaczenie mają surowe regulacje środowiskowe i jakościowe. W wielu regionach wykorzystuje się także lokalne składniki (np. masło shea w Afryce czy zioła w Europie).

Wszystkie omówione tu procesy wymuszają na firmach ciągłą adaptację i wprowadzanie innowacji.

W raporcie przedstawiamy prognozy wielkości branży do 2031 oraz dane o rynkach 5 największych światowych importerów kosmetyków.

Polska branża kosmetyczna

W 2025 Polska z udziałem 3,3% w światowym eksporcie kosmetyków uplasowała się na 11. miejscu wśród eksporterów, awansując o 2 miejsca. W imporcie osiągnęła udział 2,6% i 10. miejsce (14. w 2024). Branża zachowała dobrą kondycję finansową ze stabilnym wzrostem przychodów i zysku netto.

Polski sektor kosmetyczny należy do czołówki najbardziej konkurencyjnych gałęzi krajowego przemysłu, a głównym motorem wzrostu pozostaje eksport. Silna pozycja na rynkach zagranicznych wynika z wysokiej jakości produktów, konkurencyjnych cen oraz rosnącej innowacyjności.

Pomimo licznych turbulencji gospodarczych i napięć geopolitycznych obserwowanych w ostatnich latach, branża zachowuje dobrą kondycję finansową. Wśród 92 przedsiębiorstw produkujących kosmetyki i wyroby toaletowe (PKD 20.42), zatrudniających ponad dziewięćciu pracowników, aż 73 prowadzi działalność eksportową. Sprzedaż zagraniczna w 2025 odpowiadała za 52% przychodów całej branży. Znaczący udział eksportu umożliwia osiąganie korzyści skali, ogranicza uzależnienie od sytuacji na rynku krajowym oraz pozwala dywersyfikować źródła przychodów.

W 2025 eksport produktów kosmetycznych (CN 33) zwiększył się o 9,4% do 5,9 mld EUR.

Import wzrósł silniej, bo o 14,9%, do 4,7 mld EUR. Dodatkowo saldo zmniejszyło się do 1,2 mld EUR wobec 1,3 mld EUR w 2024.

W 2025 producenci kosmetyków osiągnęli przychody na poziomie 12,6 mld zł (+2,4% r/r). Szybciej rosły zyski – wynik finansowy netto zwiększył się o 17,7%, osiągając 949 mln zł.

O dobrej sytuacji ekonomicznej świadczą również wskaźniki rentowności: marża EBITDA wyniosła 13,7% (+1,4pp r/r), natomiast rentowność sprzedaży netto osiągnęła poziom 7,7% (+1pp r/r), znacząco przewyższając średnią dla przetwórstwa przemysłowego.

Główne trendy w branży to:

- (a) zrównoważony rozwój potwierdzony odpowiednimi certyfikatami
- (b) tworzenie produktów skoncentrowanych, bardziej wydajnych i ekonomicznych
- (c) produkcja na bazie surowców biodegradowalnych
- (d) stosowanie coraz łagodniejszych konserwantów
- (e) używanie opakowań nadających się do łatwego recyklingu i z surowców

- pochodzących recyklingu
- (f) opracowanie innowacyjnych technologii w celu zmniejszenia zużycia energii i wody, emisji CO₂ i ilości odpadów
- (g) stopniowe wycofywanie ze sprzedaży produktów zawierających mikroplastik
- (h) wzrost popularności dermokosmetyków, produktów łączących cechy kosmetyków i preparatów dermatologicznych, które poza pielęgnacją pomagają zwalczać problemy skórne
- (i) przygotowanie do nowych obowiązków związanych z unijną dyrektywą oczyszczania ścieków komunalnych, wprowadzającą mechanizm rozszerzonej odpowiedzialności producenta kosmetyków
- (j) nasilająca się popularność marek azjatyckich: K-beauty oparta na rytuałach pielęgnacyjnych Korei oraz C-beauty, czyli kosmetyki z Chin
- (k) rozwój produkcji kontraktowej (B2B) obejmującej szerokie spektrum – od kosmetyków premium przez masowe, trafiające do sieci handlowych w Polsce i za granicą, aż po jednorazowe akcesoria i suplementy diety sprzyjające wyglądowni.



Polska branża kosmetyczna

Przyszłość polskiej branży kosmetycznej rysuje się pozytywnie, choć jej rozwój będzie odbywał się w wymagającym otoczeniu gospodarczym i geopolitycznym. Eksport pozostanie jednym z filarów wzrostu sektora. Na jego wyniki wpływać będą: kondycja gospodarek UE, w tym szczególnie niemieckiej, napięcia handlowe między największymi światowymi gospodarkami, możliwość zakłóceń w globalnych łańcuchach dostaw oraz utrzymująca się niestabilność polityczna na Bliskim Wschodzie oraz wojna w Ukrainie.

Jednocześnie przed producentami otwierają się nowe możliwości rozwoju. Sprzyja im wzrost wydatków konsumentów na produkty poprawiające komfort i jakość życia, dynamiczny rozwój handlu internetowego (w tym TikTok Shop uruchomiony w Polsce w połowie czerwca 2026) oraz rosnąca popularność kosmetyków naturalnych, ekologicznych i zaawansowanych

technologicznie. Coraz większego znaczenia nabierają także inwestycje w automatyzację i cyfryzację procesów produkcyjnych, a także budowanie silnych marek własnych, które pozwalają skutecznie konkurować nie tylko ceną, lecz również jakością, innowacyjnością i rozpoznawalnością.

W efekcie można oczekiwać, że polski przemysł kosmetyczny zachowa potencjał wzrostowy w kolejnych latach. Skala tego wzrostu będzie jednak w coraz większym stopniu uzależniona od umiejętności przedsiębiorstw w zakresie zarządzania ryzykiem związanym z handlem międzynarodowym oraz niestabilnością geopolityczną. O dalszej pozycji branży na europejskich i światowych rynkach w dużej mierze mogą decydować: odporność na zewnętrzne szoki, skuteczna dywersyfikacja kierunków eksportu oraz konsekwentne inwestowanie w innowacje i rozwój marek.

Duży potencjał rozwoju tkwi w dalszym wzmacnianiu narracji wokół P-beauty. Polskie kosmetyki cieszą się za granicą uznaniem za jakość, konkurencyjną cenę, skuteczność i bezpieczeństwo. Kluczowe znaczenie ma dalsze rozwijanie wspólnych działań promocyjnych oraz konsekwentne budowanie spójnej marki „made in Poland” w beauty, wzmacniającej pozycję polskich producentów na rynkach międzynarodowych.

Przewidujemy, że w 2026 i kolejnych latach sytuacja polskiej branży kosmetycznej pozostanie korzystna.



Polska branża kosmetyczna

Mocne strony



- 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
- silne, rozpoznawalne marki krajowe (Ziaja, Eveline, Bielenda, Inglot, Dr Irena Eris)

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; duże zależności 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

- poprawa świadomości konsumenckiej w zakresie pielęgnacji, zdrowia i estetyki
- starzejące się społeczeństwo i rosnące zapotrzebowanie na produkty anti-aging
- dywersyfikacja portfolio, np. w kierunku kosmetyków dla zwierząt
- 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
- produkcja kontraktowa dla zagranicznych marek
- 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
- dynamiczny wzrost popularności K-beauty i C-beauty
- utrzymujące się spowolnienie gospodarcze w Niemczech, gdzie trafia 1/5 polskiego eksportu kosmetyków oraz napięcia geopolityczne w wielu rejonach świata
- 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
- nowe wymogi raportowania oraz konieczność podejmowania działań dotyczących ESG



ŚWIAT



Bank Polski




Podstawowe dane o rynku

Sprzedaż

mld EUR, 2025

W latach 2023-2025 sprzedaż kosmetyków na świecie wzrastała w średnim tempie 4,4% rocznie i osiągnęła wartość 629 mld EUR (wg szacunków Statista).

Azja to największy rynek sprzedaży kosmetyków. W 2025 jego wartość wyniosła 247 mld EUR i stanowiła 39,2% światowej sprzedaży.

	świat	628,8
	Europa	140,8
	Polska	5,5

Źródło: Statista




Eksport

mld EUR, 2025

Francja była światowym liderem w eksporcie kosmetyków. W 2025 osiągnęła udział w rynku na poziomie 14,5%.

Największym importerem w 2025 były Stany Zjednoczone – z udziałem 10,3% w światowym imporcie.

W 2025 Polska była 11. największym eksporterem kosmetyków na świecie – z udziałem na poziomie 3,3% oraz 10. największym importerem – z udziałem w wysokości 2,6%.

	świat	175,8
	Europa	104,6
	Polska	5,9




Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Wydatki per capita

EUR, 2025

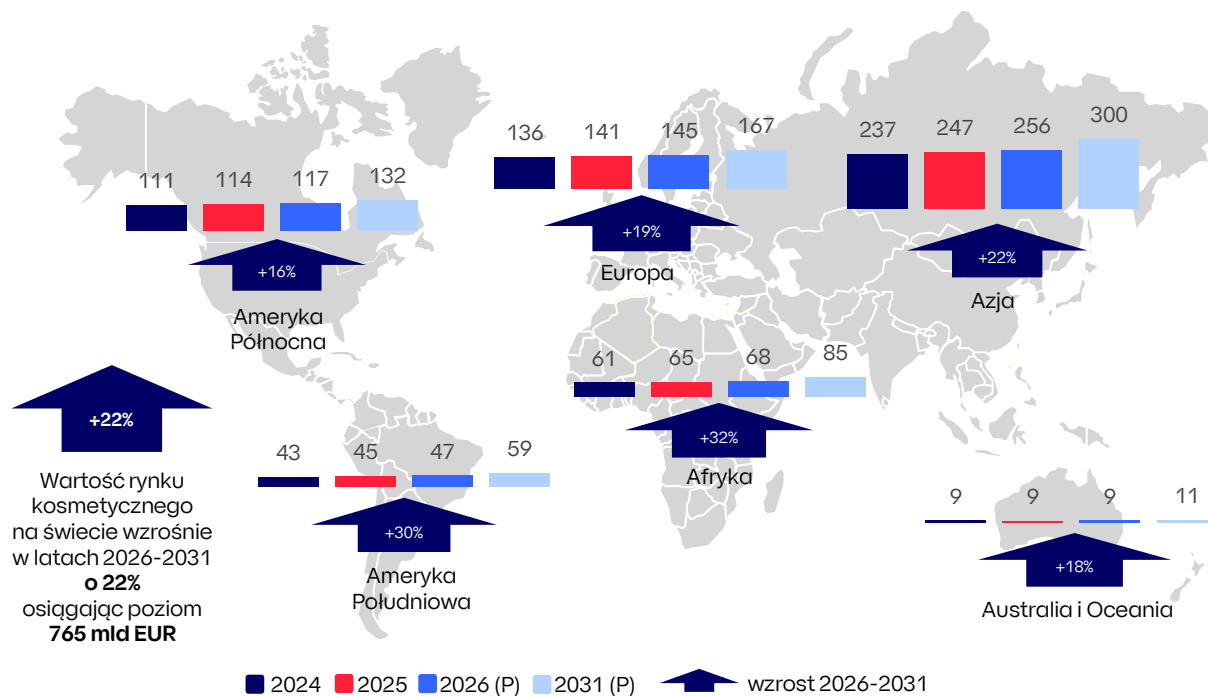
Pierwszą pozycję na świecie pod względem wydatków per capita przeznaczanych na zakup kosmetyków zajmują Japończycy, którzy w 2025 wydali przeciętnie na ten cel równowartość 399 EUR. Na drugim miejscu uplasowali się Islandczycy (377 EUR), a na trzecim – Szwajcarzy (321 EUR).

W 2025 średnie wydatki na kosmetyki na mieszkańca w Europie wyniosły 166 EUR i wzrosły o 3,6%.

	Europa	166
	Polska	143
	świat	80

Źródło: Statista

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



Źródło: Statista

W 2025 światowa sprzedaż kosmetyków osiągnęła 629 mld EUR, czyli o 30% więcej niż w 2020. Według Statisty, w latach 2021-2022 sprzedaż rosła średnio o 9% rocznie (odbicie po spadku w 2020). W kolejnych latach dynamika sprzedaży spowolniła do 4,4% średnio rocznie (CAGR 2023-2025). **W latach 2026-2031 średnie roczne tempo wzrostu sprzedaży kosmetyków na świecie wyniesie wg prognoz 3,3%.**

Najwyższą szacunkową sprzedaż kosmetyków w 2025 w wysokości 247 mld EUR obserwowano w Azji, a jej wartość w latach 2023-2025 wzrastała średnio rocznie o 4,2% - trochę wolniej niż średnio na świecie. Na kolejne lata do 2031 prognozy zakładają, że rynki azjatyckie będą odnotowywały wzrost sprzedaży w tempie średnio 3,3% rocznie (CAGR 2026-2031).

W latach 2026-2031 najwyższy średni roczny wzrost sprzedaży kosmetyków w wysokości 4,7%, będzie dotyczył Afryki. Tylko nieznacznie wolniejszy będzie wzrost sprzedaży w Ameryce Południowej z CAGR 2026-2031 wynoszącym 4,4%.



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

	2018	2020	2024	2025	2026 (P)	2031 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-31)
Pielęgnacja osobista	205,5	213,7	263,2	273,3	282,6	328,9	7,2%	3,6%	3,1%
Pielęgnacja skóry	135,4	138,8	176,4	183,6	190,3	223,6	7,4%	4,7%	3,3%
Makijaż	74,1	63,4	101,0	105,7	110,1	131,9	18,0%	6,2%	3,8%
Perfumy i wody toaletowe	44,9	40,8	55,5	57,7	59,7	69,7	11,5%	4,4%	3,2%
Technologia dla urody	5,9	8,3	7,9	8,3	8,7	10,6	-5,2%	3,7%	4,1%
Suma	465,9	465,1	604,2	628,8	651,3	764,7	9,0%	4,4%	3,3%

Źródło: Statista

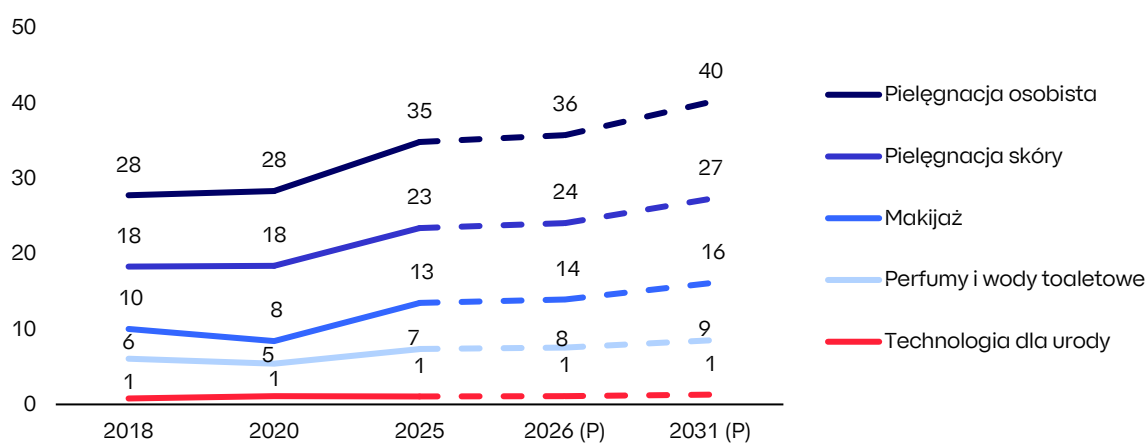
Największy udział w globalnym rynku ma segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej. Według prognoz, w 2026 udział ten wyniesie 43,4% całkowitej sprzedaży branży, a do 2031 obniży się do 43%.

W latach 2026-2031 kategoria technologia dla urody będzie segmentem rynku o najwyższym średnim rocznym tempie wzrostu (CAGR 4,1%), w porównaniu do średniego wzrostu o 3,3% rocznie przewidywanego dla kosmetyków ogółem.

Natomiast najwolniejszy wzrost prognozowany jest w przypadku kosmetyków do pielęgnacji osobistej (CAGR 2026-2031=3,1%).

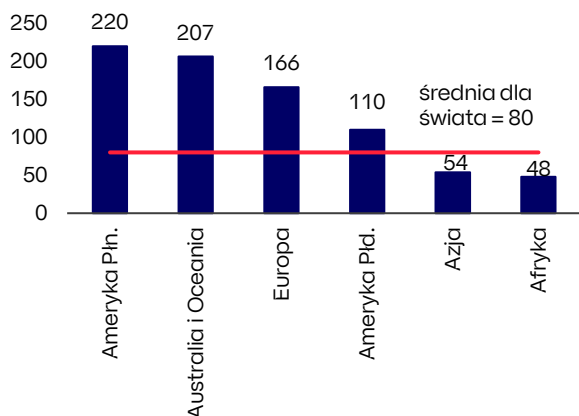


Wydatki per capita na światowym rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

Szacunkowe wydatki per capita na kosmetyki wg kontynentów w 2025 (EUR)



Źródło: Statista

W 2025 przeciętnie wydatki per capita na kosmetyki na świecie wyniosły 80 EUR.

Prognozowany jest wzrost tej wartości do 93 EUR w 2031.

Według danych Statisty, w podziale na kontynenty, najczęściej per capita na zakup kosmetyków przeznaczycy w 2025 mieszkańcy Ameryki Północnej (220 EUR) oraz Australii i Oceanii (207 EUR). Natomiast wydatki te były najniższe w Afryce (48 EUR) i Azji (54 EUR) – kształtując się odpowiednio 40% i 33% poniżej średniej dla świata.

W podziale na kraje w 2025 światowymi liderami wydatków na kosmetyki byli Japończycy (399 EUR). Na drugim miejscu uplasowali się Islandczycy (377 EUR), a na trzecim – Szwajcarzy (321 EUR).

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

	2018	2020	2025	2026 (P)	2031 (P)
St. Zjednoczone	73	74	97	100	113
Chiny	47	50	68	70	81
Japonia	35	37	46	47	52
Indie	22	22	31	32	37
Brazylia	21	16	26	27	34

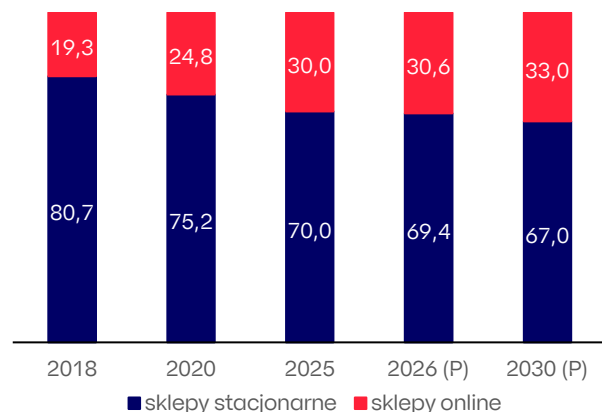
Źródło: Statista

Największym rynkiem na świecie

w 2025 były Stany Zjednoczone, gdzie sprzedaż kosmetyków oszacowano na 97 mld EUR, co stanowiło 15,4% wartości dla świata. Według prognoz Statisty, na pozycji globalnego lidera USA pozostaną co najmniej do 2031 – ze sprzedażą rzędu 113 mld EUR i z nieco niższym udziałem na poziomie 14,8%.

Spośród pięciu wymienionych państw, najwyższą dynamiką wzrostu w latach 2026-2031 będzie się charakteryzować Brazylia, w której wartość rynku w 2031 przewyższy poziom z 2025 o 30,8%. W tym okresie relatywnie wysokie będzie jeszcze tempo wzrostu rynku w Indiach (19,4%) i Chinach (19,1%). Najstabilniej w latach 2026-2031 będzie rosła sprzedaż kosmetyków w Japonii (o 13%).

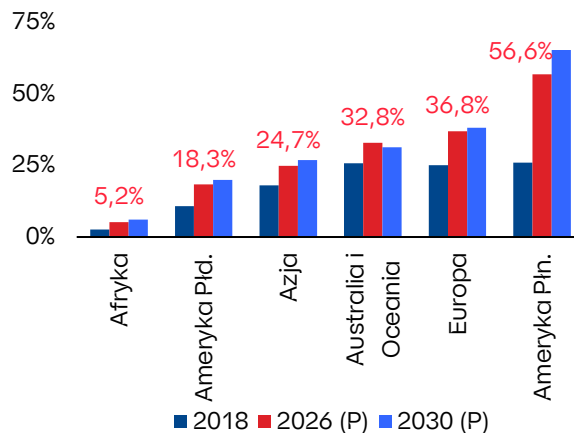
Struktura sprzedaży kosmetyków na świecie wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

Według szacunków Statisty, **30% przychodów ze sprzedaży kosmetyków w 2025 pochodziło ze sklepów online**. Prognozowany jest dalszy wzrost zainteresowania tym kanałem dystrybucji i zwiększenie jego udziału do 33% w 2030.

Udział kanału online w sprzedaży kosmetyków wg kontynentów



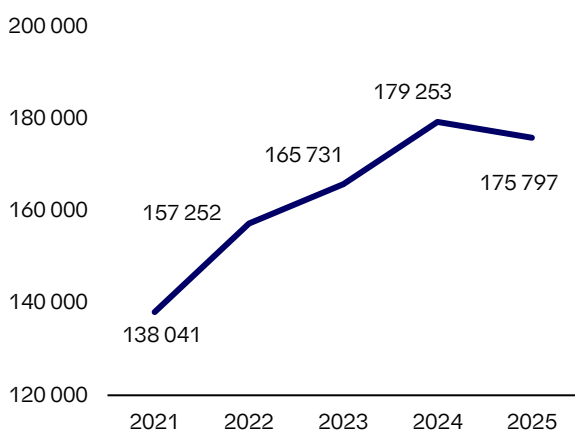
Źródło: Statista

Utrzymuje się znaczne zróżnicowanie w udziale kanału zdalnego w sprzedaży kosmetyków między kontynentami, które pogłębi się jeszcze do 2030, przy generalnej tendencji wzrostowej. W 2026 kontynentem z najwyższym udziałem sprzedaży zdalnej (56,6%) będzie Ameryka Północna, podczas gdy w Afryce udział ten wyniesie jedynie 5,2%. W 2030 blisko 2/3 sprzedaży kosmetyków na rynku północnoamerykańskim będzie miała miejsce w sieci, a rynek afrykański zanotuje wzrost udziału do 6,1%.



Handel międzynarodowy

Eksport kosmetyków na świecie (mln EUR)



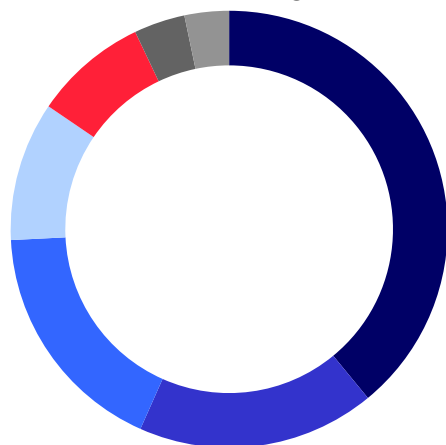
CAGR
2021-2022
11,2%

CAGR
2023-2025
3,8%

W latach 2021-2022 światowy eksport kosmetyków odnotował średni roczny wzrost o 11,2%, który w latach 2023-2025 spowolnił do 3,8% przeciętnie rocznie, osiągając poziom 175,8 mld EUR w końcu okresu.

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Struktura światowego eksportu kosmetyków wg rodzaju w 2025

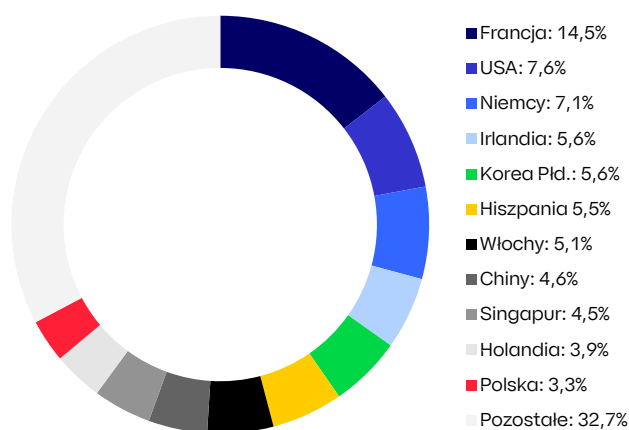


Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Największy udział w światowym eksporcie kosmetyków (39%) w 2025 miała 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.



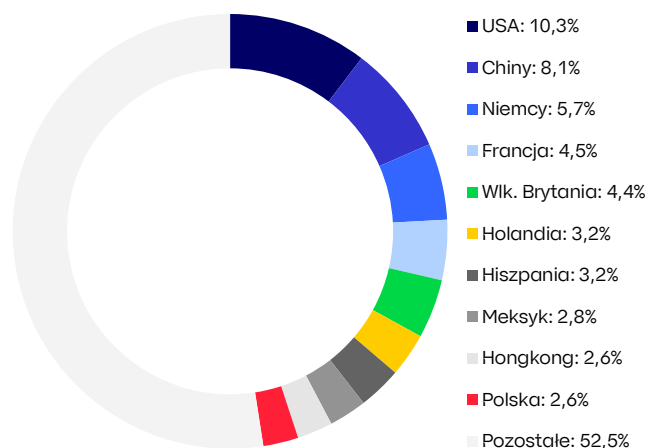
Struktura światowego eksportu kosmetyków w 2025



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

- **W 2025 liderem w eksporcie kosmetyków była Francja**, która sprzedała za granicę kosmetyki o wartości 25,5 mld EUR, co stanowiło 14,5% światowego eksportu.
- 10 największych eksporterów kosmetyków odpowiadało za 63,9% eksportu ogółem.
- Polska była 11. największym eksporterem kosmetyków z udziałem na poziomie 3,3%.
- Udział Polski w globalnym eksporcie kosmetyków wzrósł w latach 2021–2025 o 0,4pp.

Struktura światowego importu kosmetyków w 2025



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

- **Światowym liderem w imporcie kosmetyków były Stany Zjednoczone**, które nabyły z zagranicy kosmetyki o wartości 18,4 mld EUR, co stanowiło 10,3% globalnego importu.
- Udział 10 największych importerów kosmetyków wyniósł 47,5% importu ogółem tej kategorii.
- Polska była 10. największym importerem kosmetyków z udziałem w wysokości 2,6%.
- W latach 2021-2025 udział Polski w światowym imporcie wzrósł o 0,6pp.



EUROPA I POLSKA



Bank Polski

Wielkość rynku w Europie

Rynek kosmetyków w Europie – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2024	2025	2026 (P)	2031 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-31)
Pielęgnacja osobista	50,1	50,0	57,2	58,9	60,4	68,1	3,2%	3,5%	2,4%
Pielęgnacja skóry	33,2	31,9	38,5	40,0	41,5	48,7	3,7%	5,3%	3,3%
Makijaż	17,6	14,5	21,4	22,4	23,3	27,9	13,0%	6,4%	3,7%
Perfумы i wody toaletowe	15,3	13,7	17,2	17,7	18,2	20,7	7,5%	3,8%	2,6%
Technologia dla urody	1,5	2,0	1,7	1,8	1,8	2,0	-7,4%	1,7%	2,3%
Suma	117,7	112,1	135,9	140,8	145,2	167,4	5,0%	4,4%	2,9%

Źródło: Statista

Według Statisty, w latach 2026-2031 wartość rynku kosmetyków w Europie będzie wzrastała o 2,9% rocznie

i w końcu okresu osiągnie poziom 167,4 mld EUR.

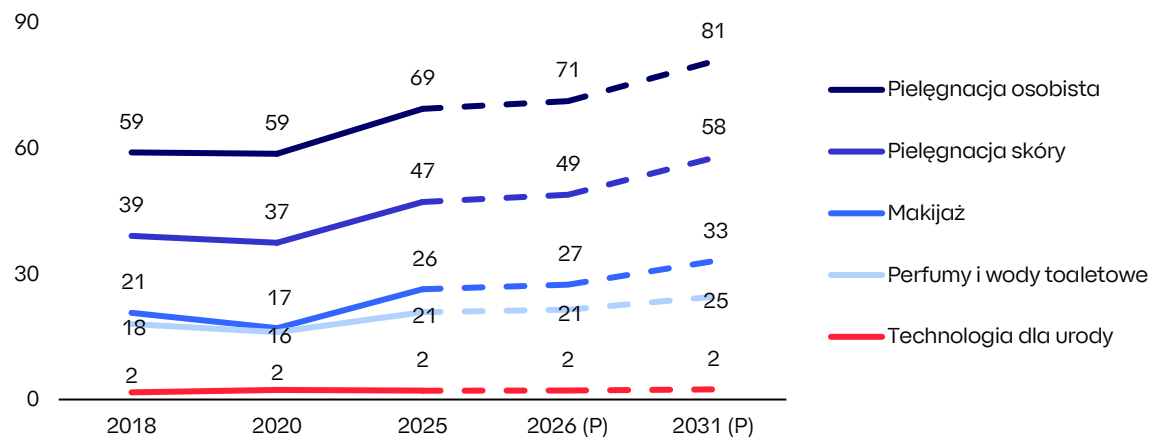
Będzie to niższe tempo wzrostu niż 4,4% średnio rocznie obserwowane w okresie 2023-2025.

Inaczej niż średnio na świecie, w Europie najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu, z CAGR 2026-2031 wynoszącym 3,7%, a sprzedaż tej kategorii w 2031 będzie wyższa niż w 2025 o 24,7%.

W 2026 największy udział w rynku

będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Europie jest przewidywana na 60,4 mld EUR, co stanowi 41,6% rynku – nieco mniej niż 43,4% notowane średnio na świecie.

Wydatki per capita na europejskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

W 2025 mieszkańiec Europy wydał przeciętnie na kosmetyki 166 EUR. W kolejnych latach prognozuje się zwiększenie wydatków na ten cel do 199 EUR w 2031.



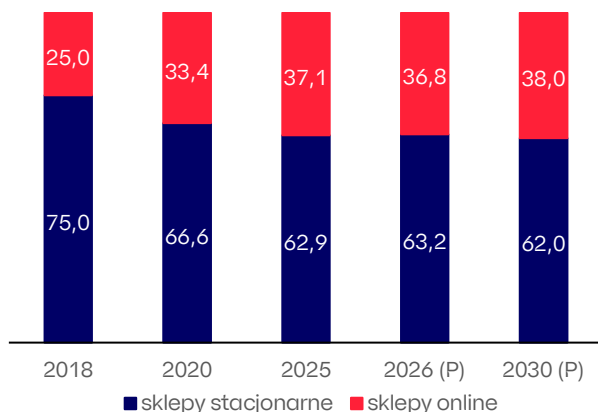
Top-5 krajów w Europie pod względem sprzedaży kosmetyków (mld EUR)

	2018	2020	2025	2026 (P)	2031 (P)
Niemcy	17	16	20	20	22
Rosja	15	13	16	17	21
Francja	15	14	17	17	19
Wlk. Brytania	14	13	16	17	19
Włochy	10	10	12	12	14

Źródło: Statista

W 2025 najwyższa sprzedaż kosmetyków wśród krajów europejskich obserwowana była w Niemczech i wyniosła 20 mld EUR (co stanowiło 14,2% europejskiego rynku). Prognozowany jest wzrost tej wartości do 22 mld EUR w 2031, czyli poziomu jedynie o 10% wyższego niż w 2025, co będzie oznaczało najwolniejszy wzrost spośród pięciu najważniejszych europejskich rynków. Na drugim biegunie będzie Rosja, w której sprzedaż do 2031 wzrośnie najsilniej, bo o 31,3% wobec 2025.

Struktura sprzedaży kosmetyków w Europie wg kanałów dystrybucji (%)



Sklepy online odpowiadały za 37,1% przychodów ze sprzedaży kosmetyków w Europie w 2025. Prognozuje się, że do 2030 udział przychodów z kanałów e-commerce zwiększy się nieznacznie, bo do 38%.

Źródło: Statista



Wielkość rynku w Polsce

Rynek kosmetyków w Polsce – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2024	2025	2026 (P)	2031 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-31)
Pielęgnacja osobista	2,2	2,2	2,5	2,6	2,7	3,0	2,9%	4,5%	2,5%
Pielęgnacja skóry	1,1	1,1	1,4	1,5	1,5	1,8	4,7%	6,4%	3,2%
Makijaż	0,5	0,4	0,6	0,6	0,7	0,8	11,1%	7,5%	3,1%
Perfумы i wody toaletowe	0,6	0,5	0,6	0,7	0,7	0,8	3,6%	4,9%	2,8%
Technologia dla urody	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	-8,3%	2,7%	4,3%
Suma	4,4	4,3	5,3	5,5	5,6	6,4	4,1%	5,4%	2,8%

Źródło: Statista

W latach 2026-2031 wzrost wartości rynku kosmetyków w Polsce spowolni do 2,8% średnio rocznie z 5,4% obserwowanych w okresie 2023-2025. Natomiast w latach 2021-2022 średnia roczna dynamika sprzedaży kosmetyków kształtowała się pomiędzy tymi wielkościami i wyniosła 4,1%.

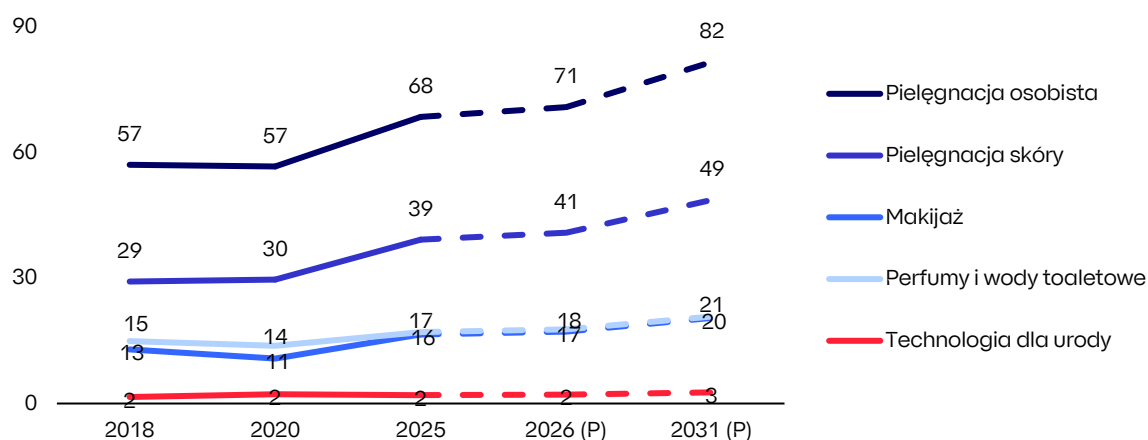
Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment technologii dla urody, z CAGR 2026-2031 wynoszącym **4,3%**, a sprzedaż tej kategorii w 2031 będzie wyższa od wartości z 2025 o 28,5%.

W 2026 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Polsce jest

przewidywana na 2,7 mld EUR, co stanowi 47,6% rynku, a do 2031 udział ten obniży się o 0,7pp.



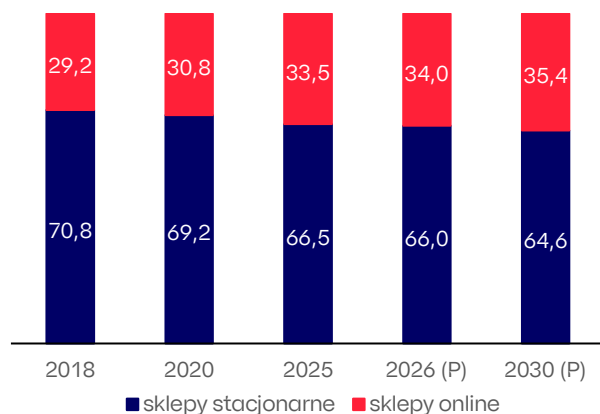
Wydatki per capita na polskim rynku kosmetyków (EUR)



Źródło: Statista

W 2025 mieszkaniec Polski wydał przeciętnie na kosmetyki 143 EUR. Według prognoz do 2031 wydatki na ten cel wzrosną o 31 EUR.

Struktura sprzedaży kosmetyków w Polsce wg kanałów dystrybucji (%)



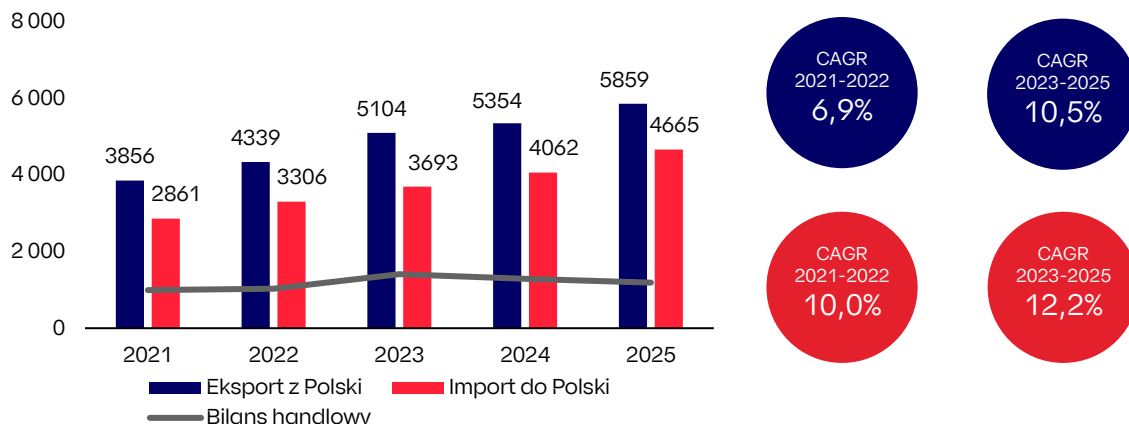
Sklepy online odpowiadały za 33,5% przychodów ze sprzedaży kosmetyków w Polsce w 2025.

Prognozuje się, że do 2030 udział przychodów z kanałów e-commerce nieznacznie się zwiększy (do 35,4%).

Źródło: Statista

Polski eksport

Polski handel zagraniczny kosmetykami (mln EUR)



Źródło: GUS (CN 33)

Eksport kosmetyków z Polski

w latach 2021–2025 wzrósł

o **51,9%** z poziomu 3,9 mld EUR

w 2021 do 5,9 mld EUR w 2025.

Import zwiększył się silniej,

bo o 63%, odpowiednio

z 2,9 mld EUR do 4,7 mld EUR.

W latach 2021-2022 w eksporcie

i imporcie kosmetyków notowano

niewielki wzrost

(odpowiednio średnio rocznie

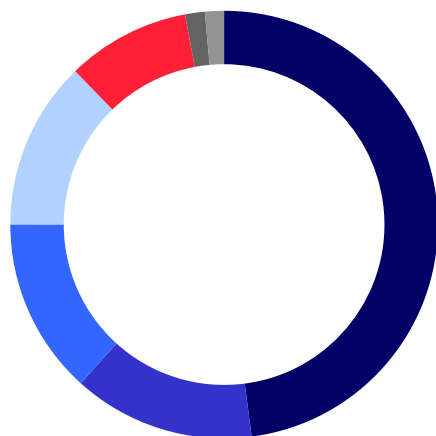
o 6,9% i o 10%) niż przeciętnie

w trzech kolejnych latach, kiedy

to CAGR 2023-2025 wyniósł 10,5%

i 12,2%.

Struktura polskiego eksportu kosmetyków wg rodzaju w 2025 (4-cyfrowe kody CN)



- Preparaty do upiększania i malowania oraz preparaty do pielęgnacji skóry (z wyjątkiem leków), włącznie z preparatami do opalania, do manicure i pedicure: 47,9%
- Preparaty do golenia, dezodoranty, do kąpieli, depilatory, preparaty toaletowe gdzie indziej niewymienione; dezodoranty do pomieszczeń nawet dezynfekcyjne: 13,8%
- Perfumy i wody toaletowe: 13,3%
- Preparaty do włosów: 12,7%
- Preparaty do higieny zębów, jamy ustnej, włącznie z pastami i proszkami do przytwierdzenia protez; nici dentystyczne, w opakowaniach do sprzedaży detalicznej: 9,3%
- Mieszanki substancji zapachowych (włącznie z roztworami alkoholowymi), w rodzaju stosowanych jako surowce w przemyśle; preparaty stosowane do produkcji napojów: 1,5%
- Olejki eteryczne z konkretami i absolutami; rezinoidy; oleożywice; koncent. olejk. eteryczn., terpenowe prod. deterpenacji olejk.; wodne roztw. olejk. eteryczn.: 1,4%

Źródło: GUS (CN 33)

W klasyfikacji wg 4-cyfrowych kodów CN **największą kategorią polskiego eksportu kosmetyków w 2025 była**

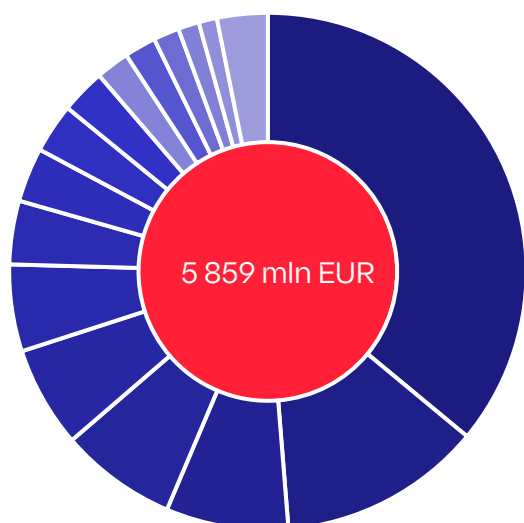
pozycja 3304, do której należą preparaty do upiększania i malowania oraz preparaty do pielęgnacji skóry

(z wyjątkiem leków), włącznie z preparatami do opalania, do manicure i pedicure. Stanowiła ona aż 47,9%

polskiego eksportu kosmetyków ogółem.



Struktura polskiego eksportu w 2025

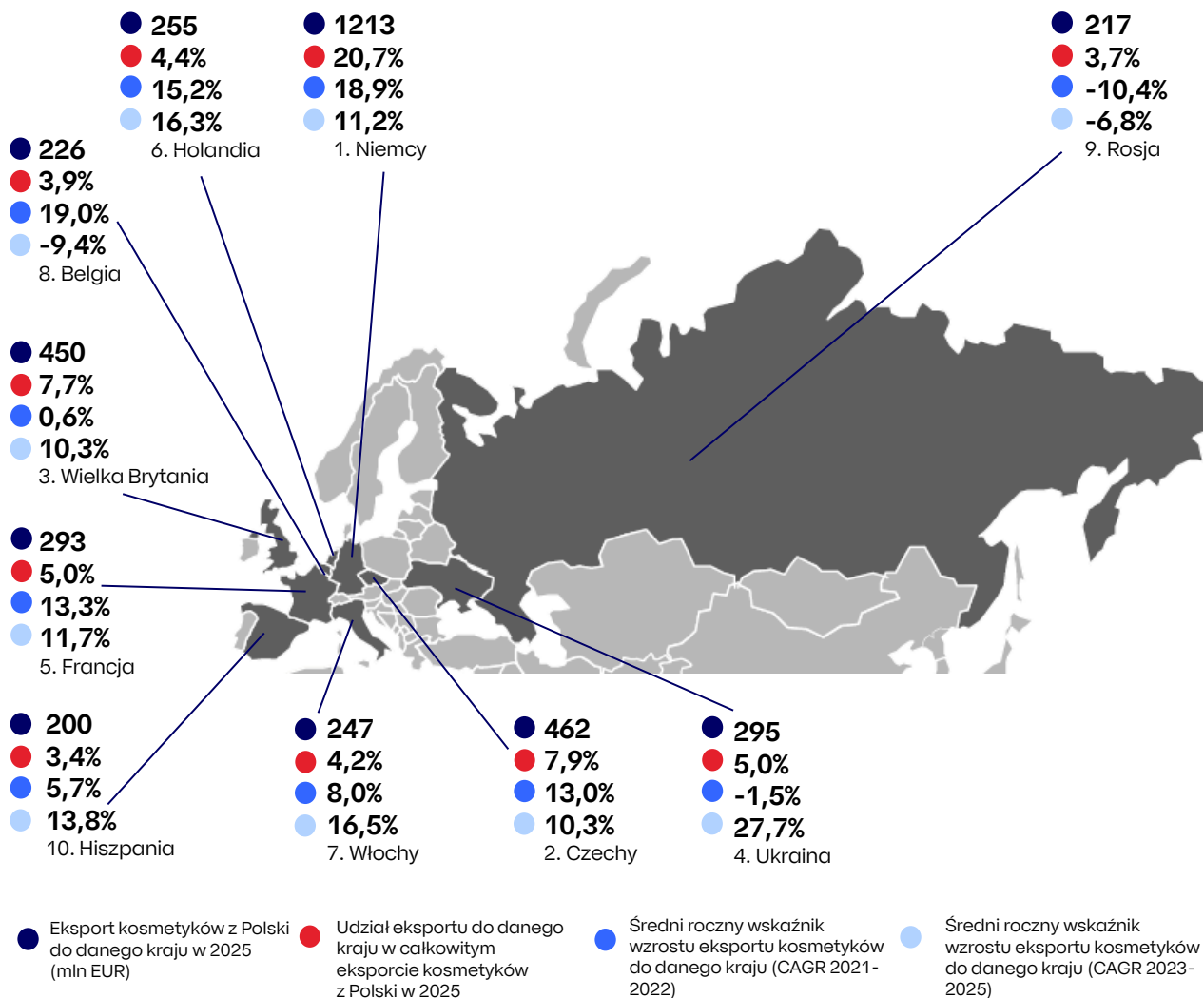


- 36,0%** Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
- 12,7%** Perfumy i wody toaletowe
- 7,7%** Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
- 7,3%** Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
- 6,3%** Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
- 5,4%** Szampony do włosów
- 4,0%** Preparaty do malowania oczu
- 3,4%** Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
- 3,1%** Preparaty do manicure lub pedicure
- 2,8%** Preparaty do malowania ust
- 2,1%** Pudry, nawet prasowane
- 2,0%** Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
- 1,6%** Preparaty do higieny jamy ustnej i preparaty do protez, gdzie indziej niewymienione
- 1,3%** Preparaty stosowane przed goleniem, do golenia lub po goleniu
- 1,1%** Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
- 3,2%** Pozostałe

Źródło: GUS (CN 33)

Według 6-cyfrowych kodów CN, największy udział w polskim eksporcie kosmetyków w 2025 miała kategoria **330499: preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione** – z udziałem 36%.

Główni odbiorcy polskich kosmetyków w 2025



Źródło: GUS (CN 33)

Głównymi kierunkami eksportowymi polskich producentów w 2025 były kraje europejskie.

Od lat największym odbiorcą są Niemcy, do których w 2025 trafiło 20,7% polskiego eksportu kosmetyków. Trzej kolejni importerzy z Polski w 2025 to:

Czechy, Wielka Brytania i Ukraina, do których trafiło łącznie 20,6% eksportowanych przez Polskę kosmetyków.

Na 10 największych rynków docelowych polskiej branży kosmetycznej w 2025 trafiło 65,8% naszego eksportu tych towarów.

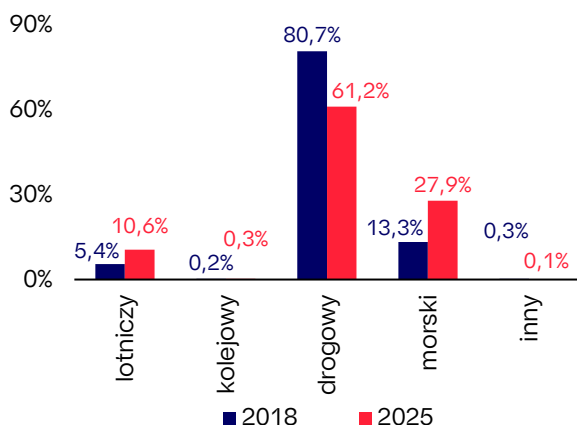
Średnia roczna dynamika polskiego eksportu kosmetyków do tych krajów w latach 2023-2025 była dość zróżnicowana: od 9,4-procentowego spadku w przypadku Belgii do 27,7-procentowego wzrostu dla Ukrainy.



Struktura polskiego eksportu kosmetyków poza UE wg środków transportu

W 2025 nieco ponad 33% polskiego eksportu kosmetyków wysłano poza Unię Europejską. Niestety Eurostat nie podaje danych dla eksportu kategorii HS 33 wewnątrz UE wg środka transportu, jednak należy założyć, że także przy tym kierunku dominuje transport drogowy.

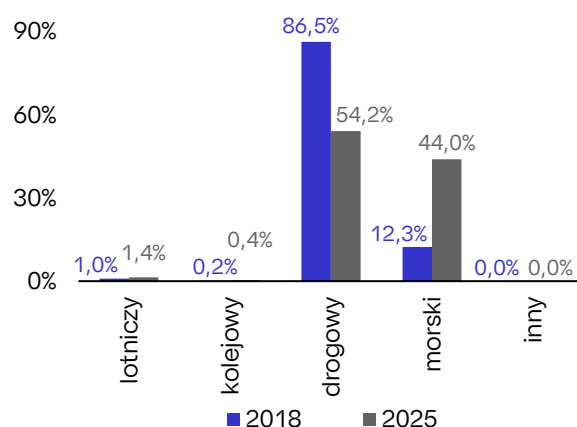
Struktura eksportu kosmetyków z Polski poza UE wg środków transportu (wg wartości w EUR)



Źródło: Eurostat

Od 2018 znacznie wzrosło wykorzystanie transportu morskiego i w nieco mniejszym stopniu lotniczego do eksportu kosmetyków z Polski poza UE w ujęciu wartościowym, kosztem spadku popularności transportu drogowego. Jednak w 2025 miał on nadal ponad 60-procentowy udział.

Struktura eksportu kosmetyków z Polski poza UE wg środków transportu (wg ilości w kg)



Źródło: Eurostat

W ujęciu ilościowym w 2025 dominował przewóz eksportowanych kosmetyków za pomocą transportu drogowego i morskiego, stanowiąc łącznie 98,2% całego eksportu tych towarów. Od 2018 znacznie wzrósł udział transportu morskiego (o 31,7pp), lekko zwiększył się udział transportu lotniczego (o 0,4pp) i kolejowego (o 0,2pp), przy 32,3pp spadku udziału transportu drogowego.



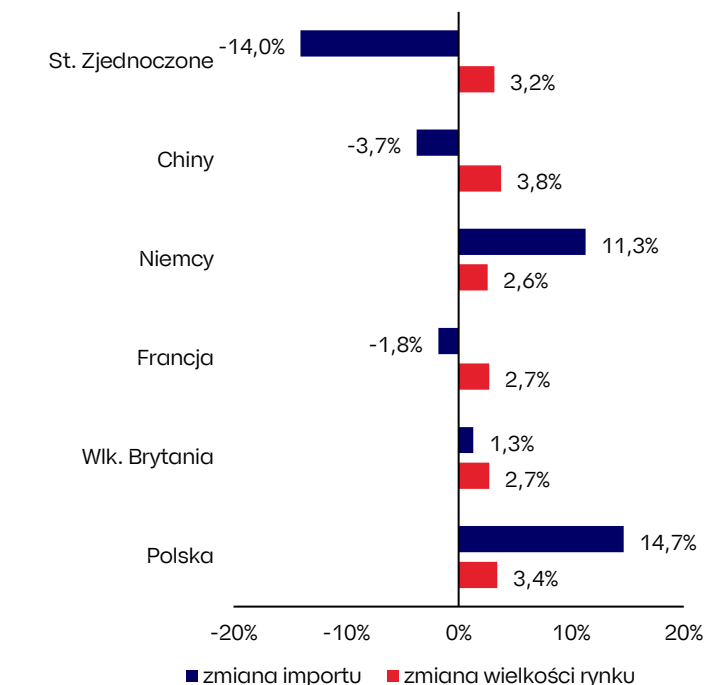
NAJWIĘKSI IMPORTERZY



Bank Polski

Najwięksi importerzy

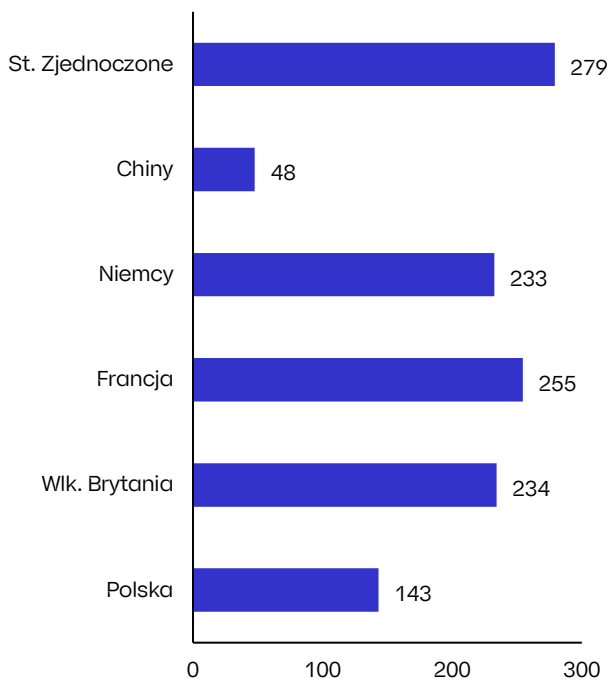
Zmiana wielkości rynku i importu kosmetyków w 2025 w ujęciu rocznym



Źródło: International Trade Centre (HS 33), Statista



Wydatki per capita na kosmetyki w 2025 (EUR)

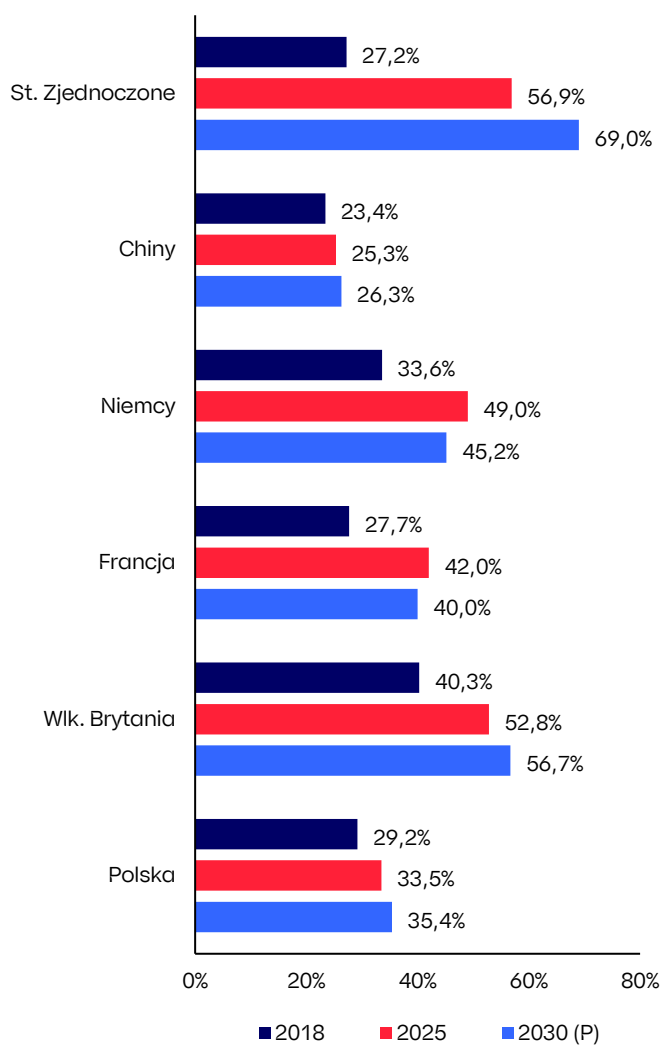


Źródło: Statista

Uwaga: Ranking 5 największych importerów kosmetyków wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych państw w 2025 dostępnych w dniu 20.05.2026.



Udział kanału online w sprzedaży kosmetyków



TOP-5
importerów
kosmetyków + Polska

Źródło: Statista

Uwaga: Ranking 5 największych importerów kosmetyków wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych państw w 2025 dostępnych w dniu 20.05.2026.



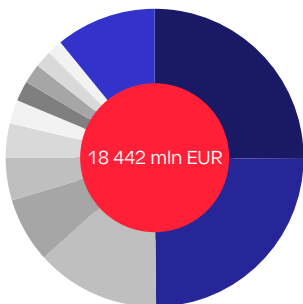
Stany Zjednoczone

1. pozycja



Bank Polski

Struktura importu kosmetyków do Stanów Zjednoczonych w 2025



- 25,1% Perfumy i wody toaletowe
- 24,7% Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
- 13,5% Mieszaniny substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
- 7,1% Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
- 4,6% Preparaty do malowania ust
- 3,7% Preparaty do malowania oczu
- 2,6% Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
- 2,2% Szampony do włosów
- 2,1% Pudry, nawet prasowane
- 1,8% Olejki eteryczne inne niż z owoców cytrusowych, inne niż wymienione w pozycjach od 330124 do 330125
- 1,6% Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
- 10,9% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Stanów Zjednoczonych zanotował w latach 2021-2022 średni wzrost o 24,6%. Natomiast w latach 2023-2025 nastąpiła jego stagnacja.

Wśród zagranicznych dostawców kosmetyków na amerykański rynek pierwszą pozycję zajmuje Francja z udziałem wynoszącym 18,5%. Kosmetyki z Polski o wartości 65 mln EUR w 2025 stanowią

zaledwie 0,4% importu kosmetyków do Stanów Zjednoczonych, co dało Polsce 27. miejsce wśród dostawców (wobec 28. lokaty w 2024), przy ponad 6-procentowym wzroście tego importu.

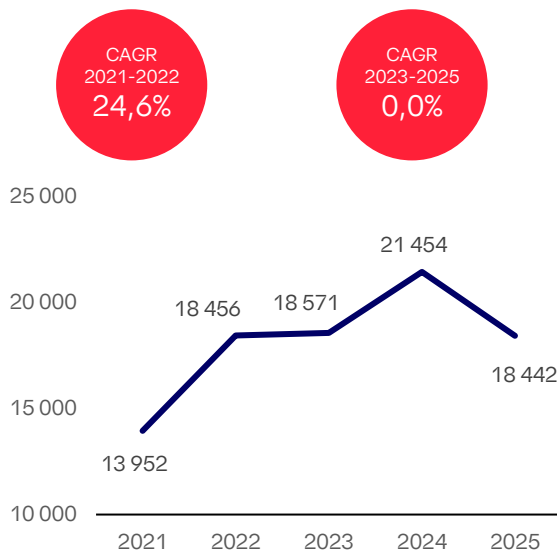
Top-10 dostawców + Polska (2025)

Lp.	Kraj	Udział	mIn EUR	2024 r/r
1.	Francja	18,5%	3 411,2	↓ -15,3%
2.	Irlandia	12,2%	2 253,8	↓ -41,4%
3.	Korea Płd.	10,0%	1 839,2	↑ 4,0%
4.	Włochy	9,5%	1 759,7	↓ -4,8%
5.	Kanada	9,3%	1 720,4	↓ -0,2%
6.	Meksyk	7,9%	1 451,6	↓ -5,3%
7.	Chiny	5,1%	949,4	↓ -20,9%
8.	Hiszpania	4,6%	849,6	↓ -8,5%
9.	ZEA	3,8%	696,8	↑ 13,7%
10.	Wielka Brytania	2,4%	446,4	↓ -18,8%
...
27.	Polska	0,4%	64,9	↑ 6,2%

Import USA (18 442 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do St. Zjednoczonych (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)



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

	2018	2020	2024	2025	2026 (P)	2031 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-31)
Pielęgnacja osobista	34,3	36,3	42,4	43,5	44,5	49,5	6,4%	1,9%	2,2%
Pielęgnacja skóry	17,1	17,9	23,1	23,9	24,7	28,5	9,0%	4,1%	2,9%
Makijaż	13,9	12,0	18,9	19,7	20,4	23,8	19,6%	4,8%	3,2%
Perfumy i wody toaletowe	6,8	6,6	8,2	8,5	8,7	9,7	9,8%	2,1%	2,3%
Technologia dla urody	1,0	1,4	1,3	1,4	1,4	1,5	-4,4%	1,8%	2,2%
Suma	73,1	74,1	93,9	96,9	99,6	112,9	9,3%	3,0%	2,6%

Źródło: Statista

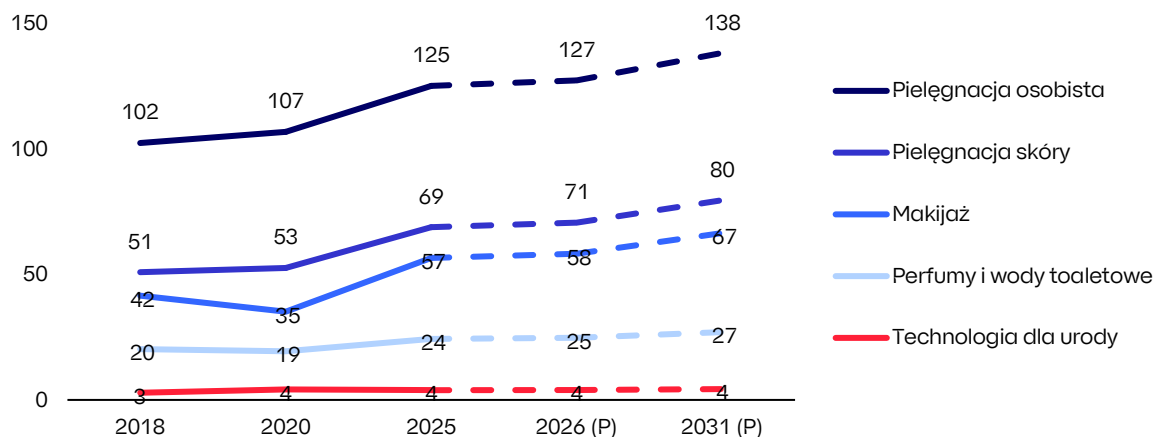
Według Statisty, w latach 2026-2031 wartość rynku kosmetyków w Stanach Zjednoczonych będzie wzrastała o 2,6% rocznie i w końcu okresu osiągnie poziom 112,9 mld EUR.

Będzie to tempo nieco słabsze od 3% średniego rocznego wzrostu obserwowanego w okresie 2023-2025.

Inaczej niż średnio na świecie i podobnie jak w Europie – **w Stanach Zjednoczonych najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu**, z CAGR 2026-2031 wynoszącym **3,2%**, a sprzedaż tej kategorii w 2031 będzie wyższa od wartości z 2025 o 20,9%.

W 2026 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Stanach Zjednoczonych jest przewidywana na 44,5 mld EUR, co stanowi 44,7% rynku.

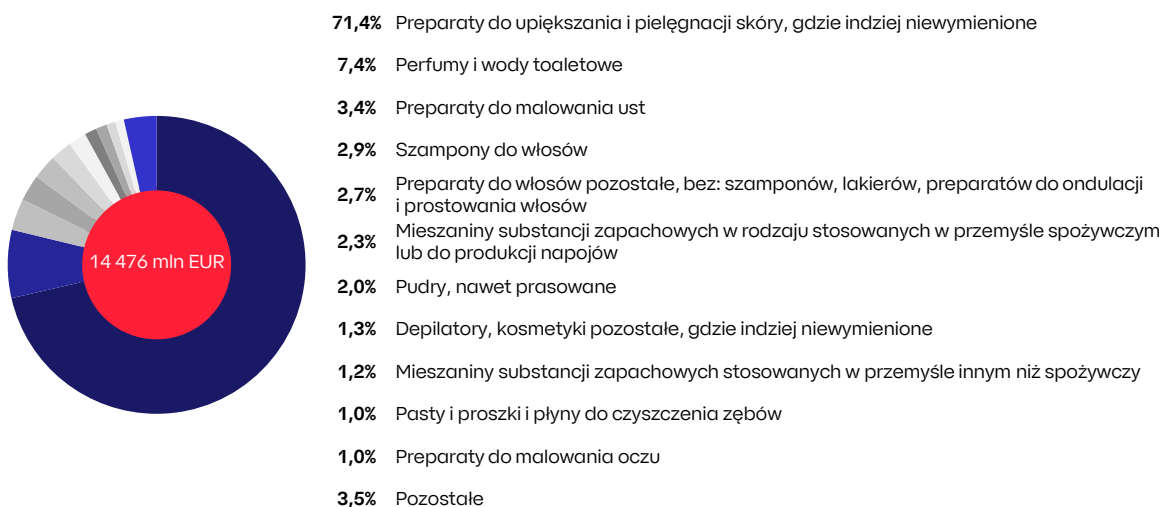
Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Stanach Zjednoczonych (EUR)



Źródło: Statista

W 2025 mieszkaniec Stanów Zjednoczonych wydał na kosmetyki średnio 279 EUR i był to najwyższy poziom wśród 5 największych importerów kosmetyków. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do 316 EUR w 2031.

Struktura importu kosmetyków do Chin w 2025



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Chin zanotował w latach 2021-2022 średni wzrost o 6,9% rocznie. Natomiast po 2022 obserwowano istotny spadek importu (CAGR 2023-2025=-11%), co było prawdopodobnie efektem większego korzystania z kosmetyków z krajowej produkcji

i osłabienia koniunktury w latach 2023-2024. Podobne obniżenie importu miało miejsce w Hongkongu.

Wśród zagranicznych dostawców kosmetyków na rynek chiński pierwszą pozycję zajmuje Francja z wysokim udziałem rzędu 28,9%.

Kosmetyki z Polski o wartości 44 mln EUR w 2025 stanowiły jedynie 0,3% importu kosmetyków do Chin, co dało Polsce 23. miejsce wśród dostawców. W skali roku pozycja Polski pogorszyła się o 7 lokat, wskutek znacznego, ponad 56-procentowego, spadku importu.

Top-10 dostawców + Polska (2025)

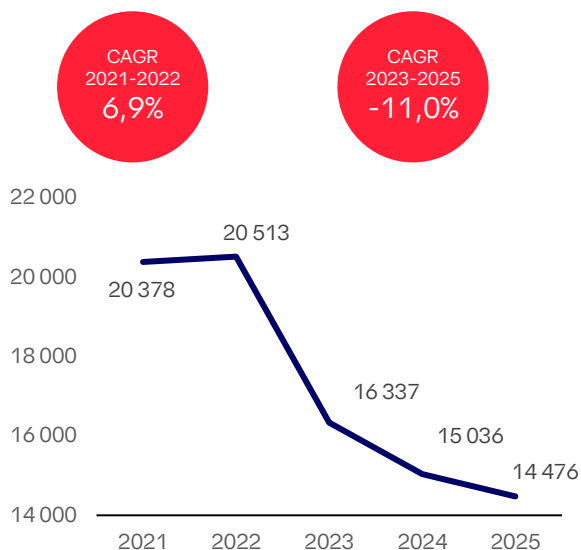
Lp.	Kraj	Udział	mIn EUR	2024 r/r
1.	Francja	28,9%	4 186,2	↑ 2,3%
2.	Japonia	18,5%	2 673,9	↓ -0,3%
3.	Korea Płd.	12,5%	1 805,7	↓ -6,2%
4.	USA	8,8%	1 276,6	↓ -27,2%
5.	Wielka Brytania	7,9%	1 141,6	↓ -7,5%
6.	Włochy	4,5%	654,0	↑ 4,9%
7.	Hiszpania	2,6%	375,0	↑ 7,7%
8.	Niemcy	1,8%	260,7	↑ 1,9%
9.	Kanada	1,6%	232,3	↑ 10,6%
10.	Tajlandia	1,5%	224,0	↑ 2,2%
...

23. Polska **0,3%** **43,7** **↓ -56,4%**

Import Chiny (14 476 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	2024	2025	2026 (P)	2031 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-31)
Pielęgnacja osobista	20,7	22,7	27,6	28,6	29,4	33,8	7,1%	3,2%	2,8%
Pielęgnacja skóry	14,1	15,6	20,3	21,0	21,7	25,0	8,6%	4,5%	3,0%
Makijaż	10,2	9,7	15,3	16,0	16,6	19,6	17,1%	6,4%	3,5%
Perfumy i wody toaletowe	0,9	1,0	1,2	1,3	1,3	1,4	8,5%	3,4%	2,1%
Technologia dla urody	0,7	1,1	1,1	1,2	1,2	1,6	-4,7%	5,1%	5,3%
Suma	46,6	50,0	65,4	67,9	70,2	81,4	9,4%	4,3%	3,1%

Źródło: Statista

W latach 2021-2022 notowano znaczny średni roczny wzrost sprzedaży kosmetyków w Chinach rzędu 9,4%. W okresie 2023-2025 dynamika sprzedaży wyhamowała – do 4,3% średnio rocznie. Jak prognozuje Statista, w latach 2026-2031 wartość rynku kosmetyków w Chinach odnotuje jeszcze słabszy wzrost,

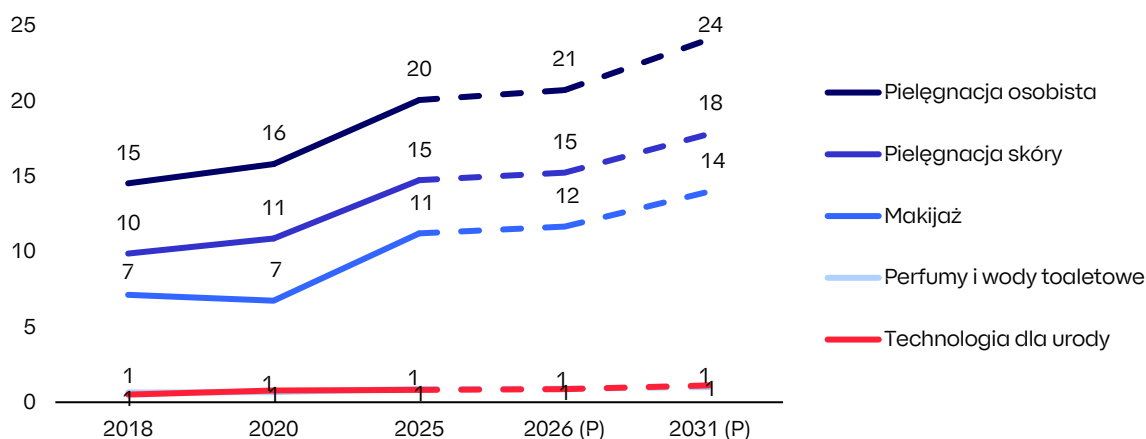
bo o 3,1% średnio rocznie, osiągając 81,4 mld EUR w końcu okresu.

Zgodnie z tendencją światową, **w Chinach najszybciej będzie rósł segment technologii dla urody**, z CAGR 2026-2031 wynoszącym **5,3%**, a sprzedaż tej kategorii w 2031 będzie wyższa

od wartości z 2025 o 36,2%.

W 2026 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Chinach jest przewidywana na 29,4 mld EUR, co stanowi 41,9% rynku.

Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Chinach (EUR)



Źródło: Statista

W 2025 mieszkaniec Chin wydał na kosmetyki średnio 48 EUR i było to najmniej spośród Top-5 importerów. Według prognoz do 2031 nastąpi wzrost tej kwoty do 58 EUR.

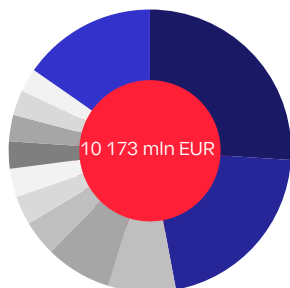


Niemcy 3. pozycja



Bank Polski

Struktura importu kosmetyków do Niemiec w 2025



- 26,0% Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
- 21,0% Perfumy i wody toaletowe
- 7,7% Mieszaniny substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
- 7,6% Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
- 4,0% Mieszaniny substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
- 3,3% Preparaty do malowania oczu
- 3,3% Depilatory, kosmetyki pozostałe, gdzie indziej niewymienione
- 3,1% Szampony do włosów
- 3,0% Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
- 2,9% Preparaty do malowania ust
- 2,7% Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
- 15,3% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Niemiec w latach 2021-2025 charakteryzował się tendencją wzrostową. Trend ten był silniejszy w początkowym okresie (CAGR 2021-2022=10,9%), po czym osłabiał się do 8,3% średnio rocznie w latach 2023-2025.

Wśród zagranicznych dostawców kosmetyków na niemiecki rynek pierwszą pozycję zajmuje Francja z udziałem 22,9%. Kosmetyki z Polski o wartości 836 mln EUR w 2025 stanowiły 8,2% importu kosmetyków do Niemiec, co dało

Polsce 3. miejsce wśród dostawców (jedynie w latach 2021-2022 Polska zajmowała lepszą 2. lokatę). W 2025 nastąpił blisko 6-procentowy wzrost tego importu.

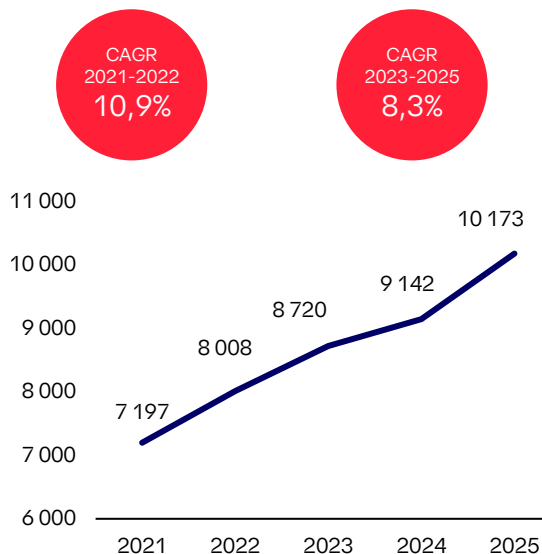
Top-10 dostawców (2025)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Francja	22,9%	2 326,9	↑ 7,9%
2.	Włochy	9,9%	1 004,5	↑ 6,4%
3.	Polska	8,2%	836,2	↑ 5,9%
4.	Szwajcaria	6,9%	702,9	↓ -0,5%
5.	Holandia	6,6%	670,5	↑ 49,9%
6.	USA	6,4%	647,8	↑ 2,0%
7.	Hiszpania	6,2%	635,0	↑ 6,6%
8.	Irlandia	4,5%	455,2	↓ -1,2%
9.	Chiny	4,2%	422,2	↑ 29,9%
10.	Wielka Brytania	3,8%	386,5	↓ -8,0%

Import Niemcy (10 173 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Niemiec (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Rynek kosmetyków w Niemczech – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2024	2025	2026 (P)	2031 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-31)
Pielęgnacja osobista	7,8	7,9	8,9	9,1	9,3	10,2	4,5%	1,8%	1,8%
Pielęgnacja skóry	4,8	4,7	5,5	5,7	5,8	6,5	4,4%	3,0%	2,3%
Makijaż	2,2	1,9	2,6	2,7	2,8	3,2	11,5%	3,9%	2,7%
Perfumy i wody toaletowe	1,6	1,5	1,7	1,8	1,8	1,9	6,9%	1,2%	1,7%
Technologia dla urody	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	-7,4%	1,1%	1,6%
Suma	16,6	16,5	19,1	19,6	20,0	22,1	5,3%	2,4%	2,0%

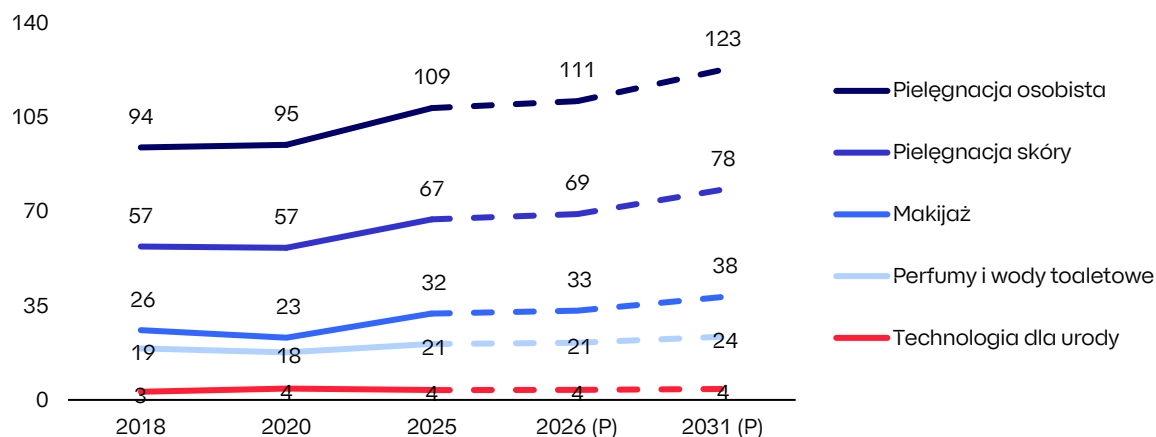
Źródło: Statista

Według Statisty, w latach 2026-2031 wartość rynku kosmetyków w Niemczech będzie wzrastała o 2% rocznie i w końcu okresu osiągnie poziom 22,1 mld EUR. Będzie to nieco słabsze tempo od wzrostu o 2,4% średnio rocznie w okresie 2023-2025.

Odmienne niż przeciętnie na świecie – **w Niemczech najbardziej dynamicznie będzie rósł segment kosmetyków do makijażu**, z CAGR 2026-2031 wynoszącym **2,7%**, a sprzedaż tej kategorii w 2031 będzie wyższa od wartości z 2025 o 17%.

W 2026 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Niemczech jest przewidywana na 9,3 mld EUR, co stanowi 46,6% rynku – najwyższy udział wśród 5 głównych importerów.

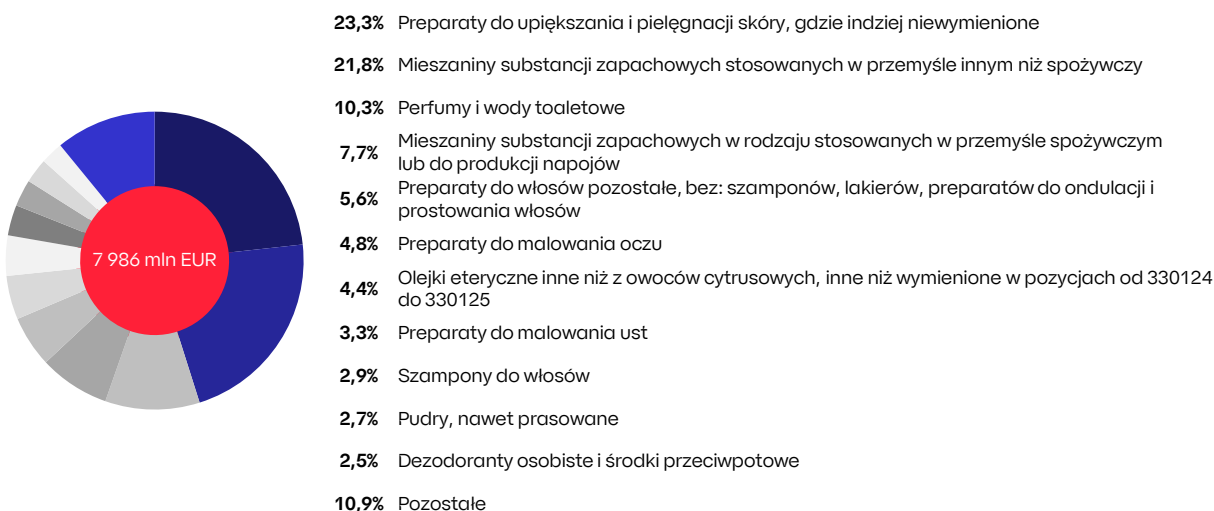
Wydatki per capita na rynku kosmetyków w Niemczech (EUR)



Źródło: Statista

W 2025 mieszkaniec Niemiec wydał na kosmetyki przeciętnie 233 EUR. Statista przewiduje wzrost tej kwoty o blisko 35 EUR do 2031.

Struktura importu kosmetyków do Francji w 2025



Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Francji rósł tylko do 2024, wskutek czego średnie tempo wzrostu w okresie 2023-2025 było niższe od notowanego dla lat 2021-2022 osiągając odpowiednio 6% vs 13,5%.

Wśród zagranicznych dostawców kosmetyków na francuski rynek pierwszą pozycję zajmuje Szwajcaria z udziałem 15,1%. Kosmetyki z Polski o wartości przeszło 213 mln EUR w 2025 stanowiły

2,7% importu kosmetyków do Francji, co dało Polsce 12. miejsce wśród dostawców (wobec 13. lokaty w 2024). W 2025 zanotowano ponad 8-procentowy wzrost tego importu.

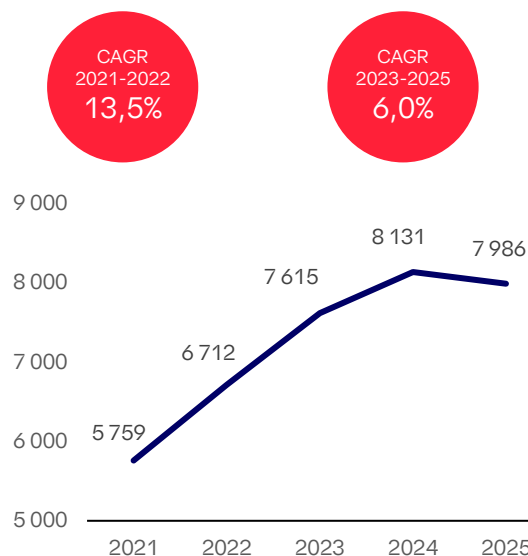
Top-10 dostawców + Polska (2025)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Szwajcaria	15,1%	1 207,7	↓ -0,5%
2.	Włochy	12,2%	977,8	↑ 8,9%
3.	Hiszpania	10,1%	805,6	↑ 2,8%
4.	Niemcy	8,7%	696,1	↓ -0,1%
5.	Wielka Brytania	8,1%	649,9	↑ 1,0%
6.	USA	7,6%	604,6	↑ 13,2%
7.	Holandia	6,5%	521,8	↑ 10,3%
8.	Chiny	3,7%	299,3	↑ 11,1%
9.	Francja	3,7%	296,9	↑ 7,1%
10.	Korea Płd.	3,3%	265,6	↑ 55,8%
...
12.	Polska	2,7%	213,1	↑ 8,4%

Import Francja (7 986 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Francji (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)



Francja 4. pozycja



Bank Polski

Rynek kosmetyków we Francji – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2024	2025	2026 (P)	2031 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-31)
Pielęgnacja osobista	5,6	5,5	6,2	6,4	6,5	7,1	4,5%	1,8%	1,7%
Pielęgnacja skóry	4,4	4,2	4,9	5,1	5,2	5,8	5,0%	2,9%	2,3%
Makijaż	2,1	1,8	2,6	2,7	2,8	3,3	16,0%	4,1%	3,1%
Perfумы i wody toaletowe	2,3	2,0	2,5	2,6	2,6	2,9	9,9%	2,3%	2,3%
Technologia dla urody	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	-6,7%	0,0%	1,2%
Suma	14,6	13,8	16,5	17,0	17,4	19,3	6,7%	2,6%	2,2%

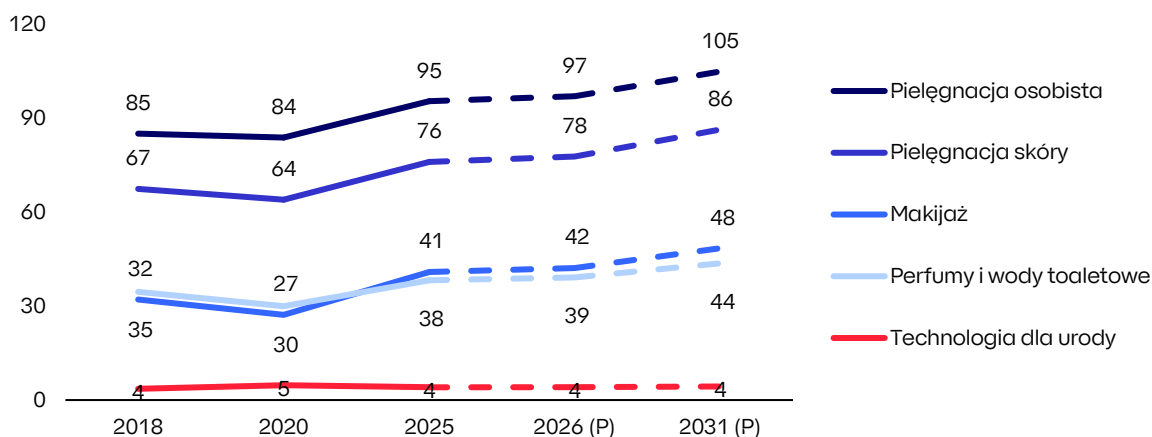
Źródło: Statista

Francja jest kolejnym krajem, w którym dynamika sprzedaży kosmetyków stopniowo spowalnia. W latach 2023-2025 wzrastała średnio rocznie o 2,6%, a w latach 2026-2031 ma zwiększać się o 2,2% rocznie. Jak prognozuje Statista, w 2031 wartość rynku kosmetyków we

Francji osiągnie 19,3 mld EUR. Inaczej niż średnio na świecie, **we Francji najszybciej będzie rósł segment kosmetyków do makijażu**, z CAGR 2026-2031 wynoszącym **3,1%**, a sprzedaż tej kategorii w 2031 będzie wyższa od wartości z 2025 o 19,9%.

W 2026 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż we Francji jest prognozowana na 6,5 mld EUR, co stanowi 37,3% rynku i jest to najniższy udział wśród Top-5 opisywanych importerów.

Wydatki per capita na rynku kosmetyków we Francji (EUR)



Źródło: Statista

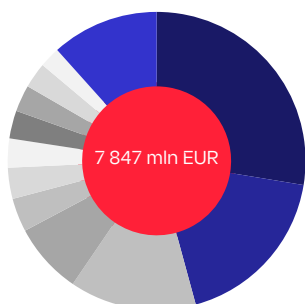
W 2025 mieszkańiec Francji wydał na kosmetyki średnio 255 EUR, a do 2030 wartość ta ma wzrosnąć - wg prognoz Statisty - o 13%.



Wielka Brytania

5. pozycja

Struktura importu kosmetyków do Wielkiej Brytanii w 2025



- 27,6% Preparaty do upiększania i pielęgnacji skóry, gdzie indziej niewymienione
- 18,2% Perfumy i wody toaletowe
- 13,8% Mieszaniny substancji zapachowych w rodzaju stosowanych w przemyśle spożywczym lub do produkcji napojów
- 7,7% Preparaty do włosów pozostałe, bez: szamponów, lakierów, preparatów do ondulacji i prostowania włosów
- 3,7% Szampony do włosów
- 3,4% Preparaty do perfumowania lub odwaniania pomieszczeń, włącznie z preparatami zapachowymi stosowanymi w trakcie obrzędów religijnych, inne niż z poz. 33074100
- 3,2% Preparaty do malowania ust
- 3,0% Pasty i proszki i płyny do czyszczenia zębów
- 2,9% Mieszaniny substancji zapachowych stosowanych w przemyśle innym niż spożywczy
- 2,8% Preparaty do malowania oczu
- 2,2% Dezodoranty osobiste i środki przeciwpotowe
- 11,6% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Wielkiej Brytanii w latach 2023-2025 rośnie średnio rocznie blisko 2-krotnie słabiej niż w okresie 2021-2022 (z odpowiednio CAGR 2023-2025=6,6% vs 12,2% dla CAGR 2021-2022).

Wśród zagranicznych dostawców kosmetyków na brytyjski rynek pierwszą pozycję zajmuje Francja z udziałem 17,9%. Kosmetyki z Polski o wartości blisko 371 mln EUR w 2025 stanowią

4,7% 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 spadł o ponad 6%.

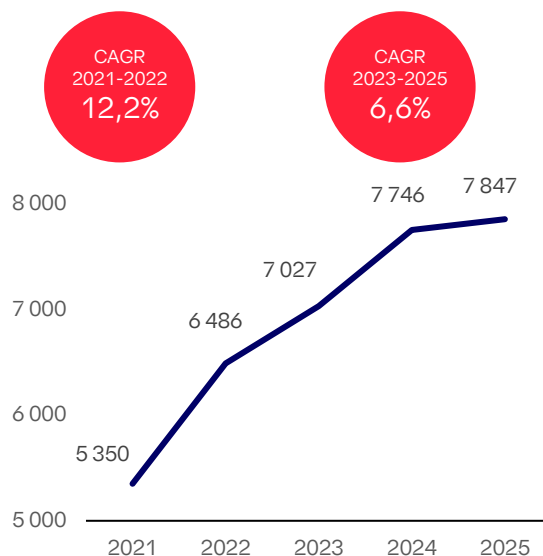
Top-10 dostawców (2025)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Francja	17,9%	1 405,3	↓ -1,0%
2.	Irlandia	11,6%	908,9	↑ 2,9%
3.	USA	10,9%	859,0	↓ -10,1%
4.	Chiny	9,3%	729,6	↑ 5,0%
5.	Włochy	8,2%	643,4	↑ 2,8%
6.	Niemcy	6,4%	501,5	↓ -2,2%
7.	Hiszpania	5,8%	455,7	↑ 8,7%
8.	Polska	4,7%	370,5	↓ -6,5%
9.	Korea Płd.	3,5%	276,2	↑ 57,4%
10.	Szwajcaria	2,6%	201,6	↑ 6,3%

Import Wlk. Brytanii (7 847 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 33)

Import kosmetyków do Wlk. Brytanii (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 33)



Wielka Brytania

5. pozycja



Bank Polski

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

	2018	2020	2024	2025	2026 (P)	2031 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-31)
Pielęgnacja osobista	5,5	5,5	6,3	6,4	6,6	7,2	4,2%	2,4%	1,9%
Pielęgnacja skóry	3,6	3,5	4,3	4,4	4,5	5,1	6,2%	3,9%	2,4%
Makijaż	2,4	2,0	3,0	3,1	3,2	3,7	16,3%	4,6%	3,0%
Perfумы i wody toaletowe	1,9	1,7	2,0	2,1	2,1	2,2	9,4%	-0,2%	1,2%
Technologia dla urody	0,2	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	-7,4%	1,4%	2,5%
Suma	13,6	13,1	15,9	16,3	16,7	18,5	7,2%	2,8%	2,2%

Źródło: Statista

W latach 2021-2022 notowano znaczne odbicie sprzedaży kosmetyków w Wielkiej Brytanii (CAGR 7,2%). W okresie 2023-2025 dynamika sprzedaży wyniosła 2,8% średnio rocznie. Jak prognozuje Statista, w latach 2026-2031 wartość rynku odnotuje jeszcze słabszy wzrost,

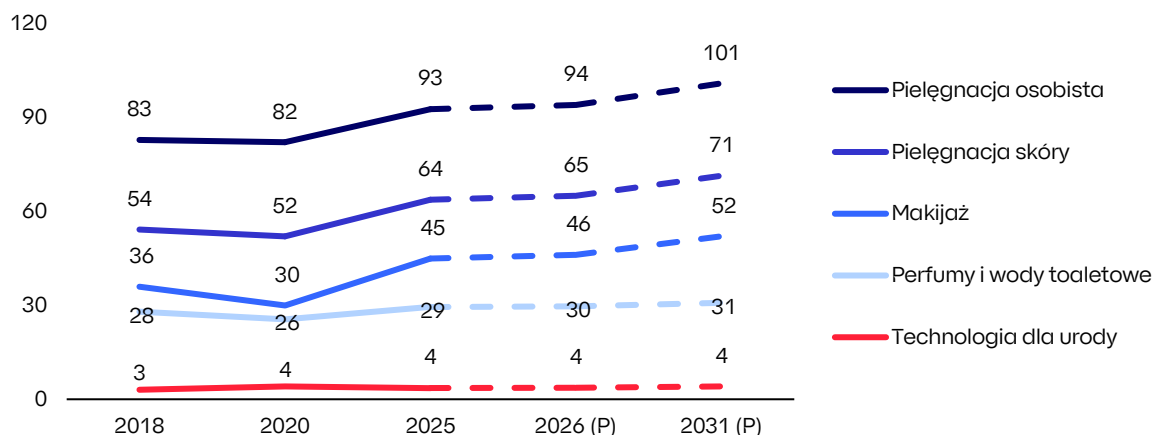
o 2,2% średnio rocznie, osiągając 18,5 mld EUR w końcu okresu.

Sprzedaż kosmetyków do makijażu w Wielkiej Brytanii wzrośnie najsilniej, z CAGR 2026-2031 wynoszącym **3%**. Sprzedaż tej kategorii w 2031 będzie wyższa od wartości z 2025

o 19,2%.

W 2026 największy udział w rynku będzie miał segment kosmetyków do pielęgnacji osobistej, którego sprzedaż w Wielkiej Brytanii jest przewidywana na 6,6 mld EUR, co stanowi 39,4% rynku.

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



Źródło: Statista

W 2025 mieszkaniec Wielkiej Brytanii wydał na kosmetyki średnio 234 EUR. Statista przewiduje wzrost tej kwoty do 259 EUR do 2031.

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 2018-2025 oraz prognozy na okres 2026-2031 opracowane przez analityków firmy Statista w marcu 2026. Dane i prognozy pobrano 21.05.2026.

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 kąpieli, 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 20-21.05.2026):

- publikowane przez International Trade Centre [trademap.org](https://www.trademap.org) eksport i import kosmetyków na świecie i w wybranych krajach w 2025 – dane roczne;
- publikowane przez GUS w Dziedzinowej Bazie Wiedzy – Wymiana międzynarodowa dbw.stat.gov.pl/dashboard/117 eksport i import kosmetyków w Polsce w 2025.

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 z Polski do Niemiec na podstawie deklaracji Polski, a dane dotyczące importu

kosmetyków 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 i ubezpieczenia towarów.

Kurs walutowy:

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

Dla lat 2026-2031 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.**

Autorki raportu: Karolina Sędzimir i Anna Senderowicz

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.