

ФЕНОМЕН КОРЕЙСКОЙ КОСМЕТИКИ

Испокон веков красивая кожа считается в Южной Корее одним из признаков высокого статуса и материального благополучия. Разумеется, женщины во всем мире придают огромное значение заботе о собственной внешности, но если в России, например, быть красивой – значит иметь правильные черты лица, ухоженные волосы и модную одежду, в Корее на первом месте стоит безупречная кожа. Женщины Южной Кореи тратят на средства по уходу за кожей в три раза больше россиянок, а южнокорейские мужчины – больше, чем кто бы то ни был в мире. И те, и другие к тому же хорошо знакомы с основными составляющими любимых кремов и масок. О феномене корейской косметики размышляет отдел маркетинга ООО «ТПК «Леко Стайл».

«НАЦИОНАЛЬНЫЕ» ИНГРЕДИЕНТЫ И ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

Высочайшие требования к индустрии красоты и жесткая конкурентная среда – производство косметики в Корее тщательно контролируется множеством структур, от санитарных до государственных, – заставляют производителей обращаться к исследовательским институтам и тратить немало денег и сил на разработку все новых высокоэффективных кремов, сывороток и масок. Предпочтение отдают натуральным, зачастую непривычным для европейского потребителя, компонентам: традиционные, если не сказать вековые, рецепты красоты искусно адаптируются к реалиям XXI века. Так, экстракт улитки должен стимулировать выработку коллагена и эластина, вулканический пепел глубоко очищать поры, экстракт



экзотического растения кумерау оказывать противовоспалительное действие, а экстракт бамбука бороться с «апельсиновой коркой» и тонизировать кожу.

Вместе с тем, корейская косметика, K-beauty, как ее называют в мире, – это не только приверженность традициям и адаптация «бабушкиных» способов сохранить кожу свежей, но и высокие технологии. Эффективные формулы, которые разрабатывают местные производители, легко дают фору американским и европейским. Один из основных компонентов косметических средств нового поколения – ниацинамид, уникальный ингредиент, способствующий общему омоложению

кожи, – сегодня использует в том числе французская косметическая марка Vichy. Но интерес к нему появился на волне популярности корейской косметики, в составе многих продуктов которой ниацинамид – активный компонент.

По большому счету, именно благодаря инновациям корейская косметика и обратила на себя внимание остального мира. Все началось с появления в 2011 году на прилавках американских и европейских магазинов тогда еще неизвестного потребителям ВВ-крема – базы под макияж, увлажняющего и солнцезащитного кремов и корректора в одном флаконе. В Корее он носит поэтическое название Blemish Balm Cream («крем от недостатков») и появился как минимум сорок лет назад. Идеально матирующий кожу, он был придуман, в первую очередь, для актрис, которым на экране необходимо иметь «фарфоровое» лицо. Сегодня ВВ-крем активно используют женщины всего мира, и спрос на южнокорейскую косметику продолжает расти. По данным Таможенной Службы Республики Корея, экспорт этой продукции из Сеула вырос в прошлом году до 2,45 млрд долларов – на 53,1% по сравнению с предыдущим годом.





Самая большая доля вывезенных косметических продуктов из Страны Утренней Свежести приходится на Китай, среди европейских стран лидирует Франция. По мнению корейской стороны, основополагающемуся на исследованиях специфики европейского спроса, французы склонны тщательно изучать состав продукта на предмет влияния его на окружающую среду и на здоровье. В России корейская косметика тоже набирает популярность – сегодня ее можно найти уже не только в специализированных онлайн-магазинах, но и на полках бутиков.

ЗАГАДОЧНАЯ КУЛЬТУРА ВОСТОКА

Мода на корейскую косметику подпитывается, в том числе, и активным интересом современного западного человека к культуре Востока (от фен-шуй до йоги) и на корейскую массовую культуру – фильмы, эстраду и ТВ-шоу. Но, надо признать, не только это (как и не только яркая упаковка, при взгляде на которую тут же впадаешь в детство) заставили весь мир освободить полку под южнокорейские маски и кремы. Передовые технологии вкупе с богатой культурой использования «национальных» ингредиентов превратили процесс разработки косметических

средств в полигон для создания самых передовых продуктов. Способствует этому и высококонкурентная среда. По большому счету, корейская косметика уверенно входит в число лидеров мирового рынка косметики как раз потому, что местные производители K-beauty вынуждены творить в условиях чрезвычайно жесткой конкуренции. Она, с одной стороны, не дает косметическим гигантам повышать цены на свои продукты – корейская косметика имеет в сравнении с европейской или американской очень демократичную стоимость, – а с другой стороны, стимулирует производителей на создание не просто новых, а уникальных инновационных косметических средств.

Вместе с тем, несмотря на высокий рост популярности, корейская косметика все еще остается не до конца понятной европейскому потребителю. Восточный менталитет в корне отличается от западного. Европейским женщинам непонятно, как можно очищать кожу в десять этапов вместо привычных трех. И дело не только в том, что линейка из десяти продуктов обойдется куда дороже, но и в том, что на такой уход нужно много времени, что непозволительно для западного человека.

Разобраться в ассортименте тоже непросто: одних только масок в арсенале K-beauty неисчислимое множество, есть в том числе такие, о которых представители индустрии красоты других стран вообще не слышали. Многообразие воспринимается двояко: кажется, что разобраться в нем невозможно, а если так, не проще ли воспользоваться давно привычным средством? Оказывается, нет.

Корейская косметика не только с каждым годом все активнее завоевывает армию лояльных потребителей в Азии, Европе, России и на обоих американских континентах, но и остается регионом косметических инноваций. Высокое качество продукции, ее эффективность, правильное позиционирование, и, наконец, общемировая тенденция к «азиатизации» в короткий срок вывели корейскую косметику на мировой рынок.

Возможно ли такое в России – вопрос сложный, и отметить нужно вот что. Южная Корея не всегда строила свою индустрию красоты, и косметическая промышленность в стране, по сути, получила мощный толчок к развитию только с ведением государственной программы поддержки отрасли. С этого и следует начинать.

