



2025年 面部喷雾行业词条报告

头豹分类/综合及概念/医疗美容/医美相关产品/口服美容类产品

面部喷雾：细分赛道的“高频刚需”，面部喷雾乘敏感肌浪潮焕发新增长 头豹词条报告系列



饶立杰、饶立杰RLJ

2025-07-09 未经平台授权，禁止转载

行业分类：综合及概念/口服美容类产品

摘要 面部喷雾行业作为护肤品类专业化分支，聚焦于通过液体雾化技术实现即时舒缓与长效保湿的护肤解决方案。该领域采用微米级雾化喷头将功效成分转化为细密雾态，构建接触即渗透的肤感交互体系，核心价值涵盖即时降温、环境应激防护、底妆贴合度优化等基础护理场景，并持续向美白淡斑、光损伤防护、氧化应激修复等复合功效领域拓展。行业演进呈现双线并进特征：技术层面通过推进剂优化与活性成分稳态化技术突破，强化产品功效持久性与使用安全性；消费层面针对都市生活场景碎片化特征，催生出便携包装设计、全场景适配（如日间补水、医美后修护、运动后舒缓）等差异化需求，驱动企业开展配方体系迭代与剂型创新。

行业定义

面部喷雾行业作为化妆品细分领域，专注于研发以液体雾化技术实现即时舒缓与长效保湿功效的护肤产品。该行业通过微米级喷头将精华液转化为细腻雾状，形成接触即渗透的肤感体验，核心功能涵盖即时降温、环境应激防护、妆容服帖度提升等基础护理，并逐步向美白淡斑、防晒抗光损、抗氧化修护等多功能方向演进。行业发展呈现两大趋势：一是技术端通过推进剂革新与活性物包裹技术突破，提升产品功效稳定性与使用安全性；二是消费端因应都市人群快节奏生活方式，催生出便携式设计、多场景适配（如日间补湿、医美后修复、运动后舒缓）等差异化需求，驱动品牌持续进行配方迭代与形态创新。

行业分类

按照功能的分类方式，面部喷雾行业可以分为如下类别：

面部喷雾基于功能的分类

基础保湿喷雾

基础保湿喷雾属于即时补水型护肤产品，其核心功能是通过微米级雾化技术将液体均匀覆盖于皮肤表面，形成瞬时水合膜以提升角质层含水量。产品配方体系以天然温泉水或矿物活性成分为基础，辅以透明质酸、甘油等经典保湿剂，构建起以物理补水为主导、基础保湿为辅助的双重作用机制，可有效缓解因环境干燥或清洁过程导致的表皮失水状态，适用于日常快速补水及妆前打底场景。

功能喷雾

功能型喷雾在基础补水功能之上，通过靶向成分设计实现差异化护肤效能：美白型产品搭载维生素C衍生物、烟酰胺等活性物，可阻断黑色素合成信号通路并加速代谢已沉积色素；抗皱配方通过多肽类成分激活成纤维细胞，促进胶原蛋白及弹性纤维再生以改善纹理；舒缓体系采用积雪草苷、泛醇等抗炎修护成分，快速缓解泛红、灼热等应激反应；防晒喷雾则运用物理/化学防晒剂复合体系，在皮肤表面形成紫外线阻隔膜，兼具便携补涂优势。各类功能喷雾通过精准成分矩阵与雾化技术结合，满足特定场景下的进阶护肤需求。

行业特征

面部喷雾的行业特征包括市场规模持续扩张，消费驱动多元、技术迭代加速，渗透性与功效性突破、竞争格局集中化，本土品牌崛起。

市场规模持续扩张，消费驱动多元

全球面部喷雾市场正经历稳定增长，亚太地区成为重要增长极。消费端呈现季节性与场景化特征，如防晒喷雾需求旺季集中于4-8月且以外资品牌占据市场主导地位，而保湿喷雾则因空调环境使用场景扩展，成为日常护肤刚需。此外，消费者对产品功效的期待已从基础补水向美白、抗皱、舒缓等复合功能延伸，推动市场细分化发展。

2 技术迭代加速，渗透性与功效性突破

行业技术演进历经传统喷雾、负离子喷雾至纳米技术阶段，当前纳米颗粒技术通过提升成分渗透性，显著增强产品吸收效率。未来，智能科技整合（如传感器监测肌肤状态）、生物技术成分创新（如植物干细胞、生长因子）将成为技术升级方向，推动产品向个性化护理迈进，例如根据肤质、环境定制喷雾配方。

3 竞争格局集中化，本土品牌崛起

全球市场由国际品牌主导，但本土品牌凭借差异化策略突围。例如，中国品牌颐莲依托玻尿酸技术迭代与“敏感肌舒缓”定位，在全网保湿喷雾市场占据领先地位。中国化妆品行业市场集中度较高，头部品牌效应明显，但备案数量下降显示供给端创新压力，需通过成分创新（如壳聚糖）、包装升级（如纳米级雾感喷头）构建竞争壁垒。

发展历程

面部喷雾行业可以分为四个阶段，萌芽期（1980-2000年），中国面部喷雾市场以基础水雾产品为主，因功能性创新滞后呈现高度分散格局，且长期由国际品牌占据主导地位；启动期（2001-2010年），市场呈现产品多样化趋势，国产品牌加速崛起，市场逐步向专业化细分领域延伸，但销售渠道仍以线下为主；高速发展期（2011-2015年），行业正经历功能性产品创新、国产品牌崛起、市场竞争加剧与电商渠道蓬勃发展的多重变革；成熟期（2016年至今），在市场逐渐成熟与行业日趋集中的背景下，正加速产品功能精细化并推进线上线下全渠道布局。

萌芽期 · 1980-01-01~2000-01-01

20世纪90年代起，欧美国际化妆品集团率先布局中国市场，带来早期功能性喷雾产品，如补水、防晒类喷雾。全球化与城市化加速推进，市场需求持续释放，进口化妆品迎来发展机遇。

启动期 · 2001-01-01~2010-01-01

2007年，中国个人护理及化妆品气雾剂仅占全国气雾剂产品总量较低。国际品牌如雅漾、理肤泉凭借温泉水喷雾切入敏感肌赛道，奠定市场教育基础，同时推动消费者对喷雾便携性、即时性的认知。2008年后，纳米技术、生物技术的引入推动喷雾产品升级。中国面部喷雾市场处于起步阶段，国际品牌雅漾、理肤泉通过渠道合作与专业教育切入敏感肌赛道，奠定市场认知基础。

高速发展期 · 2011-01-01~2015-01-01

2015年，中国化妆品气雾剂市场规模占全球比重显著提升，行业进入爆发式增长。面部喷雾功能性产品需求增多，社交媒体通过内容引导加速市场扩张，而购买的快捷便利性则进一步推动了这一趋势。

成熟期 · 2016-01-01~至今

中国面部喷雾行业正经历深刻变革，随着市场逐渐成熟，产品功能向精细化方向演进，从基础补水延伸至美白、抗皱、舒缓等细分领域，满足消费者多元化需求。

头部品牌依托技术壁垒与差异化定位占据主导地位，同时全渠道布局成为标配，品牌通过线上线下融合深化市场渗透，构建起从产品研发到终端消费的完整生态链。

产业链分析

面部喷雾产业链的发展现状

面部喷雾行业产业链上游为原材料及包装材料供应环节，主要包括保湿剂、矿物质水、天然植物提取物等核心成分；产业链中游为品牌运营环节，由国产品牌与国际品牌构成竞争格局；产业链下游为渠道流通环节，覆盖线上电商平台（如淘宝、京东）及线下商超、化妆品专营店等多元化终端网络。

面部喷雾行业产业链主要有以下核心研究观点：

中国化妆品市场呈现全渠道深度融合态势，线上以直播电商重构消费决策路径，线下依托体验服务构筑差异化壁垒。

截至2024年上半年，中国化妆品市场呈现生产端高度集聚、销售端全渠道融合的特征：全国5722家生产企业中，广东以3178家占据绝对优势，长三角地区浙江（630家）、江苏（307家）、上海（228家）形成产业集群；消费端线上渠道以56%市占率（2,411.11亿元）主导市场，其中抖音通过“内容+转化”模式斩获872.1亿元销售额，京东、快手分别依托男性用户与下沉市场突围，而线下渠道（2,381.38亿元）中百货渠道凭借高端体验巩固地位，CS渠道以专业服务维系客群，KA渠道则面临转型压力，全渠道协同与差异化运营已成为品牌突围的核心路径。

产业链上游环节分析

生产制造端

原材料及包装材料供应

上游厂商

华熙生物科技股份有限公司

广州市碧莹化妆品有限公司

广东芭薇生物科技股份有限公司

诺斯贝尔化妆品股份有限公司

美肌化妆品有限公司

广州市巧美化妆品有限公司

广州瓷妆化妆品有限公司

广东幸美化妆品股份有限公司

松泽化妆品（深圳）有限公司

广州巴宝莉化妆品有限公司

上游分析

全球香精香料行业稳定发展，且该行业逐渐转向发展中国家转移。

截至2023年，全球香精香料市场规模已达约306亿美元，实现了2.3%的同比增长，并预计将于2025年增至321亿美元。值得注意的是，北美和欧洲等成熟市场的增速有所放缓，而发展中国家，尤其是亚洲地区，正凭借消费需求的转变和制造成本优势，逐渐成为香精香料产业的新重心。以中国为例，2023年其香精香料市场规模达到439亿元人民币，同比增长2.6%，并有望在2026年前突破500亿元人民币。发展中国家在香精香料生产领域展现出显著的增长潜力，该趋势为中国面部喷雾生产商开辟了丰富的原料来源渠道。

产业链中游环节分析

品牌端

品牌运营

中游厂商

山东福瑞达生物股份有限公司

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司

广州远想生物科技股份有限公司

杭州孔凤春化妆品股份有限公司

伊犁弥玥泉生物科技有限公司

广州市千纤草化妆品有限公司

杭州雅漾品牌管理有限公司

欧莱雅（中国）有限公司

达能依云食品营销（上海）有限公司

欧缦丽（上海）化妆品有限公司

中游分析

中国化妆品生产企业的分布态势显著地呈现出高度的地区集聚性。

在高度集聚的地区，化妆品生产企业能够充分利用当地的原材料供应、人力资源、技术研发以及物流配送等优势，形成完整的产业链和高效的产业生态。截至2023年末，中国化妆品生产企业的总数已攀升至5,722家。值得一提的是，广东省以其卓越的产业基础与优越的营商环境，吸引了高达3,178家化妆品生产企业驻足，稳居全国首位，充分凸显了该地区在化妆品制造领域的领先地位。紧随其后的是长江三角洲区域，其中浙江省凭借630家企业的规模，成为长江三角洲内化妆品生产的重要基地；江苏省和上海市分别以307家和228家企业的数量紧随其后。

产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

渠道流通

渠道端

淘宝（中国）软件有限公司

京东集团股份有限公司

浙江天猫技术有限公司

广州屈臣氏个人用品商店有限公司

沃尔玛（中国）投资有限公司

丝芙兰（上海）化妆品销售有限公司

小红书科技有限公司

抖音有限公司

拼多多（上海）网络科技有限公司

万达集团股份有限公司

下游分析

中国化妆品的销售渠道呈现线上线下渠道融合与差异化并存格局。

截至2024年上半年，中国化妆品市场的线上渠道以2411.11亿元销售额占据56%市场份额，其中淘系虽保持领先，但抖音凭借“内容+转化”模式实现872.1亿元销售额，凸显直播电商对消费决策的颠覆性影响；京东、快手则通过男性用户与下沉市场形成差异化补位。线下渠道以2381.38亿元规模紧追其后，百货渠道依托高端品牌矩阵与体验服务维持优势，CS渠道通过专业化服务锁定稳定客群，而KA渠道因同质化困境亟待转型。这一格局表明，全渠道布局已成为品牌破局关键——线上需兼顾流量效率与内容创新，线下则需强化体验壁垒。

行业规模

面部喷雾行业规模的概况

2019年—2024年，面部喷雾行业市场规模由57.38亿人民币元增长至63.27亿人民币元，期间年复合增长率1.97%。预计2025年—2029年，面部喷雾行业市场规模由66.28亿人民币元增长至79.84亿人民币元，期间年复合增长率4.76%。

面部喷雾行业市场规模历史变化的原因如下：

护肤意识提升与市场需求扩容形成良性循环，面部喷雾品类凭借便捷高效特性成为市场增长新引擎。

Z世代（95后）作为护肤主力军，其护肤行为呈现“忠于颜值”的特征，社交媒体平台，如抖音和小红书等平台上护肤内容播放量破百亿次，同时医生与KOL科普使皮肤健康话题去禁忌化，直接催化消费决策。2024年中国化妆品市场零售总额达10,738.22亿元，同比增长2.8%，延续2023年的10,445.45亿元的万亿级规模，标志着行业进入稳定发展周期。作为护肤品类中的功能型细分市场，面部喷雾品类凭借即时补水、场景化护理等特性，充分承接消费端对便捷高效护肤解决方案的需求增长。

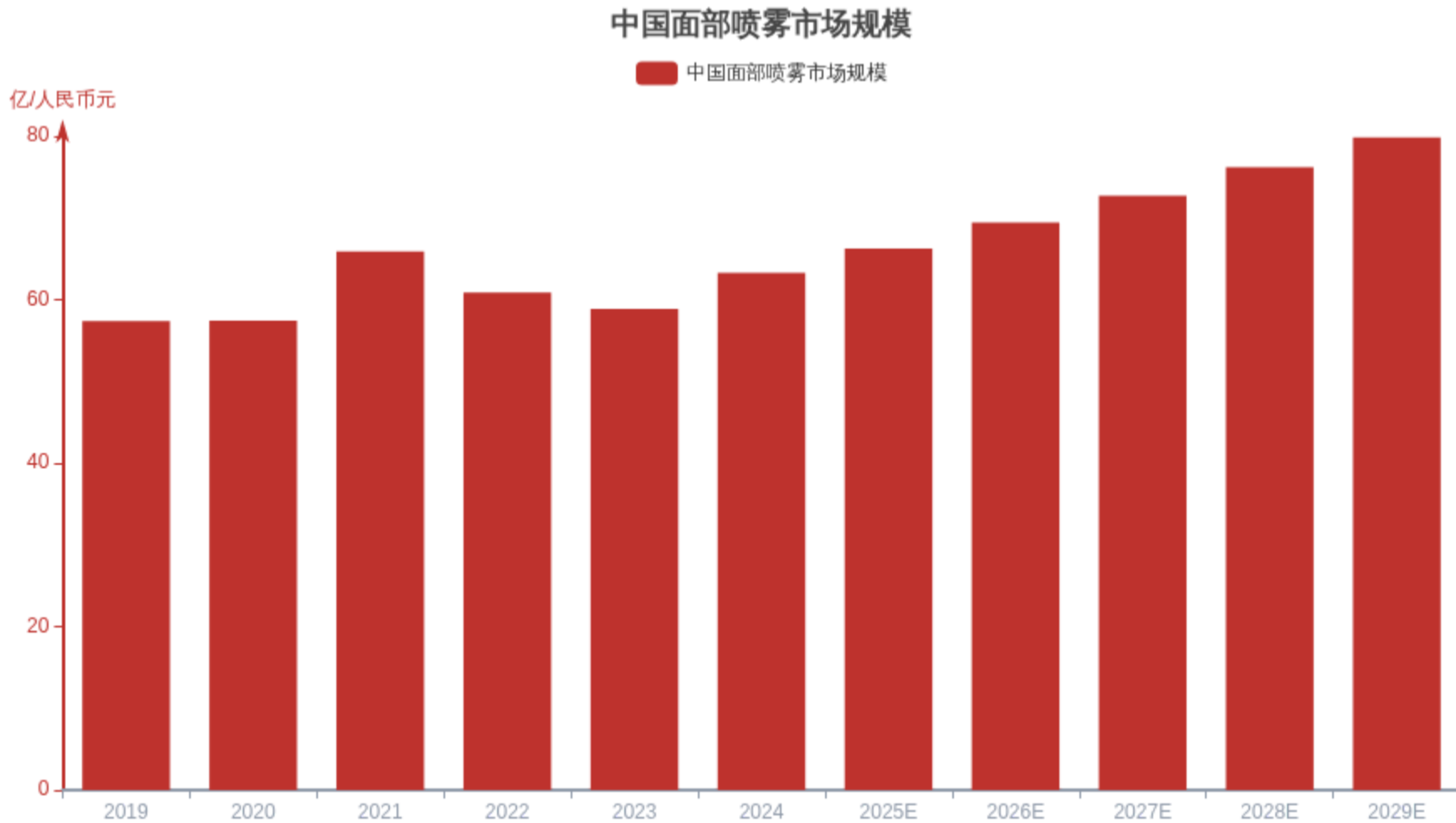
面部喷雾行业市场规模未来变化的原因主要包括：

在中国户外运动产业的多元化发展的背景下，防晒喷雾在强紫外线场景下的便捷补涂优势，成为驱动其市场规模持续扩容的核心动力。

自2023年起，中国户外运动产业呈现多元化发展态势，滑雪、路跑、水上运动等细分领域形成核心驱动。2023-2024雪季冰雪运动参与总规模达2.64亿人次，较同期增长显著；路跑赛事领域，2023年全国举办800人以上规模赛事699场，总参赛人次突破605万；水上运动方面，2023年7月至2024年6月期间共举办动力冲浪板、漂流、摩托艇等赛事20场，赛事数量同比增长17.6%。此外，垂钓运动覆盖约1.6亿消费人群，同时马术运动经济规模于2023年达209.9亿元。户外运动中紫外线暴露强度高、时间长，防晒喷雾因其便捷补涂特性成为核心装备。在徒步、骑行及水上运动等户外场景中，防晒喷雾的应用频率较传统防晒霜呈现倍数级优势，其便捷补涂特性与运动场景需求高度契合，直接驱动该品类未来市场扩容。

规模预测

面部喷雾行业规模



数据来源：山东福瑞达生物股份有限公司，巨量引擎

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《化妆品网络经营监督管理办法》	国家药监局	2023-01-01	8
政策内容	平台内化妆品经营者应当在其经营活动主页面全面、真实、准确、清晰、及时披露与注册或者备案资料一致的化妆品标签等信息。对于消费者普遍关注的产品安全和功效宣称内容，《办法》进一步要求，应当与其所经营化妆品的注册或者备案资料中标签信息和功效宣称依据摘要的相关内容一致。			
政策解读	该政策旨在，强化了对面部喷雾行业的网络销售监管，规范了广告宣传，严格了产品质量要求，并完善了售后服务，推动了行业的合规化与高质量发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《化妆品生产质量管理规范》	中华人民共和国国家药品监督管理局	2022-01-01	7
政策内容	规定化妆品注册人、备案人、受托生产企业应当按照要求组织生产化妆品。该政策对化妆品生产过程进行全面监管，强化美妆行业生产经营监督工作。			
政策解读	该政策旨在，强化了对面部喷雾行业的全流程监管，提升了行业准入门槛，促使企业加强质量管控与供应链合规，推动了行业的规范化与高质量发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《化妆品行业“十四五”发展规划》	中国香化协会	2021-01-01	9
政策内容	该政策指出，行业迫切需要凝聚面向化妆品高端制造的化学化工、生命科学、皮肤医学、生物技术、医药工程等多学科、高水平研究队伍进行研发。坚持科技创新，紧盯最新前沿科学技术发展及其在化妆品行业的推广应用，着力强化高质量发展。			
政策解读	该政策旨在，强化监管与创新，推动面部喷雾行业向高端化、功能化升级，助力国产品牌崛起，并促进产业链协同与绿色发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《化妆品功效宣称评价规范》	国家药品监督管理局	2021-01-01	8
政策内容	具有祛斑美白、防晒和防脱发功效的化妆品，应当通过人体功效评价试验方式进行功效宣称评价;应当由化妆品注册和备案检验机构按照强制性国家标准、技术规范的要求开展人体功效评价试验，并出具报告。			
政策解读	该政策旨在，要求面部喷雾功效宣称需有科学依据，并上传评价摘要，促使行业规范化，淘汰虚假宣传，推动企业研发创新。			
政策性质	规范性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《化妆品监督管理条例》	国务院	2021-01-01	5
政策内容	本条例旨在规范化妆品生产与经营，加强对化妆品的质量与安全监管，保障消费者健康，促进产业健康发展。通过化妆品及原料的风险分类管理（特殊化妆品与普通化妆品，新原料与已用原料），明确了注册与备案要求。国家药品监督管理部门负责监管，鼓励研究创新及信息化建设，同时强调化妆品全生命周期的质量安全责任。			
政策解读	该政策旨在，规范面部喷雾行业，实施分类管理、强化安全评估与功效宣称依据，严打虚假宣传，加大违法处罚力度，推动行业健康发展。			
政策性质	规范性			

竞争格局

面部喷雾竞争格局概况

中国面部喷雾行业的市场竞争格局激烈。面部喷雾行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有杭州孔凤春化妆品股份有限公司、达能依云食品营销（上海）有限公司等；第二梯队公司有欧莱雅（中国）有限公司、杭州雅漾品牌管理有限公司、欧缦丽（上海）化妆品有限公司等；第三梯队有山东福瑞达生物股份有限公司、广州远想生物科技股份有限公司、云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司等。

面部喷雾行业竞争格局的历史原因

中国面部喷雾行业的竞争格局呈现梯队化特征，头部企业凭借技术沉淀与资源垄断领先，领先企业通过技术转移与本土化创新追赶，第三梯队则依托本土供应链优势崛起。

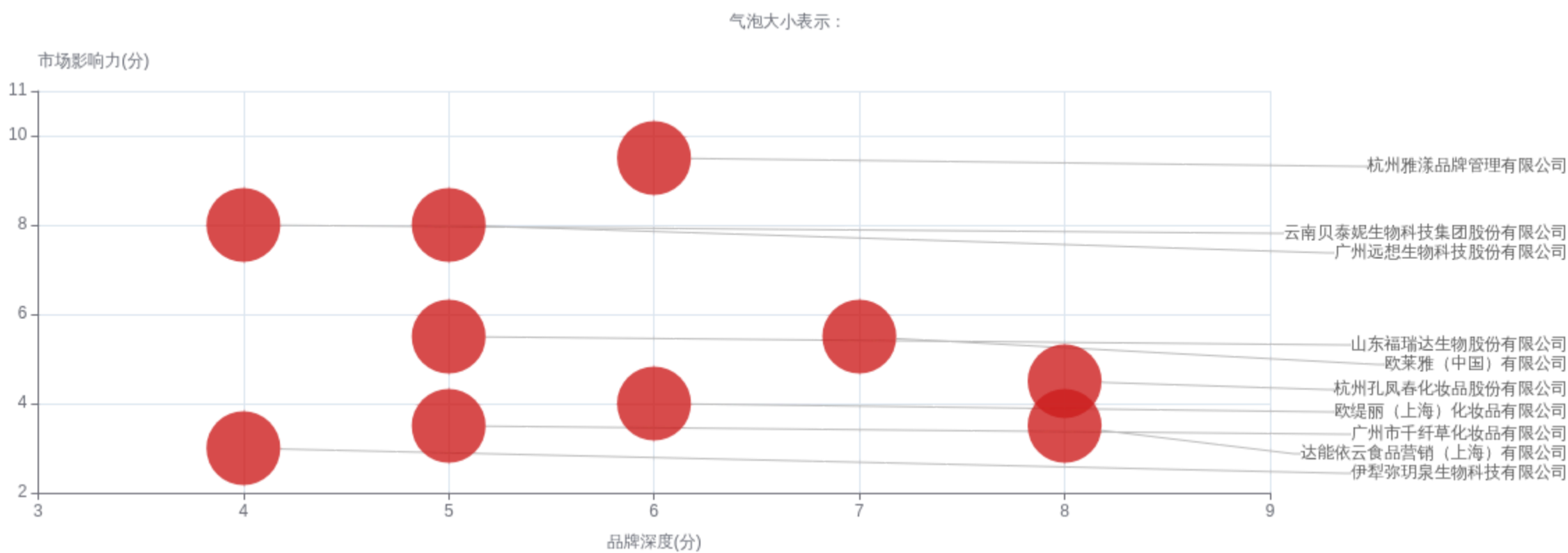
第一梯队企业如杭州孔凤春、达能依云等，其领先地位源于早期技术积累与资源垄断。孔凤春作为百年老字号，依托传统中医药配方与现代化生产结合，在植物提取技术领域形成专利壁垒。而达能依云则凭借法国阿尔卑斯山冰川水的独家水源地，构建了不可复制的原料优势。第二梯队企业如欧莱雅、雅漾等，多通过全球化技术转移实现后发赶超。例如，雅漾将法国活泉水疗概念引入中国，结合本土敏感肌人群需求，推出无防腐剂配方产品。第三梯队企业如山东福瑞达、云南贝泰妮等，则依托本土原料供应链崛起。福瑞达作为全球玻尿酸生产龙头，依托原料成本优势切入大众市场，其生产基地配备35条化妆品生产线并实现年产值40亿元。贝泰妮则以云南特色植物资源为核心，如青刺果、马齿苋，开发适合亚洲肤质的舒缓喷雾。

未来面部喷雾行业的竞争态势将加剧。

面部喷雾行业竞争格局未来变化原因

面部喷雾从补水工具到功效载体的质变跃升，通过推动市场需求升级、促进技术创新与产品升级，共同加剧了未来行业竞争态势。

消费者需求已超越基础补水范畴，转向对产品抗氧化效能、舒缓修护功能及妆容持久性强化等复合功效的深度诉求。这一趋势将促使行业加速内卷，未来竞争将更聚焦于科研实力与功效验证体系的比拼。头部企业通过功效差异化构建壁垒，例如杭州孔凤春依托中药草本研发推出具有舒缓功效的马齿苋喷雾，凭借舒缓和保湿功效，该产品连续7天位列“护肤喷雾好评榜”首位。在第二梯队企业中，如欧缦丽以葡萄多酚抗氧化技术强化敏感肌修护认知，形成“医研共创+成分安全”的垂直领域竞争优势。第三梯队企业则借助生物技术实现弯道超车，山东福瑞达运用专利发酵工艺提取功能性成分，将微生物代谢产物应用于产品开发，通过技术转化建立“功效可视化与科研背书并行”的细分市场准入门槛。



上市公司速览

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司 (300957)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	34.3亿元 >	18.5	76.4

企业分析

■ 公司信息

企业状态	开业	注册资本	9100万人民币
企业总部	济南市	行业	医药制造业
法人	高春明	统一社会信用代码	9137000070620518XA
企业类型	其他股份有限公司(非上市)	成立时间	896630400000
品牌名称	山东福瑞达生物股份有限公司	经营范围	一般项目：化妆品批发；化妆品零售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；个人卫生用品销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；第一类医疗器械生产；日用化学产品制造；家用电器销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；日用化学产品销售；信息技术咨询服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；美甲服务；广告设计、代理；广告发布；健康咨询服务（不含诊疗服务）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；软件开发；生物化工产品技术研发；生物基材料制造；生物基材料销售；生物基材料技术研发；专用化学产品制造（不含危险化学品）；专用化学产品销售（不含危险化学品）；住房租赁；非居住房地产租赁；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；保健食品（预包装）销售；货物进出口；技术进出口。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：化妆品生产；消毒剂生产（不含危险化学品）；第二类医疗器械生产；第三类医疗器械生产；第三类医疗器械经营；食品销售；卫生用品和一次性使用医疗用品生产；生活美容服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）

■ 融资信息



股权融资
未披露
2020-09-27

战略融资
未披露
2021-11-24

公司竞争优势

■ 竞争优势

山东福瑞达生物股份有限公司是一家位于山东省济南市的化妆品企业，成立于1998年，是山东省化妆品行业的龙头企业。该公司以“妆药同源，科技美肤”的理念著称，依托其在透明质酸（玻尿酸）研究领域的国际领先地位，致力于开发高效、科学的护肤产品。福瑞达生物股份拥有多个知名品牌，如颐莲、善颜、Dr.Alva瑗尔博士等。其中，颐莲推出了多款备受欢迎的面部喷雾产品。这些喷雾不仅具有即时补水的功能，还融合了中国传统文化元素。颐莲喷雾通过一系列极端气候条件下的挑战赛验证了其产品的高效保湿性能，并通过文创联名等方式提升了品牌的文化内涵和市场竞争能力。

2 云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司【300957】

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	42360万人民币
企业总部	昆明市	行业	化学原料和化学制品制造业
法人	GUO ZHENYU (郭振宇)	统一社会信用代码	915301005551100783
企业类型	股份有限公司(上市、外商投资企业投资)	成立时间	1273680000000
品牌名称	云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司	经营范围	<p>一般项目：细胞技术研发和应用；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；化妆品批发；化妆品零售；日用百货销售；技术进出口；货物进出口；医护人员防护用品生产（I类医疗器械）；生物化工产品技术研发；日用化学产品制造；日用化学产品销售；第一类医疗器械生产；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；保健食品（预包装）销售。</p> <p>（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：化妆品生产；第二类医疗器械生产；第三类医疗器械生产；第三类医疗器械经营；消毒剂生产（不含危险化学品）；食品销售；食品互联网销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）</p>

■ 财务数据分析									
财务指标	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025(Q1)
销售现金流/营业收入	1.14	1.04	1.05	1.02	1.13	1.09	1.09	1.09	/
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	47.7041	40.9841	29.7848	24.9741	17.7897	16.6243	19.8631	25.4798	/
营业总收入同比增长(%)	/	55.4413	56.6917	38.4854	52.5667	24.6487	10.1378	3.8698	/
归属净利润同比增长(%)	/	69.5796	58.1202	31.9369	58.7692	21.8219	-28.0156	-33.5284	/
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	29.6863	26.6201	20.0556	19.9902	19.4303	18.5781	27.9136	40.9834	/
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	1.9654	2.1555	3.1586	3.5563	5.8072	5.7619	4.277	4.0403	/
每股经营现金流(元)	4.2609	2.0853	1.43	1.1973	2.7212	1.8164	1.4411	1.6404	/
毛利率(%)	81.2765	81.1572	80.2179	80.4613	76.0052	75.2079	73.8981	73.7406	/
流动负债/总负债(%)	97.5904	97.1718	91.7421	97.7849	87.0141	88.802	86.594	71.7447	/
速动比率	1.4694	1.3012	2.4098	2.7813	5.2923	5.0856	3.5766	3.6372	/
摊薄总资产收益率(%)	30.967	41.5421	44.7082	40.4925	23.3078	16.7648	10.6738	6.2591	/
营业总收入滚动环比增长(%)	/	/	140.3954	160.548	/	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	/	/	/	594.1358	/	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	67.41	72.06	65.81	56.57	23.33	20.48	13.21	/	/
基本每股收益(元)	/	/	1.14	1.51	2.12	2.48	1.79	1.2	0.07
净利率(%)	19.4733	21.1951	21.2508	20.2004	21.4812	20.9502	13.7484	8.6263	/
总资产周转率(次)	/	1.96	2.1038	2.0045	1.085	0.8002	0.7764	0.7256	/
归属净利润滚动环比增长(%)	/	/	267.3441	497.5966	/	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	/	0.9979	0.0714	0.0714	6.7186	6.7186	6.7186	6.6509	/
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	279.2049	289.4116	214.7331	154.872	133.7196	164.2111	196.6998	181.205	/
营业总收入(元)	798044165.52	1240490198.38	1943745540.84	2636488348.17	4022403431.75	5013873729.44	5522168263	5735865254.21	948763070.82
每股未分配利润(元)	4.0783	6.7809	0.9178	2.0196	3.1397	4.8904	5.8784	6.4702	/
稀释每股收益(元)	/	/	1.14	1.51	2.12	2.48	1.79	1.2	0.07
归属净利润(元)	153630833.46	260526567.43	411945198	543507903.96	862922946.61	1051228828.98	756795007.56	503053586.13	28340519.25
扣非每股收益(元)	/	/	1.09	1.42	/	/	/	/	/
毛利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	4.2609	2.0853	1.43	1.1973	2.7212	1.8164	1.4411	1.6404	/

公司竞争优势

竞争优势

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司成立于2010年，是一家致力于打造中国皮肤健康生态的高新技术企业。公司集研发、生产和营销为一体，专注于皮肤学级护肤品的研发，特别是利用云南特色高原植物的有效活性成分，开发出一系列针对敏感肌肤的专业护肤产品。贝泰妮旗下拥有多个知名品牌，如专研敏感肌的“薇诺娜”、婴童湿疹护理品牌“薇诺娜宝贝”等。

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司官网

3 广州远想生物科技股份有限公司

公司信息

企业状态	开业	注册资本	36000万人民币
企业总部	广州市	行业	研究和试验发展
法人	陈玉容	统一社会信用代码	91440106671827236B
企业类型	其他股份有限公司(非上市)	成立时间	1199980800000
品牌名称	广州远想生物科技股份有限公司	经营范围	医学研究和试验发展;新材料技术推广服务;软件开发;电子元器件批发;信息系统集成服务;化妆品批发;第一类医疗器械销售;第二类医疗器械销售;企业管理咨询;企业管理;化妆品零售;消毒剂销售(不含危险化学品);互联网销售(除销售需要许可的商品);市场营销策划;项目策划与公关服务;信息技术咨询服务;软件销售;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务);生物质能技术服务;仓储设备租赁服务;普通货物仓储服务(不含危险化学品等需许可审批的项目);第三类医疗器械经营;医疗器械互联网信息服务;化妆品生产;诊所服务;技术进出口

融资信息

战略融资
未披露
2021-04-26

公司竞争优势

竞争优势

广州远想生物科技股份有限公司是一家集研发、生产、销售于一体的创新生物高科技公司，成立于2008年，总部位于广东省广州市。该公司专注于医疗美容领域，致力于通过尖端生物科技的应用推动医学美容行业的发展。远想生物与多个国内外科研院所合作，拥有一流的科研团队，并已取得了多项科研成果和专利技术。

广州远想生物科技股份有限公司官网

附录

法律声明



权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588