

国人美白趋势洞察白皮书

©2022.11 iResearch Inc.



发展历程：消费者功效护肤理念的升级推动以美白为代表的进阶型护肤需求提升，而**温和且高效**的美白产品**更符合国人脆弱易黑的肌肤特征**，精华、面膜和面霜成为消费者美白主选产品，其中精华更是成为最高效品类，成为品牌商布局美白赛道的首要核心。2022年开始美白相关监管政策的正式落地推动了行业规范化、合规化发展，提升了美白赛道的入局标准，进一步遏制劣币驱逐良币现象的发生。



需求特征：高学历、中青年人群构成美白精华赛道消费主力，**美白需求呈现通识化、精细化和场景化发展趋势**。安全温和与成分天然是中国消费者选择美白精华时最为看重的两大指标，同时消费者对天然植物萃取成分偏好性与满意度也显著高于其他成分。



行业规模：近年来美白精华赛道受功效护肤概念普及的推动持续扩容，疫情虽对行业带来了短期放缓的影响，但随着消费回暖和供给发力，行业中长期发展依旧向好。2021年行业整体已达到285.1亿，未来3年将以12.7%的复合增速持续增长。



发展趋势：**1) 需求端**：美白需求呈现日常化发展趋势，消费者对适合国人肤质的温和高效的植萃美白精华抱有较高期待值，伴随对国牌信任度的提升，未来国牌天然植萃美白精华的发展前景可观。**2) 供给端**：1.国产头部品牌将凭借多年深耕赛道的经验和技術积累所带来的优势开发出更多能满足国人精准美白需求的精华。植物提取物和中草药来源成分为两大主流的热门原料类型，在美白产品中的应用会持续增高；2.头部品牌将会基于自身大单品的优势对其余美白品类做出前瞻性布局，通过产品矩阵的完善来实现对自身品牌力的加固。

中国美白护肤行业现状分析

1

精细化趋势品类美白精华市场分析

2

中国美白精华消费洞察

3

中国美白市场核心技术及原料发展

4

中国美白护肤行业未来展望

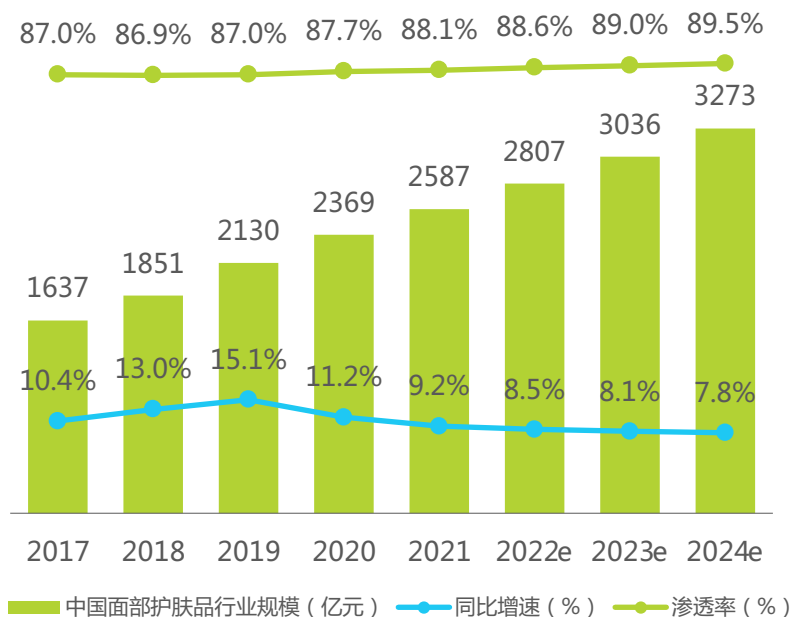
5

中国美白护肤行业现状分析

面部护肤品行业景气向好，护肤观念进阶提升美白关注度

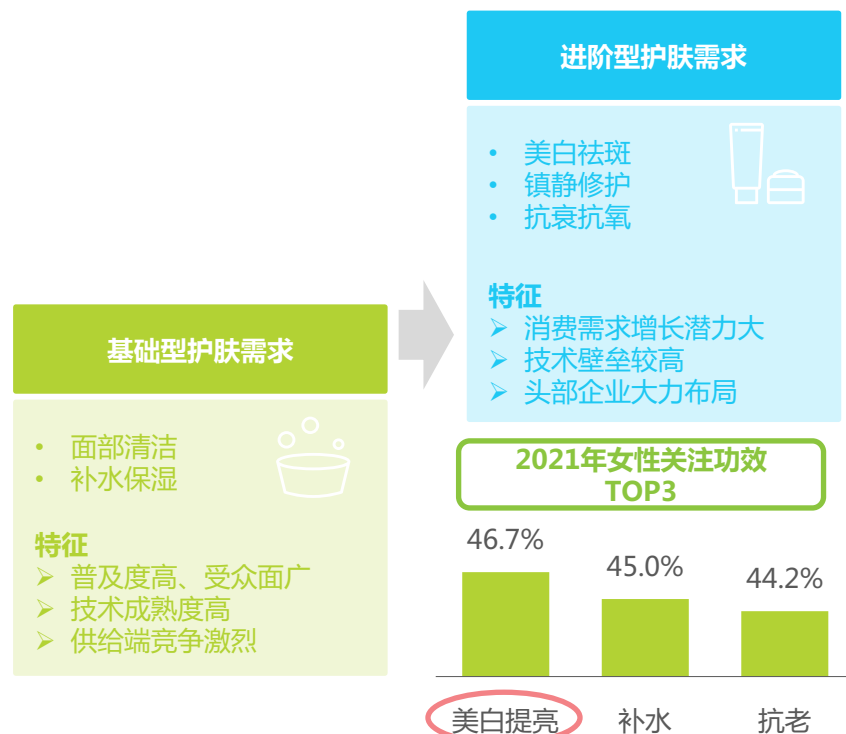
中国面部护肤行业增速企稳，2021年整体规模达到2587亿，从面部护肤渗透率逐年上升的趋势中可以看出行业景气度稳中向好，同时也反映出面部护理的需求热度在护肤赛道中始终维持在高位。随着近年来护肤概念的升级，消费者护肤需求呈现出功效进阶化态势，在清洁补水的基础功效之外，核心人群对进阶化功效明显产生了更大的关注，艾瑞用调数据显示，美白超越了其他功效在用户端关注度排名第一。

2017-2024年中国面部护肤品行业规模、增速及渗透率⁽¹⁾



注释：1.渗透率为面部护肤品在整体肌肤护理产品中占比。
来源：Euromonitor，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国消费者功效护肤进阶趋势示意图



样本：N=1000；于2021年9月通过iClick线上问卷调研获得。
来源：国信证券，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国美白护肤行业现状分析

需求端：肤质特征偏敏感，温和且高效成为主要美白诉求

研究表明，中国人皮肤类型多集中在II-IV型之间，此段皮肤类型特征为黑色素小体较为丰富的易晒黑肤质，其对美白提亮功效的需求普遍大于晒伤修复。同时，综合考虑保水度、皮肤屏障和角质成熟度等皮肤健康度指标，亚洲人群皮肤相较于非洲与欧洲人群更为敏感脆弱。基于这种肤质特征，温和且高效的美白产品更能满足中国消费者的美白需求。

代表人群角质层表征差异对比

皮肤类型	不同人群对比
经皮水分丢失值 (TEWL) ⁽¹⁾	欧洲人群>亚洲人群>非洲人群
皮肤屏障功能	非洲人群>欧洲人群>亚洲人群
角质层成熟指数	非洲人群>欧洲人群>亚洲人群

不同人种部分角质层表征数据显示，普遍看来，亚洲人群肤质除角质层保水能力优于欧洲人群外，在皮肤屏障功能和角质层成熟度上均处于较弱水平，可见亚洲人群的肤质普遍较为脆弱和敏感。

Fitzpatrick皮肤分型及中国人皮肤类型区间

皮肤类型	肤色	特点	中国人口分布
I	白色，有雀斑	经常晒伤，不易晒黑	-
II	白色	通常晒伤，极少晒黑	★
III	白色至橄榄色	会晒黑，偶尔晒伤	★★★
IV	浅褐色	容易晒黑，很少晒伤	★
V	深褐色	通常晒黑，极少晒伤	-
VI	黑色	晒黑，不易晒伤	-

注释：1.经皮水分丢失值（TEWL），又称透皮失水，反映角质层的保水能力，是衡量皮肤屏障的重要指标，值越高表示角质屏障越差。

来源：《亚洲肤质白皮书》，《Journal of Dermatological Science》，百度百科，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国美白护肤行业现状分析

需求端：精华、面膜和面霜成为满足消费者高效美白诉求的主要产品

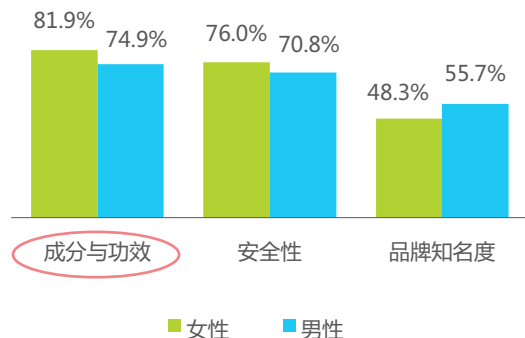
精华是富含活性成分的一种高效能脸部护肤品，依据其所含成分的不同，通常具有美白、补水、抗老等特定功效，随着消费者对护肤产品背后成分与功效支撑的关注度提升，精华产品逐步成为消费端实现特定护肤功效的首选。聚焦美白赛道，艾瑞用调数据显示，过七成中国消费者对于美白最看重高效，偏好产品前三分别为精华、面膜和面霜，其中美白精华以57.8%的占比成为消费者心目中的高效代名词。艾瑞认为，随着消费端美白理念的不断成熟，美白精华作为活性成分含量最高的护肤品类，其用户认知和渗透还有望持续提升。

精华概念定位示意图

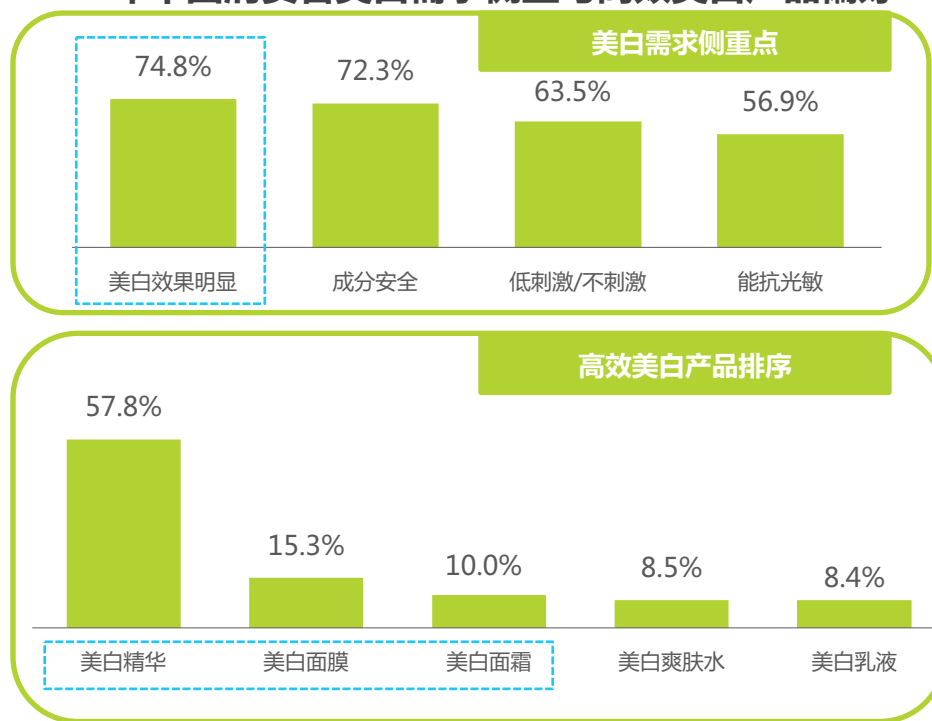
精华定义：以水为基质，添加高浓度活性成分的护肤品，其功效成分具有较强针对性，典型功效有美白、保湿、抗老、修护等。



中国消费者护肤关注因素排名



2022年中国消费者美白需求侧重与高效美白产品偏好



样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调研获得。
来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

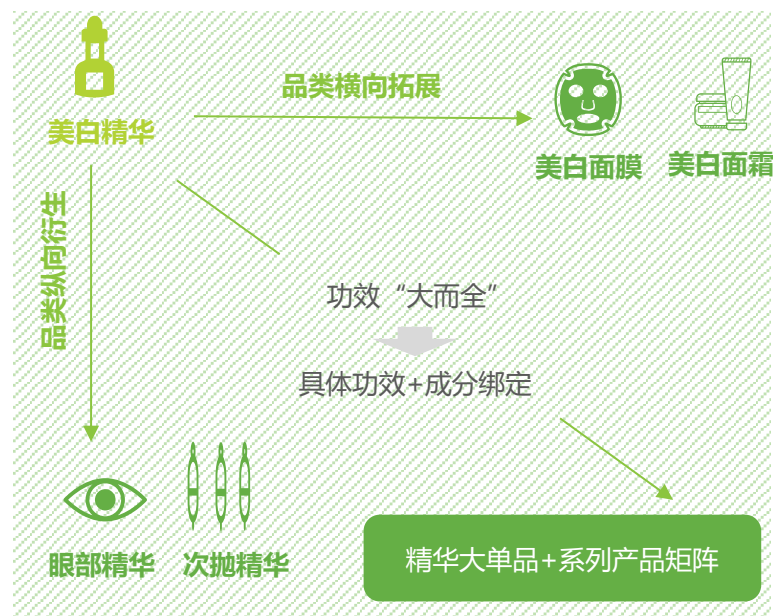
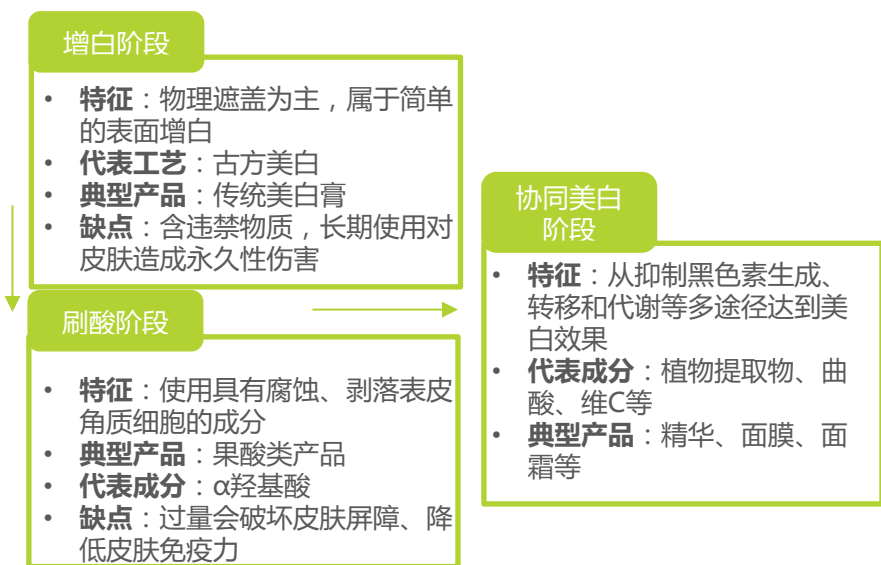
中国美白护肤行业现状分析

产品端：美白产品精细化发展，围绕核心精华大单品，结合面膜、面霜形成品牌美白产品矩阵

我国美白产品已从早期运用遮盖、剥脱等强力手段的粗放型发展阶段过渡到科学化、精细化的协同美白阶段。精细化美白趋势一方面促进了原料端有效美白成分的开发，另一方面促进了强效能产品的发展。而精华作为技术和研发门槛最高的产品，被业内普遍看作是增强用户粘性、形成品牌壁垒的核心单品，通过功效与成分强绑定打造美白精华大单品，并围绕其进行面膜、面霜等多品类拓展的战略将会是未来产品端形成差异化优势的重要策略。

中国美白产品发展阶段及特征

中国美白产品布局及发展趋势



来源：《中国美白化妆品的发展历程》，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：公开资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国美白护肤行业现状分析

政策端：监管收严提升进入门槛，促进美白赛道健康发展

2021年1月1日起，新《化妆品监督管理条例》正式实施，不仅强调了美白护肤品的持证规范，还设立了美白功能新原料的注册审核机制。结合自2022年1月1日起施行的《化妆品功效宣称评价规范》，美白赛道从产研到功效宣传端都迎来了全面的制度收严。在严格监管执行之下，美白产品市场有望进一步巩固合规经营基础，促进行业整体高质量、健康化发展。

中国化妆品监管条例梳理及美白相关政策解读

政策名称	《化妆品卫生监督条例》	《化妆品监督管理条例》	《化妆品功效宣称评价规范》
发布时间	1989年11月13日	2020年6月16日	2021年4月8日
施行时间	1990年1月1日	2021年1月1日	2022年1月1日
颁布机构	卫生部	国务院	国家药监局
立法目的	加强化妆品的卫生监督，保证化妆品的卫生质量和使用安全，保障消费者健康。	替代《化妆品卫生监督条例》，规范化妆品生产经营活动，加强化妆品监督管理，保证化妆品质量安全，保障消费者健康，促进化妆品产业健康发展。	规范化妆品功效宣称评价工作，保证功效宣称评价结果的科学性、准确性和可靠性，维护消费者合法权益，推动社会共治和化妆品行业健康发展。
美白相关条例	特殊用途化妆品是指用于育发、染发、烫发、脱毛、美乳、健美、除臭、祛斑、防晒的化妆品。生产特殊用途的化妆品，必须经国务院卫生行政部门批准，取得批准文号后方可生产。	<ul style="list-style-type: none">用于染发、烫发、祛斑美白、防晒、防脱发的化妆品以及宣称新功效的化妆品为特殊化妆品。具有防腐、防晒、着色、染发、祛斑美白功能的化妆品新原料，经国务院药品监督管理部门注册后方可使用。	具有 祛斑美白 、防晒和防脱发功效的化妆品，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	将 美白祛斑产品正式定性为特殊用途化妆品 ，在生产卫生及质量安全上进行监管把控。	加强美白产品 宣称规范 ，美白新原料上市 审核严格化 ，在产研端加强规范化管理。	除去物理遮盖产品，美白类产品必须通过人体功效评价试验，验证有效性后方可宣称对应功效， 行业功效宣称严谨化发展 。

来源：国家药品监督管理局官网，百度百科，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国美白护肤行业现状分析

1

精细化趋势品类美白精华市场分析

2

中国美白精华消费洞察

3

中国美白市场核心技术及原料发展

4

中国美白护肤行业未来展望

5

中国美白精华行业产业链图谱

产业链图谱



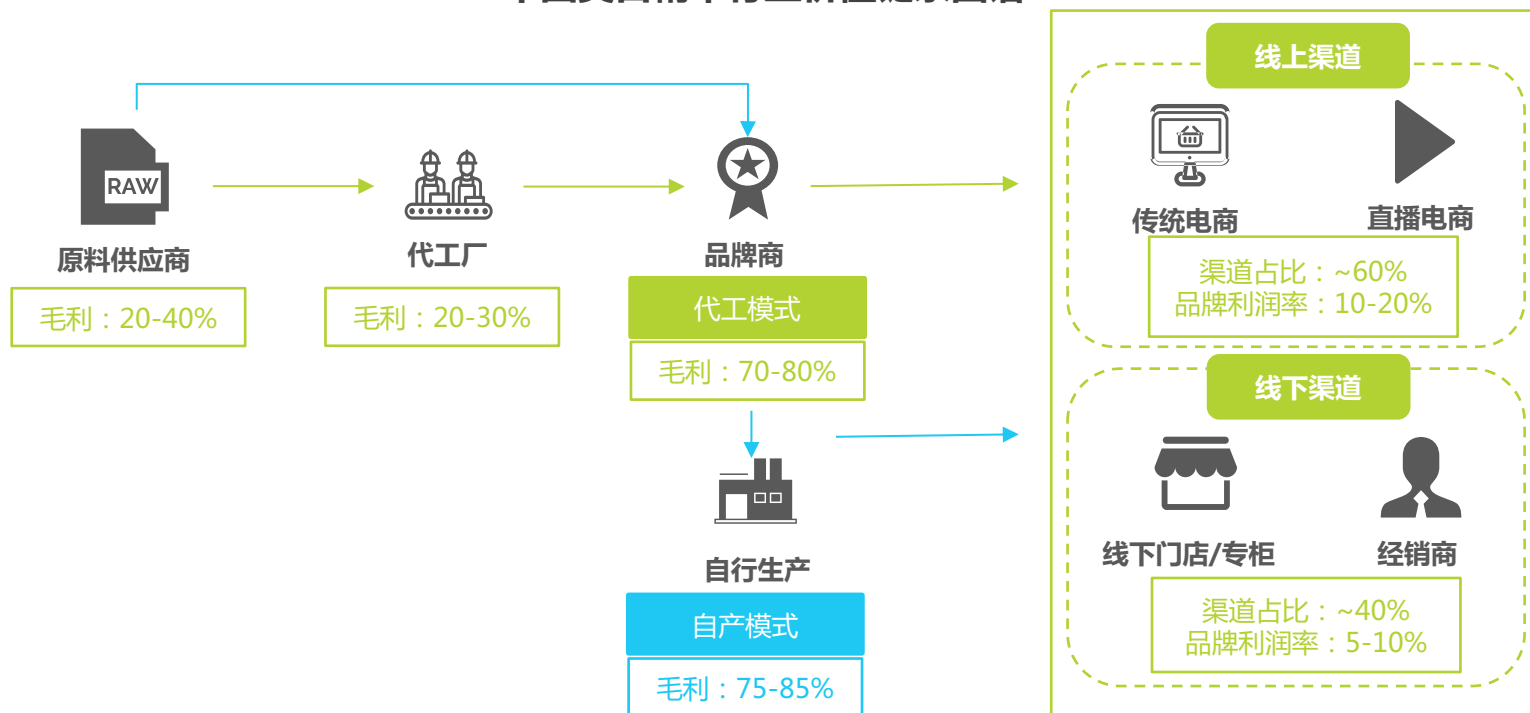
来源：专家访谈，公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国美白精华行业链条及分润情况

品牌和渠道端在链路中价值优势凸显

美白精华原料端以国际大厂为主导，多为全能型化工企业，国产厂商则主要面向国内大众化妆品生产企业。代工厂端亦是如此，国际巨头在美白精华乃至美妆代工领域话语权较大，而国内代工厂主要集中在广州地区，服务于新兴品牌居多。品牌商处于整个链条中的核心环节，成熟品牌通过自建产能获取更大的利润，随着美白精华入局门槛的进一步提升，集产研销一体的头部美白精华品牌将在销售和盈利上展现出更大的优势。从渠道角度来看，线上渠道已经逐渐占据主导地位，在直播电商等发展迅速渠道的布局能帮助品牌更有效抓住和巩固消费者心智，助推其美白精华产品获取更大市场。

中国美白精华行业价值链条图谱



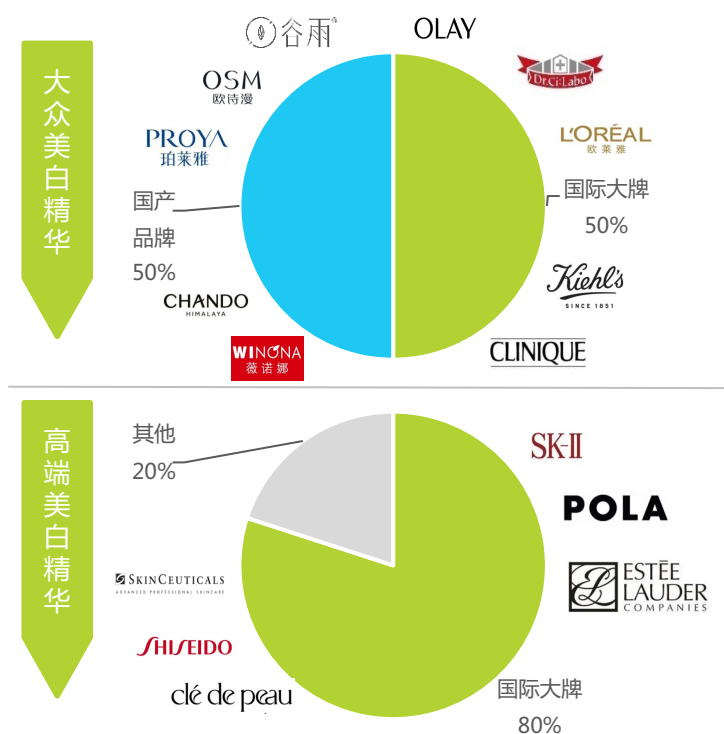
来源：公开资料，专家访谈，由艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

中国美白精华行业竞争格局分析

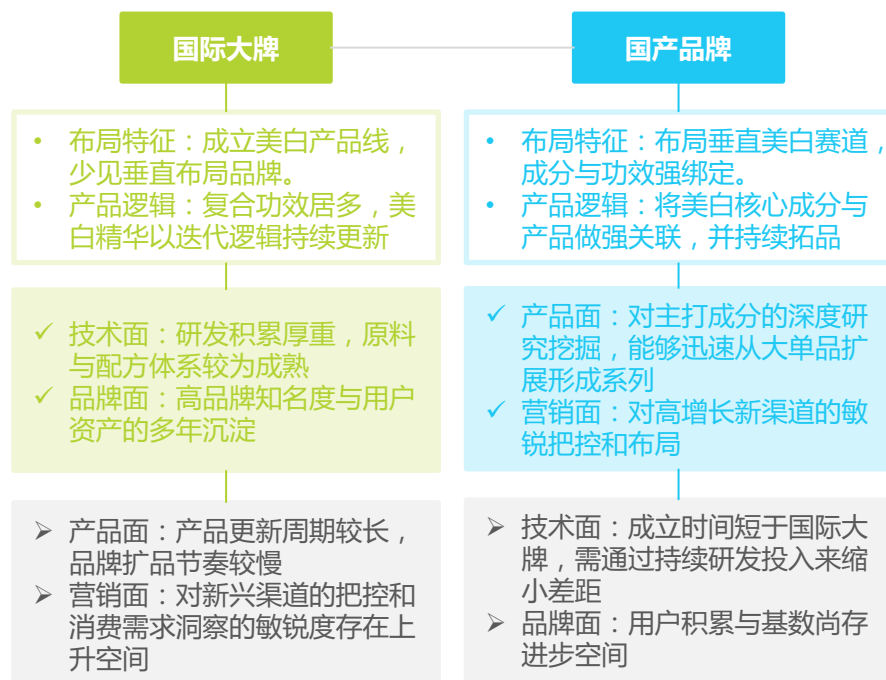
国产品牌凭借在大众精华赛道的基础继续深化布局，从早期营销驱动向产品与品牌力驱动过渡

中国美白精华市场头部玩家集中在以Olay、资生堂、修丽可为代表的国际大牌和以谷雨、欧诗漫为代表的国产品牌。在大众美白精华赛道，随着国牌的专注布局和竞争力提升，已逐渐可以与国际开架和药妆品牌相媲美；但高端美白精华赛道的头部玩家依然以国际大牌及其他高端院线品牌为主。艾瑞认为，随着国产品牌的策略从早期营销驱动升级至产品和品牌驱动，通过在研发应用等核心环节的创新突破，国产品牌有望在高端精华赛道获得相应的声量。

中国头部美白精华市场分布情况



中国美白精华行业主要玩家特征分析



来源：公开资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

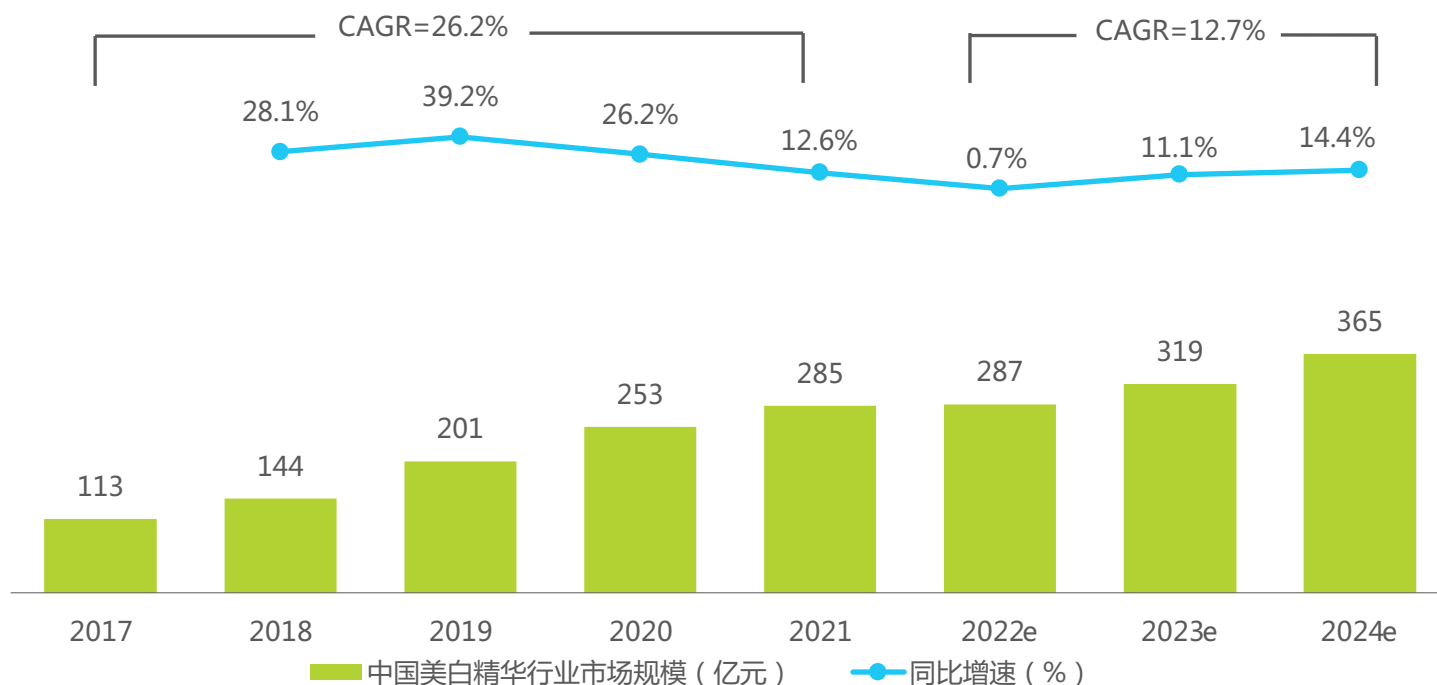
来源：公开资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国美白精华行业市场规模

护肤升级与国牌崛起推动行业扩容，中长期前景向好

伴随着功效护肤升级的趋势，美白精华赛道持续扩容，国产品牌的入局也进一步推动了行业空间的提升。根据艾瑞核算，2021年中国美白精华行业规模已达到285.1亿。2022上半年，虽然疫情反复下局部城市的封控对美白精华行业造成了短期的负面影响，但是下半年整体消费回暖和年终购物节的推动有望促使全年数据维稳。总体看来，在需求提升和供给发力的双作用下，美白精华行业增幅会持续优于其他美白类目和护肤行业大盘，并于2024年突破350亿。

2017-2024年中国美白精华行业规模及增速



来源：公开资料，专家访谈，由艾瑞核算。

中国美白护肤行业现状分析

1

精细化趋势品类美白精华市场分析

2

中国美白精华消费洞察

3

中国美白市场核心技术及原料发展

4

中国美白护肤行业未来展望

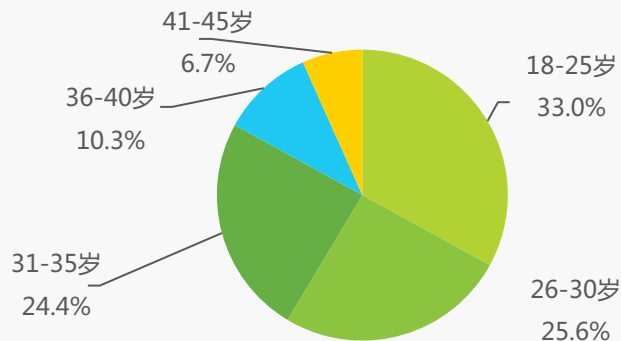
5

中国美白精华消费者洞察

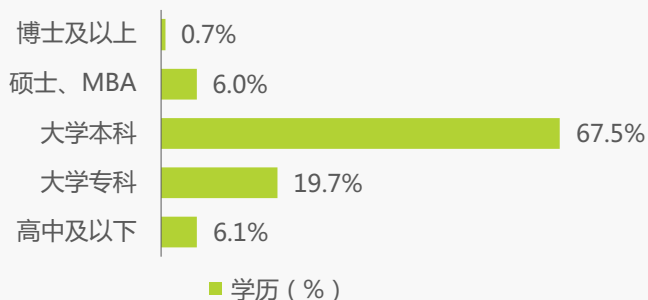
中青年为美白精华主要消费群体，敏感肌人群占比攀升

在年龄上，我国美白精华消费者以中青年龄段为主，其中18-25岁的年轻人群占比最高。在学历上，九成以上消费者为本科及以上学历，较高的受教育程度带来了更高的消费能力和更精致的护肤理念，成为美白精华消费的驱动力。在皮肤类型上，混合和油性肌肤的敏感肌人群呈现攀升态势，这对美白精华产品的成分安全性和功能有效性都提出了更高的要求。

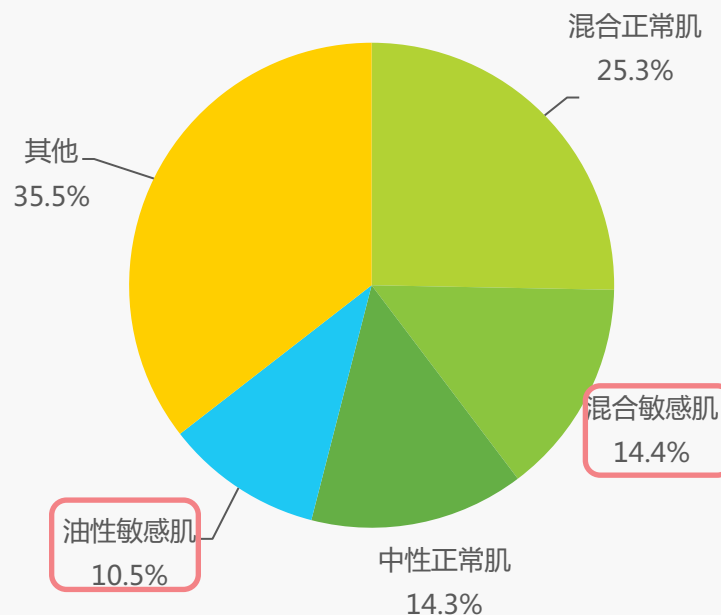
2022年中国美白精华消费者年龄分布



2022年中国美白精华消费者学历分布



2022年中国美白精华消费者皮肤类型分布



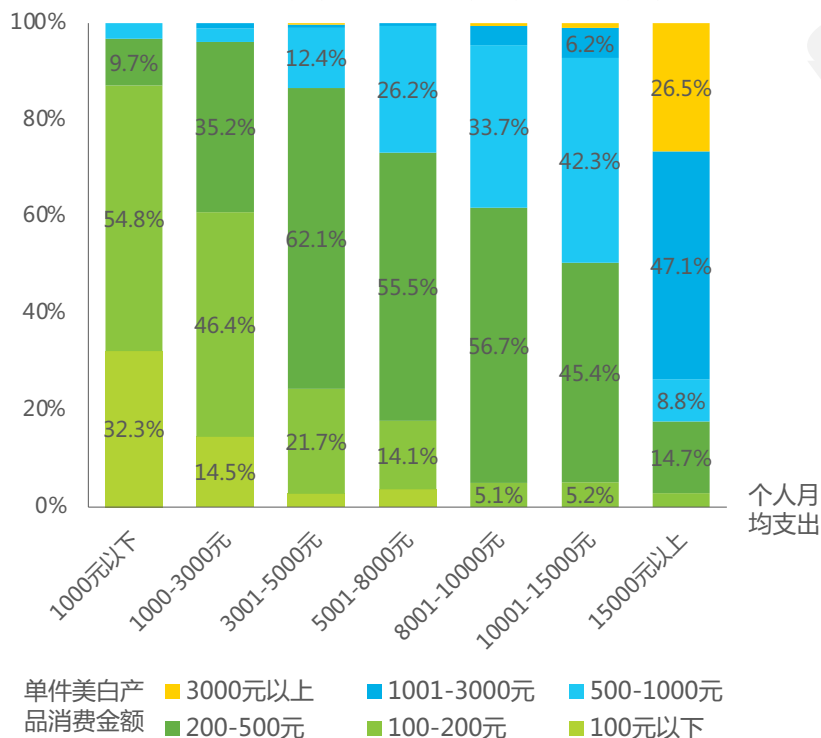
注释：调研人群配额要求如下：年龄在18-45岁之间、有护肤习惯、偏好购买具有美白提亮功效护肤品的人群，其中敏感肌肤质人数=300。
样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调查获得。

中国美白精华消费者洞察

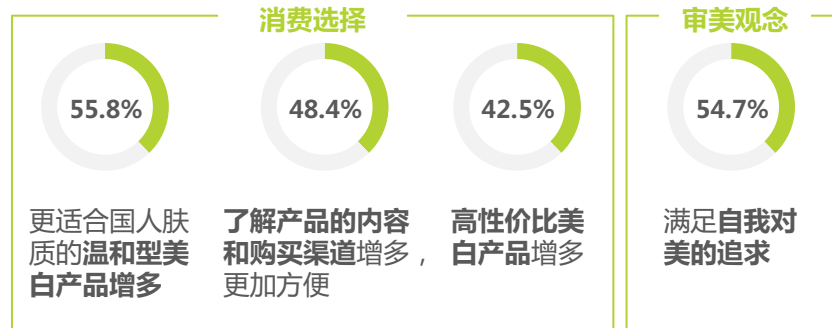
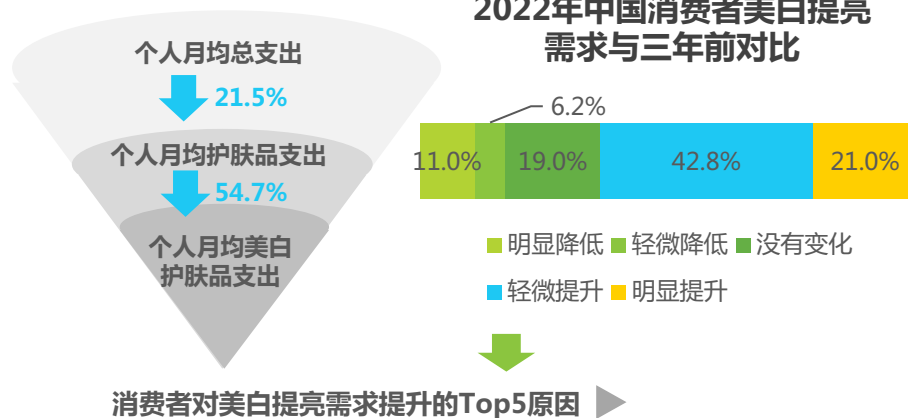
在更加多样化、便捷化的消费环境和审美观念变迁的共同驱动下，促进美白精华的消费持续提升

调研数据显示，我国消费者的消费能力与美白精华选购的价格区间呈正相关关系，消费升级的可持续性将为美白精华市场需求升级提供沃土。同时，一方面，当代消费者的美妆护肤意识不断增强、审美观念不断变迁；另一方面，美白产品的国人肤质适配程度和性价比不断提升，购买渠道更加多样便捷。需求端和供应端共同驱动了美白精华的消费增长。

2022年中国消费者单件美白产品消费金额



2022年中国消费者美白提亮需求与三年前对比



样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调研获得。

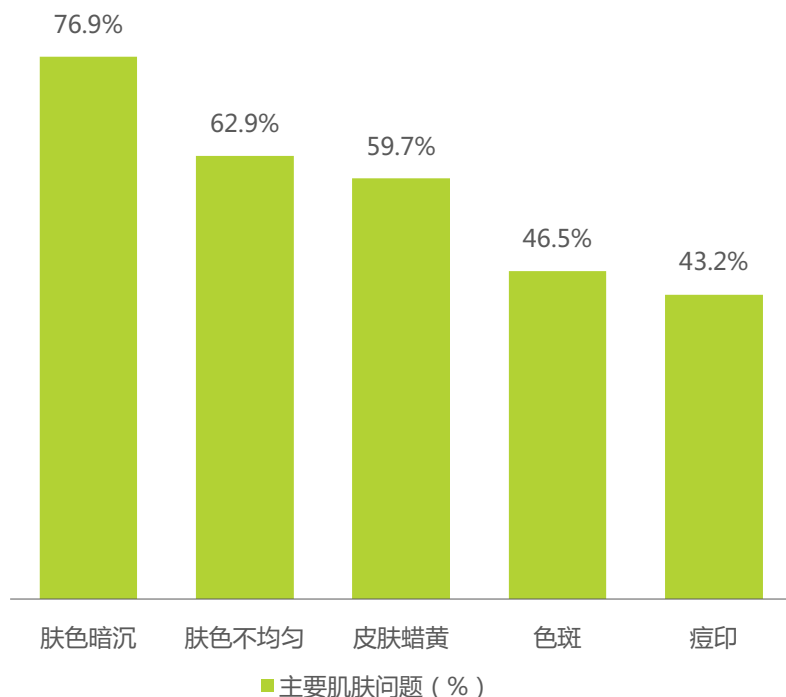
样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调研获得。

中国美白精华消费者洞察

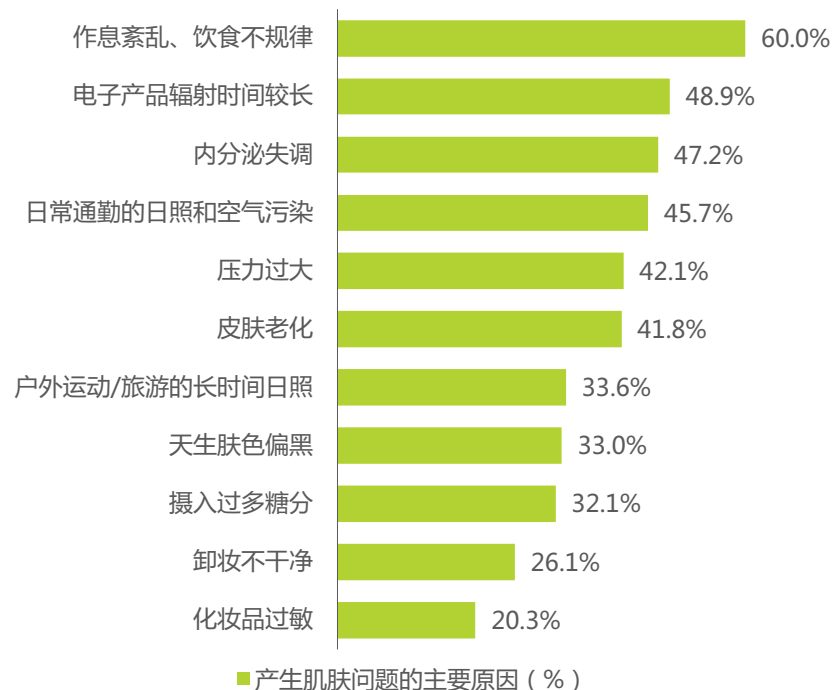
快节奏时代背景下，不良生活习惯和外部环境是产生众多肌肤问题的主要诱因

调研数据显示，困扰我国美白精华消费者的主要肌肤问题包括肤色暗沉、肤色不均等，其中存在肤色暗沉问题的消费者占比达76.9%。肌肤问题的产生原因是多方面的，除环境污染和基因等客观因素外，60%的美白产品消费者自身存在作息紊乱、饮食不规律的问题，同时，近半数消费者认为过多的电子产品辐射和内分泌失调也是导致肌肤问题的主要元凶之一。

2022年中国美白精华消费者主要肌肤问题



2022年中国美白精华消费者产生肌肤问题的主要原因



样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调研获得。

样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调研获得。

中国美白精华消费者洞察

美白精华消费趋于科学理性，安全、有效成为核心需求，植物、维C等成分更受消费者青睐

随着功效型护肤市场的快速发展，消费者的美白需求得到释放，新生代美白精华消费者关注使用体验和美白效果，使用感温和、成分天然和局部针对性成为消费者选购美白产品的TOP3决策因素。在产品成分上，植物提取类和维C等衍生物受欢迎程度最高，70%以上的消费者认为其具备美白效果明显、成分安全等优势特征。

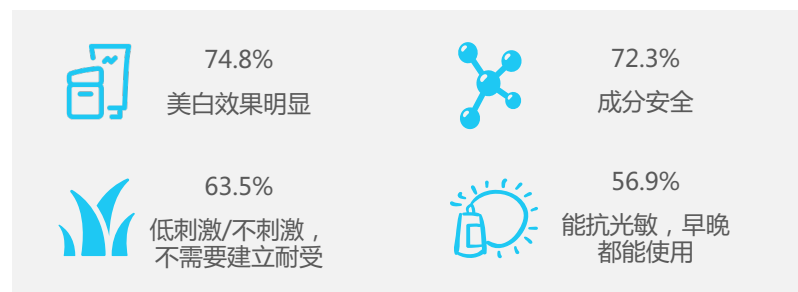
2022年中国消费者选购美白精华的重要决策因素



2022年中国美白精华消费者成分偏好



美白成分选择的驱动因素



样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调研获得。

样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调研获得。

中国美白精华消费者洞察

各场景侧重点差异化，但温和、靶向性明显的美白诉求具有场景普适性

聚焦于美白场景化和差异化的趋势，日常场景下的常态化美白需求占比高达74.6%，排名第一，艾瑞认为这主要源自于消费端美白护肤理念的成熟和加深，此场景下维稳、抗光敏等需求特征凸显；急救型美白需求则主要出现在熬夜、暴晒等对皮肤造成集中伤害的场景之后，此时，以安全修复和减少刺激为驱动的美白诉求更为集中；最后，祛斑、祛痘印和医美后的场景则更偏向于阶段性修护型需求，相较于其他两种场景，修护型场景下对于靶向性需求更为重视，对高效的诉求也会促进用量的提升。

2022年中国美白精华消费者场景化美白洞察

细分场景	需求特征&关注序列	产品&使用习惯
 日常预防皮肤晒黑 74.6%	<ul style="list-style-type: none">特征：日常型-持续防护，抗光敏，维稳亮白等需求消费者关注点TOP3排序：安全、天然、针对性美白	<ul style="list-style-type: none">✓ 15-50ml的中小型精华受欢迎✓ 使用习惯稳定，单次平均用量低、但持续性强
 熬夜加班/刷剧 66.9%  59.0% 户外暴晒后	<ul style="list-style-type: none">特征：急救型-见效快，强力修复，减少源头刺激等需求消费者关注点TOP3排序：安全、天然、针对性美白	<ul style="list-style-type: none">✓ 31-50ml的中瓶精华占购买主流✓ 加班、暴晒等行为发生后密集、突击型使用，单次用量较大
祛黄或祛斑 56.6% 43.8% 长痘留痘印  医美后 23.3%	<ul style="list-style-type: none">特征：修护型-靶向性强，安全温和，均匀提亮肤色等需求消费者关注点TOP3排序：安全、针对性美白、天然	<ul style="list-style-type: none">✓ 30-70ml大容量产品最受青睐✓ 阶段性修护需求凸显，高效诉求使得单次用量大

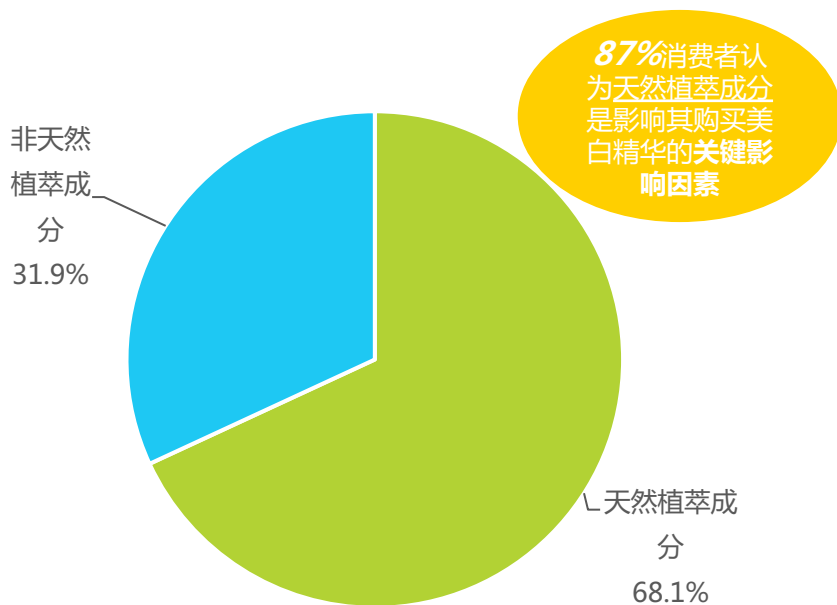
样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调研获得。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国美白精华消费者洞察

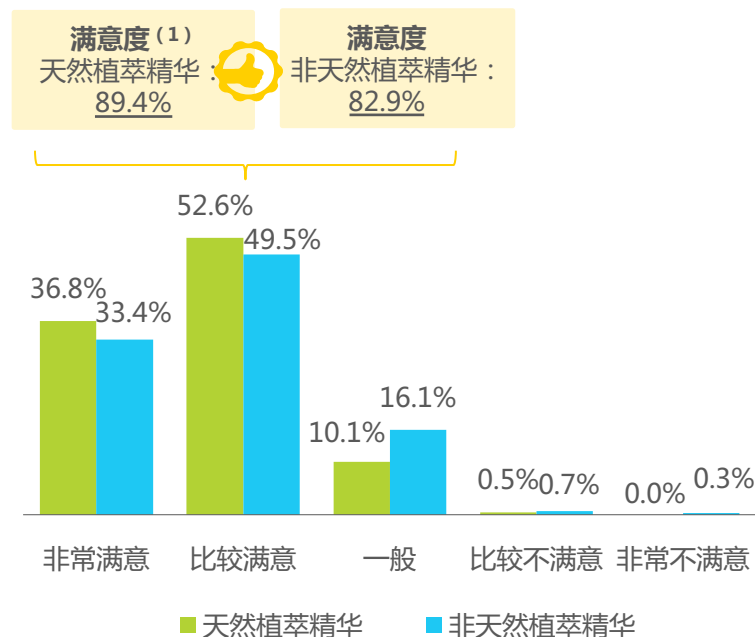
消费者对天然植萃成分有明显偏好，满意度领先

用户调研数据显示，消费者在选择美白精华成分时对天然植萃成分有显著性偏好，使用者满意度也明显高于非天然植萃精华。并且超八成的消费者认为是否含有天然植萃成分是其购买美白精华的重要影响因素，由此可推导出以光甘草定为代表的天然美白成分更符合我国消费者温和、高效的美白诉求。

2022年中国消费者美白精华成分偏好



2022年中国美白精华分类满意度比对



样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调研获得。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调研获得。
注释：满意度%=非常满意%+比较满意%
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

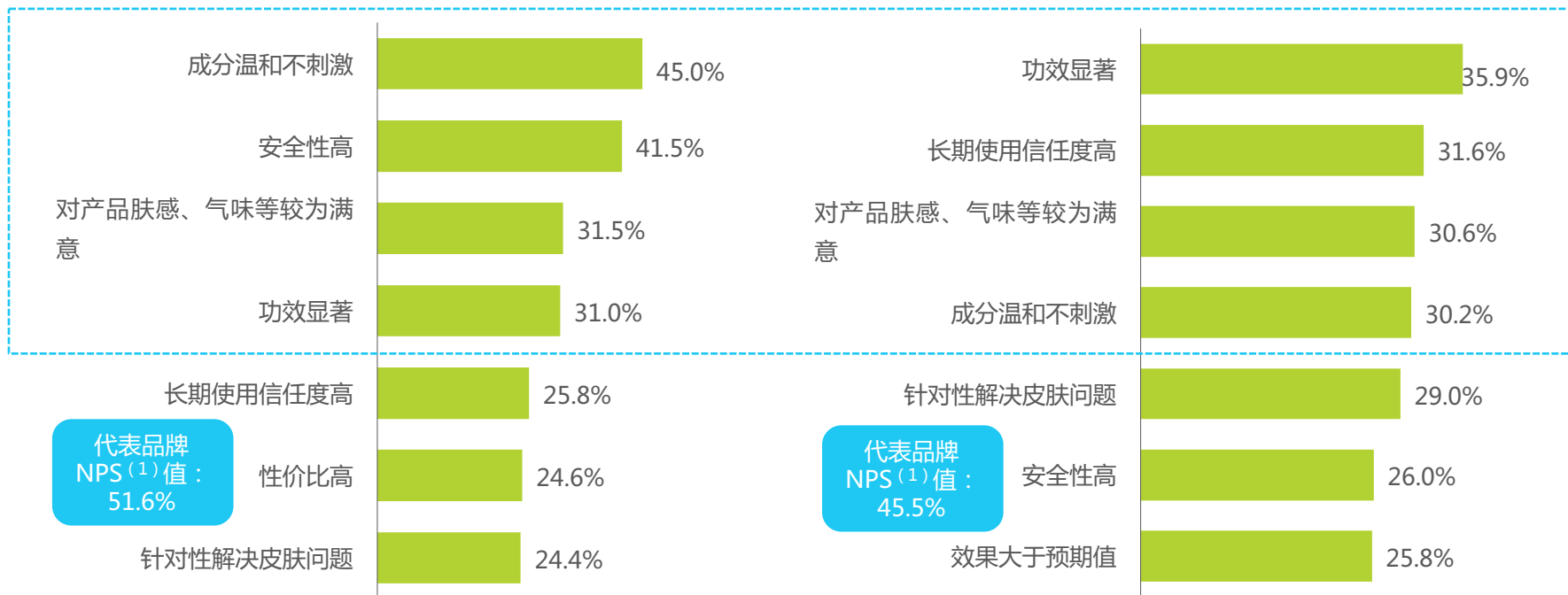
中国美白精华消费者洞察

温和+安全+高效构成天然植萃美白精华满意度核心

通过各精华类别满意因素对比可以得出，肤感/气味适宜度、成分刺激性和功效表现是消费者对天然与非天然植萃美白精华满意感知的三大共性指标。其中，见效快、信任感高是消费者对于非天然植萃美白精华的前两大满意维度，这主要也源于多数经典合成美白成分在消费者认知层的较早布局。反之，成分温和和安全性高则成为了天然植萃美白精华在消费者满意感知中的核心突破点，植萃美白精华的功效性也在消费端得到了印证，与肤感满意度拔高至同一水平。围绕安全温和的比较性优势，在研发端重点提升配方有效性会是未来植萃美白精华进一步提升满意度、持续推动推荐值增长的战略方向。

2022年中国消费者对天然植萃美白精华的主要满意原因

2022年中国消费者对非天然植萃美白精华的主要满意原因



样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调研获得。
注释：NPS为净推荐值，为推荐者%-贬损者%
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调研获得。
注释：NPS为净推荐值，为推荐者%-贬损者%
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国美白护肤行业现状分析

1

精细化趋势品类美白精华市场分析

2

中国美白精华消费洞察

3

中国美白市场核心技术及原料发展

4

中国美白护肤行业未来展望

5

美白功效成分生产技术及趋势

绿色经济引导下植萃与发酵技术成为主流热潮

业内主要将美白精华原料在内的美白功效型原料生产技术分为植物提取、化学合成、生物发酵和合成生物四大类。现代植萃技术和微生物发酵技术是当前市面应用较为主流的生产技术，其中现代植萃技术得益于本土丰富的自然资源，能够通过研发创新，进一步开发出具有中国特色的新原料。合成生物则是绿色经济下成分技术发展的大趋势，有望与植萃和发酵技术进行进一步的交融与融合。

美白功效原料主要生产技术列举与趋势分析

	传统动植物提取	化学合成	微生物发酵	现代植物萃取技术	合成生物
定义	通过水或乙醇等介质，用浸泡、蒸馏的手法获得动植物中的有效成分	运用氧化、还原等一系列化学反应，将简单原料或成分合成为复合化合物	利用微生物，在适宜的条件下，将原料经过特定的代谢途径转化为所需功效原料	以微波辅助、超声波提取为代表的新一代植物提取技术，极大程度的提升传统手法的提取效率和质量	利用DNA合成、基因编辑等合成生物法来定制菌株细胞，生成新原料或改造旧原料生产方式的科技
得率	★	★★★	★★★	★★★	★★★
操作难度	★	★★	★★	★★★	★★★
技术门槛	★	★	★★★	★★★	★★★
环境友好度	★	★	★★★	★★★	★★★

提取链路长，杂质较多，生产工艺对环境破坏较大，应用空间十分有限，工业化基础薄弱。

经过多年发展已形成较为成熟的工业化体系，具备高效量产基础，但大规模化学反应所带来的空气、水源污染问题会限制其增长空间。

反应原理是在菌株细胞自然生长的过程中加入有机物诱变，从而生成目标有效物质。能有效解决部分成分的季节地域限制，环境友好度高，技术可控、安全性较高，当前应用较为成熟。

技术端与需求端的双轮驱动使得高纯度、低杂质、低污染的新型植萃技术成为热潮，基于我国丰富的植物基因库，应用和开发前景乐观。

基因线路改造技术的前沿应用，可生成天然或人造功效成分。提升生产效率，降低生产成本，将对环境影响力降至最低，工业化应用场景广阔。

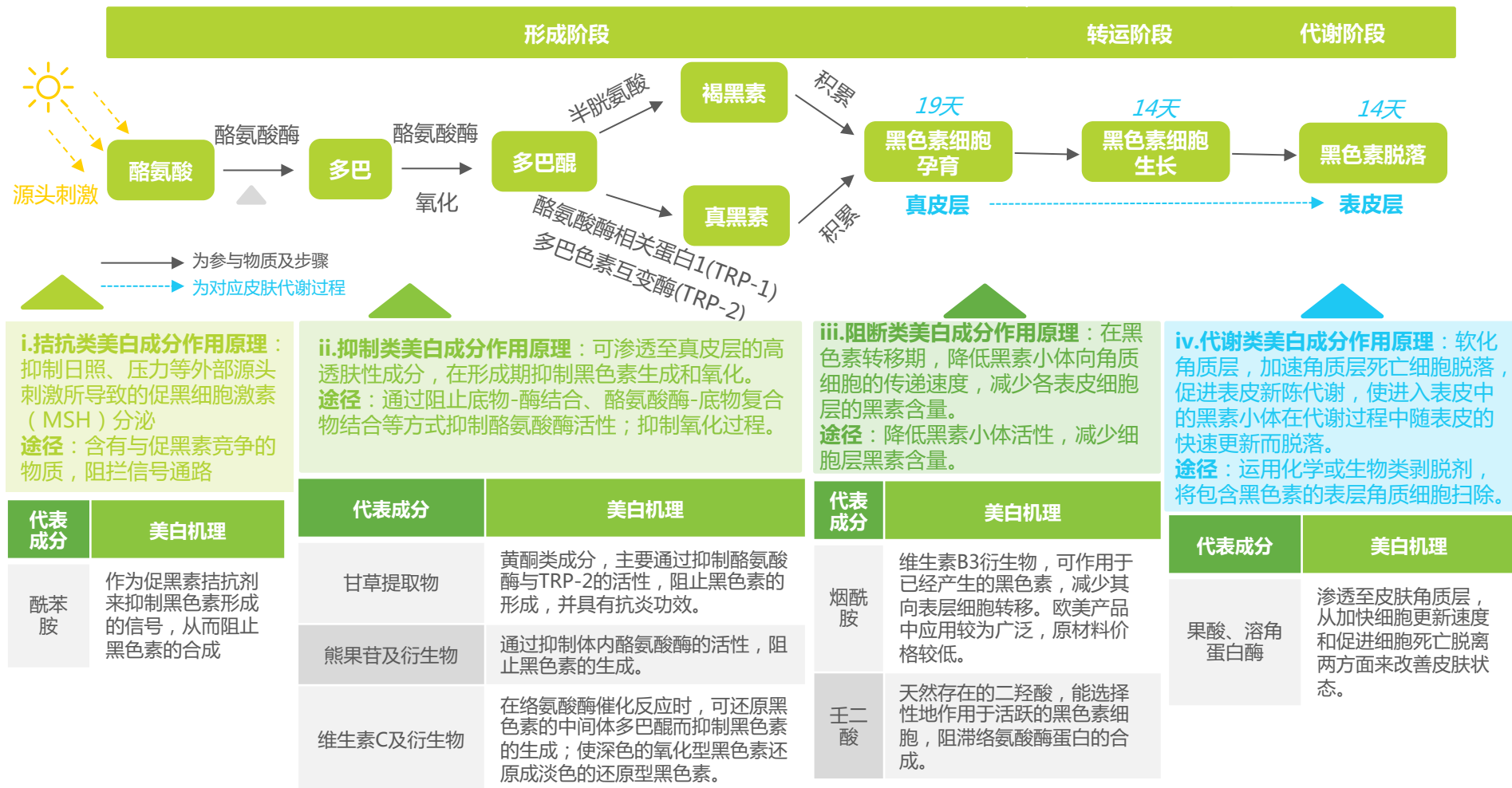
★ 为一颗星

★ 为半颗星

来源：中信证券，专家访谈，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

美白功效成分发展 (1/3)

美白成分以作用阶段及原理分为拮抗、抑制、阻断和代谢类



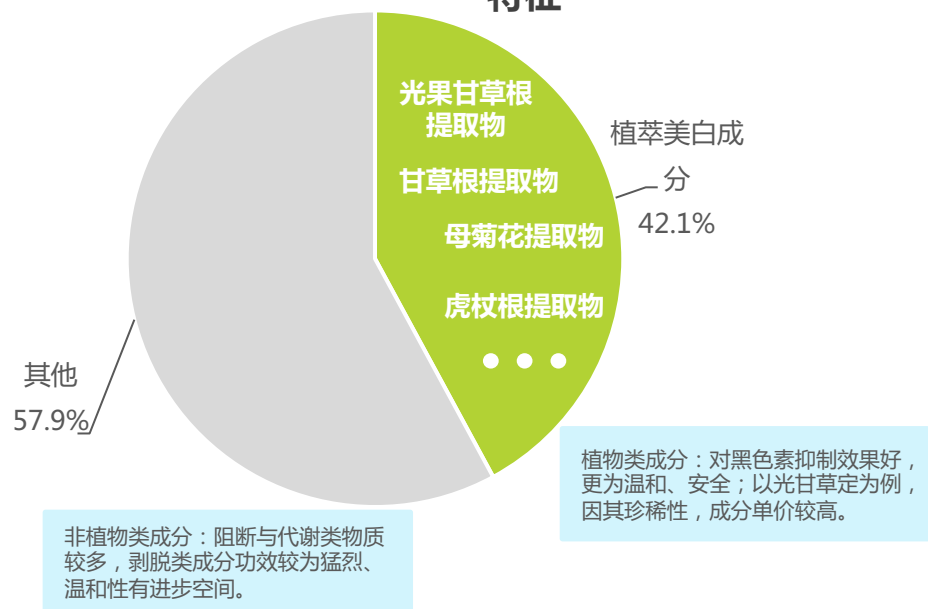
来源: 国家药品监督管理局, 《化妆品植物原料 (II) —— 抑制酪氨酸酶活性的植物美白原料的研究与开发》, 国信证券, 公开资料, 艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

美白功效成分发展 (2/3)

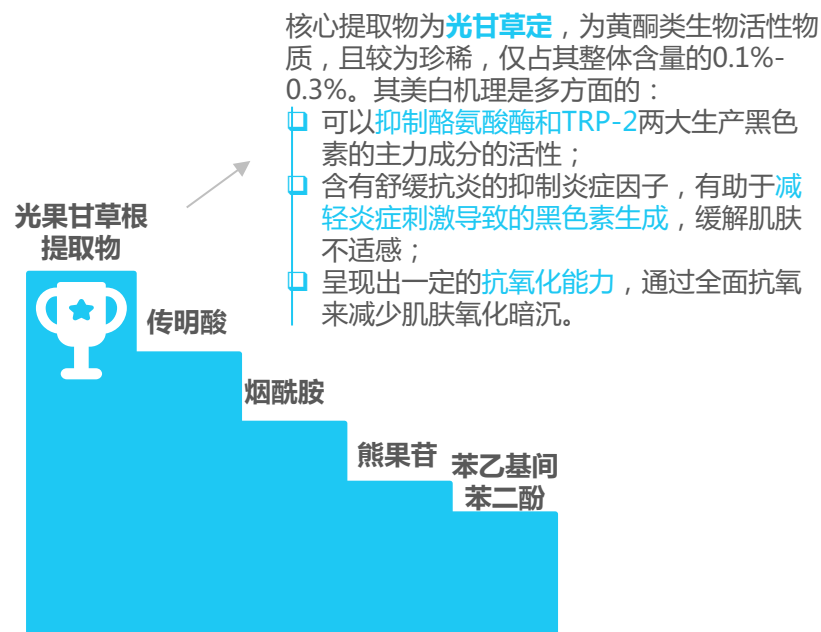
植萃美白成分前景广阔，光甘草定最受消费者关注

美丽修行大数据显示，在备案产品应用的美白功效成分中有42.1%都为植萃美白成分，从单品类角度来看，美白原料中植萃提取物的应用十分广泛。根据用户说平台的功效成分排名来看，在2021年光果甘草根提取物成为最受消费者关注的美白祛斑成分，其核心提取物就是光甘草定。首先，它对黑色素生成链路中多种酶的活性，具有良好的抑制效果；同时，因其黄酮类的特性，具有防止皮肤粗糙、抗炎、抗菌的功效；最后，光甘草定可呈现出类似SOD的清除氧自由基能力和类似维E的抗氧化能力。综上所述，光甘草定多通路美白的能效已越来越被厂商和消费者所关注。在国产美白精华品牌中，谷雨是首个将光甘草定作为核心成分应用到产品中的品牌，收获了消费端的认可和信赖，凭借其在植萃美白赛道的持续深耕，成为了头部美白国货品牌。

2022年中国有效备案产品中美白祛斑代表成分占比及特征



2021年消费者关注的美白祛斑成分



来源：美丽修行，数据统计于2022年8月10日，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：用户说，中信证券，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

美白功效成分发展 (3/3)

光甘草定被国际大牌广泛应用至中高端线美白产品中

受益于自身的珍贵性和消费端认可，光甘草定成分也被运用在资生堂、海蓝之谜、香奈儿及阿玛尼等众多国际大牌美白高端产品线中。由于得率珍稀、单价较高，国际品牌也主要将光甘草定应用在单价较高的精华产品中。其中资生堂更是基于光甘草定多通路的特征，将它添加于复合功效的紧肤精华之中。而众多国际大牌的背书也使得光甘草定成分的安全性与其有效性得到了专业印证。

运用光甘草定成分的代表性国际品牌及产品示例

SHISEIDO

时光琉璃御藏臻萃
紧肤精华液



LA MER

光蕴焕白精华露



CHANEL

奢华精萃密集焕白精华水



ARMANI
beauty

至臻免颜亮肤精华乳



中国植萃美白市场企业案例-谷雨

围绕光甘草定持续深耕，打造适合国人肤质的植萃美白品牌

2007年，谷雨护肤实验室成立，专门研究植萃成分在护肤品中的运用。历经了近十年技术端的研发打磨，于2016年孵化出谷雨品牌，成为了首个国内以光甘草定为核心成分的护肤美白品牌，提供适合国人肤质的美白方案。随着品牌的快速成长，公司的产品竞争力在市场和专业侧均得到了印证，正式迈入高速发展阶段。凭借在美白领域的持续深耕，谷雨一方面通过在配方研制上的深化，建立了以光甘草定面霜、精华为核心，精华水、霜等同系列产品的延伸；另一方面通过多年对植萃技术的积淀，将对核心成分的开发经验进行提炼并拓展至其他珍稀植萃上，形成自身的植萃成分/产品矩阵。

公司发展历程

品牌定位与产品简介



来源：公司官网，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

品牌定位：专研功效型植萃护肤，专注光甘草定美白。
倡导遵循肌肤规律，以创新科技力量，激发珍稀植萃能量，提供更适合国人肌肤的美白选择。

明星产品



光感美白淡斑**精华**
“稳白大精华”



光感滢润修护**精华露**
“光感水”



光感美白修护**精华霜**
“美白奶罐”

核心成分

90%高纯光甘草定+
AA2G+牡丹提取物
+鞣花酸

专利水溶光甘草定
+乙基VC+牡丹提
取物+麦角硫因

90%高纯光甘草定
+AA2G+原型
VC+VC衍生物+牡
丹提取物

发展趋势

- ❖ 以光甘草定成分与精华为核心进行纵向品类拓展
- ❖ 对松露、山参等其他珍稀植萃进行横向系列开发

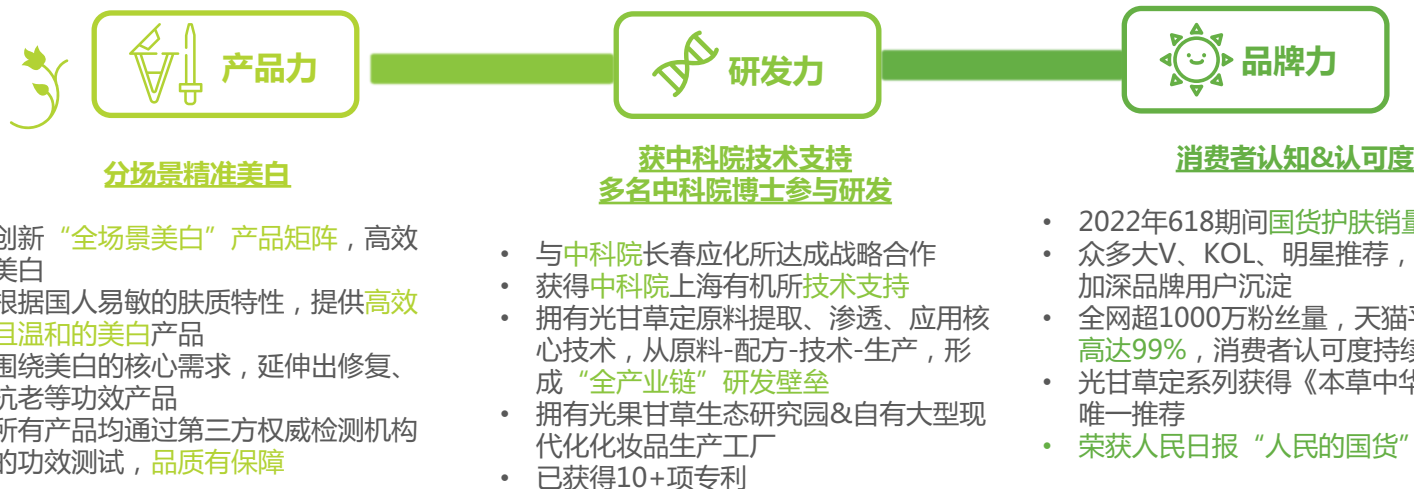
来源：公司访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国植萃美白市场企业案例-谷雨

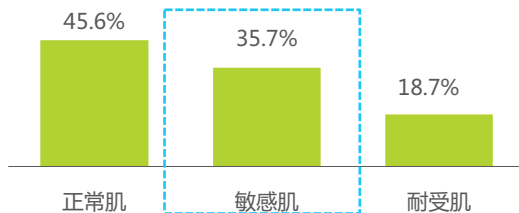
围绕产品、研发和品牌打造自身核心竞争力，培养用户心智

谷雨通过在美白领域的不懈钻研，汇聚顶尖核心研发团队，并与权威机构积极合作，积累下诸多核心配方专利及独家应用技术。品牌以产品为核心、研发为基础，打造出“全场景美白”产品矩阵，受到市场好评，多次荣获国内权威媒体和平台的嘉奖，铸成谷雨国内光甘草定美白专家的品牌竞争力。艾瑞用调数据显示，本次受调的谷雨用户中敏感肌占比达35.7%，在所有受调国牌中位列第一，且“效果明显”成为用户选择谷雨的首要驱动因素，这也反映出谷雨在用户心智上的耕耘收获成效。

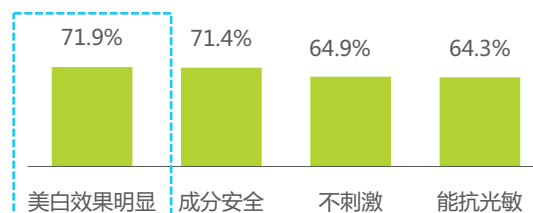
谷雨核心竞争力图谱



谷雨用户肤质分布



谷雨用户选择因素排行



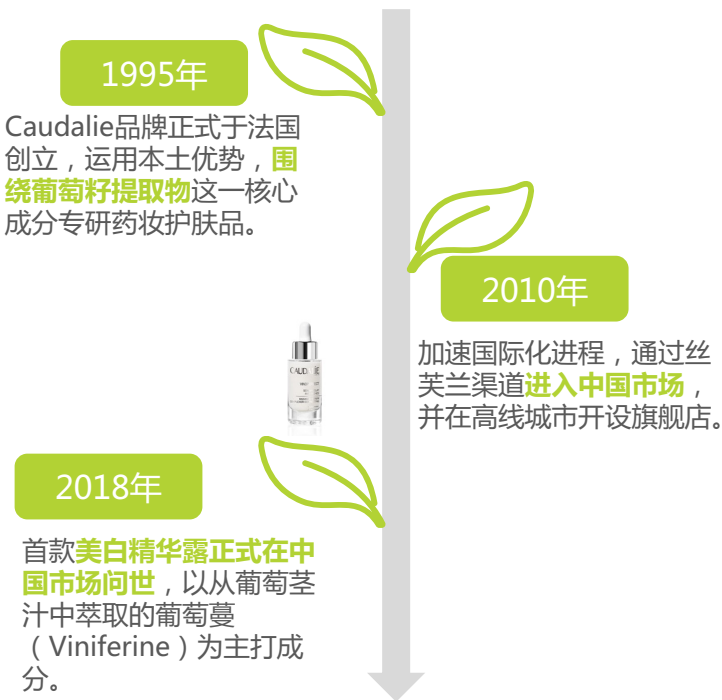
样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调研获得。
来源：公司访谈，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国植萃美白市场企业案例-欧缇丽

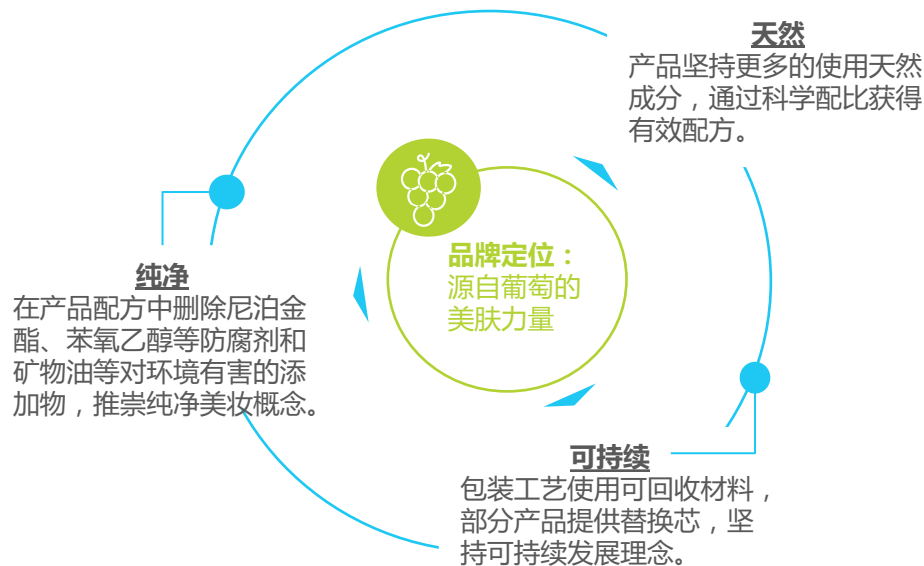
基于法国特色葡萄植萃成分打造敏肌适宜的美白大单品

1995年，欧缇丽正式在法国成立，法语品牌名（Caudalie）在葡萄酒工艺学中原意为衡量葡萄酒在口中留香时长的单位，这也奠定了品牌围绕葡萄植萃成分开发的整体基调。品牌从最初主打抗老功效，发展至今已成为涵盖美白、保湿、紧致及身体护理等多产品线为一体的药妆品牌，定位的关键词主要围绕天然、纯净、环境友好来展开，主打敏肌护理。美白精华露是品牌旗下美白线的拳头产品，在法国本土药房渠道美白精华品类里销量第一，在2018年产品进入中国市场，在天猫官方旗舰店渠道，美白精华销量在欧缇丽所有液态精华中排名第一，已成为品牌在中国美白市场的明星单品。

公司发展布局重要节点



品牌定位与理念



来源：天猫官网，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：天猫官网，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国美白护肤行业现状分析

1

精细化趋势品类美白精华市场分析

2

中国美白精华消费洞察

3

中国美白市场核心技术及原料发展

4

中国美白护肤行业未来展望

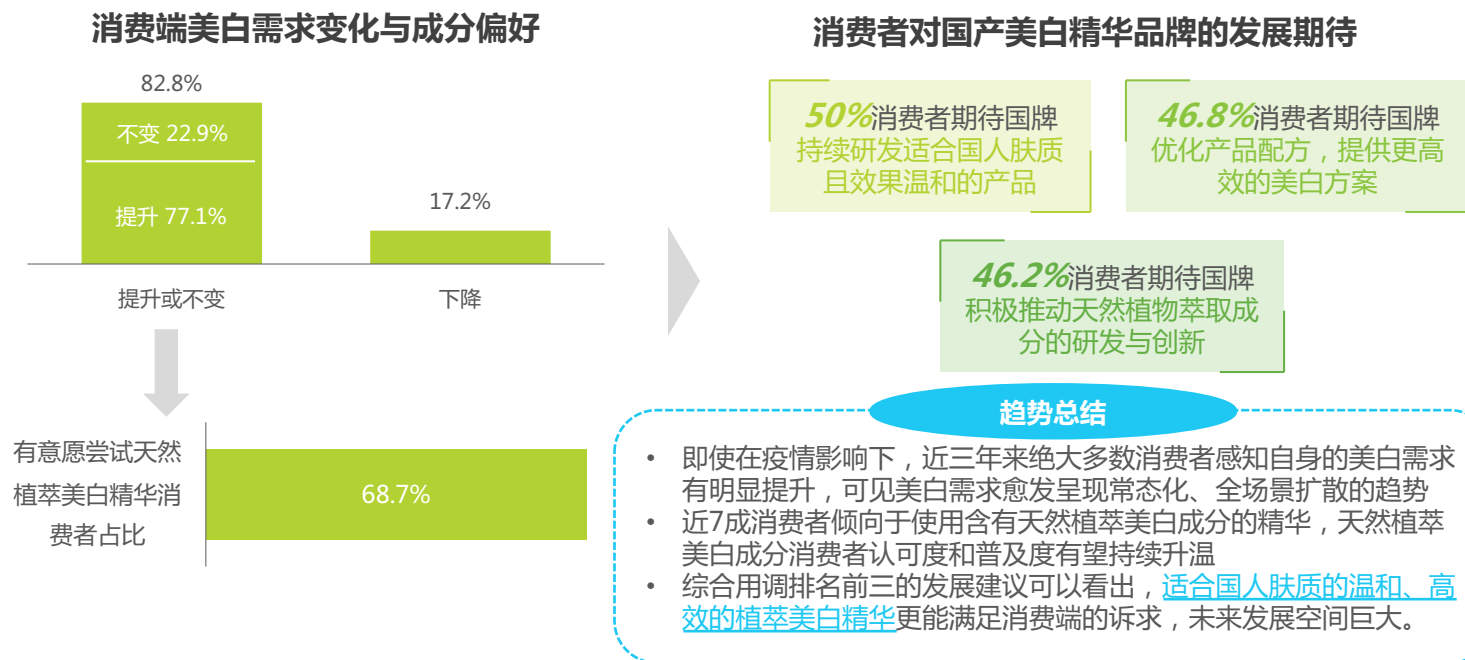
5

中国美白护肤行业未来展望

天然植萃美白精华更能满足消费端诉求，具有广阔发展空间

综合本次用调数据，相较于疫情发生前，绝大多数消费端对于美白功效的需求依然不减，其中有超7成消费者认为自己的美白需求呈提升态势，可见即使受活动半径缩小、外出频率降低的大环境影响，美白功效依然有广泛需求基础，并呈现出常态化、全场景化的发展趋势。且消费者普遍对适合国人肤质的温和高效的植萃美白精华抱有较高期待值，使用意愿和接受度也随着国产植萃美白精华的好评提升而得到了提高，有理由推测伴随信任度的提升，未来天然植萃美白精华的发展前景可待。

消费端需求利好天然植萃美白精华发展示意图



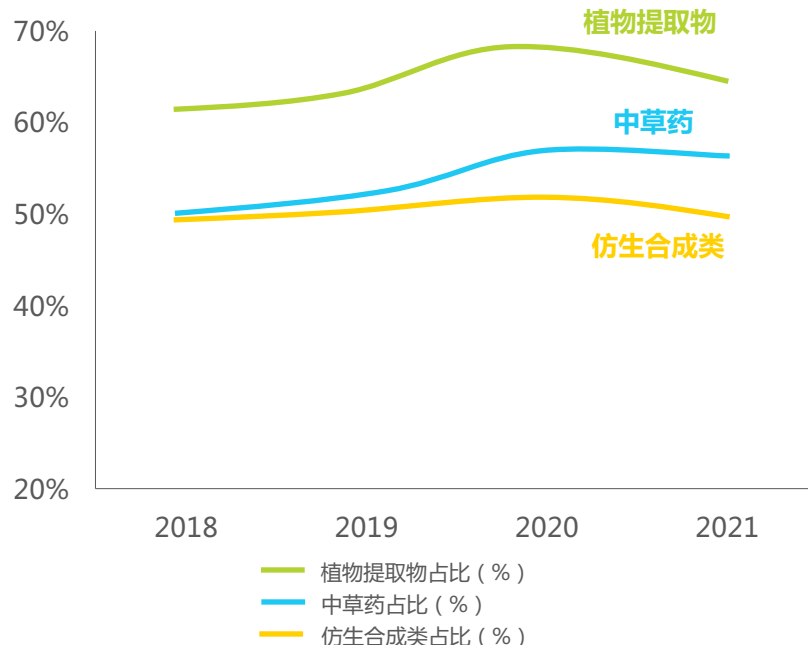
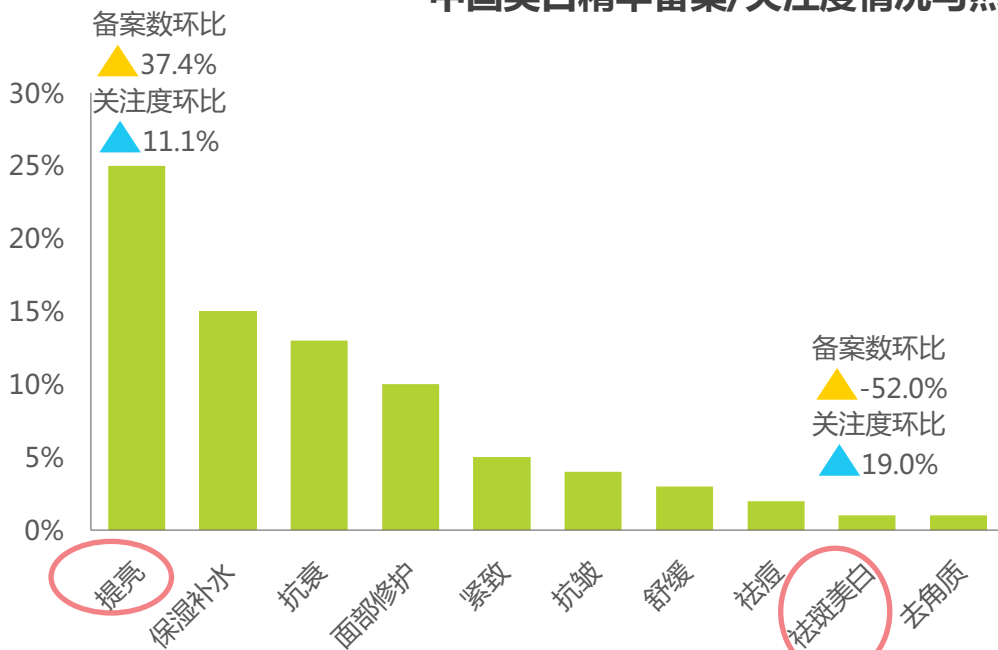
样本：N=1000；于2022年8月通过iClick线上问卷调研获得。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国美白护肤行业未来展望

品牌方持续研发满足国人诉求的靶向性美白精华，加大东方草本成分的应用布局

截至2022年上半年的近一年以来精华备案宣称的前十大功效，提亮精华备案数急剧攀升，而美白祛斑精华备案环比下降52%。艾瑞认为这主要源于美白功效申请收严的政策端影响，美白功效测试和审批门槛的提高会使得泛美白功效产品退而求其次的去申请提亮功效。但从关注度的角度来看，靶向性更为清晰的祛斑美白精华要显著高于提亮精华。艾瑞认为，头部品牌未来会依靠技术积累和资金所带来的优势开发出更多能满足国人精准美白需求的精华。从成分角度切入，植物提取物和中草药为两大主流的热门原料类型，在美白祛斑、抗老等精华产品中的使用度呈高增长态势，东方草本原料的应用也将会是未来美白精华产品的一大增长亮点。

中国美白精华备案/关注度情况与热门成分使用占比变化情况



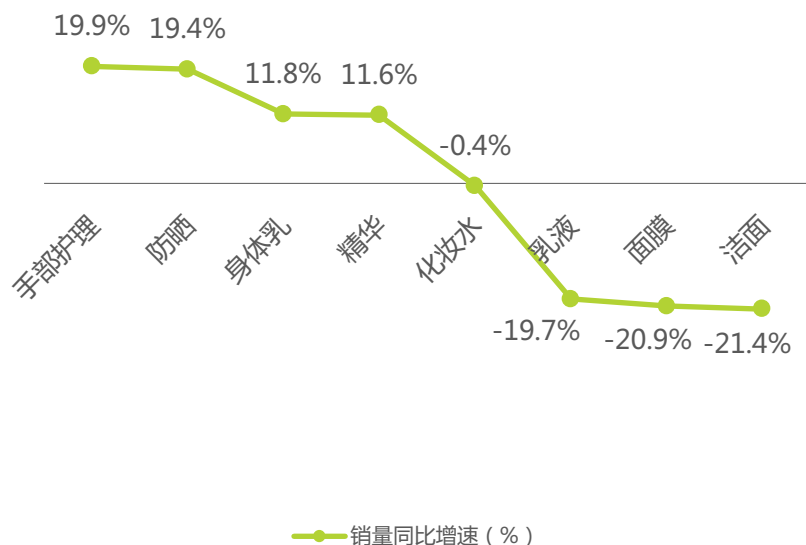
来源：美丽修行，数美链，专家访谈，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国美白护肤行业未来展望

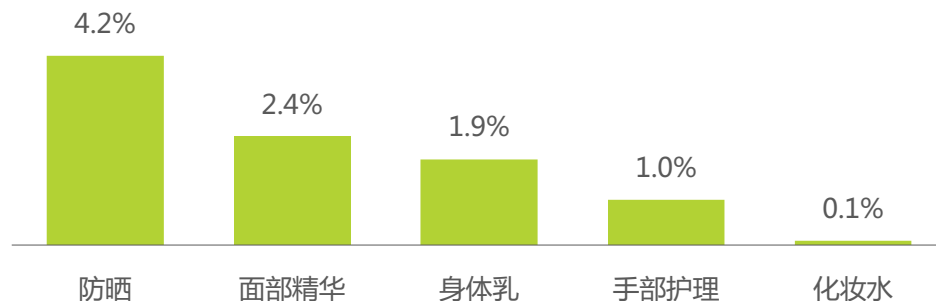
围绕现有优势完善全产线布局，助力品牌穿越季节周期

公开数据显示，截至2022年3月底，美白市场销量前三大品类为面膜、防晒与面部精华。但从增速和占比两个角度来看，手部护理和身体乳的增长势头也十分强劲。这组数据的启示在于，成熟的品牌方不仅要着重于大单品的打造，对于新兴、增速高的细分品类的前瞻性布局也十分关键。只有随着产品线的不断扩张，品牌方才可构筑穿越季节性周期的美白产品矩阵护城河，反之，全套系产品的完善也可反哺提升品牌力、加深用户心智，从而形成良性循环。

2022年中国美白市场细分品类销量增速情况⁽¹⁾



2022年中国美白市场销量占比提升品类⁽¹⁾



注释：1.2022年数据为2021年4月至2022年3月数据，2021年同比数据依此类推
来源：美业颜究院，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

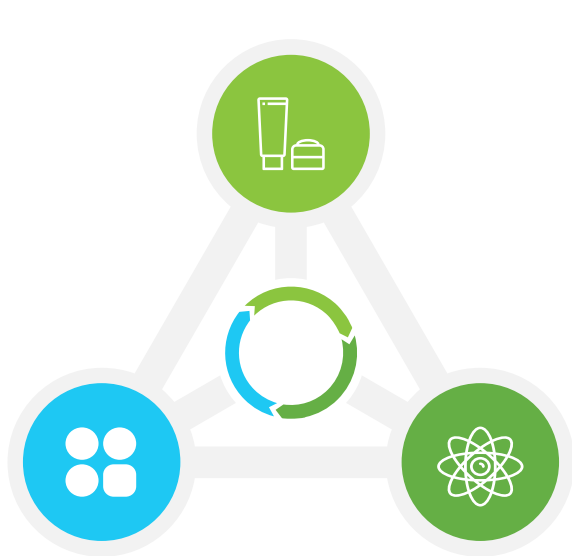
注释：1.2022年数据为2021年4月至2022年3月数据，2021年同比数据依此类推
来源：美业颜究院，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国美白护肤行业未来展望-总结

产品、成分和品类的持续迭代为行业注入新活力

综上所述，从产品角度出发，中国消费者对美白的需求呈现出了进阶化、精细化的趋势，对温和、天然以及高效的期待将会进一步促进品牌方在中国市场产品开发的倾向性变化。从成分角度出发，依托于消费端对天然成分的诉求及偏好，植物及中草药提取成分在美白产品中的应用比例有望进一步提升。最后从品类角度来看，主推大单品的策略在绝大多数品牌成立初期都被广泛应用，这也是早期抢占市场份额的有效战略，但要想突破单一品类的天花板还需要产品线的不断完善和拓展才能实现，成熟品牌会基于自身单品优势，不断进行成分和品类的前瞻性布局，加固自身的品牌力。

中国美白行业展望总结



产品：



温和、天然、高效、匹配中国消费者肤质特征的美白产品才能更好满足消费端不断进阶和精细化的美白诉求

成分：



植物和中草药提取成分等东方草本原料的运用将会持续火热，头部品牌收益于此趋势，依靠技术壁垒不断拓新研发

品类：



主推核心大单品是早期抢占用户心智的主要途径，但伴随产品的成熟和品牌力的提升，完善产品线是构筑品牌效应的必要手段

艾瑞新经济产业研究解决方案



行业咨询

- 市场进入 为企业提供市场进入机会扫描，可行性分析及路径规划
- 竞争策略 为企业提供竞争策略制定，帮助企业构建长期竞争壁垒



投资研究

- IPO行业顾问 为企业提供上市招股书编撰及相关工作流程中的行业顾问服务
- 募 投 为企业提供融资、上市中的募投报告撰写及咨询服务
- 商业尽职调查 为投资机构提供拟投标的所在行业的基本面研究、标的项目的机会收益风险等方面的深度调查
- 投后战略咨询 为投资机构提供投后项目的跟踪评估，包括盈利能力、风险情况、行业竞对表现、未来战略等方向。协助投资机构为投后项目公司的长期经营增长提供咨询服务

关于艾瑞

艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

