

2023中国功效型护肤产品成分解析研究报告

借势心智红海，还是另辟蓝海航道？

亿欧智库 <https://www.iyiou.com/research>

Copyright reserved to EO Intelligence, June 2023



01 研究背景及意义

- 1.1 研究主体的界定：中国功效型护肤产品的定义
- 1.2 研究范围的界定：护肤产品成分的范围定义
- 1.3 多端驱动，功效型护肤产品向“成分”竞争

02 功效型护肤产品成分解析

- 2.1 六大功效总认知与渗透
- 2.2 六大功效对应成分解析

03 基于功效成分的品牌战略

- 3.1 “功效-成分心智” 星图
- 3.2 “成分-品牌心智” 星图
- 3.3 “成分-品牌心智” 象限
- 3.4 基于功效成分的品牌战略

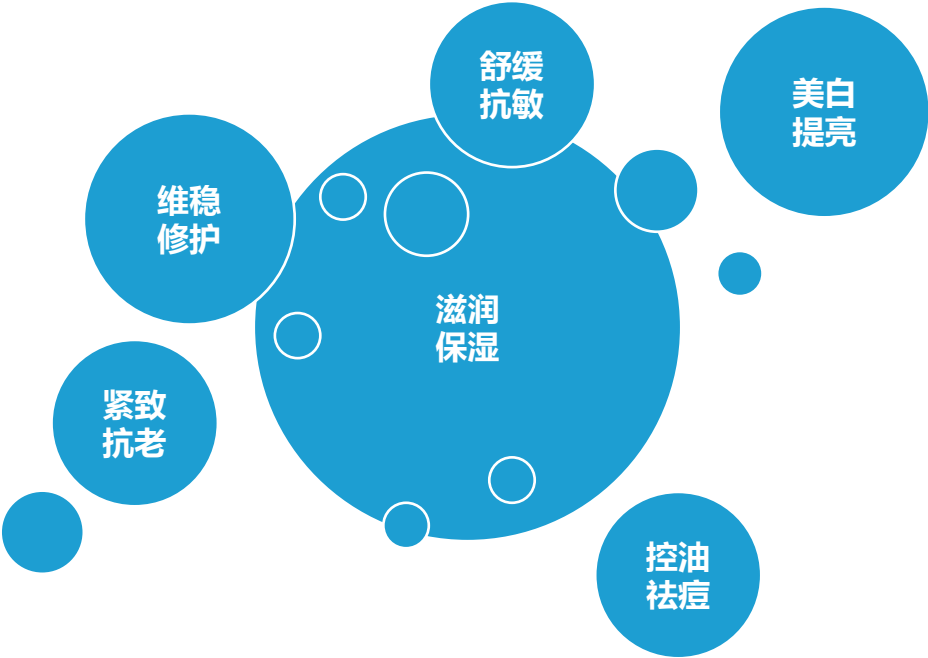
04 副刊：护肤成分小百科

- 4.1 “功效-成分-来源” (EIS) 的映射关系及释义
- 4.2 “功效-成分-来源” (EIS) 在品牌战略中的指导意义
- 4.3 “功效-成分-来源” (EIS) 护肤成分小百科

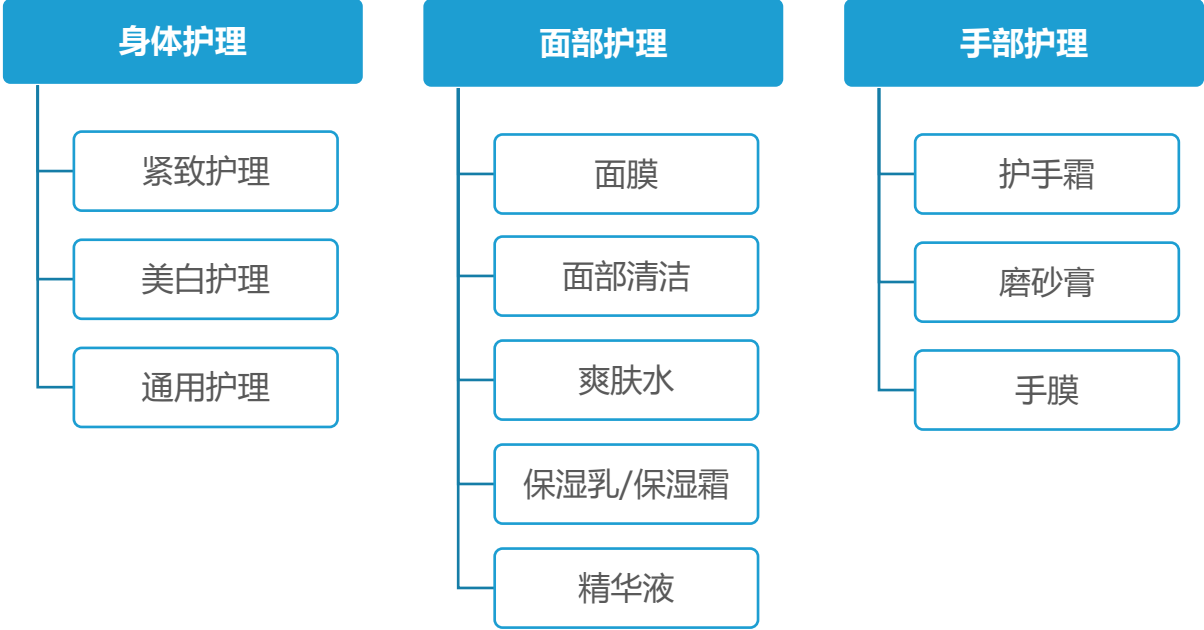
1.1 研究主体的界定：中国功效型护肤产品的定义

- ◆ 护肤产品的广义定义：以涂抹、洒、喷等类似方法作用于人体表面，以达到滋润、营养、保护、美化皮肤作用或效果的化妆用品。
- ◆ 护肤产品可主要划分为3大类：身体护理、面部护理、手部护理。
- ◆ 本报告所研究的功效型护肤产品指具有**滋润保湿**、**维稳修护**、**美白提亮**、**控油祛痘**、**紧致抗老**、**舒缓抗敏**等功效的面部护理产品，每章节优秀案例的列举主要面向中国本土品牌及产品进行。

亿欧智库：功效型护肤产品主要功效



亿欧智库：护肤产品主要细分类目



1.2 研究范围的界定：护肤产品成分的范围定义

- ◆ 护肤产品主要由3种成分构成：**基质成分、辅助成分、功能成分**。
- ◆ 本报告所研究的护肤产品成分指具备滋润保湿、维稳修护、美白提亮、祛痘抗痘、紧致抗老、舒缓抗敏六大功效的核心成分。

亿欧智库：护肤产品主要成分构成、作用及举例

主要成分	作用	成分举例	对应产品类别 / 作用
基质成分	决定成品状态：膏霜、乳液、粉制、液态等	油脂	膏霜类、乳液类
		滑石粉	粉制类
		水	除粉制类外的其他类别
辅助成分	提供次要功能：防腐、提香、着色、增稠等	香料	提香
		色素	染色
		苯甲醇	防腐
		BHT	抗氧
		PCA-钠	其他
功能成分	提供主要功能：保湿、修护、美白、抗老等	甘油	保湿
		神经酰胺E	修护
		氢醌	美白

资料来源：国家药品监督管理局，清碧集团

1.3.1 政策端：政策监管日趋严格，为护肤品成分竞争环境保驾护航

- ◆ 国家政策对于化妆品标签监督管理的加强，使消费者对于护肤产品的成分标签建立起更高的信任度。
- ◆ 2023年4月，部分功效护肤产品与品牌、零售巨头品牌因玩文字游戏、虚假宣传，夸大核心成分（玻色因、二裂酵母、芦荟）含量被罚。

亿欧智库：2021年发布化妆品标签及成分重要有关政策



国家药品监督管理局 《化妆品标签管理办法》

- 自2022年5月1日起，申请注册或进行备案的化妆品，必须符合《办法》的规定和要求。
- 化妆品标签应当在销售包装可视面标注化妆品全部成分的原料标准中文名称，以“成分”作为引导语引出，并按照各成分在产品配方中含量的降序列出。
- 化妆品配方中存在含量不超过0.1%（w/w）的成分的，所有不超过0.1%（w/w）的成分应当以“其他微量成分”作为引导语引出另行标注，可以不按照成分含量的降序列出。



1.3.2 技术端：提取与合成技术蓬勃发展，开启美妆行业新风口

- ◆ 植物萃取技术与生物发酵技术日趋精进，提高了天然成分的功效性与稳定性。
- ◆ 中国在合成生物技术领域的领先发展，为成分的合成提供了崭新的发展思路，也为护肤产品赋予了更高的吸收率、更可靠的安全性。

天然成分提取——植物萃取+生物发酵

- ◆ 贝泰妮和珀莱雅等上市企业引领植物萃取技术与生物发酵技术精进发展。
 - 发展出超临界提取、微波萃取、生物酶解、半仿生提取技术等先进现代技术。
 - 保留活性成分，降低植物毒性，富集功效物质，同时提高提取率。



有机合成新方案——合成生物技术

- ◆ 巨子生物和锦波生物领军国内基因重组胶原蛋白合成技术。
 - 分子量小，透皮吸收率高，功效突出，安全性强；
 - 多种型号片段、不同仿生组合，满足保湿、修护、舒缓、紧致、美白等多种功效；
 - 新型胶原蛋白原料组合，抗衰老效果更全面。

亿欧智库：成分相关技术专利

企业	专利技术
贝泰妮	一种滇黄精提取物及其制备方法和应用
贝泰妮	一种具有抗炎功效的酸浆提取物的质量检测方法
贝泰妮	一种重楼果壳提取物的制备方法及用途
珀莱雅	一种抗衰老组合物阳离子纳米脂质体机器制备方法与应用
珀莱雅	一种富含甾醇的藻油的制备方法及其应用
珀莱雅	一种耐高温超氧化物歧化酶的制备方法及其应用
巨子生物	高透皮吸收性肽及通过该肽的重复构建的重组胶原蛋白
巨子生物	一种高透皮吸收性的I型重组胶原蛋白及其用途
锦波生物	一种含有重组III型人源化胶原蛋白的化妆品组合物及其制备方法和用途
锦波生物	一种重组I型人源化胶原蛋白C1L3T及其制备方法和用途

1.3.3 供给端：国产原材料与研发生态体系的精细化探索，持续追赶海外品牌

- ◆ 原材料供应商：得益于疫情时期国货品牌的快速崛起，以华熙生物、蓝星为代表的国产原材料供应商在细分领域表现卓越，并持续追赶海外品牌。
- ◆ 新型代工企业：长期受到国际品牌、经典国货以及新锐品牌的产业布局的影响，中国化妆品代工企业数量众多。随着功效护肤市场对于加工制造工艺与产能要求的不断提高，代工企业开始探索高质量发展的路径。
- ◆ 美妆护肤企业开始探索、搭建行业上游研发生态体系，标志美妆护肤行业将加大力度把控原料成分、配方工艺等上游环节，结合现代先进技术实施创新。

亿欧智库：全球原材料供应商格局划分

第一梯队：欧美地区

- 美国：Ashland亚什兰、Lubrizol路博润、Dowcorning道康宁
- 欧洲：BASF巴斯夫、DSM帝斯曼、Clariant克莱恩、Evonik赢创

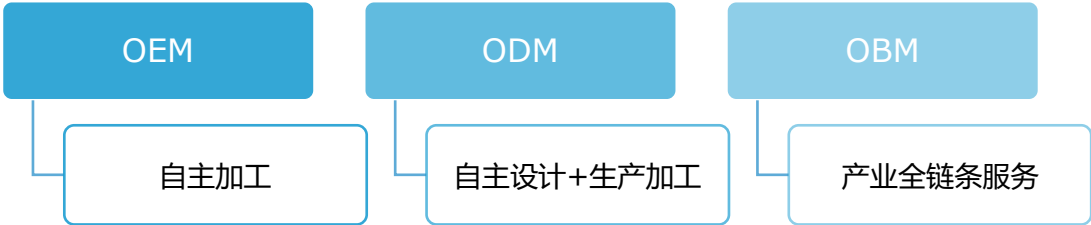
第二梯队：日本地区

- 日本：NissinOillio日清奥利友、Skin-Etsu信越、TAYCA帝国化学

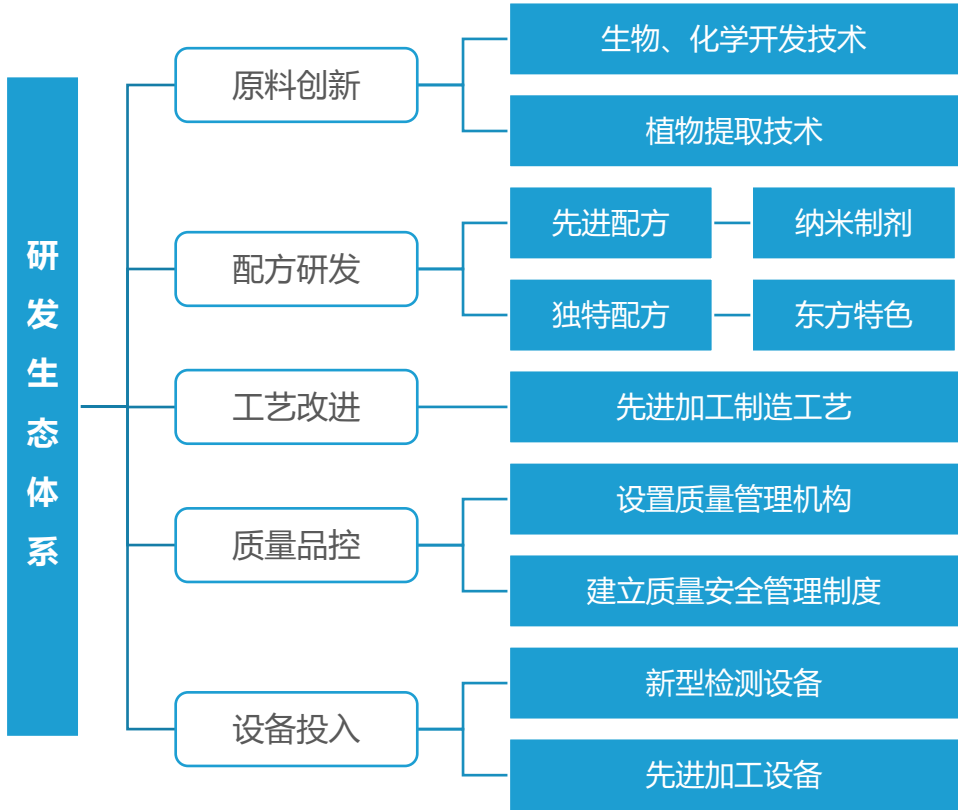
第三梯队：中韩地区

- 中国：蓝星、丽臣、华熙、天赐、新和成
- 韩国：SK、KCC、Kelon

亿欧智库：化妆品制造商发展路径



亿欧智库：美妆行业上游研发生态体系架构



1.3.4 海外端：西方不断掀起“透明化”浪潮，成分探究意识影响国内

- ◆ 随着西方环境保护理念与消费人群安全意识的觉醒，欧洲地区优先掀起了护肤产品的“透明化”浪潮。
- ◆ 宝洁等部分护肤品牌的透明化初试，催化消费人群加深成分含量与产生效用的探究，也使产品成分的透明化要求愈加严苛。

亿欧智库：2018美妆行业透明度感知与欧莱雅Inside Our Products公开产品信息

《2018 FIT Transparency Perception Assessment Survey》 揭露美妆行业透明度感知情况

- 42%的消费者认为他们没有从品牌方获知关于产品成分安全的足够信息；
- 72%的消费者希望品牌向消费者解释产品成分的功效情况；
- 60%以上的消费者希望品牌认证产品成分的来源；
- 76%的消费者想让品牌更好地理解什么样的信息对他们尤为重要。

2019年 欧莱雅 Inside Our Products 上线 向全球消费者公开展示产品信息

- 公开配方原料，成分来源，主要用途，制造方法，使用说明，潜在致敏情况等。
- 阐述成分在产品包装上的列明逻辑，便于消费者更好的识别与理性选择。

“这些成分真的有帮助吗？”

“成分的含量能够真的足够产生护肤效果吗？”



1.3.5 消费端：“纯净美妆”概念火热，消费驱动因素向成分来源硬核转变

- ◆ 新冠疫情过后，消费者对于生活健康、自然、可持续的关注度持续上升。在消费者感官、情绪需求的呼声下，“CLEAN BEAUTY纯净美妆”的概念逐渐火遍全球，消费人群对美妆护肤产品及成分来源安全/无害/无毒的要求越来越高。
- ◆ 自互联网时代起，成分的认知度在社交与短视频媒体的驱动下攀升，成分党人群迅速膨胀，向近千万量级增长。在纯净美妆理念的加持下，成分的核心地位进一步加强，成为消费者最为主要的购买决策因素之一，也成为了消费人群判断护肤产品是否具有功效的有力证明。

“天猫平台统计小红书上带有“成分”标签的笔记306万+篇，而与护肤相关的笔记共有542万+篇。”





01 研究背景及意义

- 1.1 研究主体的界定：中国功效型护肤产品的定义
- 1.2 研究范围的界定：护肤产品成分的范围定义
- 1.3 多端驱动，功效型护肤产品向“成分”竞争

02 功效型护肤产品成分解析

- 2.1 六大功效总认知与渗透
- 2.2 六大功效对应成分解析

03 基于功效成分的品牌战略

- 3.1 “功效-成分心智” 星图
- 3.2 “成分-品牌心智” 星图
- 3.3 “成分-品牌心智” 象限
- 3.4 基于功效成分的品牌战略

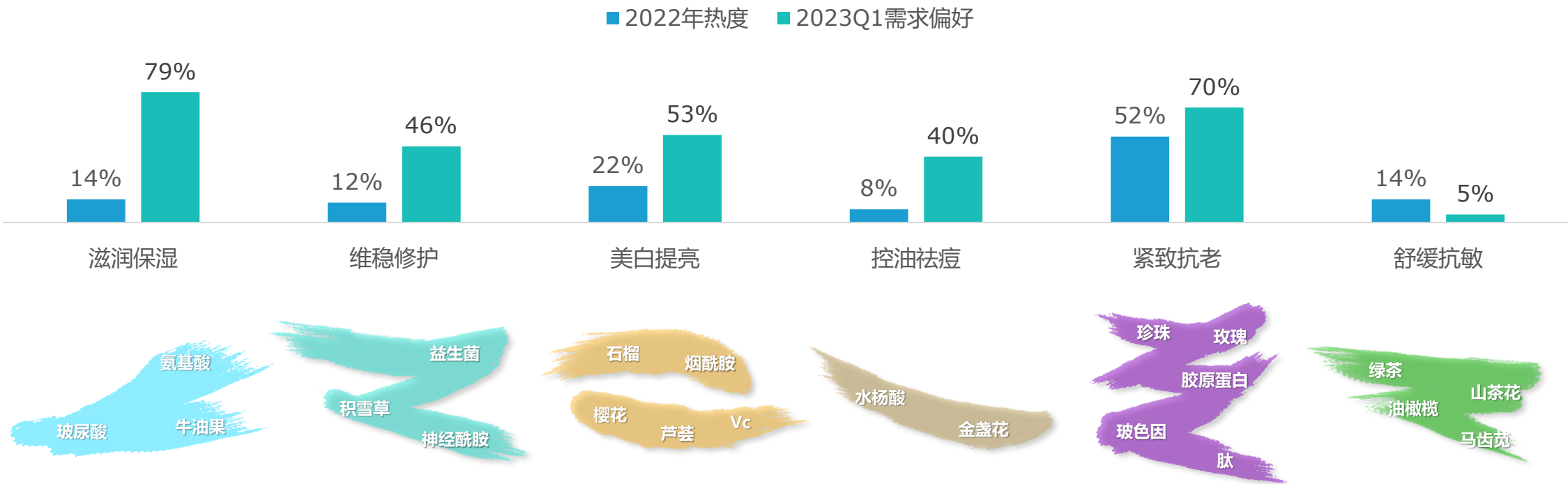
04 副刊：护肤成分小百科

- 4.1 “功效-成分-来源” (EIS) 的映射关系及释义
- 4.2 “功效-成分-来源” (EIS) 在品牌战略中的指导意义
- 4.3 “功效-成分-来源” (EIS) 护肤成分小百科

2.1 消费者对六大功效的认知与渗透总览

- ◆ 根据2022年功效热度解析，紧致抗老在六大功效中强势领先，占比达到52%；美白提亮占比达到22%，以较大落差位列其次。
- ◆ 在需求偏好方面，据2023年第一季度数据统计，滋润保湿的偏好占比（79%）超过紧致抗老（70%）与美白提亮（53%）两大热门功效，成为消费人群需求呼声最高的护肤功效。可见，滋润保湿在未来美妆护肤市场中的发展空间可能是非常广阔的。
- ◆ 此外，舒缓抗敏的热度（14%）与需求偏好（5%）占比都相对较低。虽然后疫情时代敏感肌人群比例持续增长，但这一类功效产品的受众面依然相对局限，具备多元功效的舒缓抗敏产品可能更受消费者期待。此外，由于第一季度尚未抵达敏感高发期，该功效2023年需求偏好的占比有被低估的可能性。

亿欧智库：六大功效热度与需求偏好及对应成分例举



资料来源：巨量算数，TMIC天猫新品创新中心，亿欧智库整理绘制

2.2.1 滋润保湿：多效护肤的关键基础

- ◆ 滋润保湿对皮肤维持健康状态意义重大，显著成分包括氨基酸、玻尿酸（透明质酸/透明质酸钠）、牛油果、松露、鱼子酱、二裂酵母、茶树等。
- ◆ 研究表明，含水量也是影响皮肤光滑度、弹性、细腻程度的重要因素，通常角质层水分含量在10~20%之间，当该含量低于10%时，皮肤便容易出现干燥、粗糙、细纹、水油失衡、敏感以及加速老化等问题。
- ◆ 正是因此，滋润保湿成为了护肤品类最常具备的功效，也是护肤市场中的一条长青赛道。据统计，2022年备案护肤产品中，滋润保湿类数量高达约16.08万，在六大功效中位居第一。



亿欧智库：2022年六大功效护肤产品备案数量

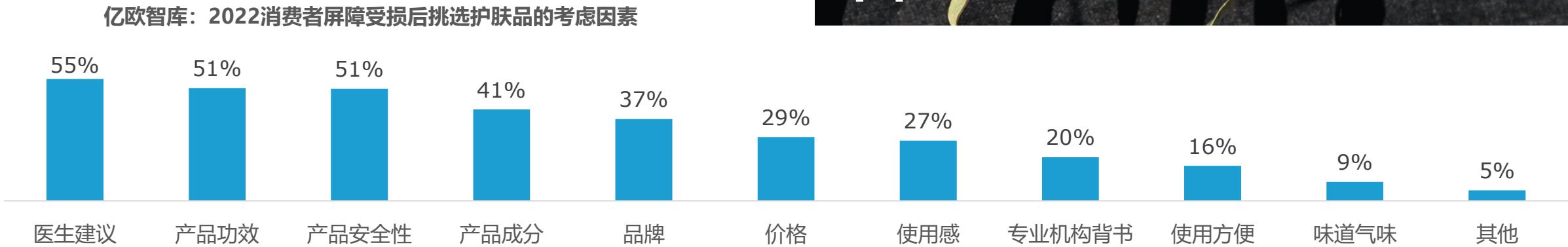
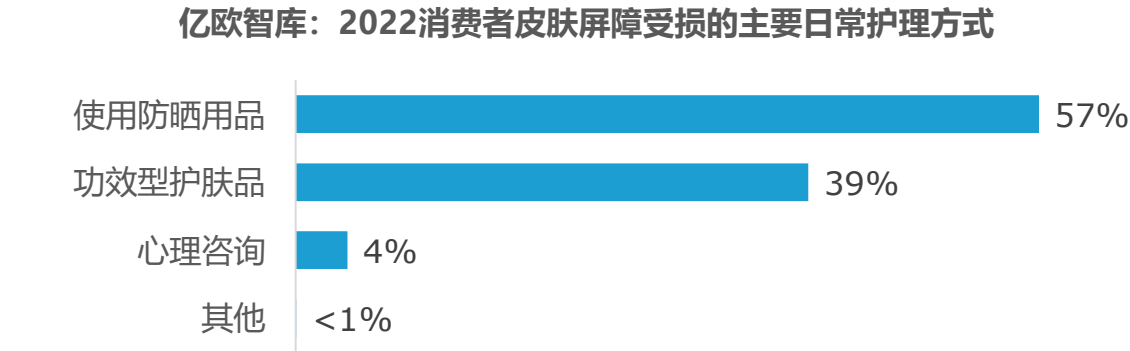


亿欧智库：滋润保湿功效覆盖护肤品类一览



2.2.2 维稳修护：肌肤敏感的重要防线

- ◆ 屏障受损是形成敏感肌问题的重要原因之一，通常消费者更倾向于使用防晒产品与功效型护肤品进行皮肤维稳与屏障修护，比例分别达到57%与39%。
- ◆ 在挑选具有“维稳修护”功效的护肤产品时，消费者最为看重皮肤科医生建议（占比55%）；其次较为看重护肤产品的实际功效与安全性，所占比例约为51%；此外，产品成分（占比41%）也是挑选产品的重要考量因素之一。
- ◆ 显著具有维稳修护功效的成分包括益生菌、神经酰胺、积雪草、角鲨烷、二裂酵母、泛酸/泛醇/维生素B、复活草等。



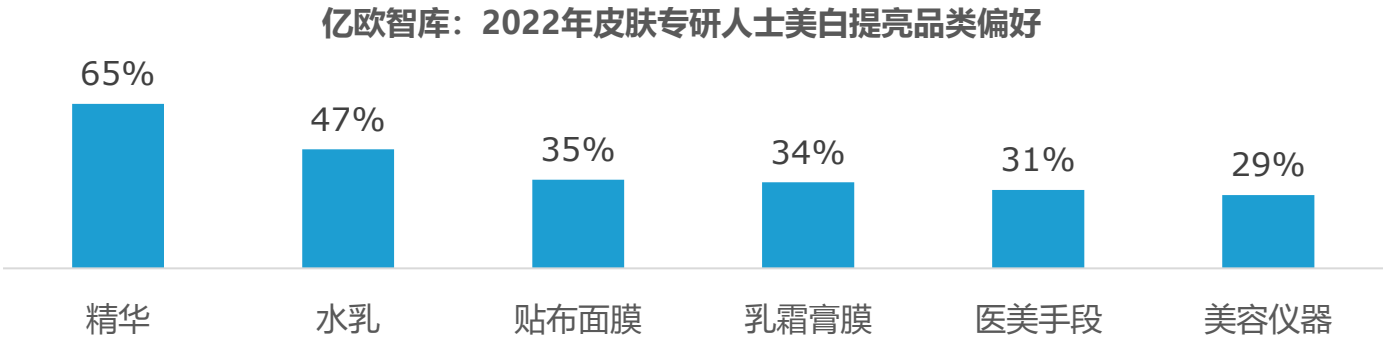
资料来源：绽妍，《2022皮肤屏障白皮书》

2.2.3 美白提亮：东方人的执着追求

- ◆ 基于东方人对白的执着，美白提亮长期处于护肤市场中的主流地位，显著成分包括樱花、烟酰胺、芦荟、兰花、石榴、燕窝、抗坏血酸/维生素C、熊果苷、传明酸、茶树、富勒烯等。
- ◆ 出于对于美白提亮的迫切追求，具有优秀渗透率与丰富营养物质的精华成为消费者在众多品类中的首选。
- ◆ 每日需要频繁使用的水乳也是美白人士所偏好的品类之一，表明消费者趋于将美白护肤日常化，希望能够通过更高频次的使用累积功效达到效果。



资料来源：美修大数据



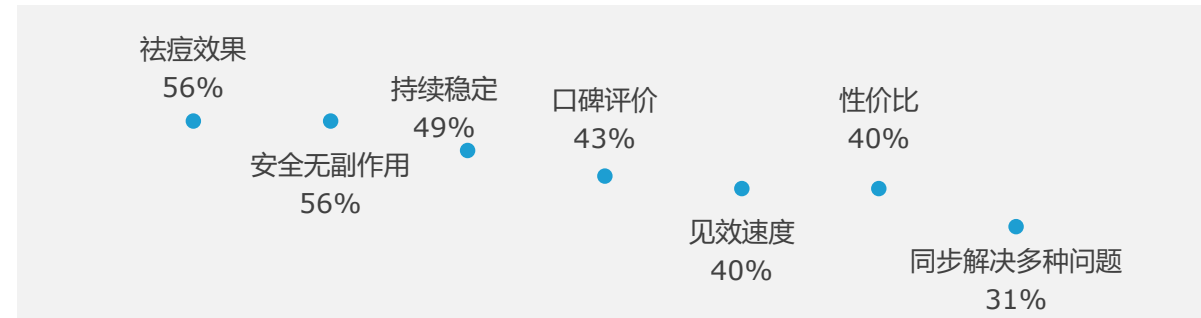
2.2.4 控油祛痘：长效稳定成消费首选

- ◆ 随着水杨酸、果酸等知名酸类成分占领祛痘市场高地，战痘人群已基本掌握“刷酸”这种相对有效的痘痘解决方案。但由于酸类成分的剥脱性会使皮肤角质变薄，这种祛痘方式也容易带来新的肌肤风险和困扰。
- ◆ 为应对战痘人群新的护肤需求，益生菌、金盏花等维护肌肤菌群、消炎镇静作用的成分成为控油祛痘第二、第三梯队的新星。
- ◆ 在选择控油祛痘的产品时，消费十分看重产品的实际功效与安全性（占比皆为56%），功效的持续稳定性（占比49%）与口碑评价（占比43%）。

亿欧智库：2022战痘人群护肤需求三梯队

第一梯队★	第二梯队	第三梯队
- 祛痘消印 - 控油清爽 - 清除黑头	- 屏障修护 - 滋润保湿 - 淡黑眼圈 - 收缩毛孔	- 舒缓抗敏 - 美白提亮 - 紧致抗老

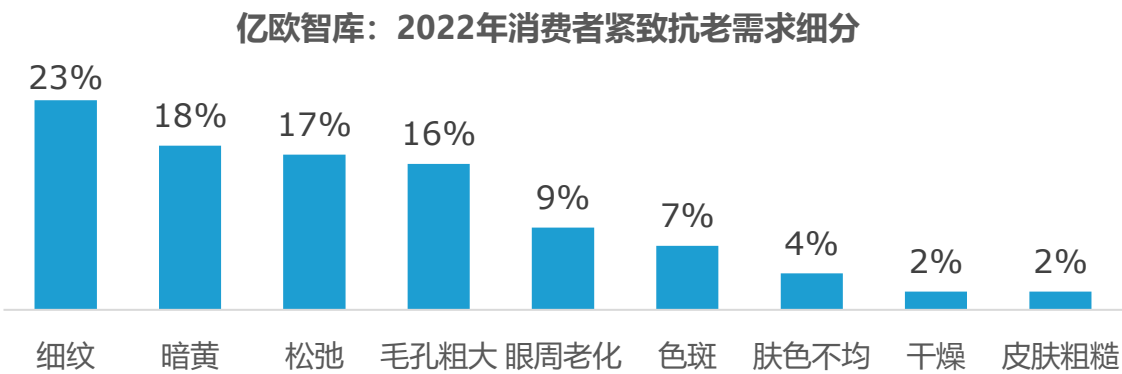
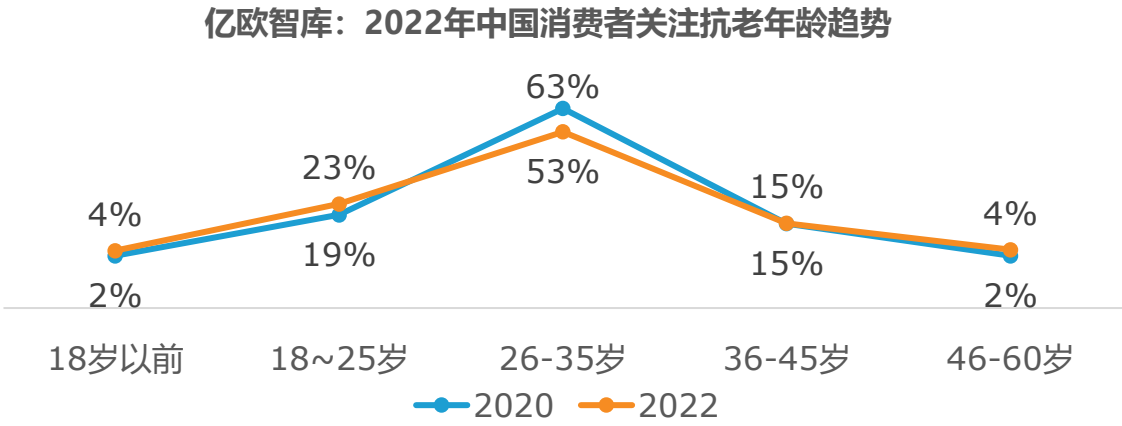
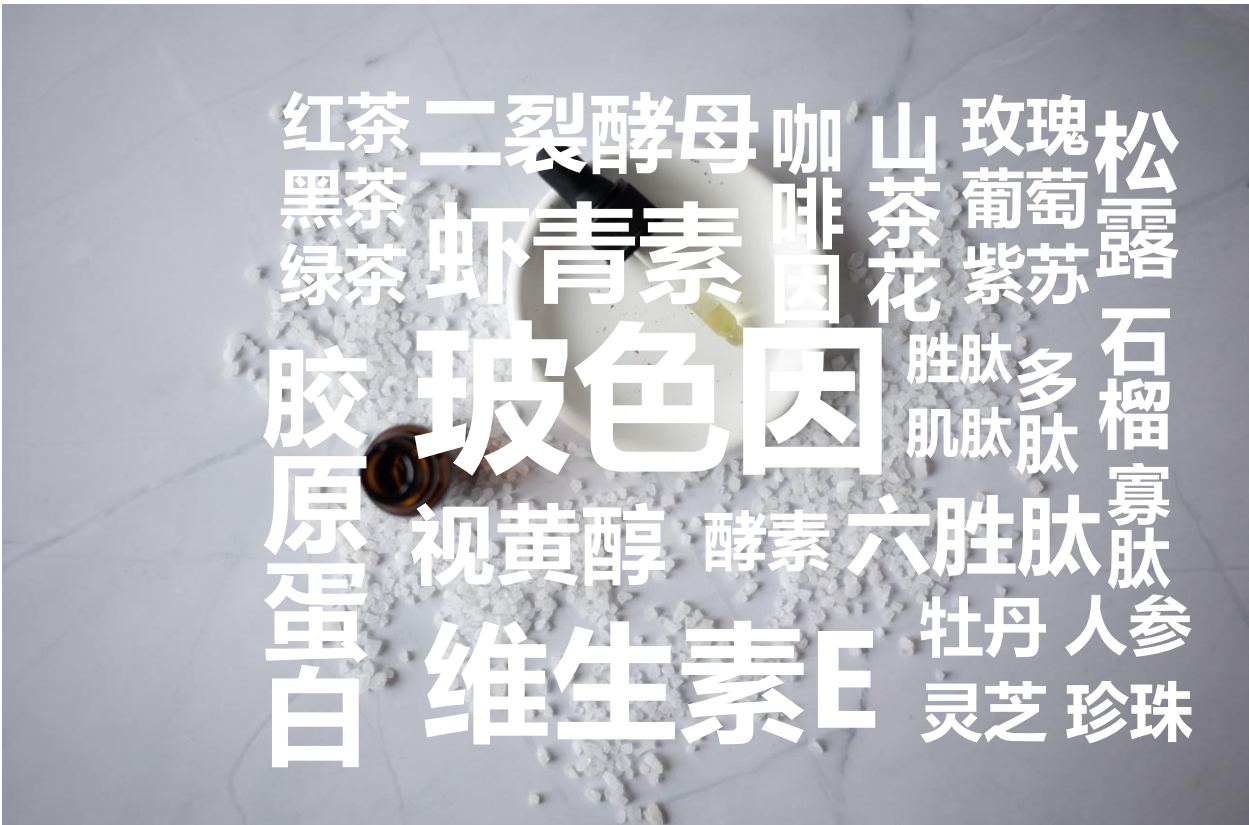
亿欧智库：2022消费者控油祛痘产品选购因素



资料来源：LTHINK远想

2.2.5 紧致抗老：年轻化抗初老趋势难挡

- ◆ 近年来，全国抗衰老市场规模持续增长，关注抗老的人群明确呈现出年轻化特征，抗初老成为新趋势。与2020年相比，2022年18-25岁年龄段抗老人群占比出现增长；相对地，26-35岁年龄段抗老人群占比明显下降。
- ◆ 随着护肤需求的多元化，紧致抗老需求逐渐细化。淡化细纹成分抗老人群的首要护肤需求，其比例约为23%；解决皮肤暗黄（占比18%）、松弛（占比17%）、毛孔粗大（占比16%）等需求也较为重点。
- ◆ 紧致抗老显著成分包括珍珠、玫瑰、胶原蛋白、葡萄、绿茶、山茶花、玻色因、多种肽、生育酚/维生素E、虾青素、二裂酵母等。

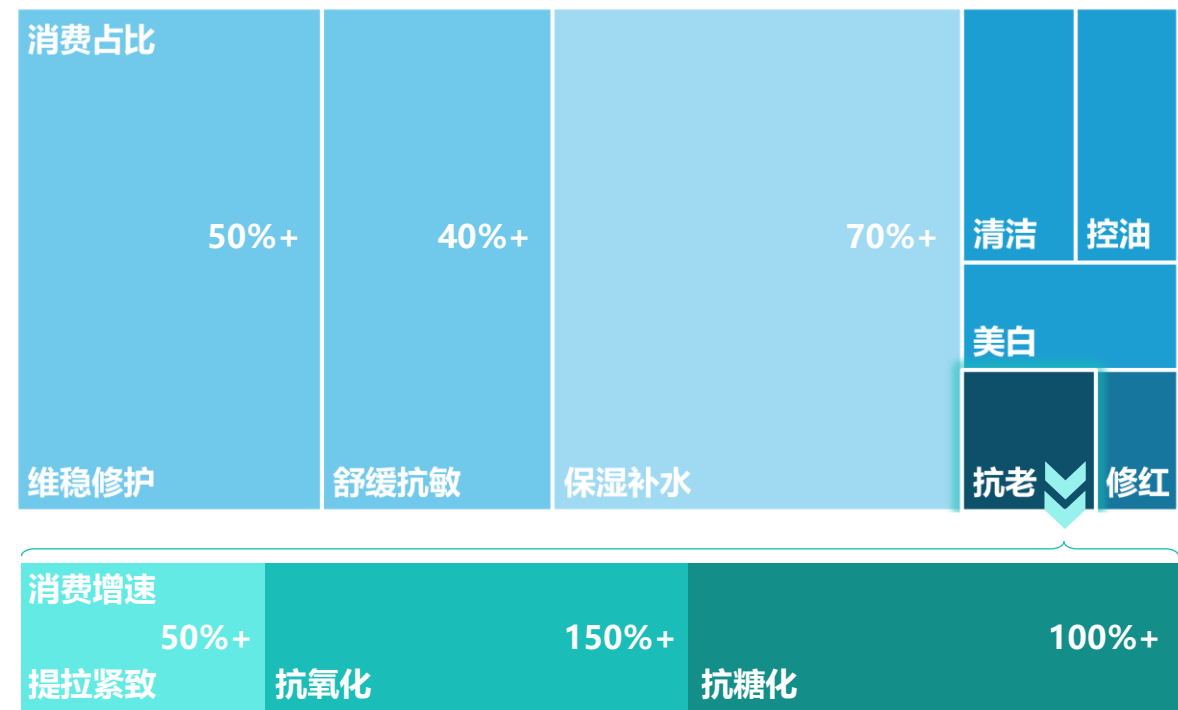


资料来源：巨量算数，TMIC天猫新品创新中心，丁香医生，第一财经

2.2.6 舒缓抗敏：新青年成消费主力

- ◆ 受到季节、气温、湿度、粉尘等外部环境变化与生活不规律、内分泌失调、生活工作高压以及不良饮食习惯等个人内因的影响，皮肤干燥起皮、泛红刺痛等敏感肌问题频频出现，舒缓抗敏逐渐成为消费者重要的护肤需求之一，其显著成分包括绿茶、山茶花、益生菌、薰衣草、酵素、油橄榄、马齿苋、红没药醇、洋甘菊等。
- ◆ 据敏感肌人群调研显示，具有较强舒缓抗敏需求的消费者主要分布在18-30岁，约占全年龄段的73%。
- ◆ 敏感肌肤的屏障保护功能相对较差、对外界环境刺激的抵抗能力较低，因此衰老速度更快，在具有舒缓抗敏需求的同时也具有更高的紧致抗老需求。

亿欧智库：2022敏感肌人群护肤需求细分、消费规模及变化



资料来源：亿欧智库，CBNData



01 研究背景及意义

- 1.1 研究主体的界定：中国功效型护肤产品的定义
- 1.2 研究范围的界定：护肤产品成分的范围定义
- 1.3 多端驱动，功效型护肤产品向“成分”竞争

02 功效型护肤产品成分解析

- 2.1 六大功效总认知与渗透
- 2.2 六大功效对应成分解析

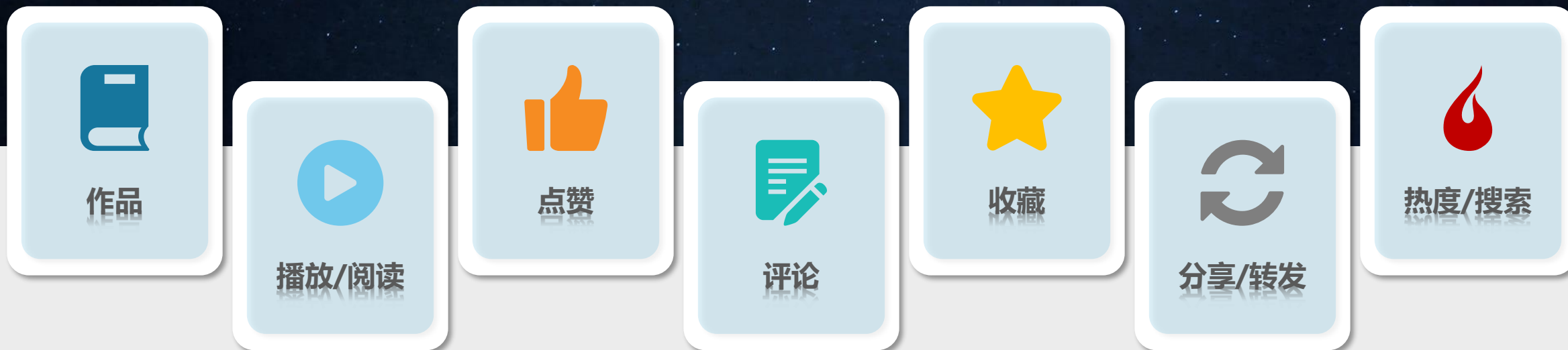
03 基于功效成分的品牌战略

- 3.1 “功效-成分心智”星图
- 3.2 “成分-品牌心智”星图
- 3.3 “成分-品牌心智”象限
- 3.4 基于功效成分的品牌战略

04 副刊：护肤成分小百科

- 4.1 “功效-成分-来源” (EIS) 的映射关系及释义
- 4.2 “功效-成分-来源” (EIS) 在品牌战略中的指导意义
- 4.3 “功效-成分-来源” (EIS) 护肤成分小百科

- ◆ 星图数据来源：由果集数据提供自2022年1月起至2023年5月的小红书、抖音站内成分相关的C端数据，划分为作品数量、作品播放/阅读量、点赞量、评论数、收藏量、分享/转发频次、热度/搜索指数七个维度。
- ◆ 模型指数算法：由七个维度加权后得到百分制的综合模型指数。



3.1 “功效-成分心智” 星图

- ◆ 星图阅读规则：距离圆心越近，成分心智水平越高；距离圆心越远，成分心智水平越低。
- ◆ 六大功效中，紧致抗老对应成分的曝光数量相对较多，控油祛痘对应成分的曝光数量较少。
- ◆ 据星图显示，樱花、珍珠、玫瑰、胶原蛋白、烟酰胺、葡萄、绿茶、水杨酸、氨基酸等成分认识水平较高；季铵盐-73、紫苏、寡肽、复活草、富勒烯等成分认知水平较低。

- Top10认知度的护肤成分
- 中高认知的护肤成分（社媒热度排名不低于44，分数不低于11.6）
- 较低认知的护肤成分（社媒热度排名低于44，分数低于11.6）

成分对应不同功效参考颜色：

- 滋润保湿
- 维稳修护
- 美白提亮
- 控油祛痘
- 紧致抗老
- 舒缓抗敏



- 滋润保湿
- 维稳修护
- 美白提亮
- 控油祛痘
- 紧致抗老
- 舒缓抗敏



低成分心智+低品牌心智=蓝海象限
高成分心智+低品牌心智=红蓝海象限
高成分心智+高品牌心智=红海象限



低成分心智

低认知度+低讨论度 ▶ 低热度

+

未形成中高强度竞争 ▶ 市场突破空间大

低/高品牌心智



蓝海

中高成分心智

中高认知度+中高讨论度 ▶ 中高热度

+

品牌占领存在空缺 ▶ 竞争中存在机遇

低品牌心智



红蓝海

中高成分心智

中高认知度+中高讨论度 ▶ 中高热度

+

品牌心智坚如磐石 ▶ 夹缝中寻找生机

高品牌心智



红海

蓝海战略：快速建立成分及品牌认知，加速向膨胀成熟期过渡

- ◆ 基于消费者认知水平较低，品牌发展低心智成分需要将战略侧重点落在成分的认知教育上。面向消费人群多维度开展成分科普，同步匹配目标人群。
- ◆ 通过产品研发拓展成分的应用场景，丰富消费者的感官体验；加速品类扩张与创新，打通成分输出渠道，借助新品类提高品牌认知。
- ◆ 在极具感性色彩的数字时代营销中，敢于独树一帜的选择才是拨动Z世代心弦的关键。具有独特风格的营销方式配合足够简单又不乏科学的功效讲解输出，建立消费者的信任感，快速推动成分向成熟期过渡。

亿欧智库：护肤成分的生命周期曲线



资料来源：美丽修行，亿欧智库

汪洋
蓝海
Blue
Ocean



第三代「黑精华」

主打成分：

双发酵精粹
98%高纯度二裂酵母
发酵产物溶胞物
加速胶原蛋白新生
有效提升肌肤充盈度

全新S.F.E
发酵精粹
直击衰老根源
焕活肌底年轻

结合试用结果
直白传递功效体验

92.8%
认为
好吸收

96.6%
易于延展

95.7%
清爽
不油腻



视黄醇精粹抗皱面霜

主打成分：

视黄醇PRO
有效增强肌肤表层
帮助明显减少皱纹

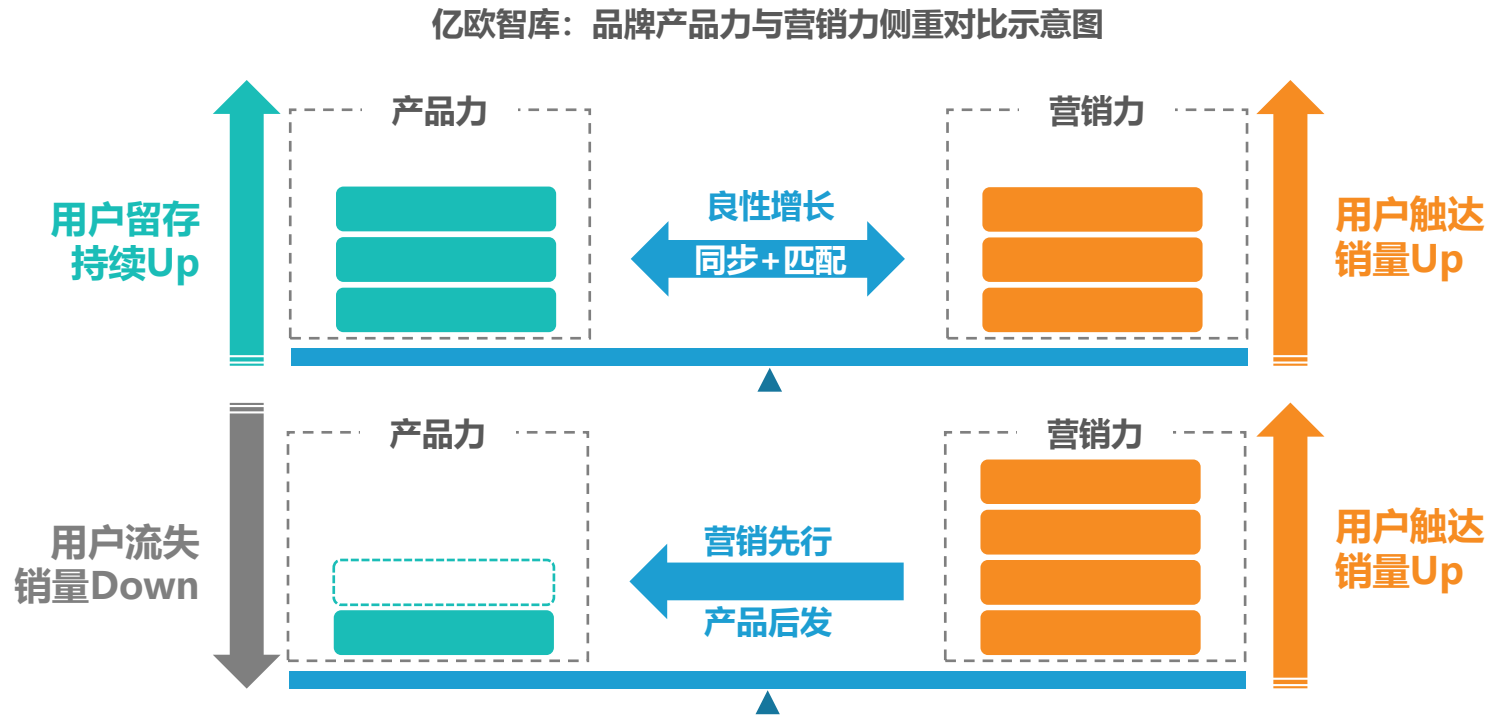


乳液、精华、柔肤水
多品类系列开发

积雪草精粹
基层提拉科技
带给受损肌肤持续能量
促进天然提拉因子的生成
滋润紧致

红蓝海战略：产品营销双管齐下，平衡形成良性增长

- ◆ 红蓝海中的成分已经具有中高水平的消费者认知度，品牌能够充分借势成分心智快速推出产品，以科学配方、高端来源等新的营销点为抓手，加大营销力度扩大品牌声量。
- ◆ 近年来，中国本土美妆护肤品牌持续加大力度发展KOL达人、进行视频广告投放，以快速触达消费人群为目的，偏向于营销力度的加强；而基于功效成分、工艺技术等产品力量的发展相对迟缓薄弱。
- ◆ 后疫情时代，随着消费者日益凸显的自我主张与理性消费理念，营销所产生的消费吸引力或将向产品力倾斜，产品品质、实际功效、用户反馈等因素在功效护肤市场竞争中的影响力举足轻重。



资料来源：CBNData，亿欧智库



芦荟舒缓保湿喷雾

主打成分：

92%**库拉索芦荟**叶汁

柔和补水，肌肤水润充盈
舒缓，带来柔嫩光滑肌
晒后呵护，水润肌肤



芦荟舒缓保湿凝胶

成分来源：

美国加利福尼亚
原产芦荟
进口植物原料萃取

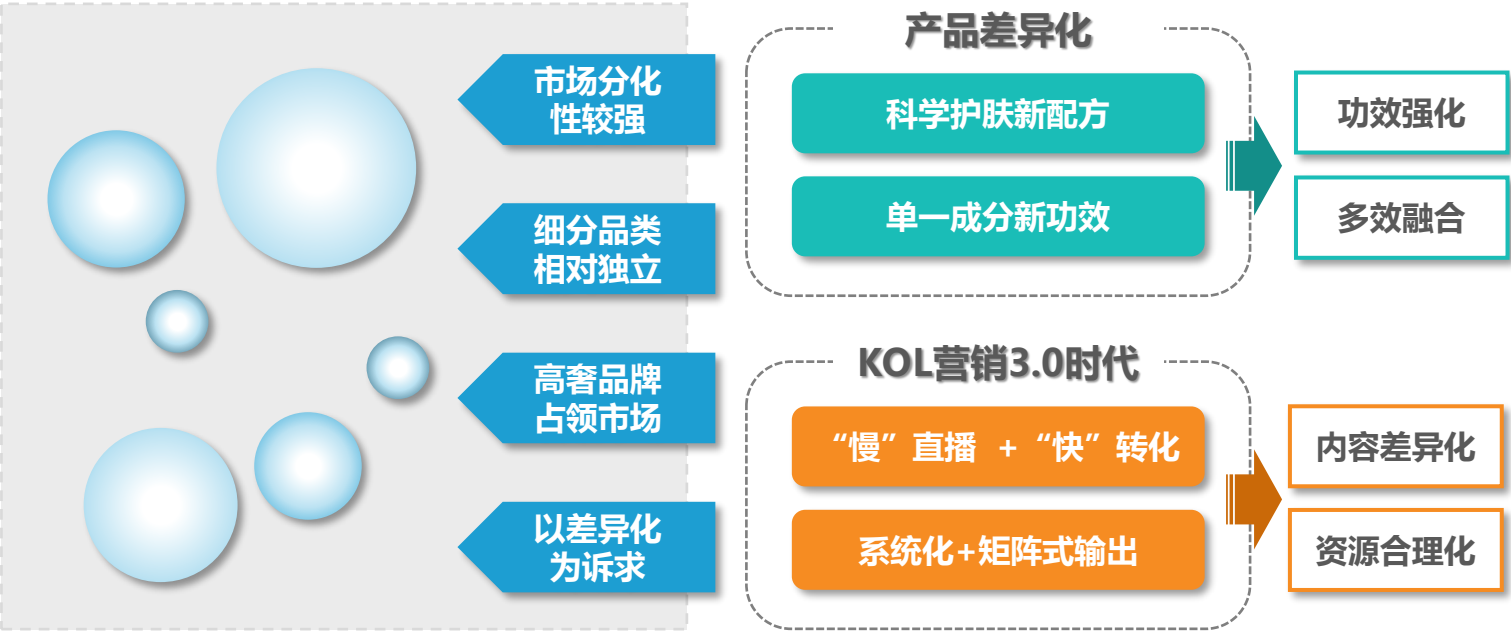
优质来源+专业认证
为产品功效做背书

获美国CCOF/OTCO双认证
获法国VEGAN认证
以柔和成分
填满肌肤活力的芦荟胶

红海战略：秉持差异化发展，深耕市场细分空白

- ◆ 红海市场具有典型的团状异质化市场特征。随着需求的精准化、市场的细分化，新的市场空白是新老护肤品牌撬动市场份额的绝佳机遇。
- ◆ 新品牌能够通过借势成分认知，深入开发成分功效、推出科学护肤新配方、向成分高端来源形成新一轮内卷，打造更高效、更多效、更安全的护肤产品，以差异化作为战略发展的核心，匹配目标人群需求痛点，提升品牌用户价值。
- ◆ 营销层面，KOL3.0时代开启了美妆护肤营销的新思路，别有韵味的慢直播火爆出圈，塑造出了不同层次“美”的氛围感，同时利于品牌塑造个性实现价值沉淀、形成长效转化机制。

亿欧智库：团状异质化市场的主要特征及发展建议







01 研究背景及意义

- 1.1 研究主体的界定：中国功效型护肤产品的定义
- 1.2 研究范围的界定：护肤产品成分的范围定义
- 1.3 多端驱动，功效型护肤产品向“成分”竞争

02 功效型护肤产品成分解析

- 2.1 六大功效总认知与渗透
- 2.2 六大功效对应成分解析

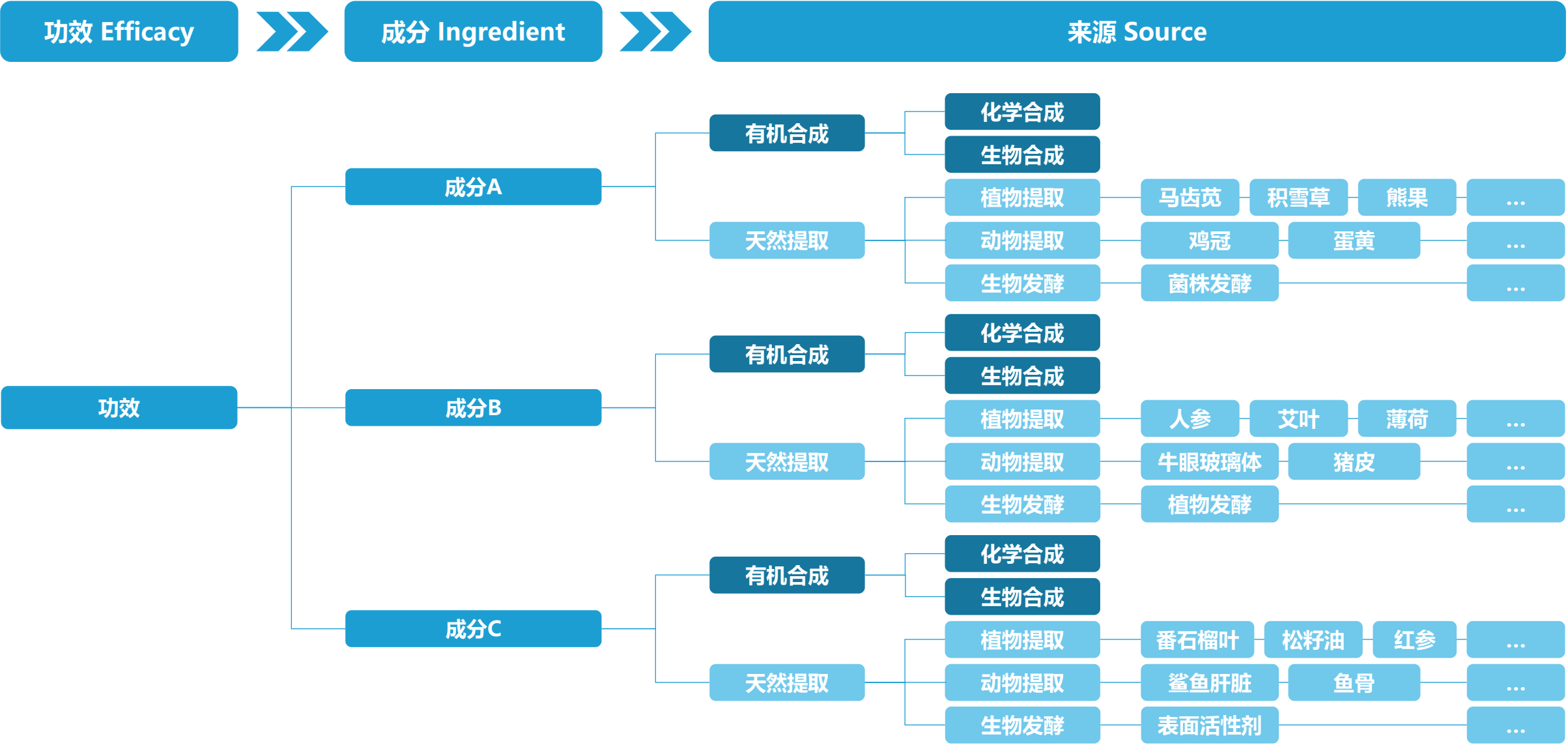
03 基于功效成分的品牌战略

- 3.1 “功效-成分心智” 星图
- 3.2 “成分-品牌心智” 星图
- 3.3 “成分-品牌心智” 象限
- 3.4 基于功效成分的品牌战略

04 副刊：护肤成分小百科

- 4.1 “功效-成分-来源” (EIS) 的映射关系及释义
- 4.2 “功效-成分-来源” (EIS) 在品牌战略中的指导意义
- 4.3 “功效-成分-来源” (EIS) 护肤成分小百科

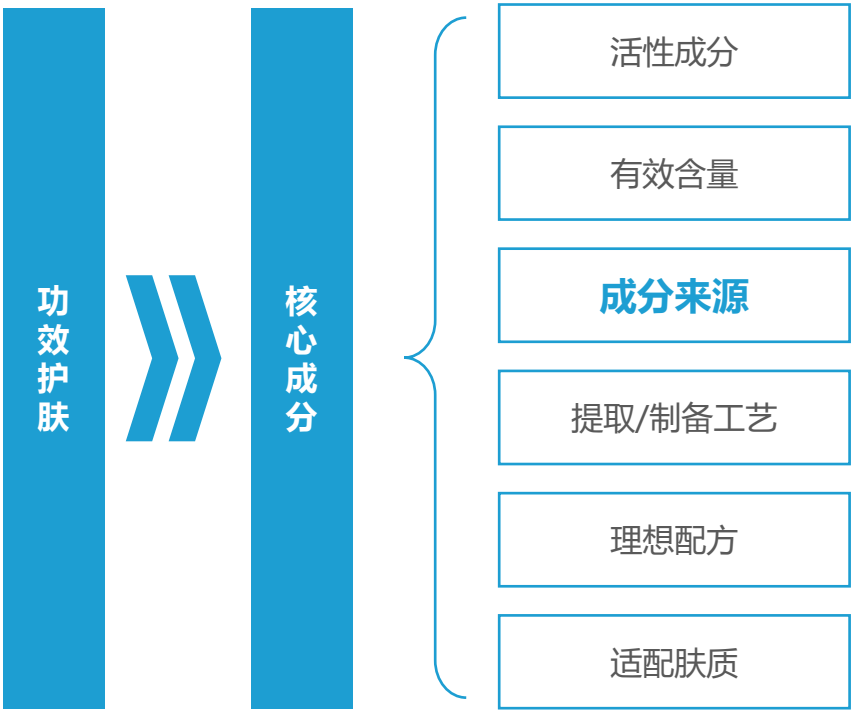
4.1 “功效-成分-来源” (EIS) 的映射关系及释义



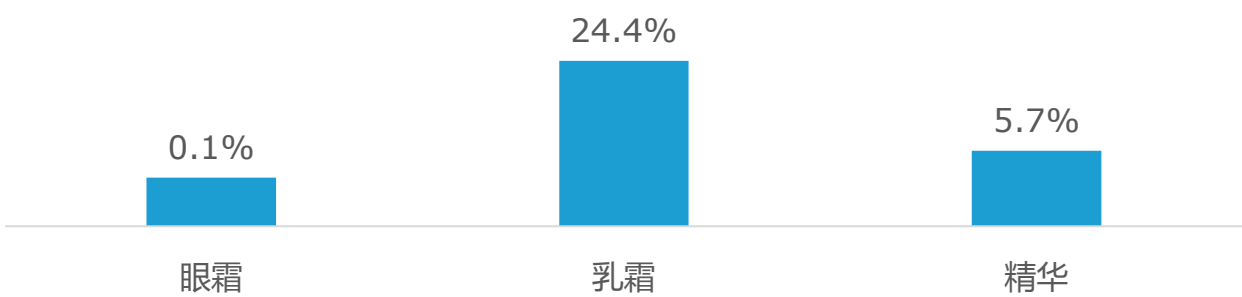
4.2 “功效-成分-来源”（EIS）在品牌战略中的指导意义

- ◆ 近年来，美妆护肤品牌的主流营销打法多针对具有较高层次消费者认知度的功效和成分。
- ◆ 随着成分研究向“科技护肤”理念的转变，消费者对成分的关注点不再局限于某一品牌/产品是否含有某一成分，或该成分的有效含量；而是向成分来源、组合配方、生产工艺技术等因素对实际功效的影响产生转变。其中，成分来源的研究与落地应用在未来具有相当可观的开发潜力。
- ◆ “功效-成分-来源”（EIS）分析路径为美妆护肤品牌战略定位提供一种新的参考与思路，为拥有强劲实力却尚未能够出圈的成分提供战略方向上的指导。

亿欧智库：科技护肤理念下的成分探究示例



亿欧智库：科技护肤驱动核心类目销售额增速



功效-成分-来源 EIS全路径解析

六大功效 护肤成分小百科

亿欧智库



滋润保湿

玻尿酸 Hyaluronic acid

- ◆ 也称透明质酸，作为人体内固有的生物大分子，是构成眼玻璃体、关节滑液等结缔组织的主要成分。因其本身具有极强的保湿性，被广泛应用在化妆品、医美甚至保健食品领域。
- ◆ 根据玻尿酸在护肤品中的不同作用，低浓度用于补水保湿，有效含量为1~2%；中高浓度用于修复、提亮以及深层滋养缓解衰老，有效含量在3~5%甚至更高。

超大分子：1800KDa~2200KDa，在皮肤表面形成薄膜，是皮肤光滑滋润；

大分子：1000KDa~1800KDa，停留在皮肤角质层，滋润表皮；

小分子：400KDa~1000KDa，主要用于真皮层注射，补充水分，起到保湿作用。

动物提取 vs 生物发酵 vs 化学合成

◆ 动物提取：

提取利用率低，分离过程复杂

材料消耗大且资源浪费严重

◆ 生物发酵：

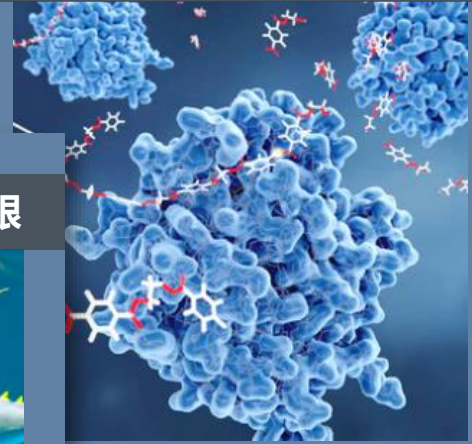
资源消耗少，利用率较高

分子大小可根据需要灵活设置，产出纯度高

◆ 化学合成：

限于技术发展，目前产出结构尚不精纯

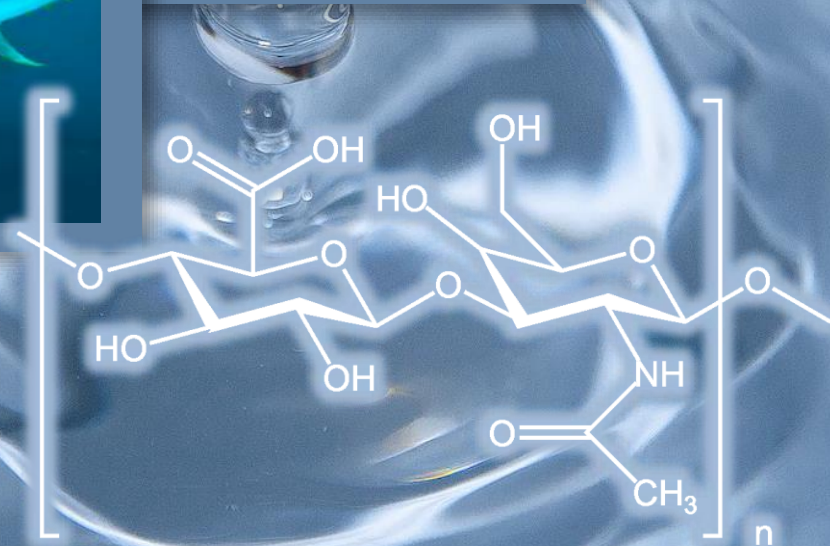
化学合成：天然酶



动物提取：鸡冠或金枪鱼眼



生物发酵：葡萄糖



滋润保湿

透明质酸钠 Sodium Hyaluronate

- ◆ 透明质酸钠是玻尿酸（透明质酸）的钠盐形式，具有更高的水溶性和稳定性。因此，通常在护肤品中看到的成分多为透明质酸钠。
- ◆ 透明质酸钠在护肤品中的有效浓度通常为0.1~2%，在这个区间内，透明质酸钠可以发挥良好的保湿作用，同时还能够增加皮肤弹性，淡化细纹；而过高的浓度则可能会导致刺激等不良反应。

中高分子：600KDa~3000KDa，在皮肤表层形成薄膜。

小分子：10KDa~600KDa，渗透到真皮层，在皮肤内部锁水。

寡聚透明质酸钠：1KDa~10KDa，皮肤深层保湿，具有清除自由基、细胞损伤修复等功效。

动物提取 vs 生物发酵

◆ 动物提取：

分子量少，保湿性差

分离精致复杂，品质取决于原料质量

◆ 生物发酵：

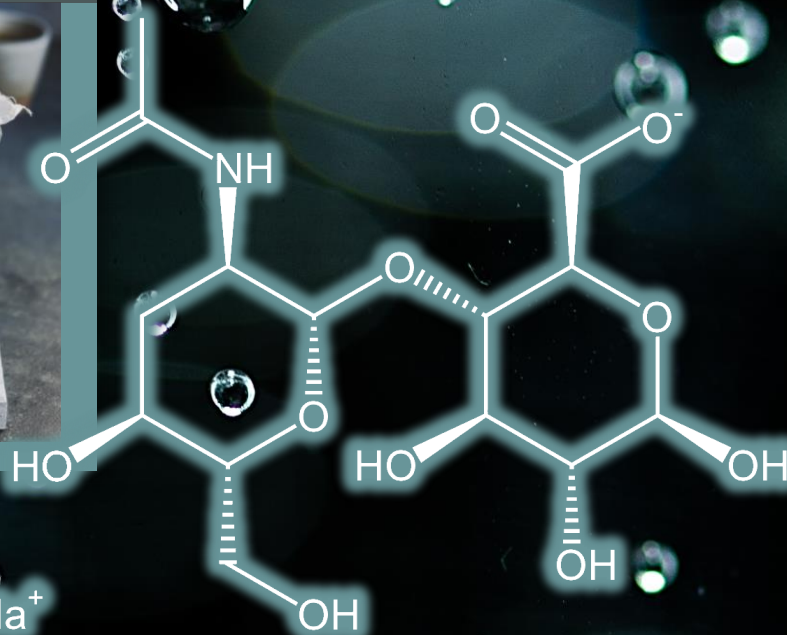
分子量多，保湿性强

分离精致容易，品质稳定

动物提取：鸡冠



生物发酵：乳酸球菌



滋润保湿 氨基酸

- ◆ 氨基酸是人体中的天然保湿因子，其作用类似于甘油或透明质酸。但氨基酸相对更注重皮肤屏障的维护和酸碱度平衡的调节，更适用于干燥缺水、敏感易过敏的肌肤。
- ◆ 通常来说，氨基酸在护肤品中的使用浓度在0.5~5%之间，过低的浓度可能无法达到明显的保湿效果；反之过高的浓度则可能导致刺激等不良反应。
- ◆ 此外，氨基酸的种类、比例以及pH值等因素也会营销其保湿效果和安全性。

谷氨酸，在护肤品中起到pH调节的作用。

丝氨酸，保湿能力较强的氨基酸之一。

精氨酸，一种碱性氨基酸，主要用于干燥皮肤的调理。

组氨酸，人体必需的氨基酸之一，能够增强其他调理剂的效能，有较强的抗菌性。

动植物提取 vs 微生物发酵

◆ 动植物提取

通过水解动植物蛋白质获得

提取过程使用的酶、酸类属于天然物质，相对环保

◆ 微生物发酵

产出更为天然、纯净、安全，在成分上更接近皮肤原本的组成
避免动物保护问题，具有更好的可持续性

产出分子较小，皮肤吸收利用率高

资料来源：《生物制药工程》，《微生物发酵法生产L-丝氨酸及L-半胱氨酸研究进展》

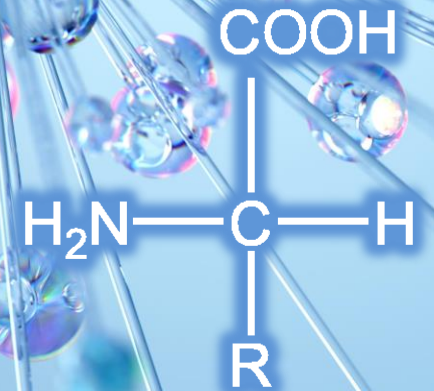
生物发酵：乳酸杆菌



植物提取：蛋白质



动物提取：蛋白质



鱼子酱提取物 Caviar

- ◆ 曾被称为护肤界的奢侈品，胶原蛋白含量通常可达到其他动物的3倍以上，具有较好的保湿锁水功效；同时具有丰富的氨基酸、维生素A与维生素E，有助于紧致皮肤。
- ◆ 通常护肤品中添加成分为“鲟鱼子酱提取物”。

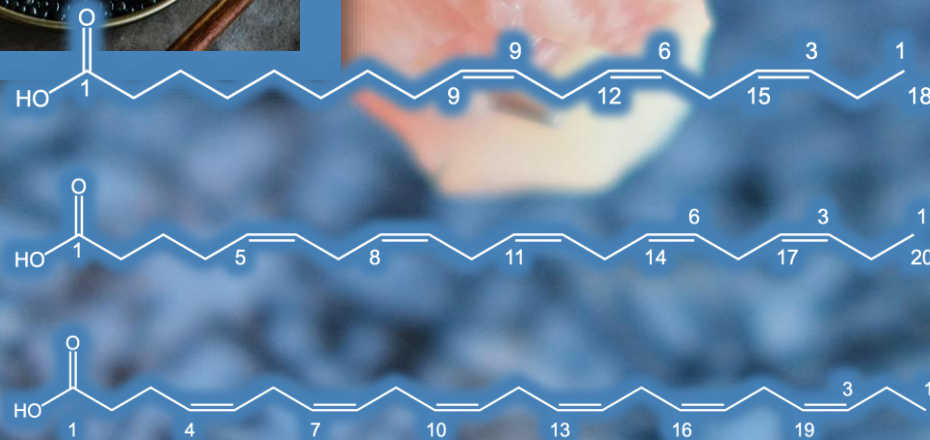
维生素：维生素A、D、E等，能够促进肌肤再生，保护肌肤免受自由基的伤害。

动物提取：鲟鱼子酱

也存在原料公司用鲟鱼产卵时的养鱼水进行提取，对应产出的功效不免受到质疑

但在护肤领域，消费者对于鱼子酱提取物这一单一成分的实际功效存在质疑。

动物提取：鲟鱼子酱



神经酰胺 Ceramide

- ◆ 神经酰胺是一种皮肤天然保湿因子，是人体角质层脂质的重要组成部分。
- ◆ 它被分为12型，分别起到滋润保湿、屏障修护、改善皮肤干燥粗糙等功效。
- ◆ 主要来源：微生物发酵、化学合成、植物萃取。

神经酰胺6 (AP)：强化屏障、平滑角质层，效果温和，通常含量在0.05-0.5%之间，最高可达1%。

化学合成：三羟甲基氨基甲烷

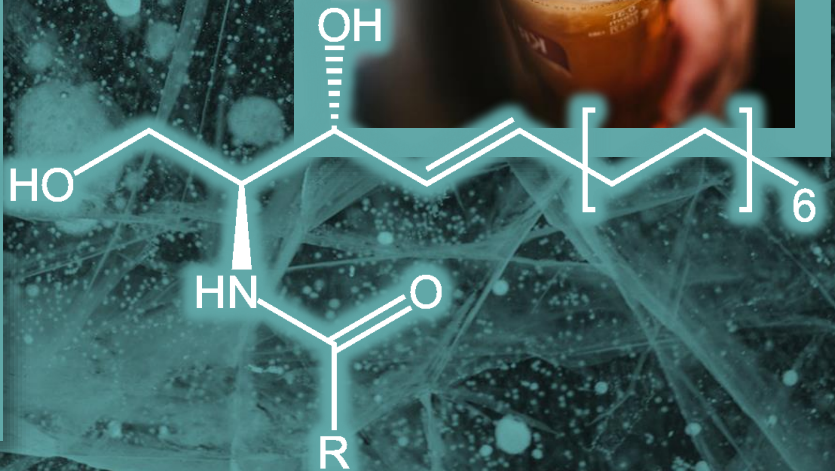
生物发酵：酿酒酵母

植物萃取：玉米、大豆

植物萃取 vs 生物发酵 vs 化学合成

- ◆ **植物萃取：**
提取纯度 < 10%，安全风险较大
- ◆ **生物发酵：**
提取纯度 > 95%，安全稳定环保
- ◆ **化学合成：**类神经酰胺，与神经酰胺功能相似
提取纯度高，但吸收利用率不理想

资料来源：《神经酰胺在皮肤中的主要功能》，旭帆生物



维稳修护

积雪草提取物 *Centella asiatica*

- ◆ 积雪草中含有的活性成分主要有4种：积雪草酸、羟基积雪草酸、积雪草苷、羟基积雪草苷。
- ◆ 积雪草酸：强化皮肤屏障，起镇静功效，也可以起到抗氧化效果，使皮肤具有弹性。
- ◆ 羟基积雪草酸：治疗瘢痕，同时具有美白功效。
- ◆ 积雪草苷与羟基积雪草苷：促进胶原蛋白合成，提升修复与抗衰功效。同时抑制细胞增生，避免不正常的修复，也就是组织瘢痕产生。

通常来说，积雪草提取物在护肤品中的有效含量为0.1-1%，仅需少量即可达到功效。

需要注意的是，积雪草酸、羟基积雪草酸、积雪草苷、羟基积雪草苷的有效含量与提取物不同，约为0.1-0.5%。

植物萃取

- ◆ 野生积雪草：
具有更多活性成分
- ◆ 人工种植或实验室培养的积雪草：
根据不同的用途与目的，可能含有更高浓度的特定成分



维稳修护

泛酸 Pantothenic acid 泛醇 Panthenol

- ◆ 泛酸也就是维生素B5，是一种水溶性维生素，广泛存在于所有动物和植物细胞中。
- ◆ 泛醇是泛酸的同效物质，对应的通俗称呼为维生素原B5。两者相比，泛醇的化学性质相对稳定，分子量小，能够有效渗透角质层。同时也更容易被机体吸收，浸润肌肤表面，促进角质层水和，改善皮肤角化、粗糙、脱皮等。

泛酸在护肤品中的有效含量为1~5%；泛醇为0.5~5%。

需要注意的是，低浓度的产品可能效果会不理想；

反之，浓度过高的产品会容易引起过敏，产生刺激反应。

动植物提取 vs 生物发酵

◆ 动植物提取：

产出品质受到原料来源与品质的影响，产量较低
产出主要为泛酸，纯度可以达到99%以上

◆ 生物发酵：

相比之下生产条件更易掌控，产出主要为泛醇
纯度可以达到99%以上

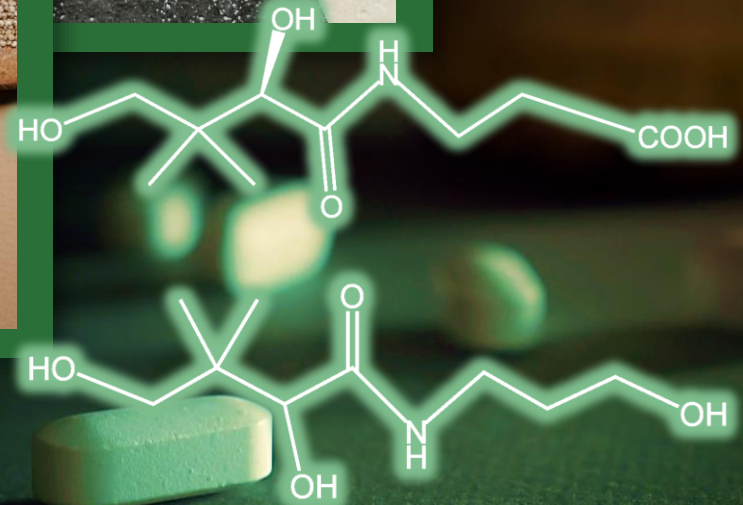
生物发酵：酵母



植物萃取：燕麦



动物提取：肝脏



角鲨烷 Squalane

- ◆ 角鲨烷是人体皮脂中的重要成分，为细胞提供氧气与养分，促进细胞新陈代谢，维持正常的屏障功能，防止细菌、紫外线等的外界伤害。
- ◆ 与其相似的一种成分称为角鲨烯，两者护肤功效几乎相同，但角鲨烷的结构更加稳定，适合外用且不易过敏；而角鲨烯通常更适合内服。

角鲨烷的渗透性很好，可以进入皮肤内部滋养肌肤。配合按摩后，能够使皮肤变得柔软有弹性。

角鲨烷能够在皮肤表面形成透气、透水的保护膜，滋润度适中且不会感到厚重。

但角鲨烷自身的保湿锁水能力不足，需要配合其他成分或产品使用。

动物提取 vs 植物萃取 vs 化学合成

- ◆ **动物提取:**

动物角鲨烷曾招致大规模鲨鱼捕杀，严重破坏了海洋生态，目前欧盟已经禁止使用鲨鱼等动物角鲨烷作为化妆品原料

- ### ◆ 植物萃取：

现阶段的研究与数据尚缺少功效上的对比，但植物萃取更为环保

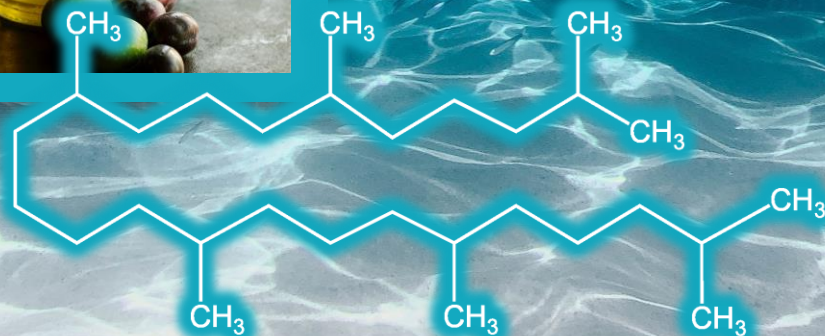
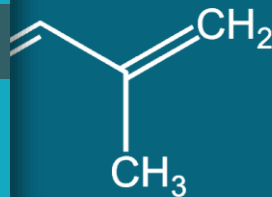
- ◆ 化学合成：合成角鲨烷——氢化聚异丁烯

氢化聚异丁烯与天然角鲨烷具有相同特性，但效果会稍有逊色。

化学合成：异戊二烯

植物萃取：橄榄油

动物提取：鲨鱼肝油



美白提亮

抗坏血酸 Ascorbic acid

- ◆ 抗坏血酸也成为维生素C，是人体必须的一种维生素和抗氧化剂，可以干扰黑色素的生成。
- ◆ 但由于抗坏血酸易变色、不稳定，限制了其在护肤品中的应用。

抗坏血酸在护肤品中的有效含量根据产品种类不同，大致在2~20%之间。通常其浓度在0.6%以上就能够产生效果。

精华液	面膜	面霜	眼霜
5~20%	3~15%	3~10%	0.5~5%

抗坏血酸的稳定性受到氧化和光照等因素影响，需要加入其他稳定剂或采取相应措施延长其有效期。
抗坏血酸的纯度需要达到98%或以上，充分去除杂质并提升稳定性才适合用于护肤品。

化学合成 vs 植物萃取 vs 生物发酵

- ◆ 化学合成：
生产可控性强，产出品质较为稳定
- ◆ 植物萃取
产出纯度高、质量好，且成分健康天然，但成本较高
- ◆ 生物发酵
产出品质较为稳定，但生产周期较长

化学合成：柠檬酸



植物萃取：柑橘



生物发酵：醋酸菌



美白提亮

烟酰胺 Nicotinamide

- ◆ 烟酰胺是维生素B族的成员，又称尼克酰胺、维生素B3或维生素PP。烟酰胺能够干扰黑色素的转运，将黑色素限制在黑素细胞中，并限制黑色素的继续生成，从而达到美白的效果。
- ◆ 烟酰胺也被证实具有良好的抗糖化作用，通过减少皮肤糖化产生的褐色物质，提亮肤色。

作为一种活性成分，烟酰胺在护肤品中的有效含量在2~5%。

相较于抗坏血酸等成分来说，烟酰胺更具温和性，但浓度过高依然具有一定的刺激性。

e.g. The Ordinary美白精华，烟酰胺浓度10%

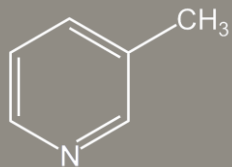
化学合成 vs 动植物提取 vs 生物发酵

- ◆ 化学合成：
产出纯度较高，为目前主流的来源
- ◆ 动植物提取：
产出纯度相对较低，可能掺杂其他成分
- ◆ 生物发酵：
时间成本高，资源消耗量大，目前少有

动物提取：肝脏



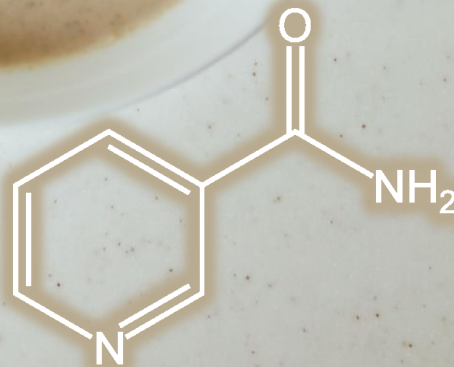
化学合成：3-甲基吡啶



植物提取：绿色蔬菜



生物发酵：大米



美白提亮

熊果苷 Arbutin

- ◆ 熊果苷能够有效阻断黑色素的生成，减少皮肤暗沉、色斑等问题，促进皮肤细胞更新，改善皮肤弹性与光泽，使肤色变得更加均匀，还能够有效消除黑眼圈。
- ◆ 同时，熊果苷在消除自由基，减轻氧化损伤、发炎过敏问题等方面产生作用。

熊果苷在面部护肤品中的有效含量为0.1~2%，过高含量可能带来副作用。

根据不同品类，熊果苷的含量可能不同。美白产品：0.5~2%；保湿产品：0.1~0.5%。

熊果苷的三种类型：

β-熊果苷	α-熊果苷	D-熊果苷/脱氧熊果苷
最常见，结构稳定易吸收	美白功效翻倍且更加安全	新秀，效力翻倍、持久、安全
植物提取、化学合成	生物发酵	化学合成，但目前难以量产

植物提取 vs 化学合成 vs 生物发酵

- ◆ 植物提取：
与化学合成相比，纯度与稳定性相对较低；
- ◆ 化学合成：
纯度与稳定性都更高，但护肤品制造中很少使用；
- ◆ 生物发酵：
国内鲜有，且产率不理想，实际推广受限。

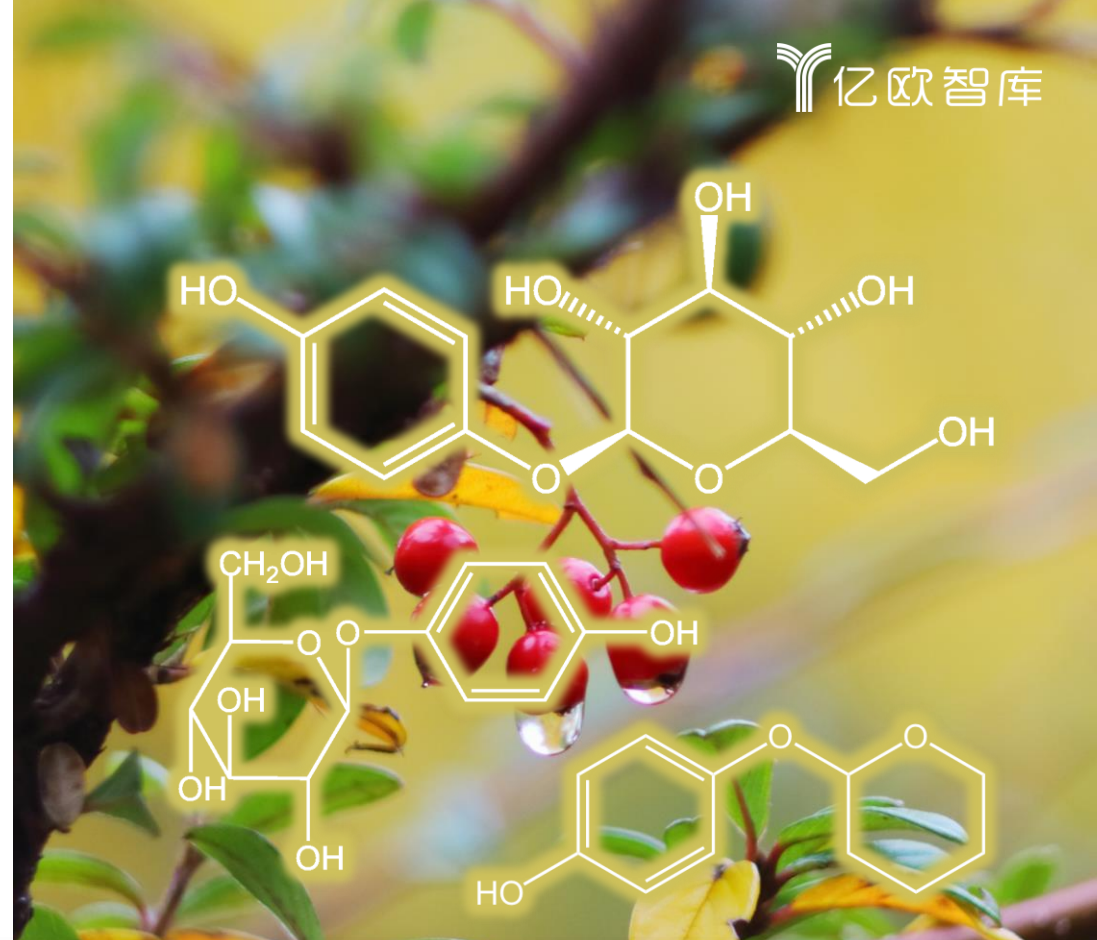
植物提取：越橘



化学合成：多种试剂



生物发酵：蔗糖



美白提亮

传明酸 Tranexamic acid

- ◆ 也称凝血酸或氨甲环酸，早期作为一种止血成分常见于药物或牙膏中；后因其对黑色素的生成的干扰作用，与对黑色素转运扩散的阻碍作用成为美白淡斑的重要成分。
- ◆ 该成分在化妆品成分表中的正式名称为“凝血酸”，而传明酸是音译得来的名称。

传明酸在护肤品中的有效含量通常为0.5~1%，正规产品含量不会超过4%。

目前研究表明，口服传明酸能够达到更好的美白效果；

外用浓度在2~5%的传明酸淡斑效果与4%氢醌软膏（药品）相近，并且具有更高的安全性。

化学合成

目前传明酸的来源以化学合成为主。

该成分的美白功效也已经获得专利，并于2005年获得台湾及日本卫生署公开认可。

*需要注意的是，长期口服、注射传明酸易产生副作用，如恶心、呕吐、月经不调等。

*由于该成分所具有的止血功能，孕期哺乳期、月经不调、气滞血瘀等人群尤其不要盲目使用具有传明酸的美白产品。



化学合成：对羧基苄胺



控油祛痘

水杨酸 Salicylic acid

- ◆ 水杨酸是公认控油祛痘的好手，其分子量小，能够轻易进入皮肤毛囊中，溶解油脂、促进角质层代谢，疏通毛孔，起到控油祛痘的功效。同时，水杨酸能够有效抑制炎症因子的释放与皮肤表面细菌、真菌的生长，从而达到消炎抑菌的效果。
- ◆ 需要注意的是，水杨酸的使用需要配合保湿与防晒等方面的护理，否则容易造成皮肤敏感。

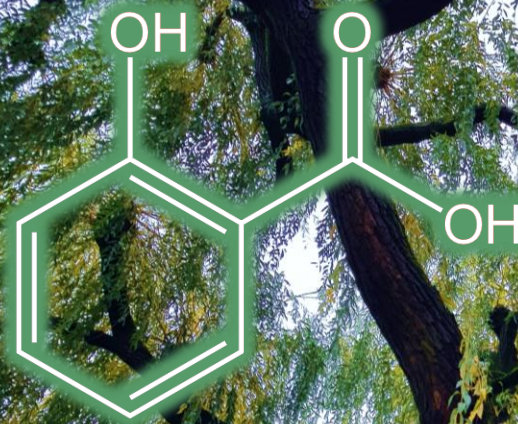
水杨酸在护肤品中的有效含量为1~2%。目前市面上各品类中的含量有所不同：面部磨砂、果酸换肤等产品含量更高：2~5%；保湿、美白产品中的含量较低：0.5%。

区域规定

- ◆ 中国国家食品药品监督管理局（SFDA）只规定了护肤品中使用水杨酸的上限为2%。但中国皮肤科医生常用制剂的水杨酸含量在3~10%，用于治疗慢性皮肤病，其安全性可以保障，但用于护肤品则可能刺激皮肤。
- ◆ 美国食品药品监督管理局（FDA）规定的浓度是0.5 - 2%；
- ◆ 欧盟SCCS规定非防腐剂目的时，在淋洗类发用产品中最大允许使用浓度3.0%；除身体乳、眼影、睫毛膏、眼线、唇膏和除臭滚珠外的其他产品中最大允许使用浓度2.0%。

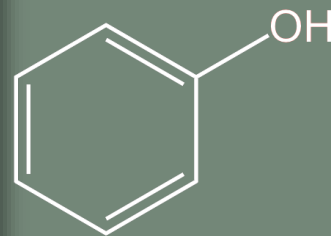
植物提取 vs 化学合成

- ◆ 植物提取：相对更温和，不容易引起过敏反应
- ◆ 化学合成：功能上与植物水杨酸无异，但更多用于工业生产或医疗



化学合成：异戊二烯

植物提取：柳树皮



控油祛痘

季铵盐-73 Quaternium-73

- ◆ 季铵盐-73也成为皮傲宁，是一种高效新型祛痘抗炎剂，具有极强的抗菌活性，抑制细菌、真菌，提供显著的祛痘功效；同时也是封闭性粉刺的克星，常见于日本非处方药（OTC）中作为祛痘成分。
- ◆ 由于季铵盐-73属于一种药物成分，其有效含量无法公开。

动物提取 vs 植物提取 vs 化学合成

- ◆ 动物提取：提取分离过程复杂
- ◆ 植物提取：表面活性与提取物的生物活性相关
- ◆ 化学合成：目前主流的获取方式，相对具有更高的表面活性

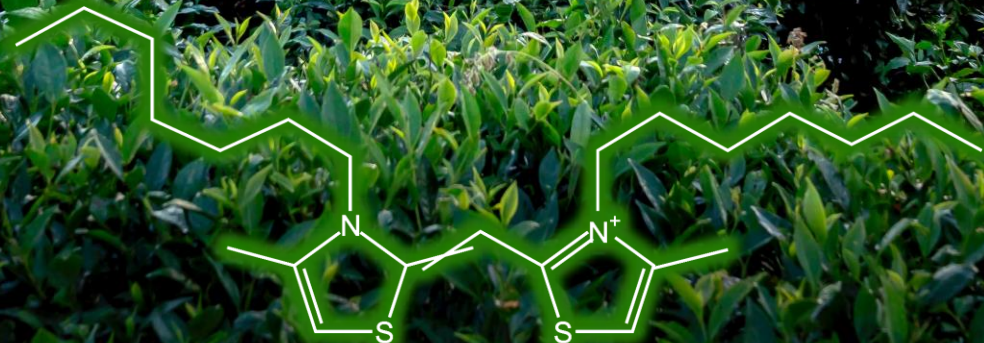
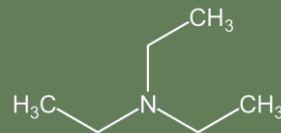
动物提取：鱼肝油



植物提取：松柏



化学合成：三乙基铵

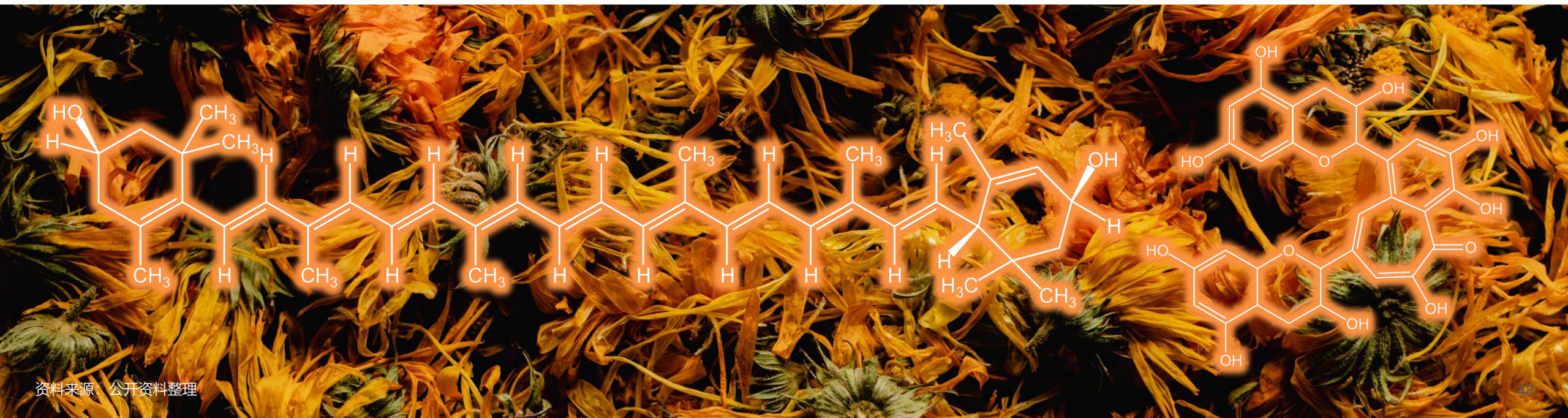


金盏花提取物 *Calendula officinalis*

- ◆ 金盏花提取物的主要活性成分为类胡萝卜素化合物，如叶黄素、玉米黄素、黄酮醇苷等。他们使得金盏花提取物具有良好的抗菌消炎功效，并能够消除局部炎症、暗疮，甚至改善敏感问题。
- ◆ 叶黄素：也称植物黄体素，与玉米黄素共同存在，具有抗氧化、抵御紫外线的功效；
- ◆ 黄酮醇苷：一种茶多酚物质，具有抗菌消炎的功效。

通常来说，金盏花提取物在护肤品中的有效含量为0.1~5%。

虽然金盏花具有消炎、愈合创伤的功效，但过高的浓度依然可能会对皮肤产生刺激，造成敏感。



紧致抗老

胶原蛋白 Collagen

- ◆ 胶原蛋白，是一种生物高分子，富含18种氨基酸，可补充皮肤所需的养分，改善皮肤细胞生存环境，促进皮肤组织的新陈代谢，从而达到延缓衰老、滋养皮肤的功效。
- ◆ 胶原蛋白在护肤品中有下述多种存在形式。在众多的护肤品类中，须是富含活性胶原蛋白成分的产品才能真正起到重建胶原蛋白层、修护肌肤的效果。

胶原（蛋白）：大分子蛋白质，水溶性较差；通常分子量在3000Da以下才适宜人体吸收。

水解胶原：胶原蛋白酶解后的小分子肽或氨基酸产物，能够高效保湿，适用于去角质后等脆弱阶段的基础保湿，具有良好的抗衰老功效；

可溶性胶原：多出现在重组胶原蛋白产品中，是一种非水解的原生蛋白质。该成分与皮肤接触时以吸附、渗透等形式促进皮肤快速吸收，补偿皮肤由于光照与年龄增长造成的可溶性胶原蛋白的损失，达到抗衰老的功效。

动物提取 vs 生物合成

◆ 动物提取

产出活性低

质量受提取动物健康状况的影响，存在一定风险

◆ 生物合成：重组胶原蛋白

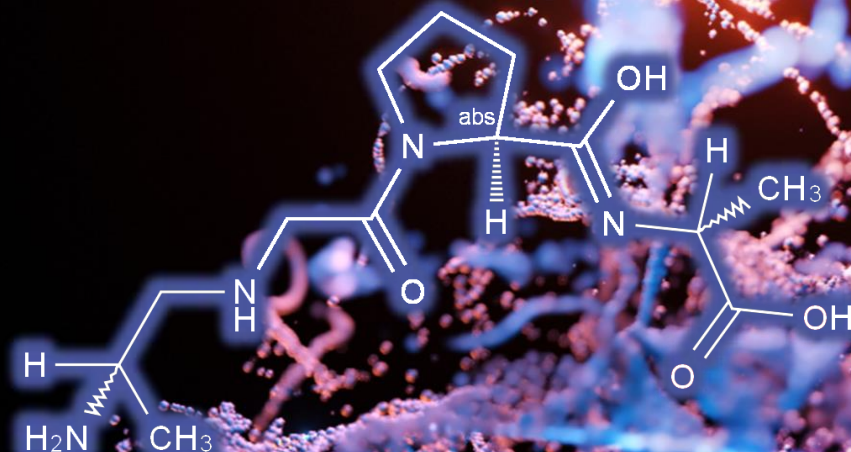
分子量小，透皮吸收率高

兼具更强的功效与安全性

动物提取：牛肌腿



生物合成：基因序列



紧致抗老

生育酚 Tocopherol

- ◆ 生育酚也称为维生素E，该成分能够帮助皮肤保持胶原蛋白水平，减少细纹差生，具有调理皮肤和抗氧化的作用。
- ◆ 生育酚乙酸酯是生育酚的衍生物，在护肤品中的应用相对安全；但有多项研究表明生育酚乙酸酯可能导致接触性皮炎，造成瘙痒、荨麻疹的等过敏反应。
- ◆ 护肤品中生育酚的添加形式及含量对功效都具有一定影响。

生育酚及生育酚乙酸酯在护肤品种的有效含量根据品类有所不同：

α -生育酚在护肤品中的有效含量在0.1~1%，这个含量足以保证产品的抗氧化效果。

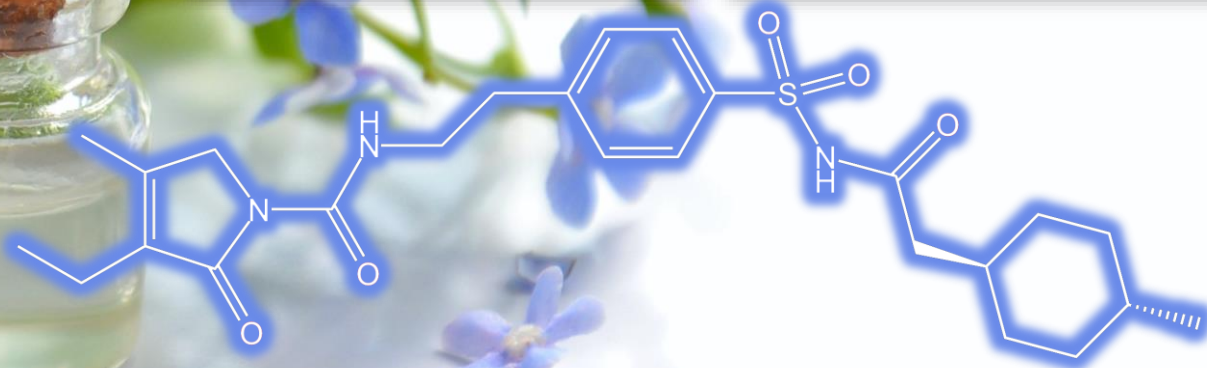
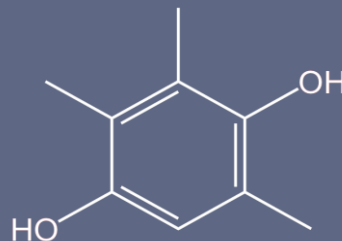
生育酚乙酸酯在护肤品中的有效含量不宜超过1.5%，目前市面上多数产品的含量都在0.1~1%。

但由于个人肤质有所不同，对于生育酚的吸收能力也可能会不同。

植物提取：小麦胚芽油



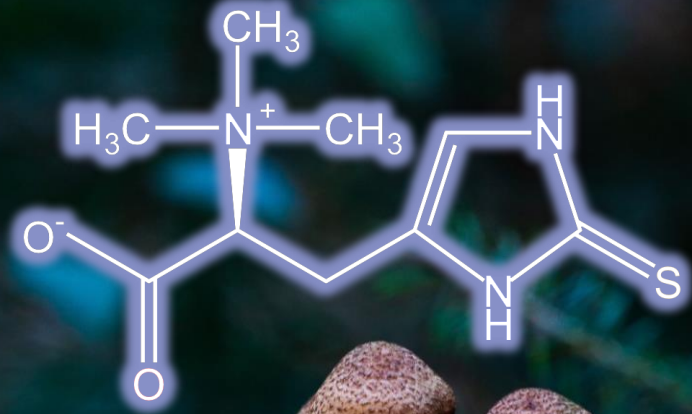
化学合成：三甲基对苯二酚



紧致抗老

麦角硫因 Ergothioneine

- ◆ 麦角硫因是一种对细胞具有高保护性、无毒无害的天然抗氧化剂，能够激发细胞的天然抗氧化防御系统，清除人体所产生的高浓度自由基，改善皮肤弹性，减缓衰老。
- ◆ 麦角硫因在抗UV、抗炎等方面的表现也较为出色，可以避免外界的紫外线损伤，修复受伤的胶原蛋白与弹性纤维。



麦角硫因在护肤品中的有效含量在0.1~2%;

目前市面上护肤产品的含量约在0.5~2%。

植物提取 vs 化学合成 vs 生物发酵

- ◆ **植物提取**
纯化难度大，提取过程易产生废弃物与污染
- ◆ **化学合成**
产出活性较低，存在有毒风险
转化率较低，能耗高，易造成污染
- ◆ **生物发酵**
产出纯度高，制备无污染

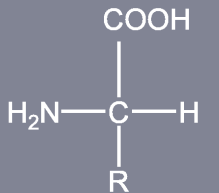
植物提取：菌菇



生物发酵：蕈菌



化学合成：氨基酸



多肽 Polypeptide

- ◆ 多肽本质上是蛋白质所含氨基酸的片段，能够促进皮肤胶原蛋白与弹性蛋白的合成。其中，含有少于2~10个氨基酸的片段成为寡肽，含有超过10~100个氨基酸的片段称为多肽；而常见到的胜肽其实是肽的别称。
- ◆ 二胜肽、三胜肽、五胜肽、六胜肽等不同肽的名称，则代表氨基酸不同形式的排列组合。
- ◆ 谷胱甘肽是包含谷氨酸、半胱氨酸与甘氨酸三种氨基酸的多肽，具有强力的天然抗氧化功效。

寡肽的分子量相对较小，具有许多生物活性与功能，且相对容易被皮肤吸收；而多肽分子量比较大（500Da~10kDa），较难进入皮肤的角质层。

为了提高皮肤吸收率，多肽在结构上增加了其他基团，例如市面上部分护肤品中看到的多肽成分多为棕榈酰五肽/三肽、乙酰基六肽/四肽等。

- ◆ 需要注意的是，多肽的功效相对容易受到配方的影响，在穿透性更强配方中更能发挥作用；乳/霜、精华等形式的多肽成分会具有更好的功效。此外，多肽的作用需要经过长期坚持才能见效。

化学合成 vs 生物发酵 vs 植物提取

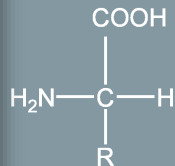
- ◆ 化学合成是目前相对主流的获取方式，产出多肽的品质与稳定性都相对有保障
- ◆ 部分多肽成分（如玻尿酸）能够通过生物发酵获得
- ◆ 植物提取（如甘菊、黄瓜）的多肽成分可能会具有舒缓镇静等额外的功效



生物发酵：细菌

化学合成：氨基酸

植物提取：甘菊



紧致抗老

虾青素 Astaxanthin

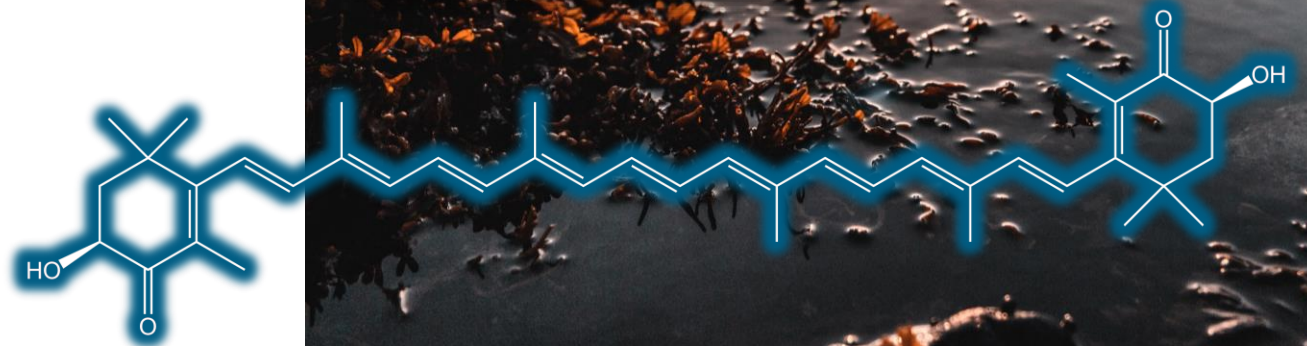
- ◆ 虾青素是一种天然抗氧化剂，具有“超级VE”的美誉，能够有效保护皮肤免受紫外线（UVA/UVB）的伤害，组织皮肤的光老化。
- ◆ 虾青素以其独特的分子结构，吸收大量的UVA，阻断紫外线辐射，为皮肤提供抗光老化保护。此外，虾青素还能够加速修复因紫外线照射而受损的皮肤，有效抑制黑色素生成，减少黑色素沉积，修复皮肤组织的胶原蛋白和弹性纤维，实现内源性的抗氧化。

虾青素在护肤品中的有效含量在0.05~0.5%

生物提取 vs 生物发酵

- ◆ **生物提取**
纯度相对较低，需要经过纯化等技术来提纯
- ◆ **生物发酵**
纯度相对较高，且成本较低

*天然与合成虾青素在化学性质上非常相近，都具有强大的抗氧化活性。



舒缓抗敏

马齿苋提取物 Portulaca oleracea

- ◆ 马齿苋是田地、郊外等生活场景中随处可见的一种植物，但其在护肤中的作用却不可小觑。
- ◆ 马齿苋提取物通常指从马齿苋的茎和叶中提取而出的活性成分，具有消炎抗菌、舒缓抗敏，甚至防治皮炎等功效，并具有一定抗氧化的作用。

马齿苋提取物作为一种天然成分，具有较高的安全性，非常适宜痘痘肌，油皮与敏感肌使用；

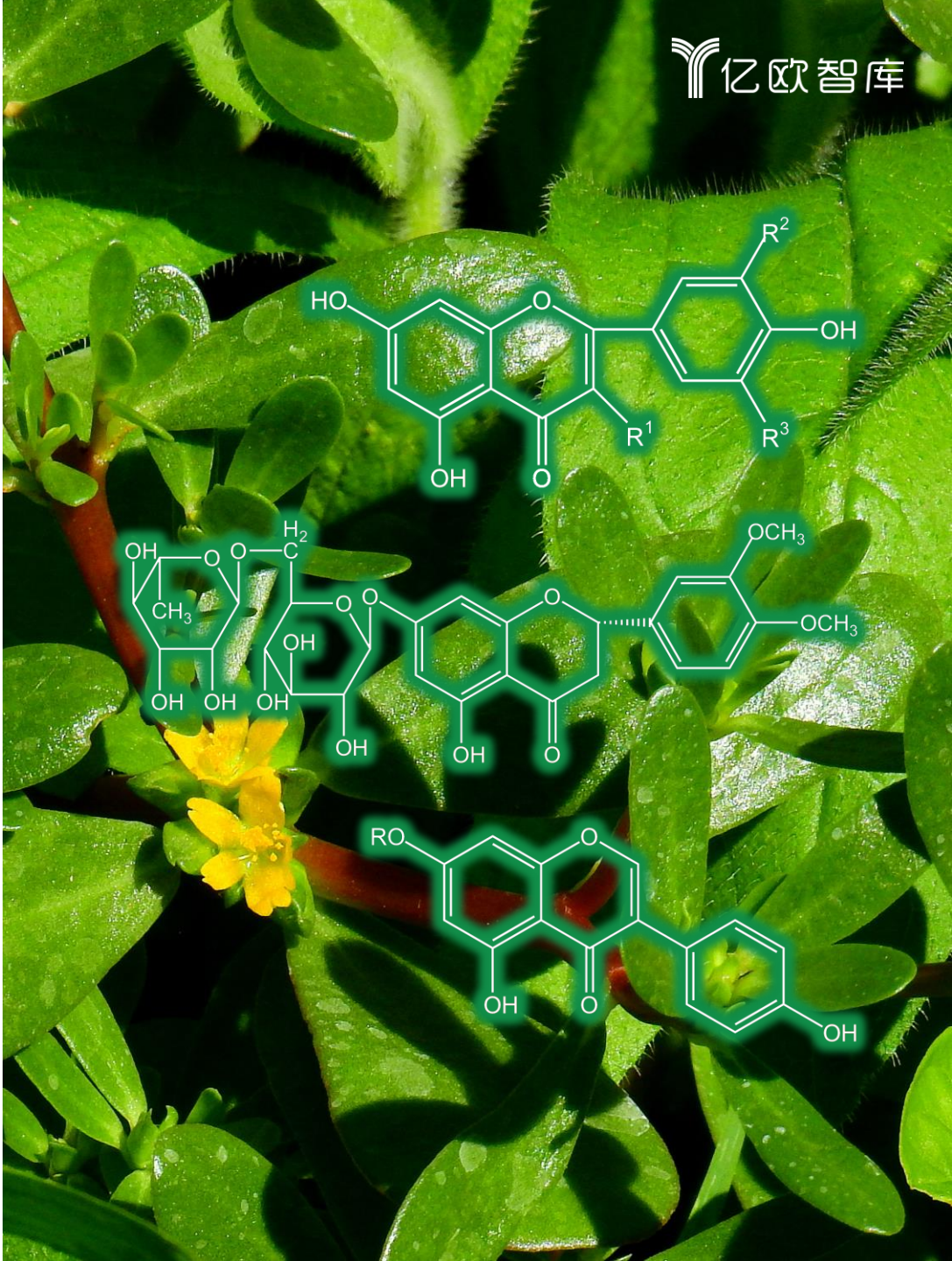
研究显示，马齿苋提取物在护肤品中的有效含量为0.1~0.5%。

主要功效与马齿苋提取物中的对应化学成分如下：

消炎抗菌	有机酸类、黄酮类、生物碱
抗氧化	黄酮类、维生素E、维生素C、β-胡萝卜素、谷胱甘肽
舒缓抗敏	多糖、黄酮类、生物碱

*儿茶酚胺

目前马齿苋提取物中具有争议的药物成分，具有抗炎、舒敏、改善泛红的作用，但由于含有胺类激素被质疑长期使用可能存在依赖风险，或造成敏感反复。



舒缓抗敏

油橄榄叶提取物 Oles Europaea

◆ 油橄榄叶提取物中包含橄榄苦苷、羟基酪醇、橄榄多酚、山楂酸、黄酮类化合物、绿原酸、酪氨酸等多种活性成分，能够带来消炎抗菌、舒缓敏感、抗衰抗氧化等功效。

油橄榄叶提取物在护肤品中的有效含量在0.5~2%之间。

其中，面霜、精华液、面膜等面部护肤产品油橄榄叶提取物含量相对较高。

主要功效与油橄榄叶提取物中的对应化学成分如下：

消炎抗菌	橄榄苦苷、羟基酪醇、乙酸乙酯、绿原酸
抗氧抗老	橄榄苦苷、羟基酪醇、橄榄多酚、山楂酸
舒缓抗敏	绿原酸、酪氨酸

- ◆ 需要注意的是，植物提取物类的成分多少都会含有多酚类物质，这也使得提取物多少都会附带抗氧化的功效，但这一功效与消炎抗菌、舒缓抗敏相比效果相对微弱。
- ◆ 对于敏感肌人群来说，油橄榄叶提取物是一个平价且十分好用的成分，但对于油痘肌来说，含有油橄榄叶提取物成分的产品可能会带来不太理想的肤感，因此需要针对自己的肤质进行选择。

资料来源：《油橄榄叶有效成分的提取及药理活性的研究进展》，《油橄榄叶提取物的抑菌活性研究》



舒缓抗敏

红没药醇 Bisabolol

- ◆ 红没药醇是一种天然存在于罗马洋甘菊中的化合物，具有消炎、除菌、褪黑等功效，可以舒缓肌肤、止痛修复。同时，红没药醇散发的淡淡清香也使之能够作为定香剂使用。
- ◆ 红没药醇的稳定性较好，与皮肤也有很好的相容性。

红没药醇在护肤品中的有效含量为0.2~0.5%，一般不会超过1%；

通常很少的含量就可以达到适当的功效。

植物提取 vs 生物发酵

◆ 植物提取

天然红没药醇在消炎上的功效是合成品的两倍
但提取产量有限、危机生态和环境安全

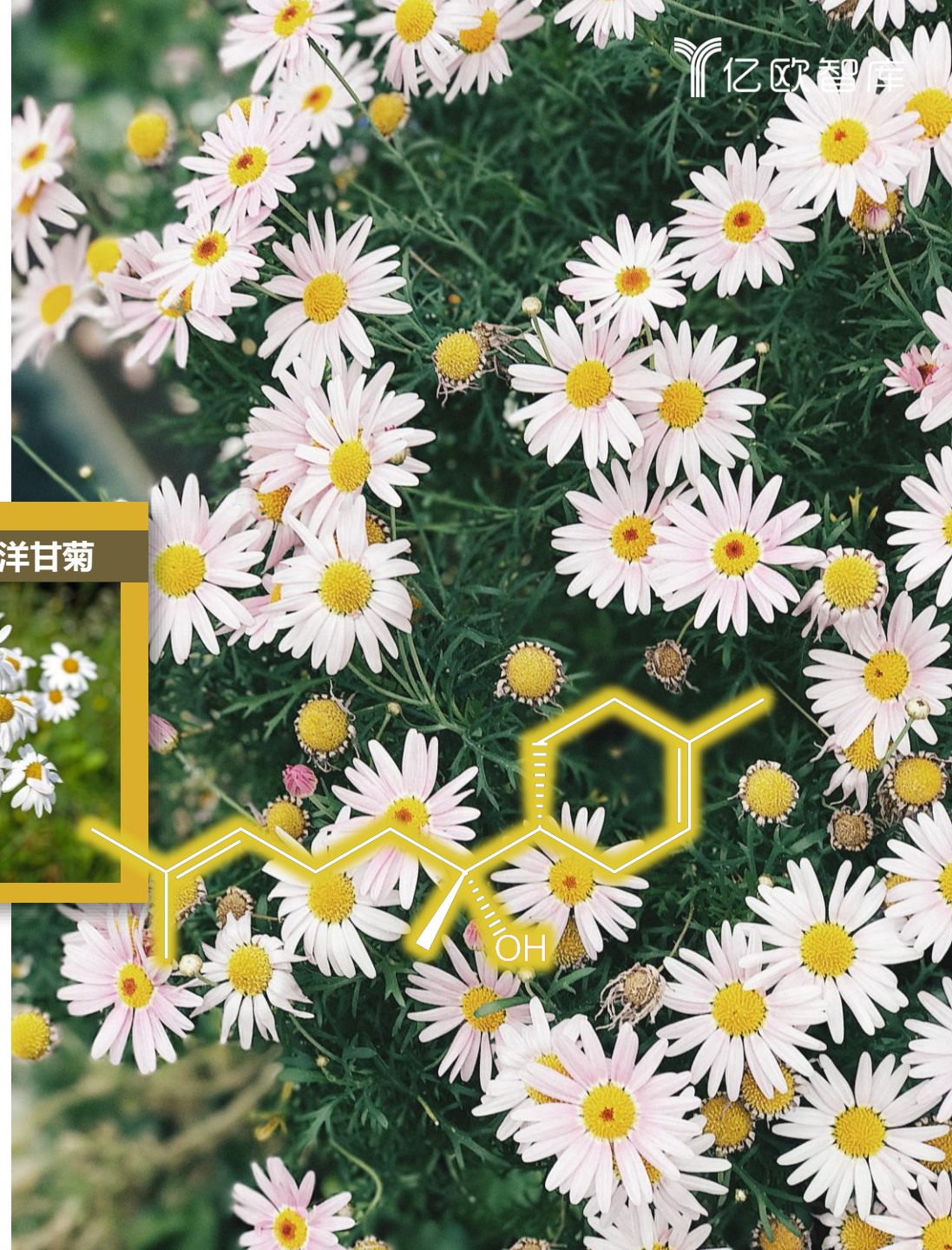
◆ 生物发酵

高效产出，纯度高，生物活性相对较好

生物发酵：大肠杆菌



植物提取：洋甘菊



舒缓抗敏

山茶花提取物 Camellia Japonica

- ◆ 山茶花提取物的护肤领域的应用最早可追溯至明朝，其功效不仅包括消炎抗敏、同时也可达到保湿补水、维稳、抗氧化等效果。
- ◆ 由于山茶花含水分充足，同时具有丰富的多酚类物质，能够帮助皮肤补水，消炎、抗氧化。
- ◆ 山茶花中的茶油皂素、维生素A、维生素E等微量元素，能够帮助皮肤保持稳定。

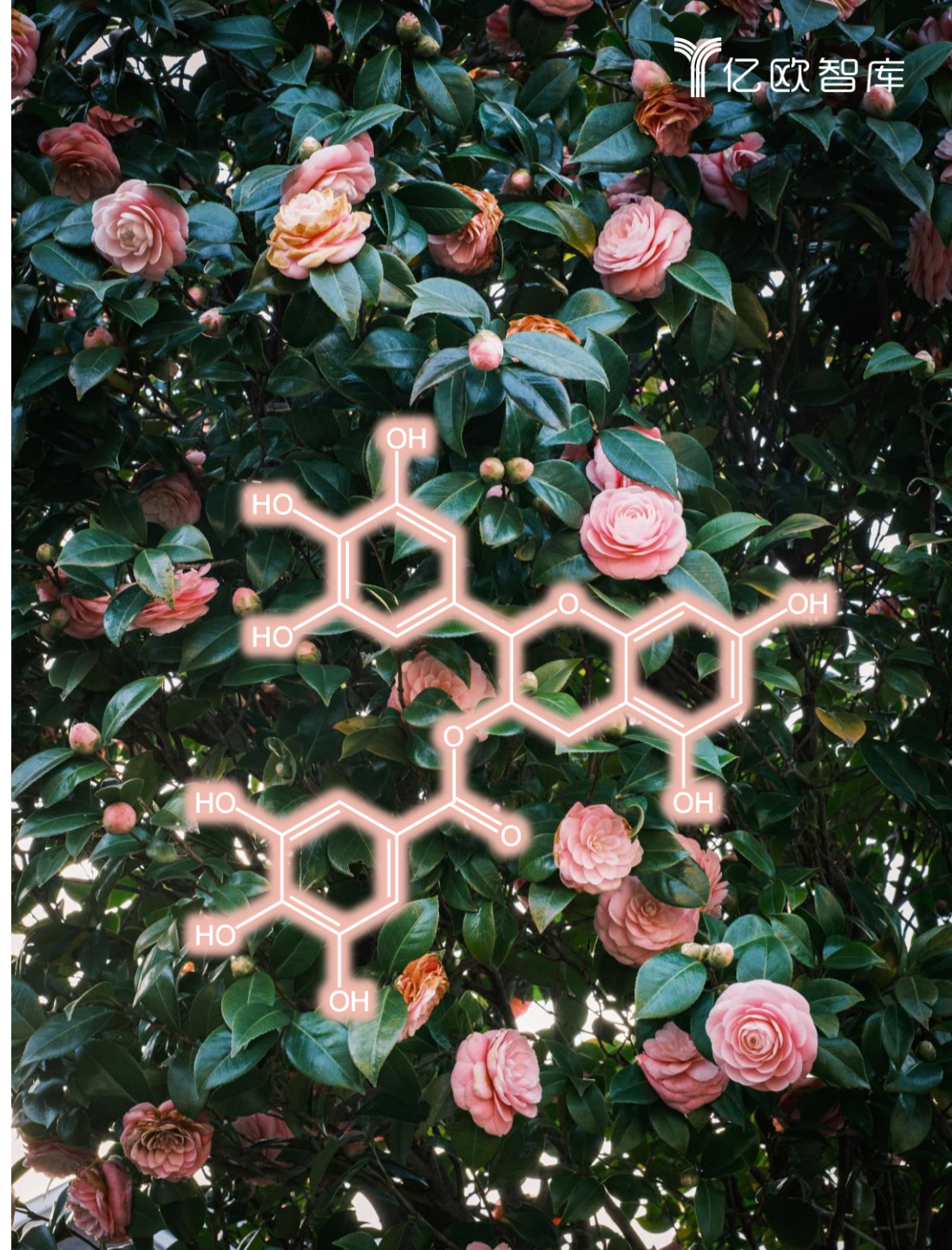
目前，山茶花提取物在化妆品中的含量为：

淋洗类产品不超过10.7%，驻留类产品不超过5.9%。

植物提取

目前，山茶花提取物的来源以植物提取为主。

由于山茶花中存在较多的杂质，提取液中的活性成分的精致纯化工艺较为复杂；加之山茶花植株生长周期长，受地域限制明显，提取物品质的控制非常重要。



➤ 特别感谢

- ◆ 感谢果集、时趣、星智品牌战略、美丽修行、斯启诺、珂岸、薇诺娜、一叶子等亿欧伙伴对本报告的支持。
- ◆ 感谢乐于分享产品配料信息、成分评价、产品使用体验以及参与调研的消费者们，为报告撰写提供了详细的信息基础。
- ◆ 感谢亿欧智库成员们对于护肤经验、产品使用体验等独到见解的慷慨分享，为本报告提供了丰富的灵感。

星智品牌战略联合创始人/CEO

周梦缘

时趣客户关系管理SVP

南希

美丽修行合伙人

徐红

珂岸新媒体总监

沈阳焱

斯启诺美妆创始人

蒋抒伯



SKINNØS 斯启诺®



WINONA | 薇诺娜

One leaf
一叶子®

◆ 团队介绍：

亿欧智库（EO Intelligence）是亿欧旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察，具有独创的方法论和模型，服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕新科技、消费、大健康、汽车出行、产业/工业、金融、碳中和等领域，旗下近100名分析师均毕业于名校，绝大多数具有丰富的从业经验；亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构，分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本，借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势，亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时，亿欧内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库，使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑，更具洞察性和落地性。

◆ 报告作者：



佟雪阳

亿欧智库 分析师

Email: tongxueyang@iyiou.com

◆ 报告审核：



李庆山

亿欧智库 研究总监

Email: liqingshan@iyiou.com



王辉

亿欧智库 副院长

Email: wanghui@iyiou.com

◆ 版权声明：

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

本报告版权归属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

◆ 关于我们：

亿欧是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约设有分公司。亿欧立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网（iyiou.com）、亿欧国际站（EqualOcean.com）、研究和咨询服务亿欧智库（EO Intelligence），产业和投融资数据产品亿欧数据（EO Data）；行业垂直子公司亿欧大健康（EO Healthcare）和亿欧汽车（EO Auto）等。

- ◆ 基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

- ◆ 创业公司

亿欧旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

- ◆ 大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

◆ 政府机构

针对政府类客户，亿欧提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

◆ 机构投资者

亿欧除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

◆ 欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-57293241，邮箱 hezuo@iyiou.com

◆ 亿欧新消费介绍：

亿欧新消费是亿欧旗下聚焦新消费品牌“战略决策+企业传播”的专业服务平台，覆盖零售、家居、餐饮、母婴、文创、宠物、美护、食品饮料、消费电子、服饰运动等十大新消费赛道。

◆ 解决企业内部战略决策问题：

基于专业方法论，依托对新消费创新升级的持续研究洞察与分析，帮助企业解决内部战略决策问题：了解产业环境、市场竞争格局；理解竞企产品/技术/规划/实施路径；探索细分市场进入/现状/趋势，分析赛道价值，制定企业规划、执行方案等。

◆ 解决企业外部认知与品牌问题：

通过兼具研究与媒体视角的亿欧内容平台，以及新消费产业会议及企业创新服务，帮助企业解决外部认知与品牌宣传问题：品牌定位，品牌强化及推广；企业价值解读、企业核心优势提炼及呈现、企业传播影响力提升；内容传播策划及会议资源对接等。

◆ 亿欧新消费传播矩阵：



公众号



小红书



微博

◆ 亿欧新消费近期内容：

[方里创始人杨菊：10年准备，2年爆发，一个国货底妆品牌的成长故事](#)

[可口可乐的烦恼，涨价解决不了](#)

[李佳琦的劲敌，来了](#)

[更美合伙人王珺：医美行业的春天才刚开始](#)



扫码关注亿欧智库
查看更多研究报告



扫码添加小助手
加入行业交流群

 亿欧智库

网址: <https://www.iyiou.com/research>

邮箱: hezuo@iyiou.com

电话: 010-57293241