



2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

美白护肤品行业研究：温和高效美白产品，中国消费者护肤优选 头豹词条报告系列



林若薇 · 头豹分析师

2024-04-25 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

制造业/化妆品制造业/护肤品

工业制品/工业制造

词目录

行业定义

美白护肤品是指那些能够帮助减轻或减缓皮肤色素沉...

AI访谈

行业分类

按照作用机制的分类方式，美白护肤品行业可以分为...

AI访谈

行业特征

美白护肤品行业特征包括科技创新驱动明显、需求端...

AI访谈

发展历程

美白护肤品行业目前已达到 **3个** 阶段

AI访谈

产业链分析

上游分析 中游分析 下游分析

AI访谈

行业规模

美白护肤品行业规模
暂无评级报告

AI访谈 SIZE数据

政策梳理

美白护肤品行业
相关政策 **5篇**

AI访谈

竞争格局

AI访谈 数据图表

摘要

美白护肤品是一种能够减轻或减缓皮肤色素沉着，达到美白增白效果的化妆品。这类产品通过不同的机制作用于皮肤，主要包括抑制黑色素的生成、阻断黑色素的转运、还原已合成的黑色素等。美白化妆品的风险程度相对较高，需要实行注册管理。市场上常见的美白成分包括熊果苷、维生素C及其衍生物、烟酰胺等。美白护肤品行业的发展受到科技创新的强烈推动，消费者对美白成分的关注高度集中，根源美白和科学复配成为新一代美白策略的焦点。竞争格局激烈，新进企业及现有企业都面临着巨大挑战，并采取差异化战略。

美白护肤品行业定义^[1]

美白护肤品是指那些能够帮助减轻或减缓皮肤色素沉着，从而达到美白增白效果的化妆品。这类产品通过不同的机制作用于皮肤，主要包括抑制黑色素的生成、阻断黑色素的转运、还原已合成的黑色素等。美白化妆品的风险程度相对较高，因此根据《化妆品监督管理条例》，它们被归类为特殊化妆品，并需要实行注册管理。市场上常见的美白成分包括熊果苷、维生素C及其衍生物、烟酰胺等，这些成分通过各自的机制发挥作用，如维生素C的抗氧化能力可以阻断黑色素生成的氧化链，从而抑制黑色素的形成。此外，美白护肤品还包括一些物理遮盖方式的产品，以及通过防晒隔离紫外线来达到美白效果的产品。

[1] 1: <https://m.dxy.com...>

2: <https://www.nmpa...>

3: 国家药品监督管理局、...

4: <https://www.zhihu.co...>

5: <https://baike.baidu.co...>

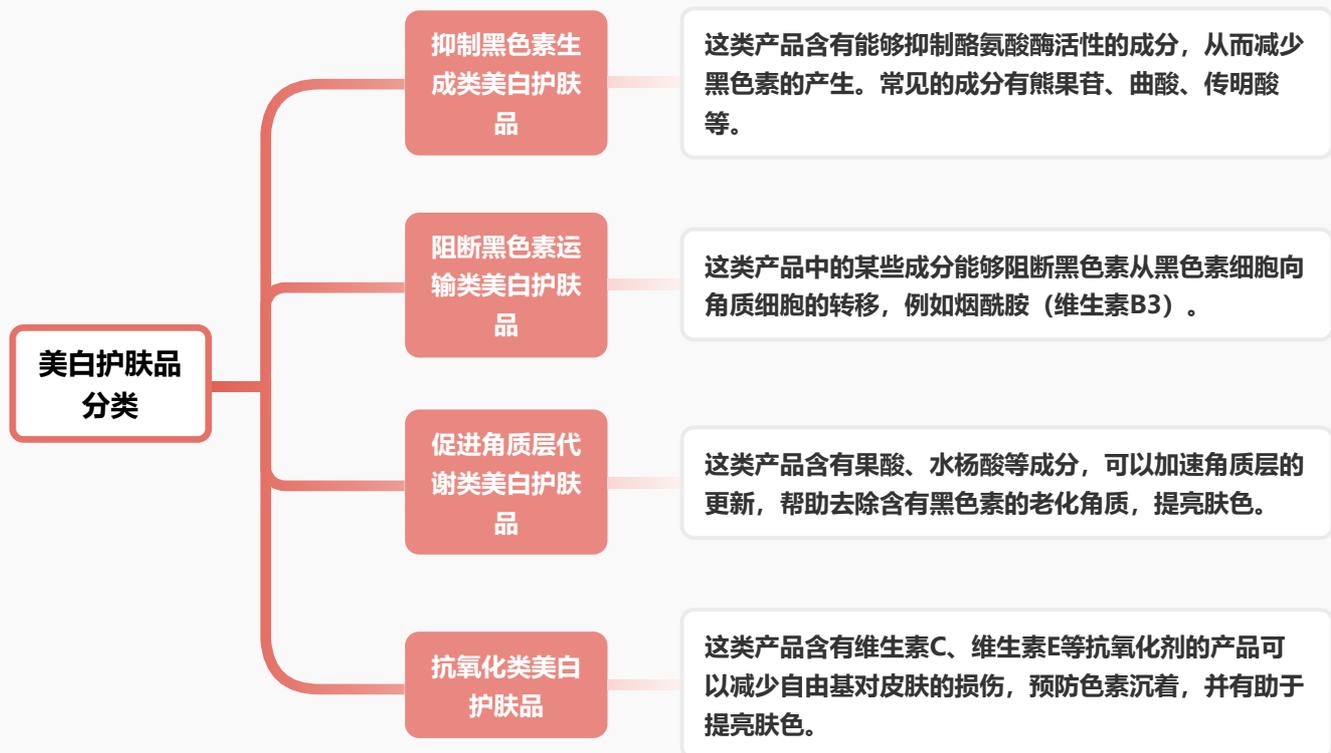
6: <https://new.qq.com/ra...>

7: <https://www.zhihu.co...>

美白护肤品行业分类^[2]

按照作用机制的分类方式，美白护肤品行业可以分为如下类别：

美白护肤品行业基于作用机制的分类



[2] 1: <https://www.nmpa...>

2: 国家药品监督管理局

美白护肤品行业特征^[3]

美白护肤品行业特征包括科技创新驱动明显、需求端持续升级、竞争格局激烈等三个特征。

1 科技创新驱动明显

美白护肤品行业的发展受到科技创新的强烈推动，消费者对美白成分的关注高度集中，根源于美白和科学复配成为新一代美白策略的焦点。企业不断投入研发以满足这一需求，发展温和而高效的植萃美白精华，特别是国产头部品牌，通过长期深耕赛道所积累的经验和技术，推出针对中国人肤质的美白产品。行业中有定期举办的展览会与会议，使得新兴技术和产品能够迅速传播并得到应用。

2 需求端持续升级

随着消费者对日常美白护理需求的普及化、精细化、场景化趋势发展，功效型护肤品行业规模呈明显增长态势。用户不仅关注美白效果，也逐渐重视产品成分、安全性和适合自己肤质的因素。品牌方更是借助医研背书增加产品信任度，直面消费者市场需求。消费者调研显示，相比价格和品牌影响力等外在因素，用户更偏好关注化妆品的成分和功效，表明消费者对美白护肤品的选择更趋理性和个性化。

3 竞争格局激烈

竞争格局方面，美白护肤品市场不仅有众多国产品牌活跃，国际品牌同样占据了不小份额。在此环境下，新进企业及现有企业都面临着巨大挑战，并采取差异化战略，如聚焦于特定功效领域、创新产品配方或专注特定消费子群体进行市场定位。甚至为了维护自身技术优势和市场地位，企业亦会使用法律手段维权。整体上，行业发展趋向规范化，并逐步向大健康领域延伸。政策鼓励自有品牌发展、产品创新以及监管力度的升级都在塑造着一个充满活力且竞争激烈的市场。

[3] 1: TMIC、澎湃新闻 2: [http://www.199it.com/...](http://www.199it.com/) 3: <https://projectmarsbd...>

美白护肤品发展历程^[4]

美白护肤品的发展历程可概括为从基础滋润到科技精研的跨越。早期，中国市场主要以基础护肤产品为主，如面霜、乳液等，通过滋润肌肤达到间接美白效果。随着国际品牌如资生堂、兰蔻等的进入，美白概念被正式引入。随后，在WTO的推动下，更多国际品牌涌入，带来了先进的美白技术和产品，同时中国品牌如百雀羚、自然堂等也迅速崛起，针对中国女性肤质推出特色美白产品。互联网的普及则推动了线上销售渠道的崛起，使得美白护肤品的营销更加多元化。近年来，市场进入成熟期，科技护肤品牌开始注重科学研究和消费者教育，美白产品进一步细分，针对不同肤质、年龄段和特定问题推出定制化产品。同时，随着消费者对健康和天然成分的日益关注，美白护肤品也开始强调天然成分和无害配方，满足了现代消费者对美丽与健康的双重追求。

萌芽期 · 1970~2000

在萌芽阶段的早期，中国的美白护肤品主要为基础的护肤产品，如面霜、乳液等，它们主要的功能是滋润肌肤，防止干燥。这个时期的美白护肤品并没有明确的美白成分，而是通过滋润肌肤，改善肌肤状态，从而达到一定的美白效果。1997年，国际品牌如资生堂、兰蔻等开始进入中国市场，美白概念逐渐被引入。

在这个阶段，美白护肤品市场刚刚起步，消费者对美白产品的认知有限，市场主要由国际品牌主导。

高速发展期 · 2001~2015

2001年，中国加入WTO后，更多国际化妆品品牌进入中国市场，带来先进的美白技术和产品。随着中国经济的快速发展和消费者购买力的提升，中国美白护肤品牌开始崛起。2006年，中国品牌如百雀羚、自然堂等开始加大研发投入，推出针对中国女性肤质的美白产品。2010年，随着互联网的普及，线上购物成为新的销售渠道，美白护肤品的营销和销售渠道更加多元化。

随着中国经济的快速发展和消费者购买力的提升，美白护肤品市场开始迅速扩张，中国品牌开始崛起，线上购买渠道普及。

成熟期 · 2016~2024

2017年，中国科技护肤品牌OGP联合人民日报健康客户端发布了《女性消费者科学美白洞察报告》，标志着美白护肤品市场开始注重科学研究和消费者教育。2018年，美白护肤品市场进一步细分，出现针对不同肤质、年龄段和特定问题的美白产品。2020年，随着消费者对健康和天然成分的关注增加，美白护肤品开始强调天然成分和无害配方。

美白护肤品市场进入成熟阶段，消费者对产品的选择更加理性和专业，中国品牌继续发展，同时新兴品牌和科技护肤品牌也开始崭露头角。

[4] 1: <http://www.news.c...> | 2: <https://mp.weixin...> | 3: <https://mp.weixin...> | 4: 新华网、巨量引擎、TJ...

美白护肤品产业链分析

美白护肤品行业产业链上游为原料供应环节；产业链中游为美白护肤品生产环节；产业链下游为美白护肤品售卖和应用环节。^[7]

美白护肤品行业产业链主要有以下核心研究观点：^[7]

美白护肤品原料市场正迎来变革，光甘草定等天然美白成分备受瞩目，市场潜力巨大。随着消费者对化妆品成分安全性和天然性的日益重视，美白护肤品原料市场正在经历一场深刻的变革。传统的美白成分如烟酰胺虽然在市场上占据一定份额，但科学实验证明，光甘草定在美白效果上显著优于烟酰胺。近两年来，光甘草定备受消费者青睐，其市场增长潜力巨大。数据显示，在2023上半年，光甘草定在抖音的播放量同比增长超200倍，搜索指数同比增长超30倍。这一趋势预示着，光甘草定等天然美白成分将成为未来美白护肤品原料市场的重要发展方向。

中国女性独特的肌肤特点促使温和且高效的美白产品成为护肤优选，市场需求持续增长。中国女性肌肤的真黑色素含量高，早期易出现色素变化，如炎症色沉和斑点，且皮肤黄度随年龄增长而增加。此外，中国女性皮肤角质层成熟度低、屏障脆弱，对外界刺激敏感。因此，超过80%的20至50岁中国女性有美白需求。近年来，植萃美白成分因其天然、安全特性备受关注，如光甘草定等天然美白成分的市场增长率显著。品牌也重视自研原料，推出独家成分满足市场需求。

美白需求在亚洲市场持续旺盛，消费人群广泛，市场潜力巨大。美白需求在中国具有深厚的历史渊源，春末夏初时，美白需求达到年度高峰。2023年6月，抖音平台美白兴趣用户同比增长30%。在2022年抖音科技护肤功效内容中，美白占比高达62.5%，超越保湿、抗皱等需求。中国20至50岁女性中，超80%有美白需求，中老年和男性消费群体也在增长。新生代男性中，美白需求跃升至第三位。这些数据充分证明美白市场的巨大潜力和持续增长趋势。^[7]

产业链上游

生产制造端

原料及包装供应

上游厂商

[甘肃泛植制药有限公司 >](#)

[上海奥利实业有限公司 >](#)

[广州谷雨生物科技有限公司 >](#)

[查看全部](#)

产业链上游说明

消费者关注成分安全性和天然性，光甘草定等高效美白成分备受青睐，市场增长潜力巨大。美白护肤品的产业链上游主要由原料供应商和包装制造商组成。原料供应商提供各种用于制作美白护肤品的成分，如维生素C、熊果素、烟酰胺和光甘草定等有效美白成分，以及乳化剂、稳定剂等辅助成分。包装制造商则负责生产瓶罐、盒子等产品包装。从原材料供应来看，随着消费者对化妆品成分安全性和天然性的日益重视，抗皱紧致成分如玻色因和胜肽，以及美白提亮成分如光甘草定和熊果苷，在市场中保持增长。其中，烟酰胺是较常用的美白成分之一。在2022年美丽修行热门功效成分TOP30榜单中，烟酰胺位列第一，在OLAY小白瓶、The ordinary、倩碧等品牌的产品中高频提及烟酰胺成分。

但科学实验证明，在同浓度的添加量上，光甘草定对酪氨酸酶的抑制率是烟酰胺的140倍，其美白效果显著强于烟酰胺。近两年来，美白消费者对光甘草定产生了浓厚的兴趣，其市场增长潜力巨大。在2023上半年，光甘草定在抖音的播放量同比增长超200倍，搜索指数同比增长超30倍。

美白护肤品包装逐渐强调可持续性和天然成分，可回收材料和创新包装解决方案日益受欢迎。美白精华、面膜和面霜是满足消费者高效美白诉求的主要产品类型。这表明美白护肤品的包装可能需要针对不同类型的产品进行设计，如精华可能需要滴管或泵头包装以便控制使用量，面膜可能需要单片独立包装以保持卫生和新鲜度，面霜可能需要宽口瓶或泵头包装以方便取用。在全球美妆包装设计领域中，可持续性和天然成分的概念变得愈发火热。许多品牌开始采用可回收材料来设计包装，如可回收聚丙烯，这种材料可以有效地实现产品的可回收性。例如，荷兰公司Fasten设计的可重复使用的面霜罐就是一个典型案例。英国的Facegym品牌则采用固体铝制的包装设计，并配有100%可回收海洋塑料制成的可替换内胆，具有可回收性。随着技术的发展，一些创新的包装解决方案也开始出现在美白护肤品市场上。如使用智能标签和二维码，提供产品追溯信息，同时也可以监测产品的使用情况和剩余量。

中 产业链中游

品牌端

美白护肤品生产

中游厂商

OLAY

SK-II

兰蔻

[查看全部](#) ▾

产业链中游说明

植萃美白成分因天然安全特性受关注，光甘草定等天然成分受青睐，自研原料成品牌美白市场新突破点。近年来，随着消费者对美白护肤品的需求日益增长，品牌在美白成分的研发上投入了大量的精力和资源。而植萃美白成分因其天然、安全的特性受到了广泛的关注和应用。据美丽修行，在备案产品中，有42.1%的美白功效成分都为植萃美白成分。其中光甘草定、熊果苷、红景天等天然美白成分因其温和、高效的特性受到消费者的青睐。根据美丽修行数据，2018至2021年，光果甘草根提取物三年复合增长率达62.1%，2022年-2023年上半年，光甘草定的备案产品及品牌数也稳步上升。此外，随着中国新原料备案的开放，品牌方开始重视自研原料的重要性，如欧诗漫推出的珍白因 Pro和珍珠醇粹等独家成分，这些成分的开发和应用成为品牌在美白市场上的新突破点。

中国女性独特肌肤特点促使温和高效美白产品成为护肤优选。随着消费者对功效性护肤品的需求增加，美白产品因其能够满足进阶型护肤需求而受到青睐，年龄层在20岁至50岁之间的中国女性消费者中，超过80%的女性有美白需求。这种需求背后反映出中国女性独特的肌肤特点：相较于其他人群，

中国人的真黑素含量更高，中国女性更容易早期出现色素变化，如炎症色沉和斑点等问题。此外，随着年龄的增长，中国女性的皮肤黄度也有增加的趋势。同时，由于中国人的皮肤角质层成熟度相对较低、皮肤屏障更为脆弱，因此对外界刺激更为敏感。综上所述，中国女性的肤色与肤质主要呈现出“黑、黄、红”三大特点，这使得温和且高效的美白产品成为中国女性护肤的优选。

产业链下游

渠道端及终端客户

美白护肤品售卖和应用

渠道端

[屈臣氏集团\(香港\)有限公司 >](#)

[广东万宁连锁商业有限公司 >](#)

[上海大润发有限公司 >](#)

[查看全部](#)

产业链下游说明

美白市场潜力巨大，需求持续增长，尤其在亚洲国家备受关注。 美白的需求在中国乃至整个亚洲国家都有着深厚的历史渊源，这一需求深受个人肤质和文化传统的双重影响。特别是在春末夏初之时，随着紫外线的逐渐增强，美白消费者的需求也达到了年度的高峰。随着时代发展，美白消费者对美白的关注和主动了解越发深入。2023年6月，抖音平台上的美白兴趣用户相较于2022年6月，实现了30%的同比增长。而在2022年的抖音科技护肤功效内容表现中，美白更是超越了保湿、抗皱紧致等其他护肤需求，以高达62.5%的占比成为最受关注的话题之一。这一数据充分展示了美白市场在亚洲国家尤其是中国的巨大潜力和持续增长的趋势。

美白市场主力为女性，中老年及男性消费者需求上升，市场潜力大。 从消费人群的角度出发，中国20至50岁的女性消费者中，超过80%的人都有美白需求，这一广泛的人群无疑构成了美白市场的主力军。此外，随着美白观念的日益深入人心和美白产品种类的不断丰富，中老年消费群体也逐渐将目光投向美白产品，期望通过它们来延缓衰老，提升肌肤的色泽均匀度。与此同时，男性消费者在美白市场上的占比也在稳步上升，尤其是针对祛痘印和改善肤色不均的需求更为显著。值得注意的是，在新生代男性群体中，美白与提亮肤色的需求已经跃升至第三位。

[5] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://mp.weixin...> 3: 巨量算数、武汉浆姿漾...

[6] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://mp.weixin...> 3: 化妆品观察、新华网

[7] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://mp.weixin...> 3: <https://mp.weixin...> 4: 化妆品报、医美行业观察

[8] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://mp.weixin...> 3: 巨量算数、武汉浆姿漾...

[9] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://mp.weixin...> 3: PTS未来包装、聚美丽

[10] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://mp.weixin...> 3: 化妆品报、医美行业观察

[11] 1: <https://mp.weixin...> 2: 巨量引擎

[12] 1: <https://mp.weixin...> 2: 新华网

[13] 1: <https://mp.weixin...> 2: 化妆品观察

美白护肤品行业规模

2018年—2023年，美白护肤品行业市场规模由351.88亿人民币元增长至607.42亿人民币元，期间年复合增长率11.54%。预计2024年—2028年，美白护肤品行业市场规模由742.40亿人民币元增长至1,086.95亿人民币元，期间年复合增长率10.00%。^[17]

美白护肤品行业市场规模历史变化的原因如下：^[17]

消费者需求升级，功效护肤市场增长，美白产品关注度大幅提升。随着生活水平的提高，消费者愈发注重个人形象与肌肤健康，对护肤品的需求从基础的清洁保湿逐渐升级到抗衰老、美白等更高层次的需求。2022年，功效性护肤和高端护肤市场呈现扩容增长趋势，其中功效护肤市场GMV同比增长141%。在美白产品方面，消费者对美白产品的关注度在整体上呈现上升趋势，近三年关注度增长超80%。

线上电商渠道的普及使得美白护肤品销量大增。线上电商渠道的日益普及为美白护肤品市场带来了前所未有的增长机遇。以2022年的“618电商购物节”为例，天猫平台的美白类产品销售额近27亿元。其中，护肤品品类销售额占比接近80%，显示出消费者对于美白护肤品的强烈需求。而在同年的“双11”购物狂欢节中，天猫淘宝平台的美妆护肤类目GMV（商品交易总额）排名第一，销售额高达344.7亿元，相较于其他类目有着明显的领先优势。^[17]

美白护肤品行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[17]

消费者倾向天然有机产品，温和美白配方受青睐，推动市场增长。随着消费者对健康和自然成分的重视，天然或有机标签的产品愈发受到消费者的青睐，这推动了市场的增长。据美丽修行大数据调研报告显示，美白类化妆品市场中，消费者对于美白效果、提亮祛斑、安全性及温和配方等关键词更为关注；而在美白淡斑成分中，植物提取类成分占比高达45.7%，其中，光果甘草根提取物的消费者关注度已经上升至第二位，仅次于烟酰胺。

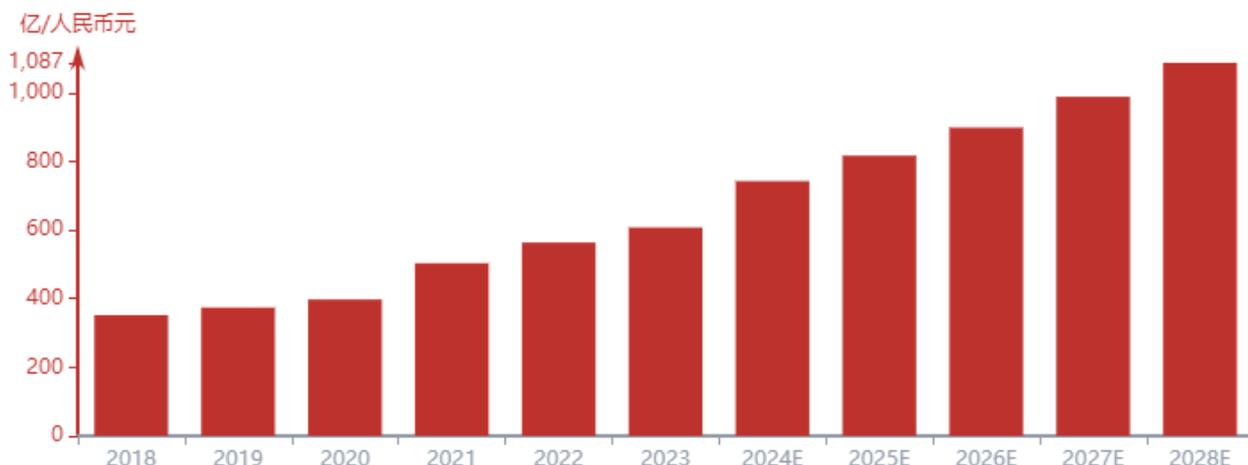
植物提取物的研发和科技创新推动美白护肤品行业持续增长。随着植物提取物和中草药成为美白产品的主流热门原料类型，光甘草定、白藜芦醇、红景天醇提取物等逐渐被开发成专注于中国人肤质的美白产品。如，谷雨品牌经过16年的深入研究，发现光甘草定能够通过抑制酪氨酸酶的活性来减少黑色素的生成，被称为“美白黄

金”，其抑制酪氨酸酶的活性是曲酸的32倍，熊果苷的123倍。此外，科技的进步也为植物美白成分的应用提供了新的可能性。例如，采用纳米技术提高美白成分的渗透力和护肤效果，可实现肌肤自然美白。^[17]

中国美白护肤品行业规模

美白护肤品行业规模

中国美白护肤品行业规模



数据来源：广州市锦盛生物科技有限公司、青眼情报

[14] 1: <https://www.feigu...> 2: <https://www.199it...> 3: 飞瓜数据、TMIC

[15] 1: <https://mp.weixin...> 2: 数美链

[16] 1: <https://mp.weixin...> 2: 美丽修行

[17] 1: <http://www.news.c...> 2: 新华网

美白护肤品政策梳理^[18]

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》	国家药品监督管理局	2022-01	7
政策内容	明确了化妆品生产企业质量管理机构与人员、质量保证与控制、厂房设施与设备管理、物料与产品管理、生产过程管理、产品销售管理等要求。聚焦关键环节和重点产品，督促企业落实主体责任，全面加大全过程质量监管。		

政策解读	此政策对化妆品生产企业的各环节进行了明确要求，旨在加强美白护肤品行业的质量管理。通过规范质量管理机构与人员、强化质量保证与控制，确保产品安全有效。同时，对厂房设施、物料与产品管理、生产过程及销售的全面监管，将有力推动行业健康发展。政策聚焦关键环节和重点产品，督促企业承担主体责任，全面提升产品质量，为消费者提供更优质的美白护肤品。
政策性质	规范类政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《儿童化妆品监督管理规定》	国家药品监督管理局	2021-10	7
政策内容	明确了立法目的、适用范围、儿童化妆品定义、儿童化妆品注册人备案人主体责任，规定了覆盖注册备案管理、标签标识、安全评估、生产经营、上市后监管等全链条监管要求，指导注册人备案人开展儿童化妆品生产经营活动。			
政策解读	该政策明确了儿童化妆品的立法目的、适用范围及定义，强调注册人备案人的主体责任。全链条监管要求覆盖注册备案、标签标识、安全评估、生产经营及上市后监管，确保儿童美白护肤品的安全与有效性。此政策将指导注册人备案人规范开展儿童美白护肤品生产经营活动，为儿童提供更加安全、健康的护肤选择，促进行业健康发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《化妆品生产经营监督管理办法》	国家市场监督管理总局	2021-08	7
政策内容	对化妆品生产经营者在生产许可、化妆品生产、化妆品经营、监督管理、法律责任进行监督管理。			
政策解读	新政策对化妆品生产经营者在各环节都加强了监督管理，特别是在美白护肤品行业，生产许可的严格审批确保了产品安全和质量；生产过程监管保障了原料合规、工艺规范；经营环节要求明示产品信息，维护消费者权益；监督管理则通过定期检查和抽检，确保市场规范；法律责任明确，对违规行为将予以严厉处罚。此政策有助于促进行业健康发展，保护消费者权益。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《化妆品功效宣称评价规范》	国家药品监督管理局	2021-05	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	针对具有祛斑美白功效的化妆品，新政策明确要求必须通过科学严谨的人体功效评价试验来验证其效果，并由专业的注册和备案检验机构依照国家强制标准和技术规范执行。此举不仅提高了美白护肤品行业的准入门槛，确保了产品的真实有效性，也进一步保护了消费者的权益。政策实施将推动美白护肤品市场向更加规范、透明的方向发展。
政策性质	规范类政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《化妆品监督管理条例》	国务院	2020-06	8
政策内容	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。在我国境内首次使用于化妆品的天然或者人工原料为化妆品新原料。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。			
政策解读	新政策明确了美白护肤品等特定功效化妆品为特殊化妆品，对其原料和功效评价提出了更高要求。首次使用的化妆品新原料需经注册方可使用，特别是具有美白功能的原料，必须经国务院药品监督管理部门严格审核。这一政策不仅提升了美白护肤品的安全性和有效性，也促进了行业的健康发展，为消费者提供了更加安全、可靠的美白护肤选择。			
政策性质	规范类政策			

[18] 1: <https://www.beijin...> | 信

2: <https://www.gov.c...> | 信

3: <https://www.ft.gov...> | 信

4: 政府官网

美白护肤品竞争格局

美白护肤品行业竞争多元化且激烈，头部企业多以国外大牌为主，部分国产品牌产品性能突出，业绩斐然。

[22]

美白护肤品行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有OLAY、SK-II、兰蔻等；第二梯队公司为欧莱雅、欧诗漫、科颜氏、雅诗兰黛等；第三梯队有谷雨、相宜本草、百雀羚等。 [22]

美白护肤品行业竞争格局的形成主要包括以下原因： [22]

头部企业美白产品销售额远超其他品牌。2022年，OLAY在抖音双11大促期间创下了比去年同期支付GMV增长超过460%的佳绩。此外，OLAY2022年12月至2023年11月在淘宝天猫、抖音平台的销售额超37亿，其中抖音平台贡献了10亿+的销售额，同比增长38.35%。尽管在近5年的天猫双11全周期美妆品牌销售额排名中，OLAY从2019年的第四名，下降至2023年的第七名。但从美白祛斑市场来看，OLAY品牌表现依旧良好。在2023年的淘宝、抖音平台中，OLAY以销售额超28亿元的成绩，远超其他品牌。

部分企业以创新技术领跑美白市场，业绩斐然，超越知名品牌。欧诗漫凭借其独特的“珍白因pro”成分，结合珍珠多肽提纯技术和亚微米粉技术，充分展示了在产品研发领域的创新能力。珍白因Pro能够显著抑制促进黑色素产生的致黑信号（ET-1），并抑制黑色素的产生和转移，源头抑黑可达99.37%。据统计，自2021年10月至2022年10月，欧诗漫的美白系列产品销售业绩斐然，销售额高达6.27亿，在美白细分市场位居第三，甚至超越了城野医生、欧莱雅等知名品牌。更值得一提的是，2022年10月，欧诗漫在抖音和淘宝两大平台上的月GMV突破2.5亿，其中抖音平台的销售额更是接近2亿。^[22]

美白护肤品的市场准入门槛日渐提高，新企业难以进入，国产品牌逐渐崛起，头部企业的市场地位趋于稳固。^[22]

美白护肤品行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：^[22]

国产品牌通过科研合作与产品创新逐渐崛起，其产品不断赢得市场认可。近年来，国产品牌通过科研合作、产品创新、营销策略以及品牌建设方面的持续投入和努力，逐渐在激烈的化妆品市场竞争中脱颖而出。以谷雨为例，在消费人群上，谷雨通过精准定位种草平台，小红书热度占比超过50%，用户好感较高，对目标人群的渗透率更高。在对“美白黄金”光甘草定的研发上，谷雨自2007年起便致力于此，不仅建立了大型高规格的研发中心，还与中科院双所达成战略合作，成功获得了多项提纯专利技术，包括水溶光甘草定制备技术专利和光甘草定提纯技术发明专利等。这些技术突破将光甘草定的提取纯度从普遍的40%提升至90%，显著增强了产品对肌肤的功效。

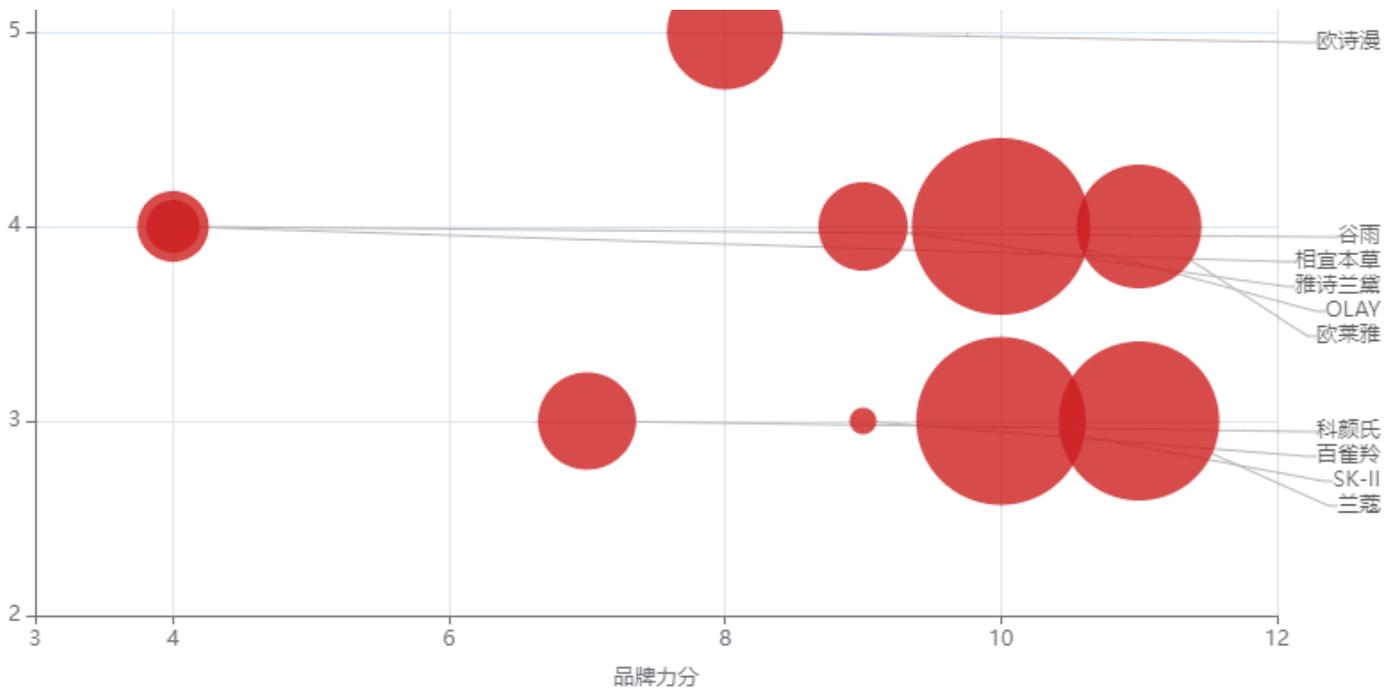
政策监管的趋严提升了美白产品市场准入门槛，推动行业健康发展，增加新企业入市难度。《化妆品功效宣称评价规范》等法规对祛斑美白产品实施了更为严格的功效评价技术规范和注册流程，此举不仅提高了市场准入门槛，还推动了美白行业的健康发展。自2021年5月1日起，这些规范正式实施，要求化妆品注册人、备案人必须对产品的功效宣称进行科学测试和合理评价。特别是针对祛斑美白类化妆品，自2022年1月1日起，新申请注册的产品必须严格遵守强制性国家标准和技术规范，完成功效评价。这些法规的实施，使得美白化妆品市场的准入门槛得以提升，只有符合更严格技术规范 and 注册流程的企业才能进入市场，这无疑加大了新企业入市的难度。

^[22]

气泡大小表示：市场力(分)

^[25]





上市公司速览

上海家化联合股份有限公司 (600315)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	50.9亿元	-4.91	59.52

华熙生物科技股份有限公司 (688363)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	42.2亿元	-2.29	73.07

广东丸美生物技术股份有限公司 (603983)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	15.4亿元	34.34	70.84

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	18.51	76.42

珀莱雅化妆品股份有限公司 (603605)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	52.5亿元	32.47	71.18

[19] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://mp.weixin...> 3: 美业颜究院数据大脑、...

[20] 1: <https://mp.weixin...> 2: <http://www.osmun...> 3: 化妆品观察、欧诗漫

[21] 1: <https://www.chinai...> 2: <https://business.cc...> 3: 央视网、中国创新创业...

[22] 1: <https://www.beijin...> 2: 国家药监局

[23] 1: 京东、淘宝

[24] 1: 淘宝

美白护肤品代表企业分析^[26]

1 雅诗兰黛（上海）商贸有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	62.5万美元
企业总部	上海市	行业	化学原料和化学制品制造业
法人	TRACEY THOMAS TRAVIS	统一社会信用代码	91310000717860307J
企业类型	有限责任公司(外国法人独资)	成立时间	2005-11-08
品牌名称	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司		
经营范围	一般项目：化妆品零售；化妆品批发；眼镜销售（不含隐形眼镜）；钟表销售；服装服饰批... 查看更多		

· 竞争优势

品牌历史与知名度。雅诗兰黛是全球著名的化妆品品牌，自1946年成立以来，以其卓越的产品质量和广泛的市场影响力，成为了美容行业的标杆。品牌的悠久历史积淀了深厚的文化底蕴，其产品线涵盖了从护肤品到彩妆等多个品类，满足不同消费者的需求。产品创新与科技研发。雅诗兰黛在产品创新和科技研发上不断投入，其产品通常采用独特的配方和先进的技术，如色提因逆龄科技等，为消费者提供高效的抗衰老解决方案。品牌还与科研机构合作，推出具有特定功能性的护肤品，如与O2ark合作的智能微压富氧舱，强化了产品的科技含量和市场竞争力。

2 欧莱雅（中国）有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	5800.9472万美元
企业总部	上海市	行业	其他金融业
法人	VINCENT, MARIE, REGIS BOINAY	统一社会信用代码	91310000710939418D
企业类型	有限责任公司(外国法人独资)	成立时间	2000-09-29
品牌名称	欧莱雅（中国）有限公司		
经营范围	许可项目：第三类医疗器械经营；食品销售；餐饮服务【分支机构经营】；生活美容服务【... 查看更多		

· 竞争优势

强大的科研实力。欧莱雅一直注重产品的科研和创新，拥有自己的护肤研究中心。例如，欧莱雅护肤研究中心研发出全新的三重功效美白科技，作用于皮肤变黑过程的每一步，从而获得完善的美白功效。此外，欧莱雅还推出了具有修护功能的护肤品，如欧莱雅雪颜三重美白修护乳霜，该产品能够在夜间进一步美白修护肌肤并减少肌肤因紫外线而造成的损害。丰富的产品线。欧莱雅的产品线丰富多样，可以满足不同消费者的需求。比如，欧莱雅雪颜完美净白日霜和欧莱雅雪颜三重美白修护乳霜都是针对美白护肤的产品，它们分别在日间和夜间发挥作用，共同实现美白效果。良好的品牌形象。欧莱雅的品牌形象良好，深受消费者信赖。

3 宝洁（中国）有限公司

· 公司信息

企业状态	开业	注册资本	22403.9万美元
企业总部	广州市	行业	商务服务业
法人	许敏	统一社会信用代码	914401016184092708
企业类型	有限责任公司(港澳台法人独资)	成立时间	1993-10-08
品牌名称	宝洁（中国）有限公司		
经营范围	企业自有资金投资;		

· 竞争优势

品牌影响力：宝洁的品牌影响力是其最大的竞争优势之一。宝洁通过长期的品牌建设，使其旗下品牌在消费者心中树立了良好的形象。例如，SK-II以其独特的PITERA成分和神仙水等明星产品，在全球范围内享有盛誉。技术创新。宝洁在产品创新方面进行了大量的投入，建立了先进的研发中心和实验室，不断推出具有创新意义的产品。例如，OLAY的抗糖小白瓶系列，就是针对消费者需求推出的颠覆性产品，从传统的变白转向褪黄，满足了消费者对抗糖化肌肤需求的转变。市场营销能力。宝洁在市场营销方面的策略也值得关注。宝洁通过多渠道销售策略，包括线上线下同步销售，有效地扩大了其市场覆盖范围。

[26] 1: <https://www.163.c...> 2: <https://m.thepape...> 3: <https://business.s...> 4: 青眼、澎湃新闻、网易

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。

业务合作

会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，提供PC及移动端，方便触达平台内容

定制报告/词条

行企研究多模态搜索引擎及数据库，募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行现状梳理和趋势洞察，输出全局观深度研究报告

招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产业，内容可授权引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评估和证明，助力企业价值提升及品牌影响力传播

云实习课程

依托完善行业研究体系，帮助学生掌握行业研究能力，丰富简历履历



业务热线

袁先生：15999806788

李先生：13080197867