



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。

美白精华行业研究：需求旺盛，植萃美白成分受消费者青睐 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

词条目录

<h3>行业定义</h3> <p>美白精华是一种以水为基质，添加了高浓度活性成分...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>按照功能的分类方式，美白精华行业可以分为如下类...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>美白精华行业特征包括科学赋能与技术创新；消费者...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>美白精华行业目前已达到 3个 阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>美白精华行业规模暂无评级报告</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>美白精华行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 本文介绍了美白精华护肤品的主要功效和成分，以及美白精华行业市场规模的历史变化和未来趋势。随着消费者对美白产品的需求不断上升，品牌商开始依托科学研究和技术创新来满足市场需求。消费者对美白产品的关注度持续上升，不仅对面部精华有高度需求，其他护肤品类也深受喜爱。随着消费者对美白产品成分要求的提高，天然植萃成分因其高效安全及提升使用者满意度而备受青睐。未来，环境污染与紫外线增强导致肌肤色素沉着问题受关注，美白抗衰需求迫切。

美白精华行业定义^[1]

美白精华是一种以水为基质，添加了高浓度活性成分的护肤品，其主要功效包括美白、保湿、抗老和修护等。美白精华通过抑制皮肤黑色素的生成，并促进黑色素的代谢和减少沉淀，从而达到美白效果。具体来说，美白精华中的有效成分可以抑制酪氨酸酶的活性，因为酪氨酸酶是黑色素生成的关键酶。此外，美白精华中常见的美白成分包括维生素C及其衍生物、熊果苷、光甘草定、烟酰胺、传明酸等。这些成分能够减少肌底色素的产生，促进色素被更快地代谢，从而起到提亮肤色、改善或预防皮肤黯淡、发黄等效果。

[1] 1: <http://www.legald...> | 2: <https://dxy.com/ar...> | 3: 法治网、丁香医生

美白精华行业分类^[2]

按照功能的分类方式，美白精华行业可以分为如下类别：

美白精华行业基于功能的分类



[2] 1: <https://mp.weixin...> | 2: <https://www.dsb.c...> | 3: 电商报、二手信息

美白精华行业特征^[3]

美白精华行业特征包括科学赋能与技术创新；消费者需求多样化与个性化；市场扩容与品牌竞争加剧等三个特征。

1 科学赋能与技术创新

随着消费者对美白产品的需求不断上升，品牌商开始依托科学研究和技术创新来满足市场需求。例如，肌肤未来通过“377脱色弹技术”和“CMF377独家专利超效美白技术”等专属专利技术，提升了美白产品的效果和安全性。此外，精细化美白趋势促进了原料端有效美白成分的开发，美白成分创新成为品牌在美白赛道的重要突破口。

2 消费者需求多样化与个性化

消费者对美白产品的关注度持续上升，不仅对面部精华有高度需求，水乳、面霜、面膜、护理套装等其他护肤品类也深受喜爱。这表明消费者对美白产品的需求愈发多样化和个性化，品牌需要提供更全面的产品线以满足不同消费者的需求。

3 市场扩容与品牌竞争加剧

近年来，美白精华赛道受到功效护肤概念普及的推动而持续扩容。随着消费回暖和供给发力，行业中长期发展依旧向好。同时，由于市场前景良好，参与品牌必须调整市场战略，发挥自身优势，在市场上占据一席之地。这表明美白精华行业的市场竞争将愈发激烈，品牌之间的竞争将更加注重产品的创新性和差异化策略。

[3] 1: <https://www.199it.com/> | 2: 新华网、TMIC

美白精华发展历程^[4]

美白精华行业的发展历程经历了从萌芽到成熟的演变。萌芽期，美白产品主要通过遮盖、剥脱等手段达到效果，但刺激性较大。随着国际品牌进入，功能逐渐转向淡化斑点和抑制黑色素。进入发展期，科技进步推动产品向科学化、精细化发展，珍稀植萃成分受到关注，如松茸提取物和光甘草定。同时，监管加强，未获批准的美白产品不得生产或进口。成熟期，美白精华成为消费者关注热点，产品线丰富，且随着健康意识提升，美白产品进入科学可持续时代，消费者更注重根源美白和科学复配效果。

萌芽期 · 1970~2000

美白产品的研发和应用还处于初级阶段，主要依靠遮盖、剥脱等强力手段来达到美白效果，这些方法往往对皮肤有较大的刺激和伤害。20世纪后期，雅诗兰黛、SK-II、兰蔻和植村秀等国际著名化妆品品牌的美白产品相继进入中国，功能多为淡化斑点、抑制麦拉宁黑色素的产生。

前期产品主要依赖遮盖、剥脱等强效手段，对皮肤刺激大；20世纪后期，国际品牌进入中国市场，以淡化斑点、抑制黑色素产生为主。

高速发展期 · 2001~2019

进入21世纪后，随着科技的进步和消费者对护肤需求的提升，美白产品开始向科学化、精细化方向发展。2006年，萃雅公司科研人员发现松茸提取物在酪氨酸酶活性抑制方面优于传统美白剂熊果苷。2007年，谷雨成立了护肤实验室，专注于珍稀植萃提取及功效研究，这个实验室的成立标志着谷雨

品牌开始深入研究中医药典籍和植物库中的成分，特别是以光甘草定作为其产品的核心成分。自2015年6月30日起，未取得特殊用途化妆品批准文号的美白类化妆品，一律不得生产或进口。科技进步与消费者需求提升推动产品科学化、精细化；品牌注重珍稀植萃提取与功效研究，如松茸提取物、光甘草定等；监管加强，未获批准文号的美白产品不得生产或进口。

成熟期 · 2016~2024

2019年，微博热点针对全年消费者关注的精华功效的热点统计发现，“美白”精华热度指数为23.62，仅次于保湿和修复精华。截至2021年3月14日，通过线上调查淘宝天猫网站国际品牌和国产品牌，发现在售美白化妆品系列套装共有8,830个，其中，美白面膜6,805个，美白精华6,579个，美白霜8,283个，美白祛斑霜4,927个，美白沐浴露1,659个，美白身体乳1,889个。近年来，随着健康意识的普及，美白产品已经进入了科学可持续4.0时代，消费者对美白成分的关注不再仅仅局限于浓度，而是更加注重根源美白和科学复配的效果。

美白精华成为消费者关注热点，产品线丰富，涵盖多种美白产品；健康意识提升，美白进入科学可持续时代，消费者注重根源美白和科学复配效果。

[4] 1: 论文《美白化妆品普遍...

[13]

美白精华产业链分析

美白精华行业产业链上游为原材料提供环节；产业链中游为环节；产业链下游为美白精华销售和应用环节。

[7]

美白精华行业产业链主要有以下核心研究观点：^[7]

美白精华原料市场持续繁荣，光甘草定、烟酰胺、熊果苷等成分因其显著的美白效果备受青睐，但部分产品使用时需关注安全浓度与个体皮肤耐受性。美白精华原料市场展现出蓬勃生机，光甘草定备案数从2021年上半年的18个猛增到2022年上半年的414个，增长率高达2,300%，凸显其市场潜力。同时，烟酰胺因其出色的美白机制受到消费者喜爱，其添加量在知名美白精华产品如OLAY、SK-II中常达5%及以上，但需注意，烟酰胺的使用浓度一般需达到2%以上才显著有效，且个体皮肤耐受性需特别关注。此外，熊果苷作为另一热门美白成分，其 α 型对酪氨酸酶活性的抑制力比 β 型强10-15倍，效果显著。然而，尽管熊果苷的安全性得到认可，但欧盟SCCS仍指出其安全浓度的不确定性，因此在使用含有熊果苷的护肤品时需谨慎。

天然植萃美白成分深受消费者青睐，市场需求增长迅速，成为美白精华市场的重要趋势。消费者对天然植萃美白成分的偏好显著，美丽修行数据显示，备案产品中植萃美白成分占比高达42.1%。其中，光甘草定、熊果苷等天然成分因其温和高效的特性受到青睐。例如，光甘草定能够显著抑制黑色素生成，其市场需求量不断攀升。

同时，植物提取类和维C等衍生物在美白产品中的应用比例有望进一步提升，如维生素C乙基醚作为美白剂中的佼佼者，全球市场需求量占比约44%。这些数据充分证明了天然植萃美白成分在市场上的重要地位和增长潜力。

美白市场需求旺盛，尤其在中国，女性是美白市场的主力军，同时男性消费者占比也在上升，面部精华产品最受欢迎。在中国、马来西亚、菲律宾和南韩，至少40%的女性使用美白产品，而在中国，20至50岁的女性中超过80%有美白需求。此外，男性消费者占比稳步上升，尤其在祛痘印和改善肤色不均方面需求显著。2023年，美白关注度持续上升，面部精华产品以61%的占比成为最受欢迎的美白产品。消费者主要为18-34岁的一二线城市女性，重视提亮肤色的效果。^[7]

上 产业链上游

生产制造端

原材料供应商

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

美白精华原料以天然材料为主，如甘草、百合等，其成分如光甘草定等具有显著美白效果。美白精华原料供应商致力于提供多种高效美白成分，如维生素C、熊果素、烟酰胺和光甘草定等，以及乳化剂、稳定剂等辅助原料。美白精华的主要成分大多来自甘草、百合、天山雪莲等天然材料，这些材料需要经过清洗、干燥等预处理步骤，美白效果显著。例如，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。甘草被尊称为“国老”，从有文字记载的历史算起，甘草入药已有四千多年的历史，始载于公元前200年的古书《尔雅》中。据美丽修行BEBD大数据，2021年上半年，光甘草定的备案数仅为18个，到了2022年上半年，光甘草定的备案数暴涨，同比增长2,300%。

烟酰胺、熊果苷等美白成分备受关注，具有显著的美白效果。然而，使用时需注意浓度和个体皮肤的耐受性。除了光甘草定，烟酰胺、熊果苷等也是备受消费者关注的美白成分。烟酰胺的美白机制是通过抑制黑色素颗粒的形成以及显著抑制黑素小体从黑素细胞向周围角质形成细胞的转运来实现。研究表明，烟酰胺的使用浓度一般需要达到2%以上才有较好的美白效果，而市面上一些知名的美白精华如OLAY、SK-II等，其中的烟酰胺添加量通常在5%及更高。然而，烟酰胺的使用也需要注意浓度和个体皮肤的耐受性。熊果苷是一种从杜鹃花科植物熊果叶中提取的成分，具有美白和淡化色斑的功效。熊果苷分为α型和β型，其中α-熊果苷对酪氨酸酶活性的抑制力比β型强约10-15倍，是目前效果最好的类型。熊果苷的应用极为广泛，除了在化妆品中作为美白成分外，还在制药行业中有应用，近年来

在改善葡萄酒香气等食品领域中也有一定的应用。尽管熊果苷的安全性得到了一定程度的认可，但欧盟SCCS指出无法确定其安全浓度，因此含有熊果苷的护肤品是否能放心使用仍需谨慎考虑。

中 产业链中游

品牌端

美白精华生产

中游厂商

OLAY

SK-II

谷雨

查看全部

产业链中游说明

天然植萃成分受消费者青睐，光甘草定等天然美白成分温和高效，在美白精华中的应用提升。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。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。数据显示，植物提取类和维C等衍生物在美白产品中的应用比例有望进一步提升。如维生素C乙基醚作为美白剂中的佼佼者，其全球市场需求量占比约44%。植物成分则以光甘草定、熊果苷、红景天等天然美白成分为主，其温和、高效的特征更符合中国消费者的美白诉求。如光甘草定中的三萜皂苷类成分具有显著的抗炎、抗过敏、抗病毒等作用，又能够通过抑制酪氨酸酶的活性，减少黑色素的生成，被众多化妆品公司作为美白系列产品的主要成分。

美妆日化市场逐渐复苏，品牌表现各异。2023年美妆日化市场整体呈现出复苏态势，不同品牌的表现各异。欧莱雅集团以411.8亿欧元的销售额，实现了7.6%的增长，连续三年保持两位数增长。相比之下，SK-II在中国市场遭遇重大挑战，销售额下降了34%，这一下滑主要受到日本核污水排放影响。珀莱雅则在2022年11月至2023年10月期间，在主流电商平台的销售总额超过70亿元，市场份额达到2.4%，位居美容护肤类目第二名，但第三季度部分产品销量同比下滑了25.78%和0.61%。谷雨在2023年的销售额预计达到35亿元，相比之前的22亿元有显著增长，显示出其在快手、抖音等平台的发力取得了几何级增长。相宜本草作为国货化妆品企业，年销售收入达到23亿元，核心产品销量超30万瓶。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

美白精华售卖和应用

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

美白市场主力为女性，中老年及男性消费者需求上升，市场潜力大。在中国、马来西亚、菲律宾与南韩，至少有40%的女性使用美白产品，中国的比例更高。据统计，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。

面部精华成为最受消费者欢迎的美白产品，面膜+精华、精华+面霜为热门组合。2023年，消费者对美白的关注度将继续上升，美白需求不断渗透。TMIC面部美白护肤数据显示，面部精华产品稳居首位，也是受访者们使用排行第一的美白产品，占比为61%，防晒霜和美白面膜的占比分别为59%和46%。从产品组合来看，面膜+精华、精华+面霜分别是最热门产品组合类型TOP 1和TOP 2。从美白精华消费人群来看，面部美白精华产品的消费者主要是18-34岁的一二线城市女性，这部分人群较为重视提亮肤色的美白效果。

- [5] 1: <https://mp.weixin...> | 2: <https://mp.weixin...> | 3: 皮科新产研、碧婷美妆
- [6] 1: 新华网、界面新闻、金...
- [7] 1: <https://mp.weixin...> | 2: 天猫新品创新中心
- [8] 1: <https://mp.weixin...> | 2: <https://mp.weixin...> | 3: 皮科新产研、碧婷美妆
- [9] 1: <https://zhuanlan.z...> | 2: <https://mp.weixin...> | 3: <https://www.zhihu...> | 4: 知乎、聚美丽合
- [10] 1: <https://mp.weixin...> | 2: 天猫新品创新中心
- [11] 1: <https://mp.weixin...> | 2: 二手信息
- [12] 1: 期刊《国际临床研究杂...
- [13] 1: 新华网、界面新闻、金...

美白精华行业规模

2018年—2023年，美白精华行业市场规模由196.35亿人民币元增长至351.09亿人民币元，期间年复合增长率12.33%。预计2024年—2028年，美白精华行业市场规模由445.44亿人民币元增长至652.17亿人民币元，期间年复合增长率10.00%。^[17]

美白精华行业市场规模历史变化的原因如下：^[17]

消费者对美白产品关注度持续上升，促进美白精华行业发展。随着消费者对美的追求日益增强，尤其是中青年人群，他们已成为美白精华的主要消费群体。敏感肌人群的占比也在持续增长，这反映出消费者对美白产品的关注度和需求正在不断提升。整体来看，消费者对美白产品的关注度呈上升趋势，近三年来的关注度增长已超80%。到了2023年，淘宝天猫平台上，美白祛斑功效在护肤市场的销售额占比从9.7%升至11.2%，美白祛斑产品的销售额也由2022年的147亿元增长至168亿元，涨幅达到了14%。

随着消费者对美白产品成分要求的提高，天然植萃成分因其高效安全及提升使用者满意度而备受青睐，各大品牌纷纷研发应用，以改善肌肤暗沉显黄等问题。随着科技的进步和对美白成分研究的深入，消费者对美白产品的成分要求愈发高。特别是对于天然植萃成分，消费者表现出了显著的偏好，这种偏好的背后是使用者满意度的明显提高。为了满足这一需求，愈发多的品牌开始深入研究植物成分，并将其应用于美白产品中。如谷雨深入研究发现中国人肤质更加脆弱，也更易反黑，因此创先使用中国本土植萃成分光甘草定，不仅兼顾高效与安全，且是更适合中国人肤质的美白成分。此外，资生堂在其第七代樱花瓶中运用了第四代美白精华成分4MSK与天然植萃成分-日本染井吉野樱精粹，针对肌肤所面临的暗沉显黄等问题进行改善。其他植物提取物如海百合、天山雨衣草等也被用于美白产品的研发中，这些成分能够有效抑制黑色素形成及沉淀，淡化色斑。^[17]

美白精华行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[17]

环境污染与紫外线增强导致肌肤色素沉着问题受关注，美白抗衰需求迫切。随着环境污染和紫外线照射的增加，人们愈发重视肌肤色素沉着问题，美白抗衰需求居高不下。其中，紫外线照射的增加主要是由于臭氧层遭到破坏，导致更多的紫外线到达地球表面。据研究发现，如果臭氧层中臭氧含量减少10%，地面不同地区的紫外线辐射将增加19%-22%。而目前，中国东西部地区的臭氧柱浓度总体上呈现下降趋势。在“十二五”期间，中国东部地区下降了6%，西部同期下降了9%。而在“十三五”期间，中国东部地区上升了2%，西部下降了2%。

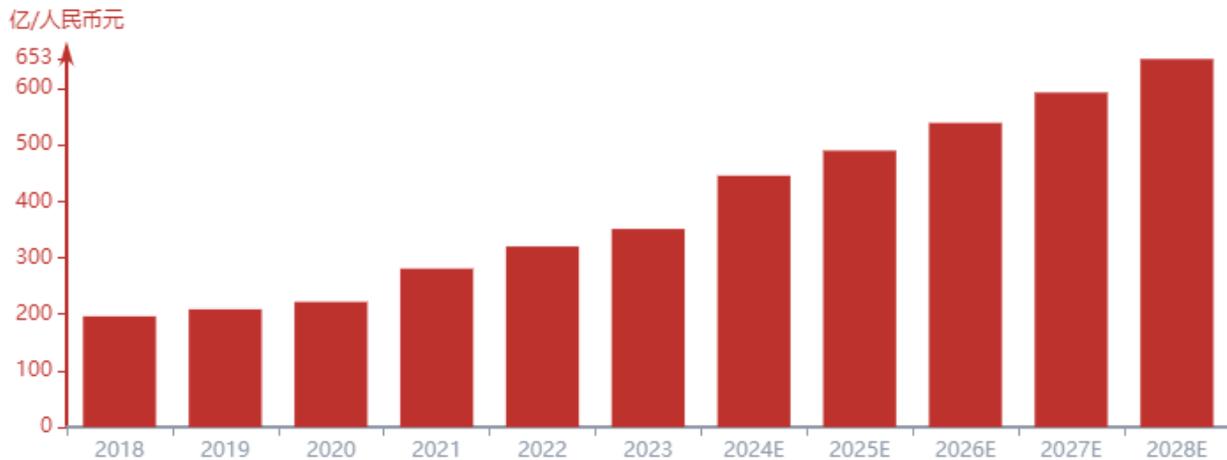
线上电商渠道的普及推动了美白护肤品市场的快速增长，美白精华作为高效护肤品类备受消费者青睐，成为品牌布局美白市场的核心品类。线上电商渠道的日益普及为美白护肤品市场带来了前所未有的增长机遇。在2022年的“618电商购物节”，天猫平台的美白类产品销售额近27亿元。其中，护肤品品类销售额占比接近80%，显示出消费者对于美白护肤品的强烈需求。而在同年的“双11”购物狂欢节中，天猫淘宝平台的美妆护肤类GMV（商品交易总额）排名第一，销售额高达344.7亿元，相较于其他类目有着明显的领先优势。其中美白精华作为与高效关联性最强的护肤品类，销售额指数位列榜首，也成为众多品牌布局美白赛道的首要 and 核心品类。^[17]

中国美白精华行业规模

美白精华行业规模



中国美白精华行业规模



数据来源：广州市锦盛生物科技有限公司、青眼情报、新华网

[14] 1: <https://www.199it...> | 2: <https://mp.weixin...> | 3: TMIC、美业颜究院

[15] 1: <https://fashion.ife...> | 2: 凤凰网

[16] 1: <http://www.reea.a...> | 2: 农业农村部农业生态与...

[17] 1: 中金在线

美白精华政策梳理^[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。在中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: <http://mpa.shando...> | 2: <https://www.ft.gov...> | 3: 政府官网

美白精华竞争格局

中国美白精华行业的竞争格局现状表现为国际大牌和国产品牌的共存与竞争，国际大牌占据更多市场份额，国产品牌竞争力日益提升。^[22]

美白精华行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有OLAY、欧莱雅、SK-II等；第二梯队公司有珀莱雅、谷雨、科颜氏等；第三梯队有相宜本草等。^[22]

美白精华行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[22]

国际品牌在美白市场占据主导地位，以高品牌知名度和销售额领跑。在消费者最喜欢的美白品牌TOP 10中，国际大牌如OLAY、科颜氏、雅诗兰黛、欧莱雅等稳居前列，其中OLAY以80%的得票率领先于其他品牌。在淘宝天猫平台，OLAY的抗糖小白瓶与淡斑小白瓶两款产品持续领跑面部美白精华排行榜。2022年，OLAY美白

系列在淘宝天猫旗舰店销售额达到19.53亿元，位列首位，而国货品牌珀莱雅紧随其后，其美白系列产品的销售额是欧莱雅的4倍。

品牌加大线上营销，运用多元策略提升知名度和销量。众多品牌纷纷加大线上营销力度，通过直播带货、社交媒体推广等方式提升品牌知名度和产品销量。例如，SK-II通过电商内容整合营销策略，巧妙运用内容营销在线上平台为新品造势；同时与天猫小黑盒紧密合作，深度推广新品，成功打破传统新品发布的信息单向传播局限，迅速占领市场，打造出多个爆款产品案例。欧莱雅则借助天猫超级品牌日，在线推广其王牌产品系列，满足消费者日常护肤的多元化需求；同时，利用抖音平台多维度短视频投放、明星KOL联合推广以及线上线下活动结合直播等方式，全方位构建产品营销链路，从宣传造势到信息传播，全方位助力产品销售。^[22]

中国美白精华行业的竞争格局预计将日益多元化与国际化，技术创新和品牌力的增强将成为行业发展的重要驱动力，而国产品牌的崛起及消费者需求的变化则将作为关键要素，共同推动这一趋势的深化发展。^[22]

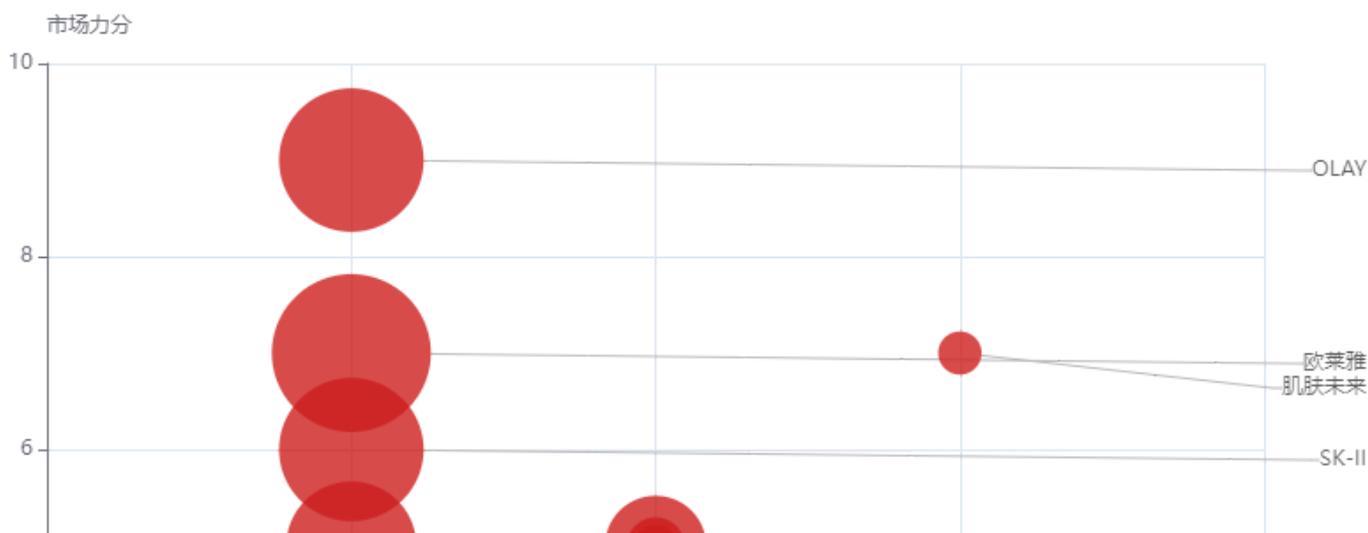
美白精华行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：^[22]

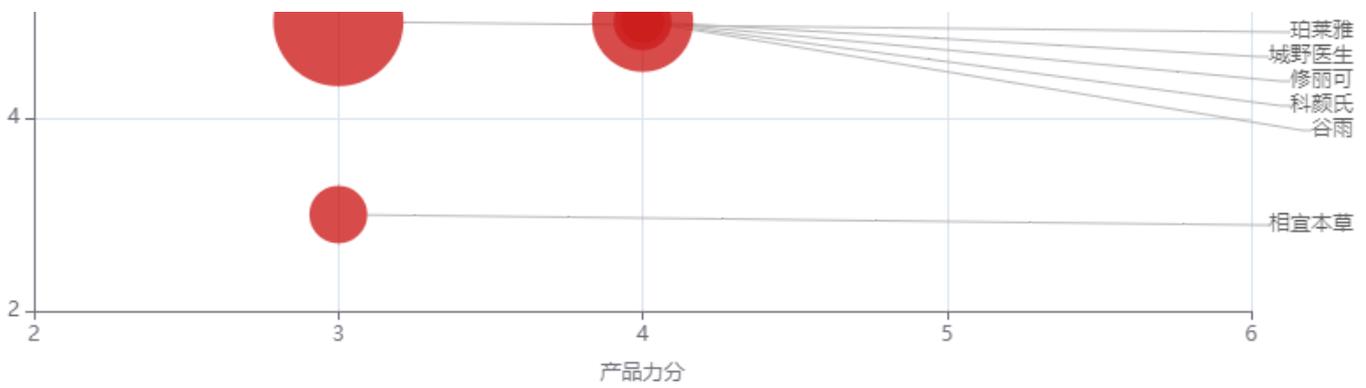
美白精华市场多样化发展，品牌为满足不同需求推出特色产品。随着消费者对美白产品的需求日益增长，不同肤质、年龄和美白需求的人群推动了美白精华产品的多样化发展。品牌为了满足这些不同需求，纷纷推出各具特色的美白精华产品。如消费者对适合国人肤质的温和高效的植萃美白精华抱有较高期待值。而谷雨通过15年的研发和6年的培育，将光甘草定的纯度提高至90%以上，还创新性地攻克了光甘草定不易溶于水和油、易变色等难题，研发出独家光甘草定纳米包裹技术、稳定促渗促吸收技术、低温溶解技术等应用技术，进一步提升了光甘草定在美白产品中的应用效果。

国货品牌通过科技创新来提升在美白市场的竞争力。国货品牌如欧诗漫、谷雨、珀莱雅、肌肤未来等开始挑战国际巨头在面部美白市场的领先地位，强力改变美白精华产品的市场格局。如欧诗漫通过其研发的“多靶点珍珠美白多肽Ligfactor-p”，这一成分凭借其创新性、安全性、稳定性获得了荣格技术创新奖的认可。此外，欧诗漫还从珍珠中提取了1,437种多肽，发现了10种具有美白功效的高活性多肽，进一步丰富了其产品线。肌肤未来则是创造了“377脱色弹技术”“CMF377独家专利超效美白技术”等专属专利技术，这些科技创新不仅提升了产品的功效，也成为了品牌竞争力的一部分。^[22]

气泡大小表示：品牌力(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: 界面新闻

[20] 1: 抖音电商观察

[21] 1: 人民网

[22] 1: 青眼

[23] 1: 淘宝

[24] 1: 淘宝、京东

[25] 1: 淘宝、美业颜究院

美白精华代表企业分析^[26]

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	39682.3165万人民币
企业总部	杭州市	行业	化学原料和化学制品制造业
法人	侯军呈	统一社会信用代码	91330100789665033F
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	2006-05-24
品牌名称	珀莱雅化妆品股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	一般项目：化妆品批发；化妆品零售；个人卫生用品销售；消毒剂销售（不含危险化学品）... 查看更多		

· 财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
销售现金流/营业收入	1.13	1.14	1.15	1.17	1.1	1.01	1.04	1.11	1.11
资产负债率(%)	81.1774	70.4537	62.6834	36.6842	40.6194	30.5202	31.7585	37.6903	38.7819
营业总收入同比增长(%)	21.6969	-5.4532	-1.3273	9.8348	32.4291	32.2826	20.1333	23.4721	37.8209
归属净利润同比增长(%)	-11.2147	-9.1435	6.8684	30.7004	43.0324	36.7331	21.2201	21.031	41.8804
应收账款周转天数(天)	4.8028	14.4779	18.694	11.9806	9.9878	16.5599	23.1831	16.4534	6.7875
流动比率	0.6162	0.7209	0.8146	1.9202	1.7618	2.1878	2.0739	3.0818	2.9042
每股经营现金流(元)	2.0605	1.08	0.89	1.6711	2.5472	1.1724	1.6485	4.1275	3.9191
毛利率(%)	63.2577	63.8602	61.9581	61.7346	64.026	63.9646	63.5549	66.4557	69.6991
流动负债/总负债(%)	96.5072	94.8191	94.6217	90.3368	89.0616	96.1534	97.7871	58.6978	63.723
速动比率	0.4587	0.504	0.4487	1.5077	1.5129	1.7547	1.659	2.6448	2.4356
摊薄总资产收益率(%)	12.1956	10.3857	10.6703	10.5505	11.101	12.5481	13.6515	13.4718	15.9691
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	116.9643	50.2363	54.6172	38.6954	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	111.3462	139.2988	120.155	-	-	-

加权净资产收益率(%)	-	43.08	31.76	27.93	18.28	21.24	21.82	22.25	-
基本每股收益(元)	1.05	1.1	1.02	1.3	1.44	1.96	2.37	2.87	2.9
净利率(%)	9.0924	8.7375	9.4632	11.2609	12.1385	11.7293	12.0353	12.0232	13.0184
总资产周转率(次)	1.3413	1.1886	1.1276	0.9369	0.9145	1.0698	1.1343	1.1205	1.2267
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-	343.7727	104.188	99.4424	129.1076	-	-	-
每股公积金(元)	1.5851	0.8912	0.8912	3.9065	4.0465	4.1504	4.1619	4.1504	3.2266
存货周转天数(天)	109.0013	106.3358	114.148	105.4327	89.078	87.3829	102.966	106.1571	103.9141
营业总收入(元)	17.40亿	16.80亿	16.23亿	17.83亿	23.61亿	31.24亿	37.52亿	46.33亿	63.85亿
每股未分配利润(元)	0.3153	0.7527	1.6534	2.1443	3.1508	4.5134	6.2932	8.4423	8.1137
稀释每股收益(元)	1.05	1.1	1.02	1.3	1.43	1.96	2.37	2.81	2.87
归属净利润(元)	1.58亿	1.64亿	1.54亿	2.01亿	2.87亿	3.93亿	4.76亿	5.76亿	8.17亿
扣非每股收益(元)	-	0.73	0.89	1.2	1.39	1.93	2.34	2.83	-
经营现金流/营业收入	2.0605	1.08	0.89	1.6711	2.5472	1.1724	1.6485	4.1275	3.9191

· 竞争优势

首先，珀莱雅产品含有烟酰胺和维生素C等成分，具有美白、抗氧化、抗炎等多重功效，帮助肌肤抵抗自由基侵害，提亮肤色。其次，珀莱雅通过差异化定位和CP组合打出知名度，以及大促前上新蓄水、大促实现收割的策略，升级迭代助力持续增长。最后，珀莱雅不断强化主品牌竞争力，通过大单品与内容营销的双重驱动，量价齐升带动主营产品规模增长。

2 广州谷雨生物科技有限公司

· 公司信息

企业状态	开业	注册资本	3000万人民币
企业总部	广州市	行业	研究和试验发展
法人	林雨汀	统一社会信用代码	91440101MA5CKR448Y
企业类型	有限责任公司(法人独资)	成立时间	2018-12-26

品牌名称	广州谷雨生物科技有限公司
经营范围	医用口罩零售;日用口罩（非医用）销售;医用口罩批发;日用品销售;日用品批发;信息咨询服... 查看更多

· 竞争优势

首先，谷雨坚持自主研发，建立了从原料到配方、功效评价到生产的全产业链研发壁垒，展现了其在美白研究上的实力和领先地位。其次，谷雨采用光甘草定作为主打成分，这一成分不仅被证明对美白有显著效果，而且谷雨还拥有高纯度提纯专利，有效提升了光甘草定的提取率至90%，使其美白效果更加出众。最后，谷雨深耕于适合中国人肤质的美白产品开发，通过深入研究中国人的美白需求，结合现代科技力量，推出了多款受到消费者好评的美白产品，如美白奶罐、光感水等。

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

首先，宝洁拥有强大的研发实力和深厚的产品创新基础。作为全球最大的护肤品牌之一，OLAY（宝洁旗下）推出的抗糖小白瓶精华，添加了专研成分革糖素和99.7%高精纯烟酰胺，有效减少糖化产物，同时含有VC、VE衍生物双重抗氧化，持有美白特证和提亮美白专利。其次，宝洁深耕烟酰胺20年，其基础研发能力强劲，已经成功占领美白精华消费者心智。此外，宝洁针对不同市场和消费者需求进行产品创新和升级，如OLAY新生塑颜臻粹修护精华露就是专门针对中国人的肤质需求而研发的。

[26] 1: 企业官网

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