

2024年

中国透明质酸化妆品行业概览报告：消费者对化妆品安全与功效的关注度渐升

2024 China Hyaluronic Acid Cosmetic Industry

2024年中国ヒアルロン酸化粧品産業

报告标签：透明质酸、玻尿酸、化妆品

主笔人：钟琪

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。

团队介绍



郝世超
首席分析师
lamber.hao@Leadleo.com



钟琪
行业分析师
qi.zhong@Leadleo.com

头豹研究院

咨询/合作

网址: www.leadleo.com

电话: 13080197867 (李先生)

电话: 18621660149 (郝先生)

深圳市华润置地大厦E座4105室

摘要

随着化妆品制造产业革新持续深化，企业研发能力持续增强，消费者对化妆品安全性与功效性的关注度也日渐提升。基于此背景，透明质酸化妆品备受消费者关注。未来，在品牌教育及消费升级的双向推动下，透明质酸化妆品市场有望持续增长。经测算，2019-2023年中国透明质酸化妆品的行业规模实现从189.6亿元到281.3亿元的增长，预计2024-2028年中国透明质酸化妆品行业的规模将从309.9亿元增至453.9亿元。

■ 透明质酸良好特性基于其独特的分子结构，在化妆品的应用利于皮肤保持光泽和润滑性

从化学结构看，透明质酸的多糖苷键有相当的坚牢度，在水溶液中能形成粘弹性网络组织，能支撑的水化容积较大，与皮肤亲和性好，能够软化真皮的角蛋白和减少皮肤表面弹性蛋白质分子间的交联度，从而实现保湿、增稠、抗菌消炎等功效。

■ 下游渠道与消费者需求的精准匹配是透明质酸化妆品行业持续发展的核心驱动力

渠道是化妆品产业链下游的关键环节，化妆品渠道形式与市场需求的同步或错位将决定整体产业的增长速度和发展程度。化妆品渠道革新不断推进，形式趋于细分具体化，消费者的多元化需求得到满足，国产化妆品品牌迎来更广阔的发展空间。

■ 银发经济规模化、标准化、集群化、品牌化发展加快，政策催化化妆品潜力产业增长

为积极应对人口老龄化，培育经济发展新动能，国务院发文指出要发展银发经济。银发经济是向老年人提供产品或服务，以及为老龄阶段做准备等一系列经济活动的总和。透明质酸化妆品行业兴起得益于消费结构升级与原料技术创新，政策出台显著影响其供需。

目录

- ◆ 中国透明质酸化妆品行业概述
 - 透明质酸化妆品的定义
 - 透明质酸在化妆品的应用
 - 发展历程
 - 行业政策
- ◆ 中国透明质酸化妆品市场规模
 - 市场规模综述
 - 影响因素分析
 - 发展趋势
- ◆ 中国透明质酸化妆品产业链
 - 产业链图谱
 - 上游分析
 - 中游分析
 - 下游分析
- ◆ 中国透明质酸化妆品行业竞争格局
 - 竞争格局综述
- ◆ 中国透明质酸化妆品行业企业介绍
 - 福瑞达
 - 华熙生物
- ◆ 方法论
- ◆ 法律声明

CONTENTS

- ◆ **Overview of China's Hyaluronic Acid Cosmetic Industry**
 - Conceptualization of Hyaluronic Acid Cosmetic
 - Hyaluronic Acid in Cosmetics
 - Development
 - Policy
- ◆ **Market Size of China's Hyaluronic Acid Cosmetic Industry**
 - Overview of Market Size
 - Analysis of Influencing Factors
 - Growing Trend
- ◆ **Industry Chain of China's Hyaluronic Acid Cosmetic Industry**
 - Industry Chain Mapping
 - Upstream Analysis
 - Midstream Analysis
 - Downstream Analysis
- ◆ **Competitive Landscape of China's Hyaluronic Acid Cosmetic Industry**
 - Overview of Competitive Landscape
- ◆ **China Hyaluronic Acid Cosmetic Industry Company Profile**
 - FRED A
 - BLOOMAGE BIOTECH
- ◆ **Methodology**
- ◆ **Legal Statement**

Chapter 1

中国透明质酸化妆品行业概述

- 透明质酸化妆品的定义
- 透明质酸在化妆品的应用
- 透明质酸化妆品行业发展历程
- 透明质酸化妆品行业政策

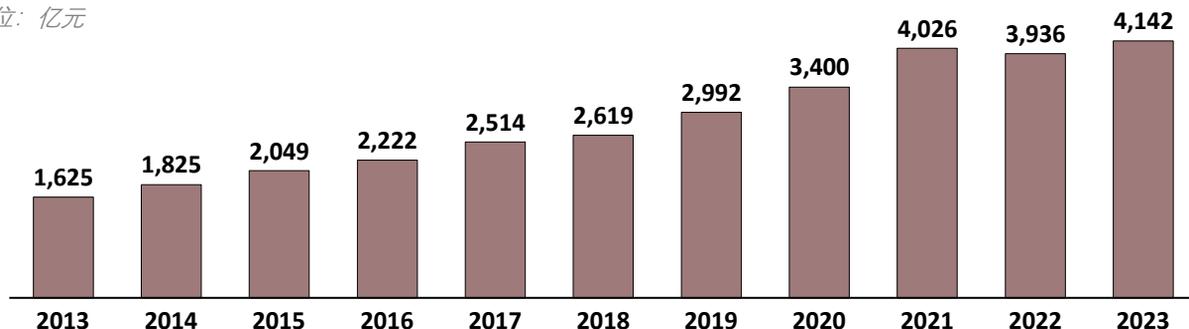


透明质酸化妆品的定义

国内化妆品监管体系精细，透明质酸化妆品属于其细分类别，中国化妆品市场拥有相对庞大且坚实的规模基础

中国限额以上企业商品零售总额累计值：化妆品类，2013-2023

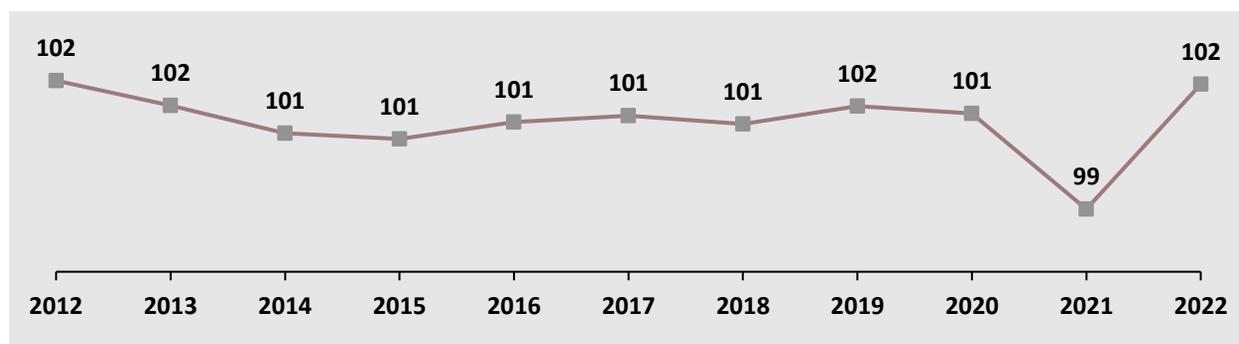
单位：亿元



- **化妆品监管分类明确，透明质酸化妆品属于其细分赛道。**根据《化妆品监管条例》，化妆品指以涂擦、喷洒或者其他类似方法，适用于皮肤、毛发、指甲、口唇等人体表面，以清洁、保护、美化、修饰为目的的日用化学工业产品。国家按照风险程度对化妆品、化妆品原料实行分类管理。化妆品分为特殊化妆品和普通化妆品，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是特殊化妆品，国家对特殊化妆品实行注册管理，对普通化妆品实行备案管理；化妆品原料分为新原料和已使用的原料，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。透明质酸属于已使用的化妆品原料，以其为主要成分的特殊化妆品就是本文关注的透明质酸化妆品。
- **外部干扰中断国内化妆品市场量价并进的态势，但规模基础相对扎实。**数据显示，2023年中国限额以上企业的化妆品零售总额（按每年12月累计值计）达到4,142亿元，十年间的复合增长率为9.81%；2022年中国化妆品RPI指数达到102点，重回2012年以来的高位。经济蓬勃发展与消费升级驱动化妆品市场稳步增长，中国已成为全球最大的化妆品生产国和消费国之一，市场规模及其增速位居世界前列。但近年来受外部环境的多重干扰，市场经历了显著的量价双降，目前正处于深度的调整期。尽管市场承压前行，但消费者对化妆品的需求仍然旺盛，化妆品消费增长具有韧性。

中国化妆品RPI指数，2012-2022

单位：上年=100



来源：国家统计局

透明质酸在化妆品的应用

透明质酸及其钠盐、钾盐作为化妆品原料的安全性已经多项试验验证并获得权威认可，透明质酸护肤品能使皮肤保持光泽和润滑性

透明质酸与化妆品相关的药理研究

试验项目	浓度	效果说明
对DPPH自由基的消除	1mg/mL	消除率：54.2%
对羟基自由基的消除	1mg/mL	消除率：63.5%
对人角质形成细胞增殖的促进	5mg/kg	促进率：38%
皮肤水分散失的防止	0.25%	抑制率：78.8%
对药效成分经皮渗透的促进	2%	促进率：26.0%
对由地萘酚引起皮炎的抑制	10mg/mL	抑制率：39%±1.6%
在相对湿度33%时的吸湿度	10%水溶液	吸湿率：108.1%

- 独特的分子结构赋予良好特性，透明质酸的保湿性最为突出。透明质酸是以N-乙酰基葡萄糖胺和葡萄糖醛酸结合双糖为一单元而聚合的直链型动物杂多糖。从药理研究看，相关试验项目共7项，国家药监局与CTFA都将透明质酸及其钠盐、钾盐作为化妆品原料，未见其外用不安全的报道。从化学结构看，透明质酸的多糖苷键有相当的坚牢度，在水溶液中能形成粘弹性网络组织，能支撑的水化容积较大，与皮肤亲和性好，在护肤品中使用有利于皮肤保持光泽和润滑性，能够软化真皮的角蛋白和减少皮肤表面弹性蛋白分子间的交联度，从而实现保湿、增稠、抗菌消炎等功效。透明质酸在护肤品中的常见用量为0.001%。

透明质酸在化妆品的功效应用

保湿 透明质酸应用于化妆品发挥的主要功效，该性能受周围环境的影响较小和保湿时间长。透明质酸经常和其它保湿剂配合使用。	润滑 透明质酸是多糖，成膜性较强。使用含有透明质酸的化妆品，能在皮肤表面形成水化膜，使皮肤产生润滑感。	增稠 透明质酸溶液黏度高，与聚氧乙烯配合使用是良好的增稠剂，可用于膏霜乳液、啫喱等化妆品，尤其适合用半透明粘弹性啫喱。	香精固定 透明质酸对物质有分子囊状包围用的特点，可用作固定剂与香精的结合，适用香水等化妆品。
营养 透明质酸可直接渗透到真皮层，促进皮肤组织代谢，传递营养成分，达到营养物质的有效供给。常见应用含面膜、洗面奶等。	抗菌消炎 透明质酸形成的水化膜可将细菌隔开，实现消炎效果；透明质酸与蛋白质的复合物可避免有害物质侵入细胞，防止感染发生。	防晒 紫外线照射会导致脂质过氧化，还会减少细胞外自由基的进出。含有透明质酸的化妆品能促进细胞分化，防晒结合透明质酸能增效。	修复 当皮肤有溃疡和轻度灼伤时，涂抹含有透明质酸的产品可缓解疼痛，加速伤口愈合，减少疤痕的发生。

来源：CNKI《化妆品天然成分原料介绍（X XI X）》、《透明质酸在化妆品中的应用研究进展》

透明质酸化妆品行业发展历程

透明质酸制取技术的革新是推动行业发展的核心引擎，我国作为透明质酸原料供应商的竞争地位逐渐凸显，相关产业链布局持续深化，行业当前处于快速发展期

透明质酸化妆品行业发展历程



- 欲获取高清图表或完整报告：请登录 www.leadleo.com
- 欲进行品牌植入、数据商用、报告调研等咨询或业务需求，欢迎致电：13080197867（李先生）、18621660149（郝先生）

透明质酸制取技术的突破是行业发展的关键转折点。发达国家在原料制取方面率先取得进展，下游化妆品应用市场增长快于国内。待透明质酸在国内实现量产，化妆品产品线日渐丰富，行业扩张速度较快。后续，透明质酸化妆品成为首批被赋予国潮标签的产品，品牌价值快速攀升。具体来看：

- **萌芽期：**透明质酸的提取主要依赖于动物组织提取法，该方法的局限性使透明质酸的产量受到极大的限制，在医药领域的应用先于化妆品。并且，发达国家的透明质酸化妆品市场先行，中国市场受限于技术落后和认知不足，行业发展缓慢。
- **启动期：**进入2000年后，国内透明质酸提取技术取得重大突破，制备效率大大提升。随着透明质酸实现量产，化妆品产品线日趋丰富。
- **高速发展期：**2018年，行业迎来快速增长期。以“故宫口红”诞生为国潮兴起的标志，透明质酸化妆品受其带动，消费者认可度大大提高，业内产品价值跃升。随着市场需求持续扩大，行业增长动力强劲，化妆品成为透明质酸重要的下游市场。

来源：弗若斯特沙利文、澎湃网、CNKI、华熙生物招股书

透明质酸化妆品行业政策

中国化妆品法规监管体系已初步建成，叠加透明质酸的政策关注度持续提升，预计行业将面临更为严格与精细的监管

中国透明质酸化妆品行业相关政策

政策名称	日期	主要内容
原料选择		
《化妆品新原料判定研究技术指导原则》	2023-01-19	详细阐述了新原料的判定原则、新原料的分类原则（原料的组成、来源属性、制备工艺、实际功能四个方面）
《关于医用透明质酸钠产品管理类别的公告》	2022-11-14	目前透明质酸钠（玻璃酸钠）产品除了在药品、医疗器械应用外，还常用于化妆品、食品等领域，部分产品用途介于药品、医疗器械、化妆品边缘。为更好地指导相关产品管理属性和类别判定，公告增加了涉及透明质酸钠的边缘产品、药械组合产品管理属性界定原则以及相关医疗器械产品分类原则，明确了相关产品的管理属性和管理类别
《化妆品安全技术规范》	2022-03-31	沿用2015年版的基本框架，对每一章节进行部分修订
《化妆品原料安全信息填报技术指南》	2021-12-31	从企业信息、原料分类和关键特征勾选、原料安全信息填报、原料报送码生成、原料安全性信息的使用五方面提供了化妆品原料安全信息填报式样
《已使用化妆品原料目录》	2021-05-01	收录我国境内生产、销售的8,972种化妆品已使用原料，包括其中文名称、INCI名称/英文名称、淋洗类产品最高历史使用量、驻留类产品最高历史使用量及其他备注说明
产品开发		
《关于优化普通化妆品备案检验管理措施事宜的公告》	2023-01-18	在保证产品安全性的条件下，在具备相应检验能力按照相关要求，可提交备案人或者受托生产企业的自检报告；实验室需建立完备的检验和管理制度，配备相应人员
《化妆品检验机构资质认定条件》	2022-08-11	包括总则、组织机构、管理体系、检验能力、人员、设施和环境、仪器设备、附图
《化妆品注册备案管理办法》	2021-05-01	对产品和新原料注册、备案及其监督管理活动做出了明确的规定
《化妆品功效宣称评价规范》	2021-05-01	规范化妆品功效评价工作，评价方法主要有人体功效评价实验、消费者评价测试、实验室试验、文献资料或研究数据来进行评估，结合《化妆品分类规则和分类目录》的功效宣称词，介绍了功效宣称评价项目要求；对于多色号彩妆产品采取等效评价原则，同时提供了功效摘要模板
《化妆品注册和备案检验工作规范》	2019-09-10	规范化妆品注册、备案相关的微生物与理化检验、毒理学试验和人体安全性与功效评价等检测工作

来源：CNKI《浅析新法规下化妆品的“生命周期”》、中国政府网

Chapter 2

中国透明质酸化妆品市场规模

- 中国透明质酸化妆品市场规模综述
- 中国透明质酸化妆品市场规模影响因素
- 中国透明质酸化妆品市场发展趋势



透明质酸化妆品市场规模综述

受益于消费升级，中国透明质酸化妆品市场规模呈现稳步增长的趋势，水乳与精华是重要组成部分

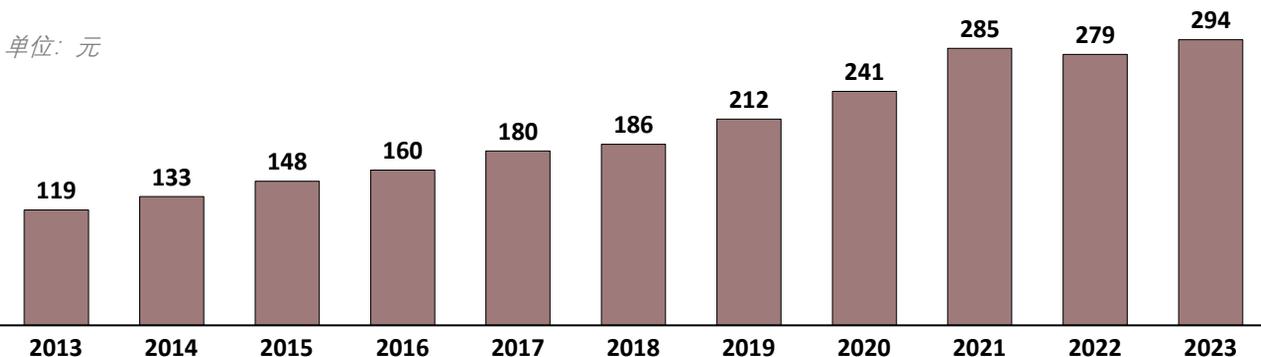
中国透明质酸化妆品行业市场规模及预测，2019-2028E



- 欲获取高清图表或完整报告：请登录 www.leadleo.com
- 欲进行品牌植入、数据商用、报告调研等咨询或业务需求，欢迎致电：13080197867（李先生）、18621660149（郝先生）

- 市场规模稳健扩张，水乳与精华化妆品表现突出。经测算，2019-2023年中国透明质酸化妆品的行业规模实现从189.60亿元到281.30亿元的增长，预计2024-2028年中国透明质酸化妆品行业的规模将从309.93亿元增至453.91亿元。其中，2023年中国透明质酸化妆品水乳类规模达到147.27亿元，占据整体的比重为52.4%；中国透明质酸化妆品精华规模为107.16亿元，占比38.1%；中国透明质酸化妆品面膜规模为25.20亿元，占比9.0%；中国透明质酸化妆品面霜规模为1.68亿元，占比0.6%。
- 消费升级是行业规模增长的核心驱动力。行业产品是化妆品的细分品类，按照每年中国化妆品零售额与人口总数估算，2013-2023年中国居民人均化妆品消费支出实现从118.84元至293.83元的增长。随着居民生活水平的提高，美容护肤理念逐渐增强，公众的化妆品需求也由最基本的生理与健康需求升级至自我价值的实现。这一转变具体表现为消费需求逐步进阶，消费者更加关注化妆品的功效，驱动整体规模持续提升。

中国居民人均化妆品消费支出，2013-2023



来源：国家统计局、国家药监局、CNKI、WIND、头豹研究院

发展趋势：银发经济兴起，透明质酸化妆品前景可期

化妆品原料的研发是银发经济政策关注的重点支持领域之一，企业有望获得更多机遇，助于推动透明质酸化妆品行业的创新和发展

《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》产业分析

政策要点	具体内容
强化老年用品创新	<ul style="list-style-type: none"> 加强服装面料、款式结构、辅助装置等适老化研发设计，开发功能性老年服饰、鞋帽产品 鼓励研发适合老年人咀嚼吞咽和营养要求的保健食品、特殊医学用配方食品 重点开发应用适老化日用产品和老年休闲陪护产品 完善老年用品产品推广目录，适时进行评估并动态调整 引导车辆生产企业研发符合国家技术标准、适应老年人无障碍出行需求的车型
打造智慧健康养老新业态	<ul style="list-style-type: none"> 发展健康管理类、养老监护类、心理慰藉类的智能产品 推广应用智能护理机器人、家庭服务机器人、智能防走失终端等智能设备
大力发展康复辅助器具产业	<ul style="list-style-type: none"> 发展智能轮椅、移位机、康复护理床等生活照护产品 扩大认知障碍评估训练、失禁康复训练、用药和护理提醒、睡眠障碍干预等设备供给
发展抗衰老产业	<ul style="list-style-type: none"> 深化皮肤衰老机理、人体老化模型、人体毛发健康等研究，加强基因技术、再生医学、激光射频等在抗衰老领域的研发应用 推动基因检测、分子诊断等生物技术与延缓老年病深度融合，开发老年病早期筛查产品和服务 推进化妆品原料研发、配方和生产工艺设计开发
丰富发展养老金融产品	<ul style="list-style-type: none"> 支持金融机构依法合规发展养老金融，提供养老财务规划、资金管理等服务 积极发展商业医疗保险和商业长期护理保险
推进适老化改造	<ul style="list-style-type: none"> 推进公共空间、消费场所等无障碍建设，纳入城市体检指标体系 推动老年食品、药品等的说明书和宣传材料适老化
拓展旅游服务业态	<ul style="list-style-type: none"> 完善老少同乐、家庭友好的酒店、民宿等服务设施，鼓励开发家庭同游旅游产品 拓展推广怀旧游、青春游等主题产品 发展老年旅游保险业务，鼓励扩大旅游保险覆盖面 组建覆盖全国的旅居养老产业合作平台

■ 银发经济规模化、标准化、集群化、品牌化发展加快，政策催化潜力产业增长。为积极应对人口老龄化，培育经济发展新动能，国务院正式发布《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，提出要发展银发经济。在培育潜力产业板块，政策重点关注老年用品创新、智慧健康养老、抗衰老产业、康复辅助器具、养老金融、旅游服务创新与适老化改造。在发展抗衰老产业部分，《意见》指出应推进化妆品原料研发、配方和生产工艺设计开发。

■ 行业兴起得益于消费结构升级与原料技术创新，政策出台显著影响行业供需。需求端看，受银发经济政策推动，银发人群的需求得到重视，生活质量随之提升，使得银发人群更加关注皮肤健康与美容，催生行业需求增长；供给端看，化妆品及其原料的研发是政策关注的重点之一，抗衰老产业链都将获得更多的政策支持，包括透明质酸化妆品厂商。化妆品应用研究、配方技术、质量控制、检验检测等多环节的研究技术水平有望获得显著提升，助于公司推出更多满足市场需求的新产品。

来源：中国政府网

Chapter 3

中国透明质酸化妆品产业链分析

- 中国透明质酸化妆品产业链图谱
- 中国透明质酸化妆品产业链上游分析
- 中国透明质酸化妆品产业链中游分析
- 中国透明质酸化妆品产业链下游分析



透明质酸化妆品产业链图谱

中国透明质酸化妆品产业链结构完善，上游是透明质酸原料的供应商，中游是透明质酸终端产品的制造商，下游是销售终端与消费者

中国透明质酸化妆品产业链图谱



- 欲获取高清图表或完整报告：请登录 www.leadleo.com
- 欲进行品牌植入、数据商用、报告调研等咨询或业务需求，欢迎致电：13080197867（李先生）、18621660149（郝先生）

来源：各企业官网

透明质酸化妆品行业上游：原料供应分析

化妆品产业全球化竞争日益加剧，上游厂商聚焦原料创新的研发以谋求长久发展，透明质酸属于重点研究的范畴

国内化妆品原料研究重点与方向

精细化及衍生功效原料

通过对原材料进行加工和改造得到，通常具有更稳定、更高效的功能，同时能够满足不同肤质和不同功能需求人群的化妆品产品。

天然活性原料、发酵原料

通常具有更好的生物相容性和更低的毒性，也更容易被身体吸收利用。
消费者对天然产品的需求不断增加，该类原料逐渐成为化妆品行业的重要研究方向。

医药中间体、闪释与缓释技术等

具有良好的可控性，可更好地控制化妆品原料功效的释放速度和作用时间，同时还可更好满足消费者对化妆品品质的要求。

细胞活性因子、新材料等

具有更高的生物活性和更好的修复能力，可更好满足消费者对化妆品功效的要求。

- **技术创新赋能化妆品原料发展，透明质酸天然成分优势显著。**化妆品原料企业是化妆品产业链的重要组成部分，面对化妆品产业全球化竞争的加剧，上游厂商积极投身于原料的创新研发。上游厂商致力推进化妆品原料创新。目前，国内化妆品原料的研究焦点是精细化及衍生功效原料、天然活性与发酵原料、医药中间体与细胞活性因子等。其中，透明质酸属于天然活性原料，具有生物相容性优、毒性低的特点，是化妆品原料研究的亮点之一。
- **化妆品级原料对透明质酸钠含量的要求相对低，生产标准相对医药级灵活。**以行业龙头华熙生物为例，参考不同应用级透明质酸原料的产品质量水平看，医药级的透明质酸钠含量在95%至105%的区间，滴眼液级内毒素必须低于0.5IU/mg，注射级内毒素必须低于0.05IU/mg；化妆品级的透明质酸钠含量不得低于95%，蛋白质不得高于0.05%，无内毒素控制。参考原料销售均价，化妆品级价格低于医药级但高于食品级。从透明质酸钠含量、内毒素和蛋白质控制等质量标准看，化妆品级相对医药级更加宽松，价格水平相对更低，主要系医药级需要满足严格的药械标准，化妆品级只需满足必备的纯度和稳定性要求。

各级别透明质酸原料的质量要求



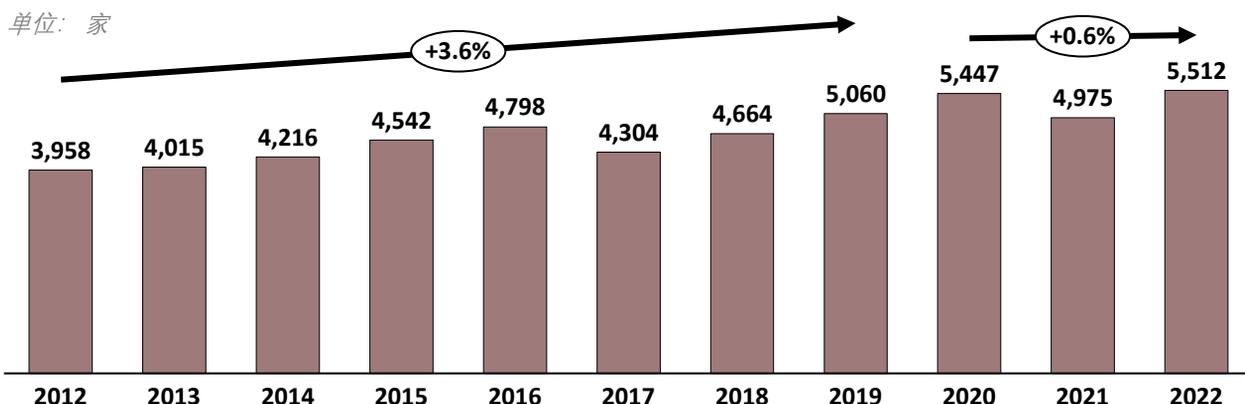
- **欲获取高清图表或完整报告：请登录 www.leadleo.com**
- **欲进行品牌植入、数据商用、报告调研等咨询或业务需求，欢迎致电：13080197867（李先生）、18621660149（郝先生）**

来源：CNKI《化妆品原料的应用及其发展趋势》、华熙生物招股书

透明质酸化妆品行业中游：企业分析

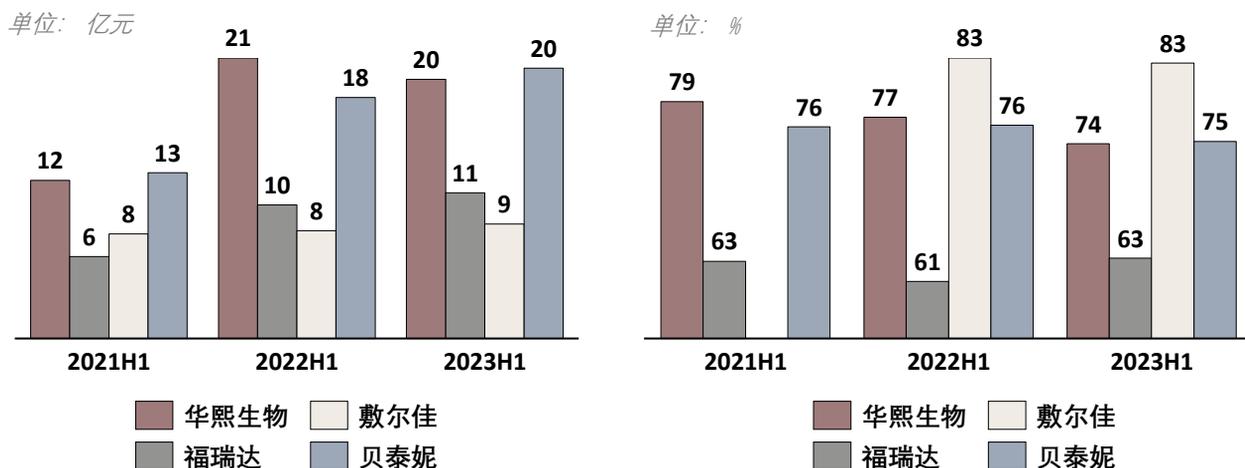
供需两端协同推动中游行业厂商数量增加，市场竞争日趋激烈，企业收入稳步增长，毛利表现优越

中国已获生产许可的化妆品企业数量，2012-2022



中游公司收入对比，2021H1-2023H1

中游公司毛利率对比，2021H1-2023H1



注：华熙生物数据属于其功能性护肤品业务；福瑞达数据属于其化妆品业务；贝泰妮数据属于其护肤品业务

- **供需两旺吸引企业纷纷入局，厂商数量众多竞争激烈。**数据显示，2012-2022年中国已获生产许可的化妆品企业数量实现从3,958家到5,512家的增长，2012-2019年CAGR为3.6%，2020-2022年CAGR为0.6%。随着经济持续增长与居民生活水平提高，消费者对美的追求日渐旺盛，同时化妆品行业准入门槛相对低，吸引诸多企业纷纷进入市场，规模稳健增长，业内竞争激烈。但进入2020年后，受外部环境干扰，消费需求疲软，部分企业无法实现连续经营，数量呈现波动态势。
- **中游企业收入初具规模稳中有进，毛利居于高位表现优异。**对比代表性中游公司的营收与盈利表现，2021年H1至2023年H1公司收入整体呈现波动向上的趋势，主要得益于消费复苏的持续推进；毛利率保持超70%的平均水平，体现中游行业的成本控制能力突出。

来源：国家统计局、各公司公告、头豹研究院

透明质酸化妆品行业下游：渠道与消费者需求分析

下游渠道与消费者需求的精准匹配是化妆品行业持续发展的核心驱动力。随着渠道形式日益精细化，国内美妆消费习惯日趋成熟与专业，透明质酸化妆品需求增长势头强劲

中国化妆品渠道变迁

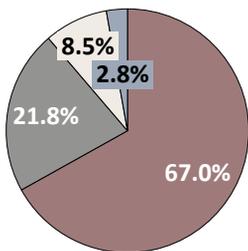


- 欲获取高清图表或完整报告：请登录 www.leadleo.com
- 欲进行品牌植入、数据商用、报告调研等咨询或业务需求，欢迎致电：13080197867（李先生）、18621660149（郝先生）

■ 下游渠道与消费者需求的匹配度是化妆品行业持续发展的关键。渠道是化妆品产业链下游的关键环节，化妆品渠道形式与市场需求的同步或错位将决定整体产业的增长速度和发展程度。回顾国内渠道变迁，上世纪末，外国化妆品进军中国内地市场，国际品牌凭借外资控股百货商超的优势，迅速占领一二线城市线下渠道；千禧年后，消费升级充分释放美妆消费潜力，本土品牌崭露头角，专业化、品牌化的门店渠道逐渐成形；进入新消费时期，本土品牌借电商崛起弯道超车，新锐国货品牌异军突起，线下零售遭遇冲击。渠道革新对国产化妆品的兴起产生重要的影响，现阶段化妆品渠道日趋细分化，能精确满足消费者的多元化需求。

消费者对产品原料的关注度，2023

单位：%



- 成分和配料是否健康安全
- 既要成分配料天然，还要口感舒适
- 比起成分配料，更注重效果直接真实
- 以上都无所谓

■ 化妆品融入透明质酸契合消费者对天然健康产品的追求，未来增长前景广阔。从消费者对产品成分和配料的关注度来看，有67.0%的消费者会关注成分和配料是否健康安全，21.8%的消费者会倾向于购买添加天然成分的口感舒适的产品，8.5%的消费者更加关注直接真实的产品效果。行业产品直指含有透明质酸天然成分，其安全性与功效性备受瞩目。随着消费者对产品成分配料的关注度持续攀升，以及国内美妆消费习惯日趋成熟与专业，透明质酸化妆品需求呈现出稳步增长的态势。

来源：CNKI《深度拆解中国化妆品渠道变迁：生于线下，顺应线上，走向全线》、澎湃网《2024中国消费趋势报告》

■ 商务合作



阅读全部原创报告和
百万数据

会员账号



募投可研、尽调、IRPR等
研究咨询

定制报告/词条



定制公司的第一本
白皮书



内容授权商用、上市
招股书引用



企业产品宣传
市场地位确认



丰富简历履历，报名
云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13080197867（李先生）

电话：18621660149（郝先生）

深圳市华润置地大厦E座4105室

您是否遇到以下难题需要我们的支持？

难题1

市场规模的分析缺乏第三方背书？无法辨别数据来源的有效性及其可靠性？

- 若您有融资背书用途，医疗健康团队提供对于医疗市场如器械设备、IVD、药物CXO、传统药品、生物医药、前沿技术相关的市场规模空间测算及第三方背书服务
- 若您有IPO用途，医疗健康团队也提供数据在招股书的二次引用

难题2

缺乏曝光度及公信力？无法被资本市场关注？

- 医疗健康团队提供行业调研及企业品牌植入服务，帮助to B端的药械厂商梳理行业现状，传播至向分销商，也可帮助to C端的企业宣传推广与案例植入服务传播至终端用户群体

难题3

市场不了解您的赛道，需要市场教育、合规教育？或遇到赛道早期，市面上没有相关的研究报告？

- 医疗健康团队提供行业研究报告及白皮书服务，通过文献研究、案头研究及一手研究等相关方法，全面梳理医疗行业维度，包括但不限于新兴/成熟赛道的行业研究、及定制化的深度研究

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13080197867（李先生）

电话：18621660149（郝先生）

深圳市华润置地大厦E座4105室

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。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，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。