

2024年中国祛痘套装行业概览：量肤定制，天然与有机祛痘产品的兴起

China Acne Removal Set Industry
中国天然痘除去セット産業

概览标签：祛痘、祛痘水乳、祛痘套装

报告主要作者：林若薇

2024/05

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

头豹是国内领先的行企研究原创内容平台 and 创新的数字化研究服务提供商。头豹在中国已布局3大研究院，拥有近百名资深分析师，头豹科创网(www.leadleo.com)拥有20万+注册用户，6,000+行业赛道覆盖及相关研究报告产出。

头豹打造了一系列产品及解决方案，包括数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务，研究课程，以及分析师培训等。诚挚欢迎各界精英与头豹交流合作，请即通过邮件或来电咨询。

报告作者



袁栩聪
首席分析师
oliver.yuan@Leadleo.com



林若薇
行业分析师
ruwei.lin@leadleo.com

头豹研究院

咨询/合作

网址: www.leadleo.com

深圳市华润置地大厦E座4105室

电话: 15999806788 (袁先生)

13080197867 (李先生)



摘要

01

长期熬夜和生活不规律导致中国人群长痘问题严重，痤疮成为消费者最关注肌肤问题，祛痘市场需求巨大，市场潜力显著

- 长期熬夜和生活不规律是中国人群长痘主因，占比78%。熬夜影响皮肤代谢，导致皮脂分泌旺盛，形成痤疮。中国一二线城市16-29岁群体痤疮患病率达36%，过半患者因痤疮感自卑，影响社交。60%人群常晚于23:30入睡，导致痤疮高发。痤疮成为消费者最关注肌肤问题，占53.59%，凸显祛痘市场巨大潜力。

02

中国护肤品市场稳健增长，预计将持续扩大。而祛痘套装市场虽短期下滑，但随健康护肤意识提升，未来有望实现增长

- 2023年中国护肤品市场规模达2060亿元，增长稳健，受审美意识增强和线上渠道推动。预计2028年将增至2629亿元。然而，祛痘套装市场面临挑战，2023年规模下滑至6.2亿元，但随着健康护肤意识提升，预计2028年将回升至7.7亿元。消费者需求变化与市场竞争共同塑造行业未来。

03

中国祛痘市场女性主导。青少年与职场年轻人是主要消费者，学生群体意愿强烈，企业老板购买力强

- 中国祛痘市场以女性为主，占比53.92%，但男性需求也旺盛。青少年和年轻职场人士是祛痘产品的主要消费者，因皮肤问题高发且关注外貌。学生群体祛痘意愿最强，尤其是高中生和大学生，而中/大型企业老板因购买力强也占据一定市场份额。这些因素共同塑造了中国祛痘市场的消费格局。

量肤定制，天然与有机祛痘产品的兴起

2023年中国祛痘套装市场规模降至6.2亿元，虽美妆市场创新频繁，但祛痘行业面临压力。线上渠道占据主导地位，化妆品品牌在第三方平台销售显著。消费者期望祛痘产品不仅消除痘痘，更追求肌肤深层健康，且愿意增加投入。安全性成为消费者首要关注点，同时“精简祛痘”趋势上升。AI+护肤服务及天然植物成分产品受欢迎，满足消费者对高效、便捷和健康的需求。调研显示，天然成分备受追捧，而“精简护肤”理念亦受青睐。小红书上，精华和面膜成为祛痘消费者关注的热门品类，显示对高效专业护肤品的需求持续增长。这些变化共同推动着祛痘行业的持续发展。



目录

CONTENTS

◆ 名词解释	-----	9
◆ 中国祛痘套装行业综述	-----	10
• 定义与分类	-----	11
• 长痘原因分析	-----	12
• 发展历程	-----	13
• 市场规模	-----	14
◆ 中国祛痘套装行业产业链分析	-----	15
• 产业链图谱	-----	16
• 上游分析：成本分析	-----	17
• 上游分析：成分分析	-----	18
• 中游分析：细分市场	-----	19
• 中游分析：销售渠道	-----	20
• 下游分析：消费人群	-----	21
• 下游分析：消费需求	-----	22
• 下游分析：消费地域	-----	23
◆ 中国祛痘套装行业分析	-----	24
• 政策分析	-----	25
• 发展驱动力	-----	26
• 发展趋势	-----	27
• 品牌竞争格局	-----	28
◆ 中国祛痘套装行业企业分析	-----	29
• 溪木源	-----	30
• 谷雨	-----	31



目录

CONTENTS

• 悦木之源	-----	32
• 薇诺娜	-----	33
• 相宜本草	-----	34
• 玉泽	-----	35
◆ 方法论与法律声明	-----	36
◆ 头豹业务合作	-----	37



目录

CONTENTS

◆ Terms	9
◆ Overview Of China's Acne Removal Set Industry	10
• Definition And Classification	11
• Analysis Of The Causes Of Acne	12
• Development History	13
• Market Size Of China's Acne Removal Set Industry	14
◆ Chain Analysis Of China's Acne Removal Set Industry	15
• Industry Chain Map	16
• Upstream Analysis: Costing	17
• Upstream Analysis: Component	18
• Midstream Analysis: Marketing Strategy	19
• Midstream Analysis: Distribution Channel	20
• Downstream Analysis: Consumer Group	21
• Downstream Analysis: Consumer Demand	22
• Downstream Analysis: Consumption Region	23
◆ Industry Analysis Of China's Acne Removal Set Industry	24
• Policy Analysis	25
• Driving Force	26
• Development Trend	27
• Brand Competition Pattern	28
◆ Analysis of enterprises in China's Acne Removal Set Industry	29
• Nord Tracing (Guangzhou) Biotechnology Co., Ltd	30
• Guangzhou Fanzhirong Cosmetics Co., Ltd	31



目录

CONTENTS

• ORIGINS	-----	32
• WINONA	-----	33
• Shanghai Xiangyi Bencao Cosmetics Co., Ltd	-----	34
• Dr.Yu	-----	35
◆ Methodology And Legal Statement	-----	36
◆ Business Cooperation	-----	37



研究目标

Research objectives

01 | 研究目的

- 了解和分析中国祛痘套装行业市场规模、产业链、行业发展动力及未来趋势

02 | 研究目标

- 预测中国祛痘套装行业市场规模及未来增长空间
- 深入了解中国祛痘套装的产业链上中下游情况
- 了解祛痘套装的生产成本结构
- 分析中国祛痘套装厂商消费渠道
- 洞察中国祛痘套装消费人群、消费场景及消费地域分布
- 探析中国祛痘套装行业竞争格局及厂商竞争优势

03 | 本报告关键问题的回答

- **市场规模：**中国祛痘套装行业市场规模情况如何？未来增长情况如何？
- **产业链：**中国祛痘套装所在的产业链构成是怎样的？未来格局会如何演化？
- **消费人群：**中国祛痘套装的市场定位和目标消费人群是怎样的？哪些人群是主要销售对象？
- **竞争格局：**中国祛痘套装行业中哪些企业在竞争中处于领先地位？行业竞争态势如何？



名词解释

- ◆ **干敏肌：**干敏肌是指肌肤因气温、湿度等环境的变化而干燥缺水，并对外部刺激产生敏感反应的肌肤状态。
- ◆ **油敏肌：**油敏肌是指皮肤表面油脂分泌较多，同时对某些刺激物质敏感的肌肤类型。
- ◆ **水油平衡：**水油平衡（也称为油水平衡）是指肌肤的油脂和水分的分泌保持在一个良好的比例，既不过于油腻也不过干，从而使肌肤呈现健康、光滑和柔嫩的状态。
- ◆ **瘢痕：**瘢痕（scar）是各种创伤后所引起的正常皮肤组织的外观形态和组织病理学改变的统称，它是人体创伤修复过程中必然的产物。
- ◆ **囊肿性痤疮：**是一种重度的痤疮类型，也称为“青春痘”的IV级表现。囊肿性痤疮主要表现为大小不等的结节和囊肿包块，这些包块通常伴有红肿、疼痛和脓性分泌物。当这些包块破溃后，常常流出带血的胶冻状脓液，并可能在皮肤上形成窦道和瘢痕。
- ◆ **透明质酸钠：**透明质酸钠是一种葡聚糖醛酸，属于天然多糖类物质，广泛存在于人体内的多种组织、器官中，如胎盘、羊水、晶状体、关节软骨和皮肤真皮层等。
- ◆ **窦道：**窦道是指机体组织在感染、坏死后，通过体表排出体外而形成的一个开口于体表的、不与体内空腔脏器相通的潜性盲管。
- ◆ **丘疹：**丘疹（Papule）是皮肤病的一个基本损害，表现为局限性隆起皮肤表面的实质性损害，直径通常小于1厘米。丘疹可由代谢产物的沉积、表皮或真皮细胞成分的局限性增殖或真皮局限性细胞浸润而形成。
- ◆ **聚合性痤疮：**聚合性痤疮是一种特殊且较为严重的痤疮类型，表现为严重的结节、囊肿、窦道、瘢痕，皮疹比较深在，通常呈紫红色或暗红色，并可能高出皮肤表面形成半球形。
- ◆ **总病灶：**总病灶是指机体内存在的一个或多个具有病原微生物的局限性病变组织的总和。这些病变组织可能是由感染、肿瘤或其他疾病引起的，表现为机体局部组织、器官发生病变并形成的小块或小点状异常区域。
- ◆ **烟酰胺：**又称尼克酰胺，是烟酸的酰胺化合物，是一种白色的结晶性粉末，无臭或几乎无臭，味苦。临床上，烟酰胺主要用于防治糙皮病、口炎、舌炎，以及病态窦房结综合征、房室传导阻滞等问题。
- ◆ **微针：**微针是一种在医疗和美容领域得到积极应用的技术。是利用微针滚轮上许多微小的针头，刺激皮肤，在很短时间内制造出大量微小的皮肤通道。这些通道能够使活性成分有效渗入皮肤深层，从而达到不同的治疗或美容效果。



第一部分：行业综述

主要观点：

- 定义与分类：祛痘套装综合多种高效产品，通过调节水油平衡、消炎镇静、疏通毛孔等方式，全方位对抗痘痘问题，实现祛痘、保湿、修护等多重功效，为肌肤带来健康与光彩
- 长痘原因分析：油性敏感肌、干性敏感肌和油性肌肤易长痘，源于皮脂分泌和皮肤屏障异常。痤疮分级明显，长期熬夜和生活无规律是主要诱因，影响新陈代谢，导致皮脂淤积和毛囊堵塞
- 发展历程：中国祛痘套装行业历经萌芽、启动、高速发展三个阶段。萌芽期，国际与本土品牌共促市场多元；启动期，外资与本土品牌加入，渠道转型应对挑战；发展期技术创新显著，监管加强，家用美容仪崛起
- 市场规模：中国护肤品行业持续增长，市场规模稳步扩大；而祛痘套装行业虽短期受挫，但长期仍具增长潜力，随着消费者健康及肌肤护理意识的提升，市场有望实现稳步增长

中国祛痘套装行业综述——定义与分类

祛痘套装综合多种高效产品，通过调节水油平衡、消炎镇静、疏通毛孔等方式，全方位对抗痘痘问题，实现祛痘、保湿、修护等多重功效，为肌肤带来健康与光彩

中国祛痘套装定义与分类，2024年

□ 祛痘套装是指包含多种类型（两种及以上）的祛痘护肤产品，水乳、精华液和面膜等多类产品，并且这些产品在销售时会以套盒的形式进行销售。

祛痘套装分类

水乳

□ 祛痘水乳主要用于调节肌肤的水油平衡，防止毛孔堵塞，从而减少痘痘的产生。它通常含有消炎、镇静、保湿等成分，能够有效地平衡皮肤油脂分泌，防止毛孔堵塞，同时具有补水和保湿作用，有助于改善油性肌肤干燥的问题。

面膜

□ 祛痘面膜的主要目的是祛痘，希望有效减缓粉刺的发生或粉刺发生后皮肤的恢复，并实现其他功能如补水、保湿等。面膜中可能含有水杨酸、马齿苋等物质，具有消炎抑菌、抑制油脂、溶解角质等作用，对于痘痘有一定的辅助作用，具有改善炎症粉刺、保湿等效果。

精华

□ 祛痘精华液含有高效的祛痘成分，能够深入痘痘内部，有效抑制痘痘的生长，并加速痘痘的消退。同时，精华液还能舒缓肌肤，减轻痘痘带来的不适。常见的成分包括水杨酸、辛酰水杨酸等，这些成分可以清理和疏通毛孔、溶解并排刷毛孔深层的细菌。

洗面奶

□ 祛痘洗面奶具有净痘祛痘的功效，有效控油抗痘，修护肌肤光滑，补水滋养效果优秀，使肌肤增加弹性更透白，细致毛孔。它通常含有水杨酸、果酸等成分，可以深层洁净肌肤，清热解毒，抗菌消炎，适合有痘痘、经常发炎的肌肤。

祛痘膏

□ 祛痘膏主要用于局部治疗，含有消炎和抗菌成分，如丹参提取物、当归提取物等，这些成分可以直接作用于痘痘，减轻炎症和促进愈合，还可以帮助锁住肌肤水分，保持肌肤的滋润状态，避免因干燥而加重痘痘的情况。

痘痘形成通路

体内激素紊乱

角质层变厚

毛孔堵塞

细菌滋生繁殖

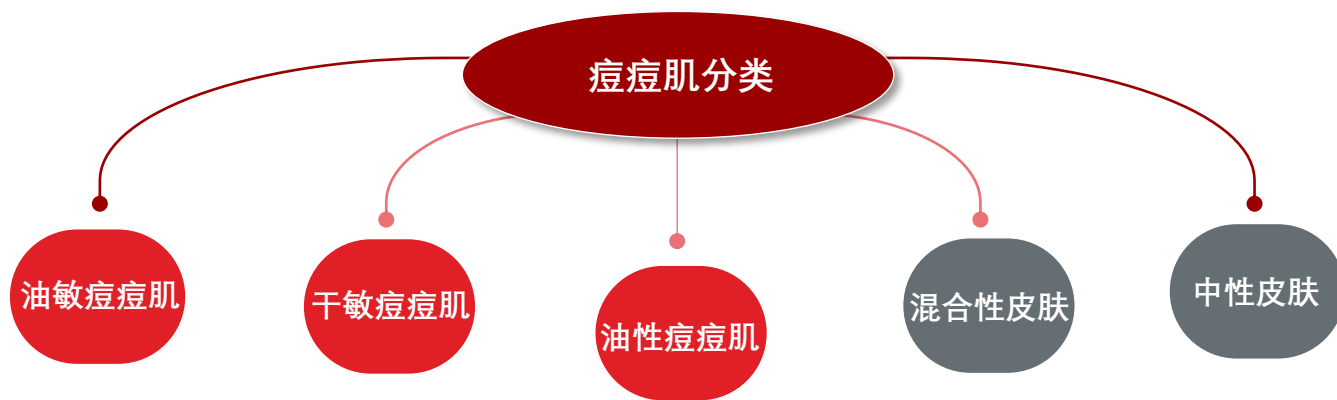
炎症产生形成痤疮

目前，中国人群统计痤疮发病率约为8.1%，有超过95%的人会有不同程度痤疮发生，而3%-7%的痤疮患者会遗留瘢痕（痘印）。

中国祛痘套装行业综述——长痘原因分析

油性敏感肌、干性敏感肌和油性肌肤易长痘，源于皮脂分泌和皮肤屏障异常。痤疮分级明显，长期熬夜和生活无规律是主要诱因，影响新陈代谢，导致皮脂淤积和毛囊堵塞

痘痘肌（按肤质）分类，2024年

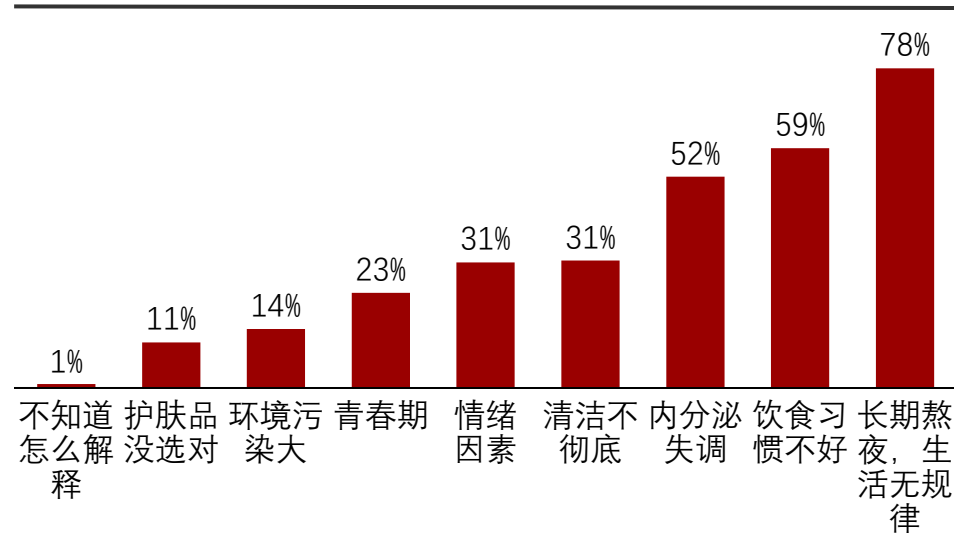


痤疮分类（根据国际改良分类法），2024年

痤疮分类	轻度（I级）	以粉刺为主，有少量丘疹和脓疱，总病灶数少于30个。
	中度（II级）	有粉刺，并有中等数量的丘疹和脓疱，总病灶数在31—50个之间。
	中度（III级）	有大量丘疹和脓疱，总病灶数在51—100个之间，结节少于30个。
	重度（IV级）	有结节、囊肿性痤疮或聚合性痤疮，伴有疼痛并形成囊肿，病灶数多于100个，结节、囊肿多于30个。

来源：专家访谈，头豹研究院

中国人群长痘原因，2024年



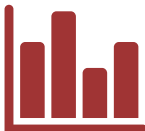

目前，在不同肤质中，更容易长痘痘的是油性敏感肌、干性敏感肌和油性肌肤。这些肤质由于其特有的皮脂分泌和皮肤屏障功能异常，更容易导致毛孔堵塞和细菌滋生，从而引发痤疮。从痤疮分类来看，痤疮可以分为轻度（I级）、中度（II级）、中度（III级）和重度（IV级），轻度痤疮主要表现为粉刺，而中度痤疮则可能出现炎性丘疹。值得注意的是，长期熬夜和生活无规律是中国人群中长痘的主要原因之一，占比高达78%。熬夜不仅会影响皮肤的新陈代谢，还会导致皮脂腺分泌旺盛，进而引发皮脂淤积和毛囊堵塞，最终形成黑头和粉刺。



中国祛痘套装行业综述——发展历程

中国祛痘套装行业历经萌芽、启动、高速发展三个阶段。萌芽期，国际与本土品牌共促市场多元；启动期，外资与本土品牌加入，渠道转型应对挑战；发展期技术创新显著，监管加强，家用美容仪崛起

中国祛痘套装发展历程，1998年-至今

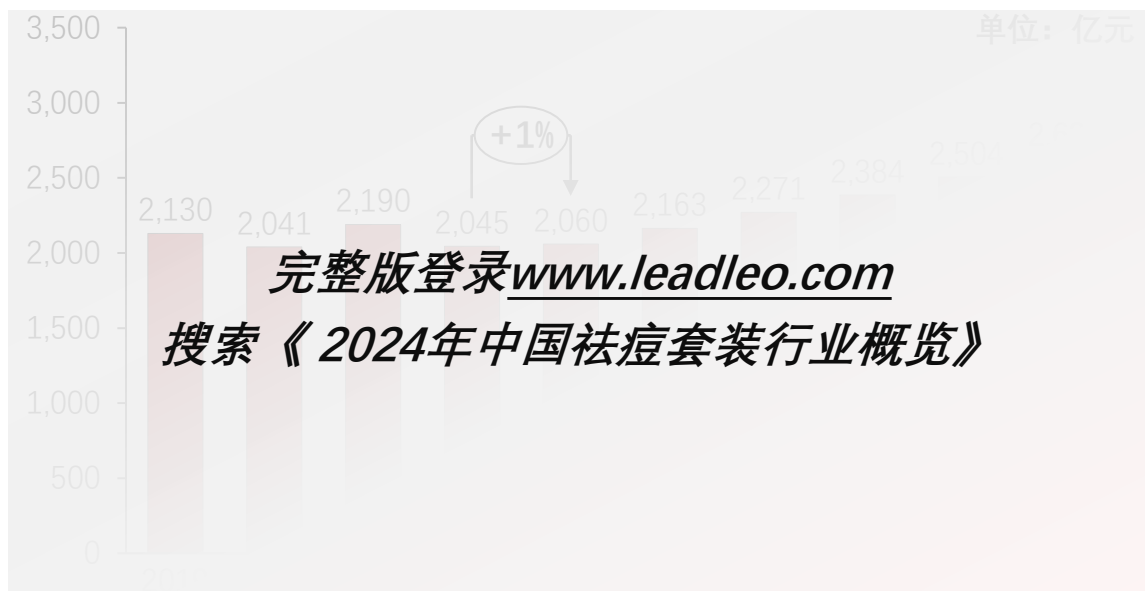
时间	1998-2005年	2006-2014年	2015年-至今
阶段	萌芽期	启动期	高速发展期
 发展特征	<ul style="list-style-type: none">这一阶段，“药妆”概念逐渐普及，国际品牌如薇姿、理肤泉、雅漾相继进入，本土品牌如美若康、相宜本草也崭露头角，共同推动市场多样化发展	<ul style="list-style-type: none">2006年，被公认为中国日化界的“药妆年”。日美健、清妍等外资药妆品牌进入中国市场，本土品牌薇诺娜成立；品牌开展渠道转型应对发展瓶颈，雅漾、理肤泉等向百货渠道拓展	<ul style="list-style-type: none">祛痘护肤行业技术创新显著，同时，监管政策加强，化妆品功效评价规范出台。家用美容仪市场迅速崛起，成为祛痘市场的一大品类
 重要事件	<ul style="list-style-type: none">1998年，薇姿进入中国市场，引入了“药妆”概念，并通过药店、药房等渠道销售同年，美若康Miacare也开始在中国市场推广其隐形痘痘贴产品2000年，相宜本草品牌诞生，以“本草养肤”作为品牌理念2001年，欧莱雅旗下的品牌理肤泉进入中国市场2005年，法国品牌雅漾系列产品在中国面市	<ul style="list-style-type: none">2006年，第一家外商独资医药企业日美健药品中国有限公司在中国市场开展业务，通过批发形式将日本的药妆产品引入到中国；6月，英国知名药妆品牌清妍进入中国，首期投放200家药店以及个人护理店2009年，雅漾和理肤泉品牌从药房渠道向百货渠道方向拓展2010年，美国修丽可品牌进入中国布局医疗诊所和百货商场；薇诺娜创立，定位敏感肌护理	<ul style="list-style-type: none">2015年，易科美进入中国市场，带来纳米点阵嫩肤美容仪/三重光电祛痘等产品2019年，溪木源成立，专研于敏感肌功能性自然护肤2021年，国家药监局发布《化妆品功效宣称评价规范》，提出祛痘功效化妆品应当通过人体功效评价试验的方式，进行功效宣称评价2023年，天猫淘宝家用美容仪销售情况中，LED美容仪的销售增长率高达1619%

来源：专家访谈，TMIC，今日头条，头豹研究院

中国祛痘套装行业综述——市场规模

中国护肤品行业持续增长，市场规模稳步扩大；而祛痘套装行业虽短期受挫，但长期仍具增长潜力，随着消费者健康及肌肤护理意识的提升，市场有望实现稳步增长

中国护肤品行业市场规模，2019-2028E



□ 2023年，中国护肤品行业的市场规模为2,060亿元人民币，同比增长1%。近五年中国牛奶行业的快速发展，主要受到消费者对美的追求和审美意识增强、线上渠道的蓬勃发展，以及企业技术创新能力等因素的影响。随着互联网和电子商务的普及，护肤品品牌的营销渠道越发多样。2023年1-9月，全国网上零售额达到了10.8万亿元，同比增长11.6%。预计2028年中国护肤品市场规模能增长到2,629亿元人民币。随着环境污染、生活压力以及长时间面对电子屏幕等因素导致皮肤敏感和老化问题日益严重，消费者对护肤品的需求因此大幅增加，因此，预计中国护肤品行业仍有较大发展空间。

中国祛痘套装行业市场规模，2019-2028E



□ 2023年，中国祛痘套装行业的市场规模为6.2亿元人民币，同比下降17.3%。随着消费者的购物习惯和使用场景逐渐恢复，美妆个护市场迎来了更多创新和突破。然而，这种变化也带来了新的经济压力。尽管2023年全年社会消费品零售总额同比增长7.2%，化妆品零售额同比增长5.1%，但这种增长并未完全转化为祛痘行业的增长。这可能是由于消费者在经济压力下更加谨慎，以及市场上新兴产品和品牌的冲击。但随着人们生活水平的提高和对健康及肌肤护理重视程度的增加，预计未来祛痘行业需求将保持增长趋势，2028年中国祛痘套装市场规模能增长到7.7亿元人民币。

第二部分：产业链分析

主要观点：

- 成本分析：化妆品企业营业成本中委托加工占比最高，直接材料中活性物成本显著。化妆品企业生产方式多样，代工厂毛利率差异大
- 成分分析：在功效成分榜单中植物类成分占比最高。祛痘产品中，植物/草本成分广泛应用，茶树油、积雪草等植物成分具有显著抗炎抗菌效果，有效缓解痘痘问题
- 细分市场分析：中国人群倾向于选择洁面、水乳、精华等祛痘护肤品祛痘，其中精华产品市场份额最高，羽素、大水滴、左颜右色等新兴祛痘品牌在抖音、快手平台产品热销
- 销售渠道分析：中国祛痘套装线上销售占比达60%。具体从线上渠道来看，以贝泰妮为例。贝泰妮线上销售以第三方平台为主，电商平台中阿里系收入最高，抖音紧随其后
- 消费人群：中国祛痘市场以女性为主，青少年及刚步入职场的年轻人需求强烈，学生群体购买意愿最高，而中/大型企业老板因购买力强也表现突出
- 消费需求：消费者期望祛痘产品能深层改善肌肤健康，尤其追求祛痘不复发。随着收入提升，祛痘投入显著增加。消费者高度关注产品安全性，偏好精简有效的祛痘方案
- 消费地域：祛痘需求在华南、中部和西北地区较为强烈，尤以华南和西北地区最为突出，受气候和环境因素影响，如华南的湿热和西北的干燥风沙

中国祛痘套装行业产业链分析——产业链图谱

祛痘套装行业的产业链上游为活性物、保湿剂等原材料供应商和代工厂，中游则是祛痘套装供应厂商，下游则为祛痘套装的消费渠道和消费人群

中国祛痘套装行业产业链图谱



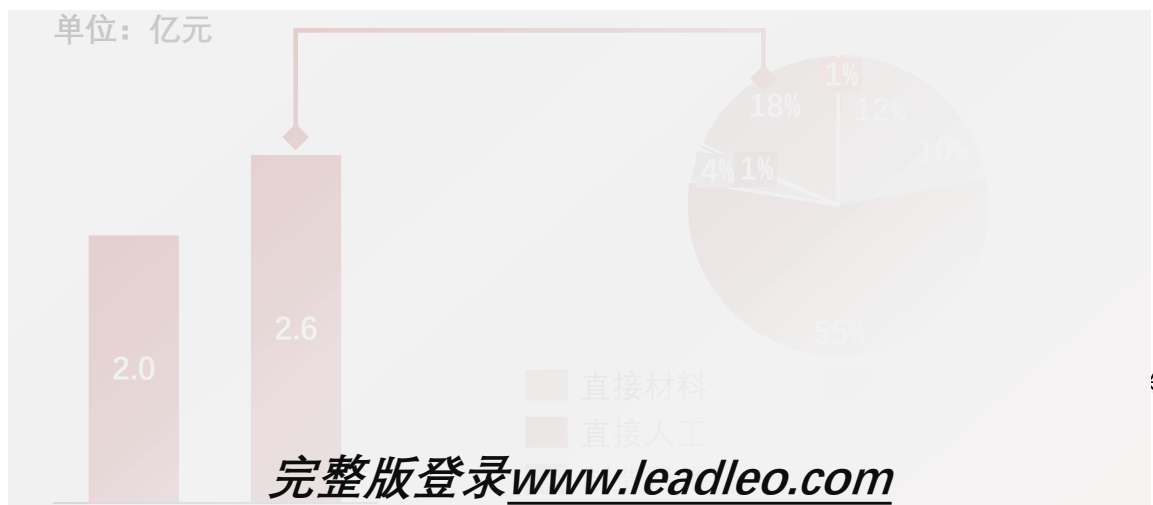
来源：专家访谈，头豹研究院



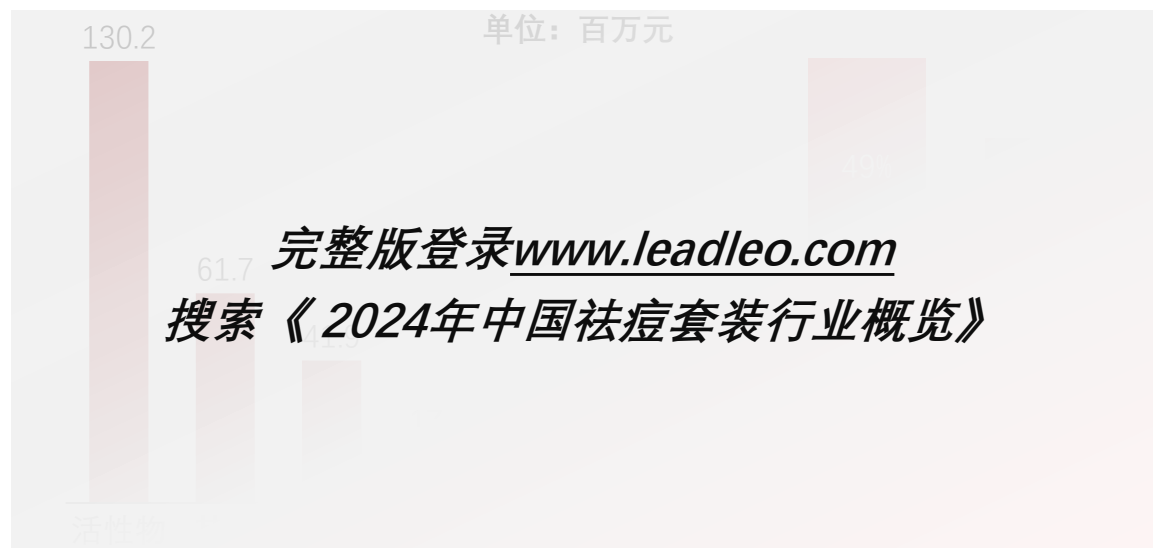
中国祛痘套装行业产业链分析——上游成本分析

化妆品企业营业成本中委托加工占比最高，直接材料中活性物成本显著。化妆品企业生产方式多样，代工厂毛利率差异大

贝泰妮营业成本占比，2023年



贝泰妮主要原材料成本及其在直接材料中的成本占比，2023年



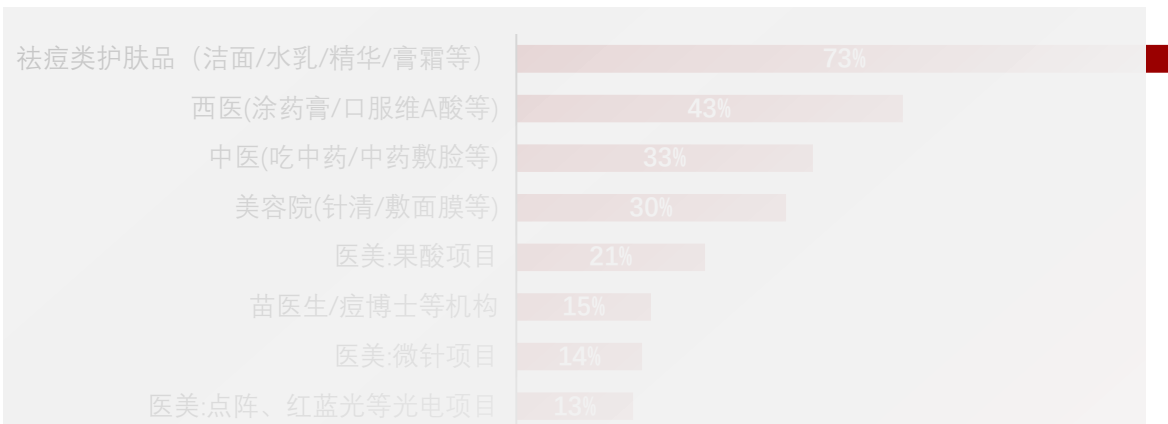
从2023年贝泰妮的营业成本占比来看，委托加工在贝泰妮的营业成本占比中为55%，其次为直接材料，占比为18%，直接材料成本为2.6亿元。在直接材料中，活性物、保湿剂、油脂、防晒剂和面膜布为化妆品的主要原材料，合计占直接材料占比为77%，其中以活性物的材料成本最为显著，占比为49%，为130.2百万元。另外，化妆品企业主要采用自主生产、委托加工以及OEM生产相结合的方式生产。2023年，贝泰妮的委托加工成本为7.94亿元，占其营业成本55%。目前，中国市场上主要的化妆品代工厂包括芭薇股份、科玛股份、嘉亨家化等，其毛利率均在20%以上，但青松股份2022年的毛利率仅为4.9%，原因在于青松股份在市场上的定位可能较为中低端，主要承接一些低毛利率的订单。

来源： 公司年报， 头豹研究院

中国祛痘套装行业产业链分析——中游细分市场分析

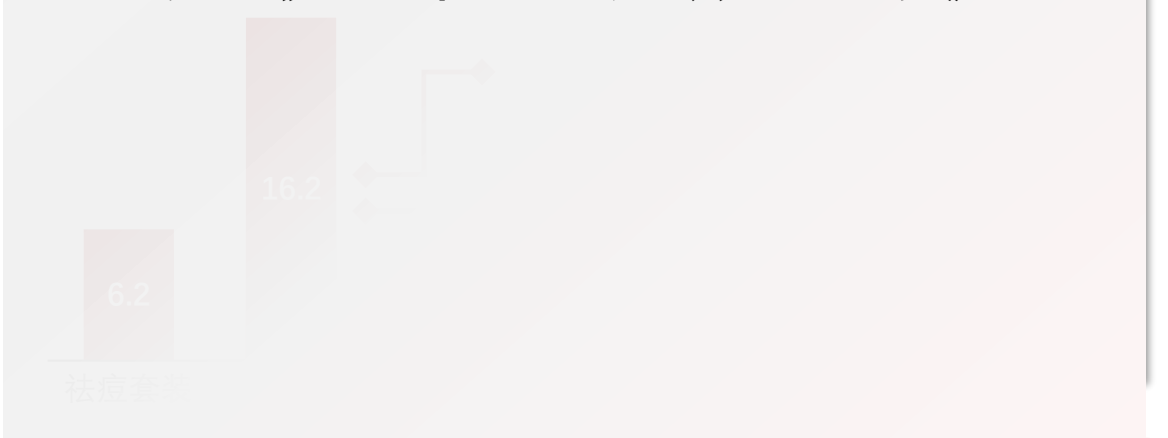
中国人群倾向于选择洁面、水乳、精华等祛痘护肤品祛痘，其中精华产品市场份额最高，羽素、大水滴、左颜右色等新兴祛痘品牌在抖音、快手平台产品热销

中国人群祛痘方式，2022年



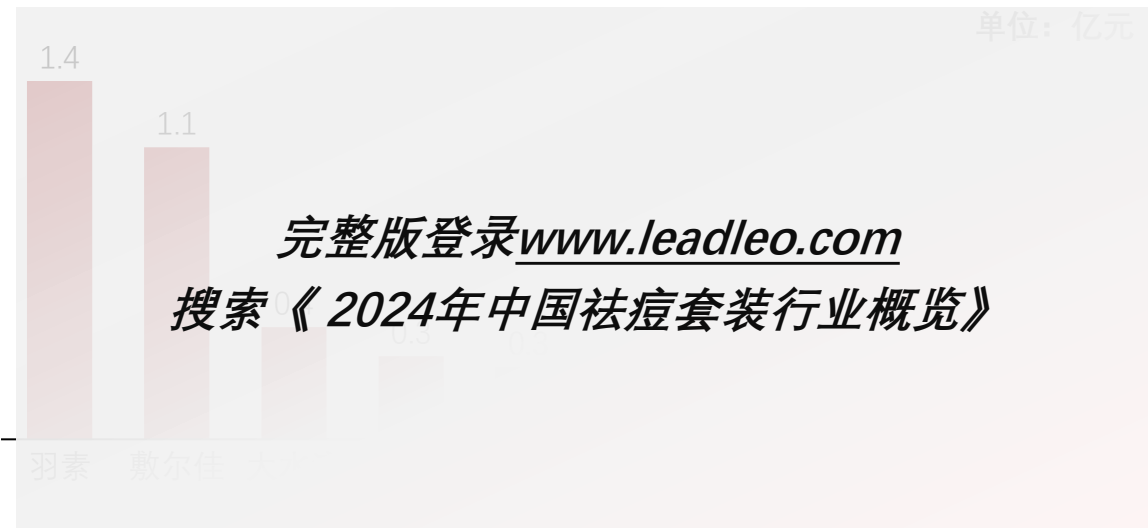
完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国祛痘套装行业概览》



来源：专家访谈，明略科技，聚美丽，头豹研究院

护肤祛痘品类TOP 10产品榜单（抖音+快手），2023年



完整版登录www.leadleo.com
搜索《2024年中国祛痘套装行业概览》

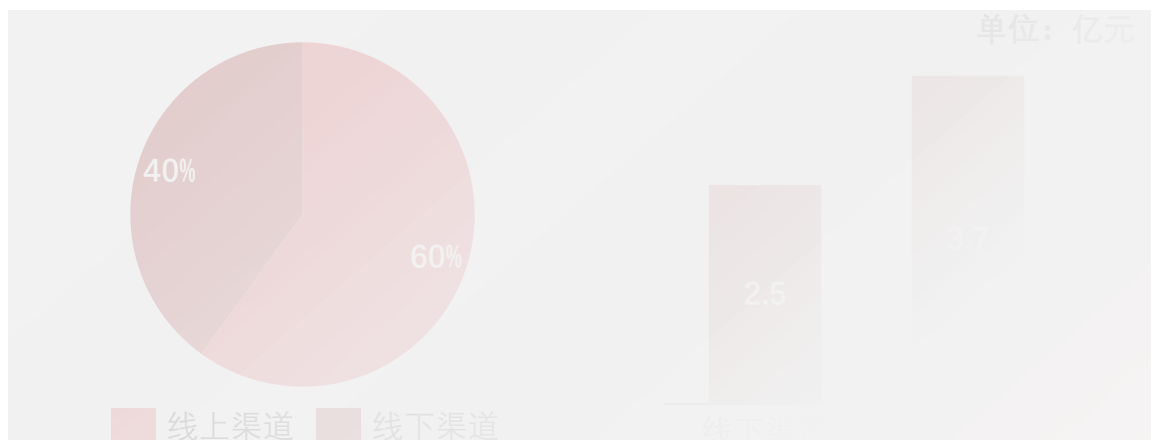
在多种祛痘方式中，洁面、水乳、精华等祛痘类护肤品是中国人群最常用的祛痘方式，比例为73%。具体从祛痘套装市场来看，2023年中国祛痘套装市场规模为6.2亿元，占祛痘护肤品市场比例为38.27%。精华产品因其高浓度的有效成分和针对性的护理效果，以27%的市场份额位居各类祛痘产品之首。紧随其后的是洁面产品，其市场份额为15%，它们通过深层清洁帮助去除皮肤表面的污垢和多余油脂，为后续的护肤步骤打下基础。而水和乳液则以各8%的市场份额并列第三，它们为肌肤提供了必要的水分和营养，有助于维持肌肤的健康状态。在社交媒体平台上，抖音和快手成为重要的销售渠道。2023年，羽素品牌在抖音平台上的销售额达到1.4亿元，成为销售额最高的祛痘产品。



中国祛痘套装行业产业链分析——中游销售渠道分析

中国祛痘套装线上销售占比达60%。具体从线上渠道来看，以贝泰妮为例。贝泰妮线上销售以第三方平台为主，电商平台中阿里系收入最高，抖音紧随其后

中国祛痘套装销售渠道，2022年



完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国祛痘套装行业概览》

贝泰妮线上电商平台收入分布，2023年



完整版登录www.leadleo.com
搜索《2024年中国祛痘套装行业概览》

- 分线上、线下渠道来看，中国祛痘套装以线上售卖为主，占比为60%。2023年中国祛痘套装线上渠道销售额约为3.7亿元。
- 具体聚焦于线上渠道，以贝泰妮为例，2023年贝泰妮在线上的销售模式以第三方平台为主（自营、经销以及代销）为主，销售收入为34.9亿元，占线上渠道收入比重为98.21%，占主营业务收入比重为63.41%。自建平台（自营）销售收入为0.6亿元，占线上渠道收入比重为1.79%，占主营业务收入比重为1.79%。
- 贝泰妮在线上的电商平台主要有阿里（天猫）、京东、抖音和唯品会等，其中以阿里系的平台收入最高，比例为51%，平台收入为17.6亿元。其次为抖音，平台收入为6.3亿元，比例为18%。

中国祛痘套装行业产业链分析——下游消费人群

中国祛痘市场以女性为主，青少年及刚步入职场的年轻人需求强烈，学生群体购买意愿最高，而中/大型企业老板因购买力强也表现突出

祛痘消费人群（按性别）分布，2023年



来源：青眼情报，明略科技，头豹研究院

祛痘消费人群（按职业）TGI分布，2023年



按照性别来看，中国祛痘人群以女性为主，占比为53.92%，男性占比为46.08%。这一数据表明，尽管男性对祛痘产品的需求也非常旺盛，但女性仍然是市场的主力军。

从年龄分布来看，18岁以下的人群对祛痘的需求和意愿最为强烈，TGI（目标群体指数）最高，为164。这说明青少年期是皮肤问题的高发期，尤其是青春痘（痤疮）这一常见的毛囊皮脂腺单位慢性皮肤疾病。其次是18-25岁的年轻人群，TGI为117，26-30岁的人群TGI为100。这些年龄段的年轻人由于刚开始工作，面临较大的生活和工作压力，也是痤疮的高发人群。

从职业来看，祛痘意愿以在校学生最为强烈，TGI为154，原因在于在校学生多处于青春期，是痤疮的高发人群，尤其是高中生和大学生，开始对个人形象和外貌有较高的要求。其次为中/大型企业老板，TGI为118，原因在于相对其他职业人群，此类人群在购买能力较强。



中国祛痘套装行业产业链分析——下游消费需求

消费者期望祛痘产品能深层改善肌肤健康，尤其追求祛痘不复发。随着收入提升，祛痘投入显著增加。消费者高度关注产品安全性，偏好精简有效的祛痘方案

消费者希望祛痘产品能达到的效果，2023年



消费者对祛痘产品的关注重点，2023年



完整版登录 www.leadleo.com
搜索 《2024年中国祛痘套装行业概览》

- 随着消费者祛痘观念的变化，消费者对祛痘产品的期待不仅停留在痘痘消失，更追求深层次的肌肤健康。2023年，祛痘不复发以81%的比例成为消费者最希望祛痘产品能达到的效果。随着个人收入提升，消费者的祛痘花费将从1,938元/年提升至5,604元/年，其中，2,001-3,000元的年投入比例最高，为21%。
- 从消费者对祛痘产品的关注重点来看，“安全无副作用”成为消费者最关注重点，这一关注点体现了消费者对于产品安全性的高度重视。同时，全网“精简祛痘”的热度走势也连续两年增长，2023年第一季度增长9%。这一趋势进一步表明，消费者更倾向于选择那些简单、直接且效果显著的祛痘产品。这种消费倾向不仅反映了现代消费者对于高效、便捷的追求，也体现了他们对于肌肤健康的深切关注。

来源： 公司年报，头豹研究院

第三部分：行业分析

主要观点：

- 政策分析：中国祛痘套装行业政策强调技术指导、新原料创新、企业责任、强化监管和产品质量安全。全面加强化妆品生产管理，特殊化妆品及新原料需注册，确保行业健康发展
- 发展驱动力：中国痤疮患病率高，尤其是年轻群体，且熬夜等不良习惯加剧问题，消费者对祛痘需求迫切。同时，互联网和电子商务的普及为祛痘行业带来了巨大市场潜力
- 发展趋势：AI技术提升护肤体验，健康理念推动天然成分需求，精简护肤成趋势，精华、面膜备受关注，这些趋势共同推动了祛痘行业向高效、专业的方向发展
- 竞争格局：中国祛痘套装市场竞争激烈，新兴品牌与国际大牌并存，溪木源、悦木之源等占据第一梯队，相宜本草、曼秀雷敦属第二梯队，瑗尔博士、夸迪等专注单一品类市场，属第三梯队



中国祛痘套装行业分析——政策分析

中国祛痘套装行业政策强调技术指导、新原料创新、企业责任、强化监管和产品质量安全。全面加强化妆品生产管理，特殊化妆品及新原料需注册，确保行业健康发展

中国祛痘套装行业发展相关政策分析，2020年6月至今

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策要点	政策性质
《关于化妆品新原料鼓励创新和规范管理有关事宜的公告》	2023/11	国家药品监督管理局	提出加强技术指导服务，鼓励和支持新原料研究创新；落实企业主体责任，确保原料和产品质量安全；强化监督管理，促进化妆品产业健康发展。	规范类
《儿童化妆品技术指导原则》	2023/08	中检院	为化妆品技术审评部门和备案管理部门对儿童化妆品开展技术审评或者技术核查提供技术参考。	指导类
《化妆品生产质量管理规范》	2022/01	国家药品监督管理局	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。	规范类
《儿童化妆品监督管理规定》	2021/10	国家药品监督管理局	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。	规范类
《化妆品生产经营监督管理办法》	2021/08	国家市场监督管理总局	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。	规范类
《化妆品功效宣称评价规范》	2021/04	国家药品监督管理局	提出具有祛斑美白、防晒、防脱发、祛痘、滋养和修护功效的化妆品，应当通过人体功效评价试验方式进行功效宣称评价。	规范类
《化妆品监督管理条例》	2020/06	国务院	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。	规范类

头豹洞察

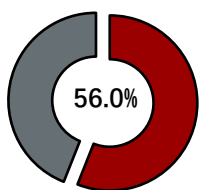
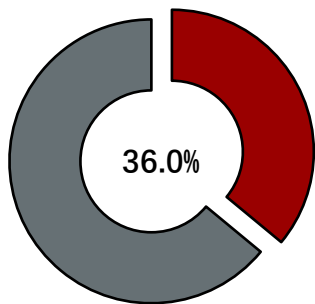
中国祛痘套装行业政策聚焦于加强技术指导、鼓励新原料创新、落实企业责任、强化监管和确保产品安全。政策明确了化妆品生产的各项管理要求，包括质量管理机构、生产过程和产品销售管理，旨在全面加大全过程质量监管。特别针对儿童化妆品，提出了全链条监管要求，并为其技术审评提供了参考。同时，政策要求具有特定功效的化妆品必须通过人体功效评价试验，并将特定功效的化妆品及新原料纳入特殊化妆品和新原料范畴，需经注册后方可使用。

中国祛痘套装行业分析——发展驱动力

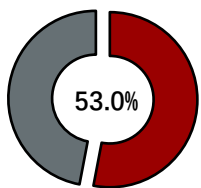
中国痤疮患病率高，尤其是年轻群体，且熬夜等不良习惯加剧问题，消费者对祛痘需求迫切。同时，互联网和电子商务的普及为祛痘行业带来了巨大市场潜力

中国年轻群体痤疮患病现状，2023年

在中国一二线城市16-29岁年轻群体痤疮患病率约为36%

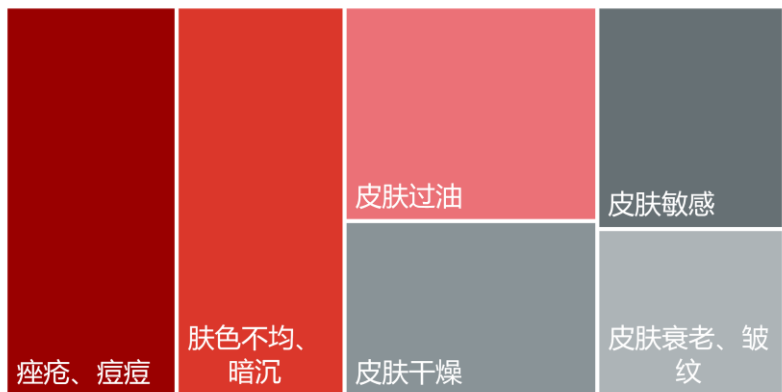


56%的患者因痤疮而感到自卑



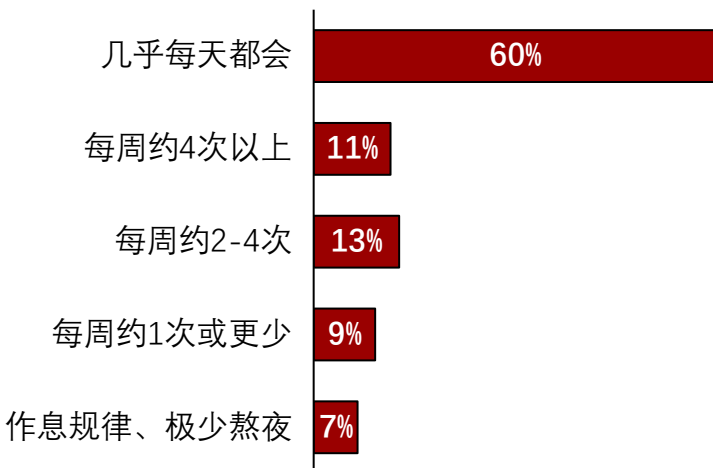
53%的患者正常社交受到影响

消费者易出现肌肤问题类分析，2023年

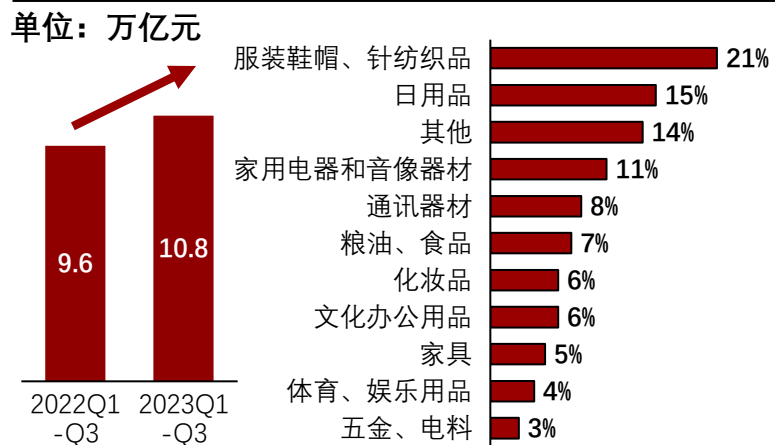


来源：专家访谈，商务部，百多邦，用户说，头豹研究院

护肤人群熬夜频率分布(23:30后未入睡)，2023年 头豹洞察



网上零售额及其分类占比，2023年前三季度



- 从中国人群痤疮患病现状来看，在中国一二线城市，16-29岁年轻群体痤疮患病率约为36%，56%的患者因痤疮而感到自卑，53%的患者正常社交受到影响。这使得祛痘需求增大。
- 从中国人群的生活习惯来看，几乎每天都在23:30后入睡的护肤人群高达60%，不良的生活习惯使得这些群体痤疮高发，为祛痘行业提供了广阔的发展空间。
- 从消费者易出现的肌肤问题来看，痤疮是消费者最容易出现的肌肤问题，比例为53.59%。这意味着在众多的肌肤问题中，痤疮是消费者最为关注和亟待解决的。因为消费者对于改善因熬夜导致的肌肤问题，尤其是痤疮问题，有着迫切的需求。
- 此外，随着互联网和电子商务的普及，越来越多的消费者选择在线购物。2023年1-9月，全国网上零售额达到了10.8万亿元，同比增长11.6%。这种趋势为化妆品行业带来了巨大的市场潜力。

中国祛痘套装行业分析——发展趋势

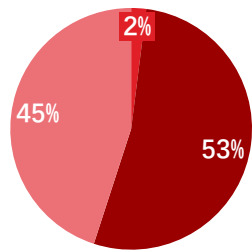
AI技术提升护肤体验，健康理念推动天然成分需求，精简护肤成趋势，精华、面膜备受关注，这些趋势共同推动了祛痘行业向高效、专业的方向发展

推出AI+护肤服务的公司对比，2023年

品牌	上市时间	关键词	价格
资生堂	2019年	自有APP拍照测肤质	10,000日元/月
Proven skincare	2019年	填写问卷，庞大数据库	195美元
理肤泉	2019年	拍照测肤	/
修丽可	2018年	拍照测肤	195美元
Atolla 皮肤卫生系统	2019年	填写问卷，预测变化	45美元/月

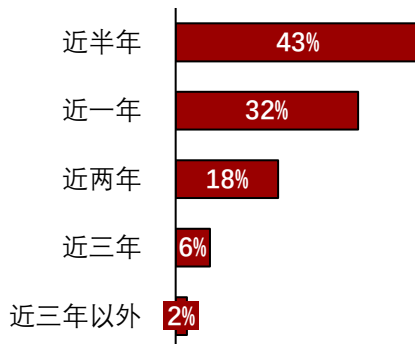
消费者对于“精简护肤”的倾向性，2023年

消费者尝试“精简护肤”的意愿度



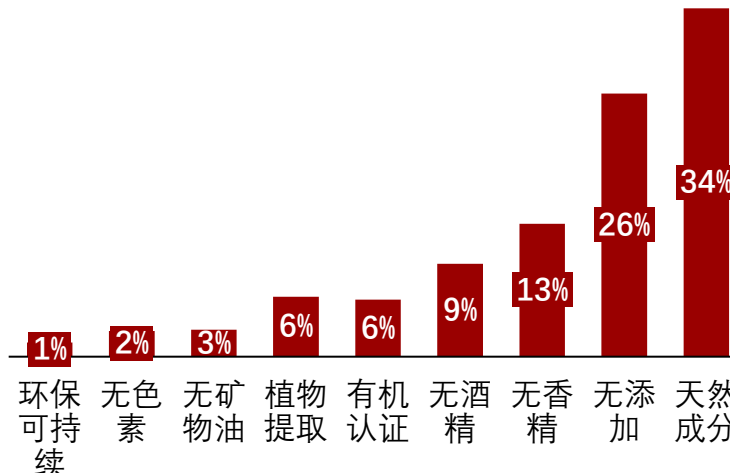
■ 不打算尝试
 ■ 已经尝试
 ■ 打算尝试

消费者开始尝试“精简护肤”的时间

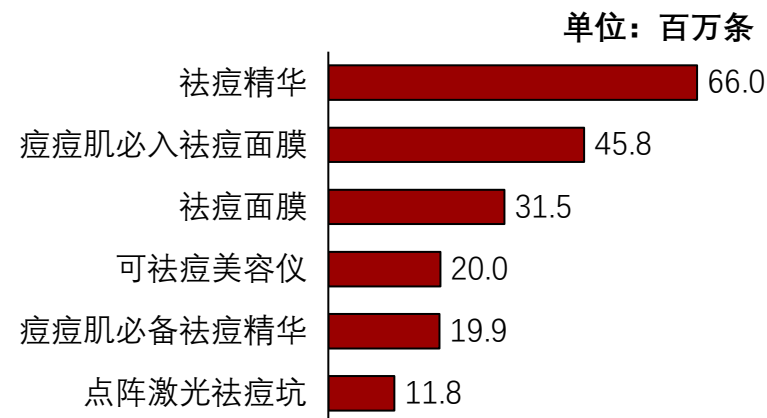


来源：专家访谈，美丽修行，用户说，头豹研究院

健康美妆的消费者成分概念需求点，2023年



小红书话题祛痘相关话题浏览量，2023年



头豹洞察

- 随着AI的快速发展，很多公司推出了AI+护肤服务的相关产品，如资生堂在2019年推出可测肤质的APP。这种智能化的服务方式，不仅提高了消费者的护肤体验，也满足了他们对高效、便捷护肤方式的需求，从而推动了祛痘行业的持续发展。
- 随着健康理念的普及，越来越多的消费者追求天然、植物成分的护肤品。如在健康美妆的消费者成分概念需求调研中发现，消费者对天然成分的需求点比例最高，为34%。
- 另外，从消费者对“精简护肤”的需求来看，53%的消费者打算尝试“精简护肤”，45%的消费者已经开始尝试“精简护肤”。开发出简单、高效、针对性强的祛痘产品也成为护肤品牌的发展方向。
- 从2023年小红书话题祛痘相关话题浏览量来看，精华、面膜是祛痘消费者较为关注的祛痘品类。也可看出消费者对于高效、专业的护肤品类有着较高的需求。



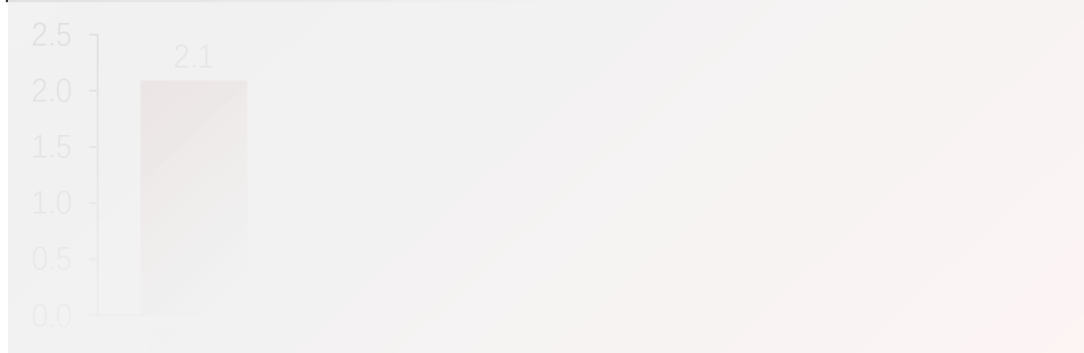
中国祛痘套装行业分析——品牌竞争格局

中国祛痘套装市场竞争激烈，新兴品牌与国际大牌并存，溪木源、悦木之源等占据第一梯队，相宜本草、曼秀雷敦属第二梯队，瑗尔博士、夸迪等专注单一品类市场，属第三梯队

中国祛痘套装行业竞争格局，2022年



中国Top 5祛痘套装品牌淘宝、抖音平台粉丝量对比



中国Top 10祛痘套装企业线上平台表现情况，2023年

品牌	成立时间	淘宝旗舰店粉丝量 (万个)	京东旗舰店粉丝量 (万个)	抖音旗舰店粉丝量 (万个)
溪木源	2019	410	119	200
谷雨	2010	659	124	200
悦木之源	1990	809	424	200
薇诺娜	2010	855	385	200
相宜本草	2006	855	385	200
玉泽	2009	659	124	200
妮维雅	1911	659	124	200
曼秀雷敦	1890	659	124	200
夸迪	2010	659	124	200
瑗尔博士	2009	659	124	200

完整版登录www.leadleo.com
搜索《2024年中国祛痘套装行业概览》

中国祛痘套装市场企业众多，不乏一些如羽素、大水滴等新兴品牌，也包括悦木之源、妮维雅等国际大牌，以及溪木源、玉泽和相宜本草等国产品牌。祛痘套装行业的第一梯队企业有溪木源、悦木之源、谷雨和薇诺娜等，此梯队品牌在淘宝、抖音等电商平台的粉丝量大，祛痘套装销量高。第二梯队为相宜本草、曼秀雷敦和玉泽，此梯队企业部分产品在线上、线下销量位于中等排名。第三梯队企业为瑗尔博士、夸迪和妮维雅等企业，较聚焦于如精华、面膜等单一品类市场。

来源：爱企查，飞瓜数据，头豹研究院

第四部分：企业分析

主要观点：

- 溪木源：溪木源专注于亚洲敏感肌护理，以“全球溯源，国人定制”为理念，注重产品安全性与功效，已完成超400项临床测试，功效检测远超行业标准
- 谷雨：谷雨是专注于中国人肤质的植萃护肤品牌，源于时节文化，运用现代科技萃取植物成分，以光甘草定为核心美白成分，强调顺应自然时节，实现高效美白和真正有效的护肤
- 悦木之源：悦木之源是雅诗兰黛旗下高效能、纯天然的护肤品牌，强调天然原料、科学配方，不进行动物试验且注重环保。其特色产品如“菌菇水”富含活性成分，有效滋养肌肤，提升弹性和光泽
- 薇诺娜：薇诺娜专注于敏感肌肤护理，依托皮肤学、植物学专业知识，结合云南植物活性成分，研发高效护肤产品，致力于解决国人敏感肌肤问题
- 相宜本草：相宜本草融合中草药智慧与现代科技，打造安全实效的本草护肤产品。相宜本草还运用了7大可溯源药材，如红景天、四倍蚕丝等，推出双效鲜活系列，实现抗氧紧致双重功效
- 玉泽：玉泽，皮肤科学护肤品牌，专注于皮肤屏障修护。联合医学专家研发，采用先进生物科技技术，解决肌肤干燥、粉刺等问题，强韧皮肤屏障，提升保湿与修护力

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，532个垂直行业的市场变化，已经积累了近100万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员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，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，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。
- ◆ 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。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

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。



头豹业务介绍

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

