

# 2025年中国美白护肤品行业概览：美白养颜，科学配方

China Skin-whitening skincare products Industry  
中国美白スキンケア製品産業

概览标签：美白护肤品、特殊化妆品、美白祛斑

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。

# 研究目的&摘要

## 研究目的

本报告为对中国美白护肤品行业进行研究。将通过探究对中国美白护肤品行业的细分市场、市场规模以及应用场景来了解中国美白护肤品行业的发展现状和市场规模。

研究区域范围：中国地区

研究对象：美白护肤品行业

本报告的关键问题：

- 1) 中国美白护肤品的市场规模如何，未来发展的空间有多大？
- 2) 中国美白护肤品所在的产业链构成是怎样的？
- 3) 中国美白护肤品的应用场景是怎样的？

## 摘要

- **美白护肤品市场持续增长，需求强劲，消费者关注温和与安全与多效功能，品牌创新与政策支持共同推动行业高速发展**

中国美白护肤品市场规模快速增长，2023年达607.4亿元，预计2028年将增至1,087亿元，年均复合增长率超10%。年轻消费者为主要购买群体，关注温和性和综合功效；明星与网红推广显著提升品牌曝光与销售额。消费者核心需求集中于提亮、均匀肤色，油性肤质偏重去痘印，干性肤质注重淡化色斑。上游高效成分如葡萄籽提取物和光甘草定成为热销产品核心，2024年销量和播放量快速攀升。抖音平台上美白乳液/面霜销售额及销量大幅增长，夏季需求尤其显著，美白精华冬夏价格稍涨，但整体市场稳定扩张。政策层面，政府通过技术创新与监管完善为行业提供发展保障，鼓励外商投资，并推动行业向天然、安全、多功能方向迈进。

- **美白护肤品市场发展迅速，天然、安全及多功能性成为未来趋势，消费人群和地域逐渐多元化**

美白护肤品市场正处于快速增长期，尤其在2024年，天然温和成分如葡萄籽提取物和光甘草定成为热销产品，体现消费者对肌肤健康的重视。在细分市场中，乳液/面霜和精华类产品的销售额在抖音平台持续攀升，夏季需求尤其突出。美白精华在中国市场的生产占比巨大，成为主要品类之一。消费人群方面，女性占主导地位，但男性消费者比例正逐渐上升。地域上，二线、四线城市，以及东南沿海和长江中部地区为消费重心，受当地经济发展与气候因素影响较大。此外，政策支持如推动技术创新、鼓励外商投资，增强了行业发展的基础。未来，美白护肤品趋向天然、植物成分的使用，同时结合抗老需求，针对不同年龄段推出分龄产品，满足市场需求多元化的趋势。



# 目录

## CONTENTS

|                    |       |    |               |       |    |
|--------------------|-------|----|---------------|-------|----|
| ◆ 名词解释             | ----- | 7  | • 政策分析        | ----- | 26 |
| ◆ 中国美白护肤品行业综述      | ----- | 8  | • 参与者分析       | ----- | 27 |
| • 行业认知             | ----- | 9  | • 发展趋势        | ----- | 28 |
| • 市场背景             | ----- | 11 | • 驱动因素        | ----- | 29 |
| • 市场需求             | ----- | 12 | ◆ 中国美白护肤品企业分析 | ----- | 30 |
| • 美白途径             | ----- | 13 | • 谷雨          | ----- | 31 |
| • 发展历程             | ----- | 14 | • 欧诗漫         | ----- | 32 |
| • 市场规模             | ----- | 15 | • 自然堂         | ----- | 33 |
| ◆ 中国美白护肤品行业产业链分析   | ----- | 16 | ◆ 方法论与法律声明    | ----- | 34 |
| • 产业链图谱            | ----- | 17 | ◆ 头豹业务合作      | ----- | 35 |
| • 上游分析：成分          | ----- | 18 |               |       |    |
| • 中游分析：细分市场（乳液/面霜） | ----- | 19 |               |       |    |
| • 中游分析：细分市场（精华）    | ----- | 20 |               |       |    |
| • 中游分析：卖点分析        | ----- | 21 |               |       |    |
| • 下游分析：消费人群        | ----- | 22 |               |       |    |
| • 下游分析：消费地域        | ----- | 23 |               |       |    |
| • 下游分析：消费动机        | ----- | 24 |               |       |    |
| ◆ 中国美白护肤品行业分析      | ----- | 25 |               |       |    |



# 名词解释

- ◆ **脂肪酸**：脂肪酸是构成脂肪的基本单位，主要分为饱和脂肪酸和不饱和脂肪酸。脂肪酸不仅是细胞膜的重要组成部分，还参与能量储存与转换，在化妆品中也用于滋润肌肤。
- ◆ **GMV**：即商品成交总额，指公司在指定时间段内的销售总额，常用于电商网站，计算时包含销售额、取消订单金额、拒收订单金额和退货订单金额。
- ◆ **安瓶**：高浓度护肤精华产品，活性成分浓度一般高达90%以上，适用于肌肤异常状态，能迅速恢复肌肤最佳状态。
- ◆ **法令纹**：鼻翼两侧延伸而下的两道纹路，是皮肤老化、胶原蛋白流失导致的静态皱纹。
- ◆ **眼周纹**：眼睛周围的皱纹，通常称为鱼尾纹，由面部表情丰富或皮肤干燥导致。
- ◆ **特殊化妆品**：指具有特定功能的化妆品，如防晒、美白、除臭等。这类产品需经过严格的安全性和有效性评估，并获得相应批准文号后才能上市销售。
- ◆ **光甘草定**：甘草黄酮类物质，具有美白、降低血压血脂、抑制食欲等作用，被誉为“美白黄金”。
- ◆ **凝血酸**：又称传明酸，是一种人工合成氨基酸衍生物，具有抑制黑色素生成的作用，常用于美白淡斑护肤品中。
- ◆ **曲酸**：天然有机酸，是黑色素专属性抑制剂，具有抗氧化、抗菌和抗衰老作用，被广泛应用于化妆品、食品添加剂和制药领域。
- ◆ **革糖素**：高效抗糖提取物，来源于白睡莲，可预防和清除皮肤糖化，改善肌肤暗黄。
- ◆ **烟酰胺**：维生素B3的一种形式，具有多种护肤功效，包括美白、保湿、减少炎症及增强皮肤屏障功能等，是多功能护肤成分。
- ◆ **熊果苷**：存在于某些植物中的天然活性物质，通过抑制酪氨酸酶活性来防止黑色素沉积，被广泛用于美白祛斑产品中，有助于提亮肤色。
- ◆ **肽安密多**：一种多肽类化合物，通常具有皮肤修复和抗衰老等功效，在化妆品中用作抗皱和保湿成分。



# 第一部分：行业综述

## 主要观点：

- 行业认知：美白产品热度持续上升，内容、传播指数及讨论热度均显著增长。短视频传播力和互动性助力推广，用户获取评测心得积极性高，品牌则通过创意内容和直播种草快速触达消费者
- 市场背景：中国女性主要肤色为自然、白皙和小麦，肤色困扰主要为色沉、黑头和红血丝，多数中国女性有强烈的美白需求
- 市场需求：不同肤色人群普遍追求自然透亮的健康白，油性和干性肤质人群核心需求为提亮和均匀肤色，同时油性肤质更关注去痘印，干性肤质则更重视淡化色斑
- 美白途径：消费者追求美白主要通过科学防晒和护肤品，其中科学防晒是基础，护肤品因便捷多效而受欢迎。针对不同肤色问题，护肤品是主要解决途径，但食疗和调整生活方式也是不可忽视的有效方法
- 发展历程：美白护肤品从基础护肤起步，经国际品牌引入后，国内品牌迅速跟进，行业高速发展。同时，政府政策不断完善，加强对美白产品的监管，确保其安全性和有效性
- 市场规模：中国美白护肤品市场快速增长，2023年规模达607.4亿元，预计2028年将增至1,087亿元。年轻消费者主导需求，关注温和安全与综合功效，明星及网红推广助力市场扩展



# 中国美白护肤品行业综述——行业认知（1/2）

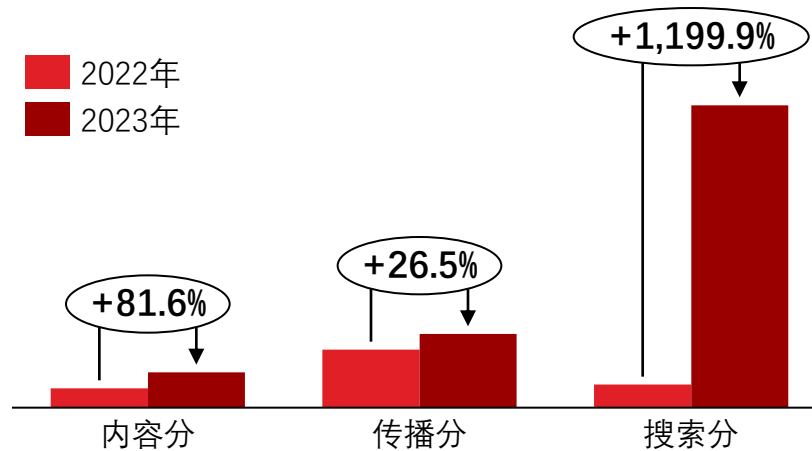
美白产品热度持续上升，内容、传播指数及讨论热度均显著增长。短视频传播力和互动性助力推广，用户获取评测心得积极性高，品牌则通过创意内容和直播种草快速触达消费者

## 中国美白护肤品定义及分类

美白护肤品是指获得国家药品监督管理局美白特证，且化妆品功效宣称中包含“美白”的护肤品，包括精华、面霜、乳液、面膜等多种形式的产品。

|         |       |   |
|---------|-------|---|
| 美白护肤品分类 | 精华    | ■ 精华是高浓度活性成分的浓缩液，专注于深层美白和修复。常见的美白精华成分包括维生素C及其衍生物、熊果苷、曲酸等，能够有效针对色斑、暗沉等问题。精华质地轻盈，易于吸收，适用于所有肤质，特别是有明显色素沉着问题的肌肤。        |
|         | 乳液/面霜 | ■ 乳液和面霜为皮肤提供滋润和保湿的同时，含有美白成分帮助均匀肤色。乳液质地较轻盈，适合油性和混合性肌肤；面霜则更适合干性或成熟肌肤，提供更长时间的保湿效果。它们不仅能改善肤色不均，还能增强皮肤屏障功能，防止外界侵害。       |
|         | 面膜    | ■ 面膜分为片状面膜、泥膜、睡眠面膜等多种形式，通过高浓度的美白成分在短时间内集中修护肌肤。面膜能快速补充水分和营养，改善肤色不均，提亮肤色。特别是片状面膜，贴合面部轮廓，确保有效成分充分渗透。                   |
|         | 洁面产品  | ■ 洁面产品如洁面乳、洁面泡沫、洁面啫喱等，温和清洁皮肤表面的污垢和老化角质，部分产品还添加了美白成分，帮助预防色素沉着。洁面是护肤的第一步，保持皮肤清洁有助于后续护肤品的吸收。合适的洁面产品，长期使用可维持皮肤的明亮和健康状态。 |

### 美白产品的综合指数趋势



□ 美白产品的综合指数呈现上升趋势，消费者对于美白产品的关注度和需求持续攀升。抖音平台中，2023年美白产品的内容指数同比增长81.6%，在传播指数上，美白产品同比增长26.5%，在美白产品的讨论热度上，相关的搜索分同比增长了近1200%。短视频内容的传播力和互动性为美白产品的推广提供助力。一方面，用户通过抖音获取美白产品的评测及使用心得；另一方面，品牌方也加大了对平台的投入，通过创意短视频、KOL种草以及直播带货等形式，快速拉近与消费者的距离。

# 中国美白护肤品行业综述——行业认知 (2/2)

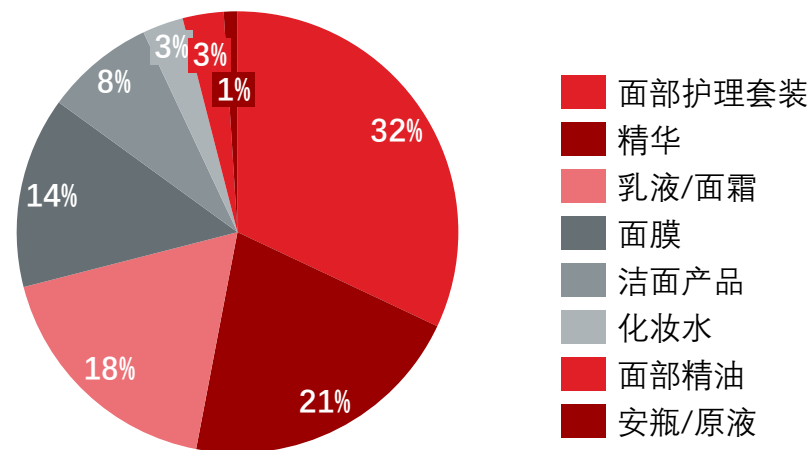
面部护理套装和精华是目前较为最受欢迎的美白护肤产品，护理套装因多效合一满足多样需求，可简化护肤流程，精华则凭借高效能成为核心单品

## 中国美白护肤品定义及分类

美白护肤品是指获得国家药品监督管理局美白特证，且化妆品功效宣称中包含“美白”的护肤品，包括精华、面霜、乳液、面膜等多种形式的产品。

|         |       |   |
|---------|-------|---|
| 美白护肤品分类 | 化妆水   | ■ 化妆水用于洁面后的第一步护肤，帮助恢复皮肤的pH值，同时提供初步的保湿和美白效果。一些化妆水中含有特定的美白成分，如甘草提取物、酵母发酵产物等，有助于提亮肤色，减少色斑形成。化妆水可促进后续护肤品的吸收，使皮肤更加柔软光滑。      |
|         | 面部精油  | ■ 面部精油富含抗氧化剂和必需脂肪酸，能够深入滋养皮肤，增强皮肤屏障功能。某些精油具有轻微的美白效果，如玫瑰果油、摩洛哥坚果油等，可以混合到其他护肤品中使用。面部精油不仅为皮肤提供深层滋润，还能改善肤色不均，使皮肤更加健康亮丽。      |
|         | 安瓶/原液 | ■ 安瓶是高度浓缩的精华液，通常包装在独立的小瓶中，一次性使用，提供高效且即时的美白效果。原液则是单一或几种高纯度成分的浓缩液，如纯维生素C溶液，直接作用于问题区域，效果显著但可能需要谨慎使用以避免刺激。                  |
|         | 护理套装  | ■ 面部护理套装是综合性的美白护肤解决方案，通常包括洁面、化妆水、精华、乳液/面霜等多步骤产品。它旨在提供全方位的美白护理，从清洁到保湿，再到深层修复，适合希望简化选择过程的消费者。套装中的各产品协同作用，可有效改善肤色不均、暗沉等问题。 |

美白护肤产品的销售情况（抖音平台），2023年



□ 面部护理套装和精华是较为受欢迎的美白护肤产品。美白护肤产品可细分为精华、乳液/面霜、面膜及洁面产品等，其中，在2023年的抖音平台中，销售额占比最高的产品类别为面部护理套装，占比为32%。这类产品通常包含精华、乳液、面霜等多种护肤产品，能够满足消费者的多样化需求，同时简化了护肤流程，尤其受到时间紧张的年轻群体的青睐。与此同时，精华类产品作为美白护肤的核心单品，紧随其后，占据了较大的市场份额，比例为21%。

# 中国美白护肤品行业综述——市场背景

中国女性主要肤色为自然、白皙和小麦，肤色困扰主要为色沉、黑头和红血丝，多数中国女性有强烈的美白需求

## 中国女性肤色现状，2023年

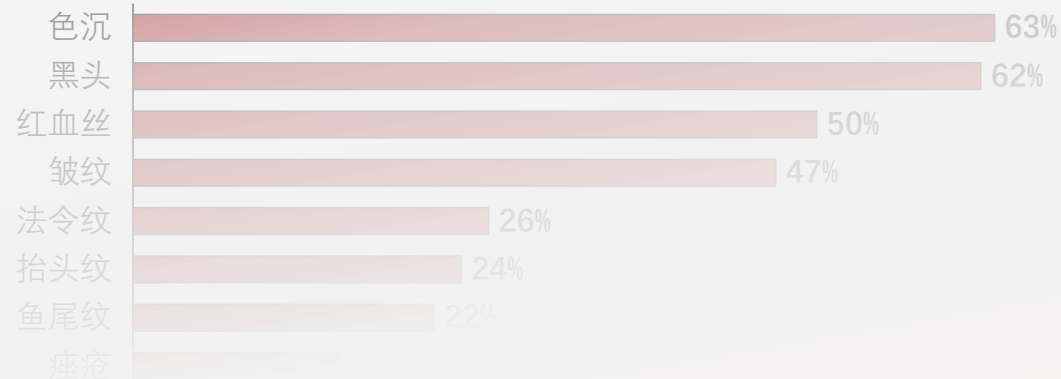
## 中国肌肤问题，2023年



- 报告完整版/高清图表或更多报告：请登录 [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)
- 如需进行品牌植入、数据商用、报告调研等商务需求，欢迎与我们联系

首席分析师：[oliver.yuan@leadleo.com](mailto:oliver.yuan@leadleo.com)

主笔分析师：[ruowei.lin@leadleo.com](mailto:ruowei.lin@leadleo.com)



□ 尽管自然肤色女性人群比例高，但白皙仍是中国女性的主要肤色追求。当前中国女性肤色的分布呈现出较为明显的层次性，其中自然肤色是中国女性最为普遍的肤色，占比为38%，其次为白皙肤色，比例为28%，拥有小麦肤色的女性比例为19%。然而，在中国，皮肤白皙的审美标准由来已久，从“垆边人似月，皓腕凝霜雪”、“冰雪肌肤，靓妆喜作梅花面”等诗句中不难看出，自古以来中国人对于白肤的追求和欣赏。2023年，仍超过80%的中国女性有美白需求，美白仍然是许多中国女性关注的重点。

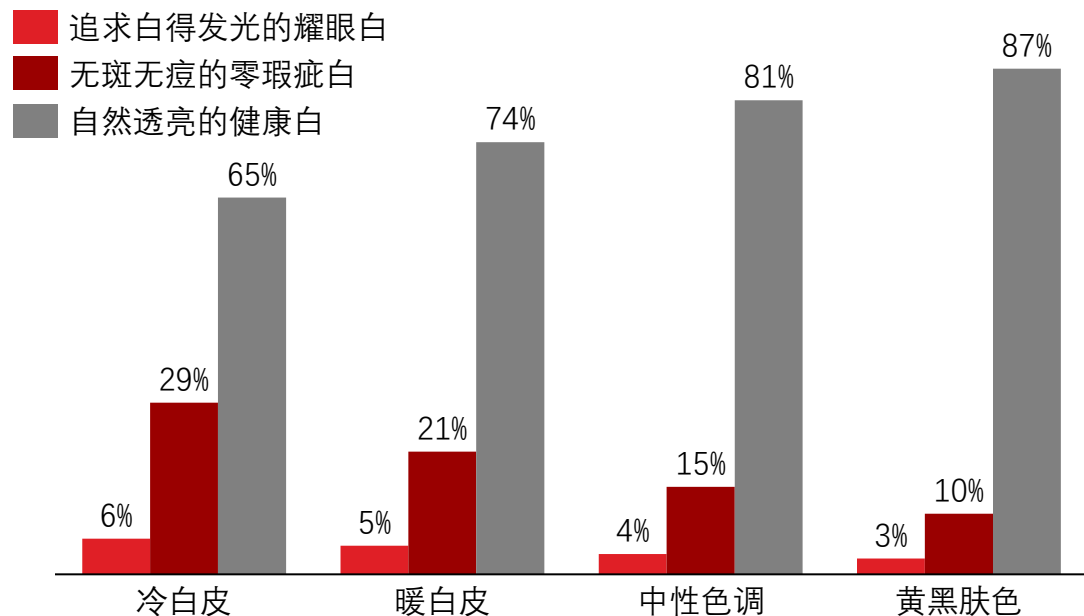
□ 中国女性面临的三大肤色困扰分别为色沉、黑头和红血丝。其中，肤色问题中的“色沉”占比最高，比例为63%，其次是黑头（62%）和红血丝（50%）。这些皮肤困扰的产生，与紫外线曝晒、年龄增长、以及不良生活习惯等多种因素密切相关。紫外线长期照射可促使黑色素的生成，从而导致色斑和肤色暗沉。而不规律的作息、饮食不均衡等生活习惯，也可能加重这些肤色问题。为了应对这些肤色困扰，中国女性在护肤方面投入了大量的时间和精力，尤其在美白领域，美白产品成为中国女性护肤程序中的核心部分。



# 中国美白护肤品行业综述——市场需求

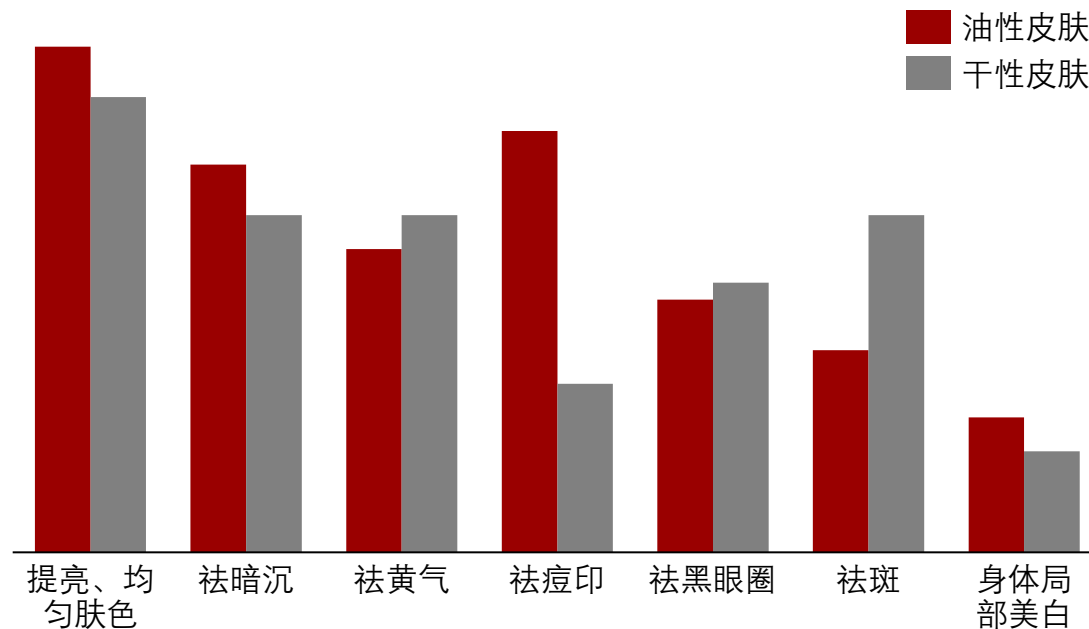
不同肤色人群普遍追求自然透亮的健康白，油性和干性肤质人群核心需求为提亮和均匀肤色，同时油性肤质更关注去痘印，干性肤质则更重视淡化色斑

## 不同肤色消费者追求的美白效果，2023年



不同肤色的人群在美白需求上有所差异，但总体来看，自然透亮的健康白是各类肤色人群的共同追求，尤其是黄黑肤色的人群，其追求这一肤色的比例高达87%，其次是中性色调人群，比例为81%。对于本身就拥有白皙肤色的人群来说，他们的美白需求更多集中在进一步提亮肤色。以暖白肤色为例，追求无斑无痘、零瑕疵的理想白的比例为21%，而追求白得发光的耀眼白的比例为5%。冷白肤色人群在这一方面的需求稍高，分别为29%和6%。

## 不同肤质消费者追求的美白效果，2023年



不同肤质的人群在美白需求上表现出不同的侧重点。对于油性和干性肤质的人群来说，提亮肤色和均匀肤色是最为核心的需求。油性肤质通常由于皮脂分泌较多，容易产生油光，并且更易长痘，因此，在美白效果的追求上，油性人群除了关注肤色的提亮外，去除痘印也是他们的第二大需求。而对于干性肤质的女性来说，虽然提亮和均匀肤色同样重要，但由于干性皮肤通常伴随有水油失衡、干燥脱皮等问题，去斑和淡化色斑成为其第二大需求。

# 中国美白护肤品行业综述——发展历程

美白护肤品从基础护肤起步，经国际品牌引入后，国内品牌迅速跟进，行业高速发展。同时，政府政策不断完善，加强对美白产品的监管，确保其安全性和有效性

## 中国美白护肤品行业的发展历程

**萌芽期**  
该阶段的护肤品以基础护肤产品为主，这些产品的主要功能是滋润肌肤和防止干燥，并没有明确的美白成分



1 1970-1990年

### 启动期

1997年，国际品牌如资生堂和兰蔻开始进入中国市场，美白概念逐渐被引入。2000年后，国内品牌如百雀羚和自然堂开始推出特色美白产品



2 1990-2010年

### 高速发展期

这一阶段，美白护肤品呈现出快速发展态势，国内外品牌竞争加剧。消费者对于美白产品的认知度和接受度大幅提升的同时，政府部门对行业的监管趋严



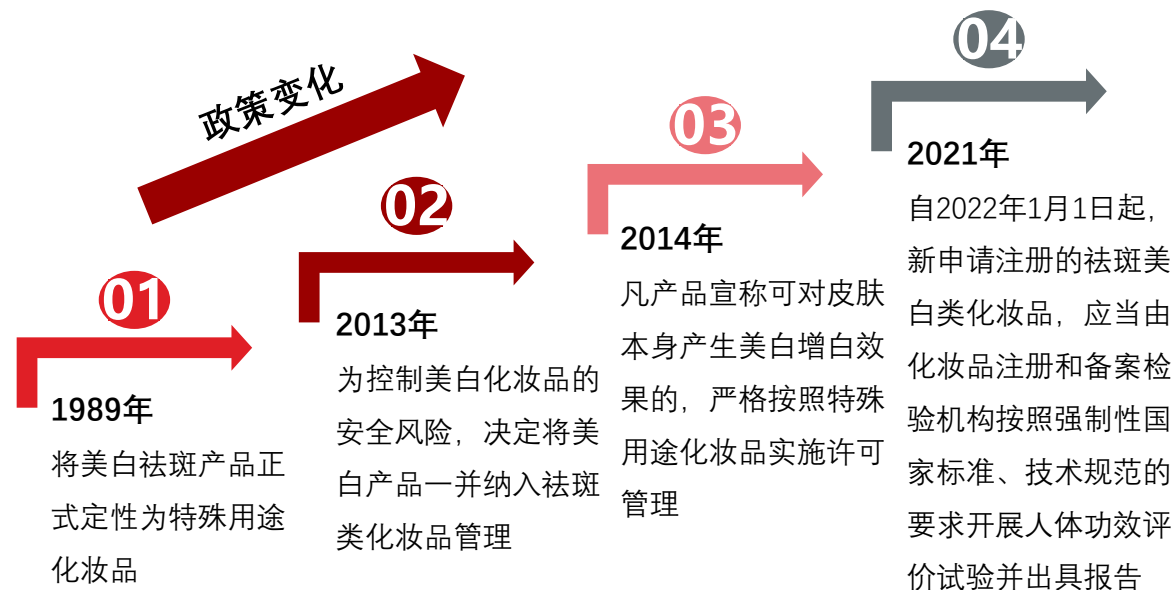
3 2011-2020年

### 成熟期

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。消费者对健康和天然成分的关注推动了含有天然或有机成分的美白护肤品的增长



4 2020年至今



- 在萌芽期，美白产品主要集中于基础护肤，尚未明确涉及美白成分。1997年，国际品牌如资生堂和兰蔻的进入，美白概念逐渐被引入中国市场。2000年后，国内品牌如百雀羚和自然堂也推出了特色美白产品。此后，行业进入高速发展期，国内外品牌竞争加剧，消费者接受度大幅提升，政府监管也趋严。在成熟期，美白产品朝着细分化、定制化和安全化的方向发展。在政策方面，1989年美白祛斑产品被正式定性为特殊用途化妆品，随后在2013年和2014年，政府逐步将其纳入祛斑类化妆品管理，并严格按照特殊用途化妆品实施许可管理。到2021年，政府进一步规定新申请注册的祛斑美白类化妆品需经过人体功效评价试验并出具报告。

# 中国美白护肤品行业综述——市场规模

中国美白护肤品市场快速增长，2023年规模达607.4亿元，预计2028年将增至1,087亿元。年轻消费者主导需求，关注温和安全与综合功效，明星及网红推广助力市场扩展

中国美白护肤品行业市场规模，2019-2028年预测



中国美白护肤品2023年市场规模达到607.4亿元，同比增长7.8%。消费者对肤色和个人形象的关注度提高，尤其是年轻一代对美白的需求日益增加。2024年，美白护肤品的消费人群中，18-30岁的消费者占比达到65%。尤其是在亚洲市场，白皙皮肤通常被视为美丽健康的象征，因此市场对美白护肤品的需求持续增长。此外，消费者越来越关注产品的温和性和安全性，而现代护肤品研发技术使得美白产品的效果更加显著、安全性更高，与消费者的需求相匹配。品牌使用创新成分如维生素C、熊果苷、烟酰胺、甘草酸等被广泛应用，且结合其他功效成分，如抗氧化剂、保湿成分等，使得产品更具综合性与高效性。预计中国美白护肤品2028年市场规模达到1,087亿元，复合增长率为12.3%。通过明星代言、网红推荐、用户评价等方式，美白护肤品得到了广泛曝光，市场得到进一步增长。调研显示，在选品时会受产品广告和品牌知名度影响的消费者占比达到90%以上。

## 第二部分：产业链分析

### 主要观点：

- 产业链图谱：美白护肤品行业的产业链上游为活性物、保湿剂和油脂等材料供应商及代工厂，中游则是美白护肤品供应厂商，下游则为美白护肤品的消费用户
- 上游成分：葡萄籽提取物和光甘草定等高效且温和的美白成分成为2024年热销美白护肤品的主要成分，其销售额和播放量增长迅速，反映出消费者对肌肤健康和温和美白效果的重视
- 细分市场-乳液/面霜：美白乳液/面霜在抖音平台销售额、销量大幅增长，夏季需求增加，价格略有上涨。美白乳液/面霜主要消费人群为混合性、油性和干性肤质，敏感肌肤群体相对较少选择
- 细分市场-精华：美白精华是美白护肤品的重要品类，抖音平台销售额大幅增长，价格波动受季节需求影响，冬季和夏季价格稍有上涨。中国是美白精华的主要生产基地，占据大部分市场份额
- 消费人群：美白护肤品市场女性消费者占主导，但男性消费者比例正逐步上升，且中老年群体需求增加。年轻消费者为主要购买群体，易受社交影响；30岁以上消费者更注重产品温和性和抗衰老效果
- 消费地域：美白护肤品消费地域主要集中于二线、四线城市，以及贵州省和安徽省，尤其以东南沿海和长江以南中部地区为主，这与地区经济发展水平、居民消费能力提升及当地气候潮湿和紫外线辐射高有关

# 中国美白护肤品行业产业链分析——产业链图谱

美白护肤品行业的产业链上游为活性物、保湿剂和油脂等材料供应商及代工厂，中游则是美白护肤品供应厂商，下游则为美白护肤品的消费用户

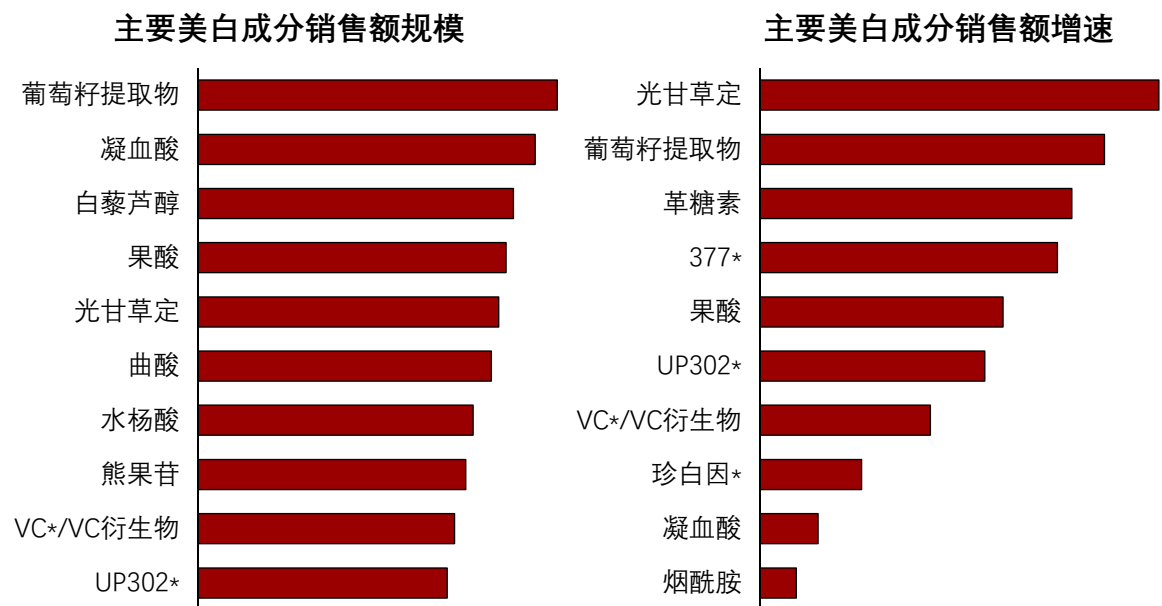
## 美白护肤品产业链图谱



# 中国美白护肤品行业产业链分析——上游成分

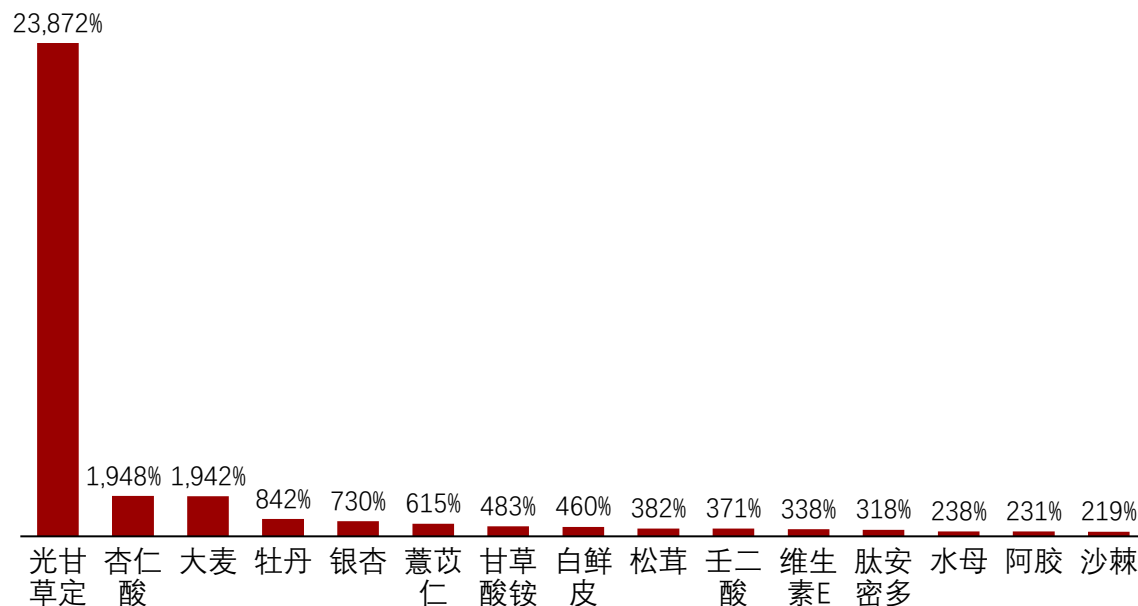
葡萄籽提取物和光甘草定等高效且温和的美白成分成为2024年热销美白护肤品的主要成分，其销售额和播放量增长迅速，反映出消费者对肌肤健康和温和美白效果的重视

美白产品主要成分，2024年



□ 葡萄籽提取物为2024年最热销美白护肤品的主要成分。葡萄籽提取物富含花青素，其抗氧化能力远超维生素C和维生素E，是维生素E的50倍，维生素C的20倍。目前葡萄籽提取物主要用于美白保健品和美白护肤品中，如Swisse葡萄籽精华片和欧缇丽葡萄籽美白精华等，光甘草定则是2024年销售额增速最高的美白产品的主要成分，光甘草定被誉为“美白黄金”，其美白效果是烟酰胺的140倍。尽管光甘草定的提取工艺复杂且成本较高，但其卓越的美白效果使其成为许多高端美白护肤品牌的首选成分，如品牌谷雨、资生堂等。

抖音播放量高增长的美白成分，2023年上半年

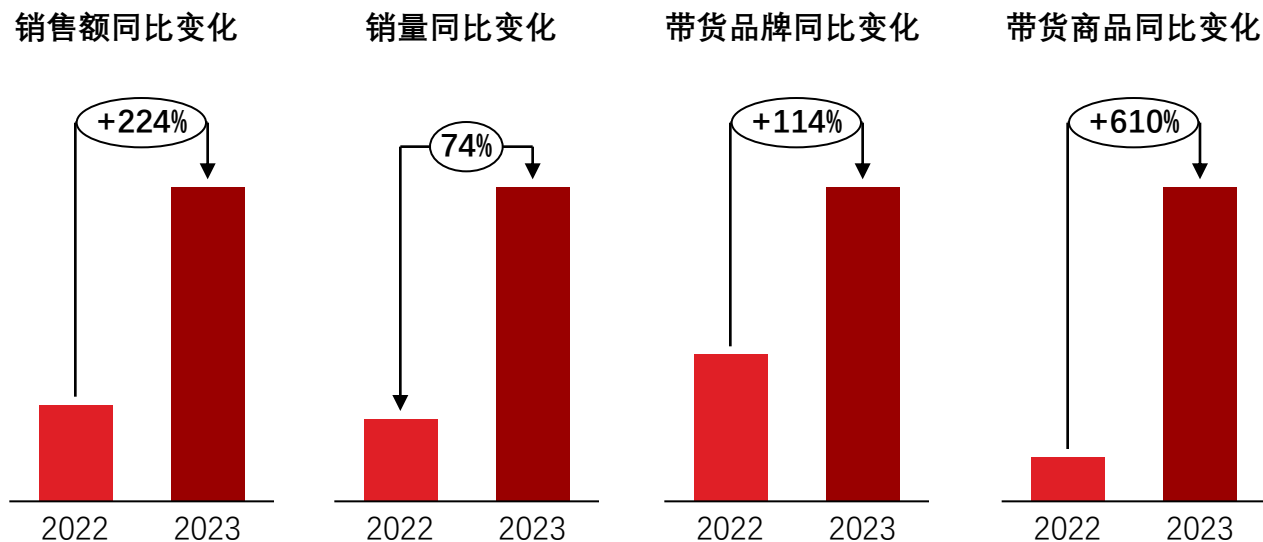


□ 光甘草定、杏仁酸、大麦、牡丹等温和性美白成分的播放量增长迅速。2023年上半年，光甘草定的播放量同比激增超过200倍，杏仁酸和大麦的播放量分别同比增长了19倍，牡丹播放量同比增长8倍，高效且温和的美白成分正成为消费者新的追求热点，其需求增量显著。温和性美白成分的受欢迎，源自于消费者对肌肤健康的重视。与传统的美白成分相比，如氢醌和酸类成分，光甘草定、杏仁酸等成分能够有效抑制黑色素生成，同时减少刺激和副作用，适合敏感肌肤使用，在温和性、抗炎和修复方面也发挥了重要作用。

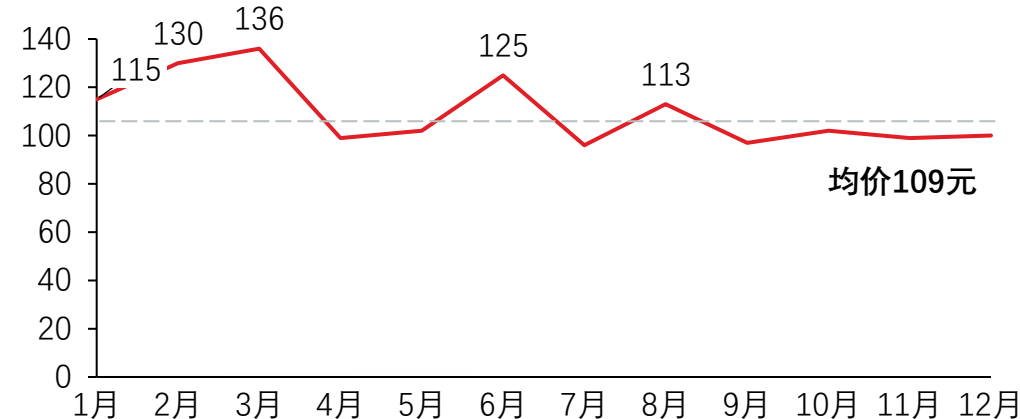
# 中国美白护肤品行业产业链分析——中游细分市场（精华）

美白精华是美白护肤品的重要品类，抖音平台销售额大幅增长，价格波动受季节需求影响，冬季和夏季价格稍有上涨。中国是美白精华的主要生产基地，占据大部分市场份额

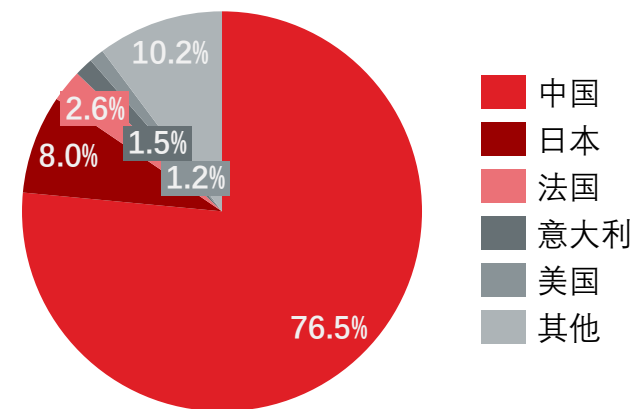
## 美白精华的销售情况，2023年



## 美白精华的销售均价月趋势，2023年



## 美白精华产品产地归属，2023年

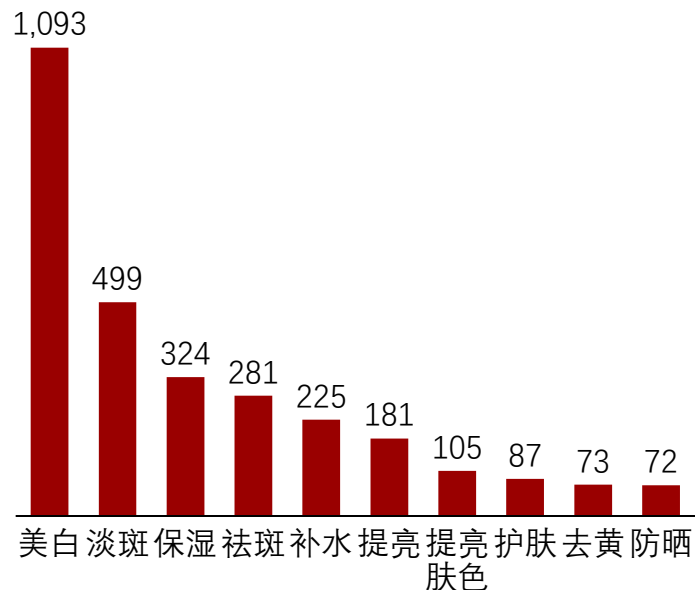


美白精华是美白护肤品中的另一个重要品类，占据了市场销售额的21%。2023年，美白精华在抖音平台的销售额同比增长了224%，销量增长了74%。在带货方面，带货品牌和带货商品的增幅分别达到了114%和610%，从价格来看，美白精华的市场均价为109元，且在冬季和夏季的价格会有所上涨，涨幅在4至27元之间，明显高于美白乳液/面霜的价格波动。价格波动的原因主要与消费者对美白精华在不同季节的需求差异有关。夏季日晒强烈，皮肤问题加剧，消费者倾向于购买高效美白精华；而冬季气候干燥，需求也出现一定的增长。美白精华的产地分布显示，中国是主要的生产基地，占据了76.5%的市场份额。其次是日本，其产地比例为8%，而法国和意大利等其他国家的产地比例相对较低，分别为2.6%和1.5%。

# 中国美白护肤品行业产业链分析——中游产品卖点

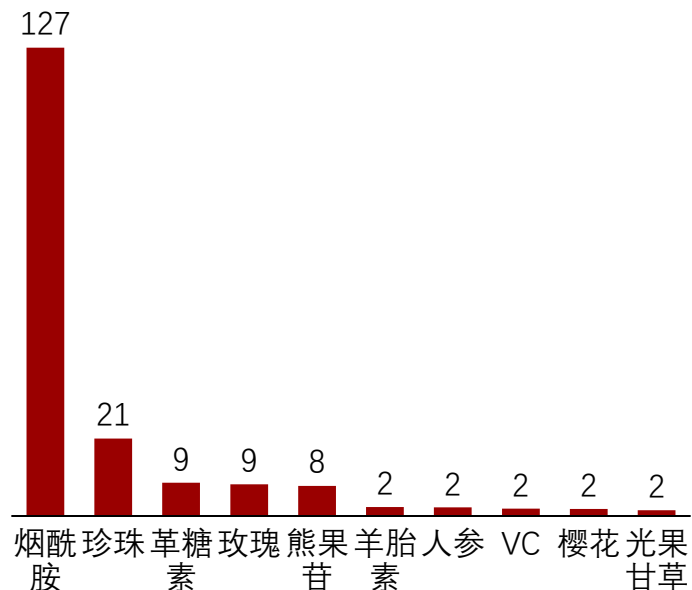
美白产品的主要卖点集中在“美白”、“淡斑”和“保湿”功效上，其中“美白”最为突出。成分方面，烟酰胺备受追捧。消费者关注的主要痛点包括“暗黄”、“色斑”和“熬夜”等问题

## 美白产品的功效词卖点热度，2023年



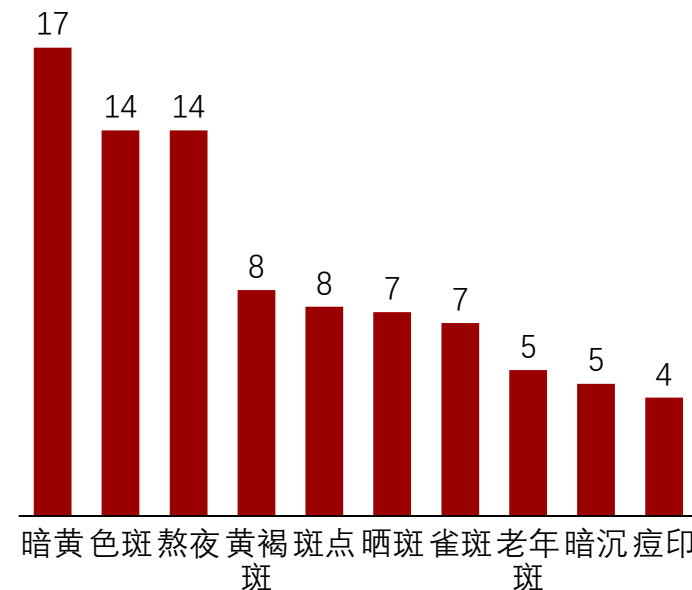
从美白产品的卖点热点来看，首先是功效词方面，“美白”、“淡斑”和“保湿”为美白产品热度最高的功效词卖点，热度指数分别为1093、499和324，其中“美白”以1,093的热度占据主导地位。而“美白”和“淡斑”常常是相辅相成的功效，消费者在选择美白产品时，往往期望同时实现肤色提亮和斑点淡化。

## 美白产品的成分词卖点热度，2023年



其次是成分词的热度表现。“烟酰胺”以127的热度指数位居榜首。作为一种经过广泛科普的美白成分，烟酰胺的美白效果和对抗色斑的能力，使其成为许多美白护肤品的核心成分。其他成分词如“珍珠”、“革糖素”的成分词卖点热度分别为21和9。珍珠粉以其天然的亮肤功效著称，革糖素则因其抗氧化特性被用于促进肌肤亮白。

## 美白产品的痛点词卖点热度，2023年



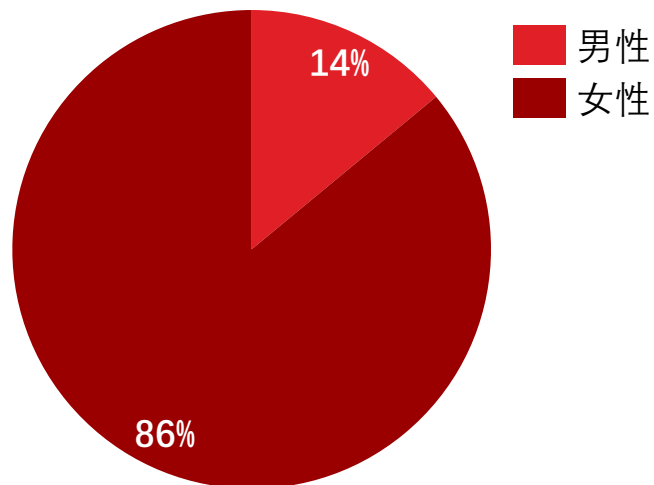
在痛点词卖点热度方面，热度排名较前的分别是“暗黄”、“色斑”和“熬夜”，热度指数分别为17、14和14。“暗黄”是许多人面临的普遍问题，尤其是在长时间暴露在紫外线和污染环境的人群中较为突出。“色斑”则多与年龄、荷尔蒙变化、紫外线暴晒等因素有关。特别是怀孕或进入更年期的女性群体，色斑问题尤为突出。



# 中国美白护肤品行业产业链分析——下游消费人群

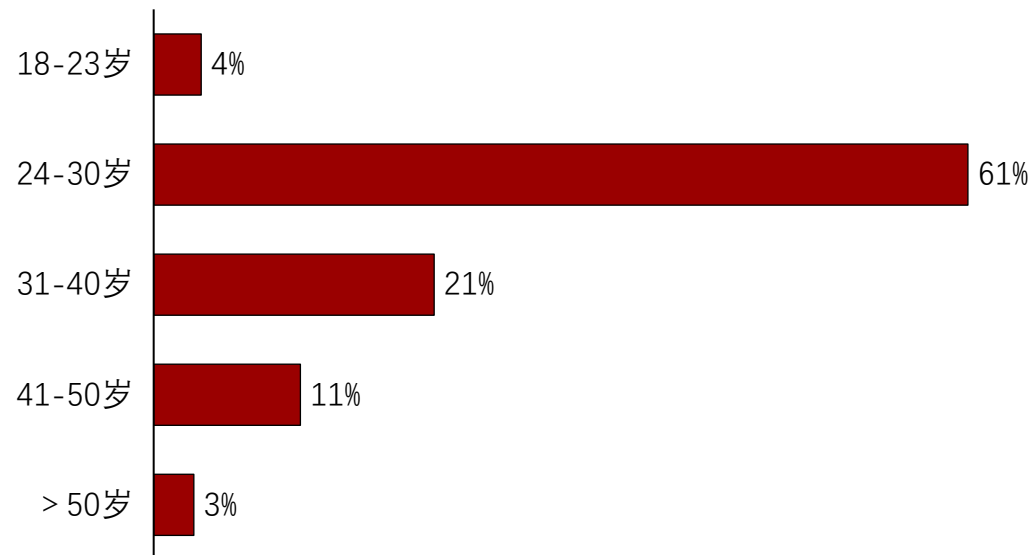
美白护肤品市场女性消费者占主导，但男性消费者比例正逐步上升，且中老年群体需求增加。年轻消费者为主要购买群体，易受社交影响；30岁以上消费者更注重产品温和性和抗衰老效果

美白护肤品的消费人群（按性别划分），2024年



- 美白护肤品的消费人群以女性为主，比例为86%。2023年，仍超过80%的中国女性有美白需求，美白仍然是许多中国女性关注的重点。尽管女性是主要消费群体，但男性消费者的比例也在逐步上升。唯品会数据显示，2023年5月，男性用户的美白产品购买量的环比增速是女性的两倍，且不同年龄层男性的购买量均有所增长。此外，中老年消费者的需求也在增加，他们希望通过使用美白产品延缓衰老，保持肌肤的均匀色泽。

美白护肤品的消费人群（按年龄划分），2024年



- 在年龄分布上，美白护肤品的消费者以年轻人为主，18-30岁的消费者占比达到65%。这些年轻消费者在购买决策中容易受到朋友推荐、明星或网红的影 响。超过30%的消费者会因朋友推荐而购买美白产品，90%以上消费者会受产品广告和品牌知名度影响。此外，31-40岁同样为美白护肤品的主要消费人群年龄段，比例为21%，但消费需求与其他年龄段人群稍有不同。例如，30岁以上的成熟女性在选择美白产品时，更加注重产品的温和性和长期抗衰老效果。

## 第三部分：行业分析

### 主要观点：

- 政策分析：中国美白护肤品行业发展受多项政策推动，旨在促进技术创新、提升产品可靠性、加强数据安全，同时鼓励外商投资，为行业发展提供坚实基础与广阔市场
- 参与者分析：中国国货美白护肤品市场参与者包括谷雨、欧诗漫、肌肤未来等品牌
- 发展趋势：美白护肤品的发展趋势强调天然、安全及多功能性，特别是植物成分因其多重功效广受欢迎。同时，美白与抗老需求结合愈发紧密，促使产品研发需整合抗老功能，并针对不同年龄段推出分龄护理产品
- 驱动因素：美白护肤品消费动机多样，美白为各代际女性主要护肤需求；化妆品消费年轻化、高消费趋势明显；线上电商渠道为美白护肤品市场扩展提供新动力



# 中国美白护肤品行业分析——政策分析

近年来，中国美白护肤品行业相关政策逐步完善，重点聚焦产品质量管理、注册备案、功效宣称评价以及生产经营全链条监管，强化企业主体责任，推动行业规范化发展

## 中国美白护肤品行业发展相关政策分析，2021年至今

| 政策名称            | 颁布日期    | 颁布主体      | 主要内容及影响   | 政策性质 |
|-----------------|---------|-----------|---|------|
| 《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 | 国家药品监督管理局 | 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》   | 2021-05 | 国家药品监督管理局 | 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。                          | 规范类  |
| 《化妆品监督管理条例》     | 2021-05 | 国家药品监督管理局 | 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  |

# 中国美白护肤品行业分析——参与者分析

中国国货美白护肤品市场参与者包括谷雨、欧诗漫、肌肤未来等品牌

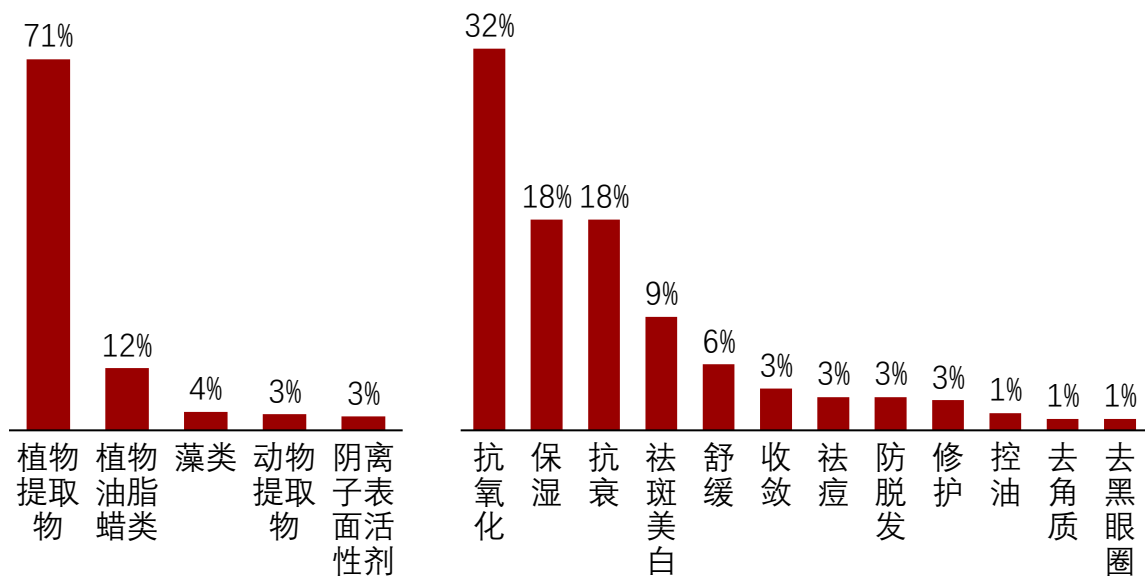
## 中国国货美白护肤品市场参与者

| 品牌名称   | 品牌创立年份 | 品牌所属地 | 主要产品           | 备案信息          | 功效宣称 |
|--|--------|-------|----------------|---------------|------|
| 谷雨<br>    | 2016年  | 中国广东  | 谷雨光感美白修护焕能精华霜  | 国妆特字202410906 | 祛斑美白 |
|  |        |       | 光感美白淡斑匀净精华液    | 国妆特字202410217 | 祛斑美白 |
| 欧诗漫<br>   | 1967年  | 中国浙江  | 美白淡斑·珍珠双膜组     | 国妆特字G20231717 | 祛斑美白 |
|  |        |       | 珍珠净透润白淡斑面膜     | 国妆特字G20180429 | 祛斑美白 |
| 肌肤未来<br>  | 2019年  | 中国广东  | 肌肤未来肌源美白精华水    | 国妆特字20244068  | 祛斑美白 |
|  |        |       | 肌肤未来科研美白焕肤乳敷面膜 | 国妆特字20244067  | 祛斑美白 |
| 自然堂<br> | 2001年  | 中国上海  | 自然堂美白祛斑精华液     | 国妆特字G20210992 | 祛斑美白 |
|  |        |       | 自然堂雪润皙白焕亮冰肌水   | 国妆特字202413736 | 祛斑美白 |
| 珀莱雅<br> | 2003年  | 中国浙江  | 珀莱雅启时光蕴美白淡斑精华液 | 国妆特字20248019  | 祛斑美白 |
|  |        |       | 珀莱雅恒光净白淡斑精华液   | 国妆特字20248002  | 祛斑美白 |

# 中国美白护肤品行业分析——发展趋势

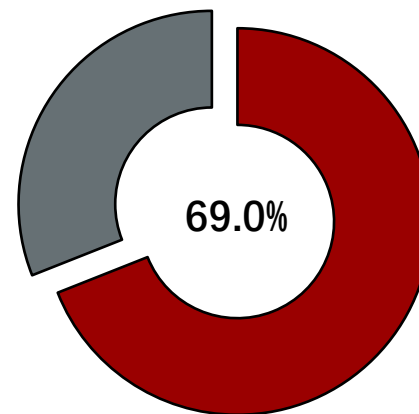
美白护肤品的发展趋势强调天然、安全及多功能性，特别是植物成分因其多重功效广受欢迎。同时，美白与抗老需求结合愈发紧密，促使产品研发需整合抗老功能，并针对不同年龄段推出分龄护理产品

### 热门榜单成分中类型、功效分布，2023年



美白护肤品的发展趋势呈现出向天然、安全和多功能方向发展的特点。从成分来看，植物提取物和植物油脂蜡类在护肤品中的占比达到71%和12%，显示出植物成分的广泛应用和受欢迎程度。植物成分因其天然性和较低的刺激性，被消费者认为更安全，符合当下消费者对绿色、健康护肤的需求。同时，这类成分通常具有抗氧化、保湿和美白等多种功效，能够满足消费者对护肤品“一品多效”的期待。这同样体现在热门功效分布中。目前抗氧化、保湿、抗衰和祛斑美白为消费者的热门功效需求，其中祛斑美白领域的占比达到9%。在选择美白护肤产品的同时，消费者往往倾向于选择具备其他功效的产品。

### 美白护肤人群的多样化需求，2024年



美白护肤品的发展趋势正在向多功能方向延伸，特别是与抗老需求的结合愈发紧密。2024年，有69%的消费者在选功效护肤品会同时关注美白和抗老需求，单一功效的产品已难以满足消费者需求。抗氧化、抗衰等功能正成为护肤的重点方向，尤其是在年轻化趋势的推动下，超过80%的消费者在35岁之前就开始关注抗衰老问题，这一需求正逐渐提前。这一变化促使美白护肤品在产品研发中需要更多地整合抗老功能，通过添加抗氧化成分如维生素C、烟酰胺、植物多酚等，实现亮肤与延缓肌肤老化的双重效果。同时，针对不同年龄段消费者的需求，品牌需推出分龄护理产品，提供更精准的护肤解决方案。

## 第四部分：企业分析

### 主要观点：

- 谷雨：广州谷雨生物科技有限公司旗下的谷雨品牌，依托中国传统“时节文化”，注重科技创新与自主研发，建立了从原料提取到产品生产的全产业链体系，开发出了一系列基于植萃原料和创新技术的护肤产品
- 欧诗漫：欧诗漫控股集团有限公司是一家专注于珍珠养殖、科研、深加工及销售的综合性企业，致力于珍珠美肤领域，拥有领先国际的珍珠科技研发水平和多个珍珠护肤产品系列，是珍珠美肤科研领域的先驱者
- 自然堂：上海自然堂集团是一家科技美妆企业，涵盖化妆品、个人护理等领域，拥有多个护肤品牌，通过自主研发成功推出突破性原料极地酵母喜默因®，打破对进口原料依赖

# 中国美白护肤品企业分析——谷雨

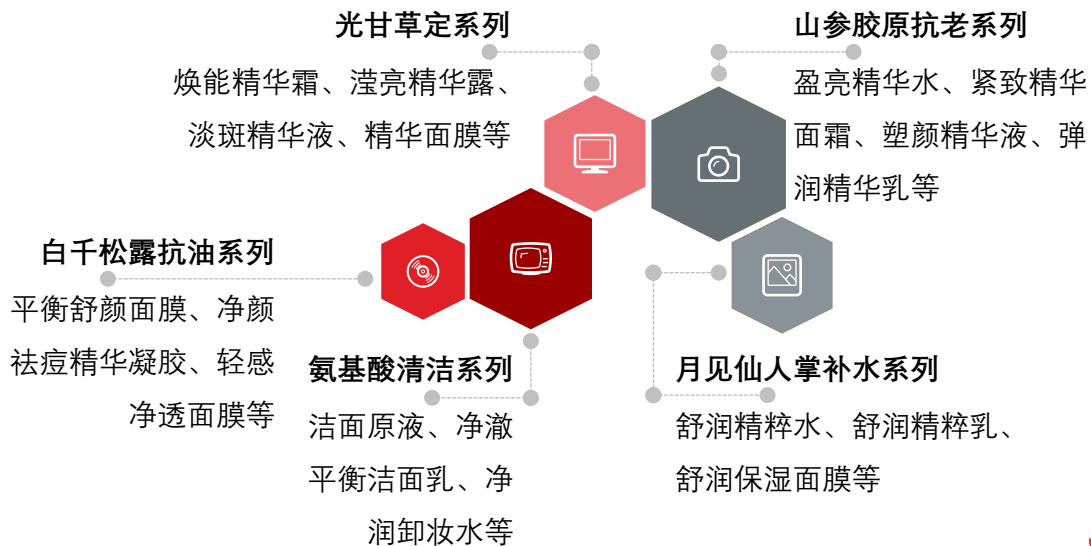
广州谷雨生物科技有限公司旗下的谷雨品牌，依托中国传统“时节文化”，注重科技创新与自主研发，建立了从原料提取到产品生产的全产业链体系，开发出了一系列基于植萃原料和创新技术的护肤产品

## 广州谷雨生物科技有限公司

### 品牌介绍

广州谷雨生物科技有限公司成立于2018年，是一家专注于生产护肤产品的企业，总部位于中国广州。旗下谷雨品牌起源于中国传统“时节文化”，寓意“雨生百谷，雨润万物”，以传承中华优秀传统文化为己任，同时注重科技创新和自主研发。谷雨通过建立青囊研发中心、特色原料提取工厂和现代化绿色护肤品生产工厂，形成了从原料提取到产品生产的全产业链研发体系。目前谷雨已开发了包括光甘草定、稀有人参皂苷、番茄红素等在内的植萃原料库，并利用合成生物、纳米包裹等前沿技术，研发出一系列创新护肤产品。

### 部分产品矩阵



## 谷雨产品亮点

| 产品分类          | 产品特点  |
|---------------|---|
| 光感美白修护焕能精华霜   | <ul style="list-style-type: none"><li>自研“极光甘草”，光甘草定纯度达99%</li><li>针对黑色素细胞受体定向递送，精准美白</li><li>包含牡丹根提取物、乙基VC，抗氧化</li></ul>              |
| 极光甘草光感美白滢亮精华露 | <ul style="list-style-type: none"><li>独创的28纳米脂质体包裹技术，使得极光甘草的透皮吸收率提升3.4倍</li><li>二裂酵母发酵产物溶胞产物，加速表皮更新</li><li>多重植物精粹，可减少氧化自由基</li></ul> |
| 光感美白淡斑精华液     | <ul style="list-style-type: none"><li>双向淡斑抑黑，在肌表通过稳定型VC、花榈木提取物淡褪表面斑，肌底通过极光甘草、牡丹根提取物抑制潜在斑</li></ul>                                    |



## 谷雨核心竞争力

### 科技创新能力

谷雨自建青囊研发中心占配备8大功能性研究实验室，涵盖基础研究、原料创新、功效测评等多个环节，还与中科院合作，攻克了光甘草定的溶解难题。

### 特色植萃成分研发

谷雨专注于中国特色植萃成分的研发，以光甘草定为核心美白成分，同时开发了稀有人参皂苷CK、番茄红素等“中国芯”功效原料库。

### 全产业链布局

谷雨在供应链上建立了行业领先的特色原料提取工厂和现代化绿色护肤品生产工厂，其生产工厂达到国际GMP标准，确保了产品品质和规模化生产能力。

# 中国美白护肤品企业分析——欧诗漫

欧诗漫控股集团有限公司是一家专注于珍珠养殖、科研、深加工及销售的综合型企业，致力于珍珠美肤领域，拥有领先国际的珍珠科技研发水平和多个珍珠护肤产品系列，是珍珠美肤科研领域的先驱者

## 欧诗漫控股集团有限公司

### 品牌介绍

欧诗漫控股集团有限公司是一家以珍珠为核心业务的综合性企业，成立于1967年，总部位于浙江省湖州市。欧诗漫专注于珍珠养殖、科研、深加工及销售，致力于成为珍珠美肤科研领域的先驱者。

欧诗漫集团拥有多个子公司和研发平台，包括亚洲最大的淡水珍珠深加工科研基地、欧诗漫珍珠研究院等，其珍珠科技研发水平在国际上处于领先地位，研发了亚微米粉体技术、珍珠多肽提纯技术、珍珠发酵技术、“珍珠+”科学复配技术等，拥有珍珠白净透润白系列、珍珠沁润修护系列等多个珍珠产品系列。

### 部分产品矩阵

#### 珍珠白净透润白系列

精华液、赋活霜、洁面泡沫、润白柔肤水、焕白面膜泥等

#### 珍珠水活智润系列

奇迹智慧水、智润睡眠面膜、智润高保湿霜、保湿凝乳等



#### 珍珠沁润修护系列

修护精华水、高保湿霜、净澈洁面乳、焕活平衡水、修护精华液等

#### 珍珠奢华金萃紧致系列

洁面乳、紧肤水、紧颜乳、紧致精华液、恒颜精华蜜、紧致眼精华等

## 欧诗漫产品亮点

| 产品分类       | 产品特点  |
|------------|---|
| 珍珠白净透润白精华液 | <ul style="list-style-type: none"><li>添加烟酰胺、光果甘草、豌豆提取物、珍珠提取物等成分，通过不同通路匀净透白</li><li>专研珍珠复合美白因子淡化顽固色素沉积</li></ul> |
| 珍珠白净透润白赋活霜 | <ul style="list-style-type: none"><li>通过珍珠复合美白因子提取技术提取珍珠多肽因子，抑制酪氨酸酶活性</li><li>高倍浓缩珍珠精粹成分液态小分子有利于皮肤吸收</li></ul>  |
| 光感美白淡斑精华液  | <ul style="list-style-type: none"><li>润泽眼周肌肤，淡化眼部干纹，令眼周肌肤恢复水润光泽</li><li>亮白紧致，改善暗淡眼周</li></ul>                   |



## 欧诗漫核心竞争力

### 技术创新

欧诗漫在珍珠美白领域拥有深厚的技术积累，拥有物理纳米粉体技术、工艺生物酶解工艺以及珍珠与护肤品的复配方法等四大核心技术，参与制定了33项国家和行业标准。

### 全渠道销售

欧诗漫采取了全渠道战略，不仅在线下渠道进行深耕，还积极拓展电子商务和KA渠道。这种全方位的渠道布局使得欧诗漫能够覆盖更广泛的消费者群体，进一步巩固其市场地位。

### 品牌IP与年轻化营销

欧诗漫通过创始人沈志荣的品牌故事，塑造了“珍珠爷爷”的品牌形象，增强了品牌的人格化和情感价值。同时，公司积极采用年轻化的营销策略，与年轻消费者建立深度连接。



# 中国美白护肤品企业分析——自然堂

上海自然堂集团是一家科技美妆企业，涵盖化妆品、个人护理等领域，拥有多个护肤品牌，通过自主研发成功推出突破性原料极地酵母喜默因®，打破对进口原料依赖

## 上海自然堂集团有限公司

### 品牌介绍

上海自然堂集团有限公司，成立于2001年，总部位于中国上海，是一家集研发、生产、销售和服务于一体的科技美妆企业，其主要业务涵盖化妆品、个人护理品及美容功能食品等领域，旗下拥有多个知名品牌，包括美素、自然堂、植物智慧、春夏、珀芙研等。

自然堂集团通过自主研发和合作，成功研发了多款核心化妆品原料。例如，极地酵母喜默因®是其自主研发的突破性原料，打破了国产化妆品对进口原料的依赖，该原料已被应用于自然堂小紫瓶第六代中。

### 部分产品矩阵



#### 小紫瓶系列

小紫瓶精华霜、小紫瓶精华液等



#### 防晒系列

大理3000防晒组、清爽运动防晒乳、烈日防水防汗防晒乳等



#### 极地圣水系列

极地精华露及不同IP版



#### 铂金胶原系列

修护紧塑精华水、修护紧塑霜、修护紧塑精华液、修护紧塑乳液等



#### 凝时鲜颜系列

肌活氨基酸洁面霜、肌活精华液、肌活眼霜、肌活乳等



#### 雪肌追光系列

焕白紧致精华液、焕白紧致面霜、美白保湿洁面霜等

## 自然堂产品亮点

| 产品分类      | 产品特点  |
|-----------|---|
| 小紫瓶精华     | <ul style="list-style-type: none"><li>添加酵母发酵滤液+溶胞物，涵盖940种高活小分子，告别疲惫式衰老</li><li>99%高纯麦角硫因，抗氧化</li></ul>                      |
| 烟酰胺安瓶面膜   | <ul style="list-style-type: none"><li>添加4%烟酰胺，减少黑色素合成</li><li>使用冰川水促渗科技，提升美白渗透力</li><li>涵盖Symcalmin因子，抵御氧化暗淡，减缓泛红</li></ul> |
| 光感美白淡斑精华液 | <ul style="list-style-type: none"><li>使用椰油酰甘氨酸钾等氨基酸表面活性剂，温和净颜</li><li>添加AA2G VC衍生物，逆向淡化黑色素</li></ul>                        |



## 自然堂核心竞争力

### 全渠道营销

自然堂利用多渠道营销策略，如抖音、微信、小红书等社交平台，通过KOL和KOC的精准传播，构建了多维度的传播矩阵，提升了品牌的曝光度和认知度。

### 全产业链掌控

自然堂拥有从原料研发到生产制造的全产业链掌控能力，并采用“一盘货”模式，提升了履约效率。这种全产业链布局不仅降低成本，还增强了其市场竞争力。

### 科技创新

自然堂建立了六大科研平台，包括消费者大数据洞察、东方皮肤科研、原料筛选开发、配方科技、包装开发和六觉六性测评，为研发创新提供了基础。

# 头豹业务合作

## 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

## 报告作者



袁栩聪  
首席分析师  
oliver.yuan@leadleo.com



林若薇  
行业分析师  
ruowei.lin@leadleo.com

## 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

## 行研训练营

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

## 业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com

## 深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街道  
华润置地大厦E座4105室  
邮编：518057

## 上海办公室

上海市静安区南京西1717号  
会德丰国际广场 2701室  
邮编：200040

## 南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济开发  
区兴智科技园B栋401  
邮编：210046



# 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。

