

2025中国护肤品发展趋势研究

需求重塑新生态，洞察个性化与绿色美妆未来走向

概览标签：护肤品、功效护肤

China Skincare Industry
中国のスキンケア産業

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。

研究目标

研究背景

随着消费者对护肤需求的日益增长，本报告聚焦用户分层需求、成分科技革新、技术融合突破及消费理念升级四大核心维度，通过系统性解析各要素内在关联与驱动机制，构建护肤品产业未来发展趋势的前瞻性研判框架。

研究目标

- 分析护肤品的使用新人群
- 分析护肤品品牌未来技术和成分发展趋势

本报告的关键问题

- 护肤品的新用户画像有哪些？
- 未来护肤品的新成分有哪些？
- 未来护肤品领域有哪些新技术？
- 护肤品消费者有哪些新理念？

观点摘要

01 护肤品新用户画像：

- ◆ 中国男士护肤市场在中产新男性消费意识觉醒与需求升级的趋势下，正通过品类精细化与场景多元化创新，开启从基础护理向个性化护肤的全面进阶

02 护肤品成分趋势：

- ◆ 当前植萃护肤品市场正迈入以“成分升级、科技赋能、可持续驱动”为核心的革新阶段，技术创新成为解锁植萃价值的关键密码，其中中草药外囊泡正在成为护肤品原料创新的核心突破口

03 护肤品技术融合创新：

- ◆ AI技术正在将护肤行业从经验驱动的粗放模式，升级为“数据-算法-服务”的闭环生态。这种转型不仅提升效率，更通过个性化解决方案重塑消费者与品牌的关系，开启精准护肤的新纪元

04 护肤品消费新概念：

- ◆ 理念护肤的核心在于遵循皮肤的自然规律，通过科学的方法和个性化的护理方案，精准解决肌肤问题，实现健康与美丽的平衡。精简护肤标志着护肤领域正从“更多即更好”的迷思转向“精准即高效”的觉醒

■ 内容目录

◆ 中国护肤品发展趋势	-----	4
• 新用户画像——Z世代	-----	5
• 新用户画像——男士群体	-----	6
• 新用户画像——婴幼儿	-----	7
• 成分科技树——植物萃取升级	-----	8
• 成分科技树——生物活性成分	-----	9
• 技术融合创新——AI赋能	-----	10
• 技术融合创新——产品精细化	-----	11
• 消费新概念——情绪护肤	-----	12
• 消费新概念——理念护肤	-----	13
• 消费新概念——可持续包装	-----	14
◆ 方法论与法律声明	-----	15

Chapter 1

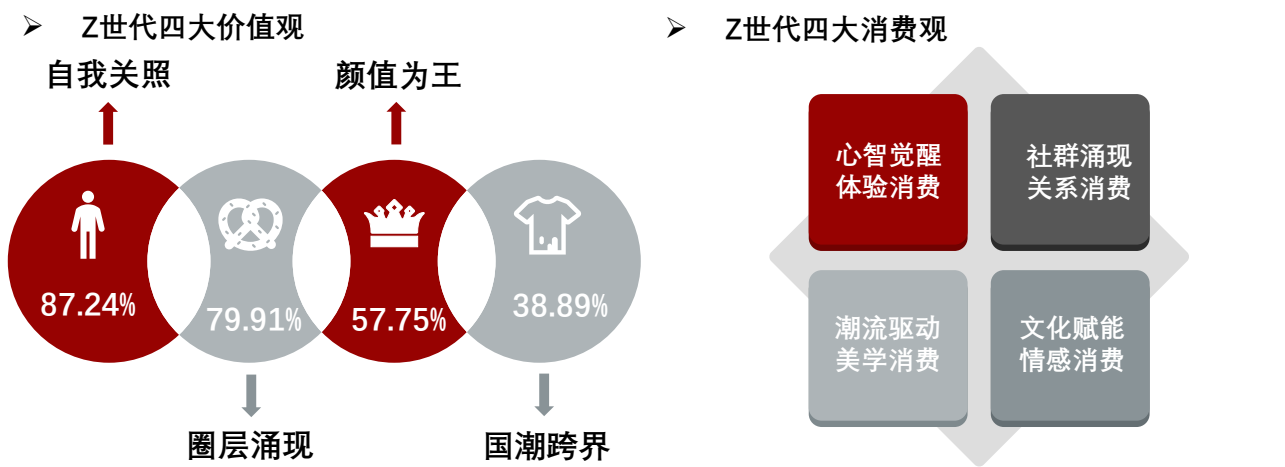
中国护肤品发展趋势

- 新用户画像——Z世代
- 新用户画像——男士群体
- 新用户画像——婴幼儿
- 成分科技树——植物萃取升级
- 成分科技树——生物活性成分
- 技术融合创新——AI赋能
- 技术融合创新——产品精细化
- 消费新概念——情绪护肤
- 消费新概念——理念护肤
- 消费新概念——可持续包装

新用户画像——Z世代

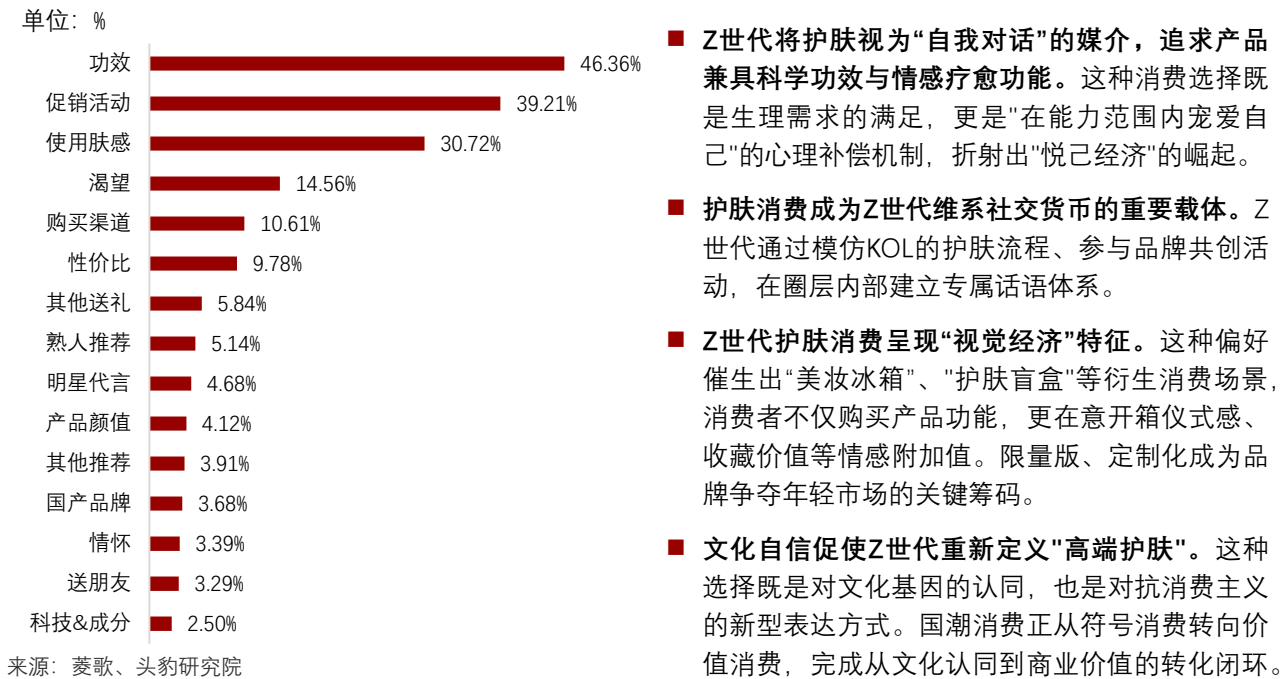
Z世代护肤消费升华为自我对话的情感实践，兼具科学疗愈与社交认同的双重价值，其消费行为呈现视觉经济驱动特征，在文化自信的赋能下重构高端护肤的内涵表达

护肤品Z世代用户画像分析



- Z世代价值观呈现“自我本位”与“文化共振”的双重逻辑。Z世代以自我关照（87.24%）、颜值为王（57.75%）构建个体认同框架，通过圈层涌现（79.91%）、国潮跨界（38.89%）实现群体归属与文化创新。
- Z世代消费观革新重塑护肤消费底层逻辑。Z世代通过心智体验驱动选择、社群关系影响决策、潮流美学定义价值、文化情感赋能消费四大路径，推动护肤品向情感化、社交化、美学化、意义化方向深度演进。

➤ Z世代护肤购买驱动因素Top15



新用户画像——男士群体

中国男士护肤市场在中产新男性消费意识觉醒与需求升级的趋势下，正通过品类精细化与场景多元化创新，开启从基础护理向个性化护肤的全面进阶

护肤品男士用户画像分析

➤ 男士护肤品类

➤ 男士功效洗面奶分类



- 报告完整版/高清图表或更多报告：请登录 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
- 主笔分析师：arjen.rao@leadleo.com

➤ 中国男士护肤市场规模，2019-2025E

➤ 男士护肤品类渗透率，2019-2025E

单位：亿元

年份

250

100%

来源：TMIC、头豹研究院

新用户画像——婴幼儿

婴幼儿护肤市场以安全科学配方为核心，“90后”“Z世代”群体成为育儿主力后，其消费理念与需求结构和上一代父母呈现代际分化，推动婴幼儿童护肤市场快速发展

护肤品婴幼儿用户画像分析

- 婴幼儿护肤品是指0至6周岁儿童研发的护肤、护发及卫生护理产品，涵盖清洁、保湿、防晒等基础护理品类。此类产品以维护儿童皮肤健康为核心目标，强调功能实效而非修饰性成分，通过科学配伍的温和配方保持肌肤洁净舒适。鉴于婴幼儿皮肤屏障功能尚未发育完全，其研发遵循更严格的卫生安全标准及临床测试规范，确保配方体系的低敏性、无刺激性及生理安全性，全面满足儿童特殊生理阶段的护理需求。

> 3岁及以下婴幼儿护肤问题需求TOP3



- 报告完整版/高清图表或更多报告：请登录 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
- 主笔分析师：arjen.rao@leadleo.com

来源：魔镜洞察、头豹研究院

成分科技树——植物萃取升级

当前植萃护肤品市场正迈入以“成分升级、科技赋能、可持续驱动”为核心的革新阶段，技术创新成为解锁植萃价值的关键密码，其中中草药外囊泡正在成为护肤品原料创新的核心突破口

植物萃取成分分析

➤ 植物萃取成分

热门植物提取成分TOP20， 2024年

排名	成分	排名	成分
1	积雪草提取物	11	苦参根提取物
2	光果甘草根提取物	12	人参根提取物
3	马齿苋提取物	13	忍冬花提取物
4	茶叶提取物	14	何首乌提取物
5	库拉索芦荟叶提取物	15	红花提取物
6	姜根提取物	16	合欢花提取物
7	白柳树皮提取物	17	透骨草提取物
8	黄芩根提取物	18	薰衣草提取物
9	龙胆根提取物	19	母菊提取物
10	金盏花花提取物	20	玫瑰花提取物

■ 当前植萃护肤品市场正迈入以“成分升级、科技赋能、可持续驱动”为核心的革新阶段

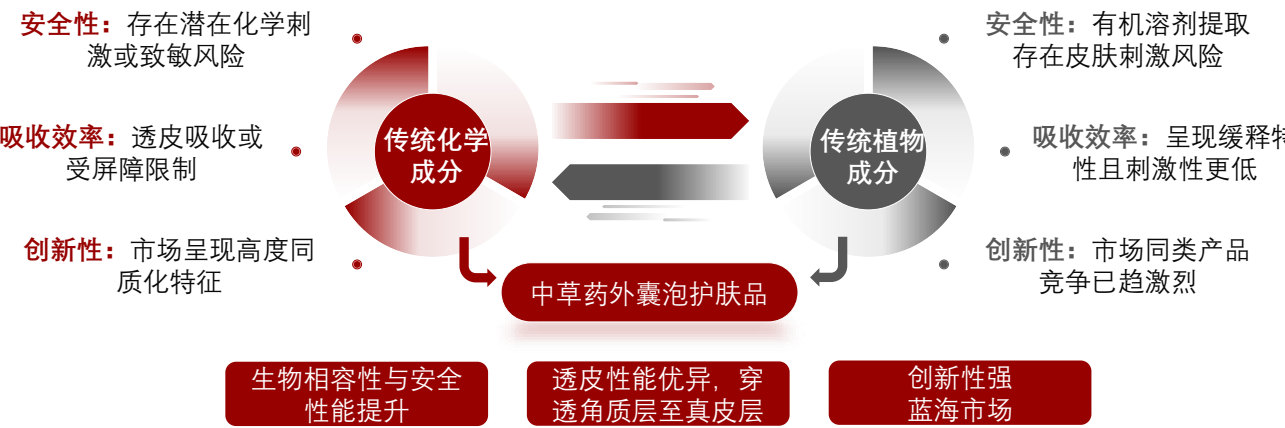
消费者对皮肤安全诉求与功效期待的双重提升，驱动品牌向精准抗衰等高性能领域升级。天然、温和且高效的植萃护肤品逐渐成为主流选择。

2024年，热门植物提取成分榜单中，积雪草提取物位居榜首，显示出其在市场上的高需求或高关注度。光果甘草根提取物和马齿苋提取物紧随其后，分别位列第二和第三。

■ 技术创新成为解锁植萃价值的关键密码

超临界流体萃取技术通过低温高压环境，可完整保留植物细胞中的热敏性活性物质。而纳米载体系统则能将脂溶性成分转化为水溶性形态，提升生物利用率。

➤ 植物萃取成分升级分析



■ 中草药外囊泡正在成为护肤品原料创新的核心突破口

基于外泌体技术提取的纳米级囊泡结构，这类新兴成分既保留了中草药的天然安全性，又通过其独特的生物学功能展现出药物载体与治疗剂开发潜力。这种技术融合不仅推动了外泌体研究向植物源方向拓展，更促使护肤品产业加速向科技驱动型功效研发转型。

来源：中国香料香精化妆品工业协会、头豹研究院

成分科技树——生物活性成分

生物活性成分领域正通过植物、海洋与合成生物学的深度融合，实现从单一来源提取向多元技术驱动转型，驱动功效性产品向精准化与可持续化升级

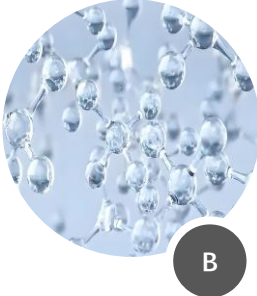
生物活性成分分析



A

植物来源

如类黄酮（槲皮素、花青素）、萜类（紫杉醇、青蒿素）、硫化物（大蒜素）等，主要参与抗氧化、抗炎及代谢调节



B

动物来源

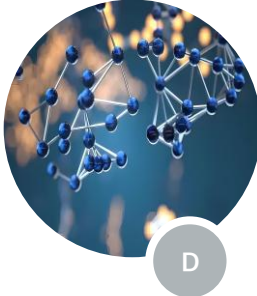
包括辅酶Q（线粒体能量代谢）、褪黑素（睡眠调节）、左旋肉碱（脂肪代谢）等，多取自器官或分泌物



C

海洋微生物

如大环内酯类、卤化多酚（抗污损活性）及萜类（深海细菌产角鲨烯），结构新颖性带来独特药理活性



D

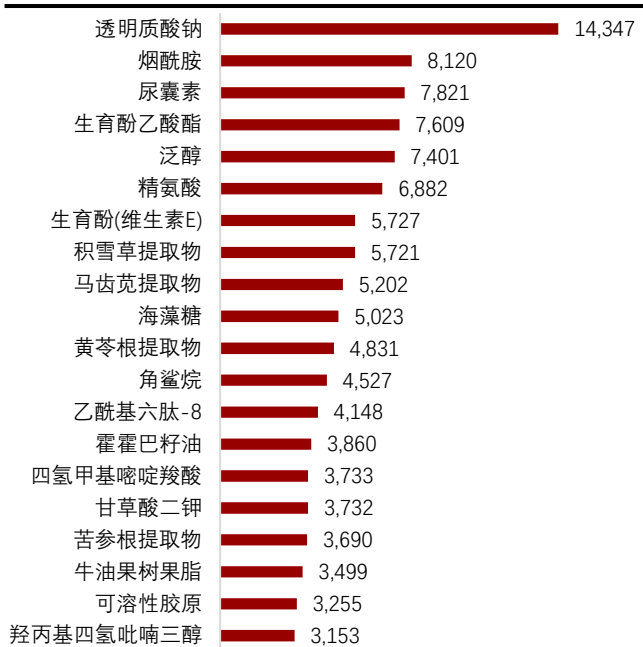
生物合成分子

通过基因编辑、发酵工程生产的重组胶原蛋白、透明质酸及合成抗氧化剂（如阿魏酸），实现规模化与纯度可控

■ 生物活性成分主要来源于植物、动物、海洋微生物以及通过生物技术合成的分子。生物活性成分领域正从“单一来源提取”向“多元技术驱动”演进，植物、海洋与合成生物学的深度融合，将推动功效性产品向精准化和可持续化方向发展。

➤ 生物活性成分护肤品分析

“活性成分”应用产品备案数，2025年1-2月



来源：中国香料香精化妆品工业协会、头豹研究院

■ 生物活性成分护肤品需求

2025年1-2月化妆品活性成分备案热度排行榜中，透明质酸钠以14,347项备案数位居榜首，烟酰胺以8,120项紧随其后，两者占据领先地位。尿囊素、生育酚乙酸酯、泛醇及精氨酸备案数量相近，形成第二梯队，其抗氧化、抗炎舒缓及皮肤修复功效成为消费者重点关注的活性成分方向。

■ 生物活性成分护肤品优势

- **安全性：**生物护肤品以生物源成分为核心，其功效物质与人体皮肤组织具有天然生物相容性。
- **有效性：**通过活性酶、功能性蛋白及生物小分子的协同作用，生物护肤品能针对特定肌肤问题构建多靶点调控网络。
- **科学性：**依托分子生物学与皮肤医学研究成果，生物护肤品从基因表达、细胞信号传导等维度解析肌肤问题成因。

■ 技术融合创新——AI赋能

AI技术正在将护肤行业从经验驱动的粗放模式，升级为“数据-算法-服务”的闭环生态。这种转型不仅提升效率，更通过个性化解决方案重塑消费者与品牌的关系，开启精准护肤的新纪元

AI赋能护肤品分析

AI赋能护肤品

AI技术正在推动护肤品行业向“数据驱动”转型，其核心价值不仅在于效率提升，更在于构建“千人千面”的护肤解决方案

- A

个性化定制成为核心驱动力

AI技术通过深度学习与大数据分析，正在重塑护肤品的研发逻辑，推动品牌从“产品导向”向“服务导向”转型
- B

AI加速研发效率与质量革命

AI通过生物信息学+多组学分析，提升了成分研发的科学与安全性，同时颠覆传统化妆品研发的线性流程
- C

消费者体验的全链路升级

以技术驱动重构“人货场”关系，其影响已渗透到护肤消费全链路



➤ 实际案例



- 在2025年美国消费电子展（CES）上，欧莱雅推出CellBioPrint智能皮肤分析系统。该系统能够在五分钟内完成多维度个性化皮肤检测，对油脂分泌、皱纹、皮肤屏障功能、毛孔大小及肤色均匀度等关键指标进行量化评估，为精准护肤方案提供科学依据。
- 贝泰妮集团将AI技术融入痤疮诊疗领域，提出“分级定制·精准抗痘”医学护肤理念，并推出“AI+个性化定制祛痘”专业品牌——贝芙汀。用户通过品牌小程序上传三张面部照片后，系统即可识别痤疮类型并生成个性化诊断报告。
- 华熙生物依托自主研发的上百种配方体系，推出智能化定制护肤解决方案。用户通过移动端完成肤质问卷后，系统结合AI皮肤检测技术，15分钟内即可生成专属配方。华熙生物采用微流控技术，实现了柔性化生产能够现场制作乳液和膏霜，实现产品“立等可取”。

来源：头豹研究院

■ 技术融合创新——产品精细化

护肤流程的精细化升级，集中体现在消费群体的行为模式已从单一功能型产品向系统性护理方案迁移。同时针对肤质差异、年龄分层、性别需求及场景应用，护肤品品牌推出高适配性解决方案

护肤品精细化分析

➢ 护肤精细化步骤



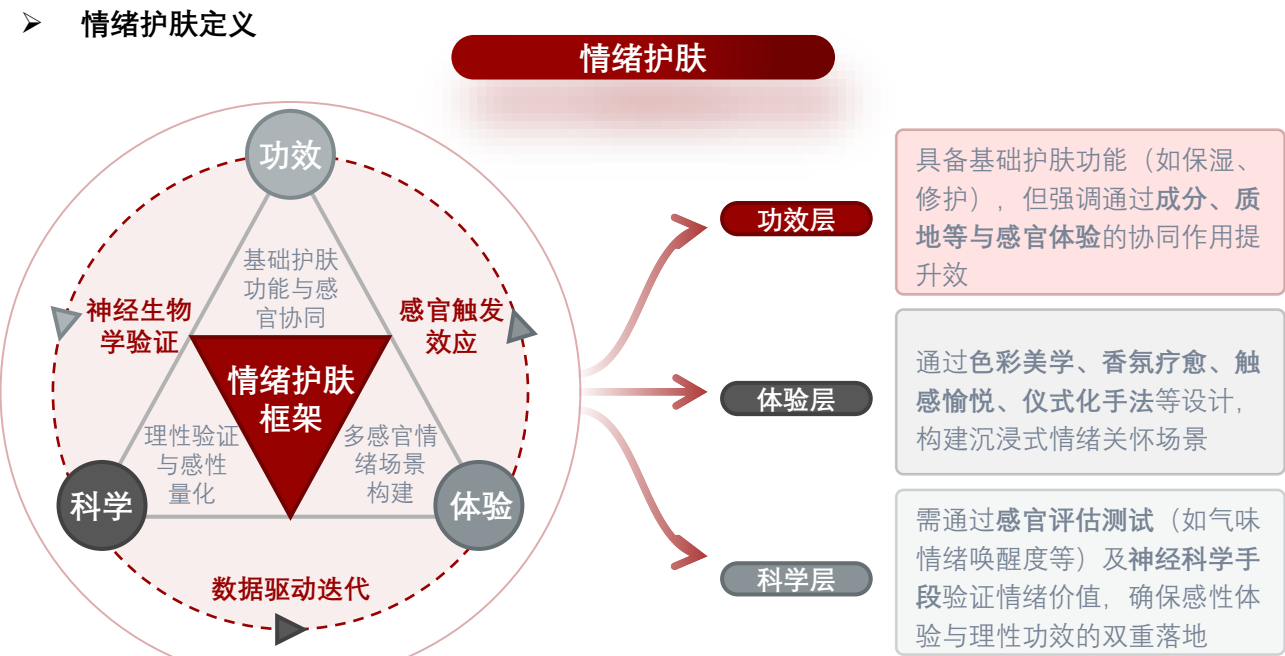
- 护肤流程的精细化升级，集中体现在消费群体的行为模式已从单一功能型产品向系统性护理方案迁移。其核心表现为护肤链路从基础清洁、补水逐步延伸至精华靶向修护、眼周专项护理等多元品类矩阵的协同应用，部分消费者甚至将精细化理念渗透至彩妆环节，通过高光提亮、面部修容等专项产品实现妆容精修。这一消费行为的迭代，既通过功效叠加实现了护肤效能的指数级提升，更驱动了美妆产业向专业化、场景化方向的结构性扩容与迭代升级。
- 护肤品行业正呈现精细化与专业化升级态势，针对肤质差异、年龄分层、性别需求及场景应用推出高适配性解决方案。品牌通过精准洞察不同肤质特性（如敏感肌屏障脆弱、油敏肌水油失衡、干性肤质锁水能力薄弱等），研发具有靶向功效的护肤体系，涵盖舒缓修护、抗痘控油、深度滋养等维度，形成“肤质-功效”精准匹配矩阵。头皮护理领域技术迭代加速，通过专利成分复配与功能模块化设计，构建控油平衡、菌群调节、屏障修护等多维干预体系，例如运用微生态调节技术实现头皮微环境稳态，或采用靶向输送载体提升活性成分渗透效率，满足消费者对头皮健康管理的精细化需求。

来源：头豹研究院

消费新概念——情绪护肤

与传统护肤的差异在于，情绪护肤通过正念干预、感官调控与植萃双通道机制的三位一体作用，构建了心理学与皮肤科学交叉领域的身心共治新范式

情绪护肤分析



消费新概念——理念护肤

理念护肤的核心在于遵循皮肤的自然规律，通过科学的方法和个性化的护理方案，精准解决肌肤问题，实现健康与美丽的平衡。精简护肤标志着护肤领域正从“更多即更好”的迷思转向“精准即高效”的觉醒

理念护肤分析

➤ 理念护肤介绍

精简护肤

倡导“少即是多”的科学护肤理念，核心在于精准满足肌肤需求，减少冗余步骤和产品叠加。通过精简成分、步骤和护肤品数量，降低肌肤负担，让肌肤回归自然健康状态

以油养肤

通过补充与皮脂膜成分相似的油脂，强化皮肤屏障功能，提升锁水能力。其原理基于皮肤屏障结构，即皮脂膜和角质层，油脂不足会导致屏障受损、敏感等问题

ABC护肤

早上使用富含VC的抗氧化产品，晚上则选用A醇类抗初老产品。鉴于两者均为高效护肤成分，敏感肌或感不耐受，故需早晚搭配VB产品，即遵循“早C晚A，B相随”的原则

刷酸焕肤

通过可控的化学损伤刺激皮肤再生。果酸能溶解老化角质、促进新陈代谢；水杨酸则具有脂溶性，擅长渗透毛囊，抗炎杀菌；复合酸因综合多种酸的优势，作用温和且高效

■ 理念护肤的核心在于遵循皮肤的自然规律，通过科学的方法和个性化的护理方案，精准解决肌肤问题，实现健康与美丽的平衡。理念护肤涵盖了多种科学的护肤方法，如精简护肤、以油养肤、ABC护肤以及刷酸焕肤等。

➤ 精简护肤需求分析

肌肤减负党

57.8%

科学护肤党

50.0%

天然爱好党

46.8%

高效护肤党

40.5%

品质护肤党

39.3%

敏感肌

35.2%

经济护肤党

33.4%

环保践行者

20.1%

■ 精简护肤本质是消费者在安全诉求、科学认知与生活效率三重维度的新平衡，标志着护肤领域正从“更多即更好”的迷思转向“精准即高效”的觉醒

精简护肤的核心在于产品选择。逾六成实践者通过针对性产品使用和护肤品类型精简实现流程优化，直击护肤本质。其中，40%的消费者注重成分纯净度，优选精简配方单品提升护理体验。另有38.4%群体通过降低使用频率，延长肌肤修养周期，践行“少即是多”的养护哲学。

半数受访者将“减少肌肤负担”列为核心动因，映射护肤领域从产品堆砌向理性消费的觉醒。此外，科学护肤理念以50%占比居次席，彰显知识赋能下消费者决策的底层逻辑迭代。

来源：科技广场、TMIC、第一财经、头豹研究院

消费新概念——可持续包装

中国消费者对可持续议题的深度关注正重塑护肤品行业生态，推动品牌方以环保材料创新、生物降解技术突破及减量化设计实践为核心路径，企业在满足消费者环保诉求的同时形成差异化竞争优势

护肤品可持续包装分析

可持续包装类别

Sustainable Packaging



可降解纸质材料
结合金属化阻隔层和密封剂，既保证包装完整性，又提升可回收性



可回收玻璃瓶
具备坚硬、耐热、耐腐蚀、易清洗特性，符合高端护肤品存储需求



可生物降解材料
可再生植物发酵制成，在堆肥条件下数月内分解为CO₂和水

消费认知升级

超九成中国消费者对可持续议题保持关注，其中18%的消费者明确表示会优先考虑包装可持续性，以践行环保责任。这种消费趋势推动美妆行业加速绿色转型，品牌方纷纷将环保理念深度融入产品全生命周期。

代表企业

佰草集作为国货代表，已实现80%以上产品采用可回收降解外包装，通过材料创新与循环设计降低环境负担。联合利华则开创性地将海洋回收塑料（占比20%）与生活可回收塑料（占比80%）复合使用，其包装瓶既体现资源循环理念，又保持商业可行性。芙丽芳丝以“精简，为地球留白”为核心理念，其明星洗面奶采用96%可生物降解的有机配方，配合极简包装设计，实现产品从成分到包装的全程低碳化。妮维雅辅酶Q10系列通过无塑料覆膜银卡与轻量化纸张的组合，使包装材料年消耗量降低17%，在保持功能性的同时践行减量化原则。

市场价值转化

72%的消费者明确表示愿意为可持续包装支付溢价，这促使护肤品品牌加速开发“低碳版”产品线，在生产和包装环节引入碳足迹核算体系。可再填充容器、模块化设计等创新方案不仅降低资源消耗，更成为品牌差异化竞争的关键触点。

来源：科技广场、JARSKING、头豹研究院

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。
- ◆ 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。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。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 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。本文所载的资料、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，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹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。

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

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

报告作者



袁栩聪
首席分析师
oliver.yuan@leadleo.com



饶立杰
行业分析师
arjen.rao@Leadleo.com

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