



# 2025年 微生态护肤品行业词条报告

头豹分类/制造业/化妆品制造业/护肤品

# 菌群新纪元——微生态护肤科技重构皮肤健康美学边界 头豹词条报告系列



付淑芳·头豹分析师

2026-02-25 未经平台授权，禁止转载

行业分类： 制造业/护肤品

**摘要** 微生态护肤品使用益生菌等作为主要功能性原料，能调节皮肤菌群、维持皮肤微生态平衡。行业特征包括技术壁垒显著，涉及复杂科学与工程技术，对微生物严格控制；跨行业依赖性高，依赖多学科科研成果和技术支持；消费者终端需求旺盛，消费者关注自然护肤理念，“皮肤微生态”等概念在社交媒体发酵。2019-2024年，行业市场规模由26.33亿增至83.65亿，预计2025-2029年将增至190.66亿，这源于消费者对皮肤健康关注、成分创新及未来银发和男性群体需求等。

## 行业定义

护肤品指能够改善皮肤肤质、缓解皮肤状况和解决特定皮肤问题的产品，主要包括面部护理和身体护理产品。**微生态护肤品则指使用益生菌、益生元或后生元作为主要功能性原料，产品在使用过程中能够调节皮肤菌群，达到维持皮肤微生态平衡的护肤品。**传统护肤品通常直接针对皮肤问题给出解决措施，而忽略微生态层的平衡，微生态护肤运作路径主要是通过调节菌群多样性从而达到维持皮肤微生物组与其生存微环境（皮肤，皮肤附属器和外界环境）间的平衡达到相应功效。

## 行业分类

护肤品可按照作用部位分类。

### 按照作用部位分类

可分为面部护理、身体护理产品。

#### 面部护肤品

一般包括洁面乳、爽肤水、面部保湿霜、精华素、面霜、面膜、防晒霜等，以及用于眼部护理和唇部护理的眼霜/眼膜、唇膏/唇膜等。

#### 身体护肤品

包括润肤露、润肤乳、体膜等，以及用于手部护理和颈部护理的护手霜/手膜、颈霜/颈膜/颈部精华等。

## 行业特征

微生态护肤品的行业特征包括技术壁垒显著、跨行业依赖性高、消费者终端需求旺盛。

### 1 技术壁垒显著

微生态护肤品领域涉及复杂的生物科学与化妆品工程技术，产品开发需要减少化学合成成分和防腐剂的添加，以保护皮肤屏障和改善皮肤问题。高安全性的要求下，行业对微生物种类与数量的严格控制，为产品研发设置了难度较大的门槛。此外，护肤品的功能性与有效性依赖于调节皮肤内菌群平衡和功能，这要求企业在新产品研发时进行大量基础研究与试验验证。行业内追踪不断变化的技术趋势和评估市场需求，以维持竞争力并推动领域不断向前发展。

### 2 跨行业依赖性高

微生态护肤品产业高度依赖跨学科领域的科研成果和技术支持。皮肤微生物组研究是皮肤生态学的一个分支，这涉及到微生物学、皮肤学、免疫学等多个科学领域，并可能受到个体基因组学方面的影响。这个产业要求行业能够紧密关注并吸纳这些领域的新发现和进展，以创制前沿有效的护肤解决方案。同时，在生产供应链中也需要加强与生物工程、化工、医药等相关领域企业间的合作以确保原料质量与技术支持。

### 3 消费者终端需求旺盛

微生态护肤品市场呈现出消费终端需求旺盛的特征。消费者愈发关注以健康为导向的自然护肤理念，近年来“皮肤微生态”、“微生态护肤”在社交媒体端持续发酵。推动消费者购买的因素包括审美观念提升、悦己意识增强以及对高性价比国产品牌的信赖。行业针对不同群体提供多样化产品类别，并强调其安全性与功能性来满足信息越来越丰富和敏感的消费者需求。通过市场宣传与产品教育，行业加深消费者对微生态护肤品效用与科学基础的理解，从而进一步提升产品受欢迎程度。

## 发展历程

中国学术界对微生态护肤的早期认知主要源于国际研究，并于2010年前后开始关注皮肤微生态领域，但研究多集中于肠道微生物，皮肤微生态独立研究尚未形成体系，直至2018年由福瑞达启动相关专项研究。2024年，微生态抗老研究迎来重要突破，被业内视为未来最有发展潜力的领域之一。

### 萌芽期 · 1977-01-01~2010-01-01

1977年，美国皮肤学家Roth RR首次提出皮肤与微生物的共生关系，为微生态研究奠定理论基础；2003年，国际人类基因组计划推动微生物组研究，揭示人体90%由微生物构成。皮肤微生态作为屏障功能的观点逐渐被接受；2008年，美国国立卫生研究院 (NIH) 启动人体微生物组计划 (HMP)，旨在解析微生物菌群结构变化对人类健康的影响；2009年，德国皮肤科医生Jean Krutmann研究证实皮肤菌群与痤疮、皮炎等疾病的相关性，推动益生菌在护肤中的应用探索。

“Microecology 微生态学”于1977年由德国科学家Volker Rush首次提出，定义为“细胞水平或分子水平的生态学”。而后该概念于1988年被美国皮肤学家Roth RR应用于皮肤学中，为其奠定了理论基础。2005年前后，全球陆续推动皮肤微生物组研究，皮肤微生态具有屏障功能的观点被接受。

### 启动期 · 2010-01-01~2020-01-01

2018年，中国以福瑞达旗下品牌瑗尔博士为首，联合各大高校填补中国皮肤微生态行业研究的空白；2019年，瑗尔博士于7月推出瑗尔博士益生菌水乳，开创中国微生态护肤的先河，引领中国皮肤微生态研究体系化发展。

2010年前后，国际相关研究证实了皮肤菌群与痤疮、皮炎等疾病的相关性，继而推动了益生菌在护肤中的应用探索。国内学术界对微生态护肤的早期认知主要源于国际研究，本土品牌瑗尔博士于2018年提出微生态护肤的理念并于2019年推出该品牌益生菌水乳，开创了微生态护肤的先河。

### 高速发展期 · 2020-01-01~至今

2023年，由福瑞达牵头组织的《化妆品皮肤微生态评测指南微生物组学（扩增子测序）》团体标准发布，是我国首个皮肤微生态化妆品团体标准；2024年，微生态抗老研究迎来重要突破，被业内视为未来最有发展潜力的领域之一。

微生态护肤概念于2020年快速普及，消费者对于修护、舒缓功能的需求驱动着市场高速增长。福瑞达于2023年牵头组织起草的《化妆品皮肤微生态评测指南微生物组学（扩增子测序）》团体标准发布，为微生态化妆品的界定和皮肤微生态的评测提供了依据，而后

微生态抗老研究迎来了突破性进展。

## 产业链分析

### 微生态护肤品产业链的发展现状

微生态护肤品行业产业链上游主要包括微生物原料和包装材料供应商，以及涉及产品制造的代工厂商；中游为品牌商，分为国产品牌和国际品牌；下游为消费者。

### 微生态护肤品行业产业链主要有以下核心研究观点：

#### 国产益生菌等菌种实现突破，带动中游成本下降。

益生菌作为微生态护肤品的主要原材料之一，国产化率低，长期以来，国际品牌占据中国益生菌市场90%以上的份额，导致百亿活菌数的益生菌菌粉原料高达上万元/公斤。然而，近年来本土企业通过产学研合作逐步突破技术壁垒，推动菌种筛选与发酵工艺的本土化进程，为中游产品差异化提供基础。例如：2024年，微康益生菌三期菌种工厂正式投产，产能新增600吨原菌粉，生产线仅4人，带动中国国内高活性菌粉价格持续下降，万亿专利益生菌一度达到700元/公斤，甚至出现700元/公斤益生菌原料买一送一，达到350元/公斤。

#### 微生态护肤消费端持续向好，瑗尔博士、理肤泉等引领行业发展。

随着抗老抗衰意识增强，中国微生态护肤需求剧增，美业数据显示，中国“微生态护肤”产业复合增长率可达26%，增速远超化妆品行业整体增速。目前，市场中微生态护肤品牌众多，其中仍处于备案有效期的主流产品有瑗尔博士产品“瑗尔博士益生菌精研平衡修护水（II型）”（于2020年3月完成备案）、理肤泉产品“理肤泉新B5多效舒缓修护霜”（于2023年11月完成备案）和湖畔实验室产品“LAKELAB平衡多效精华液”（于2024年4月完成备案），三大品牌均通过产学合作等方式不断实现技术突破，构建了微生态护肤产业链，成为行业标杆。

### 产业链上游环节分析

#### 生产制造端

原料厂商

#### 上游厂商

山东福瑞达医药集团有限公司

华熙生物科技股份有限公司

帝斯曼（中国）有限公司

湖北宏裕新型包材股份有限公司

广州云辉塑料包装容器有限公司

诺斯贝尔化妆品股份有限公司

上海珈凯生物股份有限公司

科汉森（北京）贸易有限公司

澳思美日用化工（广州）有限公司

上海同济生物制品有限公司

上海拉曼资产管理中心（有限合伙）

微康益生菌（苏州）股份有限公司

TIMEPIE

巴斯夫（中国）有限公司

奇华顿日用香精香料（上海）有限公司

湖南亚士兰新材料科技有限公司

亚什兰化工（南京）有限公司

广州一丸生物科技有限公司

CLR Limited

#### 上游分析

#### 中国菌种市场长期被国际企业垄断，导致中游生产成本高。

微生态护肤品的上游主要由菌种资源及其他原料供应构成。目前，中国国内企业在菌种自主性上仍面临挑战，核心菌种依赖丹麦科汉森、法国拉曼等国际巨头，国产化率不足10%。同时，培养介质和冻干保护剂等关键技术环节国产替代率低（分别为35%和进口依赖度

高），导致中游生产成本较高（长期以来，国际品牌占据中国益生菌市场90%以上的份额，导致百亿活菌数的益生菌菌粉原料高达上万元/公斤）。

### 国产品牌凭技术创新实现菌种原料价格大跳水，开启益生菌市场新时代，利好中游成本端。

近年来，本土企业通过产学研合作（如诺斯贝尔联合NAMI开发天然微生态调控材料）逐步突破技术壁垒，推动菌种筛选与发酵工艺的本土化进程，为中游产品差异化提供基础。例如：（1）2023年，中国企业完成AKK001菌株的专利突破，成为全球首个实现全流程自主可控的本土AKK菌，并在2024年年底实现20吨级量产车间的正式投产，将满足150万人需求，商业化量产规模或成为全球最大，对打破外资在中国益生菌市场的垄断地位具有重要意义。（2）2024年，微康益生菌三期菌种工厂正式投产，产能新增600吨原菌粉，生产线仅4人，带动中国国内高活性菌粉价格持续下降，万亿专利益生菌一度达到700元/公斤，甚至出现700元/公斤益生菌原料买一送一，达到350元/公斤。

## 中 产业链中游环节分析

### 品牌端

微生态护肤品生产商

### 中游厂商

山东福瑞达医药集团有限公司

上海昆药生物科技有限公司

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司

上海自然堂集团有限公司

湖南省理想国电子商务有限责任公司

欧莱雅（中国）有限公司

雅诗兰黛创新研发（中国）有限公司

浙江湖畔数据科学与应用实验室

杭州钛美生物科技有限公司

广东宇通医药生物科技有限公司

诺斯贝尔化妆品股份有限公司

### 中游分析

#### 布局微生态护肤赛道的公司多为具备较强研发能力的集团公司或者具有较强学术背景的科研机构。

目前，微生态护肤领域的创新主要集中在益生菌、益生元及后生元的应用上，其中（1）益生元：通过选择性刺激少数种细菌的生长与活性，对寄主产生有益的影响；（2）益生菌：为菌体本身或其代谢产物，可通过不同的机制产生对皮肤健康的益处；（3）益生菌：可提供活菌全部功能，大多是灭活的益生菌，虽无细胞活性，但具有完整细胞结构，能够提供活菌的全部功能，用来改善皮肤微生态平衡并发挥正向作用。目前，市场中微生态护肤品牌众多，其中仍处于备案有效期的主流产品有瓊尔博士产品“瓊尔博士益生菌精研平衡修护水（Ⅱ型）”（于2020年3月完成备案）、理肤泉产品“理肤泉新B5多效舒缓修护霜”（于2023年11月完成备案）和湖畔实验室产品“LAKELAB平衡多效精华液”（于2024年4月完成备案）。【1】瓊尔博士：依托母公司福瑞达生物股份，整合30余年医药研发经验，与山东省药学院、江南大学、清华大学第一附属医院、法国LabSkinCreations等机构合作，推动基础研究与应用转化，构建了完整的微生态科学护肤产业链，是中国首个超10亿的微生态护肤品牌。2024年，首次公布“北极星”计划，将利用福瑞达集团优势，采用多维度资源联合，布局微生态健康产业。【2】理肤泉：欧莱雅集团旗下品牌，自2011年起启动皮肤微生态研究，持续投入超过15年，积累大量基础研究成果。与全球顶尖机构合作（如法国里昂巴斯德研究所、斯坦福大学、中国检验检疫科学研究院等），形成强大的科研网络。累计开展超50项临床研究，分析超1万份皮肤微生态样本，识别100+新微生物并应用于产品。【3】湖畔实验室（核心配方团队来自欧莱雅、雅诗兰黛、巴斯夫等行业巨头，研发资历均在7年以上）：通过发酵工艺提取二列酵母溶胞物，提升活性成分稳定性与渗透率，主打强韧肌肤屏障、维稳皮肤微生态，尤其适合敏感肌和屏障受损人群。

## 下 产业链下游环节分析

### 渠道端及终端客户

消费者

渠道端

消费者

## 下游分析

**社媒微生态护肤声量同增近60%，消费市场持续向好。**

从社媒平台看，随着中国护肤品领域进入“功效为王”的时代，作为细小分支，呵护肌肤微生态也成为护肤焦点之一。2021年2月-2024年1月，抖音和小红书等社媒平台关于微生态护肤声量同比增长59.96%，且每年均有护肤产品以呵护肌肤微生态为焦点，走入消费者视野。可以看出，微生态护肤品消费市场持续向好（维持皮肤微生态平衡，预防和控制皮肤炎症，对于延缓皮肤衰老具有重要意义，而《福布斯》数据显示，大众抗衰意识正呈现出持续年轻化趋势），美业数据也显示，中国“微生态护肤”产业复合增长率可达26%，增速远超化妆品行业整体增速。

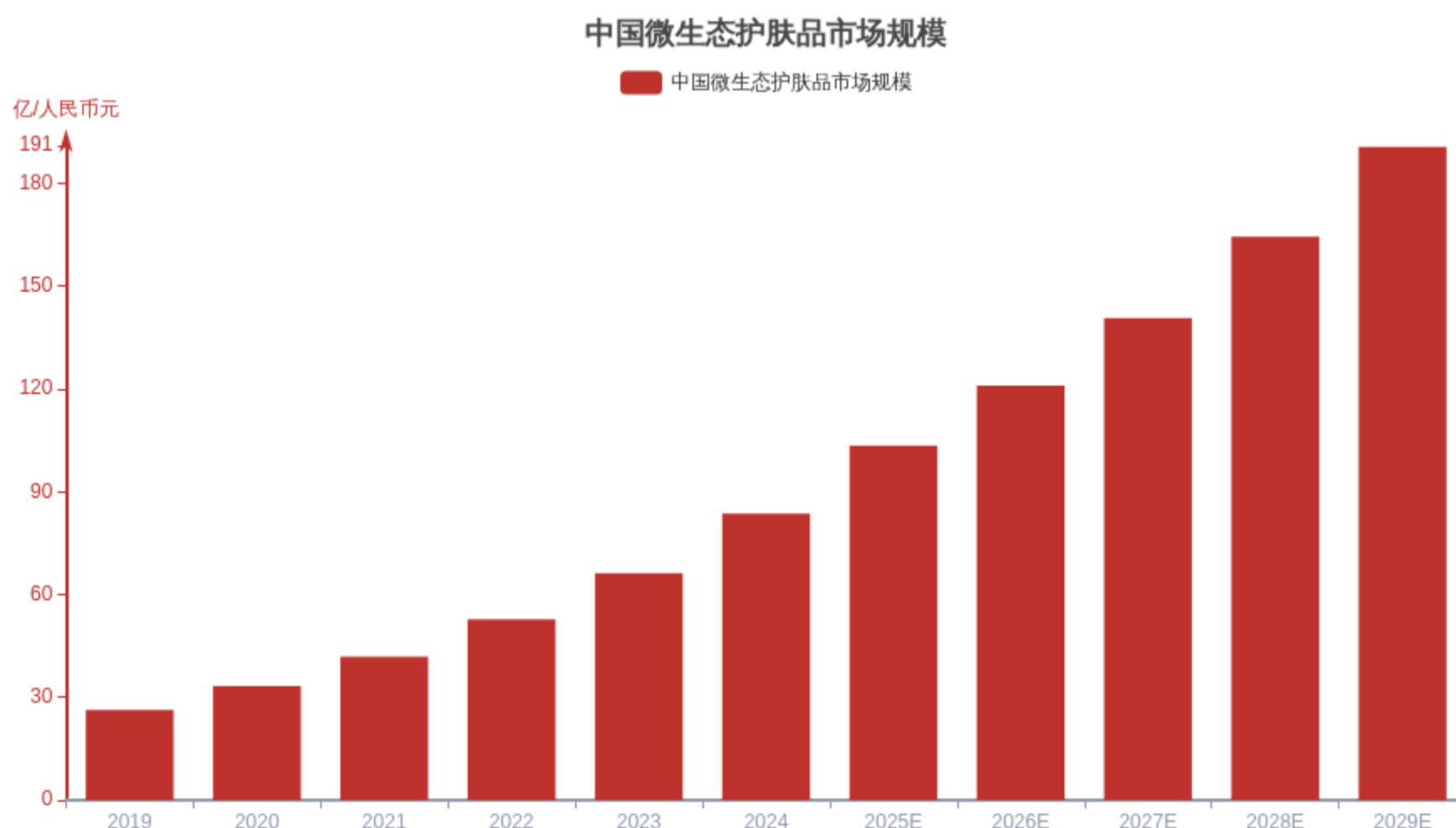
## 行业规模

### 微生态护肤品行业规模的概况

2019年—2024年，微生态护肤品行业市场规模由26.33亿人民币元增长至83.65亿人民币元，期间年复合增长率26.01%。预计2025年—2029年，微生态护肤品行业市场规模由103.45亿人民币元增长至190.66亿人民币元，期间年复合增长率16.51%。

### 规模预测

#### 微生态护肤品行业规模



微生态护肤品行业市场规模历史变化的原因如下：

## 消费者对皮肤健康愈发关注。

中国微生态护肤市场的快速增长，与消费者对皮肤健康和微生物平衡的认知提升密切相关。新冠疫情后，消费者对“免疫力”和“微生态失衡”的关注度显著提高，推动微生态护肤理念的普及，促使消费者更关注皮肤屏障功能的修复与舒缓等，而微生态护肤通过调节皮肤菌群平衡来修复屏障、舒缓敏感，契合消费者对功效型产品的追求。美丽修行数据显示，超70%的消费者愿意尝试微生态产品。

## 护肤成分创新、品牌加大研发投入等推动微生态护肤产品落地。

一方面，合成生物技术、AI和大数据等前沿科技的应用推动护肤品成分创新。例如，诺斯贝尔的“PRS休眠益生菌焕活技术”解决活菌封装难题，而AI活性肽预测模型则加速乳酸杆菌突变体的筛选，提升产品控油、抗痘等功效。另一方面，近年来中国本土品牌和科研机构在皮肤微生态领域的研发投入显著增加，推动微生态护肤产品从基础研究到产品落地的转化。例如，瓊尔博士依托福瑞达生物的技术平台，建立国内首个“皮肤微生态科学护肤平台”，并筛选出200余株具有特定功能的皮肤菌（包括11株新鉴定菌种）。这些研究成果不仅被纳入国家菌种资源库，还为开发针对性产品（如益生菌水乳、闪充水乳）提供了科学依据。

## 微生态护肤品行业市场规模未来变化的原因主要包括：

### 银发及男性群体微生态修护需求激增。

传统护肤市场以女性为主，但微生态护肤凭借“健康管理”属性突破年龄和性别的壁垒。一方面，银发群体因皮肤屏障功能退化，对微生态修护产品需求激增。另一方面，对主打控油、去屑的微生态洁面、头皮护理产品成为面向男性消费者的突破口。当前，微生态护肤企业以“问题-解决方案”模式逐渐完成了市场教育，以Z世代为代表的年轻消费者成为微生态护肤的主力军。这一群体成长于互联网时代，具有高学历、高信息敏感度特征，对“科学护肤”理念接受度极高。消费群体从单一圈层到全领域渗透推动了行业的加速扩容。

### 工艺剂型持续创新带动行业扩张。

微生态护肤行业在工艺剂型上的创新正朝着更高效、更多样化的方向发展。微生态护肤产品的活性成分与稳定性一直以来是制造企业需平衡克服的难点，即既要保留成分的活性，又要解决产品在运输过程中的状态稳定，使产品能更长效地作用于皮肤微生物群。传统精华液、面霜仍是主流，但新兴剂型如次抛精华、冻干粉等因其高浓度、无防腐剂的特点更受青睐。其既符合绿色消费趋势，又通过即用型包装简化了操作流程。这类改进让消费者能够更直观地感知产品效果，例如观察到皮肤吸收速度加快、刺激性降低等实际体验。当专业的生物医学概念通过便捷可靠的产品形态转化为可感知的改善效果时，微生态护肤得以从专业领域向大众市场延伸，推动消费群体扩大，带领行业稳步扩张。

## 政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中国化妆品行业“十四五”发展规划》	中国香料香精化妆品工业协会	2021-12-01	5
政策内容	旨在引导中国化妆品行业高质量发展，特别强调科技创新、渠道创新、品牌建设、优势区域建设和人才培养。规划中提出，行业需要强化品质变革、效率变革和动力变革，坚持以消费者需求为目标，提升发展质量，加快科研队伍建设，着重新技术在化妆品领域的应用，促进品牌建设和产业集聚区形成。			
政策解读	规划中的科技创新鼓励将直接助推微生态护肤品的研发及应用，尤其是在生物技术领域的进步。此外，渠道创新和品牌建设的指引有望提高该子行业的市场形象和消费者认知度。品类丰富和渠道多元化可能激发市场活力，吸引更多投资参与。人才培养的加强有助于提升行业整体水平，加快产业的技术更新和服务质量提升。因此，该政策将对微生态护肤品行业形成整体的积极影响，尤其在创新动力和发展质量方面。			
政策性质	指导性政策			

	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	2020-06-01	5
政策内容	明确要求化妆品和化妆品新原料注册、备案前，注册人、备案人应当自行或者委托专业机构开展安全评估，并在注册、备案时提交安全评估资料。			
政策解读	该政策促使功效化妆品企业在研发和生产过程中更加注重环保和安全、进一步规范了新原料的使用标准，为企业的创新研发提供了明确的指导和规范。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《化妆品分类规则和分类目录》	国家药监局	2021-05-01	5
政策内容	旨在规范功效化妆品生产经营活动，保障功效化妆品的质量安全，其对产品的功效宣称、作用部位、产品剂型、使用人群及使用方法制定了规则和分类。			
政策解读	该政策规范了功效化妆品功效的定义并给予了充分的科学依据作为参考。如对于祛斑美白一类化妆品的功效宣称，该宣称指引为有助于减轻或减缓皮肤色素沉着，达到皮肤美白增白效果。此类功效归于特殊化妆品中，实行注册管理制，相较功效宣称相对简单的普通化妆品实行的备案管理制，其要求更为严苛，需提供更为权威的功效评价证明等材料。			
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	2022-01-01	6
政策内容	旨在规范功效化妆品生产经营活动，加强功效化妆品监督管理，保证功效化妆品质量安全，如要求从事功效化妆品生产活动的主体需依法取得化妆品生产许可证，并鼓励其生产经营者采用信息化手段采集、保存生产经营信息，建立化妆品质量安全的追溯体系等。			
政策解读	该政策有效规范了护肤品行业参与者的生产经营活动，加强其监督管理，并保证产品质量安全、信息公开透明等。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《支持化妆品原料创新若干规定》	国家药监局	2025-02-01	5
政策内容	旨在优化功效化妆品新原料的注册备案程序，允许新原料与关联产品同步申报，提高审批效率；强化对功效化妆品新原料的研发和应用的服务指导，对使用创新原料的特殊化妆品（即功效性较强的产品）设置优先审评通道。			
政策解读	该政策不仅降低了功效化妆品企业的创新成本，大大缩短了研发成果的转化周期，加速新原料和产品的上市进程，还推动了中国特色原料的研发和应用，为之后提升产品上的国际竞争力给予有力支撑。			
政策性质	鼓励性政策			

## 竞争格局

### 微生态护肤品竞争格局概况

第一梯队为瑗尔博士、理肤泉、湖畔实验室等，第二梯队为雅诗兰黛、兰蔻、SK-II等。

### 微生态护肤品行业竞争格局的历史原因

**瑗尔博士、理肤泉和湖畔实验室分别以本土科研闭环、国际药妆基因和成分极简主义构建竞争壁垒，共同推动微生态护肤从概念走向精细化应用。**

【1】瑗尔博士：作为中国微生态护肤领域的开创者，其核心优势在于本土化科研体系与产业链闭环。依托母公司福瑞达生物股份的制药级研发能力，瑗尔博士建立了中国首个皮肤微生态科学护肤平台，完成超过1,000例中国人面部菌群采样，筛选出200余株功能菌（含11株新鉴定菌种），构建覆盖衰老、敏感、油性等肌肤问题的菌群-生理参数数据库。其明星产品如“闪充面霜”融合5%益生菌发酵褐藻与益肤因的“益生逆转科技”，通过抑制衰老菌、促进年轻菌平衡微生态；而硅烷化玻尿酸、CellActiAge复合成分等专利技术，则实现“微生态抗老+肌底层修复+胶原再生”的三重功效。此外，瑗尔博士通过与上海应用技术大学共建微生态研究所，持续深化产学研合作，形成从原料研发到产品落地的完整链条。其线下渠道的快速扩张（超300家门店）与社交媒体种草策略（小红书相关笔记超4万篇），进一步强化国货品牌的市场渗透力。【2】理肤泉：作为欧莱雅集团旗下的医学护肤品牌，其竞争优势体现在国际科研资源与临床验证体系。品牌在敏感肌修护领域的深厚积累为其切入微生态赛道提供基础。例如，其经典产品“B5修复霜”通过泛醇与积雪草提取物调节皮肤屏障，而近年来推出的“Toleriane保湿系列”则融入益生元成分（如β-葡聚糖），旨在通过强化有益菌群抵御外界刺激。理肤泉的“药妆级”定位使其产品具备严格的临床测试流程，结合欧莱雅集团在微生物组学领域的全球研究网络（如与Phyla合作的皮肤微生物数据库），未来或将进一步拓展微生态护肤技术的深度应用。其品牌信任度与专业医生背书，使其在高端市场和敏感肌细分领域占据稳固地位。【3】湖畔实验室：以成分创新与精准功效为突破口，其代表作CLR精华主打10%二裂酵母，通过微

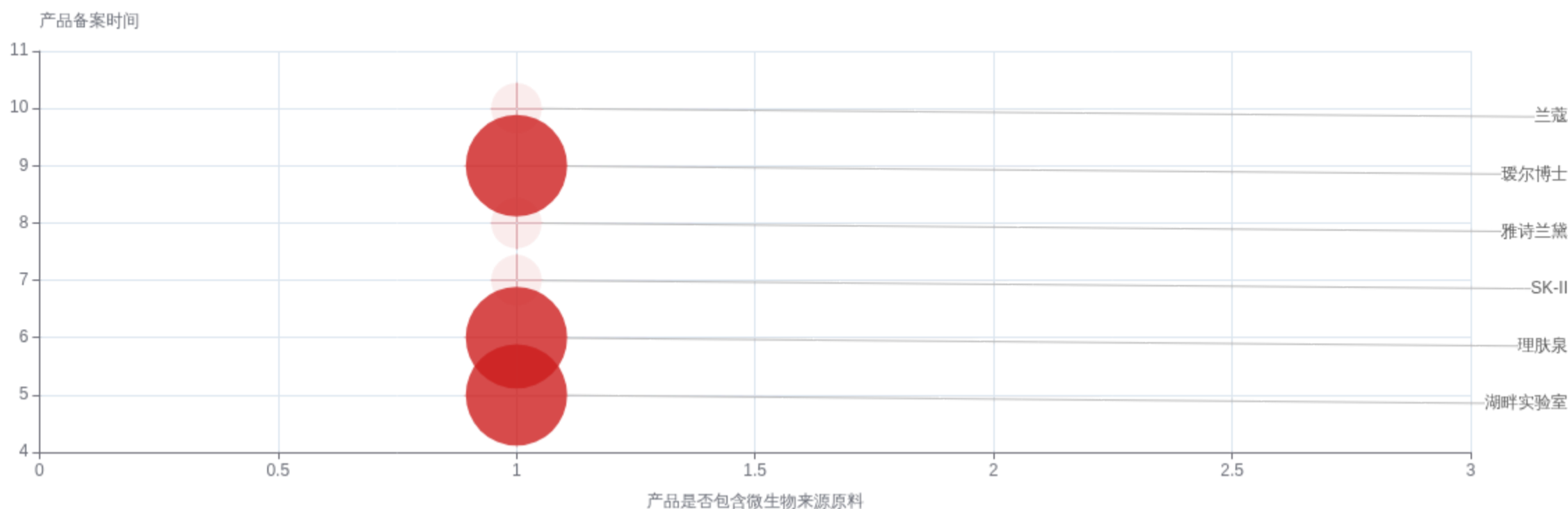
生物发酵产物提升皮肤自我修复能力，尤其针对屏障受损肌的抗炎与维稳需求。品牌强调“科研验证”的产品开发逻辑，例如：通过微囊包裹技术确保活性成分高效渗透，同时采用轻薄质地适应敏感肌偏好。湖畔实验室的差异化在于对“小众但高需求”市场的精准捕捉——其产品虽未涉及复杂的菌群调控，但通过高浓度二裂酵母与氨基酸复合成分，直接作用于屏障强化，满足消费者对“温和高效”的核心诉求。此外，品牌通过内容种草与KOL合作，快速建立“科技护肤”形象，吸引注重成分透明度的年轻群体。

## 微生态护肤品行业竞争格局未来变化原因

**外资品牌与国货品牌双向发力，技术驱动产品差异化，细分市场加速拓展，行业竞争将更加分散。**

一方面，雅诗兰黛、欧莱雅等国际巨头依托全球科研资源（如与Phyla合作的微生物数据库）持续加码本土化布局，通过后生元、益生菌等技术深化微生态护肤场景（如抗老、敏感肌修护）；另一方面，瓊尔博士、珀莱雅等国货品牌凭借本土化研究（如中国人皮肤菌群数据库）、高性价比及社交媒体营销快速抢占市场，未来或通过“中国成分”和专利技术（如发酵工艺）提升竞争力。

气泡大小表示：产品是否符合微生态护肤运作路径；气泡色深表示：是否为微生态护肤品



## 上市公司速览

### 鲁商福瑞达医药股份有限公司 (600223)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	28.0亿元 >	-17.4	51.9

### 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 >	-2.3	73.1

### 巨子生物控股有限公司 (02367)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
241.0亿 >	35.2亿 >	-	-

## 企业分析

### 1 山东福瑞达医药集团有限公司

▪ 公司信息			
企业状态	开业	注册资本	20000万人民币
企业总部	济南市	行业	批发业
法人	高春明	统一社会信用代码	91370000163062046J
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）	成立时间	734976000000
品牌名称	山东福瑞达医药集团有限公司	经营范围	许可项目：药品批发；第三类医疗器械经营；卫生用品和一次性使用医疗用品生产；药品进出口；从事直销业务；食品销售；互联网信息服务；食品互联网销售；药品生产【分支机构经营】；药品委托生产。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：货物进出口；保健食品（预包装）销售；食品销售（仅销售预包装食品）；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；日用百货销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；生物化工产品技术研发；家用电器销售；厨具卫具及日用杂品批发；个人卫生用品销售；会议及展览服务；旅游开发项目策划咨询；化妆品批发；化妆品零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；非居住房地产租赁；市场调查（不含涉外调查）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；化工产品生产（不含许可类化工产品）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

▪ 融资信息 <span style="float: right;">📄</span>	
<p>股权融资 未披露 2018-12-26</p>	

## 公司竞争优势

▪ 竞争优势

## 附录

法律声明 <span style="float: right;">^</span>
<p><b>权利归属：</b>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。</p> <p><b>尊重原创：</b>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</p>

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、提起诉讼、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。

# 成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

## 报告次卡

任意10本报告  
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

## 企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业  
无限量阅读全站报告  
升级报告下载量  
专享企业服务  
定制词条报告

¥50,000 /年

## 企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户  
定制深度研究报告  
按需下载报告  
分析师一对一沟通  
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

## 购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹  
LeadLeo

www.leadleo.com  
400-072-5588