2025年中国去黑头套装市场研究报告：去黑头套装从基础清洁向科技修护升级，国货品牌主导与线上渠道驱动增长解析

2025 China Blackhead Removal Skincare Kit Market Research Report

版权所有©2025头豹信息科技南京有限公司。本文件提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹公司独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹公司事先书面许可，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，头豹公司保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。

©2025 LeadLeo. All the information contained herein (including without limitation data, words, charts and pictures) is the sole property of LeadLeo, treated as highly confidential document, unless otherwise expressly indicated the sources in the report. Should no one copy, reproduce, diffuse, publish, quote, adapt, compile all or any part of the report without the written consent of LeadLeo. In the event of the violation of the above stipulation, LeadLeo reserve the right of lodging claim against the relevant persons for all the losses and damages incurred.

2025年11月

头豹 LeadLeo



目录

1 中国去黑头套装行业概述

2 中国去黑头套装行业分析

3 中国去黑头套装头部企业扫描



中国去黑头套装行业概述：定义

去黑头套装通常以“导出—清除—收敛”三步闭环实现系统化黑头管理，以多产品协同方式兼顾清洁效果与皮肤温和性，满足居家精细护肤需求

去黑头套装的定义、步骤及对应产品

第1步：热敷打开毛孔

目的：软化角质，使黑头松动

对应产品：热毛巾或热敷仪器

第2步：深层清洁/导出

目的：溶解油脂、浮出黑头

对应产品：导出液/清洁面膜

去黑头套装是针对面部黑头及毛孔堵塞问题设计的组合产品，通常涵盖溶解、黑头导出及收敛毛孔等多护理步骤，套装中包含两种或两种以上不同功能或不同形态的产品。



第3步：物理清除

目的：直接移除已浮出的黑头

对应产品：鼻贴/清洁工具

第4步：收敛毛孔

目的：镇静皮肤，收缩因清洁而暂时扩大的毛孔

对应产品：收敛水/舒缓精华

第5步：补水修护

目的：维持皮肤水油平衡，强化屏障

对应产品：补水面膜/舒缓乳液

➢ 核心产品

清洁产品

导出液：需配合化妆棉湿敷，含果酸、水杨酸等成分

清洁泥膜：厚敷吸附油脂，常见成分为高岭土、活性炭、竹炭

物理清除产品

鼻贴：通过强粘力拔除黑头，效果即时

细胞夹/粉刺针：用于清除个别顽固黑头

收敛舒缓产品

产品通常含金缕梅、茶树精油、神经酰胺等舒缓收敛成分

- 去黑头护理通常包含五个关键步骤：首先用热敷打开毛孔，接着使用导出液或清洁泥膜浮出黑头，再通过鼻贴等工具进行物理清除，随后立即用收敛水镇静收缩毛孔，最后进行补水修护以维持肌肤稳定。目前市售去黑头套装的核心产品主要涵盖清洁过程中的三大环节：深层清洁的导出液/泥膜、用于清除的鼻贴/工具，以及收敛毛孔产品。这种组合旨在通过“软化浮出-物理清除-即时收敛”的闭环式护理，帮助消费者在家实现系统且温和的黑头管理，同时最大限度降低对毛孔的损伤。

来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国去黑头套装行业概述：发展历程

中国去黑头行业自20世纪90年代萌芽，2000年代鼻贴等产品实现国产化与渠道拓展，2010年代在社交媒体与成分创新驱动下高速发展，2018年后步入成熟期，监管趋严，向绿色可持续方向转型

去黑头套装的发展历程，1990年代-至今

时间	1990年代-2000年	2001年-2010年	2011年-2020年	2021年至今
阶段	萌芽期	启动期	高速发展期	成熟期
发展特征	➢ 消费者关注面部清洁与形象管理，市场以手工皂、基础清洁产品为主，功能单一，认知度有限，国外品牌进入中国市场	➢ 国内品牌逐步研发活性炭、黏土等去黑头产品，鼻贴、面膜等形态丰富。国家加强配方备案与监管，产品质量提升，超市药店成为主要销售渠道，行业实现初步规模化	➢ 社交媒体推动去黑头产品热度飙升，水杨酸、果酸等成分普及。产品形态多元化、功效细化，品牌开始差异化竞争，线上渠道崛起带动销量快速增长	➢ 市场趋于稳定，品牌化、技术化并重。监管体系完善，标准化生产强化竞争门槛。绿色低碳与可持续理念兴起，品牌聚焦安全与功效创新
重要事件	• 20世纪90年代，美容护肤理念的普及和消费者对个人形象的关注度提高 • 早期市场以传统的手工皂和简单清洁产品为主，功能单一，市场认知度不高， • 受欧美“深层清洁”概念影响，少数进口品牌进入中国市场，开启了去黑头细分品类的探索	• 2000 年代，国内化妆品企业开始研发含活性炭、黏土、酶类的去黑头面膜、鼻贴等产品 • 2005 年左右，国家对化妆品配方备案制度逐步完善，行业进入正规化生产阶段 • 2008 年，首批国产去黑头鼻贴（如“鼻贴”系列）实现规模化生产并进入超市、药店渠道	• 2010 年代，社交媒体与短视频平台兴起，KOL推荐去黑头产品，带动消费爆发 • 2013 年左右，水杨酸、果酸等化学去角质技术在国内普及，产品线从单一鼻贴扩展到面膜、精华、洁面乳等多品类 • 2015 年，行业产能快速提升，出现“去黑头”细分品牌；线上电商平台成为销售主力	• 2018 年后，行业进入规模化、品牌化、技术创新并重阶段 • 行业竞争日益激烈，品牌数量众多，市场集中度不高 • 化妆品行业受到国家相关政策法规的严格监管，政府加大对化妆品行业的监管力度，发布了一系列法规和标准 • 绿色、低碳、可持续包装成为新热点

来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国去黑头套装行业概述：发展环境（政策环境）

国家药监局出台了一系列政策，如《化妆品生产经营监督管理办法》、《化妆品标签管理办法》等，旨在从生产质量、标签标识到原料创新等环节全面规范化妆品行业，强化企业责任与全过程监管

中国去黑头套装行业相关政策

政策	颁布主体	时间	政策内容及影响	政策类型
《支持化妆品原料创新若干规定》	国家药品监督管理局	2025.01	• 通过优化新原料的注册备案分类技术要求，简化国内外首次使用的新原料、已有安全使用历史的新原料及已使用原料改进创新的新原料的技术要求和评价流程，同时支持新原料与关联产品同步申报，加快创新原料的应用进程，并建立完善的跟踪评估机制	指导性政策
《化妆品检查管理办法》	国家药品监督管理局	2024.11	• 政策旨在规范化妆品行业的生产流程、质量控制。明确化妆品生产企业的质量管理体系要求，强化对生产过程的监督检查，严控产品上市前的检验和备案流程，并对违规行为设定明确处罚标准	规范性政策
《化妆品标签管理办法》	国家药品监督管理局	2022.05	• 政策要求化妆品标签清晰、真实、完整，且符合相关法律法规标准。化妆品标签需标注产品名称、注册信息、成分、净含量、使用期限、安全警示等信息；禁止使用虚假、夸大或误导性用语对于小规格包装产品，允许简化标签内容，但需在说明书中补充完整信息	规范性政策
《化妆品生产质量管理规范》	国家药品监督管理局	2022.01	• 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	规范性政策
《化妆品生产经营监督管理办法》	国家药品监督管理局	2021.08	• 明确化妆品生产许可条件与程序，强化对原料、生产过程及成品的质量安全管理；要求企业建立并执行质量管理体系，确保产品安全与信息可追溯；规范化妆品标签标识和广告宣传等	规范性政策

来源：政府官网，头豹研究院

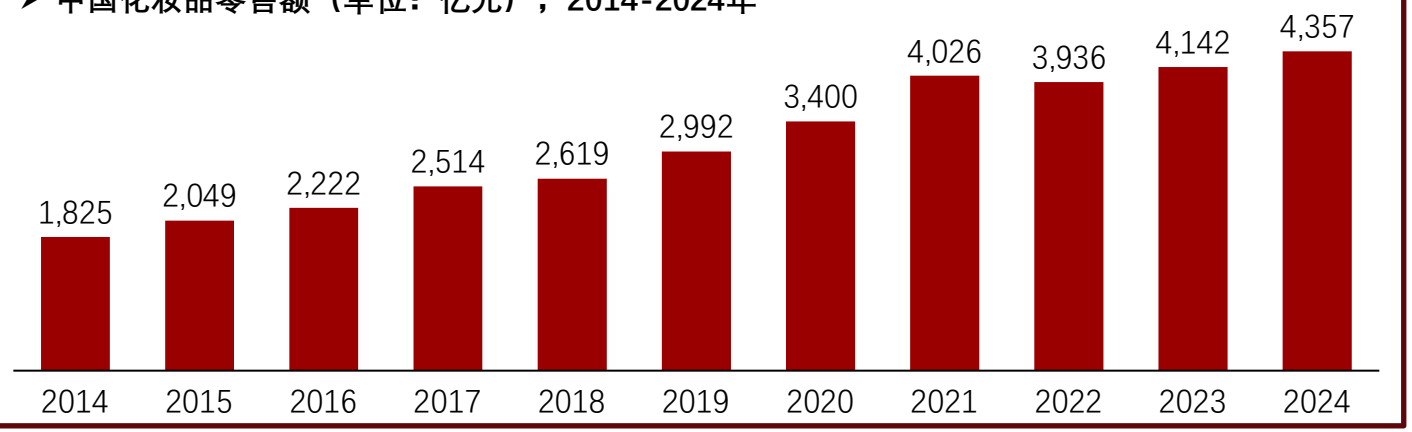
©2025 LeadLeo

中国去黑头套装行业概述：发展环境（市场环境）

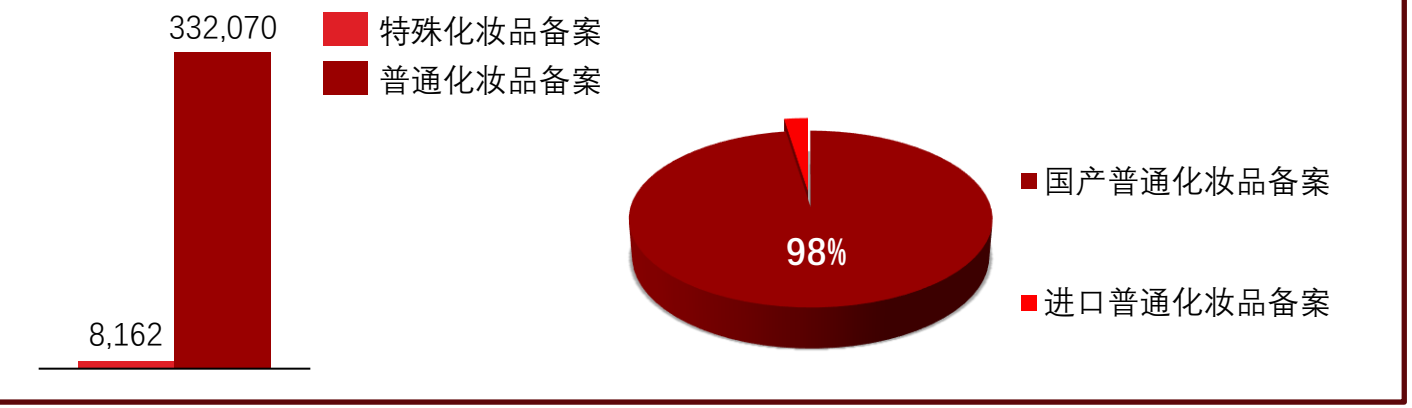
中国化妆品零售市场持续增长，国产普通化妆品在备案量上占据绝对优势，显示出国内企业在市场规模扩张与消费升级中具备主导地位与高活跃度

中国化妆品行业发展现状

➢ 中国化妆品零售额（单位：亿元），2014-2024年



➢ 中国化妆品备案（单位：个，%），2025年1月-2025年9月



- **中国化妆品零售市场在2014至2024年间呈现出持续、稳健的增长态势，整体规模显著扩大。**2014年零售额为1,825亿元，此后除2022年受外部因素影响出现短暂小幅回调外，其余年份均保持正增长。至2024年，零售额预计将达到4,357亿元，累计增幅达138.74%，年均复合增长率约为9.25%。这一增长轨迹可大致分为两个阶段：2014-2019年为稳步爬升期，年均增量相对平稳；2020年后进入加速增长期，尽管2022年略有波动，但2021年便突破4,000亿元大关，随后再创新高。这反映了中国消费升级的趋势、居民对个人护理与美妆需求日益增强，以及化妆品市场本身的活力和韧性。
- 从化妆品备案来看，2025年1月至9月期间，**中国化妆品备案市场呈现出以普通化妆品为主导、国产产品占据绝对优势的显著特征。**从备案数量来看，普通化妆品的备案量高达332,070个，而特殊化妆品的备案量仅为8,162个，反映出当前备案活动高度集中于普通化妆品领域。进一步分析普通化妆品的备案构成，国产普通化妆品的备案占比达到98%，而进口普通化妆品占比极少。这一数据表明，国内化妆品生产企业是备案市场的绝对主体，其市场活跃度远高于进口产品。

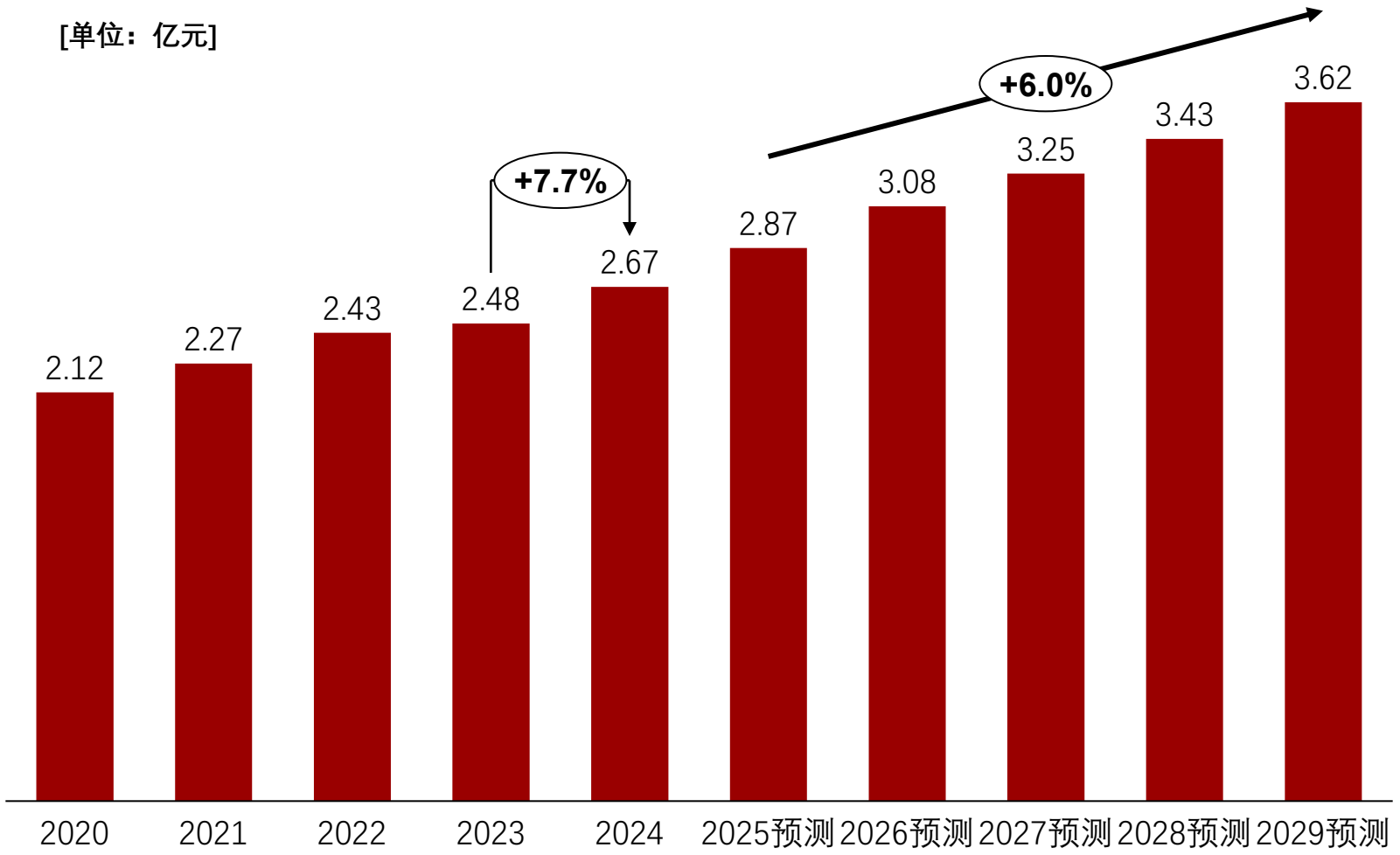
来源：国家统计局，头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国去黑头套装行业概述：市场规模

去黑头套装市场正由基础清洁向科技修护与个性定制升级，消费增长由成分创新与下沉市场扩容共同驱动，未来高端化与精准化将成为行业核心发展方向

中国去黑头套装行业市场规模，2020-2029预测



- **2020年-2024年，去黑头套装行业市场规模由2.12亿元增长至2.67亿元，期间年复合增长率5.93%。**驱动力来自消费者护肤意识提升与国货品牌创新。随着“成分党”“护肤教程”等内容普及，用户对黑头与毛孔问题的关注度上升，愿意投入更高客单价产品以获得更显著效果。同时，品牌通过直播电商与社交媒体实现多层级精准触达，扩大了市场渗透率。例如，泉兮已累计合作达人超过1万名，以腰尾部资源为主，同时涵盖郝劭文、童锦程、唐艺等粉丝量超千万的头部达人，实现了多层级人群的精准触达。
- **预计2025—2029年，市场规模将由2.87亿元增至3.62亿元，**增长将主要由两方面推动：一是产品技术与成分双重升级，未来去黑头套装将融合蓝光、微电流等家用科技，并加入神经酰胺、积雪草等修护成分，向高端化发展；二是下沉市场潜力释放与个性化定制兴起，电商和社交平台进一步覆盖低线城市，结合大数据“量肤定制”方案，为不同肤质提供精准解决方案，带动市场新一轮扩容。

来源：专家访谈，头豹研究院

©2025 LeadLeo

目录

1 中国去黑头套装行业概述

2 中国去黑头套装行业分析

3 中国去黑头套装头部企业扫描



中国去黑头套装行业分析：产业链图谱

中国去黑头套装产业链上游为原材料与包装供应；中游为各产品品牌；下游销售渠道呈现线上线下融合趋势，线上增长显著，抖音、小红书等内容平台通过KOL测评和种草视频有效驱动销售增长

中国去黑头套装行业产业链图谱

上游：原材料与包装供应

- 深层清洁/导出类成分
- 成膜/粘附类成分
- 舒缓收敛类成分
- 补水修护类成分
- 增稠剂
- 乳化剂
- ……

中游：去黑头套装产品品牌

QUARXERY 泉兮 | INSONG 英尚 | DOCTOR LI Laboratories | 俪 RUYI | BYTREE'S CST.2007 | Garysoon | RNW | ilso | 韩纪 HANKEY | CNP

下游：产品销售

线下渠道

美妆护肤品集成零售商：SEPHORA | WOW COLOUR | mannings | watsons | THE COLORIST

线上渠道

传统电商：淘 | 拼多多 | 苏宁易购 | 京东

直播内容电商：抖音电商 | 小红书 | 快手

- 护肤品销售加速向线上综合电商平台集中。2025年1-2月，化妆品线上交易总额达958.22亿元。抖音、小红书等社交内容平台凭借KOL测评与新兴护肤理念，持续推动热门产品的销售增长。例如，泉兮聚焦内容营销，推出可视化清洁效果的现象级种草视频，精准覆盖目标用户群体；同时，通过达人与KOS的多层级矩阵传播，实现从品牌认知到消费信任的高效转化。

终端消费者

来源：头豹研究院

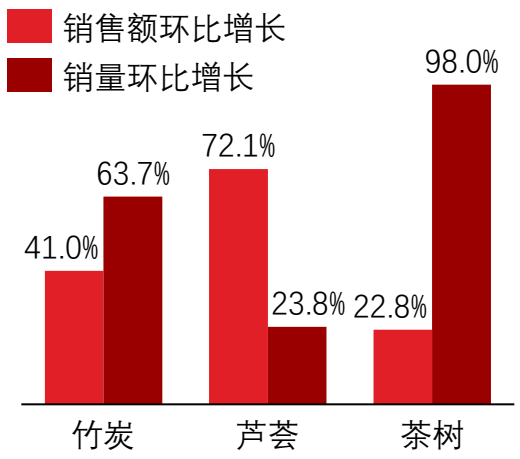
©2025 LeadLeo

中国去黑头套装产业链上游分析——成分及供应商

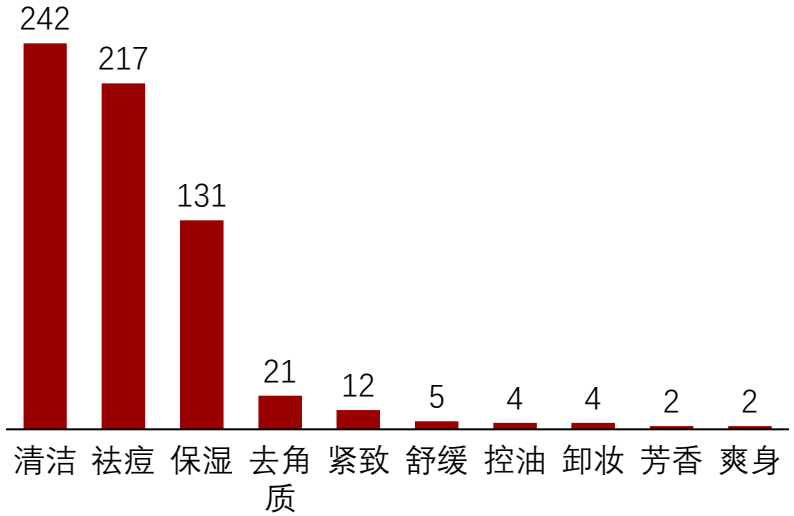
T区护理产品以竹炭、芦荟、茶树为热门成分，清洁、祛痘、保湿为核心功效，同时全球原料市场由巴斯夫、禾大和赢创等跨国巨头主导，呈现高度专业化与技术驱动特征

中国去黑头套装产业链上游情况

T区护理TOP 3热门成分，2023年



备案功效分析（单位：个），2023年



- **在T区护理热门成分方面，竹炭、芦荟和茶树等植物成分成为TOP 3热门成分，**其中竹炭成分的产品在销售额和销量环比增长上分别达到41.0%和63.7%，反映出消费者对天然、温和护理成分的持续青睐。在备案功效方面，2023年T区护理产品的功效宣称主要集中在清洁、祛痘和保湿三大基础功效，分别为242个、217个和131个。
- **全球化妆品原料市场由巴斯夫、禾大、赢创等十余家跨国化工巨头主导，呈现出技术驱动、高度专业化分工的鲜明特征。**巴斯夫作为全球最大化工企业之一，在原料市场占据约10%的份额，其产品线较为全面，覆盖活性成分、乳化剂、防晒剂等。禾大和德国赢创则分别在高性能活性原料与神经酰胺领域占据领导地位。

全球化妆品原材料头部供应商

	市场地位	核心原料
巴斯夫(BASF)	全球最大化工企业之一，化妆品原料市占率10%	活性成分（抗氧化剂、修护因子）、乳化剂、防晒剂、保湿剂
禾大(Croda)	全球个人护理原料三巨头之一，多肽技术领导者	高性能活性原料、表面活性剂、可持续来源乳化剂
赢创(Evonik)	神经酰胺全球领导者，欧莱雅核心供应商	硅油、护肤载体、表面活性剂、多肽活性成分
帝斯曼（DSM)	全球最大防晒剂生产商之一维生素原料占全球50%	维生素、抗氧化剂、护肤活性成分
德之馨(Symrise)	全球第四大香精香料商，在中国市占率领先	香料、活性成分、防晒剂、皮肤修护剂
亚什兰(Ashland)	护发原料全球Top 3，增稠剂市场份额全球前三	乳化剂、增稠剂、皮肤调理剂
科莱恩(Clariant)	绿色原料标杆，EcoTain可持续认证开创者	天然表面活性剂、活性成分、防腐助剂
陶氏（Dow)	美国最大化学品公司，有机硅领域巨头	硅油、乳化剂、增稠剂、护肤聚合物
路博润（Lubrizol)	在卡波姆等高分子增稠剂领域，占据约75%全球市场份额	卡波姆、乳化剂、皮肤修护剂、多肽活性成分
科思化学	全球化学防晒剂的主要制造商之一	活性成分、防晒剂、功能性护肤原料

来源：用户说，专家访谈，头豹研究院

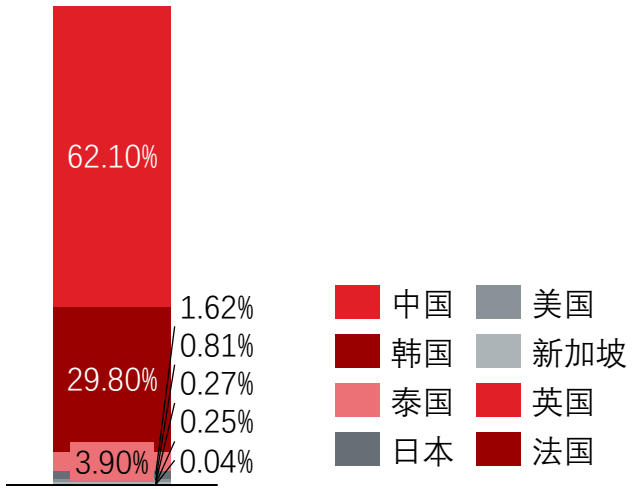
©2025 LeadLeo

中国去黑头套装产业链中游分析——T区护理市场情况

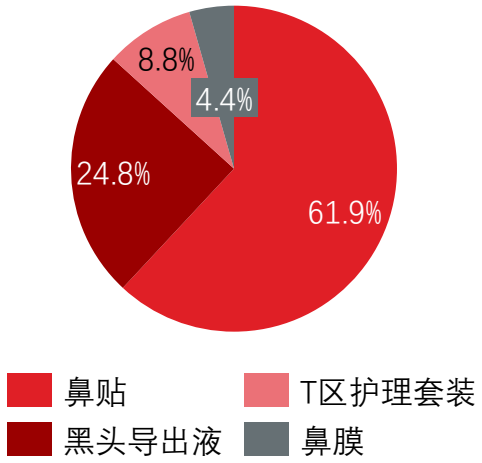
T区护理市场以中国品牌为主导，鼻贴占据最大份额，黑头导出液及套装为补充，整体呈现便捷高效清洁为核心、向系统化精细化发展的格局

中国T区护理市场情况

T区护理细分产品市场占比，2024年



T区护理细分产品市场占比，2024年



- **2024年T区护理细分产品市场呈现出清晰的品牌地域格局与鲜明的产品结构特征。**从品牌地域分布来看，市场高度集中于亚洲品牌，其中中国品牌占据绝对主导地位，市场份额高达62.10%，显示出中国企业在针对本土消费者需求进行产品研发与市场推广方面的显著优势。
- **在产品类型分布方面，鼻贴类产品占据最大市场份额，**达到61.9%，反映出消费者对便捷、高效T区清洁方式的偏好。黑头导出液以24.8%的份额位居第二，T区护理套装和鼻膜分别占据8.8%和4.4%的份额，这三类产品共同构成了T区护理市场的补充产品线，说明当前市场仍以基础清洁需求为主导，同时朝着系统化、精细化的方向发展。

淘天T区护理品类热销榜，2024.04-2025.03

排名	产品名称	销售额（亿）	成交均价（元）
1	rnw去黑头鼻贴官方旗舰店导出液收缩贴毛孔清洁温和男女草莓鼻	0.54	42.95
2	三盒装rnw去黑头鼻贴深层清洁毛孔控油紧致温和舒缓旗舰店正品	0.23	102.11
3	【BABYMONSTER同款】CNP希恩派去黑头鼻贴10组黑头导出液清洁紧致	0.22	204.39
4	ILSO一苏黑头导出液韩国进口黑头水控油去黑头粉刺全脸深层清洁	0.17	129.00
5	【李佳琦直播间美妆节20点开售】CNP去黑头导出紧致毛孔净爽鼻贴	0.12	200.57
6	hfp果酸去黑头收缩毛孔粉刺深层清洁鼻贴膜乳糖酸导出液女男士	0.11	165.32
7	去黑头收缩毛孔粉刺深层清洁鼻膜鼻贴吸祛撕拉面膜神器男士女士专用	0.11	42.01
8	【自播专享】CNP希恩派导出液清洁收缩去黑头鼻贴10组BABYMONSTER	0.10	146.90
9	【5盒装】rnw去黑头鼻贴不刺激正品导出液温和男女士推荐	0.08	154.70
10	RNW鼻贴去黑头贴收缩毛孔粉刺闭口深层清洁神器导出液女男士专用	0.06	36.65

来源：用户说，专家访谈，头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国去黑头套装行业分析：参与者

中国去黑头套装市场参与者包括泉兮、英尚、李医生等品牌，以国货品牌为主，亦有来自澳洲、韩国、泰国的品牌，品牌产品聚焦竹萃套装、小红膜、茶树精华等

中国去黑头套装行业市场参与者

品牌	所属公司	成立时间	公司简介	代表产品
泉兮	广州泉兮化妆品有限公司	2017年	• 专门针对亚洲女性肌肤所开创的植物护肤品牌，产品均采取有机植物提取物，致力于让爱美女性都能够在健康、安全的护肤品呵护下，释放美丽，享受青春	• 竹萃去黑头三件套
英尚	广州君雅化妆品有限公司	2008年	• 一个专注于肌肤问题护理的品牌，品牌核心致力于为油性及问题肌肤提供专业、有效的解决方案	• 去黑头小红膜套装 • 去黑头小茄膜套装
李医生	澳洲西婷公司	1995年	• 由Mielon Lee博士研发天然草本护肤配方，品牌定位平价护肤，主打美白、祛斑、控油等系列，产品以天然植物精华、无香料、无色素为特点	• 吸黑头护理套装
柏翠丝	大美仁（深圳）实业集团有限公司	2007年	• 拥有十余年历史的国货护肤品牌，产品以黑头、毛孔护理为主，推出茶树去黑头精华套盒、撕拉式鼻贴等，强调温和溶解、收敛毛孔	• 茶树去黑头套盒
ILSO	MIRIP Co., Ltd.	2017年	• ILSO品牌定位为提供高品质、适合多元审美的彩妆与护肤产品，致力于满足不同性别、肤质、肤色和文化背景的消费者需求	• 黑头导出液+鱼腥草棉片
Garysoon	GRAYSON (THAILAND) COMPANY LIMITED	2016年	• Garysoon 是源自泰国的专注黑头、粉刺清洁的护肤品牌，主打“快速、温和、性价比高”的去黑头解决方案，目标人群为有黑头、粉刺困扰的青年男女	• 去黑头凝胶+收敛水
希恩派（CNP）	CNP Laboratory	2000年	• CNP是韩国首尔的医学护肤品牌，专注研发符合亚洲人肤质的功效型护肤品，产品线涵盖洁面、精华、面膜、鼻贴等，强调绿色有机成分	• 毛孔护理套装

来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国去黑头套装行业分析：企业案例（泉兮）

泉兮凭借专利技术驱动的功效创新、源头供应链的质价优势及精准内容营销能力，构建了从产品研发到用户转化的高效闭环，持续强化其在功能型护肤赛道的竞争力

泉兮公司简介

品牌简称	泉兮
所属企业	广州泉兮化妆品有限公司
企业总部	广东广州
企业简介	泉兮成立于2017年，主打“有机植物”护肤理念，强调以天然植物提取物为核心，致力于为油皮及敏感肌提供系统化的解决方案，涵盖美白、洗护等多个领域。品牌与国内顶尖研究机构合作，申请多项专利技术，产品线涵盖竹萃去黑头三件套、美白祛斑霜、美白水润面膜等，致力于通过科学配方和严格生产工艺，实现温和清洁与修护。

QUARXERY 泉 兮

泉兮产品矩阵



去黑头套装



脱毛膏



面膜



洗面奶



精华水



清洁泥膜

泉兮竞争优势

- **产品创新与功效性：**泉兮以系统化解决方案精准解决消费者痛点。例如，其T区护理产品推出“导出-吸附-收敛”三步闭环系统，结合进口成分与专利技术，实现黑头清洁与毛孔收敛的双重功效。
- **极致质价比与供应链优势：**泉兮通过源头工厂供应链整合，实现成本控制与品质保障，性价比突出。同时，依托国内顶尖化妆品制造企业腾宇集团，实现原料全球化采购、产能弹性调配及物流数字化管理，确保产品快速响应市场需求。
- **精准内容营销与流量运营：**泉兮擅长通过抖音等平台打造爆款内容，以可视化效果展示产品功效，结合达人矩阵进行多维度种草，形成“原理讲解+使用技巧+真实反馈”的传播闭环。

泉兮竹萃去黑头三件套产品介绍

产品组成与功效

导出液（鼻膜液）：含白睡莲、金缕梅、积雪草等进口成分及其他植物提取成分，能松动角栓，为后续清洁做准备。

鼻贴：添加龙头竹笋、玉竹提取物等，吸附黑头白头，实现“连根拔起”，减少残留。

收缩液（精华液）：含复配PCA锌、辛酰甘氨酸等，收敛毛孔同时控油保湿，减少黑头再生。



核心优势

温和有效：采用天然竹萃成分，通过人体测试，敏感肌可用，温和清洁不伤肤。

系统护理：使用“导出-吸附-收敛”三步闭环系统，解决黑头清洁与毛孔粗大问题。

来源：企查查，泉兮官方公众号，头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国去黑头套装行业分析：企业案例（李医生）

李医生以功效护肤为核心，凭借全球研发合作与专业药妆定位深耕毛孔管理领域，并通过年轻化内容营销与多渠道布局，持续巩固其在功能型护肤市场的品牌影响力

李医生公司简介

品牌简称	李医生
所属企业	澳洲西婷公司
企业总部	澳洲
企业简介	李医生（Doctor LI）是创立于1995年的澳大利亚护肤品牌，由澳洲皮肤专家Mielon Lee博士研发并由澳洲西婷公司引入中国。品牌定位为“专业药妆”，与法国、韩国等国际实验室合作研发，主打毛孔管理、去黑头、控油、祛痘等功效，采用山花精复合美白精华、金缕梅、深海皱波角叉菜等草本成分。

李医生产品矩阵



去黑头套装



磨砂膏



清洁泥膜



面膜



精华油



精华液

李医生竞争优势

- **专业定位与研发实力：**自1995年创立起便专注于功效性护肤，在毛孔管理领域拥有深厚技术积累。品牌与全球多家实验室合作，产品线覆盖毛孔清洁、控油、美白等核心需求。
- **精准营销与年轻化策略：**品牌深谙年轻消费者需求，通过小红书、抖音等平台与用户互动，结合网红推广和艺术联名，强化品牌时尚感与专业性。同时，以“运动+护肤”理念打造差异化场景，如将去黑头产品与拳击运动结合，传递健康活力的生活方式，有效吸引年轻群体关注。
- **精准内容营销与流量运营：**李医生覆盖线上线下全渠道，包括屈臣氏、天猫、京东等主流平台。

李医生吸黑头护理套装产品介绍

- **产品组成与使用方法**



黑头导出精华液：包含酵母菌、药用层孔菌等成分，能温和软化黑头，使其浮出表皮，为后续清洁做准备。使用时将精华液浸湿化妆棉，敷于黑头部位8-10分钟，可使黑头明显浮出。

吸黑头面膜：以竹炭为主要吸附成分，搭配皱波角叉菜等植物提取物，具有强效吸附能力，能有效清除毛孔内的油脂和污垢。涂抹后待面膜干透，从下至上轻轻撕下，可看到吸附出的黑头。

保湿精华水：含北美金缕梅、金盏花和皱波角叉菜等成分，能收缩毛孔、平衡水油，减少黑头复发。使用后可缓解皮肤紧绷感。

来源：企查查，李医生官网，头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国去黑头套装行业分析：发展趋势

去黑头套装行业正呈现功效复配化、科技智能化、套装体系化与个性定制化并行的发展趋势，产品从基础清洁迈向高效、安全与精准护肤的新阶段

中国去黑头套装行业发展趋势

功效成分多元化趋势明显

随着消费者对去黑头产品功能要求持续提升，单一成分如水杨酸、炭粉已难满足日益精细化的护肤需求。行业开始推动复配功效成分应用，如吸附油脂、高岭土、酵素、水杨酸等复合配方，不仅提高清洁深度，还能兼顾温和护肤和皮肤屏障保护，从而形成更具差异化的市场竞争优势

套装化和模块化体验成为标配

消费者对使用体验的整体感受愈发重视，单品去黑头效果有限且易被替代。品牌倾向将导出、清洁、收敛、滋养等功能模块化组合成套装，形成闭环护肤流程，不仅提升使用便利性与产品专业感，还能增强消费者对品牌的信任感与复购意愿，实现更高的市场粘性



科技与智能化产品加速渗透

智能美容仪器、微振动清洁仪与去黑头套装的结合正在逐步兴起。通过科技手段优化毛孔清洁效率、减少皮肤刺激，并在APP或小程序中提供使用指导、数据反馈与效果跟踪，行业正呈现向高端化、科技化、个性化服务转型趋势，为消费者带来更精细化和可量化的护肤体验

市场细分与个性化定制趋势增强

不同肤质、年龄群体和性别的需求差异化日益明显，行业开始尝试针对油性肌、敏感肌或男性群体推出定制化去黑头套装。同时，线上数据分析、用户画像和消费行为洞察驱动的个性化推荐，使去黑头产品研发和营销更加精准化

来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

目录

1 中国去黑头套装行业概述

2 中国去黑头套装行业分析

3 中国去黑头套装头部企业扫描



中国去黑头套装头部企业扫描：主要竞争者扫描（1/2）

2025年中国去黑头套装市场呈现多元化格局，既包括泉兮、英尚、儒意等中国本土品牌，也有ILSO、Garysoon、希恩派等国外品牌

中国去黑头套装市场主要竞争者扫描，截至2025年11月

品牌	成立时间	公司简介
泉兮(广州泉兮化妆品有限公司)	2017	• 专门针对亚洲女性肌肤所开创的植物护肤品牌，产品均采取有机植物提取物，致力于让爱美女性都能够在健康、安全的护肤品呵护下，释放美丽，享受青春
英尚(广州君雅化妆品有限公司)	2008	• 一个专注于肌肤问题护理的品牌，品牌核心致力于为油性及问题肌肤提供专业、有效的解决方案
李医生(澳洲西婷公司)	1995	• 由Mielon Lee博士研发天然草本护肤配方，品牌定位平价护肤，主打美白、祛斑、控油等系列，产品以天然植物精华、无香料、无色素为特点
柏翠丝(大美仁（深圳）实业集团有限公司)	2007	• 拥有十余年历史的国货护肤品牌，产品以黑头、毛孔护理为主，推出茶树去黑头精华套盒、撕拉式鼻贴等，强调温和溶解、收敛毛孔
ILSO (MIRIP Co., Ltd.)	2017	• ILSO品牌定位为提供高品质、适合多元审美的彩妆与护肤产品，致力于满足不同性别、肤质、肤色和文化背景的消费者需求

来源：各品牌官网，头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国去黑头套装头部企业扫描：主要竞争者扫描（2/2）

2025年中国去黑头套装市场呈现多元化格局，既包括泉兮、英尚、儒意等中国本土品牌，也有ILSO、Garysoon、希恩派等国外品牌

中国去黑头套装市场主要竞争者扫描，截至2025年11月

品牌	成立时间	公司简介
RNW（佩莱品牌管理有限公司）	2016	• RNW是一个亚洲功能型护肤品牌，定位“成分美学”，主打高浓度有效成分的基础护肤产品，强调科学配方与极少主义艺术理念，已在天猫、屈臣氏等渠道实现线上线下双渠道布局
儒意（广州海雅生物科技有限公司）	2009	• 儒意隶属于广州海雅生物科技有限公司，专注于高效、温和的护肤及个人护理产品，主打天然植物成分与科学配方
韩纪（云浮市名草源化妆品有限公司）	2009	• 韩纪是一个护肤品OEM品牌，产品涵盖面膜、洁面、精华、面霜等，定位平价且有效的药妆路线，强调大批量生产降低成本
希恩派（CNP Laboratory）	2000	• 希恩派是LG生活健康旗下的专业皮肤学护肤品牌，源自韩国CNP皮肤管理中心，拥有50余名皮肤专家，研发适合亚洲肤质的医学护肤产品，强调“简洁、安心、有效”的品牌理念
Garysoon（GRAYSON (THAILAND) COMPANY LIMITED ）	2016	• Garysoon 是源自泰国的专注黑头、粉刺清洁的护肤品牌，主打“快速、温和、性价比高”的去黑头解决方案，目标人群为有黑头、粉刺困扰的青年男女

来源：各品牌官网，头豹研究院

©2025 LeadLeo

头豹 LeadLeo

头豹业务合作

全球视野 · 本土洞察 · 研究数据 · 可信知识网络

行业数据API

开放原创报告与研究数据接口，支持企业知识库、系统平台及AI应用高效接入和调用

KNIT解决方案

构建企业可信内容体系，提升品牌在AI搜索与问答中的可见度、准确性与转化效果

报告会员账号

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/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

商业尽调

面向投资并购和商业决策，评估标的公司的商业前景、价值及风险

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

报告作者

- 袁栩聪 | 首席分析师
- 林若薇 | 行业分析师

service@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4101室
邮编： 518057

上海办公室
上海市静安区南京西路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。

一图读懂

2026年AI进阶与飞跃年度最佳应用实践

年度标杆AI Agent · AI英雄人物

能力进阶 · 形态飞跃 · 价值深化

PART 01 评选体系：8类标杆Agent + AI英雄人物

年度标杆AI Agent 8类 · 每类TOP10 P-E-B-C 四维评估

一 AI智能能力进阶
从智能辅助走向自主任务执行

01 企业级通用标杆Agent TOP10
评选理由 面向企业通用工作任务，在真实工作流程中体现通用价值
要点 任务覆盖 | 执行协作 | 应用成效

02 消费级标杆Agent TOP10
评选理由 面向个人用户高频需求，以可感知体验体现应用吸引力
要点 任务体验 | 交互服务 | 用户价值

二 AI智能形态飞跃
从数字智能走向端侧智能与物理世界

03 端侧AI标杆Agent TOP10
评选理由 依托AI手机、AI PC等智能终端与端云协同，体现端侧智能落地价值
要点 端侧能力 | 协同执行 | 终端成效

04 物理AI标杆Agent TOP10
评选理由 面向具身智能、机器人等物理场景，体现物理世界任务落地能力
要点 感知执行 | 稳定适应 | 作业成效

三 AI应用价值深化
从技术创新走向规模化场景落地

05 企业服务标杆Agent TOP10
评选理由 聚焦客服、营销、财税、人力等专业职能，体现企业服务场景化价值
要点 专业能力 | 系统协同 | 业务成效

06 产业落地标杆Agent TOP10
评选理由 面向行业真实场景，体现行业复制与规模应用潜力
要点 场景适配 | 行业协同 | 落地成效

四 年度特别标杆
前沿突破与社会价值

07 年度创新突破标杆Agent TOP10
评选理由 聚焦前沿技术与Agent能力创新，体现创新方向与应用前景
要点 技术突破 | 能力创新 | 转化潜力

08 年度社会价值标杆Agent TOP10
评选理由 聚焦公益、普惠与公共服务场景，体现社会价值与持续服务能力
要点 服务覆盖 | 普惠协同 | 受益成效

06 行业标签：金融 · 医疗 · 工业 · 政务 · 互联网 · 教育 · 能源 · 交通

同期评选 **AI英雄人物** TOP20 C 可验证贡献 | E 产业成效 | I 创新引领 | V 价值与影响 C-E-I-V

评选理由 | 聚焦可验证贡献、产业成效与创新引领，体现其在AI技术突破、产业推动与行业影响中的综合价值

PART 02 评选流程与时间

- **2026年10月起**
  开放一轮报名
  企业、机构及个人扫码提交报名信息
- **2026年12月1日**
  一轮报名截止
  研究团队开展初审与调研，通知入围对象
- **2026年12月31日**
  二轮提报截止
  入围对象提交详细申报材料与案例证明
- **2027年1月**
  报告发布（预计）
  专家综合评审后，揭晓入选Agent产品与人物

欢迎申报

联系邮箱：oliver.yuan@frostchina.com
申报网址：https://tp.wjx.com/vm/OPqi8i1.aspx

一轮报名截止2026年12月1日 · 二轮材料提报截止12月31日

发布渠道：头豹科技创新网、Wind、Choice等主流报告发布平台

主办：弗若斯特沙利文 × 头豹研究院

www.leadleo.com