

机密

中国化妆品原料行业 独立市场研究报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系沙利文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）。未经沙利文公司事先书面许可，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，沙利文公司保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。

2025年06月

FROST & SULLIVAN
沙利文



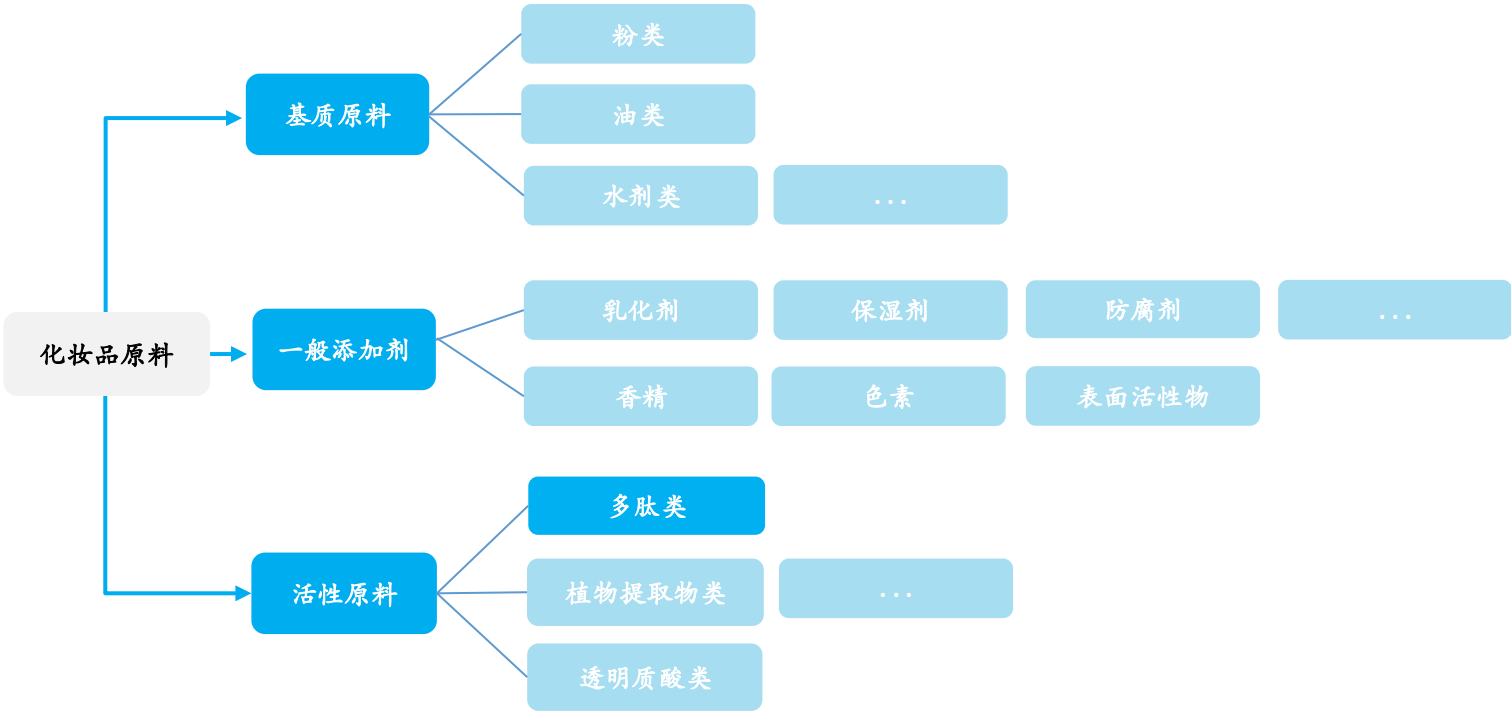
化妆品原料：基质原料-一般添加剂-活性原料三大体系奠定产品功效基石，并在全球与中国法规统一定义下持续驱动行业技术创新。

全球及中国化妆品原料市场定义

- 全球对于化妆品原料的定义普遍是指用于生产化妆品产品的各类化学或天然成分，包括活性成分、基质成分、添加剂等。根据用途不同，原料可分为基础原料（如油脂、溶剂）和功能性原料（如抗氧化剂、防晒剂）。
- 根据中国《化妆品监督管理条例》（2021年实施），化妆品原料是指用于化妆品生产的化学物质、天然物质或生物成分，包括基础原料、功能性原料和活性成分。

化妆品原料是产品功效的核心载体，也是现代美妆产业不可或缺的基础要素。

- 随着消费者对产品安全性和功效性要求的不断提升，原料研发成本持续攀升，以及全球美妆科技的快速迭代，市场对高品质、创新型化妆品原料的需求将持续增强。
- 随着生物技术、绿色化学和AI配方研发的进步，相关科技发展将持续推动化妆品原料的创新升级。功效性原料将在成分研究、靶向递送和多场景应用（如医美、个性化定制等）的驱动下加速优化，为美妆行业带来更多突破性解决方案。



随着化妆品原料完成“天然→合成→功效→生物技术”四轮迭代，中国从基材国产化跃升至全球创新引领，实现科研到产业的全链升级

- 全球化妆品原料发展经历了从天然原料（动植物油脂、矿物成分）到石油化工合成（矿物油、乳化剂）的工业化转型，随后进入生物活性成分时代（多肽、烟酰胺等功效型原料崛起），再到生物技术驱动期（发酵技术、基因工程胶原蛋白），最终迈入精准护肤阶段（AI设计多肽、纳米载体技术）。这一演进过程体现了从基础护肤到靶向修护、从化学合成到绿色生物制造的技术跨越，核心驱动力始终是功效提升与安全性革新的双重需求。
- 中国化妆品原料发展经历了从90年代基础原料国产化，到2000年代突破生物发酵技术，2010年代自主创新功效成分，直至2020年代实现国际领先的跨越式发展，核心企业上海家化、华熙生物、维琪科技和巨子生物等通过“产学研用”模式持续推动产业升级。

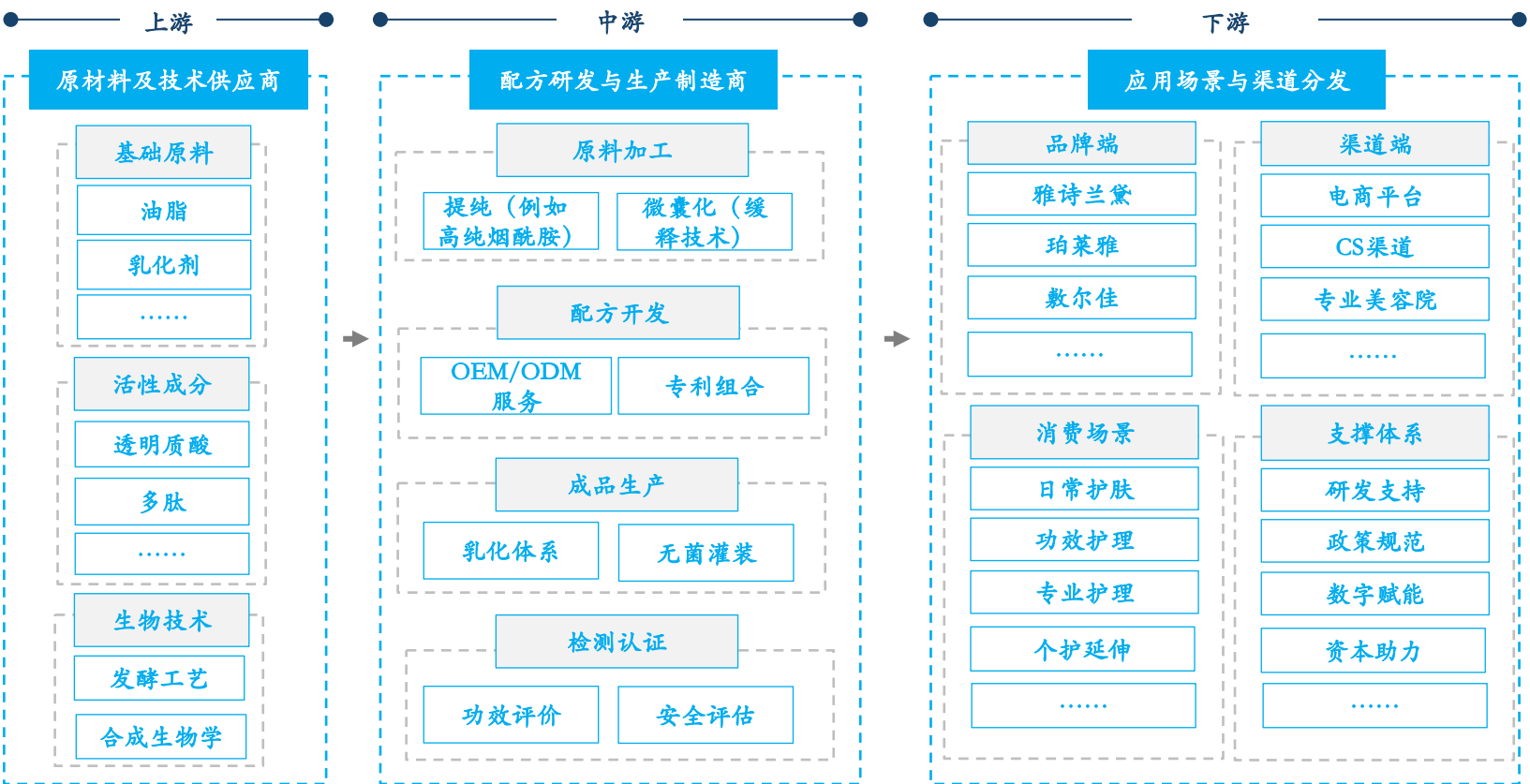
全球化妆品原料发展历程



中国化妆品原料市场发展历程



化妆品原料产业链上游为活性成分及基础原料供应商，中游为配方研发与成品制造商，下游应用覆盖护肤、彩妆、个护等多个消费场景。



- 化妆品原料产业链由上游原料研发与核心材料供应商、中游的配方开发与成品生产商，以及下游的品牌应用与消费渠道共同构成。其中，上游通过基础原料（植物油脂、乳化剂、溶剂）和活性成分（透明质酸、多肽、植物提取物）为中下游发展提供物质基础和技术支撑，奠定了产业高质量发展的核心要素。
- 中游则发挥关键转化作用，将上游原料通过配方技术转化为各类护肤品、彩妆产品、专业护理产品以及个护产品等多元化的化妆品成品，满足不同肤质、不同功效的消费需求。下游领域覆盖国际美妆集团、本土品牌商、专业医美机构及个人消费者，将优质化妆品产品和服务渗透至百货专柜、电商平台、美容院线及家庭护理等多元场景，形成原料研发-产品转化-市场应用的完整价值链条，推动化妆品产业持续创新发展。

化妆品原料行业的商业模式既包括原料和解决方案的销售，也包括为客户提供的原料服务、联合研发以及技术赋能服务

化妆品原料的商业模式

化妆品原材料行业的商业模式既包括直接销售标准化原料和定制化解决方案，也包括面向客户提供的原料定制服务、联合研发合作以及技术赋能服务。在原料定制服务和联合研发模式下，中小型化妆品品牌不必像传统采购模式那样投入大量资金囤积原料库存，同时随着原料产品的标准化程度提高，客户只需支付相对较低的定制费用或研发分成，即可获得优质原料供应和技术支持。目前这种服务型商业模式正在被行业领先的原料供应商重点推广。

	类型	具体内容	收费方式
销售模式	原料单品销售	直接销售标准化原料（如透明质酸、烟酰胺等）面向品牌方、代工厂或研发机构	按重量/规格一次性收费（如¥XX/公斤）
	定制原料解决方案	提供配方开发支持（如活性物复配），包含技术指导、稳定性测试等服务	按项目收取开发费+原料销售分成
	专利原料授权	授权使用独家成分（如玻色因、依克多因），提供技术文档与功效数据。	年费制授权+销售额提成（通常3%-8%）
服务增值模式	原料服务	定期供应高活性原料（如多肽、发酵产物），包含存储、质检、物流全流程管理	按照仓库的发货数量收取一定的服务费用
	联合研发合作	与品牌共建实验室开发专供原料，共享知识产权与市场收益	预付研发资金+后期销售分成
	技术赋能服务	提供微囊化、缓释等工艺支持，输出生产设备与质量控制体系	按技术模块收费（如¥XX万/项）

化妆品原料行业的发展、消费者对功效型产品的需求升级、生物技术成本下降、国家政策对创新的支持等因素共同推动着化妆品原料产业的升级。

驱动因素

消费升级与功效需求提升

随着消费者对护肤品功效的追求持续升级，从基础保湿转向抗衰老、修护等专业化需求，推动活性成分市场快速增长。中国抗衰消费群体逐年增长，直接带动了多肽、神经酰胺等功效原料的研发热潮。随着年轻消费者成分意识觉醒，“纯净美妆”趋势更促使企业转向天然来源原料。

国家政策为化妆品原材料市场营造良好环境

中国化妆品新原料备案制改革成为行业转折点，审批效率提升带动原料创新活力。新原料备案数量逐年递增，多肽相关原料增速较高，是热门备案原料品类。国际方面，欧盟严格的有害成分禁令倒逼全球企业加速绿色替代方案的研发，推动行业向更安全、可持续方向发展。

供给端驱动全球化妆品原料市场的不断更新

供给端的持续创新正成为全球化妆品原料市场迭代升级的核心驱动力。随着研发技术的不断突破，原料生产企业正加速推进新结构成分创新与工艺革新，从源头上推动产品升级。生物合成技术、绿色制造工艺等前沿科技的广泛应用，不仅提升了原料的效能与安全性，更催生出具有突破性功效的新兴活性成分。同时，智能制造体系的完善使原料生产更加精准高效，而可持续发展理念的深化则推动着环保型原料的研发与应用。

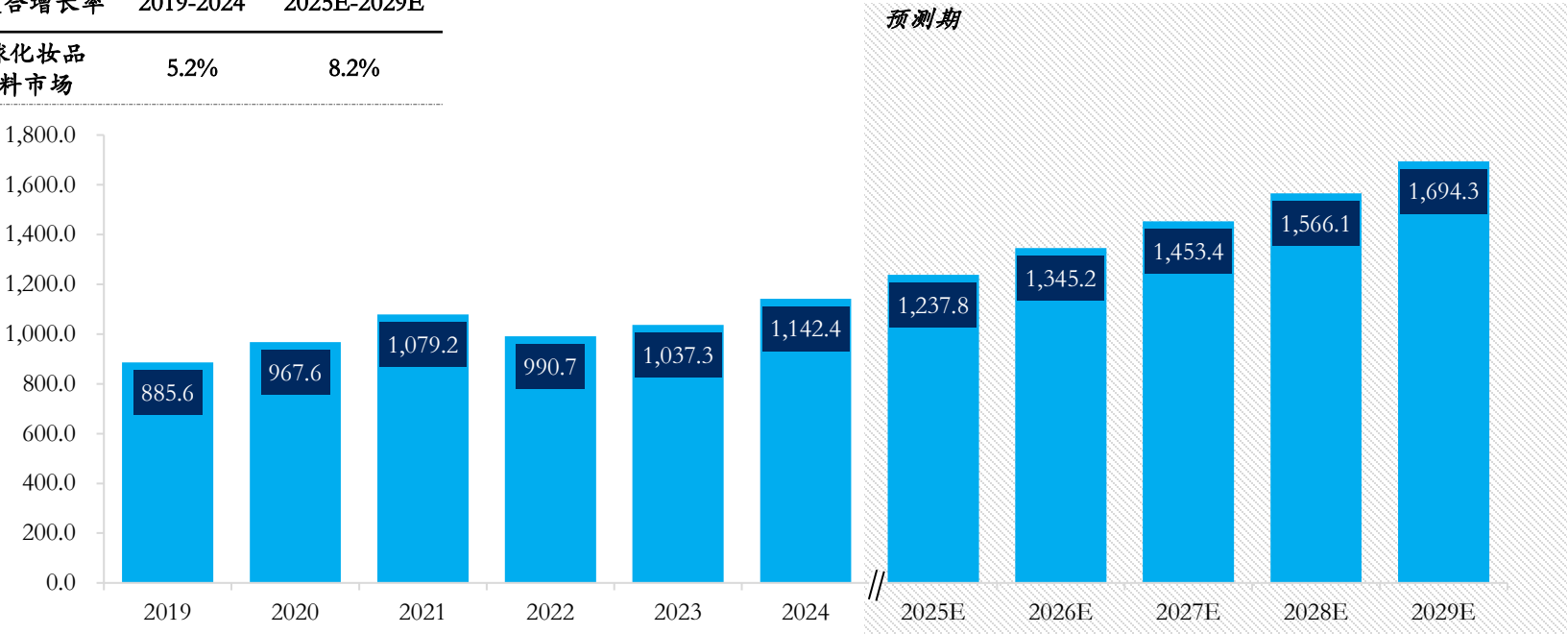
技术创新升级推动化妆品原材料产业发展

随着生物科技、纳米技术和绿色制造的不断突破，原料研发正迈向更高效率、更精准化的新阶段。新型提取与合成技术显著提升了活性成分的纯度和稳定性，而智能递送系统则实现了功效成分的精准释放。可持续生产工艺的革新不仅降低了能耗与污染，更推动了天然原料的规模化应用。这些技术进步不仅解决了传统原料生产的瓶颈问题，更催生出一批具有突破性功效的创新成分，推动产业链向高质量、可持续方向转型升级。

全球化妆品原料市场规模由2019年的885.6亿美元增长至2024年的1,142.4亿美元，年复合增长率达5.2%，并预计在2029年以8.2%的增速攀升至1,694.3亿美元

全球化妆品原料市场规模
亿美元, 2019-2029E

年复合增长率	2019-2024	2025E-2029E
全球化妆品原料市场	5.2%	8.2%

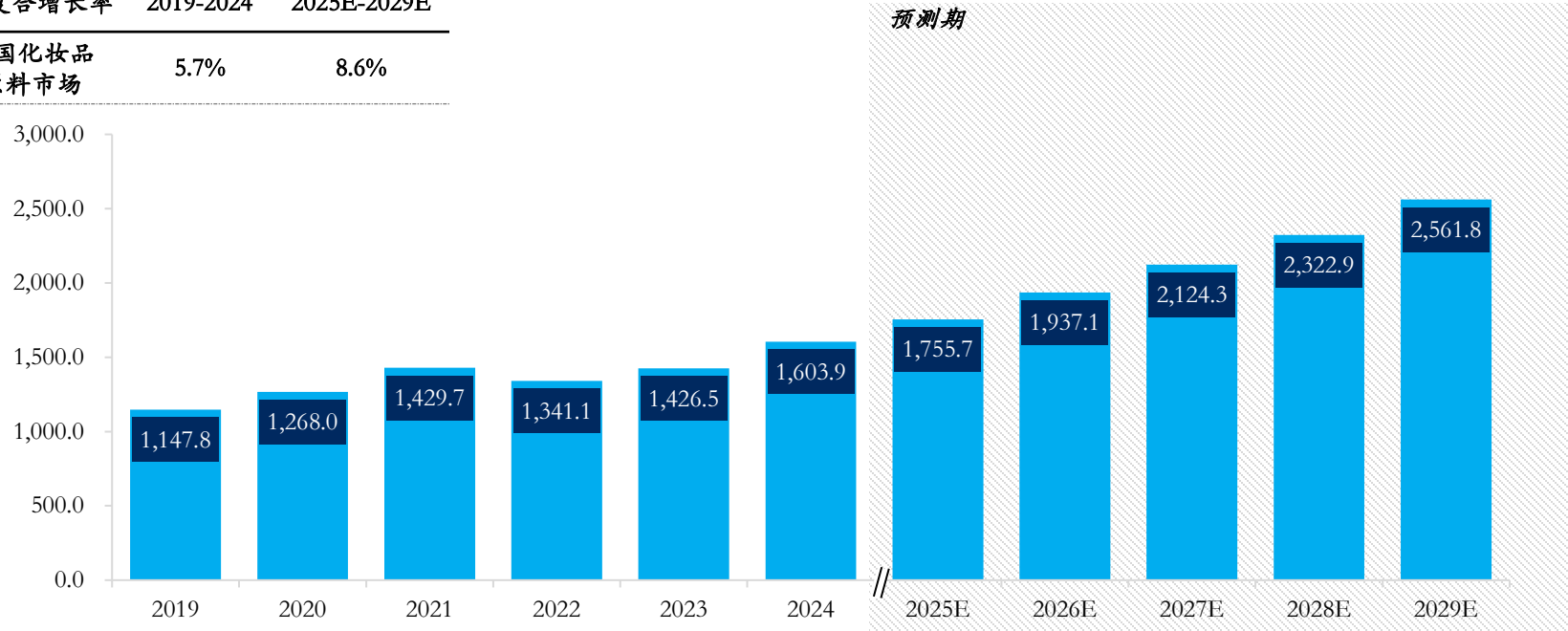


- 全球化妆品原料市场在2019年的规模为885.6亿美元，并于2024年扩大至1,142.4亿美元，期间年复合增长率（CAGR）达5.2%。增量主要来自天然活性物、功效型原料与高端护肤品需求的持续攀升；同时，各国法规收紧与品牌“配方透明化”要求，驱动了原料品质升级和技术投入。
- 预计2025年至2029年，在可持续发展、生物合成路径和精准护肤理念的推动下，市场规模将以8.2%的年复合增长率进一步提升，至2029年达到1,694.3亿美元。创新结构原料、生物制造、AI高通量配方设计及跨界合作将成为新的增长引擎，原料供应商的创新与合规交付能力将决定行业格局的进一步扩容与集中。

中国化妆品原料市场规模由2019年的1,147.8亿元增长至2024年的1,603.9亿元，年复合增长率达5.7%，并预计在2029年以8.6%的增速攀升至2,561.8亿元

中国化妆品原料市场规模
亿元, 2019-2029E

年复合增长率	2019-2024	2025E-2029E
中国化妆品原料市场	5.7%	8.6%



- 中国化妆品原料市场在 2019 年的规模为 1,147.8 亿元，并于 2024 年扩大至 1,603.9 亿元，期间年复合增长率（CAGR）达 5.7%。增量主要来自功效型护肤与精细彩妆消费升级、法规强化对原料质量与功效数据的拉动，以及氨基酸表活、重组胶原等细分领域的国产替代加速。
- 预计 2025 年至 2029 年，在可持续发展、生物合成路径和精准护肤理念的推动下，市场规模将以 8.6% 的年复合增长率进一步提升，至 2029 年达到 2,561.8 亿元。生物制造、国货品牌“出海”将成为新的增长引擎，原料供应商的创新研发与合规交付能力将决定行业格局的进一步扩容与集中。

国家持续出台支持性、规范性和指导性政策，为化妆品原料产业的标准化、严格化、安全化发展提供长期政策保障

时间	政策类型	政策名称	相关内容
2025.4	原料监管类	《化妆品安全风险监测与评价管理办法》	建立高效监管体系：为制定化妆品质量安全风险控制措施和化妆品标准、开展化妆品抽样检验和预警提供科学依据。
2025.1	原料监管类	《支持化妆品原料创新若干规定》	- 完善评价管理体系：根据原料特性、功能、预期用途和创新特点，优化技术要求，加强对企业新原料判定及分类的技术指导。 - 规范风险评估程序：对化妆品原料和风险物质进行危害识别、剂量反应关系评估、暴露评估、风险特征描述。
2024.4	行业监管类	《化妆品检查管理办法》	- 实行分类管理：药品监督管理部门及其依法设置或者指定的检查机构依据法律、法规、规章等开展检查工作。对化妆品进行分类管理与质量监督。 - 加大违法处罚力度：明确企业对化妆品质量安全的主体责任，促进化妆品产业健康发展。
2023.3	行业监管类	《化妆品网络经营监督管理办法》	- 约束虚假宣传：从法律层面约束了化妆品相关企业虚假宣传、舆论误导等化妆品行业乱象，促进化妆品企业营销合规化 - 规范网络经营制度：化妆品电子商务经营者从事经营活动，应当遵守化妆品法律、法规，依法经营，保证化妆品质量安全。
2022.2	原料监管类	《化妆品不良反应监测管理办法》	控制产品安全风险：对化妆品进行分类管理，对制定依据、适用范围、分类规则、编码目录、实施时间等进行具体规定，针对性采取不同管理方式保证产品安全性。
2022.12	指导类	《化妆品现代化监管法案》(MoCRA) (美国)	- 首次赋予FDA强制召回权，要求企业报告严重不良反应。 - 加强对滑石粉、甲醛等争议成分监管。要求企业进行产品备案、不良反应报告，并授权FDA对化妆品设施实施强制检查。
2021.5	原料监管类	《化妆品新原料注册备案资料管理规定》	- 对新原料注册和备案资料要求进行细化。为方便新原料注册人、备案人申报新原料注册和进行备案。 - 促进中国化妆品原料在物质结构上的创新。 - 对新原料技术性相关资料的编制进行规范。
2021.1	行业监管类	《化妆品监督管理条例》	- 强调化妆品注册人、备案人对化妆品质量安全和功效宣称负责。 - 特殊化妆品范围缩小至染发、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。

资料来源：政府官网、沙利文研究

生物技术驱动原料革命、精准护肤需求升级、可持续发展理念深化和政策开放加速转化，共同构成了全球化妆品原料产业未来发展的核心方向。



生物技术驱动原料创新

- 生物合成技术正在彻底改变化妆品原料的研发和生产方式。通过微生物发酵技术，企业能够高效生产高纯度活性成分。基因编辑技术更进一步，使得定制化原料开发成为现实，例如通过CRISPR技术改造酵母菌株，使其产出特定结构的活性肽。合成生物学与AI的结合更是突破性进展，算法可以预测分子结构与皮肤作用的关联性，大幅提升研发效率。这类技术不仅解决了传统提取工艺的产能限制，还实现了成分的精准设计，比如专为亚洲肌肤设计的温度敏感型透明质酸。



精准护肤需求推动功效升级

- 现代消费者对护肤品的需求已从“基础保湿”转向“靶向解决”，这直接推动了功效型原料的迭代。在抗衰领域，类蛇毒肽通过模拟蛇毒蛋白的机理实现即时去皱，而玻色因则通过激活表皮干细胞实现长效抗衰。修护领域呈现“复合化”趋势，如神经酰胺NP与胆固醇的科学配比能精准修复屏障。品牌方现在更注重原料的临床数据支撑，这促使原料商建立从细胞实验到真人测试的完整证据链。



可持续发展理念重塑原料体系

- 可持续发展已从行业倡议升级为具有强制约束力的竞争准入门槛，这场深刻变革正在重塑整个产业链的发展逻辑。在技术层面，生物制造等创新手段正在推动传统原料生产方式向高效可控的工业化模式转型，显著提升资源利用效率并降低环境负荷。材料领域的新突破使产品包装实现了从资源消耗型向环境友好型的根本转变，为构建循环经济体系提供了关键支撑。与此同时，日趋严格的环保法规与持续升级的市场需求形成双重驱动力，将可持续发展从基础合规要求提升为品牌核心竞争力的重要组成部分。这场变革标志着行业发展范式正在发生根本性转变——从被动满足环保要求转向主动探索商业价值与环境效益的协同共生。



政策开放加速技术转化

- 政策开放的持续深化正在为化妆品原材料生产领域注入新的发展动能，通过降低技术准入门槛和优化创新环境，推动行业加速向现代化、高效化方向转型。这种政策导向不仅打破了传统生产模式的路径依赖，更促使企业将研发重心转向结构创新、精准功效、绿色合成与生物制造等前沿技术领域，从而带动整个产业链的价值重构。在更加开放的制度框架下，产学研协同创新机制得以强化，技术转化效率显著提升，使得原料创新从实验室到产业化的周期大幅缩短。这种变革正在重塑行业格局，促使企业从被动适应监管要求转向主动布局技术制高点，最终推动化妆品原材料生产体系实现质的飞跃，为行业高质量发展奠定基础。

全球化妆品原料市场竞争格局多元，主要厂商集中在欧美和亚太两大区域。亚太地区凭借精细化工优势，专注于高端活性成分和特色原料的研发生产；欧美原料巨头则在基础原料、功效活性物和创新递送系统等领域全面布局，形成多品类、跨领域的综合供应能力。

	成立时间	总部	产品定位	公司简介	竞争优势
 维琪Winkey	• 2011年	• 中国	• 功效性护肤核心原料研发与生产	• 维琪科技是国家高新技术企业、广东省专精特新企业。维琪科技致力于提振中国美容与个人护理品行业科技内核，擘动国际市场新格局。目前，维琪科技已形成完备的原料创新研发、皮肤解决方案定制、成品智造等全链条服务体系。	• 专注皮肤活性成分细分赛道，深耕多肽、中国特色资源开发、合成生物及透皮技术，通过自主创新多肽等活性物研发，形成技术壁垒。2021新规实施以来，维琪是在中国备案新原料最多的企业，具备原料创新力、产品品质稳定性以及应用方案解决能力。
 BASF (巴斯夫)	• 1865年	• 德国	• 综合性化妆品原料供应商	• 巴斯夫是全球最大的化工企业之一。公司建立了完善的化妆品原料产品矩阵，覆盖乳化剂、活性成分、防晒剂等多个品类。巴斯夫持续为化妆品行业提供高性能、可持续的原料解决方案，推动护肤科技发展。	• 巴斯夫的核心竞争力体现在拥有行业最完整的原料产品组合；在生物发酵技术、绿色化学等前沿领域保持领先；全球化布局确保稳定供应。
 Lubrizol (路博润)	• 1928年	• 美国	• 高能化学品与活性材料	• 作为化妆品原料领域的创新领导者，公司专注于个人护理用高性能原料的研发与生产。Lubrizol为护肤品、彩妆和个护产品提供从基础原料到创新活性成分的完整解决方案。	• Lubrizol具有卓越的科技创新能力和行业领先的产品组合。公司的Carbopol®聚合物更是护肤品增稠体系的行业标准。通过持续投资纳米包裹、脂质体等先进递送技术，Lubrizol显著提升了活性成分的生物利用度。
 Croda (禾大)	• 1925年	• 英国	• 高性能天然原料和创新活性成分	• 禾大是全球领先的特种化学品公司，致力于开发天然、可持续的化妆品原料。凭借在绿色化学和生物技术领域的专长，为品牌提供高效、安全的创新解决方案，推动美妆行业可持续发展。	• 禾大的优势在于其天然原料研发能力和绿色技术，尤其在植物基乳化剂和生物活性成分方面表现突出。公司以创新配方和环保理念为核心，帮助客户打造差异化产品，满足市场对纯净美妆和功效护肤的需求。
 Evonik (赢创)	• 2007年	• 德国	• 功效性活性物、可持续原料	• 作为全球领先的特种化学品巨头，赢创专注于营养健康、智能材料及绿色技术领域，在化妆品原料板块以创新化学解决方案著称。其个人护理业务覆盖护肤品、防晒及彩妆全品类基础原料与活性成分。	• 赢创的核心竞争力在于其跨领域的材料创新能力，将医药级技术应用于化妆品原料开发。公司专注皮肤科学实证研究，推出的TEGO®系列活性成分具备临床级功效数据支撑。
 Dow (陶氏化学)	• 1897年	• 美国	• 高性能有机硅、流变调节剂及可持续原料	• 陶氏化学是全球材料科学领导者，业务覆盖包装、基础设施、个人护理等领域。其化妆品原料以有机硅技术和绿色创新著称，服务欧莱雅、宝洁等国际品牌，致力于通过科学推动美妆行业可持续发展。	• 陶氏凭借DOWSIL™有机硅专利技术，提供独特肤感与成膜性能；ACULYN™系列优化配方稳定性。其生物基硅油和可回收包装材料契合环保趋势，研发投入保障持续创新，满足市场对功效与可持续的双重需求。
 Symrise (德之馨)	• 2003年	• 德国	• 香精香料、化妆品活性物及营养解决方案	• 德之馨是全球香精香料和化妆品活性成分领导者，整合感官体验与皮肤科学创新，为欧莱雅、雅诗兰黛等品牌提供高功效、可持续的原料解决方案，年研发投入超5%。	• 以天然原料生物技术为核心，独家开发光稳定防晒剂和敏感肌舒缓成分；专利微囊化技术提升活性物功效；可持续发展评级行业领先，满足纯净美妆与临床级护肤需求。
 DSM (帝斯曼)	• 1902年	• 荷兰	• 化妆品活性成分	• DSM是全球健康与营养领域的领导者，2023年与Firmenich合并成立DSM-Firmenich，进一步强化香精与活性成分业务。公司拥有1,500+项专利。50+个研发中心，与MIT、哈佛等顶尖机构合作。	• 跨学科创新能力：将生物技术（如发酵工程）与材料科学结合，开发独家成分（）。皮肤科学深度研究专注抗衰、美白、屏障修复赛道，临床数据支撑功效宣称。

化妆品多肽凭借“4类作用机制+2级创新层次”双维度体系，正跃升为化妆品功效革新与市场升级的关键驱动力。

全球及中国化妆品多肽市场定义

- 化妆品多肽是一类具有特定氨基酸序列，结构单一、作用机制明确的小分子化合物。不同化妆品多肽具有不同功效，有些能捕捉和消除体内过多的自由基，抑制自由基的过氧化作用，使细胞功能恢复，保持机体活力，减少黑色素沉着的发生，阻止和推迟老年斑的出现；有些能促进表皮角质形成细胞分化，维持细胞正常代谢，延缓细胞衰老。此外，有些多肽还可以促进皮肤细胞外基质的生成，淡化皱纹，紧致皮肤，维持皮肤的年轻状态。

化妆品多肽划分标准

• 创新性质划分

创新多肽：代表前沿生物技术成果，专利覆盖率较高。

仿制多肽：指通过合法途径复刻已过专利保护期的经典多肽成分，其氨基酸序列、结构及功效与原研肽（创新多肽）一致，但生产工艺和配方可能不同。

• 按作用机制划分

信号肽：N端含有疏水核心区（约9-12个疏水氨基酸，如亮氨酸、丙氨酸、缬氨酸）。靠近N端常有带正电荷的氨基酸（如赖氨酸、精氨酸），C端含切割位点（如Ala-X-Ala motif）。多为线性结构，无复杂修饰。

载体肽：通常含有亲水性氨基酸残基和疏水性氨基酸残基的交替排列，形成两亲性结构。通过非共价结合或共价连接（如与药物分子缀合）协助其他分子（如药物、核酸、蛋白质）跨膜运输。

神经递质抑制肽：多为短链肽（3-15个氨基酸），常见修饰化氨基酸（如D-型氨基酸、N-甲基化修饰）以增强稳定性。可能含有二硫键（如芋螺毒素）或环化结构（如环状五肽）。通过竞争性结合神经递质受体或抑制神经递质释放，调节突触信号传递。

酶抑制剂多肽：可能含模拟底物的序列（如蛋白酶抑制剂）或刚性构象（如含脯氨酸的转角）。常见非天然氨基酸或翻译后修饰（如磷酸化、糖基化）。通过竞争性/非竞争性结合酶活性中心或变构位点，抑制酶活性。

化妆品多肽作为化妆品原料的核心成分，不仅是产品功效的关键载体，更是现代美妆科技创新的重要基石

- 随着对多肽研究的深入，人们发现多肽具有广泛的生理活性，包括抗氧化、抗皱、美白、防过敏、皮肤修复、丰胸瘦身、护发等。现今，市场上的一些品牌化妆品厂商大多添加化妆品多肽作为皮肤护理的活性物质，使其得到了广泛的应用。

• 按创新性质多肽材料划分

化妆品原料
多肽分类

创新多肽

仿制多肽

• 按作用机制多肽材料划分

化妆品原料
多肽分类

信号肽

载体肽

神经递质抑制肽

酶抑制剂多肽

多肽作为化妆品领域的革命性活性成分，凭借分子生物学技术实现精准靶向作用，以其高效性和可编程特性，成为新一代功效原料的代表，推动护肤科技升级。

- 全球化妆品多肽的发展经历了从医药领域转化（基础抗皱肽）到仿生修饰（信号肽、载体肽）的技术突破，随后进入生物智造期（重组DNA技术生产活性肽），最终迈入智能设计阶段（AI预测多肽结构）。这一演进过程实现了从简单序列模拟到复杂功能编程、从单一靶点作用到多通路调控的技术跨越，核心驱动力始终是功效精准性与生物相容性的协同进化。当前，多肽技术已形成"基础研究-生物合成-智能设计"的全产业链创新体系，正推动化妆品从经验配方向计算驱动的精准护肤范式转型。
- 中国化妆品多肽的发展经历了从技术引进到自主创新的完整跃迁。早期以基础原料国产化为起点，逐步突破关键技术瓶颈；中期通过生物修饰技术实现功效升级，建立起完整的研发体系；近期更在创新设计 and 应用广度上达到国际先进水平。这一发展轨迹既体现了行业从跟跑到并跑的技术跨越，也展现了生物科技与传统化妆品产业的深度融合，为中国化妆品产业的高质量发展提供了重要支撑。

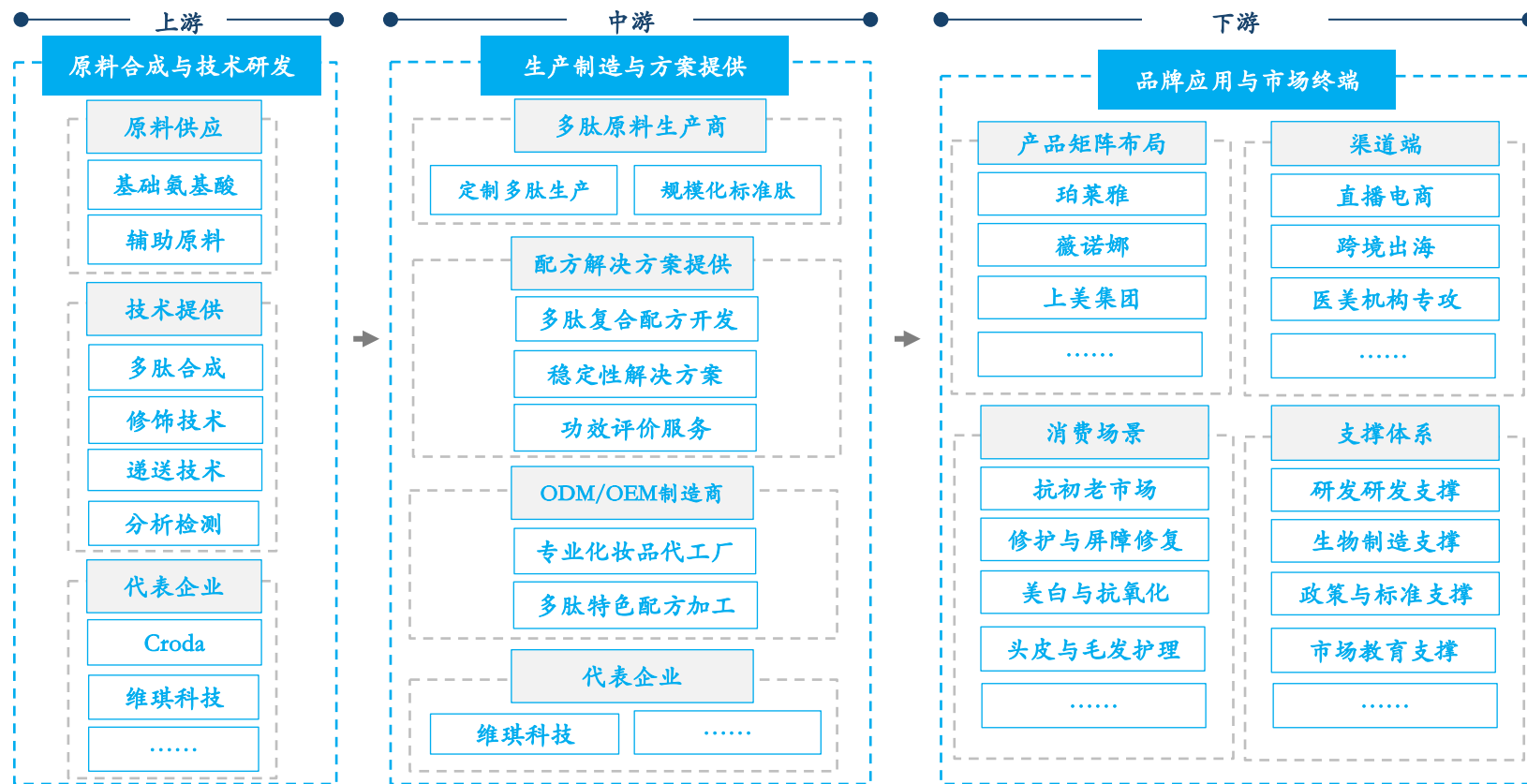
全球化妆品多肽发展历程

天然提取与基础研究	化学合成与初步应用	生物技术与功效爆发期	绿色科技与精准护肤时代
1950-1970年代：早期多肽主要从天然动植物中提取（如胶原蛋白片段），工艺简单但纯度低、功效有限。1960年代，科学家发现铜肽（GHK-Cu）的伤口修复作用，为多肽在护肤领域的应用奠定理论基础。	1980-1990年代：固相合成技术成熟，实现短链多肽的规模化生产。1983年棕榈酰五肽-4问世，成为首个抗皱合成多肽；1990年代乙酰基六肽-8模拟肉毒杆菌机制，推动“类肉毒”概念流行。	2000-2010年代：基因重组和酶法合成技术普及，开发出高活性靶向肽（如类蛇毒肽、蓝铜肽）。2006年：欧盟化妆品法规严格规范多肽安全性，促进行业标准化；2012年：合成生物学兴起，酵母发酵生产多肽（如九肽-1）降低成本，推动美白市场增长。	•2020至今：生物发酵多肽占比提升，符合欧盟绿色新政要求。智能多肽：纳米载体修饰技术增强透皮吸收；个性化需求：基于AI的多肽设计平台加速定制化成分开发。2021年，中国《化妆品新原料注册备案资料规定》简化原料审批，刺激本土创新。

中国化妆品多肽市场发展历程

2005年：华熙生物推出首款含“棕榈酰五肽-4”的抗衰精华	2016年：巨子生物凭借“重组胶原蛋白肽”技术获得国家专利，打造可复美等品牌	2021年：《化妆品新原料注册备案资料管理规定》的实施，开启原料创新新阶段	2025年：维琪新增三肽-29、乙酰基六肽-97酰胺、乙酰基二肽-3氨基己酸酯三项肽类新原料备案，累计完成16款新原料备案，位居中国新原料备案榜TOP1
1998年：上海家化联合科研机构开展多肽的皮肤抗皱研究	2010-2020年：珀莱雅、韩束等化妆品品牌推广多肽成分的使用	2021年：维琪科技从源头进行原料创新，率先完成全球新结构原料自研：β-丙氨酸羧脯氨酸二氨基丁酸苄胺成功备案	2023年：维琪开始向宝洁供应咖啡酰六肽-9原料产品，咖啡酰六肽-9是国内第一款被国际知名品牌采用、并作为其核心单品主要功效成分的结构创新原料。由此，公司成为国内首家向知名国际品牌销售结构创新原料的化妆品原料供应商
1995s	2010s	2020年	至今

化妆品多肽产业链分为三层：上游研发生产多肽原料，中游进行配方开发与产品制造，下游应用于抗衰、修护等功效型护肤品及医美产品。



化妆品多肽产业链由上游原料与技术供应商、中游生产制造与配方开发、以及下游品牌应用与消费市场构成完整体系。上游环节以氨基酸原料和生物活性肽为核心，依托基因工程、AI辅助设计等前沿技术，形成产业创新的基础支撑。国际企业凭借专利积累占据高端市场，而中国企业则在生物发酵和规模化生产方面建立优势。中游环节通过分子修饰、递送系统等关键技术，将原料转化为各类功效型产品，其核心竞争力体现在精密制造工艺和严格质量控制体系。在下游市场，多肽产品通过大众护肤品、专业医美产品及定制化方案三大渠道实现商业价值。国际品牌主导高端领域，中国品牌则在细分市场快速崛起。当前产业链呈现纵向整合加速、技术标准国际化、应用场景多元化三大趋势，推动产业向更精准、更个性化的方向发展。

化妆品多肽行业采用"产品+服务+技术"的复合商业模式，既提供标准化多肽原料和定制化解决方案的直接销售，又推出原料定制、联合研发等增值服务，同时配套多肽应用方案设计和功效验证等专业技术支持，推动行业从传统原料供应向综合解决方案转型。

化妆品多肽的商业模式

- 化妆品多肽行业的商业模式既包括直接销售标准化多肽原料和定制化多肽解决方案，也包括面向客户提供的多肽原料定制服务、联合配方研发合作以及多肽应用技术支持服务。在多肽原料定制服务和联合研发模式下，中小型化妆品品牌不必像传统采购模式那样投入大量资金囤积多肽原料库存，同时随着多肽原料产品的标准化程度提高，客户只需支付相对较低的定制费用或研发分成，即可获得优质多肽原料供应和配方技术支持。目前这种以多肽为核心的服务型商业模式正在被行业领先的生物活性原料供应商重点推广。

	类型	具体内容	收费方式
销售模式	原料单品销售	向化妆品生产企业直接销售多肽原料，提供不同纯度等级的多肽原料（化妆品级、医药级等），提供定制化多肽合成服务	按克/千克收取原料费用（量越大单价越低）
	成品销售模式	销售含多肽成分的成品化妆品（精华液、面霜、眼霜等），提供ODM/OEM代工服务并与品牌授权合作。	- 定制化服务收取额外研发费用 - 成品按件/套收取销售费用
	终端销售	- 品牌直营：通过自有官网/天猫旗舰店销售成品 - 跨境电商：通过亚马逊、Shopify等平台出口 - 私域销售：微信小程序、直播带货等DTC渠道	- 代工服务按生产量收取加工费+专利使用费 - 品牌授权收取年费+销售提成 - 按克/千克收取原料费用
服务增值模式	技术服务模式	提供多肽配方研发服务、多肽稳定性解决方案、功效测试与验证服务。	- 按项目收取技术服务费 - 长期合作可采用年度技术服务合约
	定制服务模式	根据客户具体需求，研发相应的多肽原材料，使其更加符合客户实际产品需求。	按具体定制合同内容进行收费
	联合运营模式	与美容院/医美机构合作运营，联合品牌推广与销售，共享实验室与研发资源。	- 按销售额分成 - 收取品牌使用费+利润分成

多肽原料研发技术的突破显著提升了产品性能，消费者对多肽类功效型产品的需求持续升级，生物合成技术进步推动多肽生产成本持续下降，同时国家政策对创新原料的支持为多肽研发提供了有利环境。

驱动因素

消费升级驱动需求扩张

全球化妆品多肽市场的蓬勃发展，根本上源于消费者护肤理念的全面升级。随着可支配收入提高和护肤知识普及，消费者不再满足于基础保湿，转而追求具有抗皱、紧致等功效的活性成分产品。多肽凭借其明确的生物机制和温和的特性，正成为抗衰老市场的明星成分。值得注意的是，这种需求升级不仅体现在高端市场，大众消费者对功效型产品的接受度也在显著提升，为多肽原料开辟了更广阔的应用空间。

政策红利释放发展动能

近年来，全球化妆品监管体系正在经历深刻变革。各国监管部门一方面加强对化妆品安全的管控，另一方面通过创新原料审批绿色通道等政策，鼓励企业研发新型活性成分。特别是在中国，《化妆品监督管理条例》的实施为多肽等创新原料提供了更规范的申报路径。同时，可持续发展理念的普及，也促使各国出台政策支持绿色生物制造技术，这为多肽原料的生产工艺革新提供了政策支持。

技术创新重塑产业格局

生物技术的突破性进展正在彻底改变多肽原料的产业格局。传统的化学合成法正逐步被更高效的生物发酵和基因重组技术所替代，这不仅大幅提升了生产效率，更显著降低了生产成本。与此同时，纳米载体等递送技术的进步，有效解决了多肽透皮吸收的难题，使其在化妆品中的应用效果得到质的飞跃。这些技术创新正在推动多肽原料从实验室走向规模化生产。

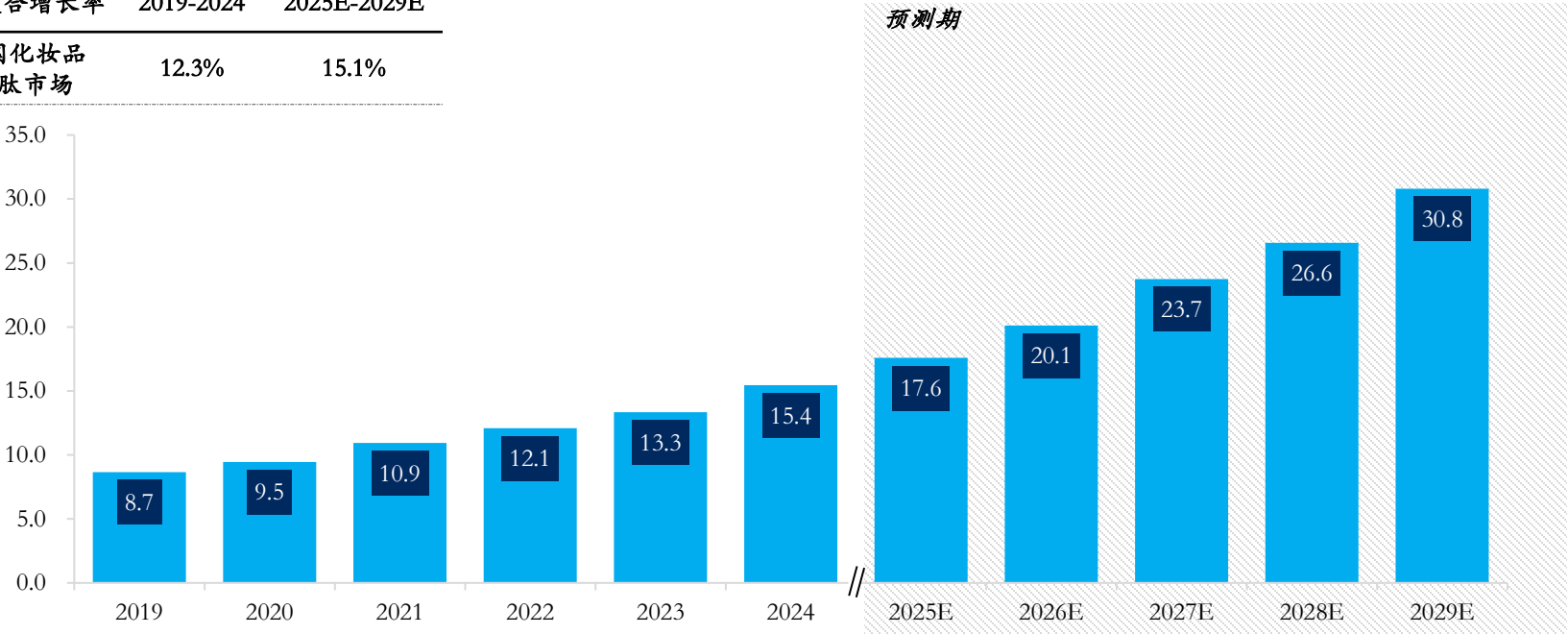
模式创新拓展应用边界

产业链上下游的深度融合正在催生全新的商业模式。领先的原料供应商不再局限于简单的产品销售，而是通过提供配方支持、功效验证等增值服务，与品牌方建立更紧密的合作关系。这种转变不仅提升了多肽原料的商业价值，更推动了其在眼部护理、头皮健康等新兴领域的创新应用。未来，随着定制化需求的增长，个性化多肽解决方案有望成为行业新的增长点。

全球化妆品多肽市场规模已由 2019 年的 8.7 亿美元 增至 2024 年的 15.4 亿美元，年复合增长率为 12.3%；预计在 2029 年将以 15.1% 的年复合增速攀升至 30.8 亿美元

全球化妆品多肽市场规模
亿美元, 2019-2029E

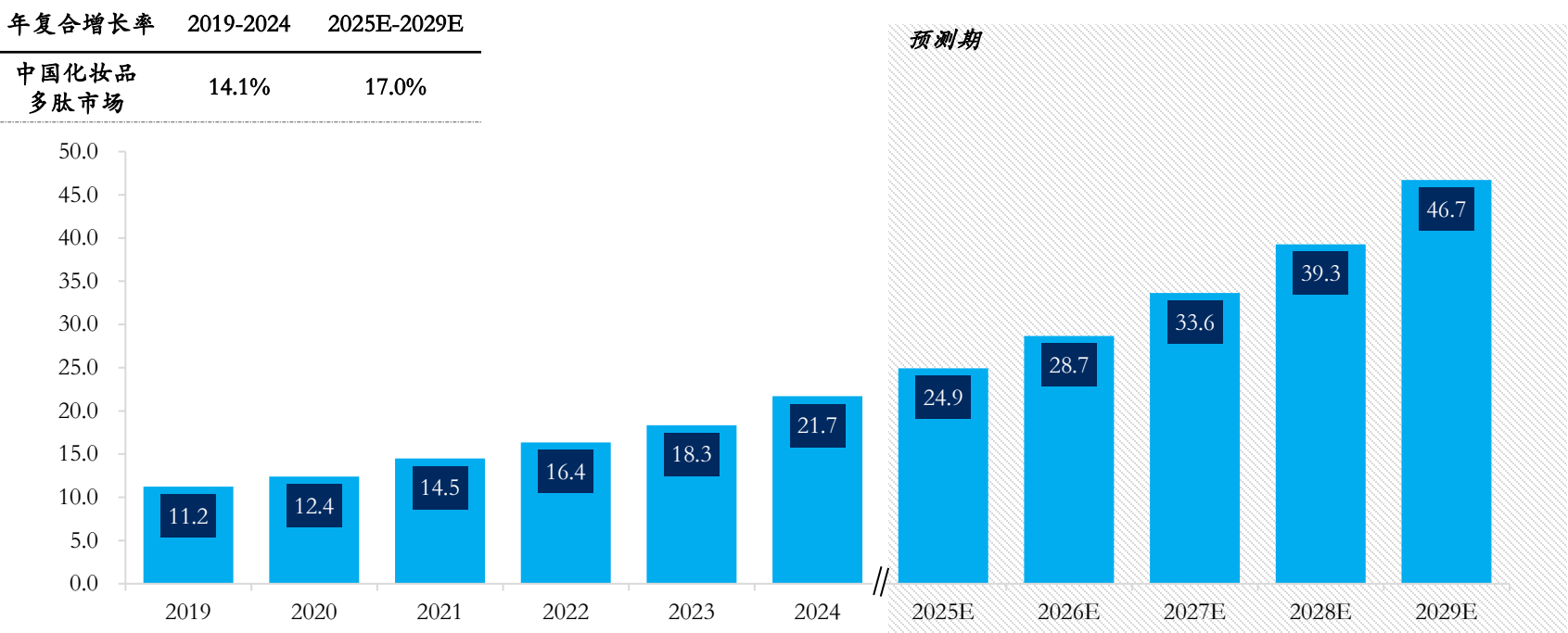
年复合增长率	2019-2024	2025E-2029E
中国化妆品多肽市场	12.3%	15.1%



- 全球化妆品多肽市场在 2019 年的规模为 8.7 亿美元，并于 2024 年扩大至 15.4 亿美元，期间年复合增长率（CAGR）达 12.3%。需求增长主要来自高端功效护肤对信号肽、神经调节肽等活性成分的强劲拉动；与此同时，欧美及亚洲主要市场对功效数据和安全合规的监管加严，叠加生物发酵、酶法纯化等技术进步，共同推动原料品质升级与渗透率提升。
- 预计 2025 年至 2029 年，在绿色生物制造路线、精准护肤细分诉求与跨国品牌配方升级的推动下，市场规模将以 15.1% 的年复合增长率进一步提升，至 2029 年达到 30.8 亿美元。可持续原料标签及新兴品牌全球扩张将成为新的增长引擎；原料企业在专利序列储备、规模化纯化与全球合规交付能力上的差异，预计将加速行业集中与规模扩张。

中国化妆品多肽市场规模由2019年的11.2亿元增长至2024年的21.7亿元，年复合增长率达14.1%，并预计在2029年以17.0%的增速攀升至46.7亿元

中国化妆品多肽市场规模
亿元, 2019-2029E



- 中国化妆品多肽市场在2019年的规模为11.2亿元，并于2024年扩大至21.7亿元，期间年复合增长率（CAGR）达14.1%。需求增长主要来自功效型护肤对信号肽、神经递质调节肽等高活性成分的强劲拉动；同时，相关政策如《化妆品功效宣称评价规范》强化了功效数据与原料溯源要求，叠加本土合成生物技术突破，共同推动市场快速放量。
- 预计2025年至2029年，在可持续生物制造路线、精准护肤与“成分党”消费趋势的推动下，市场规模将以17.0%的年复合增长率进一步提升，至2029年达到46.7亿元。发酵/酶法绿色合成、中腰部化妆品品牌对多肽的新需求及国货品牌出海将成为新的增长引擎；原料企业在创新研发、专利布局与合规交付能力上的竞争差距，预计将加速行业集中与规模扩张。

国家层面持续完善化妆品多肽原料的监管政策体系，通过出台支持性法规、制定行业标准规范、发布技术指导原则等组合措施，为多肽原料的标准化生产、严格质量管控和安全功效评估构建了长效政策保障机制，推动产业高质量发展。

时间	政策类型	政策名称	相关内容
2023	原料监管类	《医药品医疗器械法》 (日本)	- 若多肽具有药理作用(如促进胶原蛋白合成)，则按“医药部外品”管理需提交功效和安全性数据。 - 普通护肤用途多肽按化妆品管理，但需符合《化妆品标准》(2021版)的禁用/限用成分清单。
2023	原料监管类	《化妆品法规》 (加拿大)	- 所有化妆品多肽必须列明INCI名称(如“Acetyl Hexapeptide-8”)，禁止使用代号(如“Peptide X”)。 - 合成多肽需标注修饰基团(如“Palmitoyl Tripeptide-5”)。
2021.5	原料监管类	《化妆品功效宣称评价规范》	- 多肽功效宣称需提供：人体试验(12周皱纹面积减少≥15%)、3D皮肤模型测试(如胶原蛋白生成量提升≥30%)等 - 禁止宣称“类肉毒杆菌”等医疗术语。
2021.5	原料监管类	《化妆品新原料注册备案资料管理规定》	- 简化流程：已有国际使用历史的多肽可引用国外安全数据(需公证翻译件)，允许分段提交资料(先备案后补长期毒性数据) - 特殊要求：合成多肽需提供工艺流程图(重点控制二甲基亚砷等溶剂残留)。
2021.4	原料监管类	《已使用化妆品原料目录》	收录79种肽原料。
2021.1	行业监管类	《化妆品监督管理条例》	- 分类管理：备案的材料根据情形分类，进行对应的全套检测。 - 安全监测期：新原料备案后需进行3年监测，每年报告不良反应情况。 - 明确禁止：使用未经批准的基因重组技术生产多肽。
2020	原料监管类	《化妆品成分评估指南》 (美国)	建议提交毒理学数据(如皮肤刺激性、致敏性)。
2013	法规监管类	《欧盟化妆品法规(EC) No 1223/2009》 (Regulation (EC) No 1223/2009 on Cosmetic Products)	多肽需通过安全评估(含毒理测试)，禁用某些生物技术合成肽。

资料来源：政府官网、沙利文研究

生物技术创新、精准护肤需求、数字智造升级和场景拓展，将共同推动全球及中国化妆品多肽市场的未来发展。



生物技术驱动多肽原料革新

- 当前生物技术革命正在深刻改变多肽原料的研发格局。随着基因测序成本的持续下降和生物信息学的快速发展，多肽分子的理性设计能力得到质的飞跃。新一代生物合成平台通过模块化设计理念，实现了多肽结构的精准调控和功能优化。这种技术突破不仅大幅提升了原料开发效率，更催生了具有全新作用机制的功能性多肽。值得注意的是，生物制造技术的成熟正在改变传统原料供应链，使得多肽生产向智能化、连续化方向发展，为化妆品创新提供了更丰富的原料选择。



护肤需求推动多肽功效升级

- 在消费升级和科学护肤理念普及的双重驱动下，多肽原料正经历从“单一功效”向“系统解决方案”的战略转型。现代皮肤科学研究表明，多肽可通过多靶点、多通路协同作用实现更全面的护肤效果。这一认知突破推动着原料研发从传统的功效验证转向作用机制深度解析。同时，个性化护肤趋势的兴起正促使多肽配方向定制化方向发展，以满足不同肤质、年龄和环境的差异化需求。这种转变不仅拓展了多肽的应用场景，更重塑了整个原料市场的竞争格局。



数字智造重塑多肽研发范式

- 伴随AI分子生成、云端高通量筛选与自动化合成平台普及，多肽原料研发正从“实验驱动”迈向“数据+算法驱动”。数字化管线可在更短周期完成上万条序列的活性预测与结构优化，大幅缩短候选肽从设计到验证的周期；同时，机器学习模型持续迭代，为多肽理性改造与精准递送提供可视化决策。研发链条的智能化升级，不仅提升了创新效率，也使中小企业得以用更低成本参与高价值活性肽赛道，推动行业技术门槛与竞争格局的再平衡。



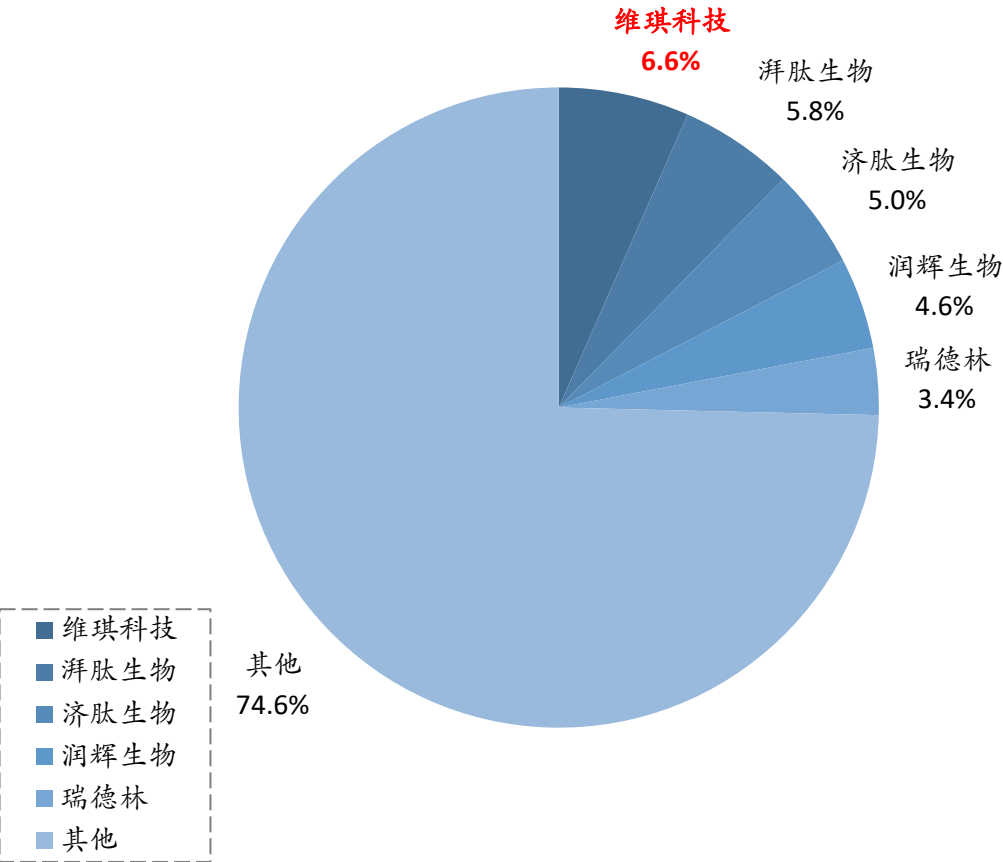
场景拓展引爆多肽增量需求

- 多肽应用正在由面部抗衰向全身护理、头皮毛发、口腔护理、功能彩妆等多场景渗透。伴随“头皮皮肤学”“身体护理分区功效化”等消费趋势，加之医疗美容、功效食品等跨界渠道的共振，多肽原料正迎来新的需求增量曲线。应用场景多元化促使企业在功效组合、剂型创新、复合递送上持续突破，也为供应链弹性和规模化生产带来新的挑战与机遇。

中国化妆品多肽原料市场由维琪科技领跑，凭借创新专利肽与高速放量，以6.6% 份额排名第一，头部厂商合计占比25.3%左右

中国化妆品多肽市场竞争格局
以原料销售额维度，2024

中国化妆品多肽原料厂商市场竞争格局, 2024



注：图中厂商为专注于多肽原材料生产的厂商，化妆品品牌商不在此竞争维度

竞争格局分析

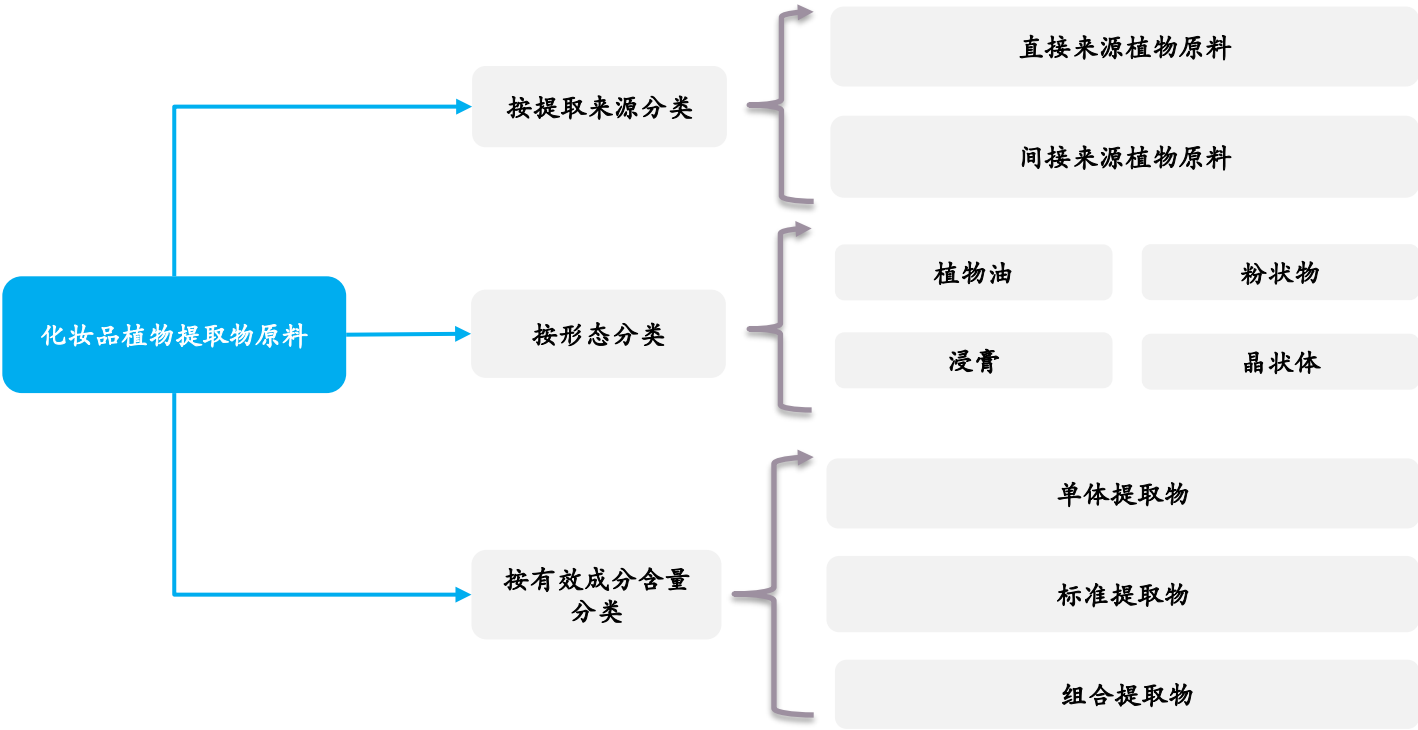
中国化妆品多肽市场

- 2024 年中国化妆品多肽原料市场规模约 21.7 亿元，过去五年年复合增速近 17%，显示出“小而快”的成长特征。
- 竞争较为分散——CR5 为 25.3%，由维琪科技、湃肽生物、济肽生物等本土企业主导，其余份额由数十家中小玩家瓜分。
- 头部企业凭借配方验证实力、自有品牌存量和规模化制造能力巩固领先，而次梯队则依托快速迭代的“创新肽”产品切入高功效细分赛道，借化妆品新规和品牌成分升级窗口抢占空白市场。
- 行业正步入“技术与合规壁垒+渠道协同”双轮驱动阶段，预计未来三至五年集中度将继续提升，但仍保留给专业化原料商以创新肽差异化突围的上升通道。

化妆品植物提取物原料可根据来源与提取方式分为不同种类，化妆品领域主要使用植物活性成分。我国化妆品用植物原料标准愈趋完善推动行业健康发展。

化妆品植物提取物原料的定义和分类

- **植物提取物**：根据现行《植物提取物 术语》国家标准，植物提取物是以植物全部或者某一部分为原料，经过提取、浓缩和(或)分离、干燥等过程，定向获取和收集植物中的某一种或多种成分，一般不改变植物原有成分结构特征的产品。
- **化妆品植物提取物原料**：从植物获取、未经化学修饰的原料，用于化妆品生产。包括提取物、果汁、水、蒸馏物、粉末、油、蜡、汁液、焦油、树胶、不皂化物和树脂等。



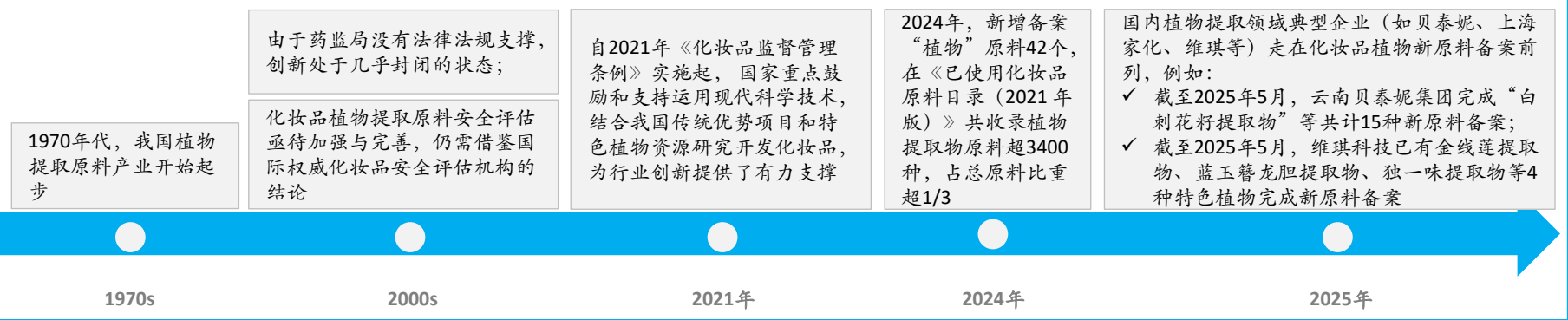
全球化妆品植物提取物原料市场自19世纪起步发展，中国化妆品植物提取物原料行业起步较晚，但近年来发展迅速，2021年条例实施进一步加速创新与商业化进程。

- 20世纪80年代，欧美兴起“回归自然”潮，植物提取物原料行业萌芽。90年代中国行业起步。21世纪，技术进步推动全球行业腾飞。如今，全球植物提取物市场蓬勃发展，中国市场规模增长迅速，在化妆品等领域应用广泛，前景广阔。
- 随着消费者对健康和环保意识的提升，中国化妆品植物提取物原料行业蓬勃发展。其以天然植物提取物原料为核心，融合现代技术，满足安全、有效、可持续诉求，未来发展空间广阔。植物提取物原料在医药、食品、化妆品等领域应用广泛，凭借先进技术实现高效分离，正迎来黄金发展期。

全球化妆品植物提取物原料市场发展历程

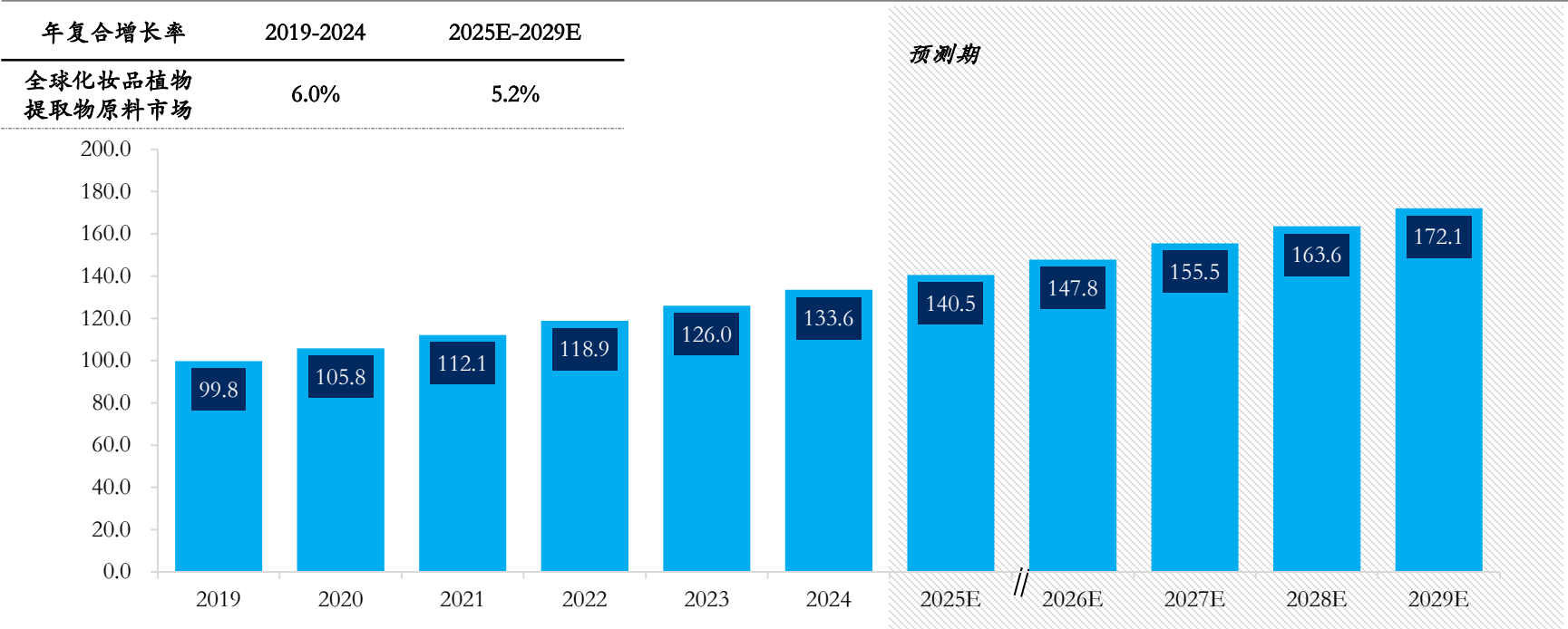


中国化妆品植物提取物原料市场发展历程



全球化妆品植物提取物原料市场规模由2019年的99.8亿美元增长至2024年的133.6亿美元，年复合增长率达6.0%，并预计在2029年以5.2%的增速攀升至172.1亿美元

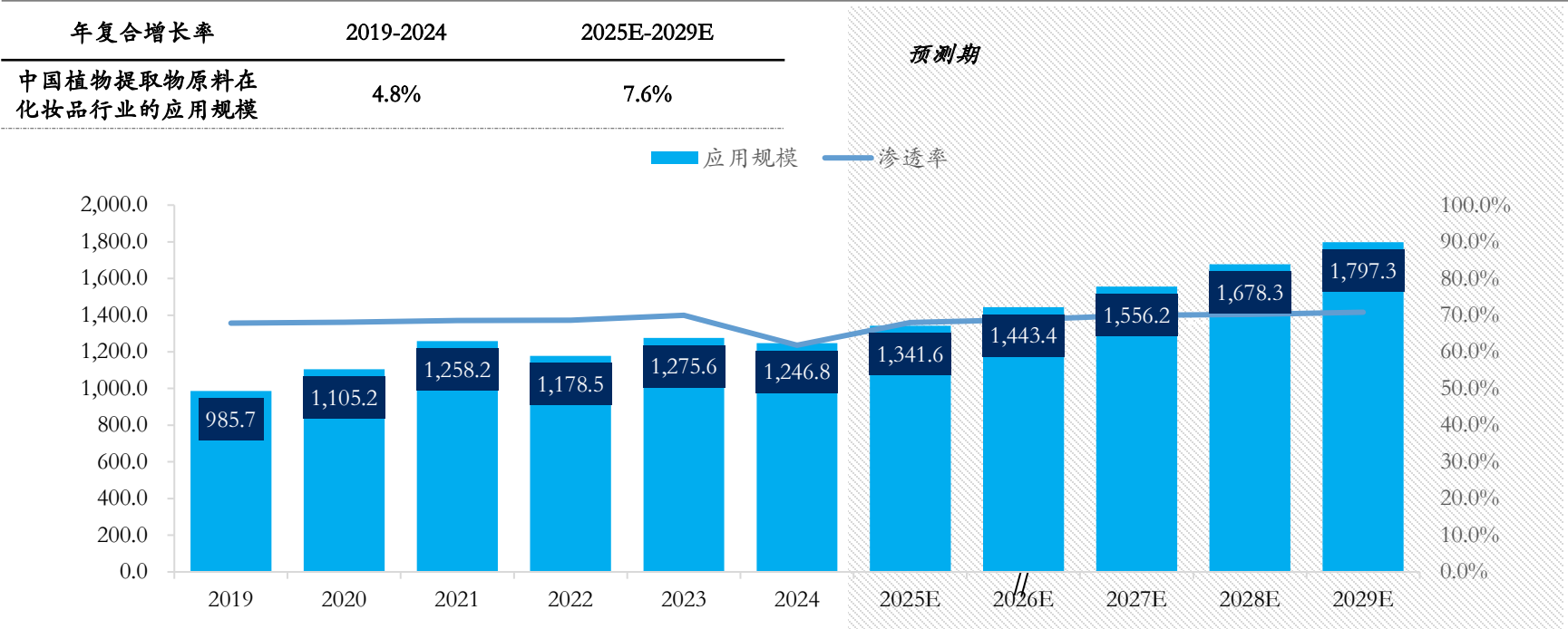
全球化妆品植物提取物原料市场规模
亿美元, 2019-2029E



- 2019 年全球化妆品植物提取物原料市场规模为 99.8 亿美元，2024 年预计增至 133.6 亿美元，年复合增长率（CAGR）达 6.0%，呈现稳步增长态势。驱动这一增长的主要因素包括：天然健康趋势下化妆品行业对植物原料“安全性、功能性”需求的持续提升，提取技术（如超临界 CO₂ 萃取、膜分离）进步推动高附加值成分商业化，以及亚太市场（尤其中国）消费升级带动需求扩容。
- 展望 2025-2029 年，市场增速较前五年有所放缓，CAGR 预计达 5.2%，2029 年规模将攀升至 172.1 亿美元，反映出行业在技术创新驱动下的长期稳步发展态势。

中国植物提取物原料在化妆品行业的应用规模由2019年的985.7亿元增长至2024年的1,246.8亿元，年复合增长率达4.8%，并预计在2029年以7.6%的增速攀升至1,797.3亿元

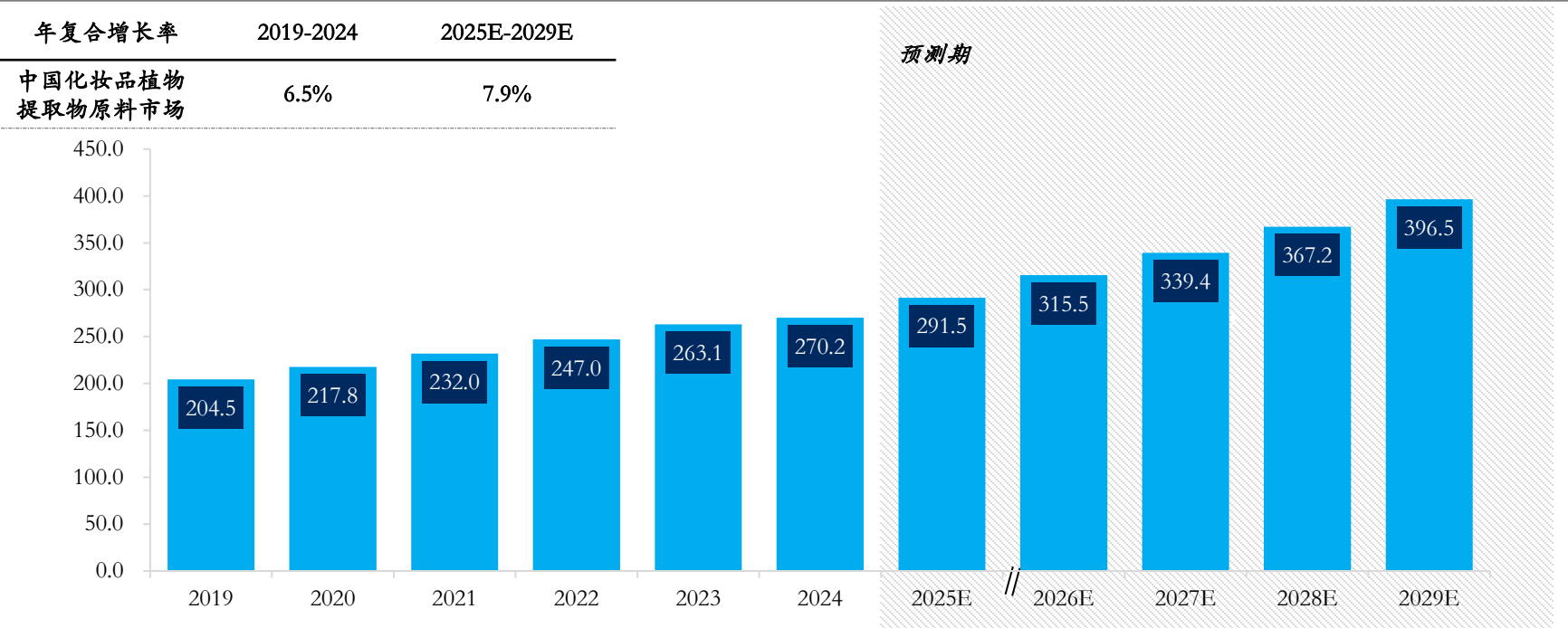
中国植物提取物原料在化妆品行业的应用规模
亿元，2019-2029E



- 2019 年中国植物提取物原料在化妆品行业的应用规模为 985.7 亿元，2024 年预计增至 1,246.8 亿元，CAGR 为 4.8%，市场保持稳定扩容。增长动力主要源于国内化妆品市场对“草本护肤”“中医药活性成分”的文化认同与消费偏好升级，植物提取物在抗衰、抗炎等功效性产品中的渗透率提升，以及政策层面对“天然来源化妆品新原料”备案的鼓励（如《化妆品监督管理条例》）。
- 展望2025-2029 年，市场增速有望提升至 7.6%，2029 年规模预计达 1,797.3 亿元，显示植物原料在“国潮美妆”崛起和成分党消费趋势下的应用前景广阔。

中国化妆品植物提取物原料市场规模由2019年的204.5亿元增长至2024年的270.2亿元，年复合增长率达6.5%，并预计在2029年以7.9%的增速攀升至396.5亿元

中国化妆品植物提取物原料市场规模
亿元, 2019-2029E



- 2019 年中国化妆品植物提取物原料市场规模为 204.5 亿元，2024 年预计增至 270.2 亿元，CAGR 为 6.5%。核心驱动因素包括：消费者对“无添加、天然来源”化妆品的需求增长，国产品牌（如贝泰妮）加速布局植物成分研发以替代进口原料，以及技术升级推动植物提取物与现代配方工艺结合；
- 展望2025- 2029 年，中国化妆品植物提取物原料市场规模将以约7.9% 的 CAGR 增长至 396.5 亿元，行业进入“技术进步+ 消费升级” 双轮驱动的增长阶段。这一增长主要得益于消费者对天然、健康的护肤成分的追求不断攀升，推动化妆品植物提取物原料凭借其温和、功效性强等优势，成为替代人工合成成分的热门选择；

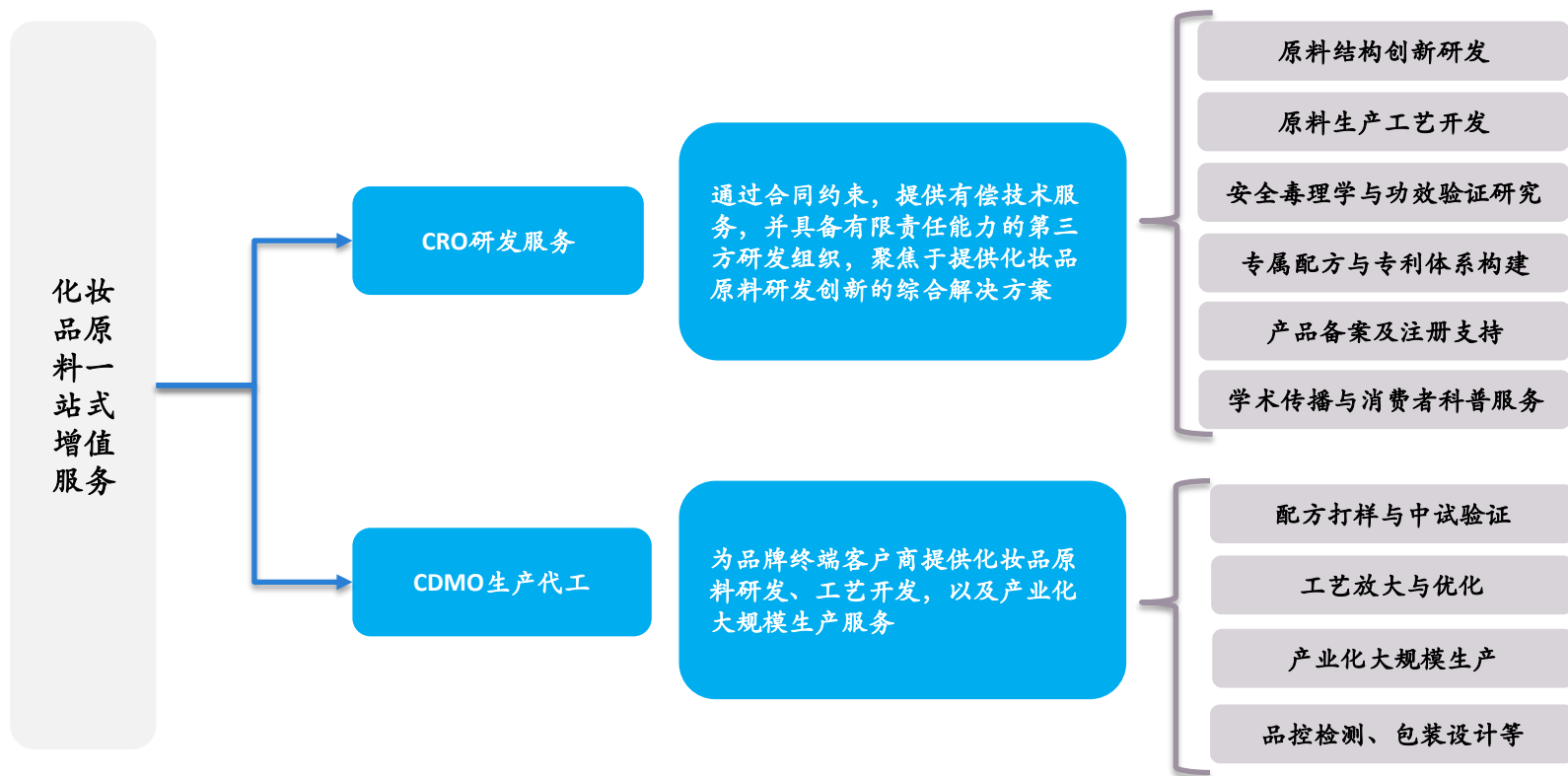
中国化妆品植物提取物原料市场参与者众多，主要聚集于本土和部分国际品牌，行业集中度低，竞争较为分散，各企业基于自身优势在不同细分领域发展。

	成立时间	总部	产品定位	公司简介	竞争优势
 维琪 Winkey 维琪科技	• 2011年	• 中国	• 功效性护肤品核心原料研发与生产	• 维琪科技是国家高新技术企业、广东省专精特新企业。维琪科技致力于把握中国美容与个人护理品行业科技内核，擘动国际市场新格局。目前，维琪科技已形成完备的原料创新研发、皮肤解决方案定制、成品智造等全链条服务体系。	• 专注于植物活性成分的精准提取，具备化妆品植物原料“质量更优、数据更深入精准、应用领域更广”的三大优势。通过领先的提取技术和大数据驱动研发，维琪已形成从植物原料到高活性成分的闭环体系。
 贝泰妮集团 BOTANEE GROUP 贝泰妮	• 2010年	• 中国	• 植物活性成分研发销售、护肤品及化妆品生产	• 贝泰妮专注于应用纯天然的植物活性成分，提供专业、有效的皮肤护理产品，重点针对敏感性肌肤，在产品销售渠道上与互联网深度融合的专业化妆品生产企业。	• 贝泰妮重视产品研发，坚持技术创新，拥有强大的研发团队和完整的研发体系，具备自有护肤品、医疗器械及彩妆品牌。
 珈凯生物 珈凯生物	• 2015年	• 中国	• 化妆品功效原料研发、销售、生产	• 珈凯生物是一家专注于化妆品功效原料研发、生产与销售的高新技术企业。公司以技术研发为核心竞争力，致力于植物提取、生物发酵和合成等领域的创新。	• 聚焦舒敏、美白、抗炎等领域，拥有细胞与临床评价模型，重视技术创新，具备完整的研发体系与自有品牌。
 自然堂集团 CHANDO GROUP 自然堂	• 2001年	• 中国	• 护肤品、彩妆等化妆品研发、销售与生产	• 自然堂集团(原伽蓝集团)一家集研发、生产、销售、服务于一体，聚焦于化妆品、个人护理品、美容功能食品产业，规模和实力领先的中国化妆品集团企业。	• 自然堂拥有自主研发的核心成分喜默因®，构建了完整的研发体系和生产链条。公司重视品牌建设和渠道拓展，旗下拥有自然堂、春夏、美素等多个品牌。
 植物医生 DR. PLANT 植物医生	• 1994年	• 中国	• 高山植物护肤品研发、销售与生产	• 植物医生专注于高山植物成分的应用，携手中国科学院昆明植物研究所，深耕植物科学护肤，主打石斛兰、雪莲花等珍稀高原植物原料，打造天然、安全、有效的护肤产品。	• 公司坚持科研驱动与品牌出海双轮战略，已进入日本、东南亚等国际市场，建设海外专柜和体验店，是中国植物护肤领域的代表性品牌之一。
 百雀羚 百雀羚	• 1931年	• 中国	• 护肤品、个人护理产品研发、销售与生产	• 百雀羚以“草本护肤”为核心理念，传承中医植物精华与现代科技结合，打造适合东方女性肌肤的天然护肤品，主打温和、安全、高效的产品特点。	• 公司不断推进品牌年轻化战略，布局电商与社交媒体营销渠道，在天猫、抖音等平台保持领先，是国货美妆中历史最悠久、影响力深远的品牌之一。
 相宜本草 相宜本草	• 2000年	• 中国	• 中草药护肤品研发、销售与生产	• 相宜本草是一家专注于中草药护肤的本土品牌，致力于将传统中医草本智慧与现代科技结合，打造适合东方女性肤质的天然护肤产品。产品涵盖补水、美白、抗老等多个系列。	• 深耕本草护肤研究，与上海中医药大学合作设立本草护肤研究中心，打造“药食同源”植物成分体系，产品温和安全有效，品牌知名度高、性价比优势突出。
 科莱恩 Clariant 科莱恩	• 1995年	• 瑞士	• 化学品生产开发销售	• 作为全球领先的特种化学品公司之一，科莱恩凭借创新和可持续的解决方案，持续为众多行业的客户创造价值。	• 旗下原料巨头Lucas Meyer Cosmetics推出革命性皮肤修复成分Melicica，通过专有技术提取并浓缩其活性成分，使其成为首个将Jelly Bush蜂蜜系统性应用于护肤科学的创新成果。

化妆品原料一站式增值服务深度整合化妆品原料研发、工艺开发与生产落地全流程，针对化妆品品牌快速迭代需求提供从成分创新到商业化落地的一体化服务

化妆品原料一站式增值服务的定义和分类

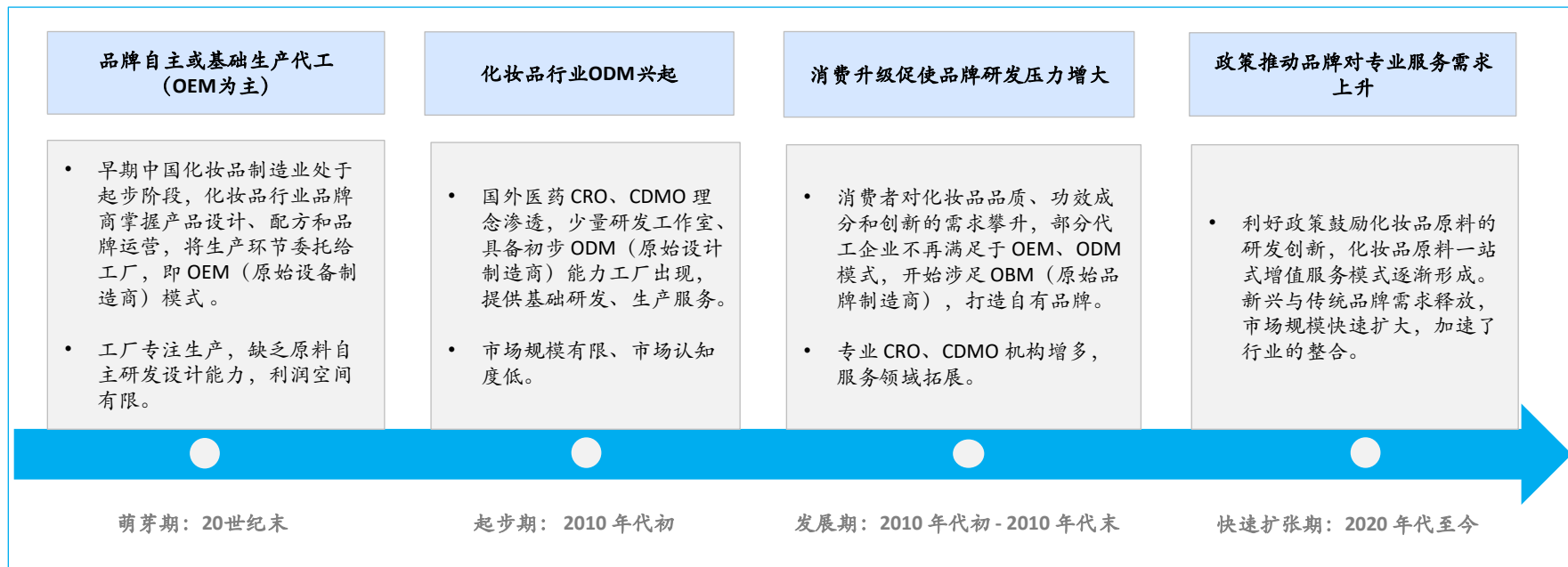
- 化妆品原料一站式增值服务是指围绕化妆品原料，由传统简单代工模式演变升级，结合化妆品原料CRO与CDMO服务，覆盖从原料研发、工艺开发、功效评测、配方研发、生产制造、合规备案、产品策划、到提供渠道拓展和售后服务的技术支持等各环节，提供全流程、模块化、个性化支持的一体化服务体系。
- 该模式旨在帮助化妆品品牌高效、合规、低成本地实现产品原料从研发到上市的全过程，加速新品落地，并有效提升市场竞争力。



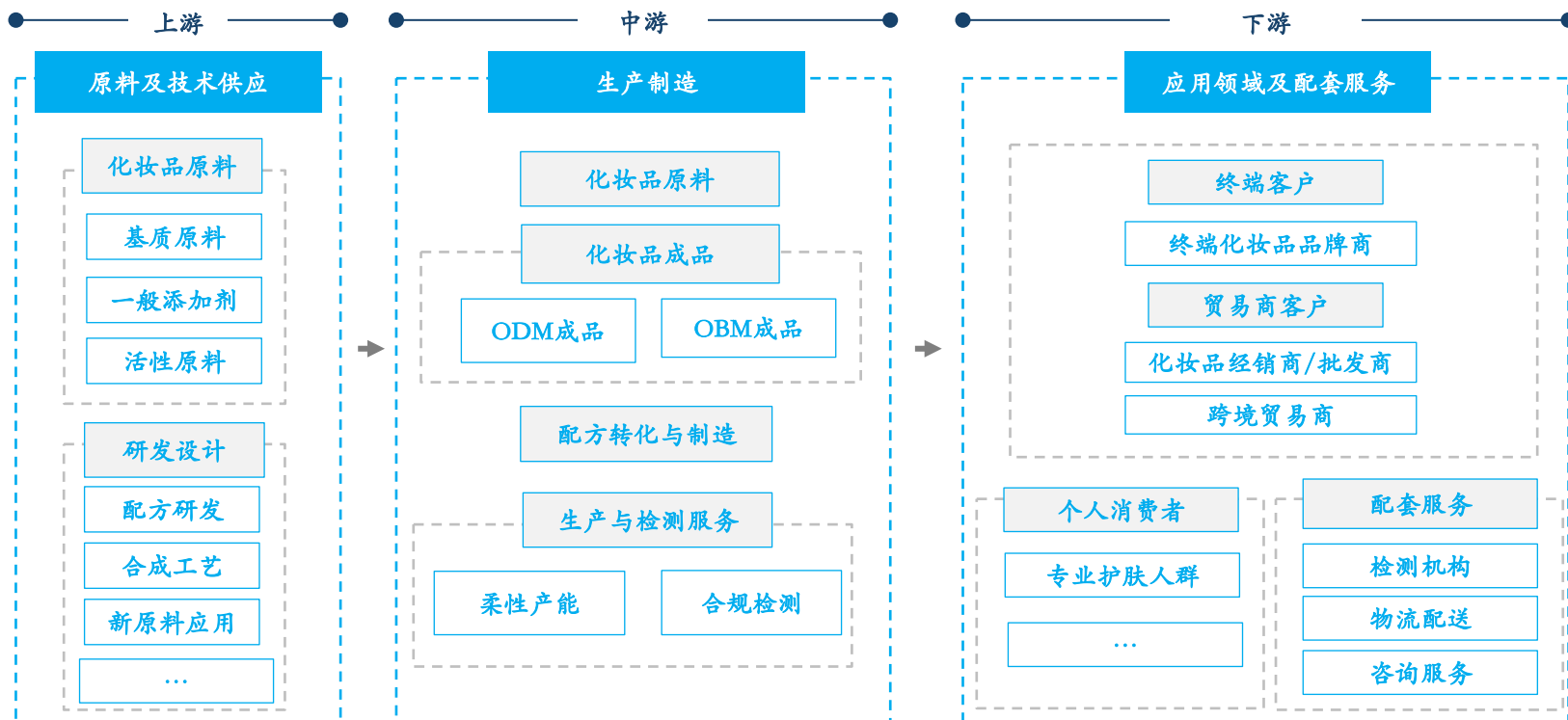
化妆品原料一站式增值服务市场从基础生产代工，到政策与技术驱动下的 CRO/CDMO 模式转型，再到一体化服务的快速扩张，实现从传统代工向全链条技术服务的进化

- 化妆品原料一站式增值服务市场的发展与行业政策、技术迭代及消费升级深度绑定。
- 化妆品原料一站式增值服务模式可以视作传统 OEM/ODM 的升级，化妆品原料代工行业经过多年发展，早期以 OEM/ODM 模式为主，品牌商主导研发，代工厂仅负责生产，技术附加值低。随着政策及技术的发展，行业对研发、测试、生产等环节的要求不断提升。呈现从原料研发、配方开发、功效验证到生产制造、合规服务等全链条服务的一体化趋势。

中国化妆品原料一站式增值服务市场发展历程



化妆品原料一站式增值服务行业产业链上游为化妆品原料及工艺研发供应环节，中游为生产制造环节，下游的销售渠道与应用领域广阔



- 化妆品原料一站式增值服务的核心竞争力在于“技术-产能-服务”三维生态闭环
- 上游聚焦化妆品原料与技术研发：覆盖化妆品原料结构创新研发、工艺开发、配方设计及包装创新，构建产品差异化基础；
- 中游以生产制造为核心，通过ODM/OBM模式实现化妆品原料生产、配方转化成品，支撑小批量定制与大规模交付；
- 下游连接多元渠道与终端市场：服务品牌商、贸易商及跨境客户，并依托检测、物流、咨询等配套服务完善生态闭环。

化妆品原料一站式增值服务行业的商业模式为能力服务一体化：包括从原料发现到生产技术开发的全方位服务，打造兼具差异性与创新性的特色模式

化妆品原料一站式增值服务行业的商业模式

- 商业模式：以化妆品原料、成品销售为核心，附加化妆品检测业务、以及为品牌方提供全链路一站式、个性化服务（涵盖专属原料生产定制、创新配方研发测试、产品概念卖点梳理等），通过多元业务协同，助力品牌打造差异化产品。

	类型	具体内容	变现方式
技术服务	原料开发与定制	- 独家原料创制 - 功效/安全性测试（如细胞实验、临床验证）	原料销售 + 专利授权费
	配方研发与测试	- 定制配方设计 - 概念卖点梳理（科技叙事、临床数据支撑）	研发服务费 + 配方买断
商业化生产	定制化生产	- 根据需求定制品牌商所需产品 - 全剂型覆盖	收取代工生产费用
	知识产权转让	- 原料专利授权（许可费+分成） - 成熟配方技术出售	- 收取许可费/技术买断 - 产品销售分成
附加服务	检测与合规	- 原料安全性评价 - 全球法规申报（新原料备案、SCCS合规评估服务）	
	全链路赋能	- 化妆品市场洞察与新兴概念孵化 - 绿色生产整合（助力品牌降低碳足迹、可持续发展）	为附加增值服务

化妆品行业的发展、消费需求增长、原料研发与生产技术的进步、国家政策的大力支持等因素推动着化妆品原料一站式增值服务行业的发展

驱动因素

化妆品行业的发展及居民消费水平的提高拉动了市场需求

消费者收入水平提高，对化妆品/护肤品的品质、功效和个性化需求不断提升。消费者不再满足于基础的护肤和彩妆功能，更追求具有抗衰、修复、定制化等具有特定功效的产品。品牌商为满足消费者需求，需要借助化妆品原料一站式增值服务企业的专业研发和生产能力，推出更具竞争力的创新产品，实现精准配方和生产。此外，市场竞争加剧也促使品牌商寻求一站式服务，为其整合资源，提高产品开发效率，抢占市场先机。

研发与生产技术进步带来了增长机遇

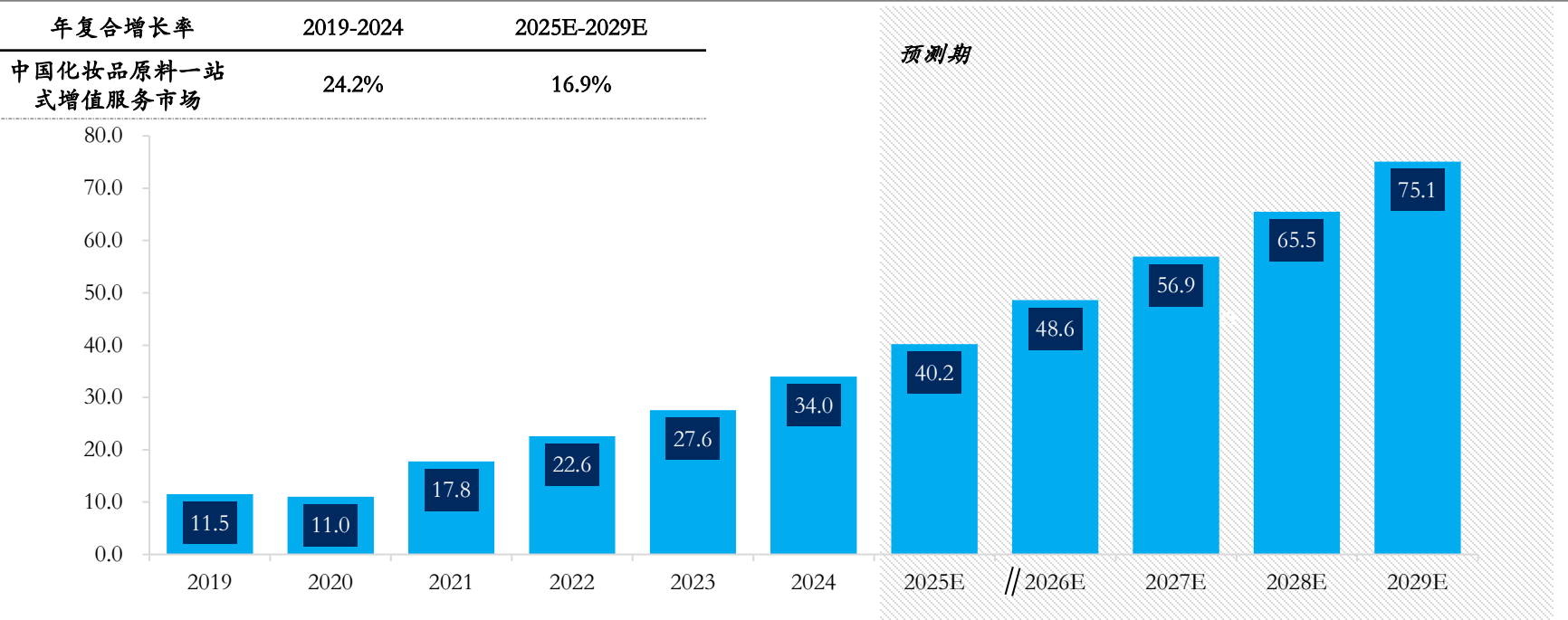
生物技术、植物提取等制备工艺的升级，为化妆品原料开发带来新机遇，助力品牌商提供更具差异化的产品解决方案。此外，智能化、自动化技术的应用，提高了化妆品原料的研发生产效率和产品质量稳定性。例如利用AI技术可以筛选出目标功效需求的候选活性原料、寻找其中的活性成分和作用机理，AI也可帮助提供精准个性的配方配制建议；同时，先进的乳化技术、灌装技术和包装技术配套数字化智能系统能够实现更精准的生产控制和更精美的产品包装。行业通过引入这些技术利于提升自身竞争力，吸引更多品牌商合作。

国家政策为化妆品原料一站式增值服务发展营造良好环境

国家出台一系列政策（例如《支持化妆品原料创新若干规定》）鼓励化妆品行业创新发展，如对新原料研发、新技术应用给予政策支持和资金补贴。推动企业提升产品创新能力，以满足政策导向和市场需求。与此同时，随着化妆品监管法规不断完善，国家对产品质量、安全、功效宣称等方面提出更高要求。化妆品品牌商为确保产品质量合规，需要专业化化妆品原料增值服务企业提供卖点梳理、法规咨询、质量控制、功效验证和专家背书等服务。

中国化妆品原料一站式增值服务市场规模由2019年的11.5亿元增长至2024年的34.0亿元，年复合增长率达24.2%，并预计在2029年以16.9%的增速攀升至75.1亿元

中国化妆品原料一站式增值服务市场规模
亿元, 2019-2029E



- 2019 年中国化妆品原料一站式增值服务市场规模为 11.5 亿元，2024 年预计增至 34.0 亿元，CAGR 高达 24.2%，呈现高增长态势。增长逻辑源于传统化妆品原料代工市场较为饱和，化妆品品牌商对“轻资产运营+快速迭代”模式的依赖度提升，化妆品原料一站式增值服务模式使中国化妆品企业从“被动接单”转向“主动定义产品”。行业通过整合化妆品原料供应链（如自建原料基地、合作科研院所等）提升附加值，以及跨境电商渠道扩张带动“全球研发+中国智造”模式普及。
- 展望2025-2029年，市场将以16.9%的CAGR继续增长，至2029年市场规模预计达 75.1 亿元。未来 5 年，具备“研发+制造+服务”一体化能力的企业，将在化妆品原料一站式增值服务市场实现持续增长，推动行业从要素驱动的“规模扩张”转向创新驱动的“质量跃升”。

相关法规文件为化妆品新原料领域的创新发展指明了新方向，大大激发企业寻求创新化妆品原料的积极性，进而推动化妆品原料一站式增值服务市场的发展

发布时间	政策类型	政策名称	相关内容
2020.06	支持类	《化妆品监督管理条例》	鼓励和支持运用现代科学技术，结合我国传统优势项目和特色植物资源研究开发化妆品。这一条款旨在促进中国特色植物资源化妆品的发展。
2021.01	支持类	《广东省推动化妆品产业高质量发展实施方案》	提出以粤港澳大湾区建设为引领，建立完善化妆品行业标准，树立行业发展新标杆，建设集总部经济、科技创新、智能制造、检验检测、市场营销、文化传播为一体的化妆品产业生态链，打造成为具有国际竞争力和国际影响力的化妆品产业。
2022.08	支持类	《上海市浦东新区化妆品产业创新发展若干规定》	提出鼓励化妆品企业探索小批量、多品种、高灵活度的生产模式，精准研发适合消费者个性化需求的化妆品等，为浦东化妆品产业发展和国际消费中心建设再添新活力。
2023.07	规范类	《轻工业稳增长工作方案（2023—2024年）》	提出加强特色植物原料开发创新，推动活性原料生物制造规模化生产，加大在食品、化妆品等行业的应用。
2023.11	规范类	《关于化妆品新原料鼓励创新和规范管理有关事宜的公告》	鼓励结合我国传统优势项目和特色植物资源开发化妆品新原料支持运用现代科学技术进行化妆品原料研究创新。
2025.02	支持类	《支持化妆品原料创新若干规定》	提出完善化妆品新原料注册备案分类管理和技术评价体系。鼓励加强化妆品原料生产工艺、质量标准、安全评估、功效评价等研究，提升化妆品原料质量。同时推动新原料技术指导和相关标准修订工作，以健全化妆品原料创新发展机制。

资料来源：政府官网、沙利文研究

中国化妆品原料一站式增值服务行业加速迈向专业化、一站式、个性化、智能化四大方向，构建高质量竞争新优势



专业化

- 随着监管趋严与市场分工细化，企业需要具备更强的技术能力和合规意识。专业化发展要求企业在化妆品原料研发、功效验证、注册备案等环节建立深度技术壁垒和专业团队，推动行业由“经验导向”向“科学导向”转变，提升整体研发效率和产品可信度。



一站式

- 品牌端对效率和资源整合的需求日益增强，一站式服务成为趋势。通过集成从原料开发、配方打样、生产制造到备案包装的全链条服务，企业能够为客户提供更高效、更低成本的产品落地方案，降低客户的试错成本，加速产品上市进程。



个性化

- 消费者对化妆品的功能诉求、肤质适配、文化审美等呈现出高度差异化趋势，推动上游企业需为品牌提供定制化原料、专属配方与差异化功效组合。个性化服务成为构建品牌差异化、提高用户黏性的关键所在。



智能化

- 随着AI、大数据、数字化检测等技术融入原料开发与产品验证环节，智能化成为提升研发效率和质量控制水平的重要手段。通过建立原料数据库、运用AI算法优化配方、构建智能化工厂，企业能够实现精准研发与柔性生产，迈向高质量、可持续的未来发展路径。

Thanks!

F R O S T & S U L L I V A N

