

雪玲妃

更懂中国肌肤的洁面品牌

BETTER UNDERSTANDING OF CHINESE SKIN
FACIAL CLEANSING BRAND

中国肌肤洁面白皮书

China Skin Cleansing White Paper

雪玲妃 | 青眼情报

保密条约 **CONFIDENTIALITY TREATY**

本报告由雪玲妃和青眼情报联合撰写和出品；本报告所有权、知识产权和著作权归雪玲妃所拥有。

出品方没有通过任何第三方进行代理销售，使用报告请直接与出品方联系。如未获得出品方书面允许，不得用任何方式抄袭或翻印本报告任何部分之文字及图片，在任何媒体上（包括互联网）公开引用本报告的数据和观点，否则引起的一切法律后果由违反上述要求的个人或企业自行承担，同时出品方亦认为其行为侵犯了著作权，出品方有权依法追究其法律责任。

凡有侵权行为的个人、法人或其它组织，必须立即停止侵权并对其因侵权造成的一切后果承担全部责任和相应赔偿。否则出品方将依据中华人民共和国《著作权法》、《计算机软件保护条例》等相关法律、法规追究其经济 and 法律责任。

前言

在护肤的众多步骤中，洁面是一切美好的开始。而这个看似简单却至关重要的环节，不仅关乎肌肤表层的清洁，更蕴含着人们对健康、舒适与美的深层追求。随着中国消费市场的蓬勃发展、科学护肤理念的普及以及消费需求的精细化升级，洁面领域正迎来前所未有的变革。

深耕中国肌肤研究的专业品牌雪玲妃，携手青眼情报，基于对国内外市场研究以及对1032位消费者的深入调研，推出《中国肌肤洁面白皮书》。这份报告不仅揭示了东西方肌肤的差异及其成因，更从东方护肤智慧中汲取精华，结合现代科技，为中国女性量身定制洁面方案。同时，通过对市场现状与趋势的多维度分析，为行业从业者、科研机构及消费者提供专业参考。

当前，中国洁面市场呈现蓬勃发展之势。在“颜值经济”的推动下，护肤消费正从基础需求向品质化、个性化升级。消费者对洁面产品的关注点已从单一“清洁力”转向“温和性”、“养肤性”与“场景适配性”。天然植物萃取、氨基酸表活、微生态平衡等成为选购关键词，折射出市场从“洗净污垢”到“科学养肤”的深层转变。

凭借对中国消费者肌肤特性与气候环境的深刻理解，国货洁面通过差异化配方设计、前沿技术应用（如微脂囊包裹技术、洁面驻留技术等）以及绿色可持续理念，逐步打破国际品牌垄断。

本白皮书整合宏观数据、消费者调研与案例研究，系统梳理中国洁面市场三大核心趋势：产品定位精准化：由通用型产品转向专研东方肌肤特性的产品。功能价值多元化：从单一清洁功能升级为“清洁+养肤”复合功能。消费选择理性化：从追求高端转向注重产品质价比。报告旨在厘清市场脉络，提炼核心规律，为行业未来发展提供基于实证的洞察。

CONTENTS

目录

01

洁面市场发展格局变化

1.1 洁面发展历程：从基础清洁到精细化养护	02
1.2 洁面市场规模与发展现状	03
1.3 竞争格局：本土洁面品牌的崛起	07

02

中国消费者洁面需求洞察

2.1 消费者画像与群体细分	09
2.2 产品功能需求分层	12
2.3 产品形态与成分偏好	20
2.4 消费行为与决策路径	22

03

基于中国消费者肌肤特性的洁面方案

3.1中国消费者肌肤特点研究概述	26
3.2中国肌肤洁面的东方选择	30
3.3中国消费者肌肤的洁面方案	36
3.4更适合中国肌肤的洁面产品	46

04

中国洁面市场未来展望

4.1市场规模量价双升，结构性机会显现	52
4.2洁面功效呈现“洁面+”新形式	52
4.3情绪洁面需求扩大，洁面体验进一步升级	53
4.4技术创新与成分突破，或迎更适国人肤质表活	53
4.5政策与可持续发展	54

1

洁面市场发展与格局变化

雪玲妃



1.1

洁面发展历程：从基础清洁到精细化养护



1.2

洁面市场规模与发展现状

全球洁面市场持续增长，预计**2032**年将增至**222.95**亿美元

据行业统计，2024年市场规模达167.8亿美元，预计2032年将增至222.95亿美元，年复合增长率（CAGR）约为3.62%。这一增长由多重因素驱动：

健康护肤意识提升：推动对温和型及功效型洁面产品的需求。

天然与可持续趋势：加速了植物表活、低刺激配方产品的研发。

线上渠道发展：电商便捷性与社交媒体影响力提升了市场渗透率与消费效率。

基于当前趋势，全球洁面市场有望在未来数年内保持增长态势，维持其在护肤产业中的重要地位。



全球肌肤洁面市场规模（亿美元）

数据来源：McKinsey & Company

中国洁面近三年市场规模持续增长，需求稳定

2022年至2024年，中国洁面市场规模从505.3亿元增至521.2亿元，年均增长约1.6%。这一增长体现了洁面作为基础护肤品的稳定需求。市场增长主要受以下因素驱动：

产品创新与品类拓展：泡沫洁面、卸妆洁面二合一、洁颜蜜等新形态不断出现，满足多元化需求。

市场竞争推动升级：在肤感、功效及价格方面的优化，提升了产品质价比。

本土品牌发展：本土品牌市场份额提升，促进了产品创新与市场活力。



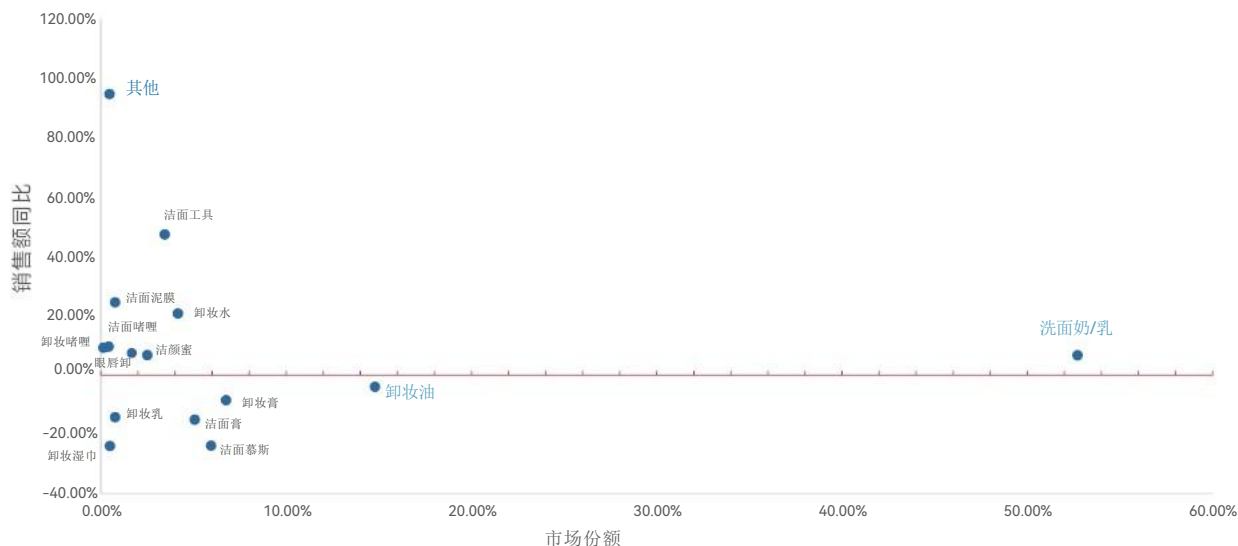
中国肌肤洁面产品市场规模（亿元）

数据来源：青眼情报

（1）面部清洁市场品类分布：洁面为主，卸妆品类攀升

洁面与卸妆领域市场格局兼具高度集中与创新活力：洗面奶/乳以52.71%的绝对优势主导市场，以温和亲肤特性稳固消费者基础，衍生品类如洁面膏、洁颜蜜完善清洁矩阵。卸妆板块市场份额27.06%，卸妆油占比14.79%居细分首位，卸妆水及卸妆啫喱增长迅猛。

创新品类如洁面工具、眼唇卸妆等通过场景化突破实现差异化竞争。TOP5品类占据85.25%的市场份额，彰显行业集中度与创新活力的动态平衡。



2025年上半年肌肤洁面市场各细分品类销售情况

数据说明：

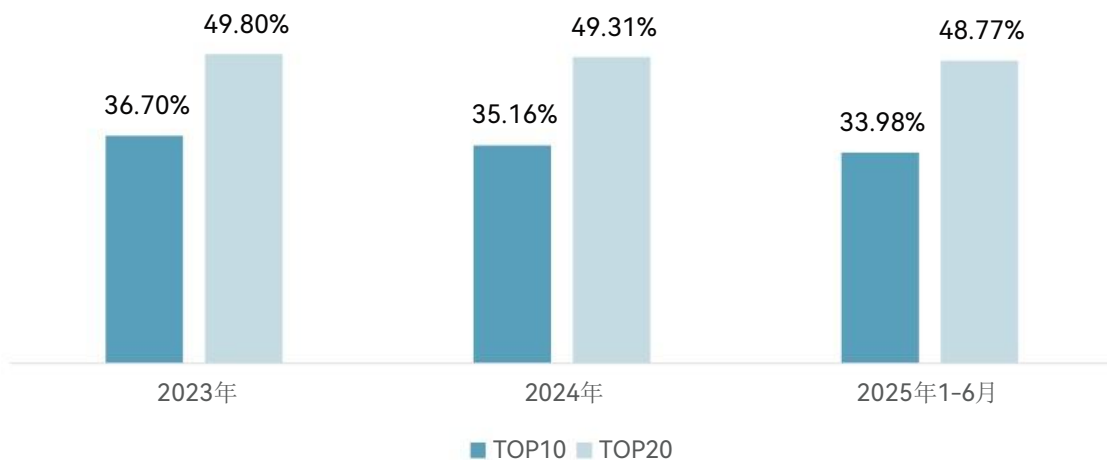
1.取数时间：2025年 1-6月

2.统计范围：淘系、京东、快手、抖音、拼多多、化妆品集合店等主流渠道

3.涉及产品类型：洗面奶、洁面膏、卸妆产品、洁面工具、洁面慕斯、洁颜蜜、凝胶、啫喱、洁面水、洁面喷雾等肌肤洁面产品

（2）洁面市场集中度走低，多元化发展成趋势

市场集中度持续走低：根据2023-2025年市场监测数据，TOP10品牌的市场份额呈现逐年递减趋势，与此同时，TOP20品牌的市场集中度也下降至2025年上半年的48.77%。这一变化趋势表明，中国洁面市场正在经历明显的去中心化过程。



2023-2025上半年肌肤洁面产品市场集中度

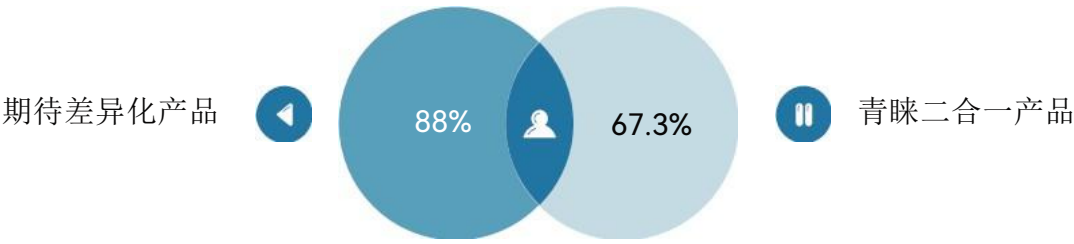
数据说明：

1.取数时间：2023-2025年 1-6月

2.统计范围：淘系、京东、快手、抖音、拼多多、化妆品集合店等主流渠道

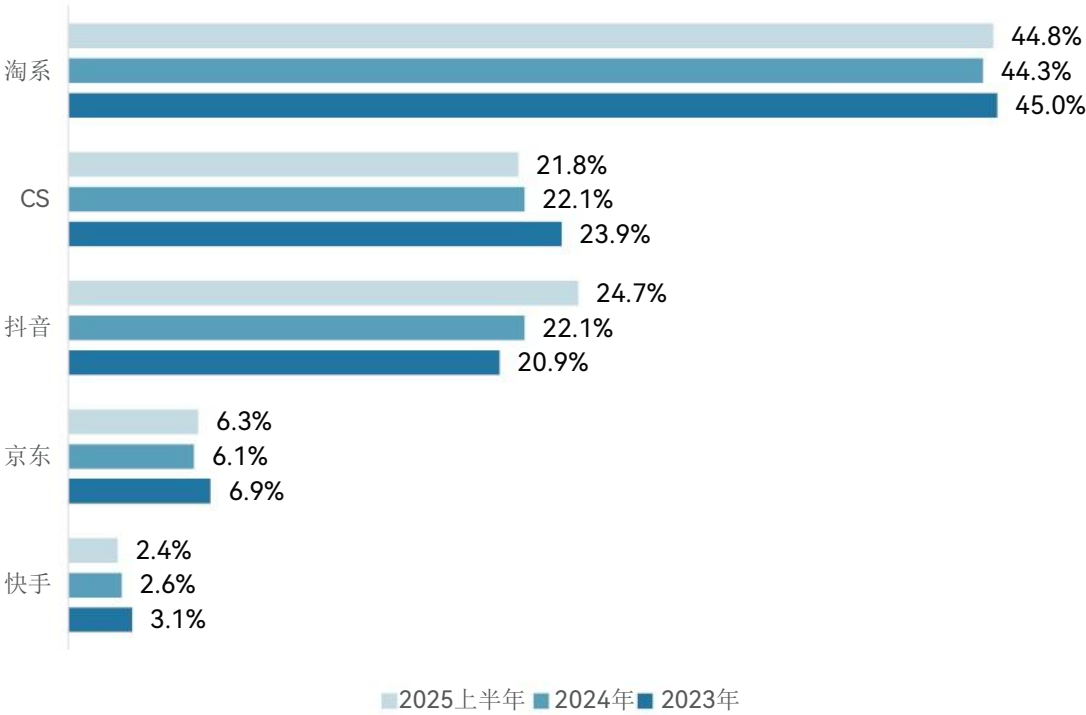
3.涉及产品类型：洗面奶、洁面膏、卸妆产品、洁面工具、洁面慕斯、洁颜蜜、凝胶、啫喱、洁面水、洁面喷雾等肌肤洁面产品

上述数据变化表明消费者需求日益多样化，为洁面慕斯等细分产品的多元发展提供了广阔空间。洁面慕斯在基础清洁之外，正带来更多功效需求可能。88%的消费者期待差异化产品，67.3%的消费者青睐二合一产品，推动洁面慕斯融合卸妆、养肤等功能。消费者对功效的精准需求，如干性肌追求保湿滋润，混合肌倾向多效合一，促使慕斯、洁颜蜜等产品功效向精细多元化发展。



（3）肌肤洁面各渠道分化明显

肌肤洁面市场渠道分布显示，淘系稳居主导地位，2025上半年市场份额44.8%，较2024年略升；CS渠道占比21.8%，波动中保持稳定；抖音虽有起伏，仍占重要份额；京东、快手则面临较大竞争压力，份额相对较小且波动下行。



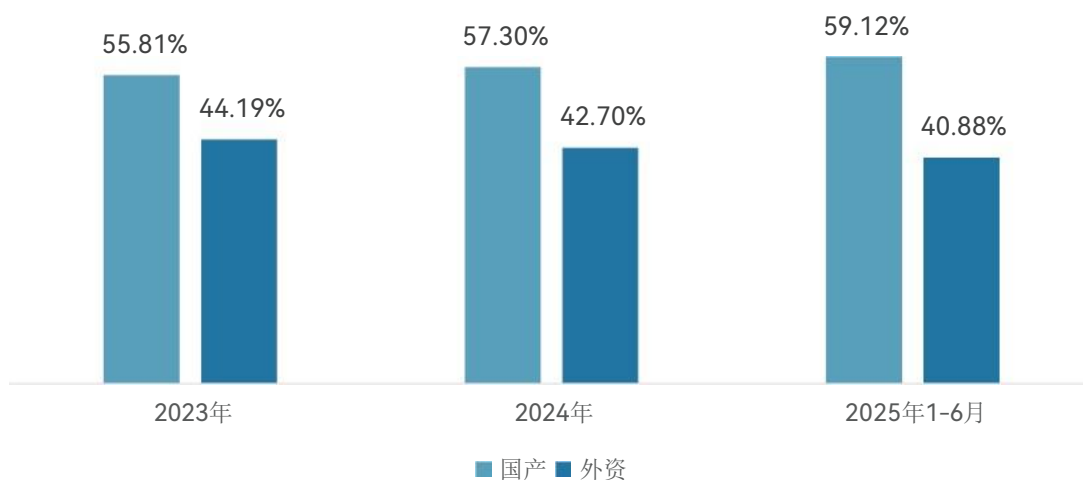
肌肤洁面市场渠道分布情况

数据说明：
1.取数时间：2023-2025年 1-6月
2.统计范围：淘系、京东、快手、抖音、拼多多、化妆品集合店等主流渠道
3.涉及产品类型：洗面奶、洁面膏、卸妆产品、洁面工具、洁面慕斯、洁颜蜜、凝胶、啫喱、洁面水、洁面喷雾等肌肤洁面产品

1.3

竞争格局：本土洁面品牌的崛起

2023-2025上半年国产品牌市场份额呈现持续上升态势，从55.81%稳步增长至59.12%，而外资品牌则持续下滑，形成了明显的国进外退趋势，本土洁面实现弯道超车。



2023-2025年上半年肌肤洁面市场国产品牌市场份额

数据说明：

1.取数时间：2023年-2025年上半年

2.统计范围：淘系、京东、快手、抖音、拼多多、化妆品集合店等主流渠道

3.涉及产品类型：洗面奶、洁面膏、卸妆产品、洁面工具、洁面慕斯、洁颜蜜、凝胶、啫喱、洁面水、洁面喷雾等肌肤洁面产品

本土品牌崛起的关键因素

精准定位细分市场	成分创新与技术突破	营销模式创新
本土品牌深度洞察消费者需求，对市场进行细分，推出针对性产品。如薇诺娜的敏感肌专用洁面产品，配方温和且含多种舒缓修护成分；雪玲妃针对不同场景开发出卸妆洁面乳、保湿洁颜蜜、去黑头洁面乳等，精准定位赢得消费者认可。	本土品牌加大研发力度，建立实验室并与高校、科研机构合作。雪玲妃自研独家专利成分-山茶油表活（雪茶灵®），成为全球首款以“东方液体黄金”为基础适合国人肤质的清洁成分。在成分创新和技术上实现了突破。	本土品牌借助社交媒体与电商平台，创新营销模式。依托小红书、抖音等平台实现全链路营销，利用直播电商增强消费者购买欲望。诸多品牌结合传统文化提出“节气护肤”概念，借助抖音直播实现品牌声量与销量双增长。
精准定位细分市场、创新研发与营销创新，成为本土品牌崛起的关键驱动力，助力其在竞争中实现弯道超车。		



中国消费者洁面需求洞察



雪玲妃



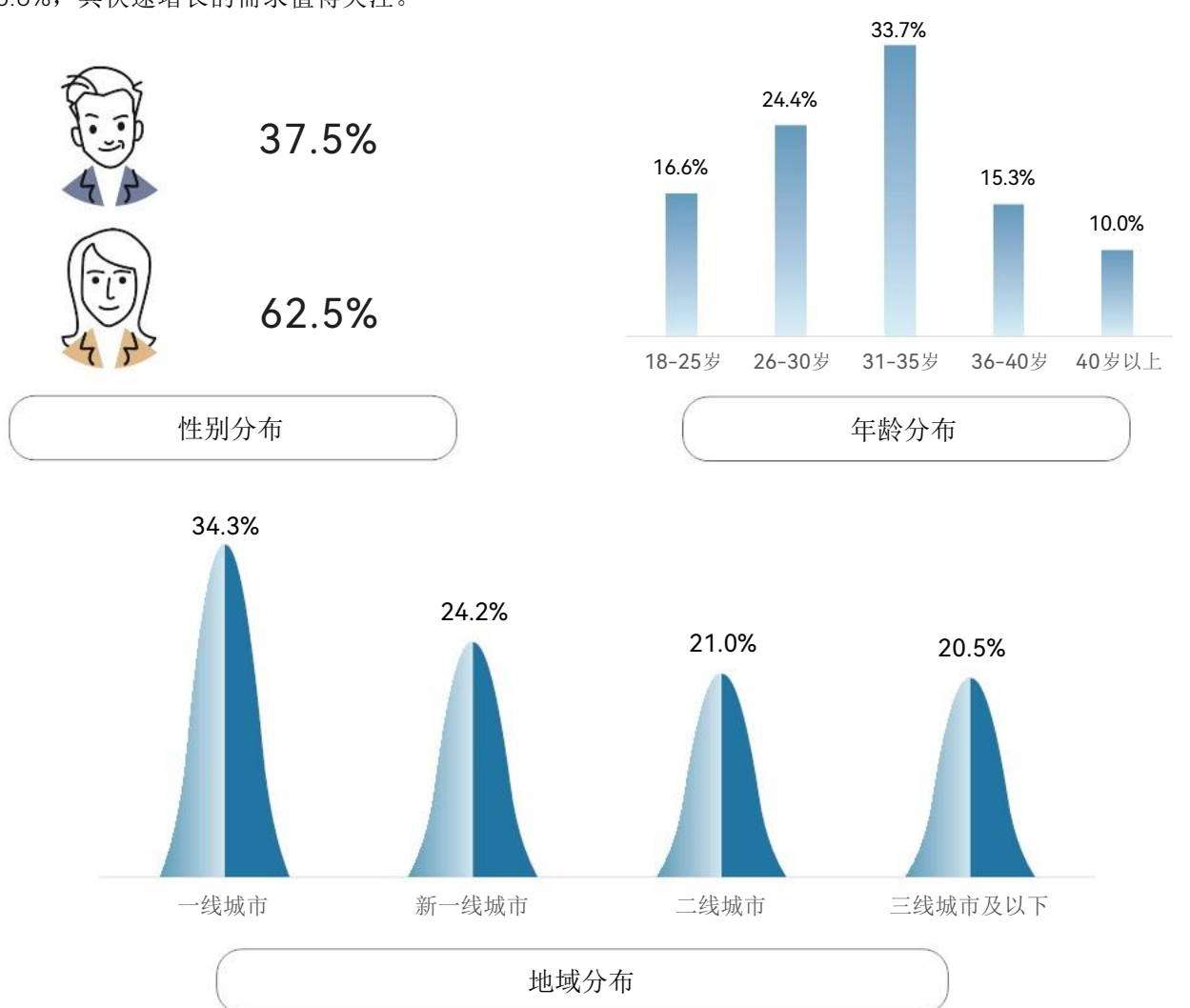
2.1

消费者画像与群体细分

> 消费者特征

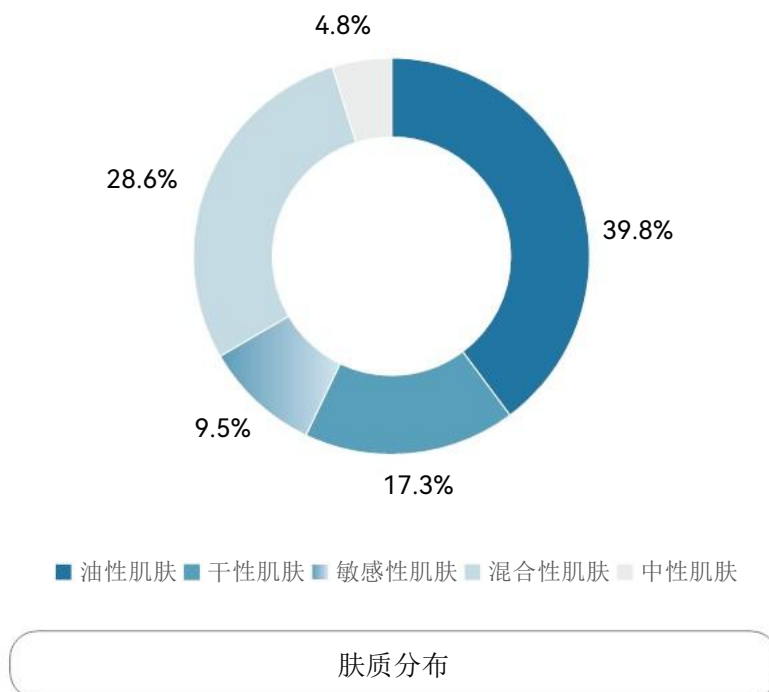
女性消费者占比超6成，印证了女性仍是洁面产品消费的绝对主力。

从年龄层看，31-35岁群体占比位居第一，26-30岁紧随其后，两者合计贡献近60%，这种都市轻熟女为主的消费主力格局，与当前护肤品市场抗初老需求激增的趋势高度吻合。值得注意的是，Z世代消费者占比达16.6%，其快速增长的需求值得关注。



肤质与问题需求

油性肌肤以近4成的占比成为最普遍肤质，这与亚洲人皮脂分泌旺盛的生理特征一致，尤其是男性消费者中油性肤质占比超过65%。敏感性肌肤占比9.5%，相较于2023年的调研数据占比提升0.2个百分点，反映环境与情绪压力导致的敏感肌问题日益突出，温和型洁面产品需求增加，渗透率进一步提升。



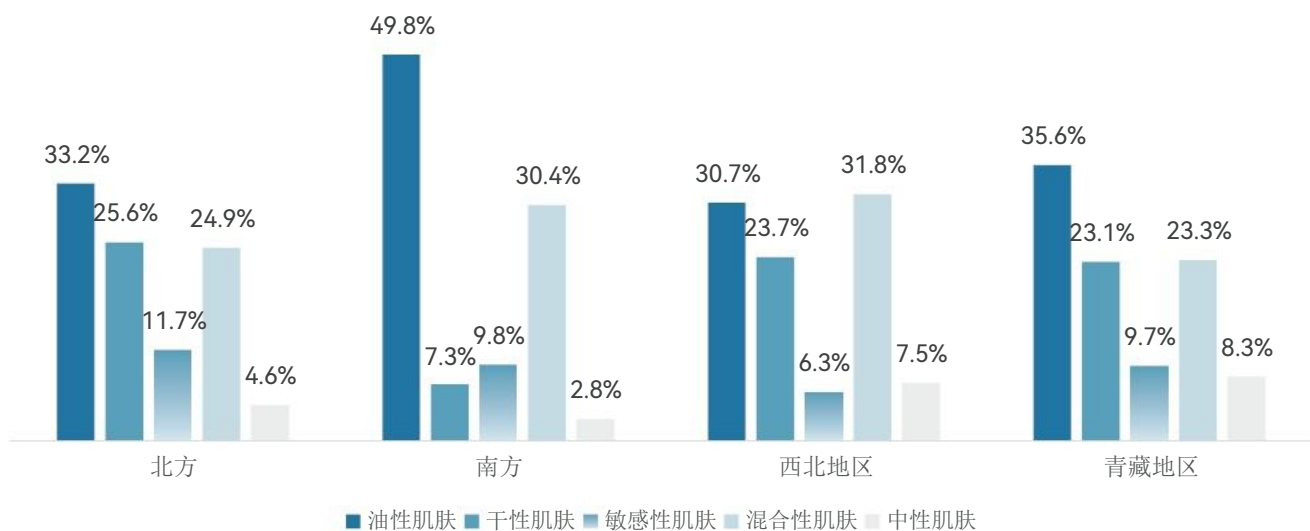
从不同地区来看，调研数据显示出中国各区域消费者肤质分布具有显著差异，呈现出与地域环境相适应的特点：

南方地区由于气候湿热，油性肌肤占比显著高于其他地区，混合性肌肤也较为常见，表明当地消费者对控油和清洁功效的护肤产品需求较大。

西北地区油性与混合性肌肤占比较高，干性肌肤比例相对较低，这可能与当地干燥的气候条件有关，皮肤油脂分泌成为天然的保湿机制。

北方地区肤质分布相对均衡，油性、干性和混合性肌肤占比相近，反映出该地区气候的多样性对皮肤的影响。

青藏地区肤质分布较为均衡，干性肌肤占比较大，这可能与高海拔地区的干燥环境有关，皮肤水分流失较快。

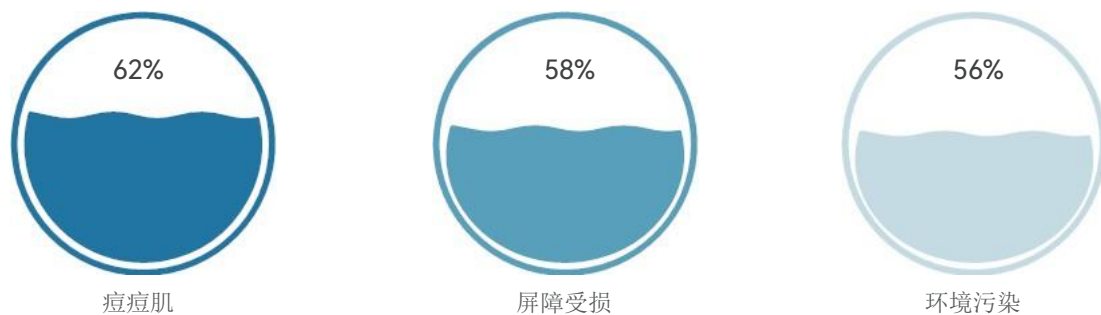


不同地区消费者肤质分布

地区划分说明：北方地区包括黑龙江、吉林、辽宁等东北三省以及北京、天津、河北、山西、陕西等北方省份；南方地区包括上海、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东、河南、湖北、湖南、广东、海南、四川、贵州、云南、西藏等省份和自治区；西北地区包括陕西（部分地区）、甘肃、青海、宁夏、新疆等地；青藏地区是指西藏自治区和青海省部分地区。

从消费者目前遇到的主要肌肤问题来看，祛痘、屏障修护、抗污染等场景化需求显著：

62%的受访者表示正深受痘痘困扰，尤其在换季期间，痘痘问题愈发严重；58%的消费者认为皮肤屏障功能受损是他们遇到的主要肌肤问题；56%的城市消费者希望能有抗污染的护肤产品来抵御外界环境对皮肤造成的伤害，如空气中的污染物等。



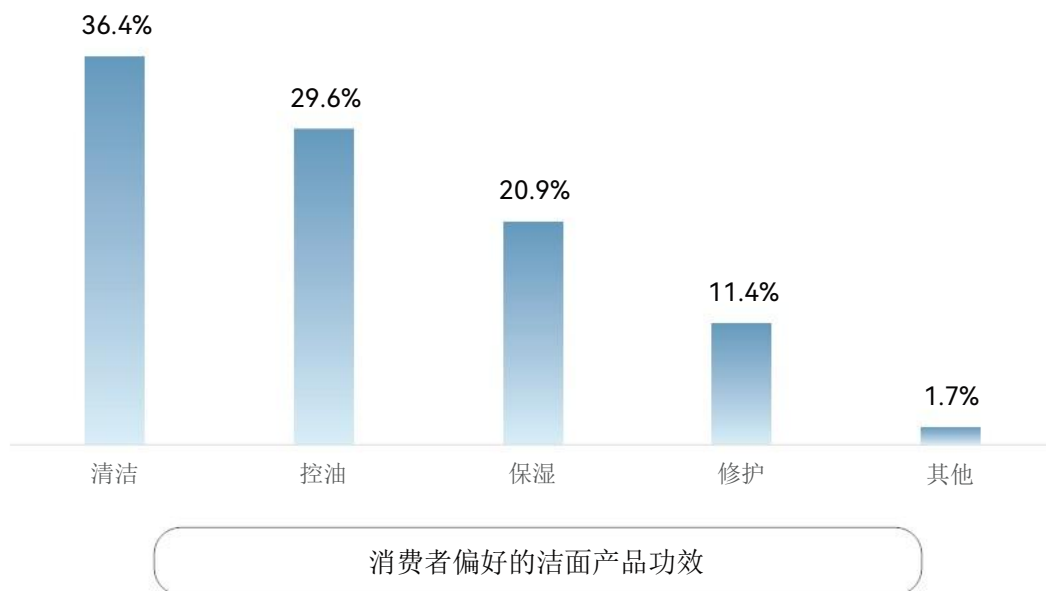
消费者主要肌肤问题

2.2

产品功能需求分层

基础清洁升级

基础清洁功能仍然是首要考量，控油和保湿作为辅助功效紧随其后，三者合计占比超85%，构成了洁面产品的核心功效矩阵。修护功效虽然占比较低，但在敏感肌群体中需求突出。这种清洁为主，控油、保湿等功效为辅的消费偏好，推动品牌在产品开发中更加注重基础清洁力与附加功能的平衡，以满足不同肤质和场景的精细化需求。整体来看，温和清洁技术正成为洁面市场发展的重要驱动力。



随着消费者对皮肤健康认知的不断提升，“过度清洁”理念已被广泛摒弃，温和性成为首要标准。数据显示，78%的消费者表示更倾向于选择温和不刺激的洁面产品，其中63%的消费者明确表示曾因使用过度清洁产品导致皮肤问题而改变选择。晨间洁面场景的调研数据进一步印证了温和性的迫切需求。晨间洁面时，受访者面临的三大核心痛点高度集中：



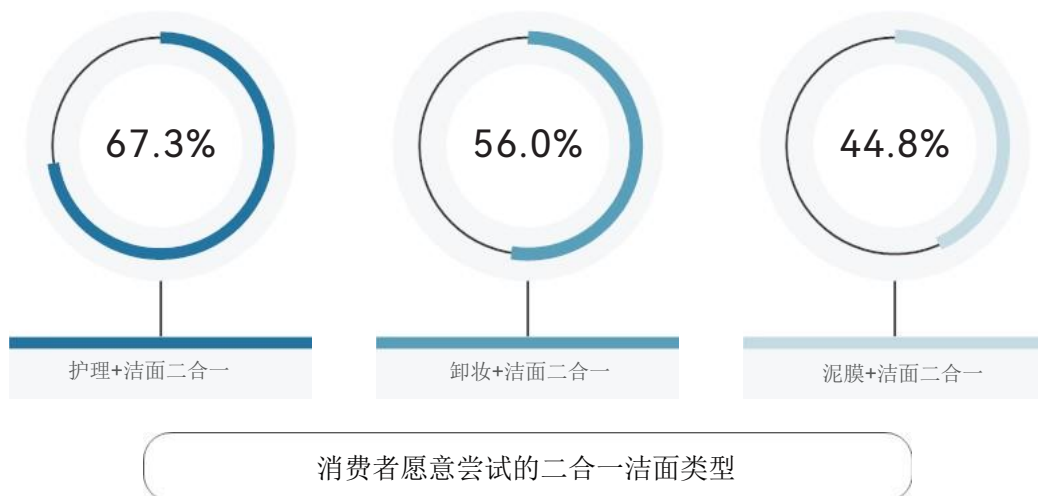
66.1%的受访者反映晨间洁面后皮肤干紧绷，与整体调研中63%消费者“曾因过度清洁改变选购”的结论高度吻合，共同验证市场对温和不伤屏障晨间洁面产品的强烈需求。

这种以清洁为主、功效为辅，且注重温和性的消费偏好，推动品牌在产品开发中更加注重基础清洁力与附加功能的平衡，以满足不同肤质和场景的精细化需求。整体来看，温和清洁技术正成为洁面市场发展的重要驱动力，引领着产品不断迭代升级。

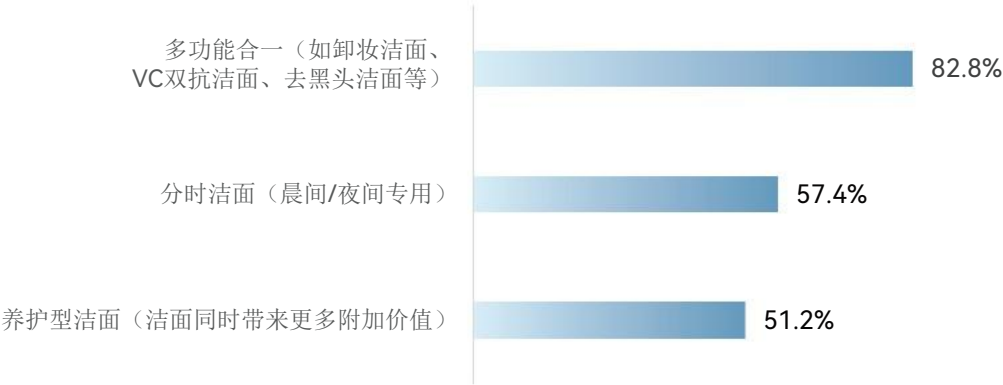
洁面功效复合化

（1）二合一洁面产品：消费者的精简护肤之选

从消费者角度来看，如今大家越来越倾向于精简护肤步骤，“精简”指的是使用步骤精简的同时，又有功效附加值。二合一洁面产品正好满足了这一需求：“功效（养护）+洁面二合一”产品以67.3%的高接受度位居首位，这反映出消费者在清洁皮肤的同时，还希望进行基础护理，省时省力。56.0%的消费者“卸妆 + 洁面二合一”产品感兴趣，这类产品方便化妆人群快速完成卸妆和清洁，减少了护肤的繁琐程度。而“泥膜 + 洁面二合一”产品也吸引了44.8%的消费者，消费者希望借助此类产品实现更深层的清洁效果。总体而言，二合一洁面产品凭借其便捷性，契合了消费者对高效护肤的追求。



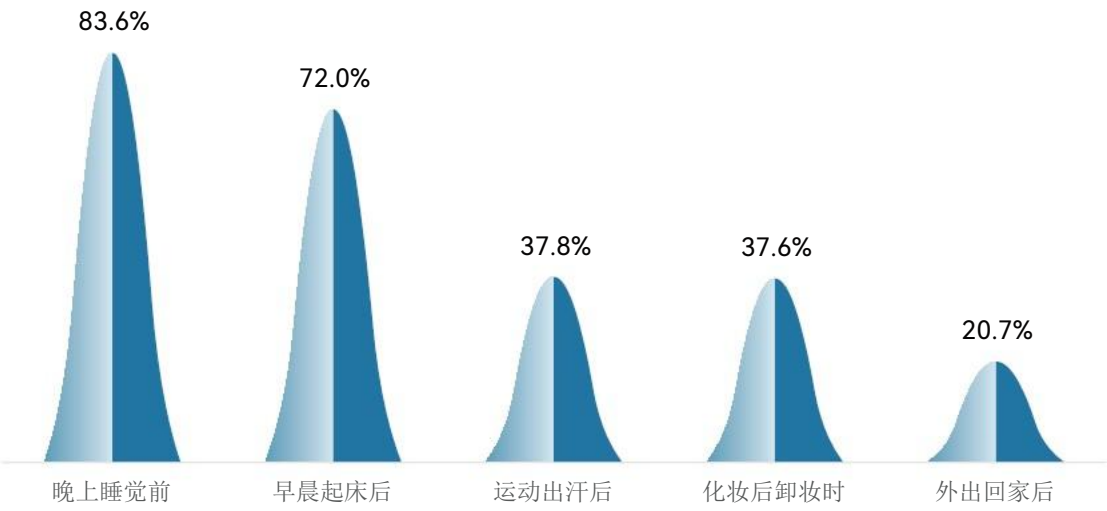
消费者对多功能合一的洁面产品接受度极高，占比超过80%，市面上的卸妆+洁面、去氯+洁面、双抗+洁面这类功效叠加的产品也应运而生，比如雪玲妃的小黑管卸妆洁面乳，卸妆和洁面一次完成，便捷的使用特性，满足了懒人、繁忙上班族、日常妆容人群。



消费者对多功能合一洁面接受度高

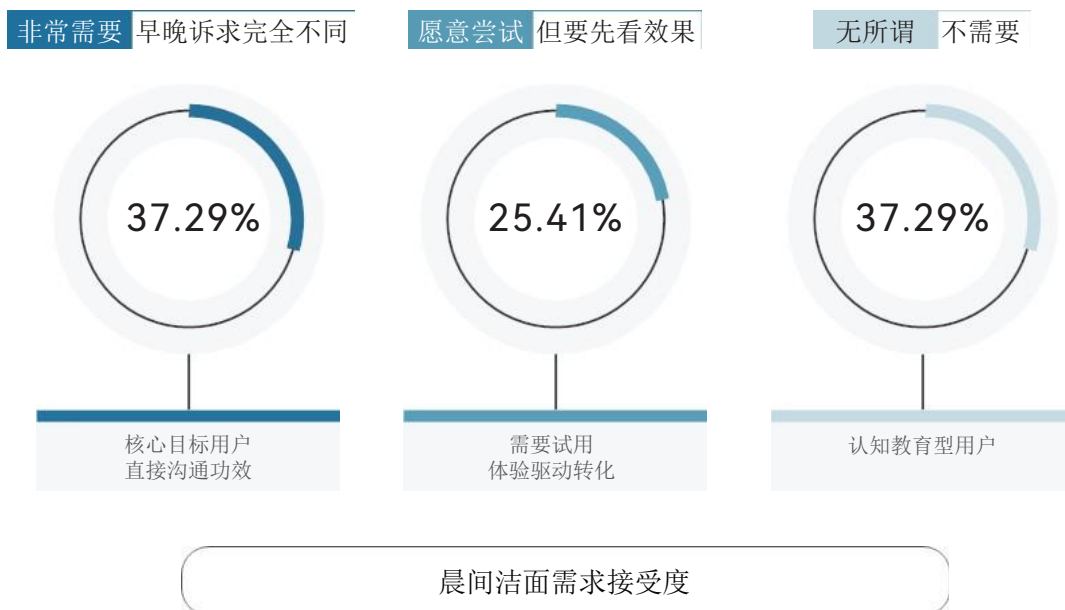
（2）场景化带动功效复合化：夜间洁面成刚需+晨间洁面新起

洁面产品的使用场景呈现鲜明的夜间刚需、日间基础的特征，83.6%的消费者将“晚上睡觉前”列为核心使用场景，这与彩妆、环境污染物清除的强需求相关。同时，晨间洁面也是重要的日常环节，有72.0%的消费者习惯在“早晨起床后”使用，其主要目的是清除夜间肌肤代谢的油脂，为后续护肤与上妆做好准备，与晚间的深度清洁共同构成了完整的日夜护肤基础。



消费者使用洁面产品的场景

62.7%的受访者对晨间洁面产品持积极或开放态度，场景细分从消费者意愿层面得到明确验证，晨间洁面是功效复合化方向中尚待深度挖掘的蓝海场景。



（3）场景适配：运动后清洁细分场景产品涌现

以雪玲妃为例，其水上运动后专用洁面产品“泳后净润洁面乳”专门为水上运动设计。针对泳后面部肌肤“余氯”问题研发。

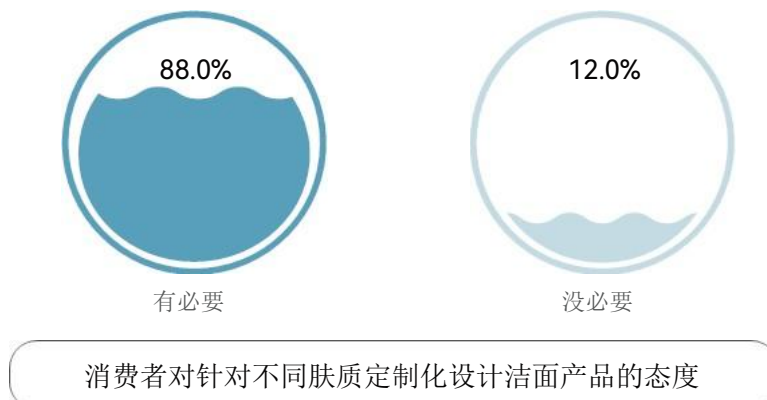


37.8%
运动后出汗

洁面功效精细多元化

（1）精准护肤成为趋势

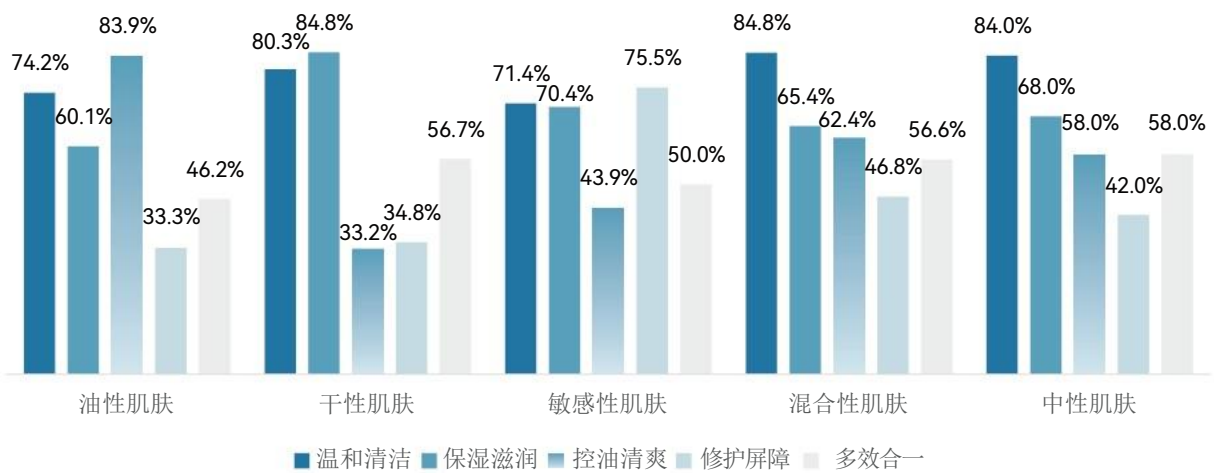
88%的受访者明确表示有必要针对不同肤质开发差异化产品，场景细分需求同样在晨间洁面研究中得到验证。这种近乎压倒性的偏好分布凸显了精准护肤理念的市场渗透力。



（2）新功效接受度提升

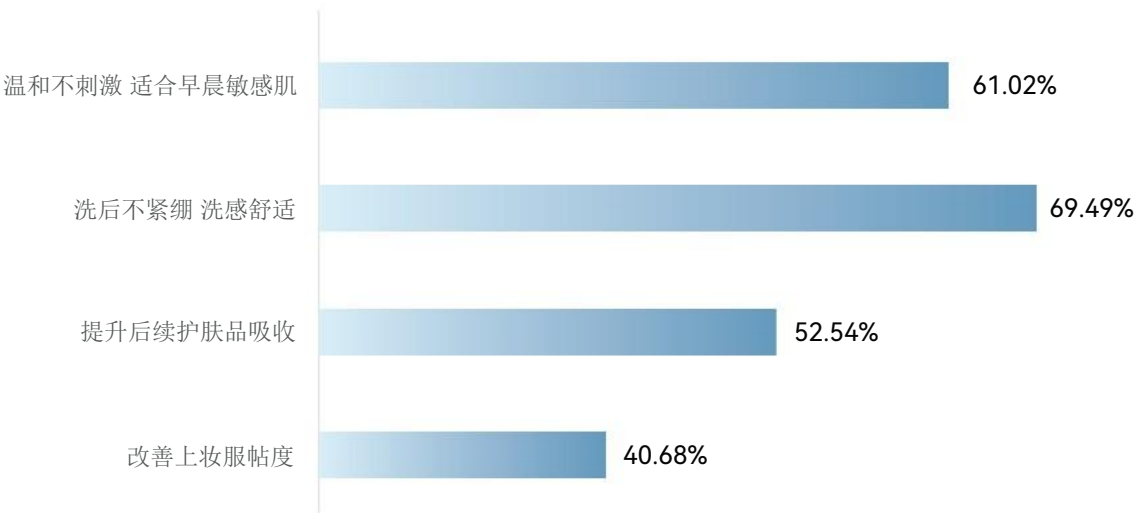
油性肌肤对控油清爽功效的需求高达83.9%，而干性肌肤则更关注保湿滋润和温和清洁。敏感性肌肤对修护屏障的需求最为突出，混合性肌肤则更青睐多效合一产品。这种显著的差异化特征表明，单一功效的洁面产品已无法满足市场需求，品牌必须通过精准定位和功效创新来应对这一趋势。

随着消费者护肤知识的提升，功效多元化已成为洁面品类发展的核心驱动力，品牌需要建立更精细化的产品矩阵来覆盖不同肤质、不同场景的清洁需求。

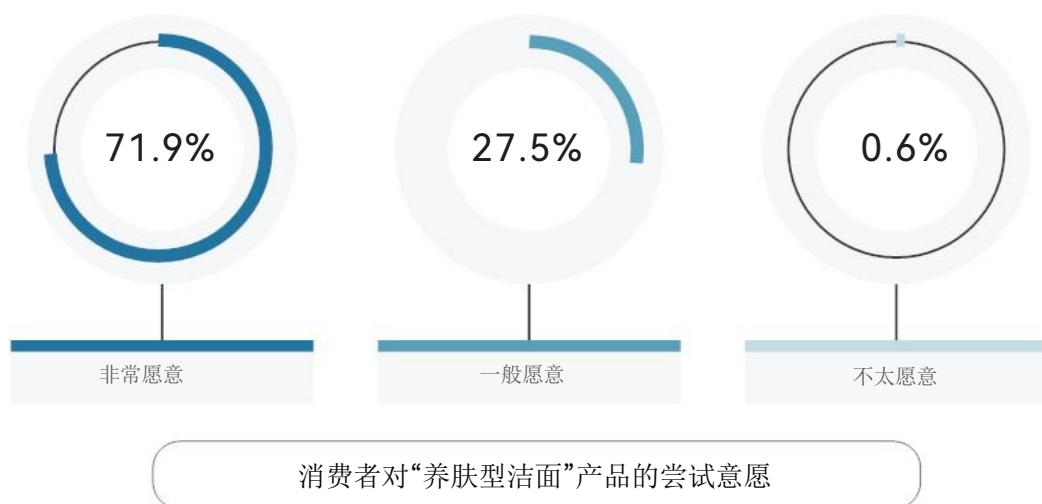


不同肌肤对洁面产品功效的需求

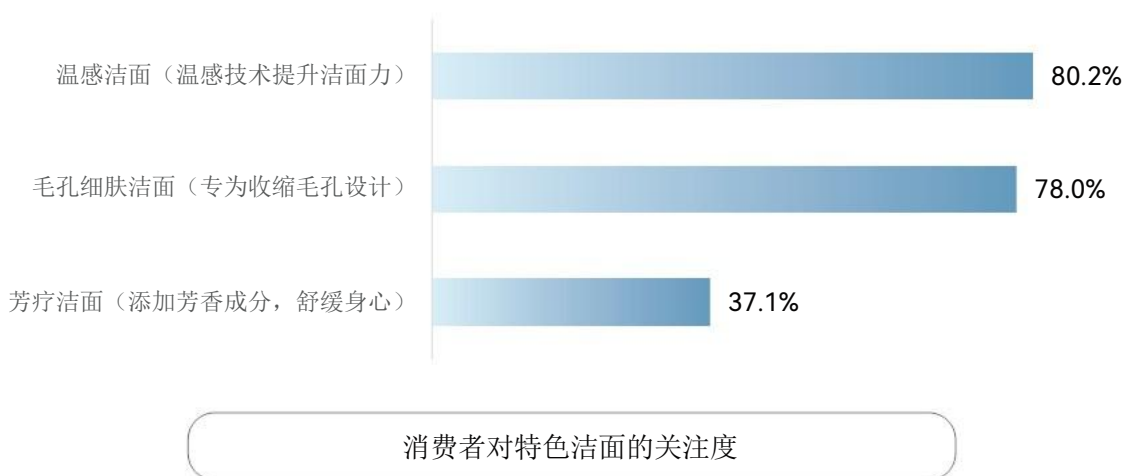
消费者的护肤认知里，晨间洁面不止是清洁，而是早上护肤的重要一步。消费者真正需要的是兼具温和、舒适、呵护屏障等多重价值的洁面方案，在清洁的同时也为后续护肤打下基础。



对晨间洁面的功能需求



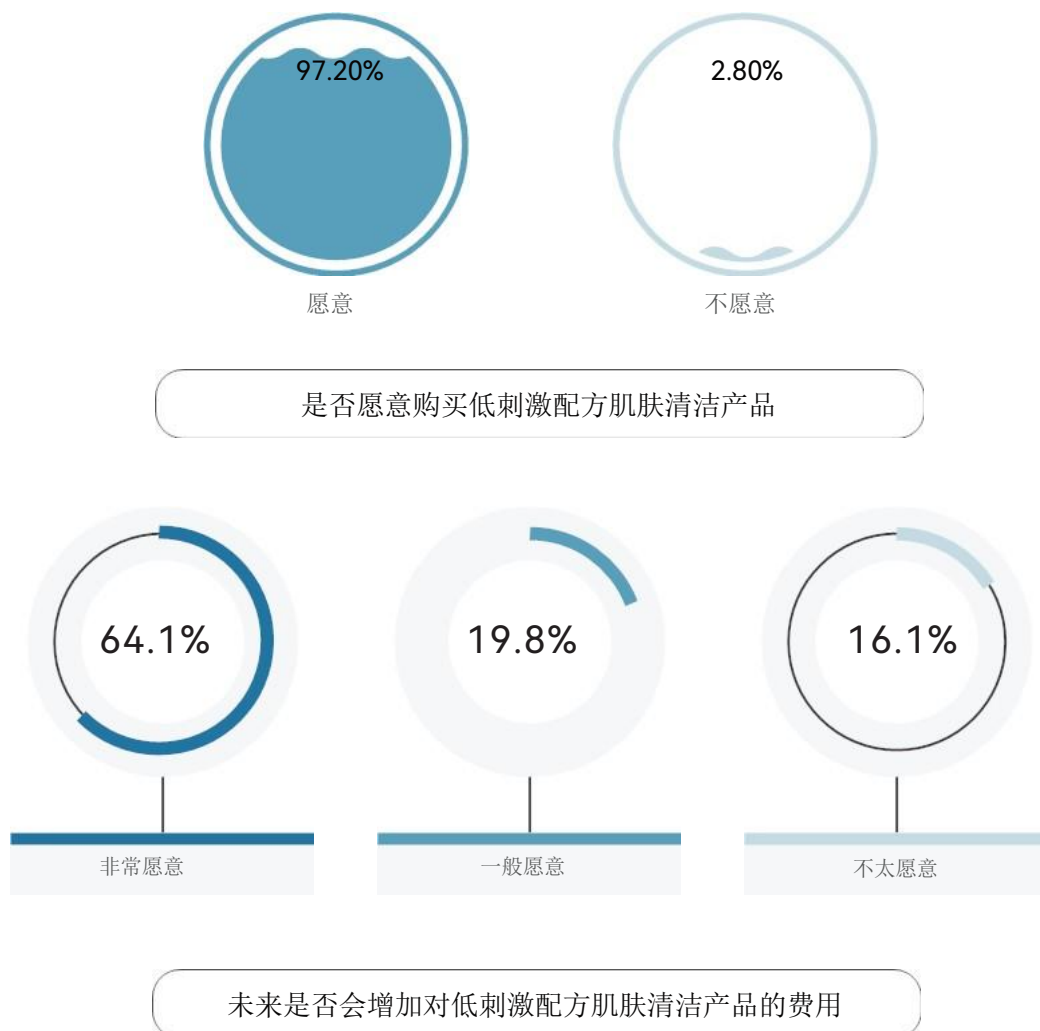
从消费者对洁面产品的关注度来看，温感洁面以80.2%的高关注位居榜首，毛孔细肤洁面以78.0%紧随其后。这表明现代消费者不仅关注基础清洁，更追求通过科技手段实现“清洁+”的复合功效。



洁面产品的温和、安全与环保诉求

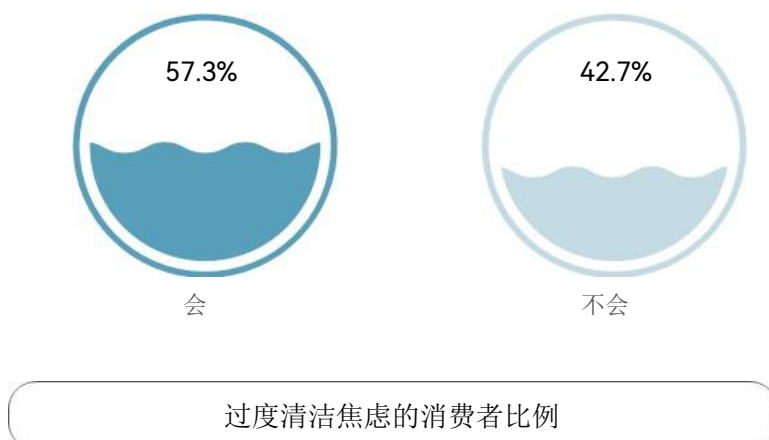
（1）低刺激配方需求激增

消费者对低刺激配方肌肤清洁产品的购买意愿强烈，大多数人愿意选择这类温和型产品。同时，消费者未来也计划增加对低刺激配方肌肤清洁产品的费用支出，表明他们在追求温和护肤方面有较高的投入意愿。



（2）过度清洁焦虑亟待缓解

57.3%的消费者存在过度清洁焦虑，过度清洁引发屏障损伤成为当前亟待解决的新痛点，屏障健康成为大众洁面选择的重要决策因素。



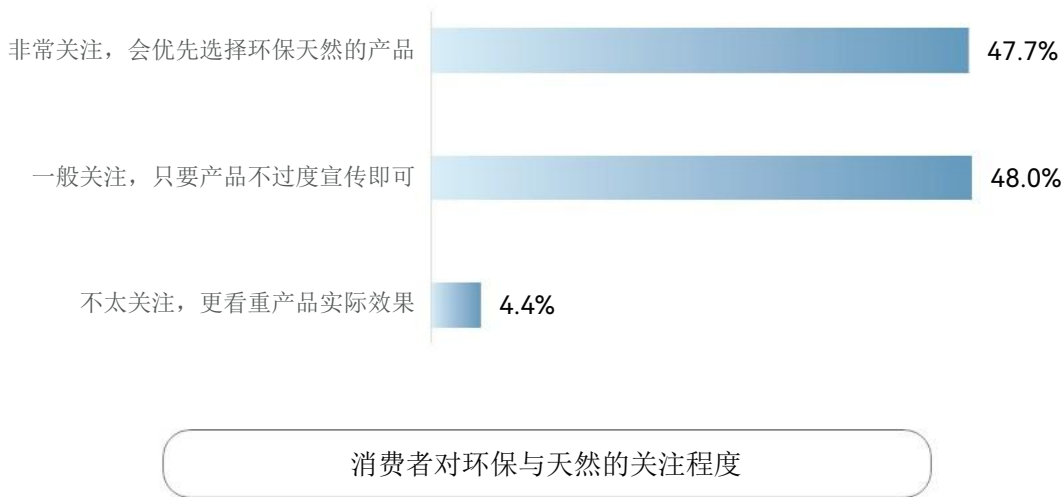
从护肤品吸收角度出发，消费者对晨间清洁方式的态度高度集中，与低刺激诉求高度呼应。71.19%受访者认为清养护清洁更有效促进后续护肤品吸收。适度去除油脂而不破坏屏障，反而有利于皮肤屏障功能与护肤品吸收效率。



（3）环保包装使用率的提升更符合消费者需求

47.7%的消费者会优先选择环保天然产品，相较于2023年的调研，占比提升了12.1个百分点。

由此可见采用环保包装、天然成分等可持续举措，既能满足主流消费需求，又能建立差异化竞争优势。当前市场环境下，将环保理念与高质价比策略有机结合，正成为洁面品牌赢得消费者青睐的关键路径。

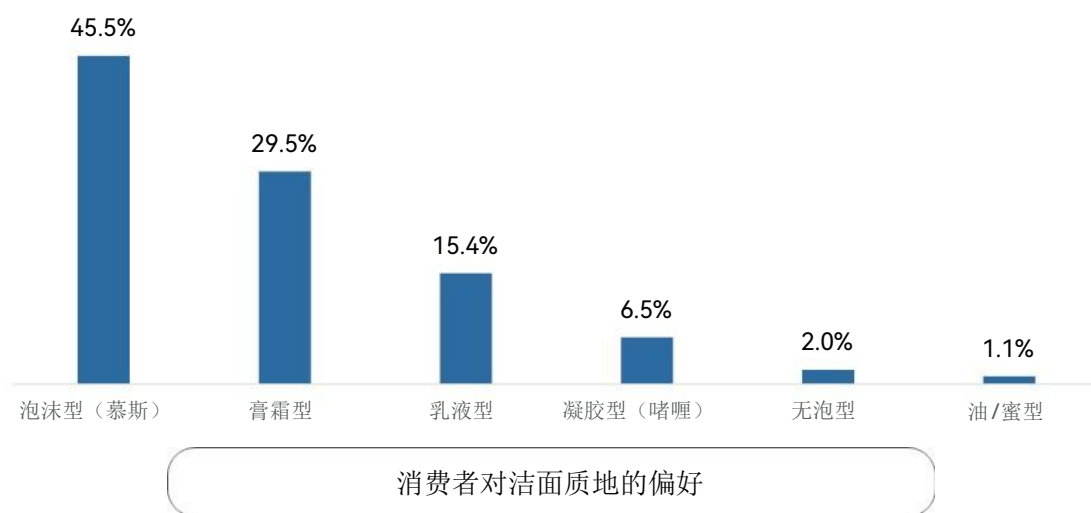


2.3

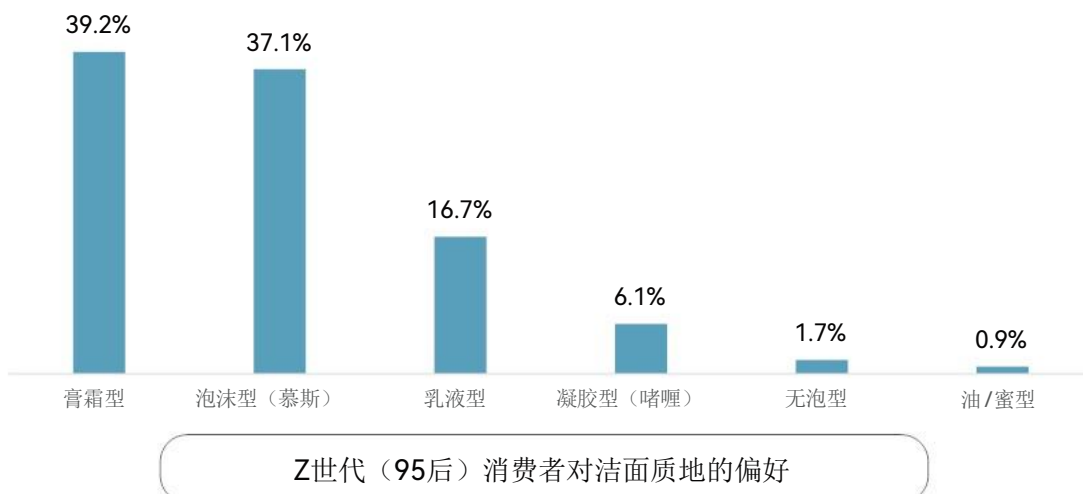
产品形态与成分偏好

剂型创新

在质地选择方面，泡沫型（慕斯）产品以45.5%的占比高居榜首，其丰富的泡沫质地和温和的使用体验深受消费者青睐；膏霜型、乳液型分列二三位，反映出市场对传统清洁方式的持续认可。

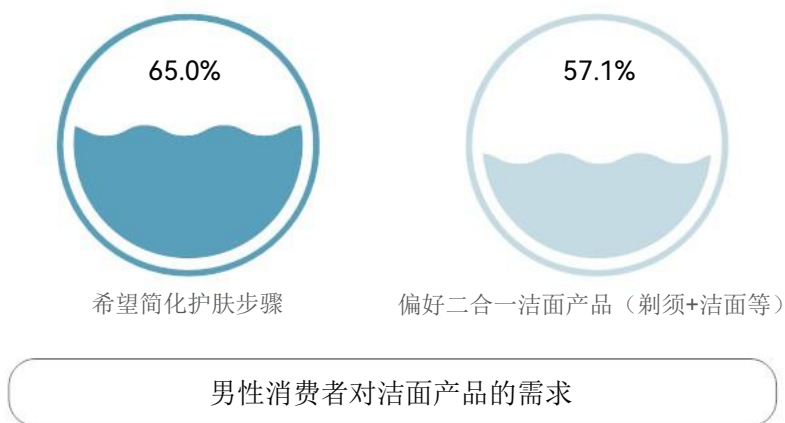


Z世代（95后）对膏霜型洁面产品偏好突出，占比39.2%，37.1%的Z世代也青睐泡沫型（慕斯）洁面，相比之下，对凝胶型（啫喱）、油/蜜型等其他质地的偏好较低。这反映出Z世代在追求清洁效果的同时，也注重产品带来的使用感受和便捷性。



（1）男性市场青睐便捷性洁面产品

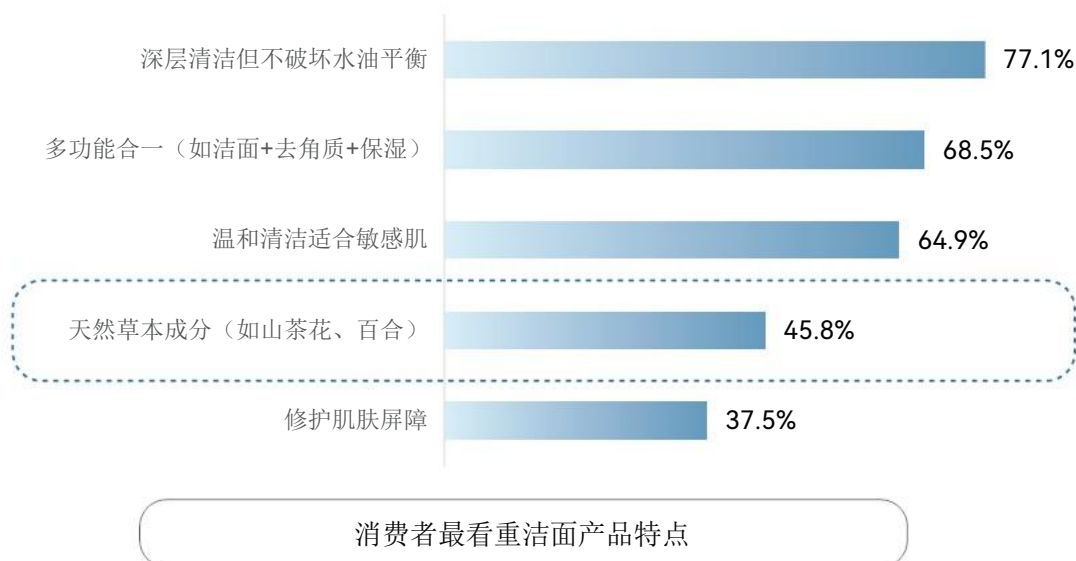
相关调研数据显示，65%的受访男性希望简化护肤步骤，多效合一的护肤品呼声高涨。在男性洁面产品市场中，剃须+洁面二合一产品备受青睐，超五成男性表示，此类便捷型二合一产品能同时满足剃须与洁面需求，节省时间，使用起来更加轻松自在，很好地契合了男性消费者追求便捷的消费心理。



成分透明度

（1）草本成分成用户关注点，中国植萃成分使用攀升

45.8%的消费者注重洁面产品中的天然草本成分，反映出“成分党”崛起，消费者愈发关注产品所使用的成分，天然植物萃取成分备受青睐。其中，中国植萃成分的使用呈上升趋势。在洁面产品市场，企业应顺应这一趋势，加大天然草本成分的研发与应用，以满足消费者对天然、安全产品的需求。

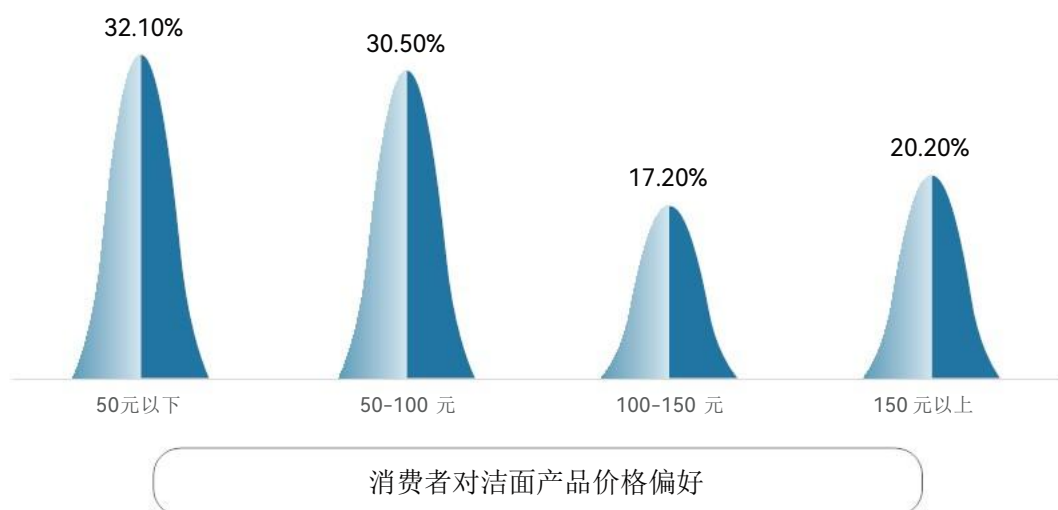


2.4

消费行为与决策路径

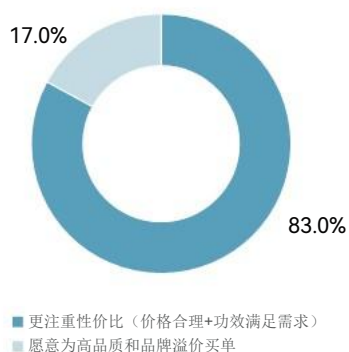
购买驱动因素

百元内洁面受青睐，高端洁面(150元以上)占比超1/5。

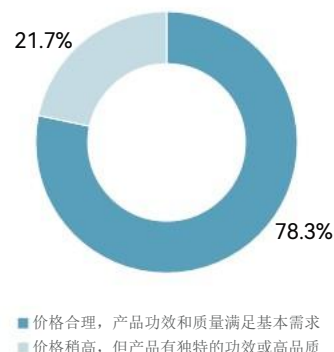


在价格敏感度方面，83%的消费者明确表示更注重“价格合理+功效满足需求”的质价比组合，仅17%愿意为品牌溢价或高端品质买单。这一趋势在质价比认知维度得到进一步验证：78.3%的消费者首选“基础功效达标且价格合理”的产品，而仅21.7%会为独特功效支付溢价。

这种理性消费特征要求品牌必须在保证产品力的基础上优化成本结构，尤其中端价格带需重点强化质价比优势。

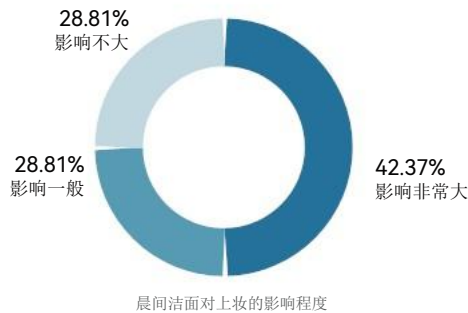


消费者对洁面产品的价格敏感度



消费者对洁面产品的质价比的认知

上妆效果是影响晨间洁面消费决策的重要隐性驱动力。调研显示，消费者不仅将晨间洁面视为清洁步骤，更将其视为上妆效果的前置决定因素。超过六成受访者将洁面效果与上妆服帖直接挂钩。这意味着晨间洁面产品“为上妆做准备”的功能属性，将成为影响消费者决策的关键卖点之一。

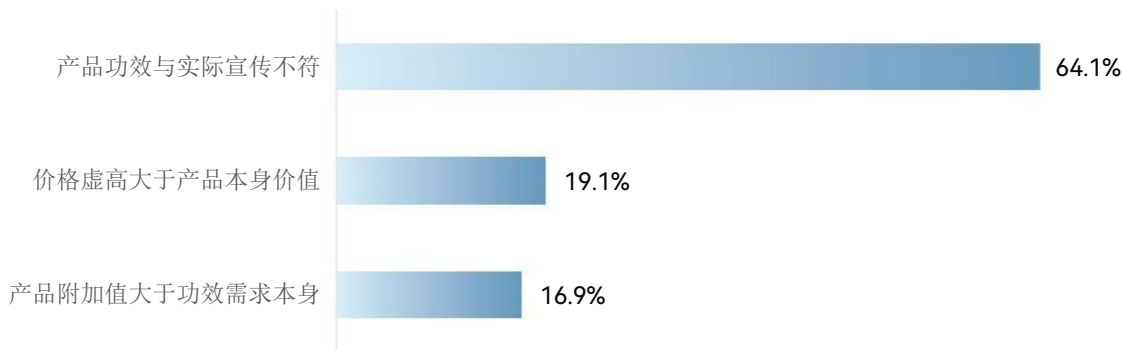


上妆效果是影响晨间洁面消费决策的隐性驱动



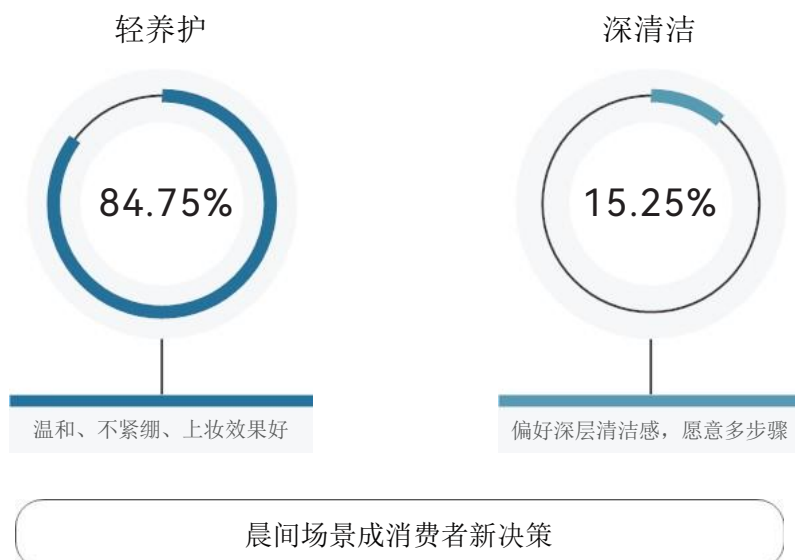
购买顾虑与决策

64.1%的消费者认为产品功效未达宣传承诺，16.9%认为品牌过度强调附加价值，反而掩盖了基础清洁功效。



消费者购买洁面产品遇到的问题

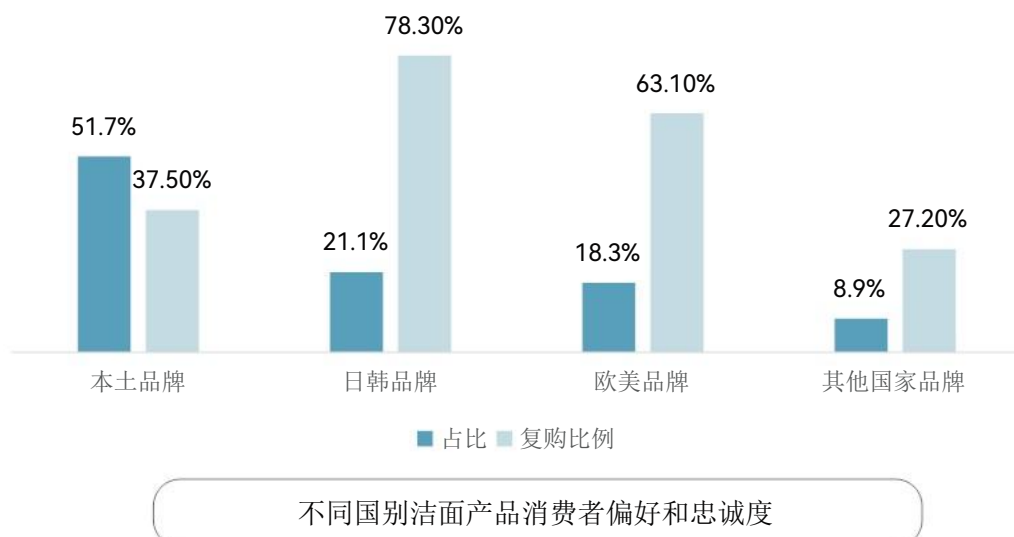
在场景化消费决策层面，晨间肌肤的专项研究揭示了一个显著规律——消费者在晨间场景下的产品选择，与其对温和护肤的整体诉求高度一致。**84.75%**的消费者在晨间场景明确选择轻养护型洁面产品，与问卷中温和护肤诉求的排名高度一致，表明场景化消费决策正在成为洁面品类的重要趋势。



品牌忠诚度和偏好

（1）本土品牌复购率提升

调研数据显示，51.7%的消费者青睐本土品牌洁面产品，其复购率为37.5%，这充分反映出消费者对本土洁面产品具有较高的偏好度与忠诚度。随着本土洁面品牌不断优化产品使用体验，满足消费者日益多样化的效果需求，消费者对本土品牌的复购率呈现持续攀升态势。以雪玲妃小黑管卸妆洗面奶为例，其复购率已成功突破**50%**。





基于中国消费者肌肤特性的洁面方案



雪玲妃 |  青眼情报

实验数据来源于雪玲妃提供的第三方检测机构，实际功效因人而异，具体效果取决于个人肤质及使用情况。

3.1

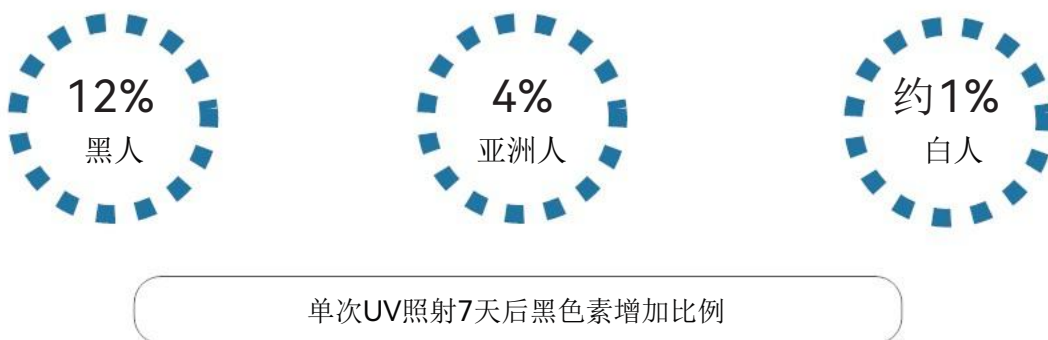
中国消费者肌肤特点研究概述

不同人种在皮肤结构、功能及表现方面具有差异性，这构成了国人在肤色、皮肤屏障、皮脂分泌、敏感度等方面的特点和差异性肌肤问题，这些因素共同作用，要求洁面护肤品开发过程中充分考虑国人肌肤特点，针对性提供更适合国人消费者的洁面解决方案。

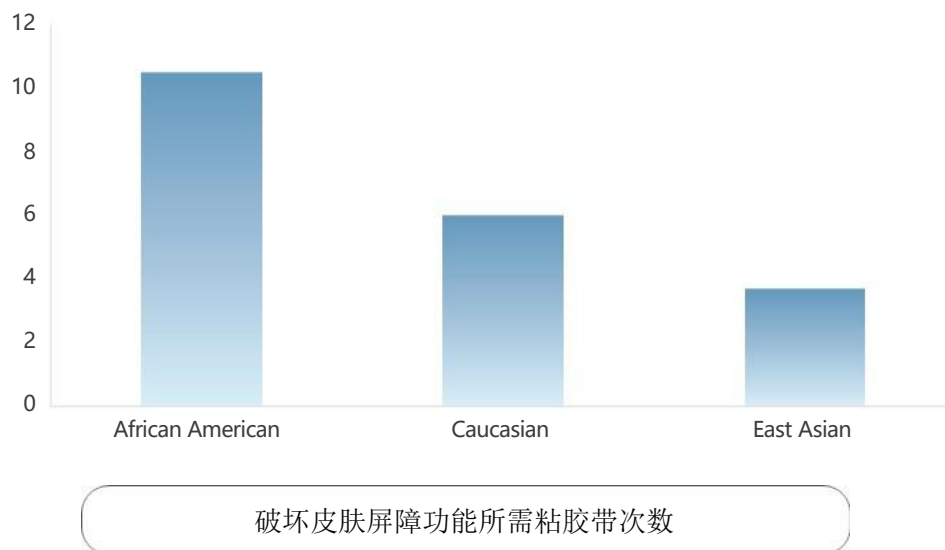
东西方人肌肤差异

不同人种在皮肤结构、功能及表现方面具有差异性，这进一步形成了东方肌肤对洁面产品的需求。

黑色素：皮肤色素的差异主要取决于黑素小体的排列方式及其所含黑色素的类型与数量。Alaluf等的黑素体大小的种族差异分析表明，相比非洲人、印度人、墨西哥人，中国人黑素体偏小。



角质层厚度：在皮肤光型对比研究中，深色皮肤需要更多次胶带剥离才能破坏表皮屏障，进一步证实其角质细胞层数更多；相反，亚洲人角质层可能相对较薄，表现为诱发相同程度经皮水分流失（TEWL）所需的胶带剥离次数更少。



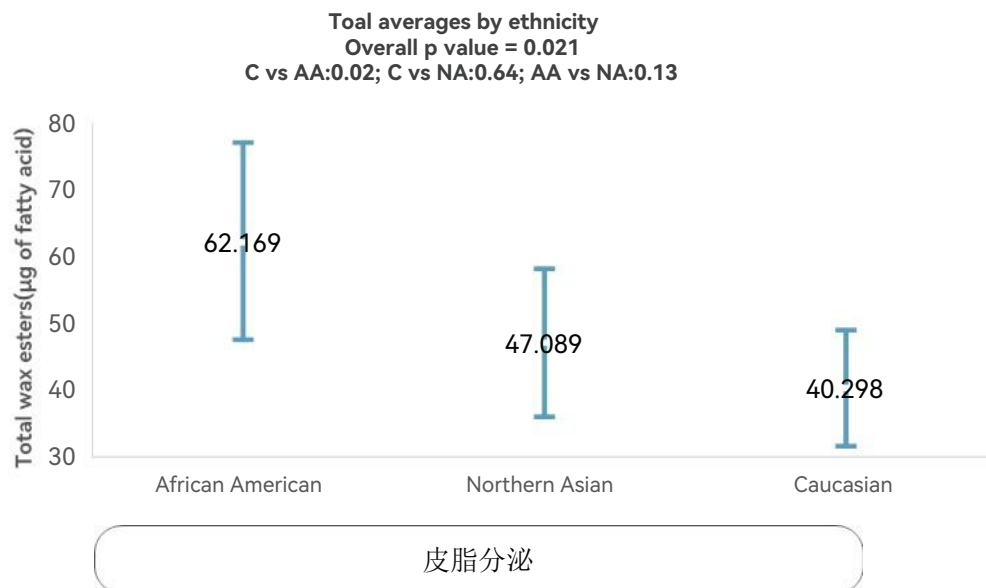
角质层脂质含量：Sugino等的研究通过分析黑人、白人、亚洲人和西班牙裔皮肤中鞘脂与神经酰胺含量等发现：神经酰胺含量呈梯度分布，亚洲人（最高）>西班牙裔>白人>黑人（最低），其中黑人角质层中神经酰胺的总含量（10.7 $\mu\text{g}/\text{mg}$ ）仅为白人和西班牙裔（20.4和20 $\mu\text{g}/\text{mg}$ ）的50%。

角质层屏障功能：Hellemans等人研究称，非洲裔美国人需要更多的胶带剥离次数才能使经皮水分流失（TEWL）达到 $18\text{g}\cdot\text{m}^{-2}\cdot\text{h}^{-1}$ ，而亚洲人所需的剥离次数较少。这与黑人角质层较厚、亚洲人角质层较薄的情况一致。

角质层含水量：Hellemans等人的研究显示，亚洲人角质层的天然保湿因子（NMF）水平低于白人和非裔美国人。

表皮-真皮功能：在光老化过程中，深色皮肤（非洲人和印度人）对紫外线的防护能力较强，而浅肤色人群（欧洲人、中国人和墨西哥人）的真皮损伤更为严重，白人皮肤常出现局灶性萎缩和坏死。

皮脂腺：皮脂是一种半固体物质，其内部存在多种结晶脂质域，研究显示，东亚人的皮脂分泌量显著低于非裔美国人，但高于西班牙裔群体。此外，皮脂的组成可能因种族或季节差异而变化，例如夏季皮脂中的油酸含量低于冬季。



皮肤刺激反应:Jourdain等人在旧金山地区开展的皮肤刺激反应研究发现，相较于其他种族，亚洲人对辛辣食物和环境突变的皮肤反应更为强烈，且更容易出现瘙痒症状。

光老化:Griffiths等和Larnier等的早期研究发现，相较于白人群体，亚洲人更易出现色素沉着变化，但皱纹问题同样存在。Estanisiao等的多中心研究进一步揭示，亚洲皮肤随年龄增长呈现以下典型变化：色素异常（如斑驳性色素沉着）出现时间较早且进展明显，同时伴随皮肤弹性降低和胶原交联增加等结构性改变，皱纹形成虽相对滞后但仍持续发展。

东西方人肌肤特点对比			
特性维度	东方人表现	西方人表现	洁面需求
屏障功能	角质层薄，NMF水平低，TEWL高	角质层厚，NMF水平较高	避免过度清洁，温和保湿
敏感性	易受刺激，瘙痒发生率高	耐受性相对较好	低刺激性，添加舒缓成分
皮脂分泌	波动大，夏季T区分泌旺	分泌较稳定	分区控油保湿，依季调整
色素问题	易色素沉着，发生率高	发生率相对较低	减少炎症刺激，添加美白成分

东方人的肌肤特点

东方人群的皮肤结构具有显著特性，这些独特的生理特征既塑造了典型的肤质表现，也带来了相应的皮肤问题。

皮肤屏障功能

东方人角质层结构相对薄弱，这种结构特征导致经皮水分流失率较高，同时伴随显著的皮肤敏感倾向，亚洲皮肤对辛辣刺激和环境突变的反应性尤为突出。这种屏障功能脆弱、高敏感性的皮肤特质，要求清洁护理产品必须兼顾温和性与安全性。

肌肤出油问题显著

东亚人的皮肤出油水平处于非裔美国人和西班牙裔人之间的中等程度，并且不同季节差别很大，夏天又热又湿的时候，皮肤出油明显增多。而且身上不同地方出油也不同，额头、鼻子和下巴连起来的“T”字区域出油更厉害。虽然亚洲人的皮肤神经酰胺含量高，但天然保湿因子（NMF）水平却比较低。这种特殊的出油和保湿因子搭配，让皮肤很容易“外油内干”，而且稍微过度清洁一下，皮肤就会受不了。所以，开发清洁产品时，一定要精准地控制清洁强度，有效控制皮肤出油，但又不能把皮肤的保护屏障给破坏了，还得考虑消费者想要分别清洁T区和非T区的需求。

肤色特点

东亚人的皮肤呈现出典型的暖色调光泽，其黑色素颗粒是以复合体形式聚集，体积较小。这种特殊的黑色素分布模式使得皮肤对紫外线的反应相对温和，依然比白种人更强。不过，由于表皮层较薄，色素沉着问题更加明显，中国女性在18-40岁期间普遍存在色沉加重、肤色暗沉及色斑早发等情况。这也表明，早期干预和适度美白护理非常重要。

光老化进程

东方人群色素异常往往先于皱纹出现，这种特征与真皮胶原交联增加、弹性纤维退化等结构性改变共同构成了亚洲特有的衰老表现。

东方人群特有的肤质特征为面部清洁护理提供了科学依据。角质层较薄、屏障功能脆弱且易敏感的肌肤特性，要求清洁过程必须温和适度，避免过度清洁导致屏障受损。理想的护理方案应兼顾清洁与修护养肤，在控油的同时注重补水保湿，并针对T区与U区不同的皮脂分泌特点进行分区护理。此外，使用含舒缓成分的产品能有效降低肌肤敏感风险。

这种基于东方肤质特点的精准清洁需求，为融合传统草本智慧的洁面产品创造了独特的发展机遇，特别是将东方特色成分与现代科技相结合的产品，既能满足温和清洁需求，又能发挥调理肤质的功效。

3.2

中国肌肤洁面的东方选择

中国独特的地理环境和气候条件孕育了丰富的植物资源宝库，现有天然药用植物10000余种，其中50%以上为特有品种。数千年的中医药实践积累了宝贵的草本护肤智慧，而现代科技与政策支持正推动这些传统资源焕发新生。

源远流长的植萃护肤传统

东方植萃护肤的历史源头，可追溯至约两千年前的《神农本草经》，其详尽地记录了诸如白芷具有美白祛斑功效、白芨能修护滋润、白术具备紧致抗皱等植物的护肤价值。到了宋代，《太平圣惠方》中创制的“七白膏”，在宫廷与贵族女性间广为流传，用于净肤美颜；元代《丹溪心法》所倡导的药汤洁面法，为民间日常护肤开辟了新径，这些古老的护肤智慧无不彰显着古人“内调外养”的护肤哲学。明代李时珍的《本草纲目》，更是将人参（长白山为人参核心产区，当地气候寒冷、土壤肥沃，孕育的人参皂苷含量高，能深度滋养肌肤）、黄精（多产于云贵高原等地，当地湿热气候使得黄精所含多糖等成分，为肌肤提供持久保湿）等复方护肤配方推向新高度，为后世护肤提供了深厚理论根基。

而除上述经典植萃外，百合（主要分布于江南一带，当地水土滋养出的百合富含黏液质，能为肌肤补充充足水分，舒缓紧绷）、茶油（以岭南地区为优产地，其独特地理环境造就的茶油，不饱和脂肪酸含量极高，可温和清洁、滋润肌肤）、无患子（在东南沿海地区广泛种植，当地海洋性气候下生长的无患子所含皂苷，能产生细腻丰富泡沫，助力深层清洁毛孔），这些植物也在中国不同地域被逐步挖掘出护肤潜力，它们与 modern 人对天然、安全护肤的向往高度契合，为当代护肤产品创新注入源源不断灵感，也为后续山茶油表活、百合洗面奶等产品登场埋下伏笔。

新原料在政策驱动下爆发式增长

2021年，《化妆品监督管理条例》（以下简称《条例》）正式实施。《条例》中明确，“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。”在此推动下，植物原料研发取得突破性进展：

根据国家药监局官网数据，2025年全年共有169款新原料完成备案，从原料类型来看，2025年备案的新原料涵盖了化学原料、生物技术原料、植物原料和动物原料四大类，植物原料**69**款，化学原料**67**款，植物原料数量连续两年超过化学原料，是增长最快的类型。

植物原料的这种爆发式增长既得益于现代提取技术的进步，也反映了市场对植萃成分的认可。传统智慧与现代创新的结合，为国货开发更适合东方肌肤的护肤产品提供了独特优势。未来，随着研究的深入，东方草本植萃有望在温和清洁、补水保湿、舒缓修护等领域展现更大价值。

2021-2025年备案新原料类型					
	化学原料	生物技术原料	植物原料	动物原料	总数
2021年	4	2	/	/	6
2022年	27	9	3	3	42
2023年	37	17	12	2	69
2024年	32	14	38	6	90
2025年	67	28	69	5	169
	39.6%	16.6%	40.8%	3.0%	100.0%

青眼情报根据公开资料整理

与此同时，传统草本与现代科技的融合已成为当下众多领域发展的新趋势，这种结合充分发挥了两者的优势，既保留了传统草本在温和性、文化属性等方面的特点，又借助现代科技提升了其功效性和应用价值。具体表现可以从以下几方面来看：

舒缓抗敏类

代表草本

积雪草、马齿苋

传统依据

《本草纲目》载“积雪草主皮肤热疹”

现代科技赋能

超临界CO₂萃取技术提取积雪草总苷；外实验验证抗炎效率（抑制TNF-α）。

控油抑菌类

代表草本

广藿香、金盏花

传统依据

《丹溪心法》“药汤洁面法”用藿香清热

现代科技赋能

微囊包裹技术实现广藿香提取物缓释；经人体试验验证T区油脂分泌量降低34%。

保湿修护类

代表草本

黄精、银耳

传统依据

《神农本草经》“黄精久服身轻延年”

现代科技赋能

酶解技术提取黄精多糖（分子量≤5000升至82%）；经测试可降低清洁后TEWL。

温和美白类

代表草本

白芷、白茯苓

传统依据

《太平圣惠方》“七白膏”美白经典配方

现代科技赋能

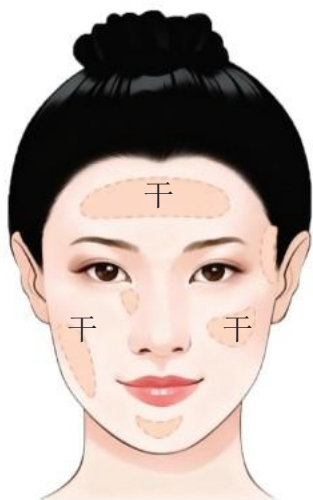
纳米级微乳技术包裹白芷香豆素（粒径≤200nm）；刺激性（皮肤斑贴试验阳性率仅2%）；酶抑制率13%。

分肤质解决方案：东方植萃的精准适配

皮肤类型的划分有多种方式，最常用的是主观认知皮肤分型。它根据皮肤水分含量（corneometer, C-M）、皮脂分泌量（sebumeter, SM），以及皮肤对外界刺激的反应性等将皮肤分为中性、干性、油性、混合性和敏感型。

特性维度	皮肤水分含量（CM；单位ug/cm ² ）	皮脂分泌量（SM；单位a.u.）	pH值
中性皮肤	≥51.91	≤95.17	4.5~6.5
干性皮肤	<51.91	<95.17	/
油性皮肤	>51.91	>95.17	/
混合性皮肤	<51.91	>95.17	/
敏感型皮肤	一种耐受性差、容易过敏的皮肤状态		

干性皮肤



皮肤特点

干性皮肤的角质层存在明显的脂质缺乏问题，主要表现为神经酰胺、胆固醇、长链游离脂肪酸等关键屏障成分含量不足。这种脂质组成异常导致皮肤屏障功能受损，保水能力下降，角质层含水量显著降低。虽然皮脂分泌较少使皮肤表面不易出现油光，但同时也造成了天然保湿因子（NMF）的流失，使皮肤长期处于干燥紧绷状态，容易出现脱屑、细纹等老化迹象。

护理策略

建议选用含植物活性成分的清洁产品（如氨基酸复配银耳多糖的洁面），避免过度清洁破坏本就脆弱的皮脂膜。后续护理中，添加乳木果油、白池花籽油等植物油脂的面霜，可通过补充皮肤所需脂质，有效重建屏障功能。这种“温和清洁+保湿+脂质补充”的三维护理方案，能帮助重建健康的皮肤屏障功能。

油性皮肤

皮肤特点

油性皮肤具有旺盛的皮脂分泌能力，这种特性使其天然保湿能力较强，皮肤通常较为饱满有弹性。皮脂形成的保护膜能有效抵御外界刺激，但过量的皮脂分泌也容易导致面部油光、毛孔粗大以及痤疮等问题。



护理策略

需特别注意避免使用含皂基或SLS等强力清洁成分的产品，这类产品会破坏皮肤pH平衡，导致皮脂腺代偿性分泌更多油脂。东方植萃成分中的丹参酮（源自丹参根）能抑制油脂过度分泌，而金银花提取物富含绿原酸，具有显著的抗炎和收敛毛孔功效。此外，含有水杨酸或茶树精油的护肤品能有效溶解角质栓、调节油脂分泌。对于伴随痤疮问题的油性肌肤，可选用含黄柏提取物的产品，其小檗碱成分能针对性抑制痤疮丙酸杆菌活性。这种“温和清洁+植物控油+舒缓”的护理方案，既能维持皮肤屏障完整，又可有效改善油性皮肤的常见问题。

敏感性皮肤

皮肤特点

敏感性皮肤是一种特殊的皮肤状态，根据《中国敏感性皮肤临床诊疗指南》（2024版）定义，表现为皮肤受到外界微小刺激后，出现阵发性或周期性灼热、阵发性发红、刺痛、瘙痒及紧绷感，伴或不伴持续性红斑的一种综合征。敏感性皮肤最容易发生在面部。研究表明，敏感肌的角质层比较薄，角质细胞面积少，角质层细胞间脂质失衡，屏障功能受损，在刺激后表现出pH值内稳态受损，更容易受到外源性刺激产生炎症。



护理策略

过度清洁会导致皮肤屏障受损，进一步加重敏感问题。建议选择氨基酸类或温和表活配方的洁面产品，最大限度减少对皮肤的刺激。含有积雪草苷（可促进胶原蛋白合成）、马齿苋提取物（富含黄酮类成分）、甘草酸二钾（源自甘草根，缓解皮肤瘙痒和泛红症状）等东方植萃成分的洁面产品尤为适合。清洁时使用温水，每日早晚各一次即可，过度清洁会进一步破坏皮脂膜。后续护理可选择含神经酰胺复合物、泛醇等成分的产品，但需避免使用强效去角质或高浓度酸类产品，以免加重皮肤敏感状况。

源自东方的活性成分不仅针对各类肤质的核心问题——干性皮肤的屏障脆弱、油性肌肤的皮脂失衡、敏感肌的高反应性——提供解决方案，而且其低刺激性、高生物相容性的特点，尤其适合亚洲人较薄且敏感的皮肤特质，充分体现了“以自然之道，养自然之肤”的东方护肤智慧，为各类肤质提供了安全、有效的护理选择。

分地域护理策略：一方水土养一方肤

中国不同地区人群的皮肤特征因气候、环境差异呈现显著分化，东方植萃成分凭借地域适配性，为各区域人群提供精准清洁护理方案。以下从四大典型区域展开分析：

南方地区（高湿多敏型）

气候特征

年平均相对湿度最高达88%，冬季湿冷且温差剧烈。

皮肤问题

高湿环境抑制水分蒸发，刺激皮脂腺过度分泌，易引发油光、毛孔粗大及痤疮；冬季湿冷与温差加剧皮肤敏感（泛红、瘙痒），形成“外油内敏”的复合特征。

护理方案

采用“温和清洁+脂溶性调理”策略——以氨基酸表活为基底的洁面产品维持屏障稳定，配伍水杨酸等脂溶性成分精准控油，兼顾清洁力与温和性。

核心成分

- 岭南广藿香提取物（含百秋李醇）：针对“回南天”高湿环境，发挥抗炎抑菌作用；
- 鸡蛋花提取物（含萜类化合物）：调节皮脂腺活性，改善油光问题；
- 五指柑果提取物（含黄酮类成分）：雨季收敛毛孔；
- 山茶花提取物（含茶多酚、皂苷）：冬季增强皮肤环境适应力。

北方地区（干燥敏感型）

气候特征

年平均相对湿度仅40%，空气干燥寒冷。

皮肤问题

水分蒸发快、油脂分泌少，表现为皮肤干燥度偏高（紧绷、脱皮）；干燥寒冷削弱屏障功能，引发干燥性敏感（细纹、干纹等缺水性老化）。

护理方案

构建“修护-保湿-锁水”递进式清洁体系：

- 温和清洁：选用含长白山红参提取物（促进角质形成细胞增殖）、黄精多糖（提升自身保湿力）的氨基酸基洁面产品；
- 即时保湿：洁面后3分钟内使用含神经酰胺复合物、天然保湿因子的修护产品；
- 长效锁水：后续叠加沙棘果油、山杏核油等植物油脂类产品，形成锁水膜。

东部地区（薄敏脆弱型）

气候特征

季风性气候，湿度较高但紫外线辐射适中。

皮肤问题

角质层薄、屏障功能弱（易泛红、刺痒）；皮肤含水量低、失水率高，油脂分泌较少，呈现“薄、敏、润”特性。

护理方案

遵循“轻保湿+舒缓修护”原则：

- 清洁：选用含杭白菊提取物（黄酮类化合物）的洁面产品，降低敏感反应；
- 日常保湿：使用含龙井茶多酚的清爽型产品，提供抗氧化保护且避免毛孔堵塞；
- 特殊敏感期：局部使用山茶花籽油（高油酸成分），快速修护屏障并保持肌肤呼吸。

西部地区（厚干耐受型）

气候特征

干燥少雨，紫外线辐射强。

皮肤问题

角质层厚、屏障功能强，但水分蒸发快、油脂分泌少，表现为皮肤干燥（毛孔粗大）、耐受力高但易受紫外线损伤。

护理方案

聚焦“水合提升+抗光损伤”：

- 清洁：选用含沙棘果提取物、红景天苷（高原特有植物成分）的洁面产品，提升皮肤水合能力；
- 防护：利用成分中丰富的黄酮类物质抵御紫外线损伤，缓解干燥性老化。

东方植萃成分的地域适应性，不仅源于各区域特有药用植物资源，更因其活性物质与当地人群皮肤特性高度匹配。这种“一方水土养一方肤”的天然契合性，为不同地域人群的多样化清洁需求提供了科学解决方案。

3.3

中国肌肤的洁面方案

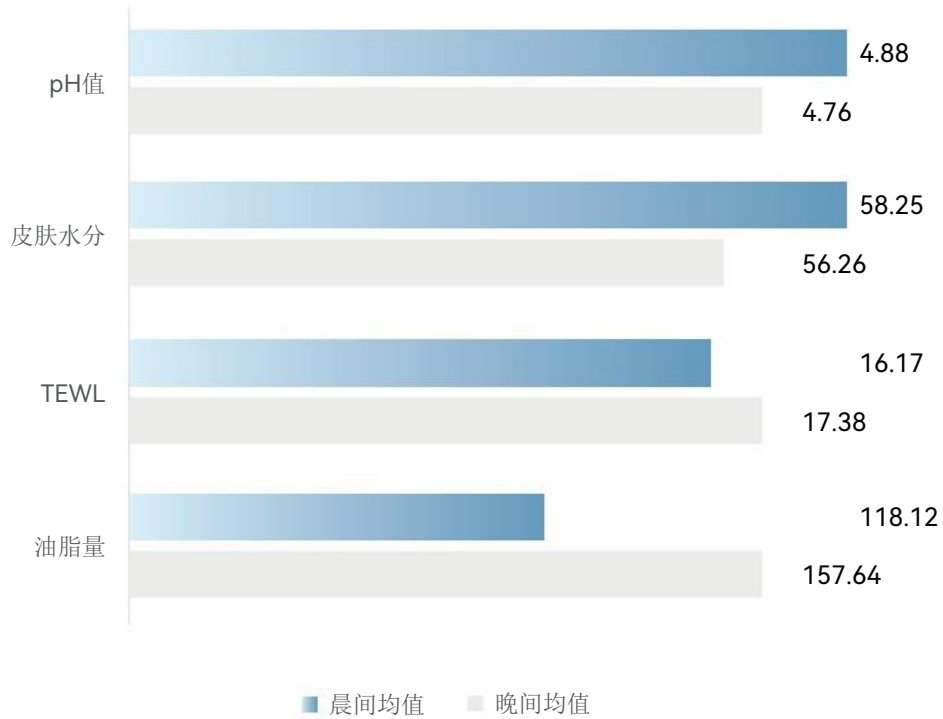
晨间皮肤实验：洁面方案的科学依据

为了验证“轻养护型洁面”对中国肌肤特别是晨间脆弱状态下的适配性，雪玲妃开展了专项皮肤实验。受试者分别于晨间与晚间使用洁颜蜜（轻养护）和洗面奶（深清洁），在洁面前及洁面后5分钟采集四项皮肤生理指标，通过双盲数据对照，量化评估两款产品在不同时段对皮肤屏障功能的影响。

检测指标	含义	正常参考值	指标意义
pH值	皮肤酸碱度	4.5-5.5	反映皮脂膜完整性，越低越偏酸性
皮肤水分	角质层含水量	30-70	数值越高皮肤越水润
TEWL (经皮水分流失)	屏障完整性	<20g/m ² h	越低说明皮肤屏障越完整
油脂量	皮脂分泌量	因人而异	天然皮脂膜厚度，保护屏障的关键层

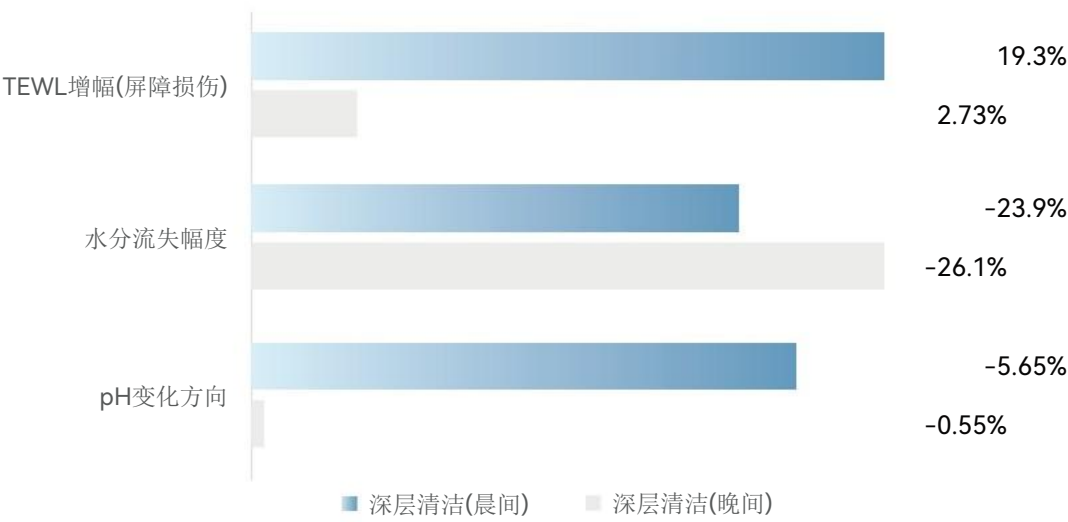
实验结论1：晨间 vs 晚间：晨间皮肤更脆弱

经研究发现，晨间皮肤油脂分泌明显少于晚间，天然皮脂膜更薄。虽然静息状态下水分和屏障数据略优，但晨间肌肤皮脂量仅为晚间74.93%，清洁后因缺乏足够油脂，恢复能力更差，整体屏障更弱，是晨间肌肤的最大隐患，因此晨间清洁对肌肤造成的伤害要大于晚间。



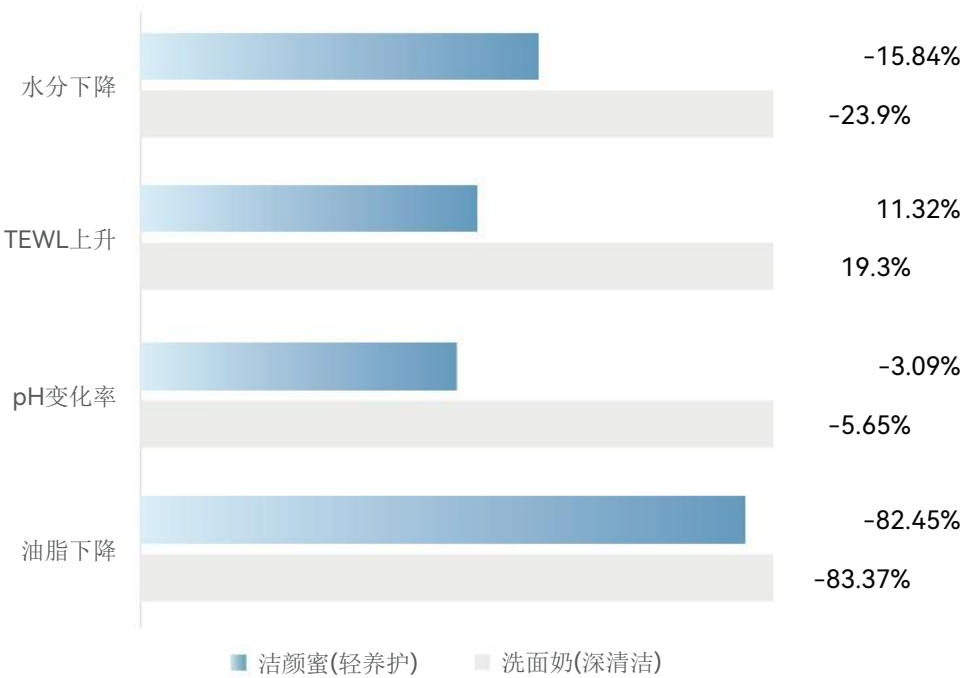
实验结论2：晨间深层清洁的危害：屏障损伤是晚间的7倍

在晨间和夜间使用同一款洁面产品发现:深层清洁会对晨间皮肤造成额外伤害。晨间深层清洁不仅造成当下屏障损伤，更使皮肤在随后一天内缺乏足够防御能力，长期如此将形成“过度清洁-屏障受损-皮肤敏感化-水油失衡”的恶性循环。



实验结论3：晨间肌肤更适合使用轻养护型洁面

深清洁型产品在晨间洁面后造成的肌肤水分流失，同一批受试者在晨间分别使用轻养护型、深清洁型产品，对比两款产品洁面后5分钟的皮肤变化率，是轻养护产品的接近2倍。清除油脂的能力相近，但深清洁产品对肌肤的损伤程度远超轻养护型产品，表明深清洁产品不适合在晨间使用。



更适合中国肌肤的洁面表活

当下消费者在挑选洁面产品时，成分的安全性、温和性与功效性是核心考量要素。据相关数据显示，在洁面产品成分排名中，椰油酰甘氨酸系列表活（包括椰油酰甘氨酸钠、椰油酰甘氨酸钾、椰油酰甘氨酸等）以及新兴的山茶油酰甘氨酸备受关注。从备案增速来看，山茶油酰甘氨酸作为2025年的新备案成分，增长态势迅猛。

一方面，消费者愈发青睐天然来源的成分，像山茶油酰甘氨酸，其脂肪酸源自山茶油，贴合消费者对植物来源、更天然护肤的需求。另一方面，对于敏感受众群体而言，追求温和不刺激的洁面体验成为日常刚需，促使品牌不断优化产品配方，筛选出刺激性更低的表活组合。

（1）雪玲妃：首款新原料成分「雪茶灵」

「雪茶灵」又名山茶油酰甘氨酸，是一种通过有机合成制备的阴离子型氨基酸表面活性剂。其化学本质是N-酰基氨基酸盐的一种具体衍生物。其分子结构由一个亲脂的酰基链和一个亲水的氨基酸盐头基通过酰胺键共价连接构成。酰基链来源：源自山茶（*Camellia oleifera* Abel.）籽油中的天然脂肪酸（主要成分为油酸、亚油酸等）。亲水氨基酸头基：为甘氨酸（Glycine，结构最简单的氨基酸）的钠盐或钾盐形式。代表性化学名称：通常为山茶油酰甘氨酸。



国家药品监督管理局
National Medical Products Administration

数据查询

首页

政务服务门户

国化妆品新原料备案信息 —— “国妆原备字20250003” 基本信息

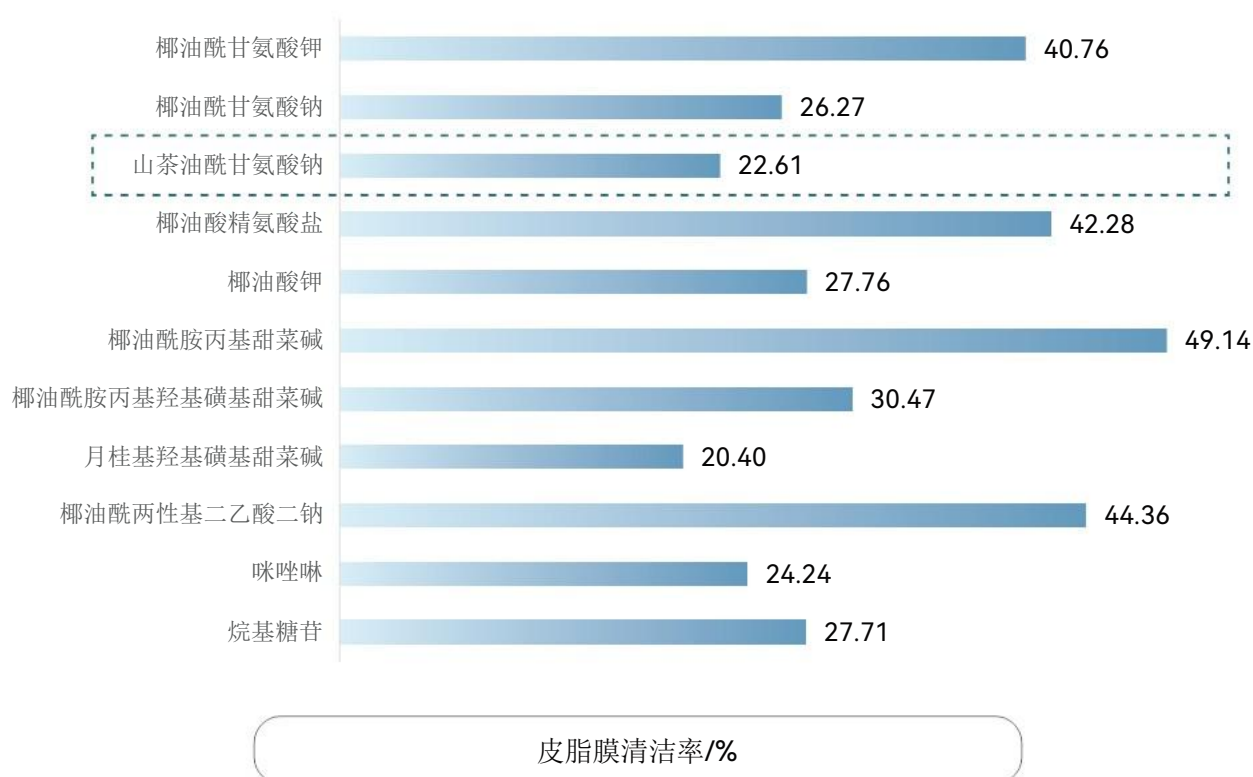
标准中文名称	山茶油酰甘氨酸
备案号	国妆原备字20250003
备案人中文	江西初美化妆品有限公司
备案人外文	
备案人住所地址	江西省南昌市南昌县小蓝经济技术开发区金沙一路1069号7栋车间
备案人所在国（地区）	
境内责任人名称	
境内责任人住所地址	
备案日期	2025-01-09
状态	安全监测期
技术要求	
备案后监督检查情况	
历史记录	
备注	
注	详情

雪茶灵常温下棕色至淡黄色片状固体。不易溶于水，使用时经中和形成澄清溶液。能显著降低水的表面张力，其临界胶束浓度处于较低水平，表现出优异的起泡、乳化及去污能力。其分子兼具天然来源的亲脂链与亲水氨基酸头基，从而在弱酸性条件下提供有效的清洁与发泡功能，同时表现出高度的皮肤温和性与良好的生物降解性，是现代温和型个人清洁护理配方的关键功能性成分。

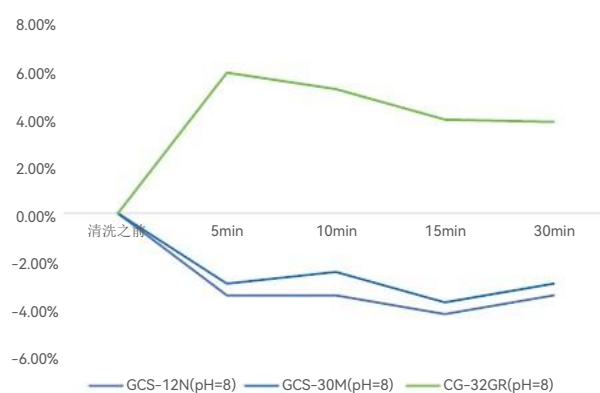
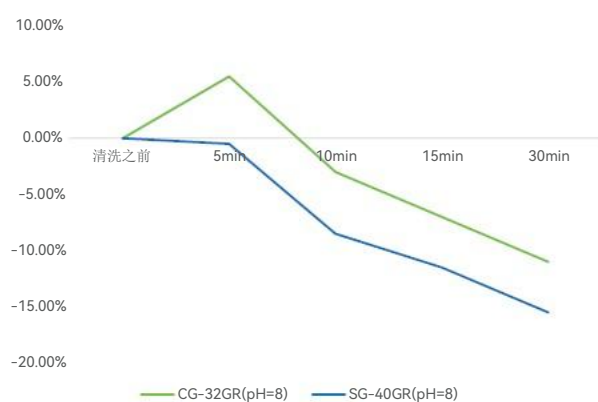
（2）革新性突破，「选择性清洁」更适国人肤质

「雪茶灵」- 山茶油酰甘氨酸是一款兼具温和清洁与护肤功效的“功效型表活”，其核心优势总结为：

选择性清洁（更锁水）：具有优异的选择性清洁能力，在高效清除污垢的同时，对皮脂膜的清洁率较低，能保护皮肤屏障“锁水墙”，减少水分流失。



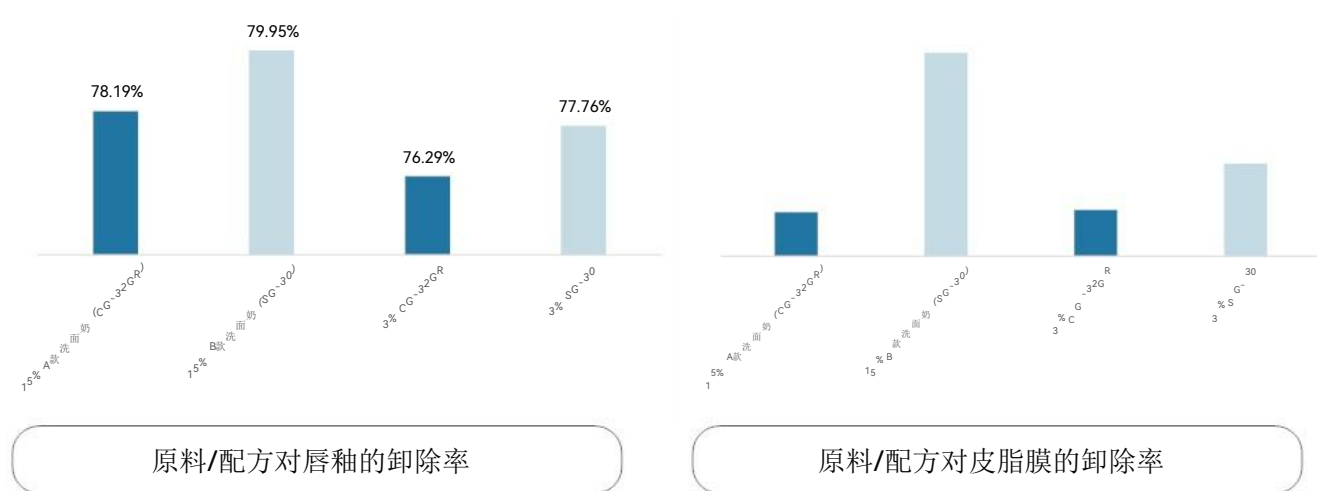
结论：山茶油酰甘氨酸钠（CG-32GR）的皮脂膜清洁率为 22.61%，在所有测试成分中处于较低水平，这表明其对皮肤屏障具有较好的保护作用。



水分含量变化率

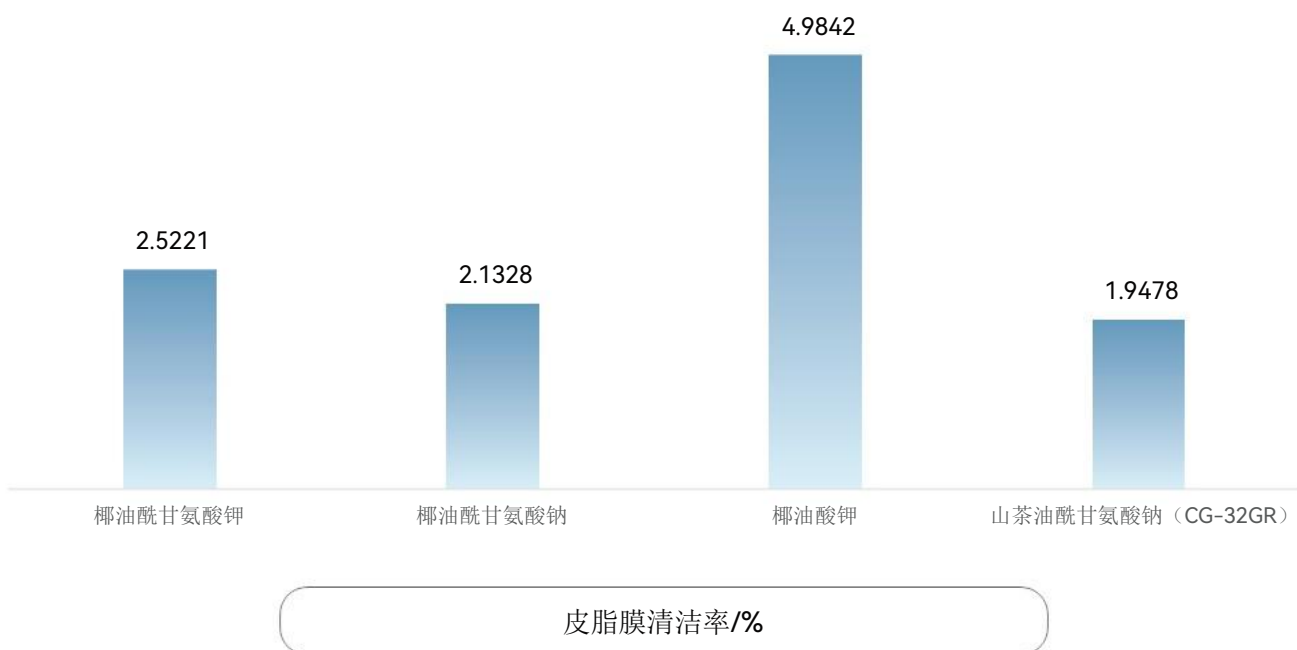
水分含量变化率 (减去标准品 SG-40GR (pH=8))

结论：CG-32GR 与 SG-40GR（椰油酰甘氨酸钠）、GCS-12N（椰油酰甘氨酸钠）、GCS-30M（椰油酰甘氨酸钠 & 椰油酰两性基乙酸二钠）对比，其皮肤水分测试结果更优。



结论：HONDU CG-32GR（山茶油酰甘氨酸钠）和以HONDU CG32GR为主表活的A款洗面奶具有选择性清洁的效果，HONDU SG30（椰油酰甘氨酸钠）和以HONDU SG30为主表活的B款洗面奶不具有选择性清洁效果。

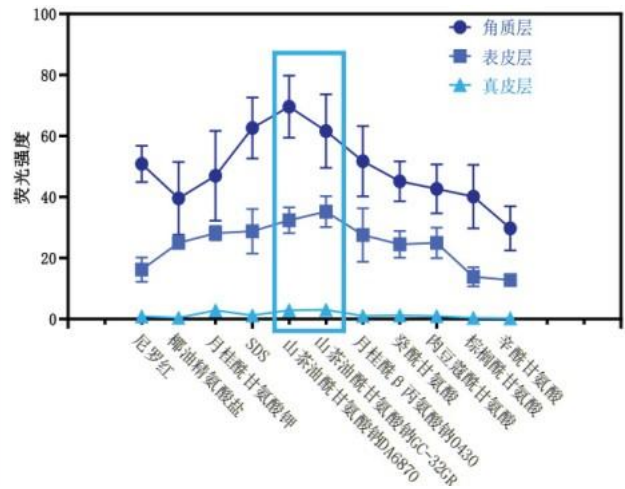
低刺激性（更温和）：在Zein（玉米醇溶蛋白）刺激性测试中，山茶油酰甘氨酸钠刺激值低于常规阴离子表活（如椰油酰甘氨酸钠/钾），且在细胞毒性检测中表现出更低的损伤性。



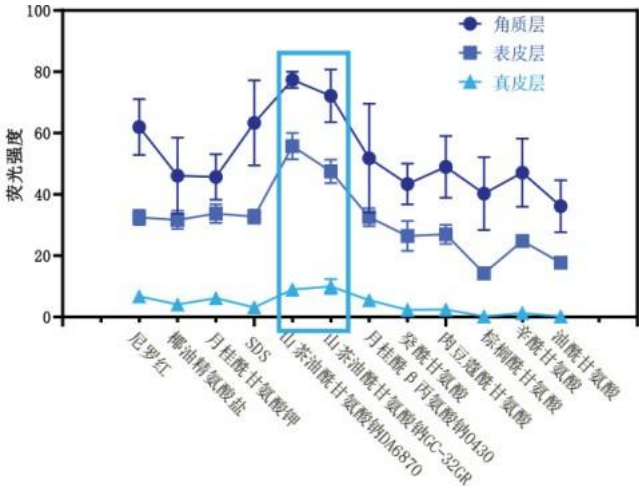
结论：Zein测试的表活刺激性的方法，主要是根据表活对蛋白的静电作用破坏蛋白结构、溶解蛋白去评估刺激性；所以阴离子表活的刺激性要比两性和非离子的强；在同样是阴离子表活的维度对比，CG-32GR 刺激性较低。

多重护肤功效（更多效）：具备抗氧化（SOD活性高于水组）、修护（0.0002%浓度下可促进角质细胞修护）及辅助祛痘（促进粉刺恢复且无明显不良反应）的作用。

6h透皮数据



12h透皮数据



结论：从这里看不论是 6h、12h 山茶油酰甘氨酸钠的透皮强度都比较高，说明渗透较多。
注：DA6870 是工厂试产样品。

「雪茶灵」- 山茶油酰甘氨酸成分表现

清洁表现	选择性系数	在原液、pH=7、pH=8条件下，其选择性清洁系数均高于常规椰油酰甘氨酸盐。
	皮脂膜保护	对皮脂膜清洁率较低，有助于维持屏障健康。
温和度与安全性	Zein测试	刺激值显著低于K12和常规阴离子表活。
	残留性	在皮肤上的残留量相对偏高，有助于在皮肤表面发挥后续功效。
细胞毒性		0.1mg/ml浓度下的细胞毒性低于月桂酰甘氨酸钾。
泡沫指标	发泡速度	在pH=7/8时发泡时间均短于常规甘氨酸盐
	泡沫形态	pH=7时气泡数量更多，Sauter直径（粒径）更小，质地更细腻。
护肤功效	抗氧化	脂质过氧化程度（MDA）与水组接近，且SOD活性更高，无氧化应激损伤。
	修护力	细胞划痕实验证明其在低浓度下对人角质细胞有促进修护作用。

「雪茶灵」- 山茶油酰甘氨酸与其他表活的对比

	椰油酰甘氨酸钠	椰油酰甘氨酸钾	山茶油酰甘氨酸
维度	椰子油脂肪酸+甘氨酸钠盐，阴离子表活，pH中性偏碱（5%溶液pH 6-8）。	椰子油脂肪酸+甘氨酸钾盐，阴离子表活，pH 弱碱（10% 水溶液 pH 8-10）。	山茶油脂肪酸+甘氨酸合成（2025年新备案），结构类似椰油酰甘氨酸但脂肪酸来源不同。
清洁力	中等清洁力，泡沫细腻稳定，耐硬水（可去淡妆）。	清洁力略强于钠型，中碱性条件下发泡更丰富（需复配提升弱酸性溶解度）。	推测清洁力适中，结合山茶油特性，对彩妆溶解力更优。
温和性	极低刺激性（皮肤斑贴阳性率≤2%），敏肌/婴儿/孕妇适用。	温和性与钠型接近，可降低皂基刺激性（复配皂基洁面膏）。	更温和
肤感	清爽不紧绷，类似皂基“过水感”但更柔软（高端氨基酸洁面乳）。	清爽洁净感强，膏体质地柔软（结晶型洁面膏）。	结合山茶油滋润性，洗后更柔润。
适用场景	敏感肌专用洁面乳、婴儿清洁产品、高端无硫酸盐洁面膏。	结晶型洁面膏、混合肌分区产品（T区控油U区保湿双仓）、平价皂基复配洁面。	2025 年首款植物表活，雪玲妃山茶洁面系列。

（3）「雪茶灵」-山茶油酰甘氨酸 推荐应用场景

由于其独特的性能，该成分被推荐用于以下产品方向：敏感肌洁面：利用其精准选择性清洁，守护脆弱屏障。功效类洁面：利用自带的“抗氧化+修护”特性，提升产品附加值。温和型产品：利用其低刺激与低细胞毒性，打造亲肤友好的清洁方案。

实验综合结论：晨间洁面的科学方案

晨间 ▶ 推荐洁颜蜜(轻养护)	晚间 ▶ 可用洗面奶(深清洁)
适度去除夜间积累油脂与代谢废物	经过全天暴露，皮脂积累丰富，清洁需求更强
温和配方不破坏皮脂膜，维护屏障完整	皮肤修复能力在夜间更强，屏障更易恢复
洗后不紧绷，利于后续护肤品吸收	深层清洁油脂和残留物，为夜间修护做准备
上妆前皮肤状态最佳，妆容更服帖持久	洗后配合补水和修护产品，加速屏障重建

核心结论：晨间洁面不是晚间洁面的简单重复，而是独立的护肤场景。

皮肤实验数据证明，错误使用深层清洁产品将在晨间造成长达一整天的皮肤屏障损伤。轻养护型晨间洁面产品是保护中国肌肤天然屏障、实现全天健康肤态的科学之选——这也正是雪茶灵™(山茶油酰甘氨酸)为晨间场景专项优化的研究背景。

雪玲妃

革新性突破 独家专利成分

山茶油表活「雪茶灵」

不同于传统表活
智能选择性清洁 只清污垢 不伤皮脂



更适国人肤质
更温和 更多效

广告

1 指山茶油酰甘氨酸, 由雪玲妃备案(国妆原备字:20250003);
2 指山茶油酰甘氨酸具有选择性清洁作用, 可去除皮肤多余脏油污, 不伤害健康皮肤皮脂膜;
3 指山茶油酰甘氨酸, 属于中国发明专利成分, 专利号:ZL202010561007.6。

雪玲妃

晨间洁面专研 只清油脂 不伤皮脂

新一代 小蜜瓶 重磅开启

独家专利
山茶油表活

50%
精华



雪玲妃

(春山茶叙)

山茶油保湿洁颜蜜
Camellia Oil Moisturizing
Cleansing Honey

广告

(-17.31%)
干燥

(-5.22%)
红敏

(+4.14%)
光泽

3.4

更适合中国肌肤的洁面产品

> 更懂中国肌肤的洁面品牌

专注洁面领域：

雪玲妃作为中国洁面领域的标杆品牌，自2010年创立以来始终深耕东方肤质研究，在国人洁面研发领域取得了卓越成就。品牌基于对中国消费者屏障功能弱、耐受力低等肌肤特点的深刻洞察，开创性地提出“温和清洁，但不止于清洁”的护肤理念，将中国传统顺天应时的养肤智慧与现代科技完美融合。

在科研创新方面，2022年建立占地面积85000平方米的洁面产业园，园区集研发中心、配套设施、生产基地、采集销售、物流仓储为一体完整产业链的化妆品生产基地。设立了雪玲妃创新研究院、雪玲妃洁面研发中心、生产中转基地、物流仓储系统等核心板块，实现了从原材料采购、产品研发、生产制造到销售和物流配送的一体化管理。



自主研发创新：

雪玲妃洁面研发中心配备了先进的研发实验室，包括毒理安全实验室、检验检测实验室、微生物实验室、评香室、基础研究室、中试车间、发酵室、配方研发室、洁面研发实验室在内的多个专业实验室。专注于洁面技术与中国草本成分的研究与创新，深入研究国人肤质，专注国人洁面多元需求，开发适合中国肌肤的洁面产品。以自主研究为基石，雪玲妃先后与江西南昌大学及江西中医药大学强强联合，进行科研项目的合作与转化。雪玲妃与高校的科研项目立足于江西本土丰富的中草药资源及供应链，通过提取中药活性成分，从包裹到应用，已经成功开发出属于雪玲妃品牌独有的植物活性成分。

其中，发明专利“一种含有山茶油甘氨酸盐的清洁组合物及其制备方法”采取山茶油氨基酸表面活性剂为主要成分，开发出的清洁组合物，不仅保持了良好的清洁力、清爽感，还有效平衡了清洁力和保湿滋润的肤感，有效解决传统洁面产品易导致皮肤干燥、脱皮等问题。在降低产品刺激性方面，雪玲妃研发团队通过系统性的氨基酸表活测试与筛选，成功开发出一款兼具低刺激性与优秀发泡性能的氨基酸洁面配方。这项研究成果已发表于2025年4月的《广东化工》期刊，论文题为《以椰油酰基氨基酸盐为主体复配进行针对氨基酸洁面乳温和性改良的配方设计》，为行业提供了重要参考在标准建设方面，雪玲妃主导制定了《洗面奶清洁性能评价标准》，参与制定了《人参属植物及制品中33种原型和稀有人参皂苷的测定——高效液相色谱法》，彰显其技术领导地位。

通过持续深耕，雪玲妃已构建起从原料研发到生产销售的完整产业链，朝着“中国肌肤，中国方案”持续迈进。



雪玲妃

卸妆油的实力 洗面奶的清爽

全新 小黑管卸妆洁面乳 6.0

300款
防晒彩妆轻松卸

敏肌
适用

底妆
克星



广告

(100% 认同
卸妆能力强)

(96.6% 认同
毛孔更通透)

(93.3% 认同
温和不刺激)

雪玲妃产品矩阵：更适合国人的中式洁面全覆盖

全场景覆盖的“中国式洁面”实践基于对东方肤质的深度研究与“温和清洁，但不止于清洁”的核心理念，雪玲妃构建了覆盖“基础清洁-功能修护-附加护理”的完整产品矩阵。雪玲妃基于对中国消费者洁面习惯的深入洞察，构建了覆盖多场景、多功效的完善产品矩阵。

功效			
卸妆	 雪玲妃黑金氨基酸卸妆洁面乳	保湿	 雪玲妃山茶油保湿洁颜蜜
去黑头	 雪玲妃去黑头洁面乳	控油	 雪玲妃茶酵控油洁面慕斯
抗糖抗氧	 雪玲妃VC透靓光采洁面乳	祛痘	 雪玲妃水杨酸净痘洁面啫喱
高泡	 雪玲妃白金氨基酸云朵洁面乳	去角质	 雪玲妃去角质啫喱
平角质	 雪玲妃毛孔净透洁面膏	温和	 雪玲妃沁润洁面慕斯

场景		人群	
游泳专用	 雪玲妃泳后净润洁面乳	男士	 男士多维高能洁面露
夏日冰感	 雪玲妃薄荷冰感洁面乳	儿童	 雪玲妃氨基酸儿童洁面泡泡

这种产品布局形成了从基础清洁到功能型产品的完整覆盖，每款产品都针对特定使用场景和肤质需求开发，既满足了油性肌肤的控油需求，又兼顾了敏感肌的温和诉求，更创新性地将卸妆、去角质等附加功能融入洁面步骤，完整诠释了“中式洁面”的多元化特征。

雪玲妃的“中国式洁面”价值内核

从快节奏人群的高效清洁到外油内干肌的控油保湿，从敏感肌的屏障守护到屏障受损肌的修护进阶，再到卸妆、去角质的场景延伸，雪玲妃的产品矩阵以“精准定位+技术创新”为核心，完整覆盖了不同肤质、不同场景的清洁需求。这种“多场景覆盖、多功效融合”的布局，不仅满足了东方消费者对“高效、安全、本土化”的清洁诉求，更通过科技赋能传统洁面，重新定义了“中国式洁面”的多元化与科学性，成为本土品牌“懂中国肌肤”的最佳实践。



中国洁面市场未来展望

雪玲妃



4.1

中国洁面市场升级加速

中国洁面市场正稳步扩容，2022年至2024年，其规模从505.3亿元增至521.2亿元，年均增长约1.6%。消费升级趋势下，消费者对高端洁面产品的需求攀升，推动产品均价上涨。如雪玲妃推出的小黑管卸妆洗面奶，其创新的“卸妆 + 洁面”二合一配方，不仅满足了消费者对便捷性的需求，还凭借高端定位提升了产品附加值。下沉市场潜力巨大，随着居民护肤意识的提升和消费能力的增强，低线城市对优质洁面产品的需求不断涌现。同时，原料国产化率的提升为市场规模扩张提供了有力支撑。国内原料供应商在技术研发上取得突破，打破了国际垄断，降低了生产成本，提高了供应稳定性，增强了中国洁面品牌在市场中的竞争力。

4.2

洁面功效呈现“洁面 +”新形式

功效复合化与精准化并行：消费者对洁面产品的功效需求日益多样化，要求产品既能满足基础清洁，又能兼顾保湿、控油、舒缓等多重功效。雪玲妃的小黑管卸妆洗面奶就是一个典型案例，其融合卸妆与洁面功能，采用氨基酸基底，温和无刺激，特别适合都市年轻人群快节奏的生活方式。针对油性肌肤，雪玲妃的百合保湿面乳则专为东方肌肤设计，其独特的“长效控油+深层保湿”配方，能有效解决油光、黑头闭口等问题，精准定位油性肌肤的核心需求。

基础清洁需求转向“洁面+”多维功能：基础清洁已不能满足消费者需求，“洁面+”多维功能产品成为市场新宠。如雪玲妃的沁润洁面慕斯，专为敏感肌研发，采用双重弱酸性氨基酸表活构建pH适配体系，其绵密泡沫能深入清洁毛孔油脂，同时守护肌肤天然屏障；还有双生修护精华洁面乳，采用双管设计，将清洁与修护精华分离保存，使用时混合激活，既确保清洁力又降低刺激风险，满足国人屏障修护需求。

4.3

情绪洁面需求扩大，洁面体验进一步升级

情绪价值凸显：洁面过程已成为消费者舒缓压力、放松身心的重要时刻。约47%的消费者表示关注香氛洁面产品，期望在清洁的同时享受怡人香气带来的愉悦感。雪玲妃推出的一款香氛洁面产品，其淡雅的薰衣草香味，能够让消费者在使用过程中感受到宁静与放松，仿佛置身于薰衣草花海之中。同时，约38%的消费者希望洁面产品能进一步“优化包装设计与使用体验”，雪玲妃为此设计了精美的包装和便捷的按压式瓶口，提升了产品的仪式感和使用便捷性。

情绪疗愈：香氛洁面与仪式感包装：香氛洁面产品市场潜力巨大，品牌可与专业香料公司合作，开发独特的香氛配方，打造专属的品牌香气，提升消费者的记忆点和忠诚度。同时，注重产品的包装设计，采用磨砂玻璃瓶、金属质感的瓶身、独特的瓶盖造型等，提升产品的档次感和仪式感，为消费者带来更加愉悦的使用体验。

4.4

技术创新与成分突破，或迎更适国人肤质表活

氨基酸洁面持续领跑：氨基酸洁面产品凭借温和、不刺激、保湿等优势，在市场中占据领先地位。其 pH 值接近人体皮肤的酸碱度，清洁的同时不会破坏皮肤屏障，深受消费者喜爱。如雪玲妃的沁润洁面慕斯，采用双重弱酸性氨基酸表活构建 pH 适配体系，为敏感肌提供了温和的清洁方案。

更适中国肌肤的表活问世：雪玲妃在表活研发领域取得创新成果，其专利“一种含有山茶油甘氨酸盐的清洁组合物及其制备方法”，以山茶油氨基酸表面活性剂为主要成分，开发出的清洁组合物，平衡了清洁力和保湿滋润的肤感，解决了传统洁面产品易导致皮肤干燥、脱皮的问题。未来，随着更多适合国人肤质的表活问世，中国洁面产品的品质和竞争力将进一步提升。

4.5

政策与可持续发展

规划与绿色制造

新规要求功效宣称必须提供人体试验报告，这推动了化妆品企业加大研发投入，确保产品功效的真实可靠性。同时，绿色包装材料的应用率在2025年已达到40%，碳积分奖励机制也促进了绿色消费。品牌可采用可回收、可降解的包装材料，如纸质包装、生物降解塑料等，减少对环境的影响，树立良好的企业形象。

全球化布局，本土品牌出海加速

随着中国本土品牌的崛起，其全球化布局步伐加快。最常见的出海方式是通过跨境电商平台，将产品销售到东南亚、欧美等多个国家和地区。国货本土品牌的洁面产品凭借优秀的品质和独特的东方护肤理念，受到了海外消费者的喜爱。同时，品牌在海外市场积极推广中国传统文化，如推出具有中国特色的限量版包装等，提升了中国品牌的国际影响力。未来，中国本土洁面品牌将在全球舞台上发挥更加重要的作用，为全球消费者提供优质的洁面产品和服务。

未来，在消费升级的大趋势下，中国洁面市场将从单一的“功能导向”全面转型至注重消费体验的“体验导向”。在这个过程中，企业需要深度融合科技、人文关怀和可持续理念，以此来构建自身的核心竞争力。只有如此，才能在规模高达500亿的市场蓝海中脱颖而出，占据有利地位，引领行业发展潮流，满足消费者日益增长的高品质、个性化和环保化需求。

青眼情报定制版

◆ 数据说明

本报告内的数据均是通过事实调研、公开资料及与第三方合作的方式提取。

为了保护被调研对象或商家机密，本报告的部分数据将脱敏处理。

凡本报告涉及到的调研结果，均指本次调研人数/范围内的结果，且只针对该问题的结果，不代表市场规模、排名等观点。

◆ 版权声明

本报告的页面内容、页面设计的所有内容(包括但不限于文字、图片、图表、标识、标志、商标、商号等)版权归出品方所有。

凡未经出品方书面授权,任何单位或者个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本报告的局部或全部内容。

任何单位或者个人违反上述规定的，均属于侵犯出品方版权的行为，出品方将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

◆ 关于我们

青眼情报，深耕美妆行业研究与消费洞察，服务数百家中外美妆企业，以专业研报与数据洞察，助力品牌卡位市场、抢占增长先机。



更懂中国肌肤的洁面品牌

BETTER UNDERSTANDING OF CHINESE SKIN
FACIAL CLEANSING BRAND

