

中国含肽化妆品行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国含肽化妆品行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202405/707918.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、行业相关定义

多肽是由氨基酸用肽键连接而成的一类化合物，其在连接方式上与蛋白质相同，通常将含有氨基酸数量少于100个的称为多肽，氨基酸数量在100个以上的称为蛋白质。

肽在生物的生长、发育和代谢中起着重要作用，人体内的各种生理进程是几乎都是由特定的氨基酸序列组成的多肽或蛋白质调控的。在皮肤自然老化和护理过程中胜肽起着重要的作用，如细胞增殖、细胞迁移、炎症、血管发生、色素形成和蛋白合成及调控等。除了人体内存在的天然肽，也可以人工设计由不同种类、数目和序列的氨基酸组成的人工肽，用以促进、模仿、改变或干扰人类细胞的作用机制，以达到护肤目的。通过外敷把这些人工肽或人工合成的天然肽送入皮肤，有望达到生成胶原蛋白、抗自由基氧化、消炎修复、抗水肿、促进毛发再生、美白等护肤效果。含肽化妆品是指含有多肽的化妆品。

肽按分子量段，可划分为大肽和小肽;按原料来源。可划分为植物、陆地动物、海洋生物。

肽类别及概述

划分依据

类别

概述

按分子量段区分

大肽

分子量段在5000-10000之间

小肽

也较低聚肽、小分子活性肽，分子量段在50-2000之间，其中2-10肽属于寡肽，10-50肽属于多肽，通常10肽及以下的分子常用于医药、化妆品、保健品生产中。

按原料来源区分

植物

通常以大豆、小麦、玉米、葵花作为原料

陆地动物

常见的原材料为牛骨，但是由于酶解条件不佳，因此总量较少

海洋生物

常见的原材料为鱼皮、全鱼、牡蛎、海参、蛤蜊

数据来源：观研天下数据中心整理

二、行业发展现状

1、市场规模

近年来我国含肽化妆品行业发展迅速，行业市场规模增速保持在25%以上，含肽化妆品行业处于行业快速发展阶段。2023年行业市场规模已经达到122.1亿元，同比增长27.06%。具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

近年来，我国居民生活消费追求逐年提升，在医疗管理、健康、护肤等方面的消费支出逐渐增加，持续刺激我国化妆品行业发展。同时随着生物活性肽成分逐渐步入国内消费者视野，市场含肽化妆品消费意愿持续上升，为生物活性肽化妆品原料市场发展提供广袤增长空间，活性肽化妆品原料行业进入高速发展阶段。

当前，国内含肽化妆品市场每年的销售量在成倍增长，带来了可观的经济效益。功能型化妆品以其抗衰老、美白、防晒和保湿等多重作用受到现代人的欢迎，抗衰老化妆品已成为21世纪化妆品行业重要的发展主题。细胞的代谢循环过程中，起决定作用的大多是蛋白质，这包括一些特殊的酶和起调节作用的细胞因子。人们从天然物质中提取或以仿生的方法设计和合成出一些活性物质，用以参与细胞的组成与代谢，修复、替代受损或衰老的细胞，抑制或延缓皮肤衰老，保持肌肤的白皙与弹性。

国内市场内对于中高端化妆品、且有抗衰、美白、补水保湿等功能性、肽护肤品的需求明显扩大。目标消费群体主要是85后及95后女性，她们对于化妆品、护肤品的消费意愿以及消费能力逐年提升。截止2023年我国含肽化妆品行业市场规模为122.1亿元，预计2031年国内含肽化妆品行业市场规模将达到372.6亿元，行业成长空间广阔。

2、供应规模

2023年我国含肽化妆品行业产量约153.28吨，同比2022年增长了17.02%。我国含肽化妆品呈稳步增长态势，行业供应能力不断增强，近几年我国化妆品多肽行业产量如下图所示：

资料来源：观研天下数据中心整理

3、需求规模

随着人口老龄化趋势的加剧,消费者对抗衰老需求不断增加。含肽化妆品作为一种有效的抗衰老产品，具有修复皮肤功能，能够减少皱纹和细纹的产生。并且随着人们生活品质提高，

对含肽化妆品的认识将会逐步加深，2022年我国含肽化妆品销量为240.52吨，较2021年增加12.18%，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

伴随人们生活水平的不断提升,化妆品市场需求也在不断地进步完善,功能性化妆品也备受推崇。生物活性多肽类化合物具有高生物活性、易吸收、安全无毒的优势,其美容护肤、抗衰老的生理作用与生物效应也被逐渐应用到美容化妆品中。由于肽类化妆品的单价通常较高,因此目标客户主要是有一定消费能力的30岁至45岁女性,她们通常对产品成分十分关注,主要需求是解决其肌肤问题,并对产品短期效果非常重视。同时17-30岁的人群也可分为抗初老客群和潜力客群,老客群目前主要依赖家中资金支持,消费的60-63%用于抗衰类产品,潜力客群目前消费较强,人数众多,约占总用户的75%左右。

随着国内含肽化妆品行业消费的进步和细分,高档化和大众化将成为化妆品含肽化妆品品牌发展的大方向。高档品牌侧重于满足消费者特定需求和主观体验;大众化产品专注于一般性的客观功能性需求。

消费者对含肽化妆品的需求主要源于对美容效果的追求。消费者对含肽化妆品的偏好主要体现在以下几个方面：

天然性：越来越多的消费者倾向于选择含天然成分的化妆品，含肽化妆品中，使用天然肽成分的产品更受欢迎。

高效性消费者期望含肽化妆品能够在短时间内见效，并对肌肤产生显著改善。

安全性：消费者对化妆品的安全性非常重视，他们更愿意选择通过临床测试并得到认证的含肽化妆品。

三、行业竞争格局

目前，国内获得化妆品生产许可证的企业有 4,000 多家，国产化妆品种类接近500,000种，生产企业数量众多，整体市场的集中程度不高且国外企业占主导。

在含肽化妆品方面，由于多肽可以控制人体的生长、发育、免疫调节和新陈代谢，目前，我国化妆品企业中涉足含肽化妆品生产的企业较多，如巨子生物、上海家化、珀莱雅等，但是

大部分企业产能及生产规模较小，产品档次较低，产业格局相对分散。目前国内含肽化妆品市场以外资企业占据主导地位，宝洁、欧莱雅、联合利华等国外品牌在我国的含肽化妆品市场上占据较大份额。近几年，随着品牌、厂商和品类越来越繁杂，整个化妆品市场集中度逐渐下降。

未来，随着我国多肽产业链的进一步发展，原材料国产化程度将进一步提高，同时供应商数量也将逐步增加，原材料的选择范围将进一步扩大，有助于多肽企业长期稳定发展。

中国含肽化妆品行业主要品牌 企业名称 品牌 简介 巨子生物 巨子生物借助专有的合成生物学技术平台自主研发和生产多种类型的重组胶原蛋白和多种稀有人参皂苷，拥有79项专利及专利申请。公司的重组胶原蛋白技术在中国获得行业内首个专利授权，并在2013年和2016年分别获得国家技术发明奖二等奖和中国专利金奖。 珀莱雅

珀莱雅品牌隶属于“中国美妆第一股”珀莱雅化妆品股份有限公司，自2003年诞生以来，秉承着年轻前沿科技力为品牌核心实力，成为顺应时代变迁，快速渗透并影响年轻消费人群的“国货之光”品牌之一。 丸美股份 公司主品牌“丸美”，以眼部护理为突破口，致力于打造满足知性女性肌肤综合需求的护肤方案，旗下拥有“弹力蛋白凝时紧致系列”、“白色之恋纯白系列”、“巧克力青春丝滑系列”、“雪绒花纯净保湿系列”等多个系列多款产品。2007年公司推出以“天然食材养肤”为理念的大众化护肤品牌“春纪”，为青春女性打造天然护肤方案，旗下拥有“杨梅水漾保湿系列”、“弹力娇嫩系列”、“黑白摩登美白系列”等系列产品。 上海家化 上海家化高度重视品牌建设，专注于美妆、个护家清、母婴三大领域，在众多细分市场上建立了领先地位。自成立发展至今，双妹品牌曾广受民国名媛的欢迎，代表中国赢得了国际至高荣誉——巴拿马金奖；美加净品牌生产的中国的发蜡、摩丝、护手霜，是三代人的集体记忆；六神品牌在花露水中创新加入了中草药元素，是花露水品类的主导者；高夫品牌则是男性护肤品牌的领导者；佰草集品牌充分运用平衡之道，将中华文化融于现代科技，运用草本力量，展现中国女性的真实美力；家安品牌坚持科技创新，在不断创造家居清洁新品类的基础上进一步向成熟品类进军；启初品牌取自然之初，育生命之初，陪伴中国宝宝健康成长；玉泽品牌与瑞金医院进行合作，医研共创，产品专注于皮肤屏障修护，并经过临床医学专业的严格检验；Tommee Tippee汤美星品牌是享誉全球的婴幼儿喂哺品牌；典萃品牌是为中国女性打造的高科技、高功效的科研级护肤品牌。 华熙生物 华熙生物主要聚焦在功能糖、蛋白质、多肽、氨基酸、核苷酸、天然活性化合物等有助于生命健康的生物活性物开发和产业化应用。作为生物科技全产业链平台型企业，公司业务目前涵盖生物活性物原料、医疗终端产品、消费终端产品（功能性护肤品和功能性食品）。 贝泰妮 贝泰妮被认定为国家高新技术企业，公司研发中心开拓创新，实施产学研结合，紧密融合植物学、生物学、皮肤学等前沿科技，充分挖掘云南特色植物的有效活性成分，研发新一代功效性护肤品。公司旗下护肤品牌“薇诺娜”自诞生以来，运用多项专利技术，采用基于皮肤学级的温和配方，以符合美国、欧盟化

妆品要求的GMPC标准进行生产，产品的安全性、有效性得到皮肤学界专业人士及消费者的广泛认可。伽蓝集团自2001年在中国上海发展以来，伽蓝集团先后创立了中国科技美妆高端抗老品牌——美素、源自喜马拉雅的自然科技品牌——自然堂、多效敏感肌护肤专家——植物智慧、科技活性植萃美妆品牌——春夏、专业功效性护肤品牌——珀芙研、个性化的专业彩妆潮牌——COMO、倡导女性悦己主义的小众香水品牌——ASSASSINA莎辛那等多个品牌。

资料来源：观研天下数据中心整理（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国含肽化妆品行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国含肽化妆品行业发展概述

第一节 含肽化妆品行业发展情况概述

一、含肽化妆品行业相关定义

二、含肽化妆品特点分析

三、含肽化妆品行业基本情况介绍

四、含肽化妆品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、含肽化妆品行业需求主体分析

第二节中国含肽化妆品行业生命周期分析

一、含肽化妆品行业生命周期理论概述

二、含肽化妆品行业所属的生命周期分析

第三节含肽化妆品行业经济指标分析

一、含肽化妆品行业的赢利性分析

二、含肽化妆品行业的经济周期分析

三、含肽化妆品行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球含肽化妆品行业市场发展现状分析

第一节全球含肽化妆品行业发展历程回顾

第二节全球含肽化妆品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲含肽化妆品行业地区市场分析

一、亚洲含肽化妆品行业市场现状分析

二、亚洲含肽化妆品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲含肽化妆品行业市场前景分析

第四节北美含肽化妆品行业地区市场分析

一、北美含肽化妆品行业市场现状分析

二、北美含肽化妆品行业市场规模与市场需求分析

三、北美含肽化妆品行业市场前景分析

第五节欧洲含肽化妆品行业地区市场分析

一、欧洲含肽化妆品行业市场现状分析

二、欧洲含肽化妆品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲含肽化妆品行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界含肽化妆品行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球含肽化妆品行业市场规模预测

第三章 中国含肽化妆品行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对含肽化妆品行业的影响分析

第三节中国含肽化妆品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对含肽化妆品行业的影响分析

第五节中国含肽化妆品行业产业社会环境分析

第四章 中国含肽化妆品行业运行情况

第一节中国含肽化妆品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国含肽化妆品行业市场规模分析

一、影响中国含肽化妆品行业市场规模的因素

二、中国含肽化妆品行业市场规模

三、中国含肽化妆品行业市场规模解析

第三节中国含肽化妆品行业供应情况分析

一、中国含肽化妆品行业供应规模

二、中国含肽化妆品行业供应特点

第四节中国含肽化妆品行业需求情况分析

一、中国含肽化妆品行业需求规模

二、中国含肽化妆品行业需求特点

第五节中国含肽化妆品行业供需平衡分析

第五章 中国含肽化妆品行业产业链和细分市场分析

第一节中国含肽化妆品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、含肽化妆品行业产业链图解

第二节中国含肽化妆品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对含肽化妆品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对含肽化妆品行业的影响分析

第三节我国含肽化妆品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国含肽化妆品行业市场竞争分析

第一节 中国含肽化妆品行业竞争现状分析

一、中国含肽化妆品行业竞争格局分析

二、中国含肽化妆品行业主要品牌分析

第二节 中国含肽化妆品行业集中度分析

一、中国含肽化妆品行业市场集中度影响因素分析

二、中国含肽化妆品行业市场集中度分析

第三节 中国含肽化妆品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国含肽化妆品行业模型分析

第一节 中国含肽化妆品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国含肽化妆品行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国含肽化妆品行业SWOT分析结论

第三节 中国含肽化妆品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国含肽化妆品行业需求特点与动态分析

第一节 中国含肽化妆品行业市场动态情况

第二节 中国含肽化妆品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 含肽化妆品行业成本结构分析

第四节 含肽化妆品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国含肽化妆品行业价格现状分析

第六节 中国含肽化妆品行业平均价格走势预测

一、中国含肽化妆品行业平均价格趋势分析

二、中国含肽化妆品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国含肽化妆品行业所属行业运行数据监测

第一节 中国含肽化妆品行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国含肽化妆品行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国含肽化妆品行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国含肽化妆品行业区域市场现状分析

第一节中国含肽化妆品行业区域市场规模分析

一、影响含肽化妆品行业区域市场分布的因素

二、中国含肽化妆品行业区域市场分布

第二节中国华东地区含肽化妆品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区含肽化妆品行业市场分析

(1) 华东地区含肽化妆品行业市场规模

(2) 华南地区含肽化妆品行业市场现状

(3) 华东地区含肽化妆品行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区含肽化妆品行业市场分析

(1) 华中地区含肽化妆品行业市场规模

(2) 华中地区含肽化妆品行业市场现状

(3) 华中地区含肽化妆品行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区含肽化妆品行业市场分析

(1) 华南地区含肽化妆品行业市场规模

(2) 华南地区含肽化妆品行业市场现状

(3) 华南地区含肽化妆品行业市场规模预测

第五节华北地区含肽化妆品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区含肽化妆品行业市场分析

(1) 华北地区含肽化妆品行业市场规模

(2) 华北地区含肽化妆品行业市场现状

(3) 华北地区含肽化妆品行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区含肽化妆品行业市场分析

- (1) 东北地区含肽化妆品行业市场规模
- (2) 东北地区含肽化妆品行业市场现状
- (3) 东北地区含肽化妆品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区含肽化妆品行业市场分析
 - (1) 西南地区含肽化妆品行业市场规模
 - (2) 西南地区含肽化妆品行业市场现状
 - (3) 西南地区含肽化妆品行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区含肽化妆品行业市场分析
 - (1) 西北地区含肽化妆品行业市场规模
 - (2) 西北地区含肽化妆品行业市场现状
 - (3) 西北地区含肽化妆品行业市场规模预测

第十一章 含肽化妆品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国含肽化妆品行业发展前景分析与预测

第一节 中国含肽化妆品行业未来发展前景分析

- 一、含肽化妆品行业国内投资环境分析
- 二、中国含肽化妆品行业市场机会分析
- 三、中国含肽化妆品行业投资增速预测

第二节 中国含肽化妆品行业未来发展趋势预测

第三节 中国含肽化妆品行业规模发展预测

- 一、中国含肽化妆品行业市场规模预测
 - 二、中国含肽化妆品行业市场规模增速预测
 - 三、中国含肽化妆品行业产值规模预测
 - 四、中国含肽化妆品行业产值增速预测
 - 五、中国含肽化妆品行业供需情况预测
- ### 第四节 中国含肽化妆品行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国含肽化妆品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国含肽化妆品行业进入壁垒分析

- 一、含肽化妆品行业资金壁垒分析
- 二、含肽化妆品行业技术壁垒分析
- 三、含肽化妆品行业人才壁垒分析
- 四、含肽化妆品行业品牌壁垒分析
- 五、含肽化妆品行业其他壁垒分析

第二节 含肽化妆品行业风险分析

- 一、含肽化妆品行业宏观环境风险
- 二、含肽化妆品行业技术风险
- 三、含肽化妆品行业竞争风险
- 四、含肽化妆品行业其他风险

第三节 中国含肽化妆品行业存在的问题

第四节 中国含肽化妆品行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国含肽化妆品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国含肽化妆品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国含肽化妆品行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节含肽化妆品行业营销策略分析

一、含肽化妆品行业产品策略

二、含肽化妆品行业定价策略

三、含肽化妆品行业渠道策略

四、含肽化妆品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202405/707918.html>