

化妆品行业“十四五”发展规划

(2021年12月7日第八届理事会第七次会议通过)

中国香料香精化妆品工业协会

中国香料香精化妆品工业协会

二〇二一年十二月

目 录

一、前言

二、“十三五”我国化妆品行业总体情况

（一）概况

（二）存在的主要问题

三、“十四五”化妆品行业发展指导思想、实施原则、发展目标及战略措施

（一）指导思想

（二）实施原则

（三）发展目标

（四）战略措施

关于化妆品行业“十四五”规划编写说明

本规划由协会组织，江南大学执笔起草初稿，再经协会征求专家及行业意见后拟定。协会相关人员主要负责协调、核定、修改等工作。

行业有关专家和企业对规划编写工作提供了大力支持。

中国香料化妆品协会

一、前言

“十四五”时期是开启全面建设社会主义现代化国家新征程的第一个五年，也是我国化妆品行业上位法《化妆品监督管理条例》正式实施的第一个五年，两大具有历史意义转折的叠加，更加凸显了这一五年对推动我国化妆品行业高质量发展的重要意义。回顾我国化妆品行业的发展历程，生产企业数量的激增，市场规模的进一步扩大，新产品新技术的充分发展和应用，自主品牌意识不断增强，都彰显着我国化妆品行业的勃勃生机。与此同时，我们也应注意到行业发展前行的道路上的挑战。因此，为贯彻落实《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》和《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》，总结我国化妆品行业发展成绩、发现存在的问题，明确发展的指导思想、主要目标和工作重点，引导相关市场主体行为，站在“十四五”的更高起点上，借助《化妆品监督管理条例》提供的制度保障迎接挑战，特编制本规划。

二、“十三五”我国化妆品行业总体情况

（一）概况

改革开放以来，随着我国经济的持续快速发展，综合国

力、人民生活水平的巨大变化，消费者对于“美”的追求日趋强烈，促使化妆品行业得到了飞速发展，目前我国已成为全球第二大国别化妆品消费市场。但同时由于我国化妆品行业发展起步较晚，企业现状、行业发展需求与监管要求之间仍存在一定的适配差距，适应监管要求，促进行业、企业发展，将是“十四五”期间重大议题。

根据中国香料香精化妆品工业协会不完全统计（不含美容院院线产品及原料、包材等上下游链条产值），2020年我国化妆品生产企业主营业务收入达3950亿元人民币，同比增长5.3%。近五年年均增长率达到7.3%，超过同期国民经济平均增长速度。

另据国家统计局公布数据，2020年我国化妆品规上¹企业652家，主营业务收入1260.90亿元，近五年规上化妆品企业数量不断增长，年均增幅达12.2%。而主营业务收入规模和增幅则有升有降，近五年年均增幅为-0.8%。

2020年全国限上单位²化妆品零售额为3400亿，同比增速为9.5%，（增幅）在15类商品中居于饮料类（14%）、通讯器材类（12.9%）和粮油食品类（9.9%）之后，近五年平均增长率达到10.8%，高于限额以上企业商品零售总额增幅，呈现日益扩大趋势。

¹ 规模以上工业企业：年主营业务收入为2000万元及以上的工业法人单位。

² 限额以上单位：年主营业务收入2000万元及以上的批发业企业（单位）、500万元及以上的零售业企业（单位）、200万元及以上的住宿和餐饮业企业（单位）。

根据海关统计数据，2020年，我国化妆品行业进口39.6万吨，进口额198.9亿美元，同比分别增长8%和33%，出口74.9万吨，出口额36.4亿美元，同比分别增长12%和-11%。同时进出口数据显示，近五年我国化妆品进口增长速度明显高于化妆品出口增长，贸易逆差逐年拉大。

我国已经是化妆品生产大国，国内化妆品生产企业截至2021年8月已超5600家，主要集中在广东（3128家）、浙江（571家）、江苏（327家）、上海（236家）、山东（191家）福建（114家）等省市，其中上海多为大型企业，广东企业数量居多，但大多为中小企业。经过近五年的发展，我国化妆品在广东、上海、浙江、江苏和福建等省形成了优势聚集区。例如，“东方美谷”诞生五年来“从无到有、从有到优”，已形成国内规模领先的美丽健康产业集群，正从“中国化妆品产业之都”向“世界化妆品之都”奋力前行；而“美妆小镇”立足浙江，联动长三角，融入“一带一路”，打造国内领先、具有国际影响力的化妆品产业集群；广州白云区，化妆品已成为当地经济体系中不可或缺的组成部分，向来备受社会和市场的关注，根据《白云区化妆品产业提质增效三年行动计划（2018-2020年）》的部署，白云区通过持续努力，推动化妆品产业在提质增效中打造出白云品牌，逐步形成百亿、千亿的产业集群。江苏企业也正在酝酿在苏州高新区建立中国化妆品（彩妆）中心，设立总部基地、研发中心、

智能制造工厂，重点聚焦彩妆并建设时尚彩妆智能展示馆和直播基地，充分利用互联网、物联网、数字化平台等新兴科技力量，在苏州形成独特的规模优势、产业优势、品牌优势和文化优势，打造苏州经济和文化互通互融的特色经济。

化妆品具有更新速度快，市售周期短，季节性强的特点，需要企业根据市场需求不断推陈出新，导致上市前注册或备案的产品数量较大。经不完全统计，目前化妆品行政许可有效批件 7.8 万个，其中，国产特殊用途化妆品 17049 个，进口特殊用途化妆品 11219 个；国产非特殊用途化妆品网上备案总量超 325 万个，进口非特殊用途化妆品网上备案约 3.7 万个，进口非特殊用途化妆品有效备案凭证约 5 万个。

（二）存在的主要问题

上述数据反映出我国化妆品市场和行业的迅猛发展，但在实际生产经营中也暴露出我国化妆品行业存在的一些问题和不足，主要体现在配套技术支撑体系仍需完善；行业发展不平衡，企业规模普遍偏小，主体责任意识不强；行业基础研究薄弱，产品同质化竞争严重，核心竞争力缺乏等方面。分述如下：

1、新条例的配套技术支撑体系仍需完善

化妆品更新快、消费快、安全风险相对较低的特点，客观上需要对应科学、高效的上市前管理制度。新条例的出台，将极大改善原有监管模式的不足，适应当前行业的发展需要，

但要真正落地新条例，监管配套技术支撑体系仍需不断完善。

2、行业发展不平衡，企业规模普遍偏小，主体责任意识不强

我国化妆品生产企业规模普遍偏小，上述数据显示，我国九成左右化妆品生产企业属于规模以上企业。部分企业由于主客观原因，主动承担主体责任意识不强，生产过程质量管理意识薄弱，生产管理方面存在安全漏洞。加之我国《化妆品卫生监督条例》中对违规行为打击力度较弱，违法违规现象时有发生。

3、产品同质化竞争严重，核心竞争力缺乏

化妆品行业是一个科学驱动和高度创新的行业，需要较大的前期投入才能生产出符合各方需求的产品。根据欧盟化妆品协会报道，2018年欧盟至少有77家从事化妆品研究的科研机构，相关科研人员超两万人，行业共计研发投入23.5亿欧元，其中大多数大型企业将其年营业收入的5%用于研发。大型化妆品企业平均每年开发近万种产品组合，更新25%-30%的现有市售产品的。10%的更新产品会尝试使用新型原料。

相较之下，我国尚未形成针对化妆品的研发体系，内资企业对于研发投入相对较少。相关数据显示，我国为数不多的，规模较大的民族化妆品生产企业的研发投入占主营业务收入的平均数也仅在3%左右。

同时，原有化妆品行业监管体系中，缺乏对研发的政策

导向及激励机制，也间接影响了我国化妆品企业的研发投入方向及研发结构，导致化妆品功效机理、原料开发应用、安全性评估等基础型研究方面投入热情较低，资金投入不足，进而导致产品同质化竞争严重，企业核心竞争力缺乏。

另外，知识产权保护不利，也进一步加剧了产品同质化、假冒伪劣和不公平竞争，对业内企业发展带来恶劣影响，加剧行业内卷。

三、“十四五”化妆品行业发展指导思想、实施原则、发展目标及战略措施

（一）指导思想

把握我国经济发展趋势和社会发展动态，引导行业高质量发展。坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，以深化供给侧结构性改革为主线，以改革创新为根本动力，以满足人民日益增长的美好生活需要为根本目的，在化妆品这一细分市场做好国内大循环建设，为全面建设社会主义现代化国家开好局、起好步作出贡献。

（二）实施原则

“十四五”时期做好化妆品行业发展要把握好以下原则：

1、坚持以消费者需求为出发点和最终目标。化妆品是满足人民对美的需求的消费品，化妆品行业应把人民对美好生

活的向往作为行业发展的奋斗目标,不断增强满足消费者需求的能力,扩内需挖潜力,在国内统一市场逐步建立的基础上,努力形成需求牵引供给,供给创造需求的新动态平衡。

2、坚持新发展理念,提升行业发展质量。把新发展理念完整、准确、全面贯穿行业发展全过程和各方面,以创新增强发展动力,以协调提高全行业发展质量,以绿色确保行业发展的可持续性,以开放拓展行业发展新空间,开窗化妆品高质量发展的新局面。

(三) 发展目标

1、法律法规方面

《化妆品监督管理条例》的颁布实施,意味着我们迎来了一个统一、科学、高效的化妆品监督管理体系,中国化妆品行业的生态系统即将迎来一轮变革与重构,为进一步规范化妆品行业的市场竞争,推动行业不断提升产品质量安全,营造更健康、良好的营商环境提供了政策沃土与管理支撑,这将对我国化妆品行业未来产生深远的影响。

在“十四五”中,我国化妆品生产经营企业的重中之重是注重法律法规研习,遵纪守法,强化主体责任,建立健全内部管理制度,加大研发投入,坚持科技创新,不断夯实行业的质量变革、效率变革和动力变革。

2、科学技术方面

经过“十三五”发展,我国化妆品行业的研发能力大大

提升，特别是一些大型企业，已经建成了较为完善的研发体系。但是从整个行业来看，基础研究依然薄弱，产品同质化竞争严重，核心竞争力缺乏。

“十四五”期间行业迫切需要凝聚面向化妆品高端制造的化学化工、生命科学、皮肤医学、生物技术、医药工程等多学科、高水平研究队伍进行研发。坚持科技创新，紧盯最新前沿科学技术发展及其在化妆品行业的推广应用，着力强化高质量发展。

3、渠道创新方面

在互联网电子商务产业兴起前，国际化妆品品牌专注于线下营销渠道建设，并依托其强大的品牌、资金实力与线下营销经验快速建立起行业壁垒。随着天猫、唯品会、京东等主流电子商务平台的快速崛起，化妆品零售的营销思路不再局限于线下。国产品牌借助主流电子商务平台打通了产品销售渠道限制，同时借助其本土优势、快速响应优势等在细分赛道上实现快速反超。

互联网电子商务产业目前正处于快速发展期。互联网电子商务平台凭借其在信息展示、信息传播、信息分享等方面的天然优势，为零售行业提供了营销新思路。在国际化妆品品牌占据主导地位的市场格局下，互联网电子商务平台的快速发展及其特有的成本优势成为了国产品牌打破原有固化竞争格局和参与国际竞争的重要方式。

未来在行业需求持续增长的背景下，对国内消费者有较深理解、拥有丰富电商渠道运营和营销经验、占据电商渠道优势的国产品牌仍将继续领先成长。同时，进口跨境电商的兴起不仅给我国消费者带来了更多可供选择的化妆品，出口跨境电商的发展也给我国化妆品生产企业带了向世界市场进军的广阔渠道。但是，新兴渠道也存在很多问题，比如缺乏有效的监管措施、过度宣传等。

“十四五”期间，行业一方面应加强对新兴渠道的监管，正本清源。另一方面应不断跟踪新技术在市场销售中的应用，不断进行渠道创新。

4、品牌建设方面

2016年，中国香料香精化妆品工业协会成立了品牌建设委员会，对行业品牌建设起到极大的推动作用。但是，国际化妆品公司在品牌影响力、产品矩阵、研发实力和议价能力上存在显著规模优势，因而国际化妆品公司的全球化妆品行业的龙头地位相对稳固。相比之下，我国化妆品公司的品牌影响力、产品矩阵显得十分单薄，大多数企业仅有1-2个较好的品牌。短期内要冲破来自国际竞争的压力，仍是困难重重。

在“十四五”期间，行业应继续推进品牌建设，企业着力丰富品类、打造多维品牌矩阵。

5、化妆品优势区域建设方面

经过“十三五”的发展，我国化妆品在广东、上海、浙江、江苏和福建等省形成了优势聚集区。上海的东方美谷、浙江的美妆小镇走在了前例，广州的白云美湾也在加速发展。

“十四五”期间，行业应不断加强各个化妆品优势区域的建设，打造多个集化妆品研发、设计、生产、品牌孵化于一体的产业集聚区。同时，也应根据各区域化妆品发展的特色、水平来打造各具特色的化妆品优势区域，避免盲目以及千篇一律的建设。

6、人才培养方面

人才是行业发展的根本，科技发展和行业的转型升级对人才的知识结构和技能提出了很高的要求。“十四五”期间，行业应坚持以人为本的理念，健全人才培养的体系与机制，形成学位教育、职业教育和继续教育相互相承的格局。学位教育全面修订培养计划以适应现代化妆品发展对人才的需求。职业教育和继续教育要融入新科技、新业态在化妆品行业中的应用，要大力提升从业人员的知识和技能水平。

（四）战略措施

1、法律法规方面

（1）加强新条例及其配套法律法规、部门规章和规范性文件的学习，及早适应新要求，抓住新机遇，促进行业的良性发展。

(2) 加强企业主体责任意识，强化行业自律，依法从事生产经营活动，要具备与承担产品质量安全主体责任相匹配的质量安全管理能力和体系，以及风险监测和不良反应监测能力与体系。

(3) 行业要积极参与化妆品各项标准的建设和修订，鼓励企业建立科学、实用并高于行标、国标的标准。参与建设化妆品原料安全数据库。化妆品安全风险主要来源于化妆品原料的安全风险，安全的化妆品原料将大大降低化妆品的安全风险。但化妆品原料安全数据库的建设有大量的工作要做，也是一个长期的工作，行业应该积极参与并贡献力量，特别是在我国特色植物资源领域能形成走在世界前列的标准。

(4) 新条例对化妆品原料按风险高低分别实行注册和备案管理，并简化了许可流程，保证了新原料的快速上市，也是对新原料创新的鼓励。无论从市场、行业政策还是国家战略层面，对于国内化妆品原料生产企业都是利好时机。同时也是对品质提升的考验和压力，部分国产原料的功效和稳定性相比进口原料稍差，仍需要在品质和创新上努力追赶国际大企业标准。化妆品生产企业也应在新条例的鼓励下，独立或协同研发机构、原料生产企业进行核心原料创新，提高企业的核心竞争力和品牌效应。

(5) 探索个性化定制化妆品、化妆品与其他领域（仪器或工具）合作兼容的管理模式，构建创新与监管的动态平衡，

创造新的行业增长点，满足消费者日益细化的用妆需求。

2、科学技术方面

(1) 基础研究

皮肤医学、生物学的发展不断揭示皮肤衰老、病变和再生与修护等机理，这些新发现为化妆品的研发提供了更为明确的科学依据，成为现代化妆品研发的重要理论基础。化学、新材料、皮肤医学、药学、微生物工程、发酵工程、基因工程等前沿科学以及时尚设计、美学等被不断整合到美妆产业中。

行业应加强皮肤衰老机理、人体老化模型、人体头皮/毛发健康研究，加强分子机制、分子构效关系等皮肤保湿、美白等相关的前沿基础科学研究。加强基因工程研究，形成个性化皮肤护理。加强皮肤微生态研究，揭示健康皮肤微生态基准，皮肤微生态调节的分子机理。运用现代科学技术进行我国特色植物资源成分鉴别、有效组分的吸收传输机理等研究。建设中国人皮肤、头皮、毛发数据库。提高社会科学、人文科学、时尚设计、美学等学科对化妆品行业发展重要影响的认识，加强相关社会、人文、心理等范畴的基础研究。

(2) 关键技术

绿色、安全和高效成为化妆品及化妆品原料研发主要趋势。

得益于使用微生物为原料，成本较低，稳定可控的优势

生物发酵技术正成为化妆品及化妆品原料研发重点。随着合成生物学、基因编辑等生物工程技术的发展，其在化妆品研发中的应用前途无限。合成生物技术可以在微生物中重构生物技术来源原料的代谢途径，从而在工业规模能够实现其高效合成，目前市场上重要的生物技术来源原料，均可以通过生物合成或组合制造。发展基于以微生物发酵工程为核心的生物制造技术，具有天然属性、安全性强、功效多样的生物技术来源原料将大量进入市场，应加快研究制定有关法规、标准等准入门槛，保证行业转型升级。

基于我国特色植物资源的化妆品及化妆品原料研发成热点。植物提取物具有大量的生物活性物质，从植物中提取的多酚、黄酮、萜烯、多糖等物质已经广泛应用于保湿、祛斑美白等功效的护肤品中。我国还有很多古方具有良好的美容和护肤功效，并逐渐为化妆品界所使用，成为了当今化妆品发展的一大趋势。但我国化妆品行业植物提取物原料在精细化、均一化、绿色化层面上存在诸多挑战，比如：天然化妆品原料的分离纯化和微痕量杂质脱除。行业应加快发展植物提取物的高效分离提纯技术，如具有高度辨识能力的分离介质（材料）的构建和应用。应从植物成分综合利用、制度建设等角度大力发展植物资源原料。

国内色粉在颗粒度、均一性、着色等方面存在较大问题，高端色粉严重依赖进口。行业应该在粉体表面处理技术上加

大研发。

加强化妆品行业与互联网技术、人工智能技术对接，实现功能活性分子的快速高效筛选；基于仿生模拟的功效分析、基因芯片技术、3D 皮肤细胞模型技术等生物工程前沿技术将快速发展，广泛应用于功效成分作用靶点研究、功效成分筛选、功效成分安全性评估以及定制化妆品的开发和制备中。

化妆品中的功效成份往往存在对光、热敏感、易氧化、分解的特性，因此在加工和保存过程中，这些功效成分极易损失。新型的包覆与输送体系将极大提高化妆品功效成分的稳定性，成为开发高效化妆品的关键技术。微纳包载与输送技术可有效保护化妆品活性成分、避免它们在光、热等储存条件下失活。应加快发展一些新兴乳化包载技术在化妆品中的应用，比如 Pickering 乳化技术、膜分离乳化技术、微流控制备技术等。

大数据、5G 和 AI 技术将对化妆品的研发、营销模式和消费者体验将产生深远的影响，应重视大数据、5G 和 AI 技术在化妆品中应用研究，赋能化妆品科技创新。

(3) 智能制造

工业 4.0 时代是利用信息化技术引起的一种产业变革，也就是智能化时代。智能化的核心是工业生产的数字化，一个现代化的智能工厂的智能化主要体现于智能工厂、智能生产和智能物流。

应加快国内化妆品机械的发展以满足日化工厂对于智能制造的需求。鼓励企业充分应用 5G、区块链、物联网、云计算、大数据、人工智能等新一代信息技术，实现数字化研发、智能化生产、智慧化管理，形成智能调控的工业化生产过程、多参数的在线智能监测过程。积极推进企业上云，构建化妆品行业工业互联网平台，促进产业链上下游企业集聚协同，加强供应链优化管控。将生产技术与过程系统工程结合，以提高生产总量，降低生产成本，提高化妆品质量和稳定性，实现化妆品生产过程的有效控制。

协会也将在上述基础研究、关键技术、智能制造方面加强资源协调和平台建设，助力行业攻坚克难，技术创新。

3、渠道创新方面

(1) 行业应不断跟踪先进技术与业态在化妆品生产经营中的应用。在消费者自愿公开其相关信息的前提下，利用大数据、5G 和 AI 技术，精准描画消费者个性化需求，提升服务质量，加强研究大数据、5G 和 AI 技术对这个行业营销模式带来的改变。同时，利用信息技术给企业组织带来的扁平化、平台化、柔性化优势，安排生产、仓储、配货、物流和售后，提高企业组织的运行效率。

(2) 鉴于近年来，我国化妆品进口增长速度明显高于化妆品出口增长，贸易逆差逐年拉大的境况。要在加强我国化妆品行业“三品”建设，夯实产品质量和安全的基础上，既

要善于借助国家深化开放合作的历史机遇，抓住渠道创新带来的机会，利用出口跨境电商平台，寻求多样化的商业机会，在近五年发展的基础上（2016年至2019年化妆品一直是出口跨境电商平台销售排名前十的产品，但居于服饰、家居、厨房用品、电子等品类之后），向榜首迈进，以出口跨境电商促进我国化妆品向更高水平迈进，助力国内国际双循环发展格局的构建。也要注意进口跨境电商随着消费升级和国家利好政策的密集出台正呈现高速增长态势，2019年交易规模已达2.47万亿元，同比增长30%，而化妆品恰恰是进口跨境电商交易规模中占比较大的消费品之一。在国内国外双循环经济发展格局下，进口跨境电商有利于吸引境外化妆品消费回流，补充国内化妆品消费市场。但与国内生产经营的化妆品需要满足我国化妆品相关监管政策不同，进口跨境电商化妆品确处于监管真空状态，长此以往将形成实质的监管不对等现象，需要行业审慎考虑。

4、品牌建设方面

(1) 继续建设有利于品牌发展的大环境，在相关部门的指导下，建立化妆品品牌评价体系，推进民族化妆品品牌建设，将中国文化、艺术、色彩和生活美学融入到产品工业设计中，重视我国特色植物资源的渗透等以提升国际市场竞争力。

(2) 企业应加强品牌矩阵体系设计，不断深入挖掘消费

者的细分需求，建设满足消费者越来越细分的需求的新锐品牌，加强规模优势建设。

(3) 品牌是打造出来，质量是品牌的基础，应坚持研发创新，在增品种的基础上，提品质，进而促进品牌建设。

5、化妆品优势区域建设方面

继续加强优势区域化妆品企业的建设。重点构建集“高端研发设计、检验检测、安全与功效评价、公共服务技术及相关服务配套”为一体的技术平台，推动区域化妆品产业高质量快速发展，以点带面促进我国化妆品产业整体提质增效。

6、人才培养方面

加强化妆品重点学科建设，为化妆品各项研究、生产管理和市场营销提供人才保障。

(1) 学位教育

化妆品已经由原来较为单一的精细化工学科逐步发展成为融合化学化工、生命科学与生物技术、材料科学、皮肤医学等交叉学科。因此，在人才培养方案中要体现化妆品交叉学科特点，同时要考虑到化妆品行业管理、营销方面的特点以及大数据、人工智能等未来技术对化妆品行业的影响。新的人才培养方案要在人才培养的知识结构和能力上不断提升，以满足现代化妆品行业对人才的需求。

(2) 职业和继续教育

加强行业职业继续教育，通过配方师培训、管理能力提

升、法律法规培训、检测检验水平提升等不断提升整体人员素质。

(3) 人才引进

积极与各级政府沟通，争取更多化妆品行业人才引进优惠政策；在化妆品产业优势区域通过积极组织和参加各种国内外化妆品相关会议与国际优秀行业人才建立联系，以多种形式与国内外优秀人才建立合作关系；积极引进具有国内外金融和资本市场从业经验的人才。

(4) 人才培养

行业要发展，人才是根本。行业协会将搭建人才培养平台，重点关注创新人才、管理人才和服务人才的培养，为行业可持续发展提供人力资源保障。

7、需审慎考虑的方面

新冠肺炎疫情使本就错综复杂的国际经济政治形式更加扑朔迷离，不稳定不确定因素显著增多。面对严峻复杂的形势，我国化妆品行业应坚持底线思维，既要依靠国际循环，以开放促发展，倾听世界声音，特别要关注低碳经济、动物福利、生态文明等绿色共识。更要以国内大循环为主体，夯实自身产业基础，补足产业链短板，规避国际经济政治波动和不良国际组织言论带来的不利影响，谨防出现 2020 年化妆品原料涨价、断供带来的生产经营风险。共同努力，促进行业可持续发展。