



HonorChem Monthly News

嘉誠月刊-台灣第一本從原料商角度看化粧品市場的月刊

139

2021 年歐洲的臉部護膚品中，具有素食宣稱的臉部保養品佔了 39%。

2011.02.14 - 2022.08.14 共 139 期

2022 《微笑盃化粧品產業趨勢論壇》精彩回顧

| 個人護理產業全球市場洞察 |

| BASF 巴斯夫活性成分功效評估 |

www.honorchem.com

2022【SMILE UP】嘉誠微笑盃趨勢論壇精彩回顧

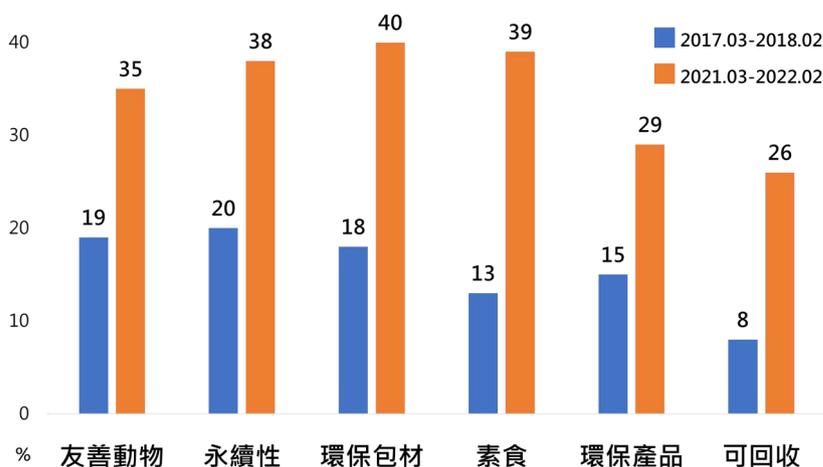
今年2022【SMILE UP】嘉誠微笑盃已於「2022 亞洲美容保養·生技保健大展」圓滿落幕，感謝所有參與者。嘉誠微笑盃競賽核心主要分為3大主軸：**配方設計能力**、**拓展國際舞台**、**專業知識交流**（請見圖一），由業界及學界的專業評審團檢視各組的配方設計能力，並提供國際舞台市場拓展及曝光的機會，而在專業知識交流及學習管道上，今年《微笑盃化粧品產業趨勢論壇》安排兩場精采論壇，分別為個人護理產業全球市場洞察及巴斯夫活性成分功效評估。本期月刊為您彙整精彩要點，供所有業界夥伴了解未來個人護理產業發展的新商機。



▲（圖一）【SMILE UP】嘉誠微笑盃核心精神

個人護理產業全球市場洞察

全球美容個人護理市場因各國逐步開放觀光，市場朝穩定成長的趨勢發展。根據國際最大的趨勢分析公司沃斯（WGSN）指出，全球美容的規模預估高達54.4 億美元，估計到 2027 年整體市場價值將超過 116 億美金。潔淨美的概念在亞太地區快速起步。從**生態與人體健康**、**客製化**和



▲（圖二）2017-18 vs 2021-22 歐洲臉部保養品環保宣稱大幅提升

消費者意識三大層面洞察最新的消費者個人護理市場趨勢。根據 Mintel 全球新產品數據庫（GNPD）報告顯示出 2021 – 2022 年的臉部保養品宣稱上，具有環保相關宣稱的產品與2017年相比，成長的幅度相差 2 倍以上（請見圖二），消費者對於道德期待、永續原料、環保意識的抬頭，而現今趨勢為消費者更加追求值得信賴的產品。

生態與人體的健康

近年來全球消費者比以往更關注自身使用的個人護理產品，關注重點除了了解添加成分是否安全無疑慮之外，還希望減少對地球資源的浪費與破壞。在保養品選擇上更趨向於**成份單純**，護膚步驟簡單化，卻可達到**功效最大化**的產品。隨著消費者道德意識提升，因此純素宣稱的美容產品逐漸增多，純素美容的崛起，亦使各國更加注重化粧品的零殘忍動物實驗，並制定相關法律規範及認證，保障消費者在購買產品時對產品的資訊對等。而潔淨美容議題深受許多消費者矚目與討論，從最上游製造生產到販售給消費者使用，過程中所產生的地球負擔都是需要被關注的。像是化粧保養品所使用的塑膠包材，可能會流放到海洋中造成汙染，因此各家品牌開始評估及選用可分解的環保永續性包材。

同時目前**廢棄資源升級續用**亦是環保趨勢，使用廢棄的農作物升級成化粧原料，提高產品的綠色價值（[可參考嘉誠月刊第138期「嘉誠守護台灣實現綠色微笑承諾」專題](#)），像是英國知名品牌 The Body Shop 選用要廢棄的香蕉，製作出一系列香蕉臉部護膚品（請見圖三），達到永續利用的目標。



▲（圖三）The Body Shop 香蕉系列保養品

個人護理產品客製化及訂閱制趨勢

疫情後，消費者改變購物習慣，開始轉往線上購物模式。而線上的消費市場使傳統的大品牌商面臨到越來越多的競爭者，如何維持品牌客戶忠誠度亦是一大考驗。**客製化與訂閱制**的服務在化粧保養品的領域迅速崛起，像是利用皮膚診斷儀器評估個人皮膚狀況，進行客製化保養品，提供消費者更專業的保養功效需求。而專屬的訂閱制能持續提供符合個人需求的客製化商品，使消費者有被特別服務的感受，創造雙贏的局面。

也有品牌為了吸引年輕消費者族群購買，瞄準聯名和限量的商機，像是日本知名品牌 DHC 和迪士尼聯名合作，推出系列聯名保養品（請見圖四），不僅增加消費者購物慾，亦創造出消費者之間的話題性。



▲（圖四）DHC 和迪士尼聯名系列保養品

消費者意識上升

在數位網路發達的時代下，消費者意識抬頭，許多消費者對於化粧保養品比以往更加了解與要求，像是關注添加的**活性成分功效**、**是否為在地原料**、**環境友好概念**以及**放鬆紓壓功效**等，以下是針對目前消費趨勢所整理的資訊，提供各業界夥伴們參考。

● 活性功效

近年來保養市場趨向「**成分更少，功效更好**」的簡化概念，添加優質活性成分提升產品的價值。同時品牌會選用精華產品做為主要行銷重點以帶動其他保養產品，像是美國知名品牌 LA MER 海洋拉娜的創世紀原晶眼部精華霜（請見圖五），添加從海洋發酵精華的專利複方因子，鎖住肌膚表層水分拉提緊緻，重獲新生光彩。



▲（圖五）LA MER 海洋拉娜
創世紀原晶眼部精華霜

● 在地原料

目前台灣美粧保養品品牌，若具有明確且獨特的品牌產品理念，更有機會打動消費者並購買，因此品牌定位、原料成分及價格制定極其重要。近期吹起一股訴求成分天然與純粹的化粧保養品風潮，而台灣的農產資源豐富，可提供台灣品牌創造出獨特性與競爭性，賦予本土化粧保養品更高的附加價值，因此越來越多**台灣在地原料興起**，獨特的台灣資源亦增加消費者認同感。像是嘉誠最新代理原料夥伴 Hermosa Naturals 擁有 Siraya Plantix 台灣原生活性以及 Makattao Simal 特殊應用油脂兩個產品線，即是精選台灣在地資源研發的優質化粧品原料。

● 環境友好

環境友好概念定義廣泛，廣義來說能降低對環境傷害，使人與地球達到最終的**環境友好**共存目標。許多品牌商開始朝實踐對環境的友善及永續企業的社會責任邁進，也有越來越多消費者趨向選擇致力於環境友好的品牌，像是法國知名品牌 L'OCCITANE 歐舒丹的橙花乳油木果油（請見圖六），98% 的天然成分，適合所有膚質，溫和呵護敏感肌膚。同時此款的销售所得，將全數運用於支持非政府組織保護生物多樣性專案計畫，保護自然生態與生物多樣性，以實現永續目標。



▲（圖六）L'OCCITANE 歐舒丹
橙花乳油木果油

● 療癒放鬆

現代人生活壓力大，在高壓環境下產生的焦慮感不知如何排解，因此**香氛療癒**產品需求近年逐年增長，許多品牌看準此商機，陸續推出宣稱可舒緩壓力協助放鬆的產品（[可參考嘉誠月刊第132期「2022全球經濟展望與台灣美妝趨勢洞察」專題](#)），消費者可藉此享受生活中的儀式感。像是韓國知名品牌 GR8 的溫度計面膜，面膜上的星星會根據皮膚溫度改變顏色，變色後即可取下，使用此款面膜以達到肌膚保養與放鬆心靈的效果。

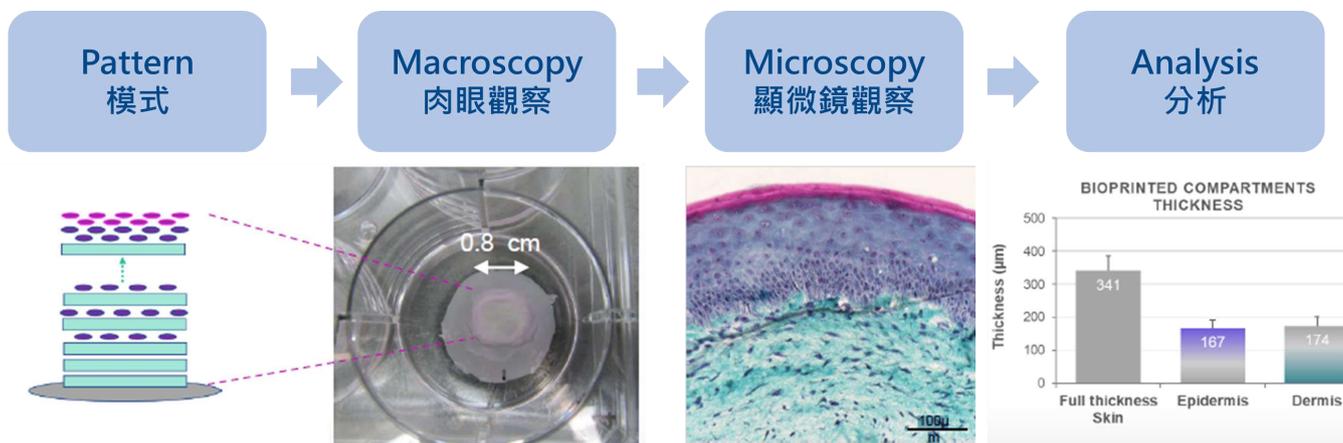
BASF 巴斯夫活性成分功效評估

另一場趨勢論壇是巴斯夫活性成分功效評估，網路資訊的發達造就消費者對產品功效性的要求，而化粧品科學涉及配方劑型開發、生產製程以及化學品安全。常見宣稱包含保濕、美白、緊實、舒緩、控油、淡化皺紋、延緩肌膚老化等。BASF 巴斯夫活性成分功效評估（請見圖七），透過一系列嚴謹的研發

評估流程，得到可再現性的實驗數據佐證活性成分功效，而最常見的臨床科學是透過不同成分和劑型的產品使用於人體，而巴斯夫使用**3D 列印皮膚**（請見圖八），進行多樣化的皮膚模型測試出最精確的功效驗證，並觀察立即和長期的功效，以研發出安心且有效的活性成分。



▲（圖七）活性成分的研發和功效評估



▲（圖八）BASF 巴斯夫 3D 列印皮膚流程

功效評估：舒緩肌膚不適、舒緩肌膚壓力、修復、修護

依據巴斯夫論壇分享，以及現今市場趨勢，精選「舒緩肌膚不適」功效進行分享。敏感肌定義為肌膚對外界刺激（氣候改變、荷爾蒙失調、使用不適合保養品等因素），出現不正常的痛癢等過度反應，亦可能會出現肌膚紅腫或脫屑等皮膚問題。因此消費者會選用抗敏宣稱的保養品，來舒緩肌膚的不適問題。巴斯夫針對抗敏活性成分功效評估主要分為兩個測試：分別利用辣椒素與熱，對皮膚進行敏感性的臨床測試。而巴斯夫選用 SKINASENSYL™ 抗敏活性成分進行以上兩種測試，實驗結果顯示可以顯著降低皮膚對外界刺激的神經性過度反應，提高皮膚對外界刺激的耐受性，以及具有保護肌膚的舒緩效果。

嘉誠推薦抗敏解決方案 - 敏感修復乳霜 (HC-COW-SC-163_V7)

嘉誠提供抗敏解決方案 - 敏感修復乳霜，專為敏感肌設計，乳霜配方添加具敏感修復的活性成分 **Plantix Oryza 米糠精粹**，通過 COSMOS 天然認證，來自優良品種台東30號，是透過冷榨萃取的珍貴活性成分。可解決皮膚的敏感、乾燥、泛紅等問題，修復敏感肌屏障，達到舒緩敏感肌膚功效。若想要了解更多敏感修復解決方案的資訊，歡迎與嘉誠業務聯絡。

※ Plantix Oryza 米糠精粹原料報送碼：135697-05146-3664

Phase	Trade Name	INCI Name	Wt%
A	R.O. Water	Aqua	72.00
	<i>Rheocare XGN(BASF)</i>	<i>Xanthan Gum</i>	<i>0.50</i>
B	<i>Imwitor® 372P(IOI)</i>	<i>Glycerol Citrate, Stearate Citrate</i>	<i>4.00</i>
	<i>Dynasan® 118(IOI)</i>	<i>Tristearin</i>	<i>2.00</i>
	<i>Cosmedia SP(BASF)</i>	<i>Sodium Polyacrylate</i>	<i>0.50</i>
	<i>Miglyol® Coco 810(IOI)</i>	<i>Coco-Caprylate, Caprate</i>	<i>5.00</i>
	<i>WITARIX® MCT 60/40(IOI)</i>	<i>Caprylic/Capric Triglyceride</i>	<i>5.00</i>
	<i>Plantix Oryza (Hermosa Naturals)</i>	<i>Oryza Sativa (Rice) Bran Oil, Squalene, Phytosterols, Cera Alba (Beeswax), Tocopherol, Tocotrienols, Glycerol Oleate, Polyglyceryl-3 Polyricinoleate</i>	<i>5.00</i>
C	R.O. Water	Aqua	2.00
	<i>BP-800N(B&B)</i>	<i>Pentylene Glycol</i>	<i>4.00</i>
			100.00

1. 將A項攪拌均勻，並加熱至80°C。2. 將B項加熱至80°C，並攪拌均勻。

3. 將B項加入A項，並均質3000rpm，至乳化攪拌均勻。4. 待溫度降至45°C，加入C項，攪拌均勻，即完成。

Appearance：乳白色霜狀；pH：5.15；Viscosity：16650cP (Brookfield® LVDVE Viscometer S64, 20rpm)

台南市新市區光華街5-100號

service@honorchem.com

電話:06-5895000

傳真:06-5895500