

护肤品市场的技术创新

王天壮, 刘晓英, 冯天祥

(中国日用化学工业研究院, 山西 太原 030001)

摘要: 新原料和新技术为护肤市场带来很多的发展机遇。鼠李糖提取物用于护肤品中, 干细胞成分具有皮肤保护、水合和修复的前景。电气化美容将成为一个巨大的增长领域。电气设备也在不断改进, 以便更易于消费者在家里进行美容。

关键词: 护肤品; 原料; 市场; 设备

中图分类号: TQ658 **文献标识码:** D **文章编号:** 1006-7264(2012)01-0004-04

自从突破性的皮肤医学发现了新一代高科技原料, 起关键推动作用的科学护肤时代到来了。全球美容和个人护理研究 Euromonitor International 负责人 Irina Barbalova 指出, 护肤中的创新越来越复杂, 并且焦点固定在原料和产品的功效上。已有越来越复杂和专业约产品在市场上推出, 并且受到消费者的欢迎。在抗衰老的斗争中, 使护肤有了一个新的兵工厂。

欧莱雅科学和技术法规事务主管 Irina Barbalova 指出, 有趣的是护肤变得更加科学了, 护肤背后的科学真正起飞了。具有了为水合或者抗衰老等不同的护肤需求筛选原料的能力, 欧莱雅也正致力于基因序列领域, 研究基因随着年龄的增长所发生的变化。经过十多年的研究, 欧莱雅声称已经找到了提高皮肤光泽和皮肤弹性的新方法。发现针对长乳突的真皮(真皮上一个由指状突起向表皮延伸排列构成的肤浅部分, 被欧莱雅视为真皮的再生源)使用抗衰老原料, 可能取得对皮肤超常的修复效果。

1 高科技原料

采用制药工业技术, 人们发现一种从巴西的植物中提取的糖——鼠李糖, 能够激发已经受衰老过程影响的纤维原细胞, 增加亲胶原蛋白的含量, 加强真皮/表皮结合, 并且能够增加表皮的厚度, 使皮肤看起来平滑、柔软、坚韧、饱满且更有光泽。欧莱雅已经在其新 Vichy LiftActiv 真皮源抗衰老产品中使用了这种

技术, 新产品中加入 5% 的鼠李糖, 包括 2 种日霜和 1 种晚霜。该品牌计划进一步扩展产品, 在 2011 年底推出含有 10% 鼠李糖的强力清液。推出产品市场的背后有很多科学, 将来会进一步研究如何以最有效的方式将鼠李糖和其他原料, 如遮光剂结合起来, 影响皮肤的真皮源。

植物干细胞是另一个前沿科学领域。从 2 年前推出的苹果干细胞的个别产品开始, 市场上的新产品已很丰富。干细胞成分具有保护、水合和修复皮肤的功能。Chantecaille 推出了含有覆盆子干细胞的生物动力塑颈霜。据称这些干细胞能修复受损的皮肤 DNA, 并保护其免于胶原质的降解, 有助于保湿并修复颈部和肩部的细腻皮肤。该品牌于 2011 年末增加一种清液, 也包含覆盆子干细胞, 是从烟草植物中提取的一种新的 BioNymph 三肽, 据说能激活 DNA 修复。某些肌肽二肽和蜜蜂花有助于预防胶原蛋白糖基化, 并增强 BioNymph 缩氨酸的抗炎特性。同时 Helen Rubinstein 在它最新推出的产品 Prodigy Powercell Youth Graftor 中, 采用了海生的羽冠——一种海洋植物的干细胞。据说这种植物具有很强的抵御严寒气候的能力, 它的干细胞能协助细胞再生、组织修复和抵抗自由基。目前该类别包括一种清液、眼部轮廓膏霜和日霜。此外, QMS Medicometics 已经在 Cellular Alpine 中使用提取阿尔卑斯红玫瑰干细胞技术, 这种抗衰老眼霜据说能增加皮肤干细胞活力, 并改善皮肤的新陈代谢。Dior 同时着眼于通过重组其

Capture Totale 产品, 刺激皮肤的表皮干细胞的方法。通过对表皮干细胞功能的新理解, Dior 已经创造了 6 种新产品, 据称能够保护表皮细胞免受毒素和其他恶劣因素的影响, 有助于释放这些细胞的再生潜力。使用该产品会令皮肤更坚固, 细纹和皱纹显著减少, 使皮肤更加容光焕发。

这些产品的发展并没有限制其在终端市场的溢价。Superdrug 用一个含有从 Uttwiler Spatlauber 苹果中提取的活性原料 Phyto Cell Tec Malus 来扩大 Optimum Swiss 的生产线, 并计划用含有葡萄干细胞的类似产品扩大该系列。欧莱雅同时扩大了活性原料 Bio-lysate 的使用, 通过向大众市场推出巴黎欧莱雅 Youth Code 产品, 将其用于兰蔻最畅销的 Genefique 血清中。

QMS 医学美容创始人声称, 草药干细胞是皮肤科学中的飞跃。在那里可以做得更多, 然而必须以一种可以新陈代谢的方式把它们带入体内, 不能单单引入体内而不能够代谢。未来的化妆品要求原料活化并渗入皮肤, 并不破坏皮肤的屏障机制。

2 技术创新

护肤的创新也来自传统上与美容不相关的其他技术。RoC 声称已经在其新的抗衰老系列 Sublime Energy 中利用生物电能。这种产品含有 E-PULSE 皮肤电击发技术, 它基于在皮肤上产生并传递正常水平的电量, 来加强细胞和细胞之间的联系。QMS 亦曾在其新产品系列 Ion Skin Equalizer 中着眼于电流在皮肤上的影响。这种由一个清液和一个乳液组成的两相产品, 承诺通过使用 E / MC 微电流技术来激发皮肤胶原蛋白和弹性蛋白的产生。当这 2 种产品结合在一起时, 就像一个电池协同工作, 有助于加速矿物离子在皮肤上的流动。清液含有锌离子和铜离子, 当与含有“液体 - 离子 - 矿物 - 导体”的乳液混合时, 它们被活化, 帮助离子在皮肤上产生温和的微电流。

这些新产品背后的科学听起来令人印象深刻, 品牌也同样面临挑战, 需要用消费者可以理解的方式来传达这些概念, 关键是愿意购买的方式。近年来推出的新产品和与之相关的新主张数量之多, 已经在消费者中产生了一定的怀疑。女士们知道, 护肤对现有的细纹和皱纹没有立竿见影的效果。当购买产品时她们

希望知情, 不想被科学蒙蔽。Peter Thomas Roth 已经找到一个简单而有效的方法 Un-Wrinkle, 通过使用商品名称和在商标上注明的原料含量, 在其最新的护肤产品和抗皱产品中使用所宣称的活性原料。

3 抗衰老产品

虽然新技术的流入在创新方面给了市场一个推动力, 但是, 不确定的经济前景仍然使得消费者对使用自己的钱包更加谨慎。

护肤仍然在很大程度上靠预算推动, 消费者选择他们最中意的优质品牌, 但是只做最好的买卖。价值仍然是至关重要的, 并且所有的市场都必须具有竞争力。

在寻找价值的时候 Gabriel 发现, 消费者更喜欢购买他们所喜爱产品的小型、便于旅行携带的版本, 而不是大包装。这看起来像是一个错误的经济理念, 但是正如 Gabriel 解释的: “消费者虽然没钱, 但是他们还是想买自己喜欢的产品。”

事实上, 消费者对护肤精益求精的欲望促进了市场的蓬勃发展, 甚至是在经济衰退时期的发展。据 Euromonitor International 统计, 全球护肤品市场在 2010 年增长了 4.5%, 达到 537.39 亿欧元。尽管预测大众化妆品将在发展中国家推动未来的增长, 但研究分析得知, 最好的抗衰老产品将为最主要的增长动力。全球抗衰老产品的销售额 2010 年大涨了 7.4%, 达到 150.88 亿欧元, 预计到 2014 年将会以此速度继续增长。2010 年世界各国护肤品市场见表 1。

表 1 2010 年全球各国护肤品市场
Tab. 1 Global skin care market by country, 2010

国 家	2010 年 / 百万欧元	增幅 / %
世 界	53 739.1	4.5
美 国	5 992.6	2.7
法 国	2 358.1	0.3
德 国	2 654.1	3.0
意大利	1 347.3	-2.4
西班牙	1 225.3	0.2
英 国	1 956.0	6.6

来源: 欧洲监控国际

消费市场正在悄然发生改变。因此，制造商需要改变自己的营销策略。在美国，33岁~44岁人群的数量在下降，反之，55岁~66岁年龄段的人在增加，占人口总数的31%，而65岁~74岁的人口也在增加，且西欧也将出现类似的模式。在法国、德国、英国、美国、意大利和西班牙，分析师已将皮肤细纹和皱纹确定为护肤及抗衰老的头等课题，但对黑眼圈和老年斑也比较关注。37%的西班牙人、33%的意大利人和31%的英国人都将老年斑视为最关心的问题。同时，有38%的法国人、意大利人和西班牙人则视暗色的下眼圈为严重问题。因此，抗衰老产品要求提供更加专业化的护肤主张和更多抗衰老功效产品的品类。现在人们接受皱纹，但是仍然非常重视肤色和光泽度。2010年全球不同护肤品市场情况见表2。

表 2 2010 年不同护肤品市场

Tab.2 Global skin care market by sector, 2010

项 目	2010 年 / 百万欧元	增幅 / %
总 量	53 739.1	4.5
粉刺治疗	2 305.3	3.3
面 膜	2 216.6	5.4
洗面奶	9 092.3	3.6
面部保湿剂	18 678.4	4.1
唇 膏	1 457.3	3.2
滋养品 / 抗衰老	15 088.3	7.4
toners	4 900.9	-0.3

来源：欧洲监控国际

在美白产品市场上有一个明确的趋势，就是保持亮洁且年轻平和的肤色。可以确定，消费者比以往受到的教育更多，这驱动了消费者对高科技产品和功效性产品的需要比以往更加强烈。受益于首个美白产品 bright 的流行。The eight skin range 承诺可为皮肤带来光泽和亮度，且已经和 LVMH 的实验室分部合作创造出产品，产品包括面部保湿霜和眼霜。同样，Bourjios 的天然化妆品稳定发展，Une 已经在它进入护肤的第一天起就将皮肤光泽视为核心市场的广告词。Une 亮彩计划包括 3 个产品，一个 3 合 1 的胶束清洁水、一个日霜和一个包含了大约 99%天然亮白原料，如辣木、有机芦荟、有机牛油果和卡拉哈里

瓜子油的晚霜。雅诗兰黛推出了 Idealist Even Skin tone 亮白精华液，这是一种快速起效的清液，声称能显著减少皮肤的大斑点、疤痕和脱色。Charins 已通过一个据说能加强现有 Vital Light 产品效果的清液，扩展了其流行的 Vital Light 皮肤增白产品范围。清液含有红色 sandspurry 和己基间苯二酚，据说能帮助黑斑褪色；辣根菜和 sleeping morning，可使与年龄有关的晦暗的皮肤变白；还有 Katafray 树皮、双倍效力透明质酸和苍术根，可以帮助消除和修复细纹。Decleor 增加了一个 Dark Spot Corrector Concentrate 来完善其 Excellence De L'Age 生产线，承诺可以纠正和减轻老年斑，同时使肤色平坦。已开发出用于手上和脸上老年斑的乳油，采用维生素 C、贝利斯提取物和罗马洋甘菊精油以帮助亮白暗斑，而白葡萄多酚和海生松树能防止皮肤形成新的斑点。如今，市场趋势也悄悄进入超级利润市场。Crème de La Mer 推出了 The Radiant Serum，据说针对皮肤晦暗和变色。La Prairie 将推出一个新版的 Cellular Radiance Concentrate Pure Gold，据称能坚固、更新表皮和亮白皮肤。2010 年全球护肤品主导品牌见表 3。

表 3 2010 年全球护肤品主导品牌

Tab.3 Leading global skin care brand, 2010

品 牌	公 司
Shiseido	Shiseido
欧 蕾	P & G
妮维雅	Beiersdorf AG
巴黎欧莱雅	欧莱雅集团
Avon	Avon Products
Clinique	Estee Lauder
Estee Lauder	Estee Lauder
Lancome	欧莱雅集团
Pond's	联合利华
Artistry	Amway 公司

来源：欧洲监控国际

4 医学美容

据 SkinCeuticals 品牌医学博士 Denis Donohoe 声

称, 48%的欧洲女人在 30 岁 ~ 50 岁仍然患有痤疮, 而市场上的现有产品不能解决这一年龄段人群的皮肤敏感和老龄化问题。

越来越多的患者关注皮肤老化的可见痕迹, 也经常受到痤疮的困扰。原因之一可能是妇女关注细纹和皱纹, 通常使用含有丰富脂质的抗衰老产品, 导致在油性多脂质的皮肤上产生痤疮。SkinCeuticals 创造了 Blemish+Age, 据说是可处理斑点和闭塞毛孔、控制皮脂产生、避免色素沉着和减少细纹和皱纹的产品, 这 3 个产品中含有一系列的酸性物质, 据说仅仅使用 1 周就能够减少 26%以上的痤疮, 改善皮肤外观, 使用 4 周以后皮肤细纹和皱纹的外观改善度可达 27%以上。同样, Murad 开发出了多功能抗斑系列, 这是一种声称能清洁皮肤, 同时抵抗皮肤衰老的抗老年斑系列。该系列包括 Time Release Blemish Cleanser, Blemish & Wrinkle Reducer 和 Anti-Ageing Moisturizer SPF20 PA++。

在年龄谱的另一端, Elemis 已经将抗衰老的专门技术提高到一个新的焦点, 即年轻肌肤。新的 fresh skin 类别是针对青少年和二十几岁年轻人的, 这一人群被 Noella Gabriel 描述为 “in-between 年龄组”。The nine sku 推出的系列包括清洁剂、润肤霜、面膜和唇膏。

针对外科手术之后的皮肤课题的产品市场活动也在增加。据英国整容外科医学协会统计, 2010 年脸部抬高手术增加了 12%, 而 BAAPS 实施的外科手术增加了 5%, 这充分显示出整容并没有放缓的迹象。NuBo 推出一种高浓缩的清液, 设计用来对抗整容手术留下的痕迹, 如肉毒杆菌、填充物注射、磨皮、化学蜕皮和电波拉皮的留痕。据称能减弱皮肤刺激、帮助重建皮肤结缔体系、减少皮肤红肿、青紫、肿胀和浮肿。此外, La Roche Posay 推出了 Cicaplast Pro-Recovery

Skincare, 针对剥落、皴裂的皮肤和经历过化妆品脱落的皮肤。

5 电气科学美容

专业治疗的流行也使电气科技美容市场受益。制造商探索能够在自己的家里提供专业治疗的“技术”替代品。Rudd 说, 电气科技设备正在前进, 改进设计以使这些产品更易于在家里使用。Quest 说: “电气科学美容已经成为一个巨大的增长领域, 我们在不断追求这一领域的新奇和差异点。”随着有助于减少细纹和皱纹、清除粉刺、降低过敏和红肿的产品的的发展, 声波技术和光治疗技术都被证明是流行的增长领域。Tända 和 Baby Quasar 品牌都在其系统中使用 LED 光技术, 已被皮肤外科医生专业使用近 40 年。据说使用蓝光能帮助治疗瑕疵, 而红光有助于刺激皮肤内胶原蛋白的水平, 具有抗衰老的功效。德国品牌 Squoom 也打入了抗衰老市场, 开发了一个据称是“安全的脸部提升替代品”。该设备使用一个超声和电力混合器, 按摩皮肤并激活肌肉组织, 反过来有助于增强肌肤弹性。Clarisonic 品牌继 Sonicare electric toothbrush 之后推出了 Mia, 一个较小版本的原始装置。宣称能减少细纹和皱纹, 改善皮肤的痤疮等状况, 并通过创造极佳的清洁度和有活力的皮肤表面来增强面霜的性能。

电气科技美容装置是 SPA 概念的天然演进。是用一种简易的家庭模式复制花费上万英镑的 SPA 治疗和设备。零售商喜爱这类装置, 因为它没有与任何现有品牌的竞争, 并且市场潜力巨大。10 年前没有一个人用电动牙刷, 但是现在这是盥洗室内的基本设施。现在只是处于一个用高科技产品使皮肤受益的初始阶段, 预测在下一个 10 年, 这些设施将成为几乎所有消费者盥洗室内的普通装备。

Technique innovation in skin care product market

WANG Tian-zhuang, LIU Xiao-ying, FENG Tian-Xiang

(China Research Institute of Daily Chemical Industry, Taiyuan, Shanxi 030001, China)

Abstract: New ingredients and technologies are brought into the skin care market which also take more opportunities. Rhamnose was derived from a Brazilian plant. Stem cell ingredients are used for protecting, hydrating and rejuvenating properties. Tech-beauty has become a huge area of growth. The designs of electrical devices are refined to make these products easier to use at home.

Key words: skin care product; ingredient; market; device