

“中国成分”彰显行业自信 科技创新助力中国美妆高质量发展

□ 本报记者 王 洋

6月3日,以“科技筑底 创新引领”为主题的中国(济南)透明质酸产业大会在山东济南开幕。大会同期还举行了功能性护肤品会议,与会的行业专家和企业代表共同探讨化妆品行业新趋势、新挑战和新机遇,为助力中国化妆品行业高质量发展建言献策。

筑牢“中国成分”标签 技术革新助力透明质酸“焕发新生”

推动生物医药产业高质量发展是实施“健康中国”战略的重要一环。

记者了解到,在我国以透明质酸为代表的相关产业已成为撬动全球生物医药产业蓬勃发展的重点支点之一。

济南已成为世界最大透明质酸原料生产基地,年销量达300亿吨,占全球市场份额的40%以上,占全国市场份额的70%以上。以华熙生物为代表的龙头企业,在透明质酸发酵技术、生产规模、产品质量,均达到国际先进水平。

“透明质酸作为一种具有较高临床价值的生化药物,应用范围广泛,市场前景广阔。此次大会聚焦透明质酸产业创新发展,搭建交流互鉴、合作共赢的平台,这是助推生物医药产业高质量发展的务实举措,也必将对提升人民健康水平、增进人民健康福祉发挥积极作用。”济南市委副书记、市长于海田在中国(济南)透明质酸产业大会上指出了此次会议召开的意义。他介绍,透明质酸产业作为济南市生物医药与大健康产业的重点产业集群,正在涌现出华熙生物等一批行业龙头企业。

据介绍,透明质酸具有良好的保水性、润滑性、黏弹性、可生物降解性及生物相容性等,是极为理想的保湿剂和生物医学材料之一,在医药、化妆品和营养保健品中有着广泛的应用。因此,透明质酸相关技术和产业研发,一直是全球各国重点关注的生物科技领域之一。

进入21世纪以来,华熙生物在全球率先实现“酶切法”规模化生产低分子和寡聚透明质酸,让透明质酸分子量大小自由控制,透明质酸的应用领域不断实现新突破,如隐形眼镜护理液、计生、彩妆、洗护等领域。自2020年开始,华熙生物开始用合成生物技术、通过细胞工厂生产透明质酸,进一步降低成本,且更加低碳环保,应用领域也进一步扩大至生活用纸、纺织等新型领域。自此,透明质酸成为了“中国成分”的代表之一。

有业内人士表示,如果没有微生物发酵法、酶切法及合成生物学带来技术上的飞跃,透明质酸的产业化速度将被放慢,中国玻尿酸产业崛起的脚步也将放缓。中国透明质酸产业化这一成功案例,再一次证明了驱动现代产业体系发展的核心要素——“科学技术”是引领产业体系发展的根源动力,其进步有助于解放和发展产业体系的生产力。

功效护肤备受消费者青睐 透明质酸应用领域不断拓宽

当下,成分、功效逐渐成为消费者选购护肤品的考虑重点。

Euromonitor报告显示,2021年我国功效性护肤品市场容量约250.6亿元,占据整个护肤品市场的22.9%,预计到2024年,这一市场规模会超千亿元,功效性护肤品将迎来行业蓝海。

这一观点也得到了上海日用化学产品行业协会标准化技术委员会副主任委员、全国香料香精化妆品标准技术委员会委员陈田的认同。

“在各功效宣称的护肤品中,保湿、滋润、面部修护占据消费者关注度前三,相比于2021年,主打美白提亮、紧致抗衰、修护舒缓的护肤品,其关注度显著提升。显示了消费者对功效护肤品的需求在升级,具有进阶功效的护肤品不断地得到市场认可和关注。”陈田在功能性护肤品会议中提到,美丽修行大数据显示,截止到2022年12月31日,消费者关注的功效宣称关注度占比中,祛斑美白为39.6%、抗衰为20.64%。

陈田告诉记者:“在美白功效的关注度里,排在前三的分别是烟酰胺、光果甘草提取物,以及抗坏血酸。抗衰功效热度前三分别是透明质酸钠、维生素E,以及肽类。透明质酸钠较为家喻户晓,它的功效很全,不仅具有保湿功能,其抗衰功能也同样强大,因此它的市场热度经久不衰。我们不能忽视的还有

肽类成分,它也越来越受到消费者青睐,其市场占有率具有一定比例,市场增长率也在不断地攀升,是一种非常有潜力的成分。此外,在美白领域,诸如烟酰胺、凝血酸377等传统的热门成分,依然被使用率比较高。一个非常有趣的现象是,来自中国产品的特色资源,比如牡丹根提取物、母菊提取物,它们的增长率超过了150%。我认为这些非常值得关注。”

记者了解到,正如陈田所言,以透明质酸为代表的“中国成分”在化妆品中的应用领域不断拓展,护肤品和粉底、口红等彩妆中,都不少了它的身影。透明质酸正在更多场景中发挥它的功效。

陈田认为,“中国成分”的崛起也体现了中国化妆品行业的自信。“行业不再像过去那样盲目的追逐或是跟风,越来越多的行业专家、科学家、医生、化妆品工程师、产品经理都开始深入研究国人自己的皮肤以及皮肤健康影响因素,只有把国人研究透,我们的成分才会真正忠于自己,才是真正‘懂’我们的成分,而这离不开大量的前期铺垫和研究。”

化妆品是一个交叉学科非常强的行业。陈田建议,除了传统的机器化工外,国内企业要融入皮肤科学、医学、生物医学、药理学,以及植物生理学的综合学科的应用,要吸纳上述所有学科的成果,最终变成功效的解决方案。同时,要形成适合于中国人的评价标准。

正如美敏特信息咨询有限公司客户成功与洞察副总监刁洁慧在作《美妆个人护理品类的未来创新》分享时所言,“消费者对成分及其功效兴趣高涨,因可兼顾功效和可持续,企业正在进一步推广产品技术成分,用生物技术打造独特的品牌定位。此外,发酵相关宣称持续增长。”

刁洁慧看来,未来,运用生物技术解决成分难题会让产品有效性更上一层楼,减少品牌的环境足迹,同时为未来自然资源的稀缺问题做好准备。

突出“中国成分”,以科技创新迭代升级助力中国美妆高质量发展,未来可期。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田认为,“中国成分”的崛起也体现了中国化妆品行业的自信。“行业不再像过去那样盲目的追逐或是跟风,越来越多的行业专家、科学家、医生、化妆品工程师、产品经理都开始深入研究国人自己的皮肤以及皮肤健康影响因素,只有把国人研究透,我们的成分才会真正忠于自己,才是真正‘懂’我们的成分,而这离不开大量的前期铺垫和研究。”

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。

上述说法也正在被行业的变化所验证。华熙生物个人健康消费品研发管理总监刘喆向记者介绍了透明质酸对不同物质的赋能,透明质酸的功效不止于保湿,华熙生物运用生物技术将透明质酸的功效拓展向抗衰、修护。如今这些新技术已经广泛应用于华熙生物生产的产品之中。

透明质酸与不同成分擦出了“高效”“协同”“促进”的火花,只是科技影响和赋能行业发展的一个缩影。成分的协同与赋能,不仅提升了优秀民族企业的竞争力,也有助于民族企业以更快的速度同国际接轨甚至是竞争。此外,

消费者也正在成为技术变革中最大的受益者。

那么,未来,中国美妆领域的企业该如何构筑科技壁垒,与国外企业分庭抗礼?

在陈田看来,“中国成分”的崛起,代表着国民消费意识的提升和转变。“消费者不再像过去那样只是关注品牌,而是更关注成分和功效。”他认为,成分创新,包括两个方面,即为种类创新和和应用类创新。“成分的种类创新和成分的应用类创新,一个是基础研究,一个是应用基础研究。成分的创新是产品创新最重要的基础,只有做好成分创新,才能提升产品的竞争力。”陈田说。

陈田表示,随着消费者对功效护肤的需求升级,不同的成分也迎来了不同的机遇和挑战,对“中国成分”进行功效拓展迫在眉睫。

“每一个成分都不止具有一个功能。除了保湿、抗衰功效外,我们应该针对透明质酸钠的功效进行技术的拓展和深挖。”陈田在接受记者采访时说道。