

上半年24款新化妆品原料备案 植物类热度飙升

□ 本报实习记者 张钰格格

消费者护肤意识的觉醒,唤醒了其在护肤和美妆领域的全新诉求。如今,越来越多的消费者在购买美妆产品时着重关注产品的原料、含量及功效,货比三家后选择最适合自己的肤质的产品。强大的市场需求促进了化妆品新原料的开发。

国产原料备案逐渐增多

数据显示,2012年—2020年底,全国化妆品新原料注册备案的数量仅有8个。自备案开闸以来,新原料的数量是过去8年的近3倍。按备案年份统计,2021年共有6种新原料,2022年共有42种新原料,2023年上半年已有24种新原料通过备案。

与前两年相比,2023年毫无疑问是国产新原料备案最集中的一年。根据国家药监局官网信息,2022年备案

的42种化妆品新原料中,新原料用途均为基础功效,且新原料备案企业以外资企业居多,国产原料占比不到一半;而2023年上半年的24个新原料中,国产原料的数量目前已有16个,占比超过6成。

此外,备案开闸后加速了原料送码,以中国首创的身份实现原料的“一码溯源”,保证原料安全性,加强产品质量保证。再有像重组胶原蛋白这类象征着中国原创科技力的原料展现出高速增长量,奔入新原料备案的研究步伐越来越快。

植物原料热度飙升

记者注意到,在上半年国家药品监督管理局官网的备案中,有一款纯植物原料来自百岳特生物科技(上海)有限公司(以下简称“百岳特”)的冰叶日中花愈伤组织提取物。百岳特相关工作人员在接受记者采访时表示,此

次新备案的冰叶日中花愈伤组织提取物为纯天然植物来源,冰花珍贵且不易栽培,百岳特采用植物修复能力最强的细胞组织进行提取,其生物活性成分更高。

可持续性植物原料在化妆品行业已成为趋势,消费者熟知的百雀羚、相宜本草、自然堂、佰草集等品牌的产品都添加了一些植物成分,深受消费者的喜爱。

美修大数据发布的《植物成分趋势洞察报告》显示,消费者对植物成分的关注度持续攀升,更多探索植物成分对产品功效的加成,植物成分在美妆生态中健康发展。2022年—2023年度植物成分在舒缓、祛痘、抗皱、紧致、控油方面的使用率较高,使用率分别为91.59%、89.97%、88.05%、87.97%和82.39%,滋养的增长率最高,2022年—2023环比增长7.46%。

关注度数据提升之外,消费者

对于成分选择也有偏好。例如宣称控油的商品中,使用率最高的控油植物成分北美金缕梅、榆绣线菊、意大利腊肠菊等,因其吸收性好、肤感清爽、控油效果佳成为消费者的选购理由;对使用率最高的舒缓植物成分积雪草、马齿苋、黄岑根等,温和、不刺激成为消费者青睐这些成分的原因。

百岳特预测,原料和包装的简单化将成为未来化妆品企业发力的方向之一。随着消费者对生态环境保护意识的提升,纯植物、兼备功效性原料和简单环保的包装势头正在变得强劲。

如今新原料获批备案速度明显提升,对大健康行业来说,诸多产品的安全性、有效性都建立在优质原料的基础上,挖掘更多优质原料能够催生出更多优质产品。可以预见,植物原料未来会为化妆品行业带来更多新可能。

好。GB/T 35916—2018方法通过色谱条件优化,避免使用毒性和腐蚀性较高的四氢呋喃和高氯酸,采用常规液相色谱流动相体系(甲醇/乙醇/水/甲酸),实现了24种目标化合物的高通量分离分析,色谱条件对色谱仪和色谱柱的安全性以及实验人员的身体健康更为友好。

“GB/T 35916—2018标准的发布,为化妆品中16种准用防晒剂及其他8种紫外线吸收物质的同时检测提供了方法和手段,完善了防晒剂检验方法,为防晒化妆品和普通化妆品中紫外线吸收物质的质量控制和市场监管提供了更有力的技术支撑,在维护消费者权益、促进化妆品行业健康发展等方面发挥积极作用。”毛希琴表示。

(中国经济网)



“2023年以来,化妆品行业整体回暖,从中长期来看,我国化妆品人均消费额仍然有较大提升空间,化妆品行业仍有较大增长潜力。”水羊股份在其半年报中这样表示。去年化妆品行业整体承压,2022年我国化妆品零售额为3936亿元,同比下降4.5%。伴随经济持续复苏,行业消费重回增长势头。国家统计局发布数据显示:今年上半年我国化妆品类商品零售额为2071亿元,同比增长8.6%,增速较一季度进一步加快。近期化妆品、医美上市公司业绩纷纷报喜,也都显示出行业回暖迹象。

上半年营收利润双增

上海家化近期发布公告称:预计上半年实现归母净利润2.85亿元至3.15亿元,同比增长81%至100%;预计实现扣非净利润2.49亿元至2.75亿元,同比增长24%至37%。上海家化表示,上半年公司国内业务的恢复性增长消化了海外业务的压力,实现了较好的经营成果。

珀莱雅于8月2日公布了其上半年主要经营数据称:经初步核算,公司上半年实现营业总收入35.45亿元左右,同比增长35%左右;实现归属于上市公司股东的净利润4.9亿元左右,同比增长65%左右。水羊股份日前披露的半年报显示:公司上半年实现营业收入22.9亿元,同比增长4%;归属于上市公司股东的净利润1.42亿元,同比增长72%。

8月3日晚,医美龙头爱美客发布上半年业绩预告称:预计上半年实现净利润9.35亿元至9.95亿元,净利润同比增长60%至70%。公司表示,在营销端和产品端持续发力见效,业绩取得较大幅度增长。

消费复苏助力业绩增长

中国化妆品市场提速回暖,助力国际化化妆品巨头业绩大增。欧莱雅近期发布的半年报显示,其上半年销售额为205.7亿欧元(约合人民币1619.9亿元),同比增长13.3%;营业利润约为42.6亿欧元(约合人民币334.5亿元),同比增长13.7%。以中国为区域总部的北亚市场,上半年销售额增速达到3.9%。

爱茉莉太平洋集团日前披露其2023年二季度经营数据称:报告期内,集团销售额达到10308亿韩元(约合人民币57.54亿元)且扭亏为盈。该集团海外市场收入增长27%,其中亚太地区收入增长14%,中国市场收入增长超20%。

欧舒丹日前公布的2024财年第一季度(2023年4月1日—6月30日)业绩报告显示:报告期内,集团净销售额达5.02亿欧元(约合人民币39.74亿元)。其表示,增长离不开普罗旺斯欧舒丹在中国市场的可观增长驱动。据悉,其亚太地区按固定汇率实现11.2%的双位数增长,中国市场按固定汇率增长35.7%。

(广州日报)

中外资化妆品龙头企业业绩纷纷报喜

增强监管 完善防晒剂检验标准

为加强化妆品监管,保障公众用妆安全,根据广东省化妆品抽检计划,广东省药品监督管理局组织对全省化妆品生产经营环节进行化妆品抽样检验。日前,广东省药品监督管理局通告了14批次化妆品抽样检验不合格信息。对抽检不符合规定化妆品,广东省药品监督管理局已要求相关企业和单位采取暂停销售、召回等风险控制措施,对不符合规定原因开展调查并切实进行整改。

消费者对于监管部门及时监管拍手称快,但同时,面对市场上琳琅满目的防晒霜、防晒乳、防晒喷雾等不同类

型的防晒产品,如何鉴别其是否安全,是消费者最为关心的问题。

那么,如何根据国家标准甄别防晒产品的质量安全呢?近日,辽宁省大连市药品检验检测院教授级高工、副院长毛希琴对相关标准进行了解析。

毛希琴表示,国家标准委于2018年9月1日发布实施GB/T 35916—2018《化妆品中16种准用防晒剂和其他8种紫外线吸收物质的测定 高效液相色谱法》。该标准主要具有以下三方面特点:一是方法检测通量高。GB/T 35916—2018方法除涵盖16种准

用防晒剂,还包含了对氨基苯甲酸和其他7种二苯酮类紫外线吸收物质,共计24种目标化合物。该标准检测通量高,提高了单次检测的工作效率。二是方法检测结果可靠性高。GB/T 35916—2018方法中24种目标化合物均能够实现无干扰定性定量分析,该方法可以有效避免7种二苯酮类化合物及对氨基苯甲酸存在情况下对16种准用防晒剂定量产生的干扰。另外,提供液相色谱质谱方法参考条件,为液相色谱方法存疑结果提供确证手段,提高检测结果的可靠性。三是方法采用的色谱条件安全友

45批次美白祛斑产品：采妮雅等5批次样品重金属超标

皮肤美白是很多女性关心的美容问题。一些不法商家为了使产品达到快速美白祛斑效果,违规在化妆品中添加汞、氢醌、苯酚等物质,侵犯消费者合法权益,给消费者身体健康带来安全隐患。近日,江苏省消费者权益保护委员会发布的美白祛斑产品比较试验分析报告显示,膏霜类美白祛斑样品存在无注册备案信息、重金属超标等问题。

据了解,本次比较试验由工作人员以普通消费者身份从电商平台采买45批次样品,其中膏霜类、水乳类、面膜类各15批次,存在问题的样品主要集中在个体店中。经检测,水乳类和面膜类样品全部符合相关要求;膏霜类检出问题的样品7批次,占比47%。7批次样品检出的问题主要包括三方面:样品无注册备案信息8批次,占比47%;重金属超标5批次,占比33.3%;糖皮质激素检出1批次,占比6.7%。

2021年1月1日,《化妆品监督管理条例》开始实施,规定国家按照风险程度对化妆品实行分类管理。化妆品分为特殊化妆品和普通化妆品,美白祛斑产品属于特殊用途化妆品,国家对特殊化妆品实行注册管理,特殊化妆品经国务院药品监督管理部门注册后方可生产、进口。

本次比较试验中,有7批次样品无注册备案信息,包括纤丽增白祛斑王、宝相花美白霜、采妮雅特效强力祛斑套装、松竹精华美白套装、白里透红中药美白日霜、青春素7天强力祛斑霜、青芝美7天速效祛斑霜。

“重金属中的铅、砷、汞、镉被列为《化妆品安全技术规范》(2015年版)中的有害物质,长期使用重金属超标的化妆品,易造成重金属积累,对皮肤及身体都有极大的损伤。”远东正大检验集团有限公司化妆品检测中心副主任王聪介绍说,激素在化妆

品中被禁止添加,若长期使用添加激素成分的化妆品,皮肤易造成依赖性,导致皮肤敏感,严重者可能会导致皮炎或其他皮肤疾病。

本次比较试验中,共有5批次样品重金属和糖皮质激素(基础安全性指标)出现异常。5批次样品均重金属超标,其中3批次样品为套装,3批次套装样品中有2批次套装的4个样品均检出重金属超标,分别为标称中国(深圳)采盈化妆品有限公司生产的采妮雅特效强力祛斑套装、标称深圳佳春堂化妆品有限公司生产的青春素7天强力祛斑霜;1批次套装的日霜检出禁用激素、晚霜检出重金属超标,为标称香港(九仁堂)美颜化妆品国际集团公司(分装:广州市白云区龙归镇夏茅第2工业区)生产的松竹精华美白套装。

本次比较试验所有样品中,有4批次样品存在网页宣称与样品标注不符的情况。标称广州市爱莲化妆品有限公司生产的肤研美白祛斑霜产品,网页宣称品牌为丽也,实际到货样品上标注为泊莱,未见丽也品牌在商品上标注;标称广州市妆妍生物技术生产的逸素美白祛斑面膜产品,网页宣称品牌为FELEE/斐丽,实际到货样品上标注为集颜博士;标称广州伽美化妆品有限公司生产的哲世花容美白祛斑面膜产品,网页宣称品牌为KELEMIILA/克米拉,实际到货样品上标注为九叶草;标称广州霞美化妆品科技生产的雪柔皙雅白面膜产品,网页宣称品牌为自然星屋,实际到货样品上标注为雪柔雅。

此外,标称广州市碧莹化妆品有限公司生产的鱼子酱玻尿酸焕颜润肤水产品,通过其外包装标注的备案号查询,发现其实际注册备案信息与样品外包装标注不一致。(中国消费者报)

地方动态

山东省化妆品行业协会调研化妆品检验检测能力

8月4日,山东省济南市市场监督管理局调研章丘区化妆品检验检测能力,山东省化妆品行业协会有关专家、章丘区综合检验检测中心有关同志参加调研。

调研组首先查看了齐鲁师范学院化妆品实验室、检验室,对实验能力、检验资质、管理制度、以及现阶段化妆品原料研发、产品创新推广、校企联动等情况进行了详细了解,专家组对检验能力应用、资源推广、效能发挥等情况与

为贯彻执行国家药监局开展药品安全巩固提升行动部署,进一步规范化妆品标签管理,集中整治化妆品“一号多用”违法行为,根据安徽省药品监督管理局统一安排,安庆市市场监督管理局迅速行动,部署落实全市化妆品“一号多用”违法行为专项检查工作。

强化组织领导。严格按照国家、安徽省药监局统一部署,仔细研究制定了《安庆市化妆品“一号多用”违法行为专项检查工作方案》,明确工作步骤和具体安排,落实属地监管责任,要求各县(市、区)局均明确1名联络员加强专项检查的统筹协调,注重打击与规范相结合,在全市范围内迅速开展化妆品“一号多用”违法行为专项检查。

落实主体责任。摸清摸准企业底数,积极发动企业开展自查自纠,督促

同时,对下一步工作提出指导意见,一是聚焦监管要求、社会关切,加强化妆品检验新方法、新技术的研究,继续做好校企联动和新产品、新原料研发应用。二是强化化妆品检验检测能力建设,进一步发挥化妆品人才技术强项,推动科研立项,有效提升检验检测机构技术支撑能力水平。

推进社会共治。安庆市场监督管理局受邀参加了安庆综合广播电台“宣城晚高峰”节目直播,通过电波向听众介绍市场监督管理部门开展“一号多用”违法行为专项检查、“治安行动”化妆品标准净化店建设等情况,为专项检查行动营造了良好的舆论氛围。会同安庆市美容美发行业协会召开化妆品“一号多用”违法行为专项检查现场座谈会,对103家美发产品经销企业代表进行了行政指导,督促企业认真学习法、严格守法,以积极参与“一号多用”专项检查为契机,完善制度、强化管理,守牢化妆品安全底线。

突出整改实效。专项行动第一阶

大促透支购买力

7月美妆线上销售遇冷 头部国货表现坚挺

告别喧嚣的“618”大促,7月化妆品销售迅速遇冷。记者从生意参谋数据获悉,7月淘系(含淘宝、天猫)美妆(含护肤、彩妆和香水)成交额约为115亿元,同比下降20%,单月降幅较此前明显扩大。

虽然7月化妆品线上销售承压,但头部国货品牌表现依然坚挺。一位美妆运营人士指出,国际品牌该月整体表现依然不及预期,拖累整体数据,反观国货品牌今年都不错。记者了解到,今年7月,珀莱雅旗下珀莱雅、贝泰妮旗下薇诺娜以及福瑞达旗下瑗尔博士的天猫旗舰店都有尚佳表现,成交额同比均为正。

值得忧虑的是,7月淘系美妆成交额同比缩水20%,这一降幅较前几月明显扩大,显示大促后化妆品消费热

情迅速降温。4—6月,淘系美妆成交额单月同比降幅均在5%以内。单看头部品牌聚集的天猫,虽然降幅相对更小,但也是相似的走势。7月,天猫平台美妆成交额65亿元,同比下滑17%,此前受“618”大促拉动,其5—6月成交额同比均取得增长。

对于“618”大促后化妆品销量走低,业内早有一定预期。

此前,解数咨询创始人张杨受访表示,在消费下行大背景下,大促势能可能会更大,但要警惕其对消费力的提前透支,“我们关注了各大消费品赛

道,呈现的都是类似情况,消费者在攒着力气等大促。”

中通生化总经理朱洪亦表示,对下半年行业景气度持较悲观态度,在他看来,化妆品消费难以脱离大环境,在消费整体下行的背景下,化妆品由于其非刚需属性往往最先面临调整,“以前(消费者)买很多口红,现在一支搞定。”

记者注意到,今年以来整个化妆品产业链都在经历剧烈调整,有观点指出预计将有20%的化妆品工厂将惨遭淘汰,对应约1000家公司;下游品牌

商也未能幸免,社交平台上不时能看到中小品牌清仓消息,前几年风头强劲的彩妆集合店亦在不断“关店求生”,种种迹象都显示,化妆品行业当前面临的困境短期或难以扭转。

目前各大电商平台数据尚未全部出炉,7月化妆品线上整体销售情况还有待进一步追踪。但考虑到淘系的支柱地位,其数据表现可被视为行业风向标,从历次大促来看,头部品牌在淘系的表现基本决定了整个大促的成败。

(财联社)