

中国化妆品行业发展 “十五五”规划

(2026 – 2030)

中国香料香精化妆品工业协会



中国化妆品行业发展 “十五五”规划

(2026 – 2030)

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文件

中香协字〔2026〕209号

中国香料香精化妆品工业协会关于印发 《中国香料香精行业发展“十五五”规划》 《中国化妆品行业发展“十五五”规划》的通知

各会员单位、各有关单位：

《中国香料香精行业发展“十五五”规划》《中国化妆品行业发展“十五五”规划》已经中国香料香精化妆品工业协会第九届理事会第七次会议审议通过，现印发给你们。请各单位结合实际，积极推进规划实施，共同推动中国香料香精化妆品行业高质量发展。

附件：1. 中国香料香精行业发展“十五五”规划
2. 中国化妆品行业发展“十五五”规划

中国香料香精化妆品工业协会

2026年9月11日

（公开属性：主动公开）



目 录

一、背景

- （一）发展现状 （2）
- （二）发展形势 （4）

二、总体要求

- （一）指导思想 （6）
- （二）基本原则 （6）
- （三）总目标 （7）

三、重点任务

- （一）技术创新：筑牢产业核心竞争力 （9）
- （二）产业体系建设：构建高效协同全球领先的现代化产业体系
..... （13）
- （三）品牌建设：培育全球知名国货品牌 （18）

- （四）扩大消费：推动化妆品消费结构优化 （22）
- （五）标准建设：引领行业高质量发展 （23）
- （六）人才培育：打造支撑产业高质量发展的专业队伍
..... （24）
- （七）开放共赢：拓展全球市场空间 （26）

四、保障措施

- （一）组织领导保障 （28）
- （二）政策法规保障 （28）
- （三）科技创新保障 （28）
- （四）人才支撑保障 （28）
- （五）国际化保障 （29）
- （六）质量安全与品质保障 （29）
- （七）监测评估保障 （29）

当前，我国化妆品行业正从“全球最大消费市场”，快速转变为“消费与制造并重、国内与国际双循环、规模与质量共同提升”的新兴产业，并加速融入以“健康中国”为引领的美丽健康产业体系之中。其影响力正在多维度 and 深层次提升，不仅成为拉动内需消费、繁荣美丽经济的重要引擎，更在生物技术创新、民族品牌培育、绿色低碳转型等领域展现出强劲发展势能。从产业格局看，广东、上海、浙江、江苏、山东等核心产业大省的制造能级持续跃升，本土企业研发投入占比不断提升，新原料注册备案数量三年间翻番，彰显出从“中国制造”向“中国创造”的转型底气；从市场生态看，国潮品牌凭借精准的消费洞察与文化赋能，在高端市场的占有率稳步提升，消费者对本土产品的信任度与认可度达到历史新高；从监管层面看，相关政策法规的落地实施，构建起全链条、规范化的监管体系，为产业高质量发展筑牢了制度根基。

“十五五”时期是行业高质量发展的重要战略机遇期，是中国化妆品行业从“制妆大国”向“制妆强国”跨越的关键节点。恰逢全球化妆品产业格局深度调整、前沿技术加速迭代的关键节点，既面临着核心原料自主化、品牌国际化的攻坚任务，也迎来了政策赋能、消费升级的黄金窗口期。为贯彻落实国家高质量发展要求，结合行业发展实际，特制定本规划，旨在锚定构建现代化产业体系、科技创新驱动、品牌建设引领、绿色可持续发展四大方向，推动中国化妆品产业实现从规模领先到质量引领的跨越，从“制妆大国”到“制妆强国”的跃升，跻身全球化妆品产业创新发展的第一梯队。

一、背景

（一）发展现状

1. “十四五”期间化妆品行业发展的主要成就

市场规模全球领先。2023 年中国化妆品市场规模首次突破 1 万亿元，到 2025 年中国市场规模已达 11042.45 亿元，同比增长 2.83%，稳居全球第一大单一消费市场。

创新能力显著提升。“十四五”期间，本土企业上市公司和头部企业近年来的平均研发投入占比达 3.2%。在鼓励原料创新的政策助力下，我国化妆品新原料备案呈现加速态势，新原料备案和产品注册备案数量持续增长。化妆品注册人、备案人两万余家，注册的特殊化妆品 4.6 万个，备案的普通化妆品 229.1 万个，累计完成新原料备案 376 个、新原料注册 3 个。技术原料创新成为行业发展的核心驱动力。

国货品牌快速崛起。2023 年，国货品牌市场份额占比达 52.82%，2024 年达 55.2%，2025 年达 57.37%。国货品牌凭借高性价比与精细化运营在市场竞争中占据优势，连续三年实现市场份额突破。

产业价值全面凸显。现代化产业体系初步形成，产业规模不断扩大，产业链持续完善。中国化妆品产业的持续发展同时直接拉动了内需增长，带动原材料、包装、物流、生产、批发、零售等上下游产业协同发展，直接和间接创造就业岗位超千万。全产业链税收金额持续增长，并积极参与公益事业。

国内国际双循环布局加速。依托跨境电商与国际社交媒体平台，中国化妆品企业加快由代工产品出海向品牌、技术与体系化能力出海转变。部分头部企业开始在海外设立独立运营团队，建设研发中心和工厂，通过并购、参股海外企业等方式，主动融入全球产业链与创新网络。同时，中国市场持续释放规模与创新优势，吸引国际化妆品企业在华加大研发投入与产能布局。

人才培养体系初步形成。“十四五”期间，我国化妆品行业人才培养体系与学科建设稳步推进，全国多所高校开设化妆品相关专业，学科布局持续优化。截止 2025 年，开设“化妆品技术与工程”专业的本科院校共 14 所，“化妆品科学与技术”专业的本科院校共 9 所；职业教育同步强化，开设“化妆品技术”专业的高职院校共 27 所，“化妆品经营与管理”专业的高职院校共 28 所，“化妆品质量与安全”专业的高职院校共 3 所，基本形成了覆盖本科与职业教育的人才培养体系。

2. 存在的问题

核心技术仍有短板。高端原料、关键配方等核心技术领域对外依存度较高，研发投入不足，原创性技术突破不足，部分细分领域创新成果转化效率偏低。

品牌竞争力不均衡。虽有国货品牌崛起，但缺乏具有全球影响力的高端品牌，多数品牌在品牌溢价、文化价值上与国际头部品牌存在较大差距。

产业结构有待优化。创意设计和工业设计能力偏弱，中小企业同质化竞争加剧，数智化协同能力偏低，产研融合不够。

国际化水平有待提高。品牌海外市场覆盖率较低，国际渠道布局不够完善，应对海外监管政策与市场风险的能力有待加强。中国化妆品企业国际化运营经验及商业模式缺乏，国际化人才匮乏。

（二）发展形势

1. “十五五”行业发展定位

培育以科技为核心驱动力、文化为独特灵魂、绿色可持续为发展底色的现代化产业体系；使中国化妆品产业成为推动消费升级的重点领域、培育新质生产力的重要载体、展示国家文化软实力的关键窗口；实现从“全球最大市场”向“全球产业引领者”的跨越，从“制妆大国”到“制妆强国”的跨越，跻身全球化妆品产业创新发展第一梯队。

2. 重要作用

推动国民经济消费增长的新引擎。进一步扩大市场规模，拉动社会消费品零售总额增长，带动产业链上下游价值提升，为经济高质量发展注入“美丽动能”。

建设现代化产业体系的助推器。推动制造业与 AI 信息技术、生物科技深度融合，加速产业“智造”转型，助力实体经济升级，同时创造高质量就业岗位。让化妆品生物经济和现代化产业体系充分融合发展。

提升文化自信的重要纽带。化妆品是强文化属性的消费品，中国化妆品的国际化可以促进中国文化的国际化传播，中国文化的全球化又可以进一步促进中国化妆品的国际化销售。以化妆品为文化载体，推动东方美学与现代消费理念融合，增强文化影响力，助力文化强国

建设。

提升民生福祉及精神文明的载体。通过提供安全、有效、个性化的产品，满足人民群众对“美”的需求，提升个人自信与生活品质，促进社会审美水平提升，促进人民精神面貌的改进，有利于社会主义精神文明建设。

3. “十五五”行业发展面临的国内外形势

（1）国内形势

机遇：消费升级持续深化，消费者对天然、有效、功能性、个性化化妆品的需求激增，为创新型企业提供广阔空间；政策层面强化科学监管与创新支持，为行业规范发展保驾护航；数字及信息经济发展成熟，电商、社交媒体为品牌运营与渠道拓展提供高效工具；线下渠道不断重构，通过线上线下融合发展，为消费者提供新体验和新价值。

挑战：市场竞争日趋激烈，国际头部品牌加速布局中国市场，本土品牌面临高端市场竞争力不足，中低端市场过度竞争的双重挑战；监管体系不断完善，对产品质量、合规性要求持续提高，企业合规成本增加；原材料价格波动、劳动力成本上升；从基础研究到市场应用的转化效率不高；精细化品牌运营能力不足、科学传播体系尚不完善。

（2）国际形势

机遇：中国综合国力和国际影响力的提升，为中国品牌的国际化提供广阔空间；“中国文化热”持续升温，为带有东方元素的品牌出海奠定文化基础；跨境电商和社交电商在全球普及速度的提升，为中国品牌出海提供了有利渠道。

挑战：国际政治经济环境复杂多变，贸易保护主义抬头，增加了拓展海外市场的不确定性；国际头部品牌占据高端市场主导地位，少部分企业凭借规模优势形成竞争壁垒；各国监管政策差异较大，对产品质量合规性等要求不断提高，考验企业全球运营能力。

二、总体要求

（一）指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持现代化产业体系建设、科技创新驱动、安全与质量优先、品牌建设引领、绿色可持续发展、国际合作原则，聚焦“核心技术突破、品牌价值提升、产业结构优化、国际布局深化、人才队伍提质”五大方向，强化企业创新主体地位，完善产业链协同机制，健全产业服务体系，推动行业高质量、可持续、全球化发展。

（二）基本原则

1. 创新驱动，科技赋能

坚持把科技创新作为核心竞争力，聚焦基础研究、新原料研发、技术转化等关键环节，强化企业创新主体地位，构建“政产学研资用传”协同创新生态。

2. 安全为基，质量第一

严守产品质量安全底线，健全全链条质量管理体系，推行全生命周期质量管控，筑牢产业高质量发展安全屏障。

3. 品牌引领，文化赋能

培育具有国际影响力的民族品牌，深挖中国特色植物资源与文化内涵，推动文化出海及品牌国际化，提升产业全球价值链话语权。

4. 绿色低碳，可持续发展

践行“双碳”目标，推广绿色原料、环保包装与清洁生产技术，构建资源节约、环境友好的产业发展模式，实现经济效益与生态效益统一。

（三）总目标

1. 市场规模目标

行业市场消费规模突破 1.5 万亿元，保持年均 5% 以上增长，继续稳居全球第一大单一消费市场。

2. 科技创新目标

全行业头部企业（含上市公司）平均研发费用率提升至 5% 以上，全行业企业平均研发费用率提升至 2% 以上；在高端原料、生物发酵、细胞工程、智能护肤等领域实现 10—15 项重大技术突破，培育 5—8 个国家级技术创新中心。

3. 品牌发展目标

国货高端品牌在高端市场份额提升至 20%，力争打造 3—5 个年销售规模超百亿元的具有全球知名度和影响力的本土头部品牌。国货品牌市场占有率提升至 70%，形成“头部引领、梯队发展”的品牌格局。

4. 企业发展目标

力争培育 5—10 家年营业收入超百亿元的本土企业，形成龙头

引领作用。绿色生产企业占比达 60%，行业集中度（CR50）提升至 40%，建成 5—8 个具有国际竞争力的现代化产业集群。

5. 产业布局目标

打造全球化妆品智造中心，推动中国化妆品制造产值占全球的 50% 以上；打造全球化妆品原料智造中心，确保化妆品原料产业占全球产值的 50% 以上；打造全球化妆品品牌智造中心和总部基地，提升国内品牌影响力；打造全球化妆品技术创新中心，增强全球技术领导力；打造全球化妆品包装智造供应链配套中心，占全球包装配套产值的 60% 以上；形成全球化妆品工业与创意设计中心，促进工业与创意融合发展；打造全球化妆品智造装备制造中心，提升装备技术创新；打造全球化妆品政策和标准策源中心；将中国建设成为全球领先的化妆品产业高地。

6. 数字化目标

在化妆品行业推动“智能工厂梯度培育行动”，促进全产业链数字化转型、智能化升级，全力推进基础级智能工厂的培育，加快新一代信息技术在研发设计、生产制造、经营管理和供应链等全流程、全链条的融合应用，力争实现数量与质量的双突破。

7. 国际化目标

本土头部品牌（含上市公司）海外销售额占比突破 15%，重点布局东南亚、欧洲、北美等市场，建成一批海外仓储、工厂、品牌及营销中心，将化妆品作为讲好“中国故事”的重要载体，加大国际化步伐，推动从产品出海向品牌与文化出海的跨越。

8. 人才队伍目标

到 2030 年，基本建成一支规模适配、结构优化、素质一流、富有活力，能够有效支撑行业高质量发展、国际化竞争的现代化人才队伍。

三、重点任务

（一）技术创新：筑牢产业核心竞争力

1. 完善创新支持体系

推进化妆品原料创新基地与安全评估中心相关工作，加强基础研究，建立技术成果转化服务平台，促进科技成果转化。在人工智能、合成生物、毒理药理评估、分子生物、皮肤科学等方面，提升化妆品行业整体技术水平，推进化妆品前沿技术发展。

专栏 1 化妆品企业创新支持工程

支持梯度培育与精准扶持体系：建设支持“创新型中小企业—‘专精特新’企业—‘小巨人’/‘单项冠军’企业”的发现、培育与升级机制。针对处于不同发展阶段的企业和潜力项目，在核心原料研发、绿色工艺革新、智能智造装备、新锐品牌打造、跨境出海服务等关键赛道，鼓励设立专项扶持计划，提供差异化、精准化服务。

强化创新要素与专业服务支撑：鼓励设立化妆品产业创新引导基金，引导市场化风险投资，鼓励投资产业“硬科技”。对拥有显著创新性的小微企业，提供原料安评、功效评价、产品注册/备案等全方位的辅导通道。

促进大中小企业融通创新与生态协同：鼓励上海、浙江、广东、江苏、山东等化妆品企业集中的省市定期举办创新大赛、技术成果对接会、产业链座谈会等活动，搭建技术、资本、市场与人才的高效对接桥梁，推动中小企业深度融入高端价值链。

推动行业营商环境公平透明发展：为中小微企业的科技研发、产权保护提供支持服务。推动各类市场主体权利平等、机会平等、规则平等。

2. 布局生物工程基础研究中心。

前瞻性、战略性地布局一批专注于源头创新与底层技术突破的化妆品产业生物工程基础研究中心（以下简称“中心”）。紧密结合国家重大科研基础设施、顶尖学术机构及产业创新高地的地理分布，形成“东部引领升级、中部协同发展、西部特色培育”的格局。

专栏 2 布局建设化妆品产业生物工程领域基础研究创新平台

生物工程基础研究创新平台是化妆品产业实现原料与关键共性技术源头创新突破的重要支撑，有利于夯实底层技术能力，提升行业原创创新与成果转化水平。

北京中心：依托中国科学院微生物研究所、清华大学、北京大学、北京工商大学等，聚焦“底盘菌种创制与工具开发”，发挥其在合成生物学基础研究方面的领先优势。

广东广州 / 深圳中心：依托南方科技大学、深圳先进技术研究院等，聚焦“微生物细胞工厂的自动化铸造与智能测试”，利用其强大的工程化能力和信息技术基础。

山东济南中心：依托山东大学、中国海洋大学等，聚焦“海洋与极端环境微生物底盘挖掘”及“大宗生物活性物合成途径优化”，“大宗绿色化学原料提升”等结合本地产业特色。

云南昆明中心：依托中国科学院昆明植物研究所、云南大学等，聚焦“西南特色植物资源的生物合成途径解析与保护性开发”，建立全球领先的植物合成生物学资源库。

江苏南京中心：依托南京大学、南京工业大学、中国药科大学、江南大学等，聚焦“工业微生物的鲁棒性机理与系统代谢工程”，强化工程学基础能力。

四川成都中心：依托四川大学、中国科学院成都生物研究所等，聚焦“特色药用植物活性成分的生物合成路径与功效机理研究”，服务美容大健康产业。

3. 攻坚核心技术

聚焦天然活性成分提取、合成生物学原料开发、智能响应型配方等关键技术，鼓励企业与高校、科研院所共建创新平台。

专栏 3 核心技术攻关工程

原料与配方攻关：研发化妆品高端原料、生物发酵、肽类原料，突破生物活性原料、合成材料、高端油脂、智能护肤，智能响应型配方等关键技术，加快化妆品重要原料国产替代。推动先进递送体系的稳定性与规模化工艺验证。

化妆品关键活性原料生物合成平台技术开发：选择 3-5 种活性原料，开展生物合成途径解构，构建高产工业菌株，优化代谢通路，建立 AI 辅助高通量筛选平台；优化发酵过程参数，开发膜分离等绿色分离纯化技术，建立工艺放大模型；搭建数字化中试放大平台，开发 AI 驱动的发酵过程优化算法，实现发酵过程实时监控与智能调控；

精准递送技术开发：为解决生物合成原料的透皮吸收与稳定性难题，开发仿生递送载体技术提升活性成分皮肤渗透性与靶向性。

化妆品用生物基基质原料和高端特种油脂关键技术研发：研发生物基 1,2- 丙二醇等基质原料，通过细胞工厂和发酵技术不断实现生物基替代；突破珍稀植物油脂，低温萃取、分子蒸馏、抗氧化稳定化工艺；开发改性油脂（硅基油脂、磷脂衍生物），优化肤感、渗透与成膜性能。

功效机理与证据体系建设：推动基因组学研究，加速化妆品精准功效攻关。围绕修护、舒缓、抗皱、防晒等重点功效，推进机理研究与方法学标准化，推动体外—体表—临床多层级验证与多中心评估，提升结论可信度。

安全评估能力建设：完善暴露评估与风险表征方法，提升替代方法学与数据库支撑水平，增强中小企业合规能力与风险防控能力。

4. 强化企业创新主体地位

支持龙头企业牵头组建创新联合体，对研发投入占比高的企业给予相关政策扶持和资金补贴，培育一批“专精特新”企业。梳理化妆品领域的“专精特新”企业、“制造业单项冠军”企业和“高新技术

企业”，“十五五”末相关创新特色企业全行业占比超 50%。

（二）产业体系建设：构建高效协同全球领先的现代化产业体系

1. 打造产业链全要素高地与全球领先的现代化产业体系集群

化妆品现代化产业体系，以新质生产力为驱动，深度融入新兴产业与未来产业大局，贯通原料—研发—制造—品牌—服务全链路，构建完整、先进、安全、开放的产业生态。在长三角、珠三角、黄三角及黄河流域等北方地区产业基础雄厚的地方，建设集研发、生产、物流、检测于一体的化妆品产业集群园区，推动产业链上下游企业集聚发展。构建覆盖科技创新、原料制造、智能装备、品牌总部、包装供应链、创意设计与国际服务的全要素支撑体系，形成若干具有全球影响力的产业高地，持续提升我国在全球产业链中的地位与话语权。

专栏 4 提升化妆品产业集群建设

根据中国化妆品产业总体与部分地区发展情况，建议打造以下产业集群：

全球化妆品智造产业集群：以广州为核心的广东省，聚力打造全球化妆品智造中心，到 2030 年带领全国同行实现中国化妆品智造产值占全球份额 50%以上；

全球化妆品技术创新产业集群：联动高校院所、龙头企业与公共平台，面向合成生物、皮肤科学、功效评价与安全评估等领域强化关键共性技术供给，推动科技成果产业化，形成高能级创新网络与持续输出能力。

全球化妆品原料智造产业集群：以济南为核心的山东省，聚焦高附加值、绿色、环保，可持续发展的原料研发和生产，建成全球化妆品原料智造中心，带领全国同行提高原料工业产值占比。

全球化妆品智造装备制造产业集群：以江苏省为核心，主攻智能生产设备、检测仪器研发制造，形成可复制的智能工厂解决方案与装备供给体系。

全球化妆品品牌总部基地产业集群：依托上海的品牌资源与国际要素集聚优势，集聚头部品牌、研发设计人才、资本与专业服务机构，提升品牌运营、供应链协同与国际化经营能力，形成总部经济与品牌生态高地，带动行业精品化与高端化发展。

全球包装智造与供应链配套产业集群：依托浙江、广东等产业集群优势，围绕绿色材料、功能包材、可回收与减量化设计，完善包材研发、检测认证与规模化制造配套能力，提升包装供应链稳定性、标准化与可持续水平，强化产业链韧性支撑能力。

全球化妆品工业设计与创意设计产业集群：以上海、深圳等为引领，推动工业设计、品牌视觉、产品体验与数字内容表达协同发展，促进文化资源与现代审美融合，提升产品创新效率与品牌辨识度，构建面向市场的设计服务与人才集聚高地。

2. 推进绿色智能制造

推广清洁生产技术与循环经济模式，支持企业进行智能化改造，建设数字化生产车间与智能仓储系统，提升生产效率与质量管控水平。

专栏 5 绿色智能制造

完善行业绿色制造体系。优先采用可再生、可降解等绿色原料，推广高效节能设备、清洁生产工艺及绿色简约包装；建立绿色低碳、可溯源的生物基生产体系，满足高端化妆品安全与功效需求。

推进数字化智能化改造。推动行业企业加快数字技术深度嵌入生产制造全流程，实现生产过程的自动化、智能化，打造设备互联、质量追溯、智能仓储等典型场景应用标杆。

探索“数字化 + 绿色制造”新路径。引入数字化能源管理系统，实时监测和优化生产能耗、物料消耗及污染物排放控制，实现能源与资源的动态精细化管理。

培育绿色工厂矩阵。加快制定化妆品行业绿色工厂评价体系，支持“省级绿色工厂—国家级绿色工厂”的发现和梯度培育机制，打造一批国家级绿色工厂。

健全行业碳标准体系。加快制定化妆品行业碳足迹和碳排放计算标准，构建化妆品行业碳足迹因子库，推进化妆品产业低碳转型。

3. 优化供应链体系

在供应链上游，促进原料研发、生产与供应，缓解关键功效性原料供应不足问题，提升原料质量安全与应用性能。推动构建化妆品原料企业 GMP 体系并开展认证。加强包装设计与材料研究，推动 AI 在包装材料设计中的应用，强化对常用包装材料安全风险的分析与评估。

在供应链中游，引导化妆品品牌企业优化销售渠道，打破因压缩

生产成本导致的“高定价、低品质”恶性循环。推进化妆品电子标签的应用，完善化妆品产品追溯体系。依托产业集群，构建化妆品生产基地和物流枢纽。鼓励品牌企业自主研发，推动化妆品代工企业向健康、专业化方向发展，避免同质化生产。

在供应链下游，构建多元销售渠道和智慧物流体系，推进物联网应用，提升产品追溯能力。加强面向消费者的科学传播，促进对化妆品科学认知的提升。

专栏 6 优化提升供应链布局

推动智能化升级：促进互联网与 AI 技术在供应链各环节的应用，通过提升企业生产质量管理体系，增强原料采购、生产过程控制、产品追溯等环节的智能化水平，提升运营效率。引导企业在配方定型、功效预测等领域深化 AI 工具应用。利用数字技术整合全域销售数据，实现区域库存与终端营销的精准管理。

发展智慧物流枢纽：在主要产业基地和消费城市群，建设具备自动化分拣、仓配一体化服务能力的化妆品专业物流枢纽。依托电子标签政策和区块链技术，构建覆盖原料、生产、流通、消费全链条的全国性化妆品质量安全追溯平台。

促进专业化分工：引导代工企业向“研发驱动型制造”和“专精特新”方向升级，支持品牌企业与代工企业建立长期战略合作与联合研发机制。

4. 未来产业

布局六个国家级合成生物原料中试转化与产业孵化平台。依托龙头企业和科研院所，在北京、上海、广州、深圳、济南、南京六个化妆品产业及科研集中的核心城市布局化妆品产业的国家级合成生物原料中试转化与产业孵化平台。形成覆盖全国、专业分工的中试平台网络。

专栏 7 未来产业建设

柔性制造与 C2M 模式：推动以数字化、模块化为基础的柔性制造体系建设，促进生产线柔性配置与产能弹性调度，实现从大批量生产向“小单快反”和按需制造转型。依托工业互联网平台，打通需求洞察、配方研发、生产交付等环节，推动 C2M（消费者直连工厂）模式在行业内加快普及，支撑个性化消费需求高效落地。

超限制造与原创技术突破：围绕高端原料、关键剂型和先进工艺，推动超限制造能力建设，突破传统“调配加工”模式限制。聚焦合成生物学原料、重组蛋白、高纯度活性成分等方向，加大产学研协同攻关力度，培育一批具有自主知识产权和国际竞争力的“中国特色”原料与制造工艺，构建技术壁垒，提升产业原创能力。

个性化定制与精准服务：以数据驱动为核心，推动“数据—研发—制造—服务”一体化定制体系建设。支持企业运用大数据、人工智能等技术，精准识别消费者肤质特征、功效需求与审美偏好，依托柔性制造与超限制造能力，实现配方、香型与包装的个性化定制，推动行业由“产品供给导向”向“需求驱动导向”转型。

绿色可持续与低碳转型：将绿色低碳作为未来产业发展的重要方向，推动绿色原料、生物基材料和可降解材料在产品与包装中的应用。引导企业建设绿色工厂和低碳产线，完善资源循环利用与能耗管理体系，探索建立行业绿色评价与激励机制，实现经济效益与生态效益协同提升。

（三）品牌建设：培育全球知名国货品牌

1. 建设品牌价值体系

加强化妆品品牌价值体系建设，以科技研发为内核，深耕自主原料与功效创新；以东方美学为灵魂，将非遗技艺与现代审美深度融合；以合规信任为根基，严守功效评价与品质标准。通过“科技 + 文化 + 合规”三维赋能，打造兼具硬核实力与情感共鸣的品牌符号，推动国货从产品输出迈向价值引领。

专栏 8 品牌价值体系建设

完善品牌价值评价标准体系：依托团体标准建设，推进《中国化妆品产业数据统计规范》等基础性标准实施，统一统计口径和数据边界，夯实品牌价值评价的数据基础。形成能够综合反映品牌经营稳定性、行业影响力和长期价值积累的评价体系，引导行业树立长期主义发展导向。

搭建品牌价值调研与发布机制：依托行业组织和数字化平台，建立常态化、可持续的品牌价值评估与发布机制，定期开展化妆品企业和品牌市场地位调研，形成权威、稳定、可对标的行业坐标体系，为企业战略决策、资本判断和国际比较提供参考依据。

打造品牌发展交流与引领平台：持续举办中国香妆品牌发展大会等行业高端交流活动，系统发布品牌研究成果和调研结果，强化品牌价值理念传播，促进企业从“重规模、重速度”向“重质量、重价值”转变，营造以品牌建设为核心的良性竞争环境。

强化品牌孵化与生态赋能：总结推广产业集群和园区在品牌培育方面的有效经验，构建以技术支撑、产业协同和价值引领为核心的品牌孵化机制，推动品牌建设从单点突破向生态化赋能转变，提升区域和产业整体品牌能级。

2. 助力高端品牌发展

面向重点品类与优势赛道，支持企业在品牌定位、产品结构、研发设计与服务能力上系统升级，推动形成一批具有稳定口碑与高复购率的国货精品品牌。鼓励企业打造兼具科技含量与东方审美的高端产品线，提升品牌溢价能力与长期竞争力。

专栏 9 化妆品国货高端品牌培育工程

《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》已经提出要重点培育化妆品高端品牌，“十五五”时期应系统性推进国货品牌的高端化发展，提升品牌价值和国际竞争力。

培育国货高端品牌：立足消费需求，提升品牌核心竞争力，开展企业 50 强、品牌 50 强、原料企业 30 强、细分品类冠军等调研工作，树立行业标杆，为企业发展提供典范，促进行业高质量发展。

引导品牌价值建设：倡导行业重视品牌价值建设，推广中国香妆品牌价值评估系统，举办品牌价值发展大会，提升行业整体品牌价值水平。

促进品牌与文化结合：深挖优秀传统文化精髓，将东方美学、中医药草本、非遗工艺融入品牌和产品设计，打造兼具文化辨识度与市场竞争力的品牌符号。依托文化出海助力品牌国际化，让国货品牌成为中华优秀传统文化传播载体，培育兼具文化底蕴和全球影响力的世界级美妆品牌。

3. 强化科学传播

联合专业智库、媒体平台、学研机构、专家学者等各方，构建规范、高效、可持续的行业科学传播基建平台和体系，以科学传播规范市场认知、净化传播生态、增强消费信任，推动科研成果更好转化为品牌价值和市场价值，为国货品牌高质量发展夯实信任基础。

专栏 10 化妆品科学传播体系建设工程

化妆品科学传播体系系统化建设：立足健康中国、美丽中国战略，专项推进化妆品科学传播体系系统化建设。围绕标准规范、权威内容、主体共治、全域渠道、专业人才、风险风控、评估迭代等维度构建一体化体系，统一传播合规边界，搭建权威公共科普内容库，明确政产学研资用传各方权责，打通线上线下全域传播渠道，培育专业科普人才，建立舆情辟谣与风险防控机制，配套量化评估闭环。

强化科学传播内容建设：面向公众消费认知，加强成分知识、功效原理、安全使用等基础科普内容建设；面向品牌传播，加强核心技术、专利原理、研发机制、功效评价方法等技术解析内容建设；面向创新成果转化，加强新原料、新配方、新工艺、新技术等成果发布内容建设；推动传播内容由碎片化信息输出，向系统化、专业化、品牌化表达转变。

构建多元融合传播体系：统筹专业平台、大众平台和体验平台建设，形成覆盖行业内外、贯通线上线下的全域传播网络。依托学术期刊、行业大会、专业论坛等平台，强化专业表达和行业权威传播；依托融媒体矩阵、科普短视频、专家解读、深度内容合作等渠道，提升公众触达效率和传播转化能力；依托实验室开放日、线下体验活动、功效展示、产品品鉴等场景，增强消费者的感知、体验与认同。推动科学传播从单向发布向互动传播、场景传播和价值传播延伸。

健全权威内容供给与叙事机制：围绕行业热点、消费痛点和品牌传播重点，建立科学、统一、规范的内容供给机制。加强重点领域传播内容的规范化整理、专业化阐释和差异化表达，提升内容的准确性、权威性和可读性。统一传播边界和合规要求，防止概念滥用、功效夸大和伪科学表达，推动形成可信、可感、可传播的科学内容体系。

推动多主体协同共治：发挥行业协会、科研机构、重点企业、媒体平台、专家学者等多方作用，形成分工明确、协同联动的科学传播工作格局。支持企业将科学传播纳入品牌战略和研发转化体系，推动研发端、品牌端、传播端协同联动。鼓励构建“政产学研资用传”协同机制，统筹推进科学传播、消费者教育、行业自律与品牌建设。

构建量化评估与迭代机制：建立认知度、美誉度、忠诚度相结合的科学传播效果评估体系，重点监测技术知晓率、成分信任指数、产品复购率等指标，推动传播成效可量化、可比较、可优化。根据评估结果持续优化内容供给、渠道布局和传播方式，形成闭环迭代机制。

（四）扩大消费：推动化妆品消费结构优化

1. 多维促消费，激活全域市场

依托国际消费中心城市、地方时尚消费载体打造美妆特色消费场景，推动即时零售、首店经济提质扩容，深挖下沉市场和“一老一小”群体消费增量。持续打造高品质、高规格、高精尖的香料香精化妆品行业精品博览会，集聚优质品牌与企业，同步搭建产销对接、国际交流平台，助力品牌企业深耕国内市场、拓展全球布局，以展会赋能产业提档升级。

2. 聚焦硬实力，推动消费升级

围绕消费者对安全性、有效性、功能适配性和审美体验的多层次需求升级，推动化妆品消费由价格导向向品质与价值导向转变。通过合成生物等前沿技术提升产品功效与稳定性，以文化内涵与场景体验增强消费认同，引导形成以高品质供给匹配高品质消费的良性循环，持续激发国货高端美妆消费潜力。

3. 精准适配，夯实消费基础

立足消费者精细化、个性化需求，推动行业柔性生产体系建设，

重点研发天然绿色化妆品、微生态化妆品、智能功效化妆品。推广化妆品个性化服务，适配不同消费者需求，实现不同人群、不同消费场景需求的精准匹配，激活个性化消费市场。构建“政校企协”协同的消费教育体系，常态化开展化妆品科学知识普及、功效科普、安全用妆指导等活动，规范消费认知，筑牢行业消费信任根基。同时联动行业融媒体矩阵与权威专家，及时回应消费舆情，正向引导消费观念，推动化妆品消费持续健康增长。

（五）标准建设：引领行业高质量发展

1. 推进改革，建立统一的化妆品标准化体系

依据国家标准化工作改革方向，逐步配合推进化妆品行业标准化工作体系改革。以监管部门为核心，建立统一协调的标准化体系，明确责任分工，解决当前标准“散、乱、缺”的问题。加强化妆品行业标准化人才培养，协助建立跨部门的标准化工作协调机制，统一规划，避免标准间交叉、重复。

2. 明确各层级标准定位

厘清化妆品行业相关国家标准、行业标准、团体标准与企业标准的边界和定位，精简整合现行标准，提升标准的整体科学性与严谨性。强化国家标准在基础通用、安全底线及涉及全国市场公平方面的强制性和基础性作用。规范团体标准的制定流程，清理无效或落后标准，净化化妆品行业/团体标准环境，发挥团体标准对行业的积极引导作用。明确《技术规范》在标准化体系中可视同国家标准的法律地位，将其作为化妆品国家标准的重要补充。

3. 发挥标准作用，填补技术与管理空白

夯实安全底线标准，系统推进化妆品国家标准与技术规范的制修订，加快高风险原料及新原料安全评价标准研究。加快化妆品新功效评价方法和技术标准建设，完善新功效注册流程，进一步激活市场创新活力。完善化妆品包材安全评价标准，重点关注迁移物等潜在风险物质的检测与评估。建立化妆品生产质量管理关键环节标准，细化要求，提升企业责任意识。建立绿色生产评价标准，引导行业绿色转型。制定数智化与新业态服务相关标准，补全相关领域的标准体系空白。

4. 参与国际化妆品标准化建设

鼓励国内机构、企业及专家积极参与国际标准化组织技术工作，争取主导或共同起草国际标准。系统研究并适时转化国际主要市场的先进法规与技术标准，提升中国标准的国际兼容性，促进中国化妆品“出海”。

（六）人才培养：打造支撑产业高质量发展的专业人才队伍

1. 建设“高精尖”专业人才梯队

建立与国际接轨、分层分类的关键岗位职业能力评价标准与认证体系、推动核心岗位人才向专业化、高端化发展。

健全化妆品安全评估师队伍。组织制定化妆品安全评估人员能力规范，依托具备资质的高校、科研院所及检测机构共建培训基地，开展系统培训与竞赛。推动企业设立专职安全评估岗位，建立并动态更新行业安全评估师专家库，持续提升行业安全风险防控能力。

强化化妆品配方师职业能力。全面实施《化妆品配方师》国家职

业标准，依托行业协会联合高校与骨干企业共建培训基地，定期开展行业职业技能培训及竞赛，建立行业配方师人才库，促进技术交流、成果转化与技艺传承。

系统培养化妆品法规人才。建立常态化法规政策培训机制，重点面向企业质量安全负责人、注册备案专员、生产质量管理专员开展专项培训。支持行业协会开展合规培训服务，提升企业特别是中小企业的合规管理水平。

2. 深化产教融合与协同育人机制

充分发挥协会的桥梁纽带作用。推动教育链、人才链与产业链有机衔接。

优化学科专业布局与课程建设。支持高校增设“化妆品技术与工程”、“化妆品科学与技术”等方向的本科及研究生专业。鼓励跨学科融合，推动教材与课程内容与行业技术发展、法规标准同步更新。

共建共享实践教学与创新平台。鼓励行业头部企业与高校合作共建联合实验室、实习实训基地等。推广“校企双导师”制度，推动企业技术与管理专家参与人才培养、课程设计与职业发展指导。

3. 加大人才引进力度

面向科技前沿与全球化竞争，实施更加开放、精准的人才引进策略，依托国家技术创新中心、重点实验室等平台，聚焦合成生物学、皮肤科学、绿色智能制造等关键领域，通过项目合作、平台共建等形式，积极引进具有国际影响力的学科带头人与科技领军人才，提升行业源头创新与关键技术攻关能力。

（七）开放共赢：拓展全球市场空间

1. 提升贸易韧性

在拓展全球市场空间的同时，注重提升化妆品国际贸易韧性。实施市场多元化布局，巩固欧美等成熟市场，深耕 RCEP 成员国和“一带一路”沿线国家及地区，积极拓展东南亚、中东、非洲、拉美等新兴市场，构建多区域协同的国际市场格局。引导企业精准对接不同市场监管要求和消费偏好，形成覆盖高端化、功能化与高性价比的多层次产品供给体系。加强国际标准、技术法规和贸易规则对标，提升产品合规能力和市场准入水平，增强应对贸易壁垒、规则变化和外部风险的能力，推动化妆品国际贸易稳定、安全、可持续发展。

2. 实施差异化出海策略

针对不同地区市场特点，定制产品与营销方案，在东南亚市场依托跨境电商快速渗透，欧美市场聚焦高端品牌培育与线下渠道建设。积极组织企业参加国际化妆品展会，拓展销售渠道。

3. 推动海外布局与本土化运营

鼓励有条件的企业通过海外并购、合资合作、设立海外研发 / 运营中心等方式拓展国际市场，提升全球资源配置能力。围绕重点市场推动本土化产品开发、供应链协同与合规体系建设，增强交付稳定性与品牌长期经营能力，实现从产品出海到价值出海的跨越。

4. 扩大高水平对外开放

在提升国际贸易韧性的基础上，进一步扩大化妆品产业高水平对外开放。优化跨境协作与全球资源配置，精准引进国际先进技术、高

端装备、优质设计理念和专业人才，促进技术、资本、数据和人才等要素双向高效流动。依托国内外重点展会、专业论坛和国际交流平台，持续提升中国化妆品品牌的国际可见度和影响力，扩大自主品牌在全球市场的认知度和市场份额。

专栏 11 化妆品品牌价值出海与文化传播国际工程

支持品牌出海：完善出海公共服务供给，推动国际化从规模扩张转向品牌力与规则力提升，坚决防止以低价竞争、短期逐利带来的品牌透支与合规风险外溢。

建设行业服务平台：依托行业组织与重点产业集群，建设出海服务平台，提供目标市场法规动态、合规咨询、检测认证对接、知识产权保护、跨境渠道资源等公共服务，降低全行业出海的制度性交易成本与试错成本。

加强国际规则跟踪与参与：建立重点市场法规与技术要求跟踪机制，推进安全评估、功效评价、质量管理与可持续发展等方法学的联合验证与国际沟通，增强我国参与国际规则与标准体系的能力与影响力。

美学与文化传播：组织实施“东方美学与中国成分”国际传播行动，推动中国特色植物资源、非遗技艺与东方审美的现代化表达，提升中国化妆品在国际市场的价值认同与品牌溢价空间。

四、保障措施

（一）组织领导保障

建立由行业协会牵头、全产业链主体协同参与的产业发展协调机制，统筹推进规划实施、政策衔接与行业重大问题会商解决，形成上下联动、多方协同的推进体系，确保规划任务落地见效。

（二）政策法规保障

推动化妆品新原料、新功效产品快速审批通道落地完善，助力备案与审批流程优化，加快行业创新成果转化落地。研发投入达标企业实施研发费用奖励，高新技术企业相关激励措施等。强化知识产权保护，建立化妆品领域专利快速预审、维权援助机制，严厉打击侵权假冒行为。

（三）科技创新保障

重点支持生物合成原料、智能智造装备、功效评价技术等重要领域攻关。推动高校、科研院所与龙头企业共建“政产学研资用传”创新平台，组建原料研发、智能制造等领域的国家技术创新中心。加强创新成果转化服务，建设中试孵化基地，为中小企业提供技术验证、成果熟化支撑。

（四）人才支撑保障

实施化妆品产业高端人才引育计划，面向全球引进基础研究、品牌运营、标准制定等领域顶尖人才，给予相关配套支持。支持高等院校增设化妆品科学与工程、毒理学、皮肤医学、工业设计等相关专业，深化产教融合，与企业共建实训基地，培养高素质技术技能人才。建

立行业人才库，畅通技术型、管理型人才职业发展通道。

（五）国际化保障

搭建品牌出海服务平台，提供海外市场合规咨询、知识产权保护、营销渠道拓展等一站式服务。响应“一带一路”倡议，深化与沿线国家的产业合作，推动中国化妆品标准、技术、品牌“走出去”。

（六）质量安全与品质保障

健全化妆品全生命周期质量追溯体系，推动企业落实原料采购、生产加工、检验检测、上市销售全流程记录制度。加强跨区域、跨部门协同，强化线上线下一体化管理，筑牢产业高质量发展的安全底线。

（七）监测评估保障

建立规划实施动态监测与评估体系，设定产值规模、研发投入占比、标准制定数量等量化指标，定期开展进度评估。

