

Trend Analyses 2022

美妝趨勢分析報告

UNICARE
BIOTECHNOLOGY CORP.



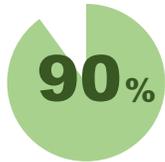
引言

潔淨美容將會是未來5年美妝產業的核心方向

國際最大的趨勢分析公司沃斯 (WGSN) 指出全球潔淨美容的市場規模預估會高達54.4億美元，一直到2027年的年複合增長率會提高12%，預估整個市值將超過116億美金。

雖然潔淨美容的概念在亞太地區起步比較晚，但是隨著消費者對於道德規範、健康衛生、環保意識的抬頭，尤其是疫情爆發之後消費者更加謹慎地尋求值得信賴的產品，也因此近年亞太地區成為潔淨美妝意識成長速度最快的區域，甚至已是整個潔淨市場最主要的驅動力。

針對亞太地區消費者對於美妝產品的期望，包含產品是否能帶來幸福感、是否能保護環境等等，因此未來五年，潔淨美容將會是美妝產業發展的重點方向。



C-Beauty

中國消費者希望美妝產品符合可持續、衛生生產標準。



J-Beauty

日本消費者覺得管理自己的情緒健康非常重要。



K-Beauty

韓國消費者希望更多環保產品。

Source: Brand Essence Market Research, WGSN Beauty

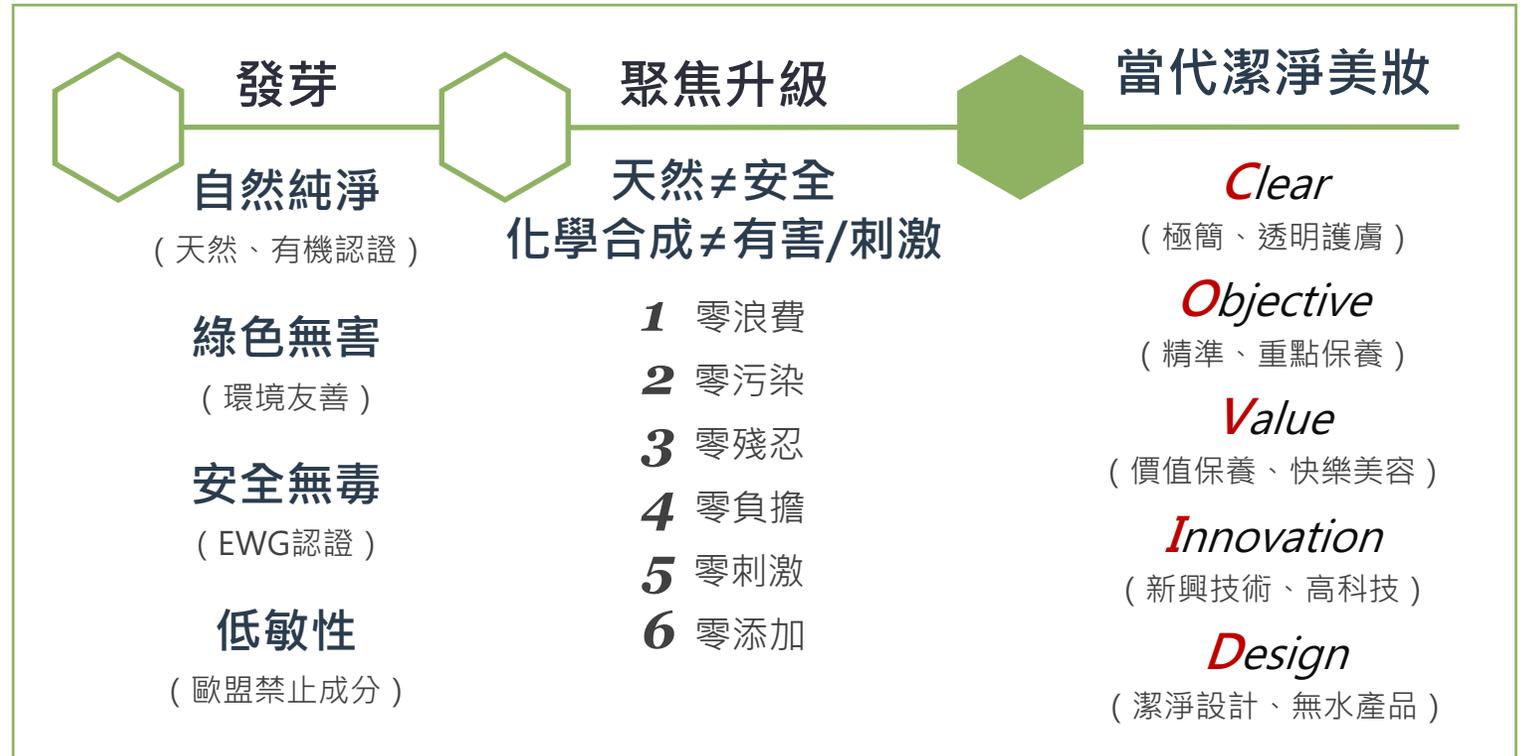


趨勢方向

潔淨美容概念將由自然純淨聚焦到"COVID"五大方向

潔淨美容的原型主要為天然純淨、綠色無害，直到2019年2月英國土壤協會認證組織（British Soil Association Certification）的報告指出英國千禧世代和Z世代的消費型態將有機美容和健康市場推向歷史新高，至此「潔淨美容」的概念開始發跡；伴隨著2020的疫情，潔淨美容逐漸鎖定在六大概念之下：零浪費、零污染、零殘忍、零負擔、零刺激、零添加。

直到今日，全球仍然受到COVID-19的影響，我們都在學習如何跟疫情共處，**消費者也將更謹慎選擇真正對肌膚更好的產品**，於是詠麗重新整合現今趨勢概念，將2022年潔淨美妝濃縮成更精簡的五大概念：Clear、Objective、Value、Innovation、Design，讓您更了解在潔淨美妝趨勢下，我們如何與您一同創造品牌價值。





目錄

Clear
極簡透明

極簡保養
透明護膚

Object
精準保養

精準保養
重點保養

Value
價值保養

快樂美容/健康美
產品多元包容性

Innovation
創新科技

原料科技
配方技術

Design
潔淨設計

低碳潔淨
回收升級

Clear

極簡透明

Less is more

讓潔淨美容，成為看得見的透明！

「Clear」涵蓋了極簡保養跟透明護膚，意指在保養中，去掉不需要的成分，留下對肌膚真正有效的活性，讓肌膚享受最純粹的保養。



極簡保養

用最簡單方法達到最好效果

透明護膚

成分資訊公開透明



極簡保養

極簡保養不單單只是成分越少越好，而是產品中的每一個活性都不是多餘的成分，並且能互相作用達到最佳的功效，全球最大原料商BASF在2021年10月提出「Minimalist10」，推出10種成分的極簡配方，精準選擇每一個成分，推廣用最佳的搭配達到最好的功效，簡化保養流程同時兼具高效及安心。

Source: BASF Global



核心重點

用最簡單方法達到最好效果

- ✓ BASF配方成分10個以內
(每一個成分都不多餘)
- ✓ 產品多效性，簡化保養流程



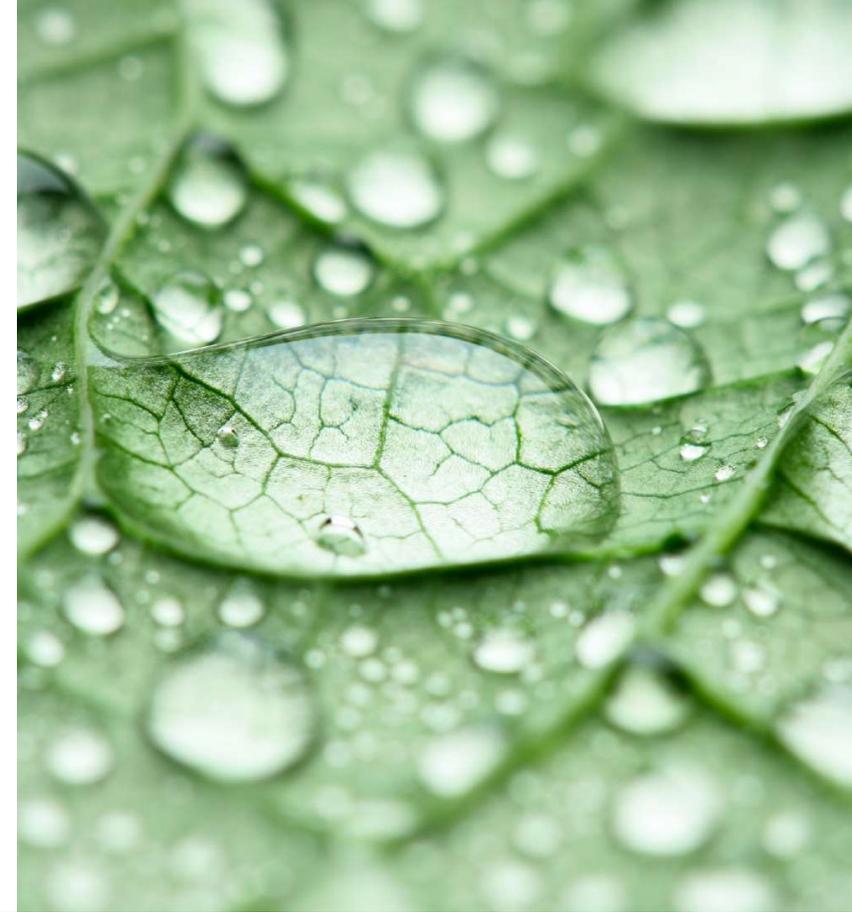
透明護膚

透明護膚訴求**成分資訊公開透明**，2021年美妝巨頭L'OREAL、聯合利華、LV集團聯合號召**成分透明計畫**，將共同開發針對化妝品產品的全行業環境影響評估和評分系統，目的是**提供消費者清晰、透明的成分信息**。

而近年來許多法規認證都加速了透明護膚的推行：

- 國際PIF法規 - 建立產品資訊檔案
- 國際ISO 16128 - 藉由原料的產品天然指數去計算終端產品的天然百分比
- EWG綠標 - 認證產品的安全性

Source: L'Oréal Finance, Cosmetics and Toiletries, Global Cosmetic Industry magazine, Special Chem, EWG, ISO 16128, PIF



核心重點

成分資訊公開透明

- ✓ 美妝龍頭聯合提倡成分公開透明
- ✓ 法規認證產品透明及安全性
(PIF, ISO 16128, EWG)

Clear

在極簡透明下
您的品牌可以這樣變化

高濃度系列

- ✓ 配方只有**10個**必要成分
(極簡INCI清單)
- ✓ 精選**高效能**原料
- ✓ **無表列防腐劑**
- ✓ 簡化保養流程

保濕



美白



緊膚



舒緩



眼部



煥膚



Objective

精準保養

講究保養細節

精準選擇讓美肌保養走捷徑

「Objective」涵蓋了**精準保養**跟**重點保養**，針對肌膚問題提供更精準的保養方式與產品，讓問題肌膚能獲得更快速的解決方案。



精準保養

鎖定肌膚問題選擇產品

重點保養

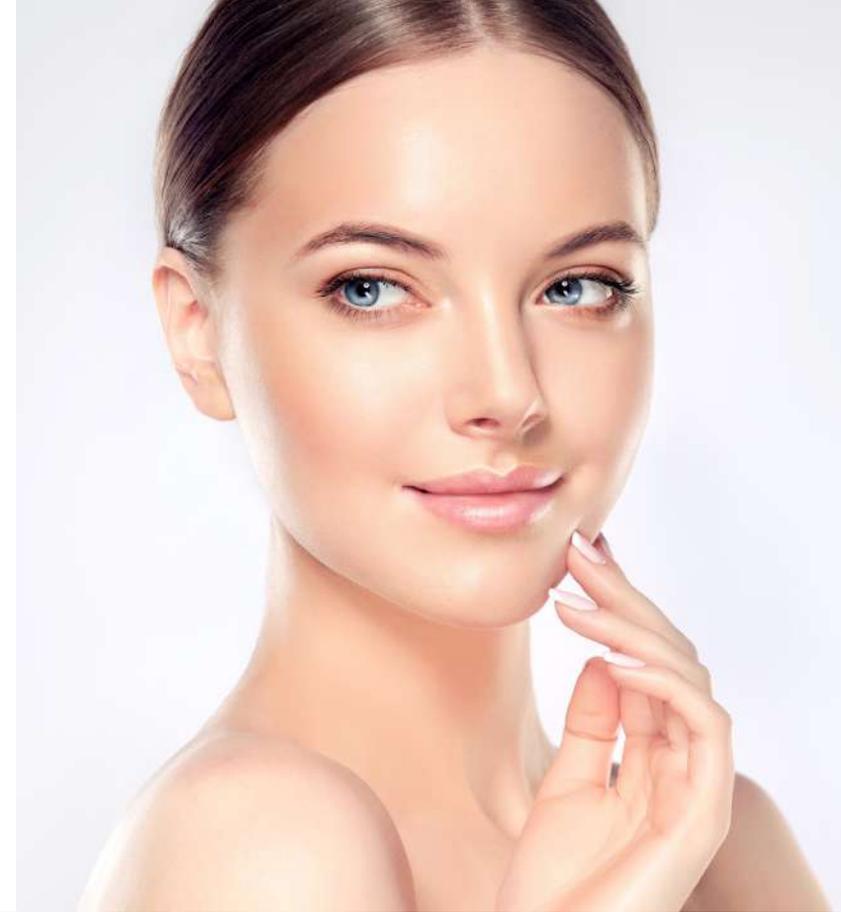
針對局部問題開發品項



精準保養

2018年《美國美妝行業透明度感知評估報告》中提到，72%的消費者希望品牌向消費者主動解釋產品成分的功效情況，意即現在的消費者更清楚自己需要什麼產品，甚至會去了解什麼成分能為肌膚帶來什麼樣的好處，所以會更精準地去挑選高性能且安全的成分，為此也帶動讓經典原料的再流行或再升級，如KIEHL'S、CLINIQUE相繼推出維生素A的延伸產品，而VICHY的核心成分玻尿酸，也從原先的保濕進階到訴求撫紋功效。

Source: FIT Transparency Perception Assessment Survey, KIEHL'S, CLINIQUE, VICHY



核心重點

鎖定肌膚問題選擇產品

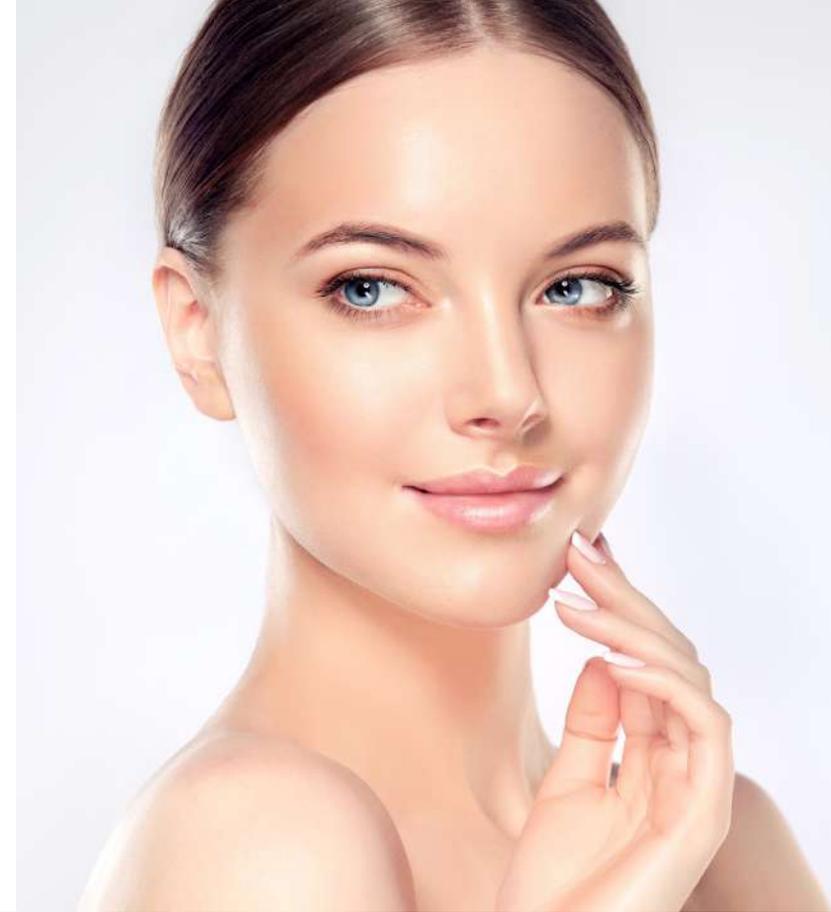
- ✓ 精準選擇兼具安全的高性能成分
- ✓ 經典原料重現並再升級



重點保養

隨著健康衛生的標準提升，消費者也開始注重細節部位的保養，包含頭皮頭髮、口腔或私密清潔，也因為疫情大家需要長期配戴口罩，全球最大原料商BASF也推出舒緩、清潔等等重點保養配方，因此2020年至今的保養方式也延伸出**針對局部性問題，進行重點保養的設計**。

Source: BASF Global



核心重點

針對局部問題開發品項

- ✓ 重點加強：眼、唇
- ✓ 健康保養：頭皮/髮、口腔、私密清潔
- ✓ 危肌意識：3C、空汙、口罩肌



Objective

在精準保養下
您的品牌可以這樣搭配

星棕瓶+EGF線雕錠套組

將活性濃縮更高效達到保養功效



早C晚A精華組

早上使用早C精華、晚上使用晚A精華



冰匙按摩亮眼霜

針對眼周進行重點保養



Value

價值保養

療癒身心體驗
提升生活品質的價值保養

「Value」涵蓋了快樂美容跟產品多元包容性，推崇保養是讓心靈與肌膚一同獲得滿足，甚至產品型態也針對不同世代的族群客製設計，讓每個人都可以享受到保養肌膚的尊榮感。



快樂美容/健康美

注重產品的附加體驗

產品多元包容性

打破保養需求的框架



快樂美容 / 健康美

除了保養要極簡、精準、高效之外，在健康風潮之下消費者更加意識到使用的產品也會對心理健康帶來影響，所以開始**注重產品的附加體驗、保養情境**，也就是快樂美容；國際原料商DSM（亞太地區的香氛總監）也表示，透過愉悅的日常護膚流程可以恢復內心寧靜，除了帶給生活怦然心動的儀式感，產品的5感體驗也可以強化產品的感官性，尤其是視覺性跟趣味性。

Source: Cosmetics Design, Cosmetics and Toiletries, BASF Global, WGSN Beauty, CB Insights



核心重點

注重產品的附加體驗

- ✓ 儀式感：賦予保養情境
- ✓ 5感體驗：
產品感官性帶來的身心紓壓



產品多元包容性

產品多元包容性主體是**打破保養族群需求的框架**，其中包含性別友善跟種族友善，性別友善意指保養品不再限定只有女生可以使用，男性也能自在地選購沒有明顯性別區分的保養品，如SHISEIDO在2021年特別推出男性版的小紅瓶；而保養品中的種族友善如CHANEL、LANCÔME針對各種膚色提供多款式的粉底選擇，讓每個人都能挑選到符合自己需求的保養產品。

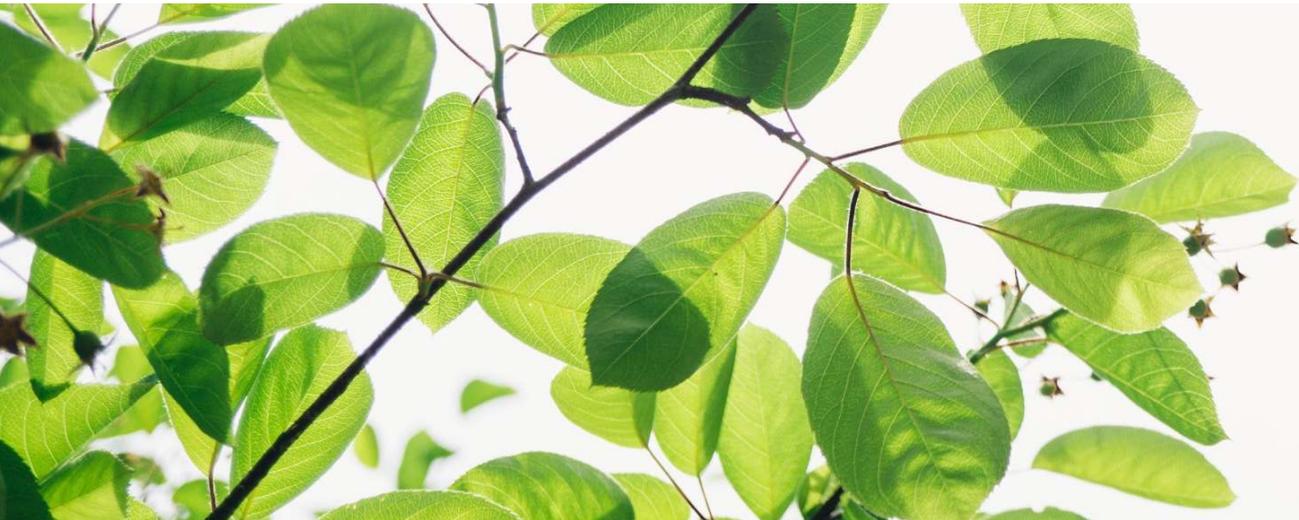
Source: Cosmetics Design, Cosmetics and Toiletries, BASF Global, WGSN Beauty, CB Insights, SHISEIDO, CHANEL, LANCÔME



核心重點

打破保養需求的框架

- ✓ 性別友善：無性別保養
- ✓ 種族友善：各式膚色、跨世代
- ✓ 個性化、文青小眾品牌崛起



Value

在價值保養下
您的品牌可以這樣打造

五色膜力套組

5重功效、360° 零死角分區保養



多色微導晶球精華

百萬顆活性、粒粒都是精華



14款多元粉底液

2種質地(啞霧、水光)、7種水油度



Innovation

創新科技

創新高效方案

高科技讓美麗與環保共存！

「Innovation」涵蓋了原料科技跟配方技術，運用創新科技讓美麗與環保共存，因應現今地球資源枯竭的速度，美妝產業在製程上更聚焦在如何減少資源浪費，因此於實驗室研發高效成分也成為主流趨勢。



原料科技

減少製程耗能&供應鏈風險

配方技術

技術突破提升產品性能



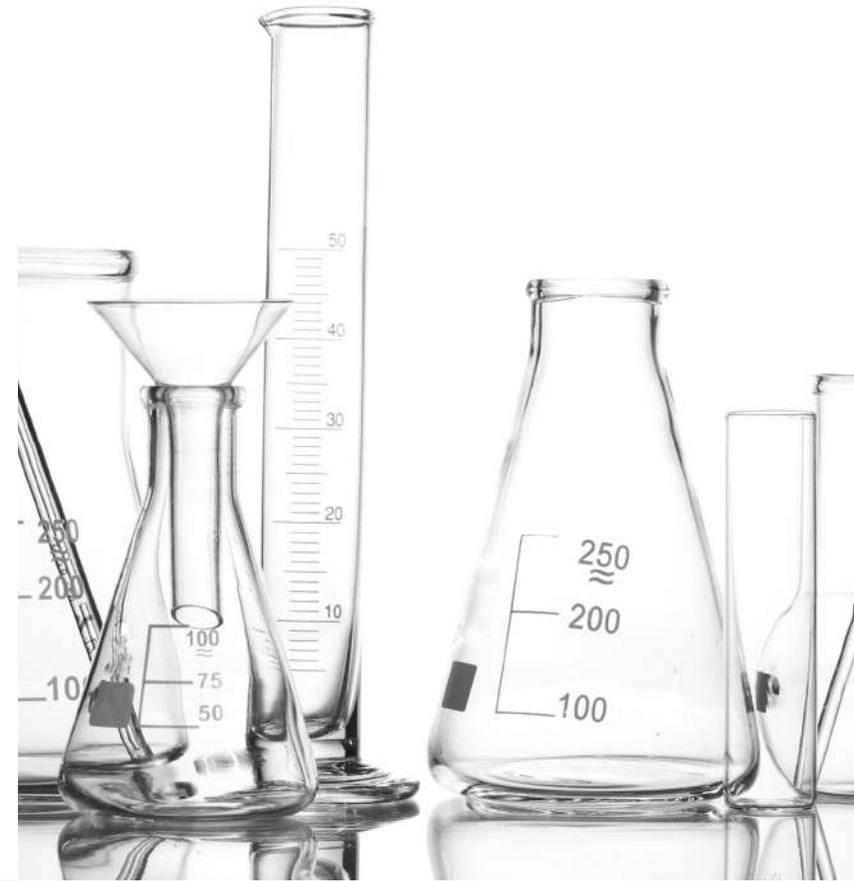
原料科技

美妝產業已經走到了高科技時代，無論是在實驗室培養、培植永續性原料，減少在製程中的耗能，或是運用生物發酵技術，維護生物多樣性，這些方式都能更高效生產出更精準且具功效活性的原料。

具體如下：

- 多功效益生菌保養 - 微生態養肌讓護膚功效 $1+1>2$ (益生菌 + 益生元 + 後生元)
- 綠色生技萃取技術 - 精萃完整展現植物功效，節省水與大地資源
- 高端基因工程技術 - 將運用創新技術升級明星活性功效，如EGF

Source: Cosmetics and Toiletries, BASF Global, WGSN Beauty, Mintel, Google Trends, CB Insights



核心重點

減少製程耗能&供應鏈風險

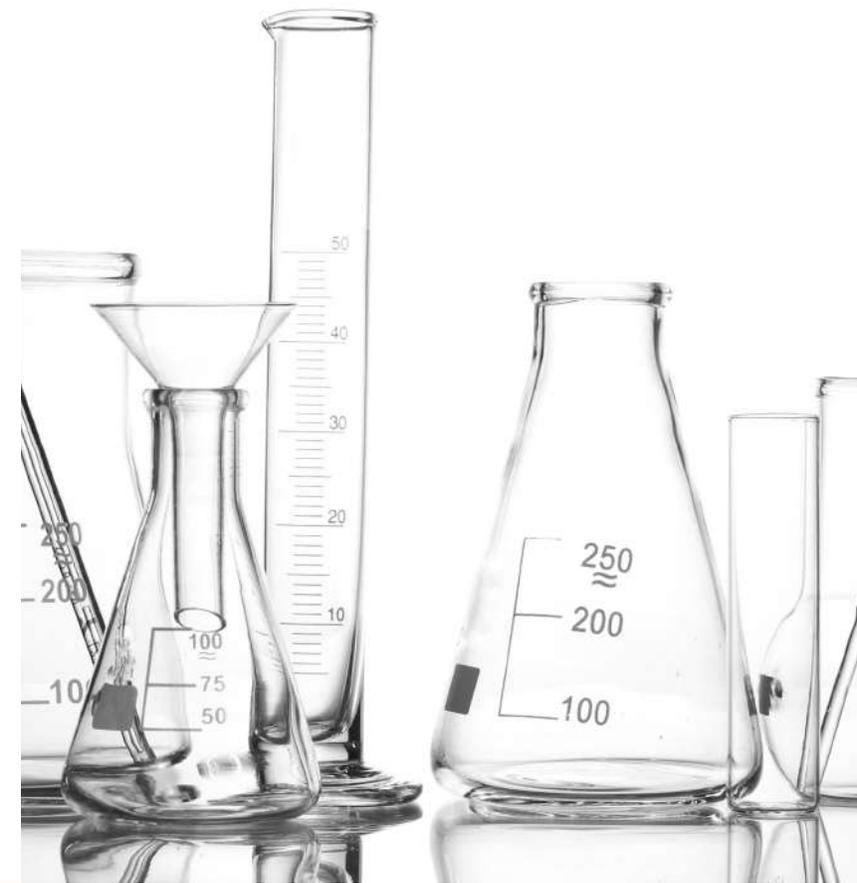
- ✓ 生物發酵技術：多功效益生菌
- ✓ 綠色生技：植物核心或初生因子
- ✓ 高端基因工程：EGF



配方技術

在配方技術上，一是要**提升產品性能**，如創新頂尖的包覆技術，主要訴求增加活性成分的吸收效力；二是在**配方的可持續性**，如全球最大原料商BASF提倡使用符合RSPO認證的棕櫚油，友善環境並且不影響產品質地。

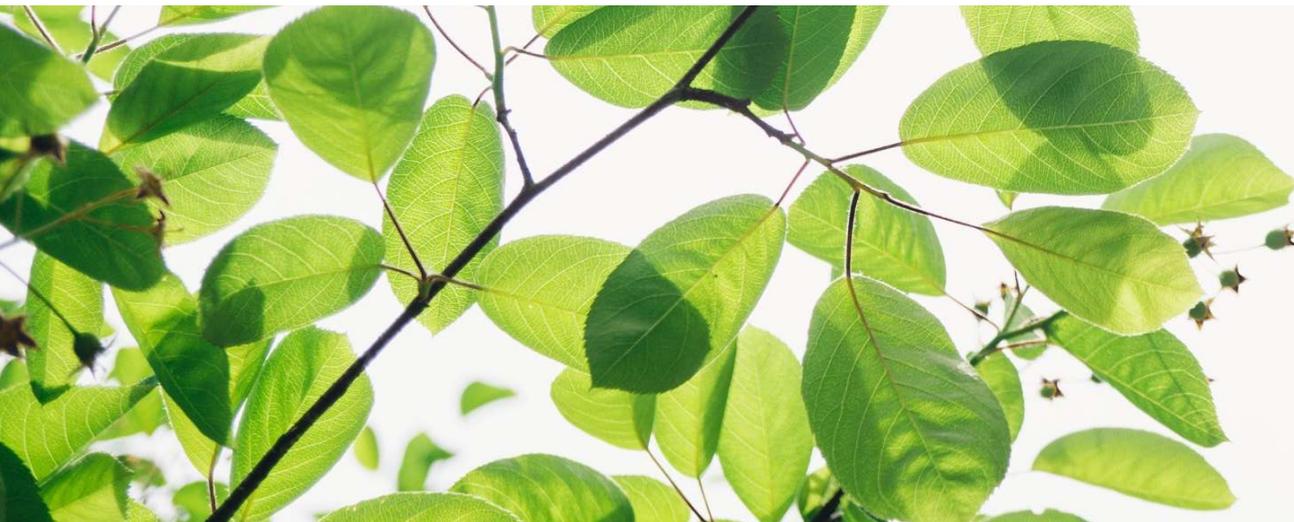
Source: RSPO



核心重點

技術突破提升產品性能

- ✓ 頂尖包覆技術：
增加活性吸收效力
- ✓ 可持續性技術：
可持續棕櫚衍生物通過RSPO認證



Innovation

在創新科技下
您的品牌可以這樣升級

益生態養肌

詠麗 X 臺灣藥技中心 
獨家技術合作 益生菌2.0-UNICARE109



醫藥級檢驗 **安全雙效**
92%美白、**29%**抗老

高端肌因工程

詠麗 X 台灣農科院 
獨家技術合作 EGF 3.0-NEOTECEGF

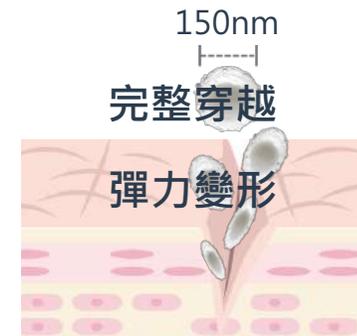


超越市售**500%**修護活性
1000倍安心

頂尖包覆技術

新型第 M621965號

詠麗 X 台灣工研院 
獨家技術合作 類脂質包覆技術



4兆粒/1滴 (0.05ml) 奈米包覆囊球
經皮穿透量超越**420%**效力

Design

潔淨設計

低碳生活哲學

潔淨設計讓環保不再是昂貴口號

「Design」涵蓋了**低碳潔淨**跟**回收升級**，主要因應市場主流 - 永續環保概念，設計出具有潔淨理念的產品，目前主要扣在符合碳足跡的生產及環保可回收包裝上。



低碳潔淨

產品碳足跡&水足跡管理

回收升級

成分包材可循環利用



低碳潔淨

低碳潔淨意旨從產品的碳足跡跟水足跡就開始管理，包含L'OCCITANE、AVEDA皆開發了不需要塑膠瓶器的洗髮皂，主體扣合著無水美容的設計概念，從製程到終端出售都圍繞著低碳潔淨的理念。



Source: L'OCCITANE, AVEDA, CORDA, BASF Global, CB Insights



核心重點

產品碳足跡&水足跡管理

- ✓ 無水美容/節水產品：
濃縮高效低用量、包裝減塑、防腐減量
- ✓ 低碳產品生命歷程：
冷製降低生產能源、減重降低運輸成本



回收升級

2021年國際專櫃Lancôme、GUERLAIN紛紛推出補充瓶，讓消費者在組裝的過程中，可以增加環保保養的參與感，而在瓶器包材的減塑選擇上，也會著重在選擇可回收再利用的材質，或是整體產品使用單一種材質，讓保養的同時達到永續環境的願景。

Source: Lancôme, GUERLAIN



核心重點

成分包材可循環利用

- ✓ 補充瓶/包：
DIY增加環保參與感
- ✓ 減塑：
材質減塑、回收再利用、
天然材質替代、循環再生



Design

在潔淨設計下
您的品牌可以這樣執行

全效無水精純配方-益膚菌晶萃

88%超「酵」能無水基底，打造肌膚最強微生態



特殊發酵植萃美容油

52%草本發酵油、高效修護延緩肌膚衰老





2022年

詠麗將朝著五大潔淨目標發展

Clear、Objective、Innovation、Value、Design

期待與您一同創造永續潔淨的新美妝生活！



THANKS!

詠麗生化科技股份有限公司

24891 新北市五股區五工六路16號

E-mail : global@unicare.com.tw

電話: 02-2298-0799

傳真: 02-2298-0766

<http://www.unicare.com.tw>