

Beauty Sustainable
美可持续

Environment Sustainable
环境可持续

Spirit Sustainable
精神可持续

RED CHAMBER

纯净彩妆行业白皮书

RED CHAMBER × KANTAR ×  天猫新品创新中心

I	在一切开始前	01
II	时代下的纯净美妆(Clean Beauty)	29
	1.1 国际纯净美妆(Clean Beauty)起源	31
	1.2 国际纯净美妆(Clean Beauty)基本定义	32
	1.3 纯净美妆(Clean Beauty)概念界定及类别	33
	纯净护肤(Clean Skincare)	35
	纯净彩妆(Clean Makeup)	36
	1.4 国内外纯净美妆(Clean Beauty)行业发展历史	37
	1.5 中国消费者对纯净彩妆(Clean Makeup)的认知与态度	43
II	中国纯净美妆的趋势与标准	48
	2.1 中国市场纯净美妆(Clean Beauty)行业品牌	49
	2.2 中国纯净美妆(Clean Beauty)行业升级	52
	2.3 RED CHAMBER朱棧纯净彩妆标准	57
	2.3.1 RED CHAMBER CLEAN STANDARD	59
	安全(SAFETY)	59
	采购(SOURCING)	61
	可持续性(SUSTAINABILITY)	63
	伦理(ETHICS)	65
	透明度(TRANSPARENCY)	65
III	制订首个中国纯净彩妆团体标准	68
	RED CHAMBER朱棧牵头起草《纯净彩妆通用要求指南》	
IV	未来展望与行动建议	76
	RED CHAMBER BLACKLIST	92

在一切开始前

可持续
纯净
彩妆



Beauty Sustainable
美可持续

Environment Sustainable
环境可持续

Spirit Sustainable
精神可持续

：

美国知名市场调查机构NPD公布了新冠疫情对美容业的影响，在疫情期间美容产品的总体销售额下跌了14%，但纯净美妆产品销售额却逆势上升11%。国外纯净美容市场起步较早，拥有成熟的技术与行业准则。国内纯净美容市场起步较晚，但发展迅猛，技术与法规逐步规范，同时国家对化妆品原料实行分类管理，并鼓励结合我国传统优势和特色植物原料开发化妆品。

审视过去两个世纪的美妆标准，护肤品领域一直在持续进行创新和发展，大众“精准护肤”的需求不断增长，产品成分及功效描述越来越被大众所关注，主打“生物科技”、“医研共创”的品牌也逐渐受到市场青睐。在护肤品研发上，大型品牌对研发能力与规范化生产有高要求，研发周期高达12到18个月，也存在产品研发周期长至以年为计*，有些品牌甚至选择自建工厂以把控生产全流程。国际集团投入了大量资金用于构建自身研发体系的壁垒，不少国货美妆品牌也通过活性成分的创新，不断强化自身实力，提高科研综合竞争优势。

相较而言，彩妆的研发投入则显得有些捉襟见肘。品牌方多是在色彩、包材上下功夫，而对原料采购、配方设计缺少关注，导致人们对彩妆用品基础的期待和要求——装饰面部、安全无害，与两个世纪前美妆品牌诞生之初相比，没有太多变化。在研发周期上，彩妆产品通常较为紧凑，大类别一般在短短6个月内完成*，而小类别和系列单品更是迅速推陈出新，基本上仅需3个月*。

与护肤品领域相比，彩妆更注重快速的市场响应来紧跟时尚潮流，在研发上更加注重颜色和妆效的周期性和时效性。不少品牌为了保持竞争力，每年至少需要更新两次大类别品类的SKU，并在每个季度或每个月都推出新单品，以满足消费者对新颖、独特妆效的持续需求。

在产品形态上，彩妆用品类别繁杂，涵盖各种不同材质，如粉末、膏体、流体等。其中的睫毛膏、眼线笔，还涉及到刷头等部件制作，这要求生产商对机器和原料有深入了解。因此，彩妆品牌通常委托专业代工厂进行生产，以确保产品在质量和妆效上的稳定表现。这也间接导致彩妆品类更专注于产品创新和颜色搭配，忽略了产品成分本身的重要性。

随着近年来全球气候变暖、疫情引发的大众观念转变，越来越多消费者变得务实，更加注重产品的功能性价值以及衍生的情感价值、社会价值。在此节点上，纯净彩妆的崛起为美妆市场注入了新活力。纯净彩妆不仅注重外在妆效美，还关注产品对肌肤的呵护和对环境的友好，各品牌方在成分研发和配方设计上更是投入了大量时间、精力。因此，纯净彩妆不仅局限于色彩的表达、外在的修饰，而是注重美与健康的合一性。

*数据来源：艾瑞咨询《中国美妆护肤品行业投资研究报告》
*数据来源：国元证券《化妆品行业深度研究报告：渠道更迭，国牌崛起》

Born to be Clean Beauty,
Beyond Clean Beauty
生而纯净，超越纯净。

RED CHAMBER



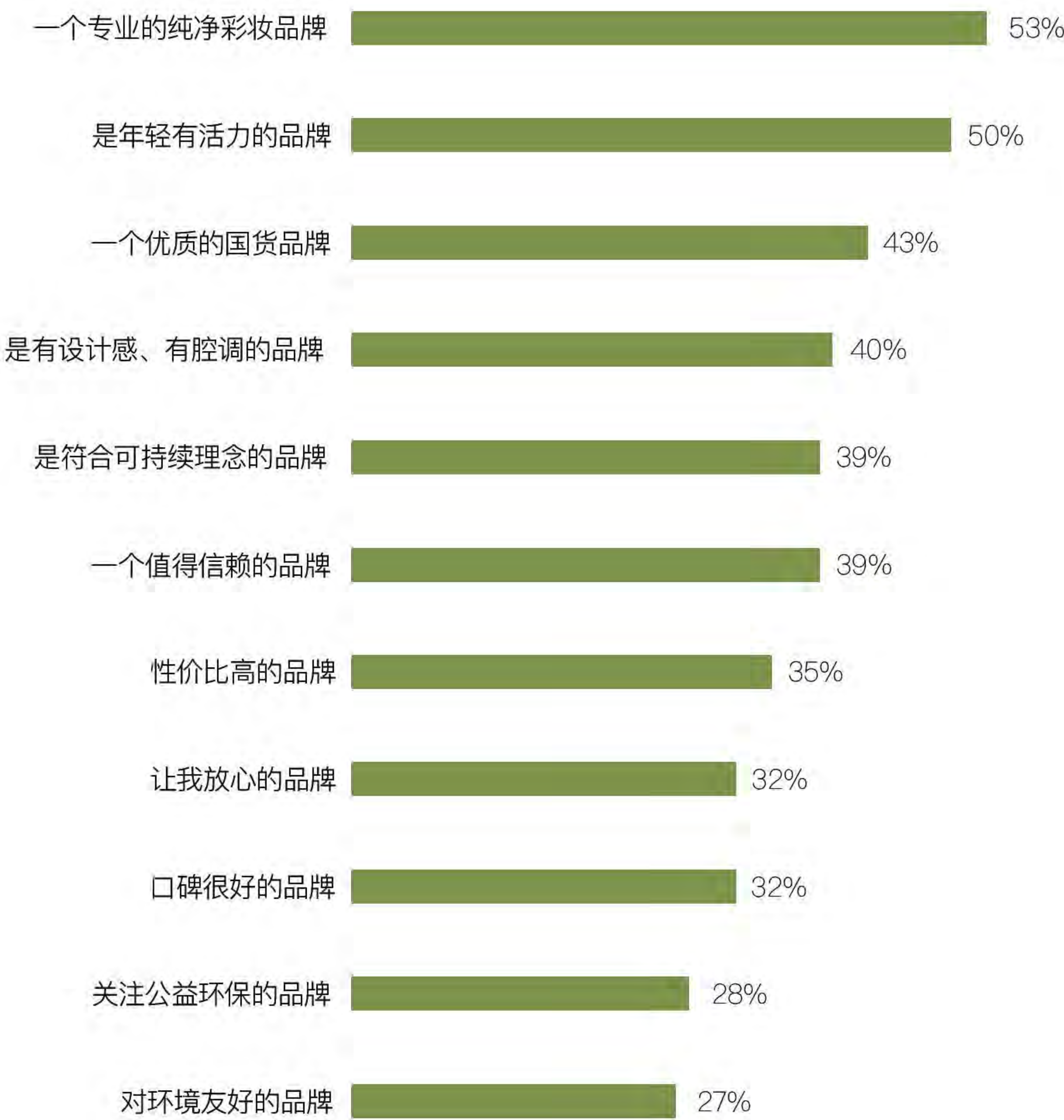
成立于2020年，RED CHAMBER朱棧创始团队在深耕美妆市场十余年后，自组研发团队，致力于产品成分的创新，为中国市场带来全新Clean Beauty纯净美妆体验——“纯净配方+卓越妆效”，希望由此为行业带来革新。深谙美妆市场风云流变，让RED CHAMBER朱棧更执迷于美的深层意义，美不仅是外观短暂鲜亮，更是一种通向内在美好地带的召唤手段，而凡是美好的，即蕴含着纯净。生命的本质原是纯净的，美正是对这一本质的无限回归之法。

RED CHAMBER朱棧始发即纯净。自创始以来，RED CHAMBER朱棧将纯净态度贯彻至从产品研发、原料采购到生产运输、品牌建设的全链路环节。以纯净为本，且不降低妆效需求。坚持使用科学配比，用纯净标准重构美妆产品，攻克纯净配方难题，不断突破技术壁垒。所有产品原材料均未采用风险防腐体系，不含滑石粉、环5硅（D5）等风险争议成分。同时，提出精简配方、无动物源性成分、无动物实验倡议，满足无毒无害标准，并有Clean天然成分加成，对风险物质严格控制，精准把控微生物含量。

2022年9月，RED CHAMBER朱棧成立国内首个纯净美妆独立研发室Re:Conatural Lab（RCL），涵盖护肤实验室、粉/膏类实验室以及安全检测室，研发团队平均深耕美妆研发领域15年以上。RCL核心研发成果及所有产品配方设计均由中国研发人员打造，致力于用中国科研力量探索纯净美妆的本土解法。2023年底，RED CHAMBER朱棧集结产业链上下游多个权威机构组成RED CHAMBER朱棧纯净配方顾问团，力求为消费者提供真正配方纯净、妆效卓越、生产全流程符合纯净标准的美妆产品。该顾问团成员包括但不限于全球领先检验、测试和认证机构SGS、德国特种化工企业EVONIK赢创、跨国公司Croda禾大、Dow陶氏，其中全球领先色素、香料制造和销售公司SENSIENT森馨，能够满足全球包括中国最严格食品安全标准，还有美国专注高性能特种化学品和材料的Grace Chemical共同提供支持。

近年来，人们已经逐渐意识到纯净彩妆能带给肌肤较优表现，但是当前国内纯净美妆领域所处局面仍缺乏相关统一标准，且未意识到纯净彩妆与纯净美妆整体评价方法不同。该《纯净彩妆行业白皮书》明确了纯净美妆的分类：纯净护肤及纯净彩妆，帮助行业及消费者进一步了解纯净美妆行业的研发标准和产品特点，剖析行业整体发展历史以及点明未来方向。除了在产品研发上持续投入，RED CHAMBER朱棧希望通过联合业内专业学会、机构和企业共同制定纯净美妆团体标准，一方面为约束品牌方，提高行业自律，另一方面也希望消费者能从中受益。《纯净彩妆通用要求指南》首次明确了纯净彩妆定义，标准化、规范化地评价纯净彩妆，为其检测和要求提供重要依据，填补了领域的空白，引领行业健康、科学、安全、积极的发展。也因此，在RED CHAMBER朱棧品牌的认知者中，对RED CHAMBER朱棧作为一个专业的纯净彩妆品牌形象排在首位。

对RED CHAMBER朱棧的品牌印象(%)



数据来源：《凯度纯净彩妆行业调研报告》定量问卷调查，Q24. 对比其他您了解的彩妆品牌和产品，请问您觉得下面哪些描述更适合您对RED CHAMBER朱棧的品牌印象呢？【复选】； N=218



RED CHAMBER

Beauty Sustainable
美可持续

Environment Sustainable
环境可持续

Spirit Sustainable
精神可持续

纯净彩妆和纯净护肤的区别？
为什么需要纯净彩妆？

：

纯净美妆（Clean Beauty）主要包括纯净彩妆（Clean Makeup）和纯净护肤（Clean Skincare），其核心概念“纯净”，是指在现代化妆品配方设计中，从原料阶段进行规范、严谨的筛选，对可能对肌肤或人体健康产生有害和含有风险的争议成分进行谨慎评估，本质是以科学的态度推动化妆品行业的发展，让化妆品行业标准更进一步。纯净美妆潮流的出现，重塑了原有的行业特点，不少品牌方以更加“以人为本、亲善地球”的运作方式生产和推广产品，让品牌实践变得更有意义。近年来，众多纯净美妆（Clean Beauty）品牌在市场持续进行概念科普，消费者心中对纯净美妆已形成大致印象——“安全、无毒、无有害化学成分、成分透明、对环境友好”。

RED CHAMBER

纯净彩妆

Clean Makeup

化妆产品：

通常指彩妆产品，如口红、眼影、腮红、睫毛膏、底妆用品等。

成分标准：

配方中使用安全性更高、对皮肤友好的成分，对色粉的使用进行必要的安全性评估，并通常避免使用有风险争议的成分，如苯氧乙醇、矿物油、对羟基苯甲酸酯等。

目的：

在配方设计中采用安全性更高的成分，优化研发技术、生产工艺与质量控制的方式，在外部皮肤上提供美化效果，如改善肤色、遮盖瑕疵、增加光泽等，同时最大限度地减少对皮肤潜在的不利影响。

纯净护肤

Clean Skincare

护肤产品：

通常指护肤类产品，如洁面乳、面霜、精华等。

成分标准：

倾向于加入有效的功能性成分，同时避免使用含有潜在风险争议的化学成分，如人工香料、硫酸盐、酒精等。

目的：

使用安全性高、对皮肤更友好的成分，针对不同需求改善肌肤状态，如清洁、保湿、抗衰老等，同时减少不必要的皮肤刺激和过敏风险。

总结：

大众使用护肤品和彩妆品的核心目的不同，使用彩妆的主要目的是让自己更漂亮，大多数彩妆用品配方主要是以满足这个目标而设计，42%的彩妆用户会担心纯净彩妆的“妆效与成分纯净不可兼顾，妆容妆效不如传统彩妆”。31%的彩妆用户担忧“产品不够温和，肤感较差”。34%的纯净彩妆用户不满于他们使用过的纯净彩妆的“妆容不服帖/妆效不持久”。他们重点考虑妆效以及肤感，而不是成分是否对皮肤有伤害。*

面部彩妆是接触皮肤面积范围最大的品类，因此也更容易给皮肤造成负担、引发皮肤大面积过敏/爆痘等问题。面部用彩妆产品主要包括粉底液/膏/粉霜、隔离/妆前/素颜霜、蜜粉/散粉、粉饼等底妆产品，此外还有腮红/胭脂、遮瑕、阴影等面部小范围彩妆产品。其中，粉底液/膏/粉霜是彩妆用户们认为的最需要选择纯净彩妆的品类，54%的用户认为“该品类直接接触皮肤面积范围较大”。*面部彩妆的主要成分有油脂、蜡类、色素、以及香精，有些非天然的蜡类容易引起皮肤过敏、毛

孔堵塞等问题。长期使用含有香精的化妆品，将会引起变应性接触性皮炎、皮肤刺激性皮炎、光毒性和光敏感性等皮肤问题。色素在彩妆中主要用于提供颜色，增强产品的视觉吸引力，如焦油色素，长期使用可能会伤害肌肤并造成色素沉积。*

淘系面部纯净彩妆市场占比最大，其销量相较于2022年同比增长5%。其中，单次购买量和单客购买量的同比增长是推动销量增长的主要因素。*大众唇用化妆品*一般为唇膏、口红和唇彩等，当下还出现唇膜等新产品。唇用化妆品是唯一会进入人体内的，如果染料等稍有不慎很有可能会对人体造成一定程度上的伤害。口红的主要成分包括蜡、油、色素和润肤剂等，某些劣质染料含有的化学成分可能致癌。在彩妆用户中，有36%的用户认为口红/有色唇膏最需要选择纯净品牌，对口红/有色唇膏的纯净彩妆需求排在前三。其中41%的用户认为传统口红可能重金属含量过高，对身体有害。淘系唇部纯净彩妆市场2023年的销量和销售额分别有18%、17%的同比增长，推动了整体销售额的增长。

眼睑处皮肤最薄，眼部皮肤的敏感程度也高于其他部位。北美接触性皮肤病研究学会发现，使用化妆品的副作用中有12%发生在眼部。聚合物、硅油、蜡质和色素是睫毛膏的主要成分，有的产品成分还包含珠光粒子。其中通常所含有的树脂（松香）、二氢枞醇以及防水性眼部彩妆卸妆液都是造成眼睑发炎、过敏的可能因素。*如果睫毛膏被泪水带入结膜囊，睫毛膏中所含染料可能会导致眼部有结膜色素沉淀。淘系眼部纯净彩妆市场虽然占比较小，其购买人数相较于2022年有28%的同比增长，有越来越多的消费者成为眼部纯净彩妆购买者。*

鉴于以上种种，近年有不少品牌看见了纯净彩妆的重要性，逐步发起行业变革。在确保配方纯净的基础上，严格把控原料、成分，保证产品的安全性，且不牺牲妆感、妆效。对于RED CHAMBER朱栈来说，我们希望一方面可以有效隔离色粉及其他不必要的化妆品成分进入皮肤内部，另一方面，促进肌肤吸收有益的成分。成立以来，RED CHAMBER朱栈创新使用天然成分，解构并重塑产品纯净配方，领导未来彩妆趋势，将具有水溶性和油分散性的多功能成分，无缝融入彩妆配方中。旗下高比例天然指数彩妆系列产品，选用来源丰富的抗氧化剂、色彩配方，色素色粉安全性高，色粉选取粒径偏大（微米级），避免其经由皮肤细胞间隙进入人体内。同时，RED CHAMBER朱栈通过可持续方法获得各种植萃精华，创造出具有生态意识和道德考量的彩妆解决方案。

*数据来源：《凯度纯净彩妆行业调研报告》定量问卷调研; *数据来源：《凯度纯净彩妆行业调研报告》定量问卷调研; *资料来源：彩妆品的安全风险评估及控制 程树军 –《日用化学品科学》; *数据来源：天猫新品创新中心，以上数据涵盖天猫和淘宝渠道; *时间维度：2023.02-2024.01; *数据来源：天猫新品创新中心，以上数据涵盖天猫和淘宝渠道; *时间维度：2023.02-2024.01; *资料来源：彩妆品的安全风险评估及控制 程树军; –《日用化学品科学》; *数据来源：天猫新品创新中心，以上数据涵盖天猫和淘宝渠道; *时间维度：2023.02-2024.01



基本概念区分

Clean Beauty

1.有机彩妆与纯净彩妆区别？

美国FDA（美国食品药品监督管理局）对于有机彩妆的定义是，产品原材料有机成分占比至少达到70%以上，且原料的生产和运输标准都符合有机标准。*但有机彩妆与是否绝对安全、不致敏没有必然的联系。高比例植物提取物容易腐化，如用至产品需要强大的防腐体系来支持，可能会对皮肤产生刺激，且部分人群对特定植物和花粉有过敏现象。纯净彩妆避免添加高致敏提取物，相对来说更安全、低敏。*

2.纯净彩妆与养肤彩妆区别？

纯净彩妆使用安全原料，严格的配方标准，降低引起皮肤刺激、过敏的可能性，其核心是“精简配方”、“简约不简单”。养肤彩妆，含有植物提取物，致力于达到护肤、养肤的功效。

3.矿物彩妆与纯净彩妆区别？

矿物彩妆有别于一般的化妆品——含有风险添加剂、色素和油脂，矿物彩妆的主要成分为纯天然微粒矿物质，也属低敏、舒缓配方。大多数矿物彩妆不含油脂，一般对油性肌肤友好。纯净彩妆倾向于排除某些矿物质成分，注重成分安全性，考量配方对于肌肤安全、健康的同时，不减妆效。*

4.纯净彩妆一定不会过敏吗？

每个人的致敏原、免疫系统、抗体差异导致不可完全避免过敏，特别是长期暴露在阳光或空气污染的环境、烟雾、紫外线以及红外线等因素中。彩妆中常见过敏原有防腐剂、精油、防晒剂和香料等。*在现有科学技术下，纯净彩妆针对性地规避常见过敏原，给消费者提供温和、舒缓的上妆体验。

*资料来源<https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetics-labeling-claims/organic-cosmetics>；*资料来源：Journal of Cosmetic Science、Contact Dermatitis等期刊，由RED CHAMBER朱栈整理；*资料来源：Journal of Cosmetic Science、International Journal of Cosmetic Science、Personal Care Products Council，由RED CHAMBER朱栈整理；*资料来源：Journal of Allergy and Clinical Immunology、Contact Dermatitis等期刊，由RED CHAMBER朱栈整理



RED CHAMBER
热门问题解答

01 彩妆（底妆、色彩）会不会有渗透肌肤的风险？

由于化学物质的大小不同，吸收率也不同，因此并非所有化学物质都能被吸收到体内。一般来说，分子越大，成分越难穿透皮肤屏障并被吸收。通常，产品的配方和所用剂量决定了皮肤是否会吸收。由于面部皮肤比身体其他部位（如手和脚）更薄，当化妆品应用于面部时，成分更容易被皮肤吸收，因此面部皮肤对成分更敏感。96%的彩妆用户认可“受各方面因素影响，肌肤敏感脆弱，更需要配方纯净、肤感温和的彩妆产品”。*同时，接触时间也会影响皮肤吸收化妆品成分的情况，还有皮肤状况也是影响因素。如果皮肤因去除某些角质层细胞而受损，则由于角质层未完全恢复，它会更具渗透性并显着提高皮肤的吸收率。对于含有潜在不健康化合物的护肤品而言，注意这一点尤为重要，这会使患有皮肤疾病（如痤疮、湿疹和牛皮癣）的人面临成分潜在副作用导致的额外风险。

02

在国外盛行油膏类、棒类彩妆风潮，为什么会出现这样的趋势？ 膏状质地与粉状质地的区别是？

根据联合国预测，到2025年，三分之二的地球人口将可能面临水资源紧张的困局*。随着消费者对这一危机越来越重视，近年来被环保之风席卷的欧美化妆品市场，刮起了“无水美妆”新风。无水美妆*是指水足迹（产品全生产周期消耗的淡水总量）减少至最低的产品，包括生产或使用中不需要水或者产品配方中不添加水。多数品牌会用油类、植物成分代替水，这一转变使得膏状质地受到配方师们的偏爱，因为相比粉末类和液体，膏状质地对配方的包容性更强，使用起来利大于弊。

按照质地，彩妆用品可以粗略地划分为偏固体的膏状、流动性较强的液状和干性的粉末类。膏状产品相较另两种质地，不会像粉末那样容易飞粉、卡粉，凸显细纹，也不会像液状产品那样容易脱妆。基于膏状产品的油基配方，这类产品通常较为滋润补水，容易延展晕染，与肌肤融合度高，妆效自然且有光泽感。它的不溶水性，也能提高产品的防水性、持妆性。

除了妆感上的优势，膏类彩妆的配方也更安全。粉末类化妆品为了追求肤感会极力提升粉质的细腻度，但与此同时，增加了其通过毛孔进入皮肤或通过口鼻进入呼吸系统的可能性，长时间堆积容易引起肌肤问题，甚至影响身体健康。膏类产品通过油膜将色粉等粉末包裹，规避了这些风险。同时，它的油基无水配方有助于减少细菌滋生，使其不需要像水基类彩妆那样添加广谱、强效的防腐剂。膏类产品的成分通常比较简单，比较受敏感肌人群喜爱。

多功能、多用途的美妆产品符合纯净美妆的理念，它们通常设计为在一个产品中提供多个功能，从而减少了使用多个化妆品的需要，有助于皮肤减少接触不必要的成分和化学物质。在彩妆用户中，有51%的用户在近6个月购买或使用过多功能、多用途的美妆产品，有22%的用户认为多功能、多用途的美妆产品需要选择纯净品牌。膏状是所有质地中最容易跨功能使用的，颜色合适的前提下，全脸都适用。膏类彩妆还能够帮助消费者有效减少化妆品支出，节省梳妆台和化妆包的空间，整体形式符合纯净彩妆的「可持续」理念。*

*数据来源：《凯度纯净彩妆行业调研报告》定量问卷调研；

*数据来源： <https://www.un.org/zh/sustainability/waterpollution/impfacts.shtml>；*资料来源：<https://taikibeauty.com/waterless-beauty-2023/>；*数据来源：《凯度纯净彩妆行业调研报告》定量问卷调研

彩妆中，蜡基的作用是什么？
对肌肤的影响及如何提高产品的安全性？

蜡基（也称为石蜡或矿物油凝胶）是化妆品和护肤品中的常见成分，用于增加产品的质地、稳定性和持久性。然而，蜡基配方也有一些潜在问题和缺点，特别是涉及到口红等可能被误食或吞下的产品时。

堵塞毛孔：

蜡基可能会在皮肤表面形成一层膜，增加毛孔堵塞的可能性，特别是对于油性肌肤人群，进一步引发粉刺和痘痘。因此，部分人群可能不适合使用含有蜡基的产品。

油腻感：

某些蜡基具有较高的油性，可能会在皮肤上产生油腻感，使皮肤看起来油亮。这可能不适合油性肌肤或喜欢清爽质地的人。

不透气性：

蜡基的膜层可能会减少皮肤的透气性，阻碍皮肤呼吸和自然排泄，因此在长时间使用时，可能会对皮肤健康产生不利影响。

引发过敏：

虽然蜡基本身通常不会引发过敏，但部分人群对其中的某些成分可能产生过敏反应，出现皮肤不适、红肿或瘙痒等问题。

可持续性和环保问题：

蜡基通常是石油副产品，因此与环境可持续性和生态问题有关。消费者担心蜡基的环保影响，这可能影响他们的产品选择。

资料来源：Journal of Cosmetic Dermatology、Dermatologic Therapy、American Academy of Dermatology、FDA等，由RED CHAMBER朱栈整理。资料来源：Journal of Cosmetic Dermatology、Dermatologic Therapy、American Academy of Dermatology、FDA等，由RED CHAMBER朱栈整理。

：

虽然蜡基在化妆品中具有一定应用价值，但在使用时，消费者需要根据肤质和需求仔细考虑其优点和缺点。考虑到蜡基在口红彩妆产品当中的应用含有吃入方面的风险，在产品开发时，生产方须优先选用更为安全的原料(甚至食品级、医药级)，从源头规避风险物质。成品还须通过眼科的安全性测试，以免蜡基中可能存在的杂质或不纯物质。在蜡基配方中添加其他成分，如抗氧化剂或天然植物提取物，提高产品的安全性和抗氧化性，有助于减轻潜在的风险。同时，需要确保生产工艺符合卫生标准，减少外部污染和杂质的威胁，并对产品进行定期的质量控制和安全性测试，以确保产品不含有害物质，保证符合相关的法规和标准。另外，生产商应积极寻找替代方案，如植物基成分或其他轻盈的基底，满足更高的皮肤健康和环保标准。

中国蜡基配方产品可能会面临与全球市场相似的问题。要让口红等彩妆产品更安全，生产商应该遵循严格的质量控制标准，确保产品质量和安全性，同时提高消费者的安全意识，明确指出产品只适用于外部使用，不应食用。此外，监管机构也可以加强对化妆品成分和标签的监管，确保产品安全。



色粉、成膜剂和乳化剂对面部带妆的影响？
彩妆与致痘、闷痘、爆痘的产生关系是什么？怎么防止痘痘产生？
怎么最终实现配方安全，又能给皮肤减负，保持优越妆效？

04

许多人都有使用化妆品后致痘的反应，人们通常理解为是化妆品直接堵塞毛孔致痘，实际上，化妆后皮肤长痘，主要是因为化妆品中的成分影响了皮肤角质层和皮肤毛囊新陈代谢的过程。当皮肤角质无法正常脱落，皮肤皮脂腺分泌的油脂无法顺利排出时，粉刺、痘痘问题就会出现。而毛囊的新陈代谢异常会导致毛囊导管内油脂积压，油脂和角质过量聚集，加上细菌中有害菌的作用，皮肤就很容易产生炎性痘痘。*

此外，化妆品中含有的“易致痘成分”，也是许多人致痘的原因。洁面乳、化妆水、乳液、面霜、防晒等产品中，一般致痘的多是油脂类成分。而彩妆类的腮红、粉底等产品，易致痘的多是色粉或红色原料，如月桂酸、棕榈酸异丙酯等，长期使用可能会破坏皮肤的皮脂膜，导致屏障受损，引发痘痘危机。防晒类产品中常见的易致痘成分是肉豆蔻酸异丙酯，它会扰乱皮肤角质代谢，刺激皮肤长闭口、粉刺。因此，92%的彩妆用户认可“纯净彩妆不会给肌肤造成负担，是敏肌/痘肌的化妆首选”。

在常见的隔离霜、粉底液、口红、眼影、粉饼、散粉等化妆品中，色粉是产品配方的基本成分之一，色粉的选择和使用很大程度上影响着产品的遮盖力、服帖度、使用体验和稳定感。化妆品中常用的色粉可分为无机色粉和有机色粉。其中，无机色粉主要是指无机物的颜料，大多数为金属氧化物，一般是指二氧化钛、氧化锌、氧化铁红、氧化铁黄、氧化铁黑、铬绿等。未经处理的色粉用到配方中会容易团聚、结块，导致影响产品的使用体验*。

通过不同处理方式改变色粉表面的化学性质，可以很大程度上提升最终产品的使用性能，规避一些缺点，提升色粉在配方中使用的便捷性。比如采用Powder Protect技术，在色粉表面采用氨基酸包裹处理，使色粉不直接接触肌肤，缓解粉体堵塞毛孔和色粉对肌肤的色沉影响，使妆容无负担感，保证肌肤的安全性。

化妆品中成膜剂一般分为水溶性成膜剂和油溶性成膜剂。面膜和乳液中主要为水溶性成膜剂，它将形成一层透气的膜，增加皮肤的滑润感，保持皮肤的光滑状态。在底妆中，通常会使用的是油溶性成膜剂，其在皮肤表面形成防水保护膜，起到防水、防汗的作用，同时将外界的细菌、污染物隔离在外。这些成膜剂的主要成分包括硅类及聚合物等，当它们在皮肤表面形成一层薄膜时，可能会阻碍皮肤的呼吸和排泄作用，导致皮肤失去自我调节的能力，产生干燥、粗糙、敏感等不适症状。此外，这层薄膜还有可能会阻碍皮肤吸收营养。如果皮肤长时间处在不透气的状态下，会导致缺氧和缺水，从而引起更多其他皮肤问题。*

使用天然成膜剂为产品配方提供了一种变革性的方法。这些成膜剂源自天然，旨在提升从彩妆到护肤等各种化妆品应用的性能，技术卓越，具有防水、减少转移和兼容各种配方等特性。这些天然成膜剂重新定义了化妆品的可能性，为彩妆产品实现持久、优质的效果提供了可持续的有效解决方案。

乳化剂在彩妆产品中用于稳定、混合油水成分，以确保产品质地均匀。一些乳化剂可能造成某些人

的皮肤过敏或引发敏感反应。因此，个体对于乳化剂有着个性化的耐受性。如今，市面上乳化剂多是硅油体系，能为皮肤带来较为舒爽的滑感，但安全等级并不高，*因此采用天然来源的乳化剂可以通过油包水体系有效达到完美肤感。

05 在孕期、哺乳期能否使用彩妆

淘系孕妇可用的彩妆市场在2023年的销量和购买人数分别有同比15%和11%的增长。

在彩妆用户中，有76%的用户了解或听说过母婴美妆品牌，在纯净彩妆品牌的认知中排在第一位。93%的用户认可“化妆品对胎儿可能有风险，纯净彩妆更安全可靠，可以满足孕期化妆的需求”这一信息。*

孕妇应特别关注所使用彩妆产品的成分，避免使用含有可能对胎儿产生危险的有害化学物质或强烈刺激的化学成分的产品，如苯氧乙醇、对羟基苯甲酸酯、某些香料等。孕妇还应尽量使用“无添加”的彩妆产品，如不包含化学合成物、无油性成分、无合成界面活性剂、无香料、无色素、无酒精、无杀菌剂、无防腐剂等。在孕期，孕妇通常对气味更敏感，因此可能会对香水或有强烈气味的化妆品感到不适，选择无香型的产品可能更合适。另外，某些颜色剂可能会引发过敏反应或皮肤不适，因此最好避免在孕期使用着色过于浓烈的彩妆产品。

在哺乳期，尤其是在哺喂期间，应尽量避免使用口红或唇膏，因为婴儿可能会接触到这些产品。如果使用口红，无香料、无滋味、不易剥落的产品可能更安全。孕妇还可使用温和、无刺激的卸妆产品和方法，确保彩妆被充分清洁，减少对皮肤的刺激。无论是孕期还是哺乳期，如果对某种化妆品或成分有疑虑，最好在使用之前寻求医生或皮肤专家的建议。同时，应注意个体差异，每个人的皮肤和体质都不同，可能对相同化妆品成分有不同反应。最重要的是，孕妇在使用化妆品期间，应始终将个人健康和婴儿健康放在首位。

*资料来源: Journal of Investigative Dermatology、Journal of Cosmetic Dermatology、American Academy of Dermatology，由RED CHAMBER朱栈整理。*数据来源：《凯度纯净彩妆行业调研报告》定量问卷调研；*资料来源：吕旭阳，杨盼盼，李欣航，等.最新彩妆色粉处理技术研究进展[J].日用化妆品科学，2019，42（07）;*资料来源：Journal of Cosmetic Science、Journal of Investigative Dermatology、American Academy of Dermatology，由RED CHAMBER朱栈整理。*数据来源：天猫新品创新中心，以上数据涵盖天猫和淘宝渠道；*时间维度：2023.02–2024.01；*数据来源：《凯度纯净彩妆行业调研报告》定量问卷调研；*资料来源：网络公开资料收集，由RED CHAMBER朱栈整理



全球彩妆市场的配方、成分风险现状

：

彩妆市场的成分和配方风险现状受多种因素影响，包括科学研究、监管要求、市场趋势和消费者需求。消费者应仔细阅读产品标签了解产品成分，选择适合自己肤质和需求的化妆品，并在可能的情况下选择优质品牌以及成分更透明、符合安全标准的产品。

滑石粉在化妆品及其他个人护理产品中有许多用途。例如，它可以用来吸收水分，防止结块，并改善产品肤感。早在20世纪60年代，有科学文献表明*，在生殖器部位使用含有滑石粉的粉末与卵巢癌的发病率之间可能存在关联。然而，这些研究并没有最终证明这种联系，或者如果存在这种联系，可能涉及哪些风险因素。与此同时，在美国，与含滑石产品有关的法律诉讼却一直在增加。这些法律诉讼大多与滑石粉产品中的石棉含量有关，该成分具有致癌性。随着滑石粉普及程度提高，国内外各大品牌开始合理调整含滑石粉产品，并积极开发滑石粉替代成分。

国内外化妆品中的成分、配方组合有成千上万种，其中有许多成分是对皮肤友好的，起到保湿、美白、修护及抗氧化作用，但也有不少成分对皮肤和人体有害，轻则导致皮肤过敏、泛红、干燥，重则可能成为内分泌紊乱、癌症的导火索。虽然绝大多数品牌早已不再使用含有风险争议的化学成分，如滑石粉，环5硅（D5）、石棉，但随着各品牌不断引入多样化的原料、新技术，彩妆产品成分也趋于多样化和复杂化，品牌开始需要注意产品的安全风险和质量控制成本。

*来源：<https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetic-ingredients/talc>

Beauty Sustainable
美可持续

Environment Sustainable
环境可持续

Spirit Sustainable
精神可持续

•
•

面部产品中的粉底，其成分通常包括粉料（氧化锌、钛和滑石粉）、色料、胶合剂（硬脂酸盐和脂肪物）、香精和防腐剂等，其中所含脂肪物容易滋生细菌，引发产品变质，防腐剂和抗氧化剂的添加则可能造成皮肤过敏。有的粉底添加了防晒剂，有防晒功能，而其中的羟苯甲酮和对甲氧基肉桂酸辛酯成分可能会干扰人体的内分泌功能。*

香料、香精是彩妆品中经常使用的成分，品类繁多、结构复杂，如果不正确使用会给消费者带来安全风险，比如樟属植物精油中含有的黄樟素，其作为原料还可合成洋茉莉醛、旅馥香兰素和乙基香兰素等香料。这些天然香料具有强烈的芳香气味，但动物实验发现，其可能引起肝脏病变。其他如香豆素类 (6—甲基香豆素、呋喃香豆素) 成分还具有光毒性*。

彩妆中着色剂扮演着重要角色，作为磨细的不溶性微粒，是赋予化妆品色彩的首要原料。了解着色剂之间的重要区别至关重要，这不仅影响彩妆最终效果，还会决定它们与不同肤质的兼容性和长期使用对健康的潜在影响。对染料和颜料错综复杂的认识，有助于消费者做出明智的选择，帮助美妆品牌负责任地创新，还有助于整个行业将美学和健康放在首位。

着色剂可以分为染料、颜料以及色淀等，出于溶解性不同。染料是能溶于水的有机溶剂或使溶液着色的化合物；颜料不能溶于水，是通过分散在基质原料中使产品着色的化合物，会悬浮在产品中，通过分散而非溶解的方式呈现颜色。色淀是色素的不溶性盐，通过吸附和沉淀水溶性染色剂到不溶的无机底物上着色的色素。*

化妆品生产方有产品多样性的策略，以及需要不断优化消费者的使用体验，因此化妆品中通常会加入一定量的着色剂*。《化妆品安全技术规范》（2015年版）规定，化妆品中允许使用的着色剂有157项，其允许使用范围分为各种化妆品、除眼部化妆品之外的其他化妆品、专用于不与黏膜接触的化妆品、专用于仅和皮肤暂时接触的化妆品。

着色剂按来源通常分为天然着色剂和有机着色剂/人工合成，天然着色剂有植物性、动物性和矿物性着色剂三种。RED CHAMBER朱栈认为纯净彩妆在选用着色剂时应优选考虑天然着色剂中的植物性着色剂，基于动物向善的原则，不使用动物性着色剂。RED CHAMBER BLACKLIST当中的色彩原料选用基于对着色剂使用的全面了解，并严格遵守国家限用着色剂标准。

*资料来源：Santovito A, Ruberto S, Galli G, Menghi C, Girotti M, Cervella P. Induction of chromosomal aberrations and micronuclei by 2-hydroxy-4-methoxybenzophenone (oxybenzone) in human lymphocytes. Drug and Chemical Toxicology , 42: 378–385, 2019.*资料来源：程树军.彩妆品的安全风险评估及控制[J].日用化学品科学,2011, 34 (12)；*资料来源：《化妆品中的那些着色剂》北京日化学会 作者：裴双秀；*资料来源：皮肤病诊治新进展-第17章 化妆品全成分标识解读 刘玮 张建中 主编 –《人民军医出版社》；*资料来源：《化妆品中的那些着色剂》北京日化学会 作者：裴双秀

可持续
纯净
彩妆

29

RED CHAMBER

Chapter I 时代下的纯净美妆Clean Beauty

30

RED CHAMBER

1.1 国际纯净美妆(Clean Beauty)的起源

:

1972年，一次操作失误导致婴儿爽身粉 (Talc Morhange) 中加入了过量的强效抗菌剂，导致36名新生儿死亡和168人中毒。该事件催生了相关的1975年法国法案、1978年欧盟指令等一系列严格法规，其中欧盟率先制定了美容产品规则和法规。

2000年代，人们自主发起绿色美容革命，成分安全性以及对化妆品的监管得到重视。从2010年代起，纯净美妆（Clean Beauty）开始在欧美地区盛行。

1.2国际纯净美妆(Clean Beauty)基本定义

• goop

2008 美国Goop的定义

Clean Beauty=**无毒(non-toxic)无害**。避免使用对皮肤有潜在危害的化学物质，注重在产品配方中使用对皮肤友好的成分。提倡使用天然植物提取物、有机成分，并且避免使用合成化学物质、人工香料和色素等有害成分。



2010 Credo Clean Standard™

建立Dirty List®, 2700+禁用成分，包括5类：对人体有毒、对环境有毒、过敏/致敏、荷尔蒙破坏、潜在癌症影响，关注天然、有机、无害成分和环保可持续性，同时强调产品的透明度和可信度，以满足消费者越来越多健康和环境保护的需求。

• allure

2019 Allure

推出Clean Beauty纯净美妆标识，与独立的第三方机构合作，对获得该标识的美妆品牌和产品进行认证，确保其符合标准和准则。对市场上的美妆产品进行筛选，并推荐那些符合标准的优质产品给消费者，使其能够更加方便地选择纯净美妆产品。

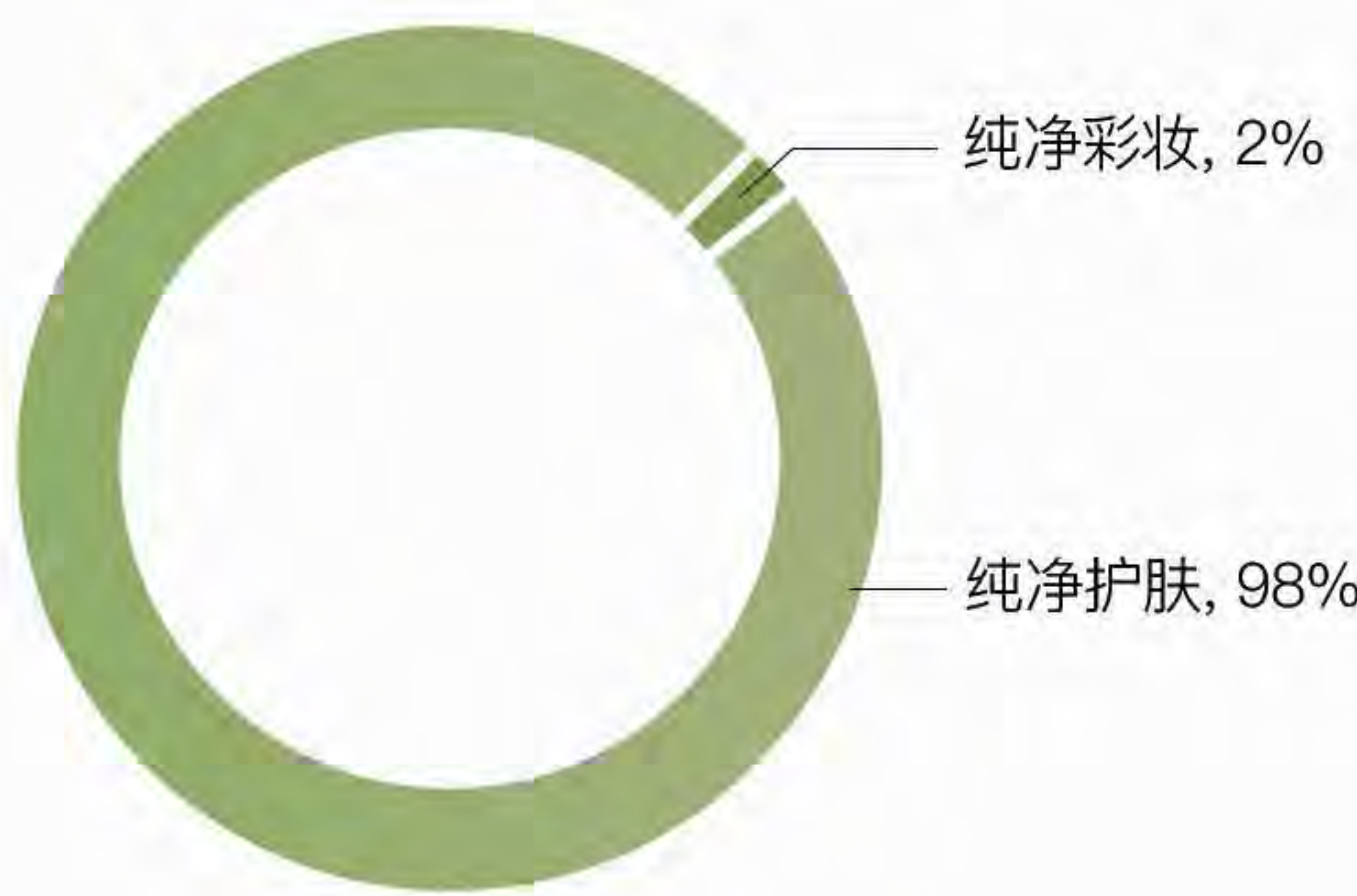
*资料来源：<https://goop.com/beauty/personal-care/clean-beauty-and-why-its-important/>；*资料来源：<https://credobeaauty.com/pages/the-credo-clean-standard-1>；*资料来源：<https://www.allure.com>

1.3纯净美妆(Clean Beauty)的概念界定及类别

纯净美妆(Clean Beauty)主要包括纯净护肤(Clean Skincare)与纯净彩妆(Clean Makeup)，纯净彩妆在纯净美妆整体的概念与基础下，构建彩妆逻辑。

整体淘系纯净美妆市场中以纯净护肤为主，纯净彩妆市场占比小但购买人数同比增长9%。

淘系纯净美妆市场销售额（指数）占比（%）



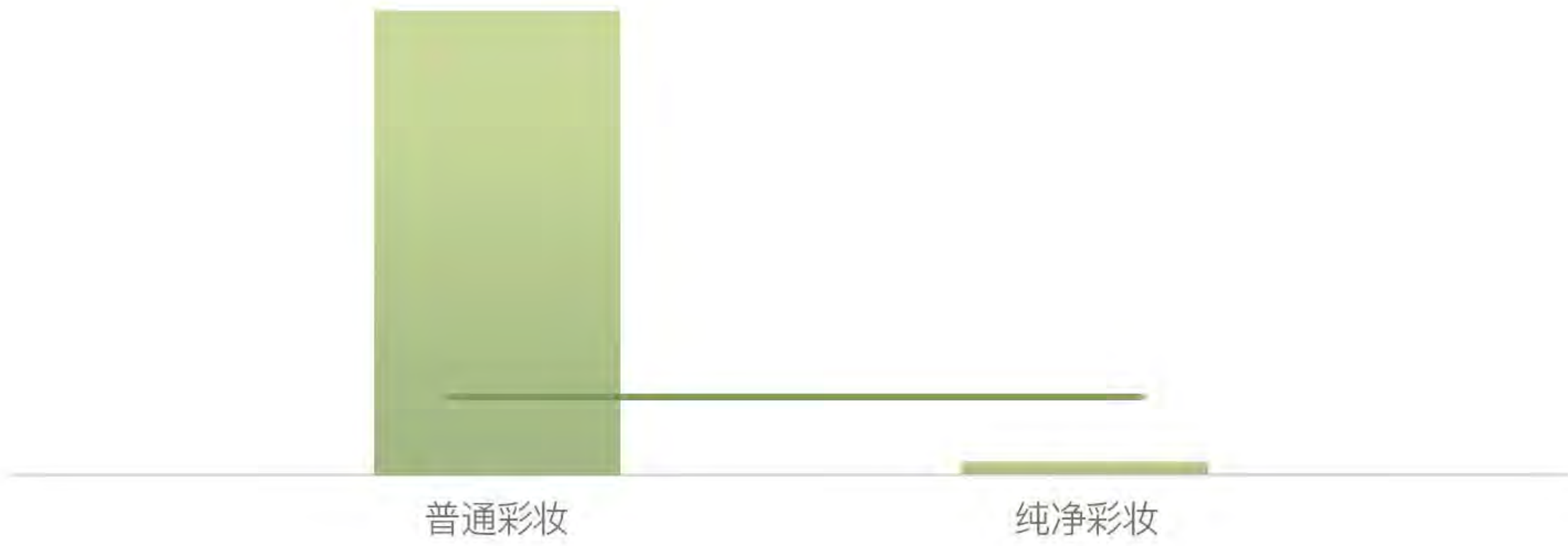
淘系纯净美妆市场2023年2月-2024年1月成交金额（指数）



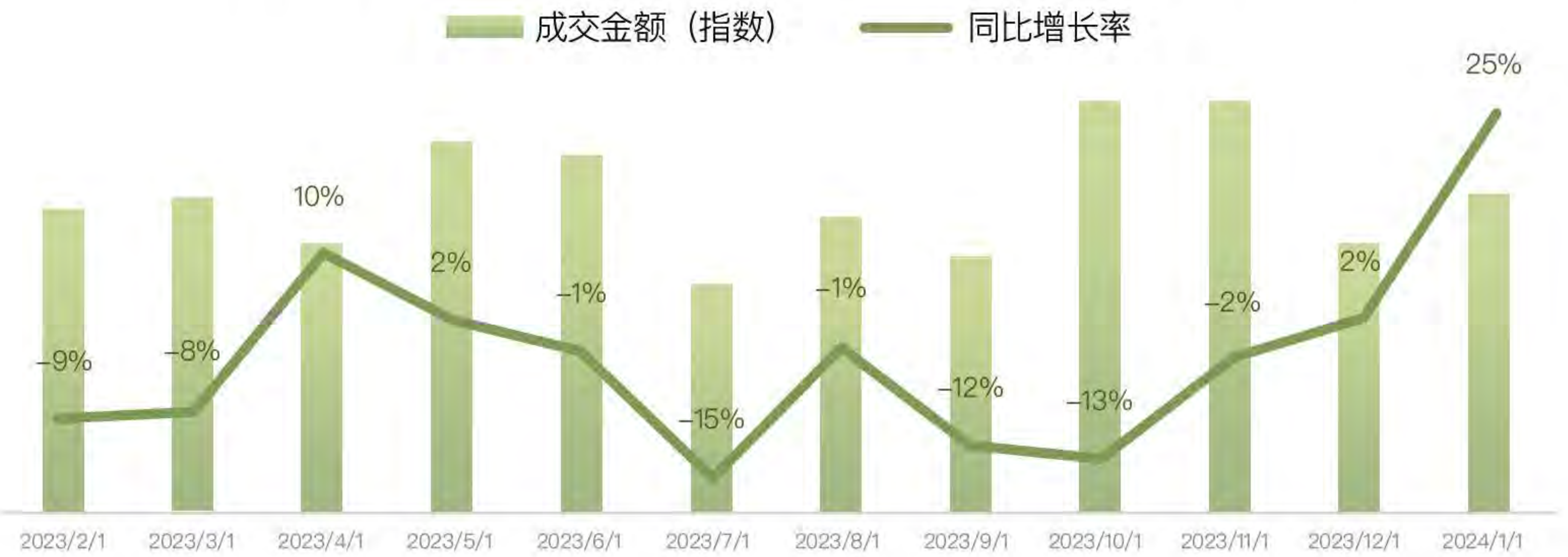
2023年淘系纯净美妆市场销售额在2024年1月的同比增长较高，预计2024年整体纯净美妆市场销售额规模会保持增长趋势。

近一年来淘系彩妆市场同比变化均在下降，传统彩妆与纯净彩妆的同比下降变化一致。但整体来看，纯净彩妆市场规模与传统彩妆市场规模差距较大。

2023年2月-2024年1月淘系成交金额（指数）



淘系传统彩妆市场2023年2月-2024年1月成交金额（指数）



传统彩妆在淘系的销售额仅在2023年4月和2024年1月有同比增长，销售额最高的月份集中在618和双十一大促期间。

*以上数据来源：天猫新品创新中心，以上数据涵盖天猫和淘宝渠道；*时间维度：2023.02-2024.01

纯净护肤

Clean Skincare

2008年，倡导“Clean Skincare”的英国护肤品牌Ren（瑞典语意为纯净）诞生了。其灵感来自于创始人的妻子，爱美的她在怀孕期间找不到合适的化妆品：100%纯天然的产品质感粗糙；非天然的产品又对胎儿有风险。于是，Clean有了纯净的概念，指的是同时包含天然成分和被公认为对人类和地球无害的合成物所制成的产品。

淘系纯净护肤市场2023年2月–2024年1月成交金额（指数）



纯净护肤市场是纯净美妆市场的主要贡献者，但近1年内淘宝/天猫平台的销售额整体同比呈下降趋势，仅在2024年1月同比增长。

纯净彩妆

Clean Makeup

最早可以追溯到上世纪70年代，美国科蒂集团旗下CoverGirl发布“Clean Makeup”系列*。当时的Clean指的是无妆感，像素颜一样。发展到今天，纯净彩妆品牌在纯净美妆的基础上，保证产品的安全性，在把控原料、成分的同时，与配方实验室联合研发，在确保配方纯净的基础上，做到了不牺牲妆感、妆效。纯净彩妆市场TOP10品牌集中度为40%*，意味着纯净美妆市场仍然是一个蓝海市场。

淘系纯净彩妆市场2023年2月–2024年1月成交金额（指数）



纯净彩妆近1内在淘宝/天猫平台的销售额波动较大，2023年上半年整体同比增长较高，但在2023年下半年均同比下降。纯净彩妆在2024年1月的同比增长更加明显。同纯净护肤一样，在2024年1月的同比增长较高，两个市场销售额较高的月份均集中在618和双11大促期间。

*资料来源：<https://www.covergirl.com/about-us>；**以上数据来源：天猫新品创新中心，以上数据涵盖天猫和淘宝渠道；*时间维度：2023.02–2024.01

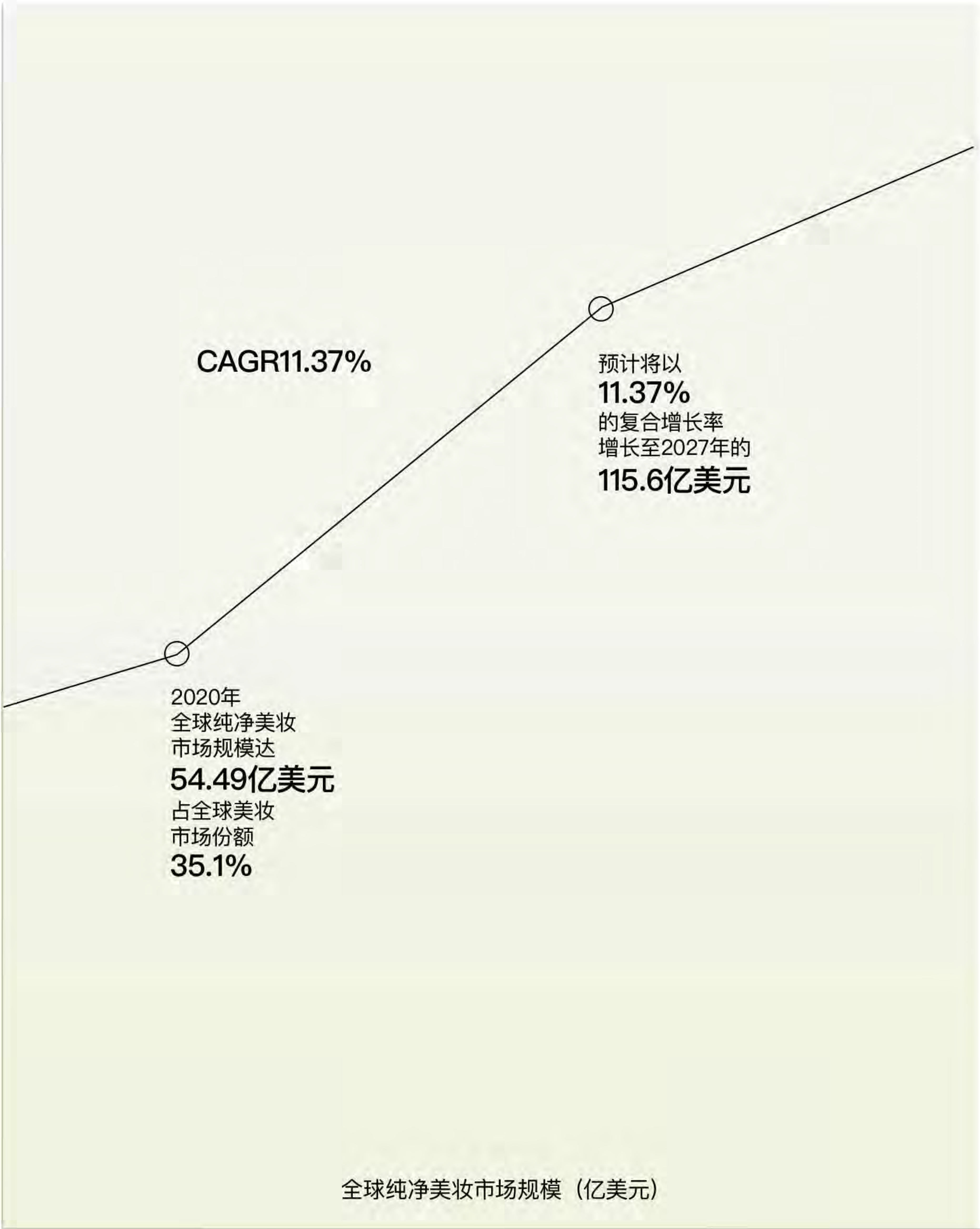
1.4 国内外纯净美妆(Clean Beauty) 行业发展历史

国外：国外纯净美妆（Clean Beauty）发展较早，目前尚无标准行业定义，品牌/平台有各自的纯净美妆（Clean Beauty）标准，但已有一些共识：安全、无毒、成分透明、环境/动物友好、各方面符合伦理道德。*

- **1970年代**
“Clean”出现在CoverGirl’的“Clean Make-up”广告中，指清新，仿佛没有化妆的妆容。
- **1990年代**
美国健康有机品牌Whole Foods的业务范围扩展到德州奥斯汀以外，消费者得以购买不含铝的除臭剂、内含薰衣草小枝和有机羽衣甘蓝的肥皂。
- **1991年**
在Clean Beauty主导词典的二十年前，Burt's Bees具有标志性的蜂蜡润唇膏在药店上市。
- **2008年**
提倡健康饮食的好莱坞女星Gwyneth Paltrow，分享了纯素食无麦麸的香蕉坚果松饼食谱，并将其生活方式品牌Goop重新定位为“Clean living”。
- **2010年**
Clean Beauty零售商DetoxMarket、Follain、Credo在随后的五年陆续拓展全国门店。
- **2019年**
Target、Ulta、Sephora、Walmart 等零售巨头陆续制定各自的Clean Beauty标准。

*数据来源：《天猫纯净美妆趋势报告》

2020年，全球纯净美妆市场规模达54.49亿美元，占全球美妆市场份额35.1%，预计将以11.37%的复合增长率增长至2027年的115.6亿美元。其中，护肤品产品占据纯净美妆市场最大份额。



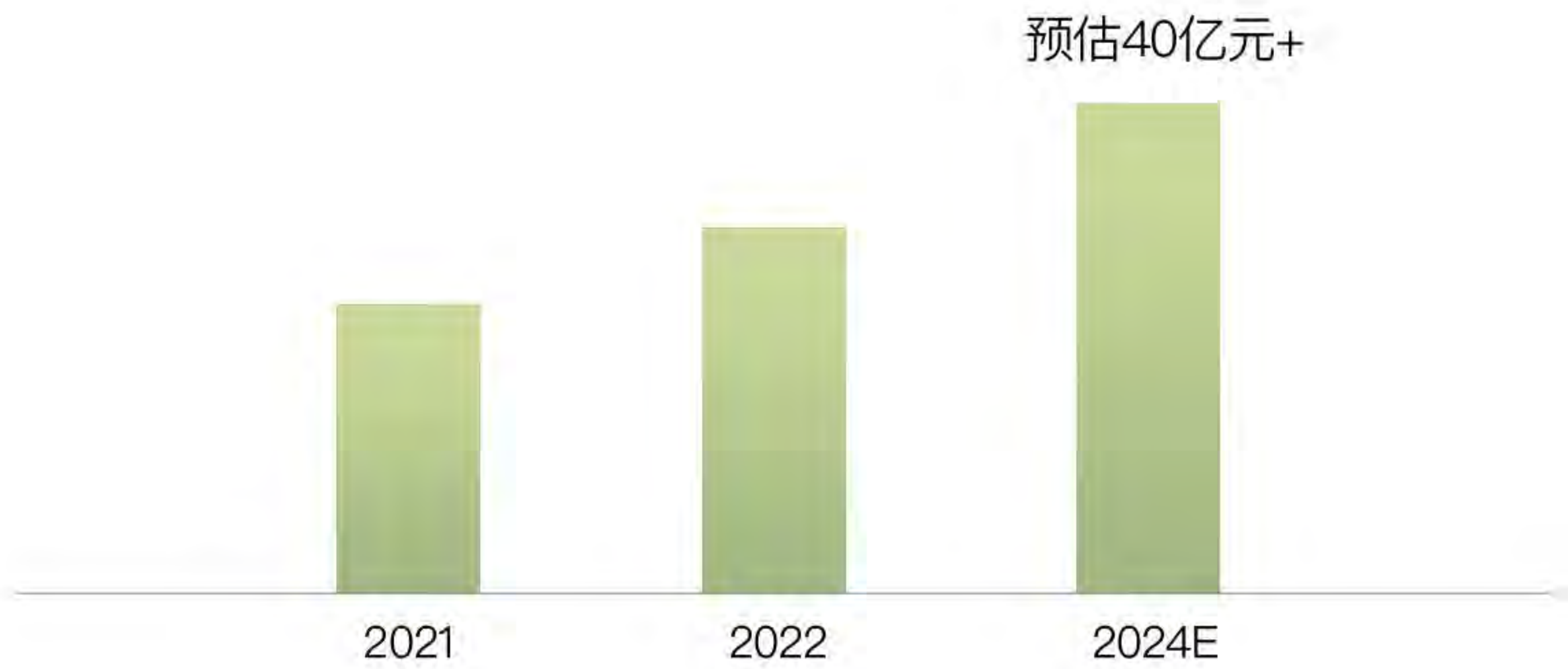
*数据来源：美业颜究院《2021 纯净美容趋势分析及预测》

国内：过去两年间，国内纯净美容市场逐渐取得进展，先锋品牌，尤其是国内品牌在进行了长期的评估之后开始推广纯净概念。*在2022年7月发布的《化妆品纯净美妆通则》已有清晰定义：纯净美妆是生命周期符合公开透明可追溯、对人体健康安全、对环境友好、善待动物、承担社会责任以及人道主义的化妆品。

- **2019年**
国外纯净美妆品牌开始入驻天猫国际，国内垂直美妆媒体开始报道纯净美妆。
- **2020年**
国内纯净彩妆品牌RED CHAMBER朱棣等品牌创立，Lan兰重新进行品牌定位，这一年纯净美妆赛道涌现越来越多本土品牌。
- **2021年**
天猫国际首次对“纯净美妆”给出清晰定义，倡导不添加六大争议性成分，包括parabens防腐剂、增塑剂、SLS表面活性剂、矿物油、硅油、人工香精。
- **2022年**
花皙蔻品牌升级再造东方纯净美妆，发布全球首份《纯净美妆绿皮书》，并且牵头制定《化妆品纯净美妆通则》；一叶子转型“纯净美妆”，联合多家单位发布《天然指数团体标准》。

*资料来源: 来源《纯净美容消费者 中国，2023年 —Mintel》；*资料来源：《天猫纯净美妆趋势报告》

2024年天猫纯净美妆市场规模 预计达40亿元以上
天猫纯净美妆销售额及预估情况



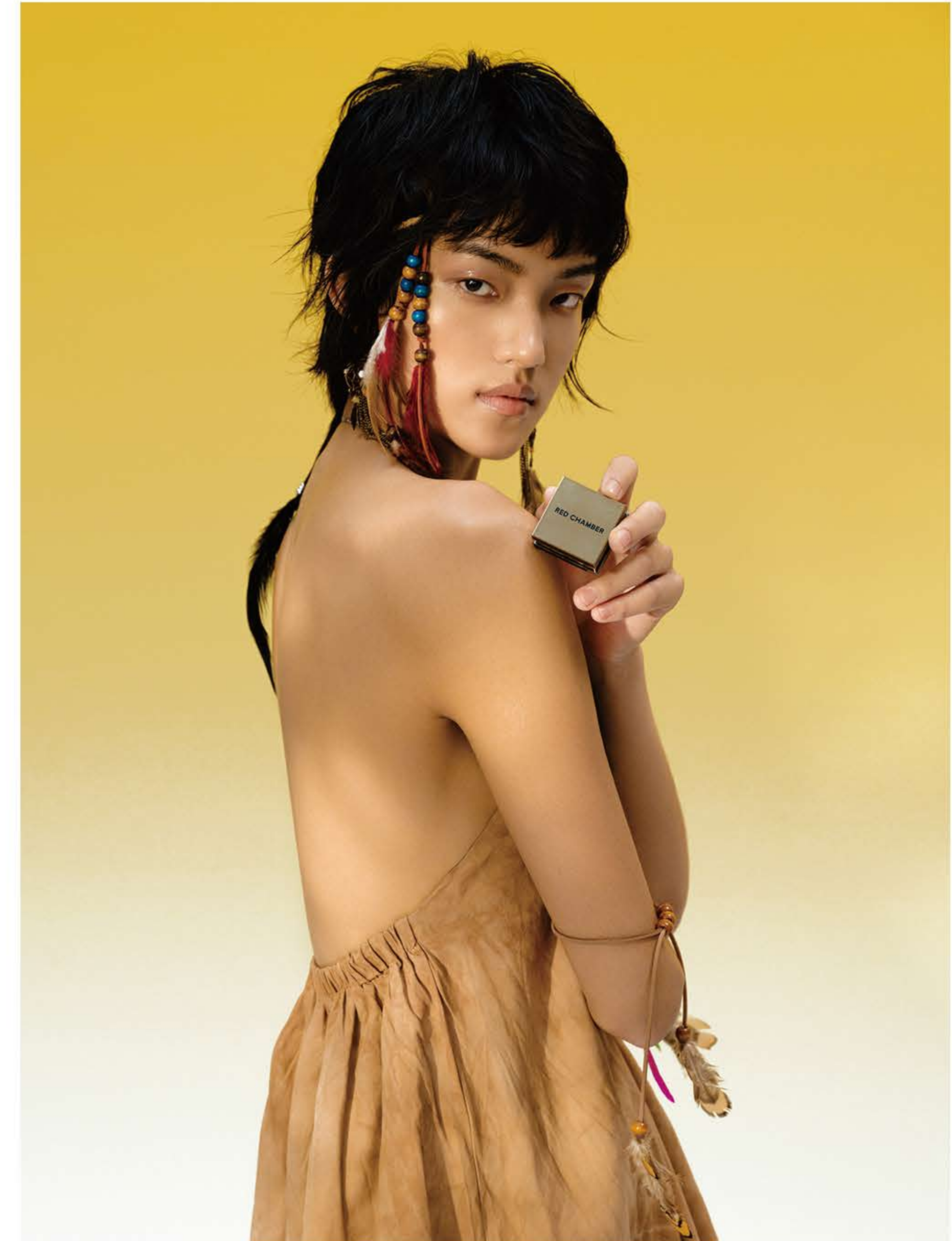
在天猫纯净美妆市场数据中，中国品牌以54%的市场份额占据中国纯净护肤市场的半壁江山。而纯净彩妆市场，国际品牌以79%的市场份额遥遥领先。

据现有数据估算，中国纯净彩妆市场规模为纯净美妆市场的20%，2021–2024年，中国纯净彩妆市场规模数据预计将从19.8亿元增长26.4亿元。

*资料来源：《天猫纯净美妆趋势报告》



RED CHAMBER

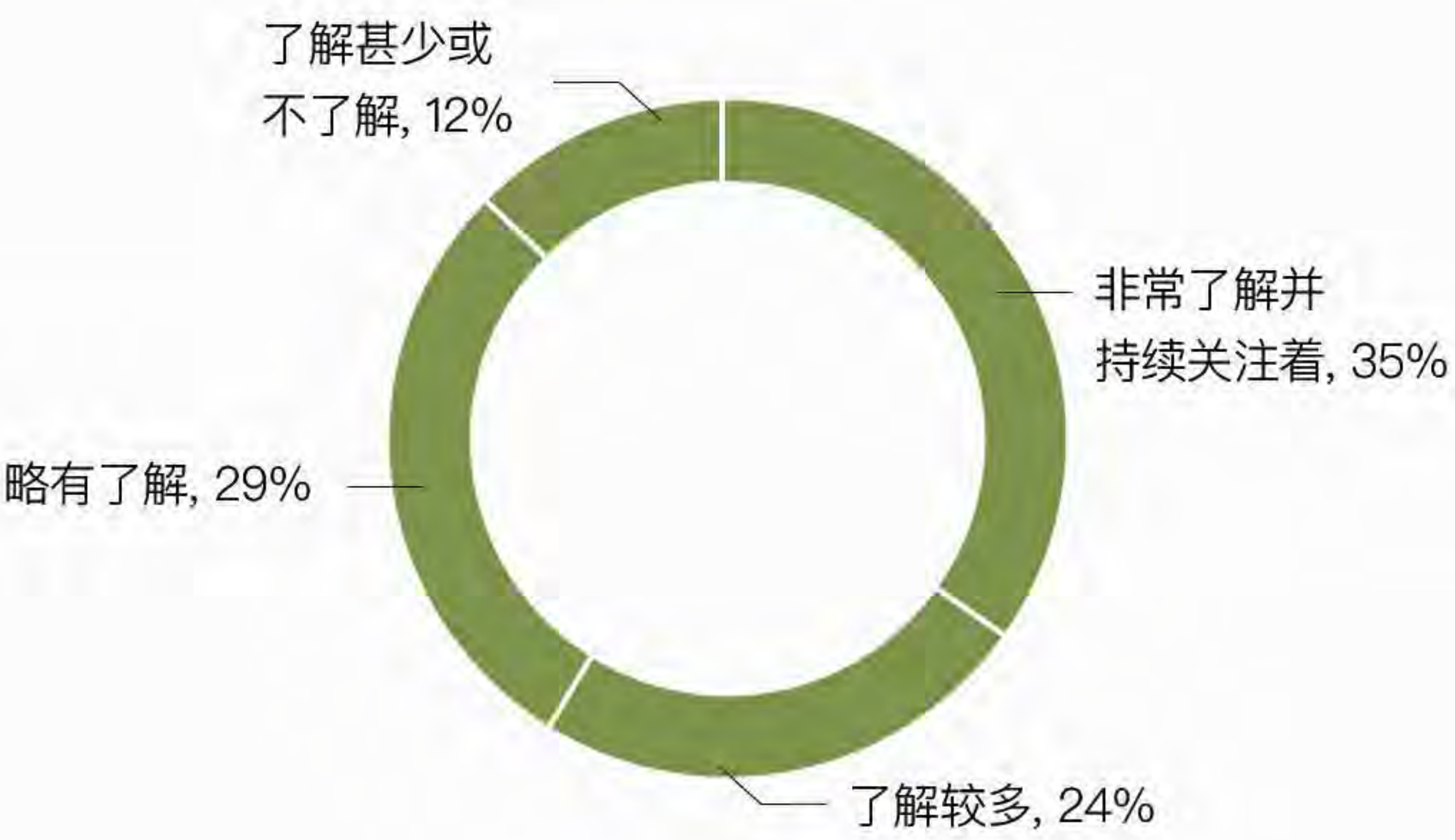


RED CHAMBER

1.5 中国消费者对纯净彩妆(Clean Makeup)的认知与态度

从本章开始，将逐步将视野转向纯净彩妆（Clean Makeup），近年来，纯净美妆在中国的市场认知度已呈逐年上升趋势，身处后疫情时代、全球气候危机蔓延的时代背景下，纯净美妆所持的新兴概念与消费者的关注点转变趋势相符，如成分天然、环保、可持续、动物友好等。相应的，纯净彩妆到今已经不再是一个小众概念，有过半的彩妆用户对纯净彩妆的概念有所认知。

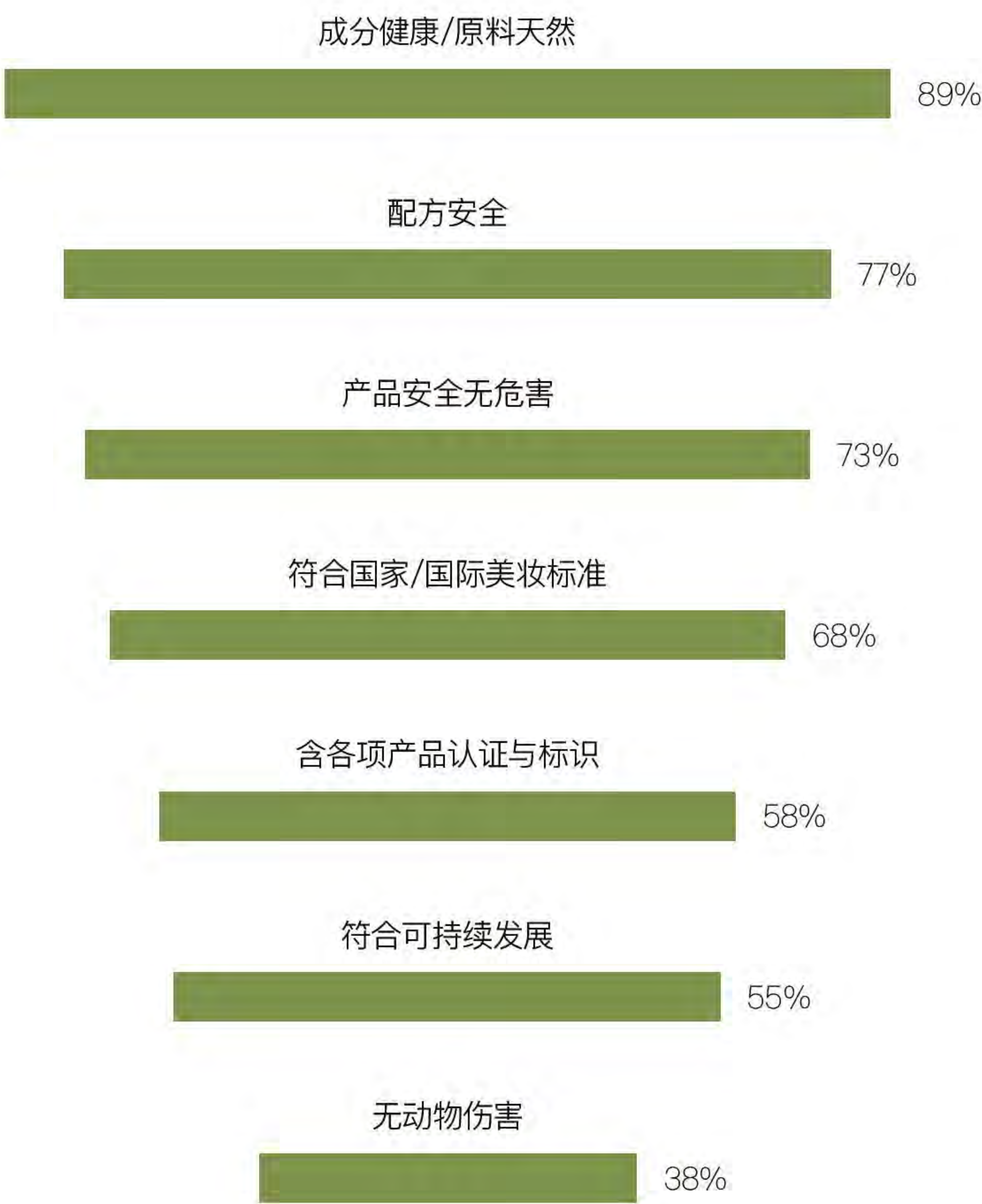
对纯净彩妆概念的认知程度(%)



数据来源：《凯度纯净彩妆行业调研报告》定量问卷调研，Q6.请问您有听说或了解过纯净彩妆的概念吗？【单选】；N=2813

彩妆用户认为纯净彩妆首要应该满足的是成分天然、配方安全，有96%*的彩妆用户认可“化妆品的成分和原料很重要，应该尽可能选择无添加和原料天然的彩妆产品”。其次是安全符合标准，而可持续与环保相关特点排在最后。

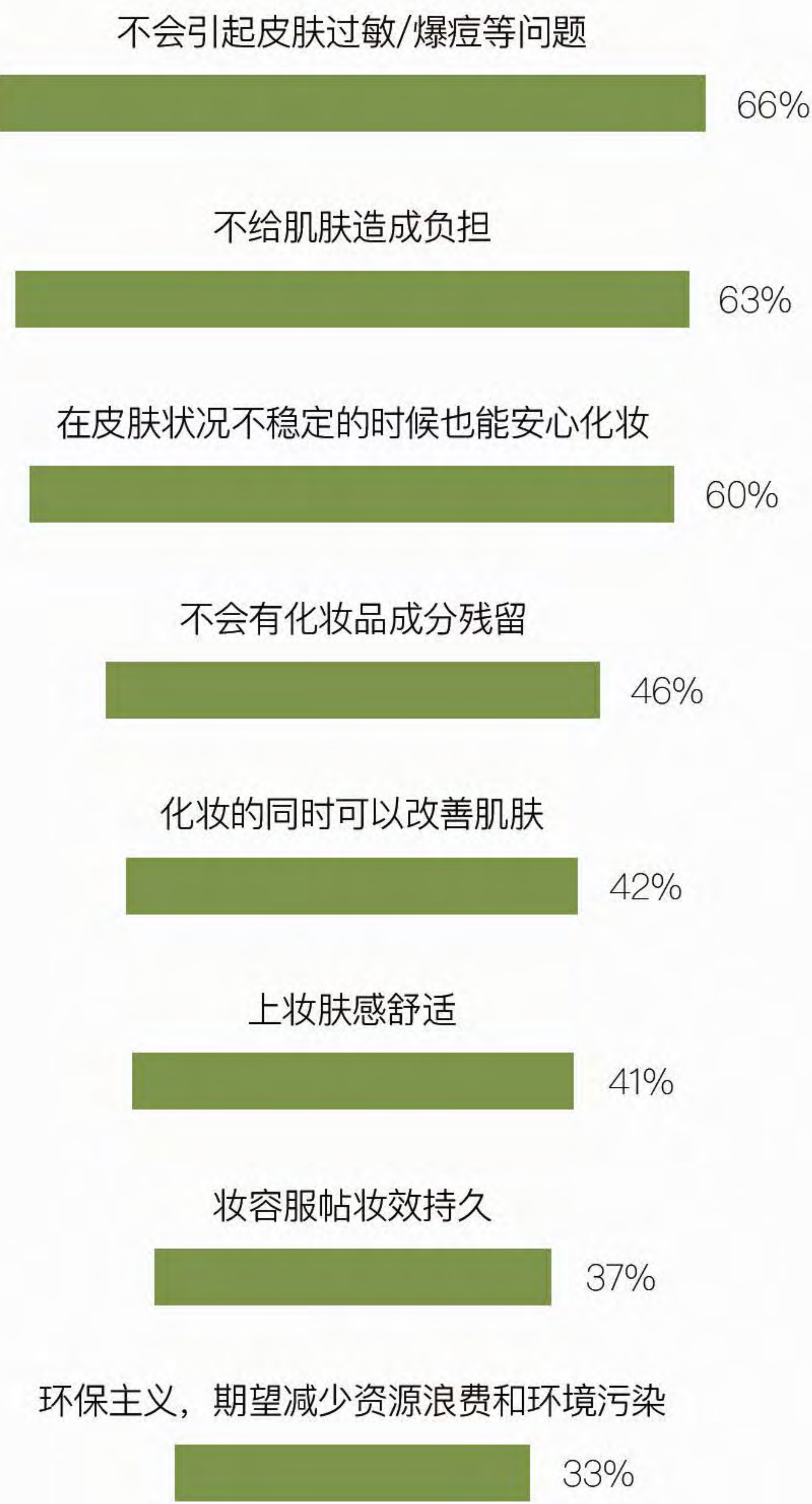
认为纯净彩妆产品/品牌应该符合的特点(%)



*数据来源：《凯度纯净彩妆行业调研报告》定量问卷调研； *数据来源：《凯度纯净彩妆行业调研报告》定量问卷调研，Q10.以下哪些特点更符合您认为的纯净彩妆产品和品牌？【复选】；N=600

绝大部分用户都会考虑购买纯净彩妆产品，其中彩妆产品的高频用户对纯净彩妆的购买意愿显著高于其它化妆频率的用户，超七成的彩妆高频用户即使在价格贵一些的情况下也会选择纯净彩妆。

期望通过纯净彩妆达到的目的/效果(%)



数据来源：《凯度纯净彩妆行业调研报告》定量问卷调研，Q19.请问您在使用纯净彩妆产品时，希望达到什么目的/效果呢？【复选】；N=597；



可持续
纯净彩妆

47

RED CHAMBER

Chapter II 中国纯净美妆的趋势与标准

48

RED CHAMBER

2.1
中国市场纯净美妆(Clean Beauty)行业品牌

中国市场的纯净美妆类别，主要分为本土纯净彩妆品牌、本土纯净护肤品牌、海外纯净彩妆品牌和海外纯净护肤品牌。37%的彩妆用户担忧“可选择的纯净彩妆品牌太少”。中国纯净彩妆品牌诞生时间不久，爆款产品不断，纯净护肤品牌则由本土较成熟护肤品牌抓准纯净美妆风口，在近年实现重新定位后进一步取得市场优势。相较中国本土品牌，海外纯净彩妆品牌在中国尚未占有优势，认知度有待进一步提升，海外纯净护肤品牌则因进入中国市场的年限不一、品牌打造方法不同，各有其差异化优势。



分类	品牌	成立时间	定位	热门产品
中国 纯净彩妆	RED CHAMBER 朱栈	2020	可持续纯净 美妆品牌	知艺多用膏 小药瓶粉底液 游弋生息气垫
	 素幸	2019	纯净彩妆品牌	有机口红 天然唇蜜
中国 纯净护肤	My ClorisLand® 花皙蔻	2011	东方纯净护肤	洛神精华水 洛神洁面乳
	One leaf 一叶子®	2014	中国纯净美容 植物护肤领先品牌	鲜嫩水光面膜 B5光透修护水感精华
海外 纯净彩妆	ILIA Beauty ILIA	2011	成分安全有机 追求质感	天然色块高强度口红
	Celvoke Celvoke	2016	强调自然植物 概念只使用 天然来源成分	植物御系四色眼影盘
海外 纯净护肤	Aēsop. 伊索(澳)	1987	纯净护肤品牌	天竺葵芳香身体洁肤露 息间芳香护手霜
	DRUNK ELEPHANT™ 醉象(美)	2012	功效型纯净 美妆品牌	多肽抗皱修护精华 LALA复古鲜奶面霜 泡在一起多效洁面啫喱

Beauty Sustainable
美可持续

Environment Sustainable
环境可持续

Spirit Sustainable
精神可持续

2.2 中国纯净美妆(Clean Beauty)
行业升级

：

近年来，各品牌与行业机构联合发布了一系列纯净美妆白皮书、调研报告，推进了行业规范和纯净标准的统一。2022年，RED CHAMBER朱栈成立了中国首个可持续美妆研发室Re:Conatural Lab（RCL），战略布局纯净美妆系统性研发和升级，并于2023年制定和公布了自身官方《纯净标准》与《天然成分标准》。明星产品RC知艺多用膏、小药瓶粉底液掀起全网销量热潮，囊括瑞丽潮流大番榜年度纯净彩妆、毕马威KPMG新国货50赛道特别奖、星球奖年度新消费行业品牌等十余项大奖。

随着纯净美妆行业的升级，纯净彩妆市场也在逐年更新。与传统彩妆用户相比较，纯净彩妆用户对于彩妆产品的功效需求除基本妆效方面外，纯净彩妆的特有功效，如可食用、修护和防过敏等功能也较为突出。

纯净彩妆购买人群对比传统彩妆购买人群偏好的
功效搜索词 (TGI>200)



纯净彩妆购买人群在购买彩妆产品时会主动搜索相关植物成分，并以“纯植物”、“天然”、“食品级”等关键词定位到纯净彩妆。

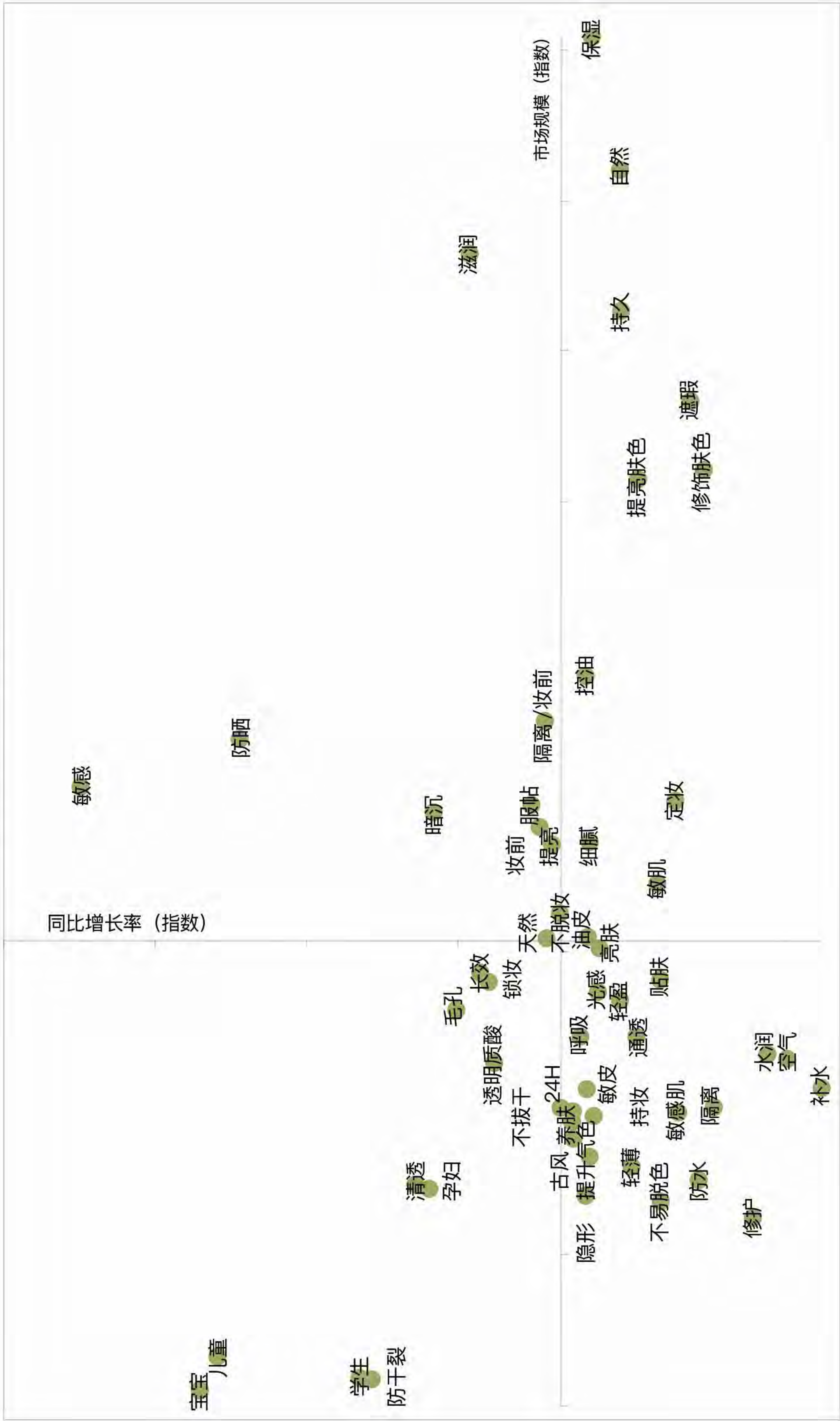
*数据来源：天猫新品创新中心，以上数据涵盖天猫和淘宝渠道（以上关键词来自目标人群在淘宝/天猫平台的自主搜索词）；*时间维度：2023.08-2024.01

RED CHAMBER



RED CHAMBER

纯净彩妆供给端卖点



Beauty Sustainable
美可持续

Environment Sustainable
环境可持续

Spirit Sustainable
精神可持续

：

传统彩妆市场供给端卖点主要集中在对妆效/功效的描述上，自然持久的妆效是彩妆的热门卖点。相较于传统彩妆市场，纯净彩妆的热门卖点聚焦于功效/妆效、成分和适用对象的描述上：如舒缓、锁妆、通透、呼吸、锁色等功效/妆效；微量元素系列、天然、透明质酸、山茶花、植萃等成分原料；敏感、敏肌、敏皮、敏感肌、孕期等适用对象。此外，丝柔、润色、柔雾、舒缓、滋养等功效/妆效；山茶花、纯植物、植物、植萃等成分卖点增速较快，是纯净彩妆的趋势所在。*

*数据来源：天猫新品创新中心，以上数据涵盖天猫和淘宝渠道（以上卖点提取于淘系商品发布时商家关联的商品属性，天猫新品创新中心知识库定义的商品属性以及从商品标题中提取的卖点热词）；*时间维度：2023.02-2024.01

RED CHAMBER
2.3 纯净彩妆标准



RED CHAMBER CLEAN STANDARD

在国际与国内范围，尚未有关于纯净彩妆的标准框架，纯净彩妆的标准依旧处于模糊地带，每个品牌都拥有自己对于纯净的诠释。RED CHAMBER朱栈致力于改变现状，并围绕RED CHAMBER CLEAN STANDARD建立品牌的产品研发核心。我们相信提出一个好的问题，是向善的第一步，我们将会

安全/SAFETY

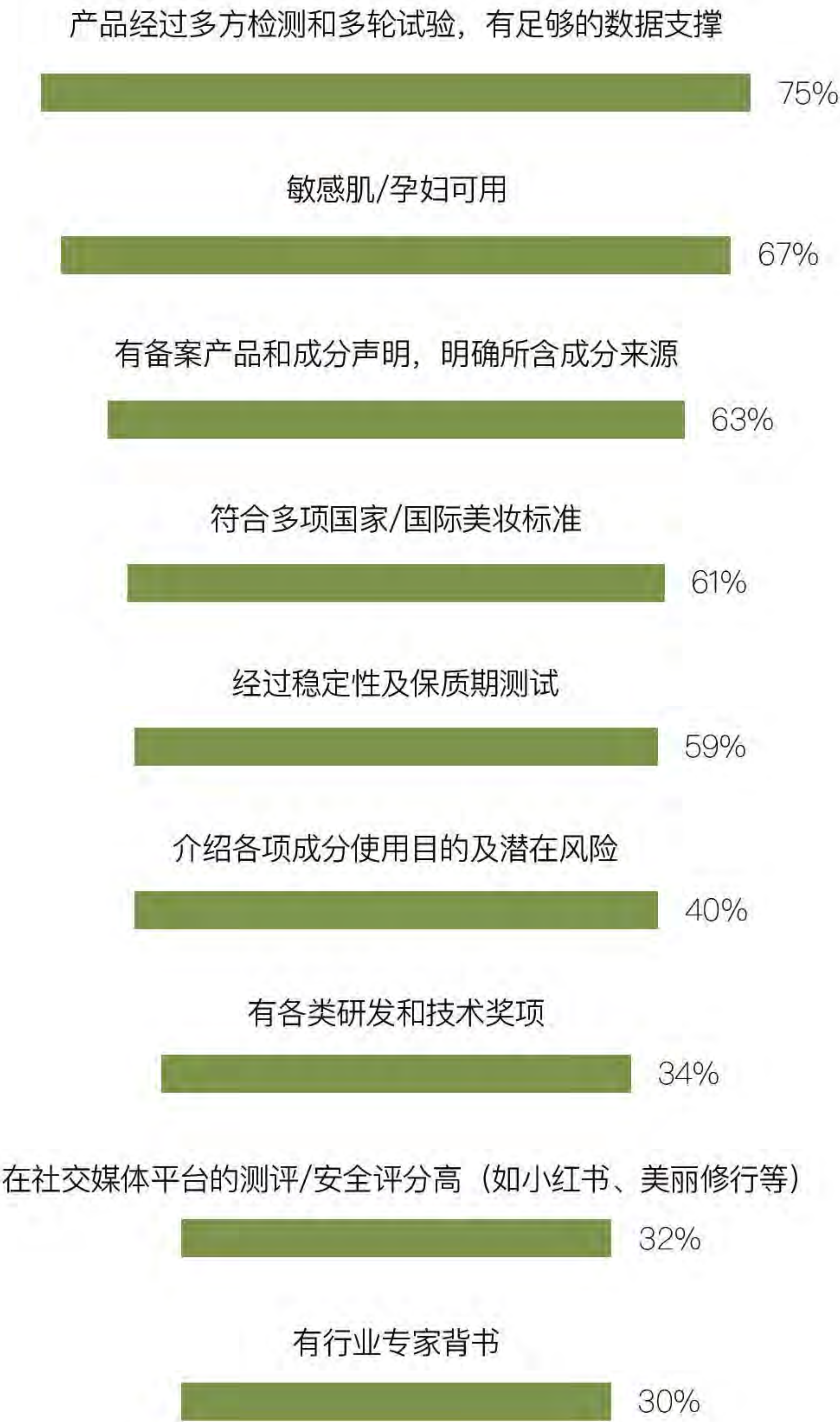
Clean Standard

「我们对成分和使用材料的潜在危害和风险了解多少？」
「我们是否已经获得足够的数据去评估产品对安全健康以及环境的影响？」

化妆品行业每年的成分以及标准都在不断更新，许多化学品并没有明确的危害信息。我们努力追溯市场上化学品的安全性，我们相信拥有更完备的数据，有助于我们以及行业从业者去制造与生产更安全、健康的产品。

用户们认为经过多方检测和多轮测试的产品最能让人相信产品是安全的，其次是若标明敏感肌/孕妇可用及所有成分的产品。仅三成的用户会认为在社交媒体平台或测评平台上面评分较高、有行业专家背书的产品是安全的。

安全的纯净彩妆应该符合的特点 (%)



数据来源：《凯度纯净彩妆行业调研报告》定量问卷调研Q13. 与您了解过的纯净彩妆产品和品牌相比，以下哪些说法会让您觉得这个纯净彩妆是安全的呢？【复选】； N=588

Beauty Sustainable
美可持续

Environment Sustainable
环境可持续

Spirit Sustainable
精神可持续

采购/SOURCING

Clean Standard

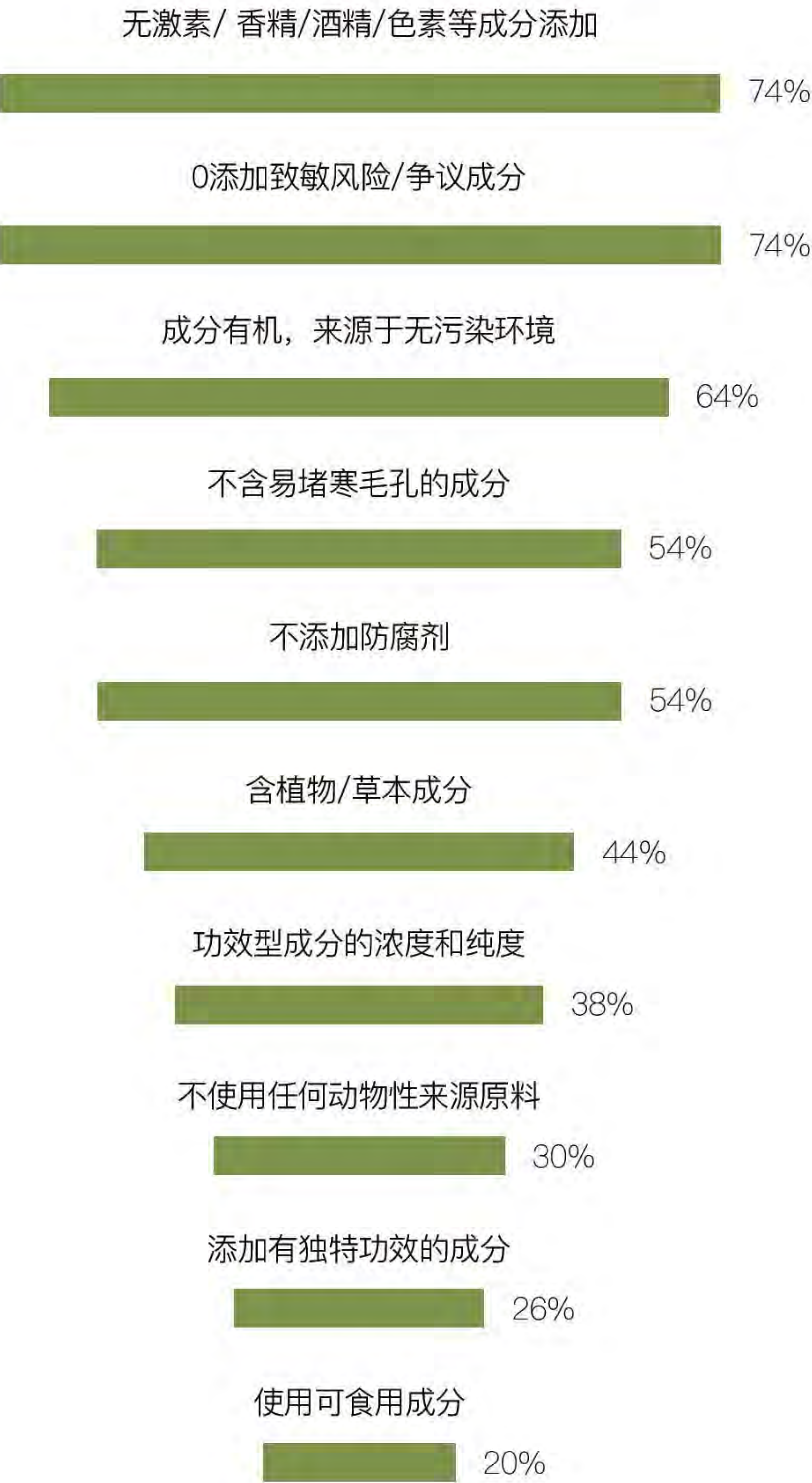
「成分/材料的来源是什么？是来源于自然界抑或是合成？」
「每个成分/材料是否符合管理规范？」

我们相信来源是影响安全和可持续性的因素之一，也是生产开发环节的原点，因此我们需要对产品使用的每一个成分负责。RED CHAMBER朱栈严选国际原料供应商，每一款原料都经过严格评估和检测，仅与通过中国及国际标准*并可提供资质及资料实证的原料商合作，规范原料的进出管理。采购帮助我们更好地去了解供应链，并找到持续改进的方法。

用户们认为纯净彩妆的成分首先应该满足无添加，其中包括不添加酒精、色素、激素、易堵塞毛孔及其他风险争议成分，其次应该是有机无污染的成分，对是否使用可食用成分的关注较低。与护肤品的成分党不同的是，用户对彩妆产品是否添加含独特功效的成分关注度较低。

*指根据原料选用应基于中国《化妆品安全技术规范》和《已使用化妆品原料目录》进行筛选、国际使用美国化妆品成分数据库(CIR)、欧盟消费者安全科学委员会(SCCS)、等国内外技术法规以及评估数据库中有安全使用量数据的成分进行综合评估。

对纯净彩妆产品成分的关注内容 (%)



数据来源：《凯度纯净彩妆行业调研报告》定量问卷调研Q11.对于纯净彩妆产品的成分，请问以下哪些方面是您关注的？【复选】； N=570

Beauty Sustainable

美可持续

Environment Sustainable

环境可持续

Spirit Sustainable

精神可持续

可持续性/SUSTAINABILITY

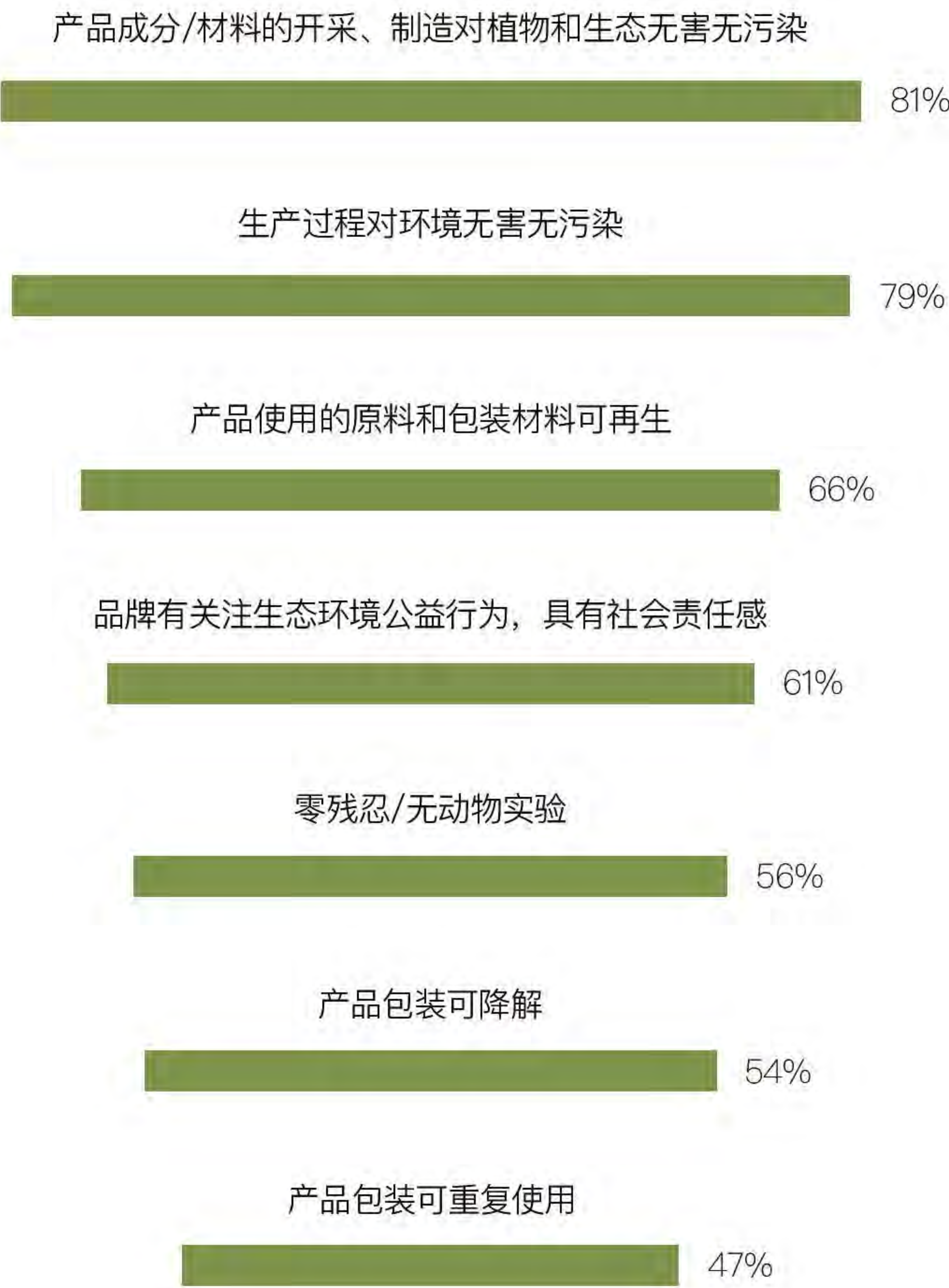
Clean Standard

「这个成分/材料是如何种植、收获、开采或被制造的?」
「TA是否可再生? 形成循环? 」
「在生产过程中，我们是否尽可能地降低对生态的影响? 」

可持续性，意味着在做当下的决定时，着眼于未来的心态。在不损害未来的前提下，尽可能去减少损害，而不仅是满足当前的需求。

超六成的用户认为纯净彩妆产品/品牌应该符合可持续和环保理念，其中产品和产品成分的开采生产过程对环境和生态无害无污染是他们认为最应该满足的特点，其次是产品原料和包装的可再生，同时品牌本身的社会责任感也受到关注，对于产品包装可降解或可重复使用的关注排在最后。

符合可持续理念的纯净彩妆应该符合的特点(%)



数据来源：《凯度纯净彩妆行业调研报告》定量问卷调研Q12.与您了解过的纯净彩妆产品和品牌相比，以下哪些说法让您觉得这个纯净彩妆是符合可持续理念的呢？【复选】； N=387

Beauty Sustainable
美可持续

Environment Sustainable
环境可持续

Spirit Sustainable
精神可持续

伦理/ETHICS

Clean Standard

「我们是否能推动人们更好地了解公平对待的价值？（环境/动物）」
「我们所使用的成分/材料以及生产过程是否会对环境造成影响？」

我们始终相信，公平公正地对待，也是纯净彩妆标准的一部分，伦理是人性的第一道门，也是守住底线的最后一道门，在RED CHAMBER朱栈，我们希望不因「美」，而牺牲任何的存在。

透明度/TRANSPARENCY

Clean Standard

「我们是否能推动人们更好地了解公平对待的价值？（环境/动物）」
「我们所使用的成分/材料以及生产过程是否会对环境造成影响？」

围绕安全、采购、可持续性、伦理，透明度是我们运作一切的方法：

RED CHAMBER朱栈渴望创造积极的变化。我们希望行业内的伙伴拥有并共享，有关每种成分和材料的成分/材料来源、安全性、可持续性、纯度和成分的相关信息，以及真正了解供应商的操作方法和流程。我们看见每一个行业从业者正在努力推动它，我们也正致力于持续去寻求那些我们相信会造福于人类（Human-kind）的改变。

RED CHAMBER



RED CHAMBER



Chapter III

中国首个制定纯净彩妆(Clean Makeup)团体标准

《纯净彩妆通用要求指南》以最终发布内容为准

3.1 纯净彩妆 Clean Makeup

基于《化妆品监督管理条例》对化妆品的分类当中的定义，本条例所称化妆品，是指以涂擦、喷洒或者其他类似方法，施用于皮肤、毛发、指甲、口唇等人体表面，以清洁、保护、美化、修饰为目的的日用化学工业产品。

纯净彩妆指在满足国家对于《化妆品监督管理条例》对于化妆品的基础定义下，在成分筛选、配方设计中采用安全性更高的成分，通过优化研发技术、生产工艺与质量控制的方式，在外部皮肤上提供更优的美化解决途径，同时最大限度地减少对皮肤以及生态环境等不利影响。



3.2 纯净彩妆原材料的选择与管理要求

3.2.1 原料筛选要求

原料选用建议从以下几方面进行参考：

- a) 安全性高：
 - 建议使用国内外技术法规以及评估数据库中有安全使用量数据的成分，且使用浓度应符合相关要求
 - 减少使用或不使用可能含有致敏成分的香精香料、防腐剂等原料
 - 避免使用国内外化妆品和皮肤研究相关核心期刊当中存在争议性的原料
 - 避免使用处于监测期或有争议的新原料
 - 所选原料经过安评专业人员严格评估
- b) 着色剂使用要求：
 - 在设计口唇部、眼部化妆品应优先选择使用局部毒性、系统毒性低的着色剂（无机色粉、有机色粉、色淀等）
 - 所使用着色剂须符合《化妆品安全技术规范》中化妆品准用着色剂表6要求，调查用量科学性和必要性，对具体用量开展相关安全性评估
- c) 环境友好：提倡使用环境友好原料成分，如原料生产时碳排放量少、节约水资源与能源、原料到环境中后易于生物降解等；
- d) 可持续采购：确保所选用原材料均来自可持续采购渠道，对合作商进行评估，避免对自然资源造成过度压力；
- e) 信息追溯：对原料全生命周期信息进行评估，包括基础信息、供应链信息及生产信息。

3.2.2 配方设计要求

纯净彩妆配方设计的过程中，组分应符合4.1的要求，确保成分安全的优先原则下，兼顾整体妆效。配方设计时还应从以下几方面进行参考：

- a) 成分简单透明：
 - 减少不必要的成分堆积，不做冗余添加
 - 成分无隐藏，公开透明真实
- b) 天然来源：选用天然来源成分时，须严格评估成分安全性，可参考ISO16128、T/SHRH 041–2022《化妆品中天然成分的技术定义和计算指南》或更高要求的计算方式。

3.2.3 配方测试要求

基于《化妆品安全评估技术导则》《化妆品功效宣称评价规划》，定期对产品进行监测和审查，以确保其安全性。如有新安全问题出现，须及时开展安全性再评估。配方测试时还应从以下几方面进行参考：

- a) 人体安全评估试验：纯净彩妆应至少通过人体皮肤斑贴测试等，以评估配方安全性；
- b) 风险物质控制：内控标准需高于行业法律法规要求（参考附录A表A.1，仅作参考）；
- c) 微生物测试：国内外权威机构已公布限值的，选择更严格者作为参照（参考附录A表A.2）；
- d) 动物实验的合理使用：非必要不采用动物实验，应优先考虑遵守3R原则（代替、减少与优化）。

表A.1 产品中风险物质限值举例
纯净彩妆中风险物质不得超过表1中规定的限值

序号	风险物质名称	限值（mg/kg）
1	汞	0.5
2	铅	5
3	砷	1
4	铬	2.5
5	甲醇	1000
6	二噁烷	15
7	石棉	不得检出

表A.2 产品中微生物限值举例

序号	微生物指标	限值（CFU/g或CFU/mL）
1	菌落总数	100
2	霉菌和酵母菌总数	10

3.3 绿色生产与质量控制

3.3.1 生产过程管理

纯净彩妆生产过程包括原料采购、产品生产、产品质检以及产品储运等常规阶段，应符合中国《化妆品生产质量管理规范》、ISO22716《化妆品良好操作规范（GMP）指南》、GMPC《化妆品良好生产规范指南》。在生产过程中，评估原材料生产过程中的能源消耗情况。选择生产过程中能耗较低的材料，减少温室气体排放，安全评估须贯穿产品的整个生产周期。

3.3.2 包装

- a) **生物可降解材料：**对原料和包装材料来源遵守可持续发展原则`。包装优先选择可实现循环利用或快速降解，基于ISO14021对环境友好的材料；
- b) **循环经济：**选用具有回收再利用性的包装方式，从而实现更好的循环经济模式，减少资源浪费和环境负担；
- c) **少包装原则：**在彩妆产品的包装上考虑环保因素，尽量减少不必要的包装材料，避免使用过多塑料或不可降解材料；
- c) **认证与标准：**寻找获得环保认证的原材料，如纸制品的森林管理委员会认证（FSC）、环保型大豆油墨印刷认证。

3.3.3 储运

纯净彩妆的储运应优先选择本地或附近地区储藏，以减少运输距离，降低碳排放。储藏时应做好产品定期规范管理，以确保产品的安全性；运输时尽量采用低碳运输方式。

3.4 产品标识

3.4.1 清晰醒目的标签

- a) 包装严格遵守0.1%以上的成分从高到低排列；
- b) 正确使用认证标签，在可回收包装的明显位置设置相应的追溯查询标识。

3.5 废料及包材的处理与回收利用

3.5.1 废料

应评估料体化学成分和性质并进行分类，对于废料，建立针对纯净彩妆废料及包材进行更严格的分类、包装、标识、储存、运输和处置原则。

- 选择有资质的专业第三方回收公司处理
- 尽可能减少对环境产生的影响

3.5.2 包装废弃物

建议对包装废弃物进行分类，采用合理的回收流程及循环利用的处理办法，尽量减少包装废弃物对环境的污染与影响。

- a) 可回收再利用的包装材料：应做好储存工作，保证材料的储存条件，做好标识，便于二次利用；
- b) 废弃包装材料：选择有资质的专业第三方回收公司，采用合适方法和恰当途径进行环保处理。



RED CHAMBER

Chapter IV 未来展望与行动建议

RED CHAMBER

Mavis

RED CHAMBER 朱棧创始人

- 纯净彩妆意味着什么？
您理解的可持续和环保浪潮之下的可持续有何不同？

人有审美需求。享受当下瞬时的独特感受、想要挽住瞬时，人才渴求永恒。纯净彩妆是用一种科学的方式衔接了这两种需求。

在环保浪潮下，处处在倡导追求环保、生命友好，但地球本身是没有永恒的意志的。人为环保所做的努力是基于自身持续存活的生命意愿。在自私或世俗角度的理解上，我们与当前同样倡导环保可持续的其他品牌没有不同。但我们品牌有一个不同的切入点是精神可持续，人们的精神生命是没有上限的，是自由的。通过主张精神的可持续，我们鼓励大家观照和探索自身的存在意义，将个人内在的思考显化为实际的生命体验，这将超越单纯的物质环保、可持续发展的概念，引导人们超越生物层面的存活，达成追求美、真理和良善的精神富足。

我们希望提供安全、健康的彩妆产品，不断唤起人们对精神可持续、环境可持续、美可持续的个体追求，聚沙成塔，带来改善。

- 作为纯净彩妆品牌，您认为可持续的理念如何走向大众？
您是如何实践的？

我们通过创造和推广新的彩妆品类来链接大众，比如热门产品多用膏、多用棒、分肤定制的粉底液。新的社会环境有新的趋势，而新的趋势催生新的需求场景，我们正是用新的产品去弥合这些空缺，将新的理念依附于产品，自然植入到消费者的生活中。

作为一个标准的纯净彩妆品牌，首先要有大众感知，得到大众认可可是我们的长期目标。虽然关于可持续、纯净的彩妆概念目前尚受小众群体的关注，但追求长期美是普世价值。





RED CHAMBER

Beauty Sustainable
美可持续

Environment Sustainable
环境可持续

Spirit Sustainable
精神可持续

• 对于未来的纯净彩妆，您有什么样的期待？

作为纯净彩妆行业的高活跃度品牌，我们希望我们品牌乃至整个行业提高对纯净彩妆的标准，在产品配方、功效数据化方面投入更多关注，真正为消费者的使用体验负责。在护肤领域，已经有不少实例，纯净彩妆在此基础上可以做更多。我们并不把“纯净美妆”或“纯净彩妆”当作化妆品行业中孤立的细分赛道，我们始终相信，纯净美妆会是一种化妆领域的未来主流标准，改善行业生态。为了实现这一目标，我们期待有更多优秀的研发人员、原料供应商、供应链服务者、检测机构参与进来，共同推动化妆品行业的向好、向善发展。

当前情况下，国际国内对彩妆研发的关注度不及护肤品的十分之一。作为纯净彩妆领域的独立实践者，对美、健康、安全、可持续发展的追求是我们立于行业的意义所在。在纯净彩妆的产品研发中，我们一直有意识地探讨纯净彩妆的配方设计，使其更符合现代消费者对健康和美的追求，我们持续倾听消费者反馈，构建高效的上下游沟通链路，努力去除信息不对称性导致的误解，不断打磨产品，力求为消费者提供配方纯净、多元、安全健康的彩妆产品。我们相信，一个品牌的成功不是因为我们会巧合地做对了某一件事，而是我们做了每一件需要做的事。

RED CHAMBER

王靖

清华大学工学博士
江南大学教授

●目前，纯净彩妆在科技方面有哪些突破与创新？还存在怎样的机会？

近年来，随着纯净彩妆的重视程度在不断升高，全行业正被其重构赋予更多科技创新机会。目前，纯净彩妆的技术创新主要体现在天然纯净成分的筛选、可降解与环境友好包装，以及无动物测试的评价方法等方面。然而在科技创新方面，纯净彩妆仍拥有很大发展空间和机会，具体体现在以下方面：

- 1) 在天然纯净成分升级与拓展方面，保持对更高品质不断追求和不懈超越，如天然矿物粉体原料品质管控、粉体的天然表面处理等等；彩妆中常用成分，如植物基油脂、天然成膜剂、天然来源防晒剂等，也需源源不断的开发迭代和科学筛选。
- 2) 有关原料或产品刺激性、致敏性，及其它潜在风险，不断探索开发其新的评估方法，以应对市场对彩妆的安全度和功效性提出更高的要求。
- 3) 探究如何通过纯净彩妆配方创新实现可感知的皮肤养护效果，而不仅限于纯净原料的选用，切实满足消费者对妆效、功效的需求。

董婷婷

上海瑾婷化妆品有限公司
执行董事、副董事长

●作为原料/配方开发方，在纯净彩妆研发时，在天然/纯净成分与产品妆效之间应该如何平衡？

在原料和配方开发方面，我们首先充分理解并致力支撑起纯净配方的需求。针对纯净配方的严格要求，尽可能规避风险性物质的带入，并依据RC《原料限用禁用黑名单》禁止或限制使用相关原料，例如常带入风险物质石棉的原料滑石粉；易带入风险物质环四聚二甲硅氧烷的原料环五聚二甲基硅氧烷，及其他黑名单中所提及的原料。由于部分原料的限制，我们在配方开发时，同样会尽量选择天然来源或安全合成原料。例如在油脂的选择上，选用天然或天然来源油脂，以硅石、硅粉替代滑石粉。

其次为了保证妆效、肤感能使消费者满意，开发过程中我们的团队会进行大量的原料筛选和原料替代，更多次配方调整，以确保达到配方纯净安全的卓越妆效。我们也一直在对彩妆工艺进行不断研究探索，确保配方的均一性、细腻性、稳定性，使得天然纯净配方有更好的彩妆体验感和效果。

●作为供应链端，您认为未来纯净理念的化妆品走向大众的重要一环是什么？

目前纯净彩妆在行业里仍有很大发展空间，但我们在保证生产纯净成分的前提下，也要考虑产品是否能真正符合消费者的需求和期望，正如目前越来越多消费者会把注意力放到成分上，追求安全有效的妆效。而本土化的纯净彩妆，建立起大众消费者信任度是行业上下游共同的责任，作为供应链端，提供透明的成分信息和可靠的产品安全测试是我们所肩负的重要一环，让消费者了解使用在肌肤上的成分包含什么、是否安全，是我们应提供的基本。在未来，我们共同期待高品质纯净彩妆能在更大范围内展现其价值和精神。

乔舰

观辰生物科技有限公司创始人
新加坡国立大学博士 清华大学校友
从事化妆品行业十余年，曾就职于拜尔斯道夫，欧莱雅等国际品牌，负责天然成分的开发。

- 作为把纯净美妆、功效作为两大研发导向的企业，您认为从市场洞察到技术落地的全链路中，哪一环对于纯净彩妆品牌的向好发展来说更重要？

对纯净彩妆品牌来说，若要寻求稳健可持续发展，应关注从洞察到研发落地的整条链路。首先是洞察端，我们希望纯净美妆不仅仅是行业的“自嗨”，其真正价值应被消费者看见和感知到。因此我认为在洞察端，可以从消费者切实的需求和痛点出发，比如对合成成分的担忧，以及对天然成分的追求等等深挖细节。经过对消费者的一系列有效全面洞察后，再去定义和解释纯净美妆的概念。

在研发端，对纯净美妆进行准确科学的定义是前提，从而更好规范后续链路。从更早的ISO16128标准，到这次新标准的出台，对纯净美妆的发展都有很好的规范和带动作用。

最后在消费端和传播端，我们需要把纯净美妆的复杂定义，转化为消费者能听懂和感知到的语言。这些需要所有从业者的共同努力，使真正符合标准的纯净彩妆出现在更广泛人群的视野中。

朱天择

北京芝诺科技发展有限责任公司
北京大学生命科学学院学士
福布斯中国30位30岁以下精英

- 在纯净彩妆的配方研发当中，您认为哪个部分是最重要的？

我们认为天然色粉的工艺开发至关重要。色粉首先是彩妆的主要成分，而传统化工合成方式污染高、能耗高，且对消费者健康具有潜在风险。我们的天然色素的提取技术不会存在以上问题，由深层发酵产生的天然色素，避免了强酸、强碱、重金属离子等有毒有害物质的加入，所采用的生产原料均为天然可食用原材料，在水体和土壤中可以分解，不会造成污染，同时皮肤亲和性高，一定程度上能防止皮肤过敏，对抗紫外线辐射。

随着技术的发展，越来越多的天然色粉出现在市场上，包括植物提取、动物提取、微生物发酵等来源。但是目前天然色粉的生产技术处于比较早期阶段，存在光稳定性差，批次色差大等缺点。芝诺科技的天然色粉技术复配方案研发室持续致力研发符合纯净标准且具有妆效卓越的色粉，为做到名实相符的纯净彩妆标准而努力。

吕建中

中国管理科学学会可持续发展管理专业委员会副主任
上海外商投资协会绿色低碳分会副会长
ESG及可持续商业战略先行者

- 您认为纯净彩妆企业如何通过ESG管理，获得更多机会点？

在可持续发展日益成为新型发展理念和市场竞争日益激烈的双重要素作用下，企业的生存、增长与发展战略必须保持与社会进步同向、同步、同频。因此，把握消费者的理念变化、推进绿色高质量的发展是企业战略设计的关键坐标。安全无风险、环保低碳、性别平等、人道主义等正逐渐成为消费者的认可和需求；而ESG所涉及到的环境、社会、治理三方面内容，给企业战略和运营提供了可参考、可衡量的量化指标。

纯净彩妆企业可以通过分析利益相关方诉求、甄别实质性议题进而确立那些与社会、环境相关、与企业增长与发展相关的ESG实施方案，可以找到在减少对环境的负面影响，提升社会责任、获得市场机会和竞争优势等多方面的机遇。具体来说：

- 生产端：重新审视产品全生命周期的可持续性，在产品成分与原材料的获取、开发、利用上采用环境友好型资源，在生产过程中改善设计和工艺从而降低能耗、废物、碳排放；采用可持续的包装材料，进一步减少对环境的负面影响。这些工作有助于企业获得长期回报以及多元的企业价值和社会价值，增强企业韧性和竞争能力的持续性。
- 营销端：注重负责任营销、消费者意识提升，倡导绿色消费行为，打造安全、绿色、人文关怀的品牌形象。这些工作有助于提升企业的品牌效益、社会影响力。
- ESG信息披露：定期发布ESG报告，公开企业在环境保护、社会责任和治理方面的表现和进展，获得良好的社会信任。

董建军

上海翔港包装科技股份有限公司董事长

• 纯净彩妆在包材、包装开发方面，会有哪些方面的创新？

纯净彩妆在包材开发以及包装方面更加注重对于环境保护和可持续发展。在包材方面，采用可再生材料和环保包装替代传统包材，有效的节能减排。致力于实现“三可”原则：可替换、可降解、可回收。将环保理念融入生产的各个环节，从原材料、前期设计、工艺的搭配，严格的生产工序流程。我们时刻关注行业发展动态，研究环保新材料的最新动态，结合公司ERP系统，标准化、流程化现有的工艺，将可降解材料应用于纯净彩妆产品当中，维护我们的生态环境，减少人类工业生产对环境造成的负担与影响。

在包装方面，根据国家统计局最新发布的2023年造纸行业数据，2023年全年纸张产量突破1.44亿吨。中国消费品行业每年需要消耗相当可观的纸张数量，约在数百万到数千万吨之间。大量的消耗导致森林资源匮乏，该局面需要被广大生产者、消费者所认知，我们呼吁企业使用经过FSC认证纸张，以确保纸张原料全部来自负责任经营的林场，在保护森林生态系统同时，为企业自身减少潜在风险。除了包装材质的环保可持续，我们还关注包装设计的信息传达功能，将其视作与消费者沟通、宣导的一种方式。比如我们会在包装上标注我们所研发的纯净包材的优势，如可以延长内料保质期等，从而向消费者推荐纯净包材，从这个角度上为纯净彩妆和纯净包材的发展起到推动作用。我们相信，可持续包材、包装的普及和使用对于企业与地球是双赢结果。

RED CHAMBER



RED CHAMBER

孙逸文

同更生 ReGeneration 发起人
前时尚媒体人、奢品买手

- 作为可持续相关的组织，您认为应当在其中扮演怎样的角色？

我们始终相信传播的作用与群体的力量，同更生缘起于创始团队对于自然的热爱和对于保护环境的初心。起初通过在小红书、公众号、微博、视频号不断地分享可持续资讯，积累了很多受众群体，并建立起了自己的可持续社群，其中大部分是18–35岁的年轻消费者。在和大家的交流中，我们越来越意识到：除了资讯之外，可持续的普世需要市场，而易获得的「可持续」产品是消费市场或缺的。于是，同更生逐渐转型为可持续解决方案的整合方，通过整合中国本土强落地的可持续供应链及品牌，在不忘初心的前提下持续推动可持续时尚和生活方式产品 —— “让更多品牌用上可持续供应链，让更多消费者用上可持续产品”。

“可持续”发展理念在多年的发展下，深耕并衍生出了多种形式，其中包括“纯净”—— 这也是消费者靠近“可持续”的原因之一：为了安全和安心。好的产品和好的故事会有更大的影响力，而扩大“可持续”影响力是同更生创立的初衷。所以，从C端认知到B端好产品的相互赋能或推广，都是我们应该也必须要做的。初心未改，我们相信“在一起”的可持续力量。

郭佳玲 (Mazeline Guo)

凯度咨询品牌及创新研究总监
超过15年市场研究经验
深耕美妆个护、日化健康等大快消领域

- 近年来很多品牌与企业都在践行可持续发展道路，在您看来这是否是未来的必然趋势？

凯度Worldpanel研究发现，全球倡行环保人群的比例在2023年达到22%，其在全球范围内形成的潜在消费市场规模能够达到4560亿美元。在全球不同市场中，中国市场的消费者，对中国市场可持续表现的看法最为正面。凯度《2023中国可持续行业指数》白皮书显示，94%的中国消费者表达了他们希望过上更加可持续的生活的愿望，这一比例超过了全球消费者的平均水平（84%）。

环境和个人身心健康是可持续发展议题中的关键议题。白皮书指出，中国消费者对环境议题的关注度位居全球前三，且中国消费者的健康意识近年来显著增强。与2020年相比，中国消费者当前最关注的前五个议题依次是：身体健康、气候变化、空气污染、水污染和极端天气。

同时，消费者也越来越注重产品的环保和社会影响，他们更愿意选择那些符合可持续发展标准的产品和服务。与2020年对比，中国市场可持续倡行者与考虑派的占比分别上升了7%和2%。45岁及以上、生活满意度高的中国消费者正更多地在投入时间和金钱践行可持续；25–34岁、收入更高并且对生活满意度高的人也紧随其后考虑采取更可持续的行动。这部分人群也是纯净彩妆的重要目标人群。

了解并解决阻碍消费者实现可持续性的因素，对于品牌在行业内取得领导地位至关重要。品牌可以通过深入了解消费者的需求和痛点，提供符合可持续性要求的产品和服务，同时积极倡导和支持可持续生活方式，从而吸引更多的消费者，并在竞争激烈的市场中脱颖而出。



陈亦华

上海日用化学品行业协会秘书长

- 在Clean Beauty的框架下，各方应该如何配合去促进整体行业的发展？

Clean Beauty对美妆行业的安全、可持续发展具有重大意义。行业上下游应互相协作配合，减少落地阻力。首先，供应商作为源头，在原料、配方、包材领域中不断创新并提供指导性的专业知识，将可持续理念在美妆产品中的应用贯彻到一个新的高度；同时，协同企业不断打磨新技术与功效妆效之间的平衡，为真正有竞争力的产品打下基础。监督方代表了行业的政策法规，负责在研发、生产等过程中实施监督检查，确保行业生产质量符合规范，保障消费者权益的同时，保护真正致力纯净美妆的企业良好发展。品牌方承担的是“发起人”的责任，促使整个行业去探索新的方向。此外，品牌方还拥有众多对外发声手段，能够通过各种推广形式开展可持续理念的宣传教育。帮助消费者了解并认同理念的同时，满足他们自身对产品的需求，这是品牌方的挑战。平台方拥有强大的数据能力和科技实力，可以有效赋能品牌科学经营，为纯净美妆的传播和销售提供得力支持。在消费者决策环节，平台亦可利用其强大传播渠道推广新标准，引导消费者关注可持续的新趋势。平台的数据检测机制，也可协助监管机构共同监督商家全链路行为，及时发现解决问题。

统一的标准规范对推动纯净美妆的落地至关重要。协会会积极推动纯净彩妆团体标准的共建，与其他起草单位加深交流合作，共同探讨高质量标准的发展方向。我们希望充当起桥梁的角色，促进供应链上下游提升透明度和合规性，引领企业高效落实Clean Beauty标准。希望从源头生产到推广，各环节共同协作，不断完善标准的质量和影响力。让我们共同见证Clean Beauty为行业带来的“生机”与“新机”。

可持续
纯净彩妆



RED CHAMBER

RED CHAMBER
BLACKLIST

RED CHAMBER

RED CHAMBER
正在并将继续测试其产品：

- 重金属污染物（砷、铅、汞和镉）， 低于国家对重金属的标签要求；
- 多氯联苯（或PCB）污染， 以确认产品不含任何此类污染物（测试要求仅针对海洋衍生产品， 如鱼油或贝类）；
- 确保产品的农药、残留溶剂符合国家药监局关于《化妆品安全技术规范》规定标准， 并持续关于国家规定的禁用原料；
- 测试功效力及成分纯度， 以确保产品内容与产品标签相符（包括测试原材料和最终产品）；

RED CHAMBER
正在并将继续遵循：

- 尽量减少成分堆积， 不做冗余添加， 建立透明的沟通渠道。
- 向原料供应商获取有关成分、纯度和采购信息的文件
- 进行稳定性及保质期测试
- 备案产品和成分声明

RED CHAMBER CLEAN STANDARD重视成分配方和采购的透明度以及禁止使用某些风险、争议成分。以下的列表是我们的最新版本， 随着时间的推移， 我们已将新信息添加到此列表中， 并将持续这样做。

免责声明

数据来源：

本纯净彩妆趋势报告所涉及的数据基于市场公开信息、天猫TMIC、凯度咨询等多个来源。数据周期为MAT2024Q3， 具体数据指标请参考各页标注。

版权声明：

本报告的所有表格及文字内容的版权归朱栈（上海）生物科技有限责任公司所有。其中， 部分文字、图片及数据来源于公开信息， 版权归属原著作者所有。如需转载、引用、刊发本报告， 需注明出处为“纯净彩妆行业白皮书”， 且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。违者将追究其法律责任。

免责条款：

本报告所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考， 不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。任何人使用本报告所包含的信息， 应自行承担相应风险。作者和发布方对因使用本报告而导致的任何直接或间接损失不承担任何责任。

成分	要求	INCI
环状有机硅	禁止：不能使用	环四聚二甲基硅氧烷、环五聚二甲基硅氧烷、环己硅氧烷
滑石	禁止：不能使用	滑石粉
酒精	禁止：不能使用	乙醇
铝盐	禁止：不能使用	氯化铝
丁氧基乙醇	禁止：不能使用	丁氧基乙醇
苯氧乙醇	禁止：不能使用	
丁基羟基茴香醚 (BHA)	禁止：不能使用	丁羟茴醚
丁基羟基甲苯 (BHT)	禁止：不能使用	丁羟甲苯
动物麝香/脂肪/油	禁止：不能使用	
蜂蜡（及其他蜂产品）	禁止：不能使用	
矿物油	禁止：不能使用	液体石蜡
可可脂	禁止：不能使用	
豆油	禁止：不能使用	
乙醇胺	禁止：不能使用	乙醇胺 (ETA)、三乙醇胺 (TEA)
乙酰化羊毛脂、 乙酰化羊毛醇	禁止：不能使用	乙酰化羊毛脂、乙酰化羊毛醇
甲基氯异噻唑啉酮、 甲基异噻唑啉酮	禁止：不能使用	甲基氯异噻唑啉酮、甲基异噻唑啉酮
尼泊金酯类	禁止：不能使用	羟苯甲酯、羟苯丙酯、羟苯丁酯等
凡士林、石蜡	禁止：不能使用	矿脂、石蜡
聚丙烯酰胺	禁止：不能使用	

成分	要求	INCI
间苯二酚	禁止：不能使用	
硫酸盐表面活性剂	禁止：不能使用	
高岭土	禁止：不能使用	
异硬脂酸异丙酯	禁止：不能使用	
肉豆蔻酸异丙酯	禁止：不能使用	肉豆蔻酸异丙酯
肉豆蔻酸肉豆蔻酸酯	禁止：不能使用	
硬脂醇庚酸酯	禁止：不能使用	硬脂醇庚酸酯
Laureth-4	禁止：不能使用	月桂醇聚醚-4
Laureth-23	禁止：不能使用	月桂醇聚醚-23
Oleth-3	禁止：不能使用	油醇聚醚-3
硬脂酸	禁止：不能使用	硬脂酸 TEA 盐
硬脂酸丁酯	禁止：不能使用	硬脂酸丁酯
癸基油酸酯	禁止：不能使用	油酸癸酯
异硬脂醇新戊酸酯	禁止：不能使用	异硬脂醇新戊酸酯
三氯生、三氯卡班	禁止：不能使用	
甲醛和甲醛释放剂	不得检出	2-溴-2-硝基丙烷-1,3-二醇、5-溴-5-硝基-1,3-二噁烷、 甲醛苄醇半缩醛、双（羟甲基）咪唑烷基脬、 DMDM 乙内酰脲、咪唑烷基脬、乌洛托品
炭黑或黑2	禁止：不能使用	炭黑 (CI 77266)
动物来源着色剂	禁止：不能使用	胭脂虫红
二苯酮及相关化合物	禁止：不能使用	二苯酮、二苯酮-1、二苯酮-2、二苯酮-3、二苯酮-4、 二苯酮-5、二苯酮-6、二苯酮-8、二苯酮-9、二苯酮-11

成分	要求	INCI
来源于焦油，煤焦油、石脑油的成分	禁止：不能使用	
PFAS化合物	禁止：不能使用	
纳米材料	限制使用，同欧盟标准喷雾、散粉等可吸入剂型不可用其他剂型可选用	纳米二氧化钛、纳米氧化锌
塑料微珠	限制使用：产品中不得含有不溶性塑料微珠(任何有意添加的5毫米或更小、不溶于水的固体塑料颗粒，用于清洁或去角质)	聚乙烯、聚苯乙烯、尼龙等

风险物质（不主动添加，但可能在原料中含有下列物质）		
甲苯	不得检出	
氢醌	不得检出	
丙烯酰胺	不得检出	