



# Newsletter

## 香林電子報No.6 12月

由香林企業彙整化妝品產業趨勢、市場觀察、展覽會等訊息。

ISSUE 06  
December, 2022

### 2022 In-Cosmetics Asia 趨勢分享

Mintel 對未來兩年及五年預測



#### 消費者保養趨勢

Skincare and beauty trends.



#### 美容技術儀器的「錢」景

Ready for the future of beauty tech devices?



#### 毛小孩產業激500億商機

Developments and trends in the pet industry.

### 2023春夏趨勢色彩



Pantone Color Institute™ 2023 年春季夏季紐約的色彩，反映了我們努力向前，用色調來慶祝新發現的自由和嘗試新事物的興奮。鼓勵我們以意想不到的方式表達自己。

香林也有符合流行色的產品，Terra-mater巴西礦物土，100%天然不含石綿，顆粒細緻，護膚、護髮、彩妝都適用，每個顏色有不同功效，並具COSMOS、VEGAN、HALAL認證。



<https://www.kalin.com.tw>



+886 2 89313301



<https://www.facebook.com/kalin.tw/>



# 2022 In-Cosmetics Asia 趨勢分享

## Mintel 對未來兩年及五年預測



### 未來兩年發展

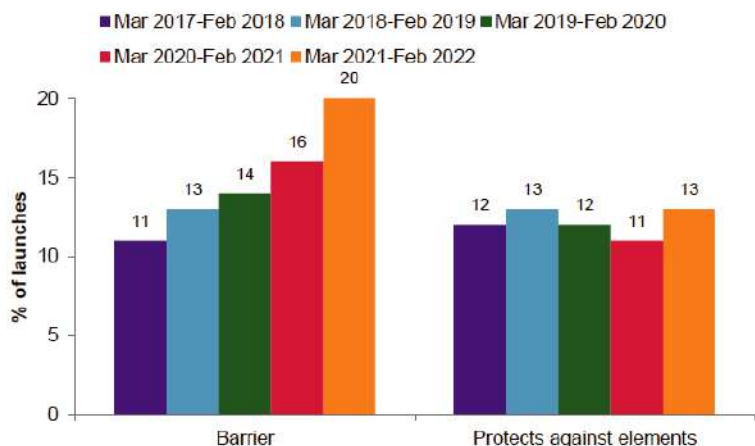
疫情大流行擴大了人們對健康的關注，不僅是治療與預防疾病的產生，甚至進一步關注整體身體機能，增強免疫系統顯得更加重要。在接下來兩年裡，人們也將更加意識到氣候變化會具體影響健康，這個思維影響到化妝品時，關注將圍繞在永續和健康的融合，在此基礎下，功效和便利性是產品差異化做出區隔的關鍵。

## 1 消費者將皮膚視為活躍的器官，保護身體不受外部傷害

根據 Mintel Trend Total Wellbeing，消費者將自己的身體視為一個生態系統，找尋幫助其健康的方法。基於此意識，皮膚屏障功效需求會進一步增加。例如益生菌和傳統草藥等，可以發揮增強皮膚免疫力的產品。



Global: select claims in new face/neck care launches, 2017-22



## 2 缺水成為環境問題，消費者更關注無水配方

無水配方能使用更高濃度的活性成份，而可以宣稱更好的功效，同時可避免防腐劑的使用。因此無水產品對關注成分安全和Clean Beauty的消費者極具吸引力，但品牌應該確保產品使用觸感舒適。

值得注意的是有一群消費者是活躍的美容專家(The Beauty Activist persona)他們在社交媒體上非常活躍且受人尊敬，他們關注全球時事、品牌道德和透明度。對他們來說，這比跟上潮流更重要。因此解決缺水問題，符合道德和永續，同時又能提供額外皮膚益處的產品，將強烈吸引他們，為此公司需盡量永續發展和資訊透明化。

## 3 工程成份(Engineer ingredients) 將為永續和有效性結合的替代方案

工程成份是實驗室培養或以發酵等工程而得到的成分。天然成分素材來源將成為未來挑戰，但工程成分能提高成份有效性，和在永續方面發揮關鍵作用，發酵工程將被重新定位為工程原料的尖端技術。而其品質和永續方面也能引起消費者的共鳴。他們對實驗室種植的成分和先進的發酵技術感興趣。



# 2022 In-Cosmetics Asia 趨勢分享

## Mintel 對未來兩年及五年預測

### 未來五年以後

#### 1 科學方法更吸引消費者



基於科學的個性化產品將是保持競爭力的關鍵，科學能夠開發出量身打造的護膚產品，與高度個性化的概念很相關，有助於了解個人皮膚如何隨年齡、環境和季節而變化。同時消費者也願意分享個人數據，以達到他們想要的結果。

年輕一代更注重個人化產品，消費者已經對收集和使用生物識別數據持開放態度，例如分析皮膚的DNA和賀爾蒙，為消費者提供先進的預測性保養品。

#### 2 品牌與消費者之間關係更牢固

消費者能接受訂閱模式，是因為他們了解與品牌保持聯繫有具體好處。例如，公司能通過深入的皮膚檢測，確定問題的原因並提供個性化產品。每個月評估依據環境、飲食和皮膚的變化，制定改進的解決方案。隨著訂閱模式的興起，新品牌可能更難突圍並獲得消費者關注。因此須提前為此景做好準備，讓消費者參與到互惠互利的關係中。



#### 3 基於DNA的美容處方

42% 的美國成年人，願意與美容品牌分享他們的個人生物識別數據（例如 DNA、皮膚類型）。2022 年資生堂開始試用其 Beauty DNA 計劃，該計劃提供 DNA 試劑盒幫助消費者更好地了解自己的皮膚。AI 驅動的服務更能提供 27 份分析報告，包括皺紋風險和老化皮膚彈性等。

### 清真美容趨勢 Halal Beauty

鑑於信奉伊斯蘭宗教的人口成長，清真認證美容是世界重要趨勢，且其意義更拓展至信仰之外，因為其規定不能使用有害物質，需含更多天然成份，所以認證產品給人更安全天然的形象。清真美容受到韓國美容K-beauty潮流深刻的影響，隨著韓劇流行，韓國人皮膚晶瑩剔透的印象深植人心、韓國保養品多使用天然成份，且韓國美妝公司擁有許多創新技術。







## 消費者保養趨勢

主打保濕、滋潤、好吸收最受歡迎

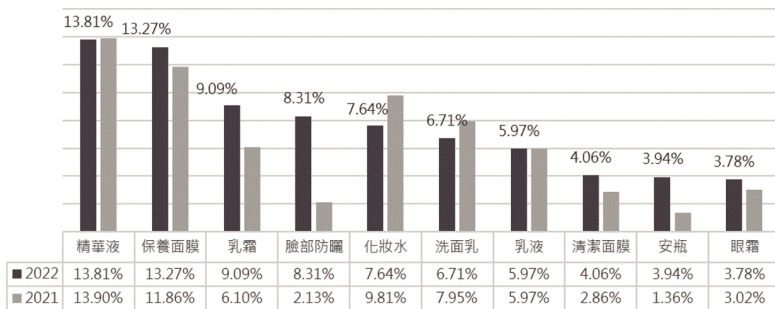
# 1

### 精華液持續是消費者最關注的產品

Mintel指出精華液配方近年來不斷增加，2021年東盟推出的護理產品中15%是精華液，高於2019年的6%。

綜合2022 CMRI【趨勢報告】也說明消費者關注占比最高的是精華液，且保濕、滋潤、好吸收的產品更受消費者的歡迎。一直持續到秋季，精華液依然穩坐秋季新品關注度TOP1。

秋季保養類新品關注度占比TOP10



# 2

### 白色外觀讓消費者覺得最保濕

香林新升級版的NEK MC-9EX乳化劑，能使精華液呈現半透明或白濁外觀，符合市場對精華液含高濃度活性物的想像，配方可冷製、成分簡單，只需簡易分散設備即可，方便又環保。



※註：NEK MC-9EX呈透明膠狀外觀

## 微乳賦活精華E0522B特色

1. NEK MC-9EX 為自分散的乳化膠體。
2. 搭配Rheogic 260H可製成膚感高級精華液。
3. MandarinClear及YUZU CERAMIDE B對於皮膚屏障修護有良好的效果，長期使用使角質平整化，擁有透明感的肌膚。

※微乳賦活精華E0522B外觀



文獻：J.Soc.Cosmet.Chem.Jpn.Vol.50,No.32016



## 微乳賦活精華E0522B配方

	Ingredients	INCI Name	Function	%
A	1,3-BG	Butylene Glycol	Solvent	8.00
	DPG-FG	Dipropylene Glycol		2.00
	Pemulen TR-2(2%)	Acrylates/C10-30 Alkyl Acrylate Crosspolymer	Rheology	8.00
	Rheogic 260H (2%)	Sodium Polyacrylate	Enhancer	15.00
	NEK MC-9EX	Triethylhexanoin, PEG-30 Glyceryl Isostearate, Polyglyceryl-2 Diisostearate, PEG-10 Dimethicone, Dimethicone, Dipotassium Glycyrrhizate, Glycerin, Water	Self-Emulsifiable Oil	0.30
	EDTA-2Na	Disodium EDTA	Preservative	0.05
	Microcare Emollient PTG	Pentylene Glycol		3.00
	Phenoxyethanol	Phenoxyethanol		0.20
	ADEKA NOL OG	Caprylyl Glycol		0.10
	Deionized Water	Water	Solvent	To 100 (61.15)
B	L-arginine (10%)	L-arginine	pH Adjusting	0.20
	MandarinClear	Butylene Glycol, Water, Citrus Reticulata (Tangerine) Peel Extract	Skin Barrier	1.00
	YUZU CERAMIDE B	Citrus Junos Fruit Extract	Enhancer	1.00

## 美容技術儀器的「錢」景



Mintel《2022 全球消費者趨勢》之“自在享樂”中提及，在經歷了疫情封鎖之後，消費者渴望衝破束縛，在虛擬世界和真實世界中探索、享受和擁抱新奇的體驗。72%的中國消費者十分樂意嘗試新的科技體驗，62%的美國消費者覺得體驗新的科技技術是一件很酷的事情。

## Ready for the future of beauty tech devices?

2020 年美容技術設備市場的價值為 522.3 億美元(約1.6兆新台幣)，預計 2028 年將達到 2254.5 億美元(約7兆新台幣)，從 2021 年到 2028 年的複合年增長率為 19%。市場增長這般活躍原因，是隨老年人口增長、與皮膚健康有關的問題、及尋求良好生活方式的人數增加。

根據 Prescient & Strategic Alliance 數據，2020 年全球家用美容設備市場價值為 95.716 億美元(約3千億新台幣)，預計 2030 年將達到 895 億美元(約2.7兆新台幣)，2020-2030 年的複合年增長率為 25.1%。家用美容設備市場中，皮膚重回健康狀態此項目，將以最高速度增長。

# 1 新電子設備



歐萊雅發布了名為 Colorsonic 的家用染髮設備，和名為 Coloright 的人工智能連接系統沙龍造型師。

斯洛文尼亞的初創公司Ninu推出了手持設備，一瓶中有 100 種香水，可以連接到手機 APP。用戶可以選擇調香大師預設的香味，或者可以在 AI 的幫助下根據一天中的時間、心情和天氣選擇香味。

# 2 非侵入式美容



無創美容對化妝品行業來說是很大的機會，它的優勢包括安全、恢復快速、效果自然和符合成本效益，應用非常多樣化，涵蓋沙龍、SPA和家庭市場。由於疫情隔離，在家中使用的美容設備和工具發展迅速。

一些有趣的趨勢產品如智能鏡子、筆狀膚色檢測設備、促進淋巴循環的裝置或按摩棒、加速皮膚再生的設備、LED面罩、離子蒸臉儀、頭髮頭皮按摩器、除毛裝置、利用冰冷鎮靜皮膚，改善面部血液循環和緊緻皮膚的工具。

# 3 AR/VR



寶潔公司(P&G)創了名為 LifeLab 的虛擬展台，讓與會者可以虛擬地走到吉列(Gillette)和歐樂B(Oral-B)等品牌代表面前與他們聊天。

來自台灣的Perfect Corp.，新推出具視訊聊天、AR 化妝和珠寶試戴功能的虛擬工具。Perfect Corp.希望將功能導入所有具相機的行動裝置，創設美容和時尚 NFT，實現完全沉浸式的電子商務虛擬試戴體驗。

資生堂“Telebeauty”是AR上妝濾鏡，濾鏡可與 Zoom、Skype 和 Microsoft Teams 等視訊會議平臺一起使用。濾鏡效果是基於市售的資生產品，不論男女都適用。針對男士，資生堂濾鏡程式Telebeauty中，可模擬選用的產品包括潤唇膏、眉筆、遮瑕膏和BB霜。



資料來源：

<https://www.shiseido.co.jp/sw/beautyinfo/telebeauty/>  
<https://www.timeout.com/tokyo/news/shiseido-releases-ar-makeup-filter-for-men-to-use-during-zoom-meetings-032521>





# 毛小孩產業激500億商機

## 1 寵物商機

全球寵物市場從2020年規模近4.8兆元台幣(約合1,657億美元)，到2026年可以成長到6.5兆元台幣(約合2,220億美元)。美國為寵物經濟最龐大的國家，其一年產值達新台幣2.14兆元，第二名中國也超過新台幣2.1兆元。根據另一份全球寵物產業前景的調查數據顯示，2025年全球寵物行業預期收入有望達2,030億美元，相當於全球PC產業市值。

而早在2017年台灣寵物產業規模達即達到500億台幣，且未來還有機會進一步提升，並在2021年全國犬貓隻數已超過15歲以下人口。

### 15歲以下人口數 v.s. 全國犬貓隻數



## 2 搶攻寵物市場

※Dyson 寵物毛髮清潔工具組

多家知名專櫃保養品牌，也都開始搶攻寵物市場，像Kiehl's、Burt's bees、Aesop都有推出寵物的產品、其中又以洗沐相關居多，連Dyson都特別推出寵物毛髮清潔工具組。



知名品牌寵物產品：

1. Kiehl's 寵物狗寶貝潤澤洗毛精
2. Burt's bees oatmeal shampoo
3. Aesop 寵物清潔露

## 3 毛小孩產品配方也要符合天然趨勢

	人類	狗狗 (Shetland Sheepdog)
SEM* 結構觀察		
毛表皮層數	5-10 層	1-2 層
毛髮直徑	0.08-0.15 mm	0.01-0.04 mm
皮膚厚度	1.5-4 mm	0.5-1 mm

\*Scanning electron microscope

從結構上看，狗狗的角質層及皮膚比人的薄，毛髮結構也比人纖細，毛髮和皮膚比人類更容易受損和敏感，正因如此，香林將需求區分為三：溫和洗淨、健康毛髮、肌膚保護。

### 溫和洗淨

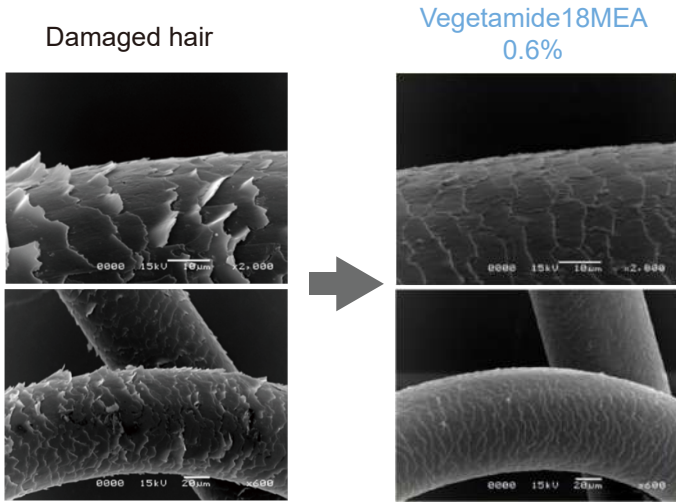


挑選溫和天然、起泡好、能快速沖洗乾淨的成分，縮短洗澡時間減少寵物不耐煩、建議挑選無氣味但有除臭功能的產品。針對此需求香林強力推薦，味之素天然胺基酸界面活性劑 Amilite ACS-12，以及香林代理食品級柿子除臭萃取液Pancil® BA-200G-1。

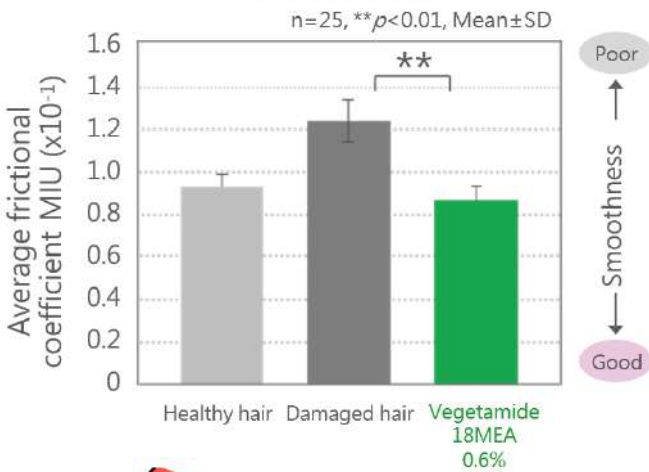
資料來源：今周刊及工商時報



**修復毛髮表面/提高光澤度**



**動摩擦係數測量**



**健康毛髮**



針對毛髮較長的貓狗，建議挑選能讓毛髮柔順蓬鬆的成份。特別推薦成和化成天然來源的護髮素Vegetamide™ 18MEA-R/NJ。

**肌膚保護**



挑選具保濕、舒緩修復、還有抵抗因皮膚芽孢菌造成搔癢問題的功效成分，可使用味之素有ECOCERT/COSMOS認證的天然保濕因子Ajidew NL-50及天然保濕因子鋅鹽Ajidew ZN-100，除了保濕之外，更有抑制皮膚芽孢菌的效果。另可適量添加味之素ECOCERT認證精胺酸L-Arginine C，因為狗狗皮膚偏中性，精胺酸能中和酸性產品的pH值，同時具保濕效果。

Sulfate-Free

Fragrance-Free

Silicone-Free

Paraben-Free

**寵物乾洗澡慕斯配方特色**

**溫和洗淨**

使用天然椰子油與胺基酸來源的溫和界面活性劑

**健康毛髮**

添加複合胺基酸，讓毛髮健康亮麗

**肌膚保護**

海藻醣與甘草衍生物舒緩寵物肌膚不適

**溫和不刺激**

由於狗狗嗅覺相當敏銳，採用無色無味的柿子萃取物，可達到淨味的效果

	Ingredients	INCI	W/W%	
A.	1,3-BG(OXEA)	Butylene Glycol	5.00	
	AMILITE ACS-12	Sodium Cocoyl Alaninate (and) Aqua	5.00	
	Tainolin CAPB	Cocamidopropyl Betaine	10.00	
	AMISOFT MK-11(F)	Potassium Myristoyl Glutamate	2.00	
	Aqua	Aqua	To 100	
	EDTA 2Na	Disodium EDTA	0.05	
B.	PANCIL BA-200G-1	Saccharomyces / Persimmon Fruit Juice Ferment Extract / Sodium Lactate / Glycerin / Water	0.50	
	Tornare	Glycosyl Trehalose / Hydrogenated Starch Hydrolysate	1.00	
	DPG-S	Dipotassium Glycyrrhizinate	0.10	
	Prodeew 500	Sodium PCA (and) Sodium Lactate (and) Arginine (and) Aspartic Acid (and) PCA (and) Glycine (and) Alanine (and) Serine (and) Valine (and) Proline (and) Threonine (and) Isoleucine (and) Histidine (and) Phenylalanine (and) Water	0.50	
	薰衣草純露	Lavandula Angustifolia (Lavender) Flower Water	3.00	
	薄荷純露	Mentha Piperita (Peppermint) Leaf Water	2.00	
	Dermosoft OMP	Methylpropanediol (and) Caprylyl Glycol (and) Phenylpropanol	3.00	
	Microcare Emollient EHG	Ethylhexylglycerin	0.30	
	C.	L-Arginine C	L-Arginine C	0.80

