

YJBN KOREA

Your Journey, Beyond Nature

韩国 Y J B N 有 限 公 司

Vol.1

AUG, 2026 SPECIAL EDITION



K-BEAUTY OEM / ODM WHITE PAPER

《K-Beauty 产品开发指南》

写给全球品牌的韩国化妆品 OEM·ODM 白皮书 —
2026 K-Beauty Product Development White Paper

CDATF 上海展会特别版

编制·发布 | YJBN KOREA (韩国YJBN有限公司) — YOUR BEAUTY, WE BUILD

致读者

好产品，从来不是偶然。

今天，K-Beauty 的竞争力早已不止于某一款出色的单品，而在于一套完整的**开发体系**——把创意快速转化为产品、稳定地组织生产，并从容应对各国法规与市场需求。

本白皮书专为有意在韩国开发化妆品的中国品牌方、渠道商、创业者与采购商而写。从韩国化妆品产业的竞争力，到2026年市场趋势、趋势成分、产品质地与剂型、OEM·ODM 开发流程，再到中国 NMPA 合规要点——实际项目所需的内容，一册尽览。

这不是一本为推销特定产品而编的商品目录。无论您是否初次接触韩国化妆品开发，它都能帮助您看清全流程，构想出契合自身品牌与市场的产品。我们的目标不是做广告，而是做一本放在案头、开发路上随时翻阅的**实战参考书**。

YJBN KOREA（韩国YJBN有限公司，以下简称“YJBN”）是一家专注于洗护发与护肤领域的韩国企业，运营自有品牌世利本CELLREBORN，并以化妆品OEM·ODM开发与制造为核心业务，产品已出口至全球超过23个国家和地区。

我们将多年来在海内外一线积累的产品开发、质量管理、生产与法规应对经验系统梳理成册，希望为正在筹备韩国化妆品开发的品牌与合作伙伴，提供切实可行的信息与方向。

YJBN KOREA（韩国YJBN有限公司）

李海诚 总监 / Hayden Haesung Lee, Director

2026年8月

目录 CONTENTS

01 **世界为何选择 K-Beauty** Why the World Chooses K-Beauty

02 **2026 K-Beauty 趋势** 2026 K-Beauty Trends

03 **值得关注的趋势成分** Hero Ingredients

04 **产品质地与剂型百科** Texture Encyclopedia

05 **韩国化妆品开发流程** K-Beauty Development Process

06 **中国市场与 NMPA** China Market & NMPA

07 **为什么是 YJBN** Why YJBN

08 **附录** 实务清单·RFQ·FAQ

Contact

如何使用本白皮书

- ◆ **想了解韩国化妆品产业** — 请从 CHAPTER 01 读起，了解韩国如何成长为全球 OEM·ODM 开发中心。
- ◆ **想规划契合市场的产品** — 建议结合阅读第02章至第04章，将市场趋势、趋势成分与产品质地、剂型串联起来，让产品概念逐步成形。
- ◆ **准备正式启动开发** — 请参考 CHAPTER 05 与附录，确认开发阶段、起订量 (MOQ)、交期与询价所需的关键信息。
- ◆ **筹备中国市场销售** — 请先阅读 CHAPTER 06。在产品规划阶段，就应同步考虑 NMPA 注册·备案路径。
- ◆ **正在寻找开发伙伴** — 请在 CHAPTER 07 了解 YJBN 的开发理念与支持范围。





01

世界为何选择 K-Beauty

WHY THE WORLD CHOOSES K-BEAUTY

全球热销化妆品中，“Made in Korea”的身影越来越多。这不是偶然，而是一个产业生态系统结出的果实。

Quick Summary — 过去二十余年，K-Beauty 凭借持续的产品创新与敏捷的市场响应，成长为全球化妆品市场的重要一极。本章解读韩国化妆品产业赢得全球信任的底层逻辑，以及众多国际品牌选择与韩国 OEM·ODM 制造商合作的原因。

1-1 K-Beauty：从潮流到产业标准

仅仅二十多年前，韩国化妆品在少数亚洲国家之外，还鲜少受到世界市场关注。而凭借持续的研发投入、快速的趋势响应和优秀的制造基础设施，K-Beauty 已成长为全球消费者与品牌共同选择的产业。

如今，韩国化妆品远销全球170多个国家和地区，是世界主要化妆品出口国之一。K-Beauty 真正的竞争力，不在于某一款热销产品的偶然成功，而在于“快速开发 × 高品质制造 × 成分创新”三者咬合运转的产业生态。从曾经风靡全球的十步护肤法，到今天的 PDRN、微生态护肤，全球美妆的诸多品类创新，其实都率先诞生于韩国市场的激烈竞争之中。

今天的韩国，早已不只是一个化妆品生产国，而是面向全球品牌的产品开发中心。越来越多的品牌不再自建工厂，而是选择与韩国专业 OEM·ODM 制造商携手，共同规划和开发产品。

1-2 韩国凭什么成为 OEM/ODM 强国

韩国化妆品产业的竞争力，并不只体现在价格层面。快速的开发节奏、多元的剂型技术、稳定的质量管理、丰富的全球法规应对经验，以及对市场变化的敏捷反应，才是韩国制造商的真正底气。

- ◆ **开发速度快** — 从概念到样品的开发周期明显短于欧美，在韩国，新品迭代以“月”为单位推进。
- ◆ **制造集群完备** — 以仁川、京畿道、忠清北道（五松·梧仓）为中心，形成了原料—配方—瓶器—印刷—物流一体化的完整供应链集群。
- ◆ **配方数据库深厚** — 头部制造商拥有数万条经过验证的配方库（Formula Library），可在此基础上快速定制与改良。
- ◆ **质量管理严格** — ISO 22716、CGMP 只是起点，出口型企业更具备应对多国法规的实战经验。
- ◆ **市场验证严苛** — 韩国本土是全球最挑剔的美妆试验场之一。经过这里检验的产品，走向全球时更有胜算。

尤其值得一提的是：从品牌概念规划、配方开发、包材选定，到生产、质量管理、出口文件支持，可以在同一个项目内一站式完成——这对全球品牌而言是巨大优势。

1-3 韩国化妆品的质量管理体系

韩国化妆品受《化妆品法》监管，主管部门为食品药品安全处（MFDS）。出口型制造企业须同时满足以下要求：

- ◆ ISO 22716 (化妆品 GMP 国际标准)
- ◆ CGMP (韩国食药处优秀化妆品制造及质量管理标准)
- ◆ 逐批次微生物·重金属检测
- ◆ 稳定性测试 (Stability Test) 与容器相容性测试 (Compatibility Test)

一句话总结——选择韩国制造，就是选择一套已在全球市场得到验证的质量体系。

1-4 K-Beauty 的下一程

未来的 K-Beauty，将不再止步于推介新成分，而是围绕消费者的生活方式与使用体验持续进化。Skin Longevity、Hair Wellness、Barrier Care 等关键词，正在从产品概念升维为品牌哲学的重要表达。

YJBN Insight — YJBN 坚持“先理解市场与品牌，再提出产品”的开发方式。同样一瓶洗发水，因目标国家、销售渠道、品牌定位不同，配方、包装与营销信息都应随之改变。好产品不只诞生于实验室，更始于对市场的理解。

Key Takeaways

- ◆ K-Beauty 的成长根基是创新与快速开发。
- ◆ 韩国已确立全球 OEM·ODM 开发中心的地位。
- ◆ 品牌方越来越看重开发能力，而不仅是制造能力。
- ◆ 成功的产品始于对市场的理解。
- ◆ 好的合作伙伴设计的不是产品，而是品牌的共同成长。





02

2026 K-Beauty 趋势

2026 K-BEAUTY TRENDS

读懂韩国的今天，就能看见中国市场的明天。

Quick Summary — 全球美妆市场正在超越单纯的流行更迭，加速转向反映消费者生活方式与价值观的方向。2026年之后，Skin Longevity、Hair Longevity、Barrier Care、Microbiome、Clean Beauty、Sustainability、Hybrid Beauty、Personalization 将成为核心关键词。本章解析这些变化对产品开发与 OEM·ODM 项目意味着什么。

关于“代表产品” — 本书所列代表产品，均为截至编制时公开销售，并因相关成分、剂型或市场趋势而具有一定认知度的参考案例。产品信息可能因地区、版本及销售渠道而调整，不代表YJBN与相关品牌存在合作、授权或推荐关系。

2-1 肌肤长寿与头皮·头发健康管理 Skin & Hair Longevity — 2026 核心叙事

2026年，全球美妆的话语体系整体从“抗老（抑制老化）”迁移到了“**肌肤长寿（Skin Longevity）**”。Skin Longevity 追求的**不是逆转老化，而是让皮肤自身机能长久保持健康**。其核心是皮肤屏障保护与以预防为先的护理——护肤从“遮盖问题”升级为“**养护肌肤机能**”。NAD⁺/NMN、PDRN、外泌体、线粒体肽等以肌肤活力与健康管理为概念的成分逐渐成为市场关注的重点（详见 CHAPTER 03）。

同样的理念也正延伸至头皮与头发护理领域，逐渐形成“**头皮·头发健康管理（Hair Longevity）**”这一新的产品叙事。超越单纯的清洁与造型，转向长期管理头皮与发根环境，并关注发丝细软、干燥、失去光泽等与年龄相关的头发变化。肽类洗护、头皮微生态、外泌体头皮安瓶是其中的典型代表。

开发建议：将产品叙事从“快速见效”改写为“长期养护”，更易支撑高端定价，也更契合当下的消费心理。比起单一功效，同步设计修护与屏障强化的故事线更为重要。

代表方向：肌肤活力管理与抗老精华、头皮·头发健康管理安瓶、“慢老（Slow Aging）”产品线。代表成分（头发）：生物素·咖啡因·黑豆·茶树·肽。

2-2 皮肤屏障护理 Skin Barrier

“先修护，再功效”——这已成为韩国护肤的基本语法。敏感肌人群扩大与环境变化，让皮肤屏障管理成为重要的市场关键词。神经酰胺、泛醇、角鲨烷构成屏障护理的“铁三角”，而2026年，β-葡聚糖与依克多因作为“屏障优先”的新锐成分迅速蹿红。

适用产品：屏障霜、舒缓精华、弱酸性洁面、都市抗污染系列。

代表产品：① Dr.Althea 345 Relief Cream（韩国·舒缓与屏障护理代表） ② AESTURA Atobarrier 365 Cream（韩国·神经酰胺屏障护理代表）

2-3 微生态与发酵护肤 Microbiome

一种兼顾皮肤与头皮微生物平衡的护肤思路。瞄准皮肤菌群平衡的益生元、发酵乳酸菌（益生菌发酵产物）已成为高端线的核心概念。发酵原料与微生态技术，正在成为高端 K-Beauty 的差异化利器。

适用产品：精华、头皮护理、婴童系列。

代表产品：① SK-II Facial Treatment Essence（日本品牌·全球发酵精华代表）② MISSHA Time Revolution The First Essence 5X（韩国·发酵护肤代表）

2-4 PDRN “三文鱼 DNA”

PDRN（多聚脱氧核糖核苷酸）的概念源自医疗美容领域，目前正逐步延伸至日常护肤产品，并成为2025—2026年韩国市场备受关注的趋势成分之一。

适用产品：高端修护精华、PDRN 面霜、安瓶。

化妆品代表产品：① Medcube PDRN Pink Peptide Serum（韩国·采用玫瑰来源PDRN概念的修护精华）② Anua PDRN Hyaluronic Acid Capsule 100 Serum（韩国·PDRN与透明质酸复合精华）

医疗美容领域参考案例：丽珠兰Rejuran（韩国·PharmaResearch）

丽珠兰 Rejuran 仅用于说明 PDRN 概念的市场传播路径，不属于普通化妆品类别。医疗美容产品与化妆品在原料规格、使用方式、作用范围及监管要求方面存在本质区别。

2-5 外泌体与类外泌体护肤概念 Exosome

外泌体相关概念源于细胞间信息传递研究。化妆品中多采用植物或发酵来源的类外泌体成分，并以高端肌肤修护与信息传递概念作为主要传播方向，可与 PDRN、胶原蛋白等成分结合，构建高端居家修护产品方案。

适用产品：高端精华、面膜、头皮安瓶。

外泌体概念代表产品：① Medcube One Day Exosome Shot 2000（韩国·外泌体概念与Spicule护理产品）② Medcube Exosome Cica Calming Pad（韩国·外泌体概念舒缓棉片）

2-6 美白·亮肤 Whitening & Brightening — 中国市场重要需求

美白始终是中国护肤市场的重要需求。2026年，市场正从“单一美白”升级为“美白+抗皱+淡斑三效合一”，相关搜索同比大幅增长。主力成分包括烟酰胺、377（苯乙基间苯二酚）、传明酸、熊果苷、光甘草定、维生素C及其衍生物；“377+传明酸+烟酰胺”之类的复配方案，从黑色素生成管理、色素传递管理与舒缓护理等不同作用路径进行组合。谷胱甘肽也作为“抗氧化亮肤”新势力迅速崛起。

适用产品：美白精华、淡斑安瓶、亮肤面膜、素颜霜、美白身体乳。

代表产品：① Anua Niacinamide 10% + TXA 4% Serum（韩国·烟酰胺与传明酸复合亮肤精华）② La Roche-Posay Mela B3 Serum（法国·全球亮肤精华代表）

▲ 法规要点：在中国，明确宣称“美白”“祛斑”的产品通常应按照**特殊化妆品**完成 NMPA 注册（详见 CHAPTER 06）；仅宣称“改善肤色/提亮光泽”的产品一般可按普通化妆品备案，但最终分类仍应根据产品配方、宣称内容及申报时适用的法规确认。美白线务必在规划阶段锁定宣称路径。

2-7 防晒精华与水感防晒 Sun Serum & Tone-up Base — 全球快速增长

“韩国防晒”正席卷全球。核心原因在于：**在韩国，防晒属于“功能性化妆品”而非美国式 OTC 药品**，因此可以使用 Tinosorb S/M、Uvinul A Plus/T 150 等新一代 UV 滤剂。这些滤剂虽尚未获美国 FDA 批准，却能带来更佳的光稳定性、更广的 UVA 防护和更轻盈的肤感。

2026年最大的质地革新，是从“防晒霜”转向“**防晒精华（Sun Serum）**”——上脸如护肤精华般即刻吸收，几乎不泛白、不搓泥，并复配烟酰胺、积雪草、玻尿酸，一瓶身兼防晒+精华+保湿。**素颜霜与含氧化铁（Iron Oxide）的润色防晒**营造“无需粉底”的自然光泽，氧化铁还能额外阻隔可见光（对色斑与色素沉着尤为关键）。

适用产品：防晒精华、水感防晒啫喱、防晒棒、素颜霜、BB/气垫。

代表产品：① Beauty of Joseon Relief Sun : Rice + Probiotics SPF50+ PA++++（韩国·轻盈防晒代表）② SKIN1004 Madagascar Centella Hyalu-Cica Water-Fit Sun Serum SPF50+ PA++++（韩国·防晒精华代表）

▲ 法规要点：防晒产品在中国按**特殊化妆品**管理，须完成 NMPA 注册；兼有美白宣称的润色防晒通常同样属于注册范围。

2-8 水凝胶与贴片面膜 Facial Mask

2026年，“高品质面膜”正在重新定义整个品类。以生物胶原蛋白、水凝胶芯材为核心，敷贴后逐渐转为透明、精华完全融入肌肤的过夜面膜席卷社交媒体。尤其是**膜布材质的高端化（纯棉、天丝、铜氨、水凝胶）**，已成为划分高端与否的关键点。面膜与礼赠、直播电商天然契合，若以膜布与体验感做差异化，投入门槛不高，话题性却很强。

适用产品：生物胶原面膜、水凝胶面膜、过夜面膜、贴片面膜。

代表产品：① Biodance Bio-Collagen Real Deep Mask（韩国·长时间贴敷型水凝胶面膜代表）② Mediheal N.M.F Aquaring Ampoule Mask EX（韩国·经典贴片面膜代表）

2-9 纯净美妆与成分透明理念 Clean Beauty & Vegan

Clean Beauty 并非简单排除某些成分，而是一种强调**成分构成易于理解、信息透明公开**的品牌哲学（各国法律定义可能不同）。温和配方、成分透明、纯素认证已超越营销概念，成为实打实的“购买标准”，在年轻消费群体与跨境电商中尤为强势。

代表产品：① Round Lab 1025 Dokdo Toner（韩国·温和配方与简洁成分理念参考案例）② The Ordinary Niacinamide 10% + Zinc 1%（加拿大·成分透明化参考案例）

2-10 可持续美妆 Sustainable Beauty

PCR 再生材料、FSC 认证、替换装、可回收材质等可持续导向的产品开发正在扩大。环保已不再是成本项，而是进入高端渠道与欧洲市场的入场券（参见 CHAPTER 04 包装部分）。

2-11 多效合一 Hybrid Beauty

一件产品承载多重功能的多效产品持续增长。例如：润色+UV 防护、护发+造型、护肤+彩妆。防晒精华（防晒+精华+保湿）和唇部精华油（养护+色彩）是其中的代表。

2-12 头皮与头发护理 Scalp & Hair Care

“像护肤一样护理头皮”（Skinification of Scalp）热度不减，头皮精华、头皮磨砂、去屑舒缓系列快速增长。在此之上，还叠加着几股细分潮流：

- ◆ **防脱固发** — 功能性防脱洗护在韩国属于“功能性化妆品”，代表成分为生物素、右旋泛醇、咖啡因。▲ 在中国通常按**特殊化妆品**管理，需完成 NMPA 注册。
- ◆ **水感发膜（免蒸护理）** — 免冲洗等待的“7秒护发”类即时补水修护产品，正在韩国与东南亚快速增长，是当前海外采购商询盘最多的洗护品类之一。
- ◆ **高香氛洗护** — 调香级留香洗发水、发用香雾走红，“香得高级”成为洗护高端化的关键词。

代表产品：① 世利本CELLREBORN 33 Silky Protein水感发膜（韩国·YJBN自有品牌）② L'Oréal Professionnel Absolut Repair Molecular Rinse-Off Serum（法国·专业损伤护理代表）

2-13 唇油 Lip Oil

唇油正在挤压传统唇膏，成为彩妆品类的增长引擎。“养护+色彩”二合一其核心卖点。

代表产品：① Clarins Lip Comfort Oil（法国·经典唇油代表）② Dior Addict Lip Glow Oil（法国·高端唇油代表）

2-14 Spicule / Reedle焕肤护理

以海绵骨针（Spicule）为代表的物理促渗技术。主打“居家焕活”体验，须配套设计温和的舒缓护理体系。

代表产品：① VT Cosmetics Cica Reedle Shot 100（韩国·Spicule焕肤护理代表）② Medcube One Day Exosome Shot 2000（韩国·外泌体概念与Spicule护理产品）

2-15 口服美容与健康美学 Wellness & Beauty-from-Within — 新兴增长轴

“由内而外的美”正在成为独立增长轴。全球美妆展会纷纷增设口服美容专区，美妆与营养、健康的边界加速融合。消费者把美丽视为由**营养、肠道健康、睡眠、激素、长寿**共同支撑的整体健康。语言也从“抑制老化”转向“**全龄管理 (age-agnostic)**”。

主力形态包括胶原蛋白肽、玻尿酸、神经酰胺、维生素 C、虾青素、益生菌等口服美容（营养美容）产品，以及“外用+内服”的协同方案。在头发产品领域，NMN、角蛋白等“从根源养护”的内服成分也在崛起。

开发建议：“护肤+内服”组合可拉升客单价与复购率，讲好“健康美学”的故事。

▲ 法规提示：口服美容在中国属**食品/保健食品**监管范畴（不适用化妆品 NMPA）。跨界开发前，请另行确认食品资质与相关法规。

2-16 个性化与 AI Personalization & AI

AI 肌肤检测与数据驱动的个性化推荐，预计将对未来 OEM-ODM 的开发方向产生重要影响。“检测—推荐—小批量定制生产”的链路虽仍处早期，但高端与 D2C 品牌已将其作为差异化亮点展开试验。

2-17 趋势应用建议

趋势	成熟度	增长前景	OEM 适配度	中国市场切入建议
PDRN / Exosome	上升期	★★★★★	★★★★★	高端线差异化首选
肌肤长寿/头发健康管理	上升期	★★★★★	★★★★★	高端叙事升级，支撑溢价
美白·亮肤	成熟稳定需求	★★★★★	★★★★☆	中国市场的重要需求，注意特殊化妆品注册
防晒精华/素颜霜	全球快速增长	★★★★★	★★★★☆	全球通行热销品，注意特殊化妆品注册
屏障护理	成熟期	★★★★★	★★★★★	基础线的稳妥之选
微生态	快速增长	★★★★☆	★★★★★	高端发酵线差异化
头皮·洗护	快速增长	★★★★☆	★★★★★	洗护升级，水感发膜快速增长
面膜	市场成熟·需求稳定	★★★★☆	★★★★★	礼赠·直播强势，以膜布高端化差异化
纯净·可持续	成熟期	★★★★☆	★★★★☆	品牌信任·欧洲出口加分项
多效合一	成熟期	★★★★☆	★★★★☆	多功能拉升客单价
唇部精华油	成熟期	★★★★☆	★★★★★	彩妆入门，进入门槛低
口服美容	新兴	★★★★☆	★★★★☆	提升客单价，需食品资质
个性化 & AI	早期	★★★★☆	★★★★☆	高端·D2C 试验阶段

YJBN Insight — 趋势的正确打开方式不是模仿，而是结合品牌战略重新诠释。同样是“长寿”概念，落在什么成分、什么质地、什么价格带、什么渠道上，就会是完全不同的产品。与其追逐流行，不如先确立品牌能够长期坚守的叙事，再把趋势安放其上。

Key Takeaways

- ◆ 以预防为核心的 Skin Longevity 与 Hair Longevity 正在引领市场。
- ◆ Barrier Care 与 Microbiome 是高端产品开发的关键。
- ◆ 美白与防晒是中国及全球市场的重要需求，但须注意特殊化妆品注册。

- ◆ Clean Beauty、Sustainability、Hybrid、AI 是品牌信任与扩张的支点。
- ◆ 趋势应结合品牌战略重新诠释，而非简单模仿。



03

值得关注的趋势成分

HERO INGREDIENTS

成分即语言。能够清晰传递成分价值的品牌，更有机会在中国市场建立合理的产品溢价。

Quick Summary — 本章将全球市场瞩目的核心成分按“市场热度”排序，分为 A（热门修护与抗老趋势）→ B（久经验证的基础成分）→ C（YJBN 专利与专属成分）三组，让您一眼看清每个成分的功效、适用产品、代表产品与推荐剂型。

3-0 先看数据：全世界都在搜什么成分

不按“教科书顺序”，而按“市场热度”排列成分——这是本章的出发点。以下内容根据Google Trends、TikTok、Instagram及中国抖音、小红书、美丽修行等平台截至2026年的公开趋势、搜索与新品信息综合整理，帮助您了解市场关注度与产品开发资源正在流向哪些方向。

全球（Google-TikTok-Instagram）— 定义2026的成分

高端修护与“肌肤长寿”理念，正在成为传统抗老概念之外的重要发展方向。搜索与讨论最集中的是 **PDRN**、**外泌体**、**仿生肽（尤其是铜肽 GHK-Cu）**、**NAD⁺/NMN**、**谷胱甘肽**，其后是 β -葡聚糖、依克多因、积雪草苷等“屏障优先”成分。

中国（抖音·小红书·美修大数据）— 飙升关键词

- ◆ **PDRN**：抖音搜索 PV 同比激增约 **4880%**，第三季度见顶。跻身成分榜前三，17,644 个商品、4,004 个品牌采用。（数据来源：美丽修行、抖音公开趋势数据，统计口径及时间范围以原始报告为准。）
- ◆ **重组胶原蛋白**：2025 年首次超越玻尿酸，登顶护肤第一大原料。
- ◆ **“修护-防护-抗氧化”组合**：依克多因 + 烟酰胺 + 麦角硫因的三角复配快速扩散。
- ◆ **精准脂质**：神经酰胺 EOP、植物鞘氨醇等屏障脂质迎来集中增长；泛醇冲上飙升榜第三，玻色因重回 TOP20。

依据这些数据，我们将成分分为三组：**A. 热门修护与抗老趋势成分（当前备受关注）** → **B. 久经验证的基础成分** → **C. YJBN 专利与专属成分**。“代表产品”均为公开在售、因该成分而广为人知的客观参考示例，不代表任何合作或推荐关系。

PART A · 热门修护与抗老趋势成分（2026年重点趋势）

这是当前全球与中国市场关注度较高，并具有较强的产品开发潜力的成分组。若要打造差异化新品，请从这里挑选核心成分。

A1 PDRN 多聚脱氧核糖核苷酸

PDRN 是由特定脱氧核糖核苷酸片段组成、近年来备受关注的高端修护成分。PDRN 相关概念最初在医疗与生命科学研究领域受到关注，目前已逐步延伸至采用化妆品适用原料的日常护肤产品，并成为 2025—2026 年韩国护肤市场具有代表性的趋势成分之一。



功效方向：改善肌肤状态 · 强化屏障 · 弹润有光泽 · 受损肌护理 | 适用产品：高端修护精华、PDRN 面霜、安瓶、气垫

营销要点：“三文鱼 DNA”、源自生命科学研究领域的高端修护概念；随着植物·合成来源 PDRN 兴起，“更可持续”的新叙事应运而生。

代表产品：① Medicube PDRN Pink Peptide Serum（韩国·采用玫瑰来源 PDRN 概念的修护精华）② Anua PDRN Hyaluronic Acid Capsule 100 Serum（韩国·PDRN 与透明质酸复合精华）

推荐剂型：Serum, Ampoule, Cream

※ 医疗美容产品与化妆品在原料规格、使用方式、作用范围及监管要求方面存在本质区别。本书所讨论的 PDRN 护肤产品，均指采用符合化妆品法规要求原料的外用产品。YJBN Insight — 将 PDRN 与神经酰胺、泛醇、肽类组合，以 Skin Longevity 概念提案，有助于强化产品的差异化竞争力。

A2 外泌体 Exosome

外泌体相关概念源于细胞间信息传递研究。化妆品中多采用植物或发酵来源的类外泌体成分，并以高端肌肤修护与信息传递概念作为主要传播方向。



功效方向：帮助改善肌肤状态 · 屏障护理 · 舒缓修护 · 高端护肤 | 适用产品：高端精华、面膜、头皮安瓶

营销要点：“细胞间信息传递”“生物科技修护概念”；与 PDRN、胶原蛋白组合成“居家高端修护”方案。

代表产品：① Medicube One Day Exosome Shot 2000（韩国·外泌体概念与 Spicule 护理产品）② Medicube Exosome Cica Calming Pad（韩国·外泌体概念舒缓棉片）

推荐剂型：Ampoule, Serum

YJBN Insight — 应用前务必确认各目标国家的法规要求。

A3 NAD⁺/NMN 肌肤活力管理成分

源于健康与长寿科学研究的肌肤活力管理成分，被视为高端抗老与肌肤状态管理领域值得关注的新方向。纯 NAD⁺ 稳定性欠佳，故多采用易于转化的 NMN 或烟酰胺衍生物形态。



功效方向：支持肌肤活力·帮助改善紫外线及外部环境因素造成的肌肤损伤·维持肌肤良好状态 | 适用产品：抗老精华、贴片、高端面霜

营销要点：“细胞能量”“Slow Aging（慢老）”。以预防性·长期护理为叙事基调，避免医疗功效的夸大。业内普遍预期 NAD⁺/NMN 系在未来1至2年内将迎来大幅增长。

代表产品：① Dr Sam's Flawless Vitamin C NAD⁺ Serum（英国·NAD⁺护肤概念精华）② Goop Beauty Youth-Boost Peptide Cream（美国·采用NMN这一NAD⁺前体成分）

NAD⁺ 与 NMN 在外用护肤领域仍属于新兴概念。相关产品的实际配方、稳定性、吸收机制及功效依据，应根据具体产品逐项确认。

A4 肽 Peptide

信号类抗老成分。2026年重心转向仿生多肽复配，通过模拟皮肤自然进程，更精准地支持胶原与弹性。

功效方向：弹性护理·抗老支持·强化屏障 | 适用产品：精华、眼霜、头皮线、洗护

营销要点：铜肽（Copper Tripeptide-1/GHK-Cu）被誉为“长寿金标准”；肽类正从面部向头皮·发丝扩展。

代表产品：① The Ordinary Multi-Peptide + Copper Peptides 1% Serum（加拿大·全球销售）② COSRX The 6 Peptide Skin Booster Serum（韩国·复合肽精华代表）

推荐剂型：Serum, Cream, Ampoule



YJBN Insight — 复合肽配方尤其适合高端产品线。

A5 谷胱甘肽 Glutathione

谷胱甘肽是广受关注的抗氧化成分之一。在市场传播层面，部分护肤产品借鉴了医疗美容领域的抗氧化亮肤概念，但二者在产品类别、使用方式及监管要求方面存在明显区别。该成分在韩国市场已快速增长，2026年正式进入美国市场。

功效方向：抗氧化·支持改善肤色 | 适用产品：精华、面霜、素颜霜

营销要点：“抗氧化之王”，与维生素C、烟酰胺复配产生协同。

代表产品：① Abib Glutathiosome Dark Spot Serum Vita Drop（韩国·谷胱甘肽亮肤精华）② Numbuzin No.5 Vitamin Concentrated Serum（韩国·含谷胱甘肽复合亮肤成分）



▲ 法规提示：谷胱甘肽尚未列入韩国功能性化妆品的美白公示原料目录。在中国宣称“美白/祛斑”通常须按特殊化妆品注册；一般可改以“改善肤色/提亮”方向宣称并按普通化妆品备案，或与已获批的美白成分复配，最终路径以申报时适用的法规为准。其氧化稳定性较低（遇空气·光照易转为氧化型），故多采用脂质体·微囊包裹工艺提升稳定性与渗透率。

A6 β-葡聚糖 Beta-Glucan

源自酵母、燕麦、银耳等，海外搜索量同比激增，被称为“比玻尿酸更聪明的保湿”。

功效方向：强化屏障 · 舒缓修护 · 长效保湿 | 适用产品：精华、面霜、舒缓面膜、敏感肌系列

营销要点：与视黄醇、维生素 C、酸类同用可降低刺激；与玻尿酸复配实现“即时+持久”双重保湿。

代表产品：① iUNIK Beta-Glucan Power Moisture Serum（韩国·β-葡聚糖保湿精华）② Mixsoon Beta-Glucan Essence（韩国·β-葡聚糖精华）



A7 依克多因 Ectoin

源自极端环境微生物的天然氨基酸衍生物（extremolyte），2026年“屏障优先”护肤的代表成分；在中国与烟酰胺、麦角硫因组成三角复配。

功效方向：帮助形成肌肤保湿保护膜 · 支持抵御外部环境的影响 · 帮助减少经皮水分流失（TEWL）| 适用产品：精华、防护乳、都市抗污染系列、敏感修护

营销要点：“都市肌肤的保护膜”，有临床与生化研究的科学研究背景支撑，适合科学叙事。

代表产品：① Dr.Jart+ Ceramidin Ectoin-Infused Cream（韩国·依克多因屏障面霜）② Skinfix Barrier+ Exo + Ectoin Intensive Repair Serum（加拿大·依克多因屏障精华）



PART B · 久经验证的基础成分

市场认知成熟、复购稳定的“稳妥牌”。可用于基础线，或与 A 组热门成分复配，为配方增加说服力。

B1 烟酰胺 Niacinamide

维生素 B3 衍生物，全球黄金成分，长期稳居中国热度榜前列。

功效方向：提亮 · 控油 · 支持屏障 | 适用产品：精华、面霜、身体乳 | 营销：浓度数字化（2%/5%/10%）。▲ 在中国宣称“美白”通常须按特殊化妆品注册，业内一般以“改善肤色”表述。

代表产品：① Anua Niacinamide 10% + TXA 4% Serum（韩国）② The Ordinary Niacinamide 10% + Zinc 1%（加拿大·全球销售）

推荐剂型：Serum, Essence, Cream



YJBN Insight — 与传明酸复配可期待协同增效。

B₂ 玻尿酸 Hyaluronic Acid

保湿基本盘，多分子量复配是主流。

功效方向：补水·锁水 | 适用产品：全品类 | 营销：“多重玻尿酸”。

代表产品：① Torriden Dive-In Low Molecular Hyaluronic Acid Serum（韩国）② The Ordinary Hyaluronic Acid 2% + B5（加拿大·全球销售）



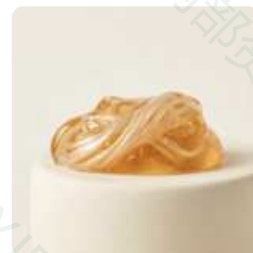
B₃ 重组胶原蛋白·胶原蛋白 Collagen

2025年超越玻尿酸登顶护肤第一大原料，中国国货品牌的招牌级成分。

功效方向：保湿·弹性·强韧发丝·改善肌肤状态 | 适用产品：面霜、精华、发膜、安瓶 | 营销：“给肌肤补胶原”，直观易懂。

代表产品：① Medicube Collagen Jelly Cream（韩国·胶原啫喱面霜代表）② Biodance Bio-Collagen Real Deep Mask（韩国·胶原水凝胶面膜代表）

推荐剂型：Cream, Ampoule



YJBN Insight — 弹性护理的代表成分。

B₄ 神经酰胺 Ceramide

皮肤屏障脂质的核心，2026年精准脂质（EOP 等）迎来集中增长。

功效方向：强化屏障·锁水·敏感肌护理 | 适用产品：面霜、乳液、发膜 | 营销：“类皮肤脂质”“砖墙结构”。

代表产品：① AESTURA AtobARRIER 365 Cream（韩国·神经酰胺屏障面霜代表）② CeraVe Moisturizing Cream（美国·全球销售）

推荐剂型：Cream, Lotion



YJBN Insight — Barrier Care 产品的核心成分。

B₅ 积雪草 Centella Asiatica (CICA)

K-Beauty 的标志性舒缓植物成分，活性物积雪草苷正迎来突破。

功效方向：舒缓·敏感肌护理·强化屏障 | 适用产品：安瓶、爽肤水、面霜、洁面 | 营销：CICA 已是全球通用的舒缓符号。

代表产品：① SKIN1004 Madagascar Centella Ampoule（韩国·积雪草精华代表）② Dr.G R.E.D Blemish Clear Soothing Cream（韩国·舒缓面霜代表）

推荐剂型：Ampoule, Toner, Cream



YJBN Insight — K-Beauty 代表性舒缓成分。

B6 泛醇 Panthenol (维生素原 B5)

经典舒缓·保湿成分，2026年冲进中国飙升榜前三。

功效方向：舒缓·保湿·修护·强化屏障 | 适用产品：洗护、面霜、爽肤水、婴童系列 | 营销：“德系药妆”级信任成分。

代表产品： ① Purito Seoul Mighty Bamboo Panthenol Cream (韩国·泛醇面霜) ② Ma:nyo Panthetoin Essence Toner (韩国·泛醇复合爽肤水)

推荐剂型：Cream, Lotion, Toner



YJBN Insight — 在敏感肌产品中应用价值极高。

B7 益生元/发酵成分 Probiotics & Ferment

微生态护肤的核心，以二裂酵母、乳酸杆菌发酵产物为代表。

功效方向：稳定微生态·焕活 | 适用产品：精华、高端面霜 | 营销：“以菌养肤”。

代表产品： ① SK-II Facial Treatment Essence (日本品牌·全球发酵精华代表) ② MISSHA Time Revolution The First Essence 5X (韩国·发酵护肤代表)



B8 腺苷 Adenosine

韩国“功能性化妆品”认证的经典抗皱成分。

功效方向：支持改善皱纹 | 适用产品：精华、面霜 | 营销：韩国“功能性”认证叙事。

代表产品： ① Beauty of Joseon Dynasty Cream (韩国·含腺苷的抗皱功能性面霜) ② COSRX Advanced Snail 92 All In One Cream (韩国·含腺苷的修护面霜)



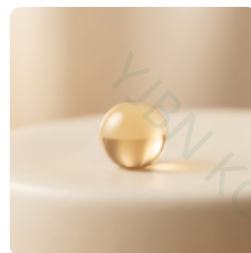
具体产品的腺苷含量与功效宣称，请以最新公开的全成分信息为准。

B9 角鲨烷 Squalane

轻盈的类皮肤脂质，与纯净美妆理念高度契合。

功效方向：柔润·锁水 | 适用产品：精华油、面霜、护发油。

代表产品： ① The Ordinary 100% Plant-Derived Squalane (加拿大·全球销售) ② Biossance 100% Squalane Oil (美国·全球销售)



B10 大米提取物 Rice Extract

东方温和滋养的代表，文化接受度高的东方叙事。

功效方向：柔滑·提亮·改善肤质 | 适用产品：爽肤水、洁面、精华、面膜 | 营销：“淘米水”东方叙事。

代表产品：① Beauty of Joseon Glow Deep Serum：Rice + Alpha-Arbutin（韩国）② I'm From Rice Toner（韩国）

推荐剂型：Toner, Serum, Cream



YJBN Insight — 适合传统原料的故事化营销。

B11 茶树 Tea Tree

控油净化的经典植物成分。

功效方向：舒缓头皮·控油护理·清洁头皮 | 适用产品：洗发水、洁面、头皮精华液、祛痘系列 | 营销：控油净化的经典植物成分。

代表产品：① 世利本 CELLREBORN Cellrebiome Tea Tree Shampoo（韩国·YJBN自有品牌）② Paul Mitchell Tea Tree Special Shampoo（美国·全球销售）

推荐剂型：Shampoo, Scalp Tonic



YJBN Insight — 适合 Hair Wellness 概念。YJBN 茶树洗护是已积累多国出口业绩的成熟原料方案，可稳定应用于头皮舒缓·净化产品线。

B12 水杨酸 Salicylic Acid (BHA)

油性·痘肌与头皮角质管理成分。

功效方向：疏通毛孔·去屑支持 | 适用产品：洁面、头皮磨砂 | ▲ 使用限量浓度须符合 STSC（中国《化妆品安全技术规范》）。

代表产品：① COSRX BHA Blackhead Power Liquid（韩国）② Paula's Choice Skin Perfecting 2% BHA Liquid Exfoliant（美国·全球销售）



B13 咖啡因 Caffeine

横跨头皮焕活与眼周护理两大场景的成分。

功效方向：焕活头皮·支持缓解浮肿 | 适用产品：头皮精华液、眼霜

代表产品：① The Ordinary Caffeine Solution 5% + EGCG（加拿大·全球销售）② The INKEY List Caffeine Eye Cream（英国·全球销售）



B14 角蛋白与蛋白质损伤护理 Keratin

头发的主体蛋白，损伤修护的核心。

功效方向：填充受损发芯·增添光泽·保护发丝 | 适用产品：发膜、水感发膜、护发精华油 | 营销：“给头发补蛋白”。

代表产品：① 世利本CELLREBORN 33 Silky Protein水感发膜（韩国·YJBN自有品牌）
② L'Oréal Professionnel Absolut Repair Molecular Rinse-Off Serum（法国·专业损伤护理代表）

推荐剂型：Water Treatment, Hair Pack



YJBN Insight — 契合水感发膜的增长趋势。

B15 生物素 Biotin

支持头发健康的成分。

功效方向：支持强韧发根·头皮护理 | 适用产品：洗发水、头皮精华、头皮水 | ▲ 在中国宣称“防脱”通常须按特殊化妆品注册。

代表产品：① Briogeo Destined for Density MegaStrength+ Peptide Density Serum（美国·含生物素与咖啡因）② OGX Thick & Full + Biotin & Collagen Shampoo（美国·生物素洗护代表）

推荐剂型：Shampoo, Scalp Serum



YJBN Insight — 与咖啡因、肽类组合，正合 Hair Longevity 之道。

美白成分专题（中国市场重要需求·▲ 涉及祛斑美白功效宣称时须关注特殊化妆品注册要求）

美白是中国市场护肤品类的重要需求。以下成分若明确宣称“美白/祛斑”，在中国通常应按照国家特殊化妆品完成 NMPA 注册；如产品不涉及“祛斑美白”等特殊功效宣称，仅采用“改善肤色”等一般性表述，通常可按照普通化妆品路径进行评估，最终申报路径应根据产品配方、宣称内容及申报时适用的法规确认。通过不同作用路径进行多成分复配，有助于形成协同作用。

B16 377（苯乙基间苯二酚）Phenylethyl Resorcinol

以强效酪氨酸酶抑制力著称的高效美白成分，中国美白市场的最前线主力。

功效方向：抑制黑色素生成 | 适用产品：美白精华、淡斑安瓶 | 适合：日晒斑、新生色素、非敏感肌。

代表产品：① Dr.Ci:Labo 377VC Radiance Serum（日本·377亮肤精华）② HBN 377 Brightening Essence（中国·377亮肤产品代表）



B17 传明酸 Tranexamic Acid

兼具舒缓思路的亮肤成分，有助于调节黑色素细胞的活性、改善色素沉着表现。

功效方向：帮助改善色素沉着问题·匀净肤色 | 适用产品：美白精华、面膜 |

适用方向：肤色不均、色素沉着及伴有泛红的肤色问题。

代表产品：① Anua Niacinamide 10% + TXA 4% Serum（韩国）② SkinCeuticals Discoloration Defense（美国·含传明酸的亮肤精华）



B18 熊果苷 Arbutin

温和的酪氨酸酶抑制剂，刺激性低于377，适合敏感肌的长期管理。

功效方向：温和抑黑、匀净 | 适用产品：美白面霜、精华 | 常与377、维生素 C 复配。

代表产品：① The Ordinary Alpha Arbutin 2% + HA（加拿大·全球销售）② Beauty of Joseon Glow Deep Serum：Rice + Alpha-Arbutin（韩国）

※ 其他常用美白成分：光甘草定、维生素 C 及衍生物（VC 乙基醚等）、烟酰胺（参见 B1）、谷胱甘肽（参见 A5）。

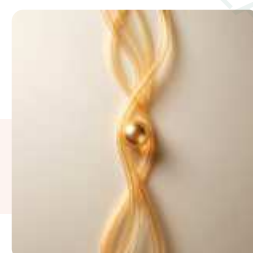


PART C · YJBN 专利与专属成分 — 构建难以复制的差异化优势

如果说 A-B 组代表市场广泛使用的基础成分，那么 C 组则体现了 YJBN 专属的技术差异化体系。当品牌需要建立更具辨识度且难以复制的核心优势时，专利技术与专属成分体系可以构成重要的差异化基础。

C1 CGE Complex — YJBN 组合物专利植物复合成分

这是YJBN的核心技术资产之一，也是体现公司技术差异化的重要基础。



CGE Complex 是 YJBN 历经多年自主研发的**植物复合成分体系**，并围绕相关技术取得了**3项组合物专利**（核心专利：CGE-V1 植物复合物，专利号10-2360708），技术已从 V1 迭代至 V3。该成分体系已应用于 YJBN 自有品牌的产品开发，并可根据ODM项目需求提供应用方案。

- ◆ **技术定位：**以植物来源复合活性为核心，聚焦改善头皮环境与滋养发丝，并可向护肤舒缓领域延展。
- ◆ **功效方向：**支持改善头皮微环境·滋养发丝·温和舒缓（具体宣称须依目标市场法规完成功效评价）。
- ◆ **技术差异化：**相关组合物专利与专属成分体系，可以为产品开发提供更具辨识度的技术基础。

为品牌带来的价值：

- 1. 差异化叙事** — 在符合目标市场法规及专利标识规范的前提下，在包装或产品介绍资料中合理呈现相关专利信息，向日益专业化的消费者传递“专属成分体系”的品牌故事；
- 2. 技术依据** — 专利技术有助于说明产品的技术背景与差异化思路；具体功效宣称仍须依据相应的功效评价资料；
- 3. 竞争优势** — 有助于降低产品同质化的可能性，并为核心产品的长期市场运营提供支持；
- 4. ODM 应用价值** — 当品牌需要建立更具独特性与辨识度的核心卖点时，CGE Complex 可作为具有竞争力的开发选择。

一句话：常规成分有助于构建产品的基础价值，CGE Complex 则可进一步强化产品的技术特色与品牌辨识度。

C2 33 Silky Protein — YJBN 专属蛋白复合体系

由 33 种蛋白质及氨基酸相关成分构成的复合洗护体系，是水感发膜、高端修护发膜等产品的核心技术。

功效方向：受损发质的多维修护与顺滑。

营销要点：数字化的成分叙事（“33种”）直观有力，尤其利于直播讲解，可作为 ODM 修护产品线具有辨识度的差异化开发方案。



成分组合公式（复配灵感）

以热门成分（A 组）为核心、基础成分（B 组）为底盘、专属成分体系（C 组）为壁垒——一套实用的配方设计思维。

- ◆ **高端集中修护产品线** = PDRN + 外泌体 + 多重肽 (A1+A2+A4)
- ◆ **肌肤活力管理与抗老线** = NMN + 铜肽 + β-葡聚糖 (A3+A4+A6)
- ◆ **屏障护理线** = 神经酰胺 + β-葡聚糖 + 依克多因 (B4+A6+A7)
- ◆ **修护-防护-抗氧化线** = 依克多因 + 烟酰胺 + 麦角硫因 (A7+B1+麦角硫因等抗氧化成分)
- ◆ **抗氧化焕亮线** = 谷胱甘肽 + 烟酰胺 + 维生素 C (A5+B1+维生素C)
- ◆ **净化控油线** = 茶树 + 水杨酸 + 烟酰胺 (B11+B12+B1)
- ◆ **损伤修护洗护线** = 角蛋白 + 33 Silky Protein + 胶原蛋白 (B14+C2+B3)
- ◆ **头皮焕活线 (YJBN 专利)** = 咖啡因 + 生物素 + CGE Complex (B13+B15+C1)

YJBN Insight — 市场认知度高的成分有助于消费者理解，但仅靠它们难以构筑品牌的独特性。用通用成分（A·B）赢得信任，再叠加专属成分体系（C）打造更具独特性与辨识度的差异点——这正是成分设计的核心语法。

Key Takeaways

- ◆ 成分按“市场热度”排序，开发优先级才会一目了然。
- ◆ 按 A（热门）·B（基础）·C（专利）三个层次设计复配。
- ◆ 美白成分群在中国触发特殊化妆品注册，须先锁定宣称路径。
- ◆ CGE Complex 与 33 Silky Protein 是 YJBN 独有的竞争壁垒资产。



04

产品质地与剂型百科

TEXTURE ENCYCLOPEDIA

质地不只是“肤感”，它是消费者第一次触碰产品的第一印象，也是决定复购的关键体验。

Quick Summary — 同样的成分、同样的功效，以什么样的使用感呈现，决定了产品给人的印象与品牌的记忆点。本章将韩国 OEM·ODM 可开发的主要产品质地与剂型，按护肤、洁面、面膜、洗护、造型、身体、唇部、防晒分类梳理。先确定想要的使用感，再据此设计配方与包装，本章可作为对照手册使用。



Ampoule



Balm



Body Butter



Body Lotion



Clay Mask



Cleansing Balm



Cleansing Gel



Clear Gel



Concentrate



Conditioner



Cream



Emulsion



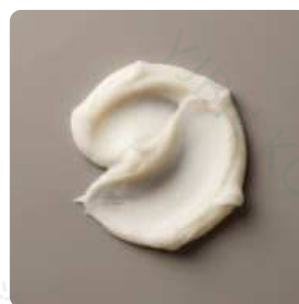
Essence



Foam



Gel



Hair Mask



Hair Oil



Hair Serum



Hydrogel



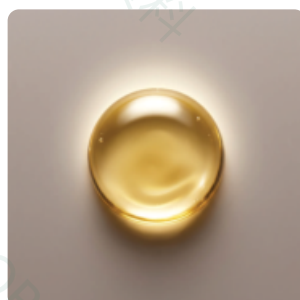
Jelly Bounce



Lip Oil



Micro Bubble



Oil



Peel Off



Pomade



Rich Cream



Scalp Ampoule



Scrub



Shampoo



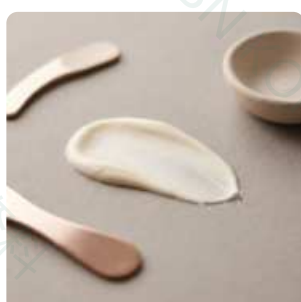
Sleeping Mask



Styling Gel



Sun Serum



Sunscreen



Water



Wax



Wax Stick

4-1 护肤质地 SKINCARE TEXTURES

质地	名称	使用感关键词
Essence	精华液质地	轻盈水润 · 快速吸收 · 深层滋养
Water Type	水感质地	如水清爽 · 补水 · 毫无负担
Gel	啫喱质地	清爽保湿 · 舒缓 · 适合油性肌
Clear Gel	透明啫喱质地	通透清爽 · 水油平衡 · 收敛毛孔
Emulsion	乳液质地	轻盈水润 · 水油均衡 · 柔滑
Cream	面霜质地	水润保湿 · 强化屏障 · 适合干性肌
Rich Cream	丰润面霜质地	深层滋养 · 长效保湿 · 改善干燥
Oil	美容油质地	滋养修护 · 莹润光泽 · 改善粗糙
Balm	膏体质地	浓郁滋养 · 锁水 · 适合局部护理
Ampoule	安瓶质地	高浓度精粹 · 集中修护 · 改善肌肤问题
Concentrate	浓缩精华质地	高效浓缩 · 靶向护理 · 快速见效
Jelly / Bouncy Gel	果冻 / 弹润啫喱质地	弹嫩果冻感 · 镜头友好 · 清爽不粘腻（2026 话题质地）
Micro-Bubble	微气泡 / 泡泡质地	绵密微气泡 · 焕活体验 · 助力清洁（泡泡爽肤水）
Hydrogel	水凝胶质地	水润通透 · 冰感舒缓 · 渐渐融化（面膜/眼贴）
2-Layer Mist	双层喷雾质地	油层+精华层 · 即刻玻璃光 · 妆前妆后两用

4-2 洁面质地 CLEANSING TEXTURES

洁面泡沫 Foam（丰盈泡沫清洁） | 洁面啫喱 Cleansing Gel（啫喱型清爽洁净） | 卸妆膏 Cleansing Balm（在肌肤上温润化开的膏体） | 磨砂膏 Scrub（颗粒·摩擦角质管理）

4-3 面膜质地与膜布 MASK TEXTURES

泥膜 Clay Mask（水洗型） | 撕拉面膜 Peel-Off（干燥后成膜） | 睡眠面膜 Sleeping Mask（睡前涂抹）

贴片面膜膜布 — 对贴片面膜而言，膜布直接决定高端感。贴合度、精华承载量、肤触都会因膜布材质而大不相同，须根据产品价格带与使用体验选择匹配的膜布。以下是韩国 OEM 常用的代表性膜布。

膜布	特点
纯棉40支 (Cotton 100%)	柔软稳定的肤触·基础贴合力
天丝29支 (Tencel)	轻薄顺滑·天然来源材质形象
天丝铜氨35支 (Tencel Cupra)	高贴合·高级肤触
水凝胶膜布 (Hydrogel)	冰凉感·高贴合度·精华承载力强



Cotton 40



Tencel 29



Cupra 35



Hydrogel

4-4 洗护质地 HAIR TEXTURES

洗发水 Shampoo (头皮·头发清洁) | 护发素 Conditioner (柔顺·打理) | 发膜 Hair Mask (浓稠型集中滋养)
| 护发精华 Hair Serum (轻盈光泽·顺滑) | 护发油 Hair Oil (油基光泽·柔韧) | 头皮安瓶 Scalp Ampoule
(直接涂抹头皮的集中护理) | 水感发膜 Water Treatment (如水般轻盈快速的液态发膜)

4-5 造型质地 STYLING TEXTURES

造型啫喱 Styling Gel (定型力·塑形持久) | 发油 Pomade (光泽·打理) | 发蜡 Wax (质感塑造·定型力) |
发蜡棒 Wax Stick (便携·局部使用方便)

4-6 身体·唇部·防晒质地

身体黄油 Body Butter (浓郁高保湿) | 身体乳 Body Lotion (大面积使用方便) | 唇部精华油 Lip Oil (光泽
+润唇护理) | 润唇膏 Lip Balm (贴合保护膜) | 素颜霜 Tone-up Cream (即刻提亮肤色) | 防晒 Sunscreen
(霜·啫喱·精华型)

4-7 质地选择指南

想要的体验	推荐质地
快速清爽的吸收感	Water Type · Essence · Gel · Clear Gel
保湿与水油平衡	Emulsion · Cream 系列
深层滋养与保护膜	Rich Cream · Balm · Oil
高浓缩·集中护理	Ampoule · Concentrate
视觉·体验型差异化	Jelly · Micro-Bubble · Hydrogel · 2-Layer Mist
头发的快速使用体验	Water Treatment · Hair Serum · Hair Oil

YJBN Insight — 同一套配方，通过调整增稠体系、油相水相比比例与使用目的，就能发展出不同的质地形态。与其先定产品名，不如先具体明确想要的使用感、吸收速度、吸收后的肤感与目标消费者，开发方向会清晰得多。YJBN 以您期望的使用体验为基准提案质地，再围绕该质地同步推敲配方与包装。

Key Takeaways

- ◆ 质地是消费者切身感知产品功能的方式。
- ◆ 同样的成分，质地不同，印象与使用体验就不同。
- ◆ 贴片面膜的高端感取决于膜布的贴合度与肤触。
- ◆ 先定义想要的使用感，配方与包装开发会更高效。



05

韩国化妆品开发流程

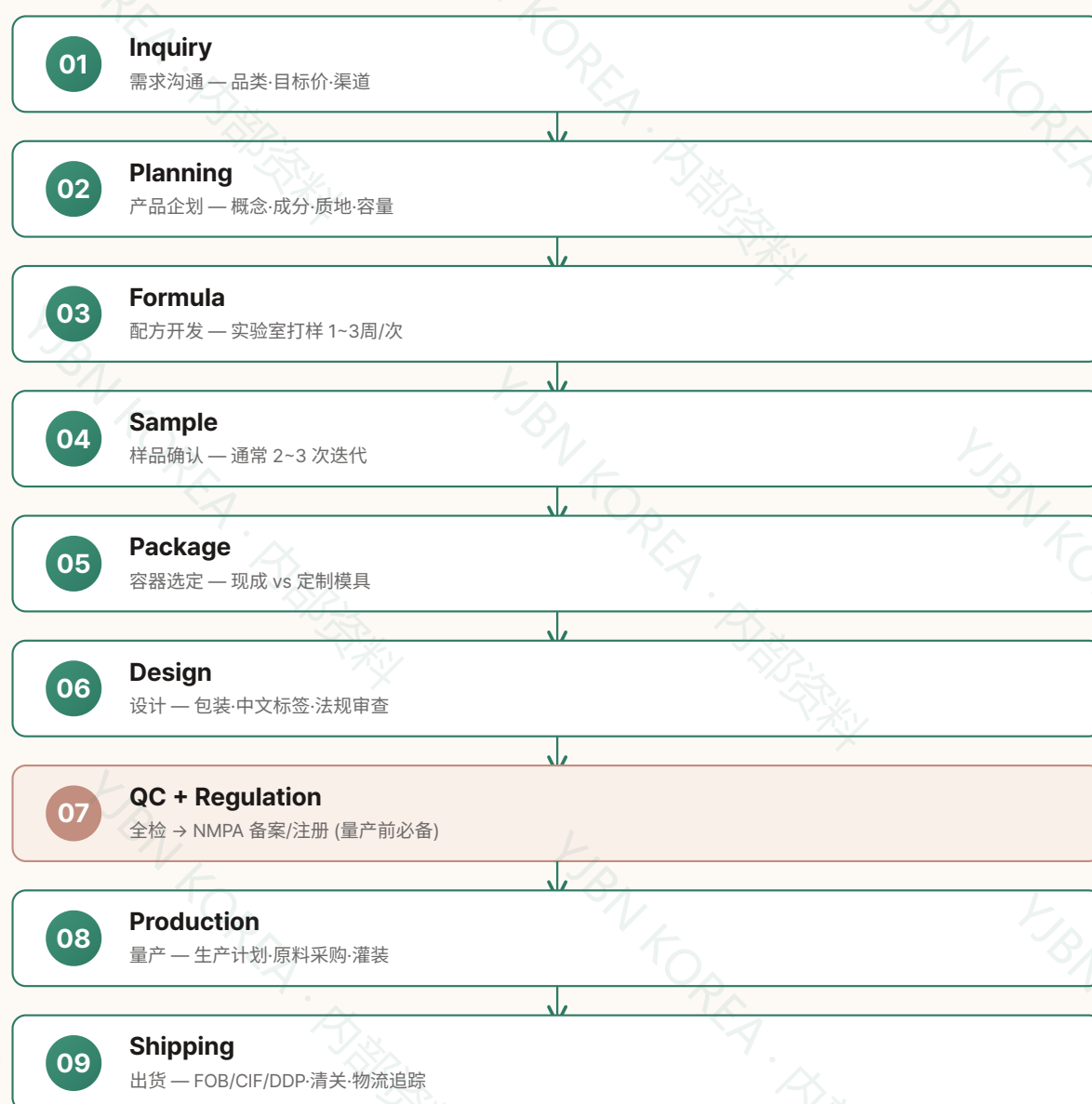
K-BEAUTY DEVELOPMENT PROCESS

好产品始于灵感，成功的产品成于体系化的流程。

Quick Summary — 化妆品开发不只是做配方。市场与消费者分析、产品概念、样品开发、包装与设计、法规审查、生产、出货，必须串成一条完整的链路。本章为中国品牌方与采购商梳理启动韩国 OEM·ODM 项目必须了解的开发顺序、决策标准，以及 MOQ、交期、出口与询价 (RFQ) 的实务数字。

5-1 开发流程全景 (9 STEPS)

* 各阶段并非只能顺序推进。为压缩周期，配方开发与包材评估、设计与法规审查往往并行进行。



5-2 各阶段要点

1 需求沟通

项目的起点，不是“做什么产品”，而是“在哪里、卖给谁、怎么卖”。首次沟通时，请一并分享销售国家、目标消费者、销售渠道、预期零售价、期望数量与上市时间。

2 产品规划

用一句话定义产品的角色。例如：“为敏感头皮打造的日常舒缓洗发水”“适合中国直播电商的7秒水感发膜”。本阶段确定核心成分、质地、香型、容量、功效表述与包装方向，并优先选定主打产品（Hero Product）。首发阵容建议以3至5个SKU为核心；面向中国销售时，须提前判定普通/特殊化妆品分类。

3 配方开发与打样

ODM 模式下，制造商提供经过验证的成熟配方，并根据品牌需求进行定制调整，包括香型、肤感、粘度、色泽与核心成分。样品通常经2至3轮反馈后定版；每一轮都应明确记录修改目的、限定单轮变更项数，并将最终确认样封存为量产标准。

4 包装与设计

包装不是装饰。内容物的粘度、酸碱度、氧化敏感性与使用方式，决定了适配的瓶器与泵头。现成瓶器（公模）胜在上市快、前期投入低；定制开模（私模）利于差异化，但 MOQ、模具费与开发周期都会增加。**中文标签与二维码区域，请在设计阶段就预留到位。**

5 检测与法规审查

稳定性、微生物、容器相容性检测是质量与保质期的根基。若目标是中国市场，功效表述与产品分类将决定 NMPA 注册/备案路径，故在配方定版前启动法规审查更为稳妥。

6 量产与出货

量产在原料、物料到位、最终规格确认后启动。生产完成后准备商业发票（CI）、装箱单（PL）、提单（B/L）、原产地证（C/O）等出口单证。

5-3 OEM 与 ODM，如何选择

	OEM	ODM
配方	委托方提供/指定	制造商提供经过验证的成熟配方并定制调整
开发速度	取决于配方移交·验证程度	★ 善用已验证配方时更快
差异化	适合自有配方·技术的品牌	香型·成分·质地·肤感均可定制
推荐对象	具备研发能力的品牌	初创品牌、追求快速上新

首个项目建议：以经过验证的成熟配方为基础，并根据品牌需求进行定制调整的 **ODM 开发方式**，通常更有利于兼顾开发效率与产品差异化。

5-4 MOQ · 交期 · RFQ：项目启动前的三项确认

MOQ 参考区间

最小起订量并非制造商的随意门槛，而是综合反映乳化锅容量、灌装线、瓶器与印刷供应条件的生产基准。

品类	参考 MOQ
洗发水/护发素（现成瓶器）	5,000 pcs起/SKU
发膜/水感发膜	5,000 pcs起
爽肤水/化妆水	5,000 pcs起
精华/安瓶	5,000 pcs起
面霜/乳液	5,000 pcs起
面膜（睡眠/水洗型）	5,000 pcs起
造型品（发蜡/啫喱）	5,000 pcs起
贴片面膜	50,000 pcs起（膜布·独立包装特性所致）
定制开模瓶器	另行核算（通常10,000 pcs 以上 + 模具费）

※ 以上为行业参考值，实际以报价为准。小批量试单的可行性及具体条件可另行协商。

Lead Time 时间线

量产周期不等于整体开发周期。算上样品开发、设计、包材制作、检测与备案，整个项目需要数月时间。

开发 → 入华时间线

Lead Time to China

CH10

样品开发

1~2个月

包装设计

2~4周 · 并行

NMPA 检查 · 备案

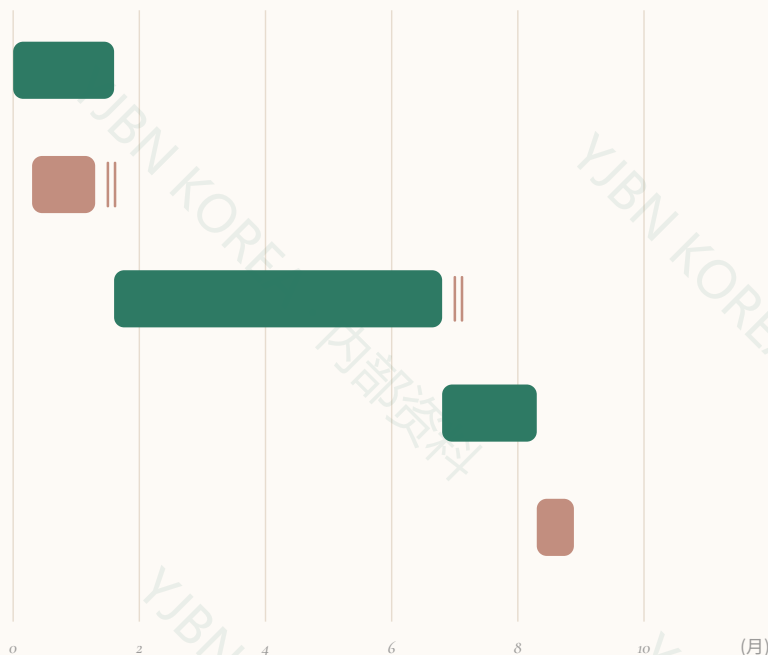
4~6个月 · 并行

量产

30~45天

海运

釜山→上海3~5天 / 华南7~10天



2026 K-Beauty OEM / ODM White Paper · YJBN

普通化妆品从立项到进入中国市场，合理预期为8至12个月。

RFQ

想拿到精准报价，请不要只发一个产品名。容量、数量、销售国家、目标价格、期望成分、质地、香型、包装、所需文件与目标上市日期，请一并提供（详细表单参见 CHAPTER 08 附录）。

5-5 出口条款

- ◆ **报价条款：** FOB · CIF · DDP 均可（釜山/仁川基准）。
- ◆ **付款方式：** T/T（定金 + 出货前尾款）为行业惯例，L/C 可协商。
- ◆ **单证：** CI · PL · B/L · C/O（凭中韩 FTA 原产地证享受关税优惠）· 卫生证书等。

- ◆ **集装箱参考**：20ft ≈ 10至11托 / 40HQ ≈ 22至24托（按实际箱规核算）。
- ◆ **中韩 FTA 关税提示**：凭原产地证（C/O），大部分化妆品税号可享协定税率优惠，测算到岸成本时请一并计入。

YJBN Insight — 产品开发不是从实验室开始的，而是从第一次沟通开始的。目标市场、消费者、售价与上市排期越清晰，样品修改次数与不必要的成本就越少。YJBN 坚持先理解品牌与市场、再提出产品，并把配方、包装、法规与生产排期整合为同一个项目来管理。

Key Takeaways

- ◆ 化妆品开发是一个从市场分析贯通到出货的完整项目。
- ◆ 配方、包装、设计与法规审查应尽可能并行推进。
- ◆ 首个项目采用基于经过验证的成熟配方进行定制调整的 ODM 开发模式往往更高效。
- ◆ MOQ 与交期不仅受内容物影响，还受瓶器、印刷与检测排期制约。
- ◆ 精准的 RFQ 能同时提升报价精度与开发速度。

06

中国市场与 NMPA

CHINA MARKET & NMPA

进入中国市场的起点不是营销，而是在产品规划阶段就做好合规设计。

Quick Summary — 在中国化妆品市场，产品的功效宣称与类别决定了走备案还是注册程序。本章梳理 NMPA 监管体系、普通化妆品与特殊化妆品的区分、境内责任人的角色、所需核心资料、预期时间表，以及产品开发阶段必须确认的实务要点。

6-1 NMPA 与中国化妆品监管体系

NMPA（国家药品监督管理局） 是负责中国化妆品注册·备案、安全管理与上市后监管的主要机构，隶属国家市场监督管理总局（SAMR）。中国化妆品监管的核心，是2021年1月1日起施行的《**化妆品监督管理条例**》（CSAR），配套《化妆品注册备案管理办法》《化妆品安全技术规范》（STSC）等法规，共同构成完整体系。

核心原则 — 进口化妆品进入中国境内一般贸易渠道销售前，应根据产品类别依法完成特殊化妆品注册或普通化妆品备案。

因此，若以中国市场为目标，与其做完产品再补法规功课，不如从规划阶段就把分类、功效宣称、原料合规性与检测计划一并设计进去，效率高得多。

6-2 普通化妆品与特殊化妆品

在中国，产品按类型与功效宣称分为普通化妆品与特殊化妆品。这一区分绝非名称之差，而是决定申报资料、审评方式、周期与费用的核心标准。

类别	管理方式	代表品类	实务要点
普通化妆品	备案（告知性申报）	洗发水、护发素、发膜、精华、乳液、面霜、面膜、洁面、身体乳等	完成备案并符合进口清关、中文标签及相关监管要求后，方可通过一般贸易渠道进口销售；全周期约 4至6个月 （含检测）
特殊化妆品	注册（审批制）	染发、烫发、美白·祛斑、防晒、防脱发，以及宣称新功效的产品	须经过技术审评，整体周期通常较长，具体审评时限及补充资料要求以申报时适用的法规和审评意见为准；全周期通常 1至2年 。注册证有效期 5年 ，到期需续展

同一套配方，标签与广告中宣称什么功效，分类结果可能完全不同。例如“帮助肤色看起来清透均匀”与“美白·祛斑”在监管上绝非同等对待。产品名、概念文案乃至详情页表述，都应在开发初期一并审查。

▲ **韩国畅销品 ≠ 中国普通化妆品**。防脱洗发水、烫发剂、染发剂、防晒产品、美白·祛斑产品，在中国通常均按**特殊化妆品**管理（含物理遮盖方式的美白），具体以申报时适用的法规为准。

6-3 境内责任人的角色

境外企业必须指定一家在中国境内合法设立的**境内责任人**。境内责任人并非单纯的联络窗口，而是承担注册·备案实务、不良反应报告协助、监管应对及质量安全责任的核心主体。

- ◆ 以自身名义提交注册·备案申请并管理申报资料
- ◆ 协助产品不良反应监测与报告
- ◆ 应对监管部门的检查与问询
- ◆ 对产品质量安全承担连带责任

境内责任人可由中国子公司、进口商·经销商等中国合作伙伴或独立的法规服务机构担任。但注册·备案主体及资料控制权，将直接影响日后更换经销伙伴与品牌资产管理，因此**务必在合同阶段就权限、责任、资料返还与变更程序达成明确约定**。

6-4 进口化妆品的基本流程

进口化妆品基本流程

CHo6

Import Process for China



2026 K-Beauty OEM / ODM White Paper · YJBN

6-5 注册·备案所需核心资料

资料	主要内容
产品配方表 (Formula)	全成分及含量（%），INCI 与中国标准中文名称一致
原料合规性 (INCI)	产品所使用的原料原则上应符合中国现行化妆品原料管理要求。未收录于《已使用化妆品原料目录》(IECIC) 的原料，应根据相关规定完成化妆品新原料注册或备案后方可使用。
COA / 规格书	成品及主要原料的质量规格·分析结果
SDS (MSDS)	原料·产品安全数据
GMP · ISO 22716	制造商质量体系证明 — ISO 22716 认证及主管机关出具的证明。进口普通化妆品在满足相关法规条件、提交符合要求的质量管理体系证明及安全评估资料的前提下，可申请适用动物实验豁免政策
证明	
产品质量安全标准	检验项目·限值·检测方法
安全评估报告	由具备资质的安全评估人出具
稳定性·容器相容性资料	保质期及内容物与容器相容性依据

中文标签 符合《化妆品标签管理办法》，功效宣称须有依据

6-6 动物实验豁免与产品逐项确认

功效宣称依据 按《化妆品功效宣称评价规范》提供文献·研究·功效评价试验

一般情况下，进口**普通化妆品**在满足相关法规条件的前提下，可申请适用动物实验豁免政策。主要条件通常包括：

1. 生产企业具备符合要求的质量管理体系证明及所在国（地区）政府主管部门出具的相关证明文件。特殊化妆品、婴幼儿化妆品、使用新原料的产品等不在豁免范围。能否豁免并证明“普通化妆品”身份自动认定，还须结合制造商证明文件格式、产品特性、安全评估完成度及提交时点的最新规定综合确认。
2. 按规定提交符合要求的产品安全评估资料。

6-7 预期时间表与项目管理

普通化妆品含样品开发、检测、资料编制与备案程序，通常需要数月以上的准备期（全周期约4至6个月）。特殊化妆品须计入技术审评及补充资料的可能性，按**1至2年的长线项目**来规划才稳妥。实际进度取决于产品类型、检测范围、资料完成度、补正要求，以及境内责任人与检测机构的工作排期。

6-8 2025—2026年最新监管动态（本书截至2026年7月）

- ◆ **《化妆品安全技术规范》持续升级** — 2026年1月公告新增 BrdU-FCM 皮肤致敏等检测方法，自2026年7月1日起强制适用于注册·备案；其余标准将于2027年和2028年起分批施行。
- ◆ **化妆品电子标签试点** — 2026年2月1日起在北京、上海、浙江、山东、广东、重庆等地开展为期3年的试点。二维码电子标签正走向现实。
- ◆ **新原料管理优化** — 2026年6月发布、7月15日施行的新规优化了新原料注册·备案数据管理，鼓励原料创新。
- ◆ **监管改革方向** — NMPA 于 2025 年 11 月发布深化监管改革意见，推进加速审评、系列产品资料共享等简化措施。
- ◆ **进出口监管调整** — 2026年5月发布的进出口化妆品检验监管新规，将于2026年12月施行。

给品牌方与采购商的建议 — 法规年年在变。开发新品时，切勿照搬过往案例，务必与制造商一起确认“提交时点适用的最新要求”。

6-9 品牌方与采购商高频问题

Q1 我的产品该走备案还是注册？

由功效宣称与品类决定。染发/烫发/美白/祛斑/防晒/防脱类产品通常按注册管理，其余一般按备案管理，最终以申报时适用的法规及专业审查意见为准。宣称文案本身就可能改变分类，请在开发初期锁定宣称范围。

Q2 普通化妆品从打样到进入中国市场要多久？

样品开发约1至3个月 + 生产约1至2个月 + 检测·备案约4至6个月。**整体请预留8至12个月。**

Q3 费用大概是多少？

NMPA 平台本身不收取注册·备案费。主要成本在检测费、功效评价费、翻译·公证费与法规服务费，因品类和宣称不同差异很大。

Q4 走跨境电商 (CBEC) 就不用备案了吗？

跨境零售进口适用单独的监管框架，可作为市场测试渠道。但要拓展线下与一般贸易，通常仍须完成备案/注册。

Q5 韩国的检测报告能直接在中国使用吗？

注册/备案检测原则上须在 NMPA 认可的中国实验室完成。韩国报告可作为开发与安全性评估的参考资料。

Q6 配方里有 IECIC 目录之外的成分怎么办？

如某原料未收录于中国《已使用化妆品原料目录》(IECIC)，应进一步确认其是否属于依法完成注册或备案的化妆品新原料。只有符合现行新原料管理要求后，方可用于相关产品。周期与难度都会大幅上升，首发产品请优先使用目录内原料。

Q7 标签上能写“有机”“100% 天然”“零添加”吗？

此类表述具有较高的合规风险，不宜直接使用。是否可以使用，应结合具体配方、证明材料、标签语境及申报时适用的法规进行审查；不得使用虚假、夸大或无法验证的宣称。标签文案必须以功效评价依据为准绳。

Q8 注册证/备案凭证归谁所有？

归注册人/备案人所有。品牌方若能（通过境内责任人）直接成为注册/备案主体，长远看更有利于掌握产品资产。

YJBN Insight — 中国项目中最大的成本与工期损耗，往往发生在产品做完之后再回头修改功效表述或配方。YJBN 建议在初次沟通阶段，就把目标销售渠道、产品类别、功效文案与 NMPA 路径一并纳入讨论。尤其是把“用普通化妆品快速验证市场的产品”与“长线筹备注册的特殊化妆品”区分开、分阶段上市，既能降低前期负担，又能稳步扩充产品组合。

Key Takeaways

- ◆ 面向中国市场的产品开发，应与合规设计同步启动。
- ◆ 普通化妆品与特殊化妆品在程序、资料、周期上差异巨大。
- ◆ 功效宣称可能改变产品分类与注册路径。
- ◆ 境内责任人的权限与资料归属，须在合同阶段就写清楚。
- ◆ 最新法规须以提交时点为准再次确认。

* 本章为帮助理解实务的一般性指引。实际注册·备案须以产品具体特性及提交时点的中国最新法规为准。



07

为什么是 YJBN

WHY YJBN

好产品始于制造，好品牌成于伙伴关系。我们做的不只是“制造”，我们与您共建品牌。

Quick Summary — YJBN 是一家在洗护发与护肤产品开发、自有品牌运营、全球出口与法规应对方面积累深厚的韩国化妆品企业。本章介绍 YJBN 为何定位为“从规划到上市全程同行的开发伙伴”，而非单纯代工的制造商。

7-1 先理解品牌，再谈制造

同样一瓶洗发水，因销售国家、消费群体、渠道与价格带不同，就应当是完全不同的产品。沙龙专供产品与线上大众品牌，对肤感、包装与功效信息的要求各不相同；面向中国市场的产品，更须同时考量本地消费者偏好与 NMPA 法规。

YJBN 不会急于先定产品名或直接抛出配方，而是先确认品牌要解决的问题与目标市场。这一过程能减少开发中的反复修改，并提升产品与品牌之间的一致性。

7-2 从洗护出发、延伸至护肤的开发经验

YJBN 以洗发水、护发素、发膜、水感发膜、头皮精华液、护发精华、护发油、造型品等洗护全品类为核心积累经验，并正将开发版图扩展至精华、面霜、洁面、身体护理等护肤与个人护理领域。

这份产品经验的含金量，不在于“生产过很多品类”，而在于长期综合考量毛发·头皮·皮肤特性、质地与容器的适配性、使用后的真实体感，以及不同流通环境下的质量稳定性——这是实打实的实战积累。

7-3 把自有品牌的经验，注入您的 OEM·ODM 项目

运营自有品牌，意味着亲历产品开发之后的全部现实：消费者偏好什么肤感、包装在运输与陈列中会出什么问题、详情页上哪种表述更易被理解、返单时哪些因素影响供应稳定性。

YJBN 将运营自有洗护品牌世利本（CELLREBORN，YJBN 自有品牌）积累的经验，反哺到每一个 OEM·ODM 项目中。我们不满足于把产品做到“可量产”，而是连实际动销与持续返单都纳入考量来提出方案。

7-4 以全球市场为前提开发

出口产品与内销产品的筹备路径截然不同：目标国的法规、标签语言、进口商信息、功效表述、检测资料与技术文件范围，都须从一开始就纳入审查。YJBN 已累计 23 个以上国家和地区的注册·出口项目经验，涵盖中国 NMPA、欧盟 CPNP、美国 MoCRA、EAC（俄语区）、印度 CDSCO、马来西亚 NPRA、泰国 FDA、印尼 BPOM、越南、中国台湾等。

没有一种方案能通吃所有国家。但只要先锁定销售市场，再围绕该市场同步制定配方、包装与文件计划，就能大幅减少无谓的返工。**一次开发，多国法规路径同步设计。**

7-5 以专利技术与专属成分体系支持差异化

市场认知度高的成分有助于消费者理解，但仅凭它们难以塑造品牌的独特性。YJBN 依托植物复合成分体系 **CGE Complex** 与 **33 Silky Protein** 等自有技术资产，帮助品牌构建更清晰的产品故事（详见 CHAPTER 03 PART C）。

使用专利或专属原料并不直接等于市场成功。关键在于把技术用在契合目标消费者与产品概念的地方，并转化为易于理解的信息传递出去。

7-6 一图看懂 YJBN

项目	内容
创立	自2004年起深耕化妆品与洗护事业
业务领域	化妆品 OEM·ODM、自有品牌出口、全球法规支持
出口经验	23个以上国家和地区
专长领域	洗护、头皮护理、水感发膜、造型、护肤
知识产权	以 CGE Complex 为核心的韩国组合物专利3项（核心10-2360708）
质量体系	基于 ISO 22716·CGMP 的合作生产与质量管理体系

7-7 YJBN 协作流程

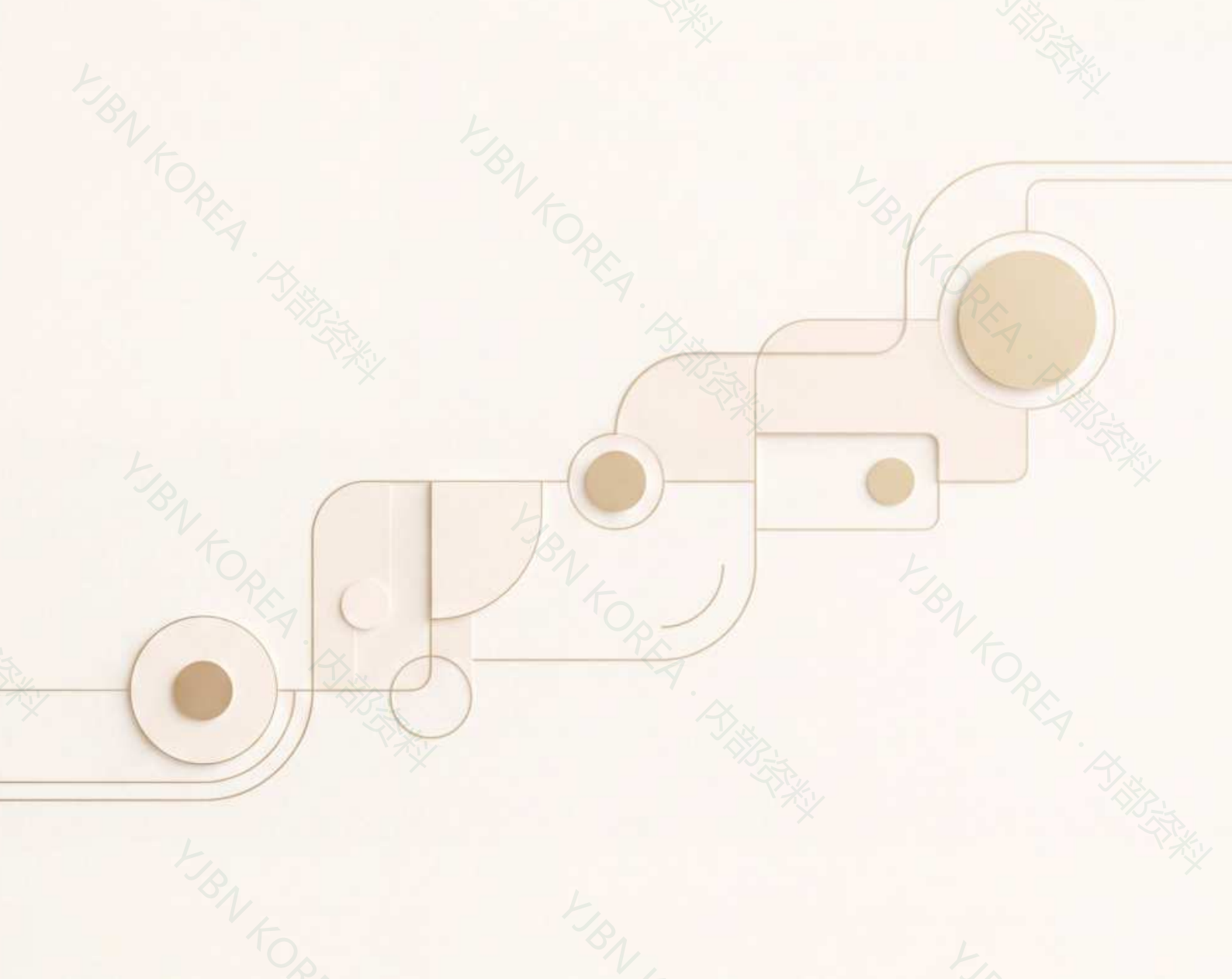
开发环节	主要支持内容
产品规划	结合市场·客群·价格带·渠道的概念提案
配方开发	经过验证的成熟配方应用与定制调整，成分·质地·香型调校
包材协作	现成瓶器与定制规格评估，印刷·标签·彩盒协作
质量·检测	稳定性、微生物、容器相容性等按产品特性统筹检测
法规·出口	分市场文件准备、标签审查、出口单证与注册实务支持

YJBN Insight — 产品开发的起点不是配方，而是市场。实务中拖慢进度的主要原因，往往不是技术不足，而是决策迟缓与目标反复。销售国家、消费者、目标价格与主打产品越早明确，样品与包装开发就越稳。YJBN 在为您做出想要的产品的同时，也会和您一起想清楚：这款产品在实际市场中该扮演什么角色。

Key Takeaways

- ◆ YJBN 先理解品牌与目标市场，再提出产品方案。
- ◆ 以洗护领域的深厚积累为基础，向护肤·个人护理持续扩展。
- ◆ 将自有品牌运营经验注入 OEM·ODM 产品的易用性、包装与销售策略。
- ◆ 在开发早期就同步审查目标国法规与出口条件。
- ◆ 以专利技术与专属成分体系支持品牌打造差异化产品故事。

We do not simply manufacture cosmetics. We help build brands.



08

附录

实务清单·RFQ·FAQ

准备越充分，报价越精准。

Quick Summary — 本附录是为中国品牌方与采购商启动韩国化妆品 OEM·ODM 项目量身整理的实务工具箱：询价所需信息、开发前自检清单、高频问题，一目了然。

8-1 RFQ 填写清单

精准的报价源自精准的信息。请尽可能具体地填写以下各项并发送给制造商。

RFQ 必填项	填写示例
产品·容量	头皮舒缓洗发水, 300 mL
数量	首单5,000个
销售市场	中国一般贸易及线上渠道
目标价格	零售价129 RMB
核心诉求	弱酸性, 茶树·积雪草, 清爽洗感
包装	现成泵瓶, 贴标或双色印刷
目标排期	10月上市
所需文件	INCI, COA, MSDS, 生产·质量资料

8-2 RFQ 简易表单

Company / Brand:	_____
Country / Target Market:	_____
Product / Volume:	_____
Expected Quantity:	_____
Target Retail Price:	_____
Target Consumer:	_____
Key Concept:	_____
Key Ingredients:	_____
Texture / Fragrance:	_____
Packaging:	_____
Required Documents:	_____
Target Launch Date:	_____
Preferred Incoterms:	_____
Additional Requests:	_____

将此表单直接通过邮件或微信发给我们，3个工作日内您将收到附带初步评估意见的回复。
(联系方式见书末 CONTACT)

8-3 OEM·ODM 项目启动前自检清单

品牌战略

- ◆ ☐ 目标市场是否明确？
- ◆ ☐ 核心目标客群是否已定义？
- ◆ ☐ 是否调研过竞品品牌？
- ◆ ☐ 能否用一句话讲清自己的品牌？
- ◆ ☐ 是否已确定主打产品（Hero Product）？

产品规划

- ◆ ☐ 是否已确定产品品类与 SKU 数量？
- ◆ ☐ 是否已梳理期望成分与质地？
- ◆ ☐ 是否已设定目标零售价？
- ◆ ☐ 是否已准备对标产品？
- ◆ ☐ 能否描述期望的肤感与香型方向？

包装·设计

- ◆ ☐ 现成瓶器与定制瓶器，方向定了吗？
- ◆ ☐ 贴标还是直接印刷，评估过了吗？
- ◆ ☐ 中文标签空间预留了吗？
- ◆ ☐ 彩盒与辅料是否包含，决定了吗？
- ◆ ☐ 二维码或电子标签位置考虑了吗？

法规·文件

- ◆ ☐ 普通化妆品还是特殊化妆品，审查过了吗？
- ◆ ☐ 功效宣称文案确定了吗？
- ◆ ☐ 境内责任人或中国合作伙伴的角色定了吗？
- ◆ ☐ 所需检测与文件清单确认了吗？
- ◆ ☐ 注册·备案周期排进日程了吗？

生产·物流

- ◆ ☐ MOQ 与单价条件确认了吗？
- ◆ ☐ 包材到厂后的生产交期确认了吗？
- ◆ ☐ 付款条件确认了吗？
- ◆ ☐ FOB·CIF·DDP 条款比较过了吗？
- ◆ ☐ 上市排期中计入清关与运输时间了吗？

8-4 中国品牌方与采购商高频问题

Q1 OEM 和 ODM 有什么区别？

OEM 是以委托方提供或指定的规格为核心组织生产；ODM 则是制造商依托自有配方与开发能力，从概念到成品全程共同推进。

Q2 首次做品牌，几个产品合适？

一般以3至5个核心产品起步最为高效。先立住主打产品，再根据市场反馈扩充产品线，是最稳健的打法。

Q3 为什么要有 MOQ？

生产设备的调试、清洗、灌装与质量检验，无论数量多少都会产生基础成本。MOQ 是为稳定保障质量与成本而设的基准线。

Q4 样品可以修改几次？

因项目而异，通常经2至3轮主要反馈后定版。若一开始就明确目标肤感与对标产品，可有效减少修改轮次。

Q5 在中国销售一定要走 NMPA 程序吗？

一般贸易销售须完成普通化妆品备案或特殊化妆品注册。跨境电商适用单独的监管框架。

Q6 普通化妆品和特殊化妆品怎么区分？

染发、烫发、美白·祛斑、防晒、防脱发等属于特殊化妆品；除此之外的常规护肤·洗护产品大多归为普通化妆品。

Q7 韩国出具的检测资料能直接在中国使用吗？

取决于资料类型与提交目的。NMPA 要求的检测须事先确认认可机构与适用标准；韩国资料可用于开发与安全性评估参考。

Q8 生产需要多长时间？

包装与设计全部定版、物料到厂后，常规量产周期约30至45天。具体因产品类型、原料供应与工厂排期而异。

Q9 包材在韩国采购好，还是在中国采购好？

初期项目借助制造商合作的韩国包材供应链，质量与排期更好把控；大批量订单或定制开模则可能中国采购更有优势，需逐项目比较。

Q10 YJBN 能支持到什么程度？

产品规划、配方开发、包材协作、质量管理、出口文件，直至与中国法规合作伙伴的对接，均可按项目阶段提供支持。（洽谈渠道见书末 CONTACT）

Q11 是自有工厂吗？可以验厂吗？

YJBN 以符合 ISO 22716-CGMP 标准、深度协同的合作生产体系稳定运营20余年。产品的质量与安全责任由 YJBN 承担；欢迎按需安排产线实地考察与质量体系核验，来访前请提前沟通日程与范围。

Q12 是否支持小批量试单？

根据产品品类、配方及包材条件，可协商小批量试单方案。该方式适合希望在正式量产前验证市场反应的品牌。具体数量、价格及交期将在报价阶段另行确认（MOQ·交期参见5-4）。

YJBN Insight — OEM-ODM 项目中最多的延误，不在生产环节，而在前期决策环节。销售市场、目标价格、产品概念与法规路径越早敲定，样品修改与包装返工就越少。YJBN 坚持在给出报价之前，先花时间理解您的品牌与市场。

Key Takeaways

- ◆ 精准的 RFQ 提升报价精度与开发速度。
- ◆ 中国市场的法规路径应在产品开发初期进行审查。
- ◆ MOQ、包装与文件范围须在签约前确认清楚。
- ◆ 品牌战略越清晰，样品修改与工期延误越少。
- ◆ 好的制造商管理的不只是产品，而是整个项目。

YJBN KOREA

韩国YJBN有限公司

Your Journey, Beyond Nature

您的 K-Beauty 开发之旅，一次洽谈即可启程。

韩国化妆品开发并不仅仅是产品生产的过程，而是把品牌哲学转化为产品、为目标市场设计策略、与消费者持续建立信任的旅程。唯有携手一个懂市场、懂法规、能把开发全程稳定串联起来的伙伴，产品的竞争力才能真正得以实现。

www.yjbn.co.kr · yjbnkorea@cellreborn.co.kr



中文网站 Website



YJBN 微信 WeChat



YJBN NaNa 微信



南通哲凡 微信 WeChat

中国合作伙伴 · China Partner

南通市哲凡生物科技有限公司

中国地区业务咨询，请扫码联系当地合作伙伴

《K-Beauty 产品开发指南》· Vol.1 · CDATF 上海展会特别版