

内容目录

第一章 前言	5
第二章 2023-2028 年生物活性肽市场前景及趋势预测	5
第一节 本土原料商崛起，原料、品牌双向奔赴	5
第二节 “中国成分”迭涌，满足保湿/舒敏/美白/修护/抗衰等多种需求	7
一、透明质酸	7
二、马齿苋提取物、青刺果提取物等植物提取物	7
三、珍白因（珍珠提取物）	8
四、重组胶原蛋白/重组胶原蛋白肽	8
第三节 美容肽：中国力量兴起，夯实低成本优势，探索创新	8
一、本土活性肽生产企业	8
二、活性肽规模	9
三、活性肽化妆品原料国内竞争格局相对分散	9
四、肽类原料在护肤品中的备案数占比提升	10
五、各品牌均推出含肽类成分热门产品	10
第四节 生物活性肽：重要活性分子，类别丰富，结构决定功能	10
一、肽：氨基酸缩合化合物，生物体重要活性物质	10
二、肽的结构：结构差异带来物理性质、生物活性等不同	11
三、肽衍生物：酰胺化/乙酰化/金属离子螯合等提升稳定性、衍生新功能	12
四、肽的分类：按来源/性质/用途/氨基酸数量&结构等有多种分类	12
五、肽的制备：五大制备方式，化学合成是主流，基因重组是趋势	12
第五节 热门/高潜力肽：精氨酸/赖氨酸多肽、蓝铜肽、十肽-4、类蛇毒肽	13
一、精氨酸/赖氨酸多肽	14
二、三肽-1 铜（蓝铜肽）	14
三、十肽-4	14
四、二肽二氨基丁酸苄基酰胺二乙酸盐（类蛇毒肽）	15
第六节 技术融合&创新，赋能肽原料发展	15
一、多学科技术交叉融合，赋能化妆品原料发展	16
二、纳米载体技术：提升吸收效率，增强靶向性	16
三、超分子协同促渗技术：提高利用率、吸收率	16
四、AI 技术&计算机工具：低成本&高效筛选、开发安全有效新活性肽	17
第七节 展望：成本优势叠加创新突破，由国产化到全球化	17
一、原料企业：由成本优势到创新加成，由产品到解决方案，由本土到全球	17
二、它山之石：自主开发加并购，由“小而美”到“大而强”	18
第三章 生物活性肽企业国际化发展战略及建议	19
第一节 国际化发展战略的概念及重要性	19
一、国际化发展战略的概念	19
二、我国企业国际化发展战略的重要性	20
第二节 中国企业国际化发展战略类型	20
（一）海外投资设厂	20
（二）自有品牌出口	20

(三) 跨国并购	21
(四) 贴牌生产	21
第三节 中国企业国际化发展战略建议	22
一、国际化发展方向	22
二、国际化发展的基本原则	22
(一) 精细化原则	22
(二) 规范化原则	23
(三) 信息化原则	23
三、国际化发展道路的具体策略	23
(一) 国际化发展要结合企业的实际情况	23
(二) 充分利用大数据信息技术	24
(三) 助推中小企业形成国际化竞争意识	24
(四) 打造有竞争力的工作队伍	24
(五) 完善国内外产业结构, 保证市场占有率	25
(六) 丰富营销方式, 加强品牌效应	25
(七) 合理规避经营风险	25
第四节 国际化进程中面临的挑战与对策	26
一、国际化进程中面临的挑战	26
(一) 外来者的劣势问题	26
(二) “来源国”影响问题	26
(三) 综合实力不足问题	26
二、如何应对挑战	26
(一) 政策支持	27
(二) 人才建设	27
(三) 克服双重劣势	27
(四) 国际化发展战略选择	27
(五) 注重学习创新	28
第五节 中国民营企业国际化发展战略——以华为公司为例	28
一、文献综述	28
(1) 民营企业国际化发展研究	29
(2) 华为国际化发展战略研究	29
二、中国民营企业国际化发展	29
(1) 发展速度快	30
(2) 逐步在全球范围整合资源	30
(3) 逐步成为对外投资主体	30
三、中国民营企业国际化面临的障碍分析	30
(1) 产业结构不合理	30
(2) 跨国经营管理体制不健全	31
(3) 缺少国际化发展经验	31
(4) 员工国际化素质低	31
四、华为公司国际化发展	31
(一) 华为公司简介	31
(二) 华为国际化原因	32
(三) 华为国际化发展战略	32

(1) 产品战略	32
(2) 营销战略	32
(3) 管理战略	32
(4) 人才战略	33
五、对中国民营企业国际化发展的启示	33
(一) 掌握好海内外市场的运行规律	33
(二) 构建企业的核心竞争力	33
(三) 重视企业文化	34
(四) 实行本土化经营	34
第六节 我国中小企业国际化发展战略	34
一、我国中小企业的特点	34
(1) 组织结构简单，内部制度不健全	34
(2) 企业规模比较小，行业涉及面较广	35
(3) 人才流失严重化，地区发展不平衡	35
(4) 管理水平不高	35
(5) 创新体制不完善	35
(6) 防范风险能力弱	35
二、我国中小企业国际化发展战略的条件分析	36
(一) 优势分析	36
(二) 劣势分析	36
(三) 机遇分析	37
(四) 挑战分析	37
三、我国中小企业国际化经营中的风险成因	37
(一) 内部风险	38
(二) 外部风险	39
四、我国中小型企业国际化发展战略的规避研究	41
(1) 提高决策应变能力和加强组织管理体系	41
(2) 加强制度创新体系建设	41
(3) 注重人才的选拔与培养	42
(4) 培养核心竞争力	42
(5) 加强外部政策保障、加大资金扶持力度	43
(6) 提升产品质量水平	43
(7) 加强客户管理，建立和谐的市场环境	43
(8) 提高品牌知名度	44
(9) 以集中化形式共同发展，增强抵抗风险地能力	44
(10) 市场定位明确化，市场发展细分化	44
第七节 海尔家电国际化发展战略分析	45
一、海尔集团国际化 SWOT 分析	45
二、海尔集团跨国战略实施	46
(1) 海尔的新建战略	46
(2) 海尔的并购战略	47
(3) 海尔的战略联盟	48
三、海尔集团国际化的战略选择	49
(1) 一体化战略	49

(2) 密集型战略	49
(3) 市场渗透	49
(4) 市场开发	49
(5) 多元化战略	50
四、海尔成功的原因	50
(1) 新建战略	50
(2) 并购战略	51
(3) 战略联盟	51
五、海尔集团国际化发展战略的实施建议	52
(1) 把握战略实施的东道国环境因素	52
(2) 增强创新能力培育核心技术优势	52
(3) 加强战略联盟提高国际竞争力	53
第八节 医药企业国际化经营发展战略建议	53
一、渐进式市场拓展	53
二、全面的市场研究	53
三、产品和服务本地化	54
四、遵守当地法律法规	54
五、建立全球研发和生产网络	54
六、建立合作伙伴关系	54
七、跨文化管理	54
八、国际人才培养与引进	54
九、利用国际资本市场	55
十、风险管理和应急准备	55
十一、建立全球品牌	55
第四章 生物活性肽企业《国际化发展战略》制定手册	55
第一节 动员与组织	55
一、动员	56
二、组织	56
第二节 学习与研究	57
一、学习方案	57
二、研究方案	57
第三节 制定前准备	58
一、制定原则	58
二、注意事项	59
三、有效战略的关键点	60
第四节 战略组成与制定流程	63
一、战略结构组成	63
二、战略制定流程	63
第五节 具体方案制定	64
一、具体方案制定	64
二、配套方案制定	66
第五章 生物活性肽企业《国际化发展战略》实施手册	67
第一节 培训与实施准备	67
第二节 试运行与正式实施	67

一、试运行与正式实施	68
二、实施方案	68
第三节 构建执行与推进体系	69
第四节 增强实施保障能力	70
第五节 动态管理与完善	70
第六节 战略评估、考核与审计	71
第六章 总结：商业自是有胜算	71

第一章 前言

在经济全球化高速发展的大背景下，企业发展必须加强国际化经营发展战略的研究，找准市场定位，扩大经营规模，提升市场份额比例。随着“一带一路”倡议的深入推进，国内企业贸易、加工和投资等经济活动与国外行业联系更加密切，一个多样性的开放型市场已经形成。

然而企业在国际市场上，企业面临严峻的局势，面临各种不可测因素，种种挑战。我国诸多企业在国际化征程中，因为没有制定完善且目标明确的发展战略，遭遇挫折，面临困境，在试错中资金和客户不断流失，最终退回国内市场。

那么在激烈竞争的国际环境中，企业该如何生存与发展，如何制定国际化发展战略呢？

下面，我们先从生物活性肽行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这将为您的经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

第二章 2023-2028 年生物活性肽市场前景及趋势预测

第一节 本土原料商崛起，原料、品牌双向奔赴

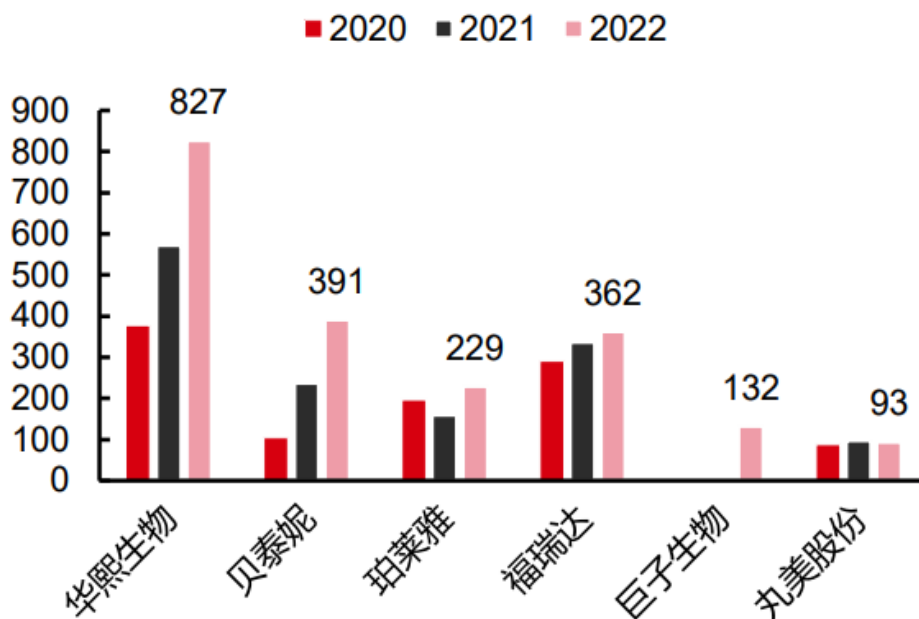
中国美妆行业处发展平台期，企业更注重研发和产品力。当前，中国美妆行业处于流量/媒介红利消退、下一轮增长红利未至的阶段性发展平台期。此阶段，消费者更理性和高知，政策监管趋严，美妆企业更重研发和产品力，探索第二成长曲线实现拓品类、拓品类和拓赛道。

重研发：加大研发投入，汇聚研发人才。2020-2022 年，中国美妆公司均加大研发投入，研发投入金额和研发费用率均稳步提升。其中中华熙生物和贝泰妮研发投入位于领先水平，金额分别

达 3.9 亿元和 2.5 亿元，研发费用率分别达 6.1%和 5.1%。

各家美妆公司从国内外吸引优质的研发人员，研发人员人数及占比稳中有升。其中华熙生物、贝泰妮和福瑞达的研发人员数量位于行业领先水平，达 827 人、391 人和 362 人。从占比上看，华熙生物、巨子生物和贝泰妮研发人员占比较高，分别达 19.3%、14.1%和 12.8%。

图 4：重点美妆上市公司研发人员数量（人）



资料来源：各公司公告，中信证券研究部

探寻优质原料、升级配方，提升产品力。国货美妆公司在研发上通过做基础/前沿研究，探索皮肤的机理与前沿技术，然后通过探寻优质原料，升级配方，实现原料的作用与皮肤机理匹配，同时通过评估与检测系统不断验证和优化产品的功效与安全性。

本土原料公司向本土美妆品牌提供优质原料，本土美妆品牌的发展带动本土原料公司的成长。本土美妆公司过去在寻求好原料的过程中面临多重挑战，本土原料公司成功实现了以较低价格提供优质原料。

1) 专利/合作/贸易壁垒：海外优质原料通常有一定专利保护期，或因合作或贸易壁垒无法获得优质原料，例如欧莱雅在 2000 年 12 月申请了有关 C-Glycoside（玻色因及其类似分子）的合成工艺专利，专利号为 FR2818547 (A1)，拥有 20 年保护期限。2) 原料价格昂贵：受益

于本土原料公司成功压低部分原料成本，本土护肤品牌从不添加或概念性添加到可以实现原料足量添加，有效提升产品力。以肽原料为例，根据公司招股说明书，原液产品本土原料公司售价通常为几百元/公斤，国外同类产品主力价位在数千元/公斤，我们判断本土原料公司原料价格仅为后者的 $1/8 \sim 1/3$ 。而得益于本土护肤品牌的快速发展，本土原料企业实现快速成长、扩大影响力，逐步向国际品牌输出优质原料，例如资生堂、雅诗兰黛等国际美妆龙头。

第二节 “中国成分”迭涌，满足保湿/舒敏/美白/修护/抗衰等多种需求

化妆品原料大发展，多款国产原料崭露头角。在科学认知提升与技术融合创新带来底层驱动、品牌方/第三方平台/KOL/消费者等各方诉求升级、高校/科研院所以及政府/投资机构/公共媒体组织等的共同作用下，化妆品上游原料行业快速发展。多款具备中国特色的生物活性原料已经初试锋芒，被广泛应用于化妆品中，如透明质酸、重组胶原蛋白、马齿苋提取物、青刺果提取物等。伴随化妆品在中国渗透率的不断提高，美妆消费需求更加细化，适用于不同场景、不同功效、不同人群的产品日趋增加，与此相对应的满足特定功能、场景的中国成分得以蓬勃发展。

一、透明质酸

多家公司深耕透明质酸市场，华熙生物全球龙头地位稳固。中国透明质酸原料生产企业持续扩产，提升产品竞争力。根据各公司公告，截至 2023H1，华熙生物 HA 原料产能达 770 吨，产业化规模位居国际前列，同时推进无菌 HA 项目落地；福瑞达 HA 原料产能达 420 吨，滴眼液级玻璃酸钠药用辅料获 CDE“1”状态登记号，并获欧盟 CEP 证书实现欧盟市场销售，公司年产 520 吨的医用级透明质酸钠及其衍生物项目处建设阶段。大分子透明质酸适用于医美填充，中小分子透明质酸的保湿补水效果突出，寡聚透明质酸渗透性强，可透皮吸收深层保湿。

二、马齿苋提取物、青刺果提取物等植物提取物

贝泰妮植物提取技术储备丰富，依托云南特色植物，筛选提取特色专属成分。贝泰妮持续从超过 6500 种的云南特色植物中筛选出能够解决相应皮肤问题的活性成分，同时努力推动植物原料标准制定，目前已形成云南地区马齿苋、青刺果、云南山茶、云南重楼等特色植物提取物的专属核心成分，已拥有植物提取相关专利 24 项。此外，上海家化拥有植物提取相关专利 14 项，主要积累在多种中药提取物、植物果油和植物籽油、青蒿提取物、艾叶提取物、人参提取物等方面；珀莱雅拥有植物提取相关专利 10 项，主要在番石榴叶、松籽油、油茶饼粕提取物、红参提取物等成分方面。马齿苋提取物含有黄酮成分、生物碱、酯类化合物、有机酸及多糖等，具有抗炎舒敏、抗菌以及促进伤口愈合等作用。不同特色植物活性成分的优质功效可解决相应皮肤问题。

三、珍白因（珍珠提取物）

欧诗漫自研核心成分，实现温和高效美白。欧诗漫自主研发核心美白成分“珍白因” Pro，“珍白因”Pro 由淡水珍珠中提取，采用专利亚微米粉体技术研磨，提取 1.3%珍珠蛋白，再通过生物酶解技术提取出 1437 种肽溶液，最后冻干浓缩得到“珍白因”Pro。“珍白因”Pro 能够拦截 ET-1（内皮素-1）、 α -MSH（ α -黑素细胞刺激素）两种致黑激素从而抑制黑色素的生成，并保护皮肤屏障，实现温和高效美白，适用于敏感肌。

四、重组胶原蛋白/重组胶原蛋白肽

本土重组胶原蛋白玩家众多，各具优势。市场中重组胶原蛋白的主要制备厂商有巨子生物、锦波生物、福瑞达、丸美股份、华熙生物、创健医疗、聚源生物、慧康生物、江苏吴中和肽源生物等，产品表达体系主要为大肠杆菌和毕赤酵母，生产的类型以 I 型胶原蛋白、III 型胶原蛋白为主，可生产全长单链、功效片段、功效片段组合等多种产品。从产品设计技术看，巨子生物拥有专研 Human-like 重组胶原蛋白仿生组合技术，可生产 C5HS、C5HA、C5HR 等多种仿生组；锦波生物重组 III 型胶原蛋白核心区呈现 164.88°柔性弯折结构，有利于发挥其生物学功能；创健医疗重组 III 型胶原蛋白拥有多活性位点、高生物活性，重组 XVII 型胶原蛋白优选 15 螺旋区为主的高活性区域，并实现规模化生产；丸美股份利用 C-PRO 扣环技术实现“I 型+III 型胶原蛋白”的结构加固。

第三节 美容肽：中国力量兴起，夯实低成本优势，探索创新

一、本土活性肽生产企业

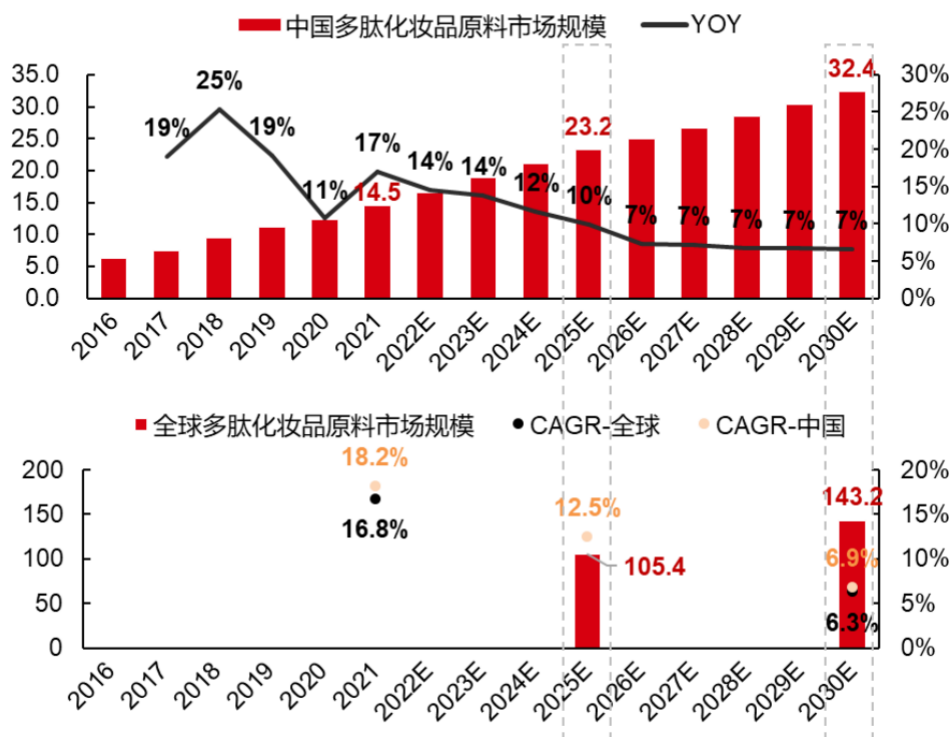
规模化生产、低成本优势突出，推动本土品牌商活性肽添加从 0 到 1，从概念添加到足量添加。生物活性肽在护肤品中的添加起源于欧美等发达国家，原料成本高昂，受专利保护、成本制约等因素，前期中国本土品牌较少添加生物活性肽原料。本土优秀生物活性肽类企业的发展，使中国护肤品牌能够以较低的成本、足量添加优质肽原料，极大的提升护肤品的功效、提升产品力。从中国原料商工艺进步、技术创新、成本下降，以及从中国护肤品品牌商配方、产品创新、营销推广等角度看美容原料尚处发展的早期阶段。

活性肽属性：生理活性广泛，拥有多种护肤功效，且机理明确、安全性高、易吸收。活性肽拥有广泛的生理活性，如抗氧化、抗皱、美白、防过敏、皮肤修复、抑制毛发生长等。活性肽机理明确、安全性高、易吸收，作为原料添加可使护肤品具备修复皮肤屏障、抗菌消炎、提亮水润、肌肤饱满弹润、紧致抗皱等功效。

二、活性肽规模

2030 年，中国肽类化妆品原料市场有望突破 30 亿。据弗若斯特沙利文 数据（转引自湃肽生物招股书），2021 年，中国肽类化妆品原料市场规模为 14.5 亿元，对 应 2016-2021 年 CAGR+18.2%，高出同期全球复合增速 1.4pcts；该机构预计 2030 年中 国肽类化妆品原料市场规模有望达到 32.4 亿元，对应其中 2021-2025E CAGR +12.5%； 2025E-2030E CAGR +6.9%。

图 12：肽类化妆品原料市场规模（亿元）及增速



三、活性肽化妆品原料国内竞争格局相对分散

CR5 市占率 19.3%。据弗若斯特沙利文数 据（转引自湃肽生物招股书），以出厂价口径计算，2021 年中国多肽化妆品原料市场市占 率前五分别是湃肽生物 6.9%、维琪科技 5.6%、健元医药 3.2%、瑞德林生物 1.9%、国肽 生物 1.8%，CR3 为 15.7%，CR5 为 19.3%。我们预计，未来随着多肽研发、制备工艺迅 速发展和护肤市场需求的上升，头部企业有望不断夯实自身技术壁垒、丰富产品种类、拓 展应用领域、巩固并持续开拓客户资源，实现市占率的提升。

国内应用肽类成分的化妆品备案数逐年上升，同比增速高于美妆个护大盘。据美业颜 究院数 据，2015-2021 年国内应用肽类成分的化妆品备案数逐年上升，折合 CAGR 为+27.6%，复合增速高 于同期美妆个护大盘水平。2020-2022 年，受疫情、消费意愿降低以 及化妆品新规出台提升产品 备案门槛等多因素影响，国内应用肽类成分的化妆品备案数同 比增速下滑，2020 年、2021 年国

内应用肽类成分的化妆品备案数分别为 8.03 万个、8.99 万个，分别同比+6.9%/+12.0%；2022 年首次出现下跌，同比-13.2%。

四、肽类原料在护肤品中的备案数占比提升

国内品牌肽类成分应用快速提升。据美业研究院数据，分品类看，护肤品中含肽类成分的数量比重逐年提升，2022 年占比达 27.1%，同比+1.3pcts；彩妆和洗护类中含肽类成分的数量占比尚小，2022 年占比分别为 3.6%、2.0%，未来提升空间广阔。

含肽类成分的产品销售额居前，30+岁、高购买力人群更偏好含胜肽成分产品。据《2023 全球超级成分趋势白皮书》（天猫国际，天猫新品创新中心，KANTAR）数据，面部精华类化妆品中，含肽类成分的产品销售额位列第四，30+岁、高购买力人群更偏好含胜肽成分的护肤产品。

乙酰基六肽-8 应用遥遥领先，十肽-4、精氨酸/赖氨酸多肽、蓝铜胜肽等发展迅速。据美业研究院数据，乙酰基六肽-8 是化妆品中最常用的肽类成分，2022 年备案数以 27000+ 排名第一，备案数二、三名分别为寡肽-1、肌肽。十肽-4、精氨酸/赖氨酸多肽、蓝铜胜肽（三肽-1 铜）三种肽类原料下化妆品备案数 2015-2022 年 CAGR 居前，对应分别为 +131.3%、+92.9%、+52.2%。

五、各品牌均推出含肽类成分热门产品

国际品牌肽类成分普遍添加单一，本土品牌肽类成分相对多样性添加。1) 国际品牌产品普遍仅含单一肽类成分，如欧莱雅复颜复合视黄醇抗皱精华液、复颜精纯维 C 紧致精华液仅含乙酰基二肽-1 鲸蜡酯，起舒缓功效；海蓝之谜沁润修护精萃水仅含乙酰基六肽-8，起抗氧化功效；雅诗兰黛特润修护肌活精华液仅含三肽-32，起抗衰功效。2) 本土品牌产品普遍含多种肽类成分，以乙酰基六肽-8、棕榈酰三肽-5、三肽-1 铜等为主，主要起到抗氧化、抗衰、保湿功效。

第四节 生物活性肽：重要活性分子，类别丰富，结构决定功能

一、肽：氨基酸缩合化合物，生物体重要活性物质

肽通常是指由两个或两个以上氨基酸通过肽键（酰胺键）缩合而形成的化合物，是生物体内一类重要的活性物质。肽分子中的每一个氨基酸部分称为氨基酸残基，开链状的肽的自由氨基一端称为肽链的氨基端，又称为 N 端或 H 端；另一端则称为羧基端，又称为 C 端或 OH 端。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/725320032120011220>