



# 谷雨：科技为本、文化为基、责任为要 奋力书写国货品牌高质量发展新篇章

在国货美妆品牌不断崛起的当下，根植于传统文化土壤、成长于科技创新浪潮的广州谷雨生物科技有限公司（简称“谷雨”），正以扎实的科研根基、诗意的美学表达和可持续的社会责任实践，勾勒出谷雨品牌的成长路径，也为更多国货品牌迈向高质量发展提供参考。

从攻克原料技术难题，到“诗意美学”的品牌表达，再到空瓶回收利用再造环保课桌椅的公益实践，谷雨不仅锻造了品牌实力，还传递了品牌温度。

## 科技为本，夯实科研技术底座

作为专注光甘草定应用研究的国货护肤品牌，谷雨以自主研发为驱动，构建起“原料自研—配方创新—功效验证”的全链路科研体系，在美白赛道实现关键性突破。谷雨自主研发美白原料“极光甘草”，依托熔融结晶提纯技术专利，将光甘草定的纯度提升至99%，并通过独创的28纳米脂质体包裹技术与靶向递送体系，将透皮吸收率提高3.4倍，整体美白效果提升8.4倍。在功效护肤领域，谷雨同样表现亮眼，攻克稀有人参皂苷CK低转化难题，将稀有人参皂苷CK的含量提升超2000倍，并稳定应用于产品中，成为谷雨提升产品竞争力的关键突破口。此外，谷雨还持续拓展美妆护肤产品原料库，布局紫檀芪、青海湖嗜盐菌多因等特色产品原料，构建以科研驱动为中心的产品体系。

科研不是短跑比赛，需要长期坚守。谷雨以原料创新打底，以效果试验立标，以产业链布局为支撑，以科技之力夯实品牌底座，助力更多国货美妆品牌从“制造”迈向“智造”。

## 文化为基，创新品牌文化表达

谷雨以二十四节气中的“谷雨”为名，寓意“雨生百谷，润物无声”。谷雨将中华优秀传统文化与现代审美表达创

新结合，构筑“诗意美学”。融合诗意、自然、科学，创新打造的谷雨字体舒展、秀丽、独特。在产品瓶型设计上，谷雨从南宋官窑青釉纸槌瓶中汲取灵感，提出并实践“东方器物”这一设计理念，采用原木瓶盖、柔和釉感瓶身的设计，让产品传递传统文化意韵，探寻人与自然和谐共生之道。谷雨品牌文化的表达还体现在持续的跨界合作上。谷雨与敦煌市博物馆合作推出联名系列，将文化符号融入护肤产品，通过年轻化、生活化的表达方式，吸引更多消费者关注中华优秀传统文化。

同时，谷雨还举办文化交流活动，通过汉服体验、书法拓印、非遗灯笼制作等互动环节，为更多消费者了解中华优秀传统文化搭建桥梁，致力于让“中国美”走进更多年轻消费者的心中。

## 责任为要，将可持续理念融入品牌公益实践

2024年，谷雨联合爱回收平台发起“雨木共生计划”，将空瓶回收进行资源化、集中式处理，再造为环保课桌椅。消费者投递的废弃瓶身以及谷雨专利原木瓶盖，经过专业分拣与重塑技术，被二次加工为课桌椅，实现资源化利用。2024年，该项目吸引超10.8万人次参与，累计回收空瓶4171公斤，首批205套环保课桌椅已完成交付，落地广东韶关大坪小学，切实改善乡村学校教学条件。这次环保公益尝试，也是谷雨将“产品生命周期管理”延伸至教育、生态和社会领域的具体实践。谷雨致力于通过公益实践活动，构建可循环的生态系统。2025年4月18日，谷雨正式发起“雨木共生2.0”活动。该活动覆盖27个城市、3.1万个回收终端，在以谷雨专利原木瓶盖再造课桌椅的基础上，探索将谷雨包装进行二次利用，再造成课本捐赠给希望小学，打造谷雨品牌公益IP。除了环保回收，谷雨还积极推动光果甘草在新疆广泛种植，通过科技引领和产业带动，帮助当地优化产业

结构，促进农民增收。

从消费者身边的微光行动，到改善乡村地区教育教学环境；从原料基地的可循环生态，到突发灾情时的守望相助，谷雨始终以实干积蓄公益之力，以行动诠释品牌责任与担当。

以科研为锚点，让产品站稳美白护肤赛道；以文化为根基，让品牌文化与消费者产生情感共鸣；以责任为基石，让企业价值延伸至更广阔的社会场景。未来，谷雨将持续加强科技创新，拓展东方美学的表达维度，常态化运营“雨木共生计划”，构建可持续发展的产业生态，书写国货品牌高质量发展新篇章。

数据来源：广州谷雨生物科技有限公司

