



潮新闻 (2026-05-14)

BOP 波普专研 CBE 展人气旺的背后，六年进化从“口腔美妆化”到“生物科技派”

潮新闻客户端 记者 刘莞信

5月12日，第30届CBE中国美容博览会在上海新国际博览中心开幕。在口腔护理品牌云集的W3馆中，BOP波普专研的展位成为当之无愧的“人气王”——前来咨询、体验、洽谈合作的渠道商、红人和消费者将展台围得水泄不通。这一火爆场面，只是BOP近年来市场势能的一个切面。从2019年以“口腔美妆化”概念切入赛道，到如今凭借抗菌肽核心技术实现累计销售超2000万支色修美白牙膏，BOP在六年内完成了从“颜值派”到“生物科技派”的战略跃迁。

CBE展位人气鼎沸，“抗菌肽”体验区成打卡焦点

“从上午开馆到现在，我们的试用装已经补了三次货。”在W2馆BOP波普专研展位前，一位现场工作人员表示。展位以“生物科技·口腔专研”为主题，设置了抗菌肽成分互动科普区、色修美白牙膏功效体验区以及口腔微生态检测咨询台。前来体验的观众不仅包括来自全国各地的代理商、美妆集合店买手，还有许多专程带着口腔困扰前来咨询的消费者。

CBE作为全球美妆全产业链的商贸价值平台，今年恰逢三十周年，吸引了40多个国家和地区的超8万件新品。在口腔护理这一细分赛道，BOP以“前沿生物科技”标签脱颖而出，成为当之无愧的“人气王”。



从“口腔美妆化”到“前沿生物科技 专为口腔研创”

BOP 波普专研成立于 2019 年。创立之初，创始人捕捉到一个关键洞察：消费者对口腔产品的需求早已超越“刷干净”这一基础功能，他们同样在意愉悦的使用体验和审美表达。于是，“口腔美妆化”理念应运而生。早期 BOP 凭借口喷、漱口水等产品，以高颜值包装、丰富口味和精致实用感迅速打开市场，成为品类爆款。

然而，走过“从 0 到 1”的破局阶段，BOP 团队清醒地认识到：仅有体验感，品牌的长跑能力远远不够。“消费者的关注点终究会回到功效上，能够有效解决口腔困扰的产品才会被长久选择。”品牌负责人表示。

经过六年的市场检验与研发深耕，如今 BOP 的品牌定位已迭代为一句话：前沿生物科技，专为口腔研创。这一转变并非推翻过去，而是在“口腔美妆化”的体验基底之上，将战略重心锚定在生物科技这一最硬核的竞争壁垒上。从“颜值派”到“科研派”，BOP 完成了一次从品类创新到技术定义的升维。



抗菌肽革命：从人体唾液获灵感，登国际期刊、获合成生物奖

BOP 此次战略升级的核心，是一个名为“生物活性抗菌肽”的自主专利成分。据品牌负责人介绍，传统美白牙膏长期依赖高摩擦值颗粒或化学漂白剂，容易破坏口腔菌群平衡，导致牙齿敏感和牙釉质损伤，成为行业难以攻克的痛点。

为此，BOP 携手顶尖口腔专家冯强教授，与山东大学建立联合实验室，从 3240 种抗菌肽中筛选优化，利用基因工程技术从人体唾液中原生抗菌肽获得灵感，开发出专利活性抗菌肽成分。该成分具备三大核心优势：超强抗菌活性、亲和安全性、不易产生耐药性。它能够靶向分解有害菌，在实现温和美白的同时，维护口腔微生态的健康。

这一研究成果于 2025 年登上了国际期刊《Translational Dental Research》，标志着中国口腔护理领域的原始创新获得了国际学术界的认可。截至目前，BOP 已持有 23 项独家专利、发表 20 余篇国际学术论文。

2026 年 4 月，BOP 生物抗菌肽成分荣获第四届合成生物学产业博览会“合美之星·生物科技赋能口腔护理创新成分”荣誉。评委会认为，该成分依托合成生物技术创新研发，以生物活性、温和抗菌、口腔微生态友好为核心优势，在推动生物制造成果产业化、引领口腔护理从化工向生物科技升级方面具有标杆价值。



色修美白牙膏累计销售超 2000 万支，美白细分赛道引领者

任何技术创新最终都要接受市场的检验。BOP 的抗菌肽系列牙膏中最具代表性的“色修美白牙膏”，截止到 2026 年 5 月已累计销售超过 2000 万支。这一数字不仅在美白牙膏细分赛道遥遥领先，也直观证明了消费者对“生物科技美白”方案的认可。

从电商平台大促表现来看，BOP 在 2025 年“618”和“双 11”期间均位列口腔护理国货品牌前列，其中色修美白牙膏多次登上天猫美白牙膏热销榜 TOP3。在抖音、快手等内容电商平台，BOP 通过“口腔微生态”“温和美白”等科学传播内容，配合红人测评，实现了品效合一的爆发式增长。

品牌负责人透露，目前 BOP 已形成以抗菌肽系列为核心的多功效产品矩阵，涵盖美白色修牙膏、清新牙膏、专研修护牙膏以及抗糖防蛀儿童牙膏等，分别针对外源性牙渍、口腔异味、牙龈上火、牙齿敏感、儿童口腔分龄护理等国人高频痛点。



在 CBE 展会现场，BOP 还预告了下一阶段的研究方向：基于 AI 辅助的口腔微生态精准干预技术，以及针对医美术后口腔护理的新品管线。这意味着，BOP 正从单一的牙膏品牌，迈向以生物科技驱动、覆盖全口腔健康场景的科技公司。

品牌负责人最后对记者表示：“科研实力决定了产品能够走多深，而体验决定了产品能够走多远。我们会继续坚持‘前沿生物科技，专为口腔研创’，让专业护齿这件事变得更加值得、更加愉悦。”可以预见，在千亿口腔护理赛道上，BOP 波普专研正从一颗耀眼的新星，成长为不可忽视的重塑者。