

護甲液/灰指甲競品分析

[競品分析表連結](#)

灰指甲產品認證

如需申請，美甲公會如何配合銷售：
因銷售具備醫材商登記資格，美甲人員**只能協助推廣或介紹**，其餘交易、出貨需由具備**醫材商**登記資格。

需整理經銷商：
1.數量
2.有無醫材商資格→協助輔導

保養品

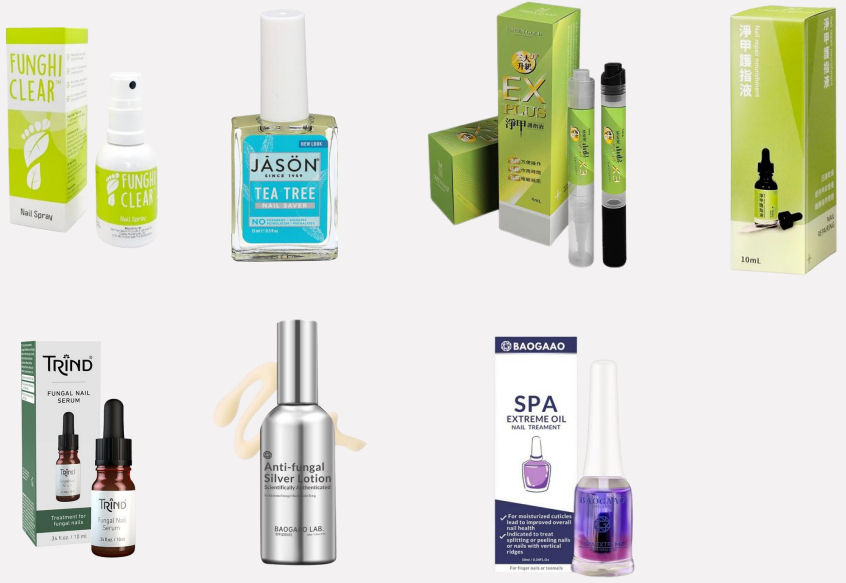
第一級醫療器材

藥品

無認證

衛部醫器輸字

衛部藥輸字



第一級醫材查驗登記（審查）：15,000
第一級醫材查驗登記（證照）：1,500
醫材商新設登記：1,500
總計費用約：18,000

只能宣稱清潔、滋潤、柔膚等日常保養功能，不能宣稱治療、預防或改善疾病

可宣稱其具有輔助、輔具、矯正或監測疾病或生理狀況等效果

可宣稱其具有治療疾病、預防疾病、改善疾病症狀、調節生理功能等效果

FunghiClear 荷蘭

產品名稱：護甲噴霧

成分：含茶樹油、尤加利油、薰衣草精油、麥蘆卡精油

特色：荷蘭原裝，噴霧型設計使用方便，氣味清新，無藥性

用途：舒緩甲面環境、日常保護與抗菌、減少異味與發黃

許可字號：無，僅供日常保養宣稱

產品定位：歐洲研發，天然植物配方噴霧型護甲液，適合灰甲保養與日常抗菌修護

規格：50ML ➡ 容量最大

售價：1,500元

售價/ML：30元 ➡ 價位倒數第二低

Q:50ML量化為每天壓幾次,可以用幾次



Benefit(使用好處)

- 簡單噴抹，日常防護：噴霧式使用快速便利，可有效抗菌、防止指甲發黃與異味，適合日常護理。
- 天然無藥性，敏感可用：不含藥性與人工添加物，孕婦、糖尿病患者、敏感膚質皆適用。
- 多部位使用，維持清爽：除指甲外，也可噴於鞋內、襪子等處，改善濕氣與異味問題。

Feature(產品特色)

- 上下雙向噴頭設計，使用更靈活
- 含有機麥蘆卡精油+薰衣草、薄荷、羅勒等天然複方精油
- 噴後速乾、不油膩，氣味清新
- 50ml 大容量，適合長期使用
- 適合日常保養與灰甲預防

Advantage(優勢說明)

- 使用便捷，無需接觸或工具：噴霧形式更衛生，外出使用也方便。
- 天然配方，提升信任感：強調植物來源，無副作用、使用門檻低。
- 應用情境多元：指甲、襪子、鞋內皆可使用，擴大產品實用性。

Jason Natural 美國

產品名稱：茶樹指甲護理

成分：含茶樹油、芝麻油、杏仁油、維他命E

特色：無人工香料、防腐劑、主打有機植萃

用途：舒緩指甲不適，改善光澤

許可字號：無，僅供日常保養宣稱

產品定位：美國天然品牌，無藥性日常護理

規格：15ML

售價：261元

售價/ML：17元 ➔ 價位最低



Benefit(使用好處)

- 天然溫和護甲方案：採用茶樹油、杏仁油、芝麻油等天然植物油，溫和保養指甲，適合每日使用。
- 滋潤指甲與指緣，改善乾裂：富含維他命 E，可有效滋養乾燥指甲與指緣，提升甲面光澤與彈性。
- 純素、有機配方，安心無負擔：無人工香料、防腐劑，符合對天然、純淨護理產品的需求，敏感膚質也能放心使用。

Feature(產品特色)

- 含茶樹油、芝麻油、杏仁油、維他命 E
- 主打天然植萃與無藥性成分
- 無香料、無防腐劑，純素認證
- 滴管瓶設計，方便控制使用量
- 15ml 小容量設計，適合隨身攜帶

Advantage(優勢說明)

- 強調天然與無毒性成分：適合偏好無藥性、純素產品的消費者，在日常護理市場具有差異性。
- 價格親民，日常使用無負擔：單價與每 ml 價格均為競品中相對低價，吸引大眾入門使用者。
- 美國品牌背景與純素形象：品牌形象建立於有機與天然護理領域，對注重生活品質與環保理念者具吸引力。

Green Gold 台灣

產品名稱：[EX PLUS 淨甲護指液](#)

成分：含茶樹油、尤加利等植物精華

特色：強調天然植萃保濕定位

用途：舒緩甲面環境、日常保護與抗菌、減少異味與發黃

許可字號：無，僅供日常保養宣稱

產品定位：天然植萃滋潤，維持／強韌甲面健康

規格：4ML ➡ 容量最小

售價：179元

售價/ML：45元



Benefit(使用好處)

- 改善甲面粗糙與乾裂：富含天然茶樹油與尤加利精油，具抗菌特性，有助於修護乾裂、脆弱指甲。
- 日常滋養，強韌指甲：天然植萃成分協助維持甲面健康，適合日常保養與預防指甲分層斷裂。
- 輕薄質地，使用方便：小容量包裝，方便攜帶，滴管式設計易於控制用量，適合快速局部護理。

Feature(產品特色)

- 含茶樹油、尤加利油等天然植萃精華
- 強調天然、不含藥性配方，無人工香料或防腐劑
- 滴管瓶設計，便於精準塗抹於甲面
- 4ml 精巧包裝，適合隨身攜帶應用

Advantage(優勢說明)

- 專注天然簡配方，吸引敏感族群：不含藥性與化學添加，適合注重自然保養理念的消費者。
- 清爽不黏膩質地，強化使用體驗：較部分油膩型護甲液更適合手部活動頻繁者，適用辦公與外出族群。

TRIND 荷蘭

產品名稱：適樂甲修護液

成分：含角蛋白、奈米雙脂粒、尿囊素、植物精油等

特色：沙龍級專業保養品牌，專利角蛋白修護

用途：改善脆弱、敏感甲面，日常保養修護

許可字號：無，僅供日常保養宣稱

產品定位：歐系專利技術，修護敏感脆弱甲面，注入角蛋白及水潤精華

規格：10ML

售價：1,180元

售價/ML：118元 → 價格最高，並高於「醫療器材類型」，且以「保養類型」需求度最高



Benefit(使用好處)

- 修護敏感脆弱甲面：富含角蛋白與水潤成分，有助改善乾燥、分層、斷裂等指甲問題。
- 強化保濕與彈性：配方設計能滋養甲面並提升指甲柔韌性，減少斷裂機率。
- 日常護理同步沙龍級體驗：適合居家日常保養，也能作為美甲後的護甲修護方案。

Feature(產品特色)

- 含角蛋白與奈米雙脂粒，有效補充指甲結構所需成分
- 複合保濕配方，添加尿囊素與植物精油，提升滋潤效果
- 荷蘭沙龍品牌背景，具專業保養定位，品質穩定

Advantage(優勢說明)

- 專利角蛋白技術：加強指甲自身修復力，與一般僅滋潤型產品區隔明顯。
- 針對敏弱甲面設計：訴求醫美後或長期指甲受損者的修護需求。
- 專業沙龍品牌信任感：TRIND 為歐洲指甲護理專業品牌，在專業美甲市場具有知名度與使用口碑。

BAOGAAO 德國



產品名稱：LAB微銀指甲更新修護乳

成分：含銀、甘草酸銨、B-葡聚醣、乳酸鈉等

特色：德國原裝、微銀淨甲配方，全面防護修護

用途：改善灰黃問題甲，修護機能強化

許可字號：無，僅供日常保養宣稱

產品定位：德國微銀科技，潔淨淨甲、修護同時防護；含甘草酸銨等成分

規格：30ML

售價：1,480元

售價/ML：49元

Benefit(使用好處)

- 有效修護甲面異常：針對乾裂、灰黃、粗糙指甲設計，日常使用可明顯改善甲面狀態。
- 提升指甲與甲周防護力：結合抗菌與舒緩成分，有助於日常清潔與防護保養。
- 使用感溫和不刺激：成分親膚，無刺鼻味、不刺激，適合長期護理需求。

Feature(產品特色)

- 採用微銀科技，協助淨化甲面環境
- 添加甘草酸銨、乳酸鈉等舒緩修護配方
- β-葡聚醣強化肌膚屏障、保濕穩定
- 德國原裝進口，注重成分穩定性與產品品質

Advantage(優勢說明)

- 主打微銀 + 舒緩複方科技：市面少見的銀元素結合甘草酸與乳酸保養設計，修護力與抗菌力同步提升。
- 科研導向配方設計：不同於純天然油類產品，更強調功效性與甲面結構修復。
- 品牌調性專業醫美風格：形象上更貼近專業指甲診所或高端護理需求，吸引重視成效的使用者。

BAOGAAO 德國

產品名稱：8種珍貴精華SPA強化指緣油

成分：荷荷芭油、玫瑰果油、甜杏仁油、橄欖油、葡萄籽油、酪梨油、洋甘菊萃取、維他命E

特色：天然芳香配方，吸收快不油膩，SPA級滋養日常保養

用途：深層滋養乾裂指緣，柔嫩修護，適合日常手部保養

許可字號：無，僅供日常保養宣稱

產品定位：結合8種珍貴植萃精華，強化指甲與指緣肌膚保濕修護

規格：10ML

售價：550元

售價/ML：55元



Benefit(使用好處)

- 深層滋養指緣肌膚：有效舒緩乾燥脫皮、改善倒刺與角化粗糙問題。
- 日常護甲儀式感：吸收快、不油膩，適合辦公桌、化妝台隨時保養使用。
- 增添手部整體美感：指緣光澤度提升，使手部整體看起來更乾淨柔嫩。

Feature(產品特色)

- 含8種珍貴植萃油
- 輕盈質地、快速吸收
- 天然芳香、具SPA療癒感
- 不油膩，適合日常高頻使用

Advantage(優勢說明)

- 成分配置多元且精緻：相較僅單一基底油的產品，強調8重精華綜合功效，提供更全面的指緣保養。
- 定位高端芳療護甲：結合SPA概念與芳香調理，吸引對日常儀式感與精緻保養有需求的消費者。
- 輕感不黏膩使用體驗：打破傳統護甲油厚重油膩印象，更適合頻繁使用且講求舒適度的用戶。

達醫健 台灣

產品名稱：灰指甲專用植萃護甲液

成分：含茶樹油、尤加利油、迷迭香、乳酸

特色：無刺激性局部塗抹，台灣研發

用途：修護厚甲、淡化變色、提升甲面健康感

許可字號：無，僅供日常保養宣稱

產品定位：台灣灰甲專用保養液，植物萃取與乳酸結合

規格：10ML

售價：300元

售價/ML：30元



Benefit(使用好處)

- 日常保養專用：提供非藥性植萃方案，適合輕度灰甲或甲面不健康者作日常護理。
- 改善甲面環境：幫助調理灰黃、變色與異味狀況，提升甲面健康感。
- 局部溫和修護：採用無刺激性塗抹方式，適合敏感膚質或反覆使用。

Feature(產品特色)

- 添加茶樹油、尤加利油、迷迭香等植萃成分
- 含乳酸成分，有助調理甲面環境
- 局部塗抹設計，無刺激性
- 台灣研發配方，適合亞洲人膚質
- 不含藥性，日常可長期使用

Advantage(優勢說明)

- 強調天然植萃與非藥性訴求：適合不敢用藥或預防型消費者
- 設計為無需銼甲的使用方式：減少使用門檻與對甲面損傷

Excilor 捷克

產品名稱：恢甲清覆甲液

成分：含乳酸、碳酸鈉、生物素等酸化與滋養成分

特色：荷蘭專利滲透酸化技術，病甲無需銼除

用途：輔助改善灰甲，美甲保養兼顧

許可字號：醫療器材許可證字號

產品定位：TRANSACTIVE™ 專利滲透技術，酸化甲床改善灰甲

規格：30ML

售價：1,749元

售價/ML：58元 ➡ 「醫療器材類型」價位最低



Benefit(使用好處)	Feature(產品特色)	Advantage(優勢說明)
<ul style="list-style-type: none">• 提升灰甲修護效率：酸化甲床設計有助軟化病甲，促進成分滲透與修復。• 使用簡便免銼甲：不需繁瑣處理程序，塗抹即可作用，降低操作負擔。• 友善敏感族群：配方溫和，孕婦與糖尿病患者也可安心使用。	<ul style="list-style-type: none">• 採用 TransActive™ 專利滲透技術• 成分含乳酸、碳酸鈉、生物素等• 病甲無需事先銼除即可塗抹	<ul style="list-style-type: none">• 獨家技術強化吸收：專利滲透技術為市售產品少見，改善常見「成分無法深入」困擾。• 低門檻日常保養選擇：免銼甲設計搭配親膚成分，降低使用障礙、提升日常續航性。• 適用廣泛族群：特別標示孕婦、糖尿病患者可用，涵蓋多數需護甲保養人群，市場接受度高。

EMTRIX 瑞典原液 / 美國包裝

產品名稱：安啟適覆甲液

成分：含丙二醇、尿素、乳酸、碳酸鈉等

特色：安全配方適孕婦與敏感族群

用途：輔助改善灰甲、酸化甲床、保濕修復

許可字號：醫療器材許可證字號

產品定位：酸化甲床、抑菌保濕，孕婦／糖尿病者可用

規格：10ML

售價：839元

售價/ML：84元 ➔ 「醫療器材類型」價位最高



Benefit(使用好處)

- 改善灰甲與變色問題：酸化甲床配方可協助軟化病甲、還原健康色澤。
- 快速滲透修護甲面：成分具親水性，無需銼甲即可快速滲入甲板作用。
- 適合敏感與特殊族群：無藥性設計，孕婦與糖尿病患者也可安全使用。

Feature(產品特色)

- 酸化與保濕雙效配方
- 免銼甲、免藥性設計
- 瑞典原液、於美國包裝

Advantage(優勢說明)

- 雙重溫和修護力：兼具酸化軟化與滋養保濕，對輕中度灰甲使用者具實質改善效果。
- 友善敏感族群定位：特別標示可用於孕婦與糖尿病患者，強化安心訴求。
- 無需前處理提升便利性：免銼甲的設計明顯降低使用障礙，提升使用意願與回購率。

總結比較

Benefit(使用好處)	Feature(產品特色)	Advantage(優勢說明)
<ul style="list-style-type: none">改善甲面健康、淡化灰甲與變色問題，多數產品強調灰甲保養、甲面恢復自然色澤。如：FunghiClear、Green Gold、TRIND、達醫健、Excilor、EMTRIX。日常護理、提升指甲與指緣保濕力，作為日常保養或搭配美甲後使用。如：Jason Natural、BAOGAAO (兩款)、TRIND。使用簡單、無需銼甲、無藥性，強調溫和、非侵入性使用，降低使用門檻。如：EMTRIX、Excilor、達醫健。	<ul style="list-style-type: none">含茶樹油或植物萃取：幾乎所有產品都以天然植萃為主打成分 (如茶樹、尤加利、薰衣草等)。精華液態設計：多以液態或油狀設計為主，便於滲透與吸收。快速吸收：使用後可以快速吸收，不影響日常活動。	<ul style="list-style-type: none">天然植萃、非藥性配方：幾乎所有品牌都避開藥性，主打安全、無副作用，並強調長期可用。使用簡單、免銼甲：多品牌強調無需前處理，降低使用門檻，吸引日常型與預防型用戶。
<ul style="list-style-type: none">BAOGAAO 精華油：強調儀式感與SPA芳療體驗，提升整體手部美感。TRIND：修護敏感脆弱甲面，結合角蛋白滋養重建功能。Jason Natural：有機植物成分，適合極度敏感或偏好純天然產品者。	<ul style="list-style-type: none">FunghiClear 噴霧型設計：使用時更快速不沾手，適合隨身攜帶使用。BAOGAAO LAB 微銀乳：微銀抗菌科技結合甘草酸鹽，雙效防護與修護功能。BAOGAAO 精華油：含8種複合植萃油成分，提供芳香舒壓體驗。TRIND：奈米雙脂粒 + 角蛋白結構強化修復，偏專業級保養。	<ul style="list-style-type: none">BBAOGAAO LAB 微銀乳：在德國原裝與歐盟成分上建立專業信任。BAOGAAO 精華油：市場上少見結合SPA芳療、儀式感與香氛保養的高質感定位，訴求女性日常生活品味提升。TRIND：沙龍級專業品牌，強化專業保養級形象。
<ul style="list-style-type: none">EMTRIX：適合孕婦、糖尿病者使用，安全性極高。	<ul style="list-style-type: none">Excilor：專利 TransActive™ 滲透技術，直接酸化甲床提升吸收力。EMTRIX：結合丙二醇與酸化配方，無需銼甲，滲透深入、使用極為簡單。	<ul style="list-style-type: none">Excilor：少數擁有專利技術與醫材許可的產品，並使用酸化甲床技術對灰甲有明顯改善機制。EMTRIX：安全配方獲孕婦與慢性病患族群信賴，加上極簡單的塗抹方式，為大眾消費者提供高接受度選擇。

灰指甲市場趨勢說明

大於10萬(已成熟)：該產品或服務已經被廣泛接受和認知，市場已經形成規模
大於1萬(大風口)：搜尋量多、競爭品牌多整個市場都在關注這個品項
6,000-10,000(小風口)：已經有不少人注意到這個產品
3,000-6,000(有潛力的風口)：搜尋量少，但搜尋趨勢往上走成長中的市場

KEYWORDS	VOLUME
灰指甲	33,100
香港腳	27,100
指甲油	5,400
樂指利	4,400
恢甲清	880
安啟適	590
指甲護理	210
trind	170
emtrix	140
達醫健	140
適樂甲	110
baogaao	110
excilor	90
覆甲液	50
愛甲妥	40
護甲液	30
jason natural	20
修護液	10
護指液	10
funghclear	10
ex plus 淨甲護指液	10
護甲噴霧	0
茶樹指甲護理	0
銀指甲修護乳	0
強化指緣油	0

市場趨勢說明：

1. 灰指甲、香港腳，在台灣為“高度需求”的痛點
2. 針對灰指甲產品，可以區分以下3大類

- 保養類型

品牌字：Trind(荷)、達醫健(台)、BAOGAAO(德) 為保養類型定位的主要競爭對手

品類字：指甲護理、適樂甲、護甲液、修護液、護指液

芳麗護甲噴霧：20、FunghiClear：10、護甲噴霧：0 ➡現階段較無知名度

- 第一級醫療器材類型

品牌字：Emtrix(美)、Excilor(捷) 除了樂指例外，為次要產品需求

品類字：恢甲清、安啟適、覆甲液

- 藥品類型

品牌字：樂指利 ➡長期投資電視廣告所累積的品牌聲量

品類字：愛甲妥

屬於處方用藥，無法在線上購買

3. 總結：

- 依照產品類型需求，藥品 > **醫療器材** > 保養，但受限於處方用藥，無法透過網路販售，且在推廣合作上，受限的法規較嚴謹
- 相較於保養品僅供日常保養，醫療器材不但可以宣稱“輔助治療”，「FunghClear」在內容宣傳上亦可同時規劃灰指甲、香港腳的痛點需求
- 保養類型品牌分別以Trind(荷)、達醫健(台)、BAOGAAO(德)聲量較大，相較於「FunghClear」有完整的產品線規劃(非單一商品)，且針對指甲護理不同需求有不同的解決方案，因此，若皆以「保養」為定位出發，FunghClear較無明顯優勢，建議需申請「醫療器材」認證，從單一品類進攻市場較具優勢（如同恢甲清、安啟適）

未取得醫療器材，頁面上只要有暗示“灰指甲”“香港腳”的人也能使用，即違反【藥事法第66條】非藥品或醫療器材不得宣稱疾病名稱，不得以廣告形式「暗示用途」。

保養品

醫療器材

護甲液/灰指甲銷售階段

指甲保養
抑制細菌

灰指甲療效

銷售推廣規劃

- 取得醫療器材認證、販售醫療器材許可證

- 1.售價：官網定價2,000元，其他通路常見的售價為1,100元~1,680元，需先統一單瓶售價，才能針對不同通路做組合售價。
- 2.漲價：增加毛利空間，有更多空間，讓通路做行銷活動，例如：限時買一送一、常態買二送一等。
- 3.宣傳：可作為灰指甲輔助治療的宣傳重點，目前市面上同類型醫療器材相對稀少，如「恢甲清覆甲液」與「安啟適覆甲液」等。而相比之下，芳麗護甲噴霧不僅具備同等功能，更擁有明顯的價格優勢，有助於提升市場競爭力與消費者接受度。

- 外部合作內容規劃

大V、代言人

重點：傳遞產品最強的 USP，塑造記憶點
目的：快速吸睛、強化品牌印象、創造話題擴散

KOL

重點：結合產品功能與生活場景的實際應用
目的：建立信任感，引發目標族群的認同與好感

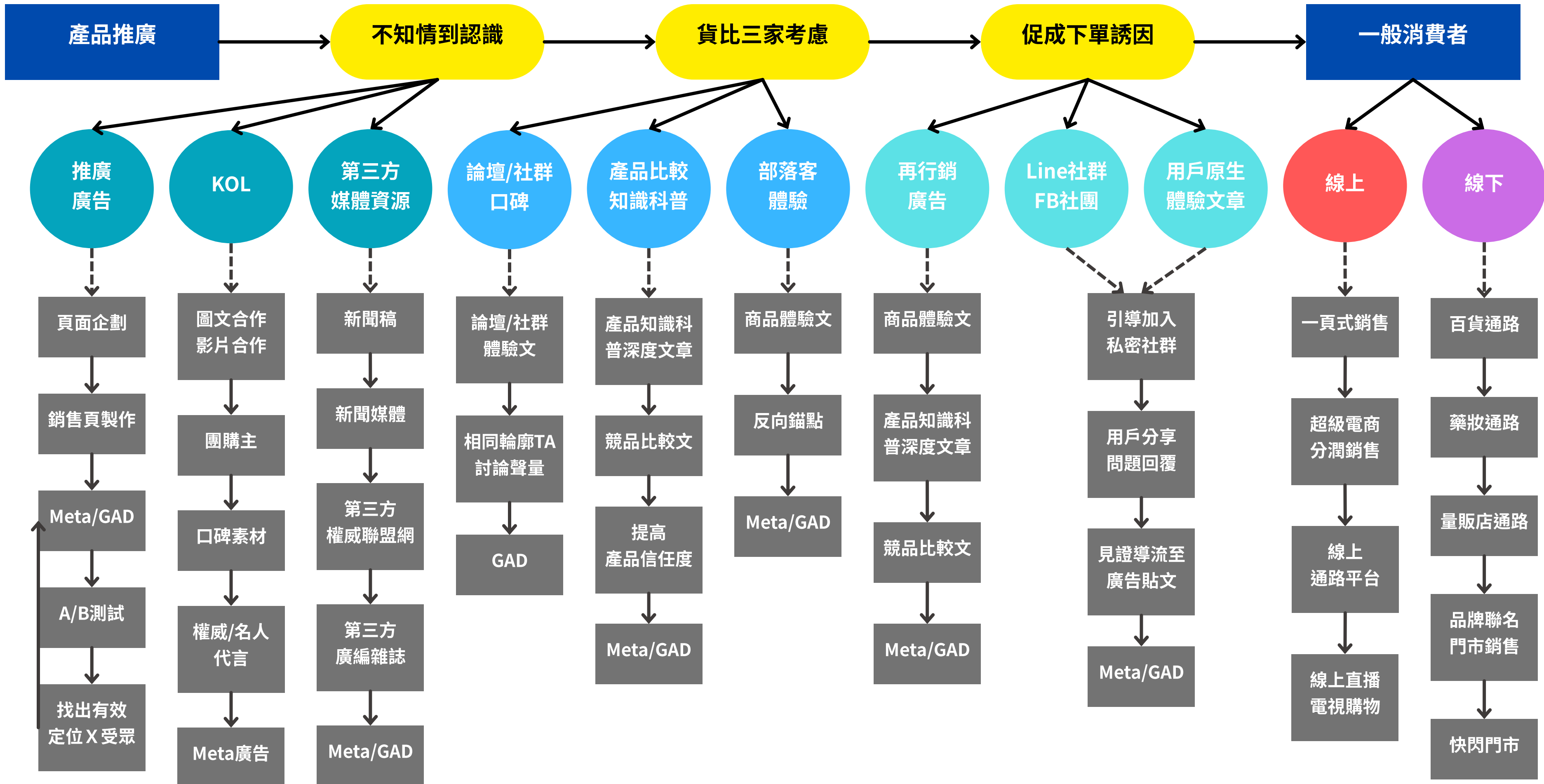
專家

重點：說明核心技術、背後原理與數據驗證
目的：建立品牌專業形象，提高產品可信度

KOC

重點：分享真實使用心得與改變
目的：產生共鳴，促進轉換與口碑擴散

顧客購買決策旅程



芳麗護甲噴霧上線排程

3~4個月

3~4個月

3~4個月

3~4個月

銷售初期

- 醫療器材認證
- 醫療器材商登記
- 競品市場調查
- 產品定位分析
- 受眾定位分析
- 平面攝影企劃
- 平面攝影執行
- 銷售頁面企劃
- 銷售頁面設定
- 異業合作規劃
- KOL人選評估
- 廣告投遞銷售(META/GAD)
- A / B測試調整
- 數位資產建置

內容行銷企劃

客服倉管
營運幫手

銷售中期

- 廣告投遞銷售(Meta/GAD)
- 社群內容經營(FB/IG/THREADS)
- KOL業配合作(FB/IG)
- KOL業配合作(YT)
- 產品認證標章(如FG標章、百大醫生)
- 產品知識科普文(SEO佈局)
- 競品比較文
- 年度計畫表規劃
- 部落客體驗文
- 第三方媒體資源
- 短影音經營(FB、IG、YT、TIKTOK)
- 專家代言人選評估
- 私域流量導流
- 銷售流程內容自動化

內容行銷企劃

客服倉管
營運幫手

銷售中後期

- 廣告投遞銷售(Meta/GAD/Line)
- 團購主合作
- 新聞媒體採訪
- 專家代言
- 論壇口碑操作
- CRM定期經營
- 私域流量經營
- 品牌異業合作
- 線下活動規劃(展場/說明會/體驗)
- 線上通路佈局
- 通路檔期資源
- 平台直播資源
- 電視購物合作
- 小紅書經營

內容行銷企劃

電商平台
運營專員

客服倉管
營運幫手

銷售後期

- 廣告投遞銷售(META/GAD/LINE)
- 線下通路擴點
- 明星代言人評估
- 電視TVC廣告
- 電視節目置入
- 公車廣告
- 戶外廣告

內容行銷企劃

電商平台
運營專員

客服倉管
營運幫手

線下商開
通路業務

人力與任務安排



合作夥伴

- 整合行銷，針對銷售產品提供渠道整合之行銷建議
- 電商網站營運優化、電商網站營運企劃
- 第三方外部合作策略及素材審閱
- 數位廣告透放操作
- 媒體採購決策建議與協助處理相關採購事宜
- A/B測試、營運數據優化調整

緊急必要

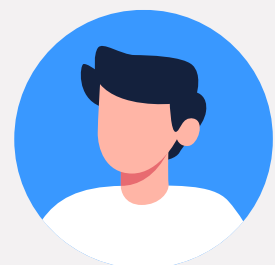


內容行銷企劃

42K~50K

- 官網維護與管理(BN設定、商品頁設定、商品庫存管理、商品上下架、商品資訊)
- 行銷文宣內容撰寫與官網活動推播設定 (LINE@、SMS、EDM)
- 行銷推廣素材規劃(定期活動BN規劃、社群貼文素材等)
- 每月社群內容行銷企劃 (FB、IG、LINE@、THREADS發文排程)
- 私密社群內容企劃、小紅書經營
- 第三方合作企劃提案(含KOL合作)

中期必要



電商平台
運營專員

40K~50K(獎金另計)

- 活動企劃與窗口合作
- 後台管理與定期拉出貨單
- 商品策略與促銷優化
- 跨部門資源整合與流程優化
- 數據監控與績效分析

線下必要



線下商開
通路業務

32K+高額獎金

- 北區、中區、南區至少各需1名業務經理
- 需熟悉百貨公司、藥妝通路、量販店通路
- 需開發美甲合作、相關品牌聯名門市銷售

緊急必要



客服倉管
營運幫手

32K~38K

- 社群貼文留言、私訊維護(FB、IG、LINE@、電話)
- 電商平台訂單出貨作業(出貨管理、售後服務、退換貨服務)
- 商品入庫、分倉管理
- 擔任公司與合作廠商之間傳遞訊息的窗口

可外包
第三方倉儲合作

