

数说美妆*3月

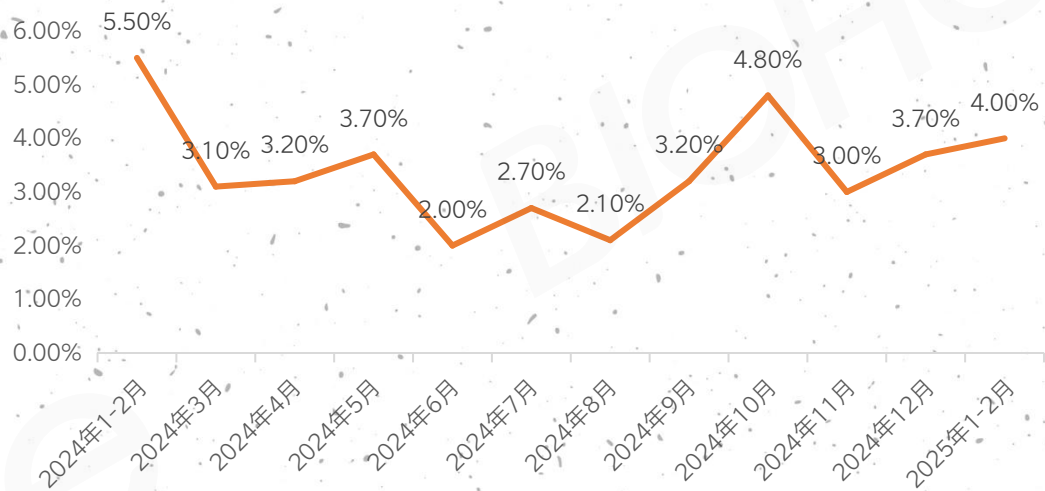
市场总览 细分品类 备案趋势 新原料洞察 新品分析

B I O H O P E

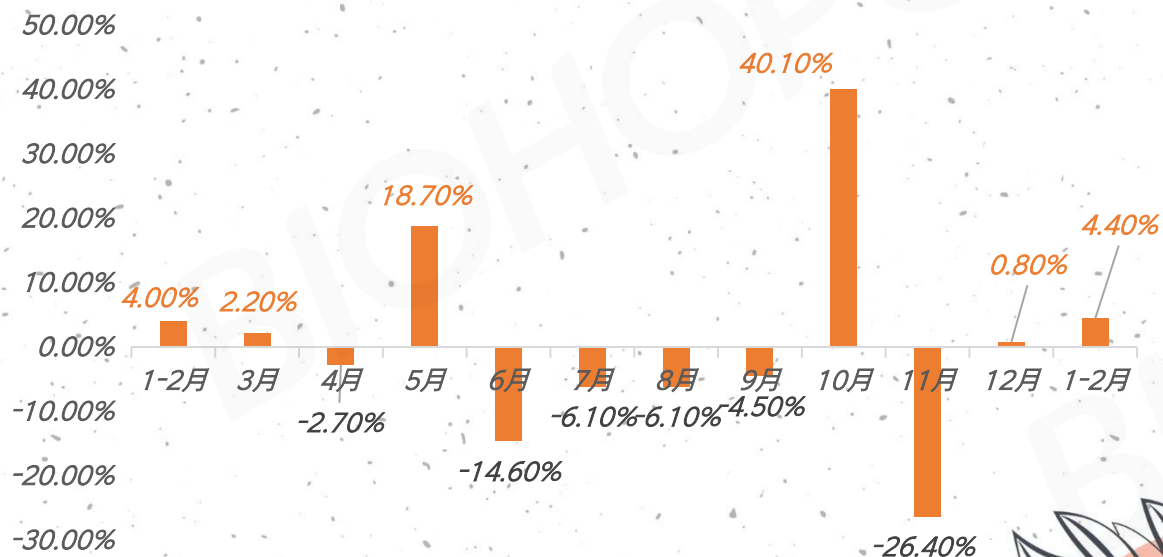
中国消费品市场概况

- 1-2月份，社会消费品零售总额83731亿元，同比**增长4.0%**。其中，除汽车以外的消费品零售额76838亿元，**增长4.8%**。
- 1-2月份化妆品零售额为720亿元，同比**增长4.4%**，同期首次突破700亿元，同比增速略高于整个社会消费品领域，跑赢了大盘。
- 海关数据：我国美容化妆品及洗护用品2025年1-2月进口49936吨，同比增长14.1%；进口金额为173.0844亿元，同比增长3.3%。出口215230吨，同比增长16.1%；出口金额80.2687亿元；同比增长9.5%。

近一年社会消费品零售同比增速

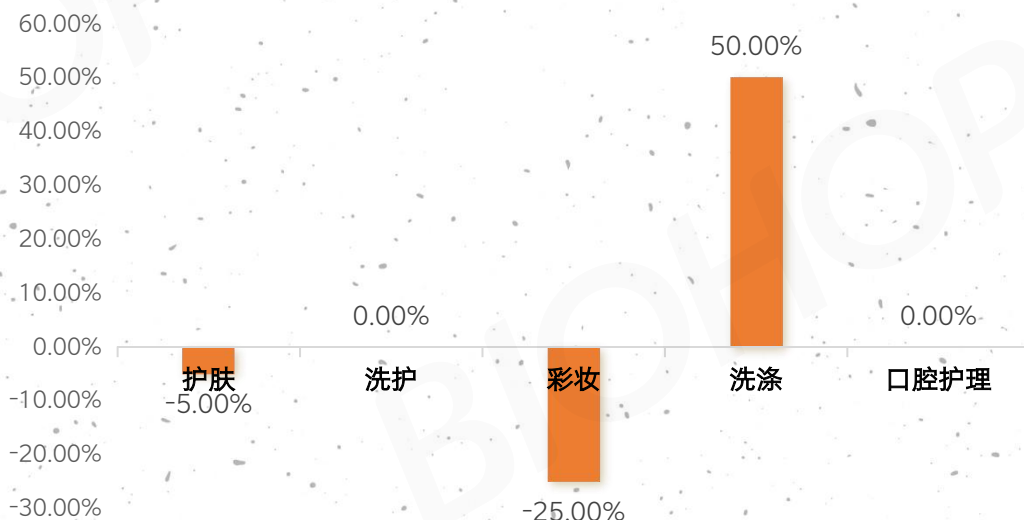


近一年化妆品类零售额同比增速

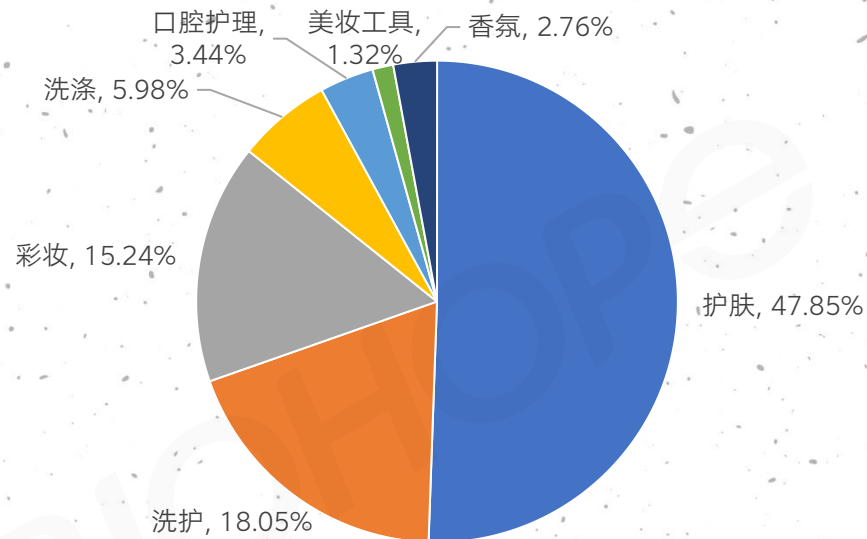


1~2月化妆品淘系线上销售概况

前五品类销量同比率



化妆品淘系线上品类销售额占比

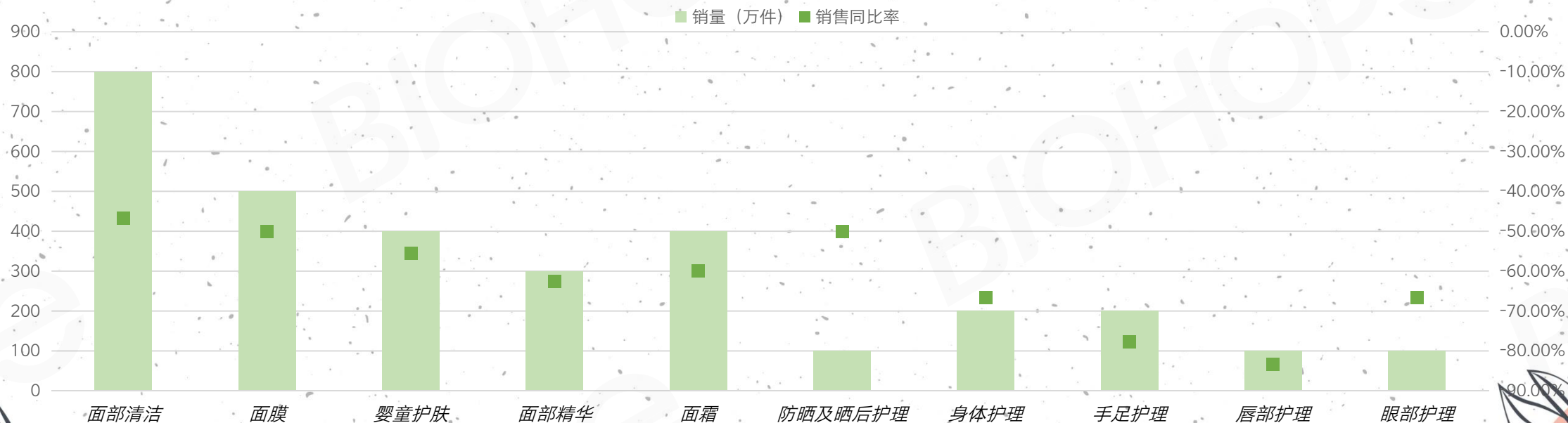


2025年1-2月淘系全品类销售额150亿元，同比去年同期增长50%。其中护肤品类销量与销售额双降，洗护品类销售额上升大盘第二榜单。口腔护理销售额同比增长25%，上升第5榜单。

1~2月淘系线上护肤品类销售概况

- 1-2月淘系护肤品类销量9900万+件，同比约下降10%；销售额150亿+，同比下降15.4%；
- 一级品类中，**T区护理**销量及婴童护肤销量增长快速；T区护理销量80%以上集中在鼻膜品类，婴童护肤其中销量40%为润肤霜，**婴童防晒**品类增长迅猛。

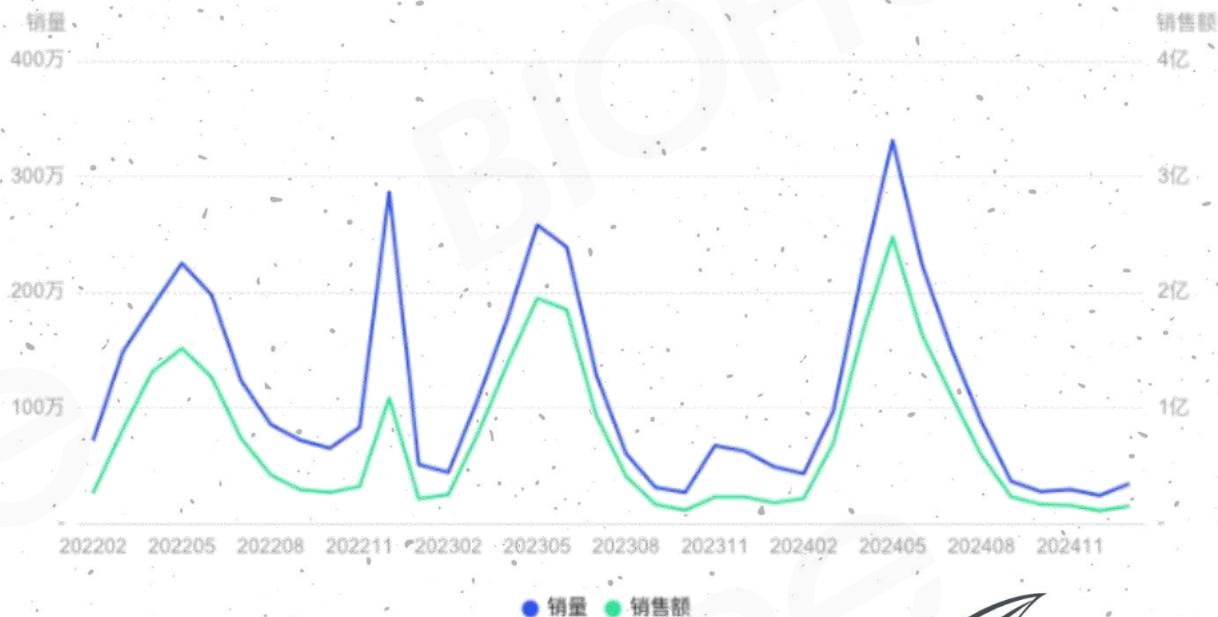
1-2月护肤品类淘系销量分析



婴童防晒意识增强，市场需求显著上升

- 2024年婴童防晒销售额达3.34亿元，占婴童护肤市场份额的12%，位居功效类商品首位。
- 婴童防晒市场近年来呈现出明显的增长趋势，特别是在**春夏季节**，销量和销售额均出现显著的上升。
- 婴童防晒市场的产品种类丰富，包括防晒口罩、防晒伞和防晒衣等，这些产品不仅需要提供有效的紫外线防护，还要考虑到婴童肌肤的敏感性。消费者对婴童防晒产品的安全性、舒适性和便捷性有更高的要求，这推动了市场对高品质、多功能产品的需求。

婴童防晒市场销售趋势



数据来源：炼丹炉大数据

婴童护肤行业热搜词



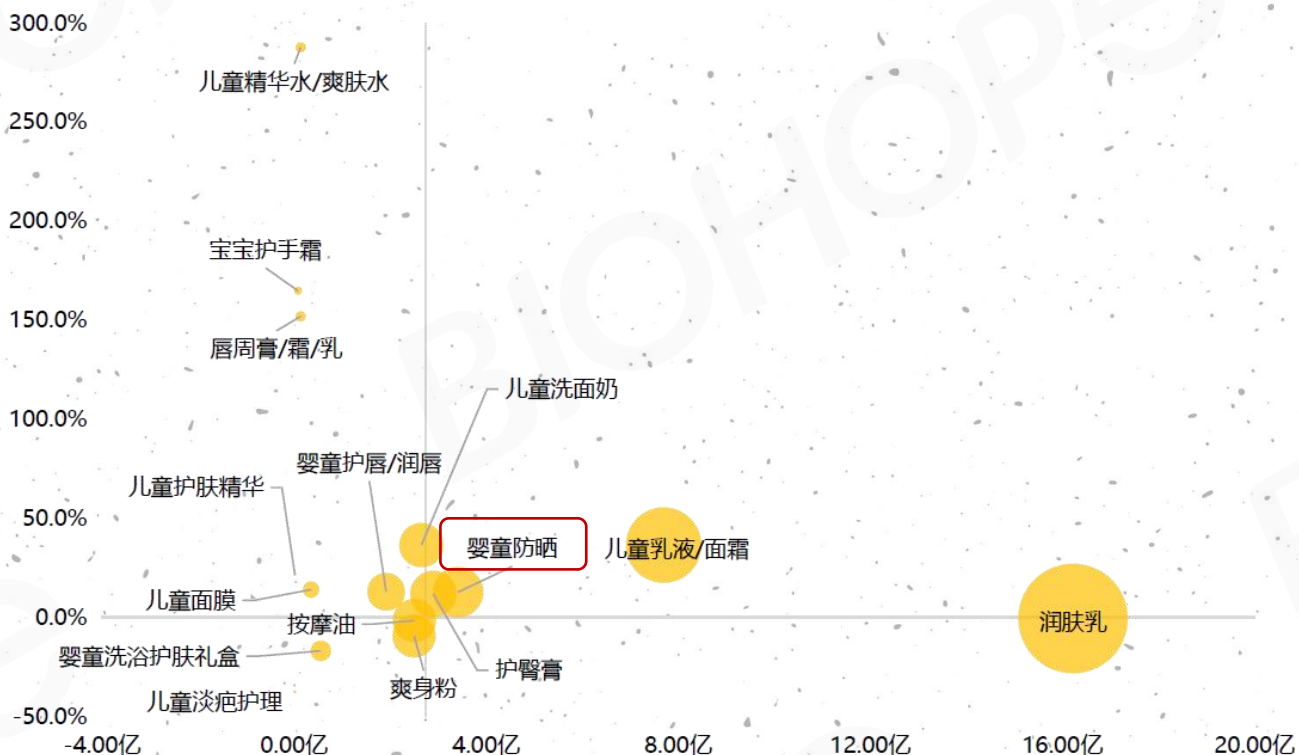
婴童用品行业热搜词



婴童防晒销量仅次护肤品类

天猫渠道中儿童润肤乳的销售额最高16.22亿，占整个天猫婴童护肤39.45%的份额，其次是儿童乳液/面霜，销售额7.7亿元，增速36.3%；紧随其后的是婴童防晒，销售额近3.4亿。

淘宝天猫-婴童护肤细分品类增长情况



淘宝天猫婴童护肤细分品类

天猫类目 (婴童护肤)	类目份额	2024.09MAT 销售额	销售额 增长率
润肤乳	39.45%	16.22亿	-0.8%
儿童乳液/面霜	18.72%	7.70亿	36.3%
婴童防晒	8.31%	3.42亿	12.5%
护臀膏	7.05%	2.90亿	11.6%
儿童洗面奶	6.45%	2.65亿	36.3%
按摩油	6.10%	2.51亿	-1.8%
爽身粉/痱子粉/爽身水	6.08%	2.50亿	-9.6%
婴童护唇/润唇	4.66%	1.92亿	12.7%
婴童洗浴护肤礼盒	1.36%	0.56亿	-17.1%
儿童面膜	0.86%	0.35亿	13.8%
儿童精华水/爽肤水	0.34%	0.14亿	287.6%
唇周膏/霜/乳	0.33%	0.14亿	151.7%
宝宝护手霜	0.20%	0.08亿	164.7%
儿童护肤精华	0.04%	0.02亿	21.6%
儿童淡疤护理 (非药械)	0.03%	0.01亿	-37.7%

数据来源：知行战略咨询《婴童护肤行业洞察》
数据维度：2023年10月-2024年9月

婴童防晒核心消费者需求

安全性

婴童肌肤敏感，家长关注成分安全(如纯物理防晒、0风险成分添加)

功能创新

产品需兼顾防晒效果(如SPF30+/PA+++)与便捷性(如温水可卸、防水防汗)

使用体验

偏好淡香或无香产品，包装设计需考虑儿童友好(如瓶盖防晒提醒功能)

婴童防晒分龄趋势

戴可思防晒怎么选？



	清爽防晒乳	水感防晒露	倍护防晒乳
核心优势	<ul style="list-style-type: none"> 温和安心 敏肌可用 不粘不腻不闷肤 	<ul style="list-style-type: none"> 轻薄透气 不假白 温水可卸 一洗就净 	<ul style="list-style-type: none"> 高倍户外防护 不惧下水暴汗
防晒伤 防晒红	SPF 30 7.5小时抵御	SPF 30 7.5小时抵御	SPF 42 10.5小时抵御
防晒黑 防光老	5 PA++ 倍阻隔	10 PA+++ 倍阻隔	9 PA+++ 倍阻隔
人群	婴儿、儿童	儿童、成人	青少年、成人
适用场景	日常/外出	日常/外出	军训/海边/登山

「更适合宝宝」防晒霜

真安全

① 专利不透皮
敏弱肌安心用

防晒黑

全波段防晒
7.5h长时守护^③

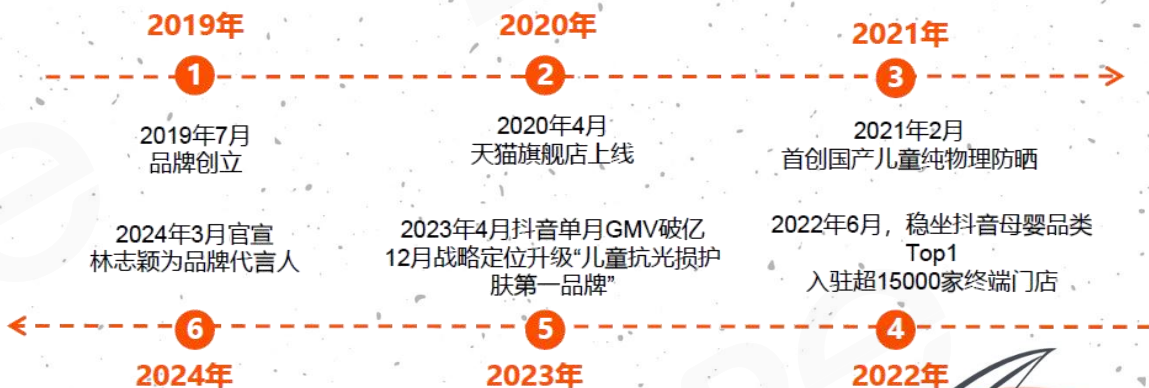
好肤感

3s快速成膜
好推开不假白



海龟爸爸

海龟爸爸创立于2019年，专注于3-12岁学龄儿童抗光损护肤，目前在抖音/天猫婴童防晒类目销量第一，成为婴童护肤这条赛道上黑马。



数据来源：美业颜究院

TOP1爆品	小雪山儿童防晒霜
2024年1-12月阿里销售额	2500万+
功能卖点	温水可卸 安全不闷肤
香型	无香
消费者评价	防晒效果不错

新型趋势：儿童喷雾销售额大涨

现如今，婴童护肤市场正在迅猛发展，产品种类和品种变得多样化，从护肤霜到沐浴露，从面霜到防晒霜，再到防晒喷雾，各种儿童护肤品越来越丰富，这也让消费者有更多的选择权。防晒喷雾这类成人防晒产品，也逐渐出现在儿童市场；品牌需要准确掌握新型婴童护肤产品，抢占新兴市场。



隔水隔汗，温水可卸，
水感清爽，纯物理防晒
SPF30, PA+++



防水防汗，严选雾化粒径
>10微米喷头，精准覆盖，
快速成膜，SPF32, PA+++

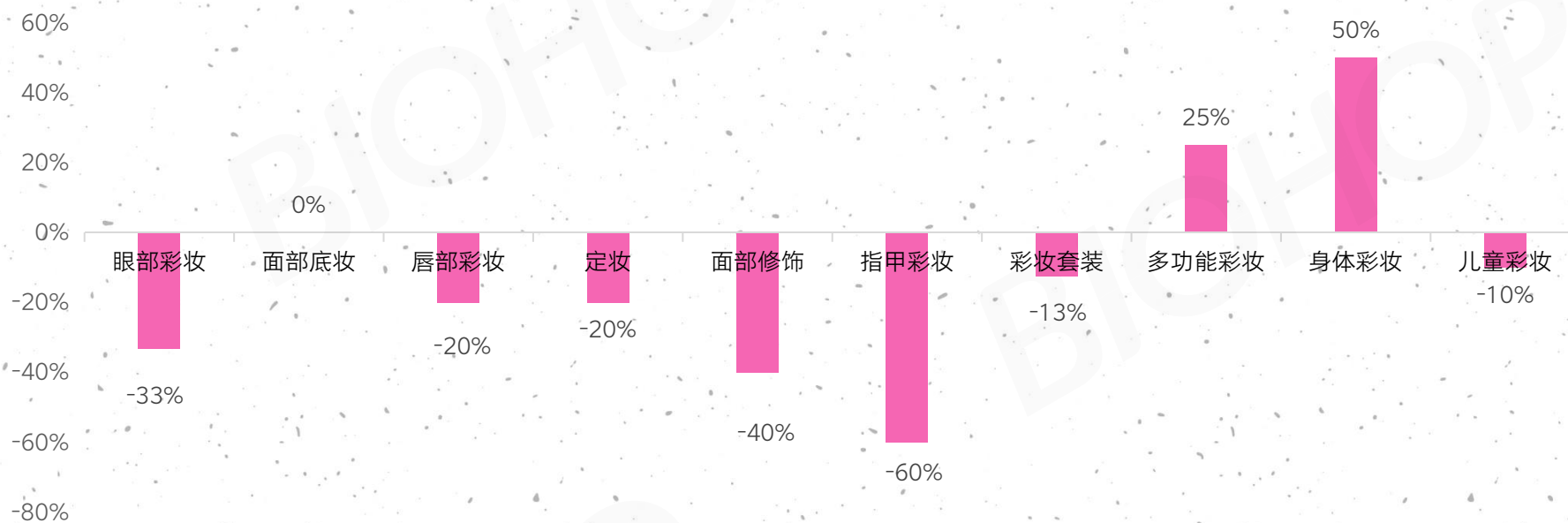


防水防汗，全身可用，
无需卸妆，8H持久防护，
SPF50 PA++++

1~2月淘系线上彩妆品类销售概况

- 1-2月淘系彩妆销售额50亿+同比持平，销量4600万+件同比约下降22.6%；
- **多功能美妆**产品迎合了快节奏消费者的需求，眼部、唇部及面部修饰品类销量受到冲击。**身体彩妆**销量起势，身体彩妆不再局限于传统的简单妆效，而是向全身扩展，强调全身肌肤的艺术化表达。

1-2月彩妆品类淘系销量同比率



身体彩妆越来越注重个性化和艺术性的表达



全身精致与可妆性

身体彩妆不再局限于传统的简单妆效，而是向全身扩展，强调全身肌肤的艺术化表达。金属眼影、腮红及亮片色彩、高光等元素被拓展到颈部、胸部等区域，以打造整体艺术化的视觉效果。这种趋势不仅增加了身体的美感，也极大地提升了个性化的展示。

细节装饰的强化

身体彩妆中，细节装饰如颧骨、脸颊、眼角、眉骨等部位的点缀，使用雀斑、金属碎片、小钻石等元素，成为提升妆容个性和丰富度的重要手段。这些细节不仅能增加妆容的层次感，还能通过独特的视觉效果彰显个人的独特风格。

高光的使用

高光在2025年的身体彩妆中依然是一个重要的元素，尤其是在提升面部轮廓和增加肌肤光泽感方面。金色、银色等闪亮高光被广泛应用于肩膀、锁骨、背部等部位，不仅能修饰肌肤，还能增加层次感，使肌肤在不同光线下展现出动人的光芒。

袋鼠妈妈孕妇身体素颜霜

10S自然焕亮

95.9%养肤精华

易洗卸

舒缓功效



孕期暗沉

妆后色差大

妆感不自然

刺激闷肤

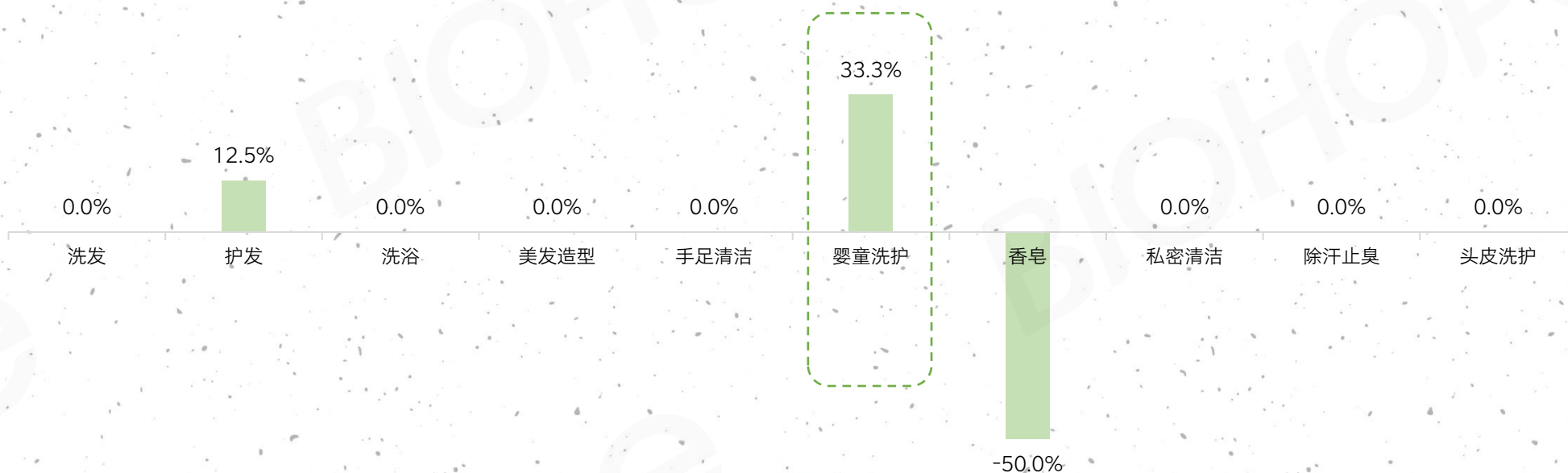
素颜霜市场发展趋势呈现出市场规模持续增长、产品创新推动市场发展、电商渠道助力市场拓展、品牌竞争加剧且差异化竞争成为关键、消费者需求**多样化**且**个性化**产品受追捧以及国际品牌和本土品牌并存且竞争格局多样化的特点。

未来，素颜霜市场将继续保持稳定的增长态势，为消费者提供更多样化、个性化的产品选择。

1~2月淘系线上洗护品类销售概况

- 1-2月淘系洗护销售额59亿+, 同比增长约43.9%, 销量6100万+件同比持平;
- 护发品类增长来自**护发喷雾**, 功效以柔顺、留香为主; MAT2024销售额7500万+, 同比约增长25%;
- 婴童洗护品类增长点在于驱蚊产品及**婴童护发喷雾**; MAT2024销售额8500万+, 同比增长2733%; 春夏季节气温升高, 湿度变化大, 宝宝的头发和头皮容易出现干燥、瘙痒、头皮屑等问题。
- 据欧睿数据显示, 2023年我国婴童洗护市场规模已超320亿元, 2025年预计可达500.41亿元, **年均复合增速可达10%**。

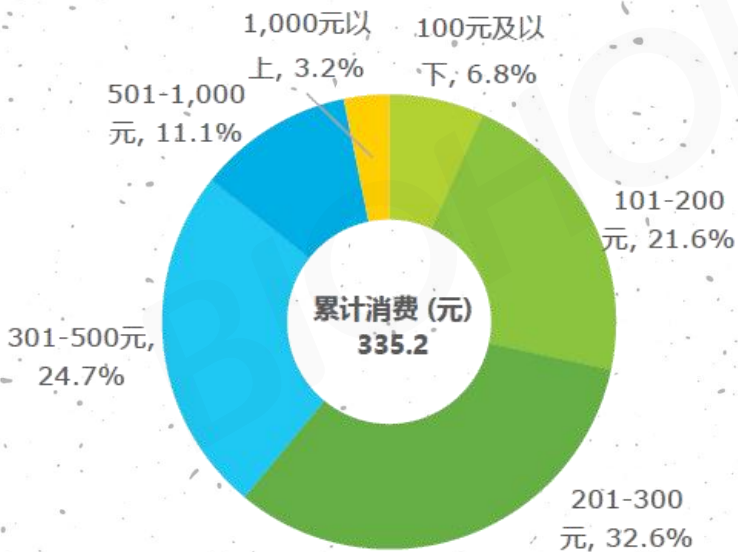
1-2月洗护品类淘系销售同比率%



育儿家庭更愿意在孩子洗护上投入

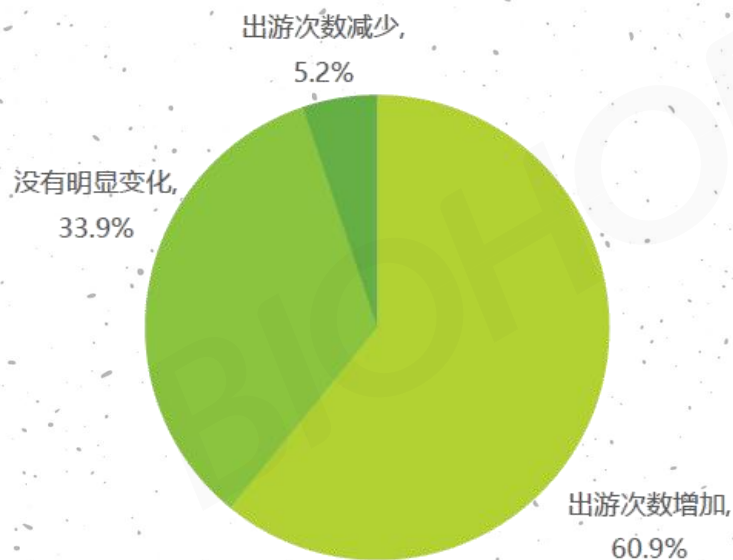
最近三个月，育儿家庭在婴幼儿洗护用品购买上的累计消费约335.2元，00后和95后家庭相对更愿意在孩子洗护用品上投入，以便给孩子更好的呵护，尤其是00后家庭表现尤为明显。后疫情时期防控解除后，亲子旅游需求得到逐步释放，对比2023年，60.9%的育儿家庭表示家庭亲子出游次数有所增加。亲子出游需加强孩子个人卫生防护，预计也会对婴幼儿洗护用品消费带来正面影响。

最近三个月婴幼儿洗护用品累计消费额度



	00后	95后	90后	85后	75后
累计消费(元)	414.3	341.4	321.6	317.9	312.9
TGI	124	102	96	95	93

对比2023年，亲子出游频率变化



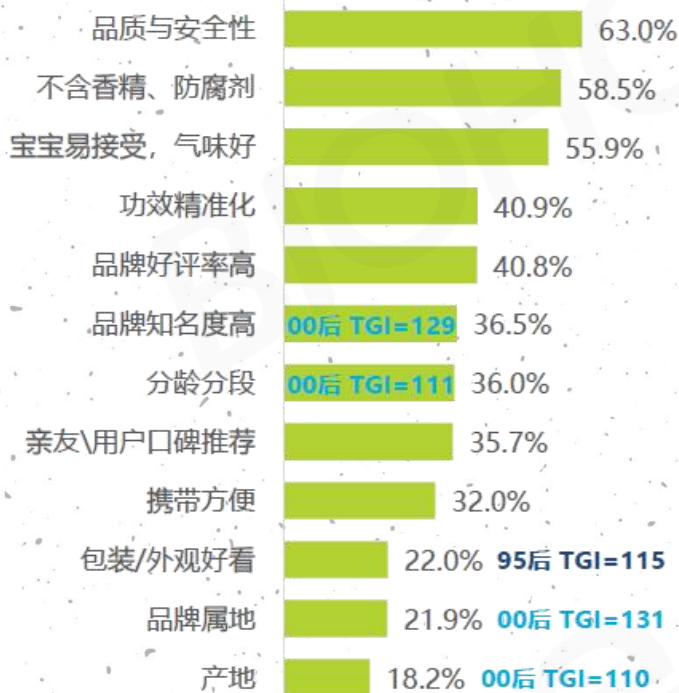
样本：最近三个月有购买婴幼儿洗护用品人群N=709，于2024年10月通过艾瑞调研获得。

样本：最近三个月有购买婴幼儿洗护用品人群N=709，于2024年10月通过艾瑞调研获得。

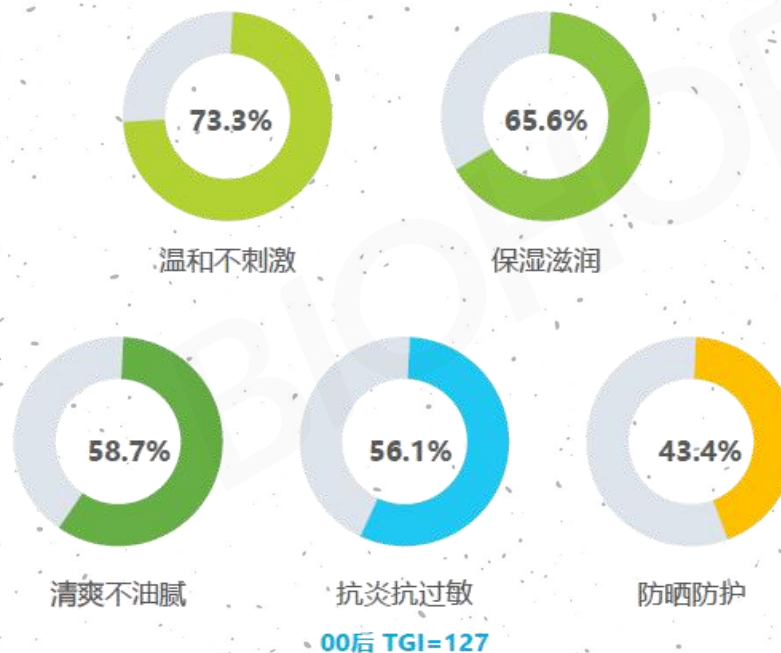
育儿家庭更注重品质安全以及温和不刺激的功能特性

品质安全、不含香精/防腐剂以及宝宝易接受是育儿家庭选择婴幼儿洗护用品的主要关注因素，此外00后家庭会更在意品牌知名度分龄分段、以及品牌属地和产地，95后家庭会更在意产品外观包装美观好看。在婴幼儿洗护用品功能上，温和不刺激是首要关注点，其次是保湿滋润属性，此外00后家庭还会更在意产品的抗炎抗过敏功效。

婴幼儿洗护用品消费关注因素



婴幼儿洗护用品功能关注点



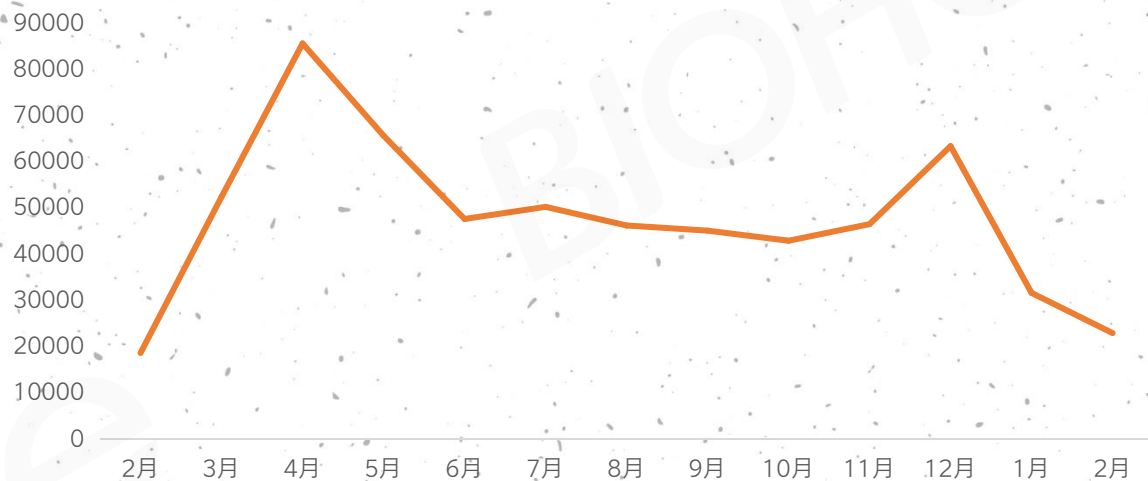
儿童洗护市场消费升级

	hango 汉高青少年顺发护发喷雾	贝德美儿童柔顺护发喷雾	戴可思金盏花免洗顺发喷雾
产品图片			
销售价	¥48.9 200ml	¥39.9 80ml	¥69 100ml
销售额	7500万+	800万+	100万+
功效亮点	抚平毛躁、修护、柔顺、防静电	抚平毛躁、改善干枯、柔顺、防静电	柔顺
概念亮点	免洗、头发洗护、精油喷雾、青少年	水油双相、免洗、头发洗护、精油洗护	3:2水油双萃、免洗、头发洗护、婴幼儿产品
发用调理剂	水解植物蛋白	紫草 (LITHOSPERMUM ERYTHRORHIZON) 根提取物、牛奶蛋白、水解大豆蛋白、水解玉米蛋白、蚕丝胶原蛋白、水解角蛋白	向日葵 (HELIANTHUS ANNUUS) 籽油 伯尔硬胡桃 (SCLEROCARYA BIRREA) 籽油、水解大米蛋白、水解角蛋白 金盏花 (CALENDULA OFFICINALIS) 提取物 毛瑞榈 (MAURITIA FLEXUOSA) 果油

1~2月产品备案概况及备案功效趋势

- 1-2月共计备案5.4万+件商品，同比-8.47%；
- 备案同比增长前三护肤功效：保湿、紧致、抗皱；宣称功效榜：抗衰、滋润、保湿。

近一年备案总数（件）



排行	紧致功效备案成分榜单	排名	紧致功效备案成分榜单
1	透明质酸钠	6	泛醇
2	烟酰胺	7	尿囊素
3	乙酰基六肽-8	8	可溶性胶原
4	羟丙基四氢吡喃三醇	9	精氨酸
5	生育酚乙酸酯	10	水解胶原

备案增长功效原料

植物类

欧洲越桔 (VACCINIUM MYRTILLUS) 籽油

- 使用目的：保湿剂、发用调理剂、润肤剂
- 主要功效：抗氧化
- 主要品牌：阿芙、诺卜、且初
- 富含必需脂肪酸和生育三烯酚。生育三烯酚是维生素E家族的成员，抗氧化功效极强，并且具有卓越的自由基清除剂的功效。INDENA OMEGABLUE®“植物版的EGF”，具有促进角质形成细胞增殖的能力。它可以刺激角质细胞的增殖，从而增强角质层的保护功能，并有助于修复受损的表皮层。

发酵类

酵母菌/木醋杆菌/红茶发酵产物

- 使用目的：皮肤调理剂
- 主要功效：舒缓、抗氧化
- 主要品牌：韩后、苏秘37°、纨素之肤
- 通过红茶发酵过程中酵母菌和木醋杆菌等微生物的共同作用而产生的复杂混合物，能有效抑制皮肤糖化反应，促进脂肪细胞分化，从而达到紧致肌肤、提升皮肤质量的效果。同时，它还具有良好的抗氧化性能，能保护皮肤免受自由基伤害。

备案增长功效原料

海藻类

伸长海条藻 (HIMANTHALIA ELONGATA) 提取物

- 使用目的：皮肤保护剂
- 主要功效：美白、抗衰
- 主要品牌：肌司研、完美日记
- 伸长海条藻提取物来自一种褐藻属、小纽扣状的菌类。含有高浓度的维生素A、C和E以及人体必需的氨基酸和其他矿物质，可用于许多护肤品中，因为它天然具有帮助恢复皮肤水分平衡的能力。奇华顿B-Lightlyl™，是一种以预防和治疗的方式解决色素沉着失调的天然成分。

动物类

水解胎盘（羊）提取物

- 使用目的：保湿剂
- 主要功效：抗老、提亮
- 主要品牌：优理氏、丁家宜
- 从怀孕的山羊胎盘中提取出的一种生化活性物质，蕴含皮肤细胞所需的蛋白质、氨基酸、矿物质、维生素和生物活性物质，其本质是一种多肽蛋白质物质，可以加速肌动蛋白、弹性蛋白及胶原蛋白的大量生产，可以淡化皮肤细纹并延缓肌肤衰老，缩小皮肤毛孔，恢复肌肤光泽，让肌肤细致无瑕。

市场新品

逐本睡眠精油喷雾

六种植物精油复配，宣称可松弛紧绷的身心，温柔助眠

✦ 包装特点

纳米级细密雾化喷头，出雾细腻均匀，不易湿枕润色，轻巧便携。

✦ 产品解读

当前中国睡眠障碍问题已成为影响超3亿人的公共卫生挑战，其中生活压力（57%）与工作压力（56%）被列为最主要诱因。这一背景下，助眠喷雾市场呈现爆发式增长，规模从2018年的170.67亿元增至2019年227.56亿元，预计2024年将突破314.12亿元。此类产品的需求增长与消费者对非药物干预方案的偏好密切相关，尤其针对轻度失眠或需短期缓解焦虑的人群。

○ 创研银河六律睡眠精油

薰衣草、檀香、乳香、茉莉、红桔、当归
六种精油复配出温柔枕边香
恬静花草香调，松弛紧绷的身心
如无形的阿贝贝哄你进入温柔梦境



@逐本

市场新品

一页青春清润防晒摇摇乳

钻研 - 双重成膜科技，宣称多维防护不留死角

★ 产品理念

防晒力与肤感无法兼顾，日常出行、户外运动、活动军训，青少年更易晒黑/晒红/晒伤。一页推出针对青少年油痘肌设计的防晒霜，旨在边防晒边养肤。

★ 产品解读

。近年来，青少年护理市场异军突起，备受瞩目。传统婴童品牌纷纷布局，先后增设青少年专属护理产品线。其中，清洁类产品，比如洁面、洗发沐浴等是品牌入局的首选品类。

防晒特证由于获批难度大、周期长，进入门槛相较于其他品类更高。目前市面上宣称青少年可用的产品以婴童防晒为主，为青少年专用的防晒产品则较为稀缺。一页品牌推出青少年钻研功效防晒，主打防养合一，除了添加温和植萃舒缓晒后不适，还针对青少年易出油长痘的肌肤特性，通过防护控油科技减少肌肤出油，实现控油效果；同时，采用微球体空气分散科技让防晒颗粒分布更均匀，使用感更清爽。

触肤无感¹ 隐形防护

双膜速防晒 青春不黑化

PA+++
SPF 50+
(浴后SPF31)

敏肌
适用



市场新品

谷雨光能复原修护冷霜

搭载四相修护体系，宣称即时降温5°C，专为特殊美容项目研发

产品特点

- 1) 搭载四相修护体系，添加依克多因、β-葡聚糖、神经酰胺NP和羟基积雪草甙，宣称内外兼修护，外护屏障，内塑稳态，研发灵感源于PDRN三文鱼水光项目；
- 2) 添加独家自研-极光甘草，搭载熔融结晶提纯专利技术，光甘草定纯度高达99%，宣称提亮淡色沉；
- 3) 搭载28纳米包裹体制备专利技术和靶向递送技术，宣称深入渗透，不易反黑；
- 4) 独特冷霜质地，宣称一抹降燥热。

包装特点

采用卡片式次抛包装，独立封装更卫生，轻巧便携，项目后随时可用。

产品解读

谷雨在2025年1月与新型生物材料与高端医疗器械广东研究院达成合作，宣布正式进军医疗器械领域。在此时推出主打术后场景的产品，或是为品牌与医美领域建立关联心智，为日后推出医疗器械产品进行战略铺垫。

谷雨「复原冷霜」
速修护 强安抚
项目后加乘提亮

重磅上新

特殊美容项目搭档

即时降温 5°C

+22.13% 修护力⁽¹⁾ | -28.94% 敏感度⁽¹⁾ | +31.52% 光泽度⁽¹⁾

市场新品

贝德美婴童冰舒防晒保湿面霜

「二合一」防晒面霜，宣称即刻降温，冰沙质地、一抹爆水

产品特点

- 1) 采用更稳定的大分子防晒剂（分子量 > 500 D），非纳米级，能在肌表快速形成防晒盾，全波段严密防护，大颗粒不透皮不伤肤，清水可洗，无需叠加卸妆；
- 2) 添加2.5%积雪草精粹，密集锁水保湿，舒缓晒后灼热不适；
- 3) 绵绵冰沙般的面霜质地，带来肤感新突破，上脸快速爆水保湿，触肤即融，快速吸收，成3D网状水网膜结构，有效缓解晒后脸部燥热感；
- 4) 前调以海风、西柚、粉红色丁香花蕾展开，在晚香玉、木兰、铃兰中调后，再以鸢尾草、檀香木、龙涎香收尾。

产品解读

解决传统儿童防晒需叠加保湿霜的繁琐问题，精选儿童使用更安心的无过敏原香氛配方，降低儿童涂抹时的抗拒心理，专为学龄期日常通勤设计，兼顾防护力与精简护肤体验，成为兼顾功能性与使用便捷性的儿童防晒新选择。



数说美妆*3月

THANK YOU

