

2022年度

小红书 标记我的生活

美妆行业月报

2022.9月

小红书

Agenda

一.行业概览

- 1.美妆行业搜索及高活跃人群
- 2.品类搜索量占比
- 3.品类搜索趋势

二.行业广告投放概览

- 1.品类竞争格局

三.细分品类排名

- 1.护肤/美妆/个护TOP搜索热词

四.优质笔记分享

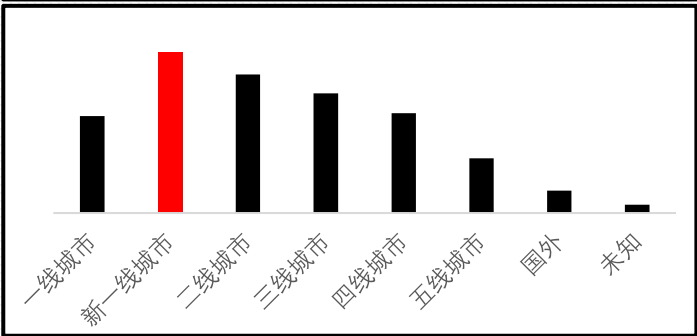
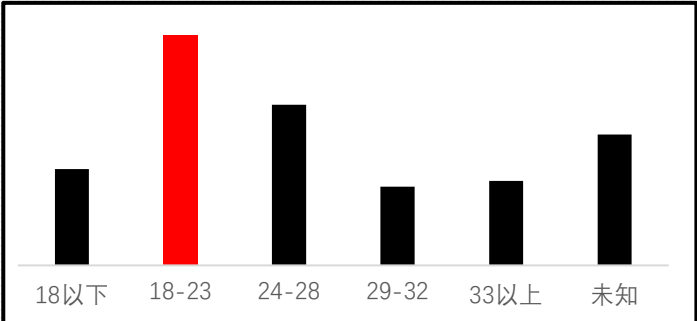
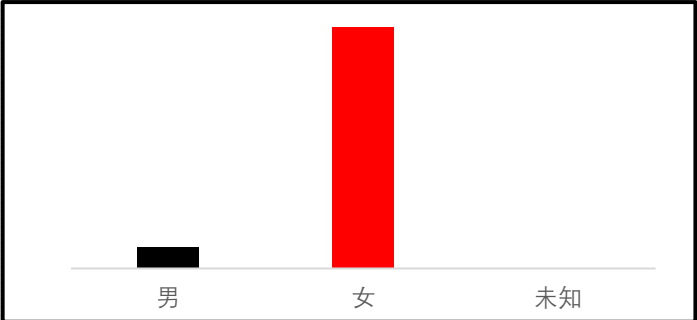
- 1.护肤/美妆/个护优秀笔记

行业概览

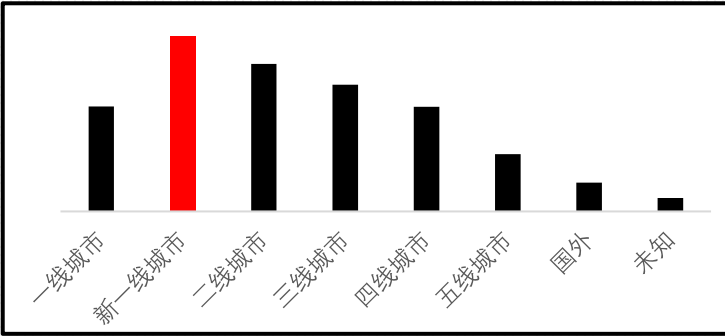
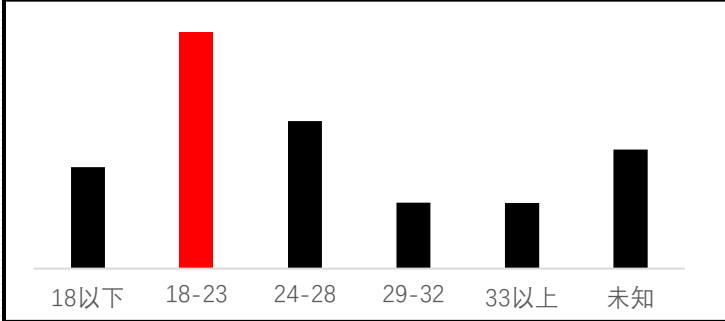
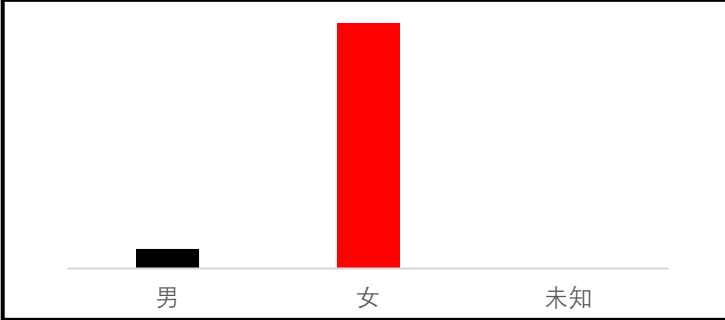
小红书美妆个护行业搜索及高活跃人群画像-9月



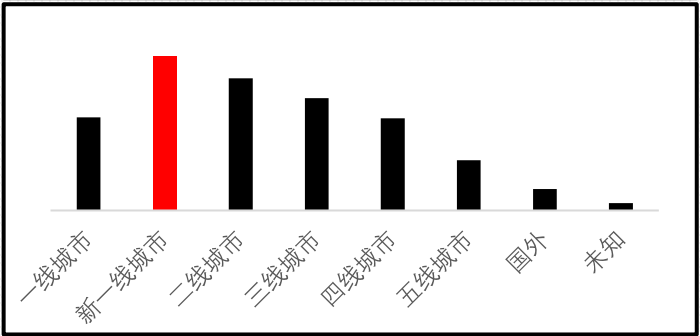
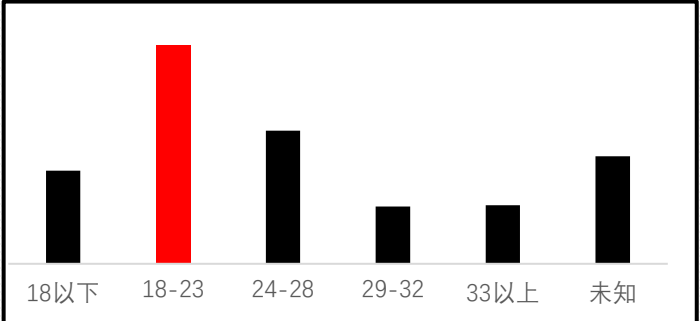
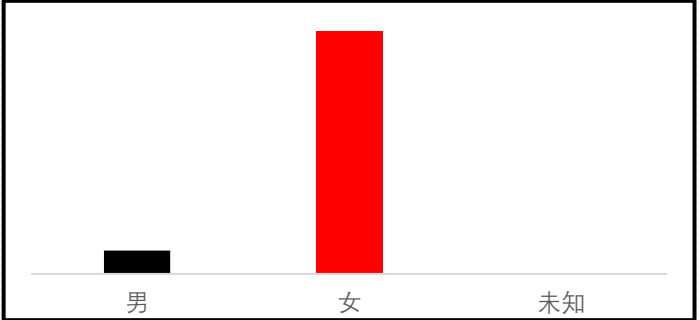
护肤类目



彩妆类目

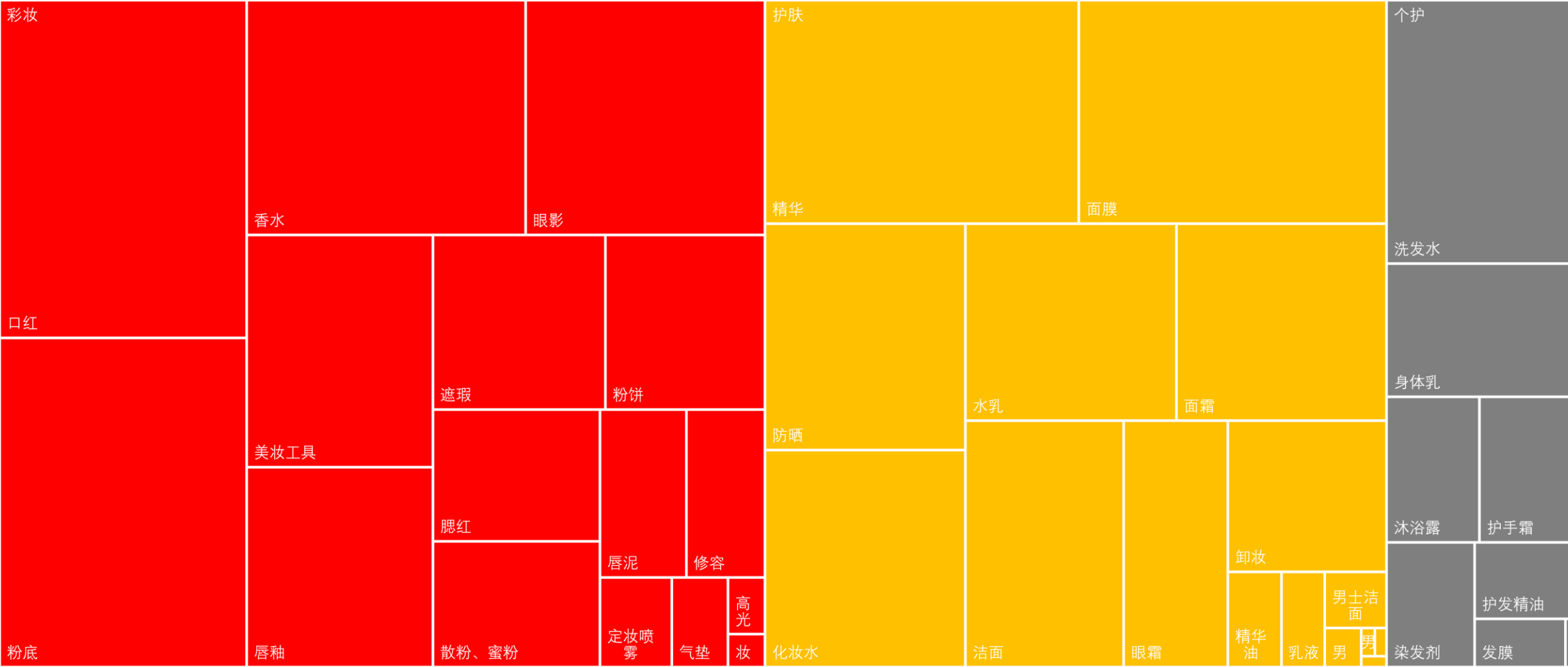


个护类目



小红书美妆个护行业品类搜索量占比-9月

■ 护肤 ■ 个护 ■ 彩妆



数据来源：小红书商业数据中台：2022.09

小红书美妆个护行业品类搜索量趋势-2021.09-2022.09

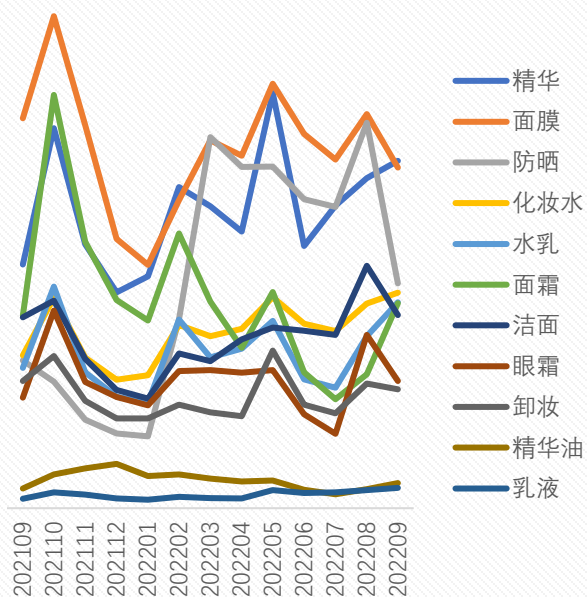
护肤线-护肤线下面霜需求在秋冬换季呈显著上升趋势，化妆水、水乳、精华需求同样见长；

男士护肤线-洁面需求增速快；

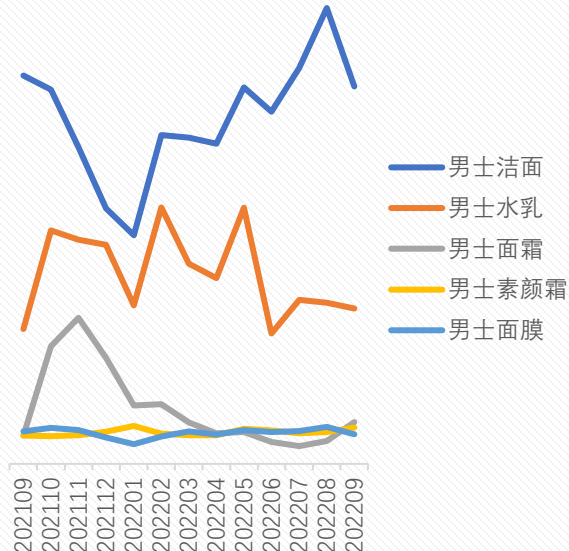
彩妆线-各产品需求增长快速，粉底、口红全年需求旺盛，香水、腮红、美妆工具9月爆发增长；

个护线-各产品需求增长，其中洗发水需求遥遥领先，身体乳、护手霜迎来需求旺季，九月站内热度飙升；

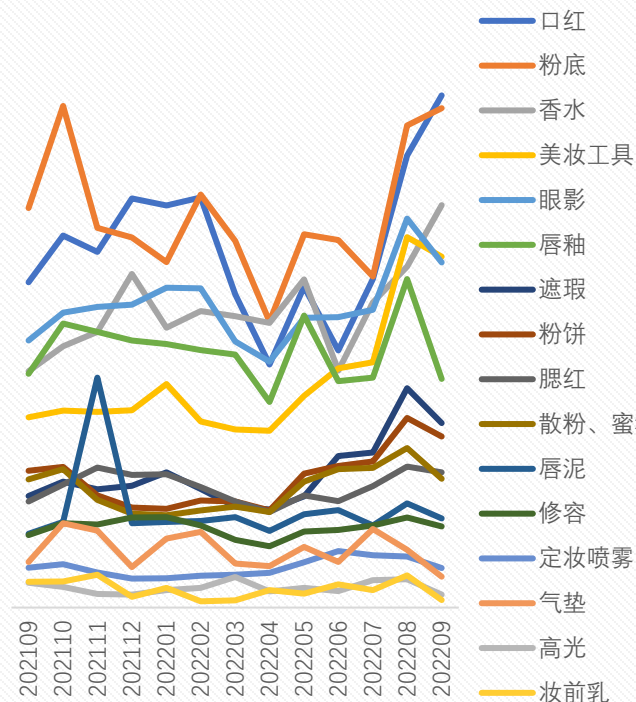
护肤



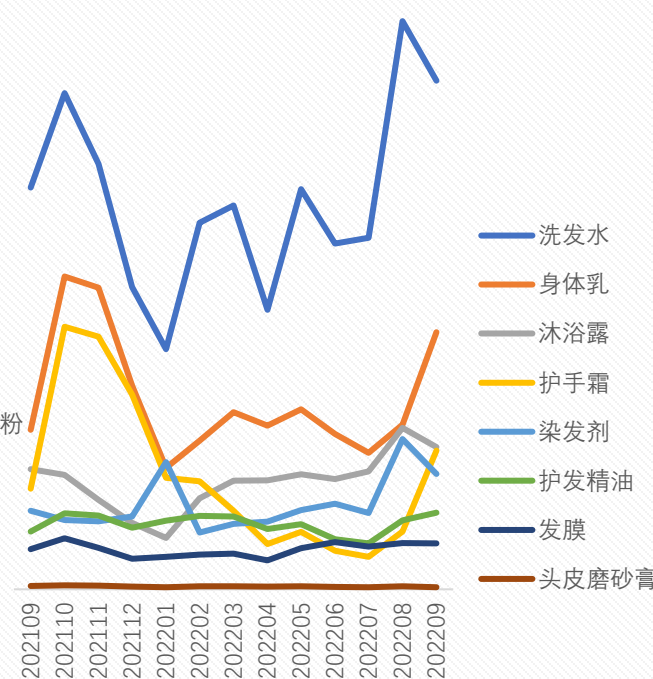
男士护肤



彩妆



个护



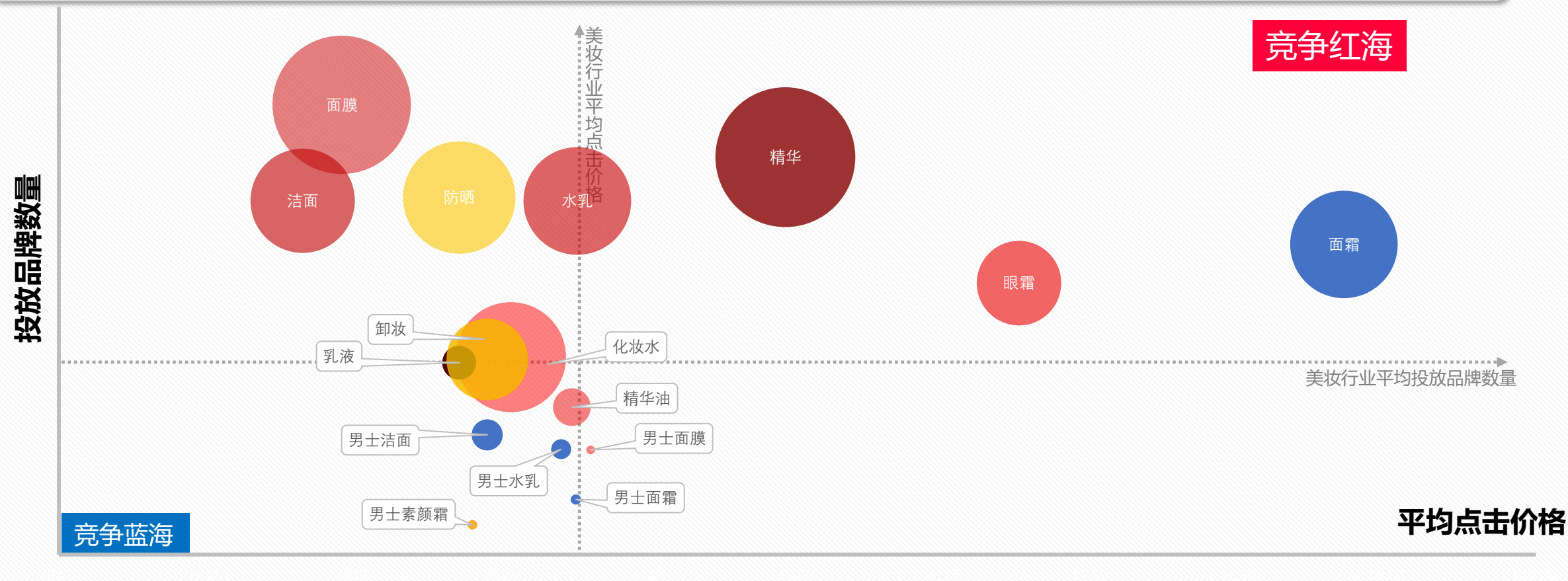
数据来源：小红书商业数据中台：2021.09-2022.09

行业广告投放概览



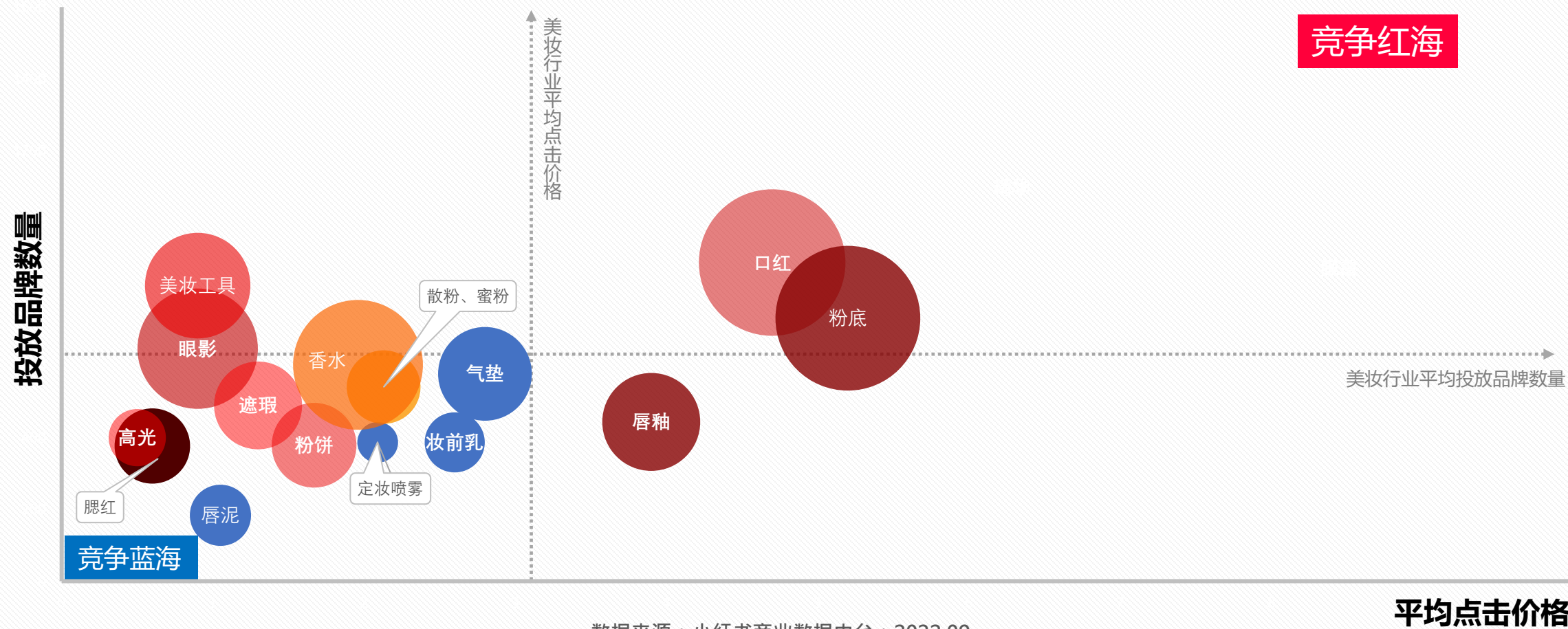
竞争格局：2022年9月美妆行业护肤类目竞争概况

9月美妆个护各品类搜索需求上涨，受大促影响，CPC成本均有不同程度上升；护肤类目洁面、精华油、男士护肤处于蓝海赛道；受秋冬季节影响，面霜类目点击单价和搜索量均超过眼霜；



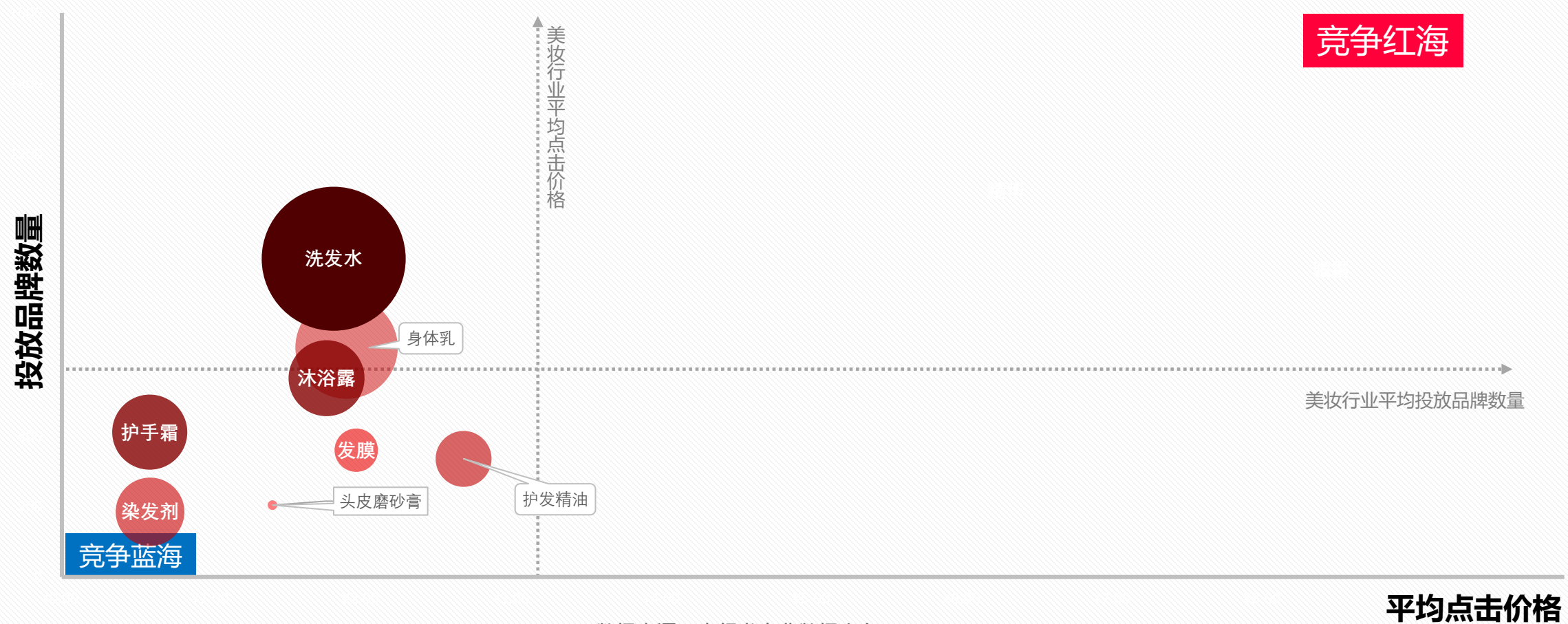
竞争格局：2022年9月美妆行业彩妆类目竞争概况

9月因大促影响，彩妆行业整体CPC成本均有不同程度上升；彩妆类目香水、唇泥、修容、高光、腮红、粉饼、妆前乳处于蓝海赛道；粉底、口红竞争较为激烈；



竞争格局：2022年9月美妆行业个人护理类目竞争概况

9月受季节影响，身体乳、护手霜赛道CPC、投放品牌和搜索量均有不同程度上升；个人护理类目护手霜、身体乳、发膜、头皮磨砂膏、染发剂处于蓝海赛道；

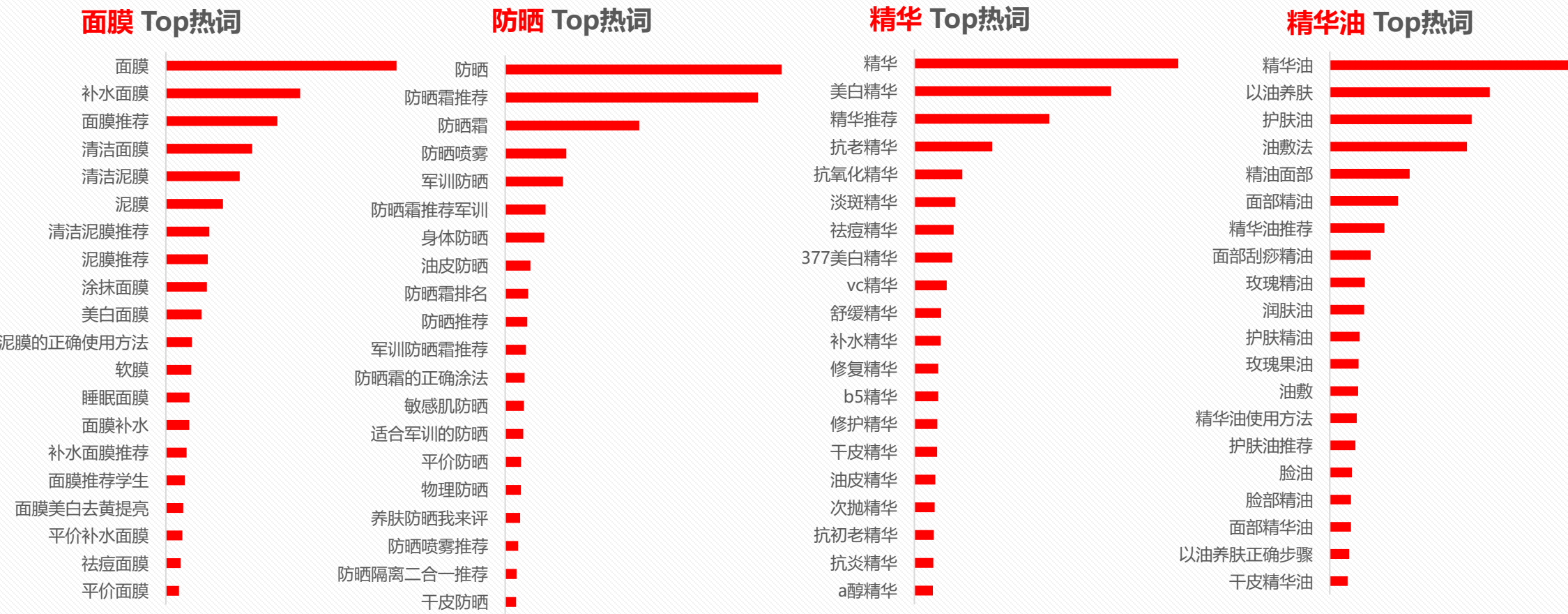


数据来源：小红书商业数据中台：2022.09

细分品类排名

护肤品类TOP搜索行业热词

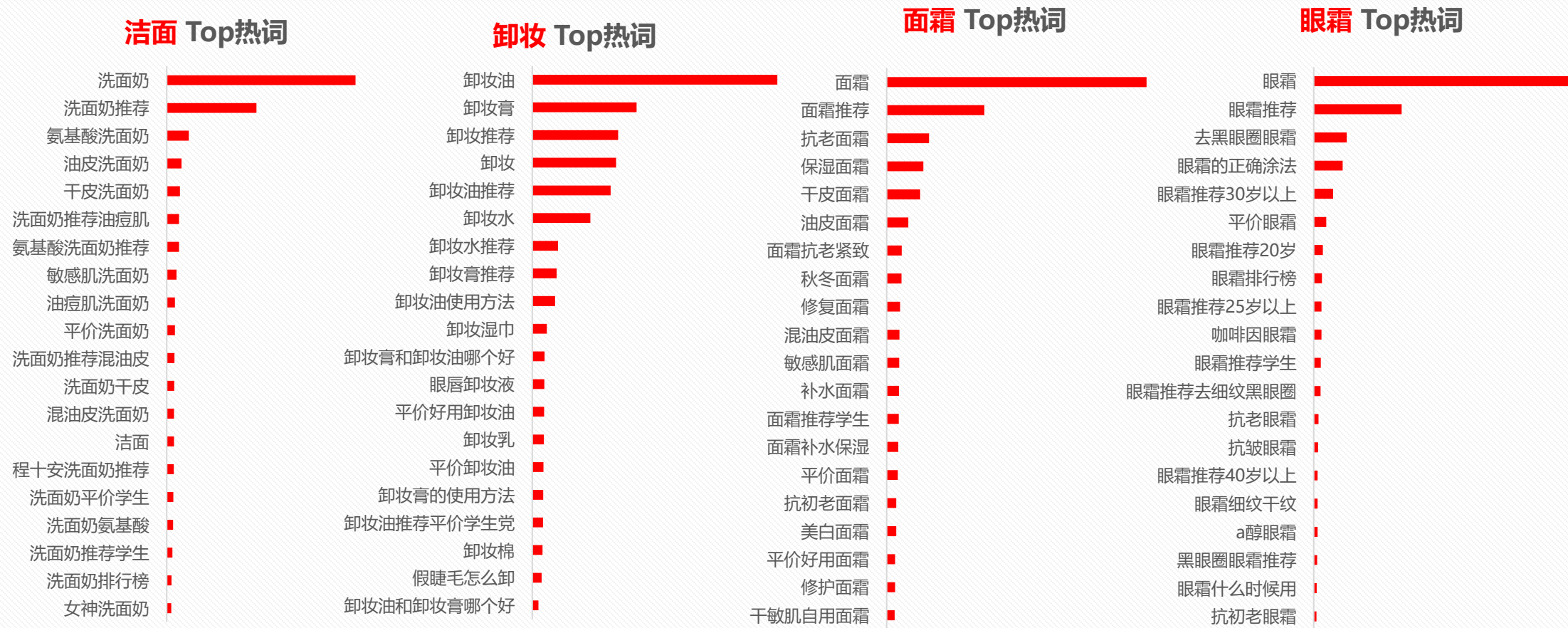
面膜品类清洁、泥膜相关词持续维持高热度；防晒热词集中在场景功效及使用方法上；军训防晒相关行业词热度仍然较高
精华品类热词集中在成分、功效相关，精华油品类热词集中在‘手法’和‘口碑推荐’上



护肤品类TOP搜索行业热词

洁面用户较关注自身肤质需求；

卸妆出现较多口碑词，面霜的品类热词集中在功效上，如抗老/保湿；眼霜品类热词集中在年龄关注



护肤品类TOP搜索行业热词

水乳搜索热词与学生党人群捆绑频次较高，用户期望平价高性价比水乳；“乳液灌肤”护肤方法热度不减，秋冬换季敏感肌、保湿需求攀升；化妆水用户需求集中于湿敷&补水

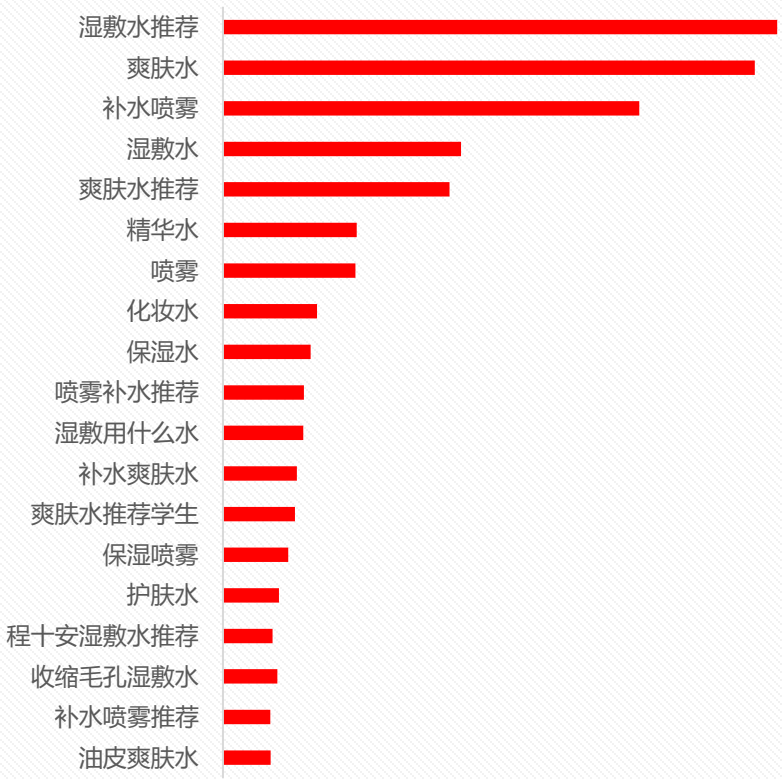
水乳 Top热词



乳液 Top热词



化妆水 Top热词



护肤品类TOP搜索行业热词

男士品类热词集中在口碑词上，秋冬面霜/干皮水乳需求搜索量进一步提升；

男士洁面 Top热词



男士面霜 Top热词



男士水乳 Top热词



男士素颜霜 Top热词



彩妆品类TOP搜索行业热词

口红品类看重推荐和色号，追求潮流，结合季节选品；唇釉关注质地质地、口碑和用法；
粉底液品类热词集中在口碑与肤质；眼影品类关注当下热门盘，新手教程，有明确色系需求；

口红 TOP热词



唇釉 TOP热词



粉底 TOP热词



眼影 TOP热词



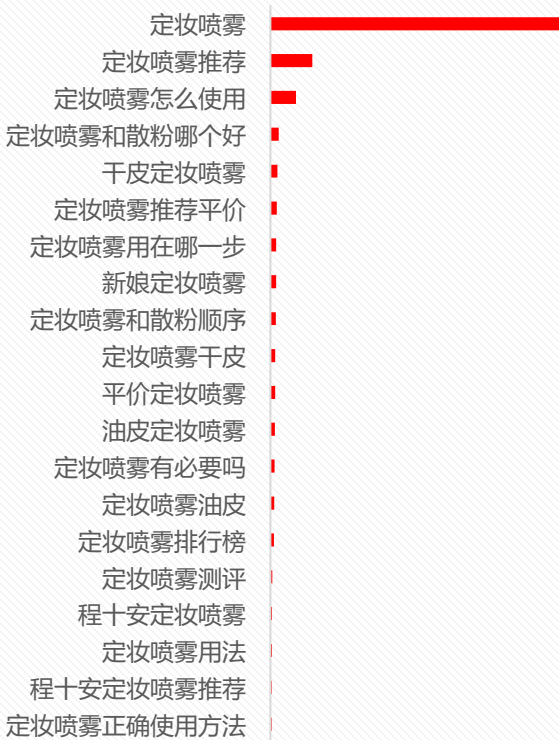
彩妆品类TOP搜索行业热词

定妆喷雾流量以品类词为主，需求集中在产品口碑、用法、性价比，用户根据肤质选择产品；

散粉用户注重产品口碑、价格、适用肤质；粉饼定妆、补妆心智较强，干皮肤质关注度高；

遮瑕流量集中在产品形态及需求场景, 用户关注特定部位的具体方法和产品性价比；

定妆喷雾 Top热词



散粉 Top热词



粉饼 Top热词



遮瑕 Top热词



彩妆品类TOP搜索行业热词

唇泥主要集中在色号，高光热词主要集中在用法，修容热词集中在用法和呈现效果，液体修容排名上涨；
妆前乳品类热词集中在口碑词上，主功效诉求点向毛孔隐形迁移，肤质重点关注干皮肌肤；

唇泥 Top热词

唇泥
唇泥推荐
印度油唇泥
唇泥怎么涂
罐装唇泥
平价唇泥
酵色唇泥
唇泥推荐平价
pdd唇泥
唇泥和唇釉的区别
唇泥罐装
颜料唇泥
低饱和度唇泥
唇泥黄皮
黄皮唇泥
素颜唇泥
蜜桃色唇泥
灰粉色唇泥
吃土色唇泥
怎么涂唇泥

高光 Top热词

高光
哑光高光
高光推荐
高光膏
高光真爱粉
高光怎么打
高光真爱粉表白
修容高光一体推荐
哑光高光推荐
高光修容一体盘推荐
高光哑光
高光笔
液体高光
高光膏推荐
高光修容
平价高光
修容高光
高光粉
高光膏用法
高光提亮面部

修容Top热词

修容
修容推荐
修容教程
修容盘
鼻子修容
液体修容
修容刷
阴影修容
修容盘推荐
修容液
修容棒
修容怎么画
方圆脸修容
平价修容
高光修容
修容推荐平价
修容膏
蒜头鼻修容
鼻影修容推荐
菱形脸修容

妆前乳 Top热词

妆前乳
妆前乳推荐
心机妆前乳
妆前乳和隔离一样吗
毛孔隐形妆前乳
干皮妆前乳
妆前乳在哪个步骤
妆前乳隐形毛孔
控油妆前乳
隐形毛孔妆前乳
妆前乳有必要吗
油皮妆前乳
保湿妆前乳
妆前乳干皮
隔离妆前乳
隔离和妆前乳区别
遮毛孔妆前乳
心机彩妆妆前乳
妆前乳油皮
妆前乳和防晒哪个先用

彩妆品类TOP搜索行业热词

香水的行业词集中在‘香水推荐’上，香调词热度攀升，用户开始关注秋冬香氛；

腮红的流量以色彩和适用肤色为主,用户关注不同色彩的腮红对妆容的塑造；美妆工具流量集中在眼部工具和化妆刷；

气垫用户关注细分肤质明显

香水 Top热词



腮红 Top热词



美妆工具Top热词



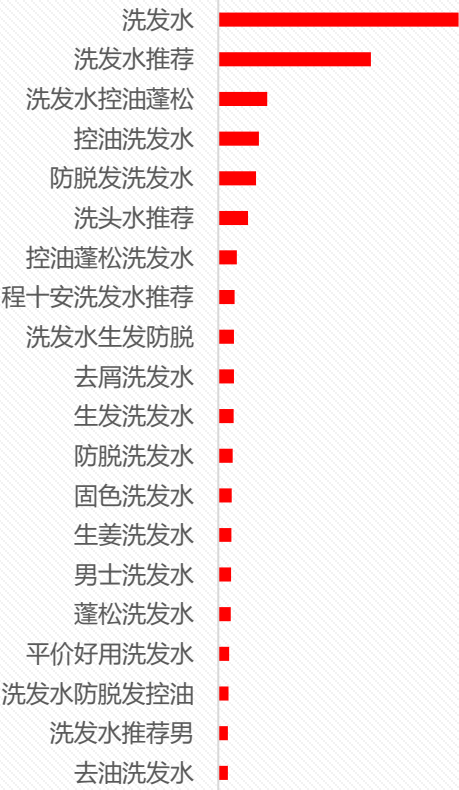
气垫 Top热词



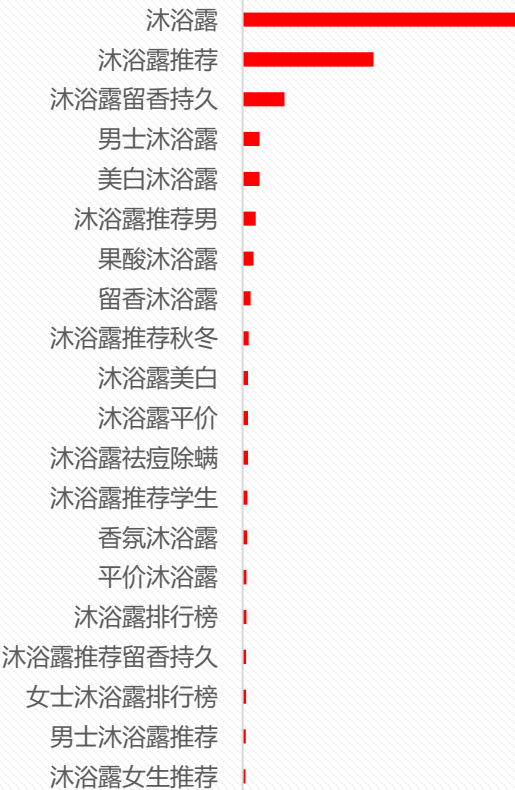
个人护理品类TOP搜索行业热词

洗发水热词集中在功效，防脱需求增高；沐浴露品类热词集中在“口碑”词上
护手霜和身体乳秋冬季需求量较大，秋冬季相关需求上涨；

洗发水 Top热词



沐浴露 Top热词



身体乳 Top热词



护手霜 Top热词



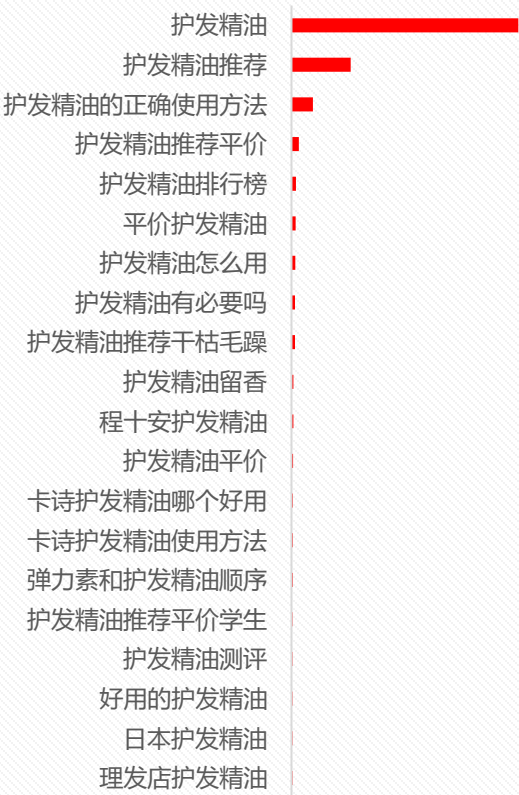
个护品类TOP搜索行业热词

护发精油、染发剂、头皮磨砂膏类产品用户会关注使用方法以及品牌之间的测评对比；
发膜品类和护发素界定模糊，用户还关注使用方法；

发膜 Top热词



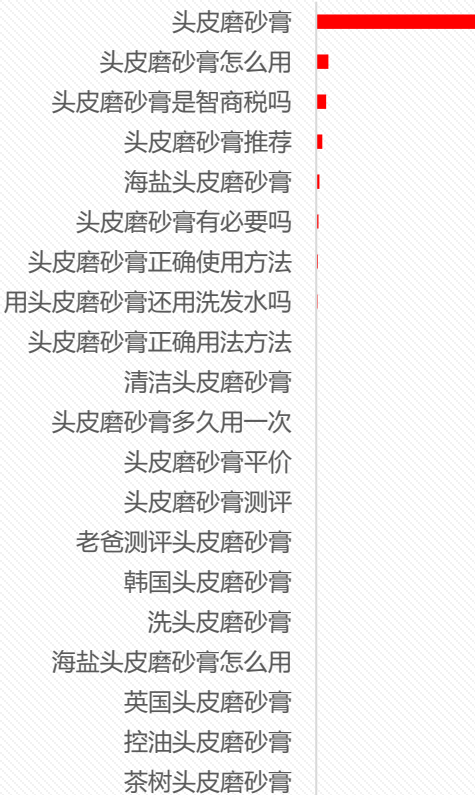
护发精油 Top热词



染发剂 Top热词



头皮磨砂膏 Top热词



优质笔记分享

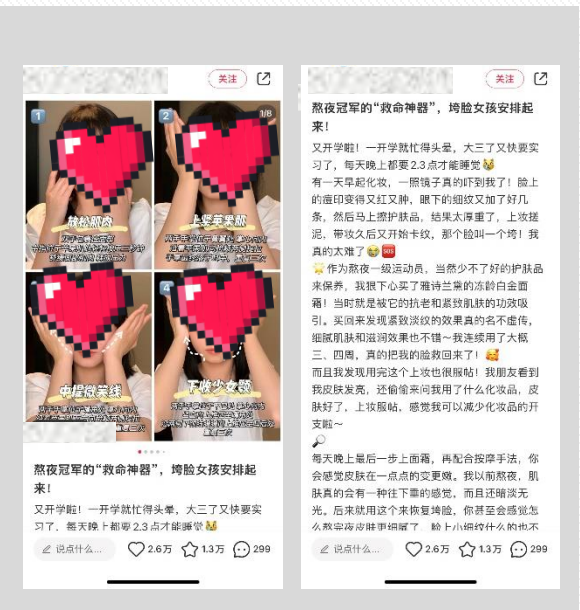
护肤品类优质笔记-9月

使用说明书



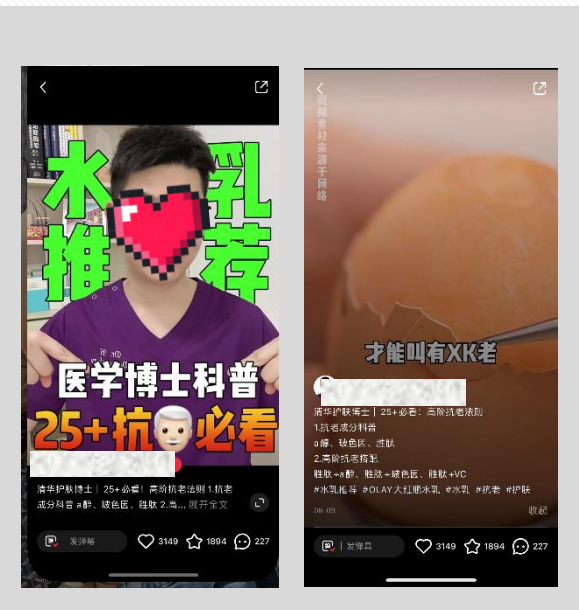
【首图】手持+压字产品，告诫用户不要盲入，体现真诚分享
【标题】再次强调建议看完再买
【正文】从适用肤质、使用场景、使用方法等多角度深度介绍产品，并针对常见使用误区、功效误区做出解答建议

介绍产品使用手法



【首图】产品使用手法详解
【标题】突出产品适用熬夜垮脸人群
【正文】介绍自己通过手法按摩使自身的熬夜垮脸得到正向缓解的经历，增强可信度

医学博士背景背书 增强信赖



【首图】粗体醒目医学博士字样 加强读者信赖并吸引点击
【标题】点明产品对应抗老需求人群
【正文】视频以简明形式向读者解释了抗老流程及必要性，详细从成分入手介绍水乳如何有效抗老，直击“皱纹”“细纹”等痛点词，触达用户需求点

明星口播推荐 吸引粉丝人群



【首图】明星皮肤状态+手持产品展示
【标题】突出素颜发光肌秘密围绕产品展开
【正文】以明星日常护肤流程为切入点，引入沟通产品优越的提亮美白功效，具体结合个人使用体验讲解，快速触达有美白需求的粉丝人群

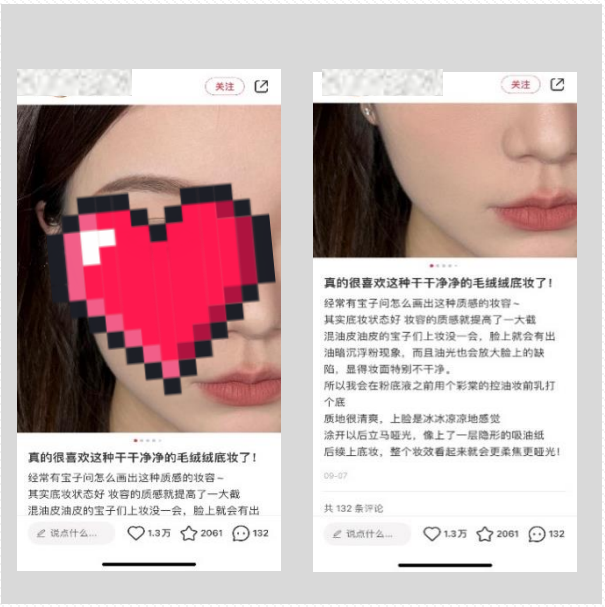
彩妆品类优质笔记-9月

手持产品展示+博主首选高光



【首图】手持产品展示
【标题】爱了又爱等词汇的运用体现产品回购率高，有说服力
【正文】正文首段展示博主日常使用场景，具有说服力，且结合图片讲解，有利于读者在短时间了解产品的质地以及使用方法

使用效果展示+产品功效明确



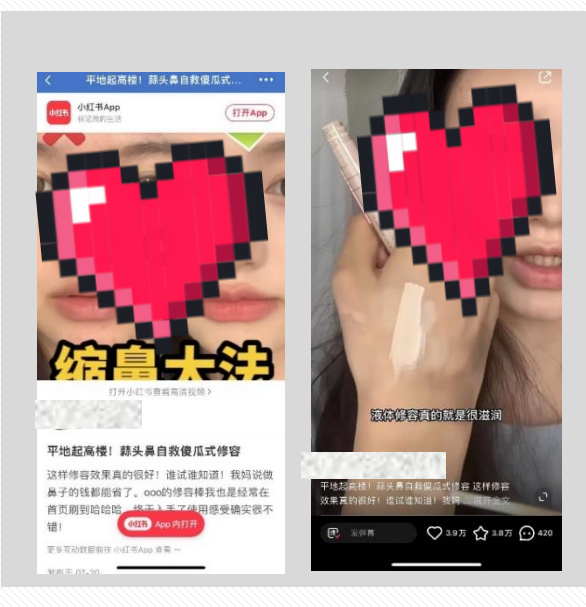
【首图】使用效果展示+高清精美首图
【标题】与首图相呼应，干净、毛绒绒等词汇运用展现产品使用效果
【正文】首段根据日常使用场景，直击油皮人群痛点，随后引出产品的使用效果及质地，高效吸引目标人群关注

产品质地特写+大字压图



【首图】首图文字：持妆力没对手、润等词句展现了产品的妆效特点，高效吸引目标人群
【标题】词汇精准展现产品适用肤质
【正文】正文首段展现博主本身肤质，随后引出产品质地以及使用感受，增强种草力

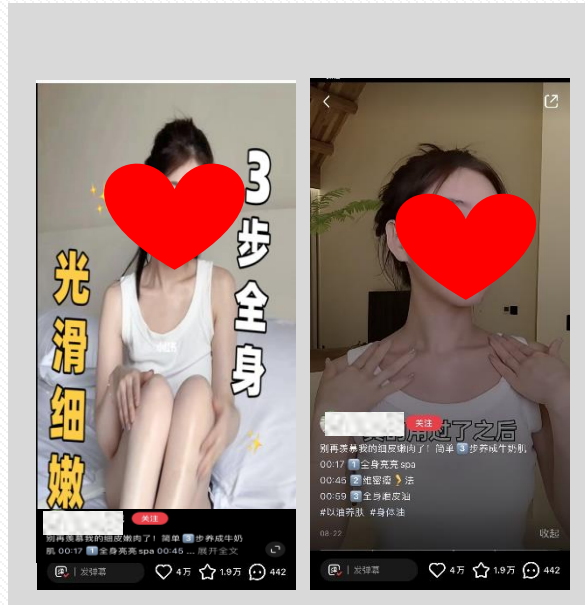
鼻子修容法+产品种草



【首图】妆效before&after强烈对比，视频首图压大字强调内容主题；
【标题】俏皮皮直接，点出适用鼻形，新手小白也可以学会的简单修容方法；
【内容】开头直接点出痛点，后续利用视频特质详细讲解修容方法，在过程中植入产品，强调液体修容流动性强适合新手小白的特点，进一步吸引用户购买；

个人护理品类优质笔记-9月

全身SPA教程演绎



【首图】达人出境+3步全身护理吸引用户点击

【标题】突出牛奶肌引起用户兴趣

【正文】真人演绎全身护理步骤，介绍产品的使用步骤、方法以及痛点人群。

痛点直击+产品手持图

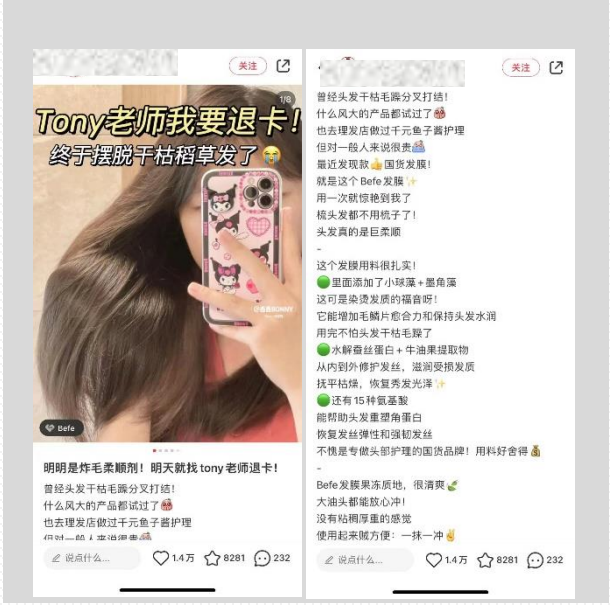


【首图】手持产品展示+产品使用效果拼图，大字强调防秃效果；

【标题】直击秃头人群痛点，强调头发缝满上了，进一步推荐防脱洗发水；

【正文】其他图片通过实况拍照突出真实种草，正文内容主要突出产品成分，增加用户信任感。

反差感大字压图+柔顺发质展示



【首图】通过具有反差感的大字压图，暗示在家也可达到同样的柔顺效果；

【标题】柔顺效果直接点出，其他内容呼应首图；

【正文+图片】实况图片增强用户信任感，正文内容和图片呼应，首先点出痛点，然后分析成分，最后强调平价好用，层层递进，实现种草。

户外场景切入+产品实测



【首图】户外实测场景图

【标题】结合使用场景，突出不脱妆功效，吸引痛点人群点击；产品回搜词醒目

【正文】视频前10s提及产品名；详细介绍产品功效、使用感、妆感，以户外使用场景切入，展示实测效果，进行口碑推荐；

2022年度
小红书 标记我的生活
美妆行业月报
期待携手共赢！

小红书