

疫情常态下，哪些护肤需求没有被隔离？

居家场景和“口罩脸”带来的护肤新需求

研究背景

延绵反复的疫情下，口罩成为日常陪伴，长时间佩戴使口罩下皮肤环境温热封闭，闭口、痘痘、过敏、脱皮.....肌肤问题接踵而至，对**“口罩脸”肌肤问题的修护**成为了后疫情时代消费者们的首要护肤任务。

疫情防控下户外出行受限，宅家时间增多，为众多原本发生在美容院、沙龙等商业服务机构下的**个护小品类创造了在家的应用场景**，防疫考虑让消费者们更乐意DIY完成护肤美容。

疫情也给消费者留下了心灵的“创伤”，大众都在找寻找能抚平情感褶皱、缓解内心焦虑的方法，宅家芳疗、功效护肤、精细化护理及超前防御都是大家**兼顾情绪和肌肤疗愈**的选项。

因此，本文将讨论“口罩脸”的肌肤危机下，以及防疫居家场景增多的现状下，消费者亟需解决的护肤问题有哪些？他们新增的护理需求促进了哪些品类发展？后疫情时代他们的护肤观念有哪些改变？



图片来源：Unsplash

数据说明

- 分析时间范围：近1年为2021/5-2022/4，同比的时间范围为2020/5-2021/4
- 销售渠道范围：天猫平台，包括天猫旗舰店、天猫国际旗舰店、天猫超市、天猫国际专营店、天猫专营店等
- 品类范围：“美容护肤/美体/精油”和“美容美体仪器”的一级品类下所有三级品类
- 社媒平台范围：微博、抖音、小红书、哔哩哔哩、微信及知乎
- 指标定义：社媒热度指数由各平台互动数据加权计算所得
- 用户类型：
 - PGC：KOL产生的内容（KOL定义：微博20万粉以上或10万粉以上的金V博主；小红书1万粉以上或被认证的博主；抖音30万粉以上博主；知乎1万粉以上博主；Bilibili5千粉以上或被认证的博主）
 - UGC：普通用户产生的内容
 - BGC：品牌官方产生的内容
 - Celebrity：名人明星产生的内容

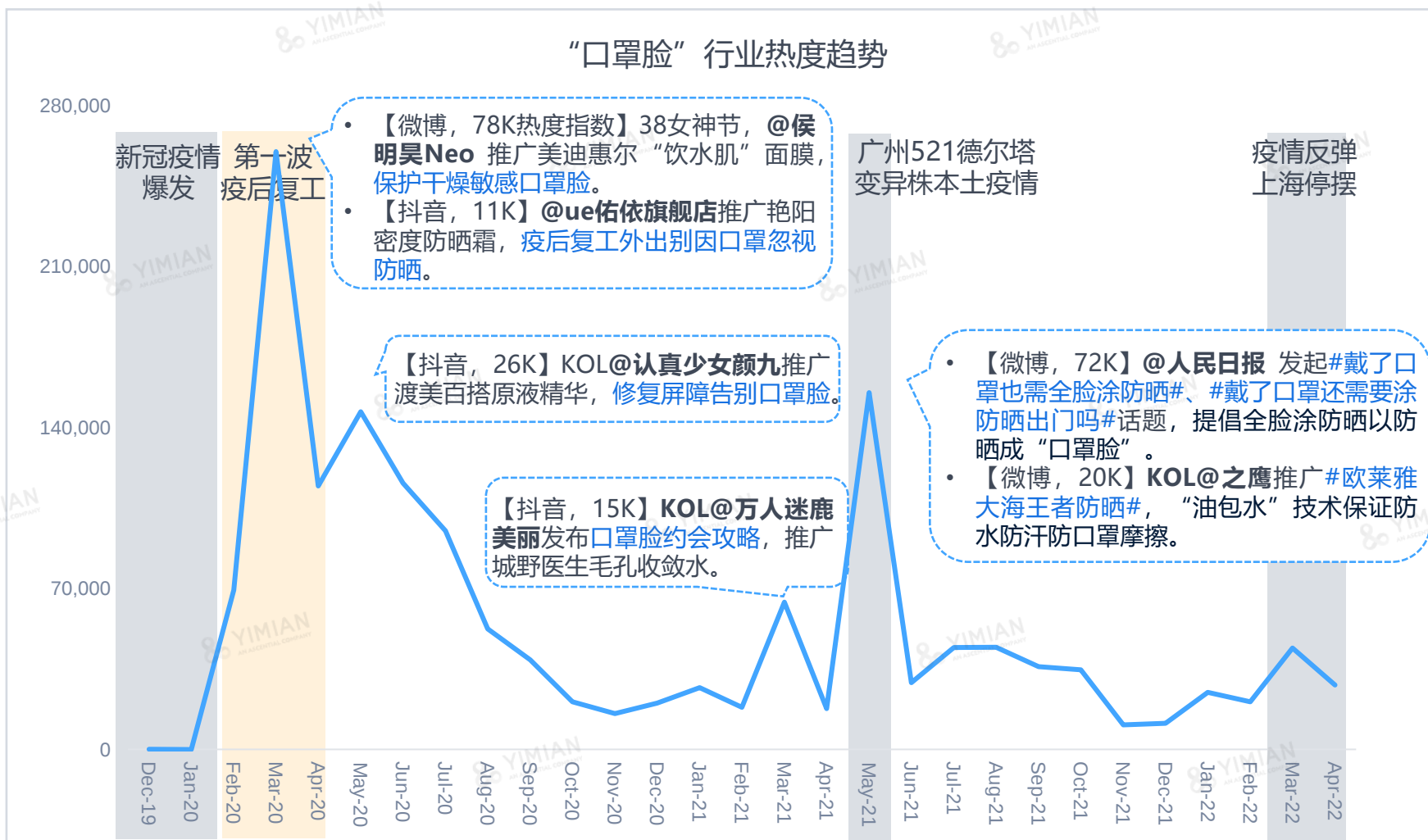
CONTENTS

目录

- “口罩脸”带来的“危肌”
- 疫情常态化，居家场景增多为哪些护肤品类迎来机会？
- 疫情护肤观趋势展望

“口罩脸”带来的“危肌”

疫情爆发、反弹带动“口罩脸”热度上扬，PGC积极捆绑口罩和防晒的关联性

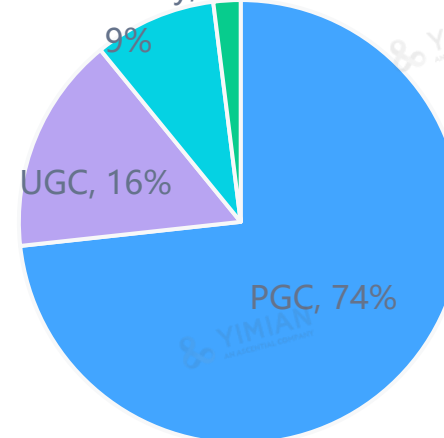


“口罩脸”热度总览

累计热度指数 **1561K**

累计内容数 **31K**

创作者类型热度分布
celebrity, BGC, 2%



“口罩脸”让肌肤问题接踵而来，拯救过敏、战胜痘痘和防晒是三大护肤焦点问题

“口罩脸”相关热门关键词



- 戴口罩也需防晒
- 戴口罩闷痘致痘
- 戴口罩致皮肤过敏

“口罩脸”带来的“危肌”

口罩边缘跟脸部摩擦，造成压痕泛红，长时间积累会有色素沉淀

口罩内饰引起面部接触性皮炎，引发瘙痒、红肿等不适感

医用口罩不具有防晒功效，涂抹防晒后、口罩下的厚重不透气让闭口痘痘猛长。



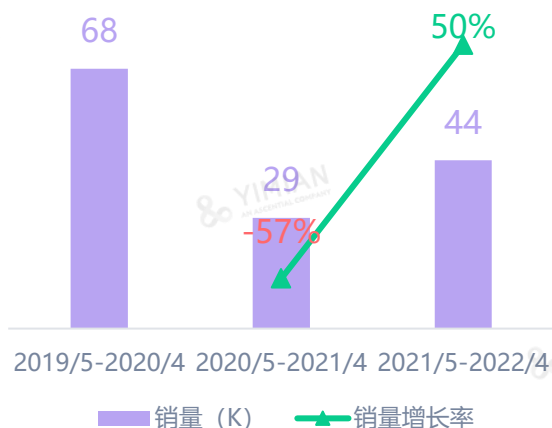
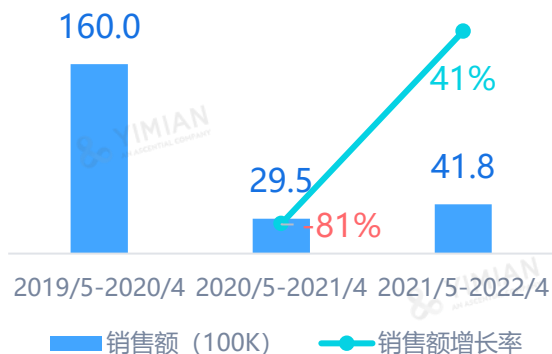
长期戴口罩的闷湿热，造成表皮屏障受损

面部戴口罩形成封闭环境，皮脂腺分泌升高，皮肤潮湿细菌滋生造成痘痘加重

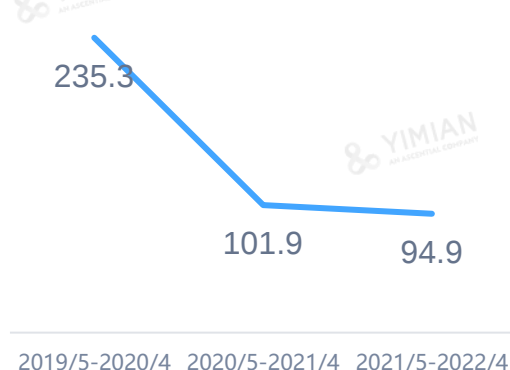
反复延绵的疫情下，“拯救口罩脸”的护肤需求从短期爆发性应急走向常态化刚需

初期应急性消费情绪高涨，“供不应求”的市场状况让商家掌握更高定价权，消费者购买成本提高；随着疫情常态化，市场回归理性，消费者按需采购也更为谨慎消费，低价格带商品更获青睐。“拯救口罩脸”的品类消费偏好上也集中于刚需品类，面部护理套装、爽肤水的热度不减。

近3年“口罩脸”相关美容护肤产品的天猫销售状况



近3年“口罩脸”相关美容护肤产品天猫销售均价变化 (元)



各价格带	2021/5-2022/4销售 额占比	2021/5-2022/4销售 额增长率
0-100	41.9%	+59.3%
100-300	56.3%	+50.8%
300-500	1.9%	-73.2%
500-1000	0.0%	-100%
1000+	0.0%	-

“口罩脸”相关美容护肤产品中，近一年销售额TOP 7品类及其价值评估





YIMIAN & PARTNERS
AN ASCENTIAL COMPANY

YIMIAN
AN ASCENTIAL COMPANY
(效
選



维稳修



淡印退红

UGC口碑：“维稳修护”届常青树，本痘肌一开始用闷闭口，感觉厚重油腻，研究明白后开启新世界！使用方法：怕长闭口闷痘点涂新生的红痘印！**退红快**。换季脸干起皮就厚敷起皮的地方，20分钟后拿湿巾擦掉，**缓解起皮很nice**”



敏感维稳

UGC口碑：“现在差不多已经摆脱口罩脸啦，干痒和大面积泛红痘痘已经被灭了长期用还能维稳，性价比这么高的精华需要的姐妹们可以冲啦”



妆前服帖

UGC口碑：“这个补水喷雾很好用，因为是小分子好吸收，妆前用还能起到舒缓修护的效果，保湿效果好底妆更服帖。”

追求高效祛痘，面部刷酸热度不减



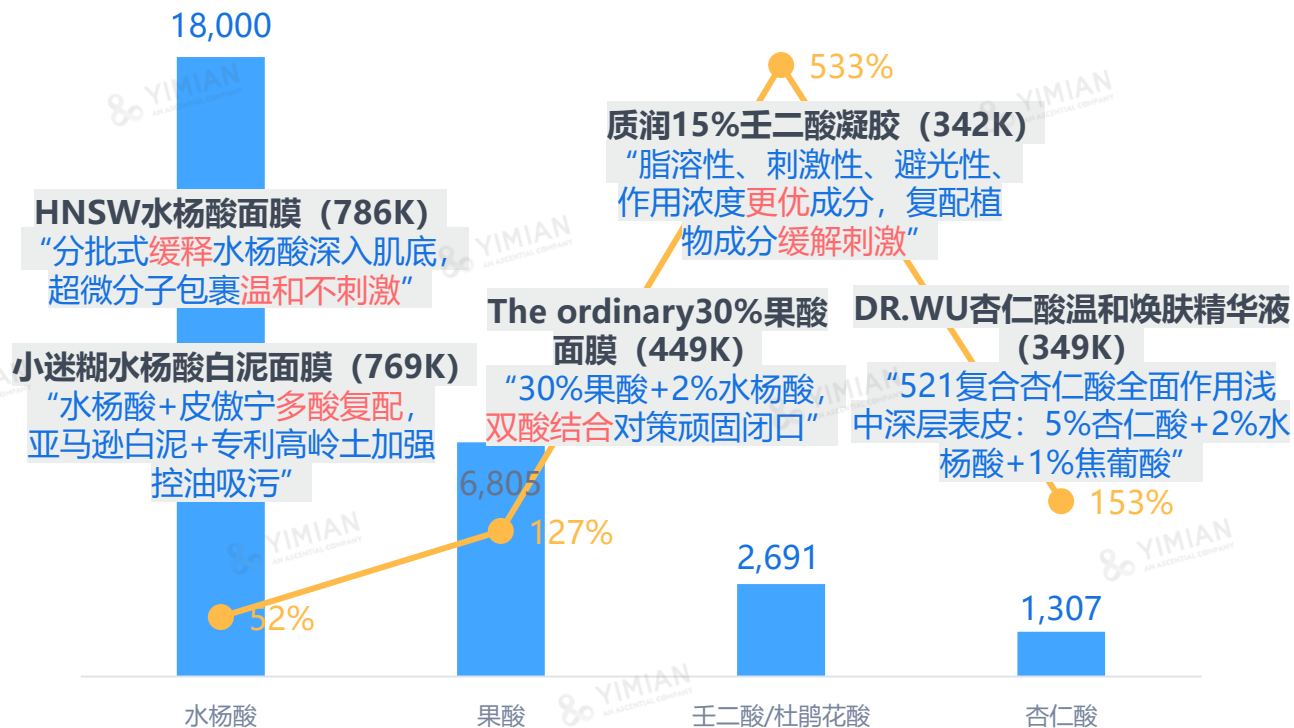
10

“刷酸”趋势：降低肌肤刺激、多酸复配、发酵/植物类成分替代传统酸

多酸复配、N酸N泥、更优酸替代经典酸、技术介入以缓释刷酸的肌肤刺激，这些趋势驱动各种酸类成分热度不减。但口罩下人人“危肌”，耐受力不足会经不住酸的刺激而引发更多肌肤问题，因此“无酸刷酸”成为趋势，更多发酵类、植物类成分被用来替代传统酸，既能达到温和刷酸成效又能舒缓修护肌肤。

近1年热门酸类经典成分的面部护肤销量情况

■ 销量 (K) ● 销量增长率



淘宝问大家中提及度最高的刷酸副作用关键词



“无酸刷酸”热度指数：



82K

+1702%

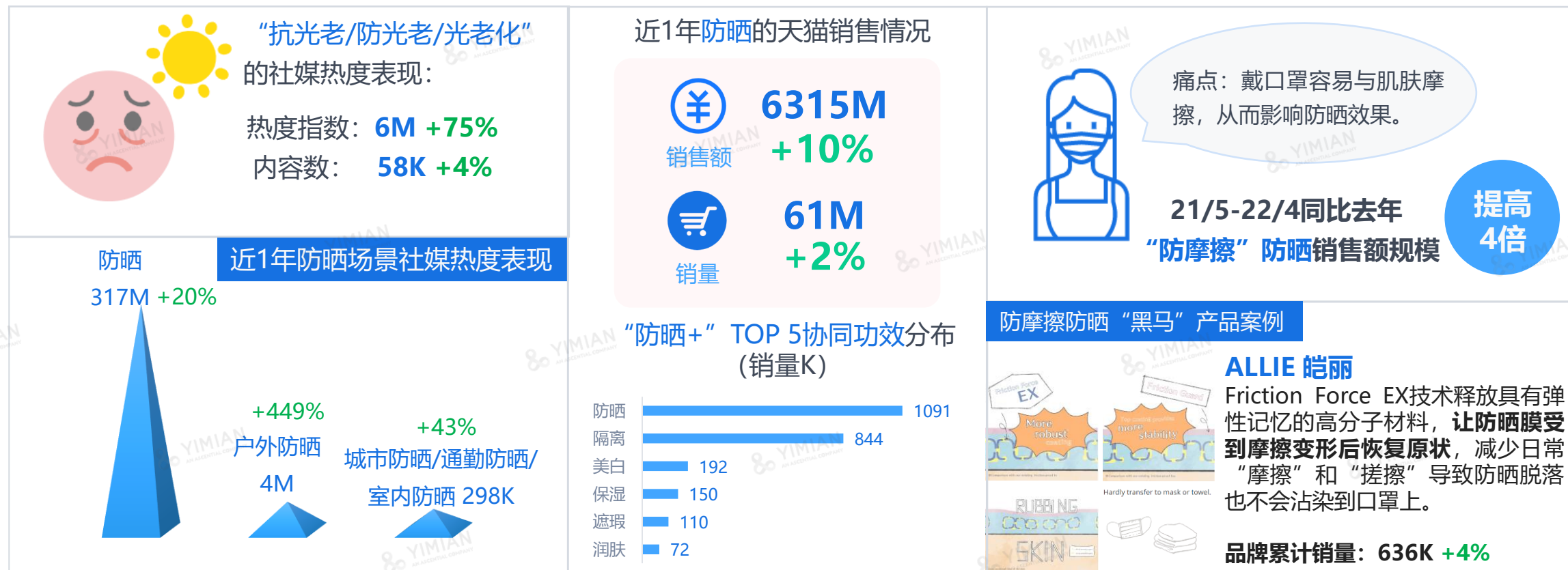
寻求温和有效的替代方案

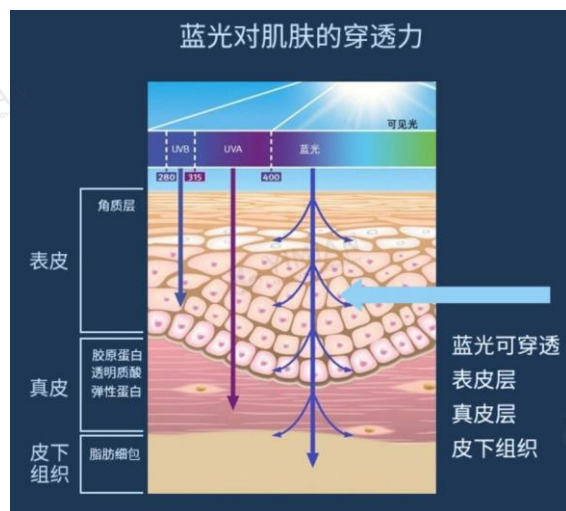


数据说明：酸类经典成分的品类包括面部护理、T区护理、唇部护理、面膜及眼部护理，指商品标题分别包含各经典酸类成分名称关键词的所有商品的天猫销售数据，统计时间为2021/5-2022/4，图表标记为热销产品示例，数据来自YiDrone；“无酸刷酸”社媒热度指数来自YiSonar，统计时间为2021/5-2022/4；刷酸副作用来自淘宝问大家，为2021年热销刷酸产品TOP50评论数整理而得

疫情下防晒消费场景持续渗透，“防晒+”多效合一成主流，“口罩脸”促进新兴防摩擦科技引入防晒产品

大众“抗光老”意识提升，防晒消费积极。随着防疫管控放松，户外游玩场景复苏，户外防晒热度加强。而城市防晒适用于日常通勤与室内办公，阻隔室内光源损伤的防晒需求也在增长。“美白防晒双特证”及“防摩擦”防晒产品更受青睐。





体皮肤真
使皮肤真
，从而该

频繁使用
量存在于数
会照射肌
居家而减

以花养妆

添加红花、穗花牡荆提取物，
抗氧化，改善肌肤暗沉。

/

复配添加母菊花、马齿苋、积雪草等提取物，舒缓肌肤
改善肌肤状态，贴妆亦养妆。

99% 精纯烟酰胺⁶

无惧晒后余黑，实力美白，快人一步

SPF50 **PA++++**
 12.5h隔离UVB 16倍抵御UVA
 肌肤防晒红晒伤 肌肤防晒黑晒老

马齿苋精粹
● 增强肌肤耐受性，强化肌肤防御力

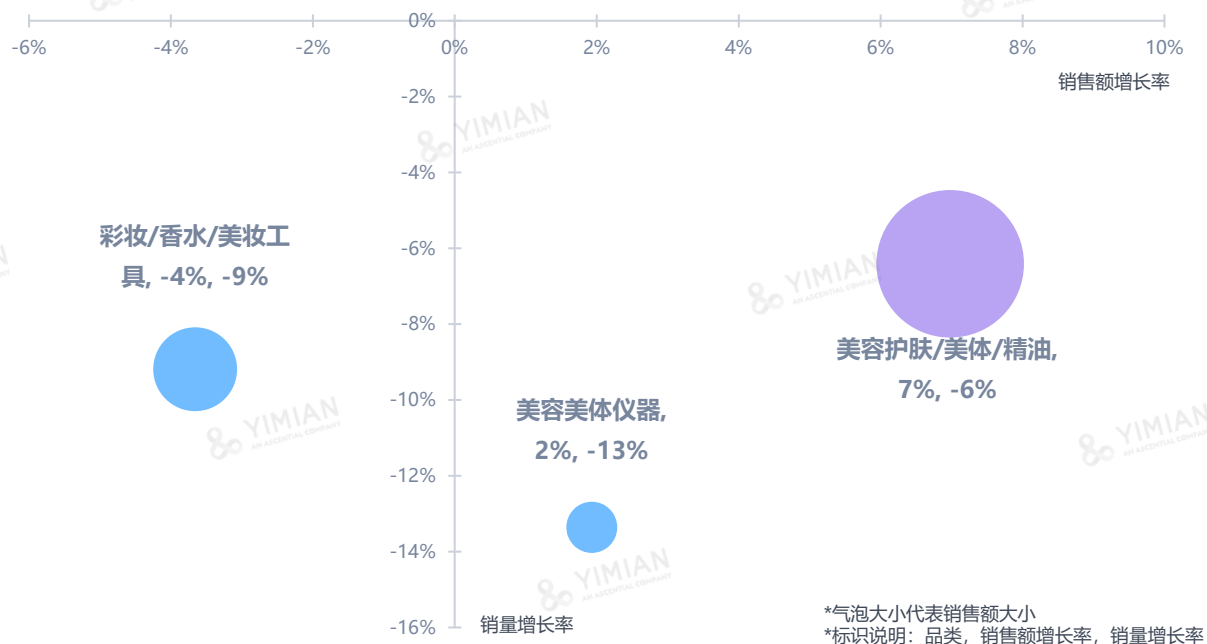
“防蓝光”自

宅家多了，护肤迎来哪些机会？

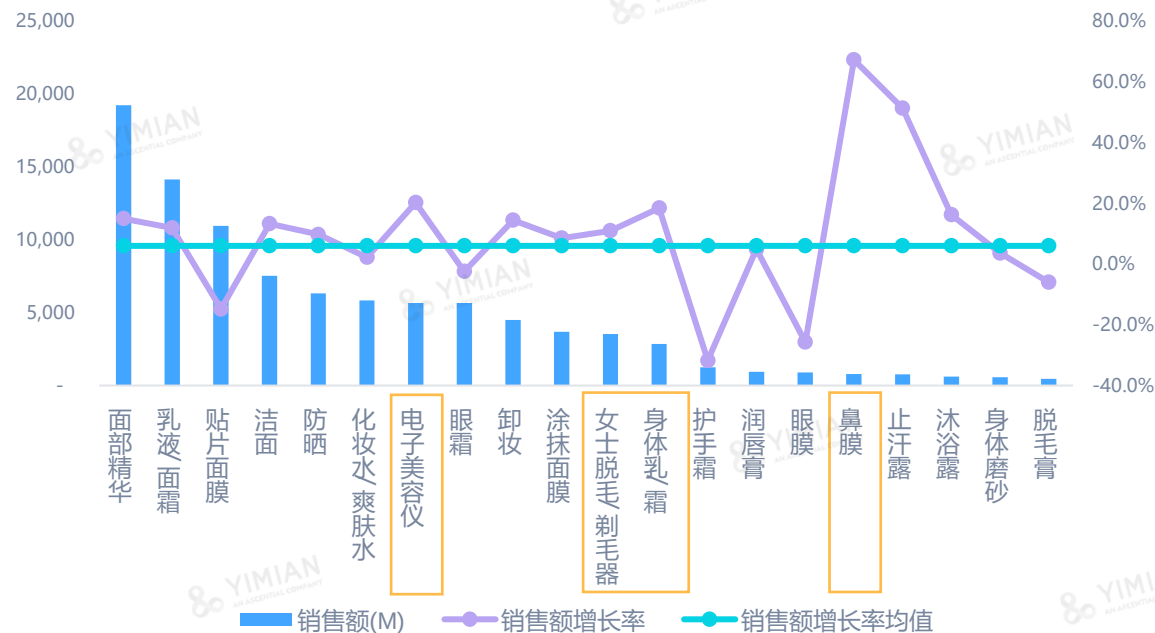
口罩成为日常陪伴，化妆需求减弱；疫情居家场景增多催生DIY护理品类高涨

- 口罩成为日常陪伴，为减少口罩下的皮肤封闭性，化妆需求减弱。近1年，天猫彩妆销售规模不及护肤的1/3且继续负增长。
- “常青”成熟品类如面部精华、乳液面霜及贴片面膜“霸屏”前三，但贴片面膜后继无力，销售额增速为负。
- 宅家时间增多，人们更乐意精心做身体护理，脱毛、身体SPA场景从美容院迁移至人们家中，带动女士脱毛器搭配身体乳、身体磨砂增长。
- 护肤时间更充裕，针对**局部部位精细化管理**（例如鼻膜）的需求在增强。护肤理念升级也带动**电子美容仪器**扩张。

近1年天猫渠道护肤彩妆一级品类价值评估



美容护肤、美容美体仪器类目下，销售额TOP20三级品类的销售额表现



数据说明：右图品类范围剔除了面部护理套装、面部护理旅行装/试用装、男士护理、口腔电子/智能产品和身体护理套装，均值为美容护肤及美容美体仪器类目的销售额增长率均值；以上统计时间范围均为2021/5-2022/4，天猫渠道，数据来自YiDrone

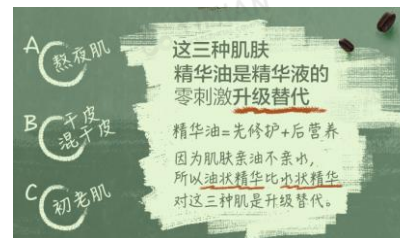
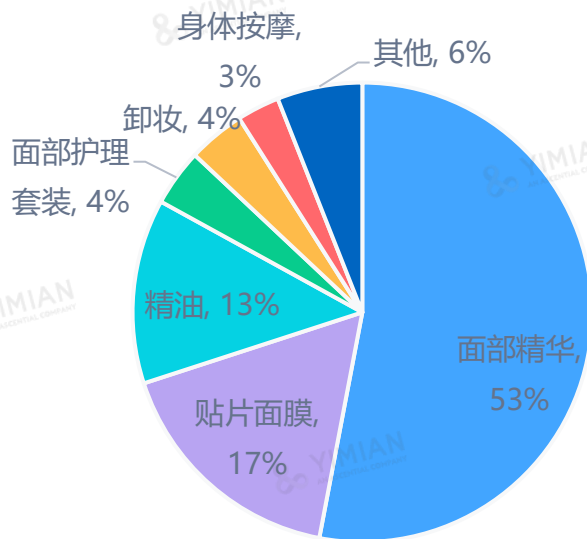
居家芳疗：将精油融入居家护肤流程中，以芳香疗愈情绪

疫情打破生活的正常秩序，大众都在找寻找能抚平情感褶皱、缓解内心焦虑的方法，除了按摩、瑜伽、旅游、心理咨询这些常被提及的选择以外，芳香疗愈纾压逐渐受到欢迎。芳疗应用场景多元，除了传统认知的身体按摩和安神助眠场景，护肤也成为认知更高的场景。通过面部精华入油，提炼“以油养肤”、“水包油”等趋势概念，推出“美肌精华油+芳香面膜”的“先油后膜”新产品形态，及疫情让院线SPA体验迁移至家中，消费者用精油配合工具就能轻松享受，芳疗日常化、从身体护理延续至面部护肤并渗透至每个环节的需求变得更强烈。

近1年芳疗热门场景关键词

提神醒脑/抗疲劳
植物助眠
居家
以油养肤
芳疗护肤
气味疗愈
精油护肤
天然芳疗spa
水疗护肤
开背
刮痧
太阳穴
补水保湿
通经络
滋润
修护
净化排浊
身体按摩
舒缓放松
肌肉酸痛

芳疗护肤下，品类销售额贡献率



精油的亲脂性，可穿透角质层，进入真皮层改善肌肤状况。精油应用时挥发芳香，透过嗅觉疗愈了人们的情绪。

数据说明：芳疗热门场景是基于社交媒体上提及“芳疗”、“护肤”的热门关键词和天猫商品标题含“芳疗”的美容护肤热销商品的热门关键词综合整理而得，统计时间为2021/5-2022/4；芳疗护肤品类销售额贡献率为含以下关键词的美容护肤三级品类销售额贡献占比；以油养肤、芳疗护肤、精油护肤、芳疗，贡献率=关键词下商品销售额/关键词全站总销售额*100%

“请问您为什么没有经常/固定频率使用美容仪？”（多选）

各价格带 (元)	销售额 占比	销售额 增长率
0-300	30.2%	-13.4%
300-500	11.3%	+8.9%
500-1000	5.3%	+0.4%
1000+	53.3%	+11.8%



冰点脱毛 嫩肤
四环变颜



于718名过去6个月不固定使用美容仪器或使用美容仪器的频率变低了的18-49岁的女性互联网用户

居家护肤时间增多，局部护理精细化，步骤延长促成新品类增长，满足进阶需求

T区护理：去黑头要温和不粗暴



鼻膜

78M销售额 -3%
779K销量 +8%

特色词
(消费者关注
+商家话术)

收缩毛孔黑头清洁
吸黑头深层清洁
温和水杨酸
去闭口
泥膜导出液
鼻贴
涂抹式
不刺激粉刺
去闭口竹炭

品类趋势

- 以敷代撕，涂抹式/泥膜赶超鼻贴
- 三酸四泥，莱姆果酸/乳糖酸温和融化黑头，复配微米级经典清洁泥（亚马逊白泥等）充当毛孔清洁剂
- 先导植萃成分（北美金缕梅精粹等）“敷”出黑头并收敛舒缓毛孔
- 分肤定制、搭配工具（双头棉棒）更轻松去黑头

HOME SPA：像护肤一样护理身体



身体磨砂

585M销售额 +4%
10M销量 +20%

特色词
(消费者关注
+商家话术)

泡澡美白果酸背部
柔亮平滑肌肤
深层清洁
法式桑拿体验
舒缓发光体膜
牛油果去鸡皮
推油死海盐
手部刷酸
喱西柚
磨砂沐浴二合一
致化角质
养肤好闺蜜
角鲨烷
香氛
蓝莓
除螨

品类趋势

- 面护级成分渗透，美白亮肤需求旺盛，烟酰胺/角鲨烷/氨基酸热度高，视黄醇搭配生育酚复合物淡纹
- 刷酸概念渗透，提炼天然植物/矿物磨砂粒子温和净肤
- 添加特调香氛，冰淇淋/酸奶清爽质地，模拟水疗体验

局部精细化护理：步骤延长品类细分



唇部精华

156M销售额 +214%
1681K销量 +205%



颈膜

55M销售额 +32%
843K销量 -5%

六胜肽 天鹅颈 保湿滋养 干燥暗纹
麦卢卡蜂蜜 提拉紧致 修护 抚纹
颈膜 补水 去颈纹 弹嫩
凡士林 唇部精华
改善暗沉 唇膜 咖啡淡纹 去死皮
深层保湿 去唇周黑 唇妆打底
B5胚芽 补水 唇炎 淡化干纹 夜间修护 日常修护

品类趋势

- 部位专用，功效进阶，唇部和颈部都要抗衰和修护
- 应用明星美容成分，如：视黄醇棕榈酸酯淡纹
- 应用新兴成分，如：小果咖啡籽油改善暗沉

疫情护肤观趋势展望

后疫情时代大众护肤关键词：安全护肤、超前防御、精简提效、自主便捷

后疫情时代消费者消费理念转变

疫情爆发打乱了人们的生活节奏和心理状态，使人们变得焦虑，隔离禁足使人们变得孤独，疫情持续反弹使人们对未来预判更为谨慎。



- 人们的消费理念变得更**理性**——注重**刚需**、**效果明显**和**性价比**；
- 更关注**健康安全**——使用的产品**对自身健康无害**也**降低对环境的伤害**；
- 更敏感且**防御意识增强**——对外界侵害更易敏，**主动修复问题**，**主动防范**。

人们的护肤需求

维持肌肤健康

安全性：配方安全，成分天然亲肤
防御性：超前建立抵挡外界侵害的屏障

防晒

抗衰

芳疗

解决肌肤问题

针对性：针对特定肌肤问题有的放矢
功效性：有效解决肌肤问题且高效解决
自主性：可自行完成的且适配自身条件

抗痘

抗敏

刷酸

疫情常态下，消费者护肤需求的趋势走向

	场景迁移	成分安全	温和亲肤	技术提效	功效加乘
防晒	户外防晒→城市防晒 (通勤+室内)		- 量肤定制 - 不用卸妆	“防摩擦” “快速成膜” - 物化结合，全波段	- 防晒、美白、妆前隔离多效合一 - 添加养肤美容成分
抗衰	脸部→身体 唇部、颈部“精细化”	应用明星养肤美容成分		美容仪加持	
芳疗	院线享受→在家DIY 脸部→身体	- 天然植物精粹油脂 - 量肤定制		美容仪加持	“以油养肤” - 芳香疗愈情绪
抗敏		倾向精简有效，复配植萃、安全亲肤成分的配方产品			
刷酸 抗痘	脸部→身体 全脸“粗放式”→T区 “精细化”	- 经典传统酸类→温和多酸复配 “无酸刷酸”：以发酵类、植物类成分替代传统酸 - 量肤定制		技术介入缓释刷酸对肌肤的刺激	

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

本页面/报告中各项内容（包括但不限于图文、音频、视频、版式、页面设计、文档、数据、图表、标志、标识、商标、商号等）以及其中所涉及的独立研究数据、研究方法、研究模型、研究结论及衍生服务产品（统称“**内容**”），除特别注明外，均受到相关知识产权及其他使用限制的保护。除非您与深圳市一面网络技术有限公司（以下简称“**我们**”）另有约定，否则我们保留对本页面/报告各项内容的各项权利，包括对该等内容的著作权。

未经我们事先书面授权，任何机构或个人均不得以任何方式修改、复制、翻译、转发、引用或传播全部或部分内容，亦不得将相关内容作为传媒所引用之依据，亦不得用于营利或非营利的其它用途。任何机构或个人违反前述规定的，均属于侵犯我们著作权的行为，由此引起的一切法律后果由该机构或个人自行承担，我们保留追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任的权利。

除非我们与您另有约定，否则我们不对内容的准确性、完整性、充分性作出保证。相关内容仅限于客户内部使用，仅供客户在经营和分析研究中参考。

本页面/报告可能包含与第三方网页的链接，您将自行作出决定是否访问这些链接，我们并不保证这些链接上所提供的任何信息或数据的准确性或真实性。

ABOUT US

关于我们



一面数据是一家领先的数据智能解决方案提供商，通过顶尖的AI技术和数据处理分析能力，提供实时、全面的数据洞察，解锁数据价值，让数据驱动决策，引领品牌进化。

通过解读来自电商平台和社交媒体渠道的海量数据，为客户提供关于商业战略、产品开发、市场营销与销售、电商运营方面的实时洞察和建议。一面数据持续服务个护美妆、食品饮料、日用家清、宠物、汽车等多领域头部客户，获得行业广泛认可。

ASCENTIAL

一面所属艾盛集团（Ascential）为世界领先的消费品牌及其生态系统提供专业信息、商业分析和电商优化平台。旗下多元化品牌横跨数字商务、产品设计、营销、零售和金融服务四大业务版块，将短期可操作的信息咨询和长期趋势相结合，助力客户提升绩效和解决实际问题。

集团在伦敦证券交易所上市，在120多个国家为客户提供本地化的专业服务。

FOLLOW US

关注我们

更多信息 扫码关注 ▶



一面数据公众号



数据冰山

联系电话: 0755-86503625

官网地址: <https://www.yimian.com.cn>

商务合作: marketing@yimian.com.cn

加入我们: yimiandata.jobs.feishu.cn

地址: 深圳市南山区中国储能大厦47F

Data to Action

洞见数据 赋能变革

