

2024 功效护肤突围三大机遇点

美丽修行咨询团队

2024.08

CONTENT

目 录

PART ONE

功效护肤下半场，寻求新的增长点突围势在必行

- 功效护肤市场持续膨胀，市场潜力大
- 功效护肤市场发展的下半场，挑战与机会并行

PART TWO

功效护肤的三大机遇点

- 机遇点一：品类延伸，功效护肤从头到脚
- 机遇点二：人群延伸，四大功效护肤蓝海人群
- 机遇点三：场景延伸，功效护肤卷进医美和熬夜场景

CHAPTER ONE

01

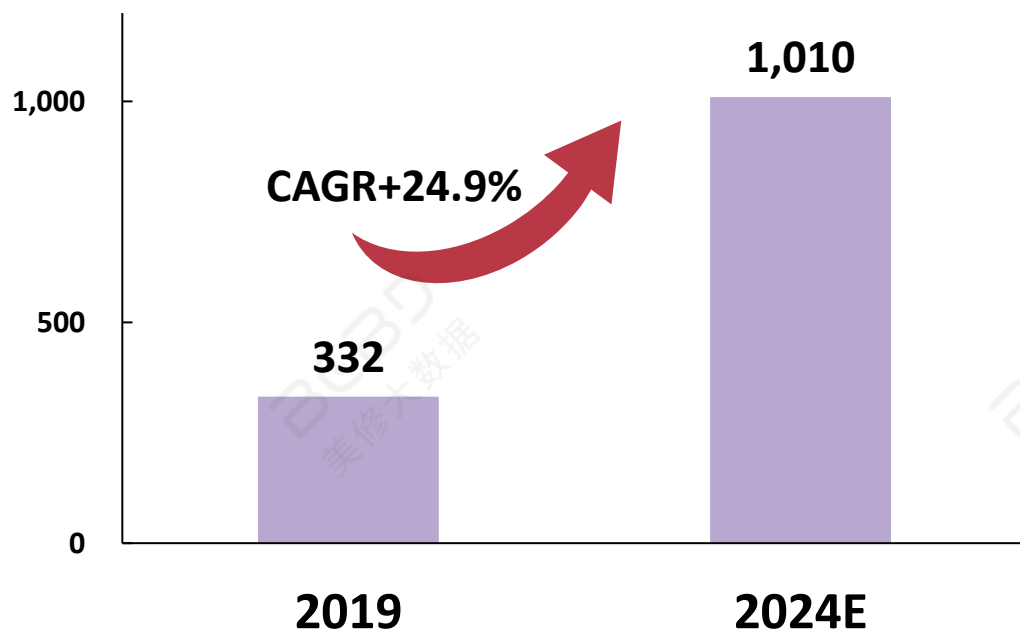
功效护肤下半场，寻求新的增长点突围势在必行

功效护肤市场规模持续膨胀，市场潜力大

功效性护肤品行业在中国发展迅速，市场规模逐年增长。据欧睿数据显示，2019年中国功效护肤品市场规模为332亿元，占整体护肤品市场13.6%，预计2024年中国功效性护肤品市场规模将突破千亿元，在整体护肤品市场的占比约为22.9%，CAGR+24.9%，功效护肤市场展现出强大的发展态势。

中国功效护肤品整体市场规模

单位：亿元



数据来源：公开资料，美丽修行整理

功效护肤市场发展的有利因素



法规和市场政策的完善

自2022年1月1日起，化妆品行业正式进入功效评价时代，化妆品应当依据相关要求在注册备案时上传功效测试报告。



技术进步和创新成分的开发

供应端化妆品行业整体研发实力持续提高，涌现出一批医药背景深厚、研发能力突出的化妆品行业新入者，研发能力更加专精，使得品牌能够推出更多具有特定功效的护肤产品，满足市场的细分需求。

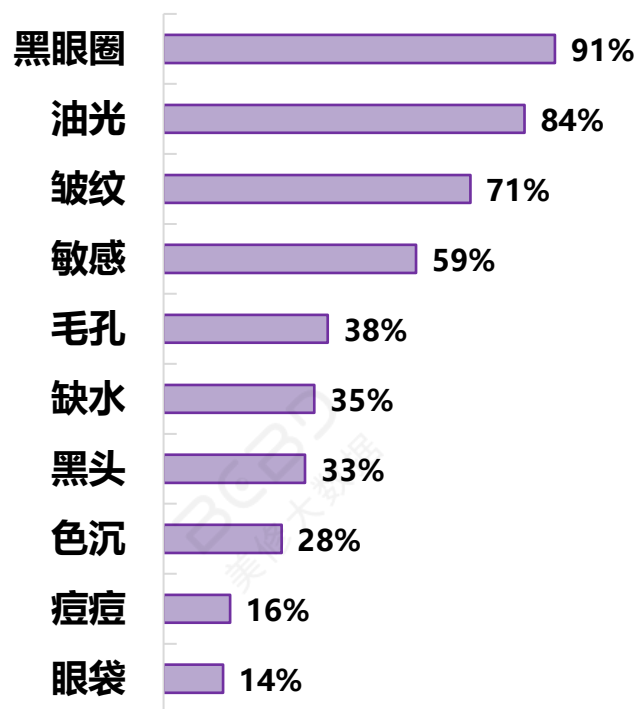
消费者愈发关注肌肤问题，“泛成分党”时代功效更受重视

据美丽修行APP测肤数据显示，肌肤问题普遍存在，问题肌肤人群占比高达89%，皮肤问题成为常态，同时受自媒体、知识平台教育的加持，消费者注重皮肤护理的同时开始更加关注功效和成分，个性化和定制化护肤解决方案的需求不断增长。“泛成分党”的时代已经来临，消费者对护肤产品的选择不停留在盲目种草，美丽修行大数据显示，近3年功效护肤品关注度增涨358%，关注功效护肤品用户数增长23%。

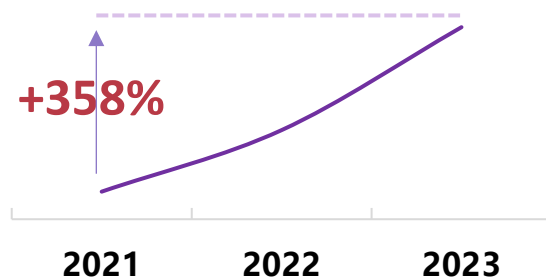


问题肌肤人群占比高达**89%**

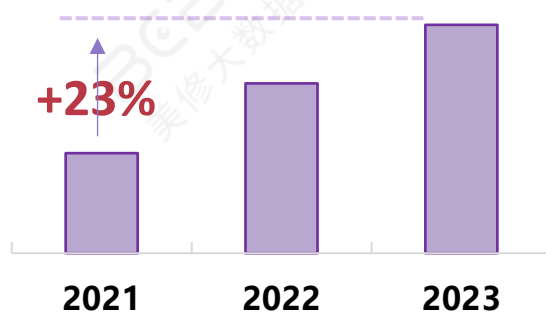
美修站内用户肌肤问题情况



近3年功效护肤品关注度变化趋势



近3年关注功效护肤品用户数变化趋势



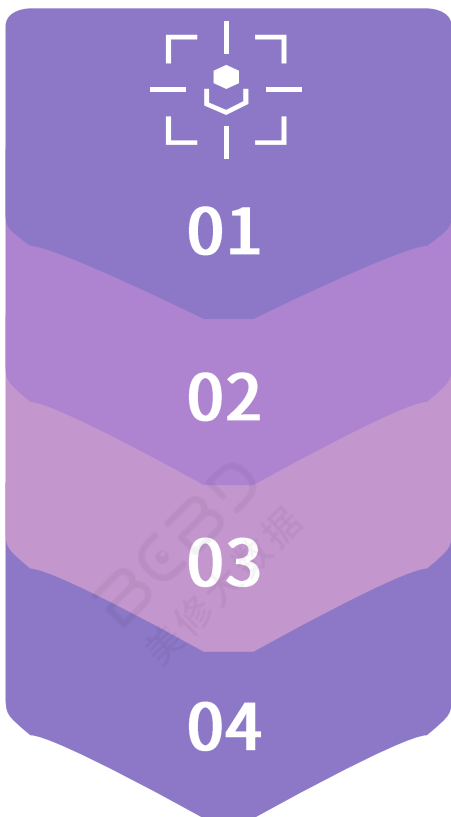
数据来源：美丽修行大数据平台

数据说明：问题肌肤指使用美修app拍照测肤显示存在相关肌肤问题；功效性护肤品这里指的是产品宣称包含保湿、滋养、修护、舒缓、控油、祛痘、去角质、抗皱、紧致、祛斑美白、防晒等功效的产品

功效护肤市场发展的下半场，挑战与机会并行

功效护肤市场从起步至今，已开始进入发展的下半场，竞争不断升级加码，逐渐白热化，市场也面临如业绩下滑、成本增加的窘境。功效护肤从单纯追求成分浓度、原料堆砌，到卷配方组合、工艺概念等花样层出不穷。品牌若要想在市场中真正崭露头角，功效护肤的下半场，找准“突破点”和“增长策略”成为关键问题，机遇和挑战并行。

当前功效护肤市场面临的挑战



业绩下滑：功效护肤品销售遇冷，龙头品牌业绩下滑，包括薇诺娜、润百颜、玉泽等热门功效护肤品牌的母公司在2023年及2024年一季度的业绩均出现下滑。

市场竞争加剧：随着越来越多的品牌进入功效护肤市场，产品同质化现象严重，导致市场竞争异常激烈，品牌之间为了获得市场份额，不得不增加营销和广告投入。

线上销售成本增加：线上销售曾是功效护肤品增长的主要渠道，但随着市场的变化，线上“造富神话”难以再现。线上销售占比的增长带来了相关销售费用的增加，知名主播的坑位费越来越贵，投入与回报不成正。

消费者对强功效怀疑：消费者对一些宣称具有快速显著效果的产品持怀疑态度，担心高浓度的活性成分可能对皮肤造成副作用。

CHAPTER TWO

02

功效护肤的三大机遇点

CHAPTER TWO

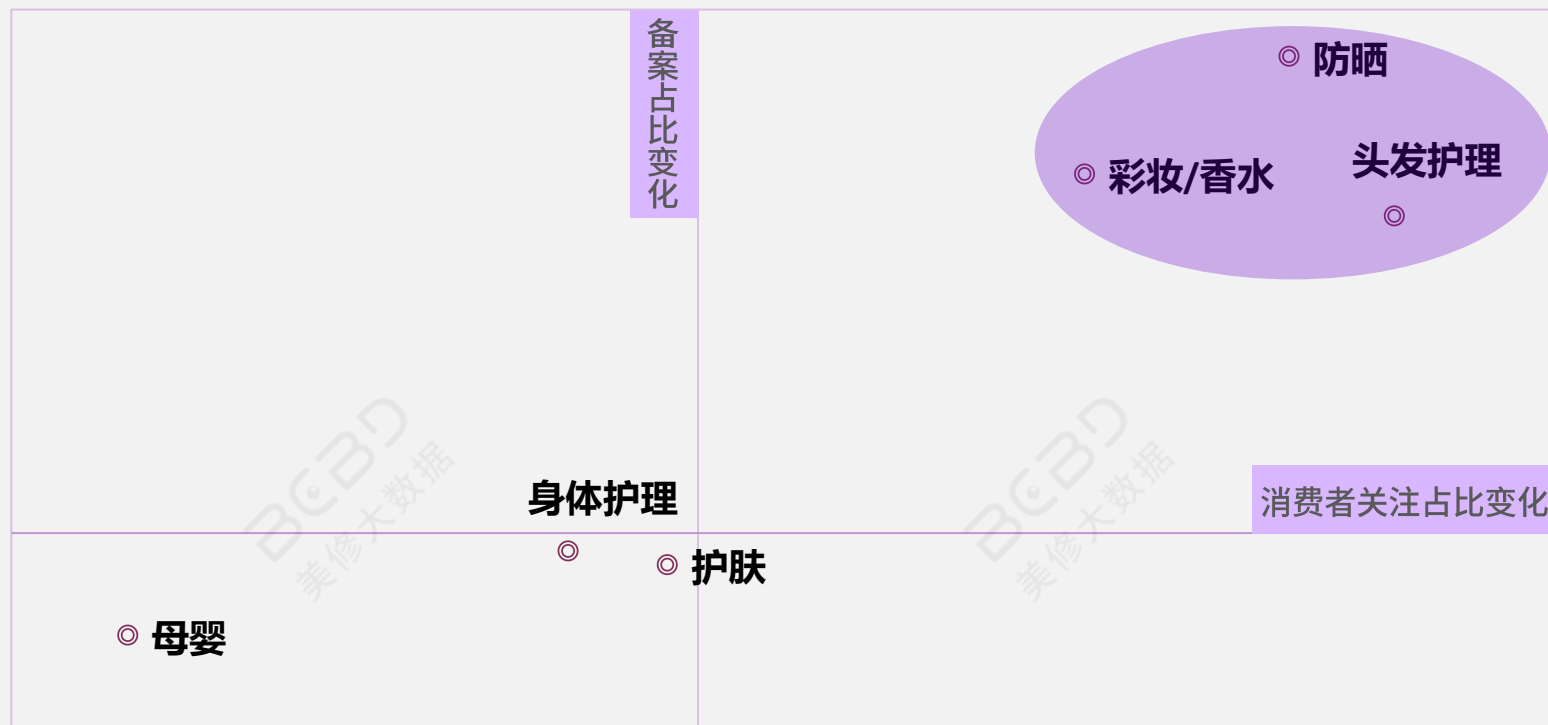
机遇点一

品类延伸，功效护肤从头到脚

机遇点一：品类延伸，功效护肤从头到脚

根据美丽修行大数据，23年头发护理、防晒、彩妆/香水品类是功效护肤赛道中的明星品类，不论是从市场备案端还是用户需求端，相较于22年占比变化多。细分功效护肤具体品类来看，沐浴，止汗/除臭等身体护理品类，以及洗发、护发等头发护理品类在消费者中热度高，功效护肤的趋势已经蔓延为“从头到脚”。

功效护肤品不同品类消费者关注度&备案占比变化 (2023vs2022)

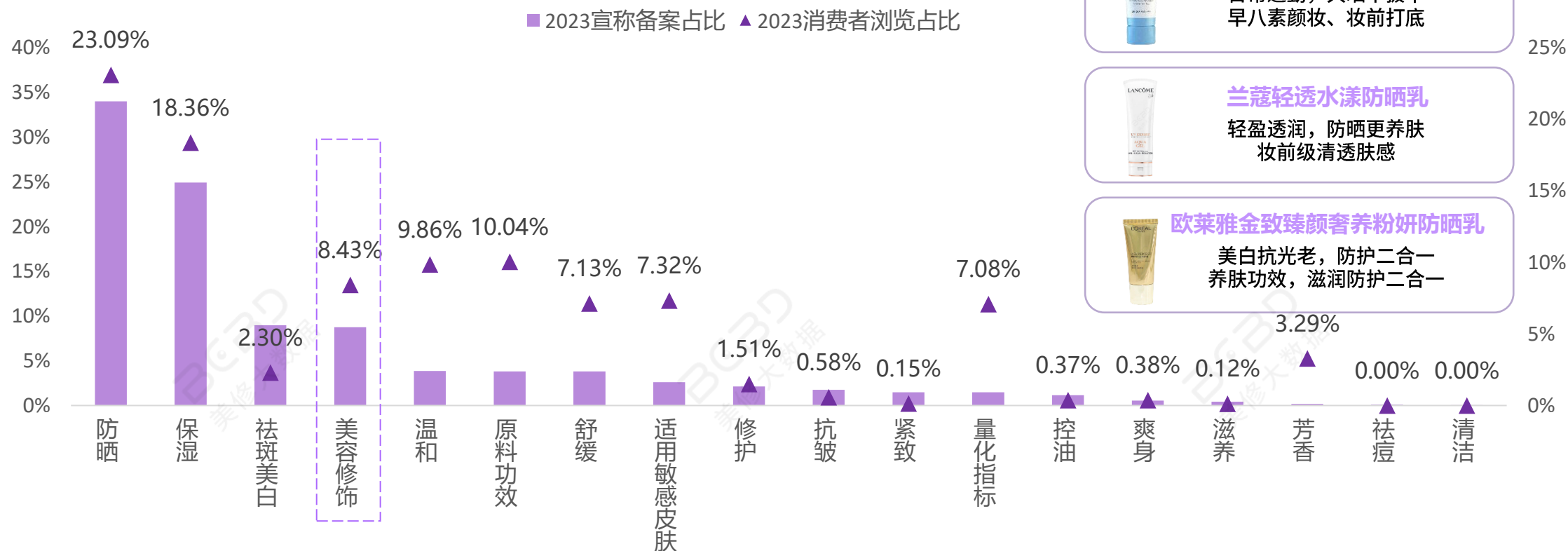


消费者关注TOP10细分品类	所属品类	关注占比增长
沐浴	身体护理	70.89%
止汗/除臭	身体护理	68.13%
精油芳疗	护肤	44.17%
面部磨砂/去角质	护肤	43.41%
隔离	彩妆	42.72%
洗发	头发护理	22.50%
底妆	彩妆/香水	19.81%
防晒	防晒	17.25%
乳液	护肤	13.86%
护发	头发护理	11.36%

防晒品类：多效合一成为必选项，融合美容修饰功效受追捧

防晒品类上，从市场端可以看到具备附加功效已经成为防晒产品的重要属性，品牌纷纷入局多效合一的防晒赛道，不仅能防晒，复合保湿、祛斑美白、美容修饰等多功效成为重要发力点；同时随着消费者护肤意识的提高，过度防护现象普遍存在，精简护肤受到推崇的背景下，作为护肤最后一步，防晒产品能够“一款多用”，比如具备美容修饰效果可以帮助打造轻底妆等功效受到追捧。

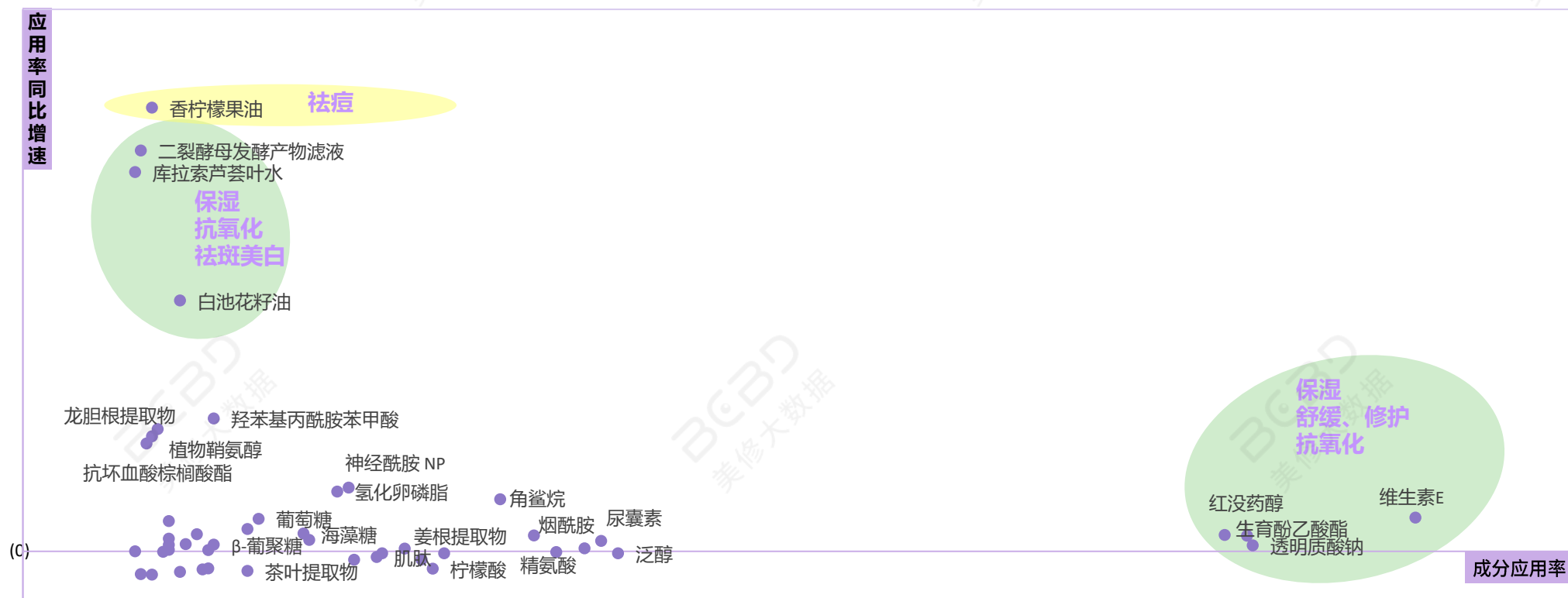
防晒品类宣称商品数量&热度



防晒品类：祛痘功效成分增长领先，保湿舒缓类成分应用率高

具体成分应用来看，具有保湿、舒缓、修护、抗氧化功效的成分比如维生素E、透明质酸钠、红没药醇等在防晒品类中应用率高，远超其他成分应用率；同比增速来看，具有祛痘功效的香柠檬果油应用增长率远超其他成分，此外，行业偏好二裂酵母发酵产物滤液、库拉索芦荟叶水等具有保湿、抗氧化的成分，应用增速表现也比较突出。

活性成分在功效防晒产品中应用率变化（2023vs2022）

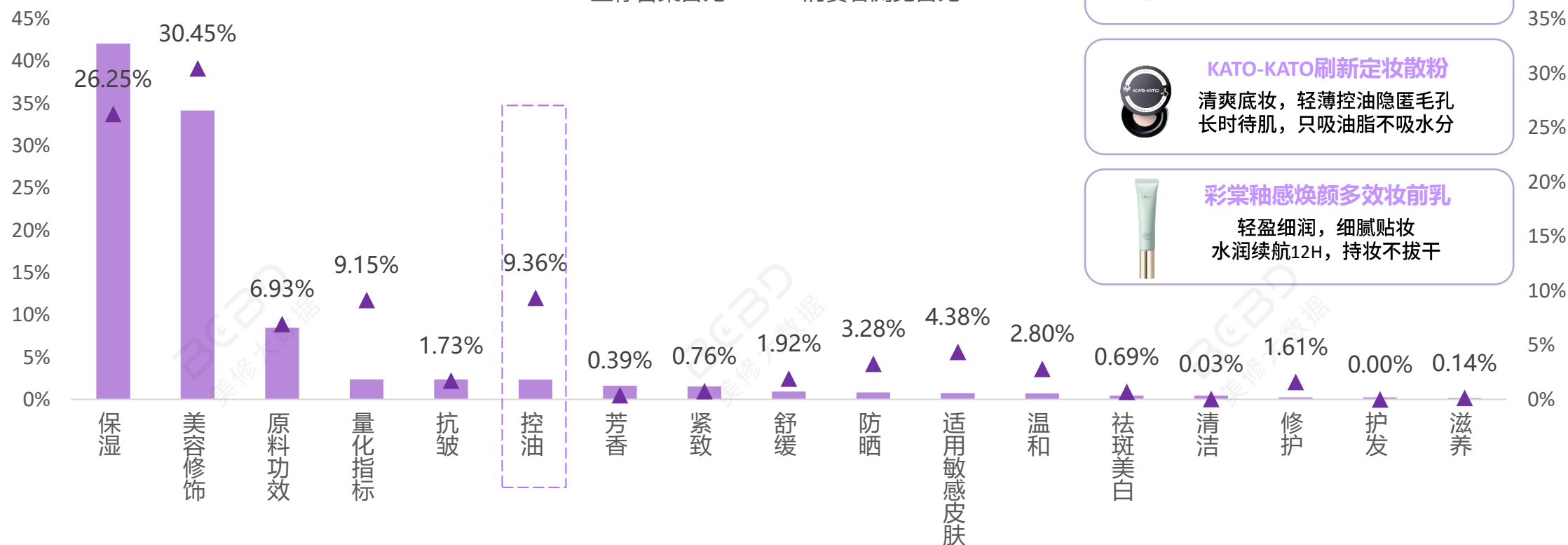


彩妆品类：美肤和养肤兼顾，保湿控油需求高

彩妆市场一直竞争激烈，当前渐趋饱和，功效护肤的发展为彩妆另辟蹊径，打开了新的发展局面，各类功效在彩妆中的运用渗透程度加快，“功效型”彩妆成为品牌争相进军的方向。当前，在彩妆中融入护肤的需求较高，保湿功效位列彩妆备案的第一名，同时也是消费者追求的热门功效，除此之外，由于彩妆会较长时间在脸上停留，消费者也很在意能否持久控油。

彩妆品类宣称商品数量&热度

■ 2023宣称备案占比 ▲ 2023消费者浏览占比

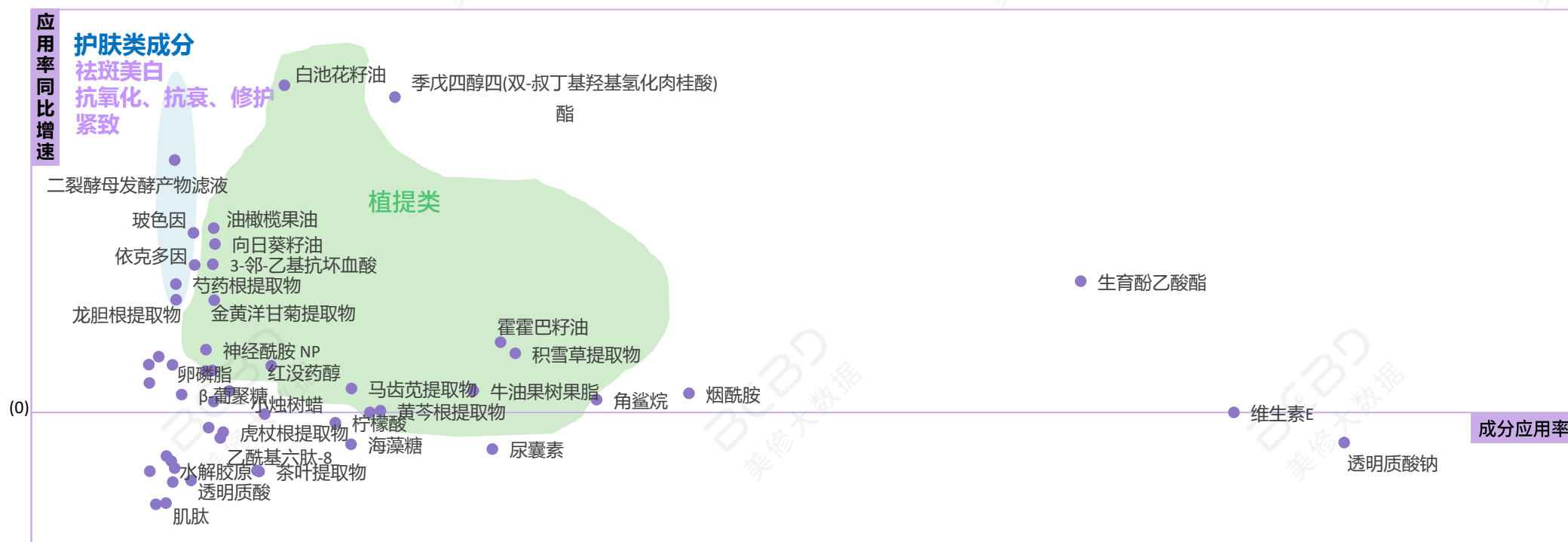


数据来源：美丽修行大数据平台
数据时间：截止至2023.12.31

彩妆品类：高端护肤成分应用增速快，植提类也受青睐

具体成分应用来看，植提类成分如白池花籽油、油橄榄果油、积雪草提取物等受彩妆行业青睐，在彩妆品类中不仅应用广泛，增速也高；此外，常运用于护肤品中的成分比如二裂酵母发酵产物滤液，玻色因，依克多因等在彩妆品类中的应用增速亮眼，由此可见，功效彩妆美服养肤一体趋势明显。

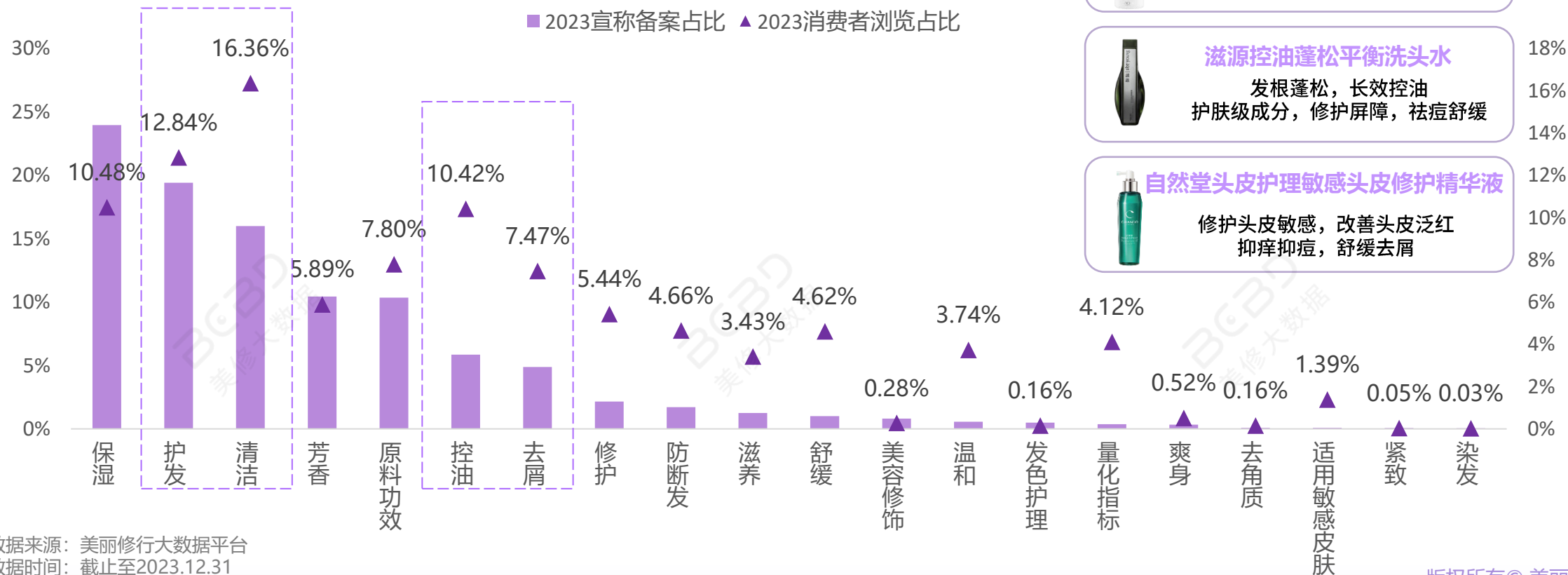
活性成分在功效彩妆品类中应用率变化 (2023vs2022)



头发护理品类：洗护并重，控油去屑受追捧

近年来头皮健康观念深入人心，消费者投资洗发护发产品的意愿变强，对高品质洗发护发产品和精致头发养护的需求提升，如今的洗护发行业已然进入精细化功效时代。备案端具有保湿、护发、清洁、芳香功效的产品热度高，消费者对“头等大事”的关注已经从“洗”过渡到了“洗+护”的新阶段，此外，出油头屑仍是困扰消费者主要的头皮问题，因此控油、去屑功效具有较高的热度。

头发护理品类宣称商品数量&热度



薇姿止痒去屑洗发水
调节头皮微生态
去屑同时，改善油腻头痒

滋源控油蓬松平衡洗头水
发根蓬松，长效控油
护肤级成分，修护屏障，祛痘舒缓

自然堂头皮护理敏感头皮修护精华液
修护头皮敏感，改善头皮泛红
抑痒抑痘，舒缓去屑

具体成分应用来看，去屑、控油类成分仍然是头皮护理行业端主要应用的功效成分，比如吡罗克酮乙醇胺盐和吡硫鎇锌应用率广；具有保湿、抗氧化、防脱发、修护功效的成分比如山茶籽油，何首乌根提取物，侧柏叶提取物等成分应用率增速快，在头发护理品类中热门。

应用率同比增速

成分应用率

保湿、抗氧化、防脱发、修护

去屑、控油

成分应用率

水解角蛋白

山茶籽油

椰子油

苦参根提取物

透明质酸

水杨酸

水解蚕丝

霍霍巴籽油

PCA 钠

侧柏叶提取物

何首乌根提取物

何首乌提取物

侧柏叶提取物

吡罗克酮乙醇胺盐

甘氨酸

精氨酸

吡硫鎇锌

人参根提取物

丙氨酸

黄芩根提取物

角鲨烷

乳酸钠

天冬氨酸

亮氨酸

姜根提取物

水解胶原

缬氨酸

谷氨酸

海藻糖

景叶提取物

透明质酸钠

赖氨酸

烟酰胺

维生素E

乳酸

尿囊素

泛醇

柠檬酸

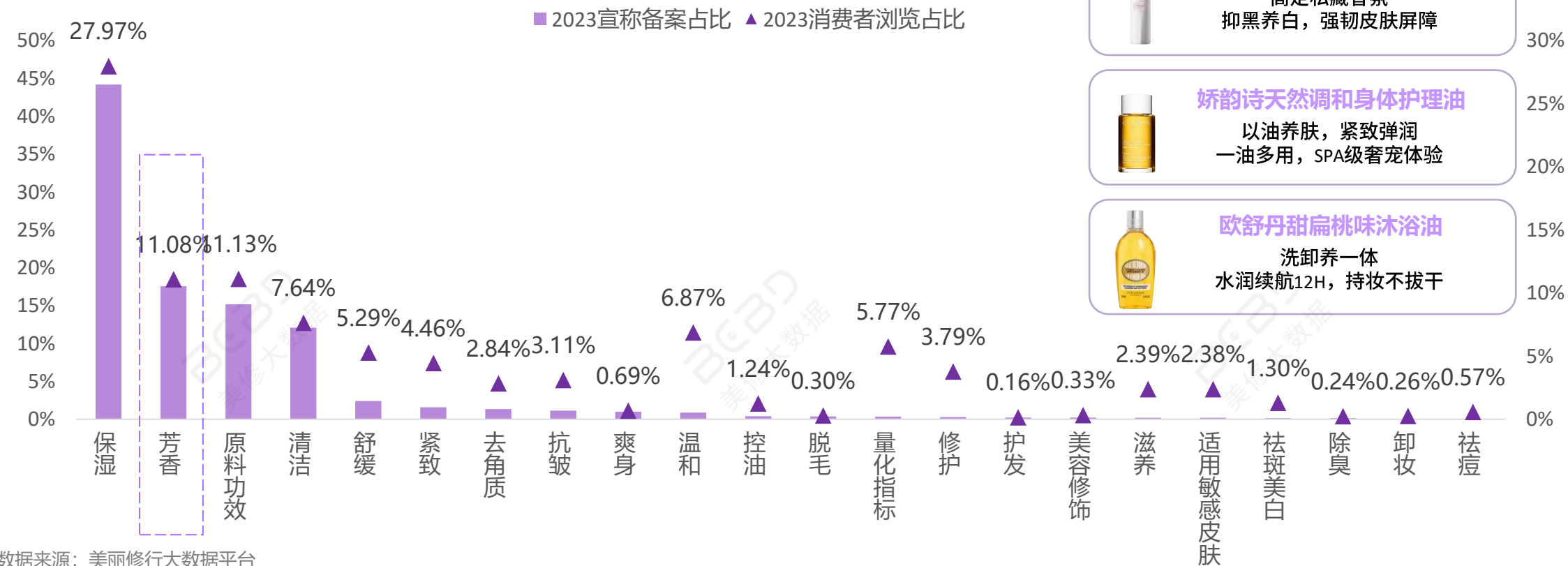
BCBD 美修大数据

版权所有© 美丽修行大数据

身体护理品类：芳香疗愈带来情绪价值成为重要驱动

精致化生化方式的蔓延不仅让消费者重视呵护面部肌肤，也关注到身体的护理。近年来身体护理产品朝着精致化和高端化的方向发展，除了主流的保湿功效受到关注外，备案端和需求侧芳香功效都居于前列，由此可见，在嗅觉经济影响下，香氛疗愈在身体护理品类中的重要程度，通过身体护理带来情绪价值成为该品类发展的重要驱动。

身体护理品类宣称商品数量&热度

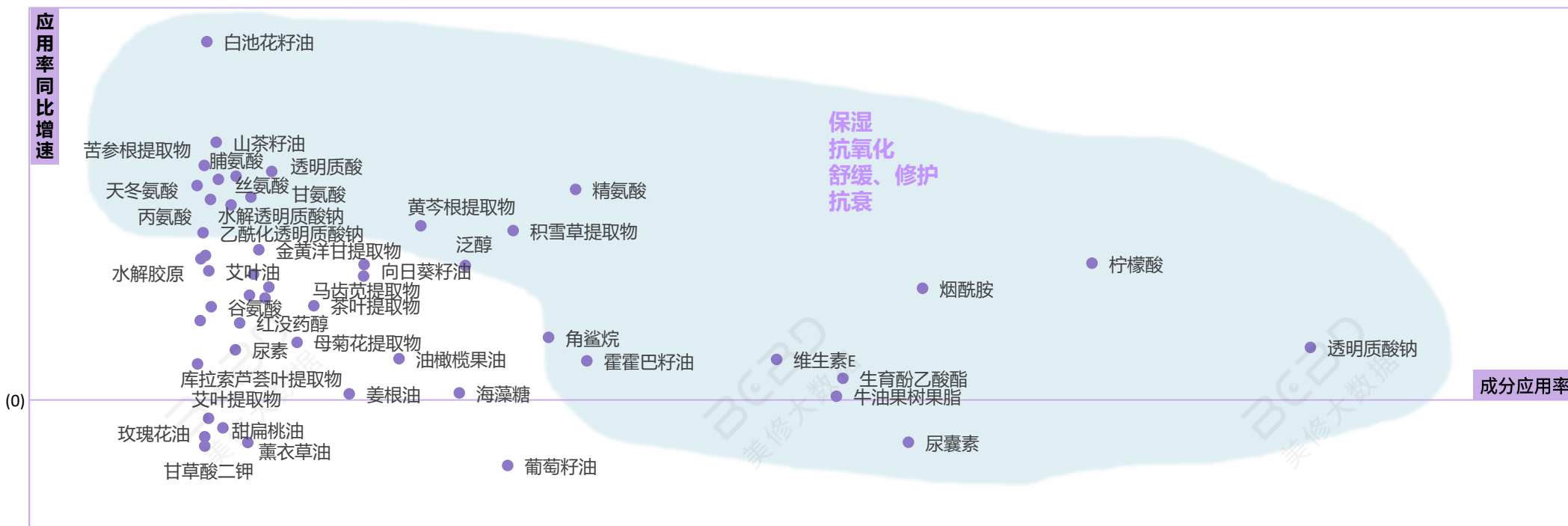


数据来源：美丽修行大数据平台
 数据时间：截止至2023.12.31

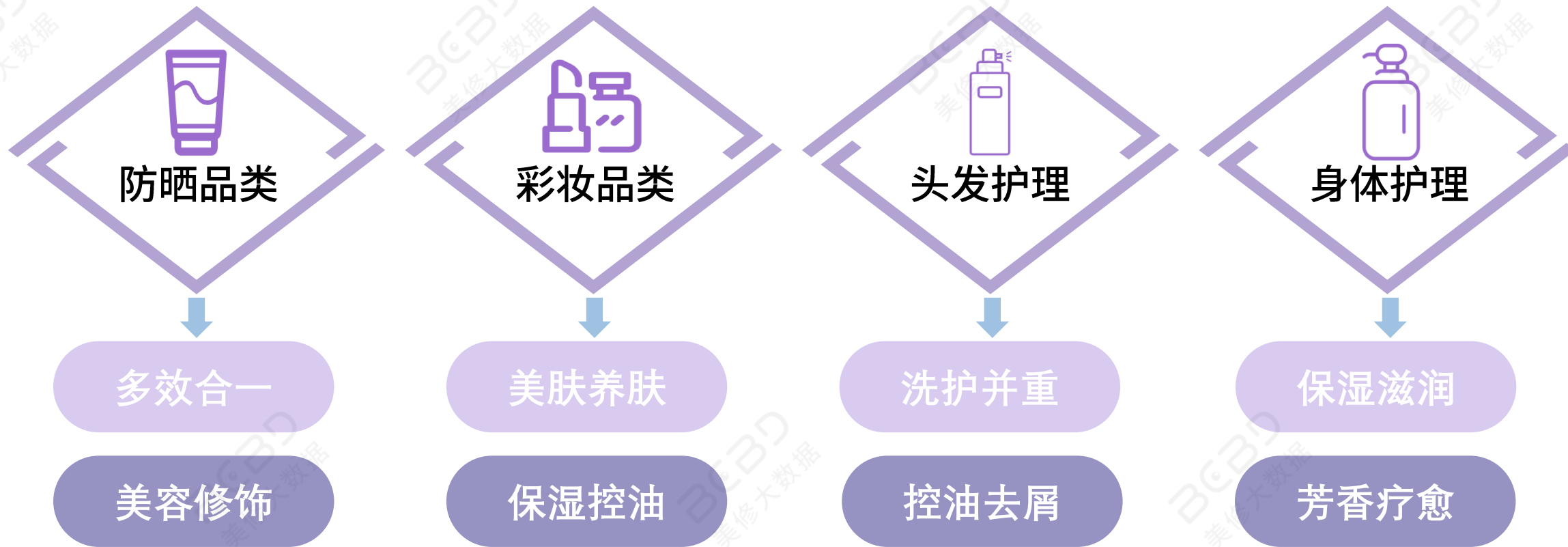
身体护理品类：保湿、舒缓、修护功效成分仍是应用主流

具体成分应用来看，从成分应用率和增速上来看，具有保湿、抗氧化、舒缓、修护、抗衰功效的成分仍然是行业端应用的主流，植提类成分比如白池花籽油，山茶籽油，苦参提取物等应用率同比增速快。

活性成分在功效身体护理品类中应用率变化（2023vs2022）



小结SUMMARY



CHAPTER TWO

机遇点二

人群延伸，四大功效护肤蓝海人群

机遇点二：人群延伸，四大功效护肤蓝海人群

婴童



根据美丽修行大数据，“时尚宝妈”用户量级高达**9万+**人次，用户活跃度高，粘性大，妈妈对宝宝护肤的关注度高，婴幼儿护肤赛道潜力大。

青少年



根据美丽修行大数据，**17岁以下**的青少年用户从21年占比**2.86%**提升至23年占比**4.47%**，增长率高达**56.68%**，近3年CAGR+**25.17%**。

男士



根据美丽修行大数据，**男性**用户从22年占比**3.74%**提升至23年占比**4.75%**，增长率**26.91%**，近3年CAGR+**10.78%**。

中老年



根据美丽修行大数据，**35岁以上**的中老年用户从22年占比**9.27%**提升至23年占比**10.07%**，增长率**8.61%**。

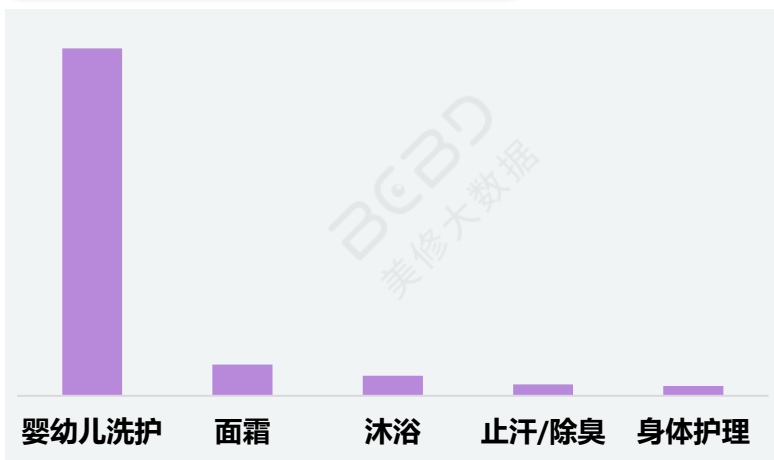
四大潜力功效护肤人群解析——婴童

市场潜力

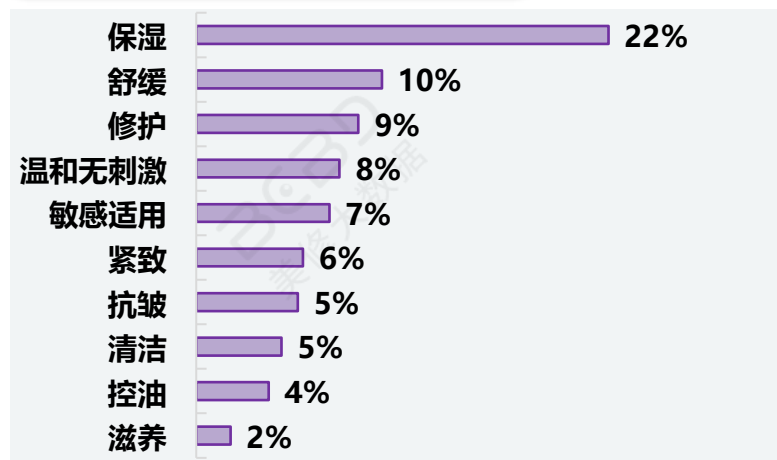
- **有利政策：**“双减”、三孩政策等一系列积极支持生育的政策法规及配套措施相继落地实施，推动构建孕育友好型社会；
- **市场规模扩大：**科学化精细化养育理念深入人心，母婴市场整体规模进一步提质扩容，预计2024年将达到7.75万亿元；
- **新消费群体：**90后宝妈群体成为消费主力，更注重产品体验和功效。



23年婴童TOP5备案品类



功效偏好



数据来源：美丽修行大数据平台，公开资料整理
数据时间：截止至2023.12.31

说明：婴童产品的购买决策者主要是宝妈，因此这里研究的是宝妈对婴童产品功效的关注情况

版权所有© 美丽修行大数据

四大潜力功效护肤人群解析——婴童

婴童

青少年

男士

中老年



婴童产品应用飙升成分

主要功效

1	积雪草苷	抗氧化、祛斑美白、舒缓
2	透明质酸钠交联聚合物	保湿
3	苦橙(CITRUS AURANTIUM AMARA)花水	保湿、抗氧化、祛斑美白
4	金黄洋甘菊(CHRYSANTHELLUM INDICUM)花水	抗氧化、收敛、舒缓
5	栀子(GARDENIA FLORIDA)花提取物	-
6	酵母菌发酵产物滤液	保湿、控油、祛斑美白、舒缓、抗衰
7	椰油酰基苹果氨基酸钠	-
8	黄花蒿 (ARTEMISIA ANNUA) 提取物	保湿
9	欧洲越桔(VACCINIUM MYRTILLUS)籽油	-
10	沙棘(HIPPOPHAE RHAMNOIDES)果油	抗氧化

热门产品举例



润本芦荟胶

96.8% 芦荟精粹，**滋润保湿**，**降温舒缓**，避免对幼嫩肌肤造成负担



贝亲婴儿护臀膏

4.9%氧化锌+甘草精华，**舒缓PP干红痒不适**，**快速成膜保持润泽**



启初婴儿多效倍润面霜

8倍初生胚米菁萃×专利糯米酵元，**保湿舒缓**，「膜」力锁水，萌肌「畅饮」

小结：洗护是婴童产品的主要品类，宝妈群体关注的功效集中于保湿、舒缓、修护、温和等，婴童产品中运用量飙升的多是保湿舒缓类成分，且天然成分多。

数据来源：美丽修行大数据平台

数据说明：应用飙升成分指成分备案商品应用数23vs22同比增长率

数据时间：截止至2023.12.31

版权所有© 美丽修行大数据

四大潜力功效护肤人群解析——青少年

市场潜力

- **市场规模扩大**：即将步入青春期的儿童数量和青少年数量达3亿+，青少年护洗护市场体量达36亿；
- **需求释放**：现代青少年拥有一定的自主消费能力及认知，他们更加关注产品成分、功效和品牌形象；
- **消费认知升级**：当前的青少年父母多是70-80后，随着消费认知升级，更追求生活品质，重视青少年护肤。



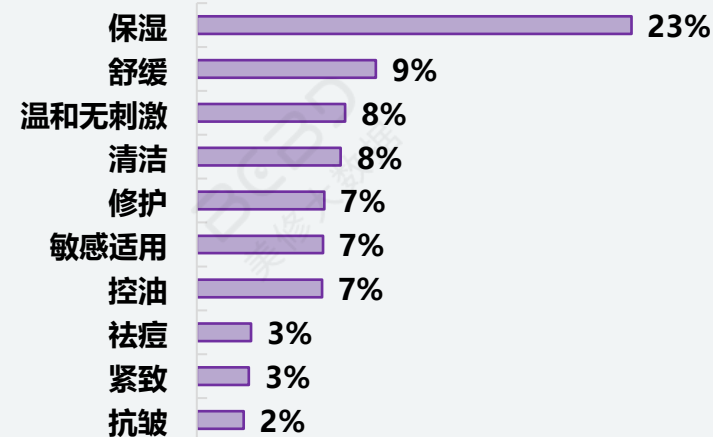
青少年突出皮肤问题

痘痘
TGI 1.14

黑头
TGI 1.04

青少年群体皮肤问题少，主要皮肤问题是青春期的常见的痘痘、黑头问题。

功效偏好



四大潜力功效护肤人群解析——青少年

婴童

青少年

男士

中老年



青少年产品应用飙升成分

主要功效

- | | | |
|----|--|----------------|
| 1 | 伯尔硬胡桃(SCLEROCARYA BIRREA)籽油 | 保湿、抗氧化 |
| 2 | 向日葵(HELIANTHUS ANNUUS)籽油不皂化物 | - |
| 3 | 聚天冬氨酸钠 | 保湿 |
| 4 | 倒地铃(CARDIOSPERMUM HALICACABUM)花/叶/藤提取物 | - |
| 5 | 神经酰胺 AS | 保湿、抗氧化、抗衰、修护 |
| 6 | 银耳(TREMELLA FUCIFORMIS)多糖 | 保湿、抗氧化 |
| 7 | 羟基积雪草甙 | 抗氧化、祛斑美白、舒缓、修护 |
| 8 | 母菊(CHAMOMILLA RECUTITA)花水 | 保湿、抗氧化、舒缓 |
| 9 | 水解小核菌(SCLEROTIUM ROLFSSII)胶 | 保湿 |
| 10 | 神经酰胺 NS/神经酰胺 NG | 保湿、抗衰、修护 |

热门产品举例



海龟爸爸小光盾儿童防晒霜

60%精华抗黑修红，**不透皮专利，全波段防晒**，运动出汗不易掉，适用校园、户外多场景



青蛙王子儿童洗发水

边吸附边清洁，**净澈舒痒，蓬松柔顺不打结**，洗出儿童健康好头皮



兔头妈妈少年冰润舒缓霜

专研核心肌肤降温技术，**冰润舒缓，一抹水润不泛油**，细致呵护少年肌

小结：除了基础的保湿功效，青少年群体开始面临痘痘、黑头等皮肤问题，因此也开始对清洁、控油、祛痘等功效有需求。青少年产品中运用量飙升的仍多是保湿修护类成分。

数据来源：美丽修行大数据平台

数据说明：应用飙升成分指成分备案商品应用数23vs22同比增长率高

数据时间：截止至2023.12.31

四大潜力功效护肤人群解析——男士

市场潜力

- **市场规模扩大**：2021年至2026年中国男性护肤品市场的年均复合增长率将达到15.88%，预计到2026年市场规模将达到207亿元；
- **护肤需求增长**：市场教育的推动下，男性护肤意识逐步觉醒，颜值经济时代，男性消费潜力被进一步释放，男性消费者对护肤品的需求趋向个性化和专业化；
- **功效偏好增强**：男性消费者不再单纯偏好简洁、高效的产品，对祛痘、美白、抗老等进阶功效也有需求。

男士突出皮肤问题

黑头
TGI 1.31

毛孔
TGI 1.30

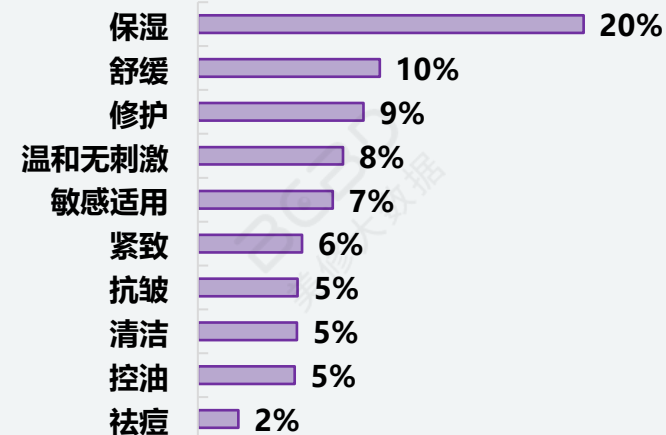
色沉
TGI 1.17

痘痘
TGI 1.10

敏感
TGI 1.10

油光
TGI 1.05

功效偏好



四大潜力功效护肤人群解析——男士

婴童

青少年

男士

中老年



男士产品应用飙升成分

主要功效

- | | | |
|----|------------------------------|----------------------|
| 1 | 澳洲坚果(MACADAMIA TERNIFOLIA)籽油 | 保湿、舒缓 |
| 2 | 二裂酵母发酵产物溶胞产物 | 保湿、祛斑美白、紧致 |
| 3 | 羟丙基四氢吡喃三醇 | 保湿、抗氧化、抗衰、抗皱、紧致 |
| 4 | 粉防己(STEPHANIA TETRANDRA)提取物 | 收敛、舒缓 |
| 5 | 苦参(SOPHORA FLAVESCENS)提取物 | 健美、抗氧化、祛痘 |
| 6 | 水解透明质酸 | 保湿、抗衰、修护 |
| 7 | 棕榈酰三肽-1 | 保湿、抗氧化、抗衰、修护、紧致 |
| 8 | 聚谷氨酸钠 | 保湿、祛斑美白、抗皱 |
| 9 | 酵母菌发酵产物滤液 | 保湿、控油、祛斑美白、舒缓、抗衰 |
| 10 | 山茶(CAMELLIA JAPONICA)花提取物 | 保湿、抗氧化、祛斑美白、舒缓、抗衰、紧致 |

热门产品举例

欧莱雅男士淡纹霜



玻色因PRO+胶原双肽，肌肽复配水杨酸加成淡纹功效，即刻**保湿**，**淡化三大纹**

自然堂男士冰川保湿霜



喜马拉雅小分子冰川水，为肌肤注入水动力，烟酰胺焕活**提亮**，**细致毛孔**

左颜右色男士美白洗面奶



持证烟酰胺+**控油**双认证，**一白到底**，洗净油黑印，焕现冷白皮

小结：除了基础的保湿舒缓功效，男士群体开始对修护、美白、抗皱、紧致等进阶功效也有需求。男士产品中具有祛斑美白、抗衰、抗氧化、紧致功效的成分运用量飙升。

四大潜力功效护肤人群画像解析——中老年

市场潜力

- **银发经济快速发展**：人口老龄化是今后较长时期的基本国情，国家统计局数据显示，23年末，我国60周岁及以上人口超2.96亿，老龄化速度快，预计在2035年前后将突破4亿，银发经济规模达30万亿元左右；
- **中老年护肤市场尚较空缺**：老年人所面临着的皮肤问题，更为复杂，而当前攻于老年特性和个性的专用美妆产品，仍然较为匮乏；
- **潜在消费群体大**：60、70后的“新老人”崛起，对美妆个护消费持有更开放、包容心态，更愿意在皮肤护理上投入金钱和精力；

中老年突出皮肤问题

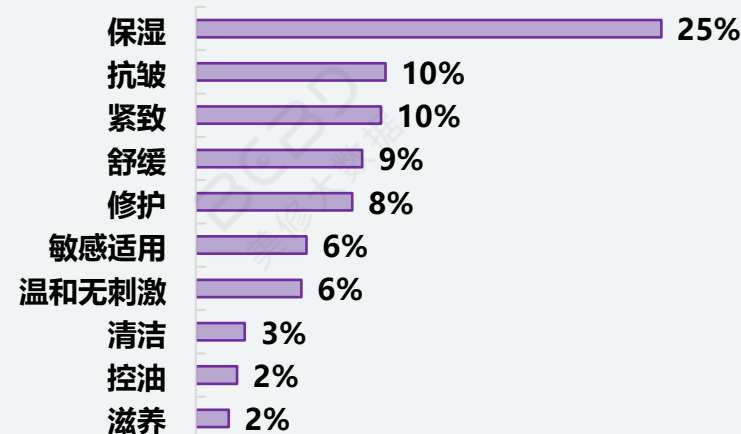
眼袋
TGI 1.97

色沉
TGI 1.58

毛孔
TGI 1.19

皱纹
TGI 1.17

功效偏好



四大潜力功效护肤人群解析——中老年

婴童

青少年

男士

中老年



中老年产品应用飙升成分

主要功效

- | | | |
|----|---------------------------------------|-------------------|
| 1 | 香叶天竺葵(PELARGONIUM GRAVEOLENS)花/叶/茎提取物 | 抗氧化,抗衰 |
| 2 | 三肽-32 | 抗衰,修护 |
| 3 | DNA 钠 | 抗衰,修护,紧致 |
| 4 | 三叶鬼针草(BIDENS PILOSA)提取物 | 抗氧化,祛斑美白,抗衰,抗皱,紧致 |
| 5 | 沙漠蔷薇(ADENIUM OBESUM)叶细胞提取物 | 保湿,抗氧化,抗衰 |
| 6 | 水飞蓟(SILYBUM MARIANUM)籽油 | 抗氧化,抗衰 |
| 7 | 仙桃仙人掌(OPUNTIA FICUS-INDICA)果提取物 | 抗氧化,抗衰 |
| 8 | 人参(PANAX GINSENG)根水 | 抗氧化,祛斑美白,抗衰,抗皱 |
| 9 | 齿叶乳香(BOSWELLIA SERRATA)提取物 | 抗氧化,抗衰 |
| 10 | 角蛋白 | 保湿,抗衰,修护 |

热门产品举例

珀莱雅红宝石轻盈霜



独家亚麻籽环肽+5冲信号肽, 3倍神经舒缓力, 精准**淡纹**, 饱满**紧致**

羽西鎏金面霜



加乘21%玻色因溶液, 3倍促生胶原, 激活弹性蛋白, **对抗垮脸**, **提拉紧致**

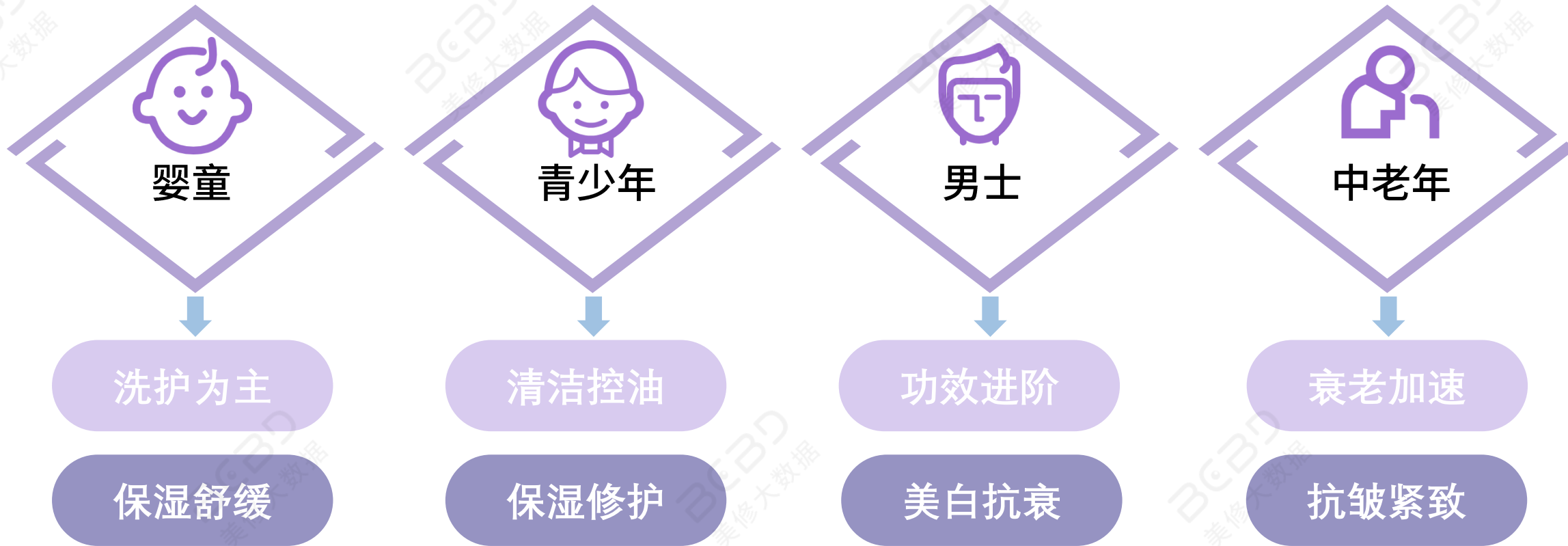
PRIOR银丝美人乳液



配合GoldenNectoEX (保湿) 和甘草酸二钾, 密封肌肤**保湿**, 使之**紧致明亮**

小结: 中老年群体面临的主要是眼袋、色沉、皱纹等衰老问题, 因此对抗皱、紧致等功效需求更高。中老年产品中运用量飙升的也多是抗氧化、抗衰、抗皱、紧致类成分。

小结SUMMARY



CHAPTER TWO

机遇点三

场景延伸，功效护肤卷进医美和熬夜场景

机遇点三：场景延伸，功效护肤卷进医美和熬夜场景

功效护肤进入医美领域现状和优势



医美市场规模潜力大

艾瑞数据显示，2021年中国医美市场规模达到2179亿元，到2025年有望达到4108亿元，21-25年CAGR为17.2%。



轻医美受欢迎成为医美行业中流砥柱

轻医美不开刀，创面较小，价格相对便宜，更满足用户对于医美项目的安全以及恢复快的期待，广泛受到消费者喜爱。至2022年，轻医美规模已超过手术类医美项目。

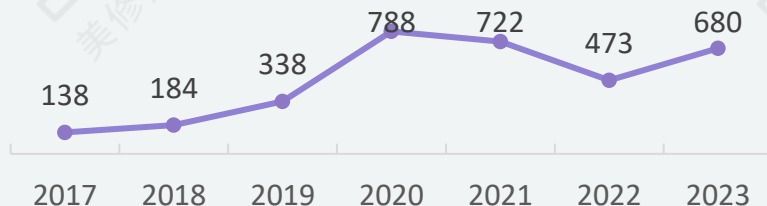


轻医美+功效护肤，实现1+1>2

轻医美的兴起，为功效护肤市场带来了新的解决思路，“轻医美”+“功效护肤”，实际上等同于“整全护肤”理念，通过功效护肤品与医美手段相结合，从日常家居护理和定期专业治疗两个层面，为消费者提供更加精准有效的护肤解决方案。

功效护肤进入熬夜场景发展的必然性

商品关键词包含熬夜/晚睡肌肤的护肤品备案趋势上升



熬夜场景护肤关键词热度高，消费者熬夜护肤需求高



#熬夜# 话题259.6亿次播放
#晚间护肤# 话题15.6亿次播放
#熬夜护肤# 话题1.2亿次播放



#熬夜# 话题阅读3.9亿
#夜间护肤# 话题阅读4亿
#黑眼圈# 话题阅读3.3亿

小红书

#熬夜# 总浏览量29.2亿
#睡眠# 总浏览量9.9亿
#黑眼圈散退# 总浏览量5.1亿

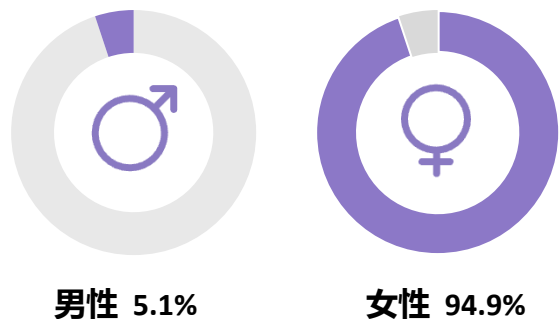


#熬夜# 近一年指数平均值199,380,697
#黑眼圈# 近一年指数平均值30,390,047

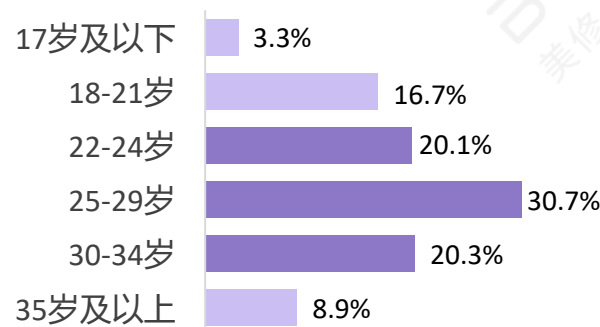
两大机会场景解析——医美场景人群画像

美修大数据显示，22-34岁的年轻女性是医美的主要人群，医美客群整体偏年轻化，对成分认知深，进阶级以上近七成，同时敏感肌用户占比超五成，TA们所面临的肌肤问题除了基础的黑眼圈油光等，皱纹、敏感、缺水等问题也较为突出。

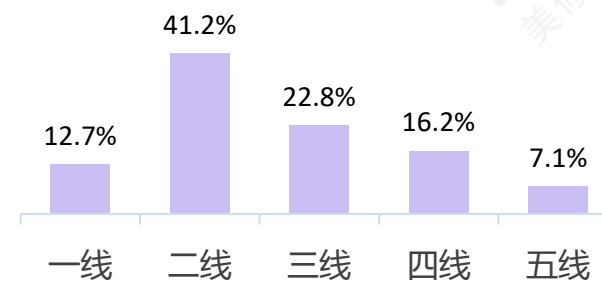
● 性别



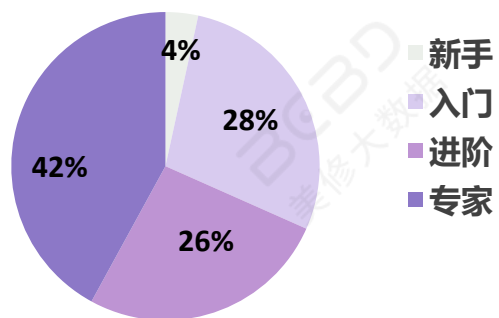
● 年龄



● 城市等级



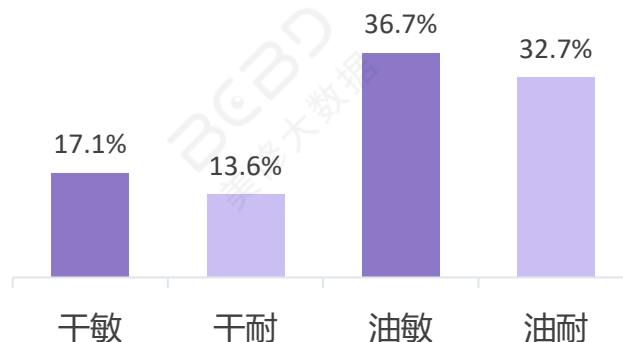
● 用户等级



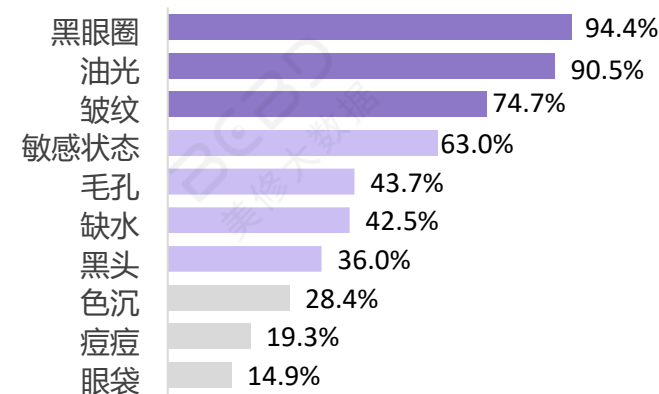
说明：新手：仅查看商品详情；入门：查看商品详情和全成分表；进阶：查看商品详情、全成分表和成分详情；专家：查看商品详情、全成分表和成分详情且直接搜索成分

数据来源：美丽修行大数据平台
数据时间：截止至2023.12.31

● 肌肤类型



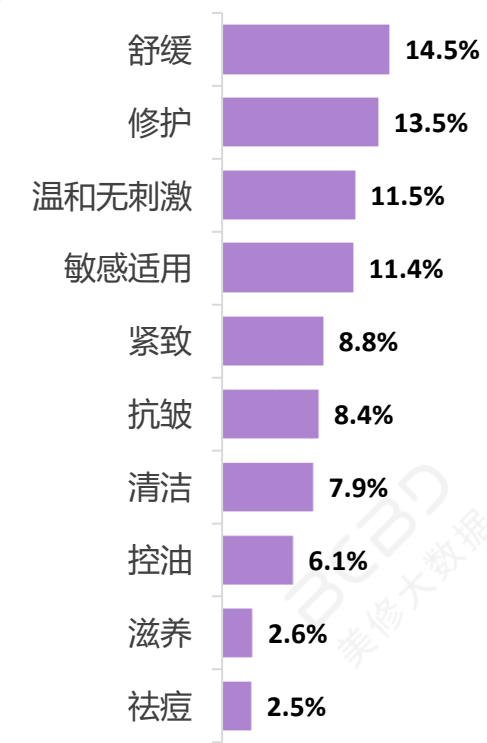
● 皮肤问题



两大机会场景解析——医美场景人群关注点

舒缓、修护、温和、敏感适用等是医美人群的主要关注功效；品类上，医美人群更青睐面部精华、爽肤水、面霜等基础品类；TOP10受医美人群青睐的品牌中，国产和国际大牌各占一半，国产品牌已经开始占领医美人群心智。

医美人群关注的功效



医美人群关注的品类



医美人群关注的品牌

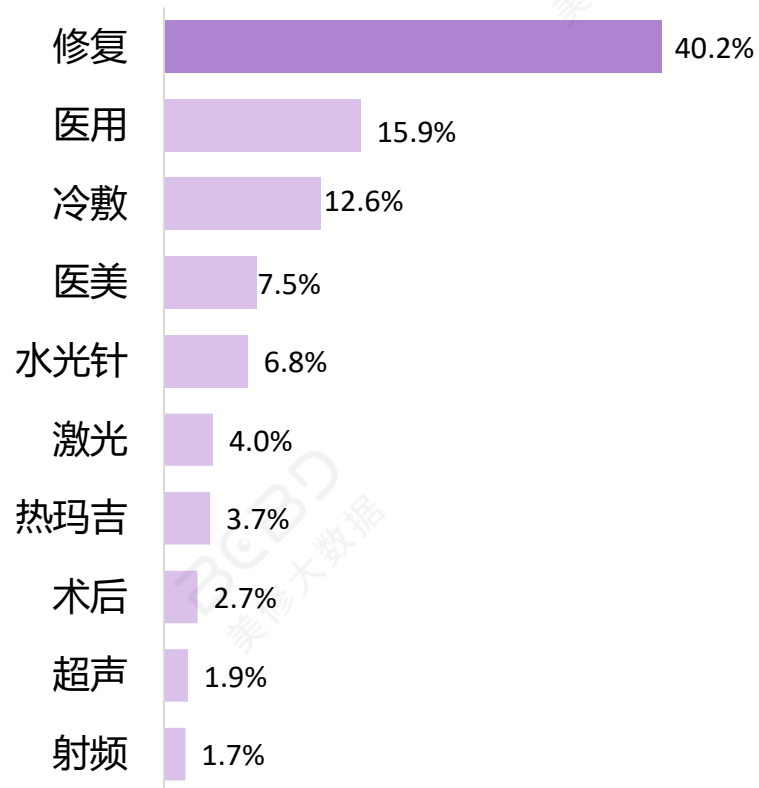


数据来源：美丽修行大数据平台
数据时间：截止至2023.12.31

机会点1：术后修复是功效护肤主要发力点

美丽修行大数据显示，医美相关的热搜词中，“修护”是被消费者提及率最高的词汇，占比高达40.2%，远超其他医美相关词汇搜索热度。可用于医美术前/术后代表产品中，可复美、理肤泉、修丽可产品受消费者青睐。

医美热搜关键词Top10



可用于医美术前/术后代表产品		品牌	美修指数
1	可复美Human-like重组胶原蛋白肌御修护次抛精华	可复美	99.47
2	理肤泉新B5多效修复霜	理肤泉	99.31
3	可复美 重组胶原蛋白敷料R型	可复美	98.40
4	理肤泉B5多效保湿修复面膜	理肤泉	98.07
5	薇诺娜透明质酸修护生物膜	薇诺娜	97.99
6	创福康胶原修护贴	创福康	97.58
7	绽妍维生素B5精润保湿面膜	绽妍	97.23
8	修丽可皮脂膜修护霜	修丽可	96.93
9	理肤泉赋活修护面霜	理肤泉	96.77
10	敷尔佳医用透明质酸钠修复贴	敷尔佳	96.38
11	修丽可植萃舒缓亮颜精华露	修丽可	96.28
12	菲尔思 医用透明质酸钠敷料液	菲尔思	95.98
13	菲尔思 医用透明质酸钠敷料贴	菲尔思	95.98
14	可复美 类人胶原蛋白敷料	可复美	95.96
15	修丽可夜间肌活紧致精华露	修丽可	95.43

数据来源：美丽修行大数据平台
数据时间：截止至2023.12.31

机会点2：整全护肤为功效护肤开辟长久发展道路

整全护肤

含义：整全护肤理念强调将**医美、生美、护肤品和生活方式**这四种方法融合，是一种**全面的护肤理念**，它不仅关注肌肤表面的保养，而是从更深层次出发，提供**更完整的护肤方案**，综合考虑到肌肤健康、生活方式、心理状态等**多个方面**，以实现肌肤的整体平衡和健康。

发展机会点

市场需求增长

生活品质的提高和颜值经济的盛行使医美市场的快速增长，为功效护肤品牌提供了新的市场机会；

医美术前与术后修护的蓝海

市场尚未得到充分满足，医美手术各阶段的定制化皮肤管理是消费者的持续需求；

皮肤学级品牌的天然优势

由皮肤科医生创立或与医生合作的功效护肤品牌，因医研共创在医美领域具有天然的优势，能更好理解、满足消费者在医美各阶段的护肤需求。

代表案例



- 2012年提出“整全护肤”理念
- 将线下渠道作为“整全护肤”理念输出的核心途径
- 与专业机构合作，提供医美项目前中后一站式解决方案



- 皮肤科学领域的“先锋科研首发地”
- 与知乎数洞合作发布了《2023医学美容及项目后皮肤护理白皮书》
- 推出光电系列，专注专业美容项目后护理



- 针对医美术后修复推出了修复类产品
- 针对家用光电仪器，联合美容仪品牌打造院线级护理
- 与皮肤科教授、知名医院联合共创，形成差异化竞争优势

面临的挑战

市场竞争加剧

越来越多品牌进入整全护肤领域，难以脱颖而出；

消费者信任问题

医美领域消费者对产品的功效和安全性要求高，市场范围信任度尚低；

国内美容市场阵营的独立

“轻医美”和“功效护肤”并未能真正跑通与整合；

跨界融合经验匮乏

功效护肤品牌跨界进入医美领域缺乏相关经验，有效整合医美护肤资源难度大。

两大机会场景解析——熬夜场景人群画像

市场潜力

- **熬夜现象普遍**：随着工作、生活压力的增加，熬夜已成为当代人生活中普遍存在的现象，00后每周熬夜占比达63.1%，95后每周熬夜占比达53.5%。这不仅影响了身体健康，也深刻地影响着消费者的皮肤状况和对美容护肤的需求。
- **熬夜护肤需求上升**：熬夜引发多种皮肤问题，据美丽修行调研显示，睡眠问题给七成以上消费者带来皮肤问题如痘痘、色斑、皱纹、黑眼圈等，社交平台上熬夜护肤话题热度持续上升，消费者熬夜护肤需求显著。

熬夜人群突出皮肤问题

黑头
TGI 1.14

毛孔
TGI 1.11

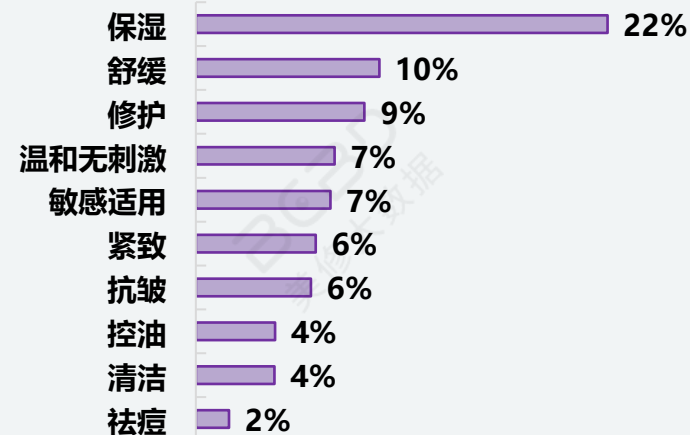
油光
TGI 1.05

痘痘
TGI 1.05

黑眼圈
TGI 1.04

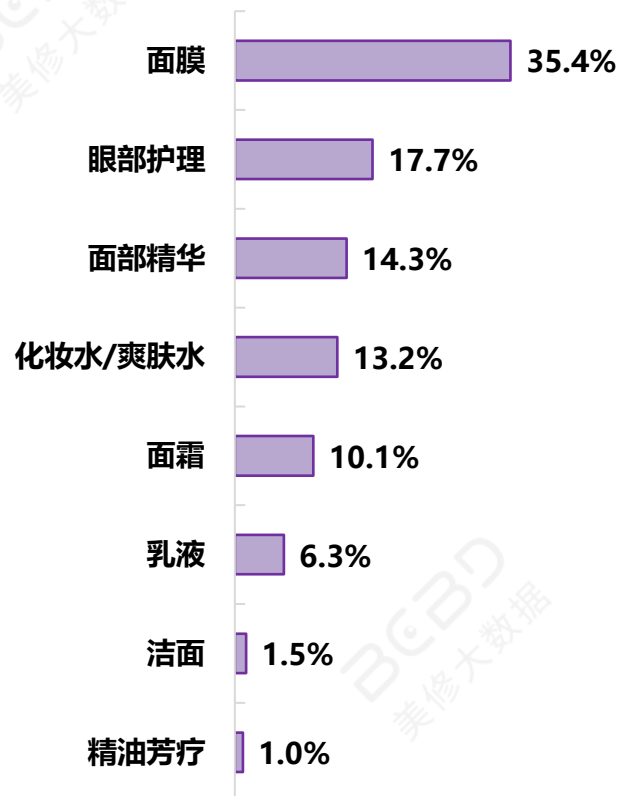
皱纹
TGI 1.01

功效偏好



两大机会场景解析——熬夜场景代表产品

23年主打熬夜产品品类备案情况



熬夜场景应用飙升成分

主要功效

1	甘油葡糖苷	保湿、抗氧化、舒缓、修护
2	银耳(TREMELLA FUCIFORMIS)子实体提取物	保湿、抗氧化
3	库拉索芦荟(ALOE BARBADENSIS)提取物	保湿、抗氧化、抗衰
4	红没药醇	保湿、祛斑美白、舒缓、去黑头、修护
5	雨生红球藻(HAEMATOCOCCUS PLUVIALIS)提取物	抗氧化
6	粉防己(STEPHANIA TETRANDRA)提取物	收敛、舒缓
7	四氢甲基嘧啶羧酸	保湿、抗氧化、祛斑美白、舒缓、抗衰、修护、紧致
8	北美金缕梅(HAMAMELIS VIRGINIANA)水	保湿、抗氧化、收敛、舒缓、祛痘
9	龙胆(GENTIANA SCABRA)根提取物	保湿、祛斑美白、舒缓
10	海茴香(CRITHMUM MARITIMUM)提取物	抗氧化、祛斑美白、抗衰、修护

热门产品举例

稀物集「小蘑罐」熬夜急救面膜



高纯度松茸提取物，水润强韧，调节肌肤昼夜节律，多维改善熬夜暗沉

修丽可夜间肌活紧致精华露



维生素E+高纯度白藜芦醇，深层修护氧化损伤，长效细腻紧致焕亮

雅诗兰黛小棕瓶眼霜



革新科技淡褪黑眼圈，「律波肽」促生胶原，撑起眼周纹路

小结：熬夜人群多面临黑眼圈、冒油、暗沉、皱纹等肌肤问题，因此对修护、紧致、抗皱等功效有需求。主打熬夜产品仍以面膜、眼部护理品类为主，抗氧化、舒缓、抗衰、修护、祛斑美白成分运用量飙升。

数据来源：美丽修行大数据平台

数据说明：应用飙升成分指成分备案商品应用数23vs22同比增长率

数据时间：截止至2023.12.31

版权所有© 美丽修行大数据

小结SUMMARY



医美场景



术后修复

整全护肤



熬夜场景



面膜急救

修护舒缓

科学引领美丽 数据驱动未来

© 版权说明

本PPT所载的文字、图片、数据等的知识产权属于武汉美之修行信息科技有限公司所有，任何人未经授权使用，不得转载或以其他方式复制发布/发表，违者必究。如需使用，请联系权利人获得授权许可，联系方式如下：

 bebd.bevol.com

 bebd@bevol.cn



行业趋势

追踪市场动态
洞悉行业前沿
了解市场趋势



消费者洞察

潜在的客户人群画像
了解消费者偏好趋势
个性化定制开发与营销



市场调研

了解市场现状
评估市场饱和度
调研消费者满意度



竞品分析

监测竞品市场动态
分析竞品优劣势
挖掘有效应对策略



新品开发

寻找潜在市场机会
目标市场消费者洞察
研究上市策略



品类分析

品类结构分析
品类价格分析
品类市场分析



潜在客户挖掘

寻找潜在目标客户
寻找潜在销售机会



宣称分析

功效宣称分析
商品关键词分析
宣称成分分析

THANKS