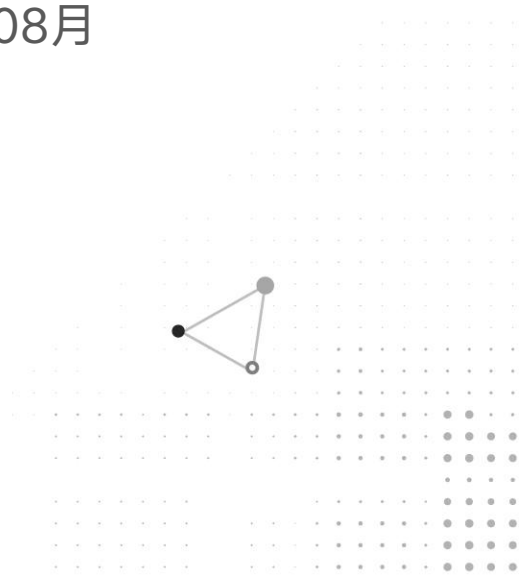




2024

医用护肤品消费者洞察

芝恩出品 2024年08月





医用护肤品（如械字号面膜、敷料等）正迎来消费新趋势。随着消费者对护肤科学性与安全性的重视加深，医用护肤品因其成分安全、功效显著且经过临床验证而备受青睐。消费者诉求已从基础的补水保湿转向修复敏感、医美术后护理、晒伤修复等多元需求，追求更加精准、高效、安全的护肤效果。

从消费者现阶段诉求来看，医美术后的皮肤护理是消费者的最主要需求，此外，敏感肌、痘痘肌等问题肌肤的日常护理需求也较大。医用护肤涉及的护肤品品类是消费者讨论最多的内容，医用敷料、修复乳、修复面霜等被较多提及；此外，医用护肤品的修复、抗敏等功能也受到消费者关注；医美术后、换季敏感、熬夜爆痘等场景热度高。

医用护肤品市场呈现出强劲的增长势头，男性成为医用护肤品蓝海；此外，在使用场景上，熬夜、内卷场景加剧肌肤问题，消费者期待更安全、更温和的医用护肤品，这也为品牌带来了新的增长点。

目录 CONTENTS

01  医用护肤消费者诉求洞察

02  医用护肤品热度洞察

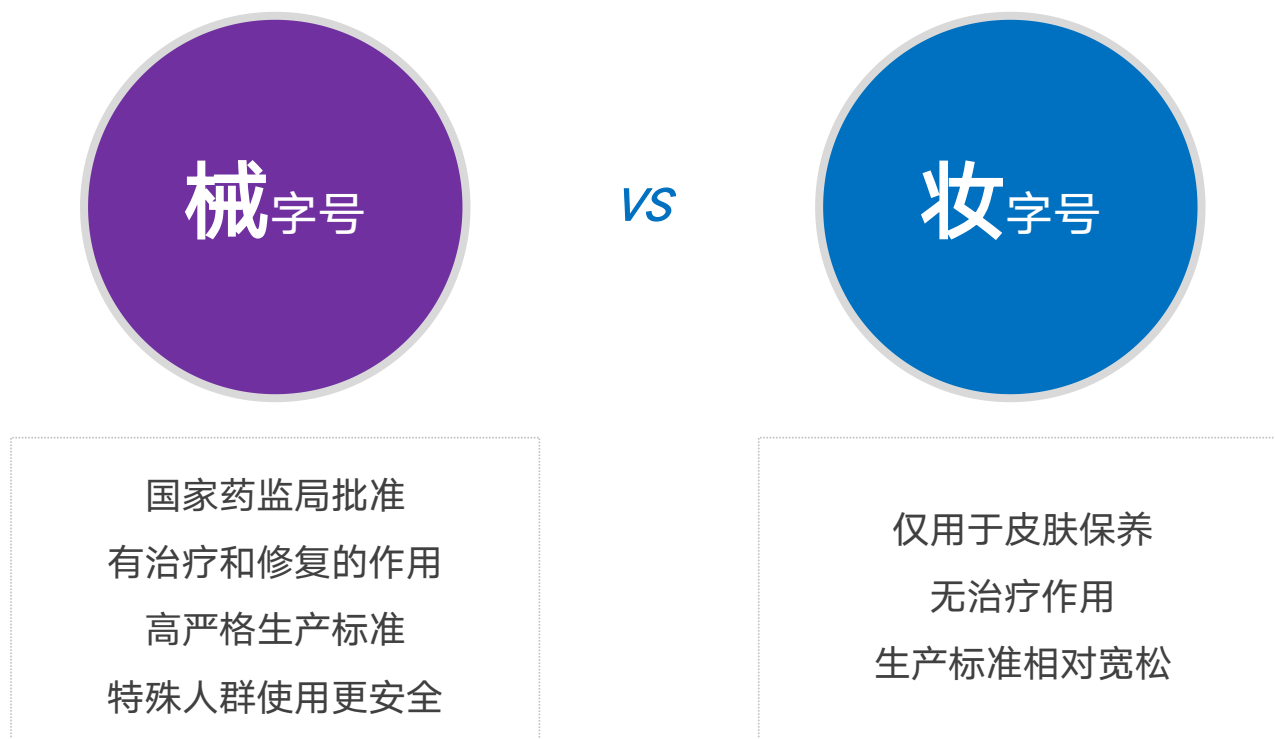
03  医用护肤品机会洞察



01 医用护肤消费者诉求洞察

什么是医用（械字号）护肤品

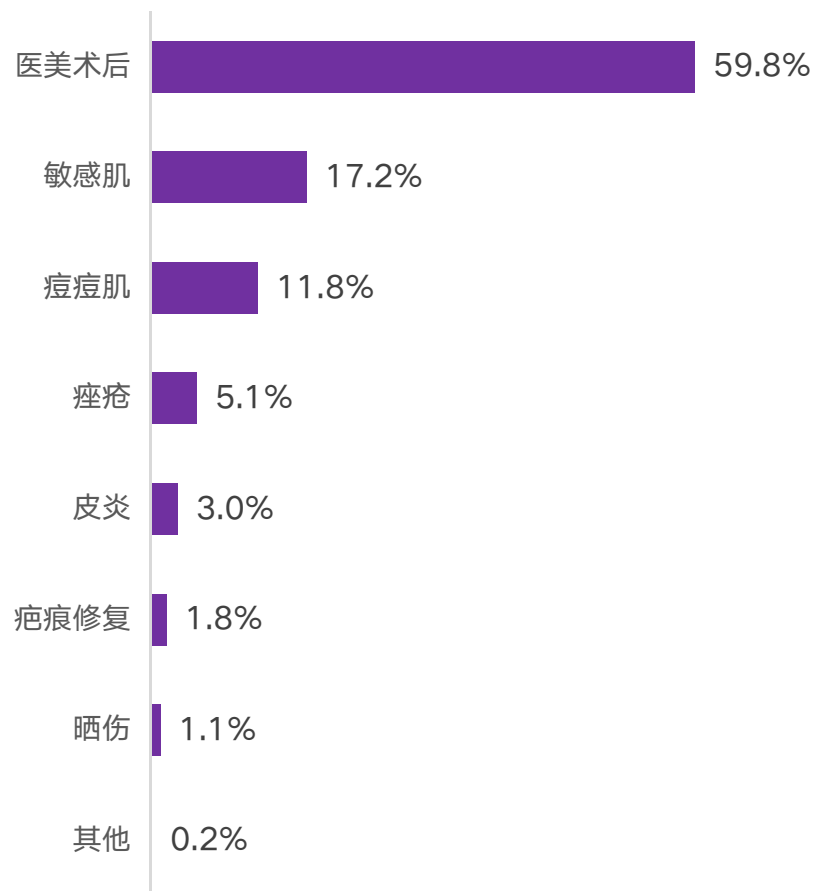
- 医用护肤品属于医疗器械，是介于化妆品和药物之间，对皮肤病具有辅助治疗作用的一类护肤品。敏感肌人群或者在医学美容过程中皮肤受损的患者都可以选择使用。



source : 网络公开资料，艺恩收集整理

医用护肤需求原因：医美术后的皮肤护理是消费者的最主要需求，此外，敏感肌、痘痘肌等问题肌肤的日常护理需求也较大

医用护肤品需求提及主要原因



消费者需求原声帖子示例

医美
术后



“之前做完光电项目没有用医用面膜来做术后保养，结果烂脸爆痘，导致效果不佳”



一样是do脸，凭什么有人“换皮”、有人“烂脸”？
Do后想要不烂脸，都给我记得：三分医美，七分修护

标签：修护精华 医用修护

预估阅读量：52.5w

互动量：1.7w

敏感
肌肤



“敏敏女孩可以永远相信创福康！快速舒缓肌肤泛红不适 拉回稳定状态，真的好用”



创福康简直就是敏敏女孩的神！！
各种场景下的皮肤风吹草动！
你就用吧！一用一个不吱声！
护肤小白们一定要马住！

标签：敏感肌 医用修护

预估阅读量：3.8w

互动量：3,471

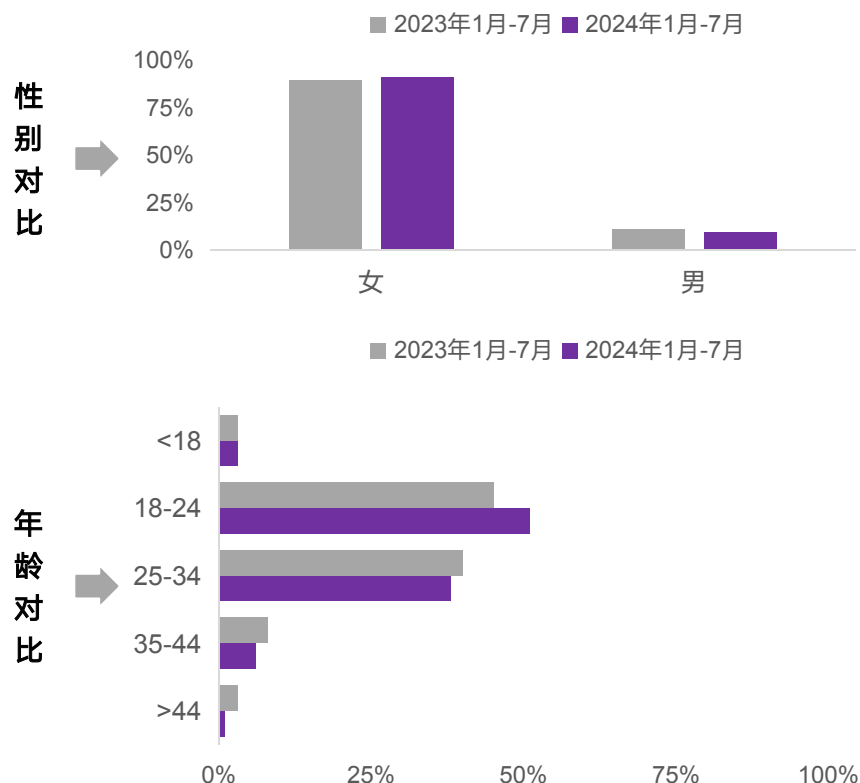
source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、小红书、微博及其他社媒渠道）

医美术后人群画像：年轻女性是主力群体，且呈现年轻化趋势

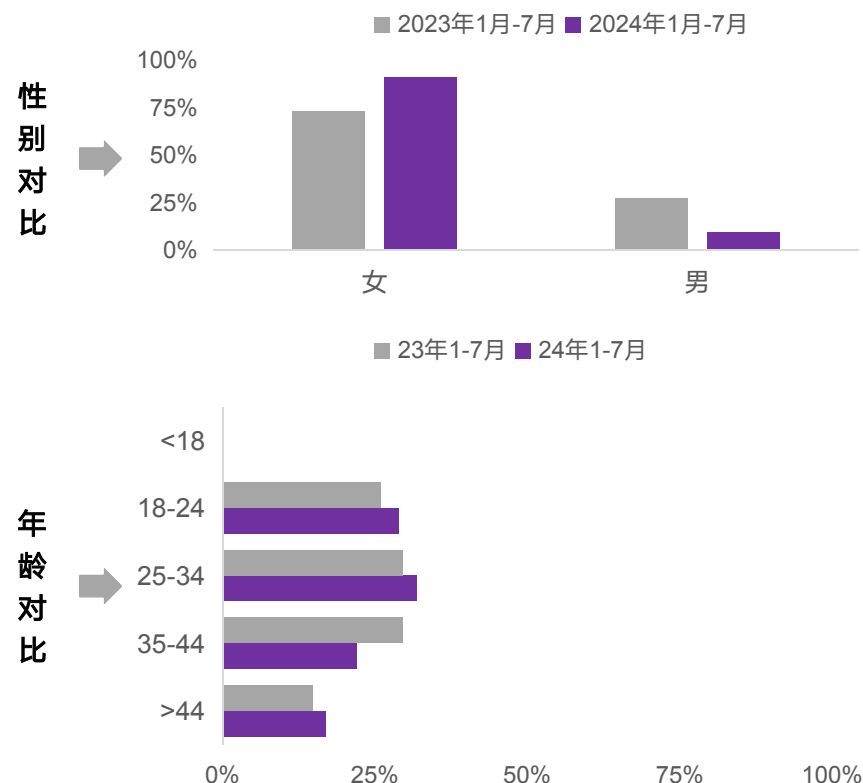


- 小红书平台：女性占据主导，且占比有所提升；18-34岁人群是主力兴趣群体且有年轻化趋势；
- 抖音平台：女性占据主导，且占比有所提升；18-34岁人群是主力兴趣群体且有年轻化趋势。

小红书-「医用护肤-术后」兴趣人群画像



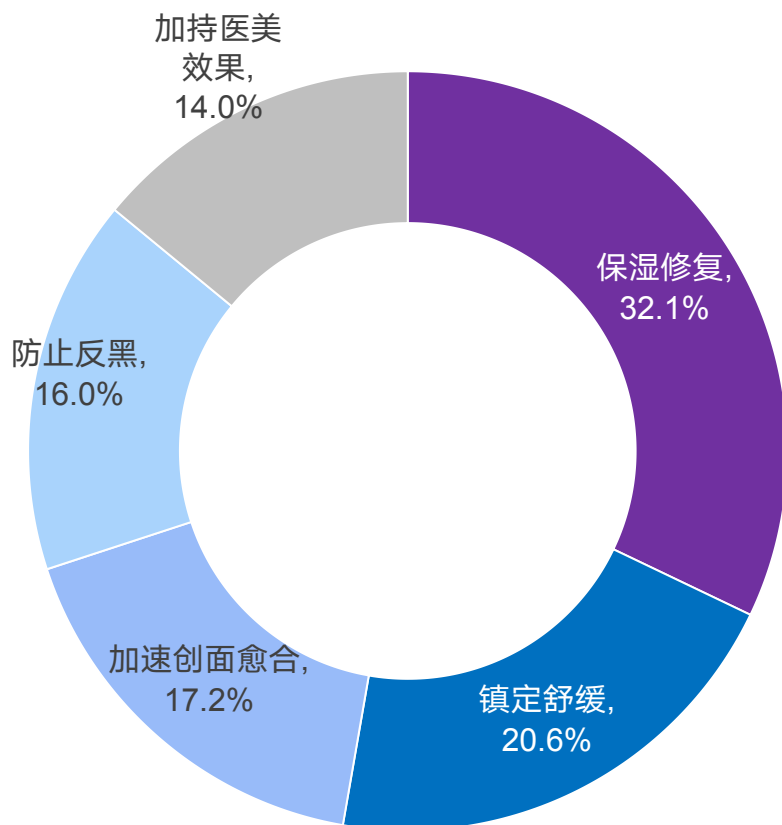
抖音-「医用护肤-术后」兴趣人群画像



source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2024年1月-2024年7月 (抖音、小红书)

医美术后人群需求：保湿修复、镇定舒缓是核心功效诉求，加速创面愈合、防止术后反黑同样受到关注

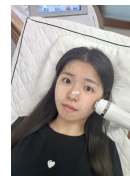
「医用护肤-术后」消费者功效诉求



消费者需求原声帖子示例

保湿修复

保湿精华
快速修复
温和不刺激



一定要敷医用面膜，刚做完脸上会红肿，所以修复很重要！我做光子的这段时间一直用奥朗威修复贴，医用械字号的，刚做完就敷上迅速吸热，镇静肌肤
KOL：斓溪
阅读量：7.3w
互动量：1,236

镇定舒缓

快速褪红
舒缓维稳
膜布服帖



刚做完那几天脸又红又烫又敏感 严重的时候还会起皮、爆痘！！推荐你们用科医人M22敷料来急救
KOL：山前雨雨来
阅读量：1,100
互动量：212

加速愈合

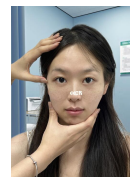
创面护理
温和度高
修护深层损伤



建议敷械字号敷料，可以修护泛红脸，加快恢复皮肤状态！-做了功课之后直接囤了一箱这个！斐思妮二类绿膜！专注术后创面护理！
KOL：丸子不长胖
阅读量：940
互动量：357

防反黑止

加速代谢
预防反黑
保护屏障



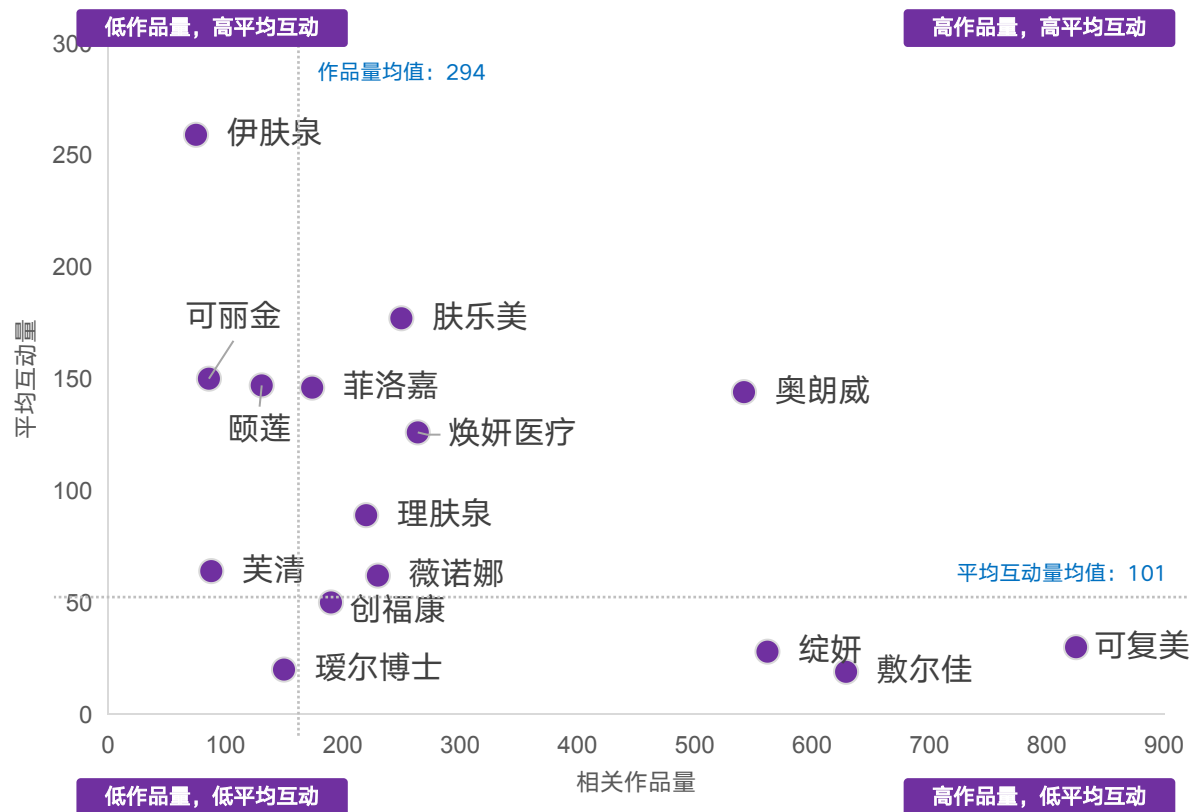
先跟大家说一下不容易反黑的小妙招，每天敷一贴医用修护受损肌肤，提高肌肤新陈代谢
KOL：米粒儿~
阅读量：7,100
互动量：270

source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、小红书、微博及其他社媒渠道）

医美术后人群品牌偏好：奥朗威、焕妍等围绕医美术后场景进行种草布局，成为明星品牌

- 奥朗威、焕妍等品牌围绕医美术后场景进行种草布局，其中奥朗威主要围绕人源化胶原蛋白修复贴单品布局较多商业种草笔记，渗透医美术后需求人群。

「医用护肤-术后」品牌相关内容数TOP分布



source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、小红书、微博及其他社媒渠道）

高互动爆文示例

可复美 重组胶原蛋白 敷料



关于医用敷料说点实话！水军别来哈！人家可复美敷料在科室修护二十几年正儿八经的二类医疗器械！成分这块主打就是精简高效！阅读量：2,300

奥朗威 人源化胶原蛋白 修复贴



用械字号的医用奥朗威修复贴，里面是胶原蛋白的成分可以促进伤口愈合，加快结痂的形成我敷完当晚就开始轻微结痂了阅读量：6.1w

伊肤泉 传明酸精华液



我自己用的伊肤泉莱菲思传明酸精华液直接院线级推荐的，用起来很放心3%传明酸，保湿补水嘎嘎哈阅读量：1.4w

可丽金 重组胶原蛋白 健肤喷雾

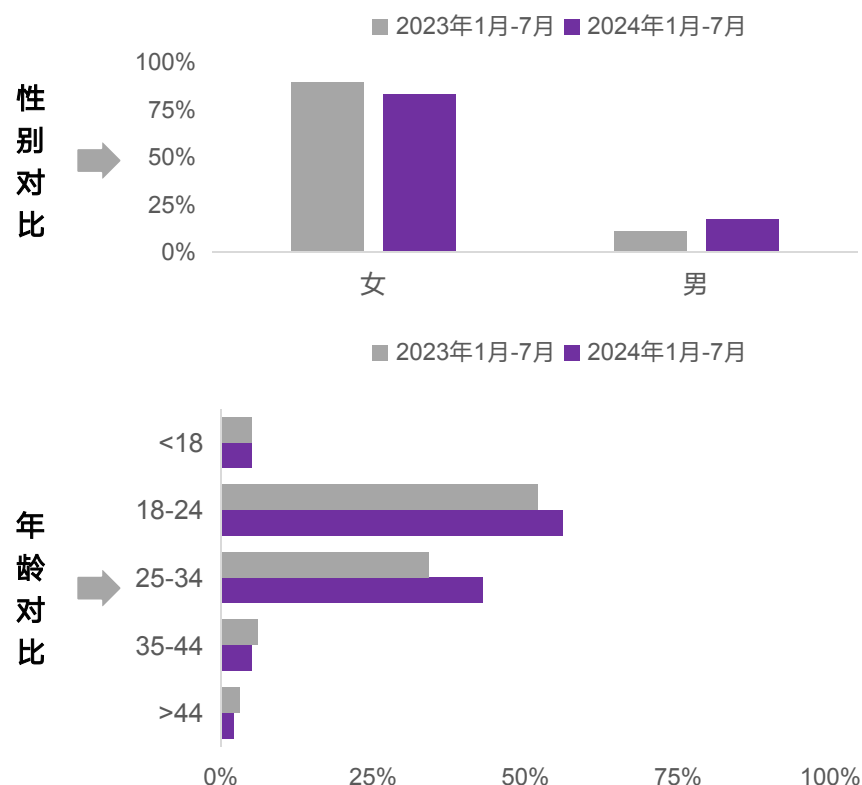


光子嫩肤水光针术后四件套，可丽金喷雾：水雾特别细，吸收后不紧绷不拔干阅读量：1,200

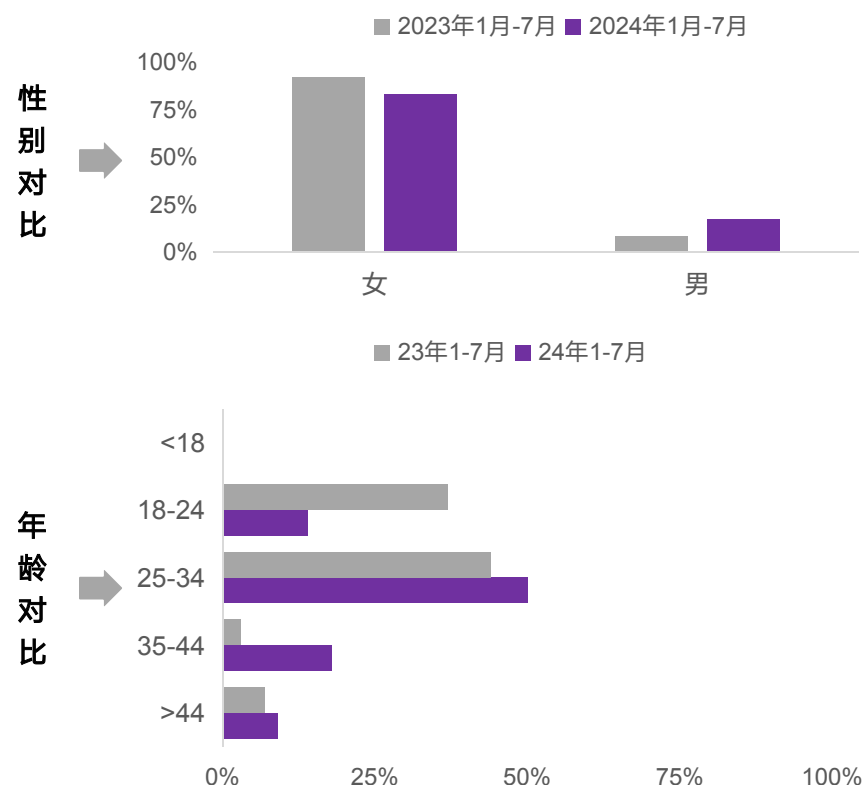
敏感肌人群画像：男性成为机会人群

- 小红书平台：女性占据主导，但男性占比有所提升；18-34岁人群是主力兴趣群体且有年轻化趋势；
- 抖音平台：女性占据主导，但男性占比有所提升；平台兴趣人群呈现熟龄化趋势。

小红书-「医用护肤-敏感肌」兴趣人群画像



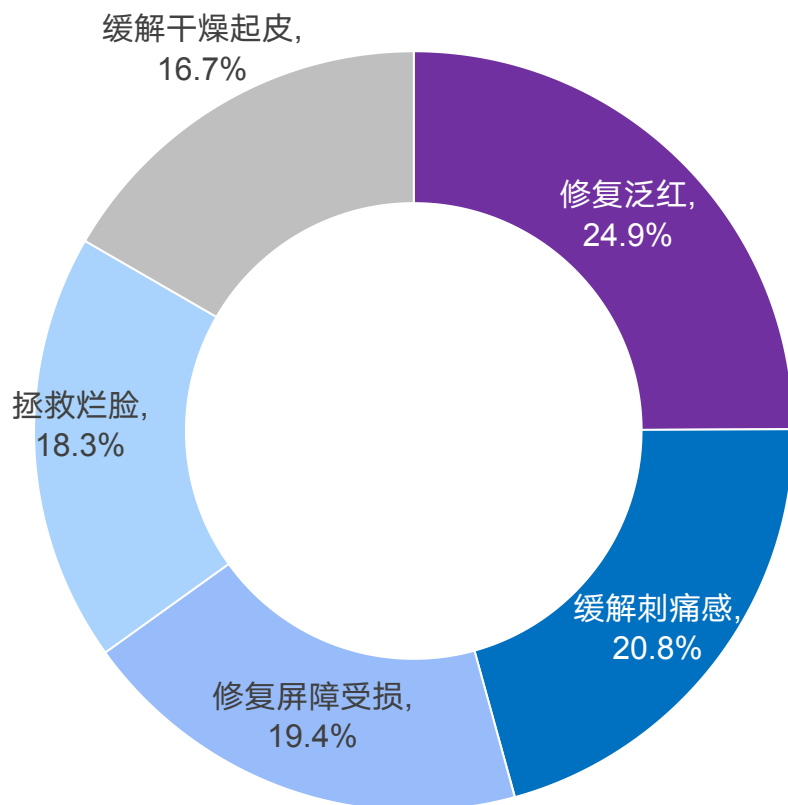
抖音-「医用护肤-敏感肌」兴趣人群画像



source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、小红书）

敏感肌人群需求：修复泛红、缓解刺痛感、修复屏障是敏感肌人群的核心功效诉求

「医用护肤-敏感肌」消费者功效诉求



消费者需求原声帖子示例

修复泛红

缓解泛红
舒缓不适
快速维稳



创福康胶原修护贴+创福康次抛2.0 快速舒缓
肌肤泛红不适 拉回稳定状态
KOL：不学无术的草莓老师
阅读量：3.8w
互动量：3,471

缓解刺痛感

温和不刺激
成分安全
无增稠剂



创福康胶原贴敷料就很适合受损肌肤进行深层
修护，专为敏感肌制作的材质，不会刺激肌肤
使用起来也更加安全。里面没有添加增稠剂
KOL：成分测评J同学
阅读量：2.6w
互动量：832

修复屏障

加速创口愈合
深层修复
快速维稳



作为一个敏感肌，晒个太阳都能屏障受损！一
般我都会选择械字号医用敷料 - 比如这个芙清
白膜 加速伤口愈合 膜布柔软舒适，轻薄透气非
常贴肤精华也是满满当当挂在膜布上
KOL：椭圆蛋蛋
阅读量：2.2w
互动量：356

拯救烂脸

急救安抚
快速修护
缓解脱皮泛红



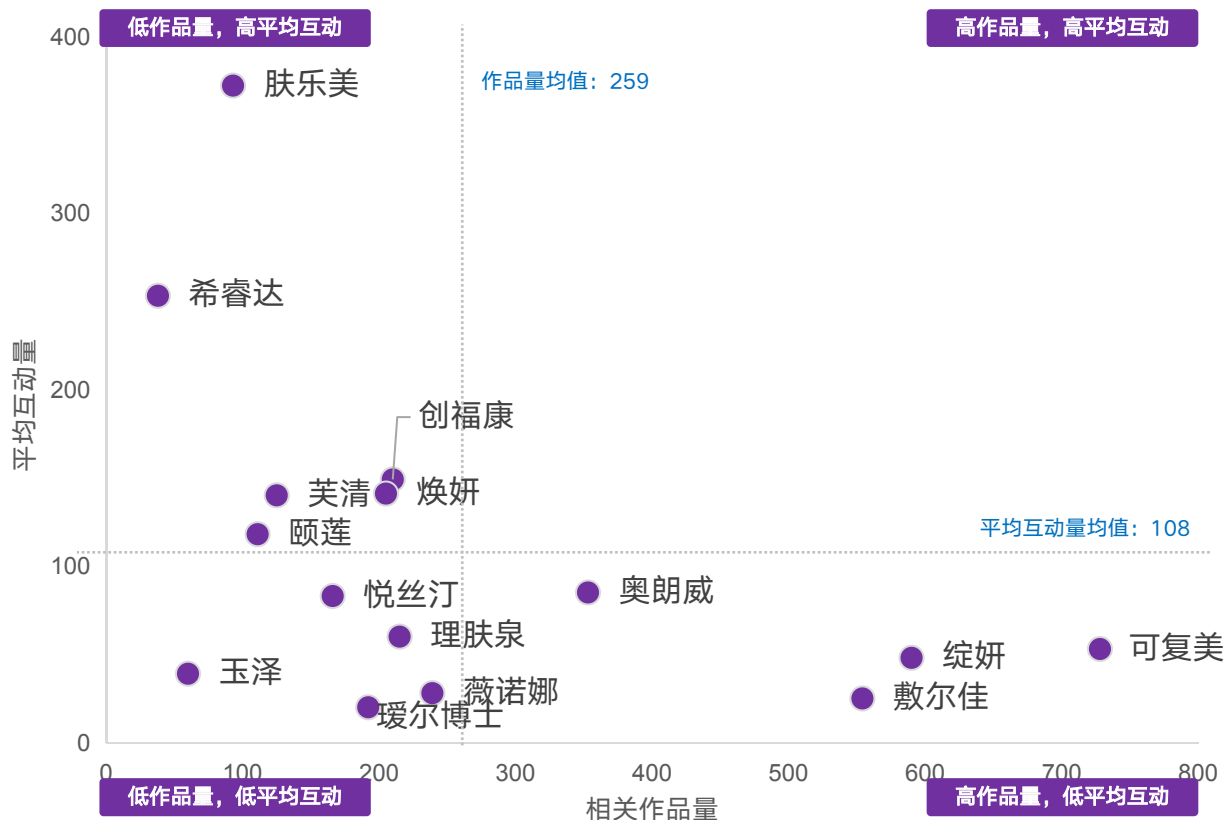
这段时间皮肤泛红脱皮 相当脆弱 急需安抚和
修护....毕竟要出门 在我这儿！械字号的蓝敷
料脱颖而出！毕竟姪妍背靠生物科技大厂！
实力硬核！
KOL：叫我小贝
阅读量：2,300
互动量：500

source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、小红书、微博及其他社媒渠道）

敏感肌人群品牌偏好：赛道缺少明星品牌，存在机会

- 可复美、绽妍、敷尔佳围绕敏感肌、换季烂脸、急救修复等布局较多种草内容，大多为消费者自发分享，透明质酸钠成为被提及最多的成分。

「医用护肤-敏感肌」品牌相关内容数TOP分布



source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、小红书、微博及其他社媒渠道）

高互动爆文示例

可复美 可复美修复乳



可复美修复乳，除了破口反复敏敏或者晒后容易红红它都可以修护！一下下就拿捏，但是就是觉得用它有点大材小用了
阅读量：4.7w

肤乐美 肤乐美修复贴



为了拯救我那段时间的烂脸我做了很多功课，我去挂过科..开的这款肤乐美修复贴，是医用械字号的，主要成分是进口透明质酸钠，换季过敏的时候也能用
阅读量：3.9w

绽妍 绽妍蓝敷料



我急救产品我真没少用！绽妍蓝敷料是少有的成分肤感双双在线！
医用复配透明质酸钠，就像接了个小水管，给脸上灌水
阅读量：2.3w

敷尔佳 透明质酸钠 修复贴



用敷料天花板！一片给你干服气！敷尔佳Y用透明质酸钠修复贴,也就是著名的敷尔佳白膜，修复力真的牛
阅读量：3,500



02

医用护肤品热度洞察

医用护肤品热度稳步提升，伴随消费者对于医美和皮肤管理关注的升高，互动热度上涨

- 24年以来低医用护肤品相关内容热度增长，近一年相关作品量和内容量均高于去年同期；从趋势来看，互动讨论热度主要集中在4-6月夏季和8-9月秋季易爆发皮肤敏感的季节。

「医用护肤品」相关内容社媒讨论热度趋势

近一年相关作品量：26.6万+，同比：↑80%

近一年相关作品互动量：2357.4万+，同比：
↑78.7%

医用护肤热门社媒话题



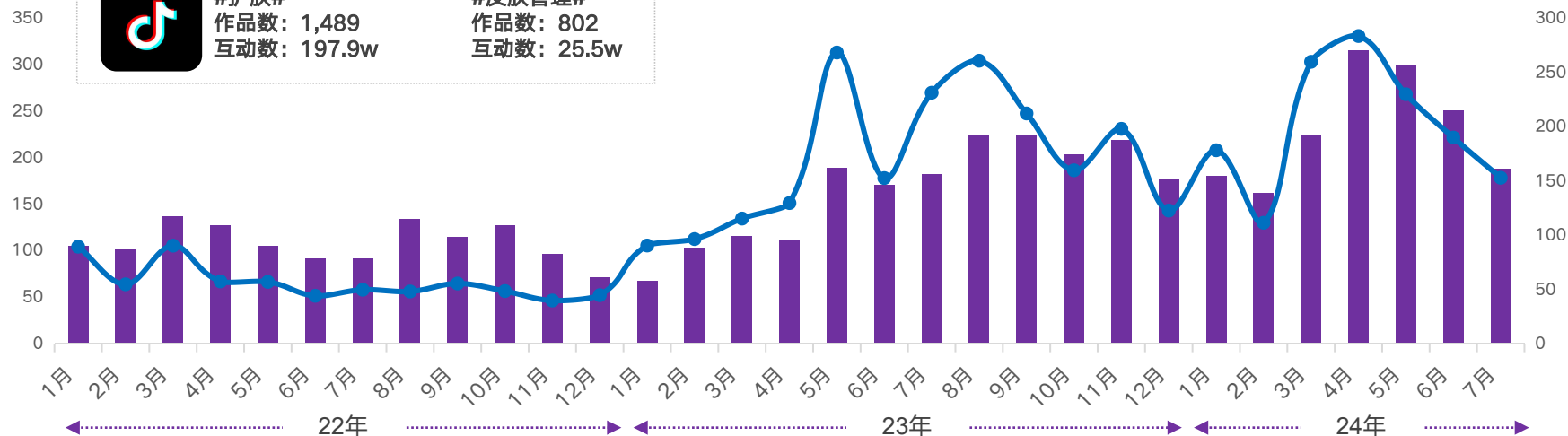
#光子嫩肤#
作品数：4,376
互动数：44.3w

#医用面膜#
作品数：4,354
互动数：13.3w



#护肤#
作品数：1,489
互动数：197.9w

#皮肤管理#
作品数：802
互动数：25.5w

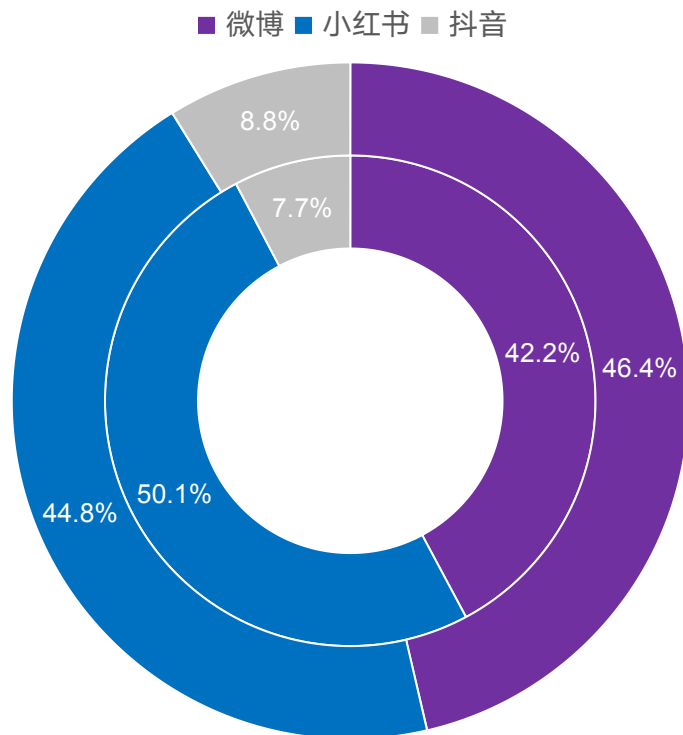


source：艺恩营销智库，数据统计周期：2022年1月-2024年7月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

微博和小红书成为消费者了解和种草医用护肤品的主要渠道，抖音平台互动效果更好

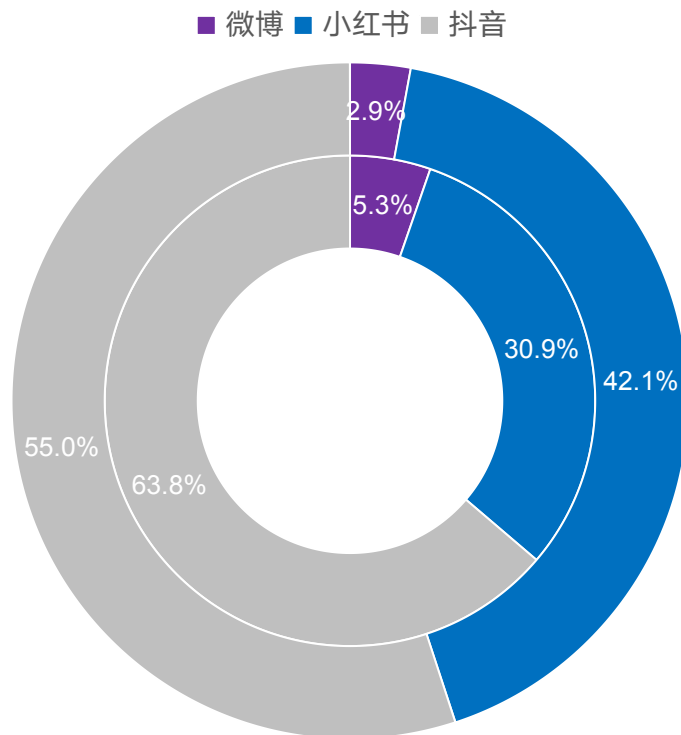
- 微博声量占比高主要受福利优惠发放、淘客等帖子的影响，小红书则主要是消费者进行医用护肤品分享和种草的主要干货平台。

「医用护肤品」社媒平台作品量占比



内圈统计周期：23年1-7月
外圈统计周期：24年1-7月

「医用护肤品」社媒平台互动量占比



内圈统计周期：23年1-7月
外圈统计周期：24年1-7月

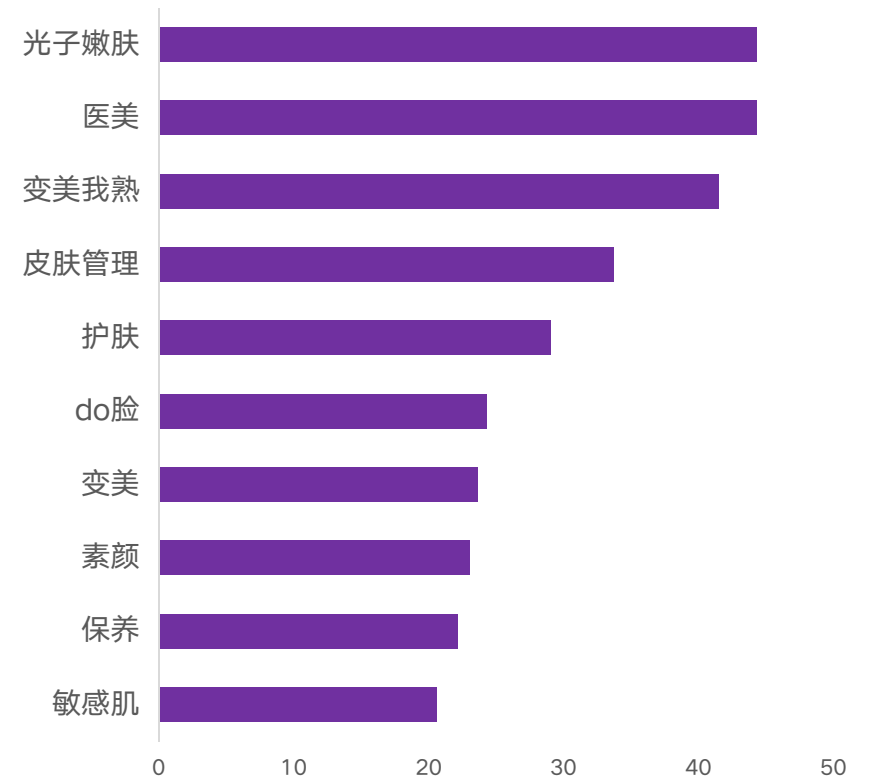
source：艺恩营销智库，2024年1月-2024年7月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

医美和问题肌修复类话题，是推动互动增长的关键

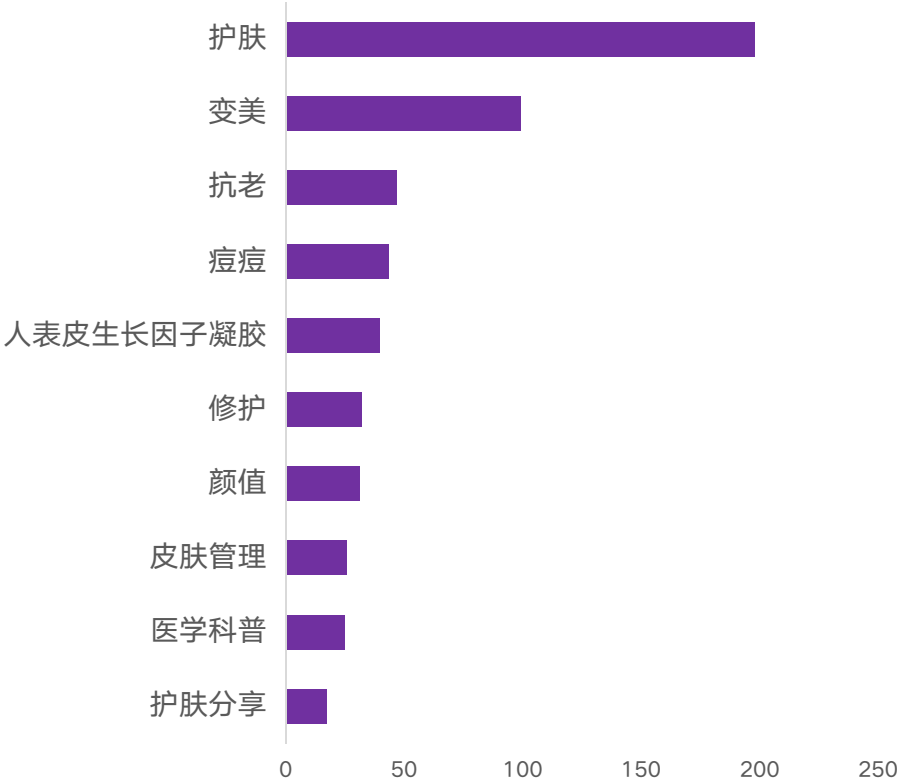


- 小红书和抖音平台中，互动量较高的种草内容多与医美项目和皮肤管理类话题为主；医用护肤品多与光子嫩肤、do脸变美、抗老、敏感肌修复等话题同时出现。

小红书医用护肤热门话题互动量TOP10



抖音医用护肤热门话题互动量TOP10

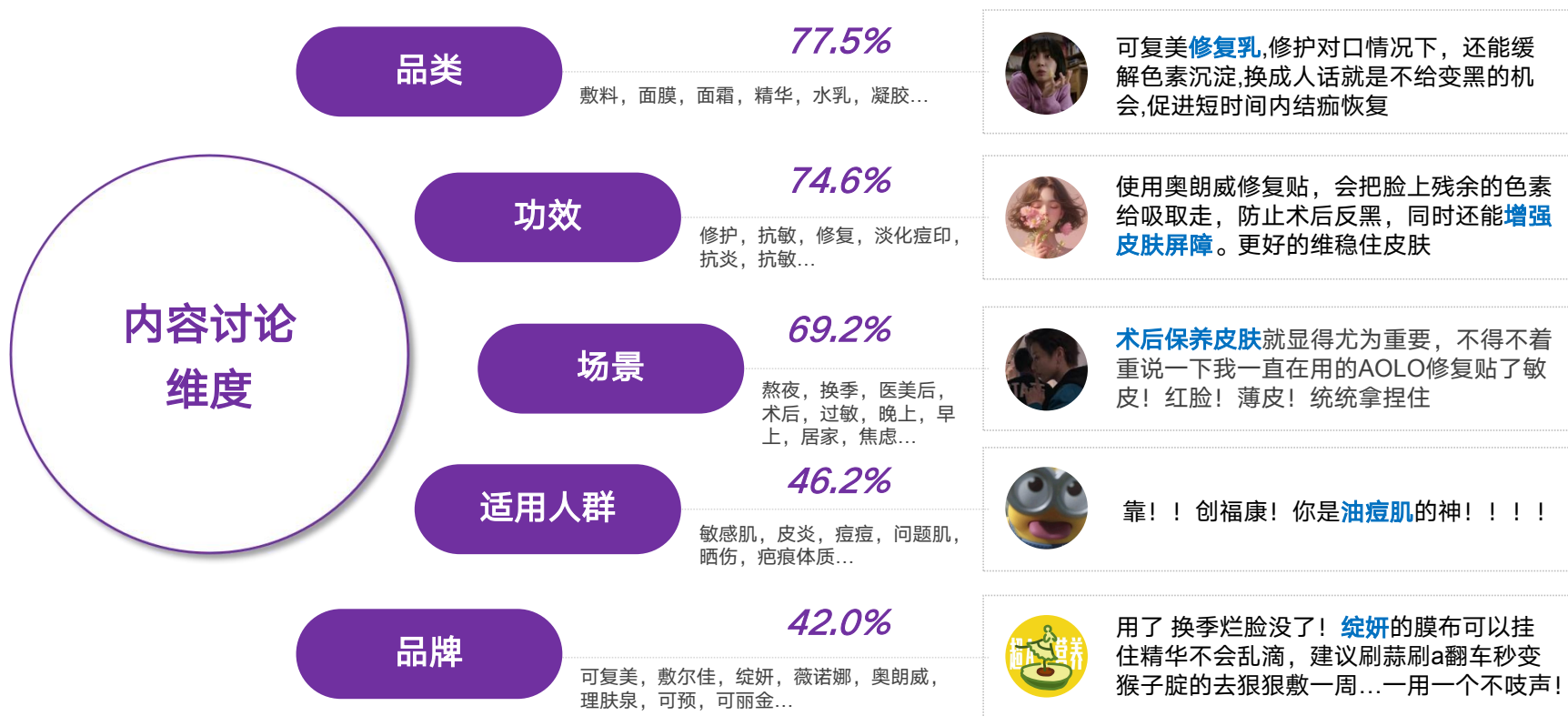


source：艺恩营销智库，2024年1月-2024年7月（抖音，小红书）

内容讨论维度：消费者集中讨论医用护肤相关的护肤品类、功效和使用场景

- 医用护肤涉及的护肤品品类是消费者讨论最多的内容，医用敷料、修复乳、修复面霜等被较多提及；此外，医用护肤品的修复、抗敏等功能也受到消费者关注；医美术后、换季敏感、熬夜爆痘等场景热度高。

医用护肤相关内容讨论维度TOP5



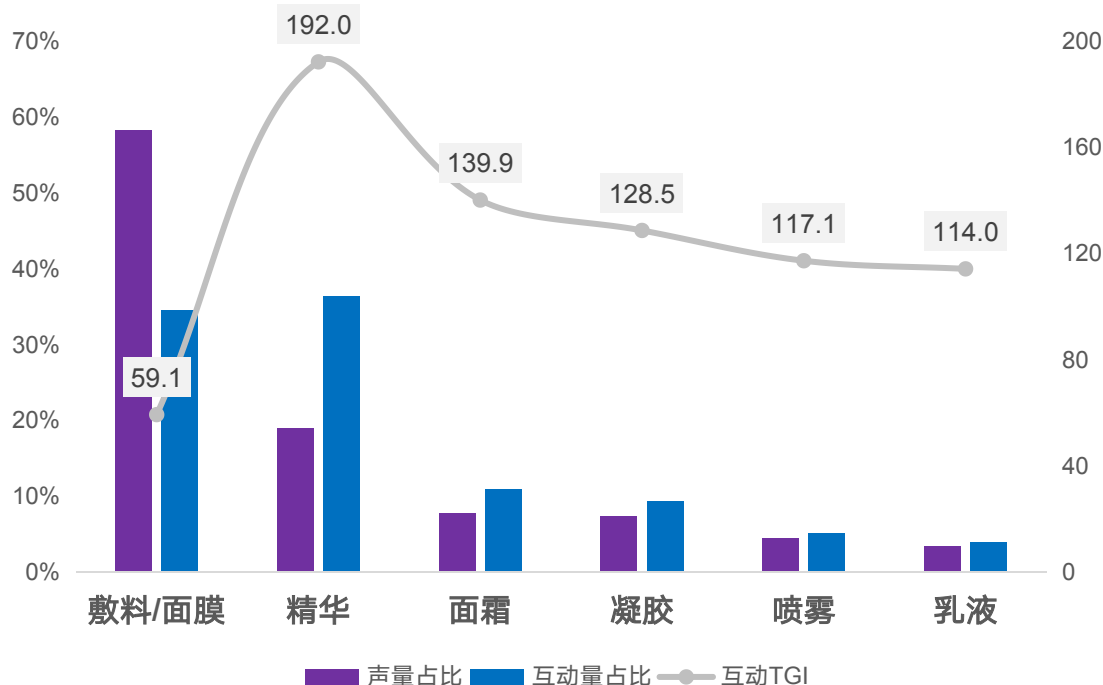
备注：由于同篇帖子多涉及多个维度的讨论，因此维度占比加总大于100%

source：艺恩营销智库，2024年1月-2024年7月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

品类洞察：敷料/面膜类产品仍是主要需求品类，医用精华、面霜和修护凝胶更具增长潜力

- 医用护肤热门内容提及的品类中，敷料/面膜类产品声量最高，是消费者最主要的需求品类；综合互动表现来看，医用精华、面霜和修护凝胶等品类更具增长趋势。

「医用护肤-品类」相关内容互动表现



热门单品示例

敷料/面膜
可复美重组胶原蛋白敷料



可复美敷料直接添加足量的重组胶原蛋白，直给皮肤自我修护需要的原材料，还激发自我修护能力与效率
KOL: Ferry
阅读量: 4.3w
互动量: 5,157

精华
修丽可CE精华



怕反黑的、怕效果不持久的、怕恢复期太长不能见人的，用过就知道修丽可CE精华有多香！
KOL: 懂点成分的小圆
阅读量: 6,700
互动量: 1,912

面霜
薇诺娜特护霜



爆痘闭口满脸主要就是屏障受损导致的，薇诺娜特护霜，乳液质地，不油腻 有效提升肌肤锁水力 修护屏障
KOL: 有心娱乐
阅读量: 1.2w
互动量: 623

凝胶
复因修复凝胶



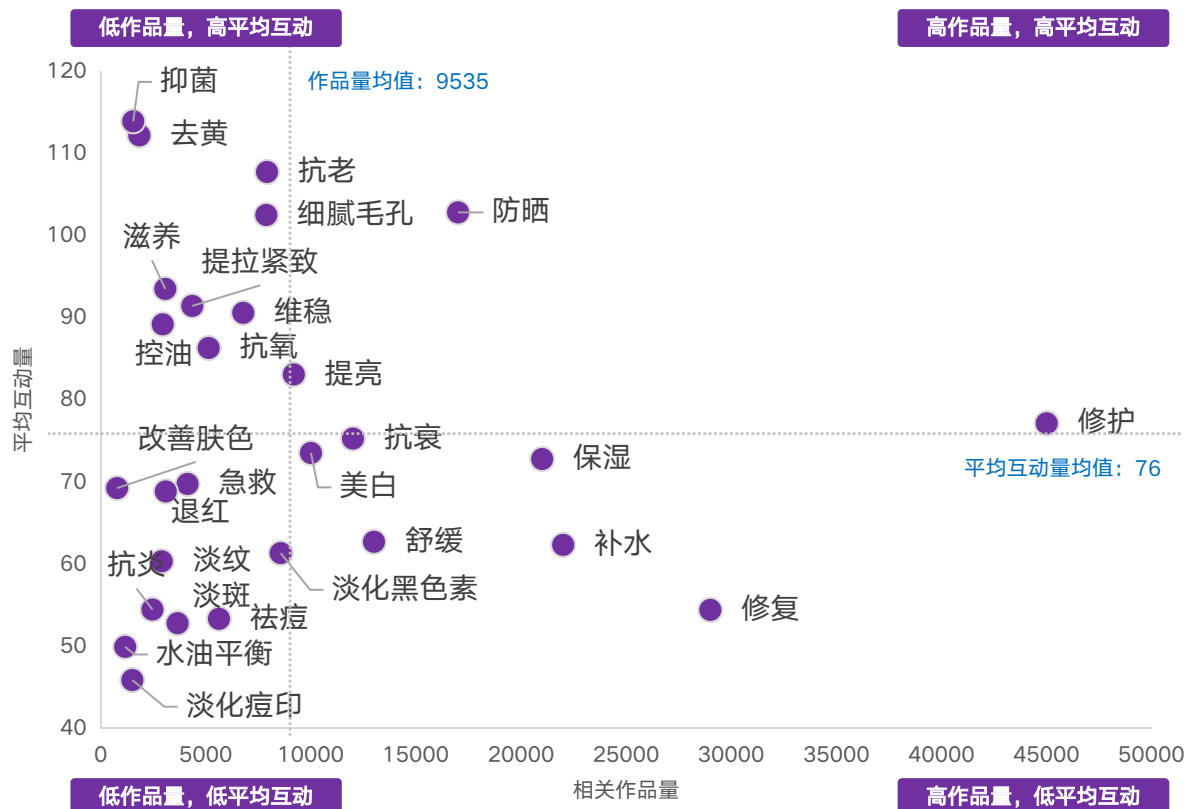
脂皮敏皮保命凝胶！夏天护肤不准苦恼了！#晒后修复#拯救敏感肌#复因修复凝胶
KOL: 有心娱乐
阅读量: 6,000
互动量: 494

source : 艺恩营销智库, 2024年1月-2024年7月 (社媒全网, 包括微博, 抖音, 小红书, B站, 快手)

功效洞察：修护、防晒成为高声量高互动的明星功效，抗老、维稳等功效具备增长潜力

- 医用护肤热门内容提及的功效中，修护、防晒成为高声量高互动的明星功效；综合互动表现来看，抑菌、抗老、维稳、去黄等功效具备增长潜力。

「医用护肤-功效」相关内容数互动表现



source：艺恩营销智库，2024年1月-2024年7月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

高互动爆文示例

修护
医美术后修护
避免泛红反黑



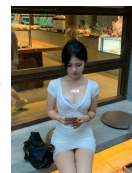
医用面膜是之前脸上长痘去看的时候开的肤乐美修复贴，主要成分是进口透明质酸钠，可以深层的修复维稳肌肤
KOL：不理不理右卫门
阅读量：8.1w

防晒
敏感肌
安心防晒



什么SPF50 PA+++ 防晒黑晒红 都是小case，坠重要的是它是医用防晒 成分安全干净 mm肌也可以放心用#弥美泉
KOL：叁叁（旺旺版）
阅读量：1,700

维稳
维稳修复，保持
肌肤好状态



给皮肤补充透明质酸钠：它可以给肌肤补充透明质酸钠，专门针对皮炎，增强肌底亢炎能力，维稳修复
KOL：灵晓
阅读量：7,200

抑菌
术后防止细菌扩散，加速恢复

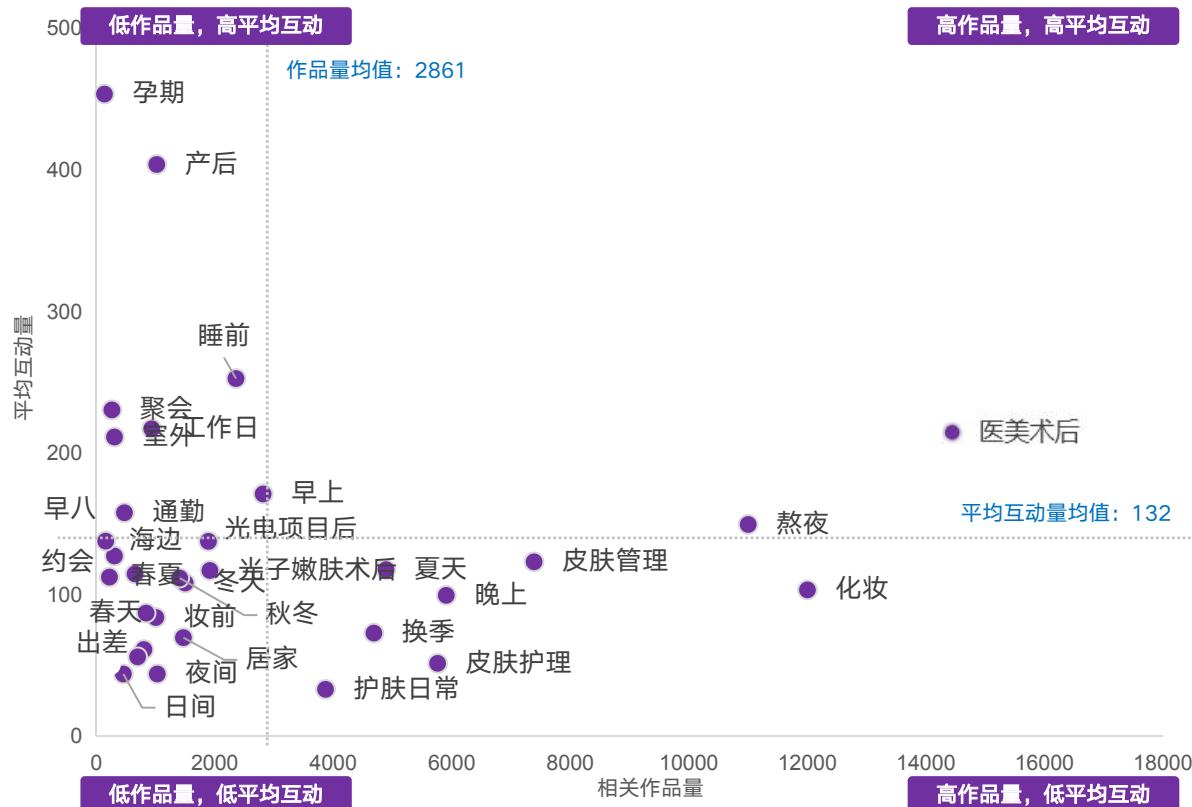


做完光子后直接AOLO敷修复贴，迅速舒缓红肿、修复皮肤、补水、抑菌，能促进皮肤恢复正常
KOL：白茶娱乐游
阅读量：4,096

场景洞察：从医美术后等专业场景，向熬夜后皮肤急救、皮炎改善、抗初老等日常场景渗透

- 医用护肤热门内容提及的场景中，医美术后加速创口恢复、熬夜后皮肤急救成为高声量高互动的明星场景；综合互动表现来看，改善孕期色斑问题、睡前抗初老日常保养等场景具备增长潜力。

「医用护肤-场景」相关内容数互动表现



高互动爆文示例

医美术后
加速创口恢复



这次做了美美项目，选择了创福康家的1000浓度的胶原敷料，可以直接接触创口。胶原浓度更高，恢复更快！
KOL：朝朝向前冲
阅读量：6,800

熬夜
熬夜急救
改善黄气



熬夜熬的整个脸干巴巴的毛孔又粗又大 压根没法上妆的姐妹 一定要试试绽妍蓝膜 补水 修护又快又牛！太适合急救了吧！
KOL：繁子Fan_
阅读量：2.0w

孕期
孕期色斑/皮炎
等问题改善



推荐了嘉拓易孚的生长因子凝胶，健康安全，助创口恢复#医用敷料#孕期过敏性皮炎
KOL：满妈妈
阅读量：8,623

睡前
30+抗初老
保护肌肤屏障



30+姐姐怎么做到素颜无压力的，可复佳创面水绷带这款里面主要是灵芝壳聚糖，膜布冰冰凉凉，而且用它肌肤恢复很快
KOL：4uoik-仙女姥姥
阅读量：1.7w

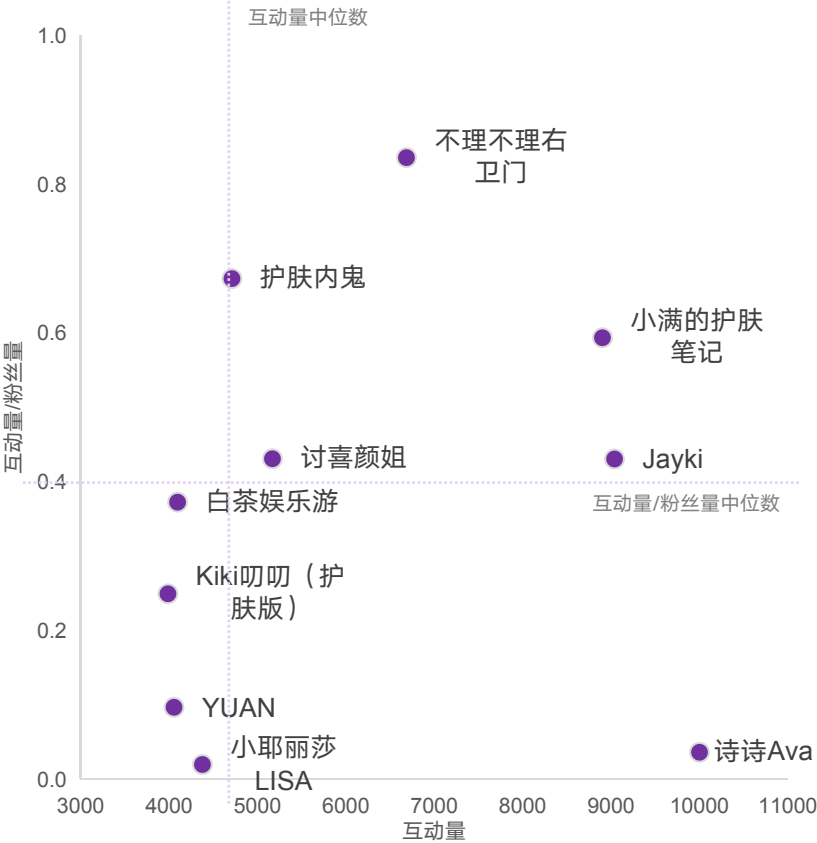
source：艺恩营销智库，2024年1月-2024年7月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

医用护肤热门内容：小红书平台种草主要围绕医美术后保养护理、敏皮换季修复维稳等内容展开



- 在小红书平台，围绕医用护肤的种草内容主要以医美术后保养护理、敏皮换季修复维稳等为主，美妆、医疗健康类KOL互动表现较好。

「医用护肤」相关内容小红书平台互动量TO10 KOL表现



「医用护肤」相关内容小红书平台互动量TO10内容

达人昵称	达人类型	粉丝量	内容摘要	发布时间	互动量	互动量/粉丝量
诗诗Ava	美妆 医疗健康 运动健身	27.7w	美妆博主被锤？脸都烂透了才知道回头？	2024-04-13	1.0w	0.04
Jayki	美妆 宠物	2.1w	敏皮怎么平稳度过换季期~	2024-04-02	9,039	0.43
小满的护肤笔记	美妆 医疗健康	1.5w	光子居然也翻车？项目修护这点没做好必后悔	2024-03-21	8,902	0.59
不理不理右卫门	医疗健康 生活记录	7,577	22岁模特 当我把钱全花在脸上.....	2024-07-24	6,685	0.84
护肤内鬼	美妆 医疗健康	7,417	红薯跟风的后果.....还是得用械字号	2024-06-27	4,711	0.64
讨喜颜姐	美妆 生活记录	1.2w	这些水光真的不能打 会毁容	2024-04-09	4,593	0.38
小耶丽莎LISA	美妆 出行	22.3w	用过械字号医用敷料！想把其他都换掉了！！	2024-01-29	4,155	0.02
白茶娱乐游	美妆 医疗健康	1.1w	光子嫩肤副作用..早看少受罪！	2024-01-08	4,096	0.37
YUAN	医疗健康 生活记录	4.2w	清肝饮食+护肤，素颜状态已达next level	2024-04-13	4,056	0.10
刘岑Gemini	美妆 生活记录	80.4w	后续修护BUFF叠满，Do脸党的强来啦	2024-07-19	3,926	0.01

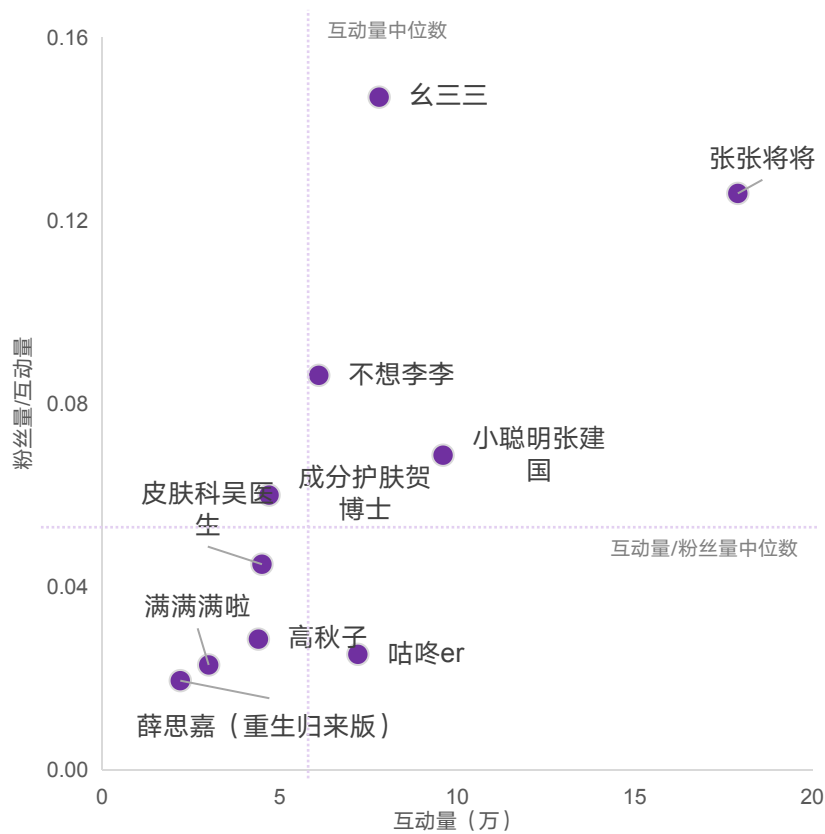
source：艺恩营销智库，2024年1月-2024年7月（小红书）

医用护肤热门内容：抖音平台种草主要围绕项目后护理、好皮肤好物分享等内容展开



- 在抖音平台，围绕医用护肤的种草内容主要以医美术后保养护理、养成好皮肤好物分享等为主，美护肤、生活记录类KOL互动表现较好。

「医用护肤」相关内容抖音平台互动量TO10 KOL表现



source：艺恩营销智库，2024年1月-2024年7月（抖音）

「医用护肤」相关内容抖音平台互动量TO10内容

达人昵称	达人类型	粉丝量	内容摘要	发布时间	互动量	互动量/粉丝量
张张将将	护肤 彩妆 人物随拍	142.2w	红痘印最全方法！视频有点长，但真的很有用！！#护肤 #痘印 #痘痘	2024-01-17	17.9w	0.13
咕咚er	护肤 彩妆	285.3w	美美项目后，这几步一定要做，最重要的竟然是...	2024-05-16	7.2w	0.03
不想李李	彩妆 生活记录	70.8w	00后皮肤管理的一周~听说光子连着做才有效？#欧莱雅安瓶面膜#修护	2024-01-10	6.1w	0.09
皮肤科吴医生	健康	100.2w	协和医生自己也在用的皮肤科好药，这条视频告诉你#人表皮生长因子凝胶	2024-03-26	4.5w	0.04
成分护肤贺博士	健康	103.6w	项目后修护指南！皮肤水嫩年轻的秘籍#护肤#皮肤管理#欧莱雅安瓶面膜	2024-01-17	4.5w	0.04
福鹿鹿lulu	护肤 生活记录 健身知识	114.8w	好皮肤才知道的信息差！护肤少走弯路#护肤	2024-01-29	4.4w	0.04
高秋子	彩妆 穿搭	154.1w	所有想要买械字号修护产品的姐妹可以先看这条视频 对你有帮助#可复美	2024-02-25	4.4w	0.03
么三三	护肤 穿搭 生活记录	53.1w	做完项目没它我是真不行 械字号面膜还是更安心哈~#敷尔佳白膜#医美修护	2024-03-04	4.4w	0.08
么三三	护肤 穿搭 生活记录	53.1w	项目三分做七分养，都是我掏箱底找出来，均价不过百的修护好物哈	2024-03-10	3.5w	0.07
满满满啦	护肤	130.9w	别让 白花，美美后正确护理脸蛋的方法手把手教你#皮肤管理	2024-01-10	3.0w	0.02



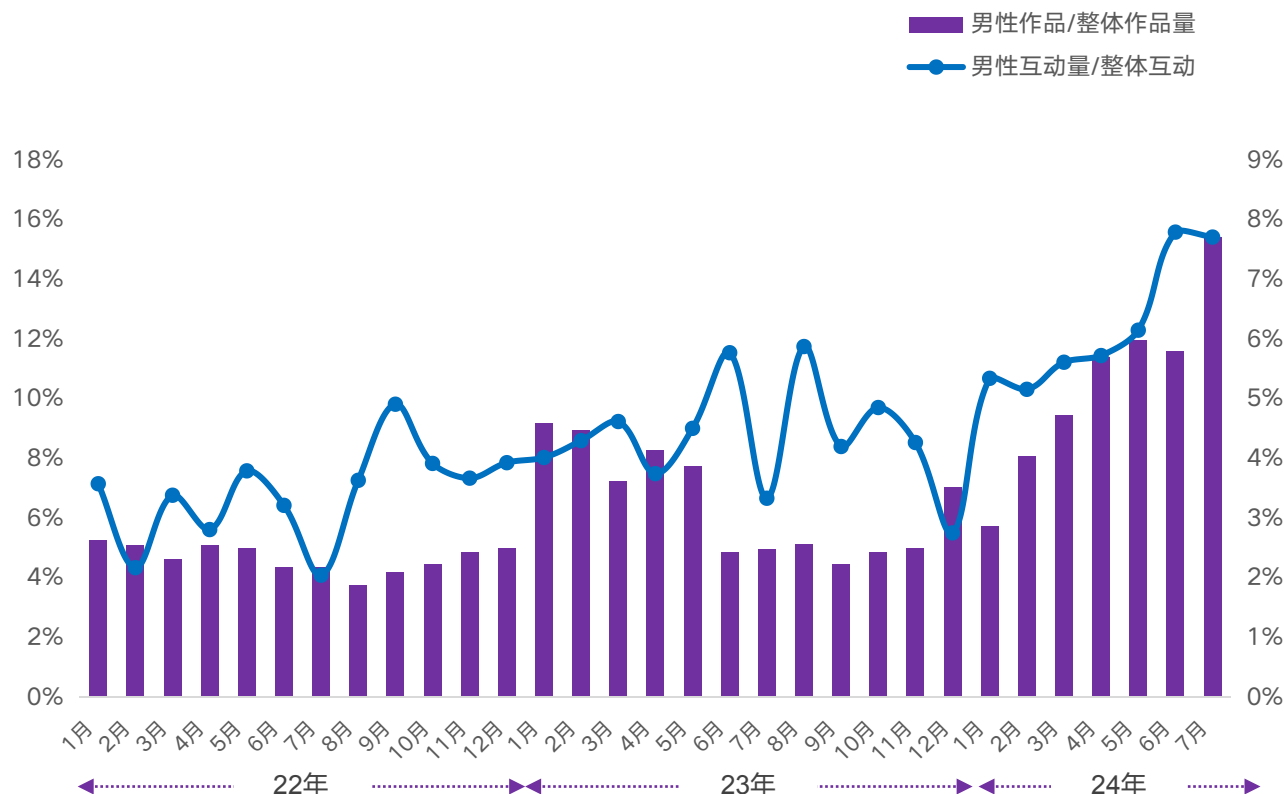
03

医用护肤品机会洞察

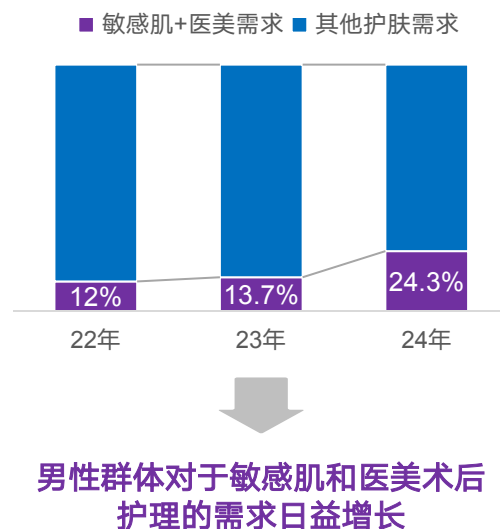
机会点一：人群延伸，男性成为医用护肤品蓝海

- 男性对于护肤的关注度逐年增长，其中关于“敏感肌”、“医美术后”的需求占比更是与日俱增。但从社媒种草内容来看，针对男性需求的医用护肤品种草布局仍然较少，属于蓝海机会。

「男性护肤需求」社媒相关内容占比情况趋势变化



「男性护肤需求类型」占比趋势

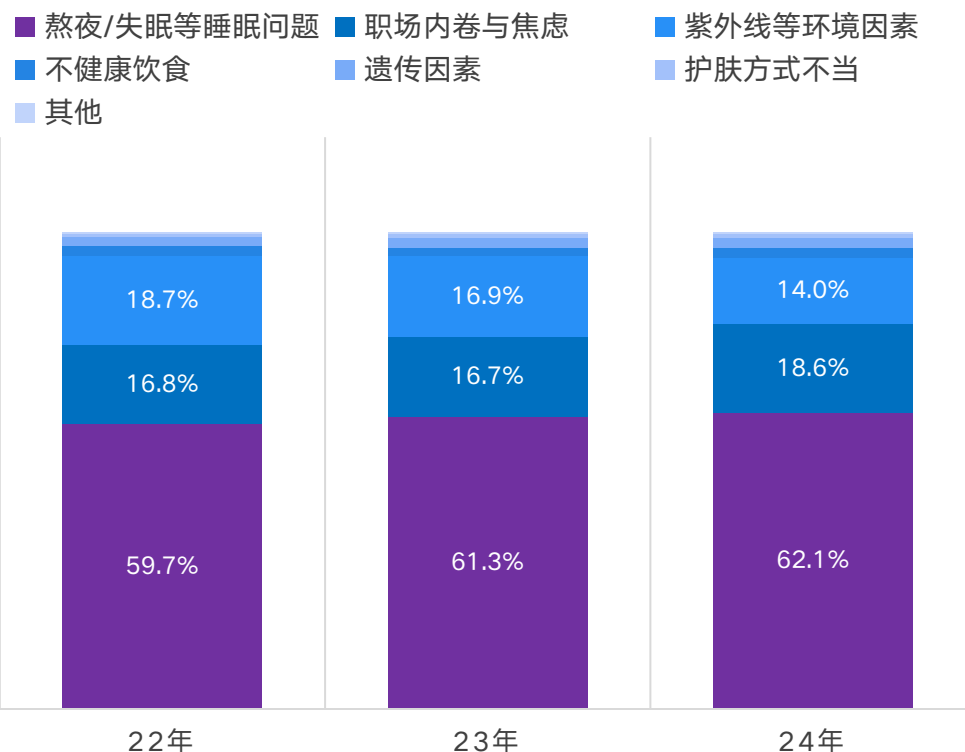


source：艺恩营销智库，2024年1月-2024年7月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

机会点二：场景延伸，熬夜、内卷场景加剧肌肤问题，消费者期待更安全、更温和的医用护肤品

「肌肤问题-产生原因」占比分布与趋势变化

- 睡眠问题和内卷带来的焦虑成为加剧皮肤问题的重要因素，且近两年以上两类因素的占比增加



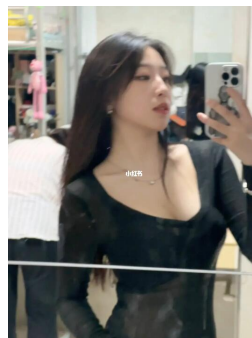
source：艺恩营销智库，2024年1月-2024年7月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

消费者需求原声帖子示例

熬夜导致 肌肤问题



“之前的自己可是一个熬夜大户，平常不熬到一两点都觉得对不起午夜的时光 ♀，时间久了脸就开始长痘、暗沉、黑眼圈也超级重”



常不熬到一两点都觉得对不起午夜的时光 ♀，时间久了脸就开始长痘、暗沉、黑眼圈也超级重。我去挂过科，开的这款**肤乐美修复贴**，是**医用械字号**的，主要成分是进口透明质酸钠，可以深层的淡印去红修复肌肤

预估阅读量：3.9w

互动量：3,579

压力导致 肌肤问题



“之前黑白颠倒压力大，脸上都是痘痘粉刺，坑坑洼洼的化妆都盖不住”



之前黑白颠倒压力大，学了很多韩女的护肤知识的确是让我改变了很多，我的日常护肤就是水-医用面膜-面霜，坚持下来皮肤真的白惜透亮 医用面膜是我之前脸上长痘时候开的**肤乐美修复贴**，主要成分是进口透明质酸钠，可以深层的修复维稳肌肤

预估阅读量：1.3w

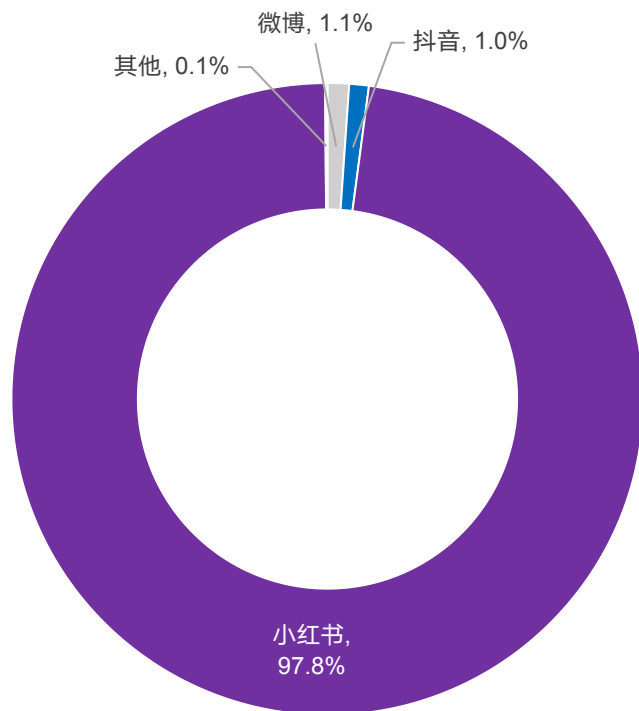
互动量：3,579

案例-奥朗威：在媒介策略上，以小红书布局为主，深度渗透年轻女性用户



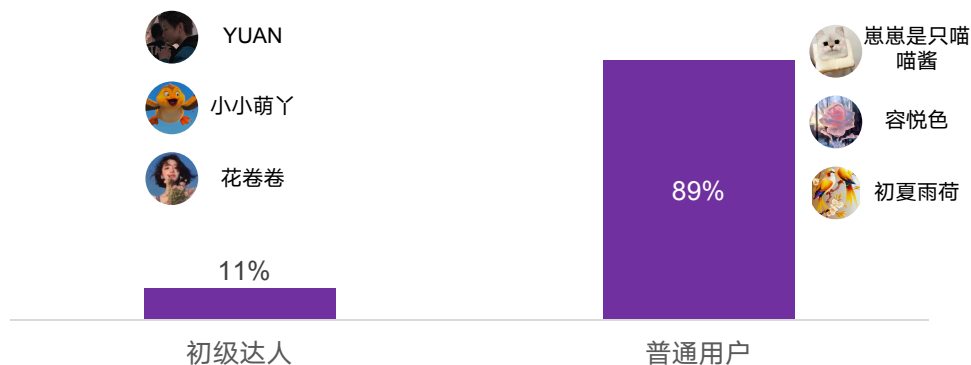
「医用护肤品-奥朗威」平台声量占比

- 奥朗威以小红书布局为主，深度渗透年轻女性用户。

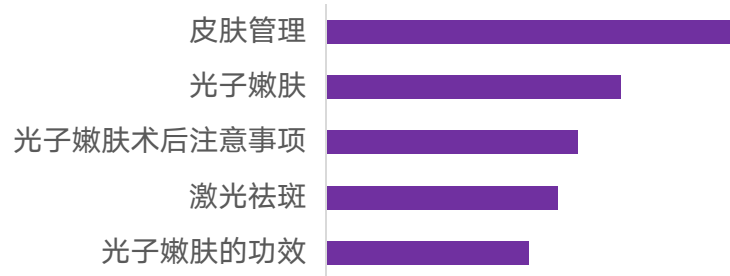


小红书平台「医用护肤品-奥朗威」商业笔记涉及KOL分布情况

- 小红书商业笔记投放以初级达人和普通用户为主，增强帖子的可信度，光子嫩肤术后分享、医美后护肤经验帖等成为主要内容。



小红书平台「医用护肤品-奥朗威」相关话题互动量TOP5



source：艺恩营销智库，2024年1月-2024年7月（抖音、小红书、微博及其他社媒渠道）

案例-奥朗威：在沟通策略上，深耕术后修复场景，凸显械字号专业性与安全性，并逐步向日常场景渗透

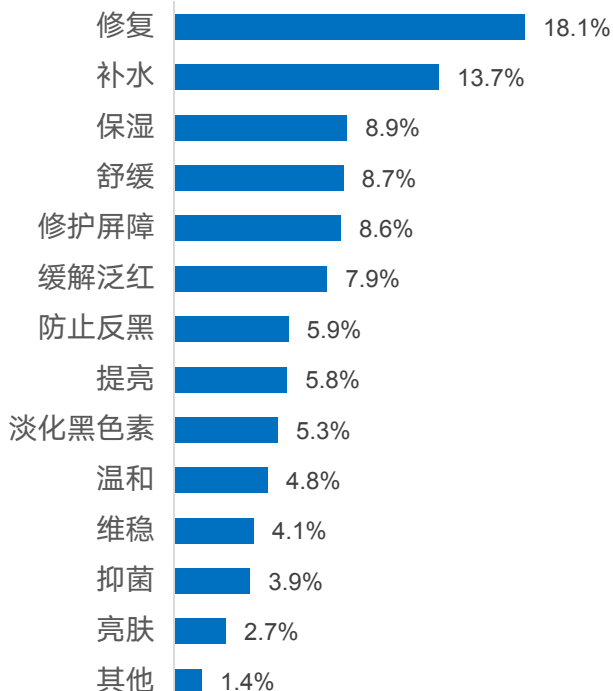


深耕术后修复场景，凸显械字号专业性与安全性

光子嫩肤、水光等项目术后真实分享

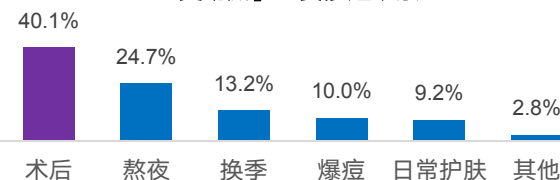
修复、补水、保湿、舒缓等卖点受到认可

奥朗威相关内容卖点提及情况



向熬夜、换季等日常场景渗透

「奥朗威」主要渗透场景



熬夜场景

换季场景



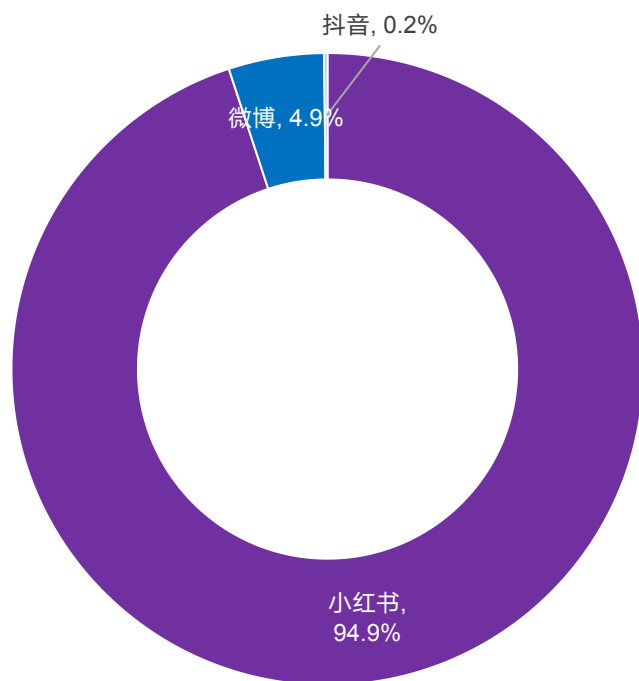
source：艺恩营销智库，2024年1月-2024年7月（抖音、小红书、微博及其他社媒渠道）

案例-肤乐美：在媒介策略上，以小红书布局为主，内容重点以好皮肤养成、敏感肌和痘痘等问题肌修复为主



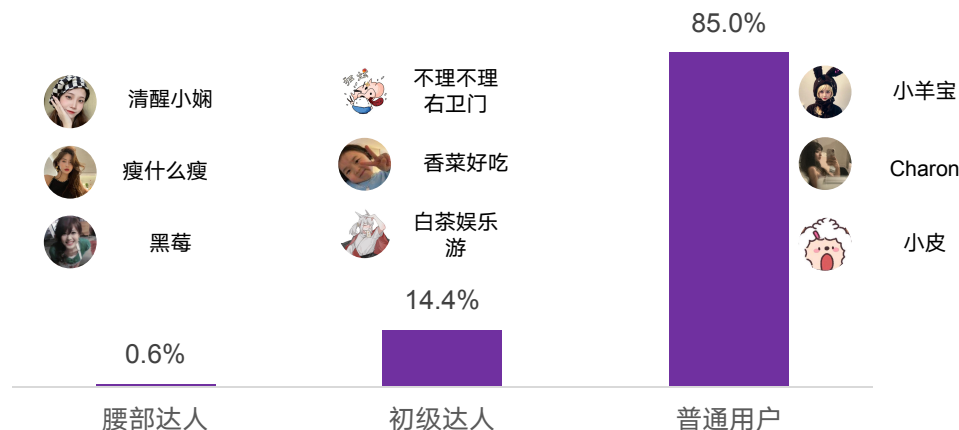
「医用护肤品-肤乐美」平台声量占比

- 以小红书种草为主，微博多为品牌宣传以及大促期淘客相关内容。

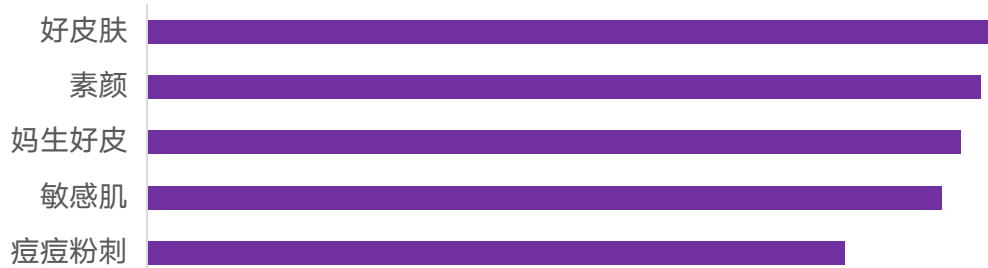


小红书平台「医用护肤品-肤乐美」商业笔记涉及KOL分布情况

- 小红书商业笔记以初级达人和普通用户发布内容为主，内容重点以好皮肤养成、敏感肌和痘痘粉刺等问题肌修复为主。



小红书平台「医用护肤品-肤乐美」相关话题互动量TOP5



source：艺恩营销智库，2024年1月-2024年7月（抖音、小红书、微博及其他社媒渠道）

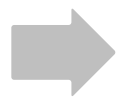
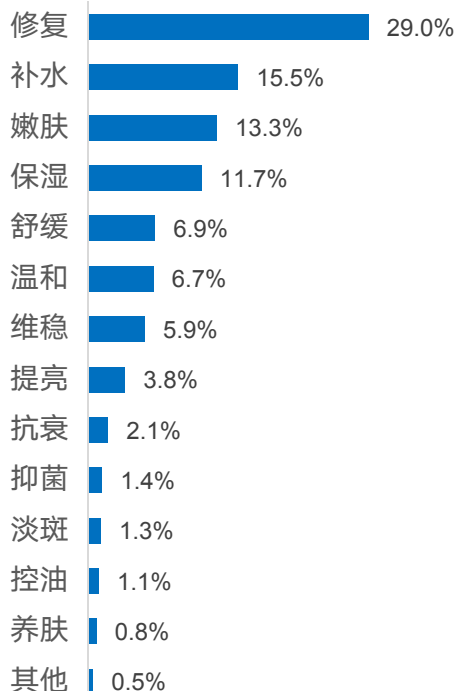
案例-肤乐美：在沟通策略上，围绕敏感肌、晒伤等问题肌肤进行场景化种草，并开始向男性护肤人群渗透

围绕敏感肌、晒伤等问题肌肤进行场景化种草

敏感肌、脂溢性皮炎、晒伤等真实好物分享

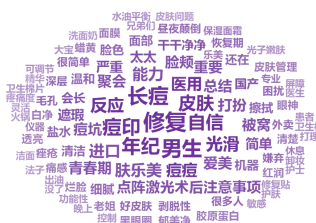
修复、补水、嫩肤、保湿等卖点受到认可

肤乐美相关内容卖点提及情况



向男性护肤需求人群渗透

「肤乐美」男生种草主打功效



面向男生，主要围绕长痘、痘印等肌肤问题进行种草

男友护肤场景

男大护肤场景



source：艺恩营销智库，2024年1月-2024年7月（抖音、小红书、微博及其他社媒渠道）

本次报告研究说明：

□数据来源：艺恩营销智库

□数据选取周期：见每页报告source

免责声明

艺恩ENDATA报告所提供的数据来源于艺恩数据库、大数据采集、用户调研、专家调研、模型预估以及行业公开和市场公开数据分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，艺恩ENDATA力求但不保证所提供数据信息的完全准确性，依据上述方法所估算、分析得出的结论仅供参考，艺恩ENDATA不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。公司不保证报告中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，公司可能会发出与本报告所载资料、数据、观点和推测不一致的研究报告。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与艺恩ENDATA无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

版权声明

本报告由艺恩ENDATA制作，报告中文字、图片、表格等受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归艺恩ENDATA所有。报告中所引用的第三方数据版权归原作者或机构所有，艺恩ENDATA不承担任何责任或义务，仅供用户参考。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定，最终解释权归艺恩ENDATA所有。

