

2024

洗护市场趋势洞察

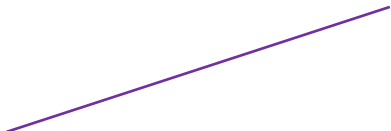
—身体护理篇

芝恩出品 2024年

CONTENT

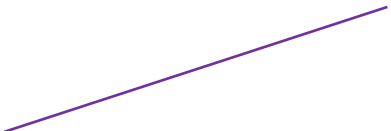
Part01

行业市场 概况



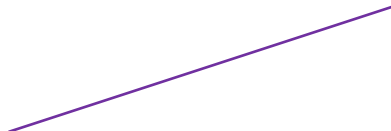
Part02

行业社媒 表现



Part03

行业流行 趋势





Part 01

行业市场概况





身体护理

对全身肌肤进行的系统性保养，旨在维持皮肤的健康与活力。它涵盖日常清洁、滋润保湿、去角质等多个方面，有助于提升肌肤的屏障功能，减少干燥、瘙痒等问题，让肌肤更加光滑细腻，焕发自然光彩。



手部护理

专注于手部肌肤的细致呵护，通过定期清洁、滋润保湿、去除死皮及防护等措施，来改善手部肌肤的干燥、粗糙状况，提升手部的触感与美观度，预防手部细纹、干裂等老化迹象。



足部护理

对脚部进行的全面保养，包括清洁、去角质、保湿滋润及舒缓放松等多个环节。缓解脚部疲劳、促进血液循环，预防脚部皮肤问题如干燥、开裂、真菌感染等，让脚部肌肤更加健康、柔软。

近2年中国个护市场强势复苏，身体护理行业后续增长可观

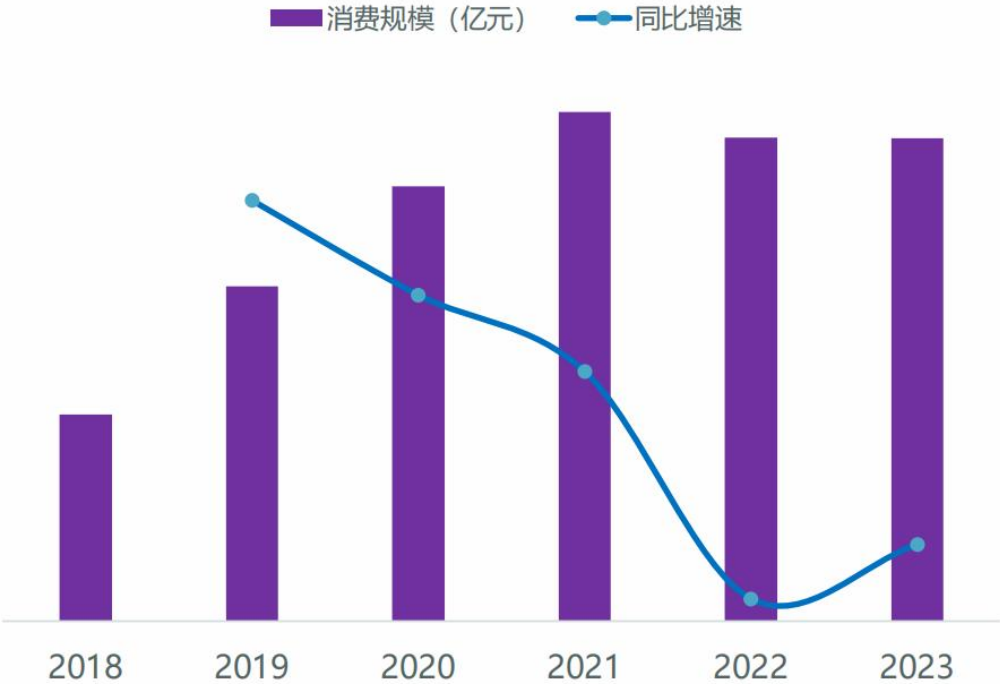


- 2023年开始，我国个护行业市场在低迷环境中迎来转机，整体市场规模逆势增长；
- 其中，身体护理细分市场占个护整体市场规模17%，市场规模逐步稳固，未来增势向好。

2018-2023中国个人护理品市场规模及增速



2018-2023 中国身体护理市场规模趋势

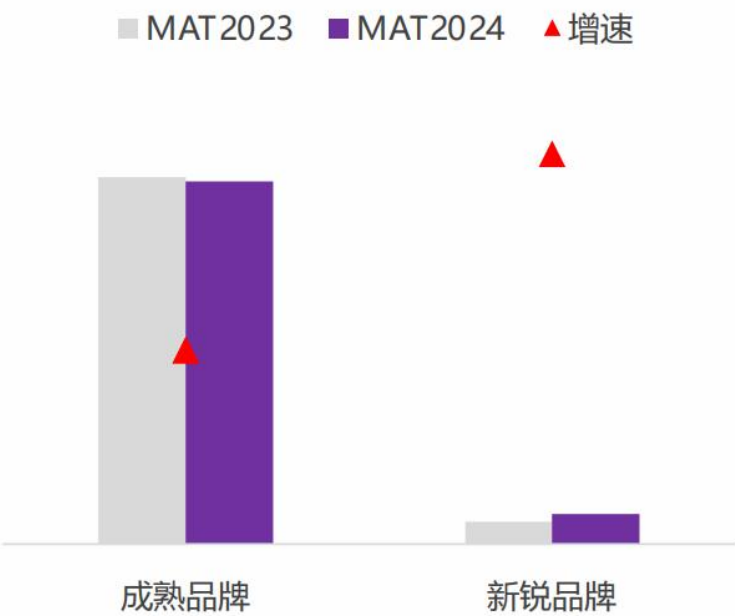


品牌竞争：成熟品牌占主导且持续推新，新锐品牌增长势头显著

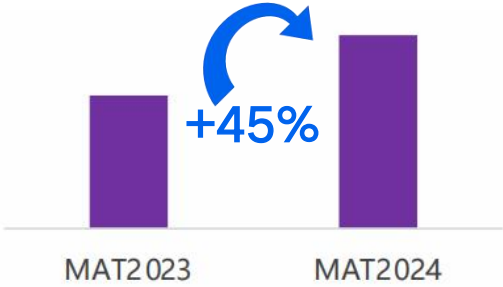


- 成熟品牌占据身体护理市场核心消费地位，近年来持续出新，凭借新品吸引消费者，新品数量同比增长45%；
- 新锐品牌纷纷涌入天猫平台，品牌规模迅速扩张，其中国产新锐品牌市场规模占比较大，进口新锐品牌增速势头较猛。

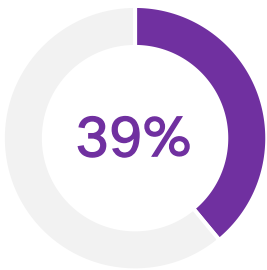
MAT2023-2024天猫身体护理市场
新锐品牌vs成熟品牌消费趋势



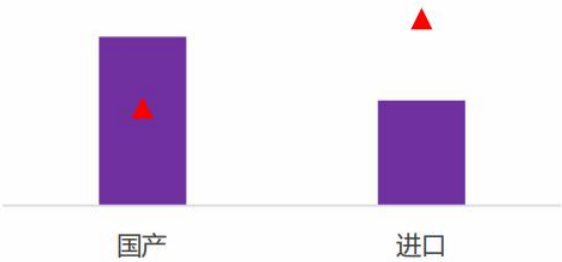
成熟品牌
MAT2024成熟品牌推出新品数量变化



新品消费者渗透率



新锐品牌
MAT2024新锐品牌市场规模及增速



MAT2024新锐品牌榜单

国产	进口
独特艾琳	NUILAA
韩方五谷	ANNS ROSARY
KUNO	NOGUAT
观夏	EXPRESSIONS
NEBE	QSIMELR

人群画像：以都市女性青年为主，消费形态及品牌偏好多元分布



品质白领

主要基础画像

25-34岁
高消费能力
一、二线城市

身体护理品类偏好

全身护理为主
手部等局部护理并重
偏好沐浴油、护手霜等

身体护理品牌偏好

娇韵诗、欧舒丹、独特艾琳



乐享千禧

主要基础画像

18-24岁
中低消费能力
二、三线城市

身体护理品类偏好

注重全身护理
偏好沐浴露、香皂
脱毛膏、身体乳

身体护理品牌偏好

力士、半亩花田、水之蔻



精致主妇

主要基础画像

25-49岁
中高消费能力
二、三线城市

身体护理品类偏好

注重全身护理
偏好沐浴露、香皂
脱毛膏、洗手液

身体护理品牌偏好

舒肤佳、威露士、多芬、olay



简约型男

主要基础画像

25-34岁
中高消费能力
一、二线城市

身体护理品类偏好

注重全身护理
偏好沐浴露、香皂
止汗露、磨砂啫喱

身体护理品牌偏好

六神、滴露、曼秀雷敦

Part 02

行业社媒表现



行业整体社媒表现持续增长，作品发布声量同比增长显著

- 行业整体（含身体清洁+护理）声量同比去年实现102%的增长，24年9、10月成为近两年来声量高峰；
- 24年1-10月行业整体互动量突破8.8亿，同比去年实现4%的小幅增长。

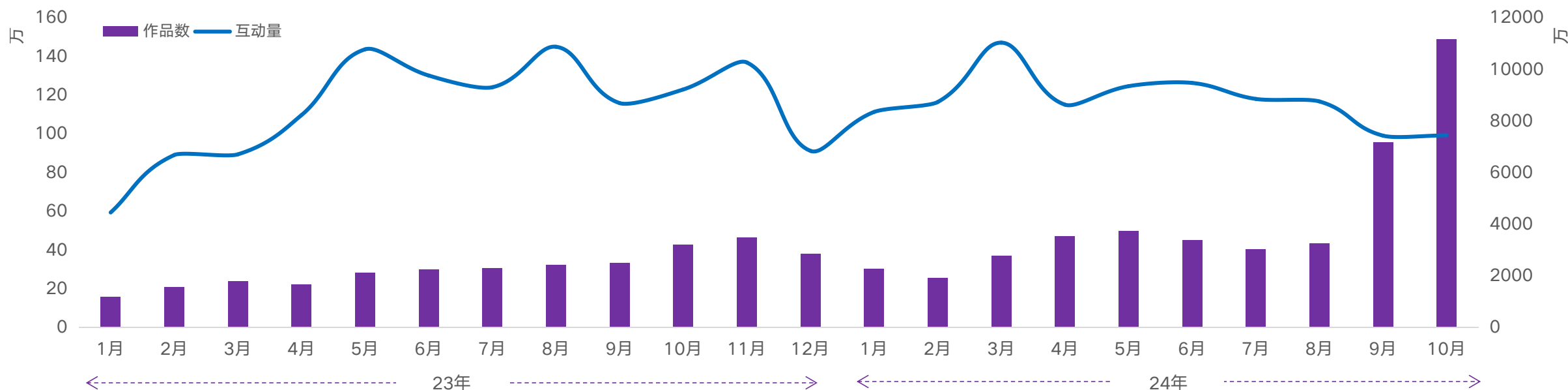
身体护理（含清洁+护理）行业社媒声量表现

身体护理
24年声量 527w

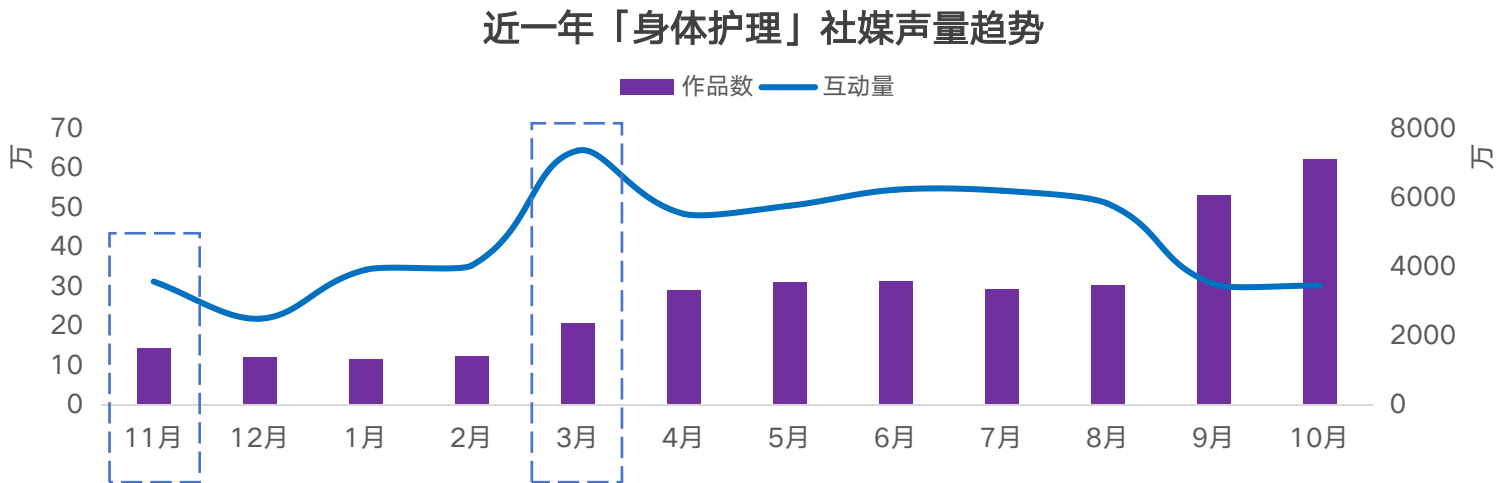
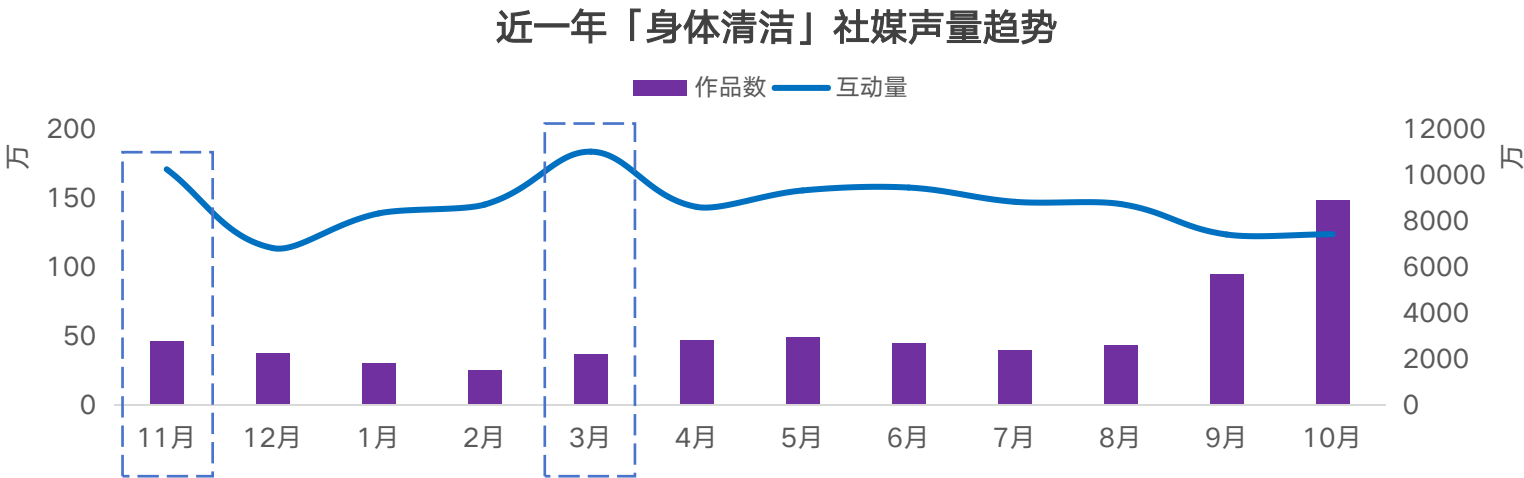
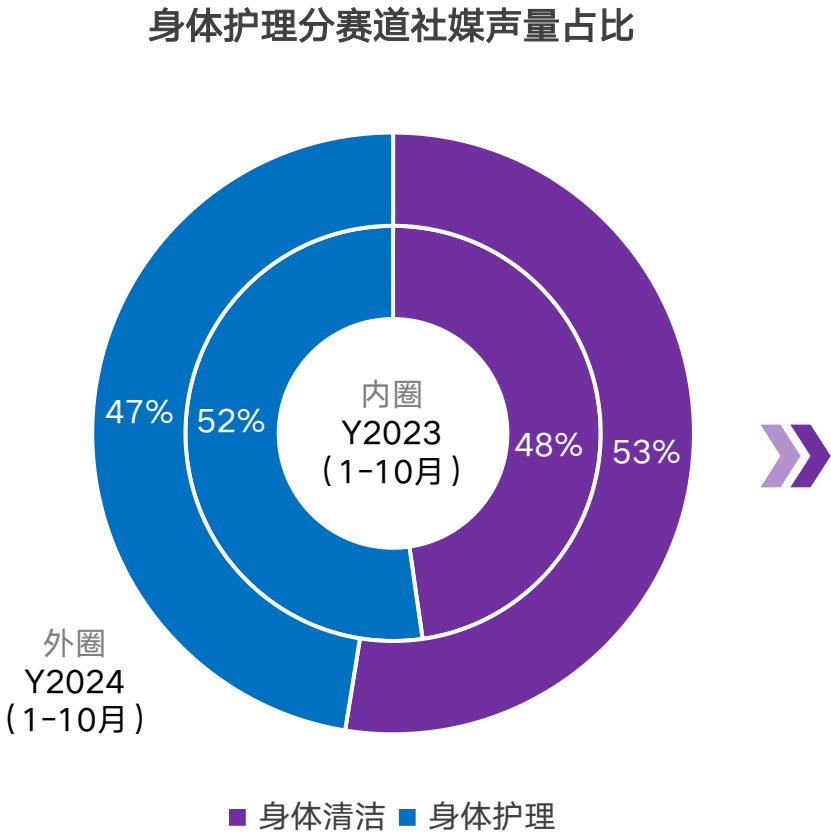
身体护理
24年互动量 8.8亿

身体护理
24年声量同比 102%

身体护理
24年互动量同比 4%



身体清洁和护理赛道平分秋色，清洁类产品占比提升，每年3月换季、10月-11月双11大促迎来热度高峰

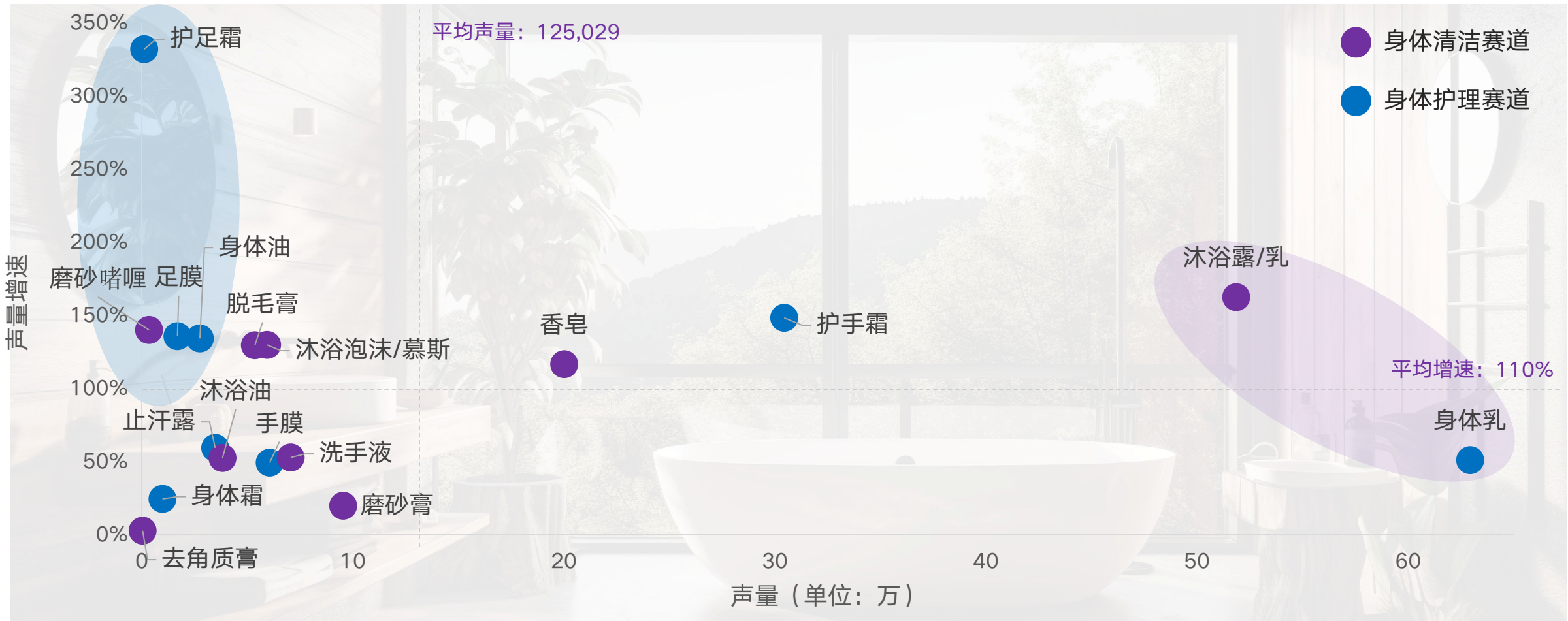


行业大盘

身体护理细分品类呈现全面增长，沐浴露和身体乳占据主导地位，消费者局部护肤需求兴起，磨砂清洁、足类护理产品增速快



「身体护理」细分品类社媒声量格局





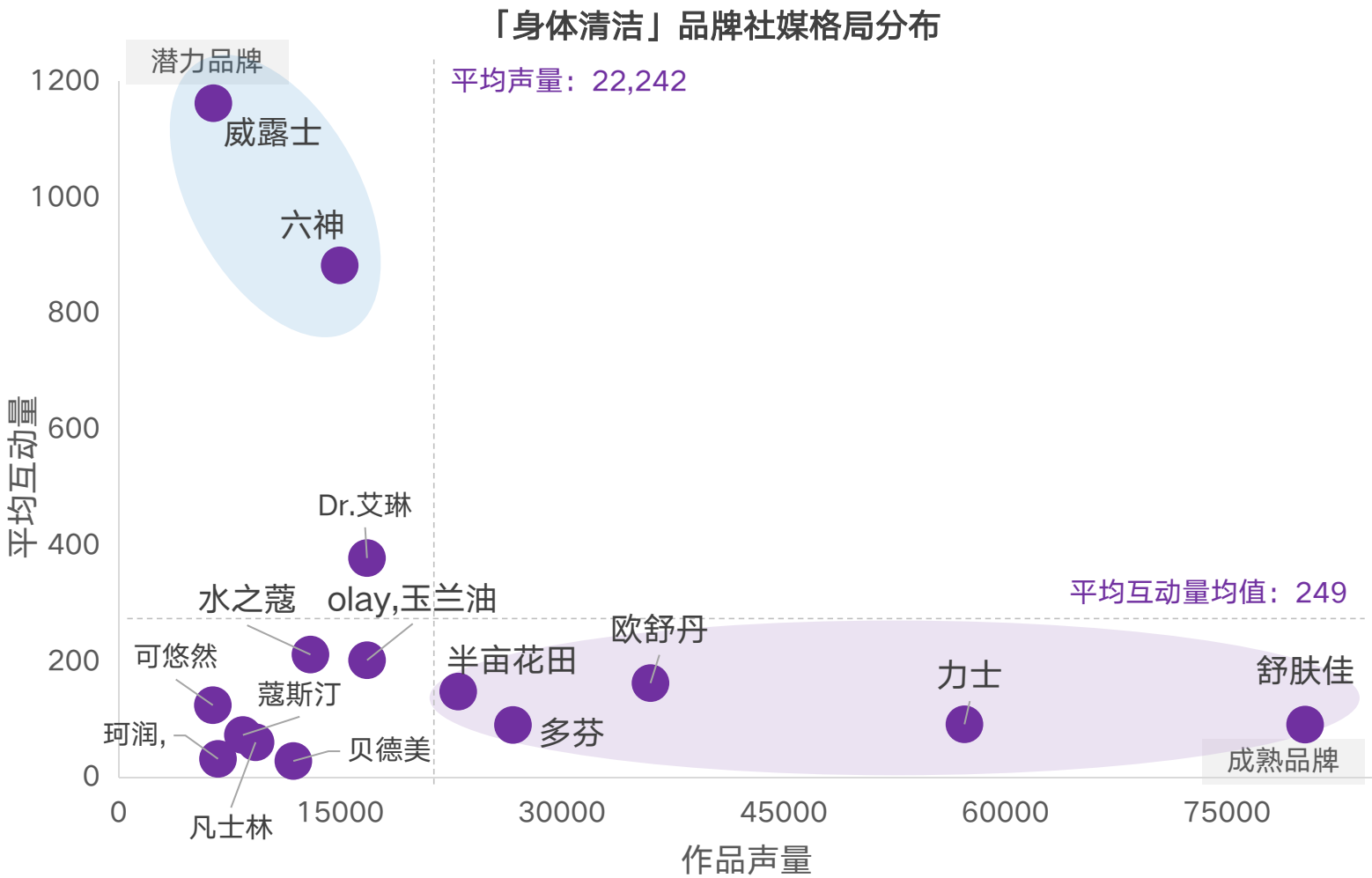
细分赛道01 身体清洁

主要品类：

沐浴露，沐浴油，磨砂膏，磨砂啫喱，脱毛膏，去角质膏，香皂，洗手液

身体清洁

舒肤佳断层领先，力士、欧舒丹、多芬随其后，国货半亩花田闯入top5，传统国货六神互动量居第2



身体清洁

热门代表单品：力士、舒肤佳以多sku香型获大众喜爱，可悠然氨基酸美肌、olay烟酰胺、六神清香沐浴露特色单品出圈



力士植萃精油 香氛沐浴露

涵盖樱花、白檀木、小苍兰等香型，主打24h持久留香

作品量：3.7万
互动量：145万



舒肤佳红石榴 果酸沐浴露

透明啫喱质地，果香味清新不甜腻，温和加快皮肤角质代谢

作品量：3.2万
互动量：3,643万



可悠然恬静 清香美肌沐浴露

氨基酸成分，泡沫丰富，不假滑、不拔干，干皮秋冬适用

作品量：6,362
互动量：79万



OLAY玉兰油 烟酰胺沐浴露

当家成分烟酰胺，乳状质地，低成本提亮肤色

作品量：2,978
互动量：16万



六神温润保湿 泡泡沐浴露

人参、艾叶等独家成分，一瓶拯救秋冬干燥肌

作品量：1,096
互动量：402万

痛点：干燥缺水、肤色暗沉、出油旺盛是核心痛点，秋冬换季更容易引起干燥不适，肌肤敏感问题愈发明显

[illegible]

冬天一到身体就开始各种干燥起皮，
还容易痒痒的

敏感皮一碰完水就容易泛红，一般的皂基沐浴露很容易刺激皮肤

关节处嘎吱窝死角暗沉，穿露肤度高的衣服好容易社死啊

后背出油旺盛，很容易长粉刺痘痘，都不敢穿露后背的衣服了> <

衣服一脱漫天的皮屑，摸起来有点粗糙



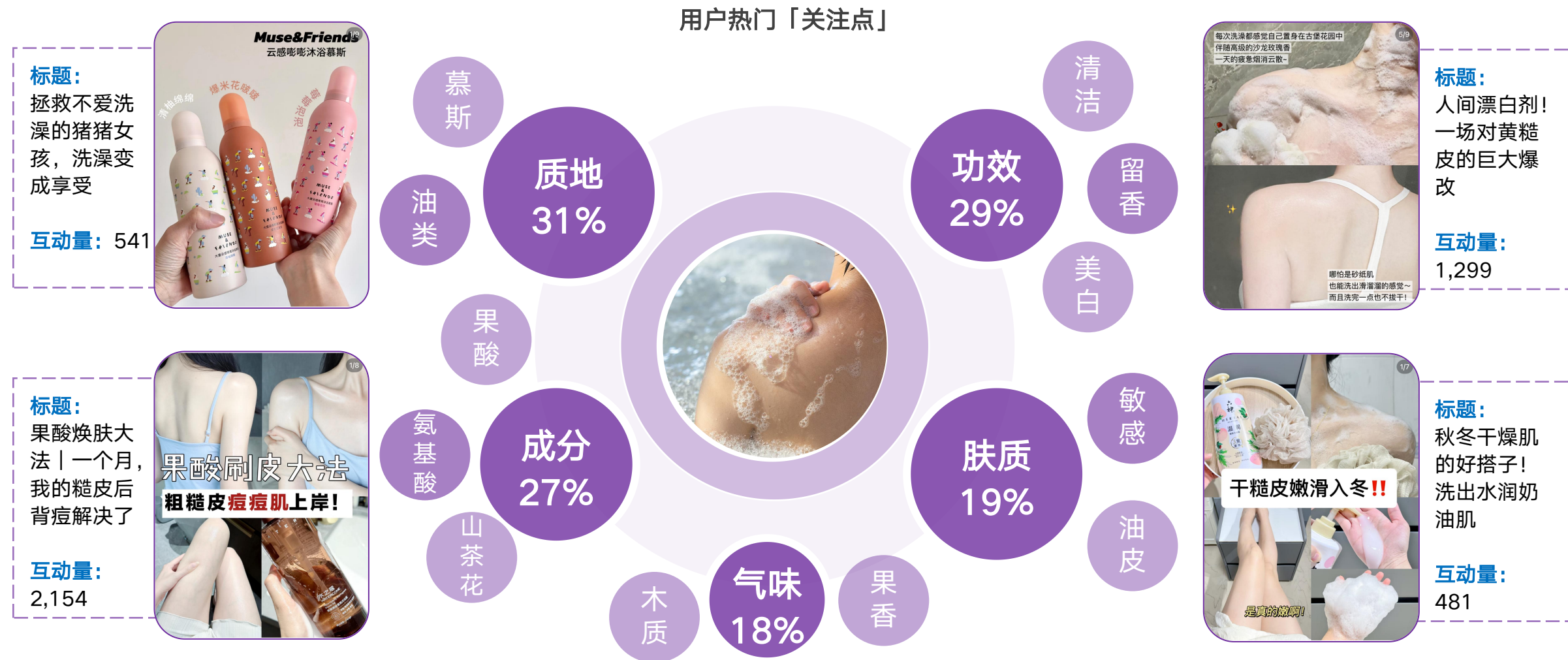
干燥
发痒



痘痘
暗沉

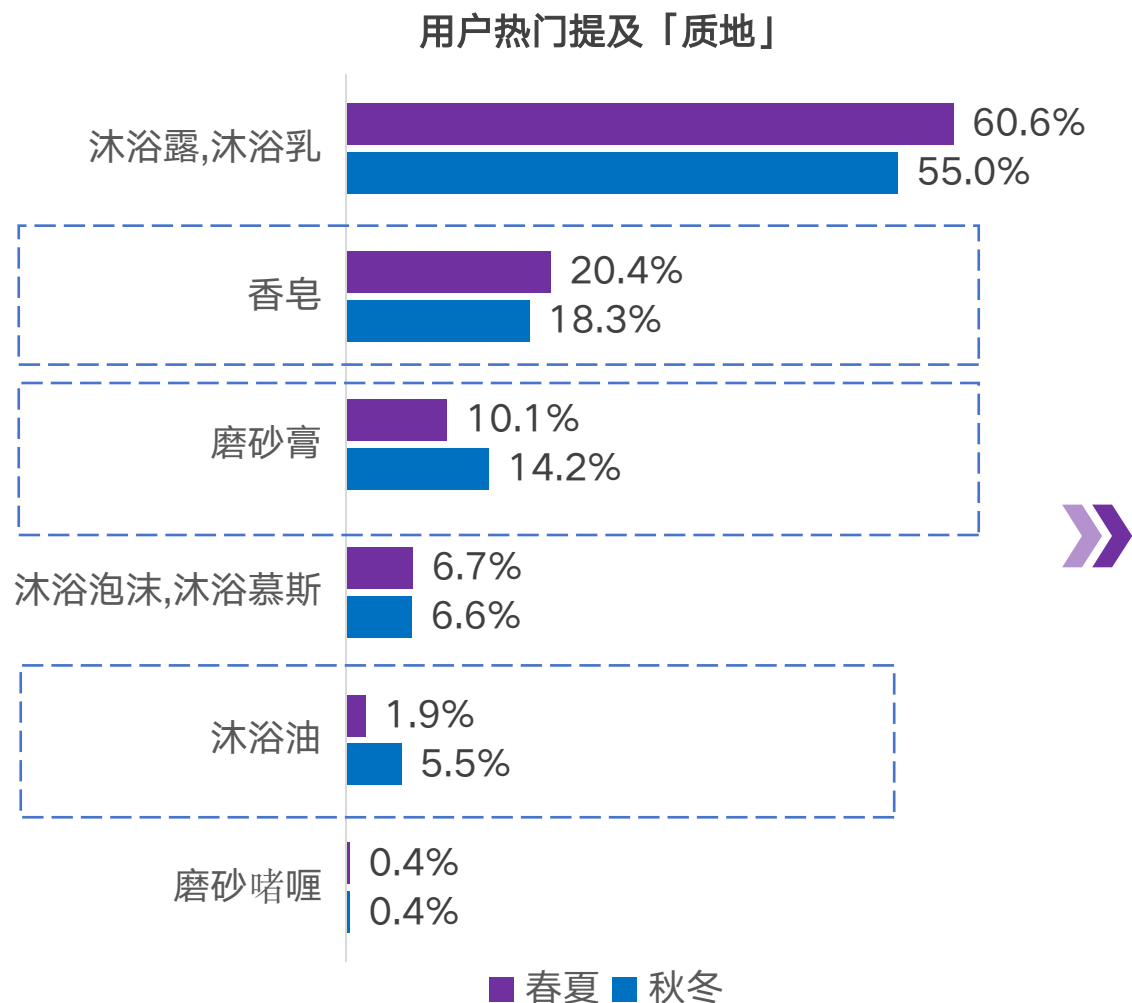
身体清洁

关注点：身体清洁产品的质地、成分、功效是消费者核心关注点，不同肤质人群在全网寻找满足细分化需求的产品



身体清洁

质地：不同肤质及皮肤状态带动产品质地多元化，皂类产品春夏季节占比高，秋冬季节磨砂类、油类产品占比提升



乳类

最常见的沐浴产品形态，揉搓出泡，泡沫丰富，一年四季适用



皂类

清洁能力强，不假滑，易冲洗，适合出油多、脏污皮肤



磨砂类

含有细微颗粒，用于深度去除多余油脂和老废角质，使皮肤更加光滑细腻



油类

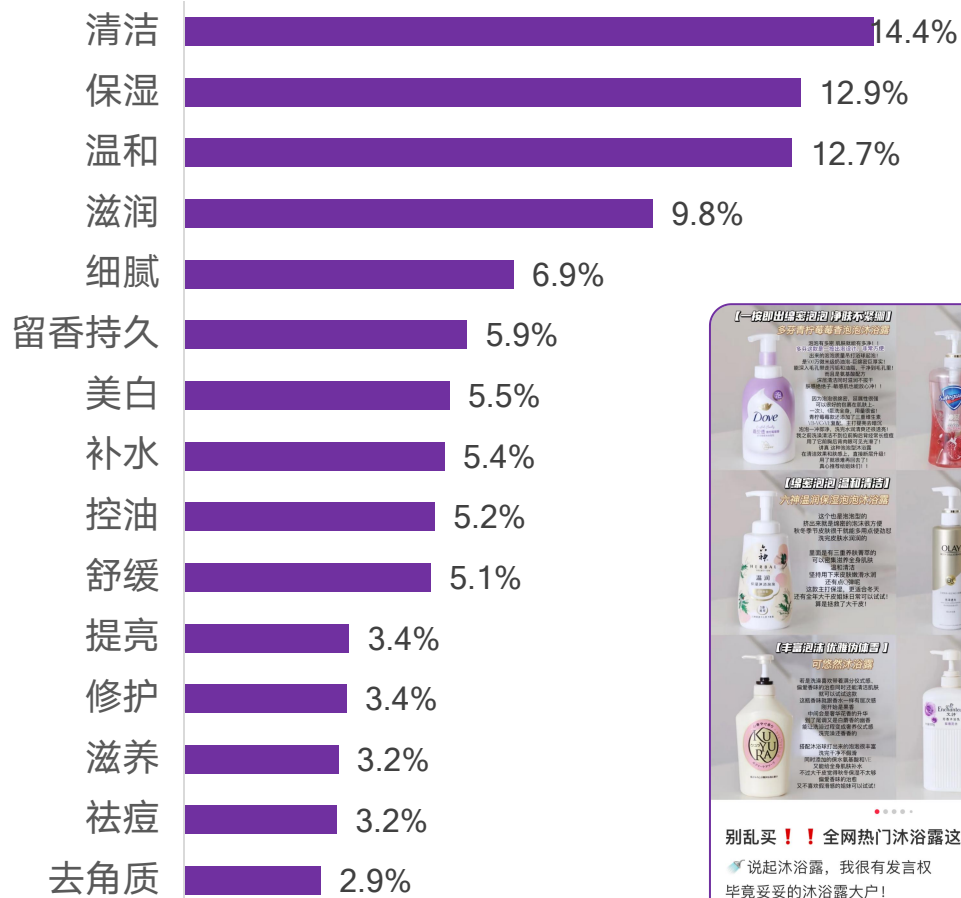
遇水乳化，保湿力强，适合秋冬季节或干性肌肤使用

身体清洁

功效：除了基础清洁效果，消费者对产品的保湿、留香、控油等方面功效愈发关注，美白提亮追求增速明显



用户热门提及「功效」



用户舆情讨论节选

保湿
滋润

洗感巨舒服，不假滑不拔干，整个人像被椰奶包裹
用完比较滋润，不立刻涂润肤露也不拔干

控油
细腻

之前后背时不时冒痘痘，用了之后有变平滑细腻
夏天控油贼拉牛，敏感肌也能用

持久
留香

晚上睡觉前洗澡，睡觉的时候都是香香的
真的巨香！喜欢果香的有福了，闭眼冲

美白
提亮

用来代谢角质，渗透力和剥脱效果都不错，洗完澡
肤色有比较明显地亮起来

身体清洁

成分：氨基酸表活成分热度top1，果酸、烟酰胺等成分热度巨高，山茶花、牛奶、VC成分平均互动量表现佳



用户热门提及「成分」



24年声量同比
+110%

代表产品：
mario果酸
沐浴露



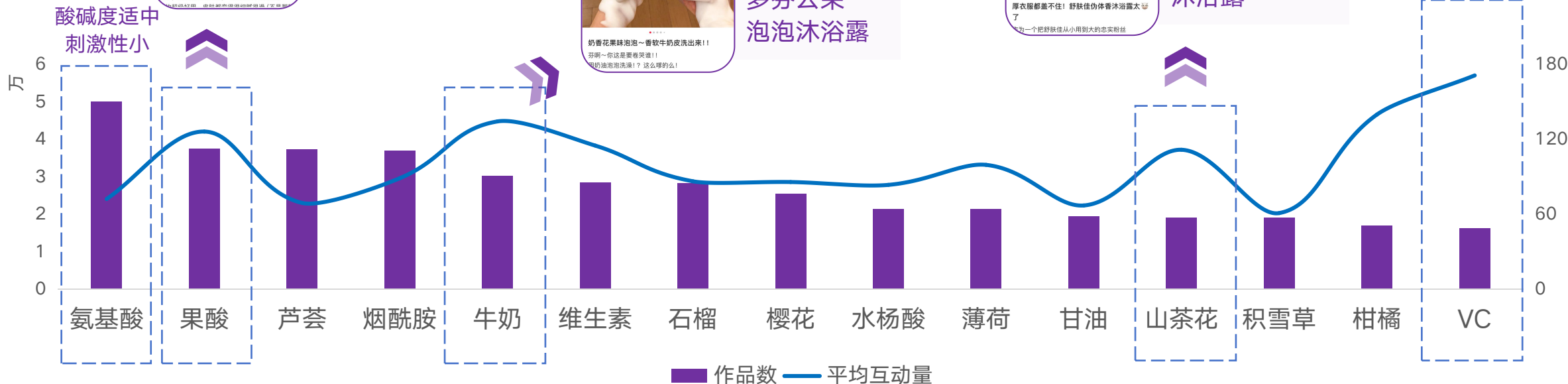
24年声量同比
+71%

代表产品：
多芬云朵
泡泡沐浴露



24年声量同比
+313%

代表产品：
舒肤佳山茶花
沐浴露



身体清洁

以身体护理好物分享和护理妙招为主，渗透运动、穿搭、高能量习惯养成等场景



「身体清洁」高互动内容示例

浴室好物分享



标题：
精简女孩的浴室好物分享 幸福感大提升

互动量： 1.8w

春夏低成本美白



标题：
花小 办大事！ 入夏前紧急养出牛奶肌！

互动量： 2.3w

模特护理妙招



标题：
模特闺蜜私藏方法，老树皮养成嫩豆腐

互动量： 4.1w

运动后清洁步骤



标题：
运动后的私汤时间

互动量： 4.0w

高能量习惯养成



标题：
偷偷变幸运！3个养好磁场的小习惯，做高能量女生

互动量： 4.3w

融入中式穿搭



标题：
VLOG 把自己当古风女主来养 香软新中式美女

互动量： 3.9w



细分赛道02

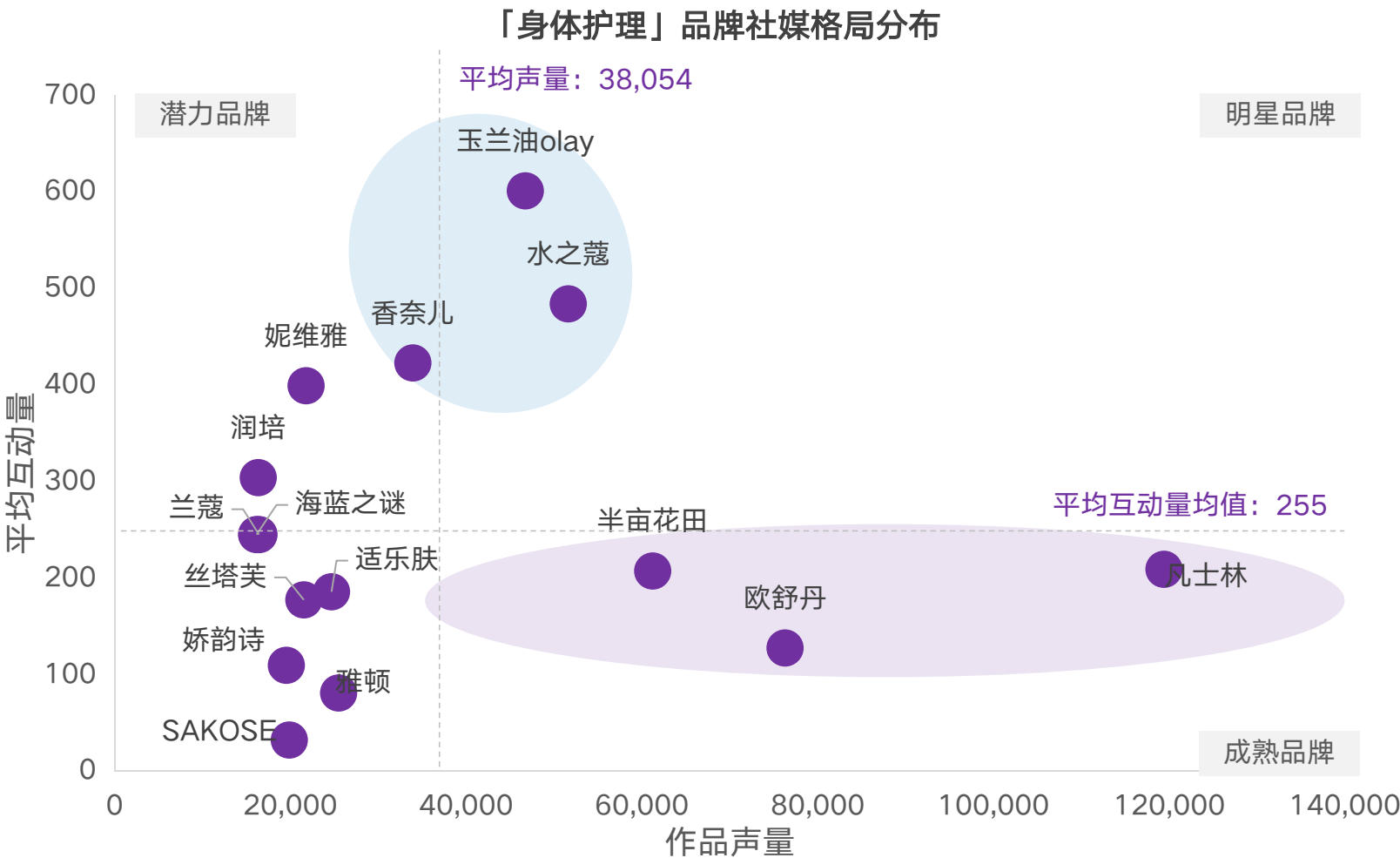
身体护理

主要品类：

身体乳，身体霜，身体油，止汗露，护手霜，手膜，护足霜，足膜，足霜

身体护理

凡士林凭借热门大单品引领身体护理市场；国货水之蔻、OLAY品牌势能突出，进入明星品牌赛道



身体护理

热门代表单品：凡士林大单品策略，晶冻成为品牌代名词；欧舒丹乳木果成分护手霜成为经典单品；半亩花田打造明星同款身体乳；水之蔻止汗露是“伪体香”神器



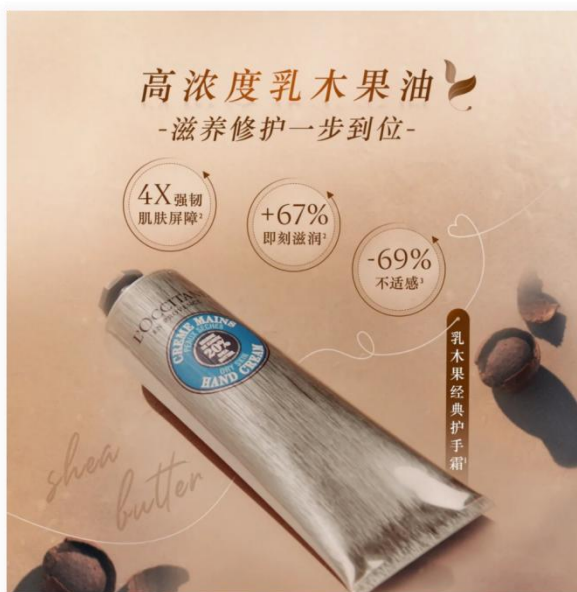
TOP身体护理品牌热门品牌及特色

凡士林晶冻



声量：25.5w
功效：保湿、修护，一瓶多用
地位：成为凡士林的代名词

欧舒丹乳木果护手霜



声量：2.3w
功效：长效保湿、滋润、进阶修护
地位：欧舒丹经典护手霜

半亩花田养白瓶身体乳



声量：1.0w
功效：保湿、美白、抗氧
地位：迪丽热巴同款

水之蔻止汗露



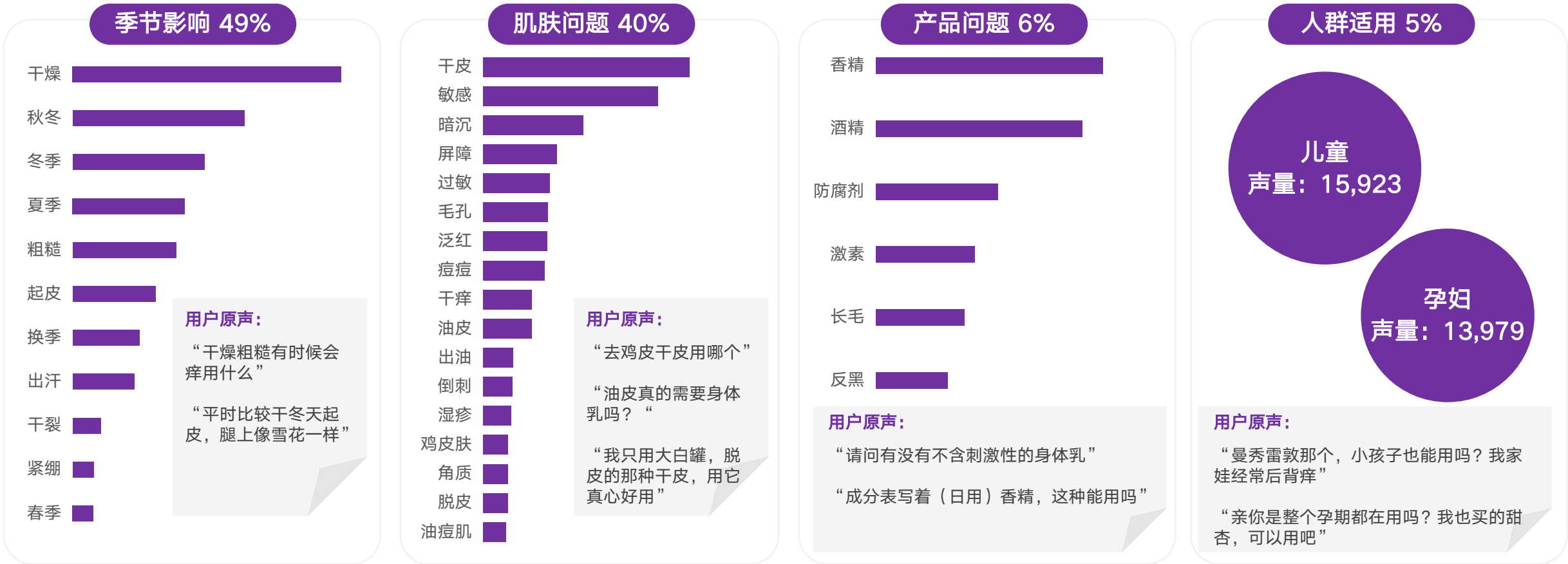
声量：3,402
功效：持久留香
地位：伪体香神奇

痛点：季节性肌肤问题是用户主要痛点，干燥/敏感/暗沉是第一梯队痛点



- 用户痛点主要集中在季节影响、肌肤问题、产品问题及人群适用上。其中季节影响占到49%，秋冬季节引发的干燥、粗糙问题困扰多数消费者；个人肌肤性质及皮肤敏感是首要问题；产品中是否添加不适用、不放心成分也是消费者重点考量，香精、酒精的讨论度及认知度最高；同时身体护理产品可能产生的副作用也是用户购买的阻碍因素；消费者对于儿童、孕妇适用性谨慎发问。

用户痛点声量分布

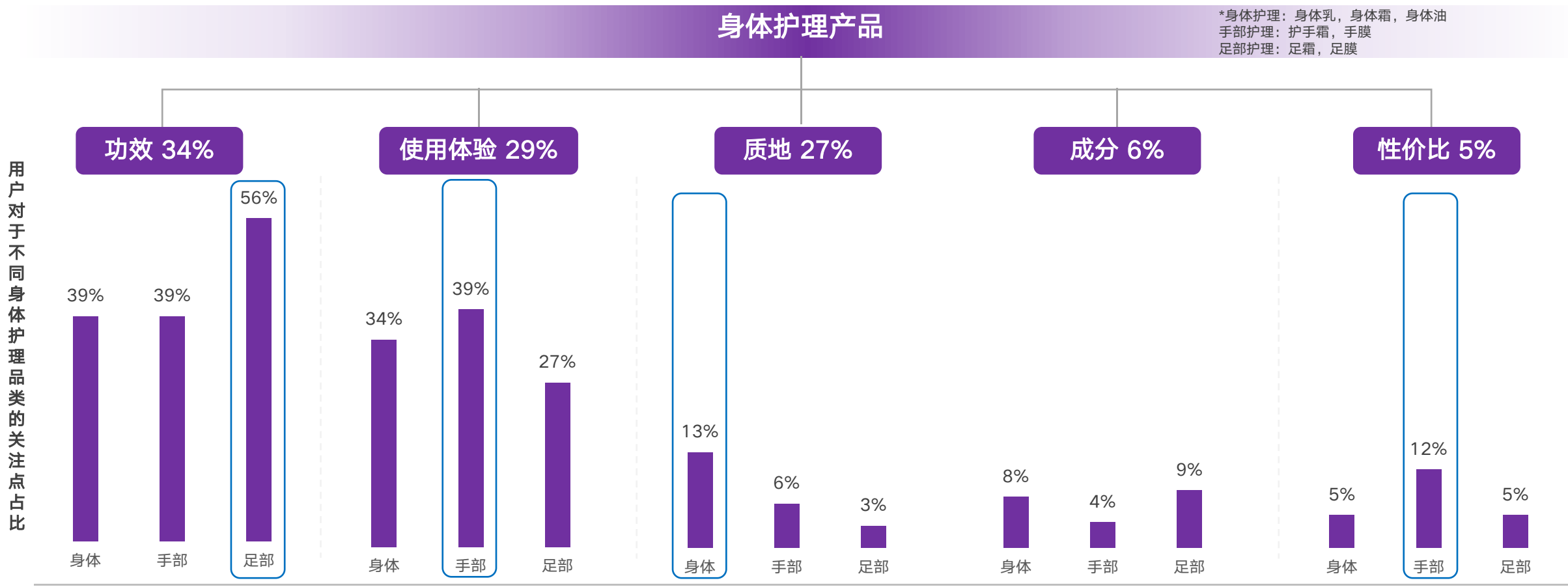


关注点：功效、使用体验及质地是用户选购考量重点，不同部位护理关注点有差异



- 用户对于身体护理产品最关注产品功效，声量占比达34%，其次为使用体验及质地，成分及性价比的考量后置；
- 不同身体部位护理需求有所差异，足部护理产品的功效关注度最高，手部护理对于产品使用体验有高要求并追求性价比，身体护理产品的质地被重点考量。

产品关注点声量分布



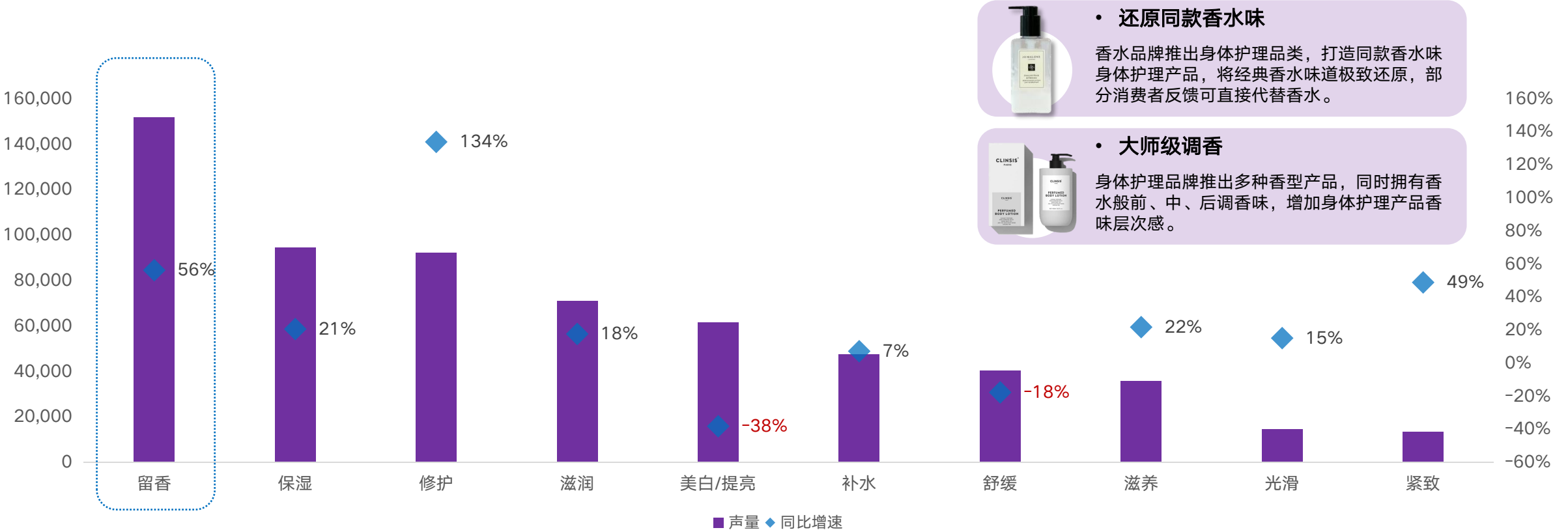
用户对于不同身体护理品类的关注点占比

功效：保湿、修护仍是功效核心关注，香氛身体护理消费需求激增



- 用户最关注留香、保湿及修护功效，修护声量需求大增，用户期待改善皮肤状态；
- 香氛护理需求增加，用户期待打造“伪体香”；护理品牌转向香氛赛道，香水品牌布局护理产品供给，通过还原同款香水及大师级调香手段突出重围。

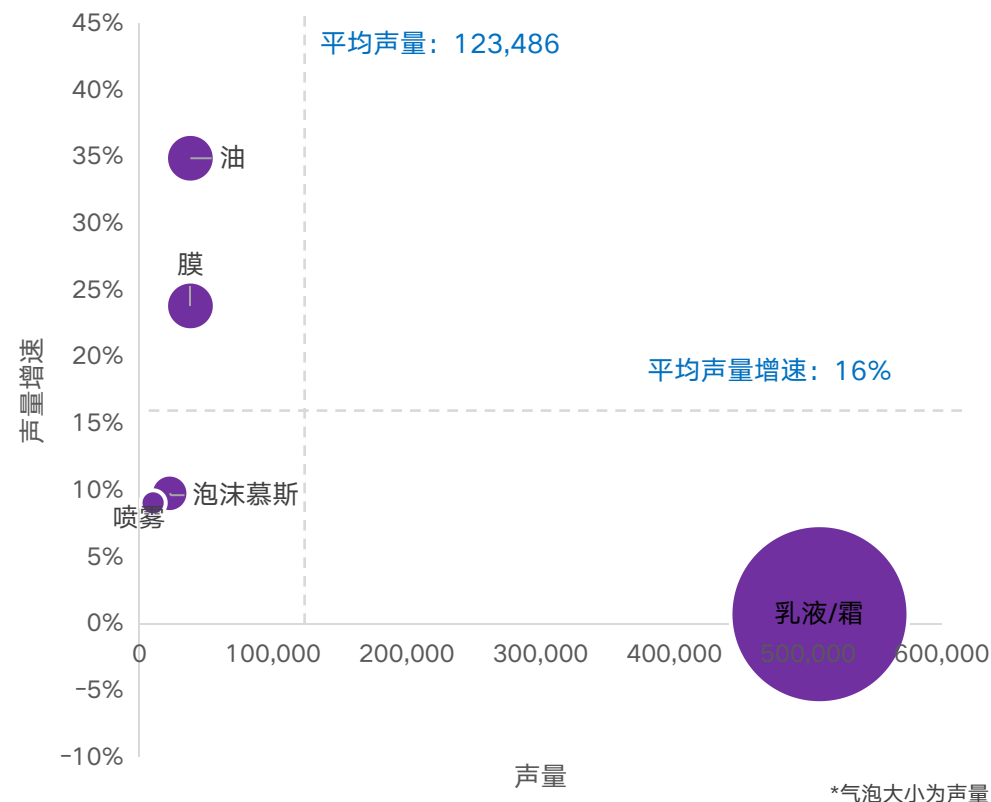
功效关注点声量分布



质地：产品质地走向多元化，乳液/霜产品仍领跑，油类产品潜力高

- 身体护理行业涌现出多种质地，乳液/霜质地产品声量规模主导市场，仍是主要的产品形态；
- 油、膜类质地产品潜力显现，“以油养肤”的风吹到了身体护理领域。

质地声量分布



不同质地的关注点



“润”

乳液及乳霜质地的身体护理产品兼具清爽性与保湿度，并相较于其他的质地具有一定的封闭性，具有很好的补充和锁住水分的功能

该质地身体护理产品提及：

「保湿」 28.1w 声量

「滋润」 20.4w 声量

用户原声：

“因为我是大干皮，所以用乳液和霜会表多一点，感觉保湿力更强”

“沉迷于这种很厚的一层保护功效”



“养”

“以油养肤”的观念深入身体护理领域，液体质地更容易被皮肤吸收，同时兼具流动性和轻盈感。

该质地身体护理产品提及：

「养肤」 3.2w 声量

「吸收」 1.6w 声量

用户原声：

“身体油我觉得这个蛮好用的，比较油润但是又不会黏腻，按摩后也蛮好吸收，最主要是天气变冷后可能因为干燥吧，我原本有点干痒，开始用它以后干痒就消失了。”



“护”

膜类质地主要应用于手膜、足膜等身体护理产品，主要用于承载精华油、液等，使用目的多为改善粗糙、嫩肤、美白等。

该质地身体护理产品提及：

「护理」 2.6w 声量

「粗糙」 1.1w 声量

用户原声：

“工作需要，每周都会做手膜，这个还可以我用了三罐了做完手膜记得拿护手霜涂一遍，你的手真的会又细又滑”



“轻”

喷雾、泡沫型身体护理产品自带轻量质地，具有清爽、好推开、好吸收的特性，更加适合夏季使用。

该质地身体护理产品提及：

「清爽」 1.9w 声量

「吸收」 1.3w 声量

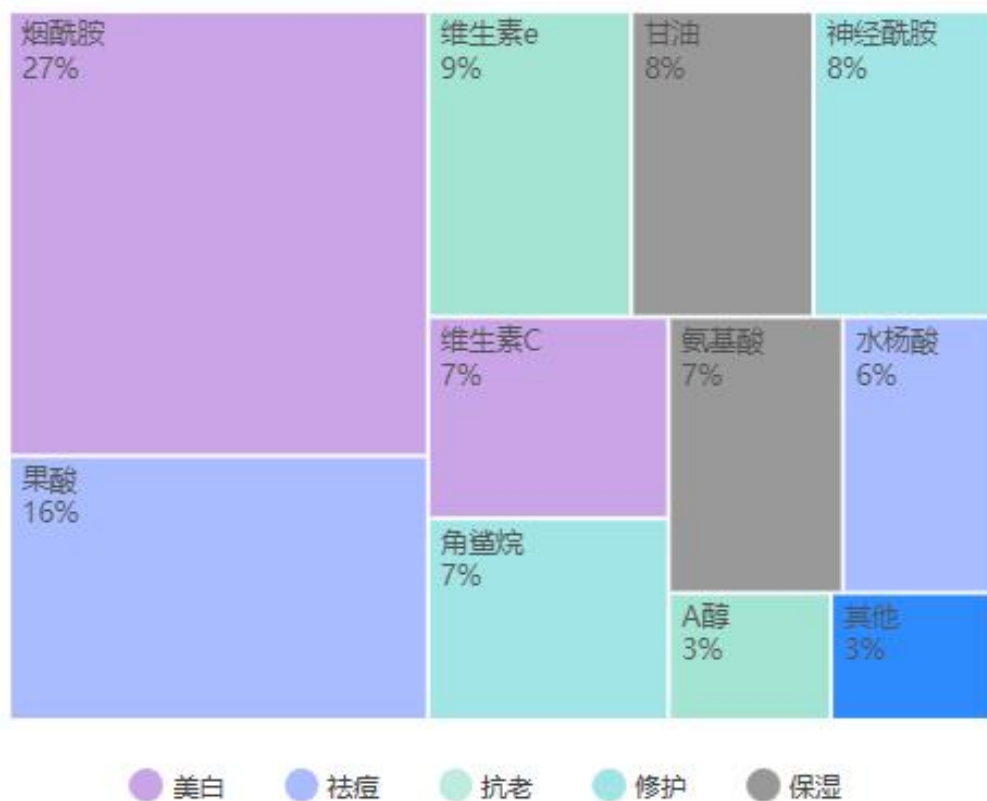
用户原声：

“一点都不油腻，比起膏状/乳液更加轻盈1完全2完全3完全不粘腻，很适合早上冬天大风干燥户外使用，个人觉得没有乳液湿润可是也的确可以使皮肤不那么干燥，适合连身体乳都觉得黏腻的人入手，赶时间也可以节省时间快速涂抹全身。”

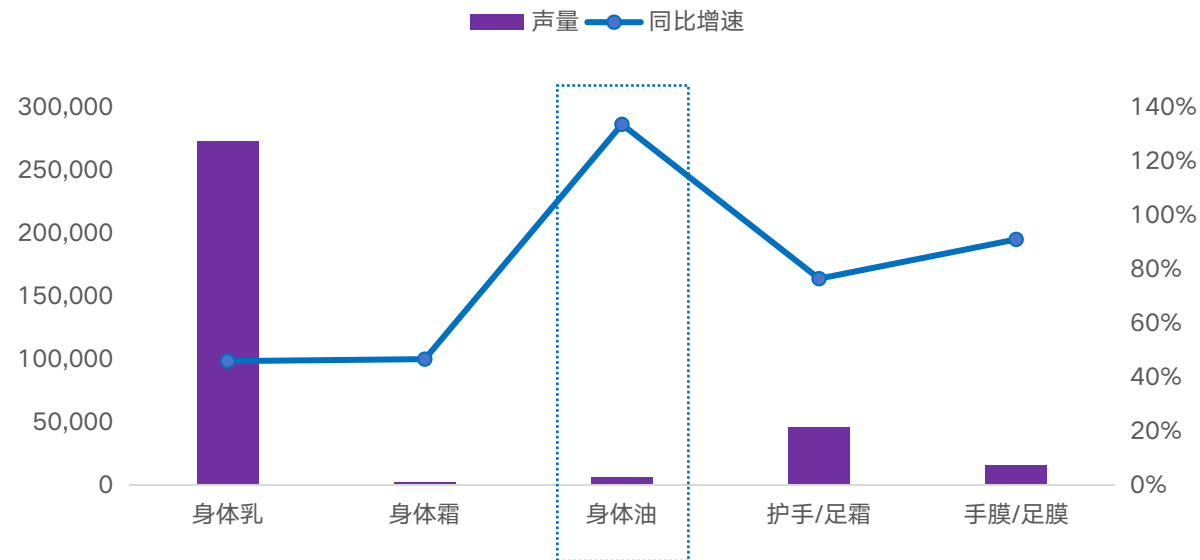
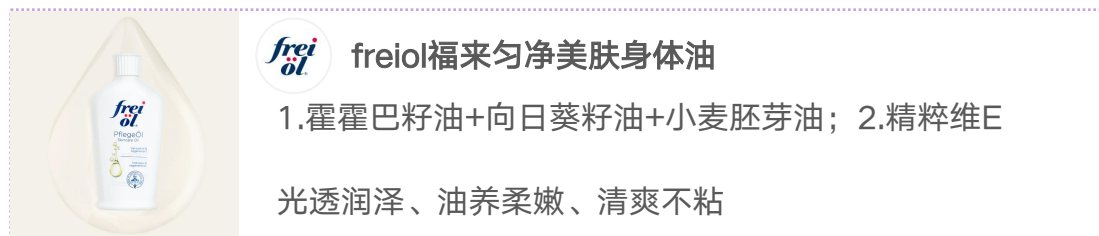
成分：身体护理美白需求突出带动美白功效成分声量，身体油产品潜力突出

- 烟酰胺、维生素C等美白成分声量占比达到34%，位居所有功能成分之首，用户对于身体护理的美白功效讨论程度高；
- 美白功效额身体油增速迅猛，产品市场潜力突出

成分声量占比



身体护理产品x美白功效下各质地声量



身体护理

身体护理相关高互动内容集中个人体验感受输出，多为护理经验、好物推荐及日常分享。同时通过专业人士背书以及剧情演绎趣味化传递产品特点



「身体护理」高互动内容示例

身体护理教程



标题：
全网最细节的手把手洗澡教程！每周深层清洁

互动量： 47.7w

季节好物推荐



标题：
秋冬皮肤干燥！？学会这3点直接搞定

互动量： 29.9w

专业科学背书



标题：
皮肤科医生教你低成本解决三种黑印

互动量： 13.5w

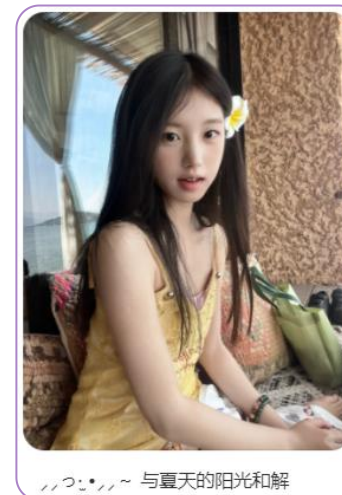
剧情演绎



标题：
我和闺蜜：因为太熟所以看起来不熟

互动量： 8.5w

日常分享



标题： //つ・..・//~
与夏天的阳光和解

互动量： 6.3w

Part 03

行业流行趋势



成分趋势

美白、抗老成分渗透进身体护理领域：

- 美白成分熊苷酸、377需求高增；抗老成分维E，玻色因潜力凸显；
- 美白成分在沐浴露、身体乳品类存在机会点，护手霜、沐浴油/沐浴露品类市场存在抗老产品空白。

功效趋势

护理关注点落到身体局部，局部长痘问题凸显：

- 用户关注点落到身体局部，“前胸后背痘”困扰部分用户，亟需高效又温和的产品，并对留香有期待；
- 局部护理同沐浴露/油产品关联度高，多从除螨角度出发，从源头祛痘。

香味趋势

消费者情绪优先，愉悦之上，香味需求激增：

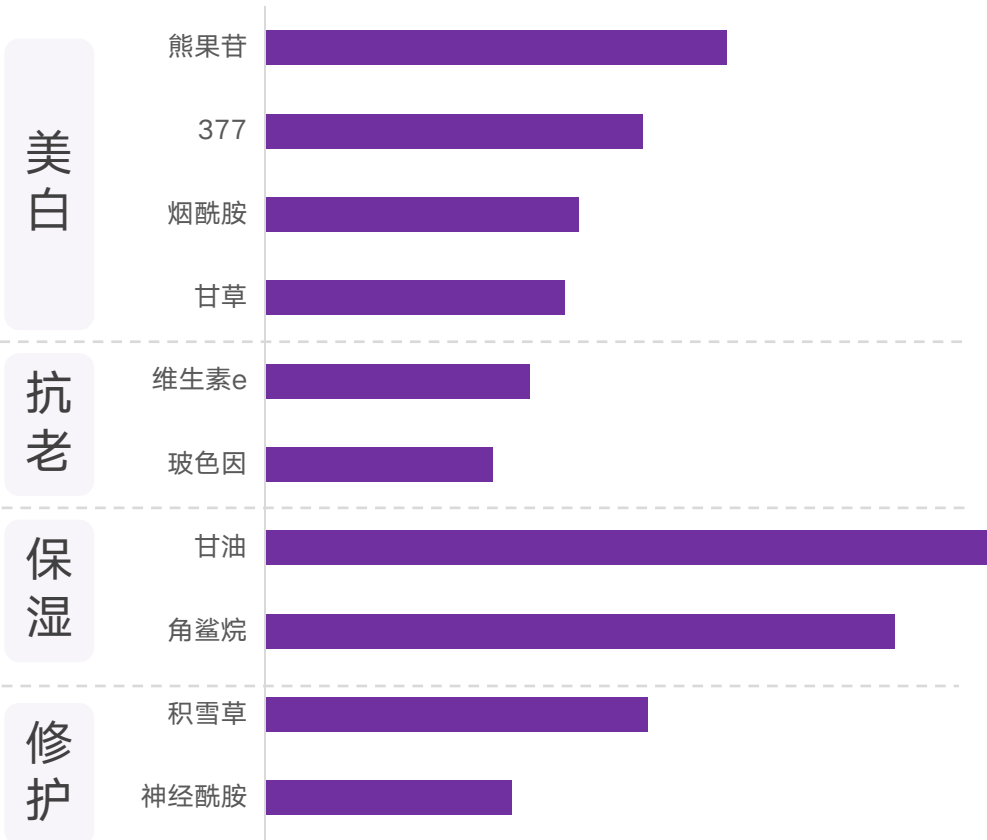
- 香味成为消费者购买身体护理产品的重要关注因素，期待香味所带来的身心放松及生活仪式感；
- 木质调、东方调增速较快，成潜力香调。

成分趋势：美白、抗老型成分渗透身体护理领域

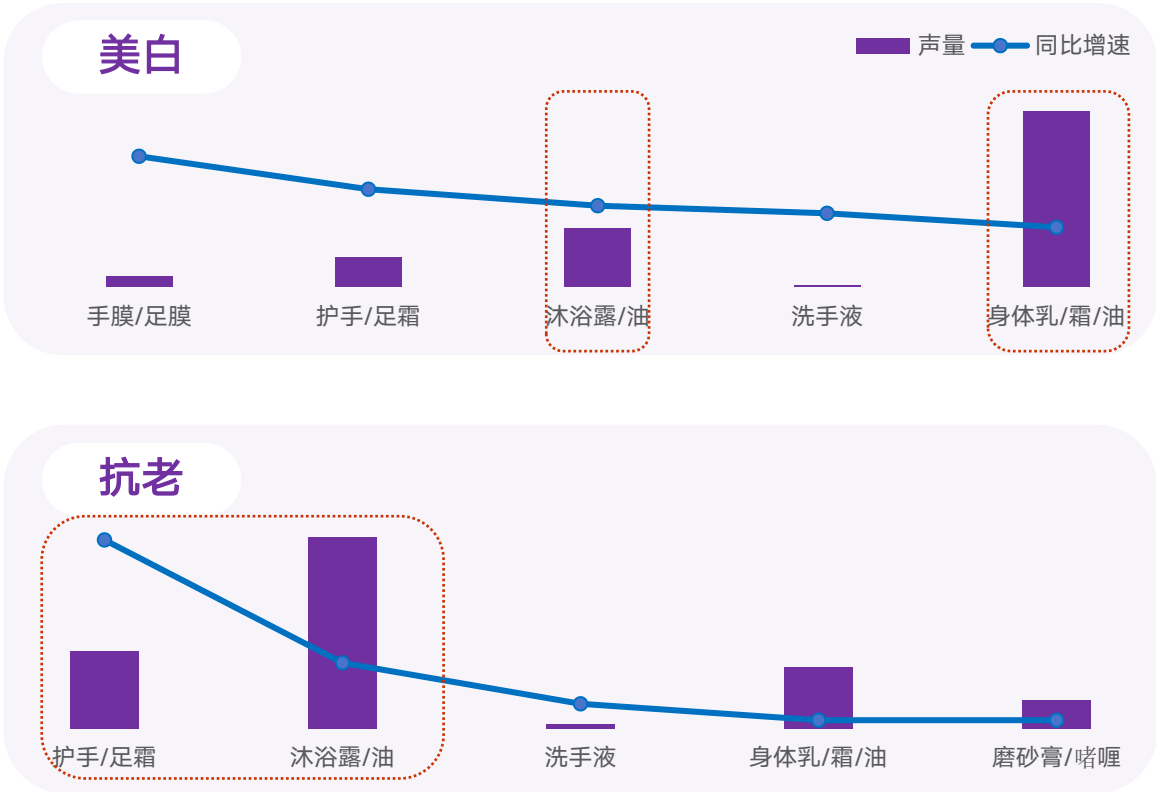


- 身体护理依旧以保湿、修护成分为基础，美白、抗老的需求带动相关成分渗透进身体护理领域；
- 美白成分熊苷酸、377需求高增，维E、玻色因等抗老成分潜力凸显；
- 用户对于不同身体护理品类的需求程度不同，香皂的美白成分需求心智凸显，抗老成分的手足膜需求高涨。

成分声量增速top10



功效成分 x 品类关联度



成分趋势：美白成分在沐浴露/油、身体乳品类存在机会点，护手霜、沐浴露/油品类市场存在抗老产品空白



美白成分产品



EHD美白沐浴露

烟酰胺瓦解沉积黑色素，皮肤
匀净透白，14天去黑亮白

作品量：3,459
互动量：16.5w



肌肤未来377身体乳

99%的烟酰胺+熊果苷
渗透肌肤，美白淡斑

作品量：9.8w
互动量：6,923.6w

抗老成分产品



华熙生物黑蜜蜂淡纹抗皱护手霜

玻色因提高皮肤弹性
肌肽促生胶原蛋白

作品量：481
互动量：6.5w



kokomi茉莉美肌沐浴油

葡萄籽油+蓖麻籽油量大抗老
抗衰油脂成分作为基地油

作品量：1,435
互动量：11.0w

功效趋势：用户关注点落到身体局部，“前胸/后背痘”困扰部分用户，亟需高效又温和的产品，并对留香有期待



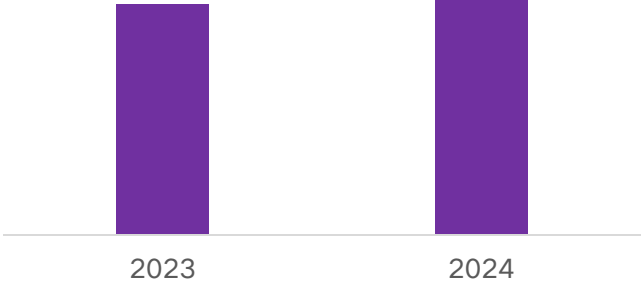
- 用户对于身体局部细节关注度增加，“前胸/后背痘”引发用户自卑，相关声量增长167%；
- 针对局部长痘，用户主要关注肤质针对性方案，痛点，有效的成分及更加温和的产品。同时，用户仍对留香型产品有期待。

“前胸/后背痘”声量及增速

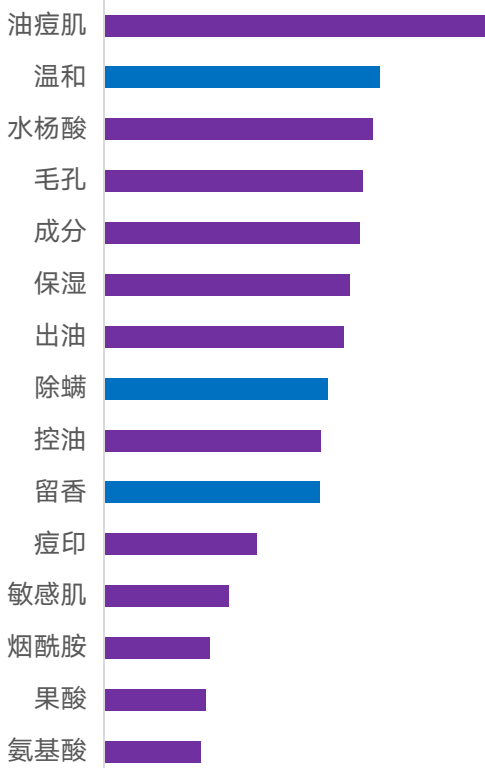


后背重度痘印超自卑

167%



“前胸/后背痘”主要关注点



肤质

“背后油脂分泌旺盛，疯狂长痘痘，夏天都不能穿露背的衣服”

“不仅黑色痘印，还有毳毛，想了好多办法都没啥用，而且我爱扣痘痘和油脂角栓，就是一个死循环”

痛点

成分

“油痘肌定期用水杨酸，后背痘痘都被洗没了”

“有些祛痘产品太刺激了，想要更温和的产品”

产品需求

功效趋势：局部护理需求同沐浴产品关联度高，多从“除螨”角度沟通深层次祛痘需求



- 局部祛痘需求同沐浴露/油产品的关联度达到74%，目前市场上的祛痘产品多从除螨角度出发，以除螨作为祛痘的解决方案。品牌也关注到用户对于温和、留香等产品需求，通过使用更加温和的配方降低产品刺激性；并提供香型选择。

“前胸/后背痘” 品类关联度



代表产品举例



海洋至尊除螨沐浴露

石榴酵素+烟酰胺无酸焕肤
打开阻塞毛孔，除螨净痘

作品量：3.6w
互动量：316.1w



EHD祛痘除螨沐浴露

水杨酸+乳酸+乳糖酸+积雪草
提取物，调节水油平衡，减少
痘痘滋生

作品量：5,375
互动量：30.5w



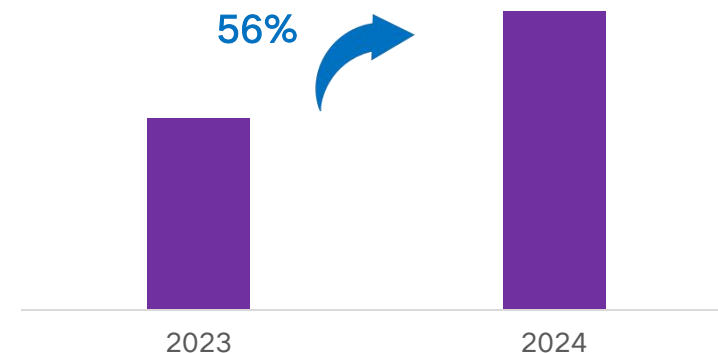
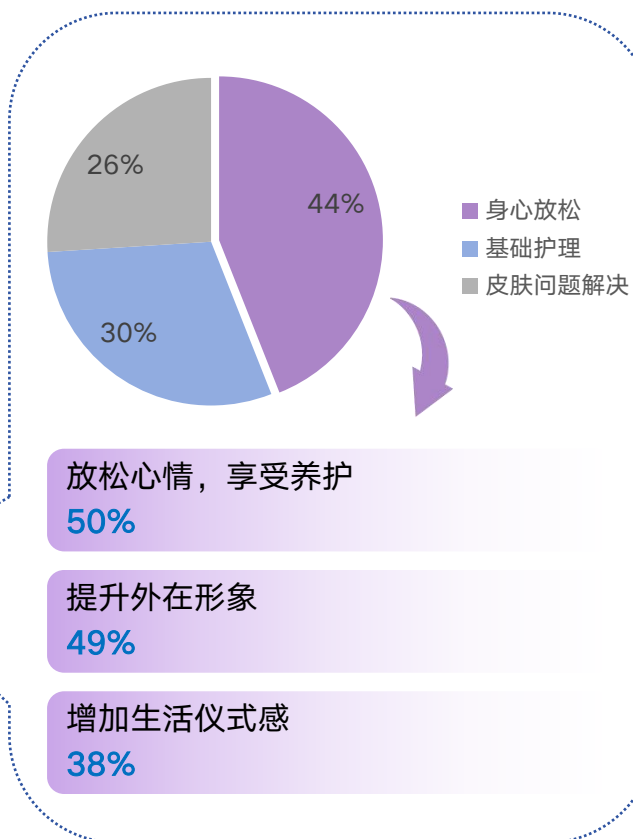
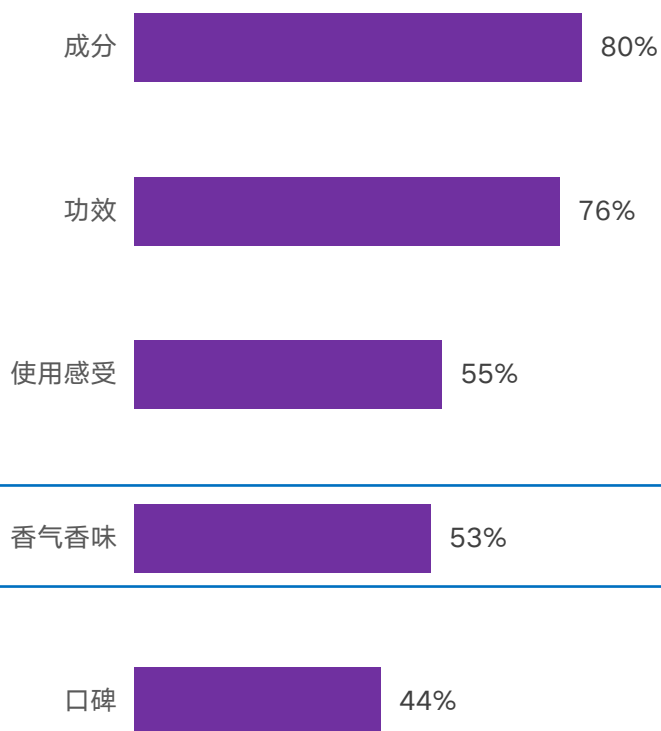
舒肤佳祛痘沐浴露

水杨酸+氨基酸表活，弱酸性
配方，气味清新

作品量：1.2w
互动量：77.3w

香味趋势：消费者情绪优先，愉悦至上，香味需求加剧

- 香气香味成为消费者购买身体护理产品的重要关注因素，期待香味所带来的身心放松及生活仪式感；
- 社交媒体对身体护理产品“香气/香味”的声量增长56%，也成为身体护理产品的重点讨论话题。

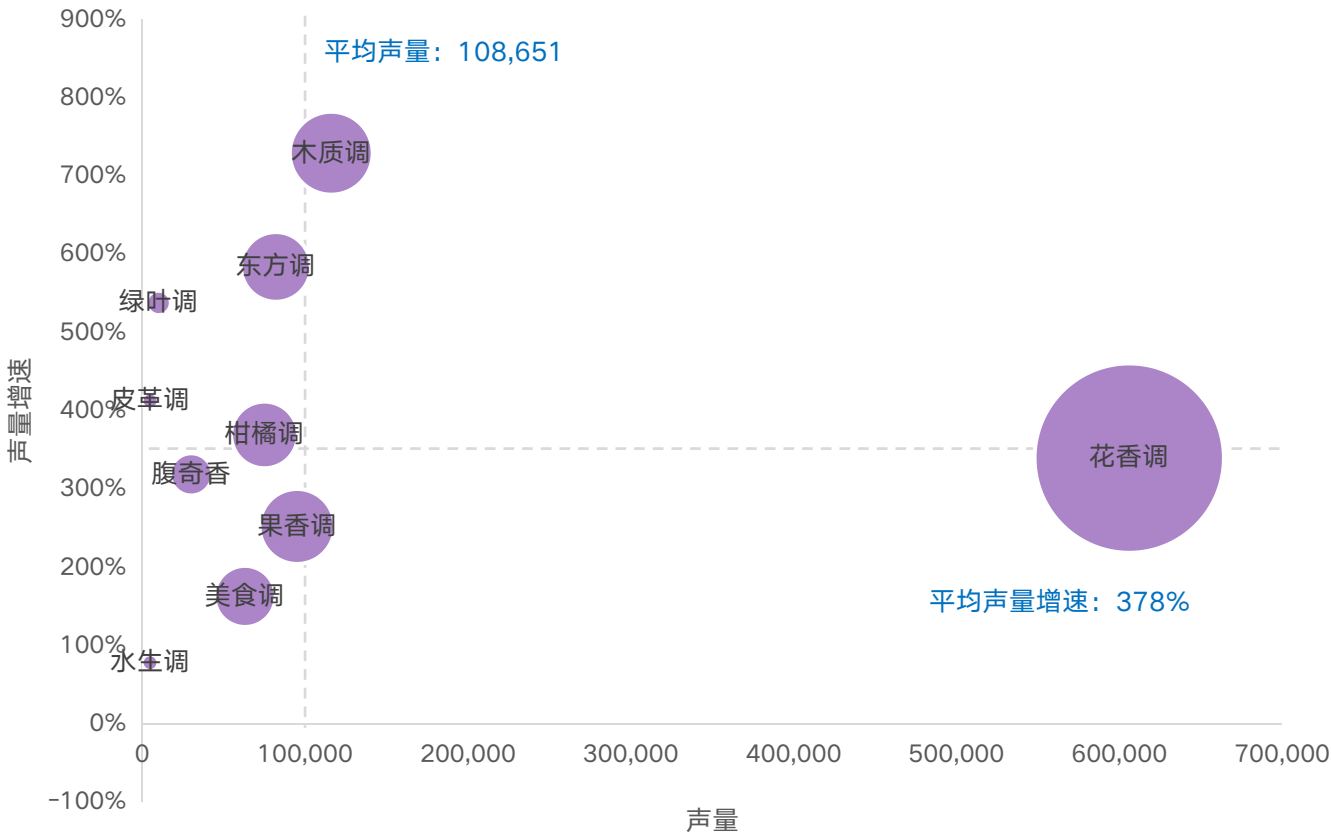


香味趋势：木质调、东方调增速较快，成潜力香调



- 身体护理行业在香味上积极“内卷”，推出丰富多元的香调产品。花香调产品尝试门槛较低，保持最大的市场声量规模，木质调、东方调声量增速领先，成潜力香调。

香调社媒声量及增长趋势



代表产品

花香调



祖玛珑英国梨与小苍兰润肤乳霜

香味组成：梨香+苍兰花+琥珀+广藿香

秋日精髓。初熟秋梨的感性清爽包围在白色苍兰花束中，又因琥珀、广藿香和木香而愈加芳醇，甜美金灿。

木质调



l'labo NO.29身体乳

香味组成：无花果+茶香

经典气质的中性木质香，前调是清新的无花果香，到后面的烟熏感会愈发显现，茶感占的比例不多。

东方调



宝玑米鹅梨帐中香护手霜

香味组成：香柠檬+丁香+广藿香

既有梨香的清甜 也有木质香气的温润，闻之舒缓放松，心神气宁



www.endata.com.cn