

有米云 | 有米有数

2024

抖音电商个护美体 趋势洞察



目录 CONTENTS

1 行业市场概况

2 赛道发展洞察

3 爆量商家打法

SECTION 1

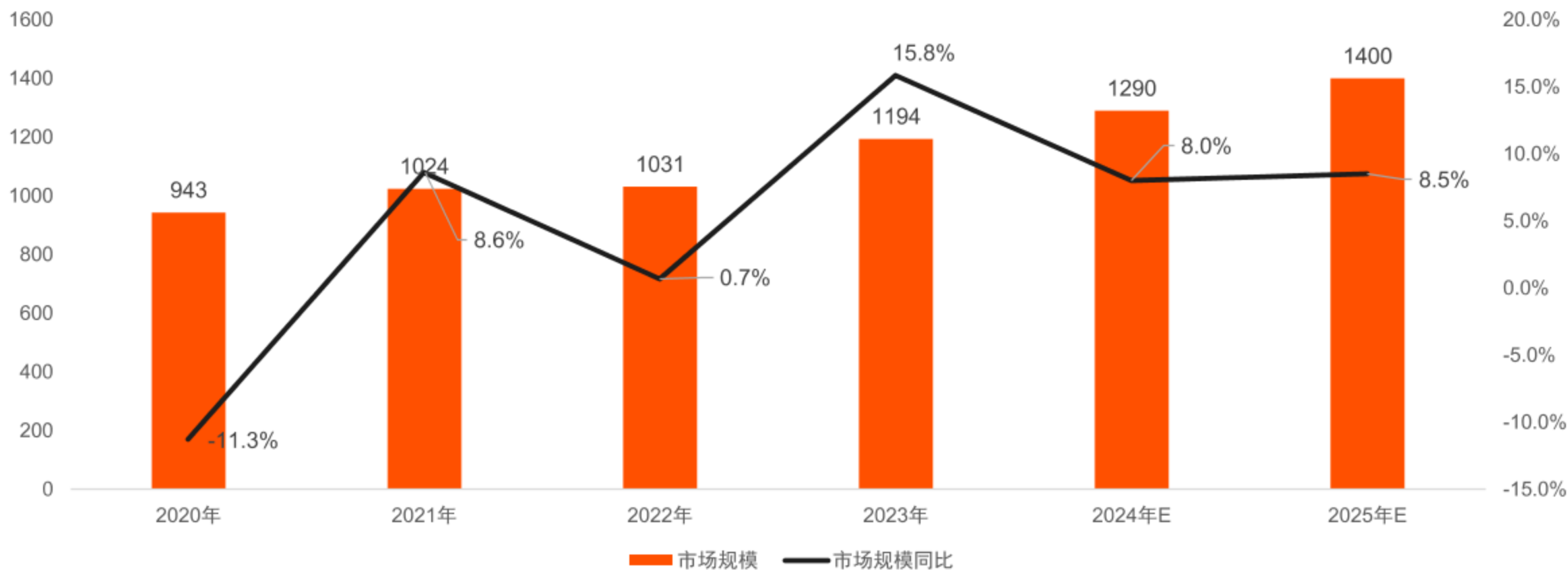
行业市场概况

01

个护市场强势复苏，2023年市场规模大涨

2020-2023年中国个护市场规模年均复合增长率为8.2%，此周期内除了2020年因大环境原因同比下滑11.3%，从2021年开始该市场规模呈现逐步上升趋势，尤其是2023年随着疫情的结束，中国个护市场规模同比增长15.8%至1194亿元。2024年1-4月中国个护产品销售额为317.2亿元，同比增长6.3%，预计到2025年该市场将突破1400亿元。

中国个护市场规模变化（2020年-2025年）



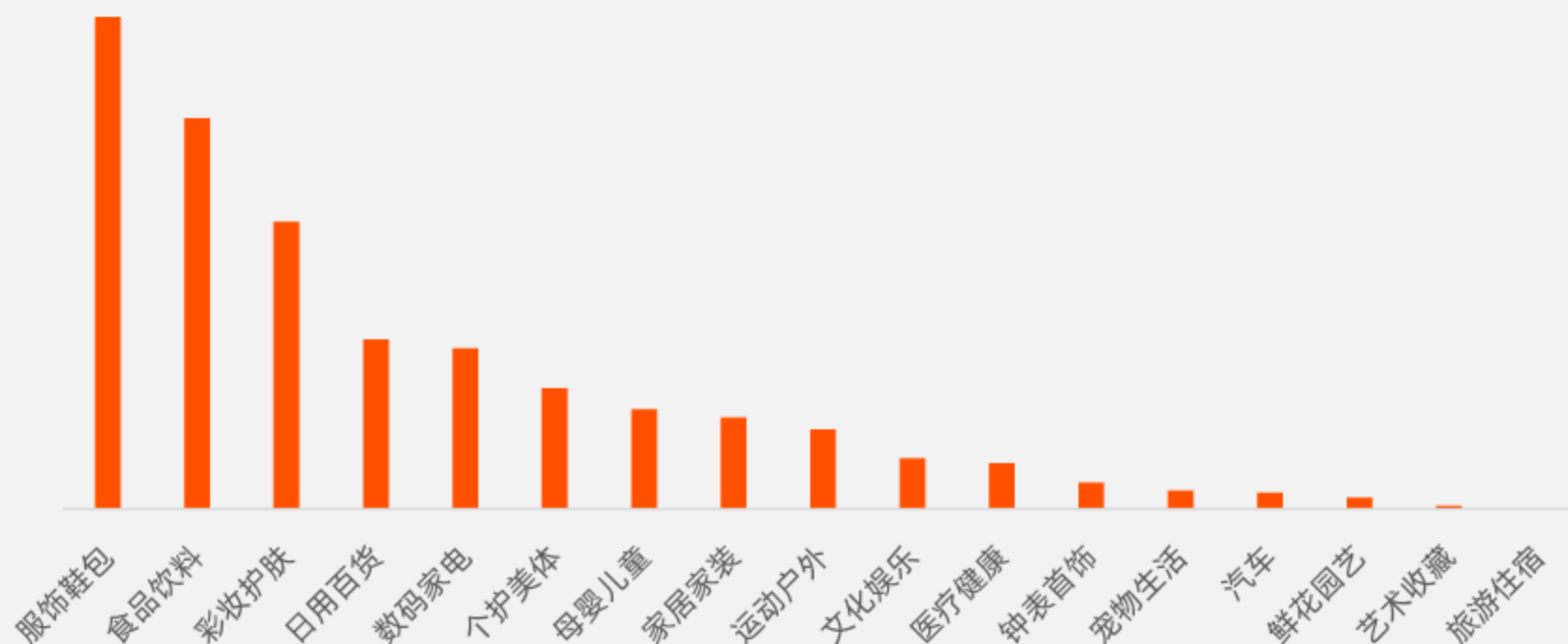
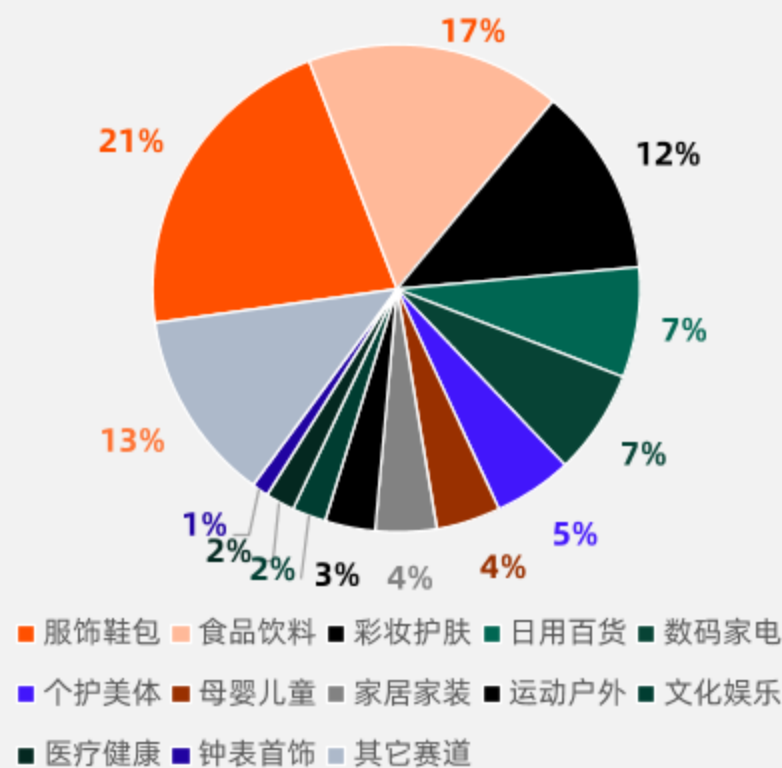
数据来源：青眼情报；预估增速根据近5年该赛道市场规模变化情况，人口结构变化以及可支配收入变化建立模型推演得出

消费观转变，个人护理领域绽放新光彩

在当前经济环境下，人们消费的比以往更加谨慎。对于房子、车子等大宗消费品，许多家庭都选择暂时搁置这笔大开销，转而将消费焦点放到提升生活品质。这种消费态度的转变，不仅带动了服饰、餐饮、美妆等行业的销售，也造就了个护美体的繁华狂欢。

徕芬1年内营收10倍增长，GMV实现从1亿到15亿的飙升；追觅618开门红GMV同比增长166%；个护美体赛道不断涌现新锐品牌，其凭借各自的明星单品、营销妙招，引爆平台声量。

抖音各品类销售额排名情况（2024上半年）



SECTION 2

赛道发展洞察

02

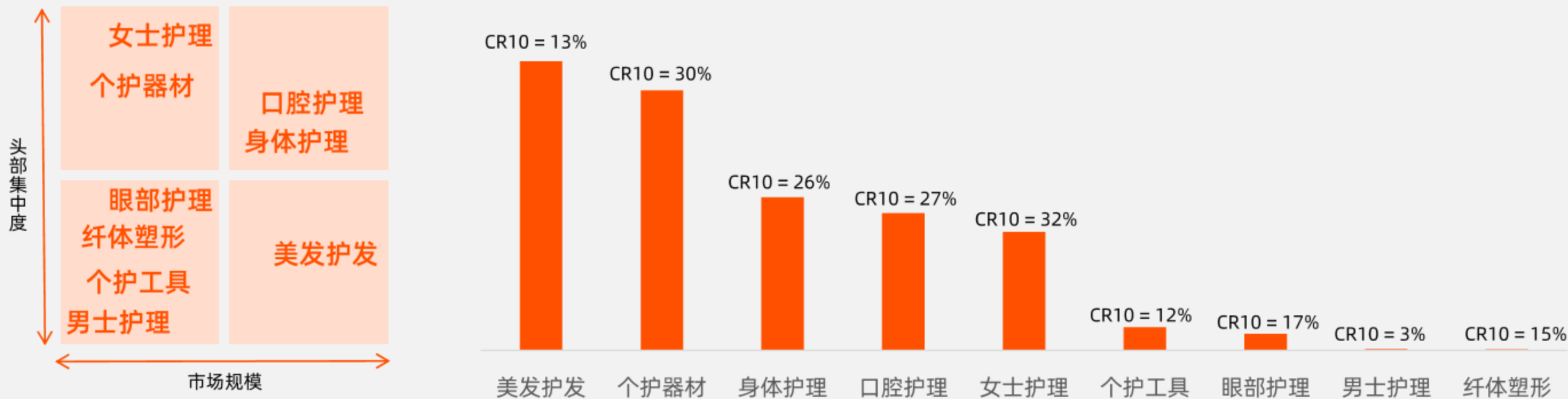
美发护发领跑，消费新宠推动个护器材销售

有米云 | 有米有数

基于2024上半年抖音个护美体数据，洗发水、护发素、发膜等作为日常生活所需品，美发护发的销售额毫无疑问排名第一，而同为必需品的个护器材，得益于美容仪、电动牙刷等产品的热销，销售额紧随第二。特别是美容仪，随着家用美容技术的发展，现在家里也能享受到美容院级别的护理，这可让不少爱美人士心动不已。

结合细分赛道的CR10，个护器材、女士护理等赛道属于低集中竞争，但因美容仪、电动牙刷等价格普遍较高，而卫生巾这类用品较为私密，消费者选购时会更谨慎，更偏向口碑相传，因此仍有一定的市场竞争；而美发护发、眼部护肤等赛道虽然处于分散竞争，但行业集中度较低，这时候更依赖谁家产品效果好，谁家素材更能打动人下单，因此市场竞争较为激烈。

细分赛道的销售额排名&前十品牌市场份额占比情况（2024上半年/抖音个护美体）

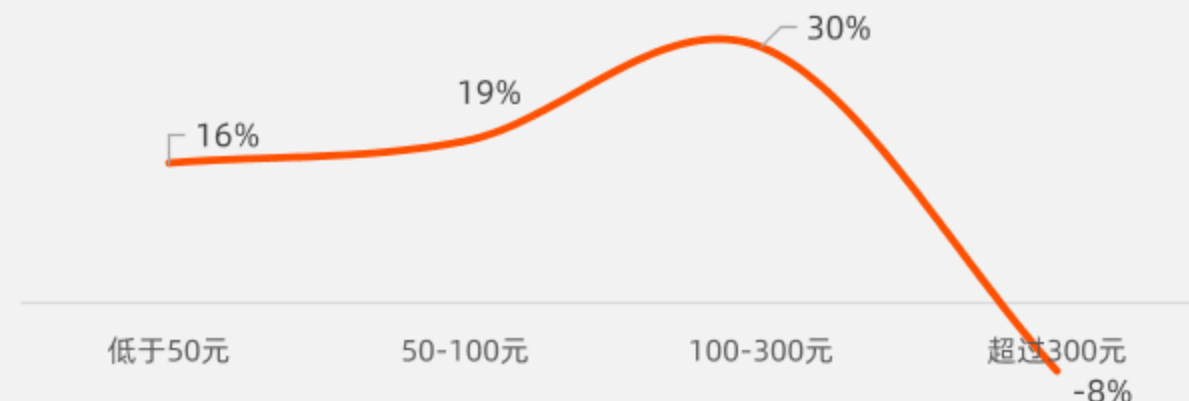


中高端个护品成消费焦点

- 1 定价在100以内的商品，整体规模增速较快，是抖音上半年的市场主力。这和2023年H2的市场环境有颠覆式变化（右下）。推测与抖音平台上半年强调“价格力”有关，下半年或随平台转向而转向。
一些媒体机构则表示，人们正在“消费降级”或“消费分层”。但随着进一步分析销量/销售额/客单价的关系，本报告数据并不支持以上两类观点。
- 2 抖音个护美体领域，300元内商品的客单价显著增长（右上），迎来中高价格带的“消费升级”。以100-300元中高端市场增长最快。消费者从过去买180元的电吹风，到现在愿意支付更高价，选购250块不伤发的高速吹风机。而从经营者角度来看，百元内中低端市场利润率潜力大，客单价有望提升16%-19%。怎么提升产品力和营销内容的吸引力，成了经营者的突围重点。
- 3 市场：中高端市场已有飞科、徕芬、飞利浦、usmile等头部品牌，尚未显现马太效应。但随着下半年平台聚焦GMV增长，中高端市场的争夺将越发激烈考验着各品牌的市场策略、产品创新力与消费者洞察。
- 4 顾客：多数人更愿意购买相对高品质的商品，这些商品在一线白领看来可能是某种“降级”，比如原本使用国际大牌的人，要“退而求其次”才会购买头部国货品牌。但1线城市人口仅占全国1/14，另外92%的人正逐渐用上GMV规模更大的头部国货和国际大牌。这是沉默背后的消费真相。

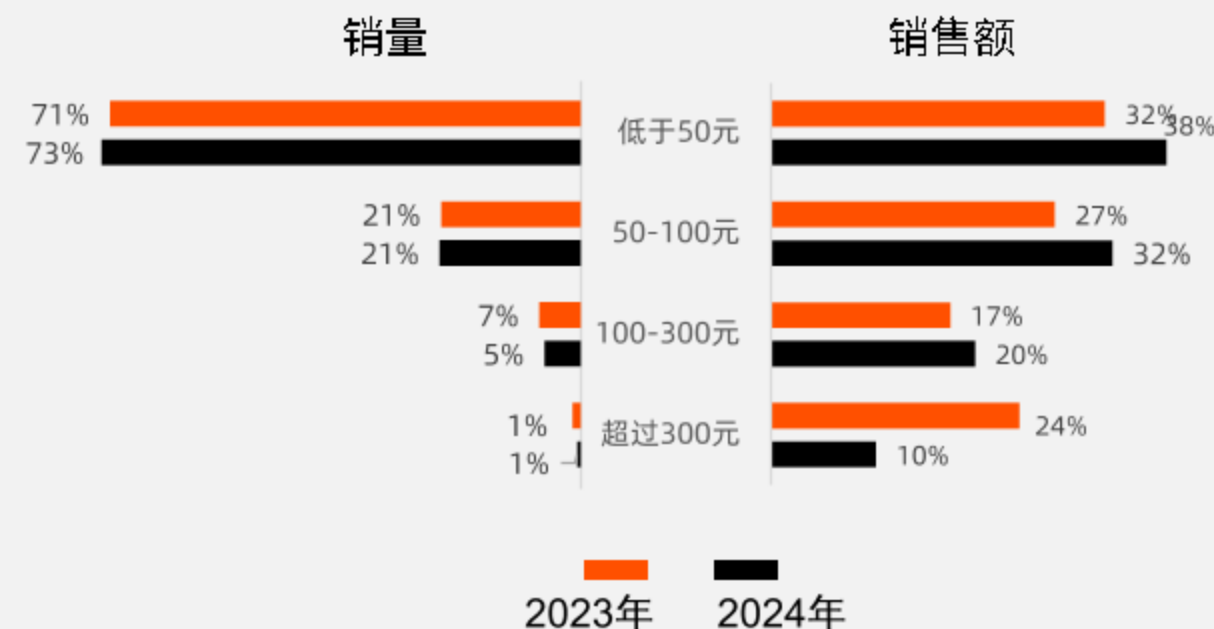
各价格带的平均客单价增长率

2024H1环比2023H2/抖音个护美体行业



各价格带销量&销售额占比变化

2024H1环比2023H2/抖音个护美体行业



美发护发：国货崛起/角蛋白/头皮健康

热销前二十商品

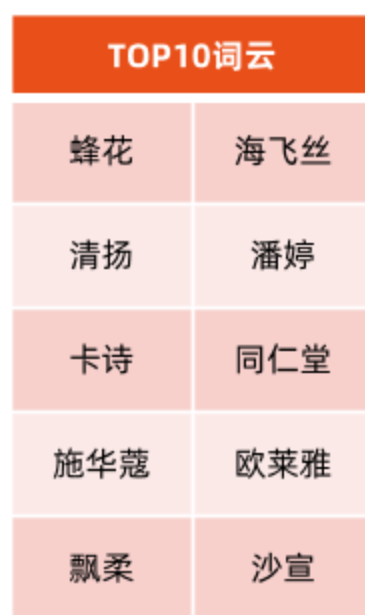
序号	商品名称	店铺名称	序号	商品名称	店铺名称
1	固然堂李若彤 赵雅芝推荐【3袋装】多肽角蛋白还原霜修护护发素发膜	固然堂官方旗舰店	11	蛋白护发染发膏 植物萃取健康盖白 草本温和养发护理 便携	青羽雀洗护清洁旗舰店
2	小鱼海棠推荐OKCS染发膏沙漠玫瑰树莓红在家染发剂植物显白亚麻棕	OKCS官方旗舰店	12	【去屑止痒】Roye若也三重去屑止痒洗发水洗头膏清洁头皮持久留香	Roye若也官方旗舰店
3	【刘晓庆推荐 拍1发2盒20袋】植华士护发霜 植物染发剂	植华士官方旗舰店	13	阿道夫香氛精油洗发水清爽控油去屑蓬松止痒柔顺洗护套装男女正品	阿道夫官方旗舰店
4	【盖白优选】施华蔻怡然植物染发膏黑茶显白修护单盒+60ml润发乳	施华蔻官方旗舰店	14	【官方正品】Crown QunFang/冠群芳氨基酸净澈控油洗发露	France Crown Qun Fang
5	【直播间专享福利】护发套组加赠一把造型梳	龙哥说官方旗舰店	15	【明星王丽云自用】侗染染发膏正品官方旗舰店植物盖白发护发染发剂	侗染染发造型旗舰店
6	【强韧蓬松】墨雪丰盈洗发水防断去屑控油蓬松柔顺	墨雪官方旗舰店	16	明星王丽云老师自用便携恺岚朵护发膏	侗染黛思利染发造型专卖店
7	【李晟同款】赫系轻盈洗发水控油蓬松香氛去屑止痒正品男女	赫系官方旗舰店	17	Omsi女士一片式手工钩织头顶隐形透气真发修颜减龄法式刘海儿发片	欧魅丝假发旗舰店
8	白云山二硫化硒去屑洗发水 控油蓬松止痒【到手2瓶+旅行装2袋】	白云山香薰旗舰店	18	弹动8+minutes 八分钟人参茶树纯露洗发水发膜控油蓬松固发防断	弹动8+minutes官方旗舰店
9	【凯绚软白金发质赋活霜】角蛋白还原霜修护护发发膜柔顺沙发同款	凯绚软白金洗护发旗舰店	19	【减龄盖白】清丝语DEXE天然植物染发膏黑茶冷棕色显白在家染发剂女	清丝语官方旗舰店
10	【刘铠瑞专属】娜帕蒂卡柔顺洗发水强力去屑止痒控油蓬松持久留香直播官方旗舰店	Napattiga娜帕蒂卡官方旗舰店	20	【买一送一】三个魔发匠二硫化硒去屑止痒控油清洁洗发水蓬松柔顺	三个魔发匠官方旗舰店

国货品牌通过精准理解本土消费者需求，在美发护发市场实现突破。固然堂、墨雪等品牌在抖音增长迅猛，成为后起之秀。与此同时，老品牌施华蔻、阿道夫等凭借品牌影响力维持市场地位。此外，消费者对新成分多肽角蛋白关注，热度同比大幅上涨。而头皮健康产品如预洗和精华也日益受到青睐。

推荐达人



品牌



个护器材：温和护理/满足多样生活场景

热销前二十商品

序号	商品名称	店铺名称	序号	商品名称	店铺名称
1	Laifen徕芬高速吹风机LF03家用冷热风智能电吹风筒吹风机	徕芬官方旗舰店	11	白鹿同款背背佳新L小鹿款矫姿带开肩直背隐形矫正 器夏轻薄透气	背背佳官方旗舰店
2	laifen徕芬新一代扫振电动牙刷便携磁吸	徕芬官方旗舰店	12	吉列新包装1刀架4刀头1底座+小旅行盒五层新款剃须刀	吉列官方旗舰店
3	【狂欢宠粉日】飞科银河星环高速吹风机负离子冷热风速干恒温不伤发	飞科美发电器旗舰店	13	笑容加usmile电动牙刷骨传导成人情侣款礼物盒智能数字牙刷	usmile官方旗舰店
4	飞科电动智能剃须刀充电式刮胡刀送男友刮胡子刀礼盒装FS968-GQ	飞科官方旗舰店	14	【粉色】Ulike蓝宝石air3家用冰点无痛脱毛仪男女全身	Ulike官方旗舰店
5	Chigo/志高颈椎肩颈按摩仪颈肩斜方肌按摩器腿腰部揉捏热敷送礼	志高个人护理旗舰店	15	Mesmooth慕苏八级全能射频美容仪提拉紧致专利旋动家用院线级护理	慕苏MESMOOTH美容仪旗舰店
6	康佳高速吹风机负离子速干家用恒温电吹风大风力低噪功率心动礼物	康佳家居生活旗舰店	16	【专攻体态 开肩直背】本博开肩美背矫姿带挺胸收腹护肩护腰开肩带	本博家居旗舰店
7	【黄圣依推荐】全身按摩器多功能腰部背部脖子颈椎腹部肩颈按摩枕	OES官方旗舰店	17	【毛毛姐专享】左点keep fit矫姿带肩膀背部矫姿带隐形佩戴	左点旗舰店
8	朗净理发家用剃光头大功率静音理发器电推剪剃毛电动剃头发理发店	朗净官方旗舰店	18	KEHEAL科西HC5P[水光等离子]高速电吹风强韧固色家用恒温速干	科西KEHEAL官方旗舰店
9	【紫色】Ulike蓝宝石air3家用冰点无痛脱毛仪男女全身	Ulike官方旗舰店	19	【MESMOOTH慕苏】小光锥家用面部微电流脉冲美容仪器提拉紧致护肤	慕苏MESMOOTH官方旗舰店
10	【立减300元】长虹泡脚桶全自动加热按摩洗脚足浴盆家用电动恒温	长虹燕云羽专卖店	20	【618返场】JOVS骄予时 冰点无痛淡斑祛红提亮家用美容仪	JOVS官方旗舰店

个护器材，又是一片被国货品牌精准拿捏的赛道。消费者偏好如恒温不伤发、冰点无痛等温和护理产品，以及高效低噪音设备，如“大风力低噪”吹风机，有特定身体部位的护理需求，如“颈肩斜方肌”。值得关注的是，消费者更倾向于在家使用个护产品，同时产品使用场景也向旅行、运动等多样化环境扩展。

热销商品关键词-个护器

推荐达人



TOP10词云

TOP10词云	
白鹿	黄圣依
易烊千玺	崔娅
俞兆林	邵文
张凌赫	刘晶
张雨绮	王鹤棣

沟通场景&沟通人群



TOP10词云

TOP10词云	
家用	男士
理发店	颈椎
旅行	美容院
腰部	肩颈
斜方肌	健身

品牌



TOP10词云

TOP10词云	
奥克斯	创维
飞科	飞利浦
康佳	志高
吉列	松下
美的	超人

产品卖点



TOP10词云

TOP10词云	
负离子	便携
全身水洗	高速
大功率	不伤发
大风力	冷热风
软毛	充电

身体护理：香氛沐浴露/持久留香/功能性

热销前二十商品

序号	商品名称	店铺名称	序号	商品名称	店铺名称
1	【王星越同款】独特艾琳香氛沐浴露持久留香温和清洁嫩肤香体润肤	Dear Ilean独特艾琳官方旗舰店	11	Veet/薇婷脱毛膏净纯【关晓彤推荐】快速脱舒缓不刺激直播旗舰推荐	Veet薇婷个人护理旗舰店
2	【官旗正品】上海硫磺皂除螨抑菌沐浴液体香皂祛痘控油止痒三效合一	上海洗护清洁旗舰店	12	仙花秀奢华香水玻尿酸盈润沐浴露持久香氛美肌光滑净爽深润	悦享优选1店
3	人 仁和匠心止汗香体腋露学生除臭持久去味干爽祛味除异味清新香	人 仁和匠心个护用品旗舰店	13	【小鱼海棠推荐】水之蔻脱毛膏脱腋毛脱腿毛手毛身体去毛温和男女	水之蔻个护用品旗舰店
4	玛俪雅顿香氛精油沐浴露	玛俪雅顿优选	14	真花瓣香水沐浴露持久留香大容量香氛嫩肤玫瑰花香男女通用樱花香	植芙琳官方旗舰店
5	白云山拜迪生物腋露腋下止汗持久香体露去异味汗味学生正品止汗露	拜迪生物官方旗舰店	15	【专享】独特艾琳氨基酸香氛沐浴露留香水润香体清洁沐浴液350ml	Dear Ilean独特艾琳官方旗舰店
6	Plant voice香氛沐浴露持久留香亮润肤嫩肤保湿丝滑香体男女通用	Plant voice官方旗舰店	16	【官方直售】玛朴缇MAPUTI香体膏止汗香膏止汗露清爽吸味腋下留香	玛朴缇MAPUTI官方旗舰店
7	加强版 人仁和匠心止汗香体露除臭抑味持久留香三效合一温和净味	人 仁和匠心个护用品旗舰店	17	【复泊生物 进口原料】 实发三盒/收狐净味霜 腋下异味狐味止汗清爽	复泊生物 FBSW个人护理旗舰店
8	玛莉吉亚意大利原装进口柔顺香氛沐浴露温和滋润护理留香沐浴乳	Malizia玛莉吉亚官方旗舰店	18	【618抢先购】欧舒丹甜扁桃味沐浴油浴室清洁留香持久保湿送礼推荐	L'occitane欧舒丹官方旗舰店
9	【爆款推荐】力士沐浴露幽莲魅肤依兰香沐浴露持久留香滋润 拍1发5	力士官方旗舰店	19	【除螨必备】硫磺除螨皂液体皂 控油去屑洁净清洁洗护香皂	汉方纯叶
10	红卫【羊脂皂】正品嫩肤深层护理养颜润肤手工皂温和皂滋养洁肤亲肤	红卫皂业	20	【温和嫩肤伪体香】气味图书馆面护级沐浴露黄果兰玉兰茉莉留香	气味图书馆旗舰店

在身体护理热销商品中，香氛沐浴露因持久留香特性受追捧，反映消费者对沐浴后身体散发香气的追求。同时，功能性如除螨、抑菌、止汗、除臭等效果的突出，也揭示了现代消费者对于解决特定身体护理问题的迫切需求。此外，商品中也不乏强调“大容量”、“拍1发5”等促销信息，对于这类每日消耗品，消费者更考虑产品的性价比。

热销商品关键词-身体护理

产品成分



TOP10词云

精油	玫瑰
牛奶	芦荟
生姜	香氛
艾草	海盐
植物	硫磺

肤感质地



TOP10词云

花瓣	斜纹
云朵	圆角
透明	走珠
磨砂	泡沫
网面	鎏金

推荐达人



TOP10词云

马德华	小鱼海棠
肖战	热巴
关晓彤	董先生
何总	赵丽颖
章若楠	郭萌萌

品牌



TOP10词云

舒肤佳	力士
白云山	水之蔻
澳宝	蔻斯汀
多芬	艾诗
Veet	舒蕾

热销商品关键词-口腔护理

产品成分



TOP10词云

小苏打	海盐
中草药	蜂胶
红花	洋甘菊
葡萄柚	薄荷
绿茶	木炭

产品卖点



TOP10词云

软毛	便携
一次性	清新
益生菌	超细
含氟	温和
持久	柔软

推荐达人



TOP10词云

玉希	董医生
严迪	韩冰
SM	王顺
杨哥	冠军
陈伟霆	国岳

沟通场景&沟通人群



TOP10词云

家用	成人
家庭装	口腔
旅行	情侣
接吻	牙黄
学生	孕妇

女士护理：私处健康维护/超薄透气/囤货装



有米云



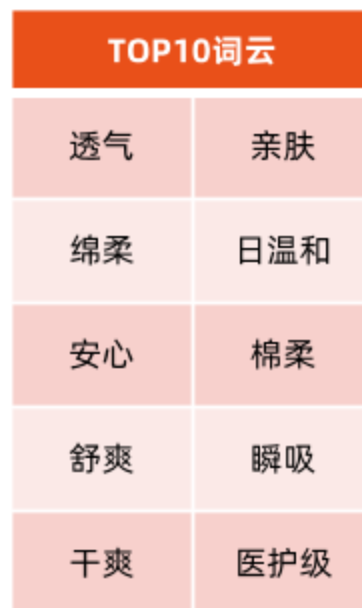
有米有数

热销前二十商品

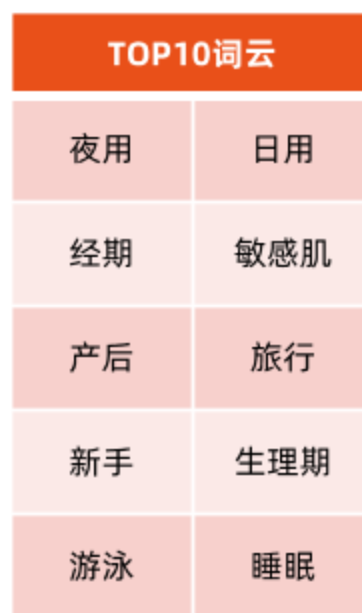
序号	商品名称	店铺名称	序号	商品名称	店铺名称
1	【钟丽缇同款】拜迪生物慕斯私密洗护液女生专用清洗液抑菌清洁留香	拜迪生物官方旗舰店	11	七度空间卫生巾优雅超薄棉柔日夜用正品14包112片	七度空间官方旗舰店
2	【赠品自选】自由点益生菌超薄透气卫生巾日夜套组	自由点官方旗舰店	12	五月私语【到手10条】安心裤安睡裤经期防侧漏超薄透气日夜用卫生巾	五月私语旗舰店
3	奢好益生菌卫生巾抑菌棉柔女姨妈巾日夜用加长组合透气护垫迷你巾	奢好个人护理旗舰店	13	洁柔私处护理私密水润洗护液温和清洗净味去味香氛草本清洁慕斯	洁柔女性护理旗舰店
4	妇炎洁私处洗液乳酸益生菌私密洗护液洗护温和日常+经期清洗	妇炎洁官方旗舰店	14	植护【10包日夜组合装】透气无感卫生巾防漏亲肤绵柔软姨妈巾	植护秘觉女性护理旗舰店
5	臻爱朵朵【19.9元/30条】安心裤经期安睡裤超薄透气夜用防漏卫生巾	臻爱朵朵官方旗舰店	15	臻爱朵朵【19.9元/30条】安心裤经期安睡裤超薄透气夜用防漏卫生巾	臻爱朵朵官方旗舰店
6	到手10盒棉妮佳艾草卫生巾日夜用加长薄款透气棉柔姨妈巾迷你护垫	棉妮佳官方旗舰店	16	【官旗发货】babysheep桑蚕丝面膜裤安睡裤经期裤防侧漏裤型卫生巾	babysheep官方旗舰店
7	【虞书欣推荐】自由点无感无忧日夜混合装25包189片商超同款	自由点旗舰店	17	【买6赠6】云羽柔卫生巾日夜用超薄亲肤柔软透气防漏绵柔姨妈巾12盒	云羽柔个人护理旗舰店
8	【到手10盒组合】极护草卫生巾日夜用加长护垫薄款透气艾草卫生巾	宇甄女性护理专营店	18	【日夜大礼包】kotex高洁丝海岛棉奢宠柔软亲肤卫生巾30包234片-MI	高洁丝官方旗舰店
9	DermoXEN多美森少女丹 女性私密水滋润保湿玻尿酸养护理澎弹精华	DermoXEN海外旗舰店	19	MiiOW/猫人【到手30条】安心裤安睡裤经期超薄透气日夜用卫生巾	猫人MiiOW洲贝女性护理专卖店
10	【长相思联名爆款】淘淘氧棉天山白消毒级卫生巾日夜含赠16件144片	淘淘氧棉官方旗舰店	20	【整箱囤】护舒宝第2代液体卫生巾直播卖货爆款防侧漏日夜用姨妈巾	护舒宝官方旗舰店

购买女士护理品时，消费者越发关注维护私密处微生态平衡，如具备“益生菌”、“抑菌”、“消毒级”等成分/功效的卫生巾。另外，消费者偏好超薄透气的卫生巾，尤其是在炎热的夏季，以减少闷热感。在产品组合策略方面，商家可提供大包装或囤货装，如“到手10盒组合”、“日夜组合装”，有助于提升单次购买量。

产品卖点



沟通场景&沟通人群



美发护发热销TOP100品牌

热销TOP100品牌-美发护发（2024上半年）

卡诗	墨雪	固然堂	海飞丝	赫系	侗染	若也	理然	韩愫	KONO
蜂花	施华蔻	天空树	沙宣	巴黎欧莱雅	佳丽仟丝	潘婷	阿道夫	8+minutes	三个魔发匠
KIMTRUE	高缇雅	Befe	清丝语	恺岚朵	蜗蜗	菲诗蔻	即山川	滋源	染博士
章光101	袋鼠妈妈	质润	仙花秀	徐海莉	科丽尼	Storymix	诗裴丝	雨洁	满婷
曼秀雷敦	索芙特	Off&Relax	素造	杰威尔	好迪	挑米	多芬	霸王	BABI
浅香	RNW	吕	馥绿德雅	姿素华	温莎森林	FINO	FAN BEAUTY DIARY	养元青	贝德美
宣若	同仁堂	韩金靓	和草集	发之食谱	薇姿	美飘思	魅丝黛儿	玛丝兰蜜丝	章光101
舒蕾	伯爵	自然堂	可悠然	阿姿美尔	联合利华	左颜右色	植观	小野家	OLAPLEX
ROZE	澳宝	所望	章华	OLLY	魅之发	名巢	林肯	域发	康如
Huebner	Lilbetter	魔香	欧倍青	澳赞	魅弋	彩虹星球合作社	诗诺伊	贝伊丝	拉芳

个护器材热销TOP100品牌

热销TOP100品牌-个护器材（2024上半年）

飞科	徕芬	背背佳	usmile	Mesmooth	飞利浦	Ulike	极萌	康夫	戴森
超人	lena	yoose有色	美的	JOVS	博锐	松下	左点	崔娅	倍轻松
Schick舒适	奥克斯	OES	SKG	博朗	康佳	福派	志高	雷瓦	ERIMOTA
吉列	科普菲	奥佳华	荣事达个	康宝	小适	乐程式	听研	蓓慈	雅萌
欧乐B	美比诺	Venus	Mericle	SEAYEO	追觅	真不二	OSAK	猫太子	倍至
DJM	创维	贝因美	马博士	先科	朵梦	英吉利	傲风	顾全	欧亨利
贝能	芙倍丽	洁丽雅	AMIRO	VLVEE	Beautigo	诺为	云康宝	GHD	三喆
贝舒霖	妙界	诺奈儿	宫氏	BrainCo	舒客	智感	拜尔	兔头妈妈	FOLY
艾斯凯	Silk'n	苏的	NOWMI	朗威	Dr.Arrivo	卡尼尔	Canfill	Celadon	嘉之寇
婷萱	DORCO	健美创研	奔腾	韩姿蕾	巴迪高	金铂喜	韦恩	舒尔美	欧伊俪

身体护理热销TOP100品牌

热销TOP100品牌-身体护理（2024上半年）

宫芙	半亩花田	Krauterhof	伊漾雅	白云山	薇婷	拜迪生物	仁和匠心	OLAY	木子言
水之蔻	MIORIO	隆力奇	姿珂莱	隆力奇	妮维雅	特艾琳	瑜然美	法缇奥	芊小白
复泊生物	VINCERE	卡唯朵	迈可乐	珍视明	六神	欧舒丹	多芬	芙清	Dear Irean
丝塔芙	福来	彬万	宝玢米	芙芙	且悠	HUKO	初萃美	玛朴缇	宫本武藏
适泰	余香物语	浴见	丝芙格芮	百年扁氏	Inn	希希野子	娜薇丝	星目之源	Bin.Wan
优佳净	臻羞	Ametoo	妮维雅	澳乐维他	净舟	星空里	蜕变少女	PETAL STORY	DCEXPORT
杜得乐	凡士林	未兰	久木堂	纽西之谜	野兽派	露比黎登	安蔻拉	雅芳	FOVERTARK
福艾	徐海莉	ACEMISS	SESDERMA	LADYOU	蔻斯汀	星目之源	米凯娜	泰家皇室	Lubriderm
chillmore且悠	奥兰诺	气味图书馆	9wishes	枫缇	SOAP&PLORY	摇滚动物园	科颜氏	BEGGI	维多利亚的秘密
浴见	润培	CN	敏飞	澳兰黛	伊思	奥贝兰	佰花方	苗龙御坊	纪施曼

口腔护理热销TOP100品牌

热销TOP100品牌-口腔护理（2024上半年）

参半	敬修堂	俊小白	好来	云南白药	LUHA	舒客	冷酸灵	云南白药	高露洁
AvecMoi	白惜	冰泉	Avec Moi	徐海莉	卡尼尔	冷酸灵	舒客宝贝	Dr.Wild	敬修堂
徐海莉	R&O	舒适达	SMILE BOX	Dr.Roelof	赫本希	MonroeKeno	诺巴顿农场	袋鼠妈妈	可立克
佳洁士	哥伦希	三笑美洁	星露洁	博士法则	白大夫	养元青	凯斯博士	一刷优品	西帕依
惠百施	HNSW	小鹿妈妈	普斯特	玫尔	亲享	蒲地蓝	李施德林	蒲地蓝	倍加洁
好易康	usmile	惠百施	小鹿妈妈	BOP	美乐口	思利及人	翰西欧	常吻	索法
哥伦雅	卡斯丽	倍加洁	澳兰黛	思利及人	两面针	纳爱斯	修洁	白玉	One Charm
完好如初	竹	口朗特	茵束	螺旋莎星	仁和	FROG	森益	两面针	海洋之风
倍膳健	米妍	C2U	卡斯丽	薇美姿	CANOTWAIT	靓美康	狮王	PEGO	亲爱的男友
严迪	田七	睿洁	CARELINE	Grin	腾药	露梦诗	BEFEMAC	仕卫特	袋鼠杰克

女士护理热销TOP100品牌

热销TOP100品牌-女士护理（2024上半年）

自由点	七度空间	妇炎洁	拜迪生物	淘淘氧棉	茵缇玛	苏菲	棉妮佳	白森林	植护
洁尔阴	棉享	臻爱朵朵	她研社	高洁丝	护舒宝	薇尔	软风研究社	五月私语	奢好
洁婷	倍舒特	洁柔	捷护佳	极护草	凸凸棉	舒莱	云羽柔	Doneo	未可
爱酷熊	奈丝公主	捷护佳	洁婷	乐而雅	韩奇	由趣	由趣	Babysheep	爱酷熊
BIOCARE	薇月	EVA	康佰利	猫人	PETAL STORY	兔菲	朵唯	芭莎蔓	ABC
婴芽	棉小宛	亲情树	洁伶	舒芙茵	徐海莉	悠卡兔	千姿美	权美	MeMeeiephant
步长	蓝棉花	葆绮然	宝婴美	尊蓝	Kafeibaby	安尔乐	子初	蓓秀	碧斯诺兰
粉紧	爱生活	呼吸时代	瑞皮儿	贵妃爱	芳芯	蓓妮	玛莉吉亚	千金净雅	棉密码
爱悦舒	艾芙尼	洁舒宝	时珍仟砣堂	苏珊姐姐	糖糖妈咪	语曼	森恋	全棉时代	由意
Stammcle	倍可亲	妍品集	少女泉	羽音	亲达	润可滩	丽氏	菁羽	东荣



2024年持续增长的个护美体品牌

T1

持续增长

品牌名	TOP3商品			关键词	解读
 墨雪	 茶净控油 洗发水蓬松	 控油洗发水 去屑止痕	 双效护发精油 柔顺亮泽	多效	墨雪的产品以多效合一为特色，同时满足控油、蓬松、去屑、柔顺和亮泽等综合头发护理需求。
 Dear Ilean	 香氛氨基 沐浴露	 香氛香体露 持久清香去异味	 香氛护手霜 套盒补水	香氛	Dear Ilean定位为中国高定香氛生活品牌。开设了身体香氛、生活香氛、护发香氛、口腔香氛四大产品线，通过情绪感官香氛养肤。
 舒客	 儿童护齿牙膏	 益生菌牙膏 净白清新	 去黄推荐亮 白修复牙膏	定位	舒客的产品有明确的功能定位。儿童专用的护齿牙膏，益生菌牙膏维护口腔微生态平衡，亮白修复牙膏专注牙齿的美白与修复。

持续增长的品牌：在2023年上半年、2023年下半年以及2024年上半年，连续三个半年周期中，销售额始终稳定上升。

逆转增长的品牌：与2023年上半年相比，品牌在2023年下半年遭遇销售额下滑，随后在2024年上半年恢复增长态势。



2024年逆转增长的个护美体品牌

T2
逆转增长

品牌名	TOP3商品			关键词	解读
 浅香	 樱花氨基酸香氛 护发洗发水	 晚樱氨基酸 洗发水	 花瓣沐浴露 百合+晚樱	花香	浅香品牌推崇对于自然花香和东方美学的重视，所有产品含有天然植物精粹，均以花类为主题，如樱花、百合、晚樱等。
 徕芬	 家用电吹风机	 大风力高速 电吹风机	 新一代扫振 电动牙刷	创新	徕芬品牌的产品自研自产，注重技术创新，如大风力高速吹风机、扫振式电动牙刷，以创新性体验弯道超车同行头部。

持续增长的品牌：在2023年上半年、2023年下半年以及2024年上半年，连续三个半年周期中，销售额始终稳定上升。

逆转增长的品牌：与2023年上半年相比，品牌在2023年下半年遭遇销售额下滑，随后在2024年上半年恢复增长态势。

SECTION 3

爆量商家打法

03



核心卖点



固然堂热销商品 TOP 3	价格
固然堂多肽角蛋白还原霜修护护发素发膜【3袋装】	¥89.9
固然堂多肽角蛋白滋养柔顺发丝洗护套装【2袋洗发水+2袋护发蛋白】	¥119.9
固然堂生姜防脱洗发水萃取植物精华 韧发防秃头育发固发【3袋装】	¥89.9

1. 受众人群

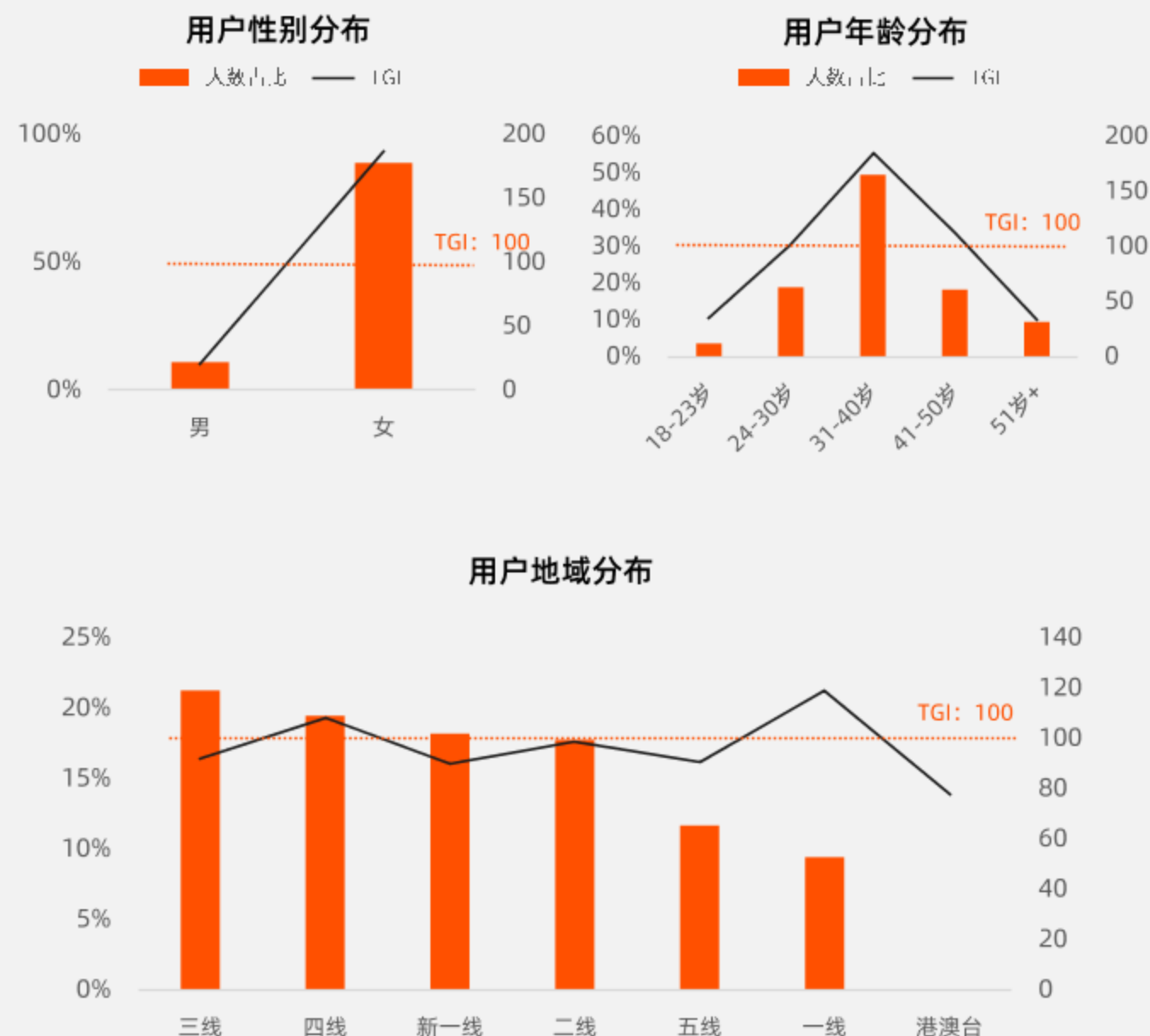
无论是沙发自然卷还是烫染受损，拥有这类发质的人群，通常面临头发毛躁难打理、缺乏光泽、干枯分叉等问题，他们对修复受损发质、恢复头发健康有强烈需求。

2. 产品卖点

蛋白是头发的重要组成，关乎着其健康与光泽。固然堂多肽角蛋白护发发膜产品以“蛋白矫正”、“光亮顺滑”为核心卖点，宣传直接以角蛋白滋养头发，并且“不用过夹板不用蒸”就能达到理想护发的效果，兼备实用与便捷，非常适合忙碌的现代人。



固然堂的用户群体画像



用户画像分析：

根据固然堂的用户群体画像分析，31-40岁年龄段占比最高，且在TGI（目标群体指数）展现出较为显著的偏好。其次是24-30岁、41-50岁。

固然堂的素材选角特色：

关注固然堂的用户以女性居多，且主要分布在三四线、新一线、二线等城市。

在广告营销素材的策划与制作上，固然堂在视频选角上涵盖年轻女性、轻熟女性、成熟女性、中年女性等各个年龄段的模特。

固然堂爆量广告素材的「前3s招式」



/	直陈痛点/效果	塑造情绪	价格利益	圈定人群
1	如果你有沙发自然卷的困扰，不用去剪短头发，也不用去做蛋白营养	剪个刘海？不，我老公不喜欢我剪刘海。不能只考虑你老公喜不喜欢	买了99元一袋的，都退掉三袋整整九件套，直接到手半年的养发护理	建议女生出门一定要抹点长发蛋白，不管你穿的再好看
2	怎么以前没有国外品牌入场时，大家的头发都柔顺，有光泽，而现在的护发素越来越贵	阿姨留了一辈子的头发，因为儿子要订婚，所以想做一个年轻的发型	让赵雅芝给忽悠了，刚买完89.9元三袋的角蛋白	这是一位56岁大姐，常年在医院做保洁工作，大姐说，岁数大了，干不动了
3	如果你觉得头发太顺太滑了，那你就一周用一次；如果想头发像丝绸一样有光泽，那就一周用两次	别花冤枉钱，我闺蜜当时说这是割韭菜的，没有人信，好像是2018年的时候吧，这个发膜超级火	郝绍文因为推荐角蛋白一包不到十块钱，被质疑便宜，没好货，直接现场测评验证	妈妈们可别去染头发了，看一下大姐经常染发，头发打结又不好梳
4	第一，我不是护发素，我是护发素加发膜加香水，高端滋发的护发发膜	我男朋友和我闺蜜在一起了，他们今天突然想请我吃饭，我想请你们帮我造一下发型	固然堂你到底在搞什么，之前花89.9买了一袋多效发膜，结果现在就出了周年庆福利	你知道固然堂有一款香水，能让炸毛女孩变氛为感美女吗？

固然堂爆量广告素材标题「八大吸睛策略」

有米云 | 有米有数



/	吸睛策略	策略介绍	品牌用法示例
1	痛点共鸣	文案指出目标受众所面临的痛点，如“梳头发像堵车”、“发质像钢丝球”，与建立情感共鸣。	梳头发像是堵车！头发干燥打结！想要头发又顺又滑，发质轻柔的姐妹，一定要闭眼冲这个#多肽角蛋白#护发养发
2	价值凸显	通过强调产品的独特价值，如多肽角蛋白的滋养修护功能，突出产品与护发素的不同之处，提升观众对产品的好感度。	美发店高端养护蛋白精华，洗完头发柔顺，修护干枯毛躁分叉#养发护发
3	效果承诺	明确承诺产品使用后的效果，如“头发又顺又滑”、“强韧有光泽”等，给观众一个明确的预期，增强购买信心。	每次去做蛋白矫正一等一早上，不如试试这款固然堂角蛋白护发霜，一抹一梳，黑亮柔顺#发膜#护发美发#美发人#提升颜值
4	明星效应	通过提及“李若彤”、“明星同款”，利用明星的知名度和影响力，增加产品的吸引力，激发观众的购买欲望。	一众明星都在推荐快来直播间带上一份吧！#李若彤#当你和明星同款#瀑布绸缎发
5	口碑推荐	“求求这玩意别停产”、“闺蜜都在偷偷用”，以用户反馈的语气，展示产品的良好效果。	闺蜜都在偷偷用的固然堂多肽角蛋白i！一次有一次柔顺，赶紧囤起来#发膜#护发养发
6	限时优惠	通过提及“年中福利”、“七夕限定”等促销活动信息，营造紧迫感，促使观众尽快下单购买。	这个挺冷门，但真的很好用！现在618还有福利，干枯毛躁发质姐妹闭眼入手！#干枯毛躁#发膜
7	产品特性	介绍产品的成分/特性（如“多肽角蛋白”、“修护干枯毛躁分叉”），加深观众对产品的理解，从而增加购买意愿。	持久改善受损发质，滋养柔顺，让头发强韧有光泽，不再干枯毛躁#养发护发
8	情感述求	构建使用产品后的美好场景和情感体验，如散发迷人香气、拥有柔顺秀发等，激发观众对效果的向往。	老婆用了老公都笑了，再也不用去理发店花冤枉钱了，干枯毛躁、烫染受损、自然卷的 通通试试

固然堂的广告内容营销策略

有米云 | 有米有数



1. 明星效应

借力明星效应带货，通过找李若彤、那英、赵雅芝、秦海璐等明星推荐自家产品，共性在于她们都是具有广泛影响力与正面形象的公众人物，专业能力强，信誉良好。特别是赵雅芝和李若彤，他们常被视为“不老女神”，这种形象与护发产品追求的保持年轻、活力的卖点非常契合。她们的推荐既表示对产品的认可，也满足消费者对美丽、健康的追求，促进产品销售。

2. 价值感知

商家通过对比发廊高昂的造型费用与自家产品相对较低的价格，以及强调产品能带来沙龙级的护发效果，利用消费者对价值的感知差异，令其意识到，与发廊的高额消费相比，购买这款护发发膜是一种更为经济实惠且效果显著的选择。

3. 强调便利性

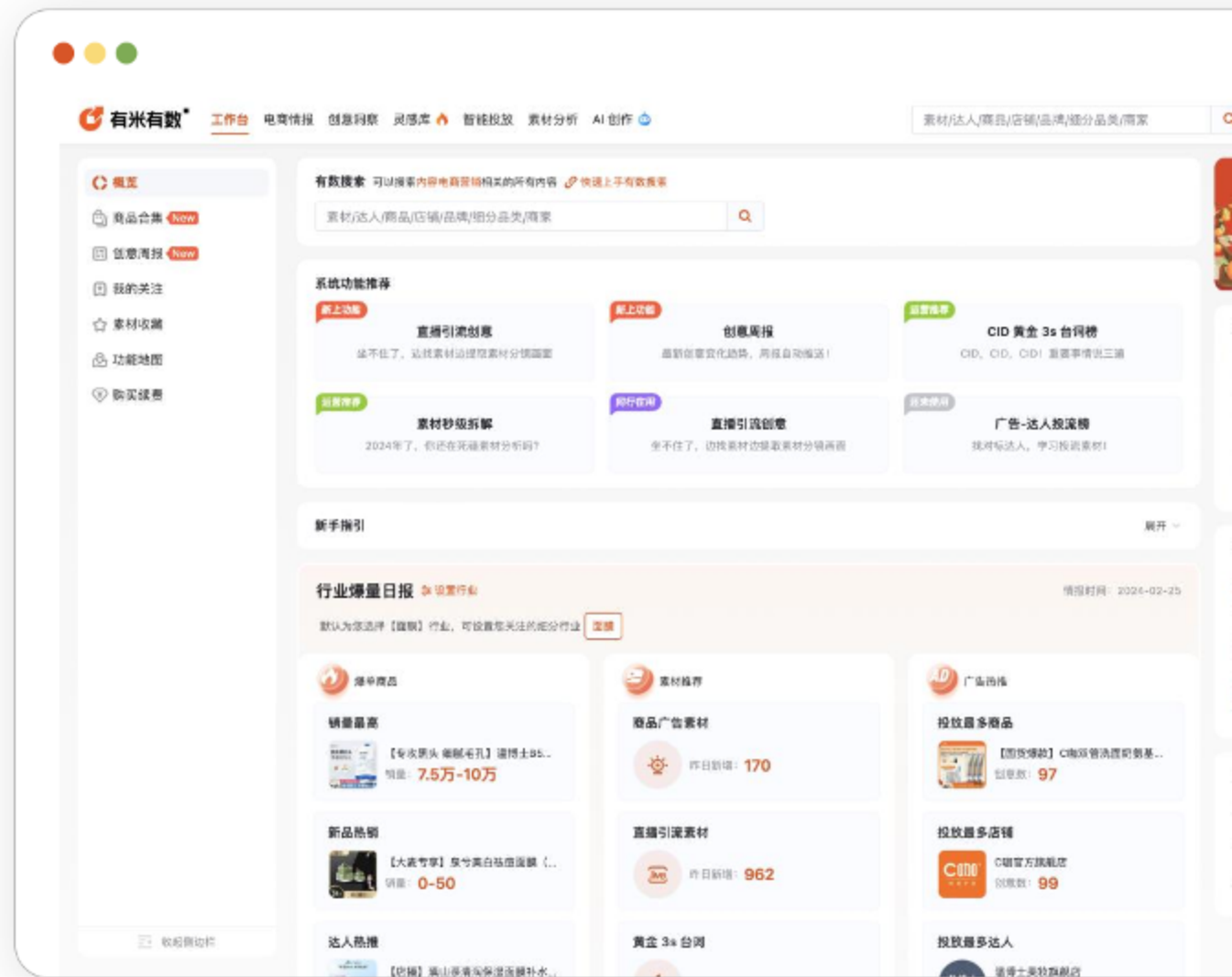
商家强调使用他们的产品可以简化传统的蛋白矫正过程，不需要使用夹板，只需一抹一洗即可达到效果。这种手法是简化消费者对产品使用过程的认知，减少使用门槛，也能达到在发廊做护发的同等效果，让消费者觉得产品既方便又高效。

出品方及版权说明



有米有数是有米云旗下的新电商营销大数据分析平台，提供抖音、快手等新兴电商平台的商品及营销数据，驱动商家“**趋势洞察、科学选品、素材参考、投放提效**”的全链路效率提升，实现生意的可持续增长。

有米云是专业的营销大数据与内容资产协作管理平台，旗下产品包括内容资产协作与管理平台有米云365、新电商营销大数据平台有米有数、国内移动广告数据分析平台AppGrowing 中国版、全球移动广告策略分析平台AppGrowing 国际版、全球消费品牌数据研究平台GoodsFox。



版权声明：本报告由有米有数出品，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，转载需注明来源。如有部分文字和数据或图片素材采集于公开信息，仅为说明问题之引用，所有权为原作者所有。报告内容仅供一般性参考，不应视为针对特定事务的意见或依据。