

市场总览 · 细分品类 · 备案趋势 · 新原料洞察 · 新品分析

数说美妆 · 2024H1

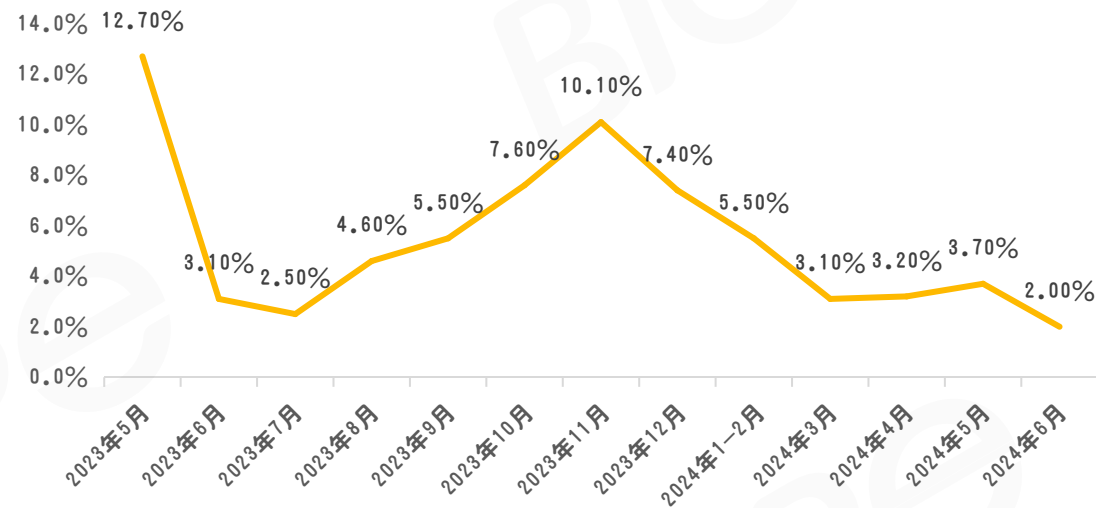
百好博 市场部



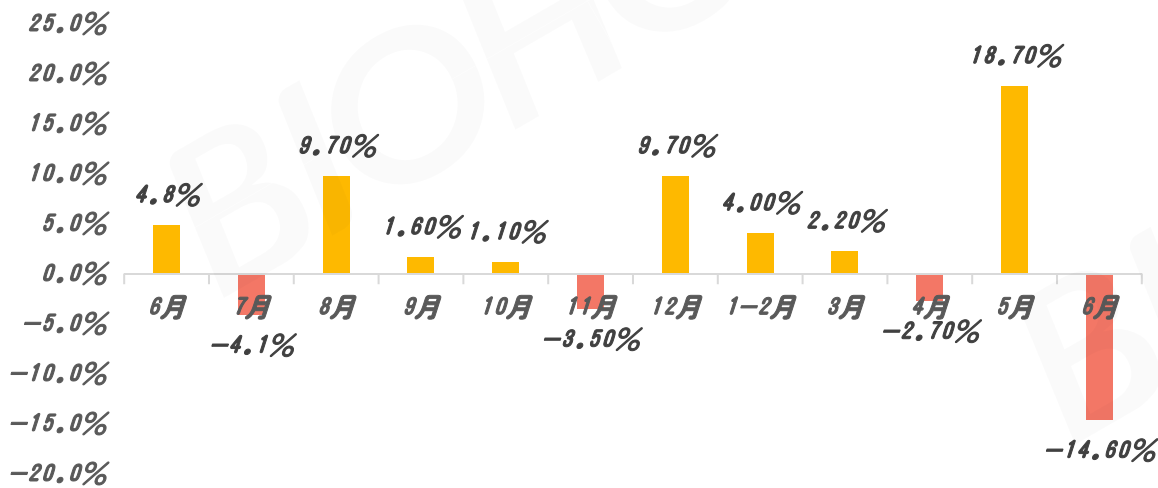
中国消费品市场概况

- 6月份，社会消费品零售总额40732亿元，同比**增长2.0%**。其中，除汽车以外的消费品零售额36364亿元，增长3.0%。
- 1-6月份，社会消费品零售总额235969亿元，同比**增长3.7%**。其中，除汽车以外的消费品零售额213007亿元，增长4.1%。
- 6月份化妆品零售额为405亿元，同比**下滑14.6%**；近10年来首次在6月份出现下滑。1-6月份化妆品零售额为2168亿元，同比**增长1.0%**。
- 海关数据：我国美容化妆品及洗护用品2024年1-6月进口157438吨，同比下滑13.6%；进口金额为593.2亿元，同比下滑9.6%。1-6月出口585243吨，同比增长15.9%；出口金额232.45亿元；同比增长11.9%。

近一年社会消费品零售同比增速

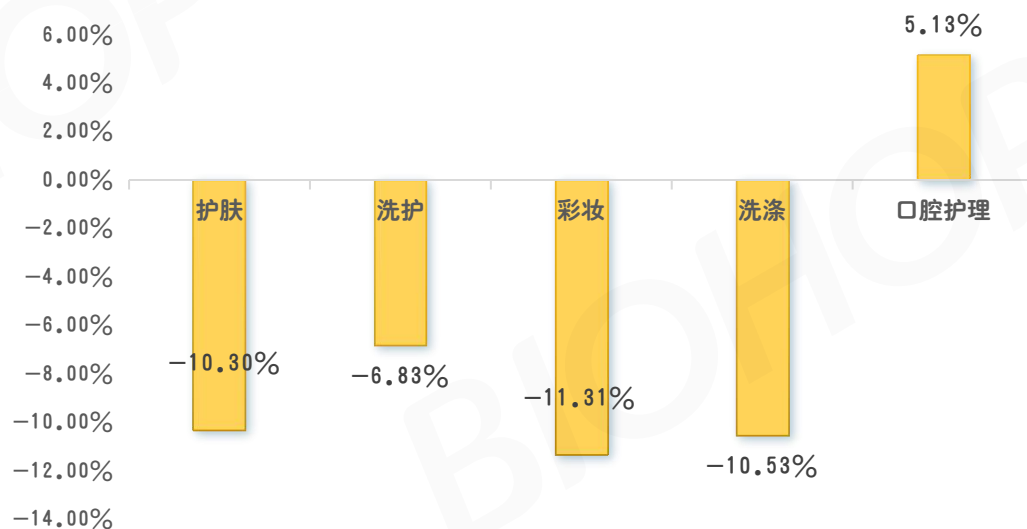


近一年化妆品类零售额同比增速

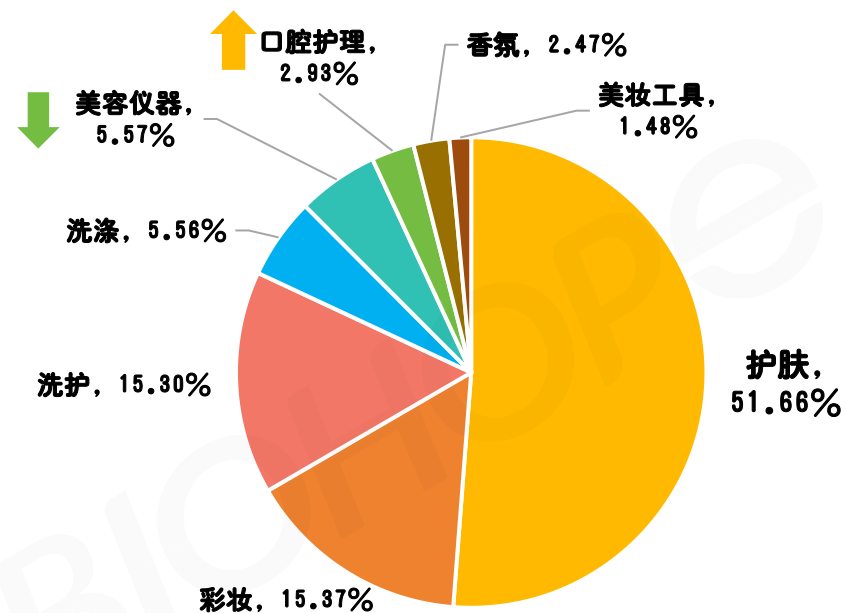


H1化妆品淘系线上销售概况

前五品类销量同比率



化妆品淘系线上品类销售额占比

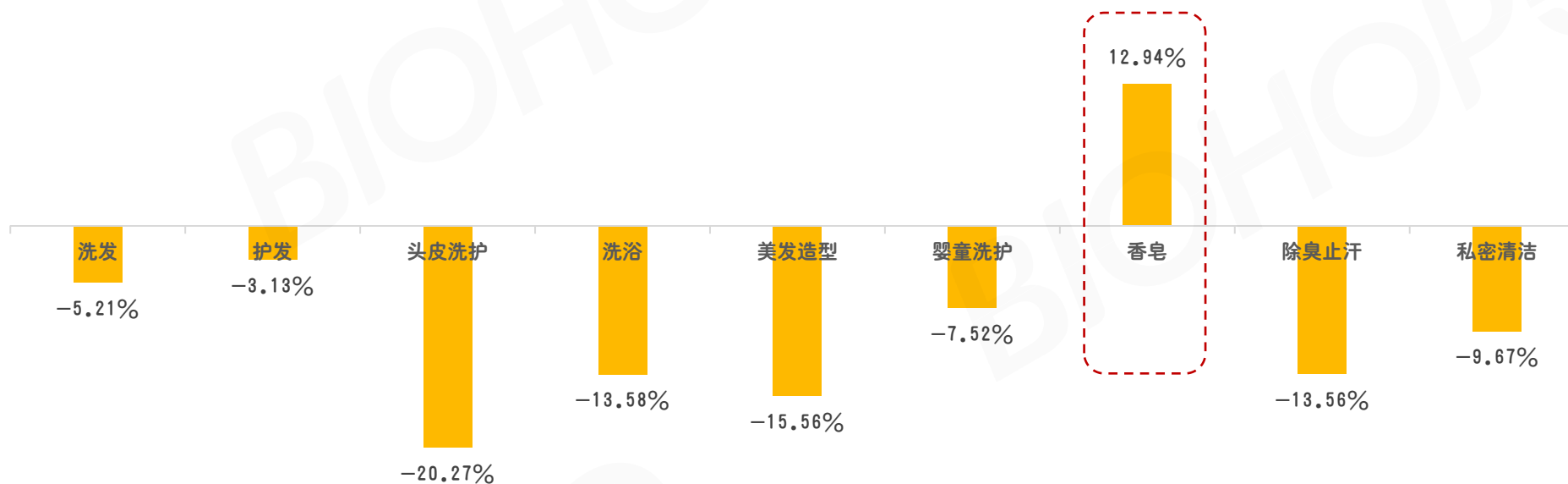


2024上半年淘系销售额1029.13亿元，同比2023年1116.46亿元下滑7.82%。其中美容仪因今年法规监管问题，销售额同比下滑36.92%；消费者对口腔护理的重视度提升，带来销售额同比增长13.06%。

H1 洗护品类淘系销售概况

- 淘系洗护线上销售额157.7亿元同比下降2.19%；销量2.2亿同比下降-6.83%；
- 香皂品类销量同比增长12.94%，随着消费者对于身体护理需求逐渐向精细化延伸，对香皂的诉求升级；
- 洗护套装销量同比增长21.59%；男士洗护套装是该品类的热销品类。

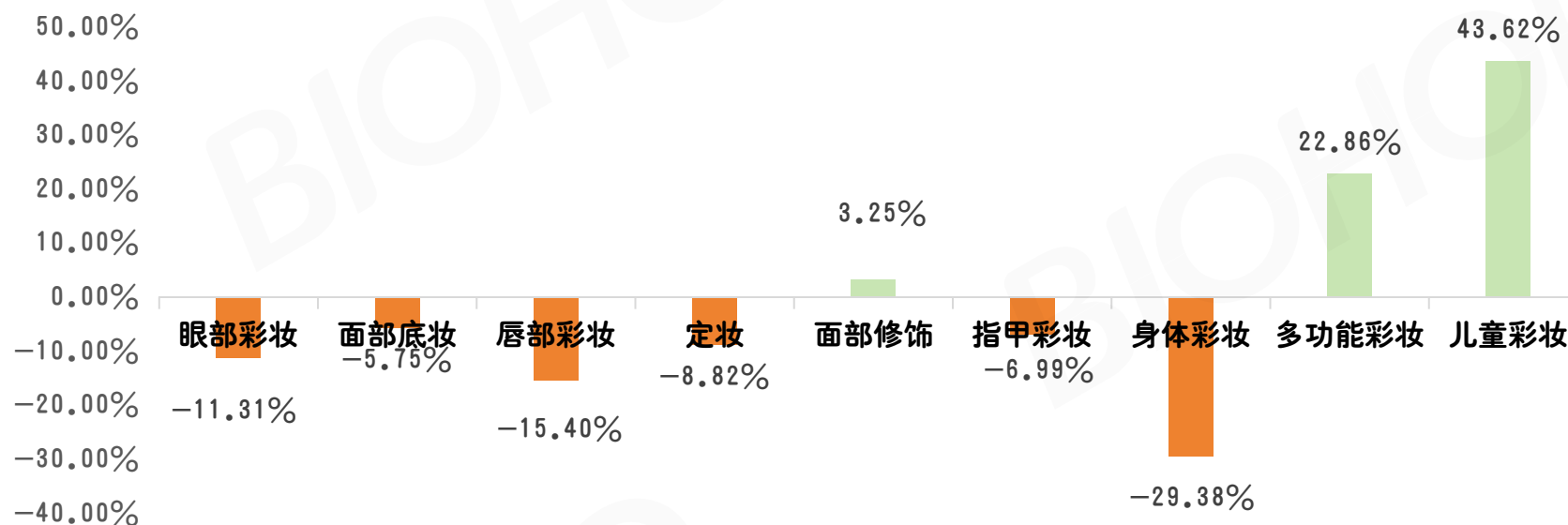
H1 洗护品类淘系销售同比率%



H1彩妆品类淘系销售概况

- 淘系彩妆销售额158.5亿同比-7.31%，销量1.7亿件同比-11.31%；
- 儿童彩妆占比较小，销量同比增长43.62%，以儿童指甲油为主流产品；
- 面部修饰品类今年销量稳步上涨，腮红销量占比56.1%；占比最小的阴影和多功能修容棒同比增长55.08%，25.21%；
- 身体彩妆上半年销量不理想，其中身体素颜霜热度不减，伴随着气温的逐步攀升，身体素颜霜的风潮再度席卷而来。

H1彩妆品类淘系销售同比率



彩妆市场十大趋势

化妆不仅仅是一种变美手段，更是个性表达和自我塑造的重要途径。随着疫情结束、出行升温,彩妆市场再次迎来了繁荣。消费者对妆容多变、情绪疗愈和个性化的精神价值的需求达到了新的高度，催生了更丰富的彩妆产品与妆容趋势。



趋势1:

“轻妆感”概念持续风靡
用户追求温婉原生感妆容



趋势2:

东方自信苏醒
年轻一代勇赶国风浪潮



趋势3:

融合亚洲元素
欧美风焕发新生机



趋势4:

紧抓当季潮流趋势
打造社交媒体大热妆容



趋势5:

出游热潮涌动
上镜妆容成必备基础



趋势6:

纯净美妆出圈
理念环保与成分安全兼具



趋势7:

一物多用
单色单盘也能打造完美妆容



趋势8:

肌肤护理需求升级
养肤防护型彩妆需求突显



趋势9:

打造眼唇局部氛围感
趣味性玩色成新兴需求

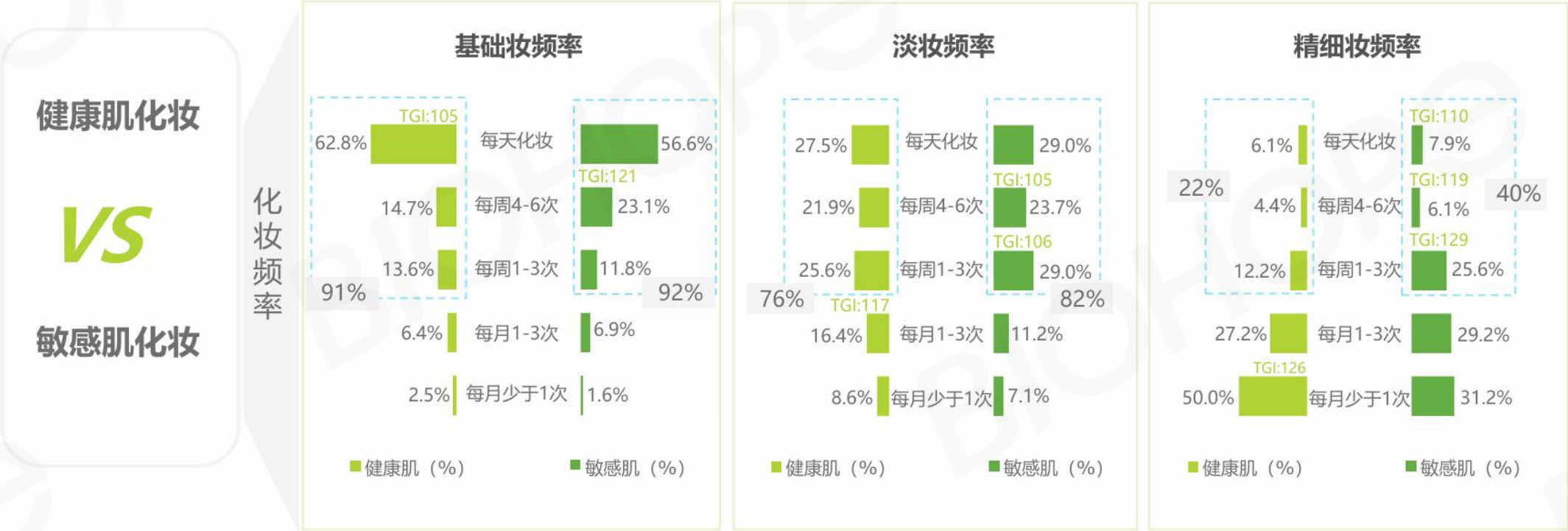


趋势10:

妆造服一体化
妆容风格紧跟潮流

敏感肌人群有更多的化妆需求

相比健康肌人群，敏感肌人群更希望用化妆来呈现好的状态，其基础妆、淡妆与精细妆的频率均高于健康肌，尤其偏爱精细妆。



注：①基础妆指使用基础护肤和底妆；②淡妆指轻扑淡抹的化妆，如生活妆、职业妆、透明妆、裸妆；③精细妆指注重细节、追求精致和完美的妆容

基础妆效、成分无害、护敏养肤是敏感肌人群期待的彩妆

一款安心的适敏彩妆产品具备彩妆的基础妆效（如服贴、持妆、遮瑕）的同时，成分也要对皮肤无害，不能加重敏感症状；而护敏养肤功效是它的加分项。

敏感肌人群对彩妆安心感的认知

基础妆效

- 具备基本的彩妆功效，如服贴度、持妆力、遮瑕效果等

“肯定要确保有粉底液该有的功能，持久度、遮瑕度不会差，再去谈养肤”——佛山沙龙敏感肌用户

妆效



安心

成分对皮肤无害

- 产品成分安心，不含刺激、致敏、防腐剂、酒精等成分，可以维持皮肤稳定，且不会加重皮肤问题

“我的一个最基本的要求是不要有特别严重的易敏感成分”——西安敏感肌用户

“如果产品里面有防腐剂，或者有致痘风险就把它排除掉。”——呼和浩特沙龙用户

护敏养肤

- 护敏养肤功效是加分项

“粉底液该有的妆效肯定要有，其次再加养肤效果是锦上添花。”——佛山沙龙敏感肌用户

适敏彩妆技术趋势：材料配方、功能创新、个性定制



材料配方升级

- 低过敏性成分：添加低过敏性成分，避免对敏感肌肤产生过敏反应；
- 天然有机成分：使用天然有机成分，减少对皮肤的刺激和负担；
- 分肤配方设计：针对不同敏感肌肤类型，设计不同的化妆品配方，以满足不同消费者的需求。



产品功能创新

除了美容的功能，彩妆逐渐倾向于开发具有护肤、保湿、修护等功能。当前市场上开始出现功效型彩妆产品，向外界传递出一种更进阶、更高端的产品方案。



个性化定制化妆品

- 针对不同用户的个性化需求，研发出个性化定制化妆品，能更好的满足不同用户的需求。
- 目前全球定制化妆品有三大创新趋势：
 - ✓ 基于荷尔蒙/基因检测定制：根据获得的肌肤基因属性，针对性提供护肤指导；
 - ✓ 运用AI、AR等智能算法定制：如根据AI智能算法定制理想妆容；
 - ✓ 从成品中进行定制化搭配：准备多种搭配方案，消费者根据测试结果进行匹配。

纯净美妆品牌朱栈RED CHAMBER

成立于2020年，RED CHAMBER选择的革新之路，是从“纯净彩妆”出发，致力于打造彩妆产品的全新体验——“纯净成分+卓越妆感”，并用创造“零负担彩妆”+“高比例天然”的方式诠释对世界的感知。

从2020年开始，以RED CHAMBER朱栈为代表的中国纯净彩妆品牌便开始了一场影响深远的本土彩妆实践。

为实现“纯净配方 卓越功效”的纯净彩妆体验，RED CHAMBER朱栈成立国内首个纯净美妆独立研发室Re:Conatural Lab (RCL)，涵盖护肤实验室、粉/膏类实验室以及安全检测室，研发团队成員平均深耕美妆研发领域15年以上，致力于用中国科研力量探索纯净美妆的本土解法。

面对纯净彩妆缺乏统一标准的现状，RED CHAMBER朱栈内部制定了《纯净标准》与《天然成分标准》，并集结产业链上下游多个权威机构组成RED CHAMBER朱栈纯净配方顾问团，为消费者提供真正配方纯净、妆效卓越、生产全流程符合纯净标准的美妆产品。



A close-up photograph of a purple orchid. The central focus is a single flower in bloom, showing its delicate petals and a lighter-colored center. Above and below this flower are two unopened buds, their forms rounded and textured. The green stem of the plant is visible, with a small, pointed leaf at the bottom. The entire scene is set against a stark, solid black background, which makes the colors of the orchid stand out. Overlaid on the middle of the image is the text 'RED CHAMBER 向淨而生' in a white, sans-serif font.

RED CHAMBER 向淨而生

朱栈唇颊多用膏系列，一款=口红+眼影+腮红

HOT

孟夏

- 宣称国内首家备案多用膏，一盘=口红+眼影+腮红+高光，适合早八人快速出妆、新手小白随心点涂、差旅人便捷补妆；
- 多重研磨分散专利，特研融肤质地，经过表面处理的粉体采用5：4油粉配比，轻薄易晕染，一抹融肤、细腻服帖，叠加不卡纹；
- 三重神经酰胺与植物鞘胺醇协同作用，搭载仿生皮脂膜技术，模拟皮脂膜结构，深入角质层，保持12H持久服帖；
- 花青素、薰衣草油和白花春黄菊花油多种植萃精华油，天然萃取代替硅油，安心上妆，同时还能舒缓肌肤、平衡水油。



#孟夏
泰式裸茶

一膏多用

早八人

一分钟
快速打造 全脸妆容

化妆新人

一手指
随心点涂 和谐妆容

差旅人

一小盒
随身携带 便携补妆

敏感肌适用彩妆新品

朱栈「春树系列」小药瓶粉底液哑光款3.0，针对大油皮、敏肌设计



MAISONdeSITE 以冰为出发点，专研可冷藏粉底霜配方，含有消肿紧致成分，宣称上脸可消肿并紧致提拉，适用于敏感肌

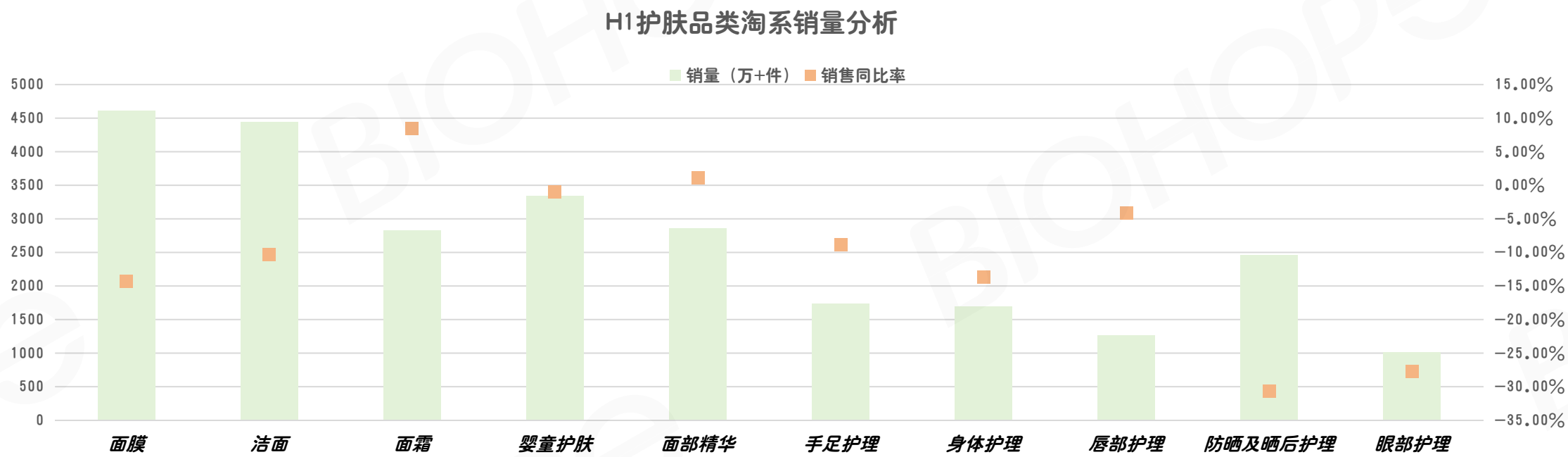


FUNNY ELVES 推出「挂环设计」气垫，便携补妆的同时演绎反转时尚穿搭，通过皮肤测试、28天敏感肌测试，敏感肌适用



H1 护肤品类淘系销售概况

- 淘系护肤品类销量3.6亿件同比下降10.31%，销售额527亿元同比下降15.88%；
- 二级品类中，表现良好的医疗器械类销量增长24.21%，随着轻医美市场持续繁荣，术后修护产品成为赛道热点；
- 身体护理品类中，表现突出的是身体护理精华（3484.38%）和身体护理喷雾（104.31%）。身体护理是一个极具体验感的品类，当人们的基础护理需求被满足后，不同人群在身体护理的消费偏好上，呈现出明显差异。



百亿身体护理市场的品牌机会点

身体护理产品的核心用户为35岁以下的新一代年轻消费者，年轻消费群体对身体护理产品的接受力更强、喜爱的品种更多，不同的人群和使用场景也衍生出更细分的新需求。

对品牌来说，洞察新需求，从细分和新兴品类赛道入局，向精细化和多元化发力，是较为明智的打法。

滋养清洁二合一，
身体护理油的双重用法

多元需求场景，
体验SPA级身体
护理

微生态原料X身
体护理，侧重皮
肤健康

晒后舒缓，适
合夏季使用的
身体护理产品

孕妇、宝妈小
众群体，推出
针对性功效产
品

身体护理产品四大创新趋势

成熟品牌占据身体护理市场核心消费地位，近年来不断出新，推出众多新品吸引消费者，新品数量同比增长45%+。

身体护理油、指甲修护乳等新趋赛道的尝鲜者快速涌入，针对颈部、足部等局部的护理品类呈现消费升级趋势，身体养护趋于精细化的局部专护理念。

> 成分创新

- 美白功效下熊果苷、传明酸等成分需求高增，复合型功效受追捧
- A醇、玻色因处于身体抗老成分蓝海，油类产品需求迅猛提升

> 情绪价值创新

- 香水香调下沉至香氛身体护理，东方香调走热
- 国货品牌专注打造东方香调，东方木质、橙花为主流东方香，栀子、檀香潜力初现

> 体验创新

- 分“肤”定制带动质地多元，油类、皂类处于供需蓝海
- 包装形态创新，喷雾包装发展成熟，便携包装和双管包装被消费者快速接纳

> 场景创新

- 身体护理送礼需求旺盛，成为母亲节、妇女节礼遇热门选择
- 身体护理运动场景需求多样化，修护美白止汗露、控油祛痘沐浴露复合功效创新
- 即刻美白诉求驱动修护、遮瑕等多元功效身体素颜霜受热捧

悦己经济，身体护理撬动情绪价值市场

根据世界卫生组织WHO（2018）调查显示，全世界符合真正健康标准的人口仅占总人口的5%，而患病的人口占20%，其余75%的人处于这之间的「亚健康」状态。

造成亚健康状况的主要原因是来自生活压力和工作压力，而这些压力如果不能及时得到释放，将会引发各种生理和心理方面的疾病。



馥郁满铺引诱之需身体油，采用4:6水油双相精密配比，轻盈好吸收

依兰与生俱来的馥郁香气自带诱力，弥漫着危险的气息，更是被称为是最具女人味的味道之一。它的香气中有倍半萜烯和芳香酯的独特组合，能消除焦虑、提高直觉和创造力、给予温暖和安心的感受，令人随时觉得轻松自在。在如此暖情的气味中，人们才会放松紧绷的身体，让欲望的神经触角肆意蔓延。

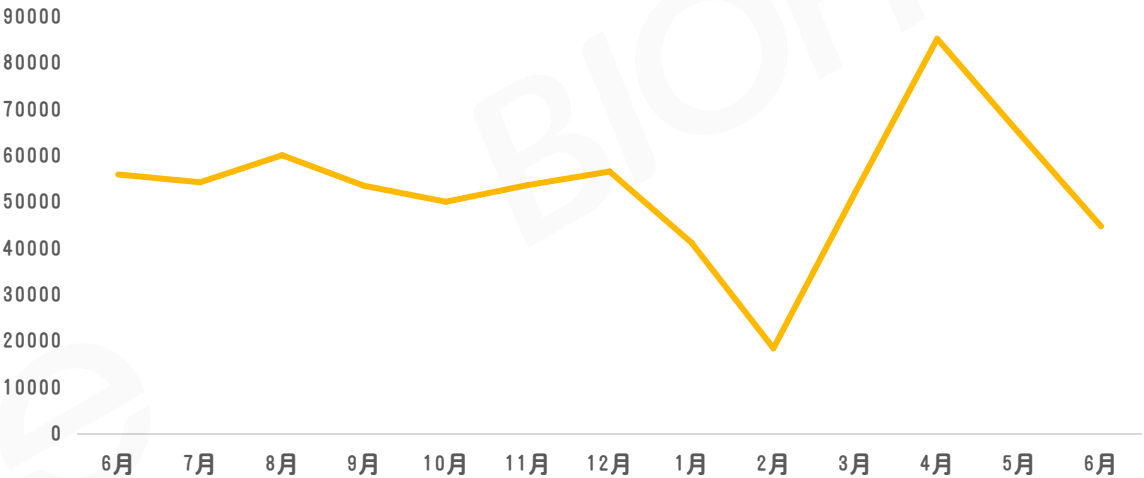
依兰，情欲乐园的佼佼者，拥有无可比拟的危险诱力。从花型上，它张牙舞爪的花型在视觉上就极具攻击性，仿佛伊甸园里心怀不轨的蛇吐着信子，要将你身体全部欲望引诱出来。

印度尼西亚人至今还保留一个传统，会在新婚之夜为新人的婚床洒满依兰花瓣。当地人希望能借用依兰的催情效应，让年轻男女能打开身体的禁忌，浅尝情欲的欢愉。一赏依兰便可知，那热情无羁的香气，如同深夜身体里不安分躁动着的情欲，一旦被引诱出来，便无法逃脱。

H1备案情况

- 上半年共计备案306916件商品，同比增长17.72%，环比下降12.31%。
- 备案同比增长前三功效：防脱、除臭、祛斑美白；宣称功效榜：抗衰、滋润、保湿。

近一年备案总数（件）



舒缓功效备案成分榜单

1.积雪草 (CENTELLA ASIATICA) 提取物	6.光果甘草 (GLYCYRRHIZA GLABRA) 根提取物
2.黄芩 (SCUTELLARIA BAICALENSIS) 根提取物	7.红没药醇
3.马齿苋 (PORTULACA OLERACEA) 提取物	8.苦参 (SOPHORA ANGUSTIFOLIA) 根提取物
4.甘草酸二钾	9.向日葵 (HELIANTHUS ANNUUS) 籽油
5.金黄洋甘菊 (CHRYSANTHELLUM INDICUM) 提取物	10.姜 (ZINGIBER OFFICINALE) 根提取物

备案增长功效原料

植物类

积雪草叶提取物

- INCI：积雪草（CENTELLA ASIATICA）叶提取物
- 使用目的：润肤剂、祛痘、发用调理剂
- 主要功效：祛痘、舒缓
- 主要品牌：一叶子、韩束、朵拉朵尚
- 积雪草主要成分积雪草苷对瘢痕成纤维细胞活力有促进作用，所以有祛疤的作用，与磷脂物质聚合效果很好，对消除青春痘有较明显的作用，对葡萄苷醛酸酶有抑制作用，加之具有抗菌性，有很好抑制体臭的作用；对毛发的生长有良好的促进作用，这与它的促进细胞活力有关，可用作生发产品。

发酵类

二裂酵母发酵产物滤液

- INCI：二裂酵母发酵产物滤液
- 使用目的：保湿剂
- 主要功效：保湿、祛斑美白
- 主要品牌：朵拉朵尚、花皙蔻、季岚朵
- 二裂酵母是双歧杆菌进行生物发酵的产物，研究表明其能够有效提升皮肤的锁水能力，使皮肤保持水润；对于黑色素的生成有一定的抑制作用，还可以有效减少紫外线对皮肤的损伤。同时其提取物中含有氨基酸、矿物质等有助于美白的小分子，对于提亮肤色、改善皮肤暗沉较为有效.....

合成类

麦角硫因

- INCI：麦角硫因
- 使用目的：润肤剂
- 主要功效：抗氧化，抗衰、舒缓
- 主要品牌：卡姿兰、谷雨、美肤宝
- 麦角硫因(EGT)最开始于1909年在麦角菌中被发现，是自然界中一种稀有的天然氨基酸。研究表明麦角硫因具有较强的抗氧化作用，还可有效地防护紫外辐射造成的损伤，同时具有美白、抗衰等作用。

备案新原料

苦参碱水杨酸盐

- 备案人：哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司
- 使用目的：抗氧化、皮肤调理剂
- 主要功效：抗菌、消炎
- 苦参碱和水杨酸可以通过冷却结晶法合成离子盐，苦参碱和酚酸类物质合成为离子盐后，其溶解度和稳定性均优于合成前的单体，细胞毒性大大降低，且有一定的皮肤保护功效。改善了水杨酸的强刺激性和较差的溶解性，强化了苦参碱的功效，安全性更高，适用人群范围更广。



10-羟基-2-癸烯酸

- 备案人：山东福瑞达生物股份有限公司
- 使用目的：皮肤调理剂
- 主要功效：抗菌消炎、祛痘
- 缩写10-HDA，是一种天然存在于蜂王浆中的有机酸。它不仅在蜂王浆中发挥着抗菌消炎的作用，而且已经被人工合成，其性质和作用与天然品相似。
- 在化妆品和护肤品中，10-HDA可以作为柔润剂使用，不仅安全无刺激性，还具有控油抗痘的效果。这是因为10-HDA能够有效地控制皮肤油脂分泌，减少痘痘的产生，同时对于已经形成的痘痘也有一定的缓解作用，使肌肤保持清爽。

全球新品

可复美推出胶原水，开启角质管理新纪元，宣称无酸焕肤也能嫩、稳、韧

官方定价：¥339元/120mL

成分宣称：

五重神经酰胺、胶原蛋白、角蛋白、重组胶原蛋白、番木瓜果萃、红茶酵母精粹

功效宣称：（28天）

角质健康指数 +45.4%、皮肤平滑度 -27.5%、皮肤光泽度 +43.5%

产品理念：

考虑到酸类可能带来的刺激与不耐受，越来越多的品牌开始将目光投向无酸焕肤的领域，这一部分涉及的成分其实相当广泛，但由于其不涉及外部的剥脱，因而会更适合敏感肌或者偏干皮使用。然而，传统的角质护理方法往往只关注表层老化角质的去除，忽略了角质形成、排列到脱落的完整生命周期。本次新推出的这款胶原水，添加重组I型和III型胶原蛋白，从皮肤基底层开始，逐层调控角质，优化皮肤的角质层状态。这种科学的角质管理方法，不仅能够有效去除表层老化角质，还能够促进健康角质的形成，使皮肤更加光滑细腻。



全球新品

三个魔发匠推出青少年洗发水，添加水杨酸、柠檬酸和5重植萃成分，宣称3效合一，源头终结油屑塌

官方定价：¥49/400mL

成分宣称：

水杨酸、柠檬酸、龙胆提取物、甜菜碱、薰衣草提取物、玫瑰花提取物、柑橘果皮提取物、透明质酸、泛醇、APG、氨基酸型表面活性剂

功效宣称：（2小时）

毛孔级清洁、微生物检测、4.5倍发丝轻盈蓬松感、-99.89%泛红头屑、面护级、99.80%受试者认为控油去屑、98.55%受试者认为自然蓬松、97.22%受试者认为维稳舒缓

产品理念：

青春期这个年龄段的消费者常常面临油脂分泌旺盛、头皮屑和头皮敏感等问题，这些问题可以由荷尔蒙变化、不规律的生活习惯和学习压力等因素引起。青少年及其家长越来越关注产品的成分和效果，倾向于选择针对青少年人群定制的洗护产品。三个魔发匠推出青少年人群专属洗发水，采用面护级洁净配方，复配氨基酸+APG；加入双重酸，帮助控油去屑。



全球新品

妮维雅推出舒安双管身体精华，针对敏感肌专研，源头强势抑制敏感信号TRPV-1，宣称1日舒缓干痒红

官方定价：¥89/200mL

成分宣称：

馨肤怡、甘油葡糖苷、角鲨烷、52KDa小分子玻尿酸、2000KDa大分子玻尿酸、PRO维他命B5、99%高纯度海藻糖

功效宣称：（28天）

-14.2%泛红、-14.2%脱屑、-37.2%经皮水分流失、100%消费者认同稳定肌肤屏障、100%消费者认同改善干痒、100%消费者认同改善紧绷、100%消费者认同肌肤透亮

产品理念：

聚焦身体敏感肌肤，在产品质地上，延续双管特点，外管为主打保湿维稳的肌底液，内管美容液则添加能抑制敏感信号TRPV-1的明星舒缓成分，快速舒缓换季肌肤脆弱问题。

“急救修护”常见于面部护理产品，如面膜、面霜或精华，适用于晒后、敏感等场景。妮维雅关注到换季敏感期，身体肌肤也容易出现干燥起皮、瘙痒与泛红的问题，以快速舒缓干痒红、7天修护的功效，将“急救修护”拓展至身体护理。



全球新品

美国Flewd 推出「缓解恐慌」浴盐，蕴含生物可利用的镁、硼和Omega-3，带有木质和皮革的混合香味

官方定价：¥79.8/包

成分宣称：

- 蕴含生物可利用的镁、硼和omega-3脂肪酸，宣称有助于降低荷尔蒙水平，以稳定情绪，omega-3脂肪酸通过产生雌二醇（esolvins）和保护素（protectins）来使肌肉放松、血压平静，从而减轻身体的恐慌状态；
- 现代生活快节奏和不断变化的社会环境使得Z世代面临前所未有的心理压力，他们迫切需求有效的舒缓压力方式。情绪安抚成为年轻一代重视的一个趋势，他们倾向于寻找既能够提供物理舒适也能够舒缓情绪压力的产品。Flewd 推出「缓解恐慌」浴盐，从荷尔蒙分泌及雌二醇等方向入手，改善情绪压力。随着更多关于香薰和情绪之间关系的研究出现，Flewd推出多款SKU来满足更细分的情绪需求。



全球新品

韩国郑瑄茉推出维他命胶囊防晒霜，蕴含烟酰胺、维生素树和生育酚，宣称一抹爆珠，清爽0肤感

官方定价：¥199/50mL

成分宣称：

抗坏血酸、泛醇、烟酰胺、生育酚、维生素，防晒指数为SPF50+/PA++++

功效宣称：（28天）

底妆浮粉现象97.94%改善、底妆服帖度88.52%改善、妆容持久力81.17%改善、已完成肌肤刺激测试、人体适用试验、eve vegan®素食认证

产品理念：

除了防晒力之外，消费者在不同的背景下，对于防晒产品的其它功效有所不同，如在妆前使用时，防晒产品应更为轻薄跟妆，在户外场景使用时，防晒持久性和可补涂抹性又会有额外的考量。郑瑄茉新上的御光防晒系列中包含适配彩妆搭档的“维他命胶囊”、适配户外活动的持久防护防晒霜，以及可日常随时补涂的冰感防晒棒。新系列产品在主打卖点侧重及产品包装上，均有一定小巧思，防晒胶囊和防晒棒在市场中相对少见，具备差异化优势。



一抹爆珠 贴肤贴妆



维他命胶囊与维生素Flex*协同作用
打造底妆不浮粉自然妆面

全球新品

香水品牌 Bleu Nour 通过将颜色转化为香味，创造将气味与颜色联系起来以增强香味记忆的工具包

官方定价：¥1129.8/套

功能宣称：

帮助恢复嗅觉丧失

产品理念：

Bleu Nour 的创始人是中央圣马丁学院毕业生 Nour Ibrahim，他患有神经系统疾病联觉症（通过一种感觉体验另一种感觉），Bleu Nour 的使命是通过“嗅觉康复”来帮助那些在新冠肺炎 (COVID-19) 之后出现嗅觉丧失的人。

该系列由三种香味组成，这些香味与一套工具包一起，在香调和颜色之间建立联系，以帮助嗅觉丧失人群重新训练气味记忆。



THANK YOU

市场总览 · 细分品类 · 备案趋势 · 新原料洞察 · 新品分析

