

Q 美妆护肤

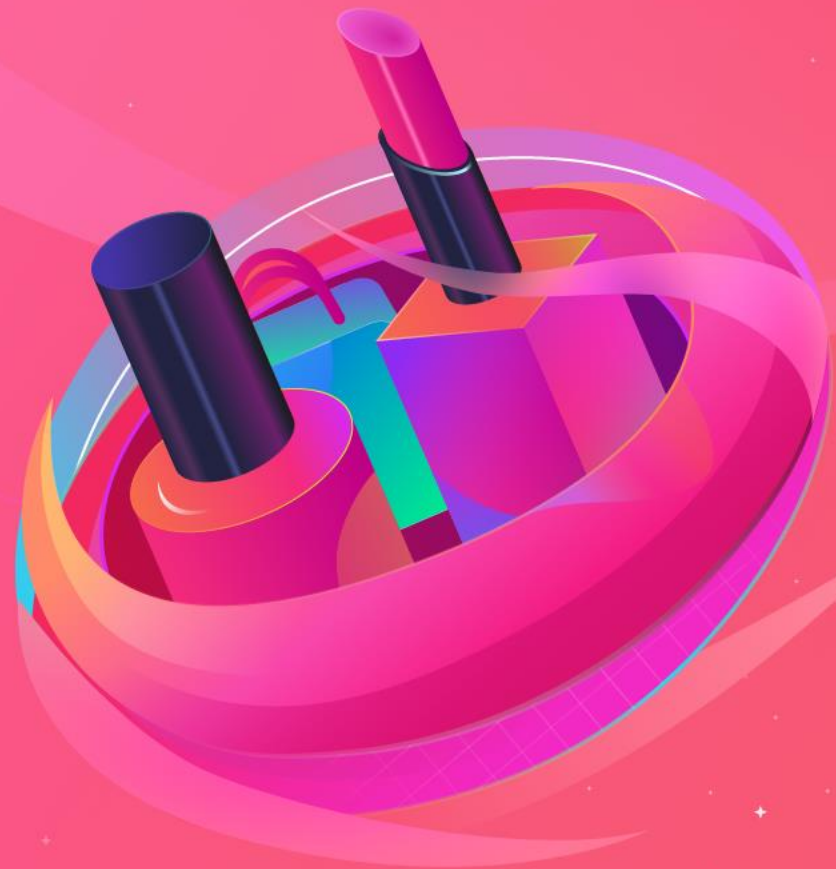
报告时间：2023年6月

# 小红书美妆用户 趋势洞察报告

美美与共

润泽万颜

数据来源：新红



## ● 研究背景

目前，小红书上聚集了大量年轻、高知的女性美妆用户，她们倾向于在小红书平台分享美妆护肤产品和使用经验，用户间的互动、分享氛围浓厚；而这些评论互动也传递了用户的真实诉求，理解用户的关注点对于企业和品牌来说将具有重要价值，主要体现在以下几个方面：

**产品研发：**了解消费者在购买美妆护肤产品时遇到的问题和痛点，可以帮助企业研发更具有针对性的产品。例如，如果消费者普遍反映护肤品使用后油腻、堵塞毛孔，企业可以针对这一问题进行研究，开发出更轻薄易吸收的产品。

**营销策略：**通过了解消费者的需求和痛点，企业可以制定更有针对性的营销策略。例如，如果消费者在购买护肤品时关注性价比，企业可以通过推出价格合理且质量可靠的产品来吸引消费者。

**用户体验：**深入了解消费者的使用习惯和需求有助于提升产品的用户体验。例如，如果消费者觉得卸妆过程繁琐，企业可以研究开发更方便快捷的卸妆产品，以提高用户的满意度。

**服务质量：**了解消费者在购买和使用过程中遇到的困难和问题，可以帮助企业优化售后服务，提高服务质量。例如，如果消费者反映护肤品使用效果不佳，企业可以提供专业的咨询服务，解决消费者在使用过程中的问题。

**创新方向：**了解美妆护肤市场的趋势和消费者需求有助于企业在研发新产品时找到创新方向。例如，如果消费者越来越关注天然成分和环保理念，企业可以在研发新产品时注重使用天然原料和减少包装浪费。

总之，了解美妆护肤用户的痛点对于企业的产品质量、营销策略、用户体验等方面具有重要意义。只有深入了解消费者需求，才能更好地满足市场需求，提升竞争力。

## ●● 数据说明

本报告由新榜有数旗下小红书数据平台-新红出品。

报告主要统计分析了2023.05.01-05.31（共31天）新红监测的小红书样本发布的互动量 TOP50000 的“美妆护肤”笔记及其关联评论。

本次研究旨在通过对小红书美妆护肤用户需求、使用者分析和使用场景分析的深入研究，探讨用户在小红书平台上的美妆护肤消费行为、产品使用偏好、使用场景等方面的情况。研究将通过收集、分析和解释小红书平台上的用户生成内容和用户参与指标等数据，采用定量和定性研究方法，从多维度角度揭示美妆护肤用户的需求痛点和消费行为。

以下为部分名词释义：

**商业笔记：**官方平台报备的品牌合作笔记

**种草笔记：**在标题或内容中提及品牌关键词的笔记

**互动量：**笔记点赞数、收藏数及评论数之和

**实时热度：**近期相关笔记的互动量越高，热搜词的热度值越大

**关注点：**根据评论内容归纳用户主要关注点

**关注度占比：**根据用户专注点占比进行排名

**决策因素：**用户产生购买的影响因素

# 目录

01 行业大盘概览  
INDUSTRY OVERVIEW

04 产品使用场景  
USAGE SCENARIO

02 用户需求聚焦  
REQUIREMENT ANALYSIS

05 总结与建议  
SUMMARY & SUGGESTIONS

03 用户族群特征  
ETHNIC GROUP ANALYSIS

新榜  
NEWRANK.CN

# 01

## 行业大盘概览

根据新红监测的美妆护肤笔记发布趋势和美妆护肤笔记评论词云，我们发现，依托小红书内容社区的特性，妆容/妆教分享帖、护肤经验帖、产品种草帖等美妆护肤相关内容在小红书平台热度一直较高，小红书已经成为美妆护肤行业受众人群主要的讨论阵地。

## 小红书美妆护肤行业笔记热度持续升高

根据新红系统美妆行业大盘数据表现我们发现，美妆类笔记发布数量整体高于全行业平均水平，且商业笔记的发布数呈现逐月上升趋势；足以见得在小红书平台美妆相关内容的传播和讨论的热度居高，并且在整体热度在不断攀升。

2023年5月美妆护肤商业笔记总览

美妆类笔记表现整体高于全行业平均水平

品类笔记 22.77w 篇

↑ 高于

全行业平均水平 10.56w

占笔记总数 29.2%

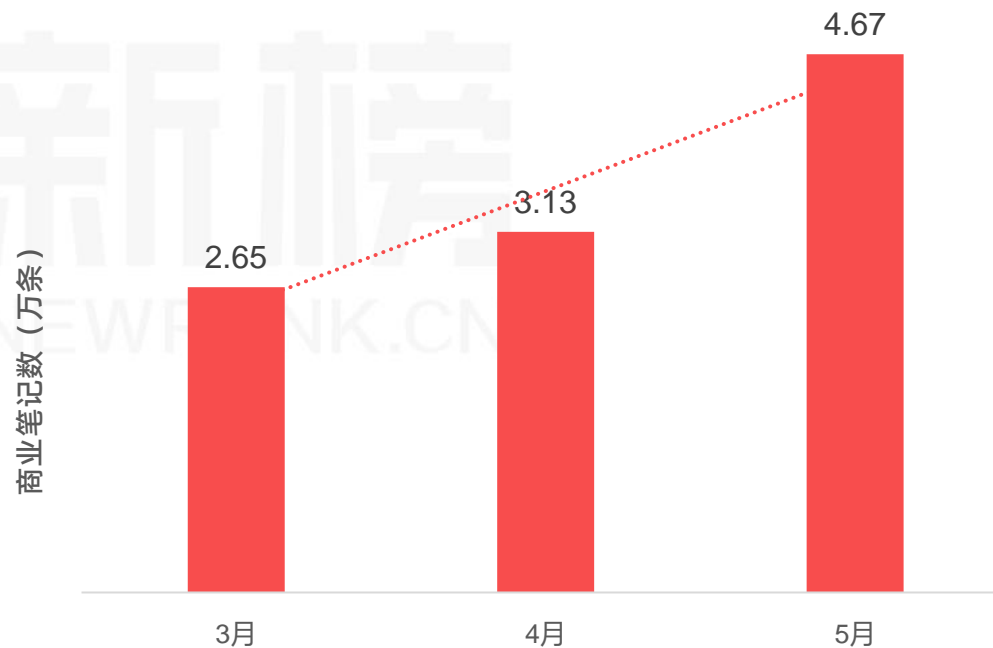
包含商业笔记 4.67w 篇

↑ 高于

全行业平均水平 3.98.w

占种草笔记总数 20.5%

2023年3-5月美妆护肤商业笔记发布趋势（万条）





## 用户对于需求、人群和使用场景讨论度集中

根据5月小红书美妆护肤笔记评论词云显示，用户讨论的**核心关注点**中，关于**受众人群的需求**、**使用场景**等讨论较多；我们发现，**不同族群**的关注点有着典型特征，而且在美妆护肤过程中，**场景化的需求痛点**引发用户积极讨论。

2023年5月美妆护肤笔记/评论内容词云



### 美妆护肤人群需求

美妆护肤人群对于产品功能需求、品牌/产品/成分的偏好关注，以及对于化妆/护肤产品的价格相关的讨论较多。



### 美妆护肤族群划分

不同族群的消费者有着典型特征，所以会产生不同的关注角度。例如关注时尚、个性的潮流时尚族群；关注抗老、抗皱的抗衰保养族群等。



### 美妆护肤使用场景

美妆和护肤相关的讨论中，场景化的产品诉求与各大族群紧密关联，例如特殊护理场景下关注“抗衰老”，日常妆容下对“通勤”的关注较多。

\*数据来源：2023.5.1-5.31 新红监测的小红书样本发布的“美妆护肤”相关笔记

# 02

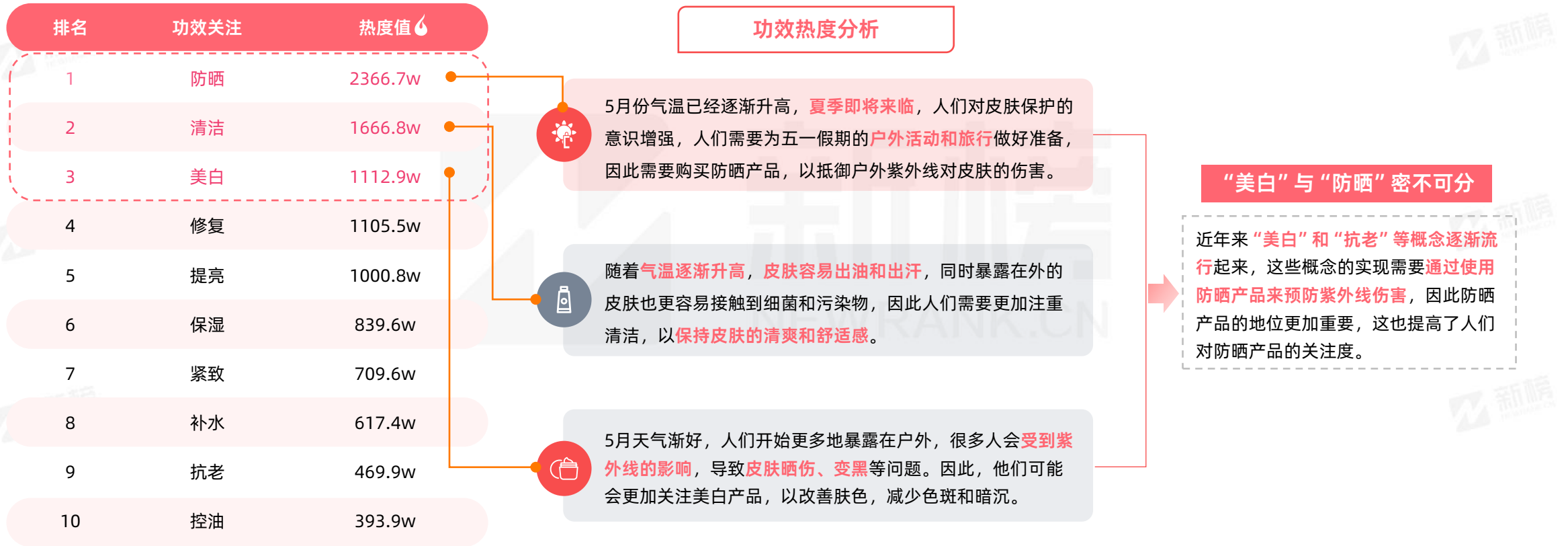
## 用户需求聚焦

美妆用户的需求聚焦可以从功能需求、成分偏好、产品选择、品牌侧重、价格影响等多个方面进行考虑。品牌方可以根据用户需求进行分析，制定相应的产品策略和营销策略，来满足消费者的需求和期望，提升市场竞争力。



## “夏季护肤：防晒、清洁、美白，样样不能少”

随着气温升高，夏季即将来临，人们对皮肤保护的意识增强，需要购买防晒产品以抵御户外紫外线对皮肤的伤害，同时需要注重清洁和美白产品的使用，以保持皮肤的清爽、舒适和美白；由于“美白”和“抗老”概念逐渐深入人心，防晒已经成为妆护人群的“刚性”需求。



## 护肤达人最爱：氨基酸、烟酰胺和玻尿酸

在提及美妆护肤产品时，用户对**氨基酸**、**烟酰胺**和**玻尿酸**这三种成分的关注度更高，备受关注的原因在于它们能够**滋润保湿**，**淡化皱纹色斑**，**提高皮肤的弹性和光泽**，并起到较好的**美白效果**，同时还能够提高皮肤的保护能力，已经成为**主流护肤产品**的主打卖点。

排名	热门成分	热度值 <sup>🔥</sup>	主要功效	肤质适用情况	代表品类
1	氨基酸	239.3w	滋润，保湿，修护肌肤	各种肤质	
2	烟酰胺	154.6w	抑制黑色素的生成，淡化色斑和提亮肤色	肤色不均和暗沉	
3	玻尿酸	132.1w	提高皮肤保湿能力，增强肌肤弹性和水润度	干燥、缺水的肌肤	
4	水杨酸	88.6w	去角质，清洁毛孔，控油	黑头、粉刺等问题肌肤	
5	海藻	81.2w	深层清洁，控油，缩小毛孔	油性和混合性肌肤	
6	A醇（视黄醇）	77.4w	加速皮肤新陈代谢，改善皱纹和细纹	熟龄肌肤	
7	山茶花	61.1w	保湿，舒缓肌肤，抗氧化	各种肤质	
8	积雪草	53.9w	修复肌肤，减轻炎症，增强免疫力	敏感、脆弱的肌肤	
9	神经酰胺	48.8w	修复肌肤屏障，提高皮肤的免疫力	敏感、脆弱的肌肤	
10	果油	43.4w	维持皮肤弹性，减少色素沉着，促进皮肤创伤愈合	各种肤质	

### 热度解析

具有保湿、美白、修复等功效的成分，适合各种肤质，对于保持肌肤处于稳定状态有明显作用。

## “轻装上阵，精华、口红、面霜，妆护必备神器”

在关于美妆护肤产品的笔记中，用户对**液态精华**、**有色唇膏/口红**、**乳液/面霜**等产品更加偏爱，主要原因是它们能够**深层滋养皮肤**、**保持肌肤水分**、**增添色彩**，具有明显的美容和护肤功效，同时也满足了消费者对于**品质**、**效果**和**个性化**的追求。

排名	热门品类	互动量↓
1	液态精华	631.1w
2	有色唇膏/口红	519.5w
3	乳液/面霜	377.2w
4	粉底液/膏	317.3w
5	眼影	248.3w
6	贴片面膜/涂抹面膜	236.7w
7	隔离/妆前	232.7w
8	腮红/胭脂	225.7w
9	遮瑕	194.1w
10	高光	158.8w

### 液态精华热门产品



海蓝之谜  
鎏金焕颜精华



兰蔻  
小黑瓶精华



SK-II  
神仙水精华

### 有色唇膏/口红热门产品



YSL小金条



香奈儿口红



阿玛尼唇釉

### 乳液/面霜热门产品



兰蔻菁纯面霜



海蓝之谜面霜



欧莱雅水乳面霜

### ★ 产品优点

功效强大、使用方便、质地清爽、适用肤质广泛、品牌和价格选择多样

百搭、颜色丰富、功效多样、品牌和价格选择多样、使用方便等

保湿补水、防护修复、质地轻盈、品牌和价格选择多样

## “ 国际品牌领衔热度，国货品牌竞相角逐 ”

国际品牌继续领衔消费热门，兰蔻、魅可、欧莱雅等知名品牌凭借可靠的质量、丰富的产品线，以及实惠的价格赢得广大消费者青睐；与此同时，国货品牌在品牌互动量TOP10榜单夺得4席，并且以Blank ME、欧花集为代表的本土品牌，其破圈的趋势也愈发明显。

排名	热门品牌	互动量↓	品牌归属
1	兰蔻LANCOME	205.4w	法国
2	魅可M.A.C	91.4w	加拿大
3	欧莱雅LOREAL	90.4w	法国
4	玉兰油OLAY	66.2w	美国
5	Blank ME	61.2w	中国
6	欧花集OUHUAJI	55.8w	中国
7	科颜氏Kiehls	54.3w	美国
8	珀莱雅PROYA	51.8w	中国
9	谷雨	50.7w	中国
10	蛇毒Spatreatment	47.3w	日本

### 品牌热度分析



兰蔻拥有丰富的产品线，从护肤到彩妆、香水等多个领域均有涉及，满足了不同消费者的需求。此外，兰蔻针对不同肤质、不同年龄段以及不同地区的消费者，推出了多种系列的产品，提供了更多选择。



魅可品牌的彩妆产品非常丰富，包括口红、眼影、粉底液等，而且颜色选择多样，适合不同的肤色和妆容风格，且产品价格亲民，这也为其赢得了广大彩妆爱好者的青睐。



欧莱雅在品牌形象方面塑造成功，拥有高品质、高端、时尚的品牌形象。相对于一些其他品牌，欧莱雅的产品价格相对实惠，让更多的消费者可以体验到其高品质的产品，提升了消费者的品牌忠诚度。

### 品牌共性

- 质量可靠
- 产品线丰富
- 颜色选择多样
- 价格实惠

由于国产品牌在品质口碑、创新力、品牌形象等方面不断提升，消费者对国货品牌的信任度逐渐提高，再加上在宣传和营销策略上的不断探索和努力，国货品牌在社媒平台已经形成了稳定的影响力。

国货崛起

## “ 性价比、价格公平成为大众普遍关切 ”

在美妆护肤笔记关于价格的讨论中，话题点主要集中在“追求产品性价比”和“活动/渠道价格择优”两个方面，品质和价格相符或者超出预期成为大众普遍诉求；另外，因为活动和渠道价格的不同，他们会期望有更公平的价格体系，也会对价格差异感到不满。

### 追求产品性价比

#### ¥ 价格劝退 (5.1%)

- @东八区区花：价格真的太贵了
- @为琳写诗.：一看价格瞬间劝退，740，这是我一个月工资的五分之一呢
- @开心的ww：可惜不是我买得起的价格

#### sale 便宜好用 (2.1%)

- @小甜甜：已经照着平价实惠组买了护肤品哈哈！感谢分享
- @黄柠檬：我就喜欢好用又实惠滴
- @A在地球🌍：确实便宜又好用，怎么用也不心疼

#### 📉 价格质量成正比 (3.5%)

- @哼~：虽然价格摆在那，但是真是一分价钱一分货
- @暖芯栩：一分价钱一分货，贵的也值
- @李尔琦斯：真的是 一分价钱一分货，神仙水yyds

### 活动/渠道价格择优

#### 🛒 渠道价格差异 (3.2%)

- @采姑凉的小蘑菇dd：网上看价格都不一样呀，你的艾雪诗那买的？
- @谦谦谦~：当时刚出官网也抢不到 只能去专柜 柜姐卖我350 含泪赚我40
- @千：你的kato喷雾竟然35👉 我刚买的在直播间43

#### 💔 买贵了 (2.3%)

- @小马的码：适乐肤买贵了，我一般都是凑满减，每次买都是80+不到九十
- @又困了大王👑：珂润的洗面奶我买贵了👉
- @识君.：感觉into you买贵了，搞活动的时候买可以20多块一只

#### SALE 蹲活动价 (4.4%)

- @NiVole：雅漾喷雾是真的好用.....就是平时不搞活动的话有点小贵
- @周粥粥啊：不知道38有没有活动，想屯面膜，别让我失望哦
- @冰了又冰：他家精华我超爱！蹲活动！

# 03

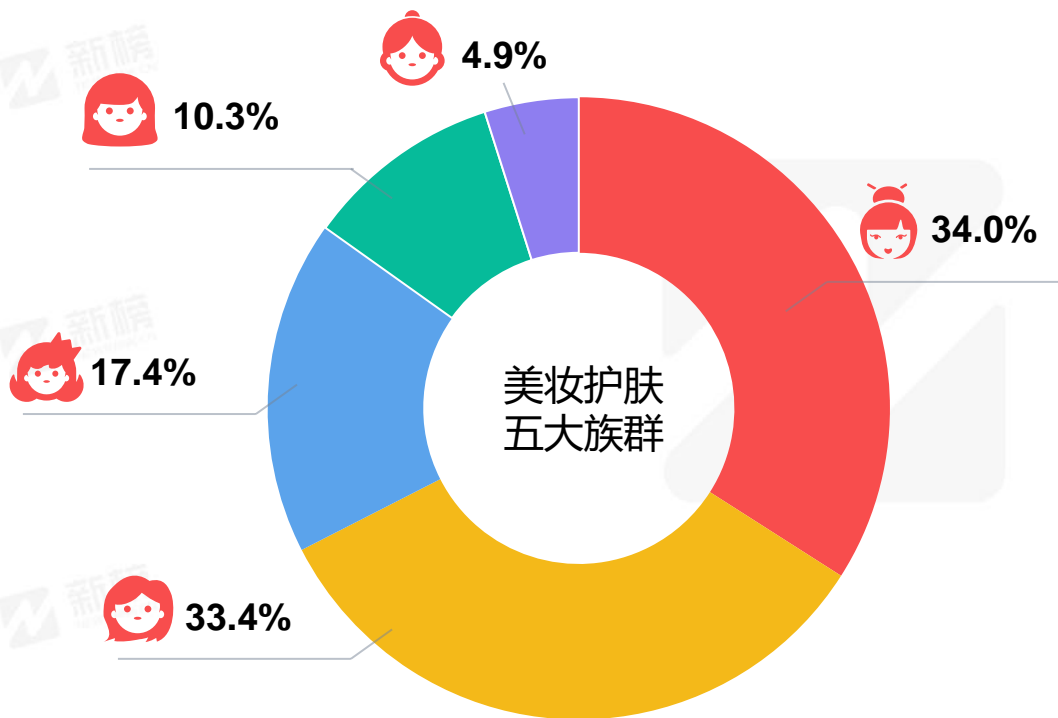
## 用户族群特征

通过对小红书笔记下的评论内容及账号数据，我们按照人群特征属性打标完成定性分析，共定义了美妆护肤五大族群：潮流时尚族群、实用经济族群、抗衰保养族群、敏感肌肤族群、自然有机族群；

基于每类族群的关注点、产品选择和决策因素，我们可以了解到不同人群在美妆护肤方面的需求和偏好，为企业提供更针对性的产品开发和市场定位策略。



## 潮流时尚和实用经济族群占据主流



01

### 潮流时尚族群

充满活力和创意，她们注重时尚和个性，对彩妆和护肤品有较高的兴趣和需求。

02

### 实用经济族群

注重产品的实用性和经济性，对价格和性价比有较高的关注度。

03

### 抗衰保养族群

注重日常的护肤和保养习惯，以保持肌肤的健康状态，对抗衰老和护肤产品有较高的关注度。

04

### 敏感肌肤族群

肌肤较为敏感，容易出现过敏和不适，对产品的温和性和低敏性有较高的关注度。

05

### 自然有机族群

关注环保、有机和天然的美妆护肤产品，对产品的成分和生态友好性有较高的要求。

## “ 追求新品牌、新成分，关注产品功效和多样性 ”

潮流时尚族群喜欢尝试**新品牌、新成分**，对于新潮流的趋势非常敏感；该族群看重**产品功效**，会**基于自身肤质做出合理选择**；在彩妆方面，她们**追求创新和多样性**，喜欢挑战不同的妆容风格；用户痛点主要集中在**新产品的耐受问题和效果不及预期**等。



34.0%

样本人群占比

充满活力和创意，她们注重时尚和个性，对彩妆和护肤品有较高的兴趣和需求。

她们追求新颖、多样化的化妆品和护肤品，愿意尝试不同的品牌和产品，关注美妆时尚潮流，喜欢分享自己的化妆经验和产品心得。

时尚敏感

护肤爱好者

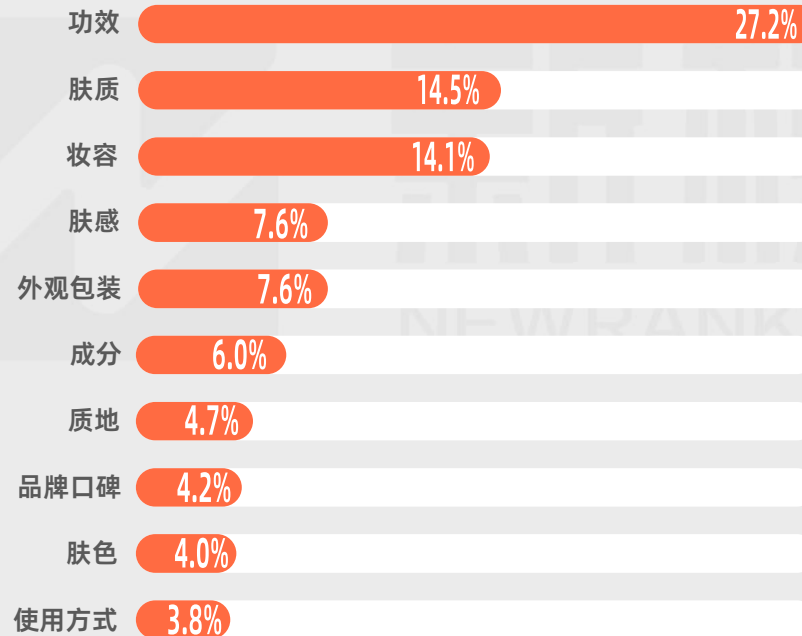
社交达人

个性突出

高品质用户

价格宽容

### 用户关注点



### 用户痛点



是新版的吗？老版的我用着有点不耐受，希望新版的缓释技术可以让我愉快使用



香奶奶的粉底有裸妆感，不遮瑕，按照我们年轻人的潮流来说=不怎么好用

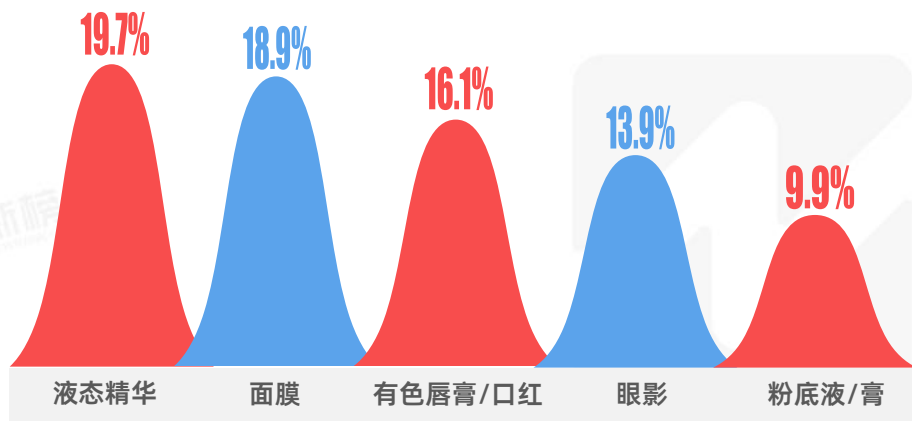


对于皮肤屏障受损的用户，在使用新产品存在一定刺激性也是有的，此类情况都是正常的。

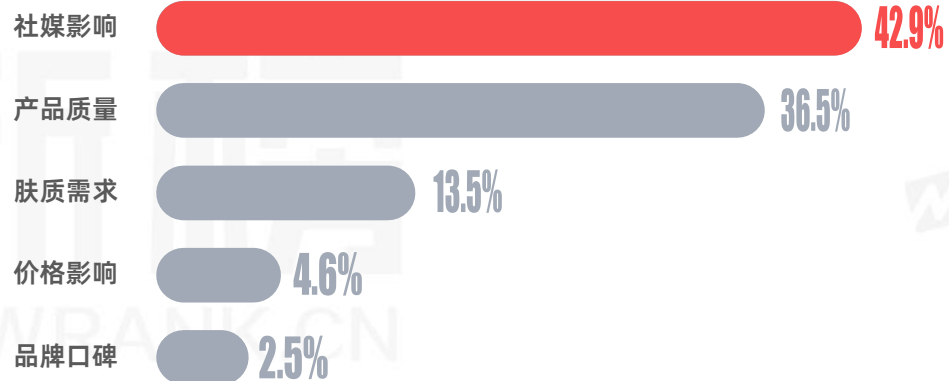
## 关注精华、面膜、口红，注重社交媒体影响

潮流时尚族群对于**液态精华**、**面膜**、**口红**等产品关注度较高，她们**追求时尚潮流**，关注广告宣传，针对**明星代言**、**限量发行**和**新品上市**有较高的敏感度，在做购物决策时主要会受到**社交媒体**、**网红推荐**等因素的影响，同时也注重**产品质量**。

### 用户评论-品类关注



### 用户评论-决策因素



产品举例



明星代言



虞书欣代言  
自然堂小紫瓶

限量发行



迪奥烈焰蓝金唇膏  
MITZH限量版

新品上市



润百颜安肌面膜  
新品上市

- 潮流时尚族群更看重**社交媒体**上的**口碑评价**、**达人推荐**、**品牌形象**等，她们会多方比对，关注产品评测，防止踩坑；
- 虽然**社交媒体**对潮流时尚族群购物决策有很大影响，但消费者在做购买决策时仍然会考虑**产品质量**、**性价比**和**个人肤质需求**。

## “ 实惠优质至上，性价比考量优先 ”

实用经济族群认为**实惠优质**是选择美妆护肤产品的首要因素；他们通常会**选择性价比高、实用性强的产品**，不太注重品牌和包装；此外，他们也会关注产品的**功能效果**；这类用户的痛点主要集中在产品**价格过高，性价比低**。



33.4%  
样本人群占比

注重产品的实用性和经济性，对价格和性价比有较高的关注度。

她们会比较价格和功能，追求性价比较高的产品，关注折扣和促销活动，喜欢购买经济型或平价品牌的化妆品和护肤品。

实惠优质

大众化品牌

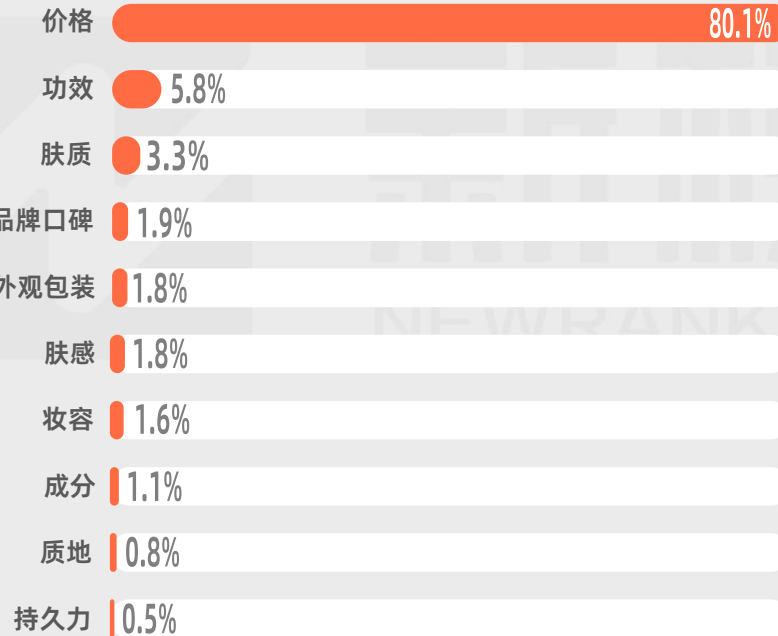
容易满足

多功能实用

简单易用

高性价比

### 用户关注点



### 用户痛点



有没有推荐给油皮用的洗面奶呀，平价点的那种，太贵的学生党钱包兜不住啊



我觉得有点贵 虽然我买的是中样吧 但是对我来说修复没有真的可以让我皮肤恢复原样，所以我觉得不太值

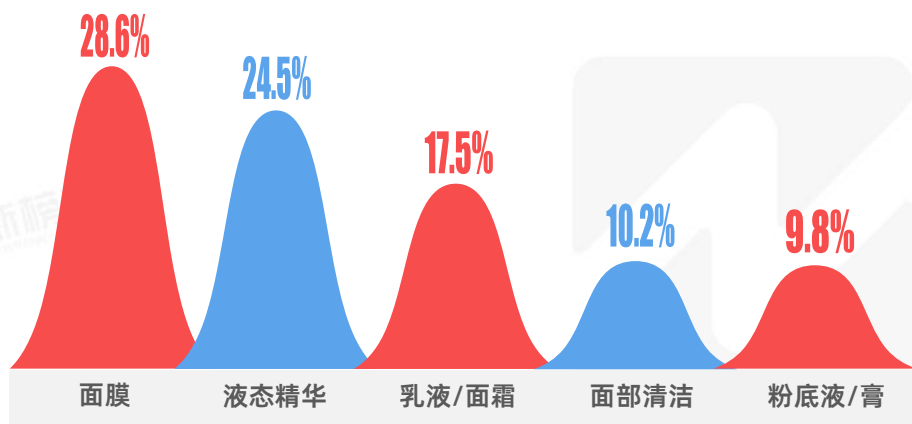


有没有仙女告诉我，到底值不值得买，好贵，我买了要准备退了

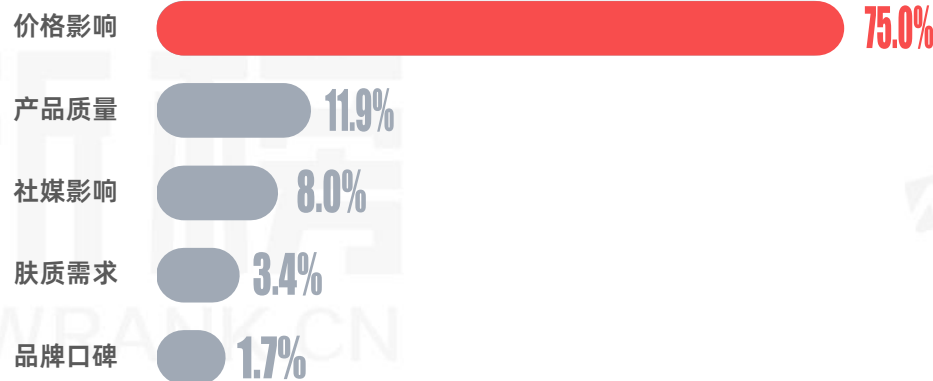
## “ 偏好大众产品，注重价格和实用性 ”

实用经济族群对于**面膜**、**液态精华**、**乳液/面霜**等产品关注度较高，她们更注重**价格**、**实用性和性价比**，热衷于**经典款**、**高性价比**、**有促销活动**的产品，偏好**平价品牌**和**大众产品**，在做购物决策时除了价格因素之外，还会注重**产品的性能和成分**，不盲目跟风。

用户评论-品类关注



用户评论-决策因素



产品举例



经典款  
碧素堂海藻补水  
润泽面膜



高性价比  
欧莱雅黑精华



促销活动  
玉兰油 (OLAY)  
大红瓶水乳

- 实用经济族群通常**对价格比较敏感**，他们可能会在购买前进行比较，以找到**性价比较高**的产品。
- 促销活动**对于实用经济族群的购物决策也有很大影响。例如**打折**、**满减**、**赠品**等优惠措施可以吸引更多消费者选择购买某一产品。

## 注重产品功效和品质，关注自身肌肤需求

抗衰保养族群更注重产品的功效和品质，以及自身肌肤的需求，希望通过科学合理的保养方法，延缓肌肤衰老，对抗肤色暗沉等问题，从而保持肌肤健康、年轻、美丽；用户痛点主要集中在产品出现副作用、产品效果达不到预期等。



17.4%  
样本人群占比

注重日常的护肤和保养习惯，以保持肌肤的健康状态，对抗衰老和护肤产品有较高的关注度。她们更加注重产品的功效和成分，追求高效的抗衰老、抗皱和紧致效果的产品，愿意为高品质的产品投入较高的价格。

护肤专家

自信从容

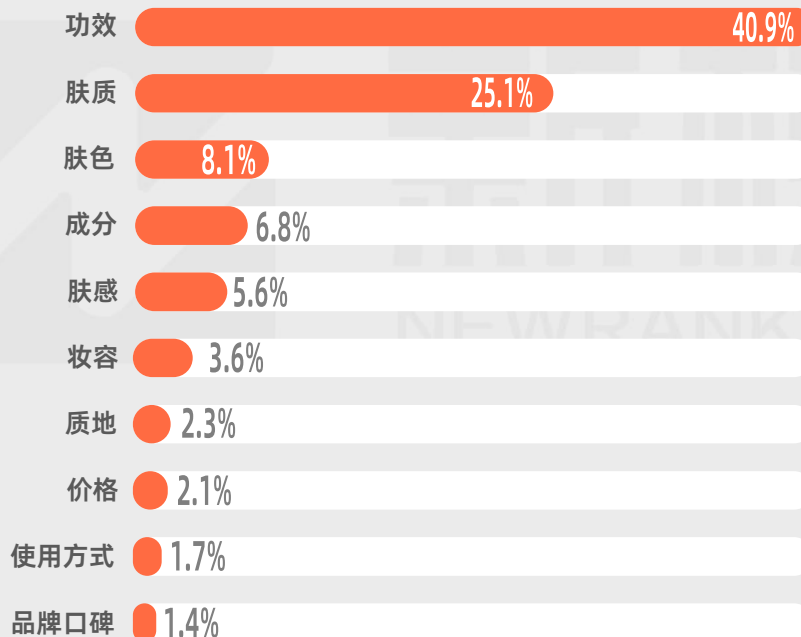
睿智成熟

品质追求者

爱好健康

成功职场人

### 用户关注点



### 用户痛点



上次就是晒伤了狂用美白精华结果刺激反黑了 最近要出去度假，想试试看这个面膜了



不知道是不是对美白产品里的某种成分过敏，买过好多牌子的美白产品都会过敏，都不敢轻举妄动了



尝试过各种祛斑都无效，都会反黑，所以我真的放弃了。因为这个斑是和心情，内分泌有一定关系，很复杂。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/055213310304011244>