

2021-2022年

抗老护肤品牌内容营销研究

艺恩出品 2022年

目录 CONTENTS

- 01 ● 抗老护肤品牌明星营销分析
- 02 ● 抗老护肤品牌KOL营销分析
- 03 ● 抗老护肤品牌内容赞助分析
- 04 ● 案例分析

近年来，随着“颜值经济”的快速发展、人们消费观念和健康意识的不断提升，抗衰老护肤品逐渐成为护肤品消费领域的重点，且呈现越来越年轻化的趋势。根据艺恩营销智库- KOL系统数据显示，“抗老”在小红书平台护肤行业热词互动量排行榜中排名第三位，且35岁以下用户占比超过8成。

在抗老护肤品牌中，雅诗兰黛、海蓝之谜、兰蔻等高端品牌占据大部分市场份额，这些品牌不仅在小红书、抖音、微博等平台积极进行明星、KOL的内容营销，还在剧集、综艺市场进行广告投放，旨在提升品牌的曝光度和关注度，并进一步提升品牌的知名度和用户规模。

本次报告主要研究了2021-2022年抗老护肤行业的内容营销概况、呈现行业内典型品牌进行明星、KOL和剧综软广投放的现状，并进一步通过分析雅诗兰黛品牌营销案例来还原抗老护肤品牌进行内容营销的现状和策略，希望能为读者带来帮助和启发。

主打“抗老”功能的护肤品品牌市场竞争格局

- 欧美品牌主打抗衰老功能的品牌众多，且市场竞争格局清晰，品牌定位明确，高奢品牌海蓝之谜、莱伯妮等品牌均是欧美品牌，一线品牌则有雅诗兰黛、兰蔻等营销力度较大的品牌；日韩品牌目前品牌分级也较为明确，出现了SK-II、资生堂等知名度较高的品牌；国产品牌中目前暂未出现较为高端的品牌，目前抗老功能较被大众认可的品牌珀莱雅、自然堂等品牌均走大众亲民路线。

日韩品牌线

- **顶级品牌：**SK-II、肌肤之钥（CPB）、雪花秀、后（Whoo）等
- **一线品牌：**资生堂、IPSA等
- **二线品牌及其他：**怡丽丝尔、兰芝等

国产品牌线

- 珀莱雅、自然堂、佰草集、欧珀莱、丸美等



欧美品牌线

- **顶级品牌：**海蓝之谜、莱伯妮、希思黎、赫莲娜（HR）、娇兰等
- **一线品牌：**雅诗兰黛、兰蔻、娇韵诗、修丽可等
- **二线品牌：**倩碧、玉兰油（OLAY）、科颜氏等
- **三线品牌：**巴黎欧莱雅、

明星
营销

- 广告代言
- 短期商务合作 (微博、小红书、抖音等社媒平台品牌推广)

KOL
营销

- 抖音
- 小红书
- B站
- 电商直播
- 微博
- 微信公众号
-

内容
赞助

- 软广投放

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/398010074075006112>