

美妆行业 周度市场观察

行业环境 | 头部品牌动态 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点：

2025，不做品牌的美妆没有未来？
2025，身体护理在卷什么？
一季度国际美妆企业财报透露了什么？

行业环境：

1. 2025，不做品牌的美妆没有未来？

关键词：美妆品牌,消费者认知,品牌化,产品创新,流量模式

概要：中国美妆市场4月零售总额达309亿元，同比增长7.2%。消费趋势从追逐短期流量转向注重品牌价值，国货品牌如珀莱雅、自然堂等因技术与品牌认知优势崛起。平台如淘宝天猫调整策略，助力白牌企业品牌化转型。未来美妆行业将进入“炼金时代”，品牌化、研发力与产品创新成核心驱动力，高质量与创新品牌更易实现可持续发展。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2025532648.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2025532648.shtml

2. 防晒黑科技来袭：资生堂全新「时光琉璃」防晒、欧莱雅「野王」防晒...

关键词：防晒,护肤,紫外线防护,养肤成分,美白

概要：防晒已成为全年护肤刚需，中国防晒市场持续扩大，预计2025年突破360亿元。社交媒体热度反映公众高度关注。当前防晒产品升级为综合解决方案，满足场景化需求。本周多款创新新品聚焦：资生堂提供抗老修护，欧莱雅适合户外活动，片仔癀带来清爽体验，肌肤未来主打防晒美白一体化，稚优泉实现一瓶多效。这些新品在配方、科技及使用体验上实现突破，满足多元化需求。

[原文链接](https://www.c2cc.cn/news/10011359.html)：https://www.c2cc.cn/news/10011359.html

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

3. 2025，身体护理在卷什么？

关键词：身体护理,面部护肤,情绪疗愈,功效成分,香氛护理
概要：中国身体护理市场预计2024-2028年复合增长率达6.4%，2028年规模将突破378亿元。行业呈现三大趋势：一是身体护理向面护级升级，功能化、专业化产品增多；二是精细化发展，细分场景、季节性需求和特殊人群护理成重点；三是情绪经济崛起，香氛类产品注重情绪价值创造。未来，具备研发实力、场景洞察和情感共鸣能力的品牌将占据优势。

原文链接：<https://www.cbo.cn/article/id/52974.html>

4. 复苏加速！4月化妆品卖了309亿元

关键词：化妆品零售,网上零售,同比增长,抖音美妆,天猫美妆
概要：今年1-4月，我国化妆品零售额达1454亿元，同比增长4%。其中，4月单月零售额为309亿元，增速高于社会消费品零售总额。线上渠道表现强劲，天猫美妆销售额增长10.6%，抖音美妆护肤增长29.05%，国货品牌如韩束、珀莱雅表现突出。京东美妆则承压下滑6.68%。国际品牌仍占主导，但国货在新兴渠道崛起，头部集中度下降，彩妆领域新品牌快速成长。业内人士认为，政策支持和消费结构变化将推动行业持续增长，品牌需注重高质量与可持续发展。

原文链接：<https://www.cbo.cn/article/id/52968.html>

5. 2025中国化妆品科学技术大会召开，贝泰妮/珀莱雅/华熙生物齐聚昆明

关键词：科技创新,产业升级,植物资源,研发体系,绿色产业链
概要：2025中国化妆品科学技术大会在昆明召开，聚焦行业科技创新。我国化妆品市场规模超万亿元，居全球首位，科技创新成产业升级核心驱动力。贝泰妮等企业分享利用本土植物资源开发“中国成分”的实践经验。大会探讨miRNA、王浆酸、光甘草定等前沿技术，推动抗老、美白、抗氧化等领域突破。专家强调科研创新与人才培养是企业竞争优势的关键，助力中国化妆品从制造向创造跃升。

原文链接：<https://www.hzpb.com.cn/News/Index/detail/id/8193.html>

6. 一季度国际美妆企业财报透露了什么？

关键词：经济下行,亚太市场,营收下滑,高基数效应,产品提价
概要：2025年一季度，国际美妆企业业绩分化显著。头部企业受经济下行和亚太市场疲软影响，营收增速放缓或下滑，如宝洁八年来首次季度营收下降，雅诗兰黛和Kenvue营收分别下滑10%和3.9%。中小型企业展现较强增长韧性，“头部效应”减弱。香氛业务增长放缓，但Puig等企业仍保持较高增速。企业通过提价、优化成本、裁员等方式应对挑战，同时调整区域策略。全球美妆市场进入低速增长期，需在创新和布局上寻求突破。

原文链接：<https://www.c2cc.cn/news/10011363.html>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

7. 时隔三年重返雅诗兰黛，9年老将执掌彩妆部门

关键词：彩妆部门,高管任命,奢侈品牌,美容品牌,业务模式
概要：雅诗兰黛任命Lisa Sequino为彩妆部门高管，负责MAC、Bobbi Brown等品牌，7月1日上任。Lisa曾助力雅诗兰黛北美业务扭亏为盈，零售额增长1.24亿美元，并成功推动JLo Beauty净销售额从500万增至5000万美元。此次任命完成新品牌集群高管团队组建，旨在应对彩妆业务净销售额下滑9%、营业利润下降79%的挑战。

原文链接：<https://www.cbo.cn/article/id/52988.html>

8. 全球美妆可持续变革！自然堂集团给出“中国方案”

关键词：抗衰黑科技,绿色美妆,可持续发展,抗疲老精华,细胞级新生
概要：第29届上海美博会以“全球新品发布”为主题，吸引40余国超10000个品牌参展。自然堂集团携四大品牌亮相，推出多款新品，展示可持续发展成果。自然堂小紫瓶系列主打“抗疲老科技”，美素玫瑰胶原系列实现双通路抗衰。集团聚焦核心原料国产化，开发20余种原料，践行绿色美妆理念，计划2030年减少42%温室气体排放。自然堂品牌进军越南市场，深化出海战略。

原文链接：<https://www.c2cc.cn/news/10011332.html>

9. 得物美妆GMV破百亿！韩束、薇诺娜、半亩花田等商家赚翻了

关键词：美妆商家,得物平台,流量成本,用户群体,退货率
概要：美妆市场虽竞争激烈、流量成本高，但得物平台凭借独特模式实现高速增长，美妆GMV破百亿，品牌增速超150%。其成功源于免费流量占比90%、低退货率（2%以下）、短账期及高效经营环境。今年得物下调服务费率，推出优惠政策，吸引薇诺娜、珀莱雅等品牌合作，成为商家增量新风口，实现多方共赢。

原文链接：<https://www.hzpb.com.cn/News/Index/detail/id/8194.html>

10. 护肤贡献4成营收，逸仙电商Q1强劲增长

关键词：护肤业务,营收增长,高端化,功效护肤,毛利率提升
概要：逸仙电商2025年Q1营收8.34亿元，同比增长7.8%，超预期。护肤业务营收3.6亿，占比43.5%，同比增长47.7%，由Galénic、DR.WU和EVELOM驱动，EVELOM线下首店首月销售完成率超300%。整体毛利率升至79.1%，产品结构优化明显。彩妆业务营收4.71亿，同比下降9.9%，但小奥汀和PinkBear线上表现强劲。公司关闭部分线下门店，营销费用降至66.4%，预计Q2营收增长2%-12%。

原文链接：<https://www.cbo.cn/article/id/52967.html>

关于艾瑞/法律声明

关于艾瑞

艾瑞是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。