

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:

从爆雷款到“塑料茅台”，美妆行业能从潮玩标杆取何真经？
芳香疗愈SPA：美妆行业的下一个“卷”点？
六部门发文，国货美妆产业将掀IPO热潮？

行业环境:

1. 从爆雷款到“塑料茅台”，美妆行业能从潮玩标杆取何真经？

关键词：中国IP,全球影响力,缺陷美学,情感营销,稀缺性操控

概要：2025年，中国IP全球影响力显著提升，《哪吒之魔童闹海》跻身全球影史票房前30，LABUBU潮玩以“缺陷美学”引发热潮。美妆行业从小众审美入手，花西子、橘朵融合传统文化满足个性化需求。品牌通过稀缺性、本土化叙事和UGC增强用户连接。未来，美妆竞争将集中于创新与文化影响力，差异化价值是关键。

[原文链接](https://www.c2cc.cn/news/10011435.html)：https://www.c2cc.cn/news/10011435.html

2. 芳香疗愈SPA：美妆行业的下一个“卷”点？

关键词：疗愈经济,芳疗市场,情绪价值,健康消费,五感体验

概要：随着生活节奏加快，疗愈类服务成市场刚需，中国失眠发生率超38%，全球疗愈经济年增10%，预计2025年达7万亿美元。芳疗市场因天然安全特性快速崛起，消费额年均增长20%-30%，“SPA+零售”模式兴起。然而，行业存在品牌分散、同质化、人才短缺等问题。未来需通过规范化、技术创新和本土化融合破局，疗愈经济或成新消费蓝海。

[原文链接](https://www.c2cc.cn/news/10011429.html)：https://www.c2cc.cn/news/10011429.html

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

3. 六部门发文，国货美妆产业将掀IPO 热潮？

关键词：美妆行业,上市热潮,IPO进展,港交所,细分赛道
概要：2024年美妆行业或迎上市热潮，多家国内企业如林清轩、谷雨等推进IPO，颖通控股将成“中国香水第一股”。政策鼓励优质消费企业上市，港交所因流程快成热门选择，A股仍为多数目标。原料商占上市主力，品牌商次之，部分企业终止IPO。业内认为国货美妆将进入资本扩张新周期，高端护肤、香氛等领域潜力大。

原文链接：<https://www.cbndata.com/information/294160>

4. 中国商场“美妆浓度” 市调报告

关键词：化妆品市场,渠道转型,品牌分化,商业载体,美妆专柜
概要：中国化妆品市场进入调整期，线下渠道转型压力显现，高端国际品牌加码，中端日韩及本土品牌收缩，“K型分化” 明显。银泰百货成最大实体零售商，百货凭借布局优势突出，未来美妆零售将融合品牌密度与空间体验。

原文链接：<http://www.linkshop.com/news/2025533717.shtml>

5. 运动美妆来袭！真需求还是“消费陷阱”？

关键词：运动美妆,女性消费,户外防晒,带妆健身,场景化悦己
概要：运动美妆成新兴市场，预计2028年达314亿美元。品牌纷纷布局，推出防水防汗等高性能产品，满足女性运动场景需求。但其必要性与健康影响存争议，消费者推动“护肤+彩妆”融合趋势。行业需平衡营销与女性自主权，聚焦功能性和自我表达，从流量驱动转向价值赋能，助力女性自信展现个性。

原文链接：<https://www.c2cc.cn/news/10011426.html>

6. 香奈儿双微囊？LV纯铜香水？逐本穿戴香？

关键词：香水,护肤品,化妆品,香氛,护唇
概要：近期时尚美妆新品涵盖香水、护肤品、彩妆和配饰等领域。Louis Vuitton推出限量纯铜香水瓶男士香水，香奈儿山茶花系列注重保湿，PRADA新香融合花香与木质调。Diptyque携手艺术家打造夏日限定系列，爱马仕彩妆工具结合可持续木材。Fenty Beauty固体唇釉滋养显色，HBN晶钻面霜抗老亮肤。逐本项链融入东方哲学与精油香气。新品传承经典，探索创新工艺与自然灵感结合。

原文链接：<https://www.cbo.cn/article/id/53021.html>

01

行业趋势
Industry Trends

行业环境：

7. 明星都在开美妆公司，但谁能最终跑赢市场？

关键词：美妆并购,名人光环,产品力,用户粘性,商业增长
概要：E.l.f. Beauty以10亿美元收购Hailey Bieber的Rhode，刷新美妆并购纪录。Rhode的成功源于“内容—产品—社群”逻辑及品牌基础。交易表明明星光环非唯一估值因素，产品力与用户粘性更关键。其他名人品牌如Haus Labs、Rare Beauty等也通过重塑形象、资本合作或渠道拓展实现增长，展现多样化发展路径。

原文链接：<https://www.c2cc.cn/news/10011427.html>

8. 618美妆逆势猛增63%？韩束登顶？珀莱雅霸榜？

关键词：美妆行业,618大促,消费趋势,品牌竞争,价格战
概要：2025年“618”大促整体冷清，消费降级明显，但美妆行业逆势增长575亿元，同比增长63.35%。国货品牌如珀莱雅、韩束等及国际品牌如SK-II表现亮眼。新兴趋势如情绪价值、沉浸式营销推动渠道变革，但价格混乱、服务差等问题影响用户体验。品牌需提升全价值链以应对理性消费与竞争。

原文链接：<http://www.linkshop.com/news/2025533560.shtml>

9. 美妆“技术平权”时代，品牌优先级高于产品

关键词：技术平权,品牌竞争,产品创新,信任代理,开放世界
概要：2025年，中国美妆市场进入“技术平权”时代，产品同质化严重，难以形成核心技术差异。企业多通过功能叠加实现创新，但技术门槛降低使中小品牌也能获得相近产品力。在此背景下，品牌成为竞争关键。品牌竞争属于开放世界竞争，更具差异化空间，能承载更多盈利企业。品牌需满足个性需求、引发文化情绪共鸣、提供信任感和额外体验。在信息过载时代，品牌可作为“信任代理”，降低消费者决策成本。建立品牌信任需长期专注未被满足的需求，并通过专业背书和用户共创积累口碑。品牌的核心在于不可替代性，由世界观、解决方案与情绪价值共同构建，是超越产品本身、具备长生命周期的存在。

原文链接：<https://www.hzpb.com.cn/News/Index/detail/id/8237.html>

10. 5月国妆榜，哪些是用户偏爱的品牌？

关键词：美妆,护肤,618大促,品牌升级,年轻化战略
概要：2025年618大促期间，国内美妆品牌通过科技创新与跨界合作加速产品升级，珀莱雅、自然堂和薇诺娜位列前三。小奥汀、红之和温碧泉首次上榜。抖音平台国际品牌表现强劲，而淘天平台国产品牌快速崛起。拉芳与华为等合作推智能技术，小奥汀联名趣味彩妆吸引年轻人，红之和温碧泉分别通过明星代言和技术突破提升销售。榜单显示，天猫护肤榜中珀莱雅与欧莱雅领先，抖音护肤榜国际品牌靠前，淘宝天猫及抖音彩妆榜国货表现突出。

原文链接：<http://www.linkshop.com/news/2025533527.shtml>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

11. 又一关键任命，雅诗兰黛三大王牌彩妆发力！

关键词：战略协同,渠道拓展,业绩增长,彩妆业务,品牌管理
概要：雅诗兰黛集团任命Sara Staniford为MAC、Bobbi Brown及Too Faced在英爱市场的副总裁兼总经理，推动渠道共享与协同增长，应对彩妆业务下滑。Sara具备丰富美妆经验，将优化供应链与跨品牌合作，助力集团“重塑美妆新境”战略，提升效率并降低成本，成为彩妆复苏关键。

原文链接：<https://www.cbo.cn/article/id/53034.html>

12. 毛戈平是伪装成化妆品公司的美容院

关键词：化妆品,经营模式,毛戈平,复购率,非标化
概要：毛戈平化妆品公司以独特经营模式和高复购率（如会员复购率达99.7%）在国货美妆中脱颖而出，市值超500亿元。创始人毛戈平依托化妆技艺与亚洲人脸型理解，打造“非标化”服务模式，结合化妆教学与产品销售，提升品牌忠诚度。其高端定位产品定价超越国际大牌，线下372家自营专柜为核心优势，实现84.4%高毛利率。通过服务增值摆脱行业“两高一低”困境，在竞争中占据高地。

原文链接：<http://www.linkshop.com/news/2025533463.shtml>

13. 欧莱雅斥资10亿欧元押注科技护肤

关键词：科学护肤,功效护肤,品牌收购,私募股权,成分透明
概要：Medik8是英国高端护肤品牌，成立于2008年，主打“CSA”理念与高浓度、低刺激产品，获Inflexion投资后快速增长。2024年被欧莱雅以约10亿欧元收购多数股权，推动其全球化发展，进入国际顶级品牌行列。

原文链接：<https://www.cbo.cn/article/id/53031.html>

14. 中国第4大香水集团敲钟！

关键词：香水品牌,美妆行业,品牌矩阵,渠道生态,线下终端
概要：6月26日，颖通控股（股票代码：06883.HK）成功在香港交易所上市，被誉为“中国香水第一股”。按2023年零售额计算，颖通是中国最大的香水品牌管理公司及第四大香水集团。公司年营收超20亿元，其中香水业务占比超8成，但护肤和彩妆业务正稳步增长。颖通运营72个外部品牌，包括爱马仕、范思哲、澳尔滨等，并计划每年引入约10个新品牌以优化品牌矩阵。公司亦发展自有品牌SantaMonica，但目前贡献较小。销售渠道方面，已覆盖中国400多个城市，拥有超8000个线下终端及多平台线上销售体系。零售商渠道为业绩核心引擎，占2025财年收入近五成。此次IPO募资将用于扩展渠道及加强品牌生态建设。

原文链接：<https://www.c2cc.cn/news/10011453.html>

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

15. 裁员、出售品牌 海外化妆品巨头“断臂”求生

关键词：美妆,奢侈品,大众消费品,裁员,出售品牌
概要：科蒂计划出售奢侈品和大众消费品部门资产，裁员700人，并调整生产布局，以应对净销售额下降和亏损扩大的压力。宝洁同样宣布裁减7000个岗位，退出部分业务，同时加码抖音平台投资。两家企业通过优化成本结构和清库存应对市场疲软，短期内提振市场信心，但高端美妆业务仍受消费情绪影响较大。

原文链接：<https://www.c2cc.cn/news/10011432.html>

16. 狼爪迎中国新帅，要当平替始祖鸟？

关键词：户外品牌,中端市场,大众专业,品牌定位,安踏收购
概要：安踏收购德国户外品牌狼爪后，任命姚剑为品牌总裁，负责全球业务运营。姚剑曾推动萨洛蒙品牌转型，经验丰富。狼爪创立于1981年，虽在欧美市场知名，但因市场变化几经易主。安踏计划将其定位于中端和大众专业户外领域，填补品牌矩阵空白。尽管品牌认知度较低，但狼爪有望成为中国户外市场“中间地带”的竞争者，与国产品牌争夺大众专业市场。安踏希望通过姚剑的经验，助力狼爪实现品牌重塑和增长，进一步完善其户外运动布局。

原文链接：<https://www.cbndata.com/information/294136>

17. 彩妆TOP1集团收购百植萃！在下一盘大棋？

关键词：科学护肤,敏感肌,医研结合,品牌孵化,渠道拓展
概要：橘宜集团收购皮肤学级护肤品牌百植萃，完善多品牌美妆矩阵。百植萃由皮肤科医生创立，专注敏感肌领域，此次收购填补橘宜专业护肤空白，与现有品牌形成协同效应，构建彩妆、头皮护理及护肤全域生态。此举体现行业从流量向科学价值回归趋势，助力百植萃拓展消费群体，打造中国科学护肤国际标杆。

原文链接：<https://www.c2cc.cn/news/10011433.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。