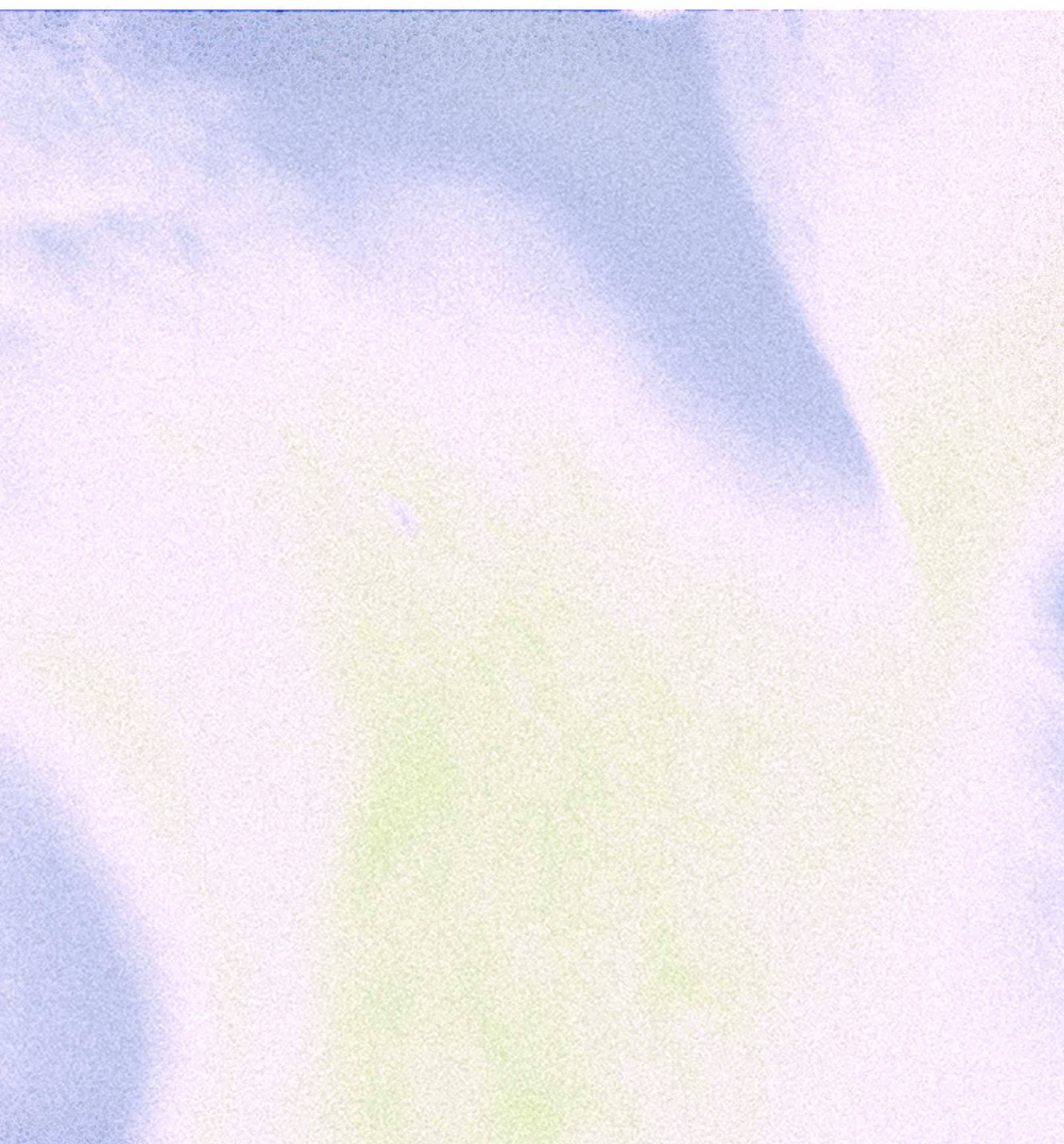


2024 小红书

全球 美护行业
趋势 报告

联合发布：时尚COSMO



lifestyle

美

—— 是一种

生活

方式

Sharing
Creates Value



美不只一种

爱美的人

期待更多个性化的变美选择

2024

小红书

“遇事不决，红书解决”逐渐成为年轻人相互调侃的段子，每一位用户都能在小红书上寻找到自己认同的变美之道。过去一年在美护领域：

180亿

小红书新增
相关内容搜索量达

1亿篇

垂类笔记

59%

美护产品
购买用户同比增长

* 数据源自小红书数据平台, 统计周期为 2023.09.01-2024.08.31

有超4000万用户在小红书种草发现美护新产品,并直接下单,高效购买关于“美”的生活方式。

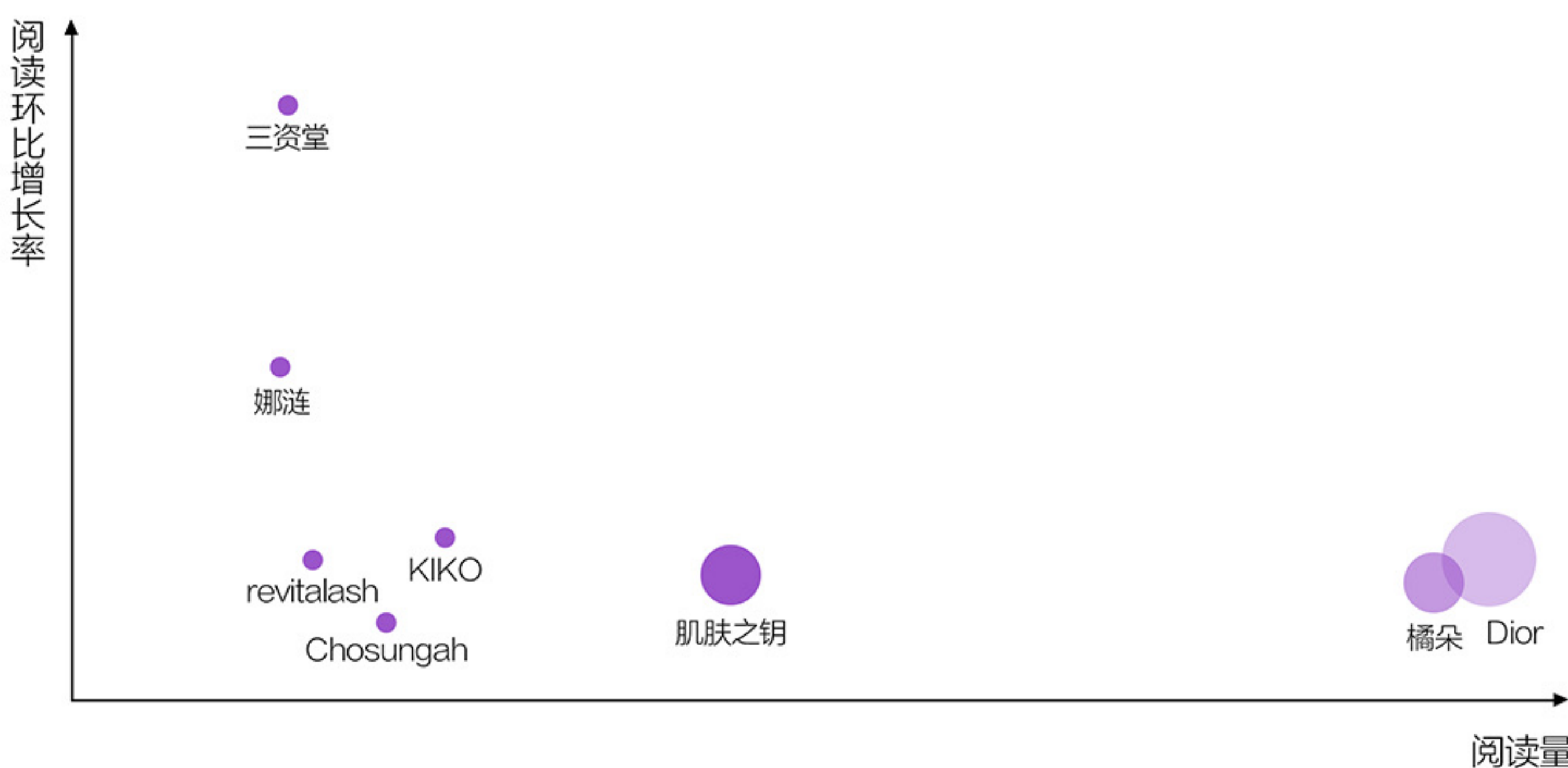
借助美护趋势的消费红利，诸多海外小众品牌与新兴国货快速实现了种草曝光和声量转化，取得销量逆袭。

小红书 8 月美护搜索热度 TOP10

M.A.C 子弹头唇膏
ESTEE LAUDER DW 持妆清透粉底液
LANCOME 小蛮腰菁纯丝绒雾面唇膏
YSL 黑管唇釉
shu uemura 羽纱持妆粉底液
NARS 流光美肌粉底液
JOOCYEE 晶冻口红
CLARINS 双萃精华
LANCOME 持妆粉底液
NARS 流光美肌蜜粉饼

小红书 8 月美护热卖 TOP10

SANZITANG 睫毛膏黑色(防水防汗防晕妆)
CHOSUNGAH Ver.22 遮瑕粉底棒
NALY 光感隔离霜
JUDYDOLL 高光修容一体盘(暖皮用)#02 树影盘
KIKO #133 双头唇釉镜面透明唇蜜
RED CHAMBER 春树系列多用液唇膏口红 木质茶棕
Dior 城堡系列香水五件套
REVITALASH「章小蕙专享」赋活纤长睫毛精华液
CPB 长管隔离霜 光凝润采妆前隔离霜 37ml
JUDYDOLL 唇粉霜气垫唇霜



* 数据源自小红书数据平台, 统计周期为 2024.08.01-2024.08.31

* 数据源自小红书数据平台, 统计周期为 2023.09.01-2024.08.31

在平台美护趋势带动下，部分美护小众品牌在短期内实现最大程度曝光，尽管在搜索热度方面仍存在一定差距,但依然能取得亮眼的销售成绩。

02

美的经验值得学习

小红薯们在跟着买手一起变美

2024

小红书

头部买手带领的趋势风尚,已成为红薯们下单的新风向标,其高质量输出和精细选品,帮助品牌实现了从种草到下单的无缝衔接。

「玫瑰是玫瑰」IP 主理人章小蕙真正挖掘出了产品自在趋势背后的价值与内涵



* 数据来源于小红书数据平台

新一阶段的悦己和自我提升的需求融入进消费趋势中,在趋势打造的基础之上,品牌与平台和买手的合作无疑已成为美护品牌实现种草 + 下单一体的最快路径。

03

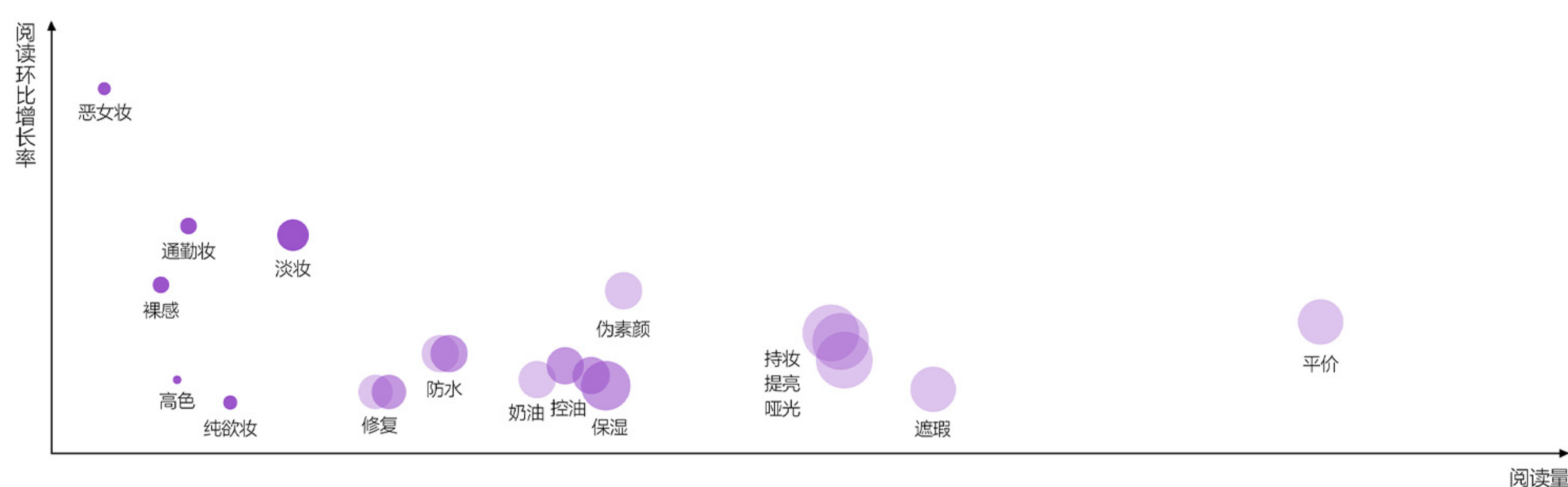
基础功效叠加生活场景 构成了更加完整的变美解决方案

2024

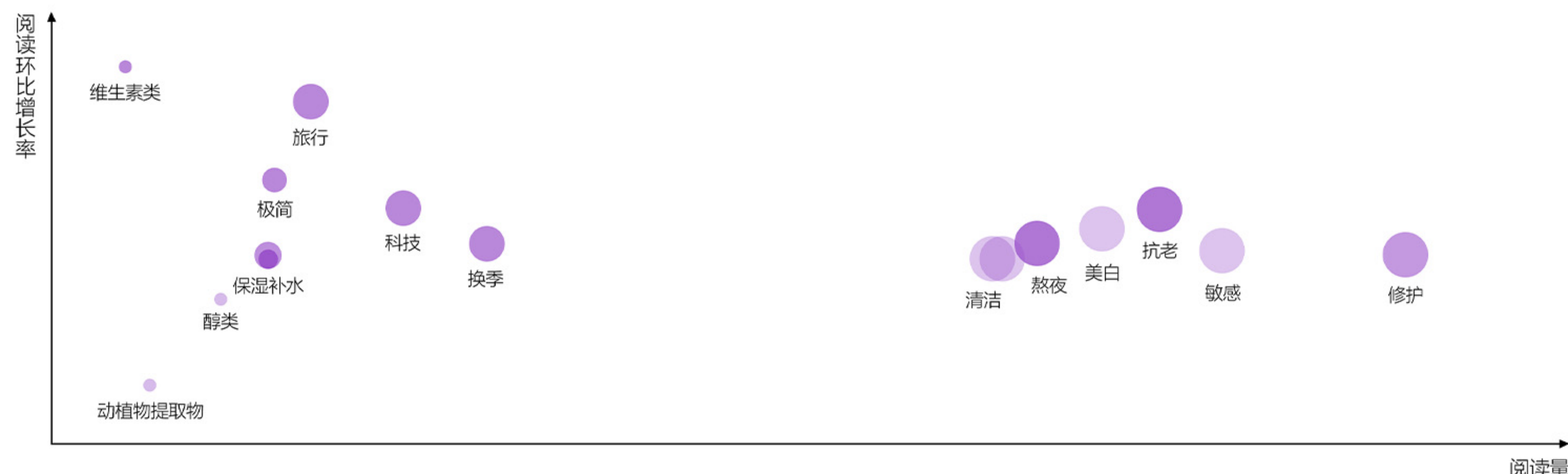
小红书

新的消费者需求出现，意味着仅凭功效将不再足以将美护产品投射进用户的使用想象中。**打造更完整的生活应用场景**，切中目标群体的整体生活方式风格，**才能更有效地赢得用户。**

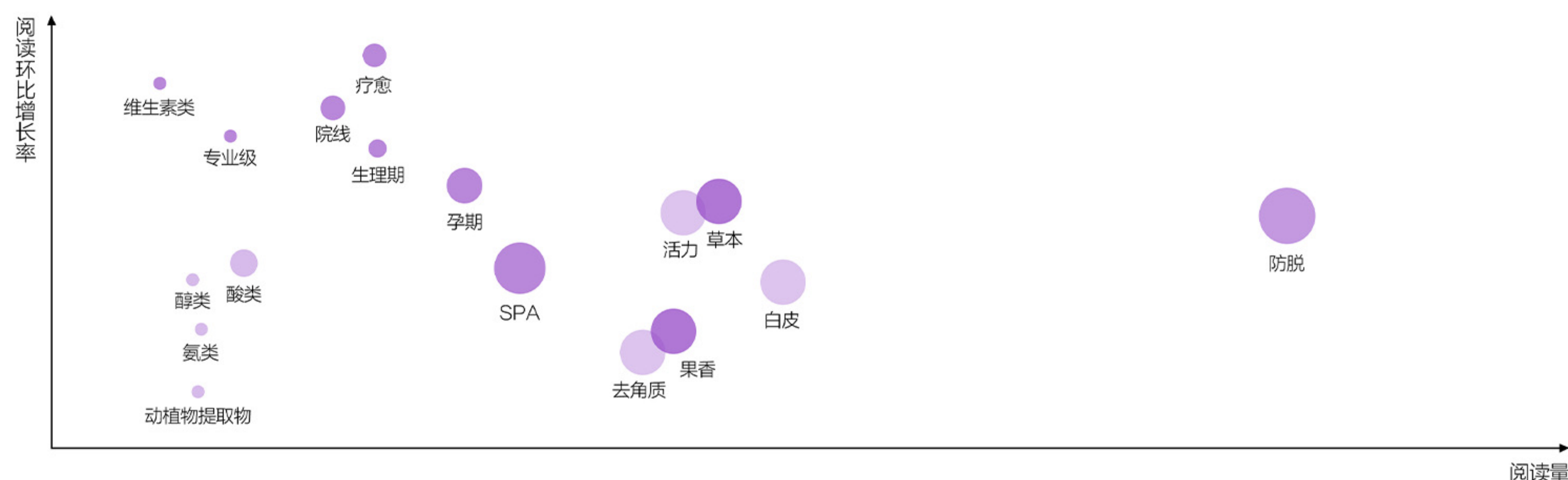
消费者在持续关注基础功效之外，开始更加注重日常生活场景中的美护需求，相关话题的搜索量和关注度持续上涨。



* 数据源自小红书数据平台,统计周期为 2023.09.01-2024.08.31



* 数据源自小红书数据平台,统计周期为 2023.09.01-2024.08.31



* 数据源自小红书数据平台,统计周期为 2023.09.01-2024.08.31

顺应这一转变，小红书结合过去一年的美护行业综合数据，发布并力求打造具有生活场景的**六大美护趋势**，结合头部买手的优势，旨在掀起新一轮的收益热潮。

04 美护新趋势

美妆趋势① 高色彩 艺术家 Make up

2024

小红书

消费者日趋丰富的休闲方式也增加了对**创意性妆容**的需求。当玩妆成为一种爱好和自我能量增强的方式，消费者对于彩妆产品的需求也日益增长，海外小众彩妆品牌逐渐进入玩妆大佬们的视野。

384万

创意妆 #
相关话题搜索量达

131万篇

相关笔记数量达

93万篇

化妆玄学 #
相关笔记数量达

67%

海外小众彩妆品牌
搜索量环比提升

* 数据源自小红书数据平台, 统计周期为 2023.09.01-2024.08.31

最热彩妆玩色清单



HOURGLASS
小滴管液体腮红

◎ 搜索量环比增长

603%

* 数据源自小红书数据平台,
统计周期为 2023.09.01-2024.08.31



girlcut
蜜桃大会系列品

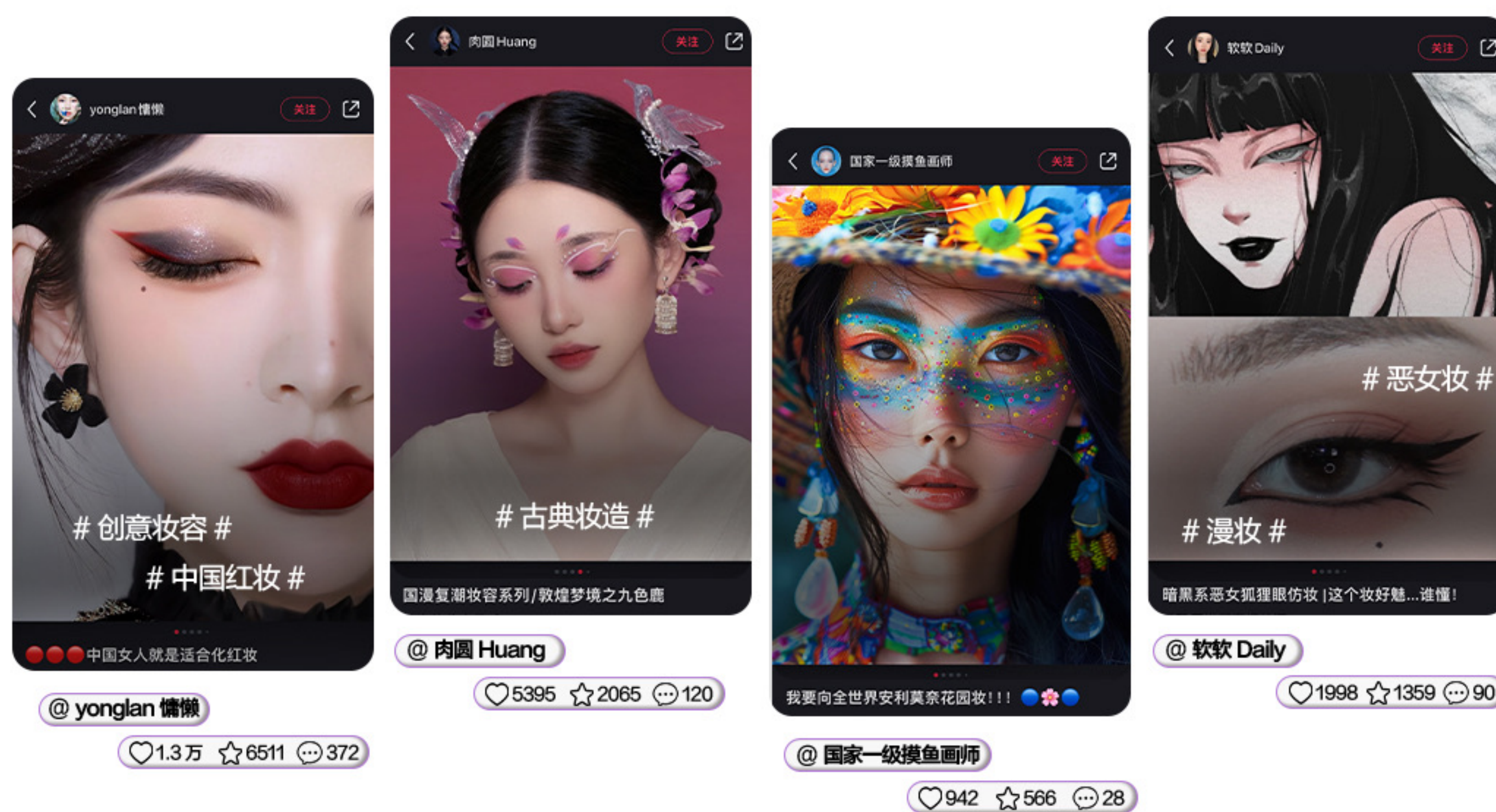
◎ 上新当天新品爆卖

152万

* 数据源自小红书数据平台

爆发系数

24倍



美妆趋势②

花小钱 变大美

Make up

2024

小红书

人间清醒已经成为新一代消费者的标签，更令一届的年轻人上头的是**综合性强的产品**，众多功能全面的**平价海外彩妆**进入他们的视野。

129%

化妆作弊神器 #
话题搜索量同比增长

4万篇

相关笔记数量达

1.3亿

平替 #、# 平价好物 #
相关话题搜索量达

19亿

平替 #、# 平价好物 #
话题阅读量达

* 数据源自小红书数据平台, 统计周期为 2023.09.01-2024.08.31

最高性价比清单



bbia 腮红膏 + 水光唇釉

◎ 搜索量环比增长

66%

* 数据源自小红书数据平台,
统计周期为 2023.09.01-2024.08.31

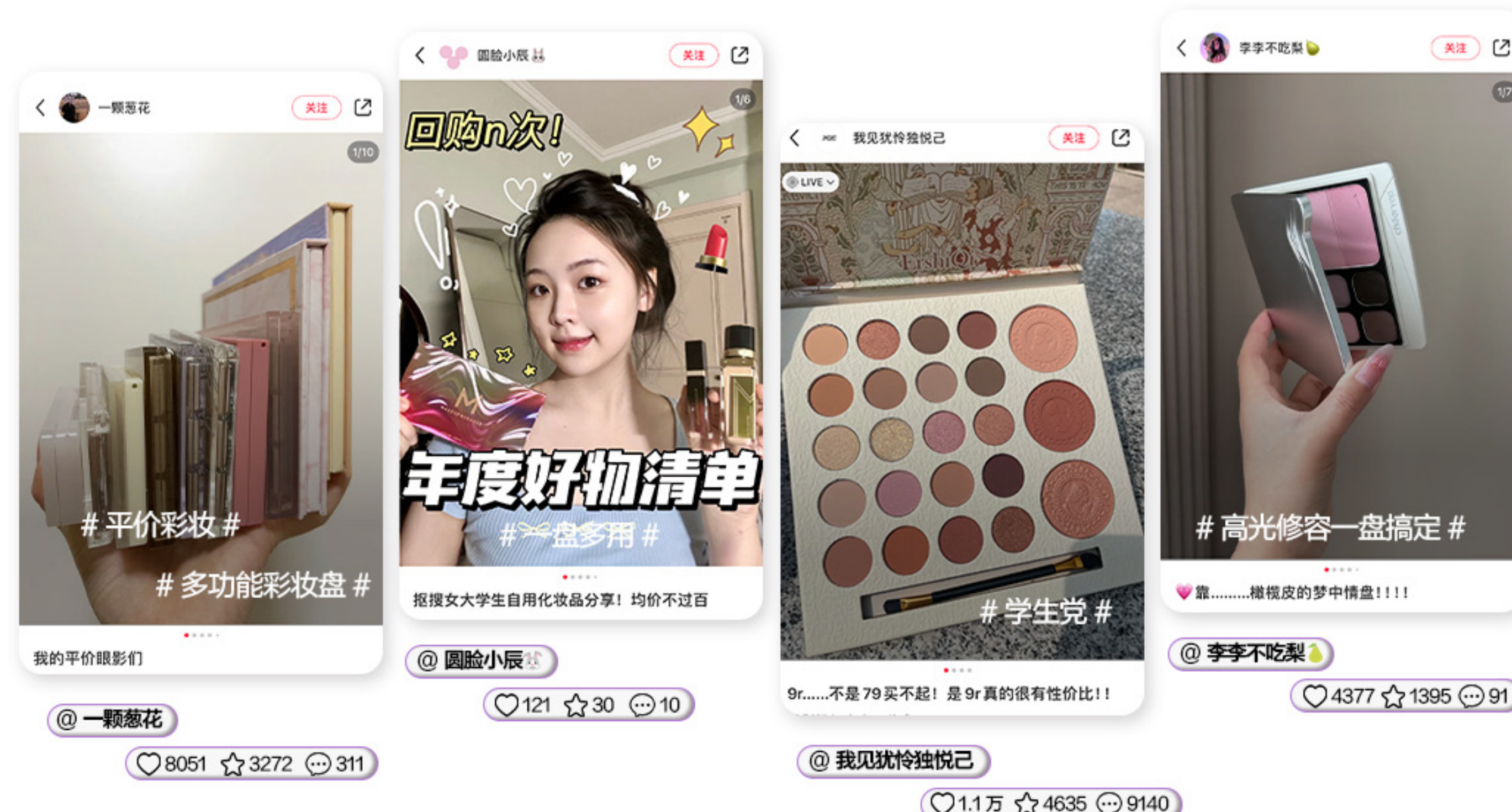


kiko 双头唇釉

◎ 月销售环比增长

128%

* 数据源自小红书数据平台,
统计周期为 2023.09.01-2024.08.31



护肤趋势①

高智感 护肤

Skincare

2024
小红书

相比华丽的包装和外壳, 消费者们更关注产品的成分配比以及科技含量。其中, 用心做产品却尚未火出圈的海外护肤品牌最受青睐。

215万

搜索 # 科技护肤 #
关键词的小红书用户量达

256万篇

功能护肤 #
关键词相关笔记数量达

* 数据源自小红书数据平台, 统计周期为 2023.09.01-2024.08.31

针对不同功效, 消费者注重护肤品中不同的科技成分。对于成分的细分项, 消费者同样有更加准确和细致的护肤需求。

最具科技含量清单



欧玛 PHYTO-C
色修精华

◎ 搜索量达
184 万次

* 数据源自小红书数据平台,
统计周期为 2023.09.01-2024.08.31



Cellcosmet 瑞妍
焕颜臻萃红毯面膜

◎ 24 年销售同比增长
150%

◎ 618 期间产出破
200 万记录

* 数据源自小红书数据平台

最受消费者关注的护肤成分 - 胺类



最受消费者关注的护肤成分 - 酸类



最受消费者关注的护肤成分 - 肽类



最受消费者关注的护肤成分 - 醇类



最受消费者关注的护肤成分 - 动植物提取物



* 数据源自小红书数据平台, 统计周期为 2023.09.01-2024.08.31

护肤趋势②

极简主义

Skincare

2024

小红书

面对眼花缭乱的产品，红薯们的精神状态只是“淡淡的”。只选对的产品，看似在给肌肤做减法，实际是在给人生做加法。

916万

精简护肤 #、# 懒人护肤 #
关键词搜索量达

173万篇

精简护肤 #、# 懒人护肤 #
相关笔记数量达

* 数据源自小红书数据平台, 统计周期为 2023.09.01-2024.08.31

长期主义必备清单



COSMETICS 27
经典面霜

◎ 搜索量环比增长

497%

* 数据源自小红书数据平台,
统计周期为 2023.09.01-2024.08.31



欧臻廷
保湿修护亮颜银霜

◎ 单场直播

销量破百万

* 数据源自小红书数据平台

极简护肤 话题阅读量趋势变化



* 数据源自小红书数据平台, 统计周期为 2023.09.01-2024.08.31

个护趋势①

疗愈系 浴室

Personal care

2024

小红书

打工打出了“命缩力”，随地大小累成为上班族相互调侃的标签。在洗护的过程里疗愈自己，成为更新精神状态的有效 tip。疗愈系浴室，正值热潮。

131万

浴室场景下
疗愈 # 话题搜索量达

66万篇

相关笔记数量达

* 数据源自小红书数据平台, 统计周期为 2023.09.01-2024.08.31

浴室最佳疗愈单品



安的玫瑰庄园
玫瑰身体磨砂膏

◎ 搜索量环比增长

197%

* 数据源自小红书数据平台,
统计周期为 2023.09.01-2024.08.31



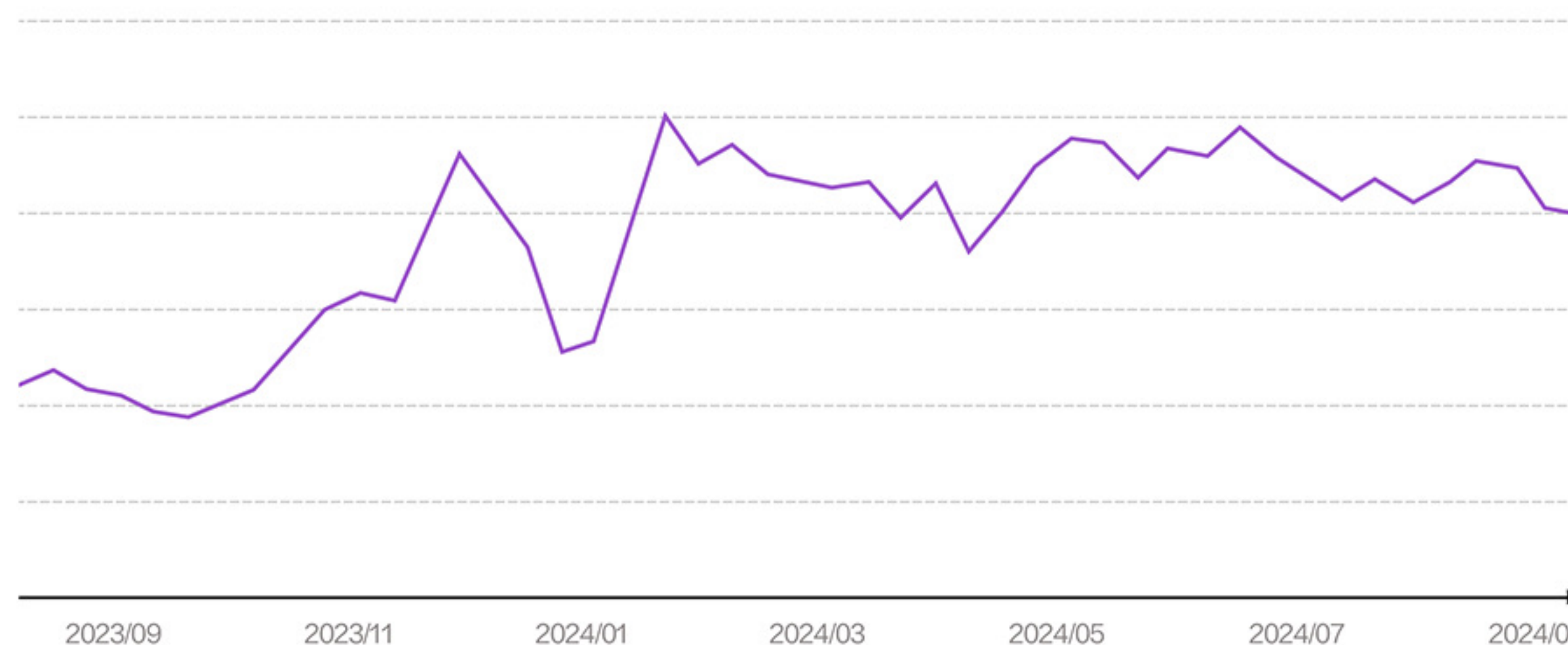
浴见
红松籽沐浴油 + 乌檀木浴刷

◎ 店铺月销

500万+

* 数据源自小红书数据平台

沉浸式泡澡 话题阅读量趋势变化



* 数据源自小红书数据平台, 统计周期为 2023.09.01-2024.08.31

个护趋势②

宅家 护发沙龙

Personal care

2024

小红书

宅家也可以是护发星人的狂欢。逆流而行，在风很大的网红产品之外选择小众的海外宝藏产品，打造自己的院线级护发体验，怎么不算一种顶级护理的“替身文学”？

1亿

家庭场景中
护发 # 的笔记搜索量达

4937个

护发 #
相关商品数量达

* 数据源自小红书数据平台, 统计周期为 2023.09.01-2024.08.31

沉浸式护发体验单品



DAVINES 大卫尼斯
欧艾洗发水 + 欧艾护发素

◎ 月搜索量

79万

* 数据源自小红书数据平台



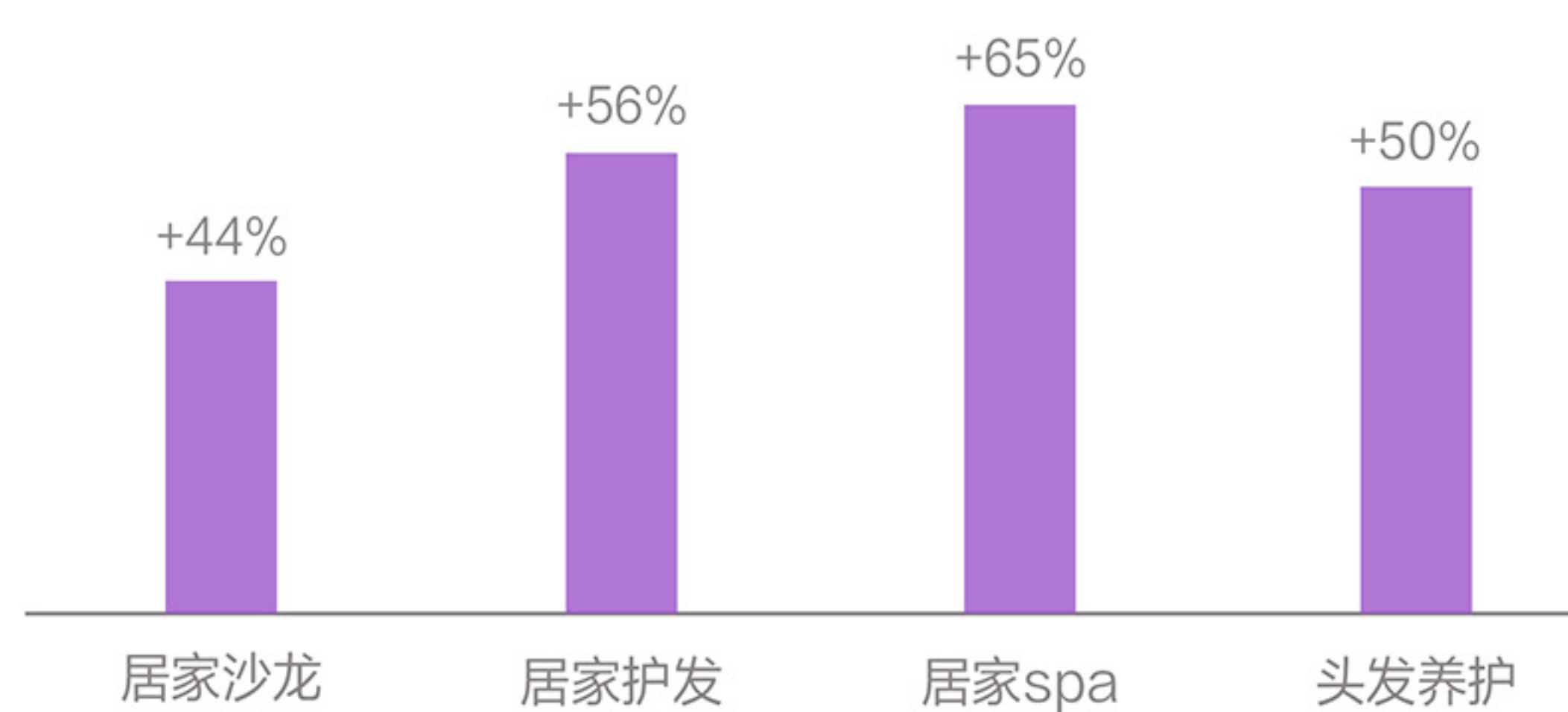
MY.ORGANICS
有机桉树油 +
有机活力洗发水 + 有机活力安瓶

◎ 月销破

百万

* 数据源自小红书数据平台

沉浸式护发 话题阅读量同比变化



* 数据源自小红书数据平台, 统计周期为 2023.09.01-2024.08.31

05

在小红书看见趋势 引领趋势

成为美护品牌生意增长的大势所趋

2024

小红书

种草能力只是小红书的冰山一角,扛起趋势打造、实现转化的大旗才是其真正实力。

不入俗流,喜好小众宝藏产品的青年们热衷于读(小红)书,写(小红)书。追求个性化美护生活方式的风潮,也使得小红书成为海外美护品牌入海经营的长期阵地。

在跨越种草到下单的 gap 上,小红书已然晋升 next level。通过大数据计算准确捕捉美护业市场动态和消费者关注重点,继而通过内容运营打造未来流行趋势,再借由头部买手的强力号召和深度种草,达到全面“硬控”年轻消费者的购物痛点。



紧跟平台主流美护趋势,一方面有平台官方的保驾护航,保障美护趋势之下的品牌产品强势曝光,获得天然流量。另一方面,头部买手的深度种草,带动更多自来水 kol、koc 共同参与到产品种草当中,赋予产品新的精神价值,引导消费者产生更强的购买力和消费情绪。



以此打造的沉浸式消费场景,切实打破了产品种草到售卖成交之间的壁垒,为海外小众美护品牌开辟了一条销售转化快车道。小红书也正在全力加点有效转换的技能,以更加精准的预判和更加周全的布局,为海外小众品牌打开强有力的销售市场,通过趋势内容运营捕获消费者心智,达成“种草”到“闭眼入”的完美转化链路。

报告作者

小红书电商市场团队：

来克 / 允浩 / 麦乐 / 之尚 / 张沐凡

小红书电商美妆个护运营团队：

奥林 / 射手 / 诚双 / 伊莎

时尚 COSMO 内容营销团队：

灰灰 / 雯菁 / 小马 / 卓然 / ming



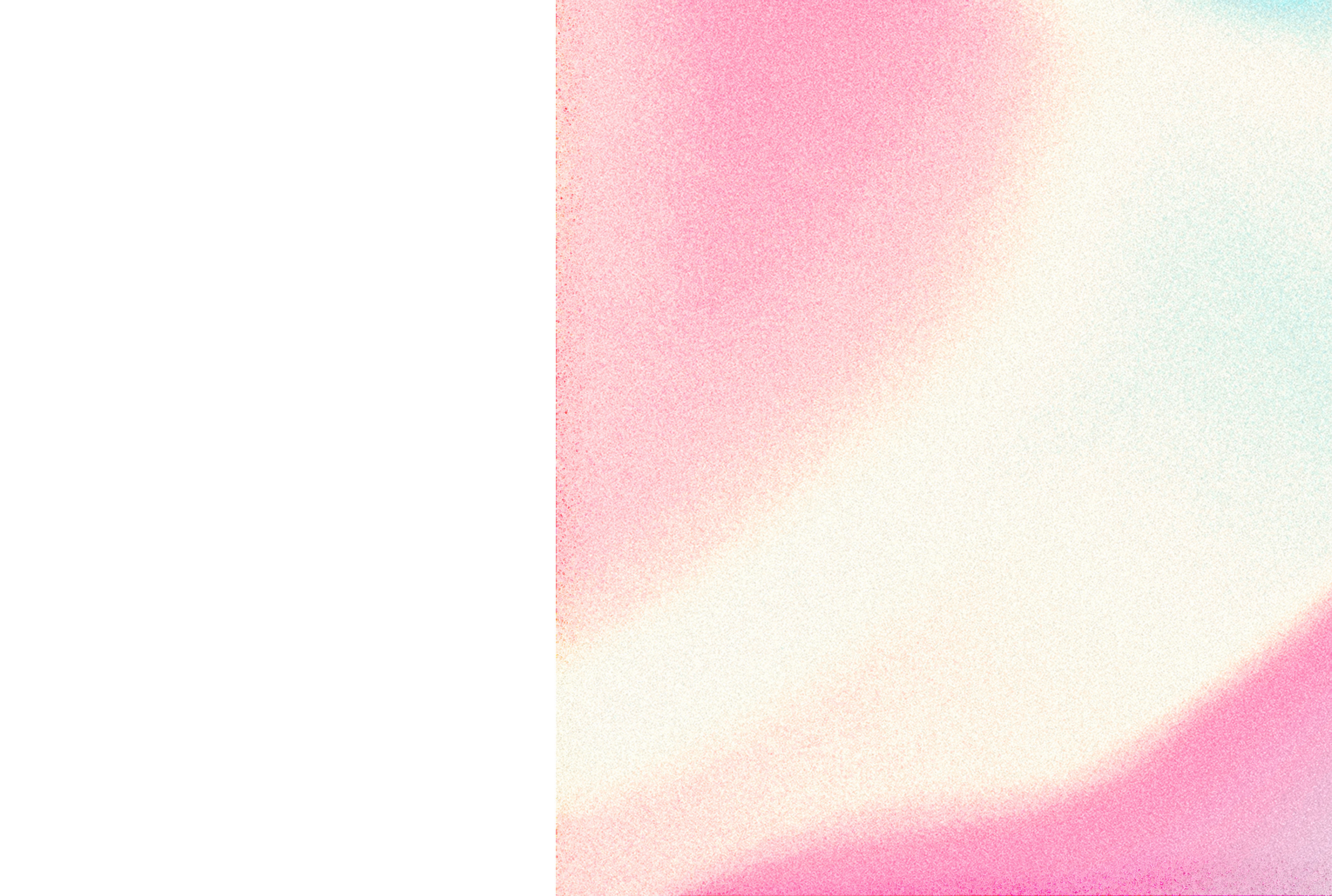
调研与反馈



获取更多官方动态



获取更多商家扶持政策



Sharing
Creates Value

lifestyle
美
—— 是一种
生活
方式