

VOL.01

# 2025年 1月中国化妆品 市场研究报告

「线上交易额同比增10.78%

5大品类有高增长机会」

---

# CONTENTS

## 目录

---

01

1月线上美妆交易额496.28亿元，  
抖音和拼多多领涨

---

02

春节送礼需求增加，  
面护/彩妆套盒和香水大单品热销

---

03

品牌有爆发式增长机会的5大品类

---

04

重点关注品牌：  
韩束、谷雨、百雀羚、丸美

---

05

趋势及风险提示：  
渠道之间的流量争夺可能加剧，  
价格战风险仍在

---

# 1月线上美妆交易额496.28亿元，抖音和拼多多领涨

- 2025年1月淘天、京东、抖音、快手、拼多多5大电商平台化妆品交易总额约为496.28亿元，同比增长10.78%；销量约为6.63亿支，同比下降4.2%。
- 抖音以251.25亿元的交易规模和同比22.32%的增速成为拉动大盘增长的核心渠道；拼多多以44.89亿元的交易额和305.55%的同比增长，对大盘增长也贡献颇大。

## 2025年1月化妆品线上交易概况

渠道	交易额	交易额同比	交易量	交易量同比
线上总额	496.28 亿元	10.78%	6.63 亿支	-4.20%
内容电商	271.26 亿元	13.67%	3.21 亿支	-21.10%
货架电商	225.02 亿元	7.47%	3.41 亿支	19.98%

FUTURE  
BEAUTY

# 春节送礼需求增加， 面护/彩妆套盒和香水大单品热销

· 美容护肤品以288.6亿元的交易额和60.6%的占比成为最大交易品类；其次为彩妆、洗发护发和香水，其中香水的交易额同比增长20.56%。口腔护理产品同比出现下滑。

## 2025年1月各品类化妆品线上交易情况

品类名称	交易额	交易额同比	交易量	交易量同比
美容护肤	288.60 亿元	13.84%	2.93 亿支	7.47%
彩妆	103.01 亿元	19.67%	1.66 亿支	21.44%
洗发护发	56.18 亿元	19.14%	1.05 亿支	31.17%
香水	10.94 亿元	20.56%	0.13 亿支	17.23%

FUTURE  
BEAUTY

# 春节送礼需求增加， 面护/彩妆套盒和香水大单品热销

· 2024年1-12月线上香水交易额约为133.3亿元，同比下滑3.36%。结合这一数据来看，2025年1月香水线上交易额的大幅度增长可能和春节送礼需求增加有关。

不过数据显示：2025年1月线上香水礼盒的交易额只有不到3000万元，同比下降2.03%。这说明消费者还没有养成香水礼盒的消费习惯，主要以大单品消费为主。

## 2025年1月化妆品套装线上交易数据

类目	交易额	交易额同比	交易量	交易量同比
面部护理套装	56.848 亿元	11.38%	0.230 亿盒	-1.55%
彩妆套装	3.818 亿元	33.21%	0.020 亿盒	44.33%
香水套装 / 礼盒	0.296 亿元	-2.03%	0.003 亿盒	-35.57%

· 结合数据来看，礼盒消费习惯主要集中在护肤品和彩妆。

2025年1月化妆品面部护理套装交易额为56.85亿元，同比增长11.38%；彩妆套装交易额为3.82亿元，同比增长33.21%。

FUTURE  
BEAUTY

# 品牌有爆发式增长机会的5大品类

· FBEAUTY未来迹认为，月交易规模10亿元以上同比增长率超过20%的细分市场，从理论上来说，对于这些细分市场的主力品牌来说，存在爆发式增长的机会。

· 根据这一判断，结合2025年1月线上化妆品交易数据，眼部护理、化妆水、底妆、头发清洁、面部清洁是增长率排名前5的高爆发重要品类。

## 品牌有爆发式增长机会的5大品类

类目	25年销售额	销售额同比	25年销量 / 亿	销量同比
眼部护理	17.58 亿元	44.23%	15.34%	19.75%
化妆水 / 爽肤水	14.81 亿元	36.76%	13.54%	32.65%
底妆	54.79 亿元	27.89%	61.98%	28.05%
头发清洁	26.74 亿元	27.73%	39.68%	34.47%
面部清洁	23.08 亿元	24.51%	39.33%	35.13%

FUTURE  
BEAUTY

# 重点关注品牌：韩束、谷雨、百雀羚、丸美

· 韩束以8.74亿元的交易额夺冠，虽然总交易额和2024年1月基本持平，但考虑2025年1月处于春节期间，以护肤套盒为主力产品的韩束势必受到礼赠消费需求的冲击，因此韩束的表现属正常，后续增长仍然值得期待。

· 谷雨以43%的同比增长成为2025年1月TOP10品牌中，增长最快的品牌。

· 百雀羚，过去几年其在电商领域的表现一直不温不火，但是2025年1月百雀羚以56.89%的高增长进入前20。这或许是一种积极的信号，意味着百雀羚在电商领域的表现即将发生变化。

· 在经历了从线下渠道为主到线上渠道为主的转型之后，丸美2024年开始进入连续增长通道。2025年1月55.28%的同比增长显得非常亮眼，如果持续这一趋势丸美很可能在2025年迈过50亿元规模。

## 2025年1月化妆品线上交易额TOP10品牌

		交易额			交易额
1	 韩束	8.74 亿元	6	 海蓝之谜	4.01 亿元
2	 欧莱雅	8.36 亿元	7	 谷雨	3.73 亿元
3	 珀莱雅	5.45 亿元	8	 圣罗兰	3.46 亿元
4	 兰蔻	5.19 亿元	9	 毛戈平	2.97 亿元
5	 雅诗兰黛	4.55 亿元	10	 后	2.92 亿元

# 趋势及风险提示：渠道之间的流量争夺可能加剧，价格战风险仍在

- 以抖音为代表的内容电商正在美妆赛道拉大和货架电商平台之间的距离。从1月份的数据来看，内容电商对货架电商的市场份额的侵蚀还没结束，货架电商面临很大的增长压力。
- 接下来内容电商和货架电商之间的流量争夺战很可能会加剧，有很大概率将品牌再次卷入“价格战”。尤其是拼多多的高增长，有一定概率让线上价格战换一种形式继续进行。
- 品牌需着眼全局重构线上线下渠道布局，找到逃离价格战漩涡，保持品牌溢价能力的有效路径。

FUTURE  
BEAUTY

---

# DATA DESCRIPTION

# 数据说明

---

·以上数据包含淘宝、天猫、抖音、快手、京东、拼多多等主要电商平台的交易数据，以消费者的实际支付金额为统计对象。

---

·本报告所提到的“化妆品”指的是《化妆品监督管理条例》界定的化妆品（以涂擦、喷洒或者其他类似方法，施用于皮肤、毛发、指甲、口唇等人体表面，以清洁、保护、美化、修饰为目的的日用化妆品”为统一口径，主要包括美容护肤品、彩妆、香水、口腔护理产品和洗发护发产品，不含美容仪、彩妆工具、口服美容产品等。

---

·本报告所提到的“美容护肤”品指的是用于人体表面皮肤清洁和护理的产品，主要包括面部护理产品、身体护理产品、脚部护理产品等。

---

·本报告所提到的“口腔护理”产品不包含电动牙刷。

---

---

# DISCLAIMER

# 免责声明

---

· 本报告所采用的数据和信息均来自市场公开信息，FBEAUTY未来迹对这些信息的准确性或完整性不做任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。报告中的信息和意见仅供参考。分析结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

---

· 本报告仅供FBEAUTY未来迹的私域读者使用，在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

---

· 本报告仅向特定读者群体传送，未经FBEAUTY未来迹书面授权，本研究报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。

---