

美妆行业抖音营销新纪元

趋势、AI 与 未来

艺恩出品 2025.10

抖音美妆竞争白热化，国际大牌反攻、国货内卷、品牌生命周期进一步缩短



- ◆ 行业增速放缓，寻找新的生意增长曲线一直是品牌的共识。抖音平台凭借其巨大的内容创新空间和高粘性用户，为美妆品牌突围、进一步扩大市场份额提供了机会。抖音作为一个每日涌现新灵感、激发新趋势的活跃场域，截至今年8月，抖音美妆视频日均播放量突破25亿，较年初增长27%；月活创作者数量超80万，半年增幅达25%；有超300多个妆容主题登上热榜，掀起全网的跟妆风潮。
- ◆ 2025 年抖音美妆赛道GMV保持增长并向雅诗兰黛、韩束等头部品牌集中，中腰部品牌如谷雨、珀莱雅等竞争激烈、排名更迭频繁；同时白牌产品生存空间被不断挤压，据统计，2022年-2024年，抖音美妆品牌从首次上榜 TOP30 到最后一次上榜的平均生存时间仅8个月。

美妆内容日均播放量



赛道内容创作者数量



9月美妆类目GMV增长



Top20品牌GMV总和



白牌生存周期



营销战场瞬息万变，美妆赛道的最新趋势是什么？如何通过AI赋能品牌增长？

Part 1

风往哪里吹？ 抖音美妆营销的三大核心趋势

从“流量场”到“内容场”，深度内容、专业博主成为破圈利器



- ◆ 流行妆容审美迭代，美妆博主从依赖视觉和音乐博人眼球，转向专业度升级，对美的追求似乎走向了更加纵深的阶段。
- ◆ 越来越多独具特色与创意、代表不同流行文化趋势的流行妆容出现，深度内容朝成分解析、科学技巧、定制妆容的精细化方向演进。

BEFORE



一秒变身

网红妆容

动感音乐

TODAY

妆容更细分

博主更专业

内容更精细



Top 1

亚裔妆

声量：8.8w+
互动：6559w+



Top 2

伪素颜妆

声量：7.6w+
互动：1672w+



Top 3

水光妆

声量：2.1w+
互动：1068w+

专业化妆师
类型作者增长



陈圆圆超可爱
“挑战一首歌的时间画一个伪素颜妆
#一首陶喆就可以出门 #美妆模范生”



产品展示

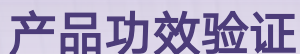


手法详解

“妆养一体”概念的功能性彩妆引发社媒讨论



声量：1520万
增长：45%



声量：898万
增长：46%

TOP3 讨论维度

专业测评认证功效

No.1

临床试验数据验证

No.2

产品专利技术认证

No.3



◆ 各大品牌的功效唇妆通过成分、技术、质地及肤感构建核心竞争力，系统性满足消费者对于唇部「妆养」的进阶需求

品牌推出「功效唇妆」，凭借成分和科技呈现其特色功效

配方升级

双重润护成分
“以油养唇”

娇韵诗丝绒小红管

通过添加透明质酸+神经酰胺的双唇润护技术实现唇部保湿丰盈，保护肌肤屏障；同时添加天然植物精粹已实现“以油养唇”，缓解唇部干裂。



2,824

抖音互动量

用户原声

“柔雾哑光哑而不干
上唇丝滑无负担 不染唇不色沉”

技术升级

生物技术专利
养肤级功效

完美日记仿生膜口红

通过仿生脂质修复屏障 + 成膜科技锁水持妆 + 植物油脂深度滋养的三重技术组合，实现产品保湿、不拔干淡化唇纹等功效需求。



14,249

抖音互动量

用户原声

“好丝滑的一只！！太润了！！感觉润到像是做了个唇部护理 但是颜色却是很提气色的那种”

质地改良

质地改良
改善呈现效果

into you碰色双拼唇泥

Into you通过微粒粉碎技术实现“雾而不干”，绵密的质地能够在一定程度上隐匿唇纹，使唇部肌肤看起来更加光滑平整。



32,226

抖音互动量

用户原声

“两用唇泥质地比空气唇泥厚一点，显色度比空气唇泥好一些，而且不显唇纹~”

物理肤感

刷头改良
细节关注

稚优泉啵啵精华唇冻

稚优泉改良刷头设计，贴合唇部轮廓，通过“熨平”动作淡化唇纹，以物理肤感优化来实现功效最大化。



1,950

抖音互动量

用户原声

“哇塞哇塞涂上嘴巴嫩嘟嘟的！还可以护唇！！刷子也很顺滑”

从“广谱营销”到“圈层深耕”，精准穿透细分人群



◆ 抖音电商发布《2025抖音电商兴趣产业带数据报告》，过去一年全国兴趣产业带支付GMV过百亿，店播GMV过百万的商家达1.4万家，6.7万商家实现销售额翻倍增长。平台通过精准匹配兴趣人群，为电商经济注入强劲新增量。

BEFORE



TODAY

人群细分

X

场景细分

X

圈层细分



新锐白领



精致妈妈



资深中产



休闲场景

- 品质生活
- 情绪疗愈



都市蓝领



都市银发



小镇青年



约会场景

- 有氛围感
- 亲近美好



Gen Z



小镇中老年



运动场景

- 防水防汗
- 清新气味



人群细分：男士美妆市场成为增长新蓝海，精准场景痛点引导品类新品研发



- ◆ 男士美妆市场近年来呈现出爆发式增长的态势，2024 年国内男士护肤品的规模约 170 亿元，预计 2029 年将达到 292 亿元，2025-2029 年年复合增长率为 11%，男士面部护理、男士美发护发、男士身体护理、男士彩妆这四大男士美妆品类，共实现交易额 60.35 亿元。
- ◆ 男性护肤消费正从 “单一清洁” 向 “多步骤护理” 演进，形成 “洁面为基、精华突围、礼盒崛起” 的品类格局。

男性护肤观念转变

“特殊需求”

“日常需求”



有没有适合男生出油多，而且还有点敏感长痘的洗面奶啊？

护肤品牌纷纷推出男性系列

「海洋至尊」

控油三棱镜洁面去黑头洗面奶



声量：8.7万

互动量：355.5万

用户原声

“洗面奶我对像在用，是我送的，现在就一直在用这个，这个洗面奶，洗完脸不干，真的便宜又好用，去黑头啥的没在话下，每次我都买两只给他！”

「韩束」

控油紧致多效精华



声量：2.1万

互动量：610.6万

用户原声

“图便宜给对象买了韩束男士的精华套装礼盒，我寻思他有得用就不错了。控油能力很好，之前一到夏天他脸都油得可以炒菜的程度 > <

「谷雨」

男士控油水乳



声量：6,768

互动量：46.1万

用户原声

“坚持用了几周，明显下午出油没那么严重了，熬夜之后脸色也不会那么暗沉，下巴的痘痘、痘印少了反正整张脸看着清清爽爽，感觉颜值都提升了！”

圈层细分：热门影视剧角色仿妆流行，角色彩妆产品吸引圈层人群主动种草



热门影视剧角色仿妆成为流行玩法，角色彩妆产品引发兴趣人群主动种草，品牌结合自家产品借电视剧获取圈层人群的流量热度。

美妆行业流行种草趋势

热门影视剧引发消费者主动关注妆容

品牌挖掘仿妆与产品的结合点

zhuang

rong

jue

se

hua

妆容「角色化」

人设妆名即风格，
玩一种很新的「COSPLAY」

爆火的电视剧、自带流量的爱豆、出圈的卡通人物，都可以成为妆容创新的“灵感库”。

一个影视剧带来一个原创好名字，成为潮流。

近年来，“角色化”妆容作品超过9.2亿，带来千万级别的相关话题浏览量。

“富家千金妆”、“台偶甜心妆”、“清冷破碎女主妆”等内容引发美妆博主原创灵感的迸发！

永夜星河

对比

首播日期：2024-11-01

播出平台：腾讯视频

集数：32

首轮播出周期播放指数 ①	86.4
累计弹幕量	111.20万
累计评论量	790.06万
累计微博话题阅读量	86.98亿
累计微博转发量	1,015

软软Daily

关注

h.y

下睫毛是哪个牌子的

5天前 陕西

赞 回复

本

可以问一下美瞳吗

1天前 上海

赞 回复

牛奶味的小团子

好厉害啊

11-08 广东

赞 1

软软Daily 作者

感谢谢海宝贝！！

11-10 湖北

赞 回复

画里画外画漫画

浅浅的画了一张可可爱爱的欣欣子

11-11 陕西

赞 1 回复

说说什么...

1766

1169

33

Paradise明星同款更新

关注

虞书欣|超多入问的凌妙妙同款 色找到啦!!!

《永夜星河》都给我去看 欣欣子真的太甜了！凌妙妙的好多造型都很还原漫画，而且人设都超级好！逃跑新娘这里好哭又好笑，侯爷也很好 妙妙穿婚服太好看了！超多姐妹问同款，都是醇色晶冻系列的奥！色号也给大家扒出来了！

Paradise

永夜星河的妆造都很贴合人物，陈都灵的镜妖妆出来我就知道必火！

醇色

【晶冻口红】

#535 芭乐甜夜

醇色

【晶冻口红】

#522 春山醒樱

醇色

【晶冻口红】

#521 花间引力

没人说537嘛！我心头爱！

姐姐有这种假睫毛形状的推荐吗

从割裂到全域兴趣电商闭环，打造“品效销合一”的终极场域

- ◆ 通过场景化种草激发用户兴趣，当用户产生明确需求后，可通过搜索栏直达货架场，商城、商品详情页等承接“人找货”需求。
- ◆ 购买转化后，品牌通过会员专享权益、售后服务等沉淀用户资产，最终形成“内容种草 - 推荐承接 - 转化成交 - 复购沉淀”的完整闭环。

BEFORE

视频内容与产品割裂

所推广的产品或服务缺乏紧密联系，用户在观看视频时无法将内容与产品的价值或需求点联系起来

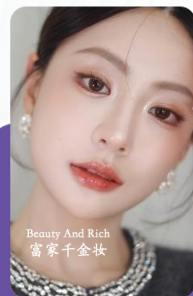
转化路径不清晰

用户看完视频后不知道如何进行下一步操作来购买产品或服务，或者转化入口过于隐蔽，导致潜在用户流失



TODAY

兴趣电商闭环使品牌的转化路径缩短，品牌宣传、效果转化、阵地经营完美结合



兴趣内容

看到感兴趣的美妆教程



推广复购

自发好物推广、商城复购



产品种草

妆容运用的产品露出



站内购买

点击小黄车，直接下单

品效销
闭环

内容

兴趣

购买

忠诚

- ◆ 品牌日益以中国特色成分和自主研发作为核心叙事，通过直播间等形式传递品牌价值，从消费者心智源头构建差异化壁垒。
- ◆ 国产护肤品牌纷纷布局短剧营销，通过定制化内容深度植入产品，以情感叙事引爆传播，实现品效合一的破圈增长。

抖音 x 中国好成分



抖音在今年的618期间，联手国货美妆品牌推出「中国好成分」主题短片《中国人的肌肤地图》，带领消费者溯源中国成分，同时提升中国特色植物认知。通过场景体验，将品牌的“功效宣称”转向“眼见为实”。

声量：5,211
互动量：1,078.0万



2025年H1美妆行业品牌投放微短剧投入

品牌	合作部数	代表微短剧	作品互动量
丸美	8	再婚爱人	1,578.5万
谷雨	5	河豚小姐	820.9万
美肤宝	3	女子气概	1.2万
韩束	3	八破相思镜	732.6万
HBN	2	阳光灿烂时	178.9万
C咖	2	重生之我是王妈新年篇	90.3万
麦吉丽	2	逆光绽放	6.1万
掌中花园	2	女人本色	138.2万
御泥坊	2	幸福三重奏	1.7万
烙色	2	共享心跳契约	468.4万

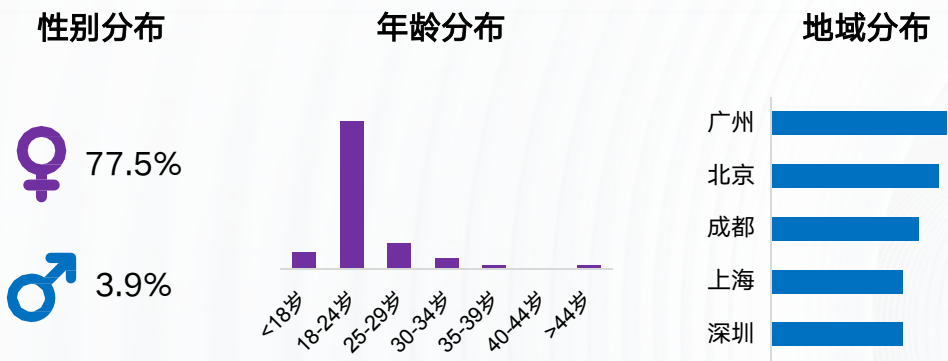
Part 2

AI入场！

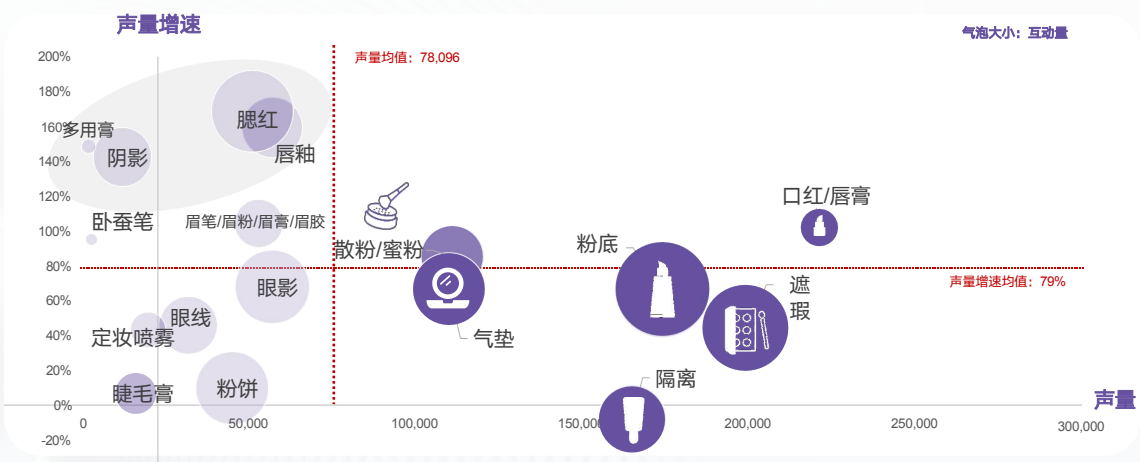
美妆营销的 智慧大脑 与 创意引擎

AI内容标签，快速定位社媒平台流行趋势，营销决策不再“拍脑袋”

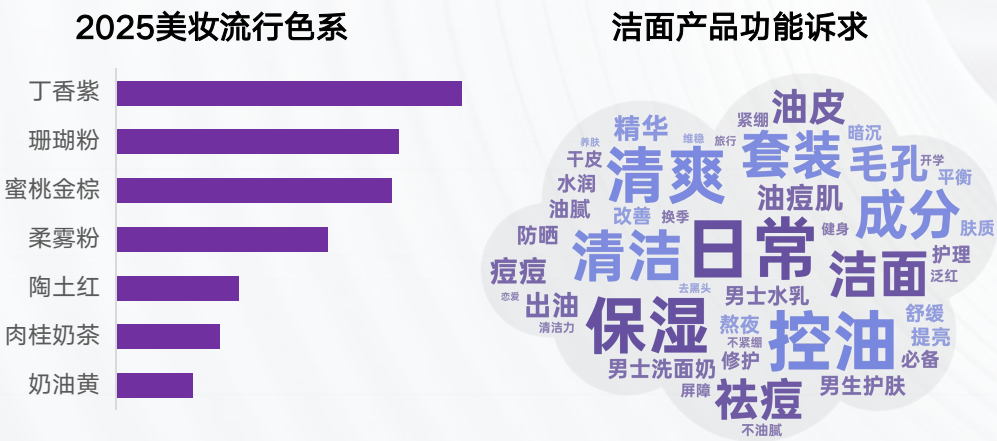
人群画像标签



热门品类标签



产品元素标签



高互动话题标签

妆容爆改



标题：把45岁农村妈妈爆改成老爸情书中的白月光，看他什么反应！
种草单品：完美日记口红
KOL：兰哇塞_
互动量：24.1w

沉浸式化妆



标题：5min沉浸式画陆景和cos妆！#cos妆 #沉浸式化妆 #skin1004棉片
种草单品：skin1004棉片
KOL：鱼崽
互动量：22.1w

产品测评



标题：军训到底用哪个防晒，管家给大小姐挨个测！#军训防晒 #大一新生开学
种草单品：资生堂防晒
KOL：小邵学长
互动量：38.7w

AI赋能内容创作，实现“千人千面”的极致个性化

◆ AI可以分析海量的短视频内容、评论区互动和搜索数据，在细分人群下预测潜力爆火的场景、妆效或者色彩，帮助品牌抢占先机。

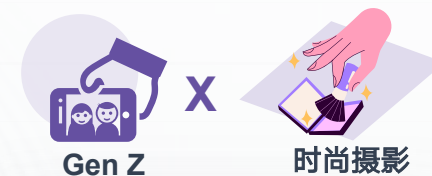


美食打卡的氛围感妆容



母婴通用的防晒解决方案

买精不买多
通勤妆只需6件



Gen Z质感妆容棚拍



人群 X 场景 打造定制内容

在社媒生态中，通过拆解用户画像（如年龄、肤质、消费偏好等）与生活场景（如通勤、户外、约会等），精准匹配并输出贴合其需求的内容，深化用户共鸣与品牌连接。

◆ 在美妆产品用户体验全流程中，AI 可以通过精准洞察生成个性化内容触达潜在用户、以虚拟试妆与肌肤诊断打造沉浸式吸引体验、用智能客服高效响应问询需求、借个性化推荐与无缝服务推动购买行动、靠用户数据沉淀与关系维护培育品牌拥护者，全方位优化用户体验，进而提升品牌销量与好感度。



Part 3

展望未来 艺恩助力抖音美妆营销竞争

宏观趋势洞察——帮品牌“看准风向”

- ◆ 新一代行业AI知识图谱，构建创新基因间的关联，通过AI打标能力与行业图谱提取，挖掘品类机会点。
- ◆ 知识图谱研究覆盖范围广，基因间关系挖掘能力强，提升产品创新效率。

利用知识图谱，锁定具有流量潜力的产品概念/营销概念

知识图谱助力 新趋势挖掘



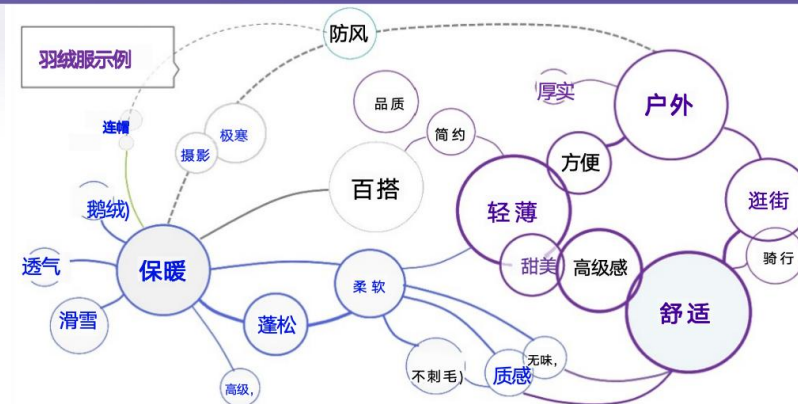
- 研究覆盖范围广
(跨品类, 全部品牌)
- 显性和隐性关系挖掘
能力强
(跨层次交叉分析)
- 项目应用周期短

知识图谱助力 新品开发



- 数据维度广
(多维度交叉分析)
- 数据库知识自动提取
(品牌、面料、产品、款式等
内容基于数据内容自动新, 不
受限于人工设置)
- 项目应用周期短

AI服装行业图谱



鞋服AI打标能力



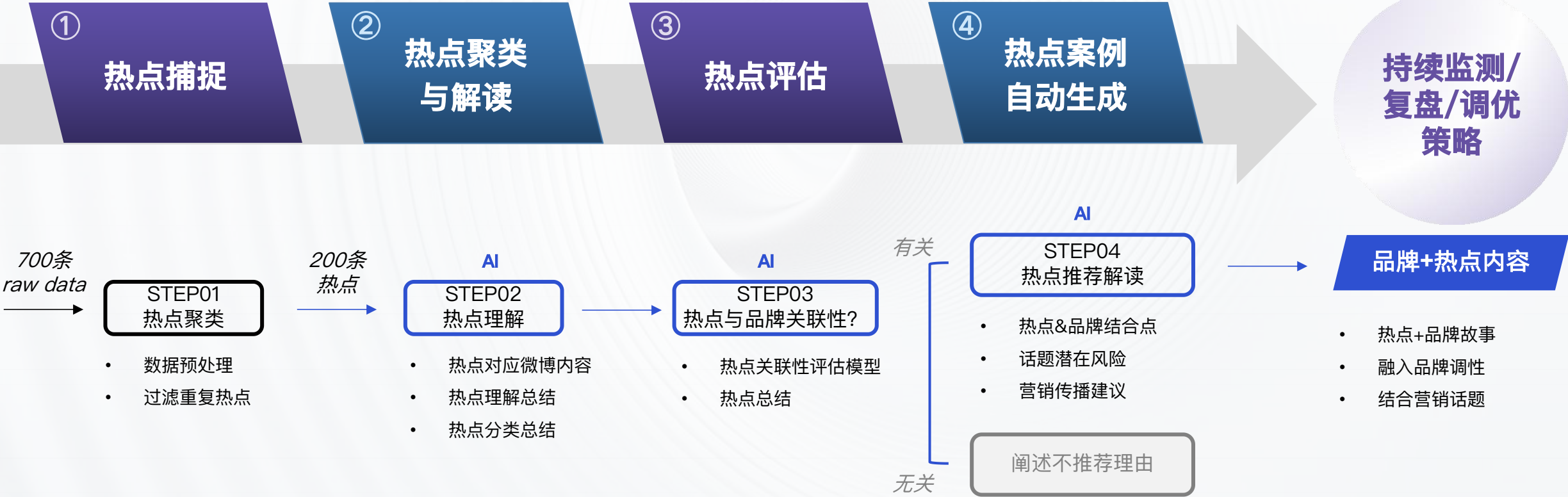
9大平台（抖音/小红书/B站/快手/微博/视频号……）
全网热点排行榜**分钟级更新**

AI大模型聚类，过滤重复热点并分类提炼，与解读，**结合品牌自身特征进行推荐判断**

通过**五大维度**（品牌形象、消费人群、价值取向、话题敏感度风险以及品牌独特性）评估模型进行热点评估帮助锁定**品牌关联度高且商业价值**的热点

AI自动生成营销文案和图片，便于品牌在社媒上及时投放及传播

持续跟踪**热点营销效果**，及时**复盘**和制定**调优**策略，或洞察借鉴竞品策略，高质量高效率打造**热点爆品**



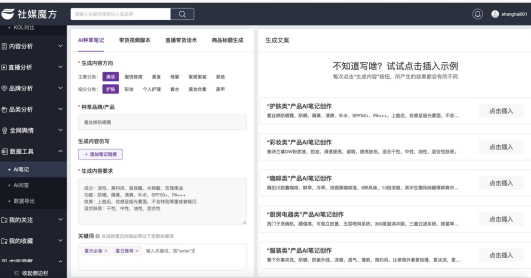
品牌诉求

诉求

- 解决服饰企业在商品营销环节中的模特、场地、摄影团队成本高昂、拍摄效率低等问题

效果

- 根据单张衣物图片，生成以假乱真的模特上身效果组图，帮助服装电商客户实现降低拍摄成本
- 实践案例表明，AIGC 工具能够减少高达 70% 的内容制作时间和成本，一图多用，还可以保持内容新鲜感，提高内容生成效率



AI内容生成-Sample ①



AI内容生成-Sample ②

欧舒丹礼盒-原BA拍摄图



AIGC礼盒图（欧舒丹小红书官号）



www.endata.com.cn