

2025年1-8月 眼部护理 市场洞察及新品趋势

发布机构：日化智云

发布日期：2025年10月



平台简介

日化智云平台

鯨元日化智云，成立于2021年9月，是立白科技集团在政府和行业协会的赋能、指导支持下，整合、链接大日化行业最优质的资源和能力，为大日化企业提供全产业链的研产供销一站式服务产业互联网平台。平台提供新品智造、采购交易、营销代运营、数字化解决方案和供应链金融五大服务，助力企业解决经营痛点，提质增效，实现企业持续增长，助推日化行业产业升级和高质量发展。



扫码进入平台



平台型的专业OEM/ODM代工

品牌策划 → 趋势洞察 → 产品设计 → 生产储运 → 质量保障

智云鲸造是日化智云平台下的代加工业务品牌，代表大日化产业最完整的新品策划、最专业的研发技术、最完善的供应链保障和最系统的质量管理能力的全链路生态级IP，是品牌商最值得信赖的产品整体解决方案专家。



数据来源说明

报告中的线上市场数据来源为「美业颜究院」行业数据库，日化智云已获得「美业颜究院」授权使用并已署明来源。

统计周期：2023年1月—2025年8月。

统计渠道：报告中关于线上市场销量、销售额等统计的平台为天猫、淘宝平台。

数据来源：眼部护理品类市场分析数据来源美业颜究院。

素材来源说明

报告中引用的素材，包括但不限于内容、图像、文案宣称、商标、设计等均已标注来源，如有侵权请联系日化智云。

使用条款声明

在日化智云与您没有其他书面协议的情况下，未经许可，您无权向第三方转发、出售、转让、传播或散布该报告或其内容，如需将本报告用于其他平台，请联系日化智云获得授权。

知识产权

该报告包括但不限于内容、设计、外观、排版、形象和图形，版权为日化智云所有。

目 录

PART 1

眼部护理市场概况分析

PART 2

重点品类分析

- 眼霜
- 眼膜

PART 3

2025年新品趋势

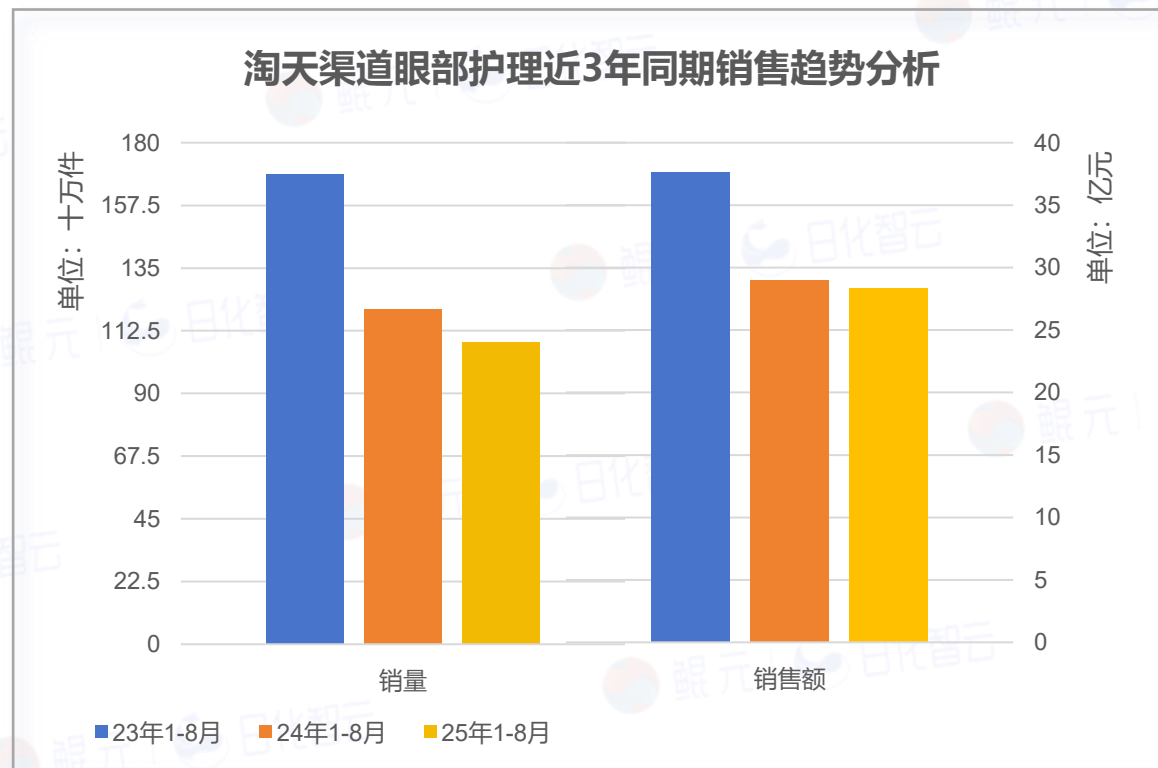
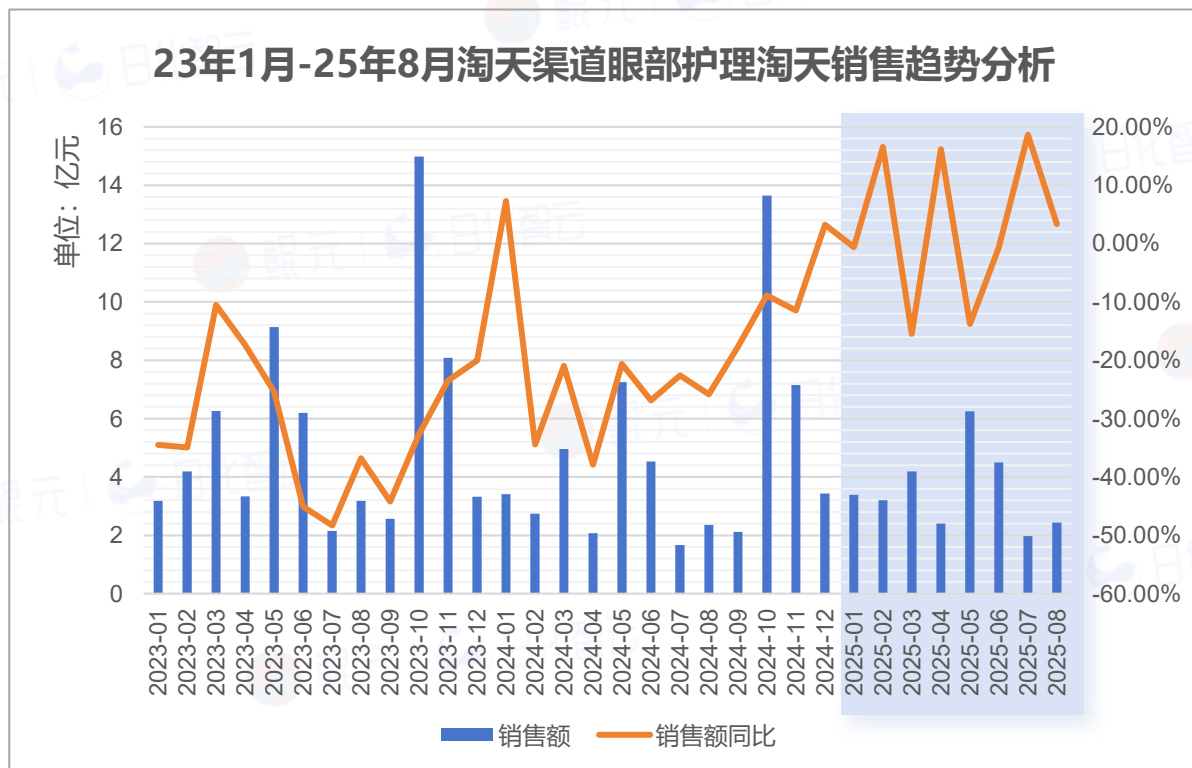


PART 01

眼部护理市场概况分析

线上市场进入温和复苏阶段，但淘天持续收缩未见回暖信息

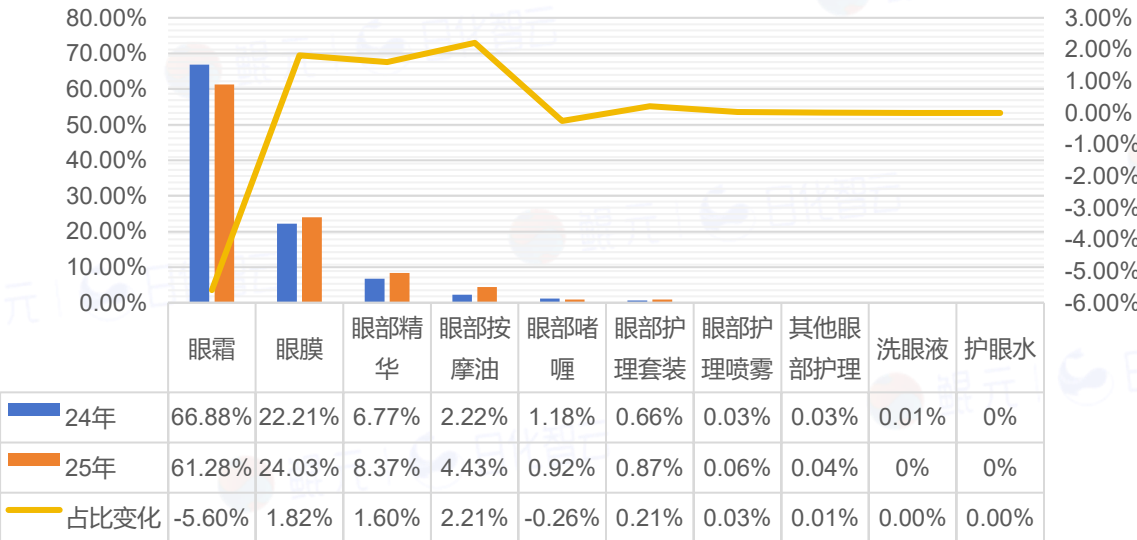
- 魔镜洞察数据显示，2025年1-8月电商渠道（淘天+抖音+京东）销量8414.7万件，同比增长3.9%，销售额达110.2亿元，同比增长6.3%，市场进入“温和复苏”阶段，但未恢复至2023年高位（130.1亿）。
- 美业颜究院数据显示，2025年1-8月淘天渠道销量1082.5万件，同比下降9.97%，销售额28.3亿元，同比下降2.2%，延续24年同期负增长态势（销量下降29%、销售额下降23%）。近3年淘天渠道眼部护理品类持续缩水，反映平台间竞争加剧，消费外溢至抖音等新兴渠道。



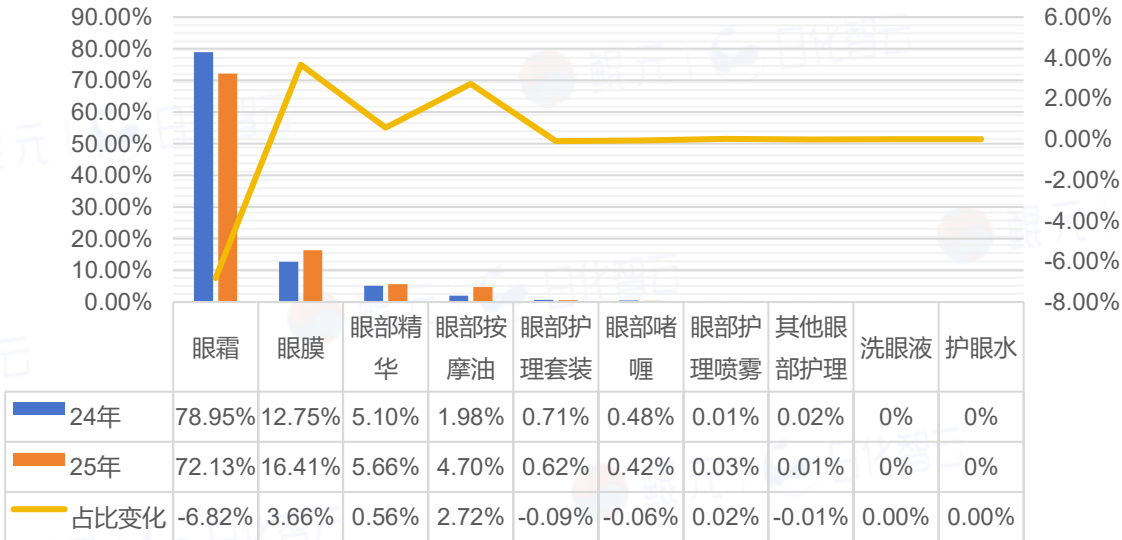
眼霜基本盘松动，但销售额占比仍超70%

- 2025年1-8月眼霜销量占比61.28%（同比减少5.6%），销售额占比72.13%（同比减少6.82%），仍为绝对主导品类，但份额被快速蚕食。
- 2025年1-8月眼膜销量占比24.03%（同比增加1.82%），销售额占比16.41%（同比增加3.66%），成为第二大品类，“高频率+高性价比”驱动增量。
- 2025年1-8月眼部按摩油稳步增长，销量占比4.43%（同比增加2.21%），销售额占比4.7%（同比增加2.72%），印证“以油养肤”趋势蔓延至眼部。

25年1-8月淘天渠道眼部护理细分品类销量占比分析

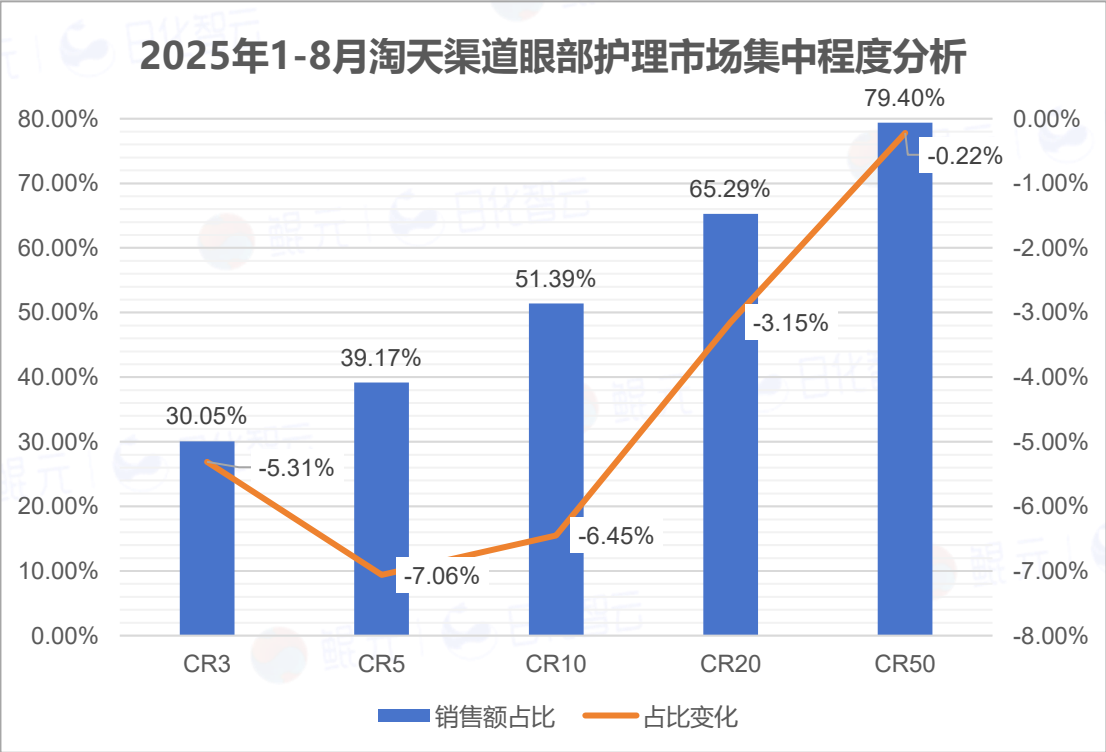


25年1-8月淘天渠道眼部护理细分品类销售额占比分析



头部品牌控制力减弱，长尾品牌机会扩大

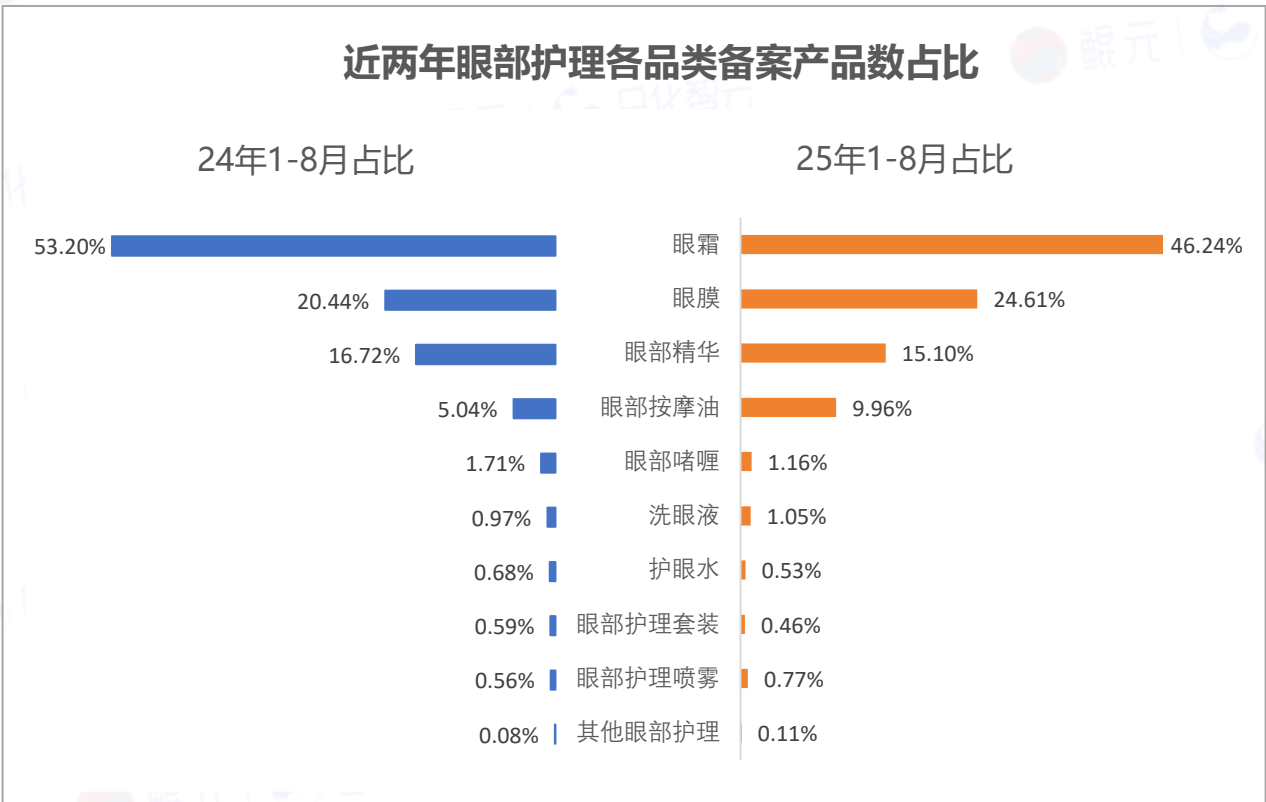
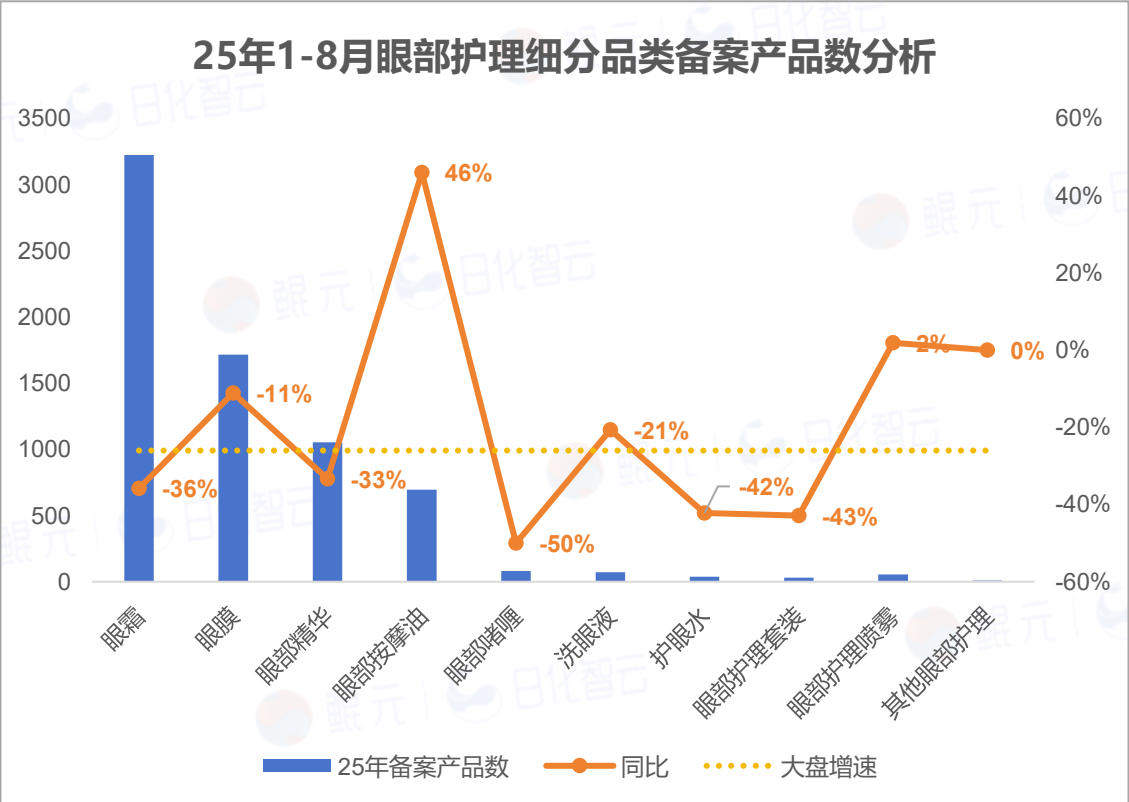
- 2025年1-8月淘天渠道CR3降至30.05%（同比减少5.31%），CR5降至39.17%（同比减少7.06%），CR10降至51.39%（同比减少6.45%），CR50仍保持79%以上（同比减少0.22%），头部品牌用户正在被细分功能品牌（如优时颜的“眼周抗初老”）和性价比品牌分流，中腰部品牌通过垂直场景切入（如“熬夜修护”“敏感眼周”），仍有机会快速起量。
- TOP10中国际品牌占6席，兰蔻（14.19%）、雅诗兰黛（9.66%）稳居冠亚军，销售额占比合计将近1/4，高端抗老市场仍由国际巨头主导。



排行	品牌名称	品牌所在地	排名变化	销售额占比
1	兰蔻	法国	——	14.19%
2	雅诗兰黛	美国	——	9.66%
3	丸美	中国	+1	6.20%
4	欧莱雅	法国	-1	5.72%
5	资生堂	日本	+2	3.40%
6	珀莱雅	中国	-1	3.29%
7	娇韵诗	法国	+1	2.55%
8	优时颜	中国	-2	2.45%
9	肌肤之钥	日本	+2	2.05%
10	雏菊的天空	中国	+3	1.88%

数据来源：美业颜究院，统计时间：2025年1月-8月，统计渠道：淘宝+天猫

- 2025年1-8月眼部护理品类备案产品总数仅为6977，较2024年同期的9448下降约26%，反映整体市场供给减弱或监管趋严。
- 眼霜：尽管仍是第一大品类，但备案数大幅下降36%，占比也从53.2%降至46.24%，显示其主导地位有所动摇。
- 眼膜：备案数同比虽下降11%，但占比显著提升（从20.44%提升至24.61%），成为第二大细分品类。
- 眼部按摩油：备案数同比增长46%，占比近乎翻倍（从5.04%提升至9.96%），表明带有按摩、舒缓功效的产品日益受青睐。

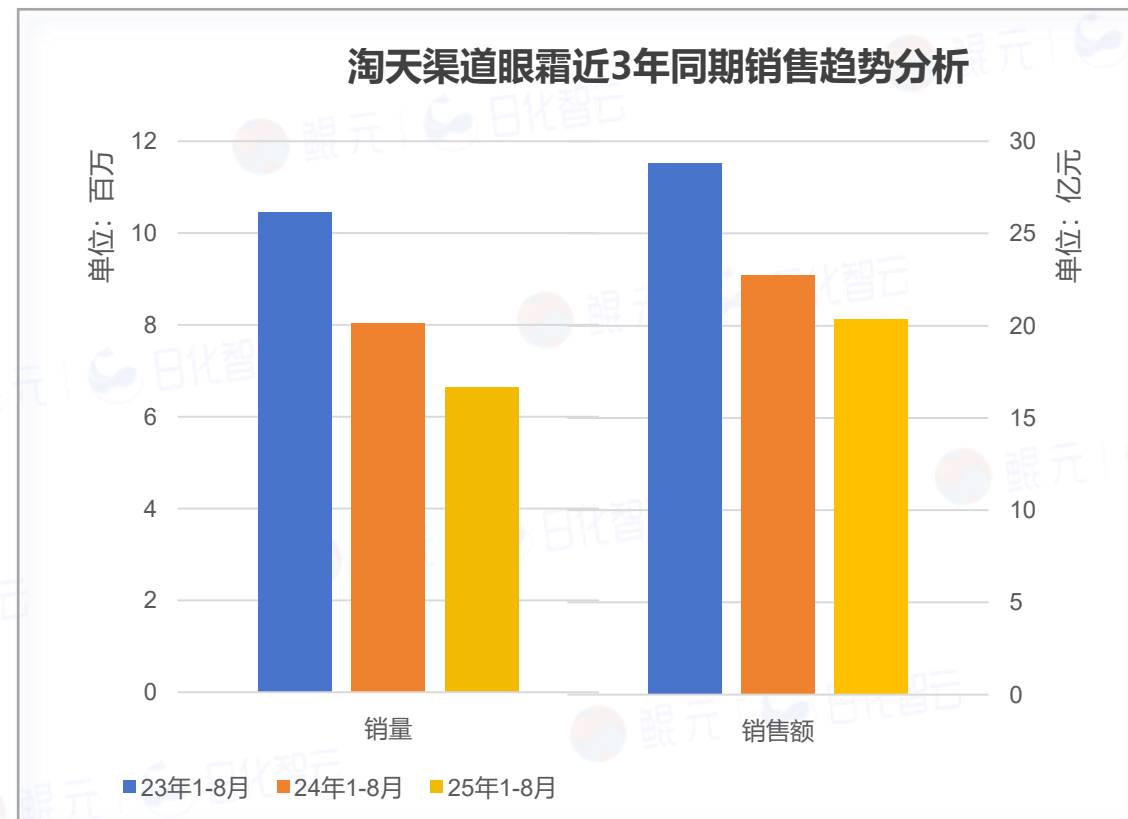
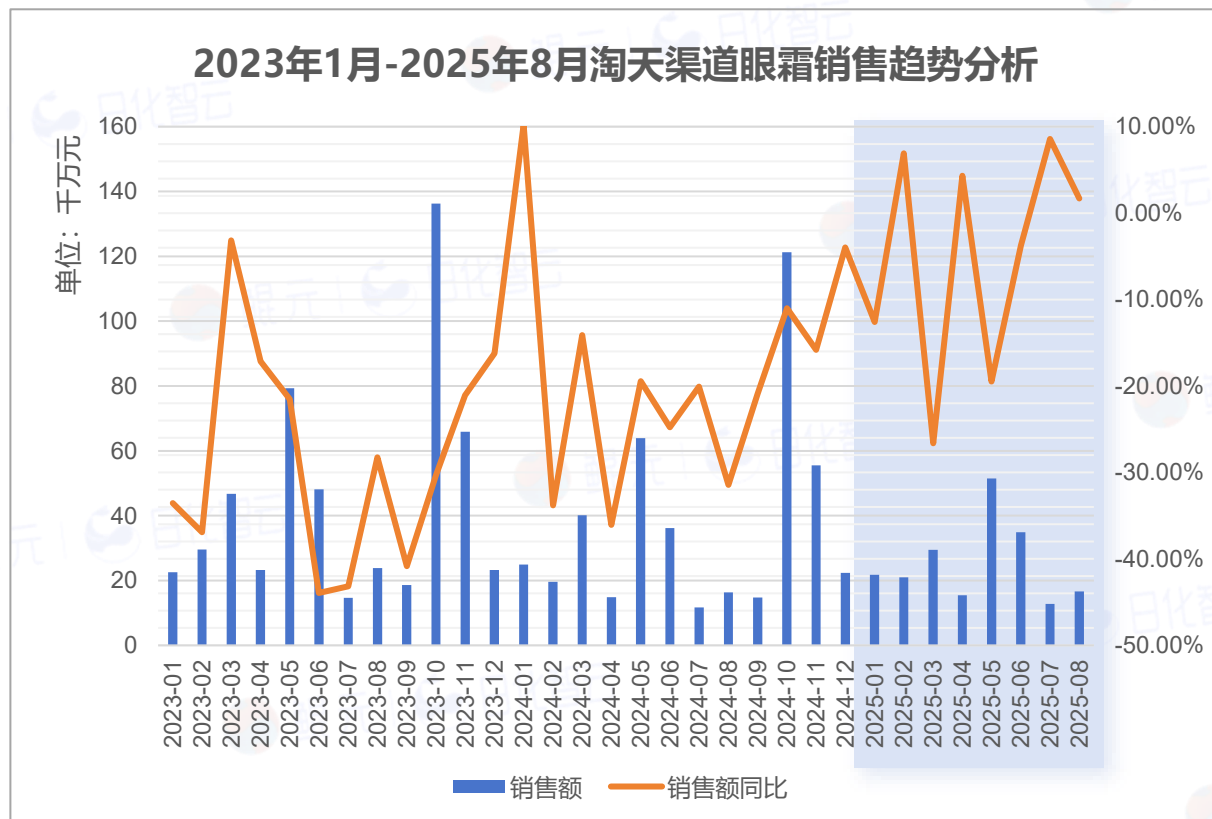


PART 02

重点品类分析--眼霜

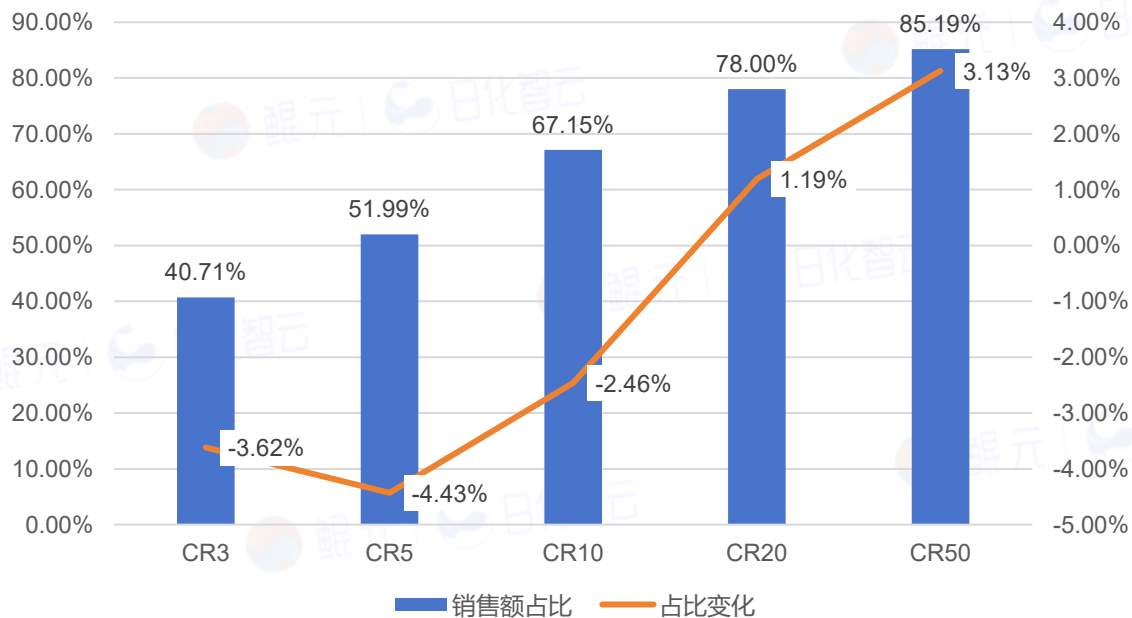
淘天渠道陷入“促销依赖型”负增长

- 2025年1-8月淘天渠道眼霜销量663.4万件，同比下降17.4%，销售额20.3亿元，同比下降10.7%；连续2年同比下滑（24年1-8月销量802.7万，同比下降23.3%，销售额22.8亿，同比下降21.0%），反映淘天渠道眼霜市场大盘持续收缩，复苏动能不足。
- 2023-2024年，10月（双11预售）销售额均居年度高位（2023年10月13.6亿、2024年10月12.1亿），但同比增幅持续为负，验证大促效应仍在，但拉动作用持续减弱。



- 2025年1-8月淘天渠道眼霜市场集中程度与2024年同期相比，CR3、CR5、CR10均呈现下降趋势，分别降至40.71%、51.99%、67.15%，反映头部品牌的集中度有所松动。CR20、CR50的占比提升（CR20增加1.19%，CR50增加3.13%），说明中尾部品牌整体市场份额在扩大，市场格局呈现“头部略降、中部崛起”的趋势。
- TOP3品牌（兰蔻、雅诗兰黛、欧莱雅）排名未变，仍由国际高端品牌主导，合计占比超40%。丸美（第4）、珀莱雅（第5）稳居前列，显示国货品牌在眼霜市场中已具备较强竞争力。

2025年1-8月淘天渠道眼霜市场集中程度分析

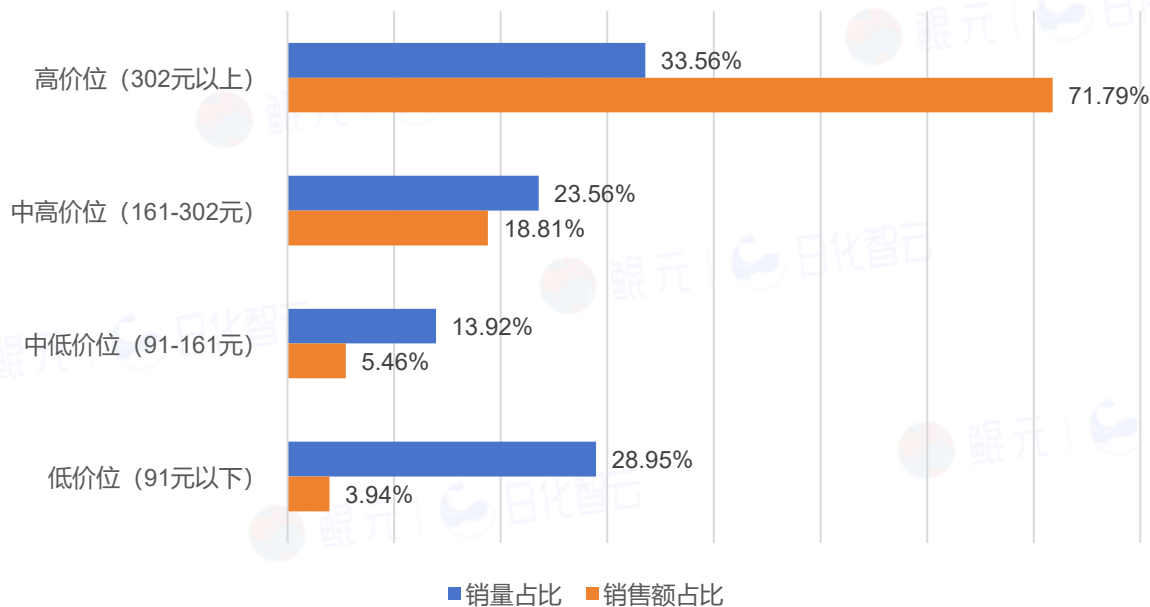


排行	品牌名称	品牌所在地	排名变化	销售额占比
1	兰蔻	法国	——	19.32%
2	雅诗兰黛	美国	——	13.42%
3	欧莱雅	法国	——	7.97%
4	丸美	中国	——	6.71%
5	珀莱雅	中国	——	4.57%
6	资生堂	日本	+1	3.95%
7	娇韵诗	法国	+1	3.36%
8	优时颜	中国	-2	3.10%
9	肌肤之钥	日本	+1	2.84%
10	海蓝之谜	美国	-1	1.91%

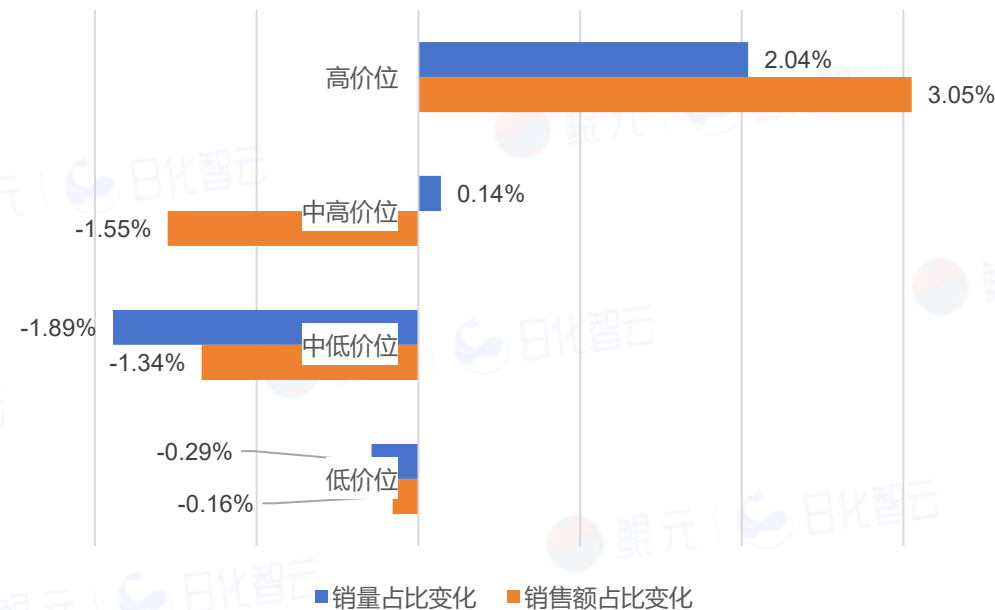
高端市场强势增长，拉动整体销售额提升

- 2025年1-8月淘天渠道眼霜高价位（302元以上）产品表现突出：销售额占比达71.79%，同比提升3.05%；销量占比33.56%，提升2.04%。说明消费者对高端眼霜的购买意愿和能力增强，高端市场成为拉动眼霜大盘增长的核心引擎。
- 中高价位（161-302元）：销售额占比为18.81%，同比减少1.55%；销量占比23.56%，同比微增0.14%，但未能转化为销售额增长，反映该价位段产品面临价格压力或促销频繁。
- 中低/低价位市场收缩明显，销量与销售额占比双双下降，尤其是中低价位销量占比同比减少1.89%。

2025年1-8月淘天渠道眼霜各价位销售占比分析



2025年1 - 8月同期淘天渠道眼霜各价位销售占比变化



- 功效端：抗衰以销售额19.3亿元+位列第一，反映消费者对眼周衰老问题高度关注；保湿（16.1亿元+）和修护（9.9亿元+）紧随其后，说明基础护理需求依然强劲；去黑眼圈（5亿元+）稳居第四，细分功能市场正在崛起。
- 成分端：玻色因以1.74亿元销售额成为最吸金成分，契合抗衰市场主流；咖啡因销量最高（68.6万件），主打去黑眼圈与焕活更受大众市场青睐；胜肽、透明质酸销售额均超1.2亿元，说明抗皱与保湿成分仍为核心卖点。成分与功效已形成明确认知链路，消费者愈发关注“成分真实性”与“科学配比”。



国际品牌霸榜高端市场，国货卡位中高端市场

- 欧莱雅紫熨斗同时主打玻色因+咖啡因+透明质酸，覆盖抗衰与去黑眼圈需求，销量一骑绝尘；
- 丸美凭借胜肽成分，反复强化“淡纹紧致”心智，多次上榜，成为国货最大赢家；
- 优时颜、HBN、珀莱雅等国货品牌通过咖啡因、抗氧化等成分+直播带货（如李佳琦）快速起量。

排名	商品标题	品牌	品牌类型	销量（件）	均价（元/件）
1	【熊猫限量款】欧莱雅第三代紫熨斗眼霜咖啡因紧致抗皱淡化黑眼圈	欧莱雅	国际品牌	209253	284
2	丸美胜肽小红笔眼霜3.0 5gx1支(派样)抗皱淡化细纹-ms	丸美	国货品牌	181169	34
3	【抢券立减】雅诗兰黛第五代小棕瓶熬夜眼霜 抗皱紧致淡化黑眼圈	雅诗兰黛	国际品牌	153313	601
4	丸美胜肽小红笔眼霜3.0 5gx1支（派样）-ms	丸美	国货品牌	117980	42
5	【感恩礼物】兰蔻小黑瓶发光眼霜 保湿紧致淡化细纹黑眼圈	兰蔻	国际品牌	94048	550
6	【直播已结束】欧莱雅第三代紫熨斗眼霜抗皱*	欧莱雅	国际品牌	93598	387
7	【教师节礼物】丸美小红笔眼霜抗皱紧致多重胜肽淡纹熬夜眼泪沟纹	丸美	国货品牌	92701	410
8	【李佳琦直播间防晒节】优时颜第3代微笑眼霜抗皱紧致	优时颜	国货品牌	88150	340
9	【天猫U先试用 新客专享】HBN咖啡因紧致修护眼霜3.0 3g	HBN	国货品牌	86948	28
10	【全新升级】珀莱雅双抗眼霜3.0淡黑眼圈抗皱淡纹熬夜小夜灯正品	珀莱雅	国货品牌	85880	258



产品名：欧莱雅复颜玻尿酸水光充盈玻色因全脸淡纹眼霜

品牌：欧莱雅

功效：保湿，去黑眼圈，抗衰，抗皱，淡化细纹，紧致



产品名：丸美多重胜肽紧致淡纹嘭弹眼霜

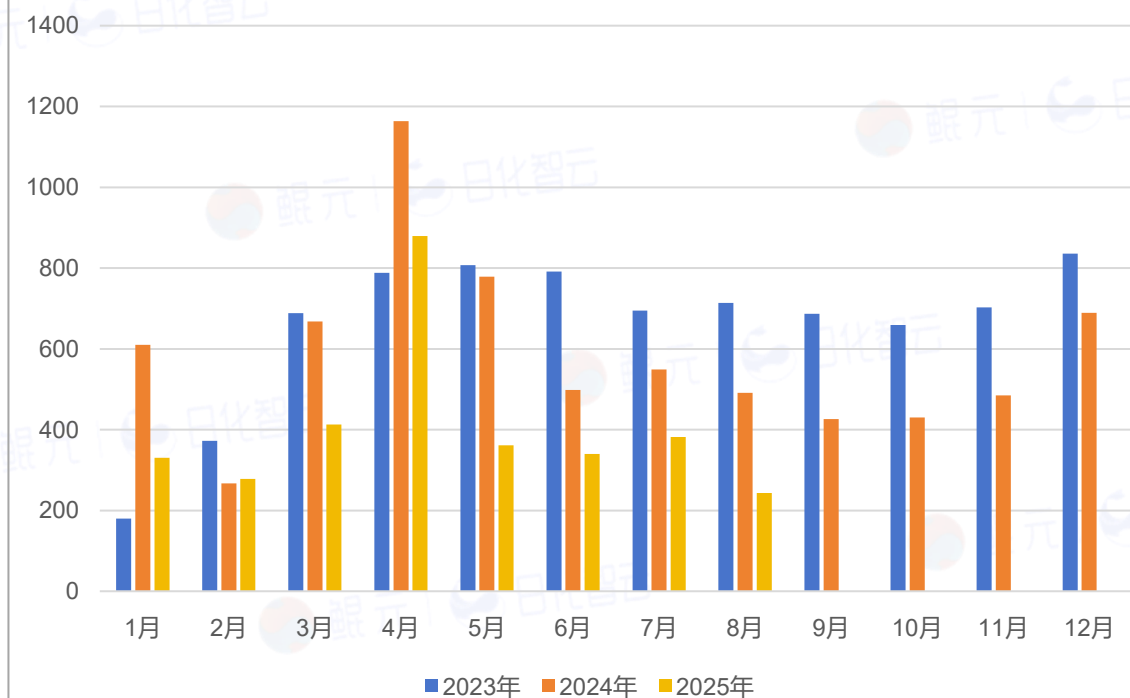
品牌：丸美

功效：保湿，抗衰，抗皱，淡化细纹，紧致

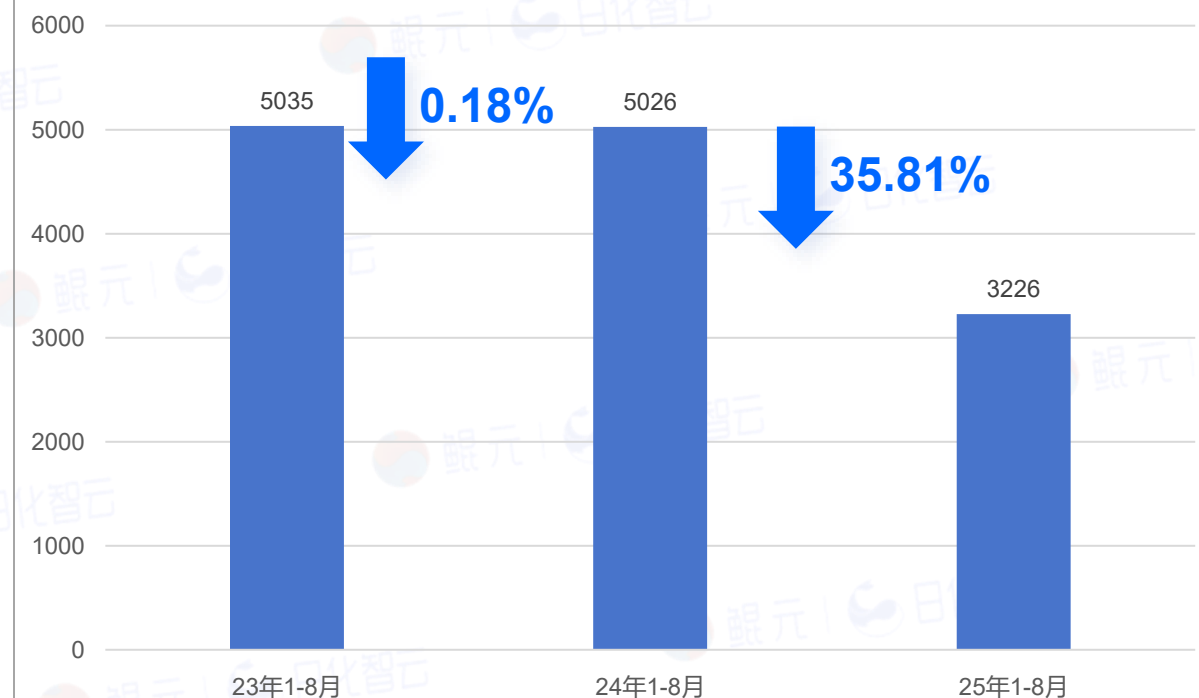
整体备案量大幅下滑，品牌推新策略更趋谨慎

- 2025年1-8月眼霜备案总数仅为3226件，较2024年同期的5026件下降35.81%；2024年较2023年同期的5035件下降0.18%，反映品牌推新意愿减弱或市场进入调整期。
- 备案节奏前置化：23-25年每年4月均为备案高峰，品牌倾向于在上半年尤其是4月完成主力产品备案，下半年推新动力减弱。25年4月备案879件，虽仍为年内最高，但同比24年下降24.5%，显示品牌仍在延续“春季推新”策略但力度减弱。

眼霜近3年备案产品数分析



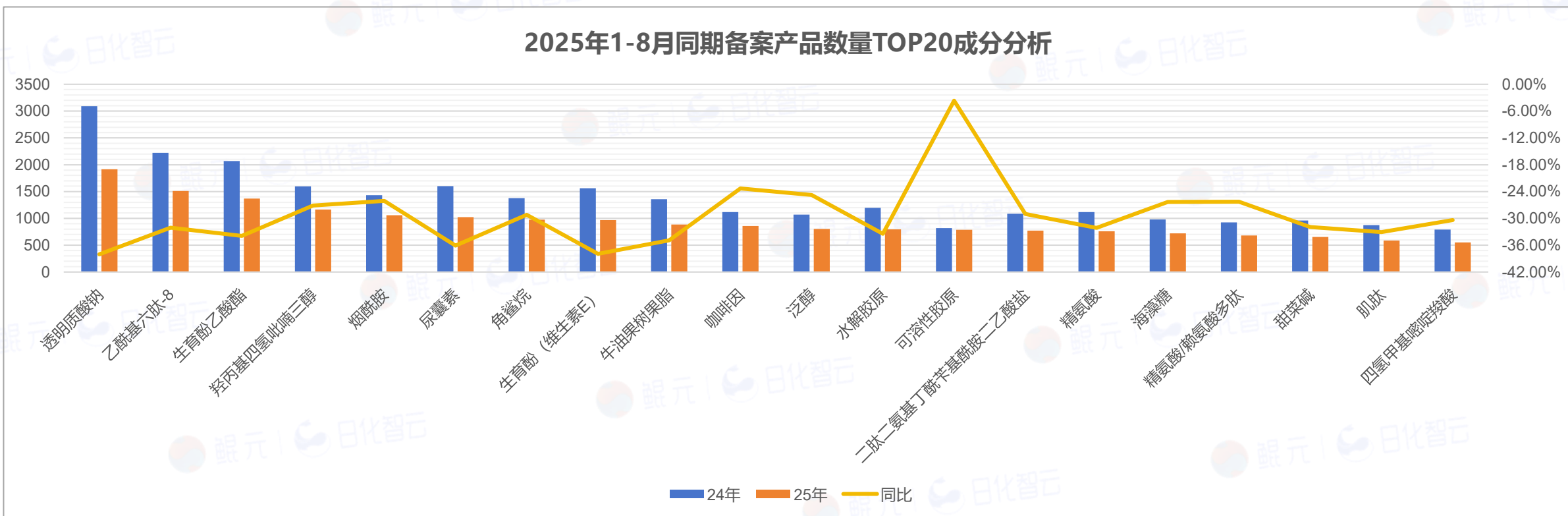
近3年同期备案产品数变化



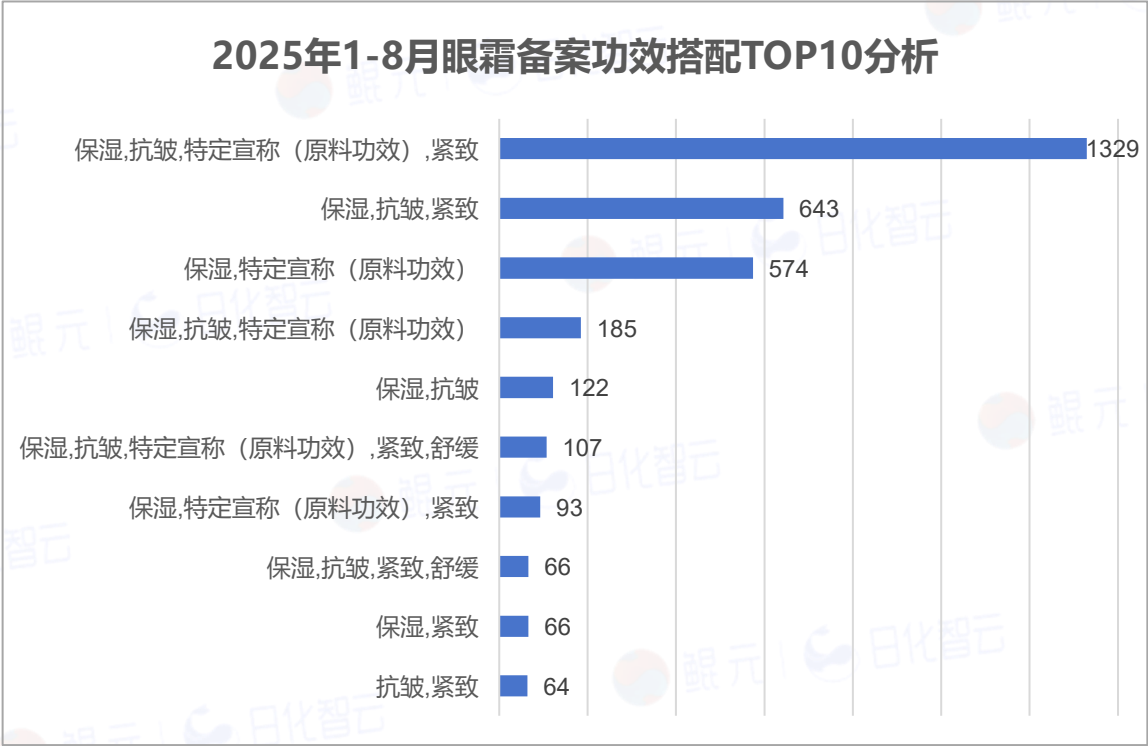
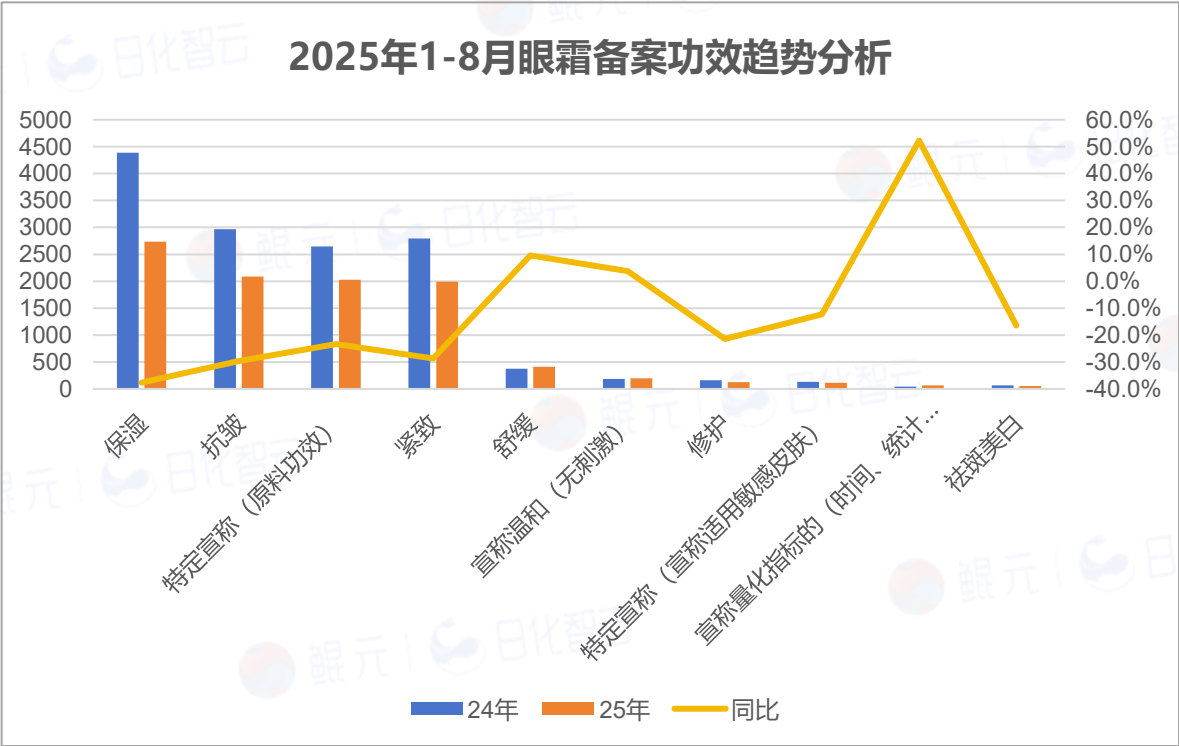
抗皱类成分表现坚挺，仍是核心功效抓手

- TOP20成分全线负增长，跌幅普遍在20%至40%之间，与眼霜备案总量下滑（-35.81%）趋势一致；仅可溶性胶原跌幅最小（-3.7%），且排名从第20升至第13，逆势韧性显著，反映“生物活性胶原”应用深化。
- 乙酰基六肽-8（-32.1%）和羟丙基四氢吡喃三醇（-27.1%）虽跌幅明显，但仍稳居第2、第4位，彰显其抗皱成分地位。咖啡因（-23.3%）跌幅低于均值，常用于“去浮肿”功能眼霜，需求稳定；烟酰胺（-26.1%）跌幅略低于均值，维持美白提亮功效地位。

2025年1-8月同期备案产品数量TOP20成分分析



- 2025年1-8月保湿（-38.0%）、抗皱（-31.6%）、紧致（-27.2%）等核心功效备案虽下滑，但仍占据备案主流，反映市场基础需求仍在；抗皱备案量占比保持高位，2025年仍有2088款产品备案该功效宣称，凸显其作为眼霜“黄金功效”的地位。宣称量化指标（时间/统计数据）备案量同比增长 52.3%，反映消费者对“可见功效”需求上升。
- “保湿+抗皱+特定宣称（原料功效）+紧致”组合备案量高达1329款，成为最热门功效搭配；“保湿+抗皱+紧致”（643款）、“保湿+特定宣称”（574款）分列二、三位，表明品牌倾向于通过多重功效组合提升产品竞争力。

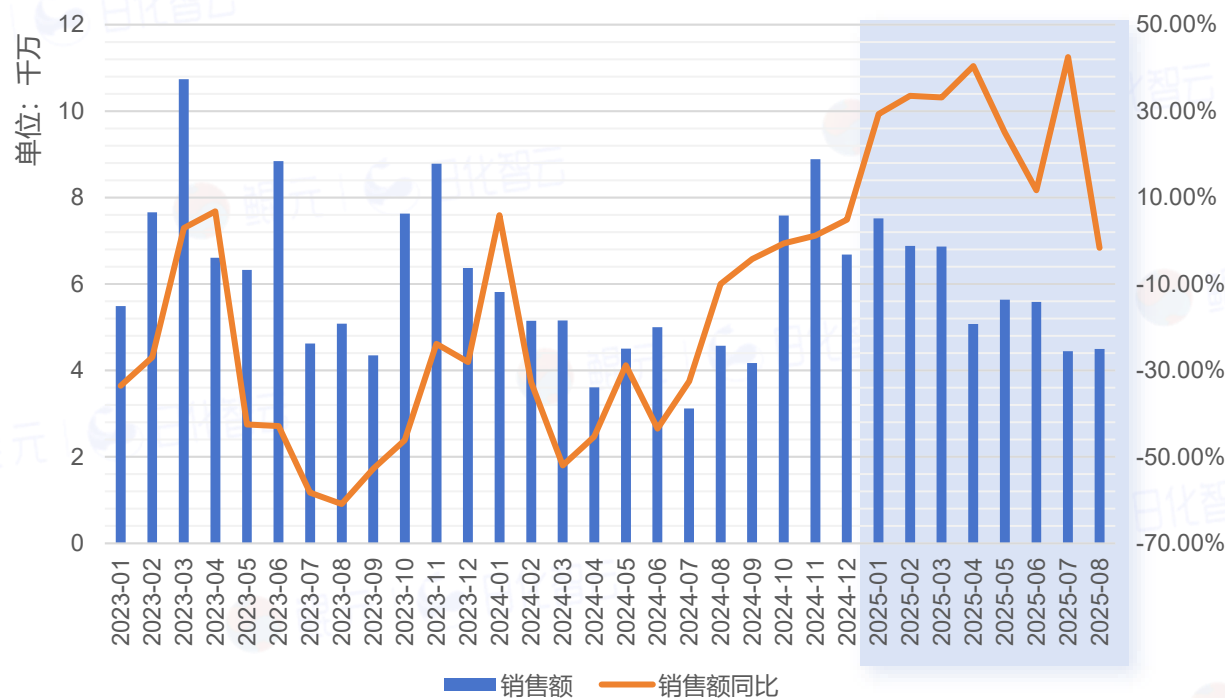


PART 02

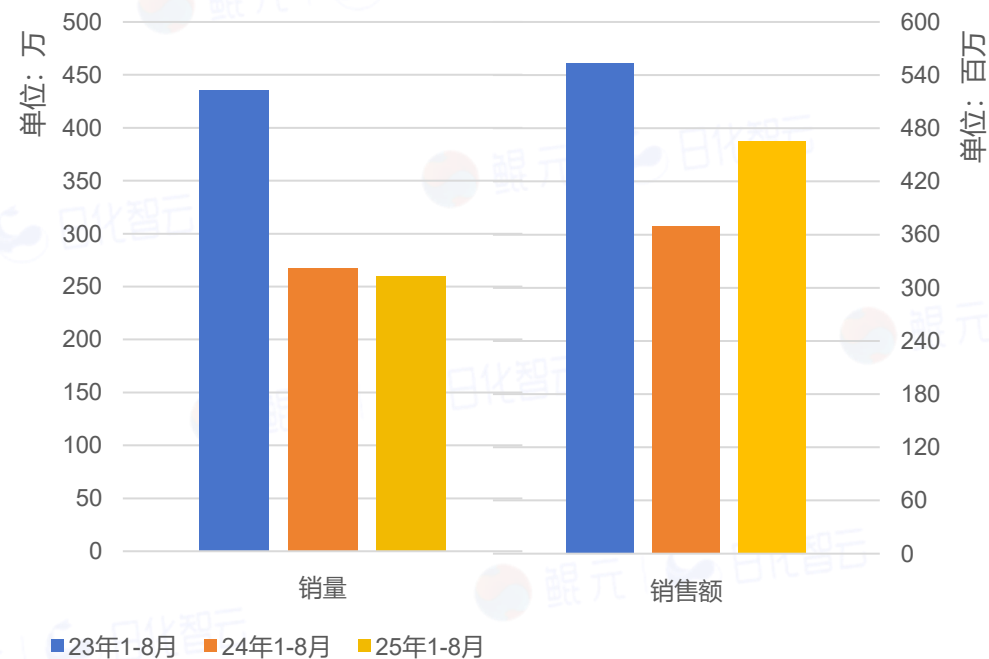
重点品类分析——眼膜

2025年1-8月淘天渠道眼膜销量260万件，同比下降2.6%；销售额达4.65亿元，同比增长25.9%，尤其是2月（+33.54%）、4月（+40.39%）、7月（+42.5%）表现亮眼。2025年1-8月销售额同比提升，但销量仍低于2024年同期，说明增长主要由客单价提升推动。反映消费者更愿意为高附加值、强功效型眼膜支付溢价。眼膜市场进入“价值驱动”阶段，产品升级与精准营销成破局关键。

2023年1月-2025年8月淘天渠道眼膜销售趋势分析

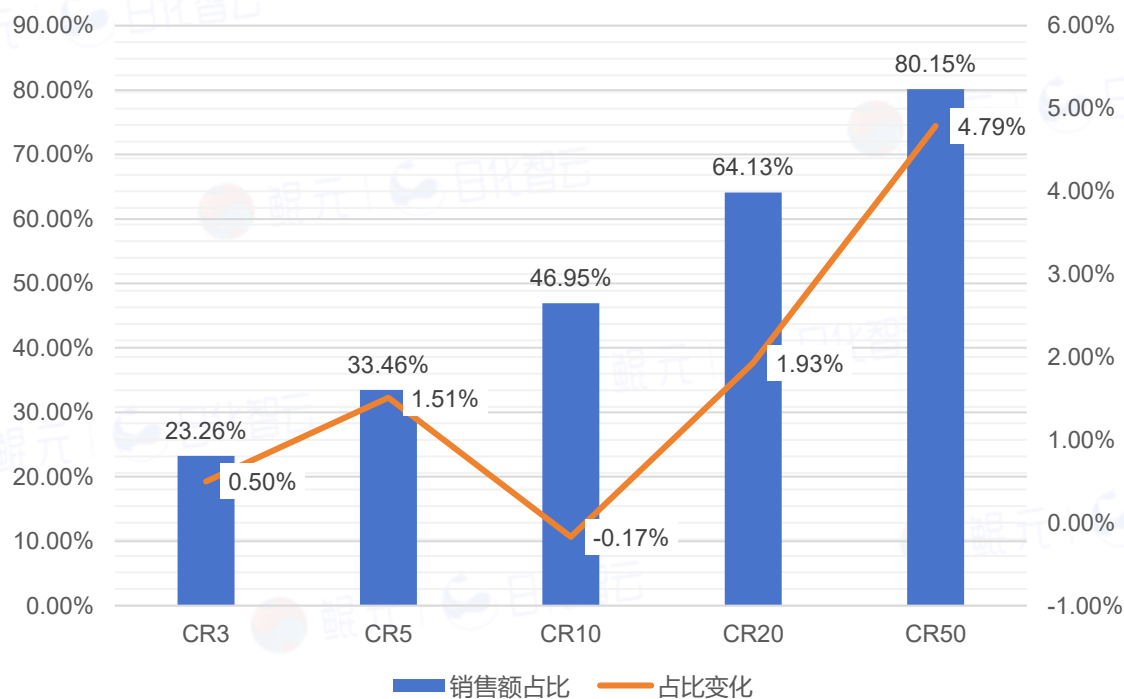


淘天渠道眼膜近3年同期销售趋势分析



2025年1-8月淘天渠道眼膜，除CR10同比微降0.17%，CR3、CR5、CR20、CR50均同比提升，尤其是CR50提升4.79%，显示市场向头部及中腰部品牌集中。kazoo从24年38名跃升至第1名，销售额占比达10.28%，反映国货品牌通过产品创新可实现快速超车；丸美（第3）、儒意（第4）、两个博士后（第5）等国货品牌稳居前列，说明国货在眼膜市场已形成集群优势；晓姿（日系品牌）虽排名下降1位，仍以6.53%销售额占比守住第2，印证日系品牌在高端市场的持续影响力。

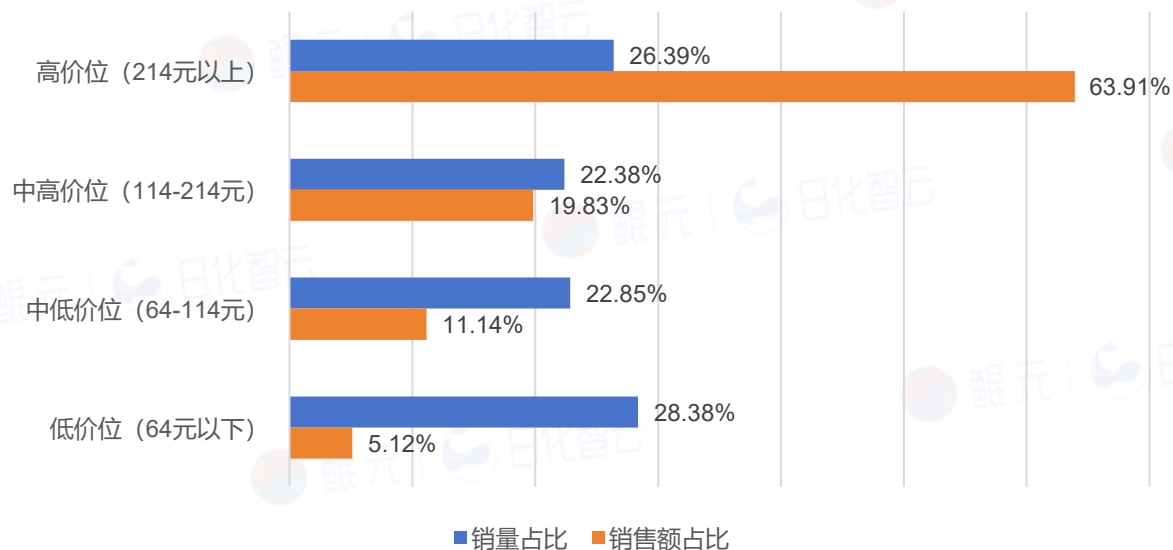
2025年1-8月淘天渠道眼膜市场集中程度分析



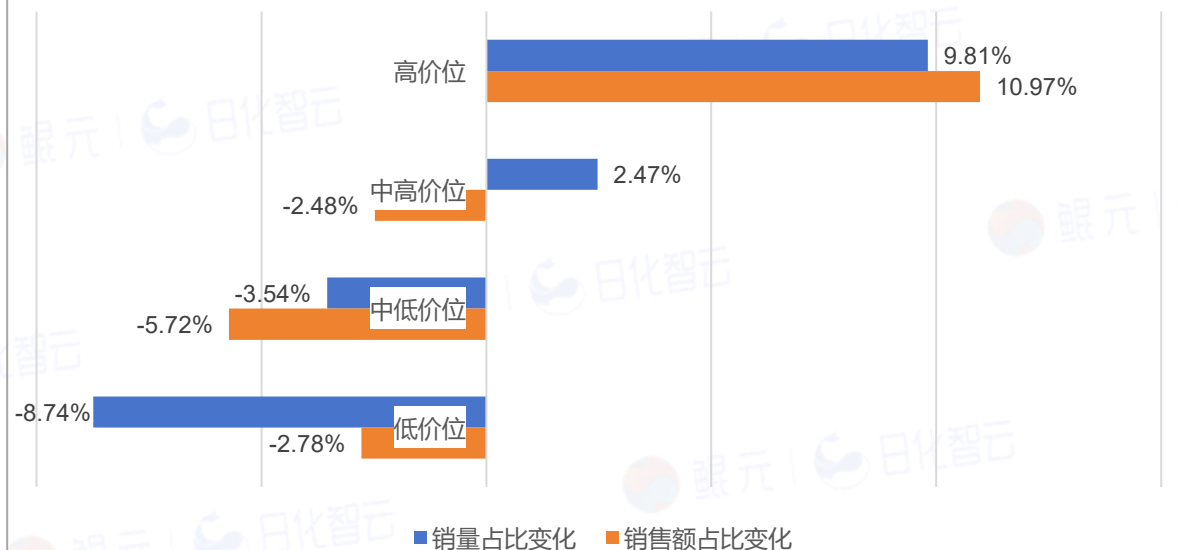
排行	品牌名称	品牌所在地	排名变化	销售额占比
1	kazoo	中国	+37	10.28%
2	晓姿	日本	-1	6.53%
3	丸美	中国	-1	6.45%
4	儒意	中国	-1	5.89%
5	两个博士后	中国	-1	4.31%
6	la'bonic	中国	+9	3.02%
7	资生堂	日本	-1	2.84%
8	spa treatment	日本	-3	2.79%
9	药都仁和	中国	+25	2.48%
10	润百颜	中国	-2	2.36%

- 2025年1-8月淘天渠道眼膜高价位（214元以上）：销售额占比达63.91%，同比提升10.97%，成为绝对主导价格带；销量占比26.39%，同比提升9.81%，说明消费者对高端眼膜的接受度和购买频次均在提升。
- 中高价位（114-214元）增长乏力，陷入“夹心层”困境，销量占比微增2.47%，但销售额占比下降2.48%，说明该价格带产品或面临促销、价格战压力。
- 中低价位（64-114元）和低价位（64元以下）销量与销售额占比双双下降，尤其是低价位销量占比下降8.74%；反映消费者逐渐放弃低效低价产品，转向功效更明确的中高端眼膜，“性价比”定义正从“低价”转向“高功效单位价格”。

2025年1-8月淘天渠道眼膜不同价位眼膜销售趋势分析



2025年1-8月同期不同价位销售趋势变化



市场呈现“功效精细化+成分靶向化”趋势

- 功效端：2025年1-8月淘天渠道眼膜抗衰功效以4.4亿元销售额断层第一，反映消费者对眼周抗老需求高度聚焦；保湿（3.3亿元）与补水（1.4亿元）反映基础护理需求仍为核心基本盘；去黑眼圈（1.5亿元）与提亮肤色（0.89亿元）反映细分功能市场正在快速崛起。
- 成分端：蛇毒肽以近6000万元销售额成为最吸金成分，主打即时祛皱与肌肉松弛抑制，契合抗衰主流需求；胶原蛋白销售额3806万元，销量达21.9万件，主打保湿修护；肌肽、烟酰胺、视黄醇等成分销售额均超1600万元，说明抗氧化、提亮、抗老成分已成为眼膜标配。



- 儒意凭借两款产品（肌肽眼膜、蛇毒肽眼膜）占据2席，主打多成分功效与黑眼圈细分场景；
- KAZOO以冻干技术+高单价（均价约378元）实现销售额断层第一（3849万元），反映技术溢价能力；
- 丸美依托纳米金概念与品牌积淀稳居前十，均价164元，定位中高端。

排名	商品标题	品牌	品牌类型	销量（件）	均价（元/件）
1	去眼膜贴淡黑眼圈化细纹衰眼袋纹消眼贴提拉紧致男女	儒意	国货品牌	104916	139
2	【金靖代言】KAZOO可逐冻干眼膜贴抗皱紧致细纹淡化眼纹霜女旗舰	KAZOO	国货品牌	101935	378
3	WIS蓝睛灵眼膜 补水保湿抗皱紧致男女护肤品60片 官方正品眼膜贴	微希	国货品牌	70762	115
4	梵西贵妇黄金眼膜贴淡化细纹眼纹抗皱眼袋紧致黑官方旗舰店眼正圈	梵西	国货品牌	57844	101
5	祛眼膜贴淡黑眼圈化细纹眼袋消眼贴眼袋抗衰提拉皱紧致女男士正品	儒意	国货品牌	53037	114
6	眼膜贴淡化黑眼圈细纹抗衰祛皱提拉眼袋紧致去消除神器男女士正品	H18	国货品牌	50396	140
7	海藻眼膜贴淡化抗皱男士细纹补水保湿去除神器学生眼贴女1	形象美	国货品牌	45777	34
8	仁和眼膜贴除眼袋淡化黑眼圈细纹抗皱紧致紧致衰老官方旗舰店正品	药都仁和	国货品牌	39672	130
9	美康粉黛咖啡因眼膜贴淡细纹眼袋眼纹紧致抗皱补水保湿官方旗舰店	美康粉黛	国货品牌	38296	164
10	丸美纳米金眼膜淡细纹熬夜眼纹紧致抗皱眼贴补水保湿正品眼贴膜	丸美	国货品牌	30691	164



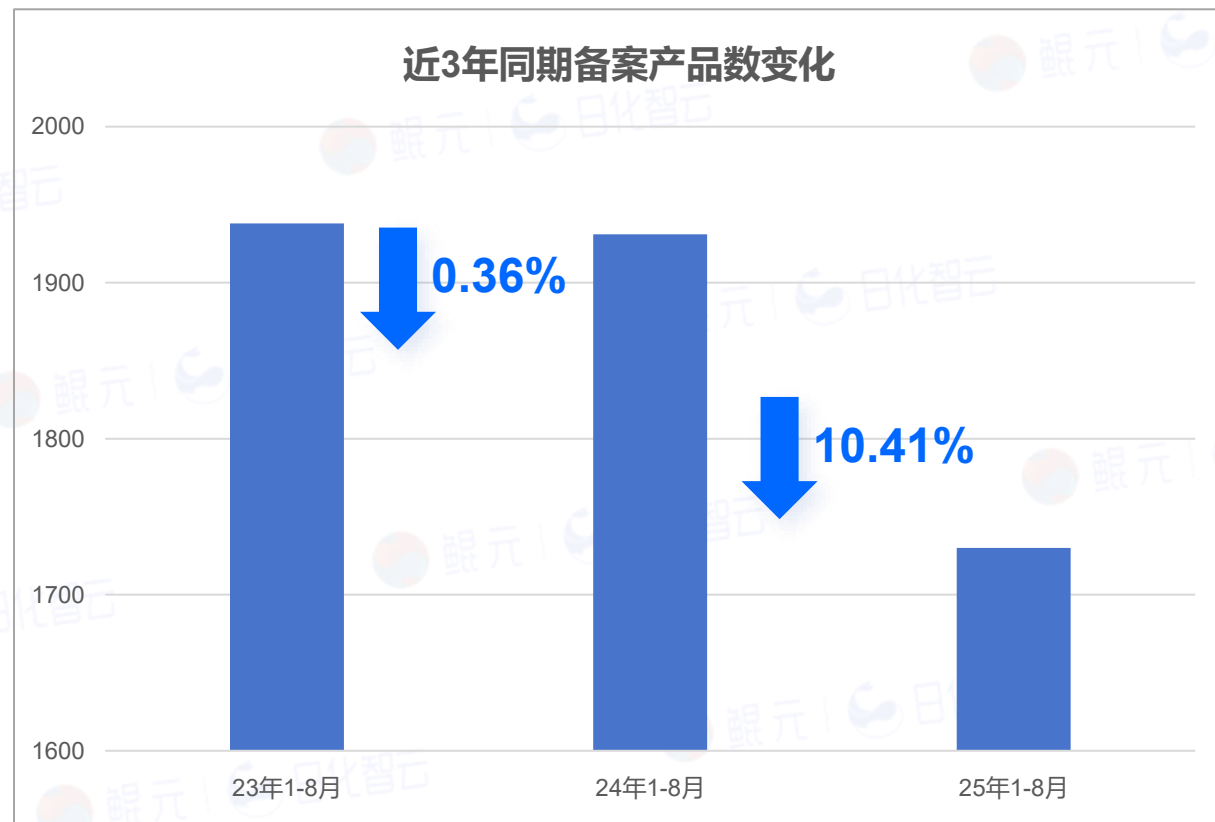
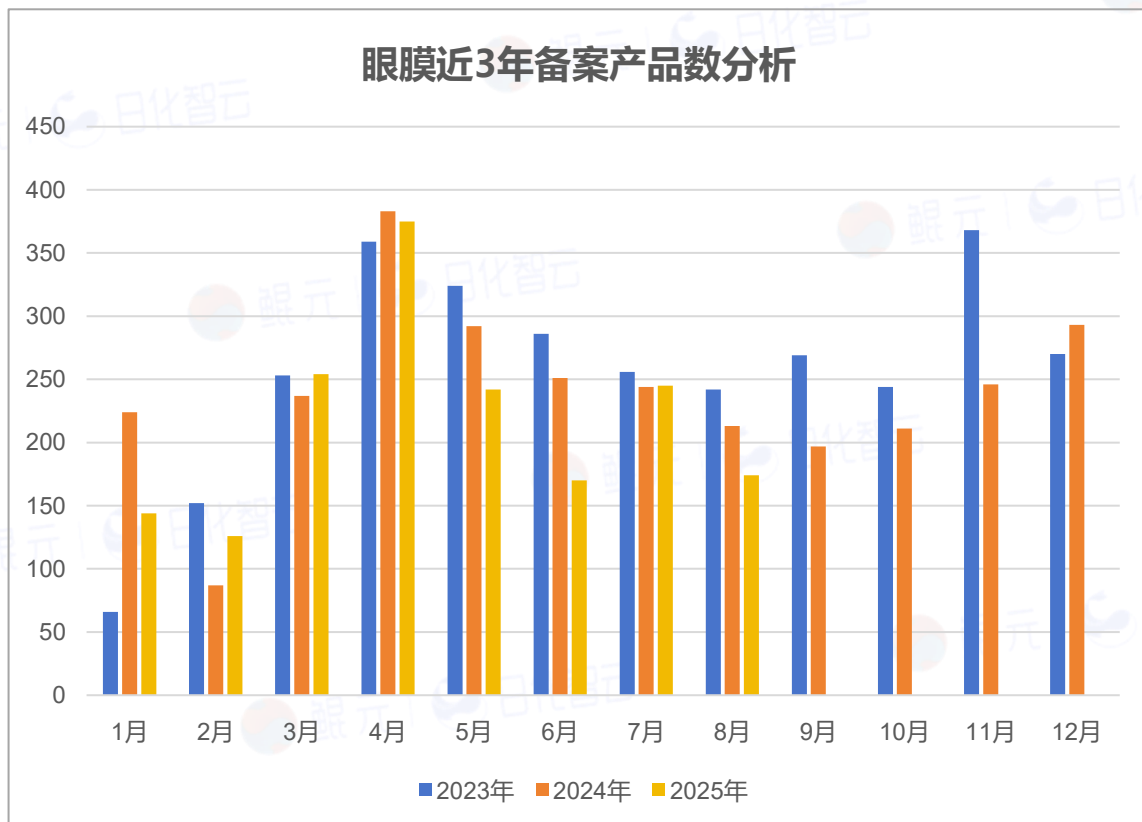
产品名：RUYI儒意肌肽
紧致焕靓眼膜
品牌：儒意
功效：保湿，抗衰，抗
皱，紧致



产品名：KAZOO凝时奢
润冻干眼膜套盒
品牌：KAZOO
功效：保湿，抗衰，提
亮肤色，抗皱，提亮眼
周，淡化眼纹，淡化细
纹，紧致

眼膜赛道正从“量增”转向“质优”

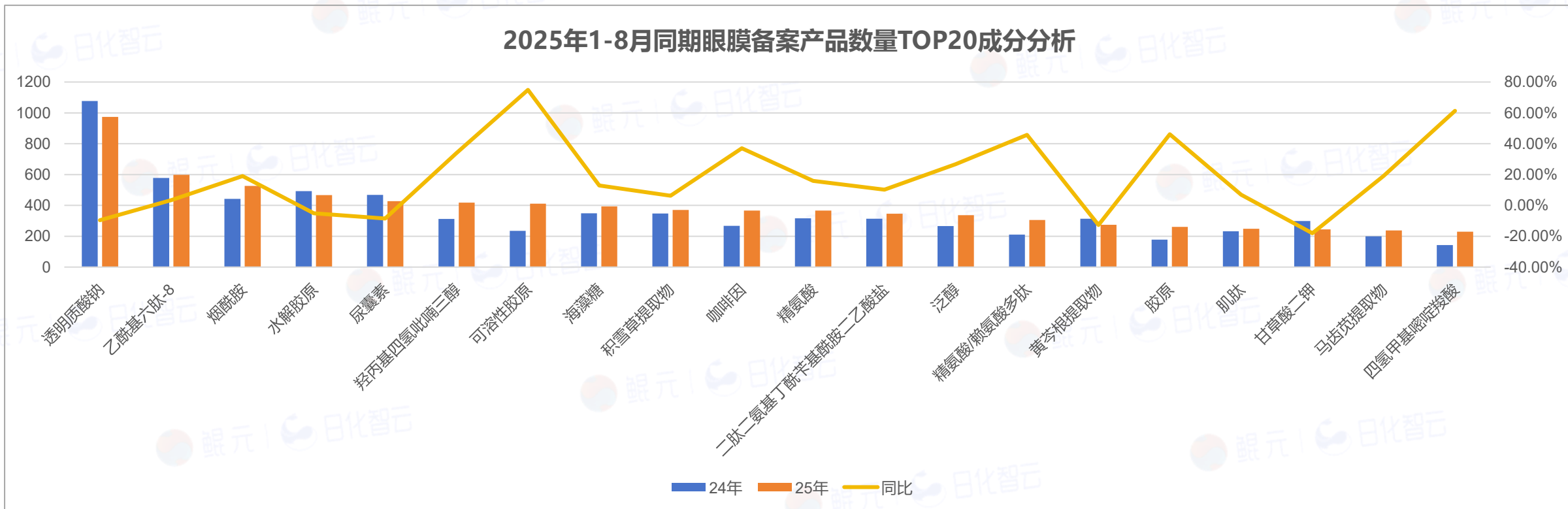
- 2023年1-8月备案产品总数1938件，2024年1-8月备案总数1931件，同比下降0.36%；2025年1-8月备案总数进一步降至1730件，同比下降10.41%。市场明显进入“供给侧优化”阶段。备案量连续下降并不代表需求萎缩，而是市场步入成熟期的信号——品牌不再依赖SKU数量扩张，而是聚焦于成分升级、功效强化和场景创新，推动眼膜品类走向精品化、爆品化的良性发展轨道。



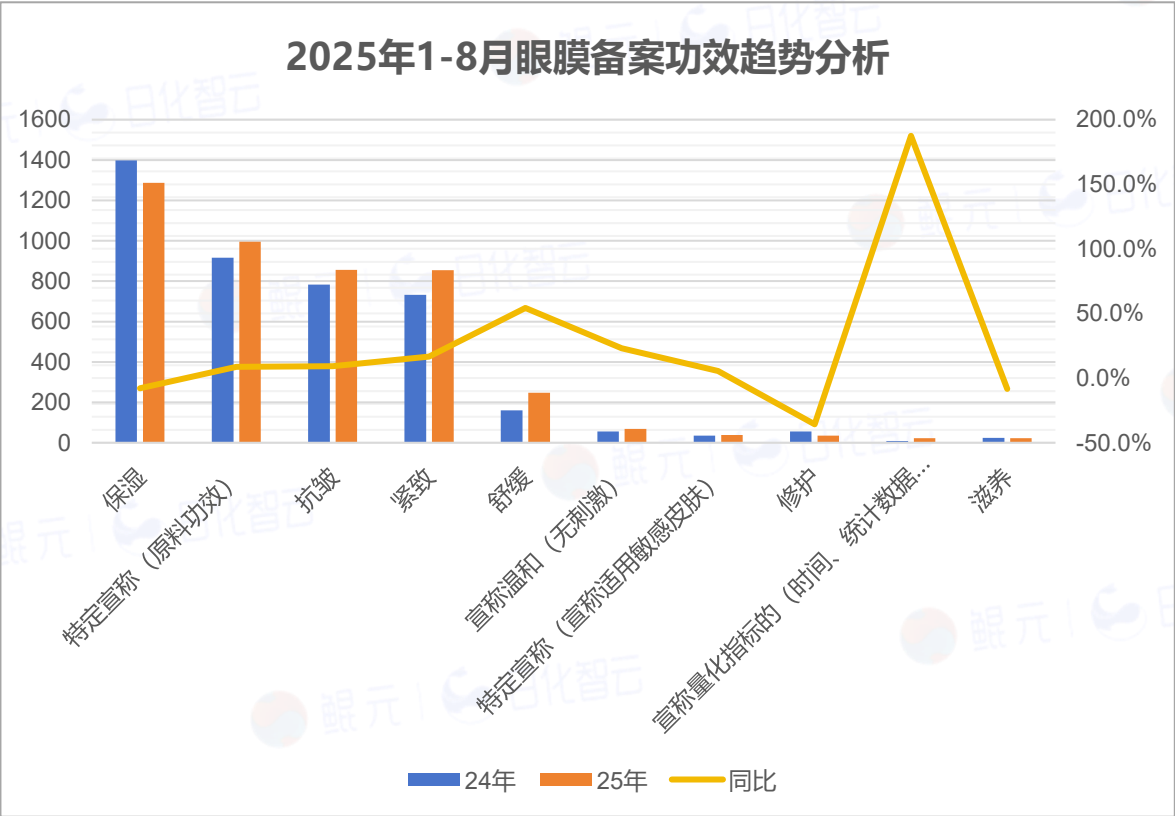
眼膜进入“成分升级战”

- 2025年1-8月透明质酸钠虽产品备案数存量第一（974款），但同比下降9.6%，尿囊素同比下降8.5%与水解胶原同比下降5.1%，反映基础保湿成分竞争力走弱。
- 乙酰基六肽-8备案数达598款，同比增长3.5%，稳居抗衰成分榜首；羟丙基四氢吡喃三醇（玻色因）同比增幅34%，反映“贵妇成分平替”策略走红；可溶性胶原同比激增 74.9%，印证“胶原蛋白重回C位”。
- 四氢甲基嘧啶羧酸（依克多因）同比增长61.3%，积雪草提取物增长6.3%，修护类成分仍占一席之地。

2025年1-8月同期眼膜备案产品数量TOP20成分分析



- 2025年1-8月眼膜抗衰备案矩阵持续扩张，抗皱（856款，同比提升9.3%）、紧致（854款，同比提升16.7%）、特定原料宣称（995款，同比提升8.6%）三大功效稳居备案前列。
- 备案功效搭配数据显示，头部组合为“保湿+抗皱+特定宣称+紧致”的复合形态，纯单一功效产品逐渐失去竞争力。品牌通过叠加功效标签覆盖更广泛需求，同时提升产品溢价能力。



PART 03

2025年新品趋势

功效聚焦多元化，细分场景与人群需求崛起

眼部护理产品不仅关注基础的保湿和滋养，还强调抗衰老（如淡化细纹、紧致、提拉）、淡化黑眼圈、减轻浮肿、提亮肤色等多重功效。英敏特数据显示，消费者最希望眼部抗衰老产品能解决黑眼圈（57.53%）、眼下细纹（48.37%）、眼袋（45.1%）、暗沉（45%）和鱼尾纹（43.17%）等问题。



• **产品名：**雅诗兰黛「微雕眼霜」抗皱
提拉紧致眼周淡纹淡泪沟

• **3 重复配微雕科技**

复配类肉毒肽：抚平动态纹，淡化顽固纹
仿生弹性支撑网：紧致眼袋，提拉眼皮
超微充盈玻尿酸：淡化泪沟

• **功效：**保湿，修护，抗衰，滋润，抗皱，水润，淡化细纹，紧致

品牌：雅诗兰黛

参考价格：670元/15ml



• **产品名：**善草纪龙血竭咖啡眼霜保湿
淡化细纹提拉紧致提亮淡化黑眼圈

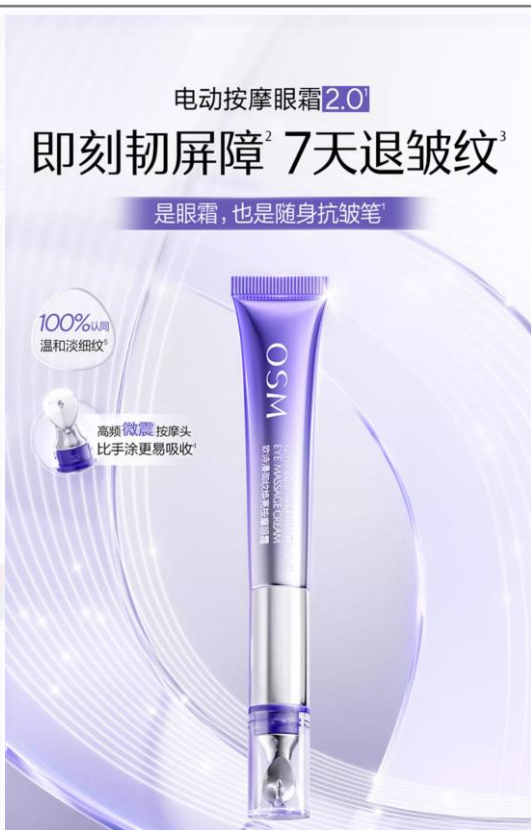
• 烟酰胺X咖啡因：采用双重超分子技术，形成共晶超分子，更稳定更高效
• 专利赋能：海藻寡糖专利，紧致抗皱，真实有效

• **功效：**保湿，去黑眼圈，抗衰，提亮肤色，滋润，淡化细纹，紧致

品牌：善草纪

参考价格：38.5元/50g

- 越来越多的创新专利和新品强调使用天然、植物基成分，减少或避免合成色素、防腐剂、矿物油、硅等成分，提升产品安全性。例如，含有牡丹提取物、透明质酸、胶原蛋白、胜肽等成分的产品受到关注。
- 产品配方趋向温和，适合敏感肌，强调舒缓、镇静、修护功能，如含有有机植物提取物、 β -葡聚糖、泛醇等成分，帮助缓解眼部疲劳、修护屏障。



• **产品名：**欧诗漫珍珠御纹睛采按摩眼霜5ml*2支

- 革新配方：MHA Revival皮肤赋活因子，复配维B家族+珍珠酵液
- 温和亲肤：真实测评，温和不刺激，按摩头比手涂吸收更快

- 功效：**保湿，抗皱，水润，淡化细纹，紧致

品牌：欧诗漫

参考价格：29.9元/2支



• **产品名：**玉容初藏红花精雕胶肽眼部精华油礼盒装紧致抗皱

- 蕴含高含量（53%）白池花籽油
- 自研胶肽环充技术
- 藏红花+5味草本
- 蕴含高浓度烟酰胺

- 功效：**抗衰，提亮肤色，抗皱，提亮眼周，淡化眼纹，紧致

品牌：玉容初

参考价格：268元/6支

眼部护理产品的形态和使用体验不断创新，活性成分保鲜（冻干/微囊）、渗透技术（油基/微晶）成为产品力核心，微晶眼膜、可溶解眼膜、精油眼膜等新型产品受到中国消费者青睐。KAZOO冻干眼膜通过固态保鲜技术保留成分活性，定价高端，技术溢价显著；同时，啫喱、精华、膏霜等多样质地也提升了产品的选择性和愉悦感。



• **产品名：**KAZOO冻干眼膜贴抗皱紧致细纹淡化眼纹

- 舒敏感-专利龙胆根提取物
- 亮眼周-专利温州蜜柑果皮
- 淡眼纹-专利中科大透皮多肽
- 收眼袋-专利高纯玻色因

• **功效：**去黑眼圈，抗衰，去干纹，抗皱，淡化眼纹，淡化细纹，紧致

品牌：KAZOO

参考价格：205元/1盒



• **产品名：**BIOLAB听研小骨头微晶眼膜玻尿酸淡化细纹紧致

- 抗皱微晶贴膜微晶技术，集中淡纹
- 水润透亮精华膜温柔贴合，柔润亮泽
- 紧致-玻色因，焕亮-传明酸，抗皱-乙酰基六肽-8，修护-马齿苋提取物

• **功效：**保湿，抗衰，抗皱，淡化细纹，紧致

品牌：听研

参考价格：479元/1盒

报告内容到此结束，感谢观看
更多日化美妆行业市场报告
关注【日化智云】



扫码关注公众号



扫码添加官方客服小云

更多帮助或咨询
请联系官方服务顾问



Thanks