



2026AI+美妆消费趋势报告

科技赋能，精准定义新美学生态

2026年3月 艺恩

前言

人工智能（AI）与美妆产业的融合，正从概念探索步入深度应用的快车道，从根本上重塑着产品研发、消费者体验与品牌沟通的模式。技术迭代、需求升级与资本投入正共同驱动“AI+美妆”赛道蓬勃发展。AI技术已实现从精准诊断、智能匹配到规模化定制的全链路赋能，推动行业向数据驱动、个性服务的科技化产业演进。市场参与方呈现多元生态，头部品牌自建技术中台构筑壁垒，而广大品牌则通过集成应用成熟的第三方解决方案快速实现体验升级。

一个特征鲜明、需求明确的“AI/科技美妆”兴趣人群已然形成。该人群以Z世代女性为核心，集中分布于一线及新一线城市。他们并非对科技盲从，而是追求“科学变美”的效率主义者与体验探索者。精准诊断与定制化与虚拟试妆体验构成了其尝试AI美妆的基石需求，而全周期肌肤管理、即时效果可视化等功能则是深化用户关系、构建长期忠诚的关键。

在营销趋势方面，内容形态正从基础的AI推荐与测肤，向“精准诊断×虚拟试妆×全周期管理”三大方向深化演进。品牌未来需围绕“科学专属”、“沉浸高效”、“长期陪伴”等关键词，构建与新型消费人群沟通的话语体系，完成从一次性交易到持续性用户关系运营的战略跃迁。

目录

01


AI 赋能美妆产业：从数字化到生成式的全链路进化

02

AI 美妆消费新图景：人群画像与核心需求深度解析

03

AI 美妆社媒营销新赛道：内容升级与增长机会挖掘



AI 赋能美妆产业： 从数字化到生成式 的全链路进化



AI赋能美妆从数字化呈现、智能化决策到生成式创新



1.0 数字化阶段 (2016年-2019年)

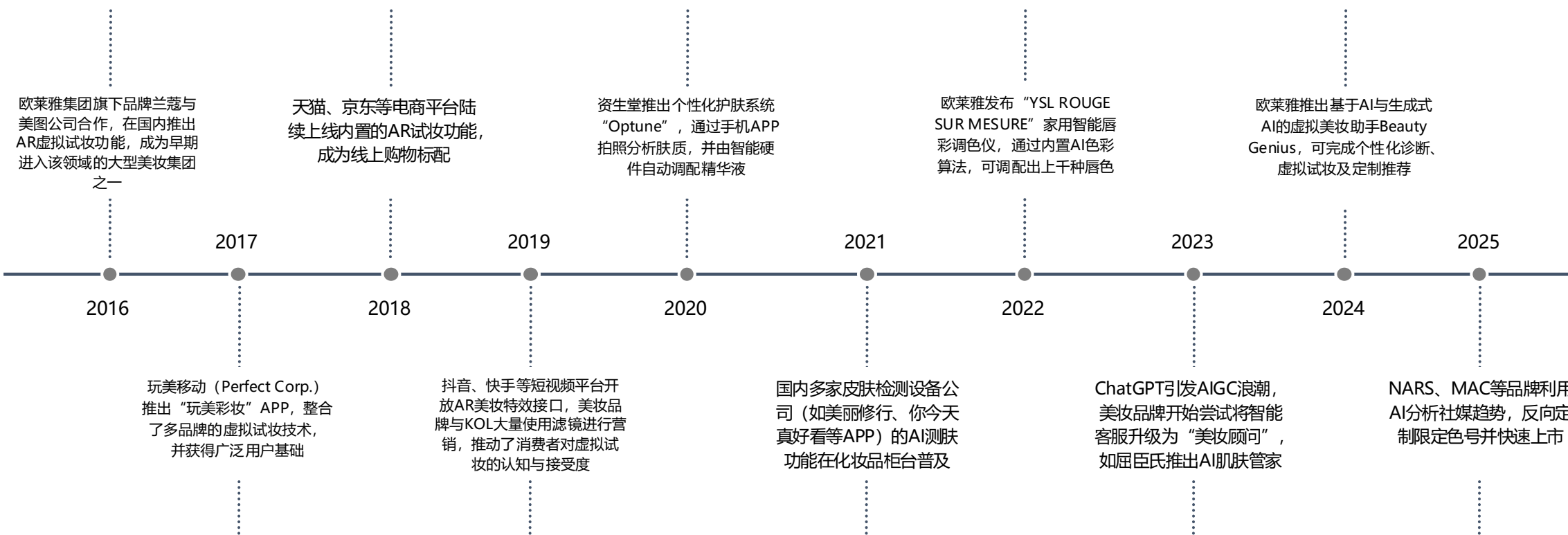
以增强现实 (AR) 和基础算法为核心，
实现美妆体验的线上化与可视化

2.0 智能化阶段 (2020年-2023年)

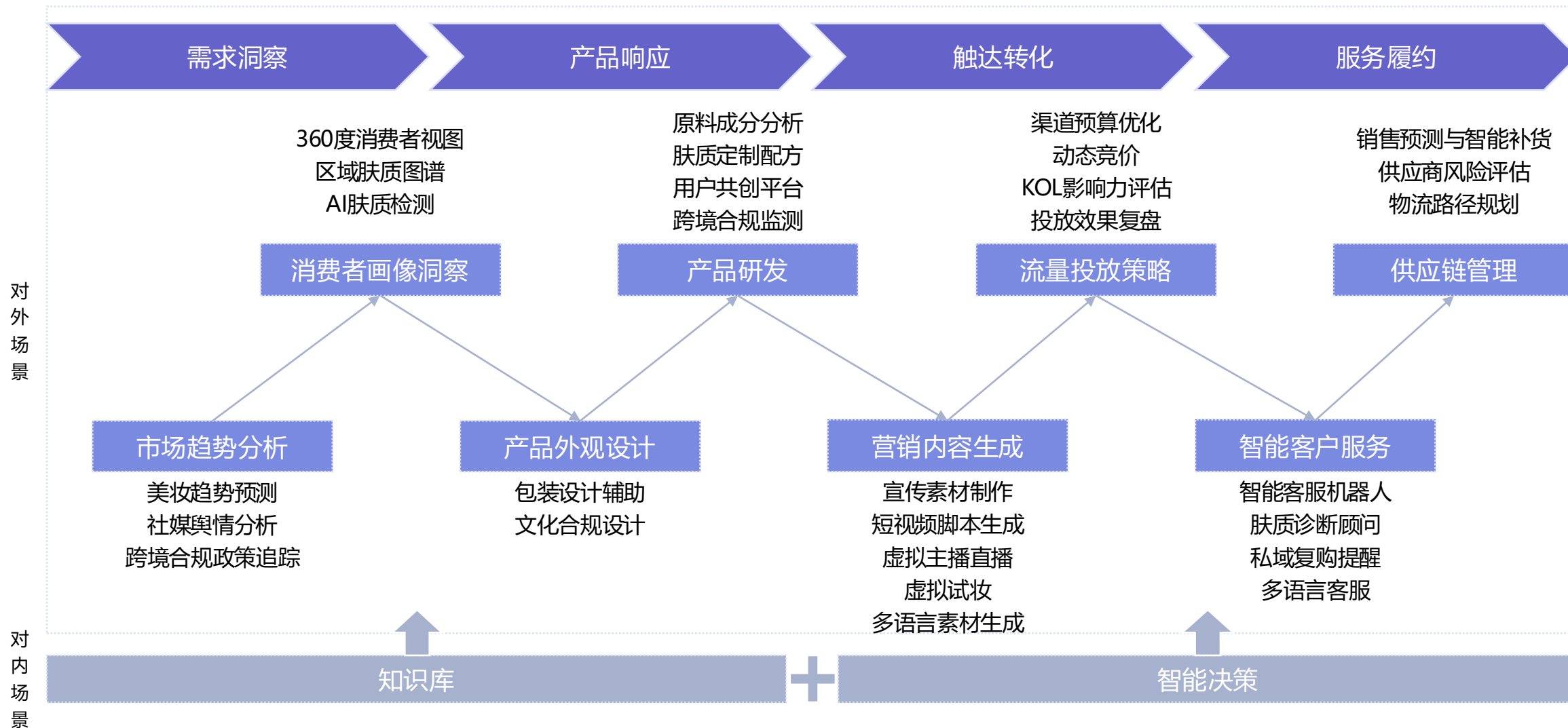
AI从“呈现”走向“诊断”与“决策”，
结合大数据与机器学习，提供个性化解决方案

3.0 生成式阶段 (2024年至今)

生成式人工智能 (AIGC) 成核心驱动力，开始参与产品创意、互动形式与商业模式的创新



生成式AI从需求洞察到服务履约赋能美妆的全流程



技术迭代、需求升级、资本加码，共驱AI美妆赛道发展



技术驱动

计算机视觉精度提升

大模型降低AIGC应用门槛

算力成本下降，云服务普及

95%+

AR试妆准确率提升至

需求驱动

Z世代追求极致个性化与体验

成分党、科学护肤兴起

社媒催化“科技美妆”潮流

61%

的消费者愿意为AI功能支付一定的溢价

资本驱动

头部品牌研发投入加大

科技公司跨界布局

初创企业融资活跃

86%

2026年1-2月：AI赛道在美尚行业（含美妆、个护等）中融资占比



AI技术的发展正将美妆行业重构为数据驱动、个性定制、精准服务的科技产业，向着精准化、科技化发展



精准诊断

从“肉眼观察”到“多维度量化”

客观化、可量化、可追踪

计算机视觉

通过手机/专业设备采集面部图像，AI分析20+项皮肤指标

多模态融合

结合皮肤镜、3D扫描、高光谱成像，检测皮下炎症、色素沉着深度

动态基准建立

为每位用户建立皮肤“数字孪生”，追踪微变化（如雅诗兰黛3D肌肤诊断仪）

精准匹配

从“通用推荐”到“动态适配”

多层次、动态化、场景适配

多维度标签系统

结合肤质、气候、作息、饮食偏好、护肤目标、预算等数百标签

实时环境感知

APP接入天气数据，推荐适配当日湿度/紫外线/污染指数的产品（如资生堂Optune）

效果反馈优化

根据用户使用后反馈（主观评价+图像复测）动态调整推荐算法

精准定制

从“标准化”到“一人千面”

规模化个性定制成为可能

智能调配系统

家用/柜台设备按需混合活性成分（如YSL智能调色仪每分钟调配一支专属口红）

3D打印技术

按面部结构打印定制粉底膜、面膜（如纪梵希与科技公司合作）

基因与微生态定制

基于基因检测/皮肤菌群分析，定制口服+外用联合方案（如SkinDNA等品牌）

精准沟通

从“广而告之”到“个性对话”

个性化内容生成与触达

AIGC动态创意

根据用户画像实时生成图文/视频广告（如看到干燥肌用户推送“48小时保湿”内容）

智能客服顾问

基于大模型的聊天机器人解答“A醇能否与维C同用”等专业问题，并推荐搭配

虚拟试妆社交

生成用户虚拟妆容照片/视频，方便社交分享，形成裂变（如玩美移动社交功能）

精准研发

从“实验猜想”到“个性对话”

高通量筛选与模拟验证

成分功效AI预测

机器学习模型从百万化合物库中筛选潜在活性物，预测透皮、刺激性

虚拟临床试验

数字皮肤模型模拟成分作用，预测功效，减少真人试验

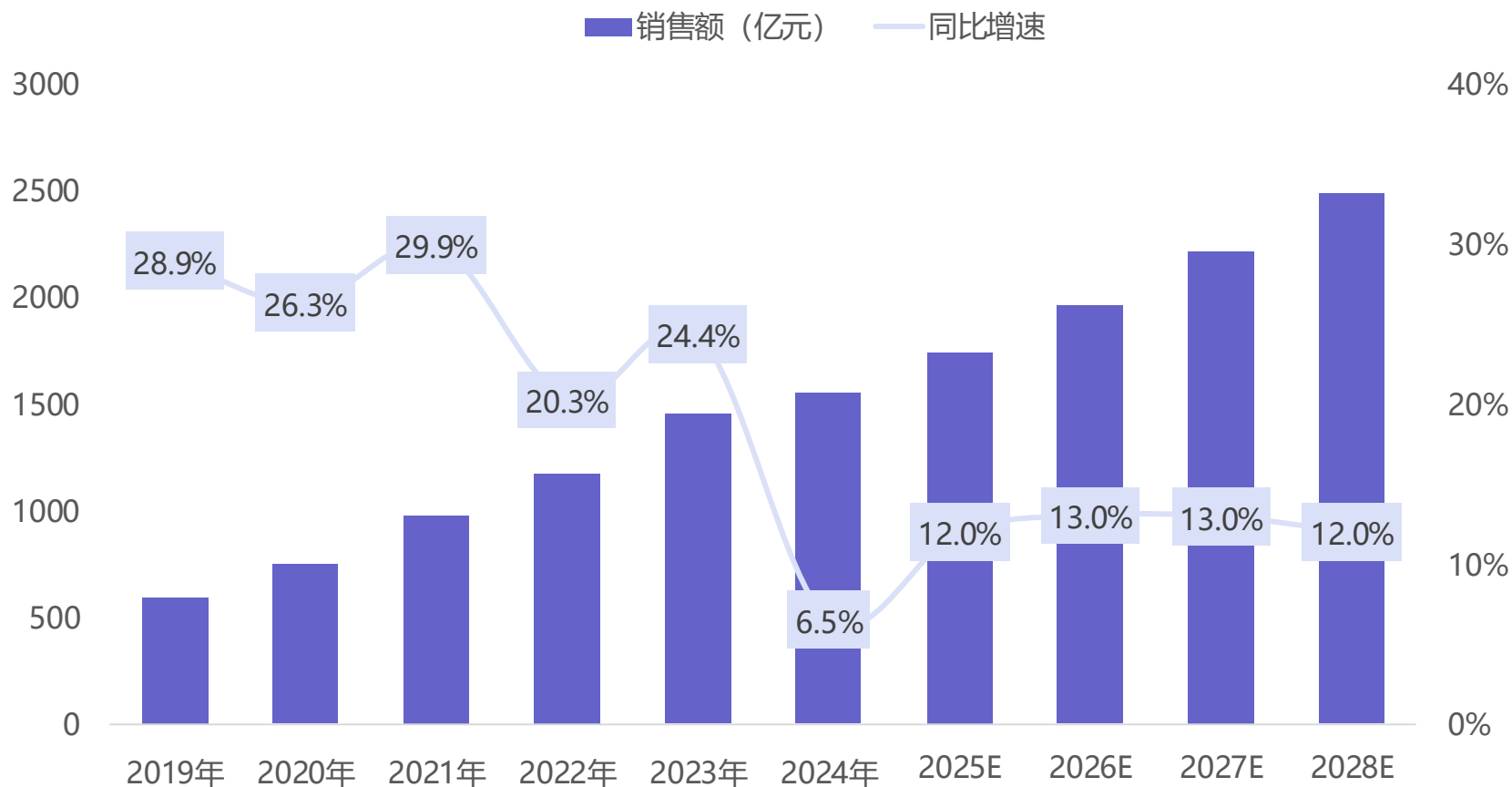
趋势洞察反推研发

AI分析社媒热点、科研论文，发现“蓝铜胜肽”等趋势成分，指导研发方向

AI技术助力美妆向精准定制升级，驱动精准护肤赛道发展



中国「精准护肤」市场规模及预测情况



AI技术全链路赋能「精准护肤」

- 诊断精准**
 - AI视觉肤质分析
 - 多模态数据融合
 - 肤质长期动态追踪
- 方案精准**
 - AI护肤方案声称
 - 海量产品智能匹配
 - 实时调配个性化方案
- 反馈精准**
 - 效果可视化对比
 - 方案动态调整
 - 肤质变化成因关联分析

AI+美妆市场呈现“全域智能渗透、技术跨界融合”的趋势，头部品牌自建中台与生态开放共创成破局关键



AI+美妆市场主要参与方	核心特征与商业模式	典型代表企业	核心AI应用与案例
品牌方 (自建技术中台)	特征: 国际/国内头部美妆集团，将AI视为核心战略能力，投入重金自建或并购技术团队与基础设施，构建竞争壁垒 商业模式: 通过AI提升全链路效率（研发、生产、营销、服务）并创造新产品/服务形态	欧莱雅	研发: 与IBM合作开发化妆品配方AI模型 营销与服务: 推出AI美容顾问平台“Beauty Genius”，提供虚拟试妆、个性化产品推荐
		雅诗兰黛	产品与体验创新: 与微软合作开发“语音化妆助手(VMA)”，服务视障人群；内部广泛应用生成式AI于产品概念设计
		资生堂	个性化服务: 推出家用个性化护肤系统“Optune”，通过APP分析肤质并调配专属精华
品牌方 (应用与集成)	特征: 成长型或聚焦型品牌，不具备或不主打自研底层AI技术，而是作为需求方和集成方，积极采购和部署第三方AI解决方案 商业模式: 通过应用成熟的AI工具，快速实现营销提效、体验升级，专注于业务增长而非技术开发	贝泰妮 (旗下贝芙汀)	服务创新: 推出AI祛痘品牌“贝芙汀”，通过AI问诊实现痘痘分级与定制化方案推荐，本质是深度集成AI医疗问诊能力到消费场景
		毛戈平	营销与零售革新: 引入第三方大模型与数字人技术，打造智能直播间，提升线上互动与销售转化效率
		兰树股份	终端智能化: 门店部署集成DeepSeek大模型的第三代AI测肤仪，升级线下专业服务体验
科技赋能方 (技术/产品供应商)	特征: 独立的技术公司，不生产美妆产品，而是为美妆品牌、零售商、平台提供AI技术、软件产品或一体化解决方案。它们是AI能力普及的关键推动者 商业模式: 通过技术授权、SaaS订阅、项目定制开发等方式获得收入	玩美移动	提供标准化工具: 全球领先的AR虚拟试妆、AI肤质分析SaaS解决方案提供商，服务超过400个美妆品牌
		一知智能	提供定制化方案: 为毛戈平等品牌提供基于大模型的数字人直播技术与运营服务
		微软、IBM、NVIDIA等	提供底层能力与平台: 为欧莱雅、雅诗兰黛等大型集团提供云计算、AI模型、算力等基础设施支持
平台方 (生态构建者)	特征: 拥有巨大流量和交易场景的电商、社交或内容平台，将AI美妆工具（如试妆、测肤）作为平台基础能力或营销插件开放给入驻品牌和商家，以丰富平台生态、提升用户粘性与交易转化 商业模式: 通过吸引更多品牌入驻、提升平台内交易活跃度来获得广告、佣金等收入	天猫、抖音电商	生态赋能: 在平台内嵌AR试妆、AI测肤等功能，品牌商家可一键开通，用于商品详情页或直播间，直接促进购买决策
		小红书	内容与种草赋能: 提供AR试妆滤镜、妆容特效等，鼓励用户创作内容，形成从“试”到“晒”的闭环

案例：玩美移动以AI技术为支撑，为国内外美妆品牌提供企业级美妆及时尚解决方案



玩美移动-全套AI & AR 美妆及时尚科技解决方案



PERFECT x ESTÉE LAUDER

合作背景：雅诗兰黛就一直以多互动和精致服务理念为客户提供服务。随着增强现实 (AR) 和人工智能 (AI) 的出现，雅诗兰黛品牌希望为客户提供更多元的产品体验方法。同时，新的技术需要同雅诗兰黛的产品一样，在性能上保持纯粹



口红虚拟试妆

雅诗兰黛的口红虚拟试妆，可让客户尝试“在30秒内使用30种口红颜色”，同时提供完整的产品详细信息


提高转化率**2.5倍**



iMatch™
虚拟粉底专家

虚拟肤色专家可帮助客户找到完美的粉底色号搭配，并提供偏亮，偏暗，偏暖色或偏冷色的选择

线下搭载玩美移动社媒**8000+**



AI 美妆消费新图 景：人群画像与核 心需求深度解析

AI渗透美妆消费全旅程图谱，从一次性的、断点的“交易旅程”，重塑为持续性的、闭环的“关系旅程”



认知阶段

从“广而告之”
到“精准激发”

AI内容生成

AIGC批量生成符合不同圈层审美与语境的短视频、图文笔记，实现“千人千面”的种草内容轰炸

虚拟偶像

品牌自有虚拟人进行7x24小时直播、知识科普，打造科技感的品牌人格

考虑阶段

从“被动搜索”
到“主动诊断”

AR虚拟试妆

核心价值已超越“好玩”，成为降低决策风险、提高决策效率的核心工具

AI肤质/妆容诊断

通过一张自拍，AI提供肤质报告与产品匹配建议，或将用户照片置于不同妆容风格中，快速建立信任

购买阶段

AI打造“个性化卖场”
与“无感结算”

AI导购与智能搭配

基于已选商品，智能推荐最佳搭配单品，提升客单价

动态定价与权益推荐

结合用户历史价值与实时意图，提供个性化的优惠券或会员权益，促进临门一脚的转化

使用 -> 分享

AI构建“深度关系”
与“长期陪伴”

肤质管理APP

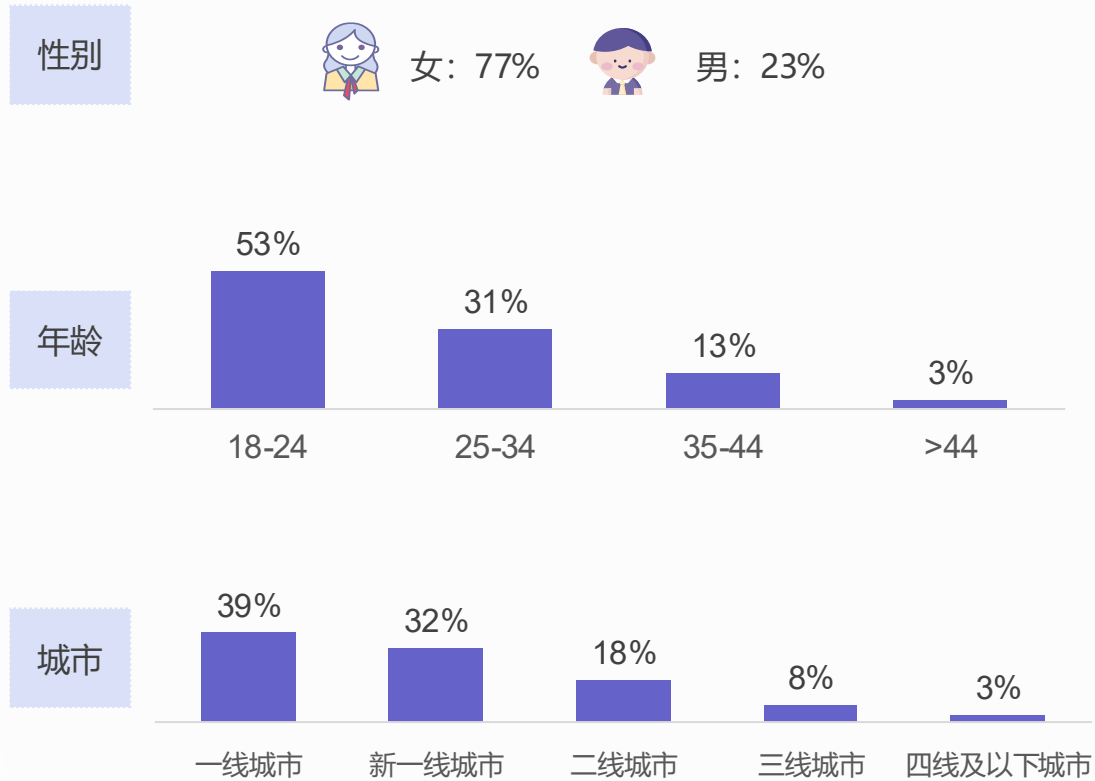
产品交付不是结束，而是服务的开始。通过APP引导用户进行周期性肤质检测，形成个人肌肤数据库

效果可视化工具

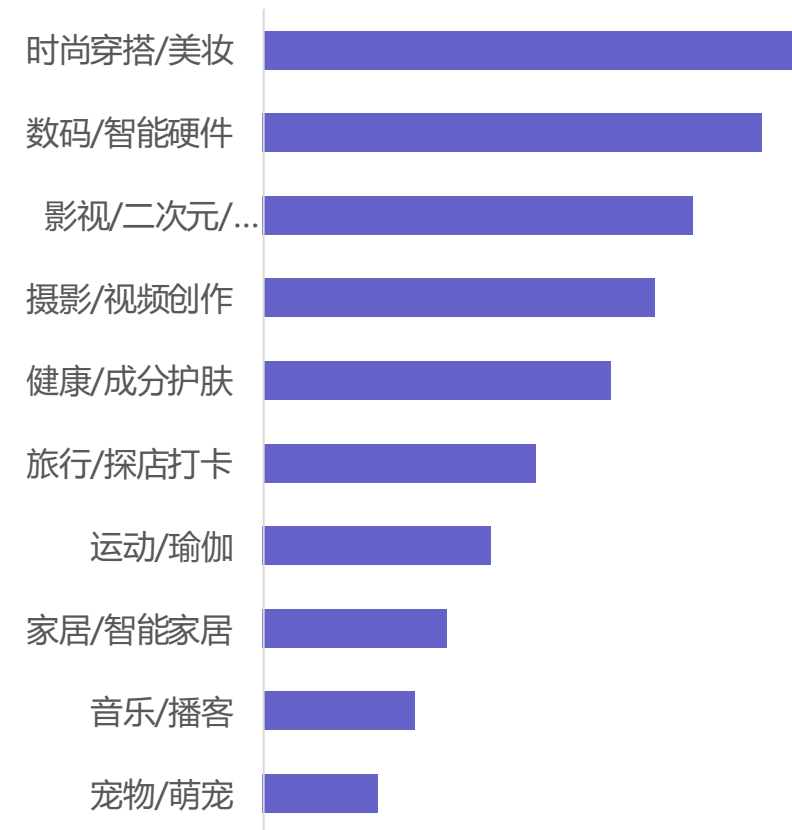
提供专业的“前后对比”图片/视频模板、数据化效果海报生成工具，大幅降低用户生产高质量“证言”内容的门槛

兴趣人群以Z世代女性为主，集中在一线及新一线城市，爱好美妆、时尚穿搭、数码与影视娱乐

「AI/科技美妆」兴趣人群画像



「AI/科技美妆」兴趣人群爱好分布



基于画像与行为特征，AI/科技美妆兴趣人群可分为四类，驱动社交互动、技术传播、精准决策与科学护肤需求



体验娱乐型 40%



学生/初入职场的女性为主

娱乐玩家 社交达人 感性决策派
虚拟试妆 AI妆容生成 AI互动挑战

- 把AI美妆当作“社交货币”，热衷“虚拟试妆发朋友圈”“AI生成明星同款妆容”求点赞；
- 决策过程感性，被“趣味特效”“明星联名AI滤镜”吸引，对“好玩>好用”；
- 喜欢在抖音/小红书玩“AI换脸试妆挑战”等互动玩法

科技尝鲜型 25%



Z世代为主，性别均衡

科技先锋 新品猎手 传播者
虚拟试妆 AI妆容生成 AI功能抢先尝

- 主动关注AI美妆新品、科技博主动态，是“首批下载用户”
- 乐于在小红书/抖音发布“AI工具测评vlog”“虚拟试妆对比视频”，追求“最早体验+最强曝光”；
- 对“AI生成妆容”“AR试戴”等前沿功能敏感度极高，愿为“科技感”支付溢价

效率至上型 20%



职场白领、宝妈人群为主

时间管理者 精准决策派 零试错党
AI皮肤检测 AI产品推荐 AI编辑工具

- 日常通勤/工作节奏快，追求“1分钟找到适合的底妆”；
- 依赖AI的“皮肤检测+产品推荐”闭环（如上传照片→AI诊断→精准推荐3款产品）；
- 厌恶“盲目跟风买网红款”，偏好“数据驱动+历史购买关联”的推荐逻辑

专业成分型 15%



资深白领、美妆专业成分党为主

成分极客 科学护肤党 配方解构师
AI成分解析 AI配方匹配 AI功效验证

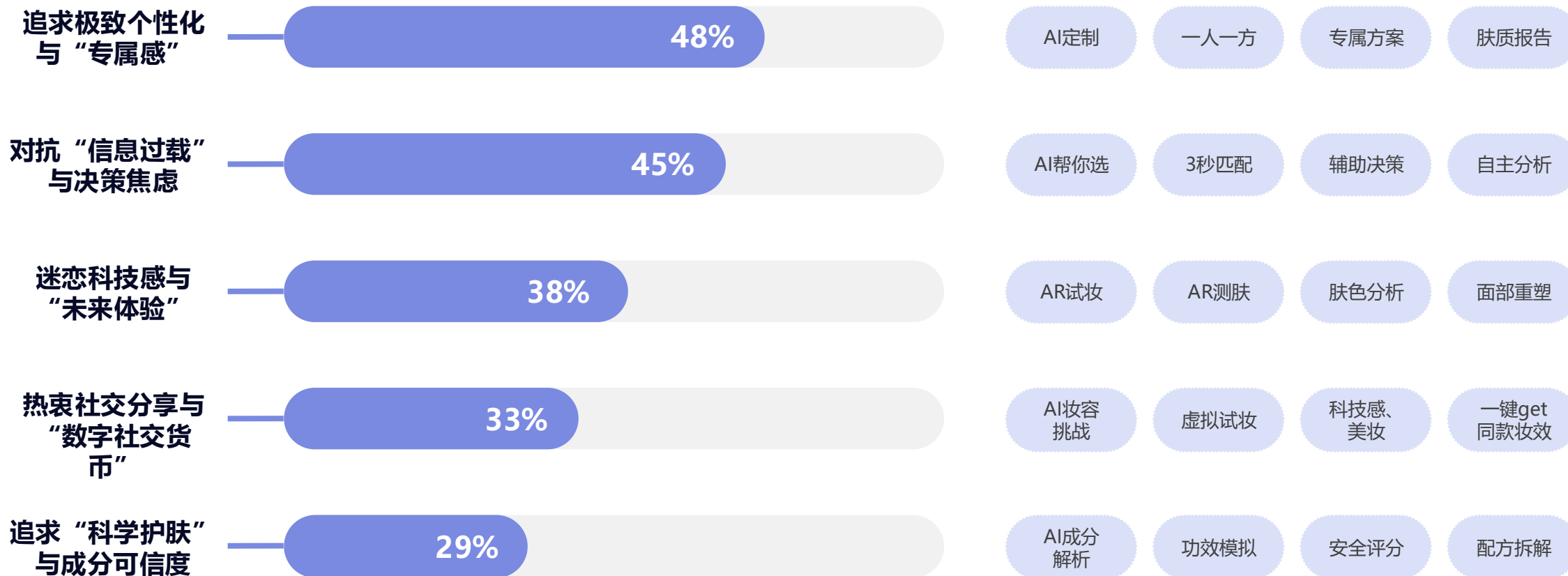
- 深度研究“烟酰胺/视黄醇/玻色因”等功效成分，用AI工具“解析成分表→匹配肤质→验证功效”；
- 关注“成分浓度”“配方协同性”，依赖AI的“成分溯源”“配方安全评分”功能；
- 在小红书“成分讨论圈”输出专业内容，是“AI护肤科普者”

AI所带来的极致个性化体验、科学辅助决策能力以及未来感是消费者愿意尝试AI/科技美妆的最主要原因



「AI/科技美妆」兴趣人群愿意尝试AI+美妆的原因（按照声量排序）

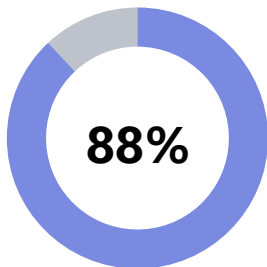
核心讨论焦点



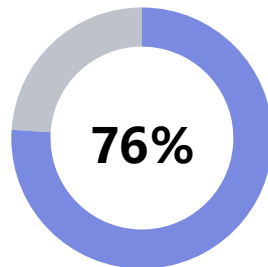
在消费者主要关注维度中，精准诊断、虚拟试妆体验等功能体验是基石，情绪价值是增量



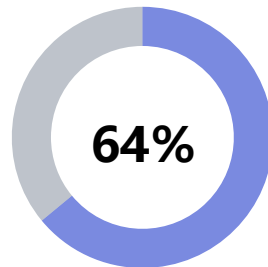
「AI/科技美妆」兴趣人群主要关注维度



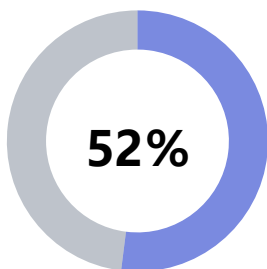
精准诊断与定制化



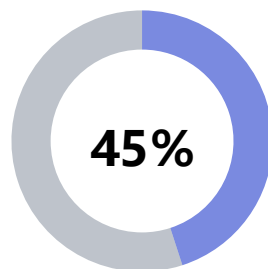
虚拟试妆体验



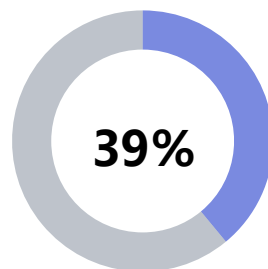
全周期肌肤管理



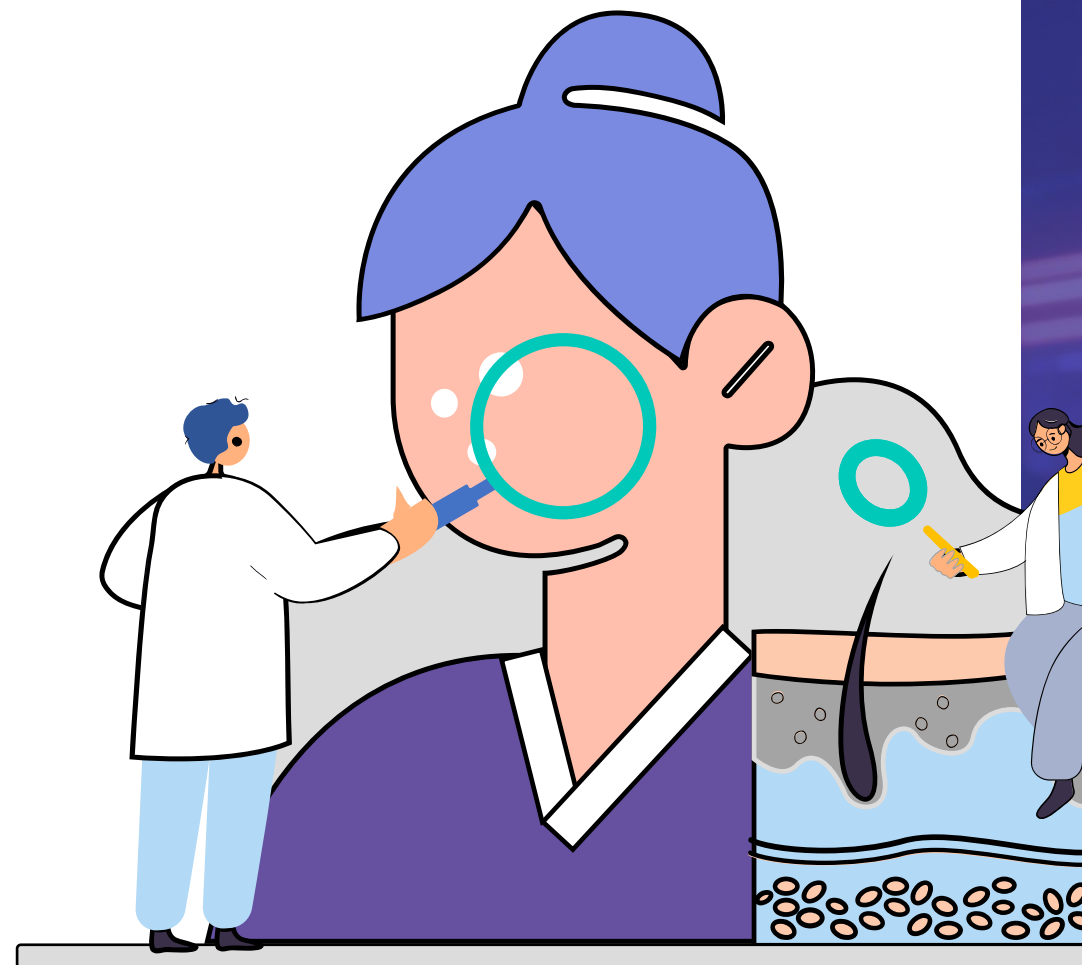
即时反馈与可视化效果



情绪疗愈与陪伴感



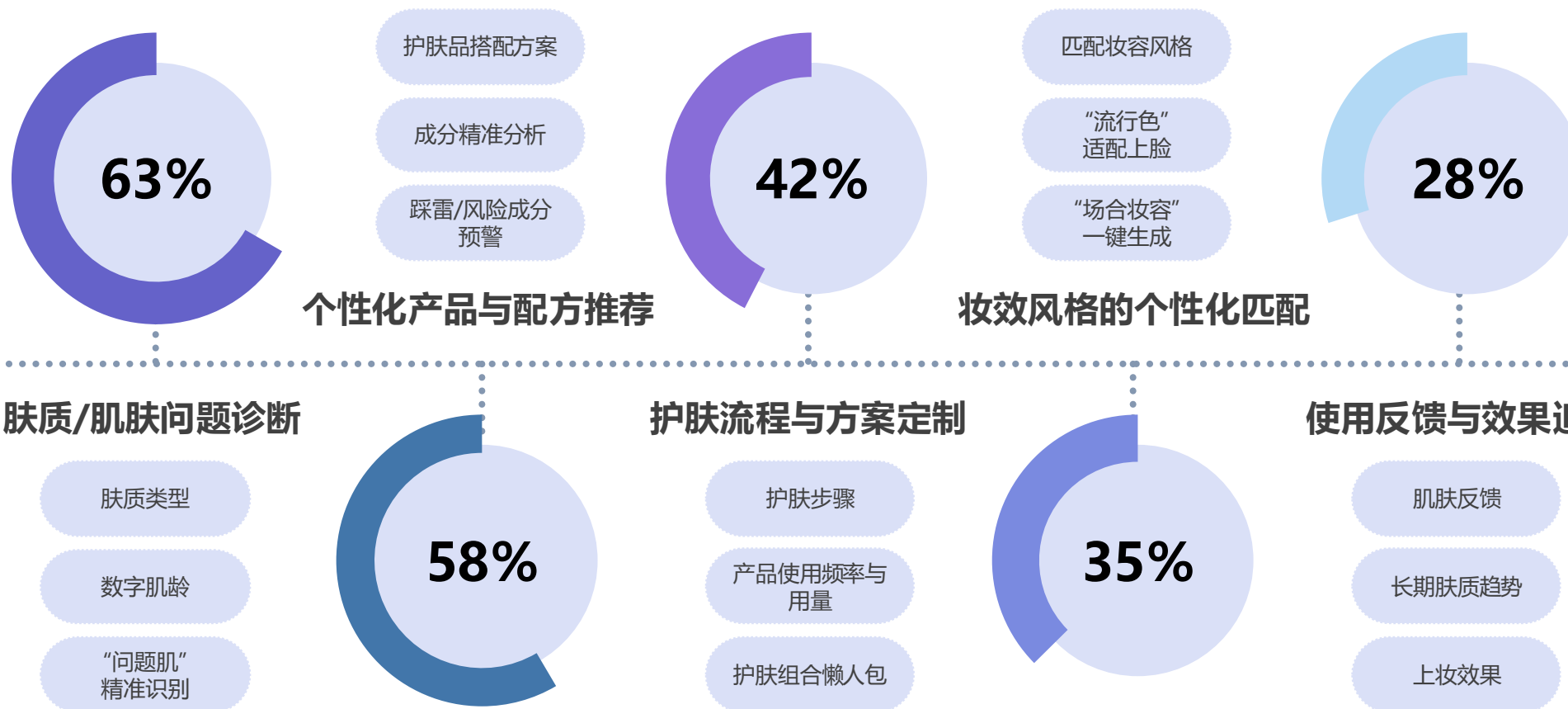
数据隐私与安全



兴趣人群对“精准诊断与定制化”的诉求，已从基础的肤质诊断，延伸为产品匹配、流程管理、妆效设计全链路



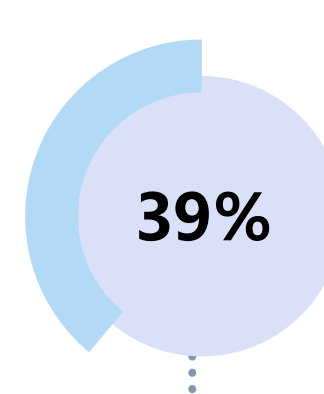
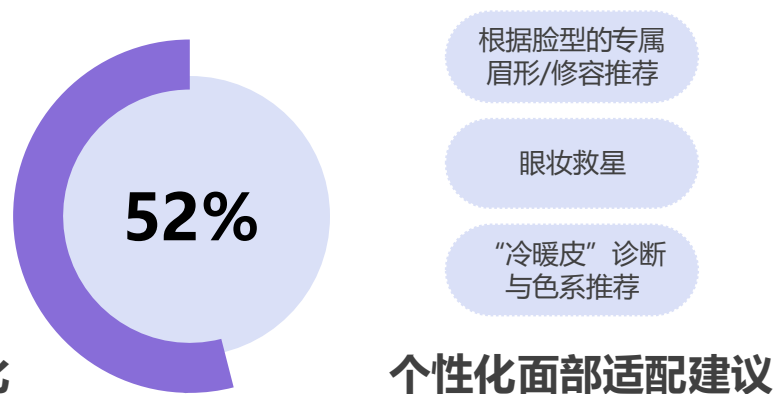
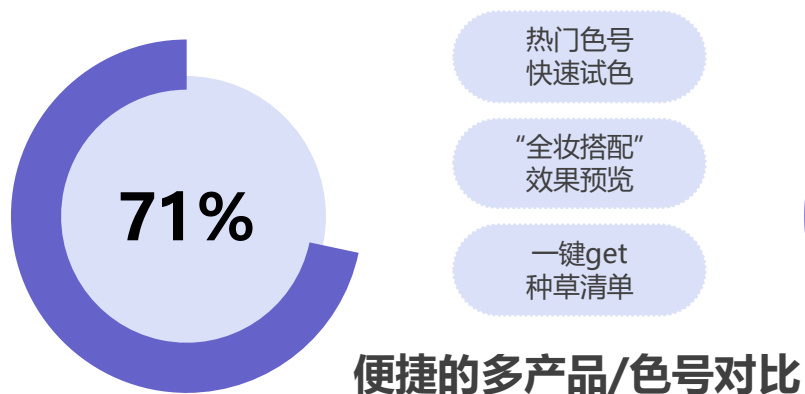
「AI/科技美妆」兴趣人群对“精准诊断与定制化”的主要诉求（按照声量排序）



兴趣人群对“虚拟试妆”的诉求已超越新奇好玩，转向追求真实、高效、智能、有趣的深度体验

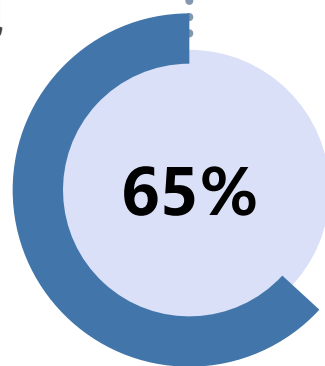


「AI/科技美妆」兴趣人群对“虚拟试妆体验”的主要诉求（按照声量排序）



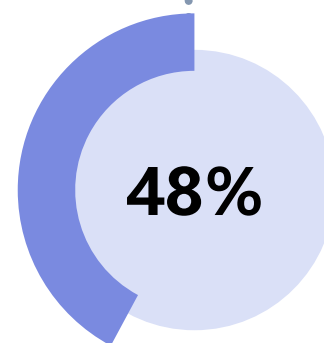
高拟真度与真实感呈现

- 妆效质感
- 立体感测试
- 遮瑕与毛孔隐形度



多场景适配效果

- 不同光线妆效
- 不同角度妆效
- 不同场景妆效推荐



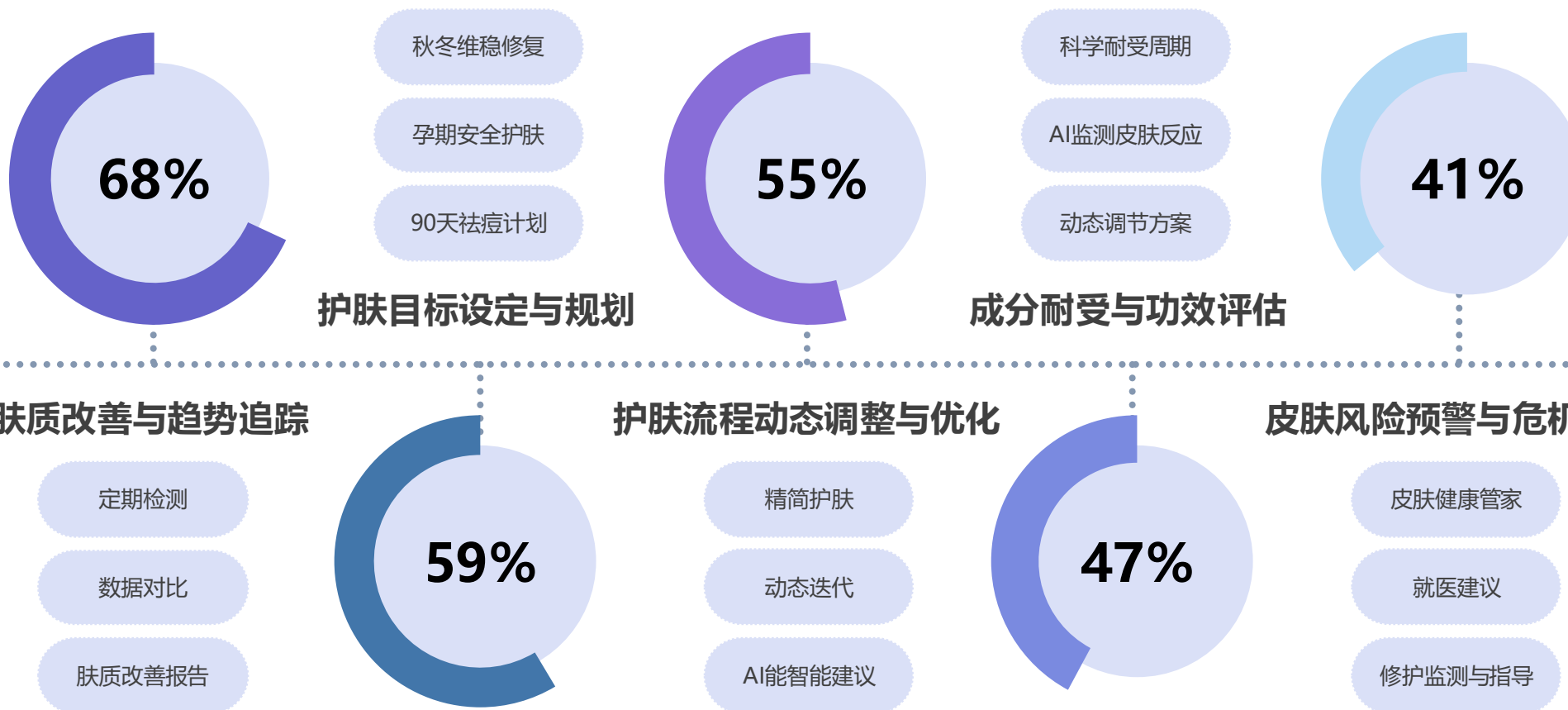
趣味性与社交分享体验

- “AI仿妆”挑战赛
- “跨次元”妆容体验
- “虚拟形象”定制与装扮

兴趣人群对“全周期管理”的诉求，已从解决单点问题，升级为追求肌肤状态的科学规划、动态优化、风险预防



「AI/科技美妆」兴趣人群对“全周期肌肤管理”的主要诉求（按照声量排序）



“结果精准”和“个性定制化”最能满足消费者正面期待 “担心效果不准”与“伪定制质疑”是两大负面顽疾

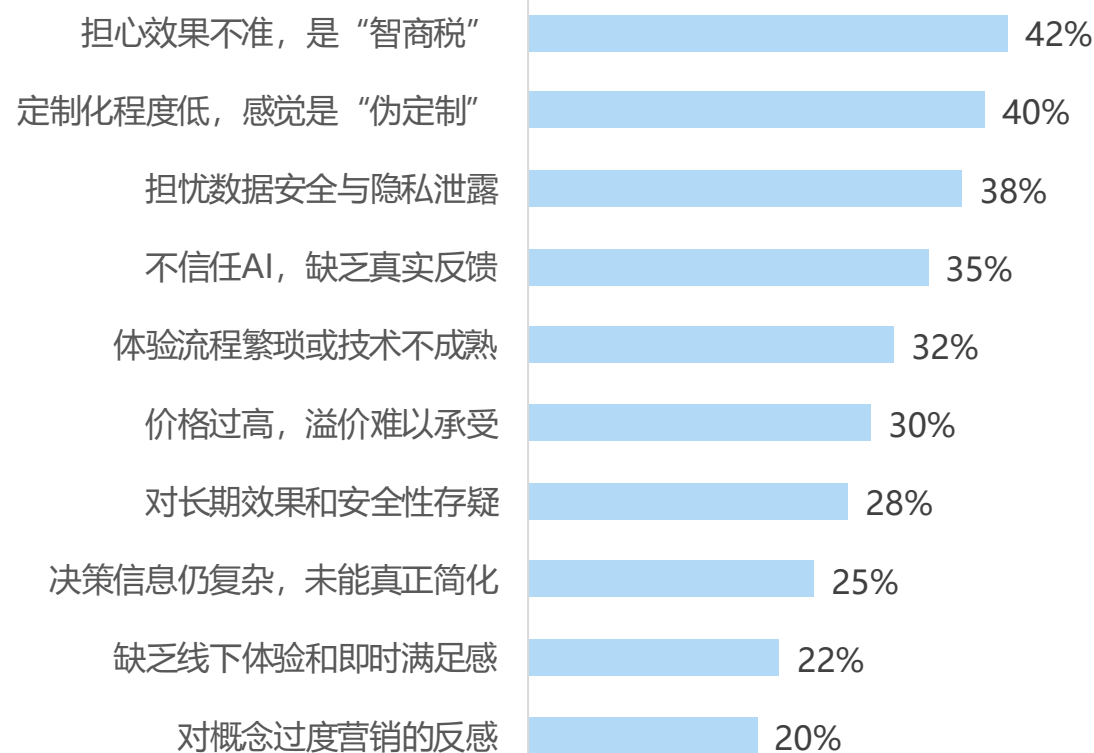
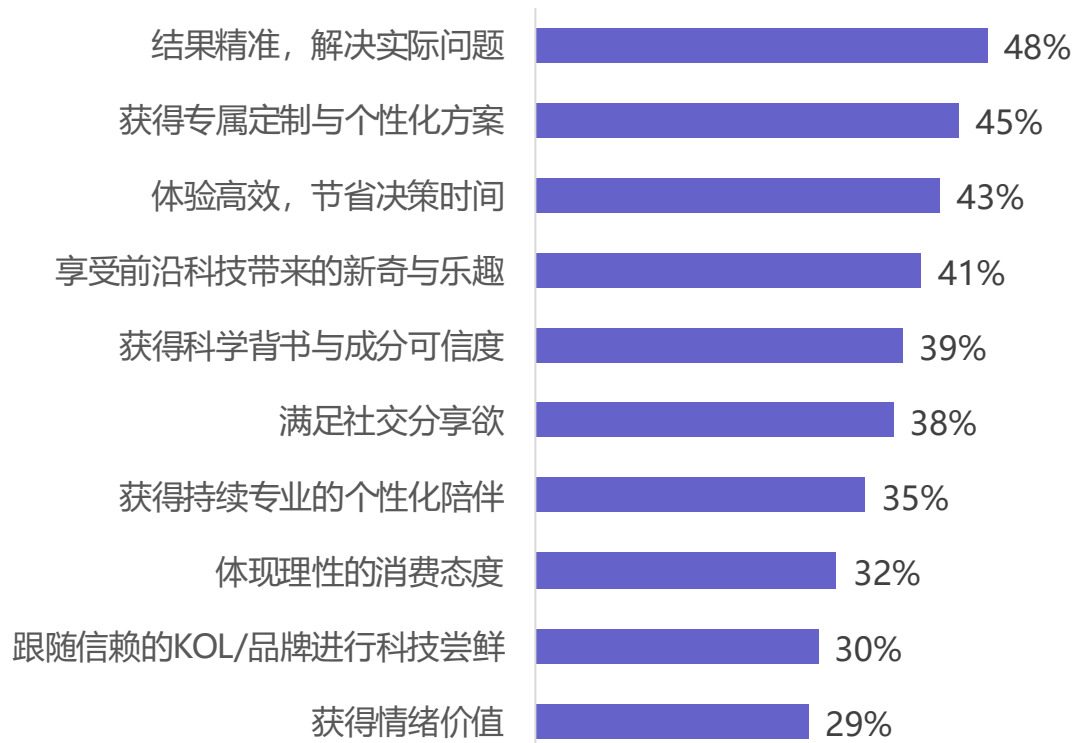



非负内容占比

86.37%

负面内容占比

13.63%





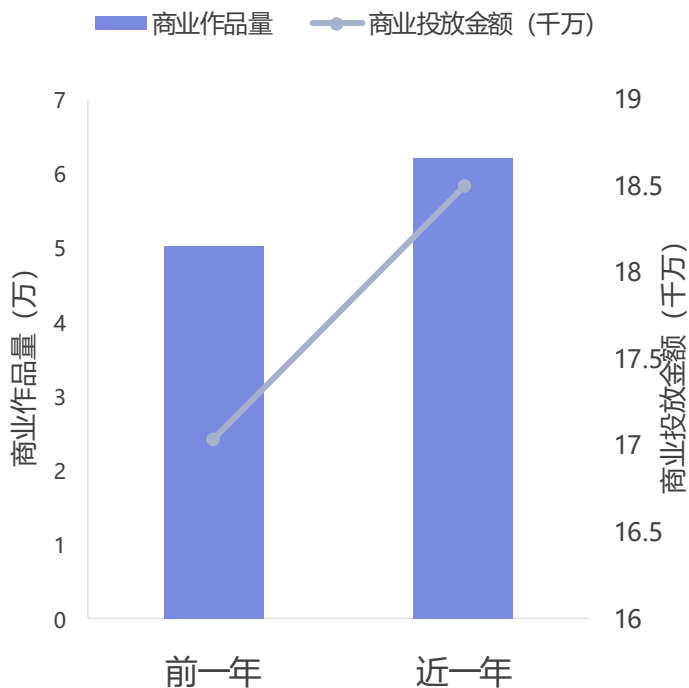
AI 美妆社媒营销 新赛道：内容升级 与增长机会挖掘

小红书：投放同比提升，美妆和生活记录类腰部达人效果好

AI/科技美妆商业投放笔记数量与金额

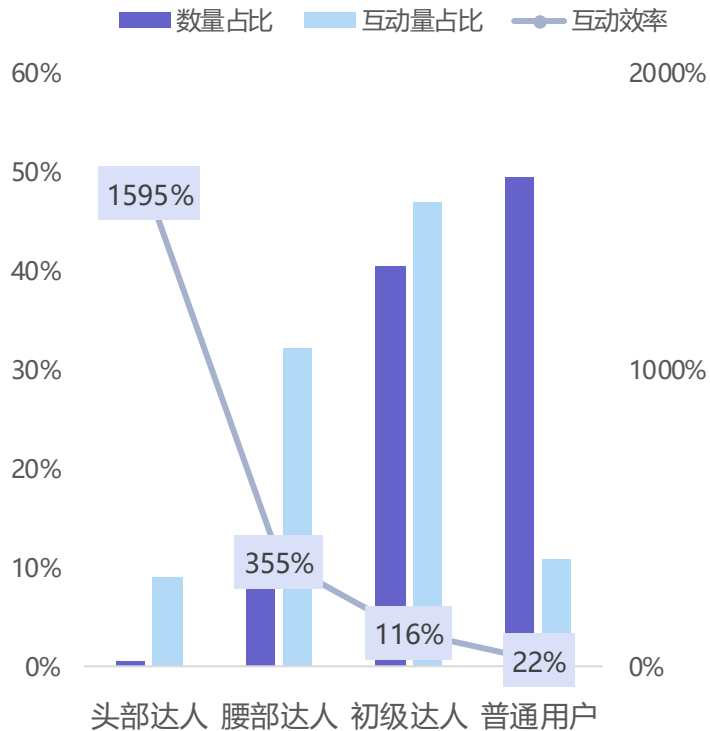
近一年商业作品量：6.2万 (+23.4%)

近一年商业金额：1.8亿 (+8.6%)



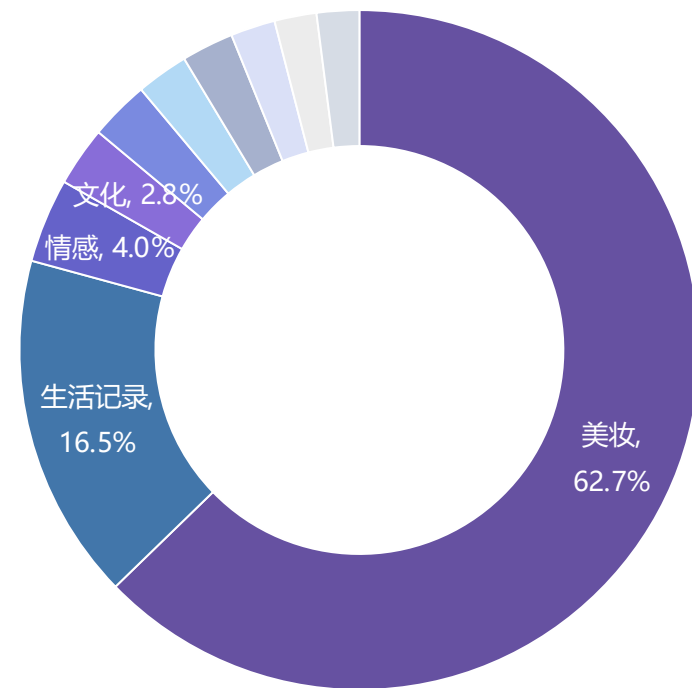
AI/科技美妆商业投放达人表现

头部达人互动效率仍是最高，综合性价比来看，腰部达人更具优势



AI/科技美妆商业投放达人类型

美妆和生活记录类达人应用最多



小红书：AI护肤方案、自主测肤、创意妆容类内容兼顾实用性与趣味性，互动效果更好



小红书高互动达人TOP榜单

无糖蕉蕉 腰部达人 美妆类	银耳汤老大 头部达人 美妆类
薇妮要变美 腰部达人 美妆类	胖头鱼公主 头部达人 美妆类
佳十七 腰部达人 美妆类	SK9 腰部达人 美妆类
小姨妈_阿h 头部达人 美妆类	程裙子 腰部达人 美妆类

高互动笔记类型

护肤方案类内容



标题：普女改造计划 | 一键风格自测美10倍！
单品：千问
KOL：薇妮要变美
互动量：12.9w

创意化妆游戏类



标题：真人NPC游戏 | 流浪汉说她是破产大明星？
话题：洗护黑科技
KOL：无糖蕉蕉
互动量：48.6w

AI测肤类内容



标题：美妆博主私藏!! 3个低成本全身速白狠招
单品：夸克AI全能助手
KOL：佳十七
互动量：9.0w

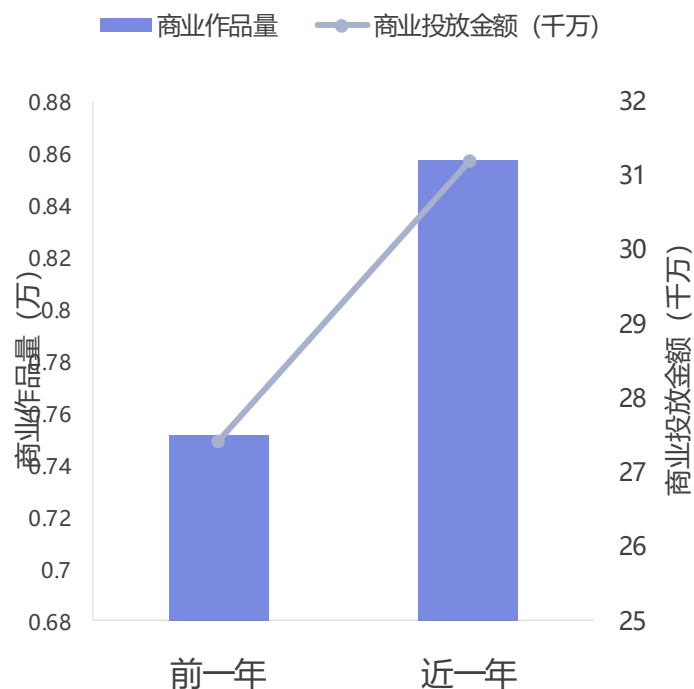
抖音：投放同比提升，时尚和随拍类头部达人效果好



AI/科技美妆商业投放笔记数量与金额

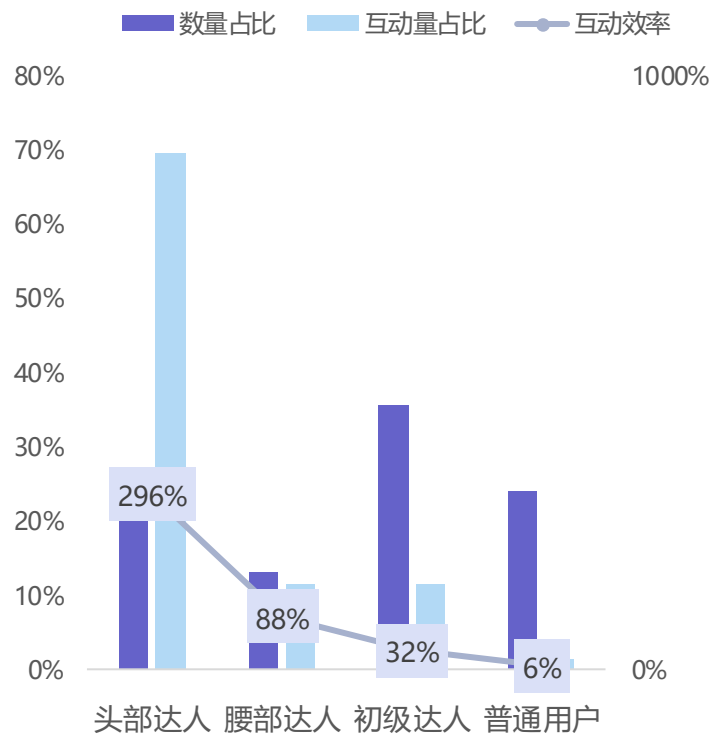
近一年商业作品量：8,571 (+14.1%)

近一年商业金额：3.1亿 (+13.8%)



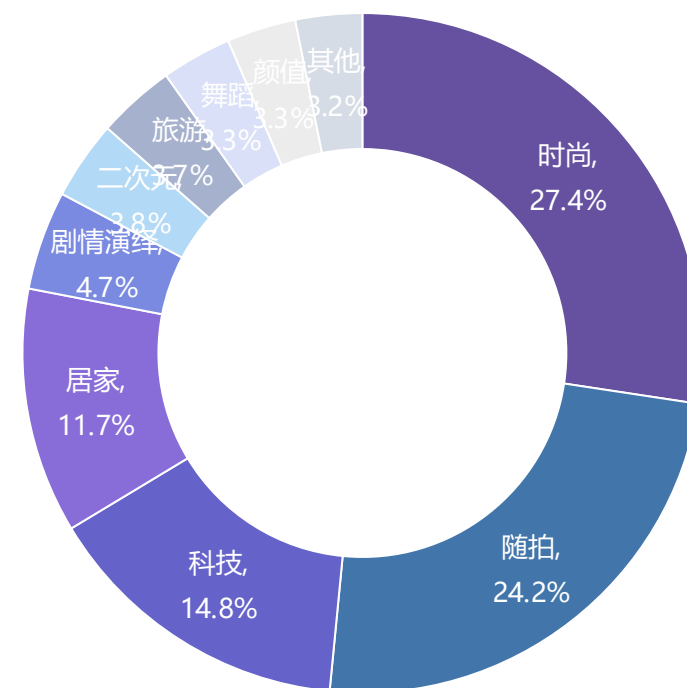
AI/科技美妆商业投放达人表现

头部达人互动效率仍是最高



AI/科技美妆商业投放达人类型

时尚和随拍类达人应用最多



抖音：AI植入创意剧情类、提供护肤方案类以及参与产品成分筛选科普类内容互动效果更好



抖音高互动达人TOP榜单



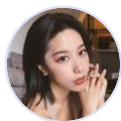
氛围帅哥杰西卡
头部达人
生活记录类



戏精少女-小胡
头部达人
护肤类



小鱼海棠
头部达人
彩妆类



李蠕蠕
头部达人
生活记录类



野猪啾一
头部达人
剧情类



陈宇星
头部达人
剧情类



林三金_
头部达人
护肤类



林三金_
头部达人
护肤类

高互动笔记类型

创意剧情类内容



标题：当我向不同人诉苦时他们的反应？
单品：谷雨
KOL：李蠕蠕
互动量：131.5w

AI护肤方案类



标题：10年移动老粉亲测！这波攻略大家速速码住
话题：移动爱家移起AI
KOL：阿钰Ayu
互动量：49.5w

AI参与成分筛选类



标题：它很特别，是用AI科技筛选有效成分
单品：天气丹
KOL：主持人于欢
互动量：39.9w

营销前瞻：“AI美妆”类社媒内容仍以AI推荐、测肤类为主，未来将向“精准诊断×虚拟试妆×全周期管理”跃迁



精准诊断与定制化类内容

营销关键词：科学、专属、一对一



营销机会点：

产品层面：推广“AI配方”定制精华、粉底液；打造“数字肌肤档案”会员体系。

内容层面：发起“AI帮你找本命精华”挑战；联合AI测肤app等进行肤质诊断与产品推荐。

转化层面：通过诊断结果直接关联产品组合推荐，实现“诊-购”一体化。

虚拟试妆体验类内容

营销关键词：沉浸、高效、趣味



营销机会点：

引流层面：与平台合作，打造AR试妆滤镜，降低尝新门槛，获取海量潜在用户数据。

互动层面：举办“虚拟妆容创作大赛”，激发UGC，沉淀品牌数字资产。

转化层面：“试妆满意一键购”，优化从体验到消费的最短路径。

全周期肌肤管理类内容

营销关键词：陪伴、规划、长期主义



营销机会点：

用户关系层面：开发品牌专属护肤管理APP，从“卖产品”转向“卖服务方案”，深度绑定。

内容层面：以“AI护肤教练”身份，输出系列化、课程化的科学护肤内容，建立专业权威。

忠诚度层面：基于管理数据，提供精准的补货提醒、产品升级建议，提升用户生命周期价值。



www.endata.com.cn

