

专业 / 高效 / 精准

2026/04

彩妆行业

新品趋势洞察

T R E N D I N S I G H T



版权声明

本报告为「炼丹炉」原创，版权归杭州知衣科技有限公司（以下简称“知衣”）所有。

报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字、图片和数据采集于网络公开信息，所有权为原著者所有，如该部分素材因客观原因未与权利人及时联系上导致不当使用，请相关权利人随时与我们联系。

任何未经知衣授权使用本报告的相关行为，均为不合法的行为，知衣将保留对相关人员进行追究法律责任的权利。

免责声明

本报告中行业数据及相关市场预测主要为杭州知衣科技有限公司研究员结合炼丹炉数据系统进行分析所得，仅供参考。

受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点及任何第三方对于本报告各项内容和数据的使用或者引用所导致的任何结果不承担法律责任。

目录

CONTENTS

2026彩妆市场全景

MARKET OVERVIEW

01

彩妆产品创新趋势

PRODUCT TRENDS

02

彩妆妆容风格趋势

STYLE TRENDS

03

01

2026彩妆市场全景

MARKET OVERVIEW

彩妆行业持续升级，消费需求稳步增长

近三年来，中国彩妆行业经历了从韩妆启蒙到科技养肤的四大发展阶段，消费者需求不断升级。线上销售数据显示，2023年至2026年2月期间，彩妆/香水/美妆工具品类月度销售额整体保持在30-80亿元区间，虽有季节性波动，但长期趋势稳健向上。行业正从单纯的美妆工具向个性化表达和情感载体转变，高端化与性价比并行的市场格局逐步形成。



彩妆/香水/美妆工具 线上销售额（单位：亿元）



品类分化加剧，面部彩妆一枝独秀

彩妆行业呈现明显的品类分化趋势。面部彩妆以超过14亿元销售额领跑市场，同比增长16.79%，成为唯一保持高增长的核心品类。美容工具、唇部彩妆等传统强势品类均出现不同程度下滑，市场集中度进一步提升。品类间增速差异显著，反映出消费者需求的结构性变化。

2026年2月彩妆品类销售额与同比增速（单位：亿元）

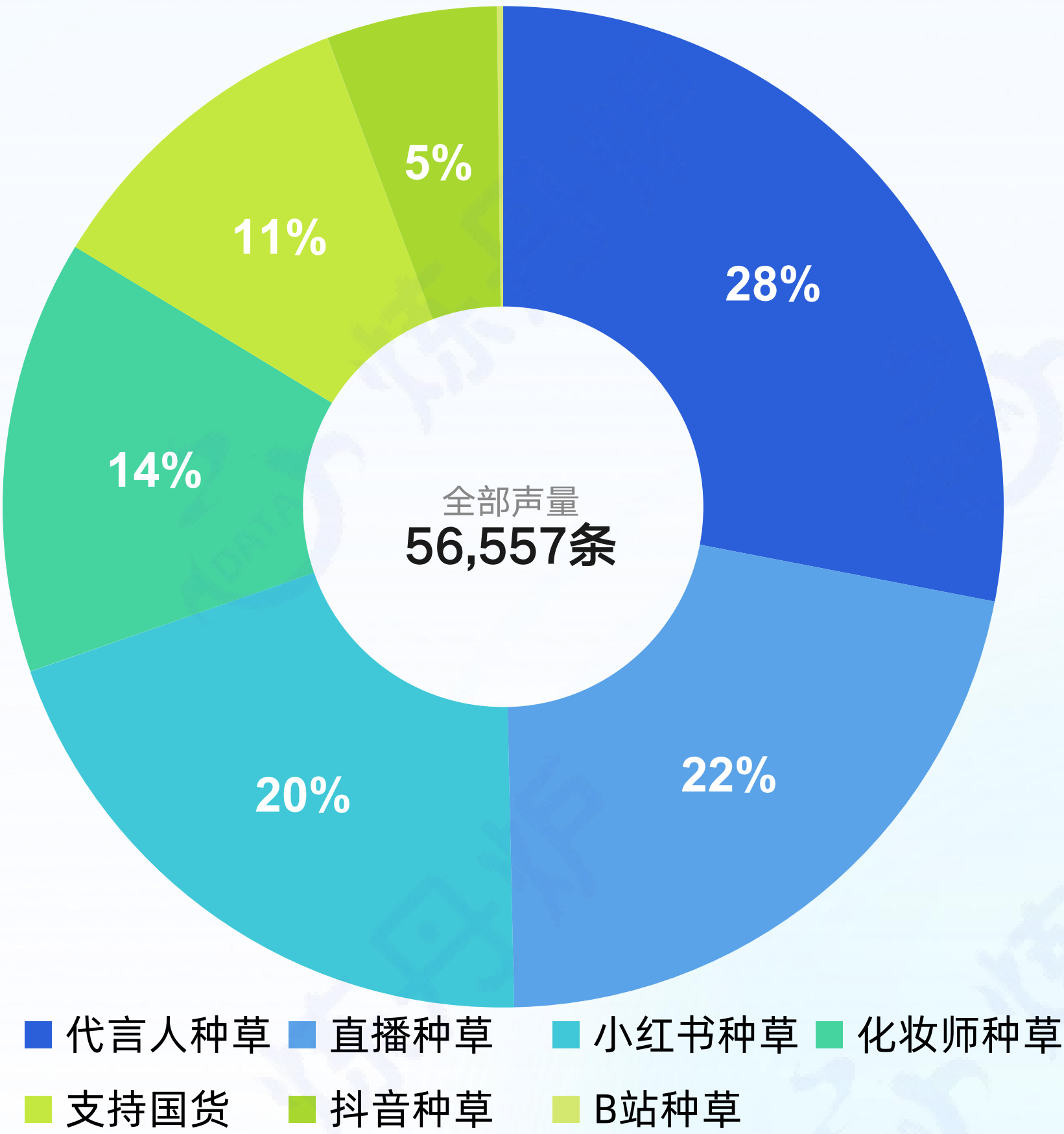


数据来源：炼丹炉大数据

多元渠道协同种草，代言营销走向精细化

彩妆行业种草渠道持续多元化，代言人、直播、小红书三大渠道合计贡献近70%声量，代言人种草以28%占比领跑。与此同时，美妆代言营销已从流量绑定转向品效销合一的战略布局，品牌矩阵化运营成为主流。

彩妆行业消费者种草来源声量分布



TREND 01

代言头衔极度细分，国货国际策略分化

头衔多达20种，全球/品牌代言人最主流；国货偏产品导向，多用系列/品类代言人。

TREND 02

国货借全球头衔彰显出海雄心

等多个国货品牌为代言人赋予全球头衔，匹配国际化布局，借助明星影响力加速拓展海外市场。

TREND 03

代言人群多元，体育选手与红人成新势力

明星艺人仍是主力；体育运动员代言显著增加；部分品牌启用组合/双代言人模式。

TREND 04

品牌普遍搭建代言矩阵，分散风险覆盖圈层

国货与国际品牌均签约多位代言人，形成艺人+体育选手差异化组合，降低单一代言人风险，扩大受众覆盖，代言营销更趋成熟理性。

02

彩妆产品创新趋势

P R O D U C T T R E N D S

02.1

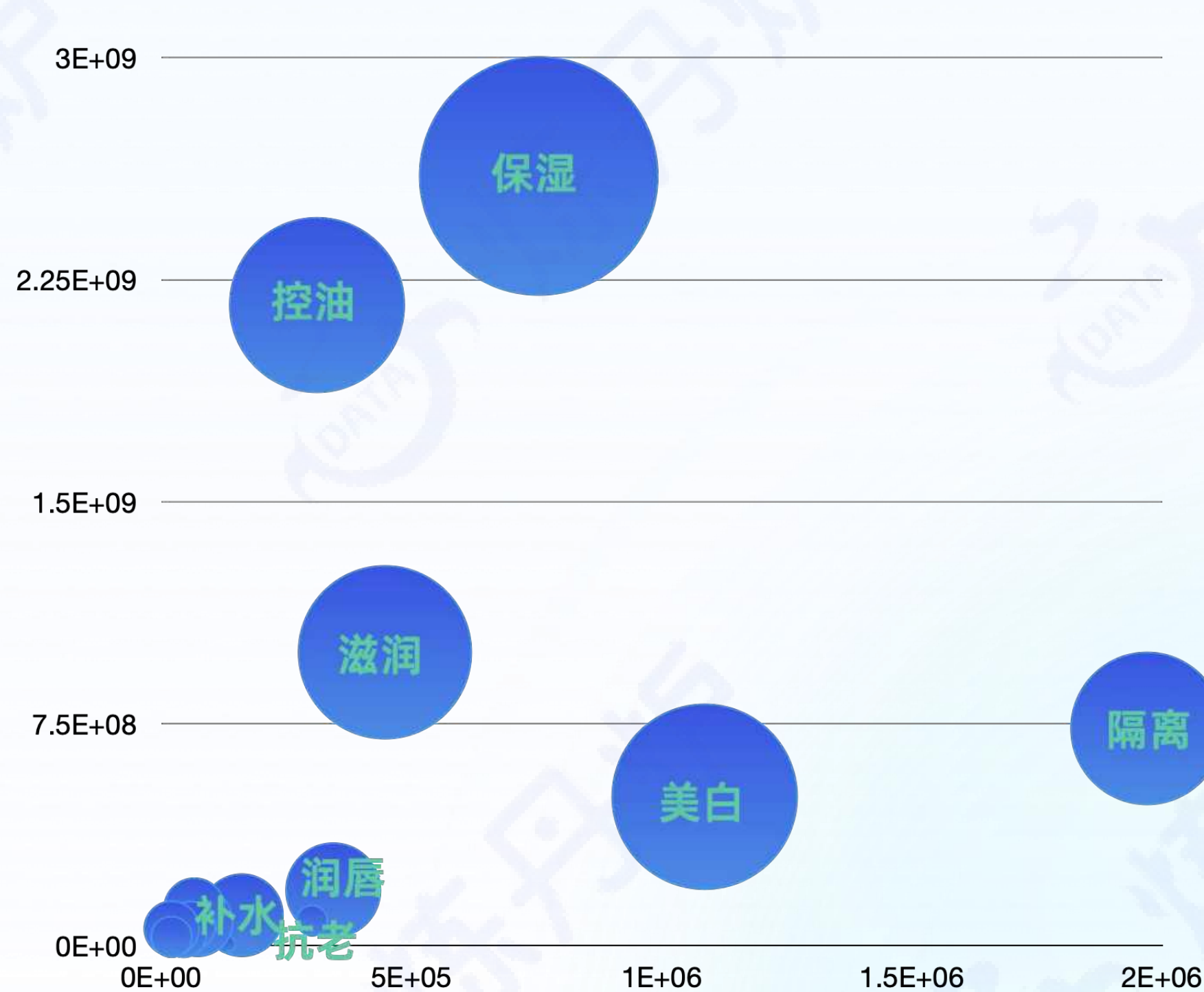
妆养合一

P R O D U C T T R E N D S

妆养一体已从概念炒作进入实质消费阶段

“妆养一体”指彩妆产品同时具备护肤功效（如保湿、修护、抗氧、防晒等），打破传统“彩妆伤肤”的认知。近年来，消费者对彩妆的护肤功效需求全面爆发，“化妆 = 护肤”的消费认知彻底普及，养肤彩妆从细分赛道升级为主流赛道。保湿、控油等基础护肤需求占据市场绝对主导，同时美白、隔离等进阶功效需求快速崛起，形成“基础盘稳固 + 新赛道爆发”的格局。淘系平台上，养肤彩妆虽受季节性、大促节点影响出现波动，但整体销售保持高位增长。

彩妆产品护肤功效需求趋势



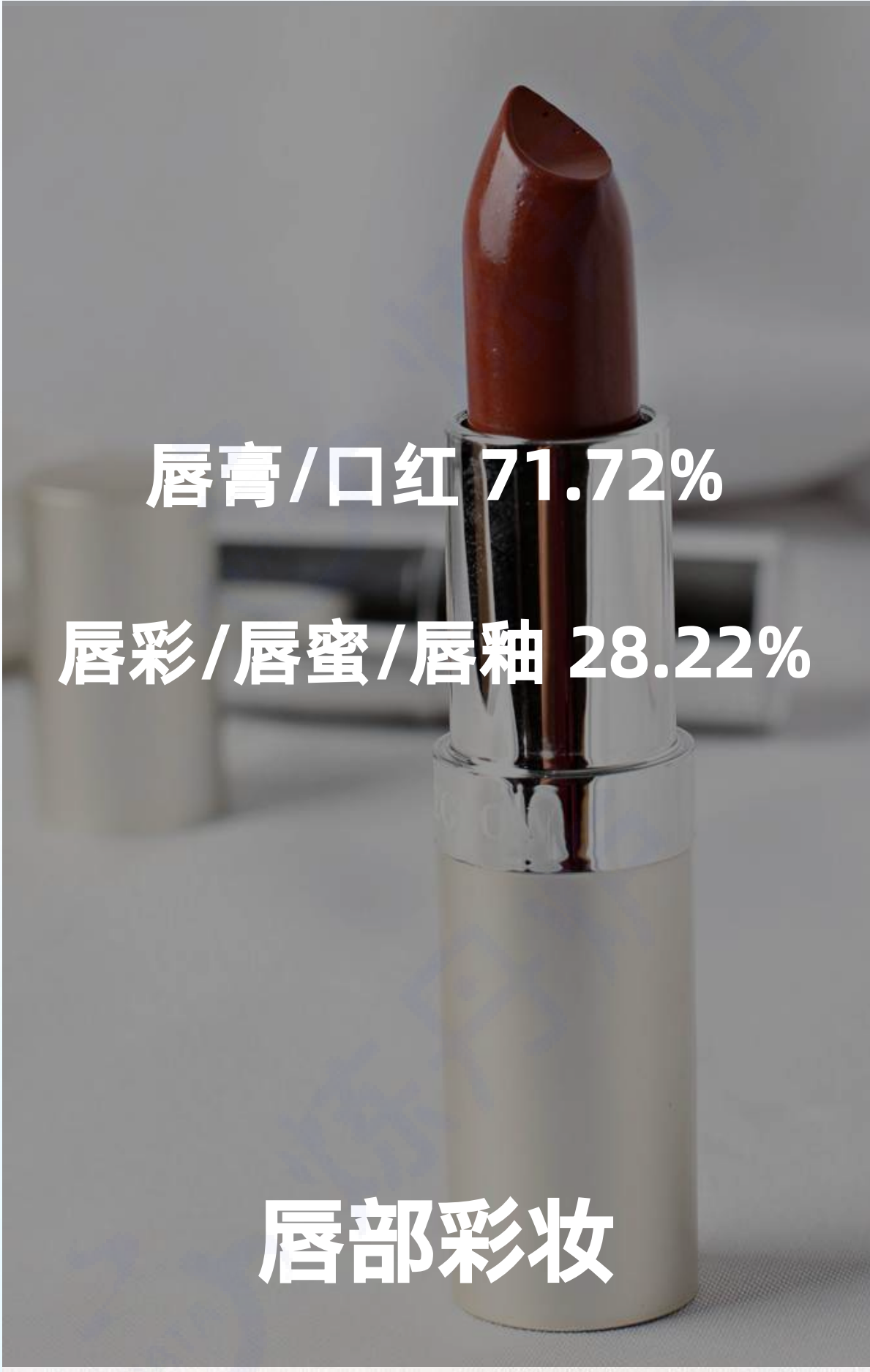
横轴：社媒互动指数 纵轴：电商销售指数 气泡大小：电商商品数

淘系平台养肤彩妆销售趋势



底妆是「妆养一体」的基本盘，规模与认知双高

底妆是「妆养一体」的绝对核心赛道，占据市场绝对主导权，同样是消费者认知与品牌布局的核心阵地。从气垫、粉底液到妆前乳、素颜霜，几乎所有底妆细分品类都已完成「功效化」改造，养肤、持妆、遮瑕、修护等功效成为产品标配。与此同时，唇部彩妆的「妆养」需求正快速爆发，尤其是唇泥等新兴品类，凭借「护唇+上色」的双重功效，成为功效型彩妆的增速冠军。而在眼部彩妆领域，「妆养」概念渗透严重不足，消费者认知仍停留在睫毛养护层面。



【妆养合一+底妆】代表新品：一妆多效，成分为王



Clinique倩碧 超光子粉底液

上市时间：2026年3月26日

“微米级粉体科技”+光学柔焦微粒

4%烟酰胺、VE与5重VC精粹



FunnyElves方里 柔光精华粉底液

上市时间：2026年3月18日

七重精华入妆 温和无刺激

小于10μm²粉体，贴肤粉末



DewyLab得意 轻妆乳

上市时间：2026年3月3日

“4重物化防晒剂+高温防护成分”

胶原、红没药醇、角鲨烷与胜肽协同



Burberry 风衣蜜粉

上市时间：2026年2月28日

特别添加印度簕竹竹粉

白池花籽油、VC衍生物与维生素



纪梵希 明星养肤修色精华妆前乳

上市时间：2026年2月27日

专研色素修正技术

添加烟酰胺、维他命B5等



Perfect Diary完美日记 小蓝锁精华磨皮粉饼

上市时间：2026年2月21日

“0粉感技术”

麦角硫因、白池花籽油、栀子果精粹

【妆养合一+唇妆】代表新品：以油养唇，精华润护

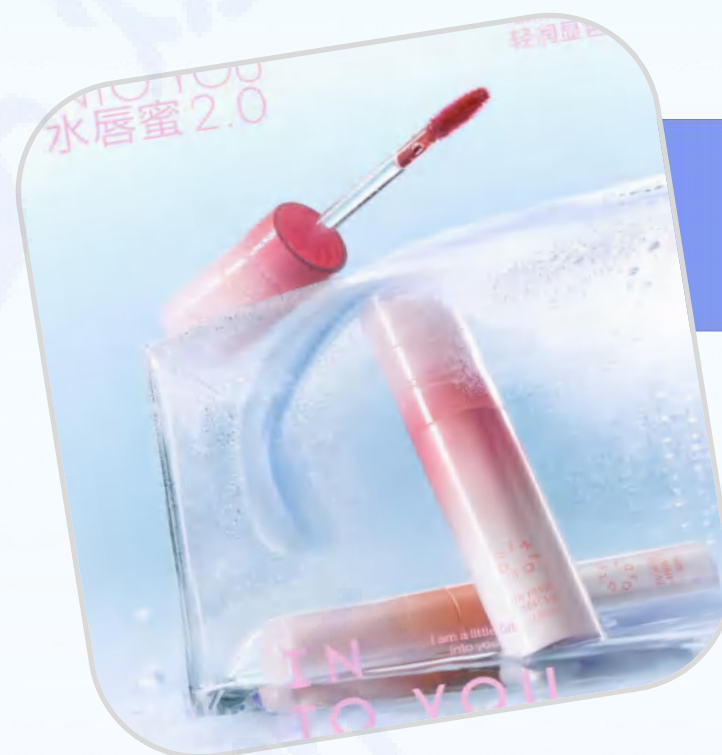


纪梵希美妆
"宝石糖"唇油

上市时间：2026年5月1日

四款通透宝石色泽

99% 护唇成分与玫瑰复合精萃



INTO YOU心慕与你
水唇蜜2.0

上市时间：2026年4月13日

破点爆闪 高折光晶亮配方

水油双相复配活性精粹多维养唇



Armani阿玛尼
银管玻璃唇膏

上市时间：2026年4月7日

24小时水润修护

越桔籽油、角鲨烷、乳木果油精华



雅诗兰黛
追光小圆管

上市时间：2026年3月26日

独家凸透镜折光体系

多重玻尿酸无痛增容



3CE
「小硬糖」唇釉

上市时间：2026年3月16日

长效呵护的“水光感”妆效

4重养护油分、角鲨烷与5%甘油



Perfect Diary完美日记
第三代「仿生膜」精华哑光口红

上市时间：2026年2月6日

第三代妆养仿生膜科技

专利石榴胜肽复合物入妆

02.2

效率革命

P R O D U C T T R E N D S

懒人经济、理性消费升级共同驱动彩妆产品多用化集成趋势

早起赶通勤的打工人、清晨备课的早八人，都希望将化妆时间压缩到极致。同时在理性消费理念的驱使下，消费者“花小钱办大事”的理性诉求越发强烈。彩妆市场也因此从“单品堆砌”向更加高效、精简、便携的“一物多用”模式延伸，即同一产品可在不同部位使用，最典型的是“唇颊两用”，以及眼线眉笔一体、眼影修容一体等融合型产品受到消费者欢迎，彩妆市场也从“功能堆砌”走向“效率与体验平衡”。

淘系平台多用型彩妆产品销售趋势



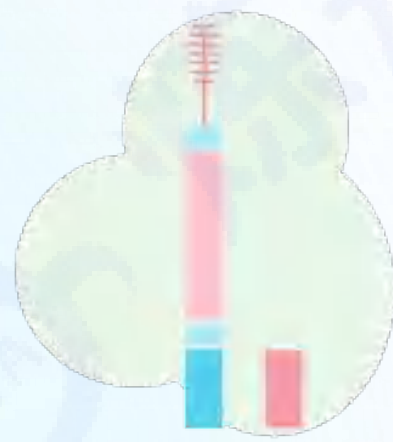
单品多功能化



唇颊两用膏
美妆多用粉
精华多用棒

.....

工具集成化



双头眼影笔
高光卧蚕笔
眼影修容盘

.....

品类融合成为常态，质地与形态创新支撑多场景使用

彩妆产品不再局限于单一功能，而是将口红、腮红、眼影、高光、修容甚至底妆功能整合在同一单品中，满足用户快速上妆、补妆和简化化妆步骤的需求。其中，唇颊两用类产品是当前多用型彩妆市场的核心品类。品牌通过改进质地（如膏转粉、霜转粉设计）来适配不同部位的上妆需求，并通过产品形态的创新（如一体盘、双头棒等）来增强其多场景适配性。

淘系平台多用型彩妆商品热词

26年Q1季度淘系平台多用型彩妆热销商品



RC朱棧多用膏口
红腮红



朱棧RC打光盘多
用三色高光盘



3CE单色腮红 多
用膏高光修容膨
胀



3CE单色腮红膨
胀收缩哑光高光
修容多用一体盘



小奥汀玩色多用
棒多用腮红膏



KIKO心动限定防
晒粉饼定妆补妆
遮瑕散粉蜜粉



[春日新色]酵色
多用霜哑光雾面
氛围感裸色C21
口红唇釉唇泥腮
红C33



INSBAHA原色波
塔双效修容棒



朱棧RC多用粉消
肿眼影新色富杏



RC朱棧精华多用
棒口红腮红

【多用型彩妆】代表新品：打破功能边界



原色波塔 随心塑彩妆综合盘（新色）

上市时间：2026年4月10日

“三折叠”设计

高光、修容、眼影、眉粉、腮红



MISTINE蜜丝婷 布丁系列多用膏

上市时间：2026年3月28日

两种质地&妆感

唇颊两用



彩棠 精雕多用笔

上市时间：2026年3月30日

精细仿生回弹笔尖

一支=眉笔+眼线笔+发际线笔



GirlsCrush 双开门修容膏

上市时间：2026年3月3日

高润乳霜质地+清润奶油质地

提亮+修容打造氛围骨相



PASSIONAL LOVER恋火 柔润缎光多用膏

上市时间：2026年4月13日

85%润养精华

一个多用膏=眼影+腮红+唇妆



JOOCYEE酵色 “春日漫游”系列多用霜

上市时间：2026年2月25日

添加植物萃取牡丹精华

口红、腮红、眼影多用

02.3

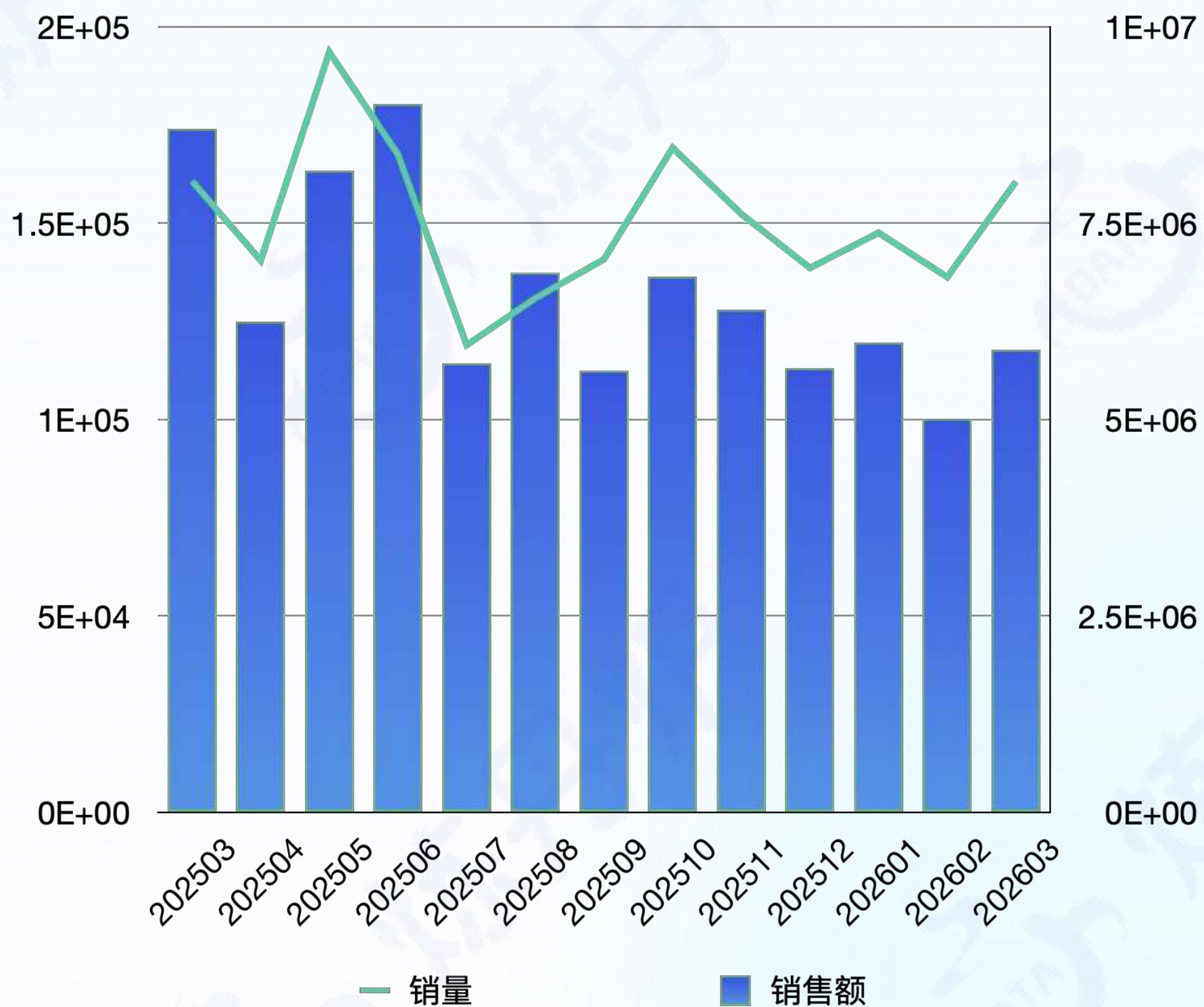
口袋彩妆

P R O D U C T T R E N D S

化妆品成为Z世代的个性展示窗口，配饰化特性显现

口袋彩妆的核心消费人群聚焦18-28岁Z世代，该群体购买口袋彩妆不再局限于“化妆需求”，更将其作为自我愉悦、情绪表达的载体，注重产品颜值与自身风格的匹配，愿意为“好看、好带、好玩”付费，推动口袋彩妆产品的传播及销售。唇膏、腮红、粉饼等美妆产品，正以挂链、环扣、编绳等多种形态，融入到Z世代群体的包具、衣服等日常物品搭配中，成为新的社交货币。

淘系平台口袋彩妆产品销售趋势



淘系平台口袋彩妆产品评论分析



配饰化彩妆精准贴合圈层审美，在社媒平台引发共鸣

日常出行、下午茶、约会、出游等场景中，精致小众的口袋彩妆会成为随手露出的小单品，区别于大众化彩妆，凭借独特设计彰显个人审美，形成低调的风格差异化。同时，配饰化彩妆精准贴合小众审美圈层，甜妹、通勤、户外、极简、潮酷等不同群体，都能找到匹配自身风格的彩妆单品，通过随身彩妆完成圈层身份的隐性表达。

小红书热门关联话题

#美妆小鼻嘎
5085.2万次浏览

#小破烂彩妆
2.6亿次浏览

#精致女孩的随身好物
1.3亿次浏览

随时随地
美妆check

随身挂件化设计



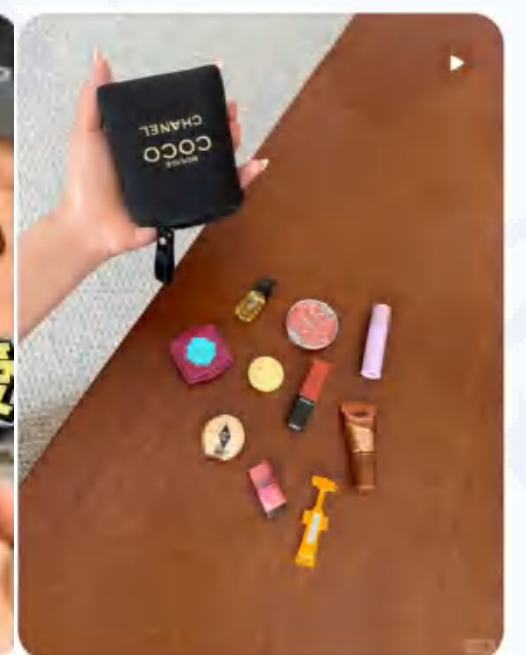
韩区大热趋势💖实用与美貌并存的彩妆吊坠💡



收集了一些小鼻嘎们!!!

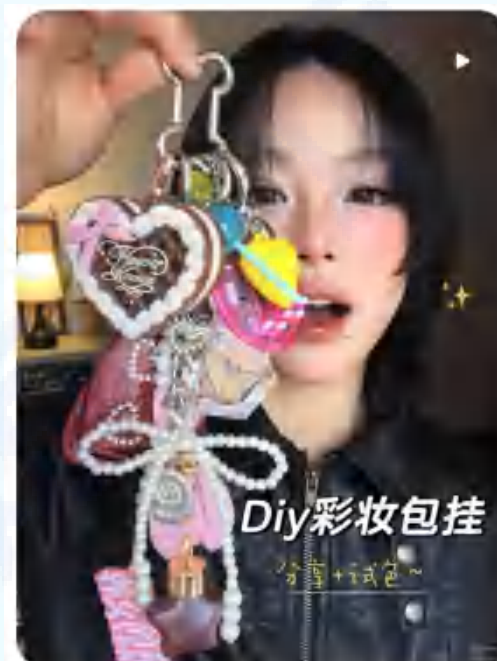


巨小巨好用💖小鼻嘎迷你彩妆💡方便又实用100



还有什么小鼻嘎大漂亮们不知道! mini补妆包

造型饰品改造



鼻嘎鼻嘎~~diy美妆小鼻嘎包挂! 分享+试色



省出半个行李箱!!! 没人能拒绝小鼻嘎彩妆



迷你钥匙扣小彩妆分享

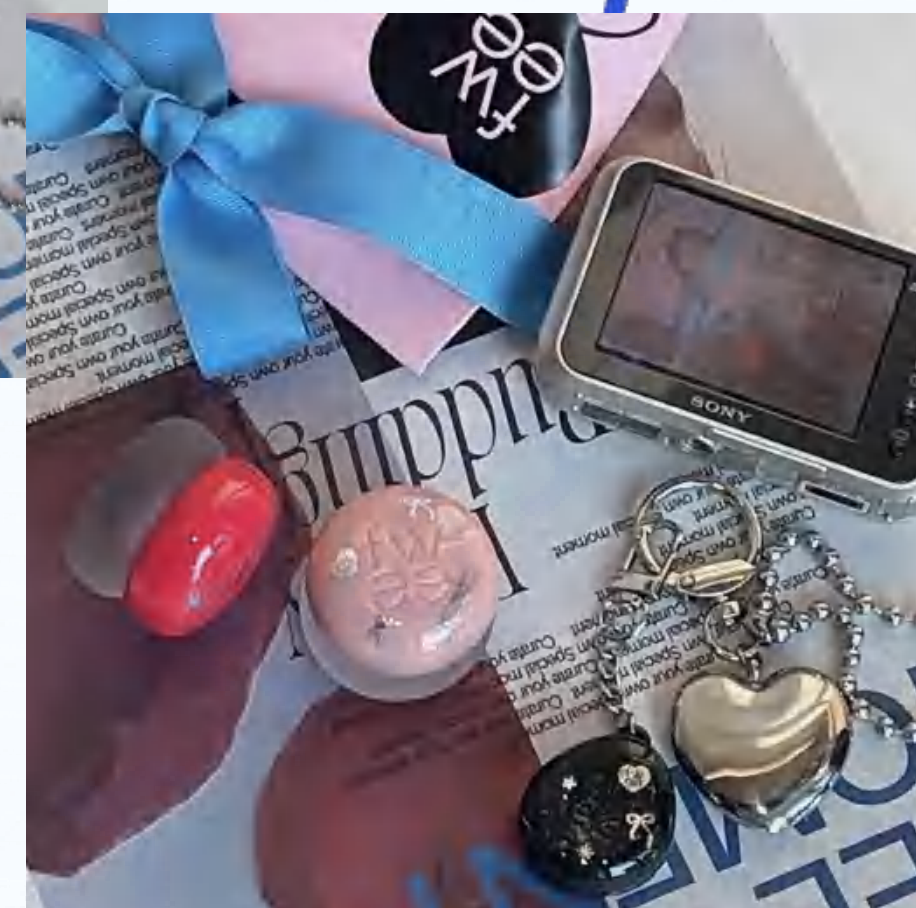


这也是彩妆?! 和我一起DIY彩妆包挂

【口袋彩妆】代表品牌

fwee

fwee是韩国美妆公司Benow旗下的彩妆品牌，成立于2021年，提倡「Feel Your Moment」，用色彩讲述故事，让平凡的时刻变得特别。近几年，fwee凭借着把彩妆变成了类似选盲盒或DIY配饰的体验，在社交媒体爆火，逐渐成为韩女最喜欢的彩妆品牌之一。



AMUSE

AMUSE是成立于2018年的韩国彩妆品牌，主打「Vegan Beauty纯素美妆」理念，强调干净配方与轻盈妆感。产品包装多采用透明或半透明材质，色彩清新明媚，凭借高饱和度的糖果色外壳和可拆卸的配饰精准狙击“多巴胺穿搭”爱好者。让化妆品从工具变成了造型的一部分。



02.4

联名圈层化

P R O D U C T T R E N D S

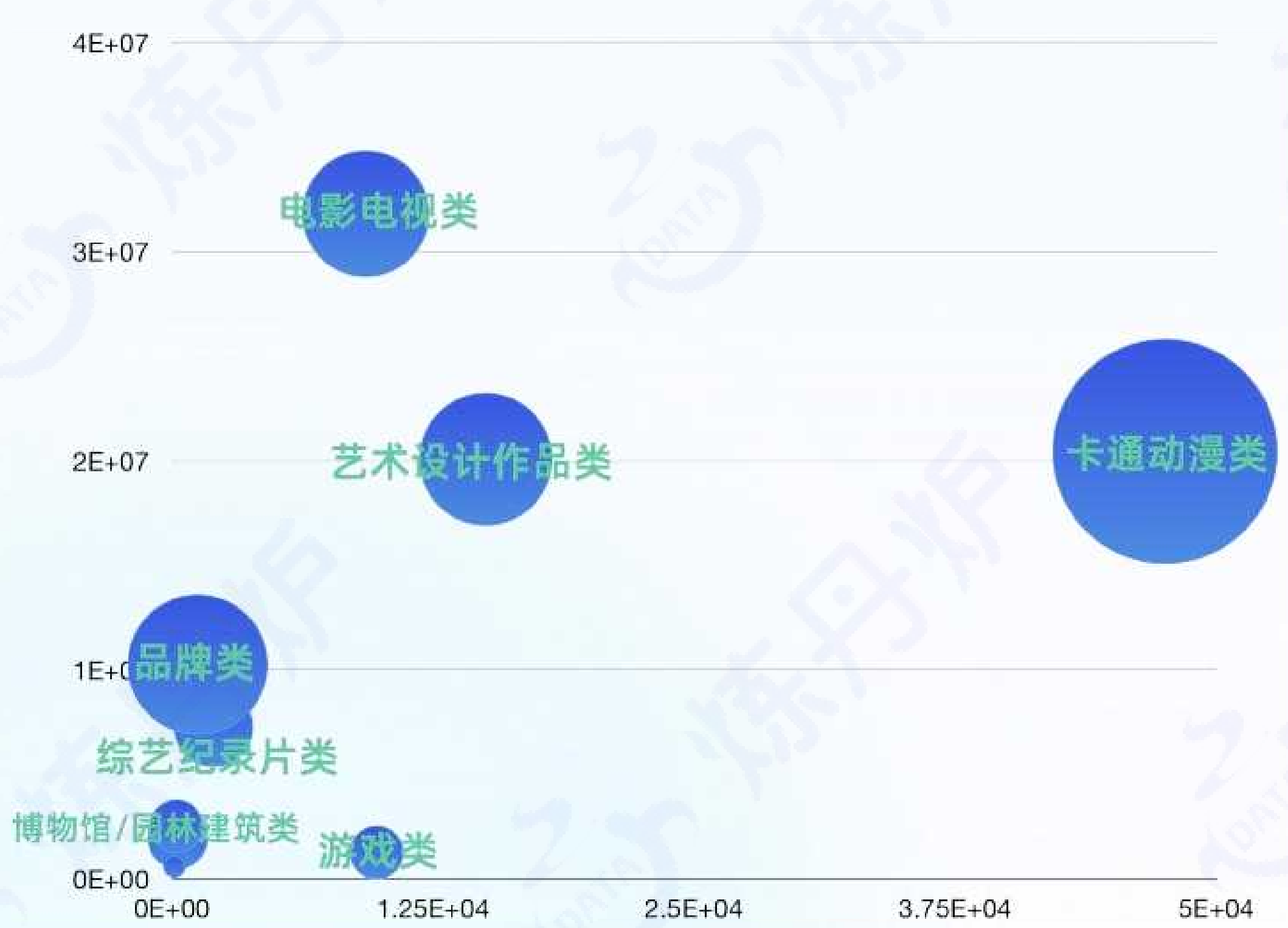
彩妆联名进入“精细化运营时代”，联名IP的“圈层与商业价值”分化明显

跨界联名仍是彩妆品牌高效触达消费者的核心方式之一，动漫、影视IP则是当前彩妆联名的两大顶流，声量销量双高。品牌通过精准绑定IP，实现品牌年轻化、破圈增长、价值溢价三重突破，同时消费者对“IP契合度+产品实力”的双重要求，倒逼联名从“流量导向”转向“品质与情感双驱动”。

淘系平台联名款彩妆销售趋势



彩妆联名IP类别矩阵



IP选择从“泛流量”转向“圈层精准”，垂直IP成新风口

彩妆联名的IP选择，已告别“大而全”的国民级IP堆砌，转而聚焦垂直圈层IP，通过“小而美”的精准触达，实现“圈层共鸣→消费转化→口碑沉淀”的闭环，避免同质化竞争。基于圈层用户对“收藏属性”的强需求，彩妆联名已不再是“换个包装、加个周边”的浅层操作，品牌通过推出“多品类周边”，形成“彩妆+周边”的套装，提升产品的附加值和用户粘性。



珂拉琪×波点猫

上市时间：2026年3月6日

唇露、腮红、气垫、粉饼、
眼影盘



CLIOX韩国国家遗产厅
王室系列

上市时间：2026年3月1日

眼影盘、气垫、眉笔和唇釉



BABREA芭贝拉×SWIMMER
蛋糕派对系列

上市时间：2026年2月27日

粉饼、遮瑕盘



PRAMY柏瑞美×WAKUKU

上市时间：2026年2月1日

柔焦雾面定妆喷雾、水光亮
面定妆喷雾

03

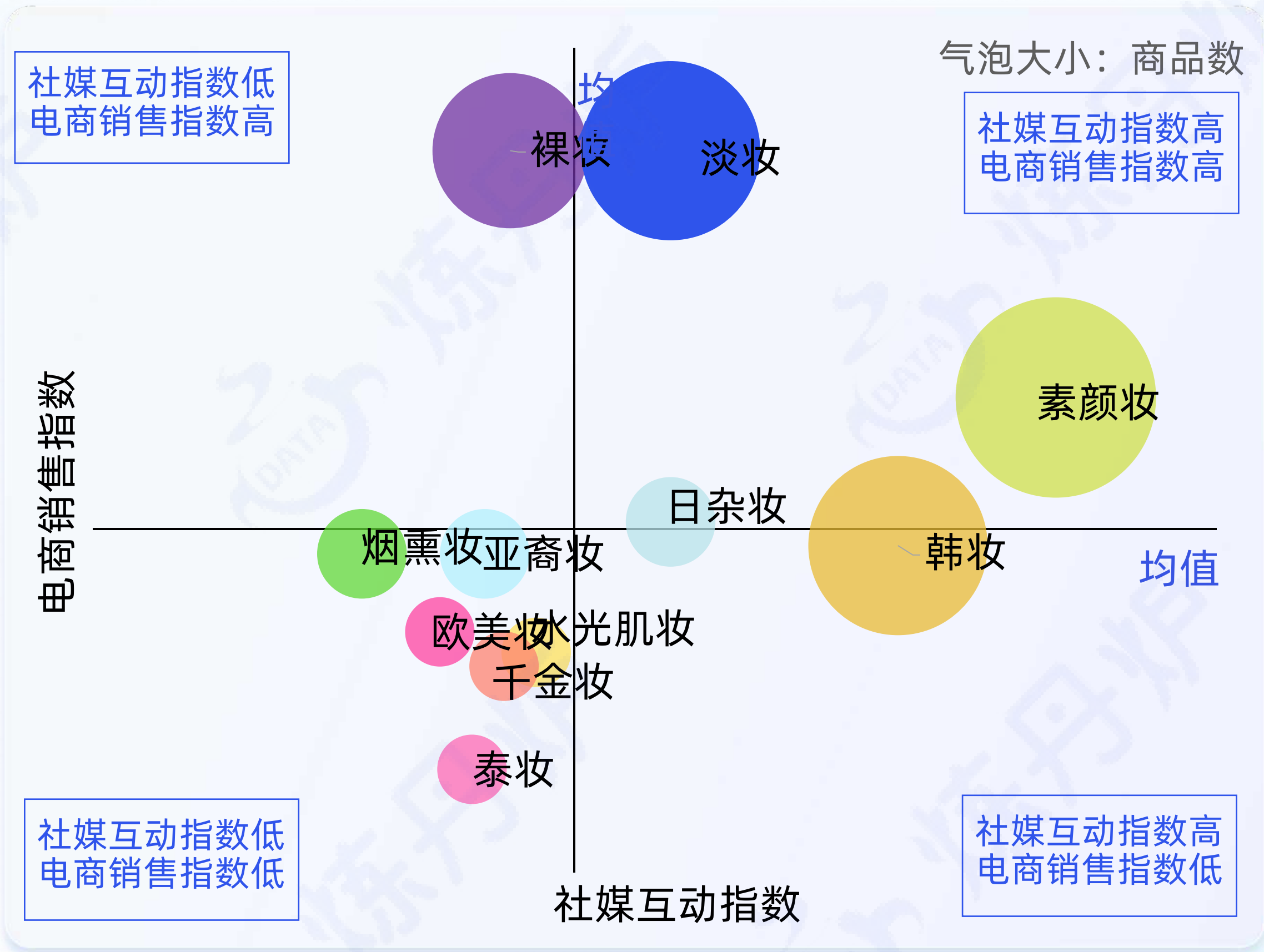
彩妆妆容风格趋势

STYLE TRENDS

彩妆妆容以淡妆领跑市场，新兴妆容风格多元绽放

淡妆凭借高社媒互动与高电商销售双优势稳居市场第一梯队，素颜妆紧随其后表现亮眼。韩妆虽社媒互动指数较低，但电商销售表现突出，展现强劲转化能力。裸妆、烟熏妆等传统妆容类型保持稳定市场地位。整体来看，消费者对自然清透妆容的偏好持续升温，同时新兴妆容风格如古早暗黑妆、人鱼鲛妆等各具市场机会，呈现多元化发展态势。

彩妆行业妆容类型标签趋势矩阵



社媒平台新兴热门妆容词云



「原生美学」强势崛起，自然妆容成彩妆增长新引擎

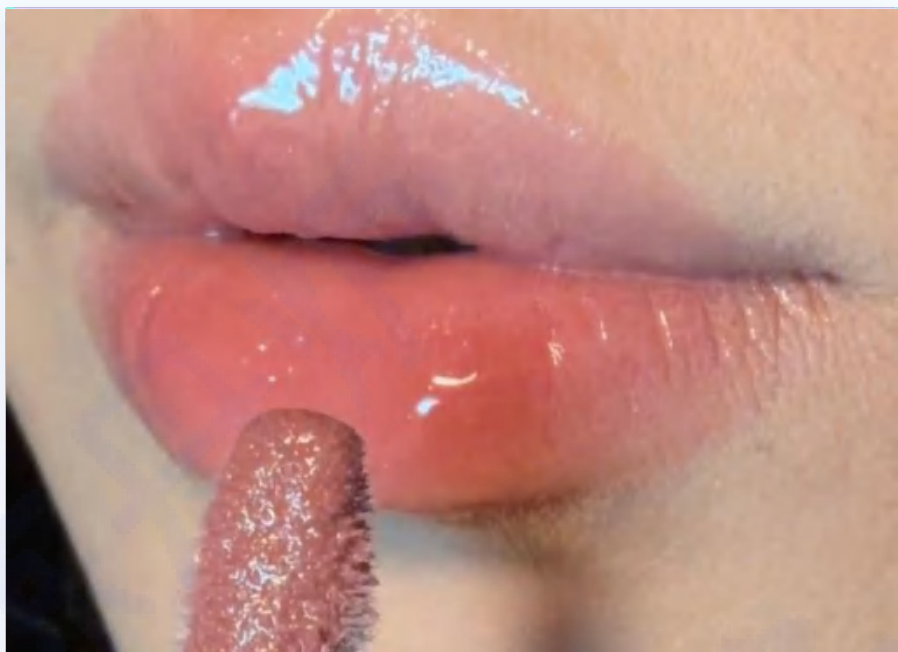
强调原生五官与健康气色的自然型妆容持续升温。其中骨相感修容增长爆发力最强，口水色口红在阶段性销量上亦有明显放大，气血感与野生眉则保持稳定关注。结合社媒热词可见，消费者正从强修饰、重覆盖转向轻雕刻、重质感、突出真实肤感与面部结构的妆容表达，原生美学已成为彩妆创新的重要方向。



气血感妆容
健康红润 晕染腮红
Vitality Flush



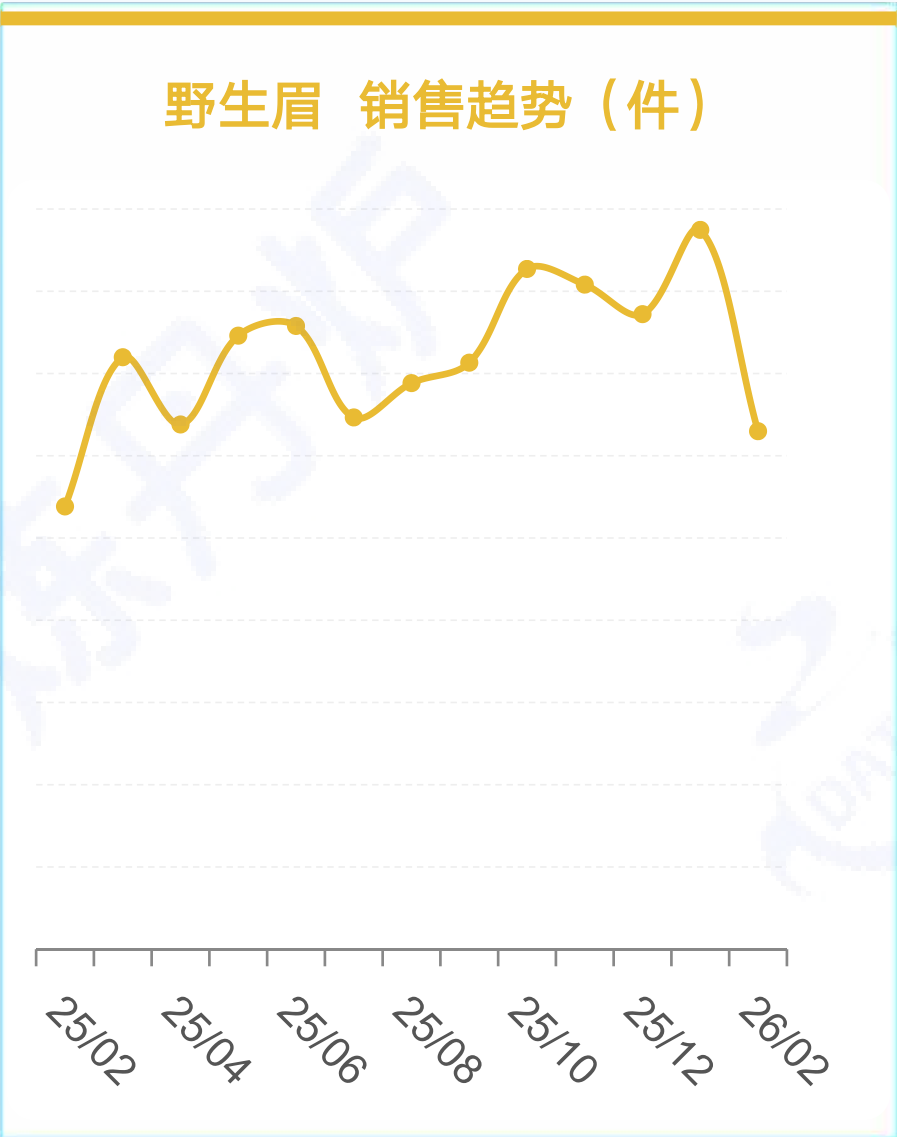
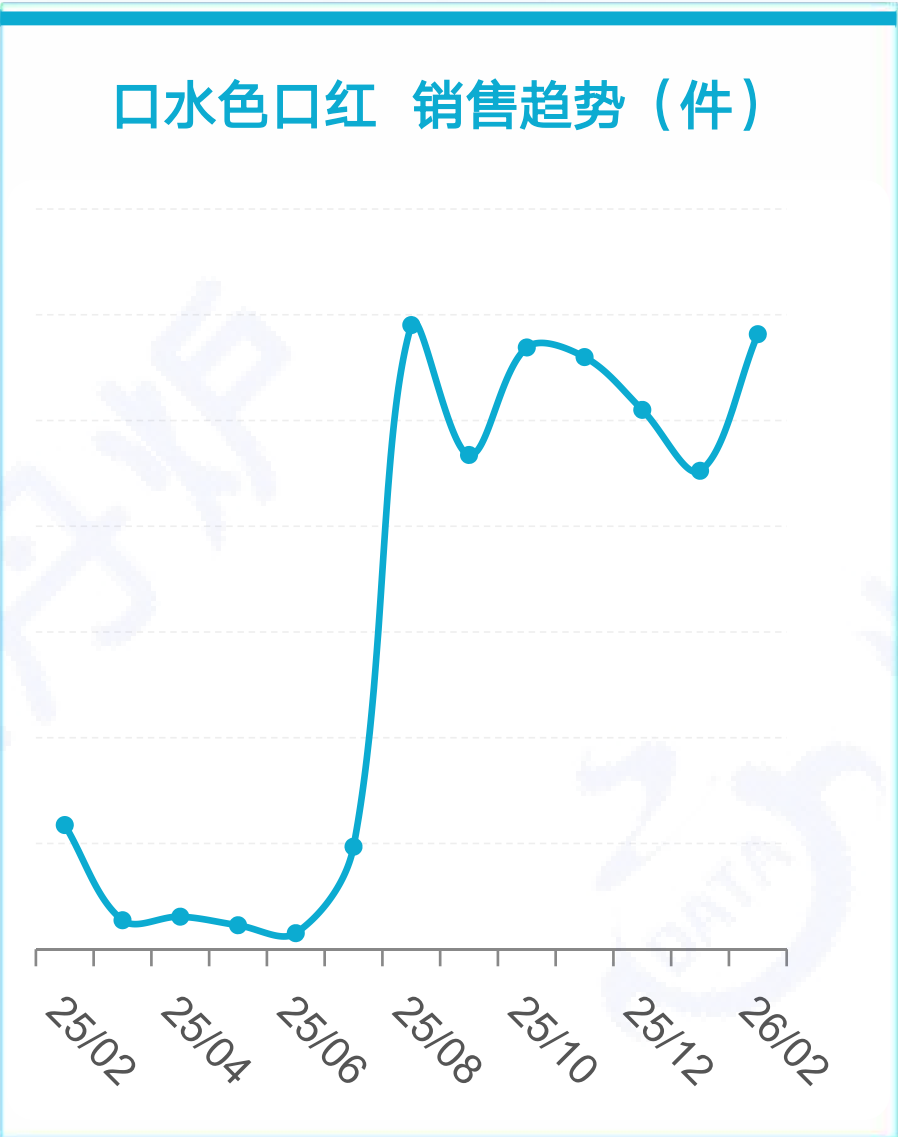
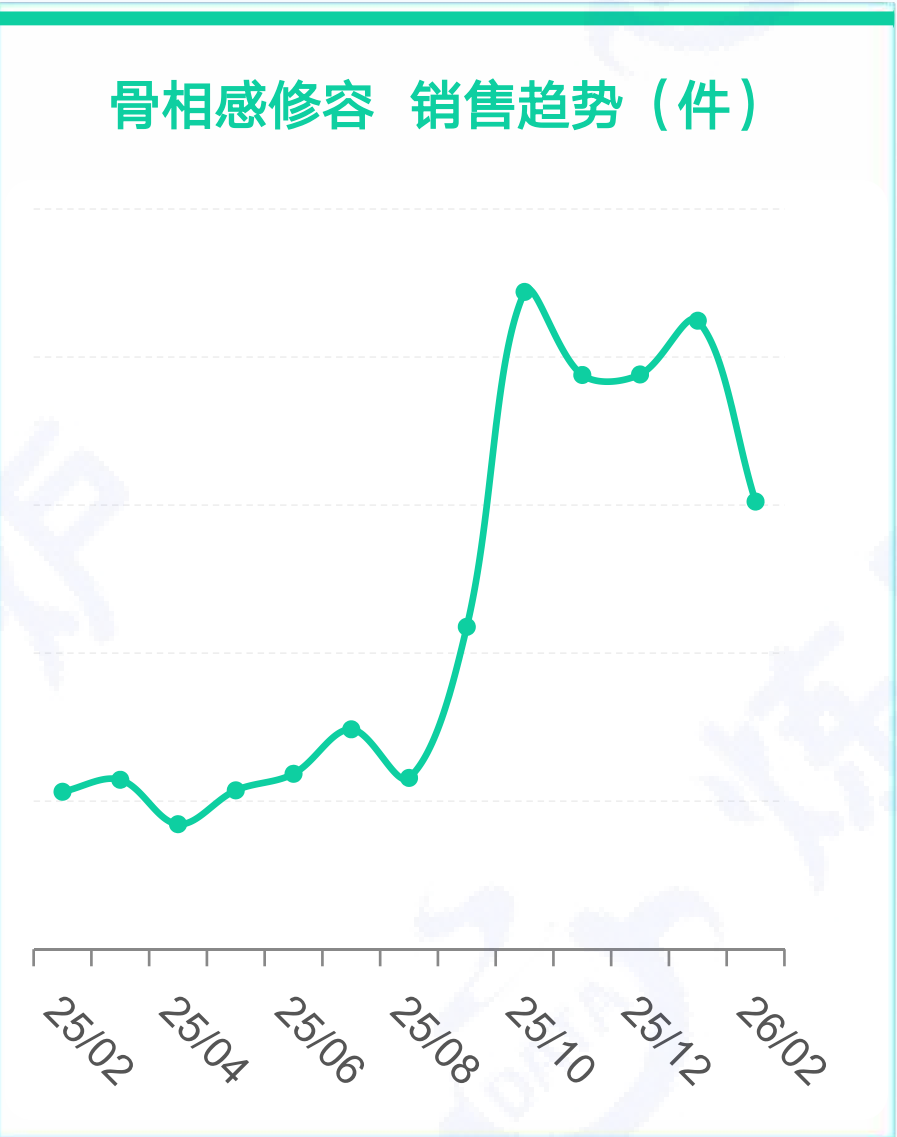
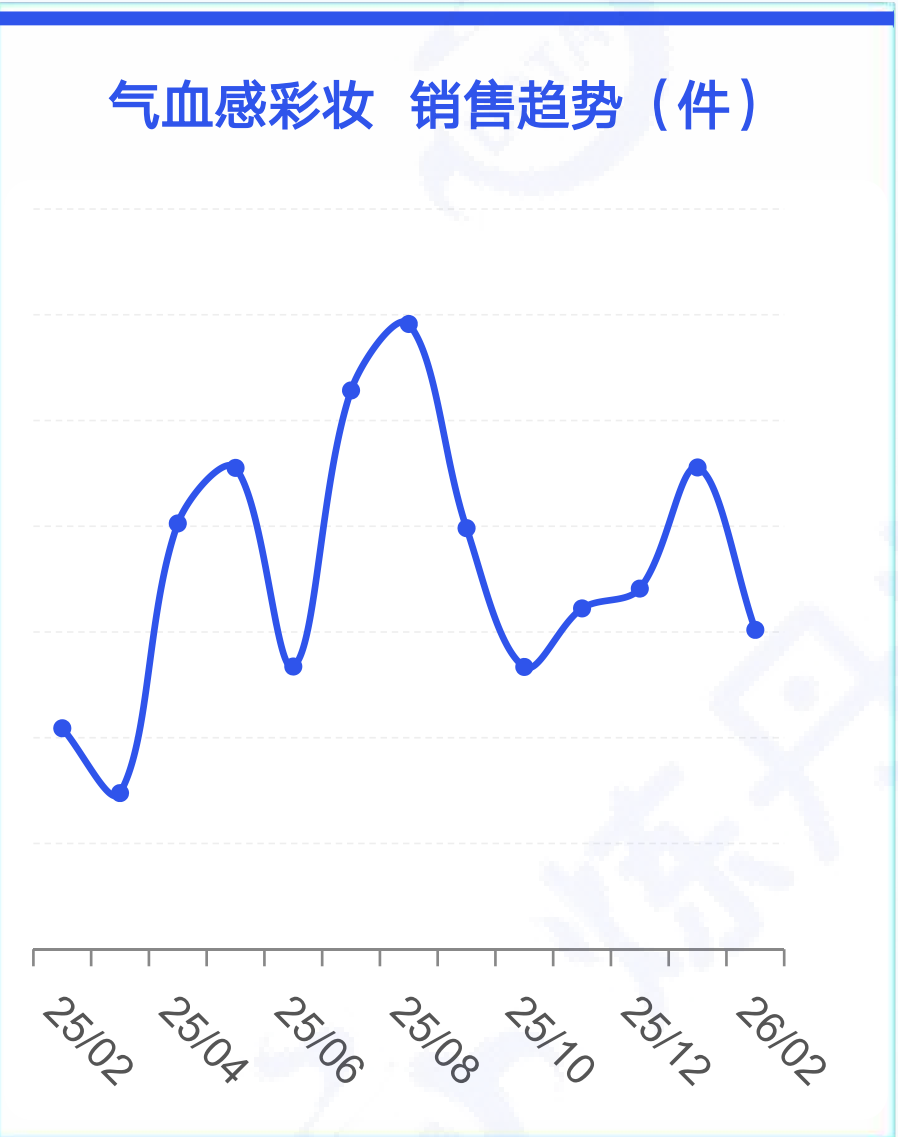
骨相感修容
原生立体 高光雕刻
Bone Structure



口水色口红
水润光泽 · 裸色系
Juicy Lip Color



野生眉妆
毛流感 · 自然蓬松
Wild Brow Look



气血感彩妆以轻透提气色为核心，腮红唇妆表现突出

气血感彩妆主要围绕液体腮红、多用膏、唇蜜与光泽型唇釉展开，核心卖点集中在自然红润、轻薄通透与妆面融合度高。橘调、蜜桃调与微光泽质地更容易营造健康、柔和且不厚重的面部状态。该风格适合日常通勤与轻社交场景，也更契合当下消费者对“快速上妆、低技巧出效果”的需求，具备较强的大众适配性与内容传播潜力。



高级骨相妆聚焦立体轮廓塑造，修容高光底妆协同增强

高级骨相妆的核心在于通过修容棒、高光、粉底与雾面唇妆协同塑造清晰骨骼线条，突出面部折叠度、轮廓转折与整体精致感。该风格并非追求浓重妆效，而是强调结构感、光影层次与干净利落的视觉呈现。品牌选品也集中在高质感底妆及专业修容单品，说明消费者对“进阶塑形”和“妆面高级感”的需求正在提升，适合中高客单产品持续布局。



CHANEL 香奈儿丹宁系列高光盘



OUT OF OFFICE
双头修容棒



MAC/魅可轻尤雾弹唇釉



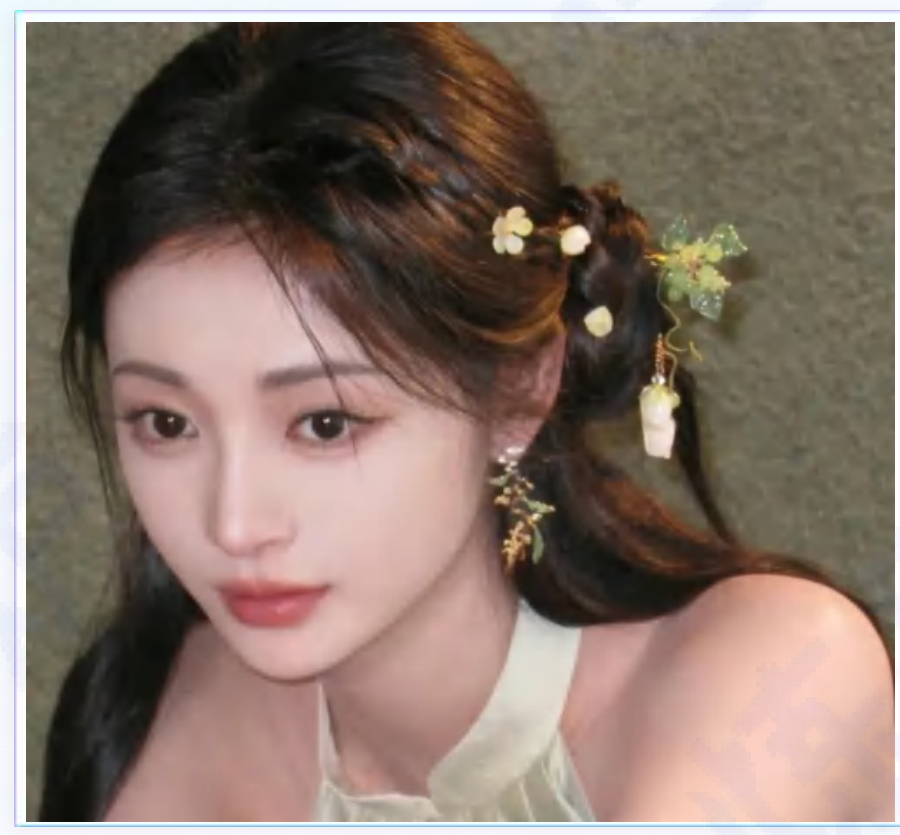
HOURGLASS小滴管
亮彩液体高光



MAC/魅可无瑕粉底液

「东方美学」热度攀升，国货品牌承接主流审美红利

东方审美正在由内容热度转化为实际消费增长。新中式妆容增长更具爆发性，古风妆容保持稳定上行，共同推动中式色彩、留白意境与传统妆面元素回归主流。与此同时，毛戈平、花知晓、卡姿兰、彩棠、花西子等品牌位居前列，表明国货品牌在风格表达、产品研发与文化叙事上的承接能力持续增强。



新中式妆容
中式色彩 现代留白
New Chinese Style



古风妆容
传统妆面 国风意境
Ancient Style



2026年Q1彩妆行业国货品牌TOP10		
排名	品牌	炼丹炉指数
1	毛戈平	1580.1
2	花知晓	1557.7
3	carslan/卡姿兰	1527.6
4	timage/彩棠	1514.7
5	花西子	1508.5
6	judydoll/橘朵	1495.0
7	amortals/尔木萄	1482.8
8	pramy/柏瑞美	1453.6
9	passional lover/恋火	1452.2
10	joocyee/酵色	1443.6

新中式妆以柔雾色彩与东方轮廓表达带动产品组合升级

新中式妆的产品布局集中在雾面唇泥、轮廓盘、多用膏与偏东方眼型适配的睫毛产品，整体强调含蓄、克制与层次分明的中式气质表达。色彩上以红棕、豆沙、烟粉、柔雾裸调为主，兼顾古典感与现代通勤适配性。该风格不再停留于节令和造型化场景，而是逐渐形成可日常化、可商业化的稳定产品体系，具备持续放大的市场空间。



萌睫尚品免胶新中式深棕狐系假睫毛



INTO YOU第二代女主角唇泥雾面



3.0卡姿兰雾吻口红



RC多用膏柔雾版



毛戈平光影轮廓粉大师综合盘

古典花神妆以细腻底妆和雅致眼妆呈现高完成度东方感

古典花神妆更强调妆面洁净度、肤质修饰力与含蓄柔和的色彩氛围，重点打造匀净、温润、富有古典气韵的整体妆感。相较于强对比和高饱和表达，该风格更注重面部留白、轮廓柔化及眼周精致度，因此更依赖底妆稳定性与粉体质感。其审美价值与内容辨识度较高，适合高质感国风彩妆持续深耕。



毛戈平塑形晶彩眼影盘



花西子臻蜜粉散粉



PL橡皮擦粉饼



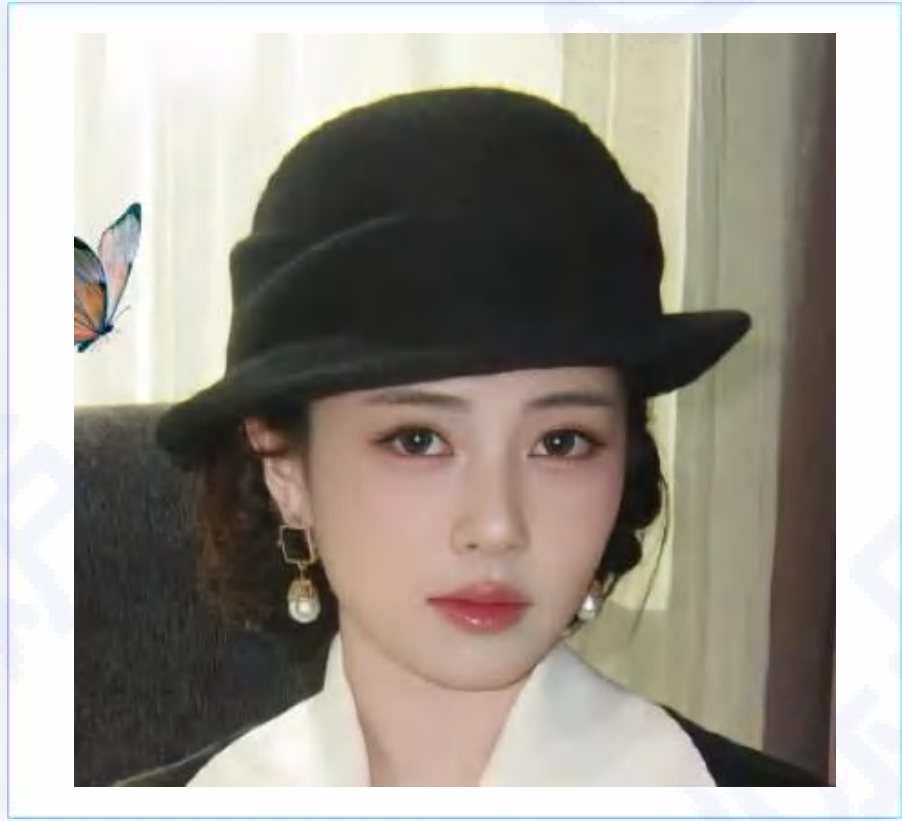
彩棠白平衡妆前乳



毛戈平柔肌妆前粉衣

「复古回潮」多元年代感妆容释放细分消费潜力

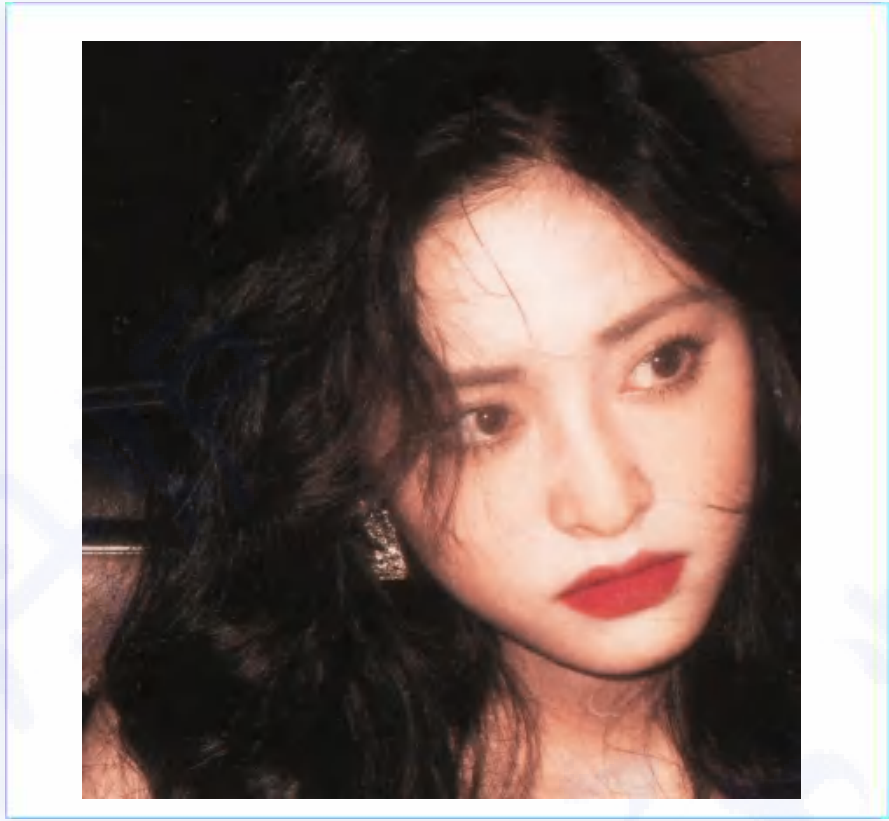
从留洋千金、复古港风、千禧辣妹到古早混血四类风格的趋势变化看，复古审美正在以更细分的面貌重回彩妆市场。不同风格在视觉表达上各有重点，但共同特征在于强调记忆点、氛围感与角色化妆容表达。相较于单一大众妆效，这类风格更容易在社媒形成内容辨识度与圈层传播效应。



留洋千金

中式色彩 现代留白

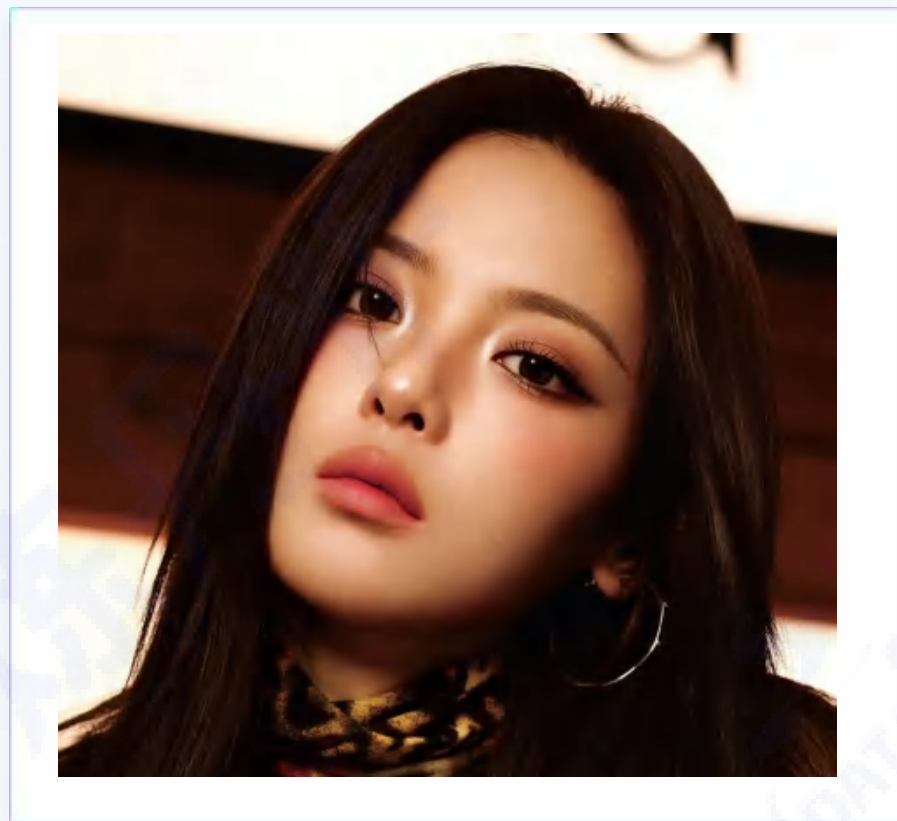
New Chinese Style



复古港风

传统妆面 国风意境

Ancient Style



千禧辣妹

中式色彩 现代留白

New Chinese Style



古早混血

传统妆面 国风意境

Ancient Style



千禧辣妹妆以高存在感眼妆和唇妆重塑年轻张力表达

千禧辣妹妆以闪耀眼影、存在感假睫毛、膏状腮红及高饱和唇妆为核心组合，整体强调立体五官、强氛围感和舞台化视觉冲击。该风格在年轻消费群体中具备较强内容传播性，尤其适合节日妆、拍照妆和主题妆场景。其带动的不仅是单品销量，更是围绕眼妆与色彩表达的整套购买需求，对高显色、高亮泽和高完成度产品更为友好。



3CE晶亮眼影棒



心愿先生免胶假睫毛女团狐系



花知晓小天使系列九色眼影盘



黑兔
底妆腮红膏



香奈儿魅力丝绒唇膏

古早混血妆以深邃眼部塑造和光泽感细节强化辨识度

古早混血妆主要依赖多色眼影盘、高光、润唇油与腮红等产品完成五官立体化与妆面精致化，重点突出眼窝轮廓、鼻部高光及唇部丰润感。其视觉特征是妆感更浓、层次更强、面部明暗对比更明显，因此更适合具备显色力和提亮效果的彩妆单品。该风格兼具复古记忆与社媒传播属性，在特定人群中仍具有稳定吸引力。



Dior迪奥魅惑润唇油



酵色十二色眼影盘-冷萃杏



酵色钻石棒眼影棒



clio珂莱欧
玲珑高光



Dior迪奥全新锁妆
柔焦腮红

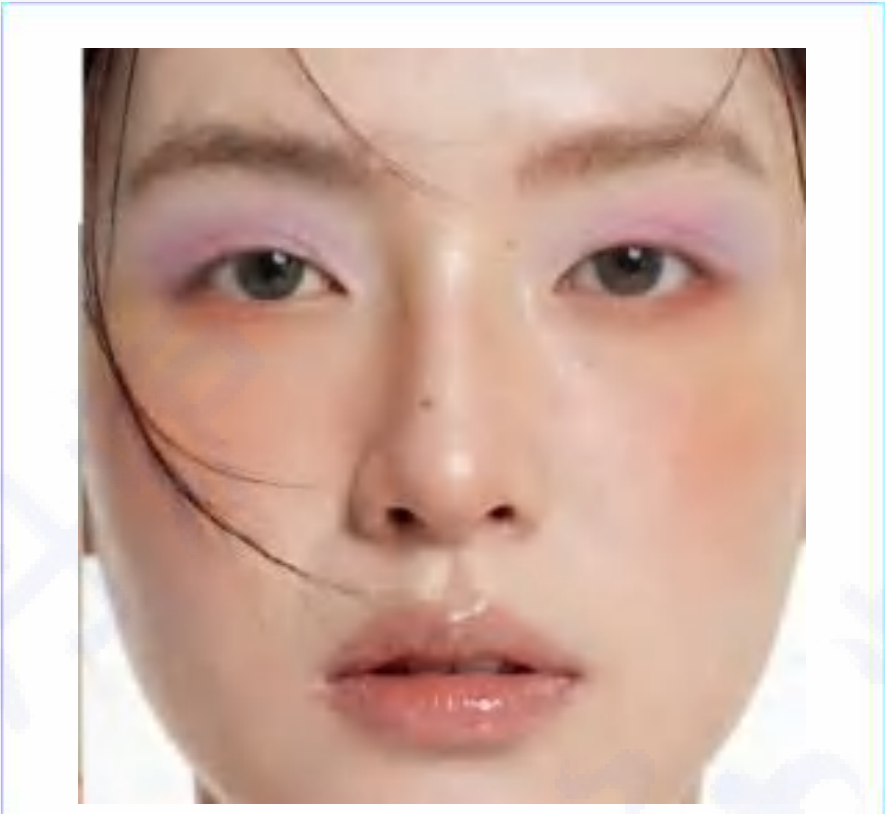


「春季清透粉雾感」走强，低饱和轻柔妆效成季节主流

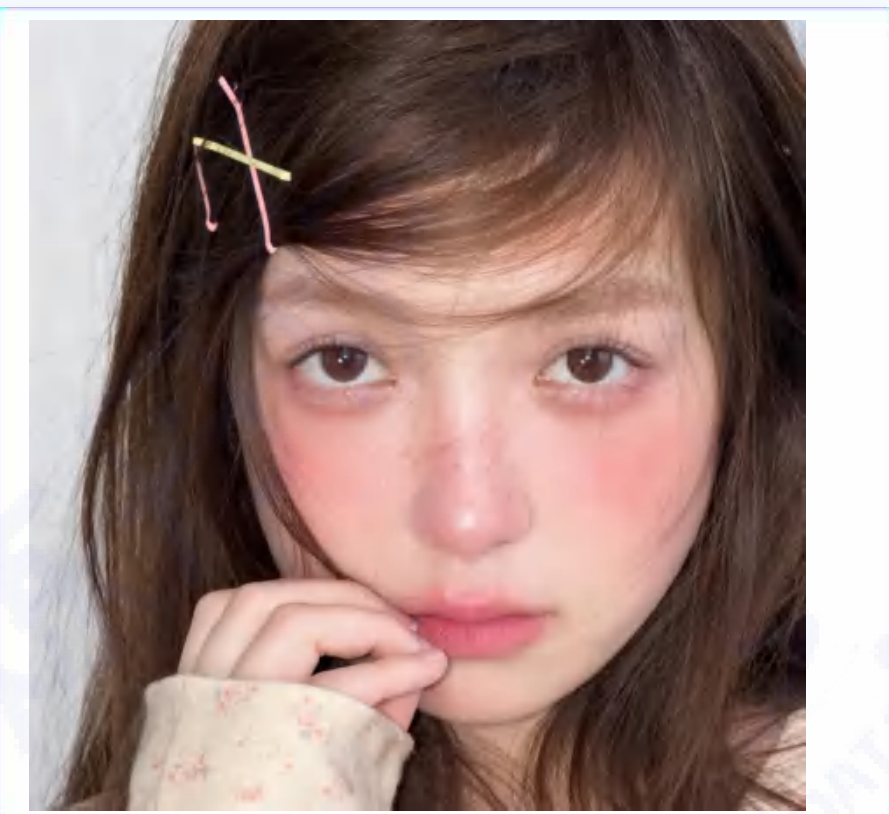
从韩蕾妆、低饱和、粉雾感与清透缎光四类趋势可以看出，春季彩妆风格明显转向柔和、轻盈与干净。无论是粉雾质地还是缎光妆效，核心都在于打造低攻击性、弱边界感的舒展妆面，以适配春夏换季阶段对轻薄服帖与自然气色的双重需求。相比浓色和强修饰风格，这类妆容更强调肤感、透明度与微妙光泽，具备更广泛的日常消费适用性。



韩蕾妆
New Chinese Style
中式色彩 现代留白



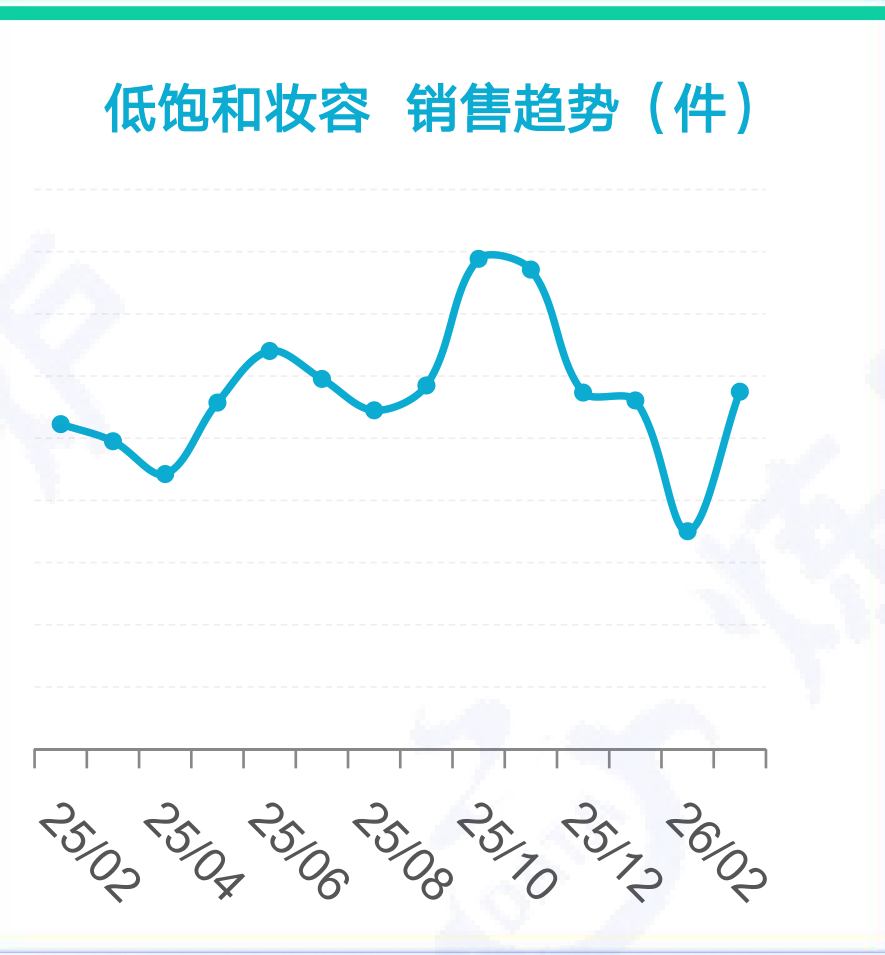
低饱和
Ancient Style
传统妆面 国风意境



粉雾感
New Chinese Style
中式色彩 现代留白



清透缎光
Ancient Style
传统妆面 国风意境



数据来源：炼丹炉大数据，小红书

春日清透粉雾少女妆以柔焦底妆和轻甜色彩提升适配度

春日清透粉雾少女妆的核心在于以柔焦底妆打底，叠加低饱和腮红与轻雾面唇色，塑造干净、轻甜且不厚重的少女感妆效。该风格在产品选择上更偏向粉体细腻、显色柔和和边界自然过渡的单品，既适合日常通勤，也适用于春季出游与拍照场景，是春夏阶段较易规模化转化的妆容方向。



韩蕾妆以低饱和缎光质感塑造温柔清透放大眼妆感

韩蕾妆以低饱和配色、清透缎光妆效和眼部神态放大为核心，整体呈现温柔、干净、轻甜的韩系氛围。眼影以柔和粉棕和裸杏色为主，搭配缎光腮红、综合盘与裸粉口红，强化面中饱满度与妆面通透感。相较浓重修饰型妆容，韩蕾妆更强调卧蚕、双颊光泽与整体精致度，适合春季及日常通勤场景。



3ce眼影海盐面包盘



橘朵水缎光腮红



彩棠面部综合盘



YSL圣罗兰裸粉管口红



酵色缎光腮红

扫码获取免费试用资格
解锁更多电商数据分析

