



2026婴童青少年个护行业趋势

全龄育儿精养新时代

0-18岁个护市场新蓝海

A high-angle photograph of a woman and two young children sitting on a blue and white patterned carpet. The woman, wearing jeans and a ring, is reaching for a yellow wooden block. One child, with blonde hair and wearing a white shirt and jeans, is also reaching for a block. Another child, wearing a blue patterned shirt, is partially visible in the foreground. Several wooden blocks with letters and numbers are scattered on the carpet.

01

育儿新时代下个护市场驶入增长快车道

2025年宏观环境变化与育儿趋势

宏观经济发展：随着家庭育儿支出攀升，婴童青少年消费周期长、市场潜力大，放眼全龄成长周期打开广阔增长空间

行业发展稳定



中国母婴行业增速稳定

2025年预计

+7%

母婴消费市场规模庞大

2025年预计突破

8万亿

育儿消费力高涨



中国婴幼儿年均消费
金额可观

3万+

(单位：万元)

家庭育儿消费力

城镇家庭从孕产到18岁总花费

¥ 71.3万+

全阶段增长潜力显现



新生儿数量下降

2025年（自1949年以来最低值）

792万

青少年处于增量蓝海

2025年我国义务教育在校生人数

1.57亿

VS 3000万3岁以下婴幼儿总数

社会环境变化：新型育儿时代来临，精细化养育模式全面崛起

生活改善 · 人口重构 · 观念进阶：三重改变构成养育经济的底层逻辑

国家政策鼓励



减轻负担 生育友好

2025年国家为生育家庭提供育儿补贴
三年总计约

 1.08万

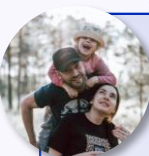
中央财政设立育儿补贴补助基金预算

 900亿

“育儿补贴”话题阅读量

 5.09亿

人口结构变化



人口重构 优生精养

2025年一胎是主流，二胎成增长引擎

46% 65%

一胎家庭占比 理想子女数为2个的占比

2025年生育主力人群年龄上升

 25-33岁

vs 22-29岁

2025年中国人口自然增长率

 -2.41%

vs 同期城镇犬猫数量+1.9%

育儿观念升级



科学育儿 消费升级

认为“家庭经济实力增强”是考虑生育
的首要条件

 53.3%

在母婴消费前必“做功课”的父母占比

 95.4%

“父母进化论”话题阅读量

 2.94亿

「新型育儿」

随着国家政策鼓励、家庭结构迭代、健康科学育儿理念全面普及，当代家庭的育儿模式，已从传统粗放式养育，转向科学喂养、品质呵护、情绪滋养、长期规划的精细化模式；孩子不再只是被照料的对象，更是家庭核心成员，育儿消费全面向品质化、个性化、专业化升级。

经济水平

生活习惯

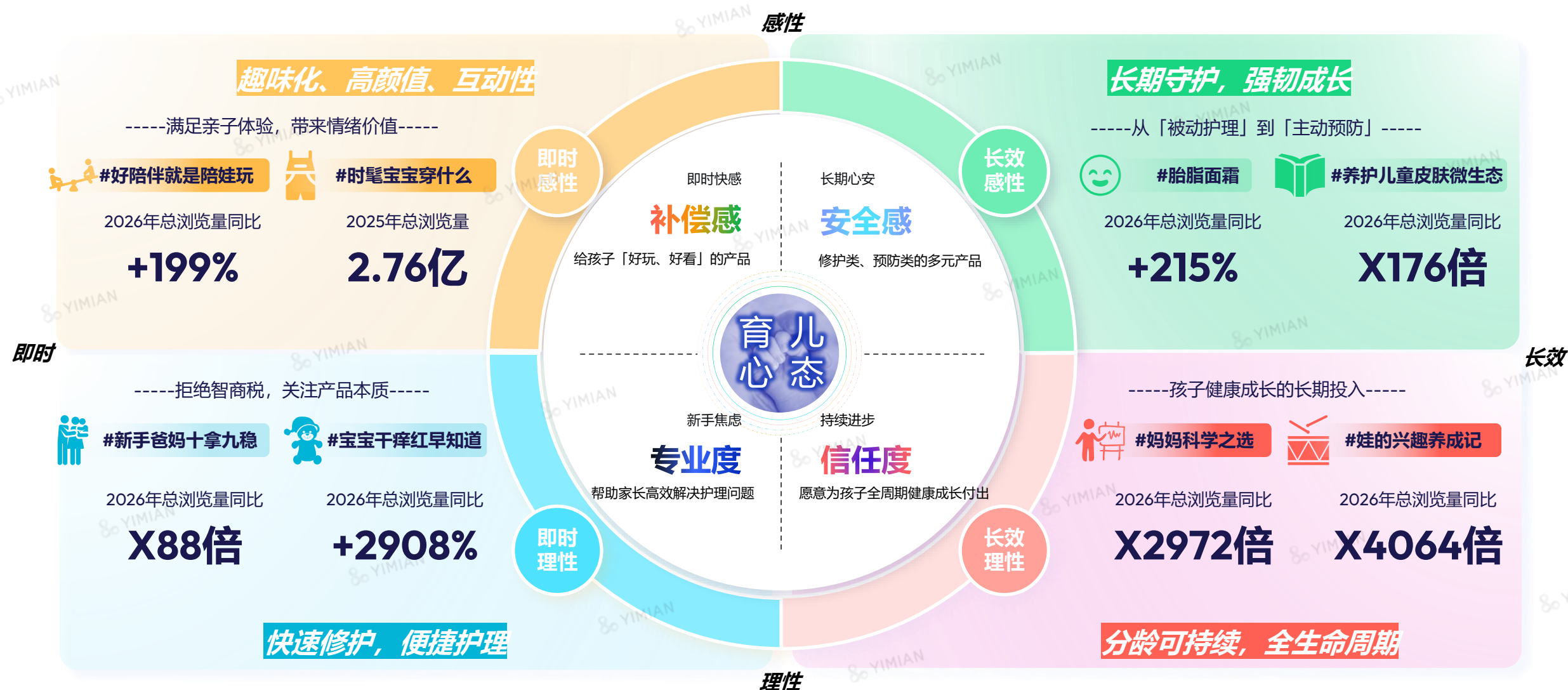
育儿
决策因素

社会环境

身心状态

消费心态变化：补偿式育儿心态驱动「即时情绪犒赏/理性务实 + 长期守护/健康投资」四维消费升级

从「养娃」到「重新养育一遍自己」，从「照顾吃穿」到「陪伴成长」，亲子身心共同收获



社媒育儿趋势：这届父母兼顾自我愉悦与科学育儿，从“寻因”到“落地”，全链路育儿护理内容走红

WHO|谁需要

「母本位崛起」

#这届妈妈超尽兴

话题阅读数
X3823倍

2026H1同比

- #先养妈妈再养孩子
- #拒绝育儿内耗
- #职场妈妈日常
- #松弛感遛娃
- #亲子旅行护肤



场景



母女精致出行



带娃旅居好物

启发

品牌需重视妈妈自我悦己的情绪需求，
实现育儿与自我双向兼顾

WHAT|用什么

「省心高效好物」

#养娃长期主义

话题阅读数
+1019%

2026H1同比

- #懒人妈妈
- #好用不贵
- #洗护二合一
- #极简养娃
- #一罐守护小敏感



多场景实用主义



精简护理

聚焦长效养护、便捷减负的核心诉求，
打造一品多用的精简洗护单品

HOW|怎么护

「寻找解决方案」

#J型妈妈的防敏攻略

话题阅读数
X2125倍

2026H1同比

- #红屁屁护理
- #换季敏宝护理
- #对抗湿疹
- #特皮宝宝护理
- #宝宝脸红怎么办



换季修护



居家对症护理

提供针对各类肌肤问题的解决方案，
深耕精细化分阶养护赛道

WHY|为什么

「探寻养护原理」

#儿童物理防晒护屏障

话题阅读数
X176倍

2026H1同比

- #育儿经验分享
- #养护儿童皮肤微生态
- #我们陪你长大
- #保护宝宝肌肤屏障
- #柔软育儿早知道



育儿知识学习



前置选品

通过输出各类育儿科普内容建立品牌
专业形象，赢得家长信任

社媒育儿X个护趋势：不再是单纯的洗护，而是形成「精简→对症→分龄→分肤→场景→互动」的完整精细化养育体系，安全、高效、情绪价值三重需求同步拉满

精简护理

极简精细化护理，兼顾肌肤安全与舒适使用体验

减负式养娃盛行，少而精的育儿护理理念迎来追捧



分龄护理

为不同年龄阶段的成长需求提供解决方案

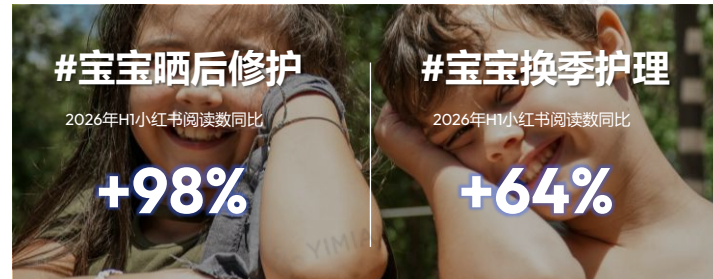
按成长阶段定制护肤，跨年龄段差异化需求清晰分化



多场景护理

换季/户外需求上升

环境场景驱动护肤，日晒、换季防护刚需提升



对症修护

痛点靶向修护需求爆发，对症下药解决肌肤突发问题

追求快速见效的针对性修护方案，以减轻孩子痛苦



#娇嫩屁屁护理



#痘印怎么淡



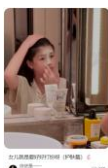
分肤护理

根据不同性别/肤质选择适合的产品护理

肤质、性别精细化区分，家庭适配化护理成为趋势



#女儿护肤



#敏感肌宝宝



互动式养育

成长过程中的互动
亲子间的趣味与治愈

日常护理绑定亲子陪伴，情绪治愈价值远超产品本身



育儿个护趋势：围绕全周期成长需求，婴童青少年个护开启多元身心兼顾、精细分层养护的全新格局



02

婴童青少年个护消费潜在需求探索

2025年品类发展趋势



育儿三阶段-社媒趋势：各年龄段关注重点不同，分阶段精细化护理成为新兴育儿共识，折射当代家庭养育观念开放升级

宝宝个护

帮助新手爸妈守护新生，精简育儿成趋势

#新生儿护理

2026H1总阅读数

3.41亿

《新手爸妈必看的宝宝清洁护理》
《新生儿皮肤护理底层逻辑》



#宝宝极简护肤

2026H1阅读数同比

↑+4460%

《宝宝护肤少而精》
《精简育儿，宝宝护肤买这些就够了》



宝宝皮肤本身很健康的，我对婴儿护肤品的要求就是：配方干净、保湿到位、没奇怪的气味

幼崽皮肤总是泛红、干痒起皮，起湿疹.... 核心原因只有一个：就是宝宝皮肤屏障破损引起的。



儿童个护

分龄护肤开启，户外防晒修护成主流风向

#儿童防晒

2026H1总阅读数

2.05亿

《宝宝夏日养白打卡攻略》
《家有体育娃！晒后救脸神器》



宝宝在夏天的户外重点不止是防晒，晒前的预防和晒后的修护也同样重要

不同孩子肤质和年龄需求都不同，共用同一款可能满足不了孩子的娇嫩皮肤哦！



#儿童分龄护肤

2026H1阅读数同比

↑+135%

《兄妹俩分龄护肤真省心》
《儿童分龄护肤真不是智商税》



正确护肤与祛痘管理成为青春期成长必经之路

#正确护肤

2026H1总阅读数

2240w+

《青春期正确护肤指南》
《颜值飙升，青春期越长越好看》



不要盲目护肤刷酸，多清洁油脂堵塞的地方，做好保湿锁水等基础护肤

青春期长痘，控油保湿和防晒很关键，开始研究安全祛痘的药妆产品



#青春期祛痘

2026H1阅读数同比

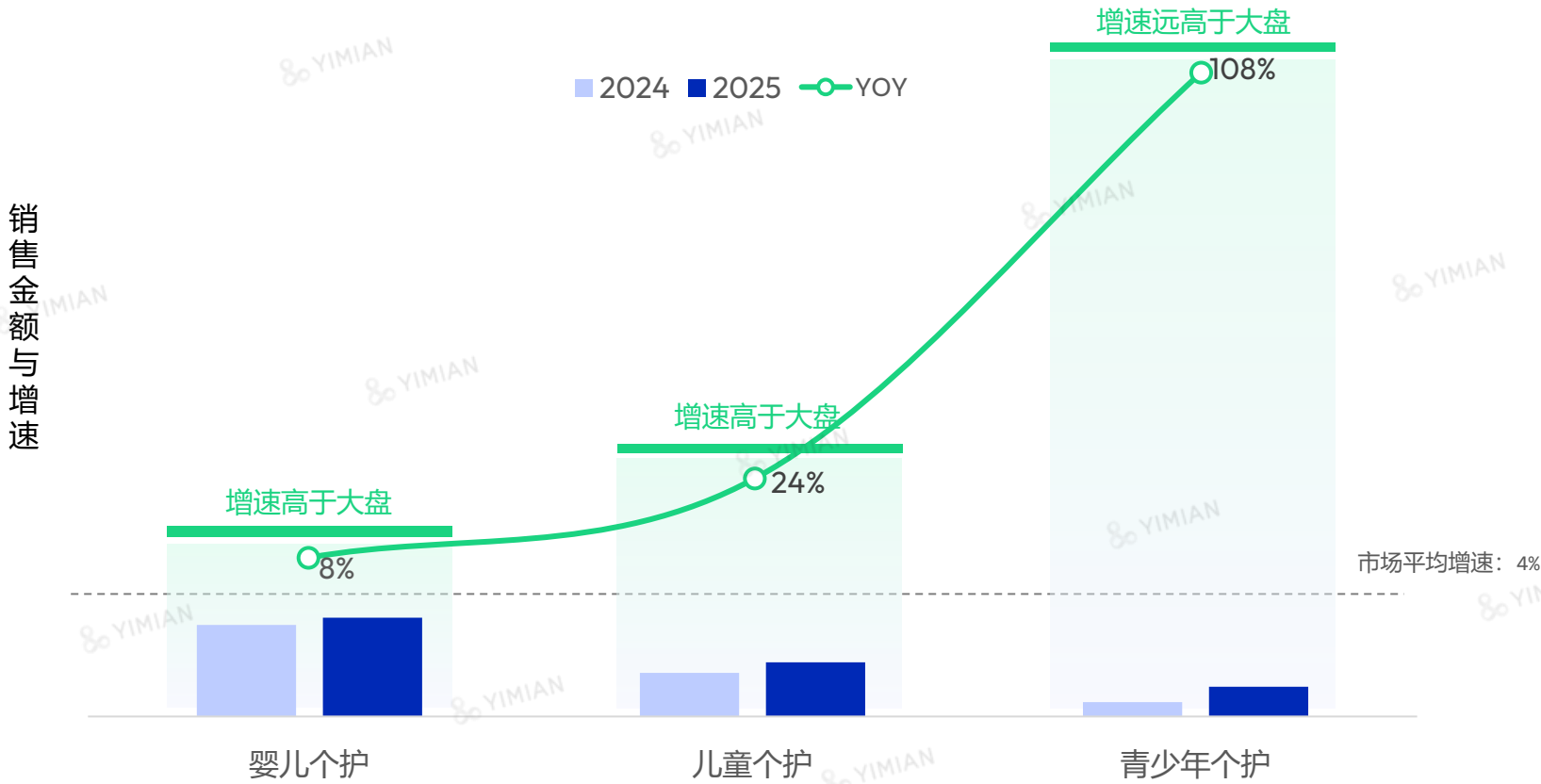
↑+112%

《青春痘的烦恼谁懂》
《班级里“颜值排名”伤害了我》



育儿三阶段-销售趋势：育儿个护全周期规模超百亿，且持续增长，育儿过程中个护产品已成为必不可少的消费；其中婴儿个护领跑，儿童个护稳定增长，青少年个护市场发展潜力大

2025年主流电商平台婴童青少年个护销售金额与同比增速



婴儿护理、儿童护理、青少年护理包括：面部护肤、防晒、身体洗护等

品类销售排序

1	成人个护	279B
2	婴儿个护	8.4B
3	儿童个护	4.6B
4	青少年个护	2.5B

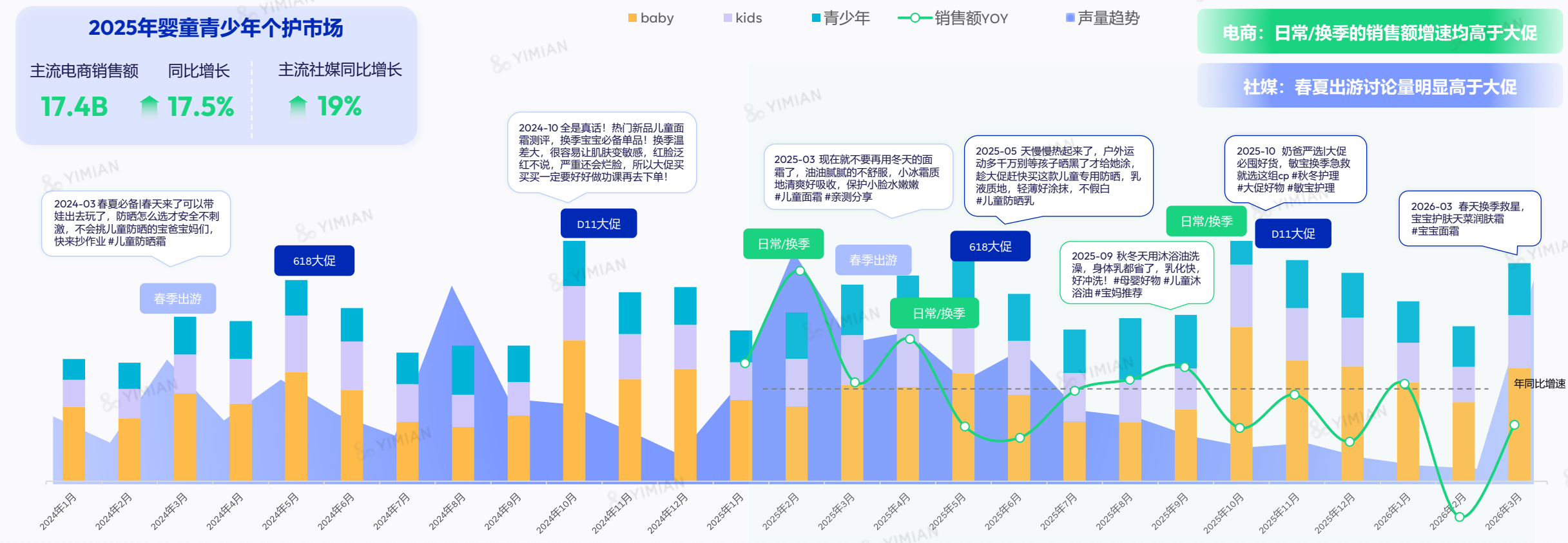
品类增速排序

1	青少年个护	+108%
2	儿童个护	+24%
3	婴儿个护	+8%
4	成人个护	+4%

整体市场表现：规模稳步攀升，消费重心由大促囤货转向换季、出游等日常场景的精细化护理

- ▶ 市场呈现三大特征：**618和D11**为消费旺季；**春秋换季**逐渐形成次高峰；婴童护理销售淡季明显，而青少年护理销售表现全年相对稳定，仅D11大促略高；
- ▶ 与社媒波峰节奏相反：社媒讨论高峰集中在换季及春夏出游，社媒种草带动换季月份销售同比增速超越大促月份，**换季、出行、日常精细化养护**成为家长核心刚需。

2024年1月至2026年3月婴童青少年个护市场表现（电商销售额&社媒声量趋势变化）



婴儿护理阶段：0-3岁 | 极致安心防御，筑牢脆弱期肌肤第一道防线，科学守护新生



婴儿护理-细分品类发展：日常刚需洗护稳坐销量基本盘，精细化症状养护驱动品类增长



高销售品类特点

日常化标配

刚需打底、高频复购、一体化属性强

宝宝屏障修护

X106倍

26年H1社媒阅读数
同比增长

宝宝二合一洗护

+128%

26年H1社媒阅读数
同比增长

保湿滋润

+22%

25年电商销售同比增长
销售额TOP1功效属性

洁净

+30%

25年电商销售同比增长
销售额TOP2功效属性

基础 · 护理

全面呵护

TOP3销售细分品类榜



1 婴儿乳液/面霜

2

婴儿身体乳

3

洗发沐浴

温柔 · 互动

享愈时刻

TOP3增长细分品类榜



1 婴儿按摩油

2

婴儿身体乳

3

婴儿乳液/面霜



高增长品类特点

精细化养护

适配环境变化与健康价值驱动

秋冬抚触油

+198%

26年H1社媒阅读数
同比增长

拯救苹果脸

+371%

26年H1社媒阅读数
同比增长

换季护理

80%

25年电商评论占比
TOP1使用场景

低敏/无添加

60%

25年电商评论占比
TOP1健康概念

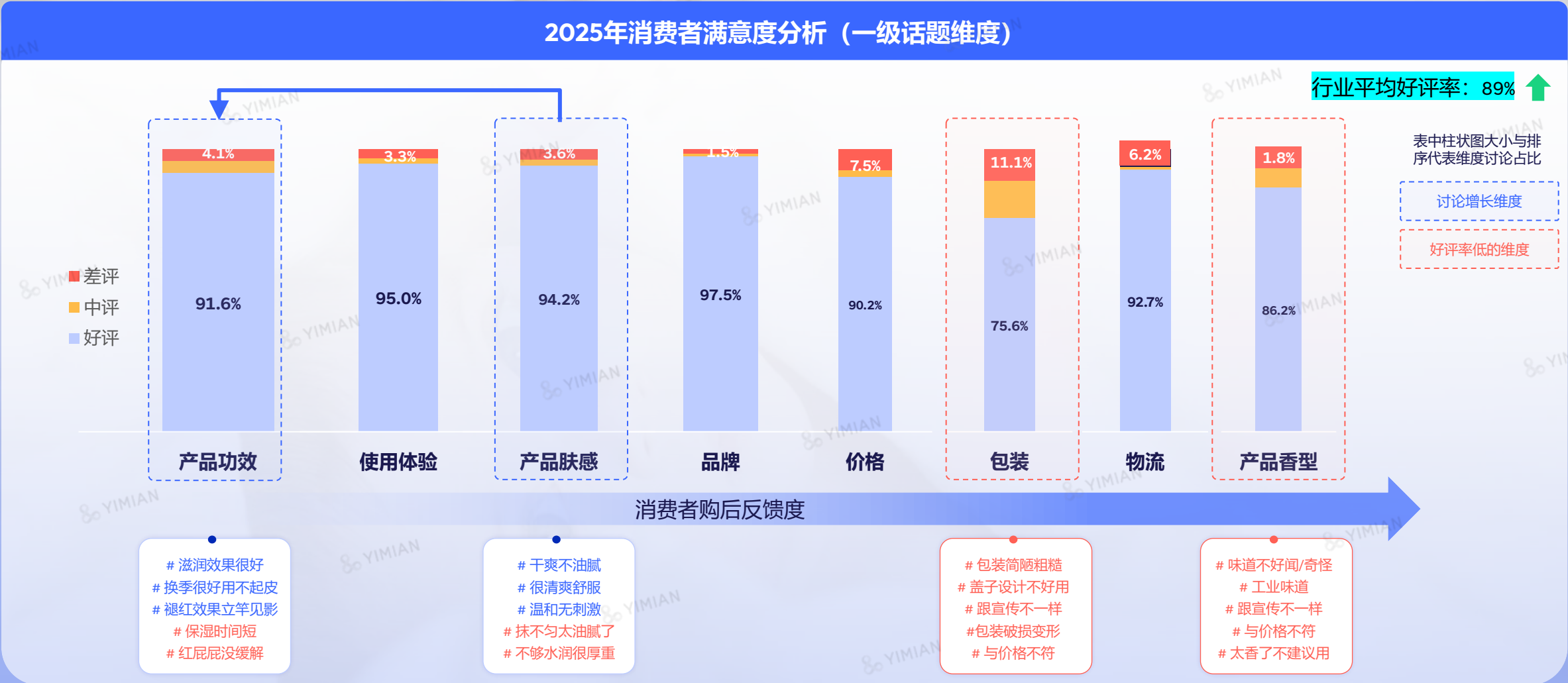
婴儿护理-消费者需求分析：功效与肤感关注度持续走高，安全纯净/即时修护类诉求爆发

消费者对**产品功效**、**使用体验**、**产品肤感**关注度高，其中对**产品功效与肤感关注度**提升较大；
长效保湿、温和无香、清爽不黏腻是用户基础诉求；泛红止痒、快速起效、无添加配方成为高速增长的新兴痛点。



婴儿护理-消费者满意度分析：功效/肤感满意度提升可保障口碑基本盘，包装粗糙、气味奇怪是核心改进方向

因消费者对**产品功效**、**产品肤感**关注度持续提升，可着重关注消费者满意度以提升整体好评率；此外，消费者对产品包装和产品香型的满意度明显不足，好评率低于平均；突破点在于：加强产品效果、肤感与消费者期望匹配度，优化产品说明；同时通过改善包装与产品香型增强消费者体验。



婴儿护理-重点维度分析：日常清洁与急救功效成为产品迭代核心，清爽不粘腻与清凉水润肤感成主流偏好

功效务实，急救为先

清爽水润，拒绝黏腻

产品功效
获得更多反馈

【产品功效相关评论量】

+121%

25年vs24年
高于婴儿护理行业平均+66%

【产品功效相关好评率】

91.6%

25年vs24年
高于婴儿护理行业平均89%

消费者关注的TOP10产品功效



未被满足/高潜力的功效需求

清洁效果：可优化配方清洁力或补充规范操作指引

护臀 & 急救修护：突发红敏、红臀问题，产品即时效果需提升

保湿/褪红舒缓：高速崛起，需要快速见效的解决方案

产品肤感
获得更多反馈

【产品肤感相关评论量】

+133%

25年vs24年
高于婴儿护理行业平均+66%

【产品肤感相关好评率】

94.2%

25年vs24年
高于婴儿护理行业平均89%

消费者关注的TOP10肤感



未被满足/高潜力的肤感需求

不粘腻：质地配方亟需优化，黏腻体验会直接降低复购意愿

细腻亲肤：换季、干皮场景吸收差，可优化渗透力并加强说明

清凉水感：新兴增长需求，适配夏季燥热泛红，主打镇静舒缓

婴儿护理-代表品牌分析：一页一精准定位+医研共创破局，全域渗透赢增长

NEWPAGE在“基础保湿”的红海中，锚定了“功效护肤”的蓝海。建立了系统性的信任；同时用“医研共创”的模式，从产品源头解决信任问题，最后用“专业易懂”的科普内容和“高信任场景”的全域渠道，让消费者知道并相信产品的好。

- # 差异化定位#
- # 医研共创#
- # 线下合作#

NEW PAGE
一页®

精准市场定位

洞察婴童护肤市场存在“功效型产品空白”和“信任断层”问题，NewPage定位为“**中国婴童功效护肤品牌**”，聚焦解决中国婴童常见的干、痒、红、湿疹等皮肤问题，避免了与基础保湿品牌或进口高端品牌的同质化竞争。

婴童功效型产品补位

敏感肌
修护

婴童
湿疹

强韧
屏障

分龄护理趋势下，全龄产品系列扩充

婴童系列

612系列儿童系列

1218青少年系列



医研共创模式

首创“**医研共创**”模式，由育儿专家崔玉涛、科学家团队和明星妈妈章子怡共同组成创始人团队，将儿科临床经验、科研技术与用户视角深度融合。



产品研发保障

产品研发全程由医生和科学家参与，从需求洞察、配方设计到功效验证，**确保产品具备临床验证的精准功效**，而非仅靠营销噱头。



专家信任构建

通过儿科专家崔玉涛的科普视频、圆桌对话等形式，将复杂的皮肤医学知识**转化为家长易懂的内容**，建立专业可信的品牌形象。



情感表达连接

章子怡以妈妈视角参与品牌共创，赋予品牌情感温度，使功效护肤不再是抽象概念，而是**可共情的育儿经验**。

线上线下全渠道布局

通过线上抢曝光，线下赚信任
锁定**家长对品牌的信任度**

线上线下全渠道布局，覆盖高信任场景

线上



线上高效布局
精准渠道入驻

线下



电商核心渠道

干货视频输出

品牌精细化自播

崔玉涛诊所

高端月子会所

1万家母婴店

多家三甲医院

高信任、高感知的场景

儿童护理阶段： 3-12 岁 | 场景化主动防护，适配探索期多元环境挑战，培养孩子自主洗护意识



儿童护理-细分品类发展：日常外出活动增加带来了更多清洁防晒需求，精致育儿驱动润肤洗护品类高速扩容



高销售品类特点

场景式防护

针对儿童活动特点进行全方面防护

养护儿童皮肤微生态

X174倍

26年H1社媒阅读数
同比增长

宝宝晒后护理

+324%

26年H1社媒阅读数
同比增长

控油止痒

+398%

25年电商销售
同比增长

防晒

+87%

25年电商销售同比增长
销售额TOP3功效属性

场景 · 护理

多元防护

TOP3销售细分品类榜



儿童洗发

2

儿童面霜

3

儿童防晒

细致 · 自主

精致育儿

TOP3增长细分品类榜



儿童身体乳

2

儿童面霜

3

儿童洗发



高增长品类特点

精致化育儿

情绪价值与儿童自主性驱动

儿童养白

X64倍

26年H1社媒阅读数
同比增长

养女儿的快乐

+603%

26年H1社媒阅读数
同比增长

户外/运动

18%

25年电商评论占比
TOP3使用场景

夏季防暑痒

+22%

25年电商评论
同比增长

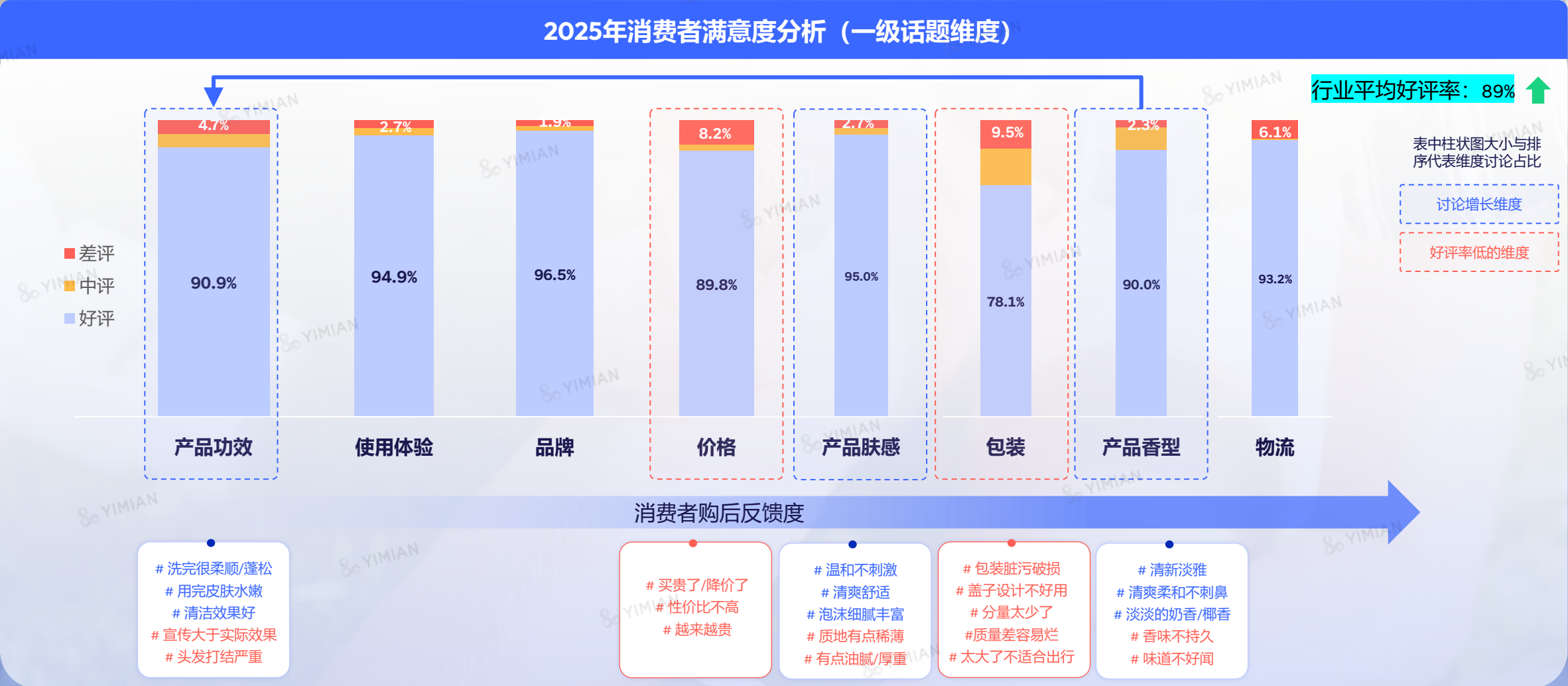
儿童护理-消费者需求分析：功效与儿童使用感受是核心关注，香氛体验与肤感讨论走高

消费者对产品功效和使用体验关注度高，同时对**产品肤感和香型**的关注度有所提升；
除长效保湿外，儿童接受度高、起泡丰富以及清洁力强成为主要诉求；花香、褪红舒缓以及蓬松等儿童身心需求开始受到热烈关注，持续高增长。



儿童护理-消费者满意度分析：产品功效与香型满意度提升后可拉动整体增长，包装设计亟待提升

消费者对**产品功效**关注度高，对**香型**关注度有所提升，但好评率仅略高于行业平均，提升空间较大；另外，对产品价格和包装的满意度明显不足，好评率低于平均；突破点在于：优化产品实际功效与香型是提升整体行业好评的核心突破口，同时产品包装口碑大幅落后行业均值，需重点加强包装设计。



儿童护理-重点维度分析：防晒修护刚需爆发，植萃花香香型热度领跑

防晒修护成为刚需

产品功效
获得更多反馈

【产品功效相关评论量】

+135%

25年vs24年
高于儿童护理行业平均+98%

【产品功效相关好评率】

90.9%

25年vs24年
高于儿童护理行业平均89%

消费者关注的TOP10产品功效

■ 2025 ■ 2024



未被满足/高潜力的功效需求

- 滋润**：受肤质或天气影响，产品使用效果不佳，需加强说明
- 蓬松/止痒**：儿童出汗情况多或换季需求有变化，需提升产品功效，同时注意宣传措辞
- 晒后修护/褪红舒缓**：儿童户外活动频率增加，相关需求上升

植萃/花香人气走高

产品香型
受关注度上升

【产品香型相关评论量】

+107%

25年vs24年
高于儿童护理行业平均+98%

【产品香型相关差评率同比】

+140%

25年vs24年
高于儿童护理行业平均-20%

消费者关注的TOP10香型

■ 2025 ■ 2024



未被满足/高潜力的产品香型

- 水蜜桃香/草莓香**：果香味道有待提升，需适配日常出汗等场景
- 金盏花香/茉莉**：评论量上升快，花香成为新晋香型，适配孩子易出汗的洗浴场景，同时提供愉悦的使用感受和情绪价值

儿童护理-代表品牌分析：贝德美—分龄创新、社媒种草、精细运营助力增长

产品覆盖细分需求，深度布局社媒实现高效种草转化，以抖音为核心全域精细化运营，形成全域互补的消费闭环

BODORME
贝德美

产品细分

内容营销

精细化运营

产品创新满足细分需求

敏锐捕捉精细化育儿需求，首创「分龄护肤」理念，针对不同年龄段儿童肌肤特性，打造了分龄护理的产品系列。

儿童产品线全面，涵盖多肤质、多场景需求



儿童身体护理

儿童局部护理

儿童面部护理

防蚊防叮

儿童口腔护理

儿童彩妆

青少年洗浴和祛痘护理



青少年洗浴

青少年面部护理

婴儿洗浴和保湿舒缓



日常护理

特护系列

强大的内容营销

深度布局社媒平台，与大量母婴/亲子达人合作，精准触达目标用户，实现“种草-转化”闭环。

丰富的内容场景



原创剧情

亲子日常

产品测评

建立金字塔型达人矩阵

头部达人

快速引爆话题，为产品背书

中腰部达人

直播带货/产品测评

大量合作尾部小达人

垂类账号实现营销裂变

平台精细化运营策略

以「抖音为核心阵地」

同时布局线上下全渠道，扩大市场覆盖



互相成就，利用平台政策及时调整

货架红利

鼓励店播

低价内卷

上线商品卡
销售贡献超
30%

建立多直播矩阵
超500万+粉丝
日均开播16h

上线产品小样
及会员试用装

注重用户生态建设，形成全域互补的消费闭环

全渠道会员积分互通，提升用户长效价值

线上

线下

会员小样赠送

积分换购

主流电商平台

母婴连锁门店

青少年护理阶段：12-17 岁 | 平衡精准调理，解决青春期水油失衡肌肤问题，找回清爽自信



青少年护理-细分品类发展：功效类产品稳居市场销售主力，精细化全维度护肤打开增长新空间



高销售品类特点

症状解决型

青春期皮肤问题针对性解决

青春期去黄提亮

X4.7倍

26年H1社媒阅读数
同比增长

敏感肌祛痘

+232%

26年H1社媒阅读数
同比增长

祛痘控油

+97%

25年电商销售同比增长
销售额TOP1属性

祛痘/清洁/控油

71%

25年电商评论占比
TOP3功效需求

症状解决

全身洗护

TOP3销售细分品类榜



面霜

2

洁面

3

爽肤水

护理细分

自信时刻

TOP3增长细分品类榜



眼霜

2

身体洗护

3

防晒



高增长品类特点

护理大升级

追求全方面的护理，增强自信

高中生熬夜

+1348%

26年H1社媒阅读数
同比增长

青春期焦虑

+139%

26年H1社媒阅读数
同比增长

校园日常

74%

25年电商评论占比
TOP1使用场景

弱酸性配方

NEW

25年电商评论
新晋健康概念

青少年护理-消费者需求分析：功效成为决策核心，细分功效诉求快速升级，肤感体验关注度同步提升

消费者对**产品功效**、**使用体验**、**产品肤感**关注度高且持续上升，值得品牌方重点观察；
祛痘、清洁、控油成为青少年群体三大核心诉求；新晋功效需求更加细分升级，青少年群体的整体诉求集中围绕在功效与使用体验



青少年护理-消费者满意度分析：功效关注度高涨，满意度提升空间大，产品副作用差评多影响大，亟待提升

产品功效关注度高，满意度提升空间较大；消费者对产品价格、包装和副作用较为不满，好评率低于平均，其中产品副作用尤为需要重点提升；
突破点在于：产品功效持续提升满意度以拉高整体，重点了解产品副作用情况，通过产品迭代降低副作用发生概率并加强产品使用说明；同时通过提升包装品质/增加包装说明、稳定促销价格来更好的彰显产品价值以增强消费者体验。



青少年护理-重点维度分析：祛痘/黑头需求高涨，干燥长痘刺激等产品副作用复杂多元，亟待改善

顽固症状有需求



青少年护理-代表品牌分析：袋鼠妈妈—挖掘用户潜在需求赢得新赛道增长

盘活存量客群资产，安全科研打底，线线下精准触达目标人群，深度运营用户全周期体验，实现赛道跨越与生意新增长

新蓝海市场

产品安全验证

精准营销与运营



从自有人群中挖掘新机会

抓住用户生命周期的赛道迁移
品牌的第一批用户（孕产妈妈），其孩子陆续
进入青春期，出现「**青春期护肤**」的新需求

原赛道局限性逐渐显现

新生儿下降

从2012年的1600万下降
至2025年的792万

需求周期短

孕产妇对护肤产品需求
周期相对较短
仅6个月左右

延长消费周期，品牌资产成功转化

50%

的青少年产品订单来
自之前沉淀的用户

+2705%

入局青少年护肤赛道
一年，实现同比增长

产品科学研究&安全验证

把「**产品安全有效**」刻进研发基因
成为青少年护肤领域的技术标杆

开发“无酸护肤方案”

不是所有的青少年护肤品
都通过135项权威检测
不计成本 只为青少年安心



孕产级原料筛选标准

敏感肌适用性提升60%

产品通过九项严苛验证

专研攻克“青春期反复痘”



中澳皮肤专家团8年研究证实

苦丁茶叶提取物有效舒缓痘肌

精准营销触达&深度运营

通过线线下精准营销，用户需求深度挖掘
锁定**用户终身价值**

线下占位用户心智



进行大规模线下广告投放，
用“**青春期第一套护肤品**”
直接绑定青少年护肤场景

线上发起情感共鸣



联合B站、邀请青少年偶像组
合代言，用青少年喜欢的语
言沟通，引发情感认同

用户全周期深度运营



深度研究用户需求，提供成长
全周期价值陪伴，邀请用户参
与产品设计，加强品牌归属感

阶段特点总结：从品牌信任到产品价值，品牌可通过满足消费者需求把握全周期成长链路下的长效生意机会



产品需求总结：不同阶段护理诉求清晰分化，聆听真实用户需求把握生意增长机遇

宝宝个护

儿童个护

青少年个护

1 务实安心，全身精细养护

家长看重实用功效与安心体验，特殊症状与换季护理预算投入稳步提升



高增长需求：换季敏肌 速修屏障



2 分阶调养，内外多维防护

从基础护肤进阶到分阶段精细化养护，户外防护与趣味体验需求攀升



高增长需求：户外分龄 趣味体验

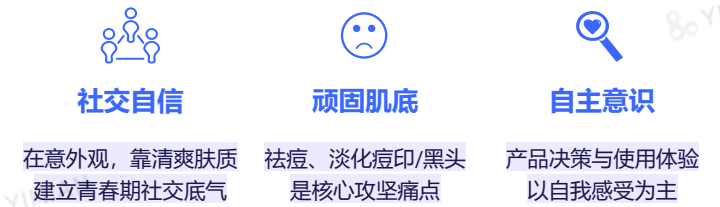


3 社交驱动，自主护肤升级

护肤需求升级，需要快速解决顽固症状，舒缓青春期外貌焦虑



高增长需求：社交抗痘 自主护肤



关注维度相似

- 主要关注维度：产品功效、使用体验、产品肤感、品牌、价格
- 讨论增长的维度都集中在：产品功效、产品肤感

核心需求集中

好吸收/易冲洗、即时见效/长期温和不伤肤、
清爽凉感不油腻、包装使用方便、价格稳定/性价比

成功品牌经验

场：差异化市场定位、全渠道精细化运营
货：产品科学研究、安全验证
人：精准营销触达、真实需求洞察

相同点

A close-up photograph of a baby's hands and feet. The baby is lying on a white, textured cloth that is draped over a green surface. The baby's hands are visible, with fingers slightly curled. The background is a solid blue color on the left side of the image.

03

聚焦新品趋势，捕捉增长机会

2026年行业新品与消费趋势

新品表现：新品推动行业生意增长，分龄赛道上新逻辑清晰，功效、配方同步创新，场景进一步迭代，侧面印证全龄阶段的育儿需求升级，新品成为趋势风向标

新品拉动生意增长

2025年婴儿个护市场新品对销售额增长的贡献度占比提升

+125%

2025年儿童个护市场新品对销售额增长的贡献度占比TOP1

76%

2025年青少年个护市场新品每件单价平均提升约

+42%

上新品类聚焦核心单品

2025年婴儿个护市场新品销售额TOP1及增速最快的品类

婴儿面霜

护臀膏

2025年儿童个护市场新品销售额TOP1、TOP2的品类为

儿童洗发

儿童防晒

2025年青少年个护市场新品销售额TOP1、TOP2的品类为

青少年洁面

青少年水乳

功效、配方与场景迭代

2025-2026年婴儿个护新品关键词

- 仿生胎脂
- 婴儿特护
- 防红臀/舒缓
- 无水/天然植萃

2025-2026年儿童个护新品关键词

- 多效合一
- 夏日凉感
- 外护内养
- 防晒/舒缓泛红

2025-2026年青少年个护新品关键词

- 温和无酸
- 平衡控油
- 护肤套装
- 青少年专用

从育儿个护趋势与新品发现中总结 2026年婴童青少年成长个护行业四大趋势

【感官即时疗愈】

温柔治愈 | 亲子互动

01

温柔悦感，自主接纳

新生代家长愈发看重亲子互动体验，希望把洗护/抚触化作亲子疗愈时光，短暂舒缓带娃压力，同时培养孩子自主护肤/积极接纳意识。

【价值观情感依存】

长效省心 | 品牌信任

02

温和长久，安心陪伴

消费决策跳出单一功能对比，更青睐契合自身可持续育儿理念的品牌；长线复购中搭建情感联结与身份认同，靠稳定省心的产品实现长久陪伴式养护。

【精算型功效购买】

科学理性 | 高效解决

03

速效修复，精准守护

面对海量育儿产品选择，家长秉持务实理性消费观；严格甄别配方透明度、实际效果，追求每一笔消费都有真实改善反馈，彻底摒弃冗余、无实质作用的无效护肤开销。

【战略性健康投资】

长期主义 | 专业预防

04

分龄分肤，科学成长

养护思维完成迭代：从“出现问题再补救”转向“提前规划长期肌肤状态”；家长主动依据年龄段、肤质差异做长线防护布局，以专业分阶护理筑牢孩子全成长周期肌肤屏障。

01

温柔悦感 自主接纳

尊重孩子的个人自我意识

#青春期变美

#女儿护肤

2865w+

+217%

2026年H1小红书阅读数

2026年H1小红书阅读数
同比增长

共同享受育儿过程中的成长与快乐

#舒适育娃好物

#成长自有印记

X967倍

X350倍

2026年H1小红书阅读数
同比增长

2026年H1小红书阅读数
同比增长

肌肤养护早已不是单纯涂霜保湿，围绕孩子成长的全身肌肤舒适养护趋势全面兴起。家长愈发明白，孩子自信舒展的成长状态，离不开全身肌肤稳定健康；从身体洗护到面部护理，每一步护理都是呵护孩童身心成长的长期投入。

香氛疗愈型洗护与仪式感护肤，唤醒孩子自主护肤愉悦感

儿童洗护

「孩子洗脸从“任务”变享受」



「植物妈妈」青刺果氨基酸洁面泡

仿生保湿科技

五重天然植萃

定制高奢香氛

淡淡清甜果香，改善情绪
边洗边养肤，温和与清洁并存

儿童护肤

「给足满满仪式感」



「润本」物理防晒气垫

趣味涂抹不脏手，为小女孩设计

成膜不透皮

纯物理防晒

激发审美期孩子的防晒兴趣
纯物理式安心防晒，温和防护肌肤

儿童洗护

「给宝贝的香香告白」



「贝德美」茉莉香香瓶洗发水

72h留香

茉莉花纯露

儿童高定 大牌同香

香养合一，增加发丝光泽度
蓬松实测，秀发防损，补充营养

02

温和长久 安心陪伴

消费者认可养护肌肤屏障可以长期
守护孩子的肌肤健康

#宝宝屏障护理

#宝宝温和护肤

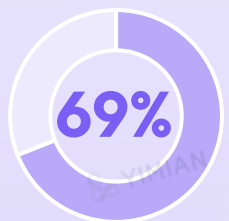
X13倍

2026年H1小红书阅读数
同比增长

+7046%

2026年H1小红书阅读数
同比增长

产品安全和品牌口碑是重要决策动因



消费者倾向于关注产品的
“安全认证与标准”



消费者倾向关注长线的
“品牌信誉与口碑”

婴童个护行业竞争逻辑全面升级，品牌不再单纯售卖产品，而是输出完整育儿价值；纯净精简配方、可持续温和养护、契合家长育儿理念的身份认同感，成为核心竞争力，家长选购产品的同时，也是选择一份长久安心的成长陪伴。

专业品牌、天然成分与专研技术，三重实力共同构筑温和养护婴童肌肤的底层密码

婴童护理

「重新定义高保湿，给肌肤真油养」



「Evereden」首创婴童高保湿油霜

30% 天然植萃油

富含 Omega

独家「轻呼吸」乳化技术

真油霜·高浓精萃
以油养肤的黄金配比
皮肤科医生研发

儿童护理

「外护内养的沐浴升级体验」



「暖乐蓓贝」儿童沐浴油

法国太阳花籽油

油橄榄果油

欧洲榛籽油

3重天然植萃油，超55%养肤精粹
肌肤不适被安抚，洗澡也是护肤
专研仿生脂质科技，外护皮脂、内养屏障

儿童护肤

「晒前晒后双重防护」



「贝德美」蓝甘菊水凝精华霜

4种修护成分

80%水精华配方

12%高含量德国蓝甘菊，舒缓修护

早晚防护，一瓶全包
保湿护肤，修红阻黑一步到位

03

速效修复 精准守护

各类肌肤问题成为家长关注重点



#敏宝护肤

+2060%

2026年H1小红书阅读数同比增长



#特皮娃

+6019%

2026年H1小红书阅读数同比增长



#儿童晒后修护

+3654%

2026年H1小红书阅读数同比增长

精准对症改善婴童青少年各类肌肤不适问题已成为市场主流趋势，各大护理品类均朝着秒级修护、多种养肤成分精准维稳等高适配孩童肤质的方向迭代升级。

针对不同场景快速解决干痒红等皮肤问题，守护孩子的肌肤健康

婴儿护理

「闪退婴儿干痒红等敏感问题」



「好孩子」全新小金带特护霜

0风险成分添加

微生态仿生胎脂

功效实测 | 厚屏障·褪红敏·筑强韧
全国权威皮肤科专家团联合证言
远超儿童化妆品的检测标准

儿童护肤

「夏日肌肤问题定制」



「初葆」儿童蓝晶冰沙霜

3秒降温补水，稳定干红问题

72h长效锁水，28天舒缓维稳

多重养肤精粹
一瓶搞定宝宝夏季肌肤所有问题

婴童护理

「敏肌与AD孩子的安睡护肤方案」



「NEWPAGE」功效抗痒特护霜

真空无菌包装

丝滑奶霜质地

专利抗痒修护成分Omega-Pro® + 枳苷宁

四重抗痒·一夜安睡
60s快速舒缓，24h长效抑痒

青少年护肤

「痘肌修护套装」



「袋鼠妈妈」苦茶丁护肤套装

内清热 + 外抗痘，7天祛痘修护

温和不刺激，夏天清爽不粘腻

全套青少年痘肌护肤
一站式搞定痘肌困扰

04

分龄分肤 科学成长

分龄分肤护理覆盖孩子完整成长周期，同时兼顾面部、身体、头皮多维度功效养护，全品类持续深耕婴童青少年赛道，走向专业专研、精准匹配肤质年龄的科学精细化升级。

成长阶段不同，护理需求分化

#儿童洗发

#青少年祛痘

254w+

2026年H1小红书
阅读数

900w+

2026年H1小红书
阅读数

功效和护理区域进一步精细化

功效

部位

调节头皮油屑

头皮

修护肌肤屏障

脸颊

祛痘平闭口

T区

儿童青少年的护肤需求更加细分多元，使用适合的护肤产品才能帮助孩子健康科学的成长

儿童护理

「专攻儿童问题头皮」



「贝德美」儿童青蒿头皮素

温和洗护配方，调节头皮微生态

2倍高浓青蒿发酵养源液

护发养头皮，头油少反复
专注儿童头皮长期护理

儿童护肤

「给 3-12 岁幼嫩肌的科学守护」



「Evereden」儿童多维舒润系列

97% 天然成分

19 种护肤精华

4种维生素

高保湿修护屏障

哈佛、斯坦福皮肤科妈妈专研
科学三步，守护孩子肌肤健康

青少年护理

「青少年皮肤专研」



「海龟爸爸」青少年无酸温和闭口水

双重祛痘酶

去油光平闭口

积雪草祛痘因子

敏感肌适用

7天祛痘少反复
首个通过医院临床验证

2026婴童青少年成长个护行业趋势及行动建议

01 市场势能韧性

◆ 育儿需求升级

兼顾自我愉悦与科学育儿，形成完整精细化养育体系
安全、高效、情绪价值三重需求同步拉满

◆ 行业规模稳步攀升

消费重心由大促囤货转向换季、出游日常精细化护理
各阶段虽节奏有差异，但均存在高端细分需求机会

◆ 平台各有发展优势

天猫为婴儿护理核心战场，抖音深耕儿童与青少年

行业风向及时把握

结合宏观环境变化与消费者需求
全面洞察行业渠道、货品、节点、特征

02 成长阶段细分

◆ 婴儿个护：务实安心

日常刚需洗护稳坐销量基本盘
精细化症状养护持续驱动品类增长

◆ 儿童个护：全面防护

外出活动增加带来更多清洁防晒需求
精致育儿驱动润肤/香氛洗护品类高速扩容

◆ 青少年个护：高效升级

护肤需求全面升级，功效类产品稳居主力
社交自信需求打开增长新空间

消费需求精准挖掘

不同成长阶段各有关注重点
时刻挖掘消费者核心真实需求

03 未来趋势把握

◆ 新品拉动增长，育儿需求升级

分龄赛道上新逻辑清晰，功效与成分同步创新
新品推动行业生意增长，也成为了趋势风向标

◆ 成长个护行业的四大趋势

即时感性需求：打造愉悦的亲子体验
长效感性需求：以安心产品实现成长陪伴
即时理性需求：精准解决当下肌肤问题
长效理性需求：科学匹配孩子成长肤质

市场新品趋势发现

智能追踪市场变化、竞品动态、新品情况
结合消费趋势，识别潜力赛道

趋势产品：TrendCloud知势云



AI技术：一面AI商业化应用中台赋能生意增长全景图谱

AI



COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

本页面/报告中各项内容（包括但不限于图文、音频、视频、版式、页面设计、文档、数据、图表、标志、标识、商标、商号等）以及其中所涉及的独立研究数据、研究方法、研究模型、研究结论及衍生服务产品（统称“**内容**”），除特别注明外，均受到相关知识产权及其他使用限制的保护。除非您与飞未云科（深圳）技术有限公司（以下简称“**我们**”）另有约定，否则我们保留对本页面/报告各项内容的各项权利，包括对该等内容的著作权。

未经我们事先书面授权，任何机构或个人均不得以任何方式修改、复制、翻译、转发、引用或传播全部或部分内容，亦不得将相关内容作为传媒所引用之依据，亦不得用于营利或非营利的其它用途。任何机构或个人违反前述规定的，均属于侵犯我们著作权的行为，由此引起的一切法律后果由该机构或个人自行承担，我们保留追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任的权利。

除非我们与您另有约定，否则我们不对内容的准确性、完整性、充分性作出保证。相关内容仅限于客户内部使用，仅供客户在经营和分析研究中参考。

本页面/报告可能包含与第三方网页的链接，您将自行作出决定是否访问这些链接，我们并不保证这些链接上所提供的任何信息或数据的准确性或真实性。

ABOUT US

关于我们



一面数据是一家领先的数据智能解决方案提供商，通过顶尖的AI技术和数据处理分析能力，提供实时、全面的数据洞察，解锁数据价值，让数据驱动决策，引领品牌进化。

通过解读来自电商平台和社交媒体渠道的海量数据，为客户提供关于商业战略、产品开发、市场营销与销售、电商运营方面的实时洞察和建议。一面数据持续服务个护美妆、食品饮料、日用家清、宠物、汽车等多领域头部客户，获得行业广泛认可。



尼尔森IQ（纽交所代码：NIQ）是全球领先的消费者研究与零售监测公司，致力于提供对消费者行为最全面、最深入的理解，并挖掘新的增长机遇。依托无可匹敌的全球数据覆盖能力、精细化的消费者与零售监测体系，与数十年深厚的人工智能建模经验，NIQ构建了决策系统，帮助企业将复杂数据转化为清晰洞察和可执行的行动。NIQ在全球90多个国家开展业务，覆盖约82%的世界人口以及超过7.4万亿美元的全​​球消费者支出。通过云端平台、先进的分析能力和AI驱动的洞察，NIQ提供“全景洞察™（The Full View™）”，帮助品牌商和零售商深入了解消费者购买动机及购买行为。

FOLLOW US

关注我们

更多信息 扫码关注 ▶

一面数据

来此知势

联系电话: 0755-86503625

官网地址: <https://www.yimian.com.cn>

商务合作: marketing@yimian.com.cn

加入我们: yimiandata.jobs.feishu.cn



一面数据公众号



一面数据小程序



Thank you