

2025年敏感肌美妆 线上消费市场洞察

2025-05

飞瓜数据 出品

《短视频电商品牌社媒营销专题》系列

《2022年香水品类线上消费趋势洞察》（已发布）

《2022年男士美妆个护线上消费人群洞察》（已发布）

《2022年美妆品牌社媒营销年度观察》（已发布）

《2023年防晒市场社媒营销趋势洞察》（已发布）

《2023年宠物经济社媒营销趋势洞察》（已发布）

《2023年茶叶品类线上消费趋势洞察》（已发布）

《2023年食品健康市场电商趋势报告》（已发布）

《2023年内衣品类线上消费趋势洞察》（已发布）

《2023年食品健康市场电商趋势报告》（已发布）

《2023年生活用纸电商消费趋势洞察》（已发布）

《2024年Q1洗发护发品类线上消费与行业洞察》（已发布）

《2024年美白市场线上消费与行业洞察》（已发布）

《2024年Q1酒类线上消费趋势洞察》（已发布）

《2024年冰淇淋品类线上消费与行业洞察》（已发布）

《2024年咖啡品类线上消费与行业洞察》（已发布）

《2024年大家电品类线上消费与行业洞察》（已发布）

《2024年滋补保健品类线上消费与行业洞察》（已发布）

《2025年防晒衣品类线上消费与行业洞察》（已发布）

《2025年敏感肌美妆线上消费市场洞察》（本期报告）

更多行业报告，敬请期待.....

研究综述

01. 统计周期

2024年1月-2025年3月

02. 研究对象

1. 抖音活跃主播（1年内发布过10条视频或10场带货直播）
2. 动销商品、小店、品牌数据（仅统计有产生销量的视频、直播数据）

03. 数据来源

基于短视频-直播数据分析平台「飞瓜数据」所追踪到的营销情报，选取周期内多平台的短视频、直播、电商相关的营销内容数据等多方面因素搭建模型计算所得。基于隐私及数据安全的考虑，本报告数据经过脱敏及指数化处理。

指标说明

01. 品牌自营定义

特指有蓝V认证的品牌自运营账号

02. 品牌店定义

特指品牌自运营或已授权的抖音小店

03. 账号分类说明（以下达人不包含品牌自营）

头部红人：粉丝量在500万以上的达人

肩部达人：粉丝量在100-500万的达人

腰部达人：粉丝量在10-100万的达人

潜力主播：粉丝量在10万以下的达人

04. 特别说明

基于类目特殊性，为保障算法科学合理，部分类目下品牌数据仅统计头腰部品牌。

若报告中没有特指，则仅展示抖音渠道的销售数据

CONTENTS

目录

01. 敏感肌市场概览

02. 敏感肌消费者分析

03. 敏感肌市场营销分析

01

敏感肌市场概览

多重因素可引发皮肤敏感状态，我国超半数成年女性是敏感肌

敏感性皮肤是一种亚稳定状态，由表皮屏障受损、神经血管反应性增高、皮肤微生态紊乱等引发。其受物理、化学等刺激时，易出现灼热、刺痛等主观症状，伴或不伴红斑等体征，主要成因有医源、化学和物理因素。根据资料显示，我国超半数成年女性是敏感肌，32.8%健康肌人群也偶有过敏症状。

《中国敏感性皮肤诊治专家共识》 (2017版)

敏感性皮肤(sensitive skin) 是一种亚稳定的皮肤状态，由表皮屏障功能受损、神经血管反应性增高、皮肤微生态紊乱等原因导致。临床表现为受到物理、化学、精神等因素刺激时皮肤易出现灼热、刺痛、瘙痒及紧绷感等主观症状，伴或不伴红斑、鳞屑、毛细血管扩张等客观体征”。

根据严重程度分为

轻度：仅有轻微瘙痒、偶尔红斑

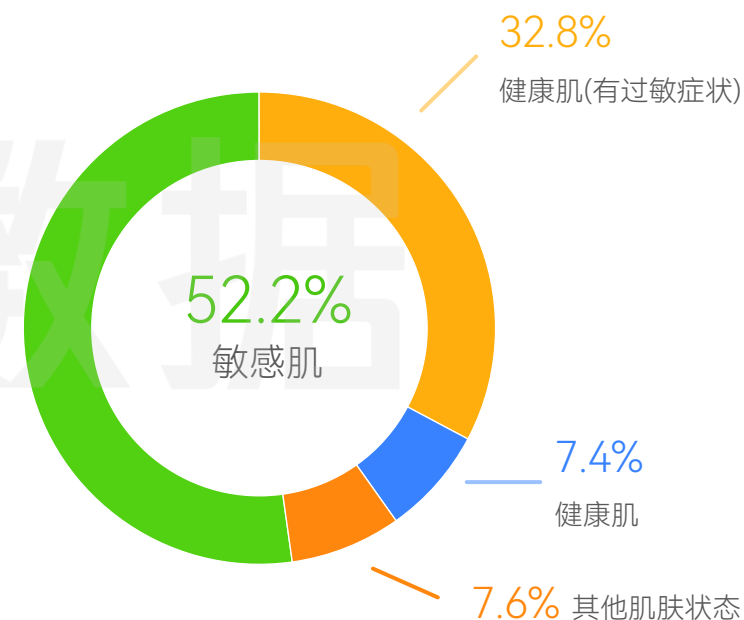
中度：频繁刺痛、明显红斑及脱屑

重度：严重瘙痒、大面积红斑、水肿

敏感性皮肤发生的外在因素



2023年中国成年女性肌肤健康状态



*数据来源：英敏特大数据；艾瑞消费研究院

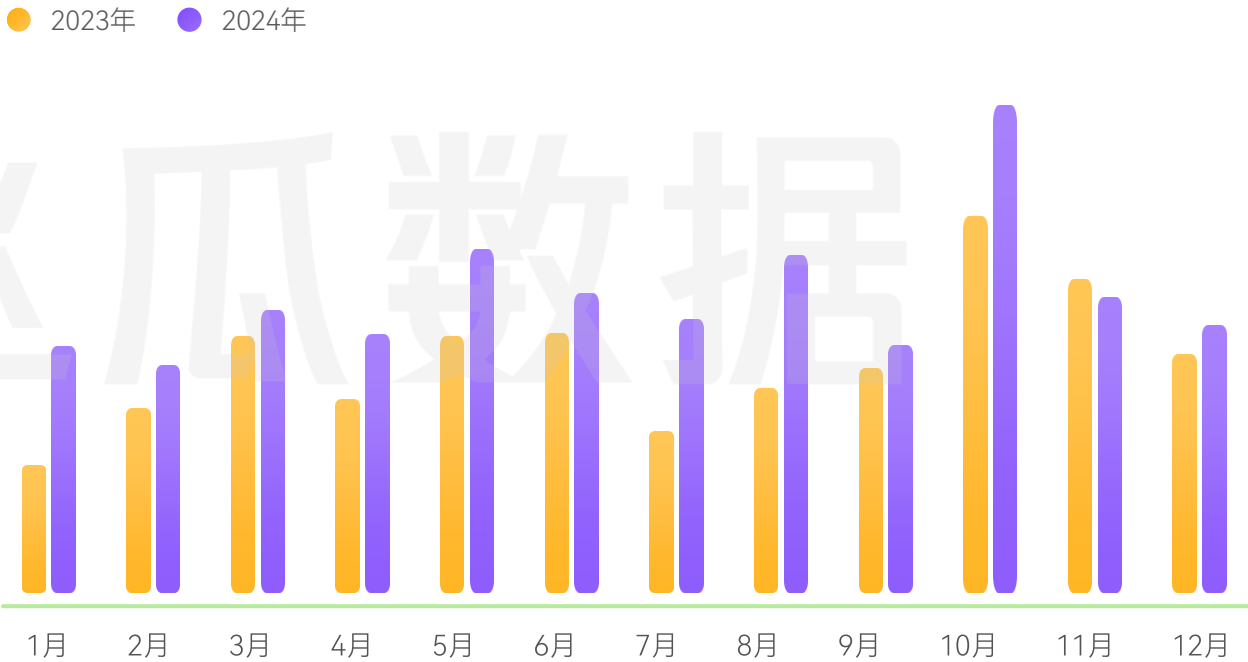
线上消费市场持续增长，展现强劲的发展活力与潜力

2024年抖音美妆市场中，敏感肌相关产品销售热度显著提升，较去年同期增长 51.96%，且呈逐年递增态势。在此背景下，品牌商家大量涌入，带货商品数增长 212.2%，带货品牌增长 81.5%。敏感肌美妆市场在抖音平台展现出强劲的发展活力与潜力，吸引众多品牌布局，有望持续拓展市场规模。

2024年敏感肌美妆产品关键在抖音的数据同比增幅情况



2023-2024年敏感肌美妆产品在抖音的销售月趋势



敏感肌美妆市场集中度偏低，新兴品牌仍有广阔发展空间

在敏感肌美妆市场中，CR5品牌集中度为 25.58%，意味着头部品牌虽有一定集聚效应，但整体市场仍较为分散，众多品牌与产品竞争激烈，市场格局尚不稳定。这为新进入的品牌提供了广阔的发展空间，各品牌皆有机会通过创新产品、优化营销策略等方式，提升自身市场份额，塑造品牌影响力。

敏感肌美妆商品TOP5集中度

(TOP5商品销售额占比)

CR5 其余商品

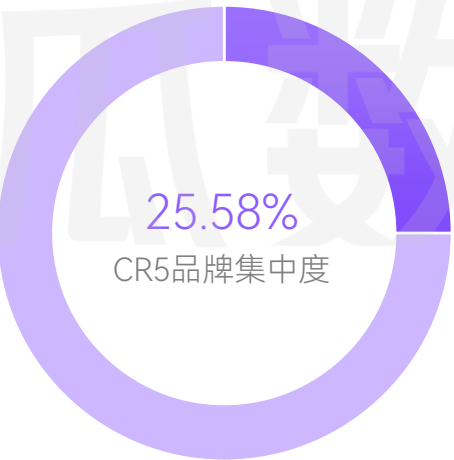


排名	商品
1	C咖洗面奶双管氨基酸控油清 洁敏感肌保湿洁面...
2	hfp升级版果酸精粹水果酸水 油皮湿敷粉刺闭口...
3	伊菲丹超级JOUR*CP礼盒....
04	柳丝木特护隔离敏感肌修护 特护变色素颜霜...
05	膜法世家紫草泥清洁面膜敏 感肌专研改善黑头...

敏感肌美妆品牌TOP5集中度

(TOP5品牌销售额占比)

CR5 其余品牌



排名	品牌	销售热度
1	薇诺娜 WINONA	99.9
2	伊菲丹 EVIDENS	75.0
3	C咖	55.5
04	HFP HomeFacial Pro	49.6
05	雅漾 EAU THERMALE Avène	49.2

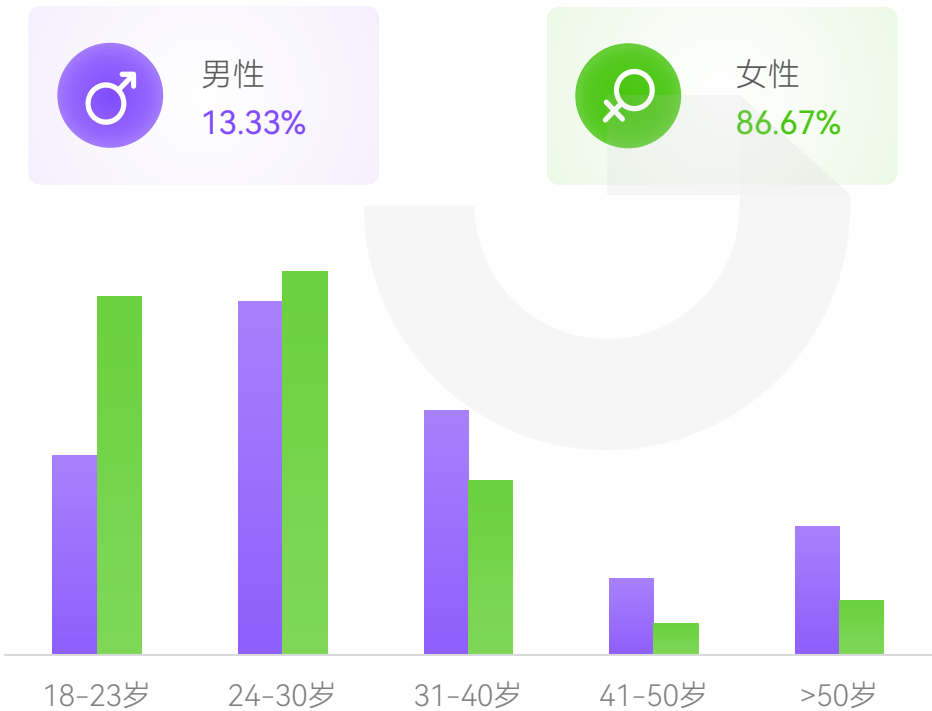
02

敏感肌消费者分析

中青年群体为主要消费者，理性消费驱动性价比成核心考量因素

在敏感肌美妆领域，女性为核心关注群体，占比超86%，同时从年龄结构看，30岁以下年轻群体占比最高，成为该赛道的主力受众。观众关注点除特定品类产品外，在理性消费趋势下，性价比受较高关注。品牌在产品研发与营销中平衡功能性与价格优势，以契合目标群体消费理念。

敏感肌美妆观众性别及年龄分布



敏感肌美妆观众的关注点TOP50



- 清洁 面膜 敏感肌适用改善黑头清洁 控油小紫泥
- 一直回购的一款洗面奶，搭配起泡网泡沫很多，本人痘肌用起来也没有闷痘情况
- 第一次用这个牌子隔离，发现很适合干敏皮，重点 性价比 很高啊！
- 卸妆 效果好
- 敏感肌 能用吗
- 到货两天了，今天开始用，上脸很 温和 一点不刺激，滋润又保湿，太好用了

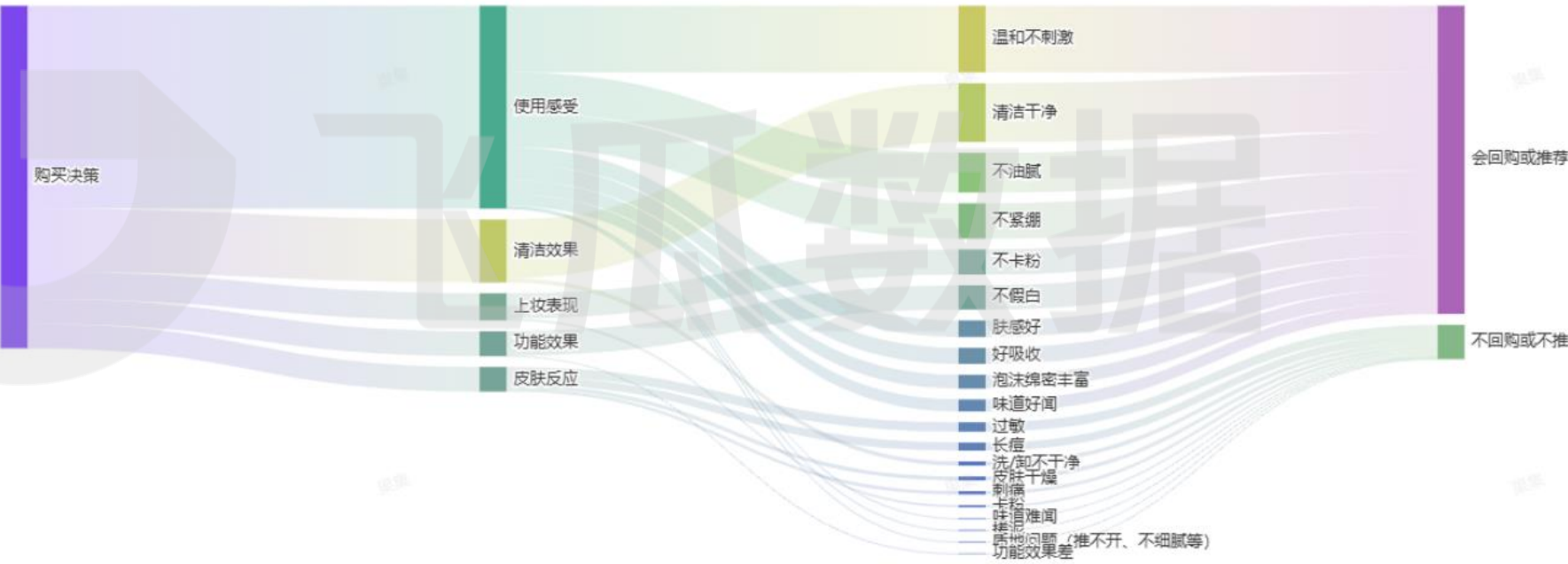
使用感受成敏感肌美妆回购核心考量，温和属性受重点关注

消费者在回购敏感肌美妆产品的时候，更多考虑产品的使用感受、清洁效果、上妆表现三个方面。其中，使用感受是消费者最为重视的因素，包括温和不刺激、不油腻、不紧绷。产品设计需聚焦过敏、长痘等敏感肌痛点，契合目标群体对安全性与舒适度的双重需求。

敏感肌消费功能痛点TOP

- 量少
- 味道不好闻
- 不油腻
- 4 长痘痘
- 5 价格贵
- 6 性价比低
- 7 包装差

敏感肌消费者回购原因的消费路径分析



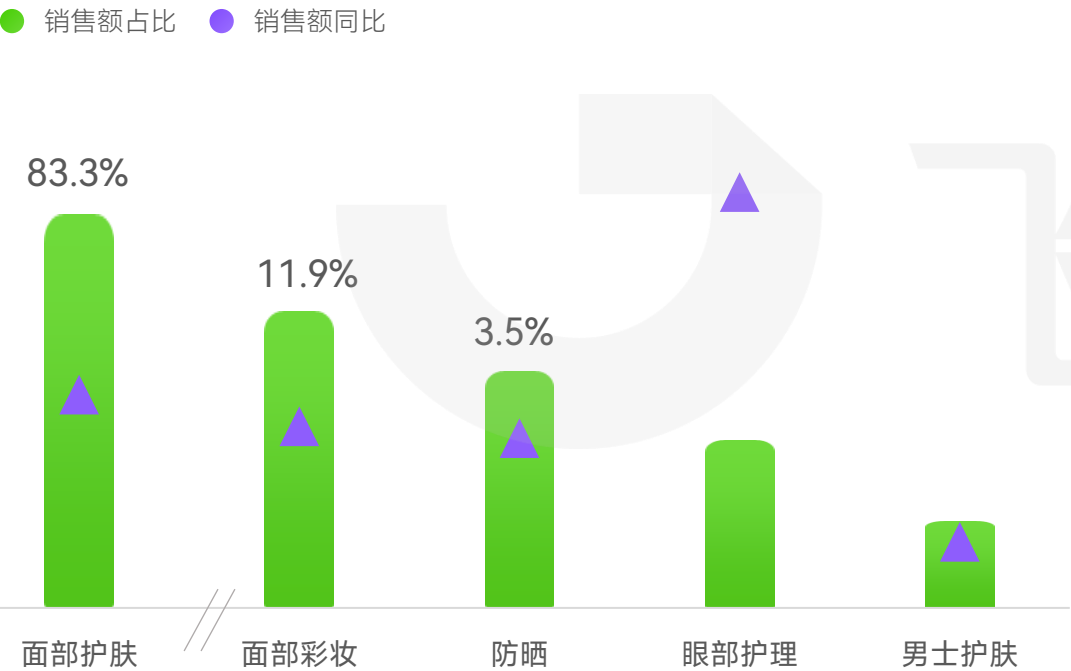
03

敏感肌营销分析

面部护肤占据敏感肌市场绝对主导，基础护理品类需求突出

在2024年敏感肌市场中，面部护肤以超 83% 的份额稳居主导地位，成为消费者核心需求领域。进一步细探敏感肌面部护肤市场，出于敏感肌日常护肤的高频需求，贴面面膜与乳液/面霜占比最高，整体呈现出以基础护理为核心、兼顾场景化与功能性的消费特征。

2024年敏感肌在各细分品类销售分布



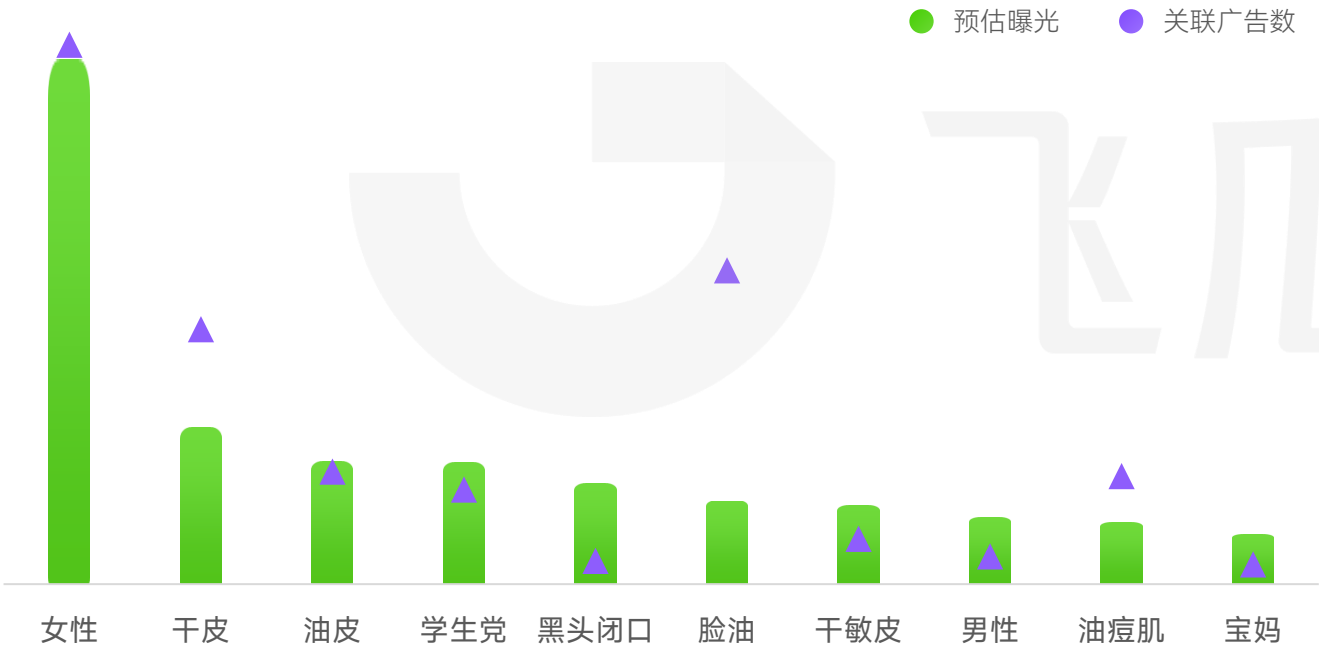
2024年敏感肌-面部护肤细分品类销售分布



敏感肌广告精准触达女性核心群体，油皮/油痘肌或成营销焦点

从2025Q1敏感肌广告视频的主要提及人群来看，女性、干皮、油皮的曝光占比较高。同时，从关联广告数来看，“脸油”“油痘肌”等相关人群的内容占比显著，反映出广告投放对敏感肌细分肤质的精准聚焦。品牌通过针对性内容设计，如强调“温和不刺激”“调节水油平衡”等核心卖点，精准匹配不同肤质痛点，有效提升目标受众的广告互动率与转化效率。

2025Q1敏感肌广告视频的核心营销人群



热门关联视频拆解



漂亮不是被爱的前提，而是被爱的结果！ #恋爱 #爱情 #护肤 #黑头

推广商品 eLL净颜泥膜 投放平台 巨量千川、巨量星图

视频提及适用人群

脸上黑头闭口多、爱出油又敏感的人群



大数据它懂你的小心思，脸油有#黑头粉刺 和#毛孔粗大 的宝子赶快行动起来！皮肤好了颜值蹭蹭往上涨...

推广商品 RNW 清洁泥膜 投放平台 巨量千川、巨量星图

视频提及适用人群

脸油、有黑头粉刺、毛孔粗大、满脸坑坑洼洼的人群

保湿修护成敏感肌热门卖点，毛孔护理类需求增长显著

从敏感肌美妆商品的标题卖点来看，保湿、舒缓、修护成为销售额最高的卖点词，贴合敏感肌人群对基础护理的核心诉求。从高增长卖点来看，消费者在基础护理之外，对肤质改善的进阶需求与日俱增，收缩毛孔、隐形毛孔等等关键词的关注度有所提升，受到了更多消费者的关注和青睐。

2024年敏感肌美妆商品标题卖点TOP50



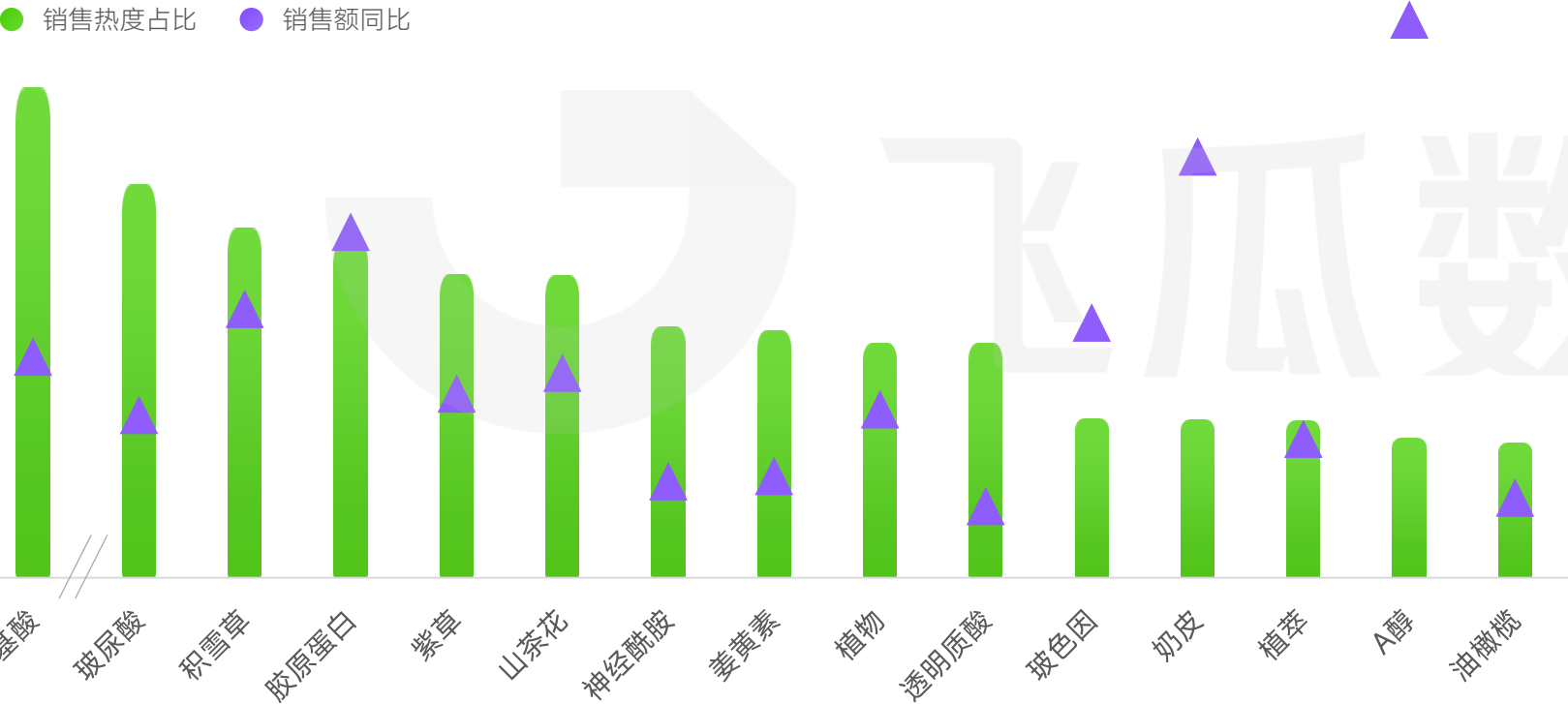
商品标题卖点词销售热度TOP		
排名	卖点词	销售热度
1	保湿	99.9
2	敏感	98.4
3	修护	64.5
04	舒缓	59.5
05	补水	49.1
06	温和	29.5
07	清洁	26.7
08	控油	20.7
09	氨基酸	18.4
10	紧致	14.9

商品标题卖点词销售同比TOP		
排名	卖点词	销售同比
1	收毛孔	52.54w%
2	隐形毛孔	16.43w%
3	中性	6.67w%
04	美式	2.67w%
05	淡化	6090.4%
06	持久	5284.1%
07	脆弱肌	5041.1%
08	青少年	4707.4%
09	暗沉	4123.5%
10	调理	3216.1%

氨基酸稳居敏感肌产品成分榜首，A醇凭抗老属性驱动增长

从敏感肌商品标题中提及的成分来看，氨基酸凭借温和清洁、养护的特性成为敏感肌产品的主推成分，销售热度占比达到10.21%。而从高增长卖点来看，随着消费者对“温和抗老”的需求升级，不少品牌精准捕捉轻熟龄敏感肌人群“修护 + 抗皱”的双重需求，从而推动A 醇相关商品销售快速增长。

2024年敏感肌美妆商品标题卖点提及各成分的销售占比TOPP



热门商品示例

【明星同款】C咖洗面奶双管氨基酸白泥控油清洁卸妆清透净肤洁面

提及成分 氨基酸

泊本6D玻尿酸水乳3.0洁面套装敏感肌秋冬补水姜黄素控油祛痘

提及成分 玻尿酸、姜黄素

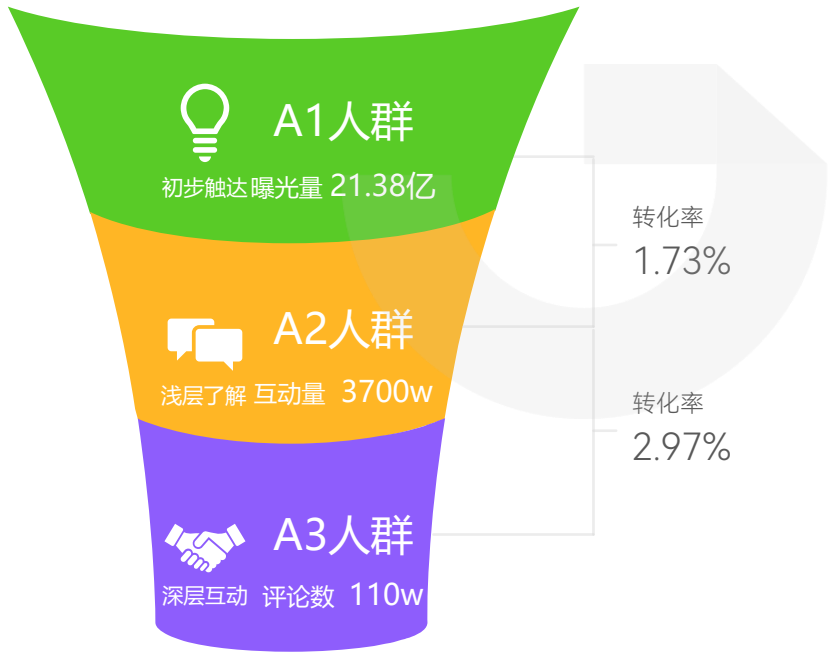
HFP超A醇抗皱初老水乳套装紧致淡纹补水保湿修护敏感肌可用护肤

提及成分 A醇

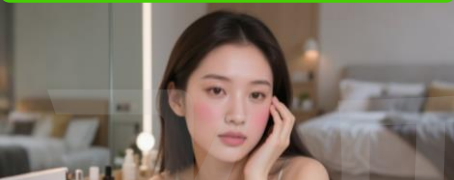
多维内容赋能敏感肌市场，精准触达消费需求

从敏感肌美妆营销活动内容来看，品牌商家聚焦护肤全场景，既分享洁面、精华等基础产品功效，又通过美白、卸妆、油痘肌护理等细分领域的深度解析，满足多元需求。此外，针对不同肌肤问题推荐适配产品，以专业讲解和实用技巧，精准触达消费者痛点，助力品牌提升市场影响力。

2024年敏感肌相关视频营销转化率



敏感肌相关视频主要谈论内容

敏感肌护肤  分享敏感肌适用的洁面、精华、面霜等产品及功效	美白产品推荐  介绍美白精华反馈其效果及使用注意事项	卸妆产品解析  洁颜油优势及5步洁颜法强调卸妆重要性
油痘肌护理  油痘肌痛点推荐夏季三步逆袭的护理产品	团购分享  展示团购信息分享精华测评及使用感受	敷料知识科普  讲解敷料与面膜区分、类别判断及不同类别适用情况

聚焦敏感肌肌肤困扰，熬夜护理成内容创作新蓝海

从敏感肌相关美妆视频的内容热度矩阵来看，主要围绕敏感肌人群常见肌肤困扰及护肤需求。在敏感肌人群中，对修护、舒缓需求更为大众熟知，修护屏障、舒缓/清爽 等关键词热度和关联视频均较高。同时，多数敏感肌人群常因熬夜等不良生活习惯，面临诸多肌肤问题，而相关针对性内容相对匮乏，若能围绕此发力创作，有望填补市场空白，为内容创作者与品牌开拓新的机遇。

敏感肌相关美妆视频的内容热度矩阵



多元话题拓展传播边界，软种草策略深化敏感肌营销效能

从敏感肌关联话题来看，“好物推荐”“自用好物”等泛生活类话题关联度显著提升，拓宽了品牌传播场景。不少热门视频通过精准锁定目标受众，深度挖掘产品优势，真实呈现使用感受，并结合日常护肤、换季修护等多元场景，以软性种草方式自然融入用户生活的营销路径，有效提升转化效率。

敏感肌内容相关话题TOP

排名	话题名称	关联视频
1	#敏感肌	3.2w
2	#护肤	2.8w
3	#好物推荐	1.5w
04	#好皮肤	1.4w
05	#拯救敏感肌	9.9k
06	#洗面奶	9.9k
07	#面膜	9.6k
08	#氨基酸洗面奶	8.9k
09	#温和清洁	7.8k
10	#自用好物	6.8k

敏感肌内容推荐搭配词



热门视频示例



修红修护一条龙，好皮肤稳稳拿捏~#修丽可色修精华 #修红修护 #换季肌肤 #拯救敏感肌 #泛红



七七的理想家
行业：时尚 > 美容护理

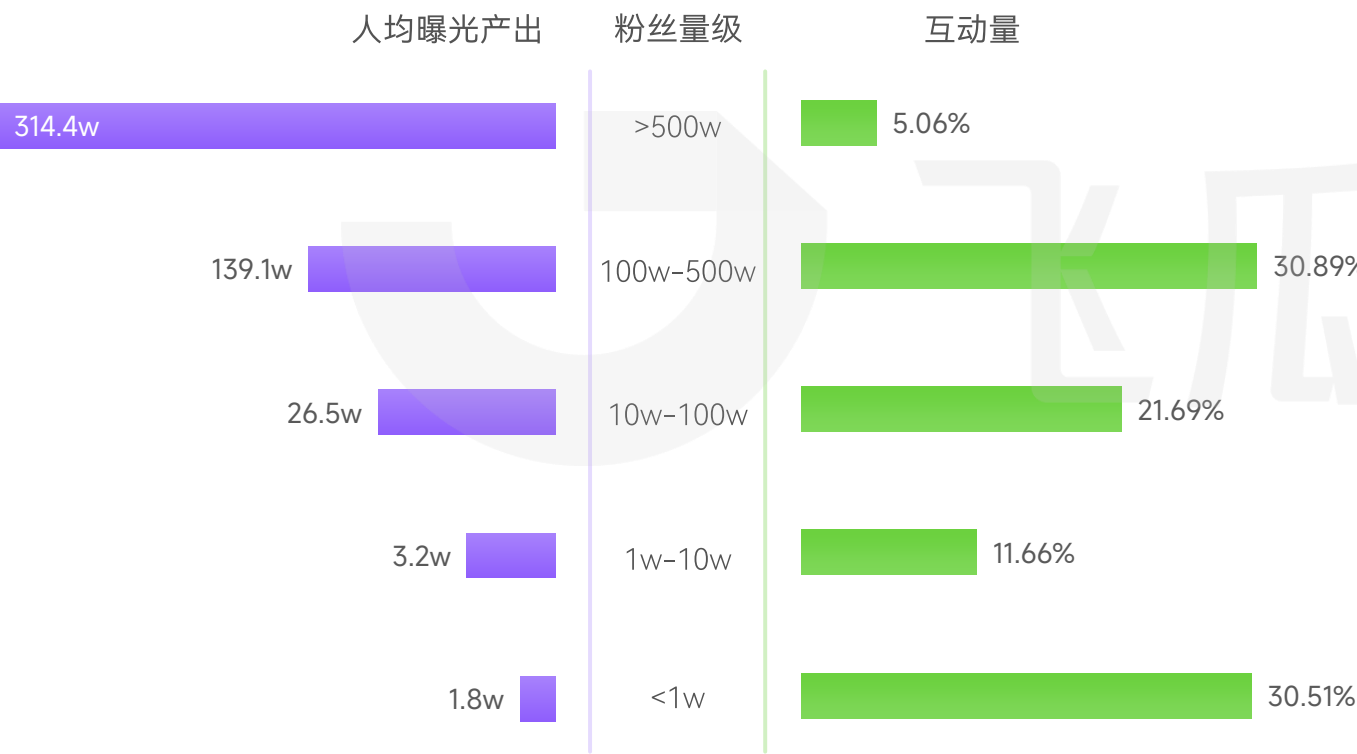
视频话术拆解：

- ✓ 目标受众：敏感肌、敏敏肌
- ✓ 产品优点：双倍修护力、修红速度之快
- ✓ 使用感受：脸上状态基本上都稳定了、再红的脸都给你改善了
- ✓ 使用场景：做完项目后、过年回家

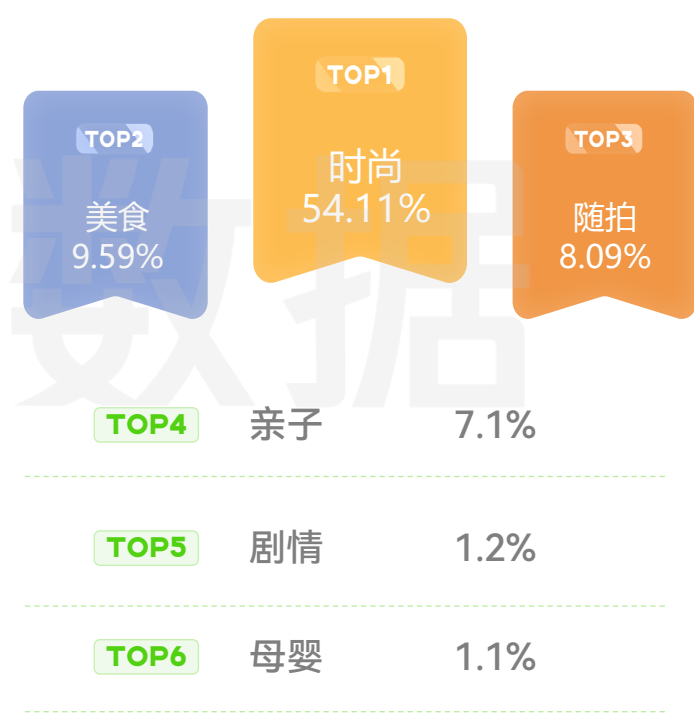
腰部达人深挖互动价值，时尚达人驱动敏感肌营销增长

从敏感肌视频的关联达人来看，头部红人以314.4w的人均曝光占据传播优势，而腰部达人在互动量上表现更优，更易拉近与受众距离，实现与用户的深度沟通。在关联达人行业方面，时尚类达人占比 54.11% 居首位，品牌可通过组合式营销策略，结合时尚垂类核心优势，实现精准营销与口碑裂变。

2024年敏感肌相关视频关联达人分析



2024年敏感肌相关视频关联达人行业分布TOP



善用 "看后搜", 抢占敏感肌美妆流量高地

在敏感肌美妆短视频营销中，“看后搜”是实现流量转化的关键环节。明确功能描述、明星同款、新趋势品类词及精准人群定位的关键词，更易激发用户点击。品牌可以针对性提前布局关键词，搭配商品承接链路，以抓住用户搜索转化机遇，提升市场竞争力。

看后搜——养出词，做流量



养出词

占住词

什么样的词更容易激发用户点击

- 明确的功能或特征描述: 如 薇诺娜修白瓶
- 有效利用明星同款引流: 如 XX同款美白精华、XXX代言植物医生
- 新趋商品词品类词: 如 安敏优青蒿修护次抛
- 指向特定人群/地域/场景: 如 屏障受损修复产品、干敏皮精简护肤

提及敏感肌视频的看后搜列表

排名	搜索词	曝光热度
1	薇诺娜修白瓶	99.9
2	海蓝之谜百度简介	81.0
3	七老板	78.6
04	Takami小蓝瓶	70.3
05	敷尔佳白池花	63.5
06	洗面奶	60.8
07	欧诗漫安心小白管	58.1
08	面膜	54.2
09	达肤妍精研b5面膜	51.6
10	方里特护粉底液	44.9

版权说明

本报告除部分内容源于公开信息(均已备注)外，其它内容(包括图片、表格及文字内容)的版权均归飞瓜数据所有。飞瓜数据获取信息的途径包括但不限于公开资料、市场调查等。任何对本数据及报告的使用不得违反任何法律法规或侵犯任何第三方合法权益，任何场合下的转述或引述以及对报告的转载、引用、刊发均需征得果集数据方同意，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。

本数据及报告来源于飞瓜数据，违者将追究其相关法律责任。

数据说明

本报告数据主要来源于“短视频-直播”数据分析平台「飞瓜数据」在2023年1月1日-2025年3月31日所追踪到的营销情报，选取抖音短视频、直播、电商相关的营销内容作为对2025年敏感肌美妆线上消费市场洞察的分析。基于隐私及数据安全的考虑，本报告数据经过了脱敏及指数化处理。

飞瓜数据 - 助力电商销量、营销声量双丰收



果集-社交媒体全链路服务商

旗下产品

GUOJI.PRO

数据洞察

电商增长

飞瓜抖音



飞瓜快手



选爆款

找达人

查品牌

营销种草

千瓜数据



飞瓜B站



市场洞察

营销管理

友望数据



西瓜数据



内容创作

营销舆情

飞瓜品策



市场洞察

营销分析

品牌舆情

话题透视

品牌定制

集瓜数据



市场趋势

竞品分析

消费洞察

舆情监控

运营提效

自播运营

飞瓜智投



流量监控

主播轮班

录屏回看

实时切片

投流起量

飞瓜易投



找广告

看竞对

辨效果

拆策略

达人分销

飞瓜智星



达人匹配

样品管理

履约监控

数据复盘

带货选品

飞瓜米选



海量选品库

免费申样

高佣爆品

智能选品

矩阵管理

云略



矩阵管理

AI创作

智能分发

线索收集



关注我们

领取24份抖/快/红
数据报告



商务合作

果集销售总监
余新彦



市场合作

果集市场品牌总监
何十三

联系我们

飞瓜提供定制的商务合作、营销解决方案咨询，想获取更多品牌电商行业报告，
可通过下方客服联系我们



专属数据分析师1V1
提供定制化品牌营销咨询



扫码关注飞瓜公众号
获取更多行业报告