

# 2026上半年「美妆个护」 行业洞察数据简报

■ 小红书平台

千瓜行研 | 数据态度 洞见行业温度

数据来源：千瓜数据  
数据时间：2026年1月-2026年5月



# 报告 目录

**01 妆护声量** | 行业概况与用户画像

---

**02 妆点生活** | 种草趋势及案例解析

---

**03 营销总结** | 品牌商业推广建议

---



Part 01.

# 妆护声量

行业概况与用户画像

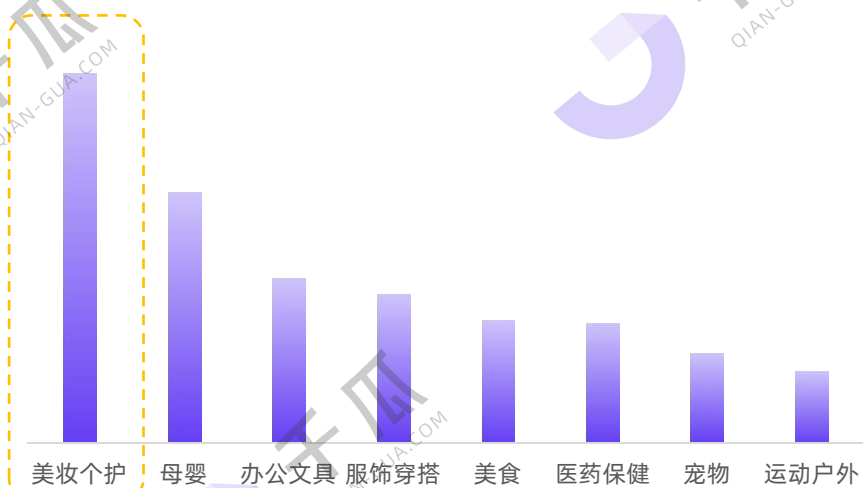
---

# 用户活跃、互动高涨，搜索心智持续深化

数据显示<sup>[1]</sup>，在小红书平台内，美妆个护活跃用户声量位列前茅，互动增速显著高于大盘水平。小红书官方搜索数据<sup>[2]</sup>也验证了高活跃、持续增长的态势：单日搜索峰值突破1亿，日均搜索查询量超过5000万；其中，品类词占比高达44%，需求词/场景词增速达到48%以上。

综合数据来看，美妆个护行业呈现“高活跃、高互动”与“强搜索、强场景”现象。用户通过搜索来解决护肤、化妆或身体护理问题，并且这种搜索越来越聚焦于场景化需求，例如“通勤防晒、换季修护”等，驱动高频、深度的互动行为，反哺消费决策。

活跃用户互动声量-增长高出大盘



<sup>[1]</sup>来源：《千瓜2026活跃用户研究数据报告（小红书平台）》  
2026年1月1日-3月20日小红书全行业粉丝≥5000达人笔记及活跃粉丝预估数据。

小红书官方搜索数据-美护行业



<sup>[2]</sup>来源：《2025小红书美妆个护搜索指南》  
2025年1月-11月小红书数据中台。

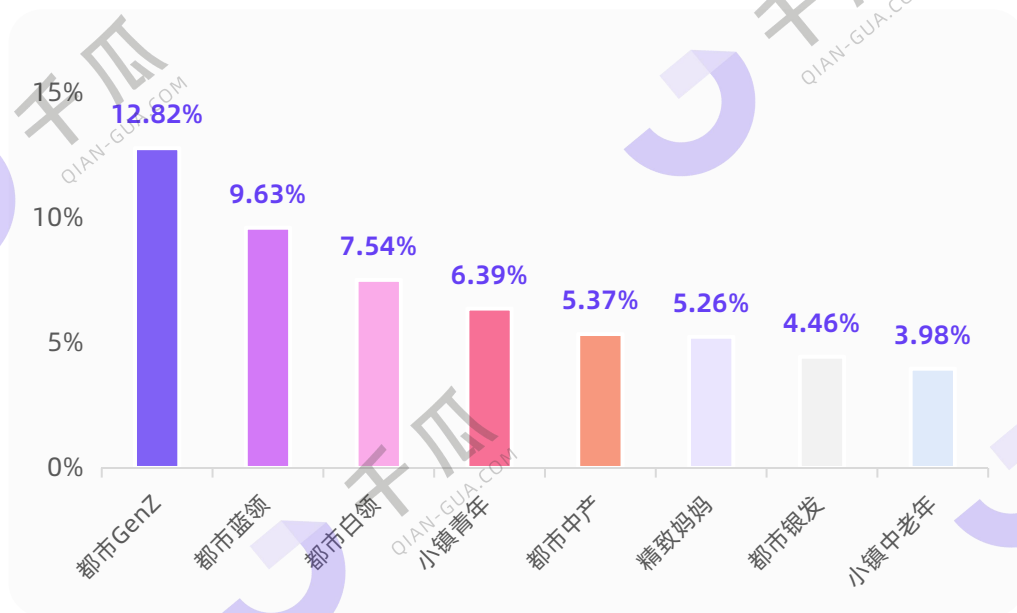


# 多栖身份交织，“医美、运动一族”创造新增量

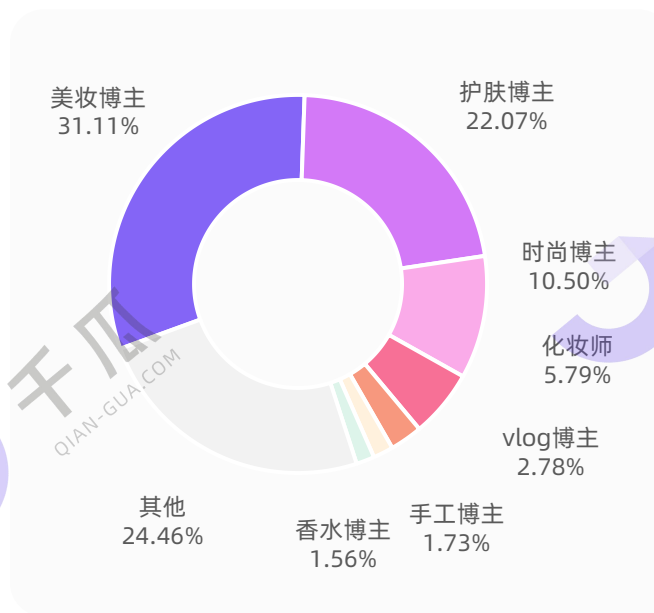
美妆个护行业活跃人群中，都市GenZ占比12.82%，稳居核心，都市蓝领（9.63%）与白领（7.54%）紧随其后，小镇青年6%+，都市中产、精致妈妈均在5%+。用户关注的达人，以美妆、护肤、香水等垂类博主为核心，时尚、vlog、手工等泛内容达人也位列前排。人群广泛涵盖轻奢白领、学生党、医美一族、coser、健身党、追星族、母婴、旅行、职场等多元圈层<sup>[3]</sup>。

千瓜观点，用户人群的“多栖身份”极大丰富了妆护的消费语境，尤其在“医美、运动、二次元”等细分场景崛起后，消费者不再被单一标签定义，而是在不同场景中切换身份，TA可能既是白领，又是coser和健身党，由此带来“需求复合化、决策交叉影响”。种草思路不妨向“跨圈层渗透”，通过生活与兴趣建立产品联结。

人群标签占比



达人职业标签占比



热门职业&人群标签



<sup>[3]</sup>来源：《千瓜2026活跃用户研究数据报告（小红书平台）》；2026年1月1日-3月20日小红书全行业粉丝≥5000达人笔记及活跃粉丝预估数据。

# 美学生态圈“扩容”，理念延伸至「身体发肤」

品类数据显示，**彩妆占比过半，护肤、个护清洁占比28%+、21%+**；细分品类中，**面部护理、美甲、面部彩妆**登榜互动占比TOP3，美护人群需求加速向面部之外扩张——**美发护发、身体护理、香水/香膏**增势显著，进一步调研三级品类，**牙膏/粉、洗发护发、梳子、身体清洁及润肤**增长靠前，热销商品包括**卡诗头皮精华、凡士林美白身体乳、香氛护手霜、密发喷雾、纳极口腔精华**等<sup>[4]</sup>。

千瓜观点，“生命力美学”趋势的引领下，用户**对美的感知维度正发生根本性延展**，不仅关注面部状态，还在意蓬松茂密的头发、健康光泽的肌肤、干净清新的口腔。对品牌而言，不妨**将脸部护肤流程及思路**（如卸妆、清洁、保湿、抗衰、防晒...）**拓展至头皮、口腔、手足乃至身体每一处细节**，用“微生态级护理”撬动市场新增量。

## 品类笔记数占比及热门商品



## 细分品类

二级品类	互动量占比	笔记数增长	三级品类	笔记数增长
面部护理	21.4%	14.4%+	洁面	44.6%+
美甲	14.5%	1.4%+	牙膏/粉	36.9%+
面部彩妆	13.0%	17.9%+	眼唇妆工具	36.3%+
美发护发	9.1%	20.7%+	香水	34.0%+
眼部彩妆	8.2%	10.3%+	卸妆	29.8%+
唇部彩妆	5.8%	7.2%+	洗发护发	26.6%+
身体护理	3.8%	23.4%+	梳子	22.3%+
彩妆工具	3.7%	35.4%+	身体清洁	21.8%+
香水/香膏	3.4%	34.5%+	身体润肤	14.4%+

\*互动占比TOP30

<sup>[4]</sup>来源：《千瓜2026活跃用户研究数据报告（小红书平台）》；2026年1月1日-3月20日小红书全行业粉丝≥5000达人笔记及活跃粉丝预估数据。



Part 02.

# 妆点生活

种草趋势及案例解析

---

# 种草心智三角：情绪·美学·功效

调研今年1-5月热搜词数据显示：**妆容妆造方面**，“淡颜清冷妆、轻烟熏妆、狼系亚裔妆、兔系妆”等人设化与情绪化风格词位列前排；**人群场景方面**，“早八、演唱会”与“橄榄皮、黑皮、敏感肌”等相关热词频现热搜榜；**功效需求方面**，“科技护肤、院线防晒、发质修复、指甲养护”等理念涌现。

千瓜观点，用户**将妆造视为情绪表达的出口，以清冷、烟熏、狼系等标签投射自我，切换人设语言。**同时，原生感、黑皮妆容等现象表明，用户**主动将“真实、瑕疵、非标准”转化为独特美感。**高频功效则指向**“即时修复”，需求由面部至全身。**“情绪、美学、功效”三者相辅相成，推动消费决策。

## 妆容&妆造

淡颜清冷妆  
中式妆容  
千金妆  
轻烟熏妆  
doll感妆容  
狼系亚裔妆  
兔系妆  
...

@达人：秋鱼奈橙菜

## 人群&场景

敏感肌  
早八  
橄榄皮  
通勤美甲  
黑皮妆容  
演唱会  
二次元发色  
...

@达人：沙沙sasa

## 功效&需求

精简护肤  
科技护肤  
急救护肤  
养肤底妆  
院线防晒  
发质修护  
指甲养护  
...

@达人：许雯可

数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2026年1月1日-5月10日小红书美妆个护热搜词预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。



### 妆由心生

内在情绪、身份投射  
妆容语言



### 原生美学

真实“瑕疵”、原生质感  
独特之美



### 即时修护

主动管理、修复护理  
健康妆护

# 「妆由心生」| 愉悦感、安全感、生命力，构筑情绪原点

由种草笔记热词、热评可见，情绪词及关联话题高频涌现：“快乐、舒服、安心、焦虑、放松”……包涵“底气、松弛感、生命力”的治愈能量、“清冷感、泪钻妆、破碎感、野心”的释放表达。今年新兴趋势，皆由情绪驱动——#维纳斯带（蓝粉紫霞光，对应“清冷、浪漫”），#艺术波点妆（对抗恐惧，对应“能量外化”）。热门话题 #气味多巴胺（香气疗愈，对应“愉悦、活力”），内容声量高速增长。

千瓜观点，情绪与美妆的交界点，根植于消费者对愉悦感、安全感、生命力的诉求。当前妆护消费呈现两种心理机制：一是向内收拢的“疗愈型”妆护，通过平和色彩、柔雾质地、呼吸感妆效，获得秩序与安全感；二是向外投射的“释放型”妆护，借助夸张、非常规元素或浓烈色彩，表达与外化情绪。

## ■ 种草笔记内容&评论



- 愉悦
- 治愈
- 安全感
- 生命力
- 秩序感
- ...

\*2026年1月1日-5月10日小红书美妆个护种草笔记关键词

## ■ 热门话题&内容



达人：芒果柚子子

日出日落霞光——蓝粉紫清冷、浪漫、明媚

\*近30天互动量



达人：云子

草间弥生——波点对抗恐惧、能量外化

\*近7天点赞量



达人：穿过花园就到了

情绪香气——释放多巴胺疗愈、愉悦、活力

\*近90天互动量

# 品牌案例 | 愉悦时刻、生命能量、平静之力

**兰蔻:** 以“尽兴live house”线下场景为载体, 吸引打卡分享。将唇釉色号命名为“纯粹欢愉”, 传递“尽兴愉悦, 无需妥协”的产品态度, 推动品牌声量增长。

**珀莱雅:** “能量系列”产品合作达人, 围绕“生命力、内在成长”展开内容投放, 将肌肤屏障的稳定投射为心理能量的回升, 近2个月产品相关笔记数增长115%+, 品牌词、产品词稳居热评前三。

**芦丹氏:** 通过“玻璃纸之夜、驯风人”系列产品, 明亮、平静的香调叙事, 布局#慢生活、#治愈系vlog 等话题, 回应消费者的“安全感”渴求。

## 兰蔻 - 愉悦的moments



[尽兴] LIVE HOUSE | 尽兴开场

### 种草产品

鎏光唇釉-706纯粹欢愉

### 布局内容

尽兴愉悦 无需妥协  
线下活动-尽兴街区  
打卡分享笔记

### 品牌声量 (2026.2)

互动环比增长 42%+

#愉悦的moments 400万+

\* 话题浏览量

## 珀莱雅 - 能量系列



一定要爱上具体的东西, 生命力才有地方扎根。  
smile 2302

达人: smile

### 种草产品

「檀能因」能量套装  
(面霜、水、精华)

### 笔记内容

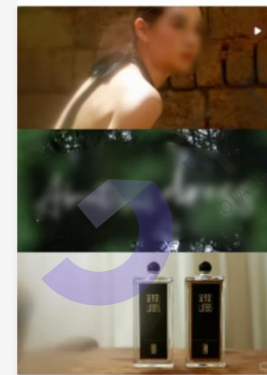
悬空时光、生命力  
内心落点、扎根勇气

### 产品声量 (2026.4-5)

笔记数环比增长 115%+

品牌/产品词居热评前3

## 芦丹氏 - 黑色礼服系列



关于我的灵魂着装  
陈逸慧 7599

达人: 陈逸慧

### 种草产品

「黑丝礼服系列」  
驯风人、玻璃纸之夜

### 笔记内容

像穿在灵魂上另一件衣服  
暴风雨后的寂静  
平静、心境明亮

### 品牌声量 (2026.5)

点赞数环比增长 124%+

# 「原生美学」| 为本色上妆，“妆感、骨相、气韵”成关键

近年“原生感妆、妈生皮”备受瞩目。今年热度仍在攀升，“原生”关键词笔记数增长超110%，关联#原生感亚裔妆、自然好气色等话题。进一步调研发现，“**清透底妆、骨相修容、野生眉、提亮眼神**”等成为典型特征。知名美妆博主“姜乘澜”发布内容“根据发质选择妆容，放大个人魅力”，获得广泛认可，点赞超10万+。千瓜观点，相较“全妆焊脸”的精致网感，原生美学强调的是“妆感、骨相、气韵”的协调统一，还原、放大不同的人的原生美。一方面，“**底妆轻、眉发野、气色活**”，聚焦肌肤通透度、毛流线条感、面部明暗过渡；另一方面，将“**保留独特**”上升为美学主张，单眼皮提亮双眼、沙发发质搭配野生感妆容……**不修掉特点，只修出质感**。这亦是品牌输出价值观、建立深度认同的切口所在。

## 内容关键词

“原生” 110%+

妈生 45%+

还原 52%+

\*笔记数增长率

#原生感妆容

#原生感亚裔妆

#自然好气色

#自然好状态

\*平台话题

## “原生美学” 关联热词&热门笔记

骨相修容 雀斑  
亚裔眼妆  
分区定妆  
清透感美瞳  
光泽肌 高光点缀  
单眼皮妆容 气血淡妆  
清透底妆  
氧气感 腮红画法  
胎毛刘海  
雾面妆感  
野生眉 呼吸感  
肌肤通透 毛流感  
O粉感底妆



达人：姜乘澜



达人：月王丁



达人：JHslife

数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2026年1月-5月10日小红书美妆个护种草笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

# 品牌案例 | 柔雾唇色、黄皮底妆、妈生睫毛

**MAC:** 以“柔雾成妆，清润自然”推广口红新品，联合达人进行裸感妆容、无滤镜试色等内容种草，承接“我自有型”的产品主张，呼应原生美学的深层诉求。

**NARS:** 推出“星河紫大白饼”专为黄皮特调的定妆产品，聚焦“修肤色、修肤质、修结构”，提升妆容质感、贴近原生肤色。投放布局#清透底妆、#黄黑皮妆容等话题，“自然、大白饼、星河紫”位列热评TOP10，用户反馈集中在品牌产品与自然妆效。

**心愿先生:** 热门产品“素颜睫”，通过灰黑色毛流、肤色胶梗等模拟真实睫毛形态，投放内容不仅覆盖双眼皮人群，还突出对单眼皮、肿泡眼的适配度，强调“眼神”的效果，用户直呼“妈生感、特别自然”。

## MAC - 轻尤雾弹



### 产品推广

柔雾成妆，清润自然  
空气慕斯质地，薄透显色  
我自有型、尽释真我

### 布局话题

#MAC天生尤雾  
#无滤镜口红试色

### 品牌声量 (上新近2个月)

点赞数环比增长 50%+

达人：四月乔-

## NARS - 星河紫大白饼



### 产品推广

专为亚洲黄皮特调  
修肤色、肤质、结构  
贴近原生肤色、自然通透

### 布局话题

#清透底妆、#黄黑皮妆容

### 种草反馈 (2026.4-5)

自然、大白瓶、星河紫  
位列热评TOP10

## 心愿先生 - 素颜睫



### 产品推广

黑灰色毛流、肤色胶梗  
短款软毛+细软梗  
清透、自然、有神

### 布局话题

#伪素颜、#妈生假睫毛

### 种草反馈 (2026.5)

自然、素颜睫、妈生感  
位列热评TOP20

达人：NiNi



# 品牌案例 | 愈养发丝、即时修红、水油同补

**卡诗:** 4月上新「晚安蜜」精华, 精准切入“夜间护发”这一高潜场景, 并搭配防脱精华, 打出“夜修日护CP”的概念。话题迅速发酵, 近两周互动环比增长超105%。

**安敏优:** 用核心成分「青蒿油AN+」建立专业心智, 主张“定义中国成分修护力”。产品矩阵包括: 热门单品“修红棒”聚焦15分钟改善红区, 新品“速修霜”综合红、热、痛的快速缓解, 以及次抛产品闪修棒、祛痘棒等。投放内容围绕“敏肌修护、烂脸急救、屏障修护”, 不断强化“修护力”的标签。

**鹿修原:** 当面部敏感肌赛道已成红海, TA选择了一个有认知空白但需求明确的细分市场——身体敏感肌。其「速修小金瓶」以“15分钟改善干痒红敏”为种草关键点, 通过水油同补、肌肤修愈力进行市场教育, 反复触达消费者。

## 卡诗 - 护发晚安蜜



### 产品推广

专研「黄金蜜」配方  
搭配「元气姜」防脱精华  
夜修日护CP、愈养发丝

### 布局话题

#养出水光绸缎发  
#晚安好蜜、#夜间护发

### 产品声量 (上新近2周)

话题互动环比增长 105%+

## 安敏优 - 青蒿修红棒



### 产品推广

昆药50年专研青蒿油AN+  
15分钟红区改善8.42%  
强韧屏障、稳效修护

### 布局话题

#敏感肌修护、#烂脸急救  
#屏障修护

### 品牌声量 (2026.1-5)

笔记互动环比增长 65%+

## 鹿修原 - 速修小金瓶



### 产品推广

身体精华油、水油同补  
专为身体敏感肌定制  
15分钟快速修护

### 布局话题

#敏感肌、#水油同补  
#屏障修护、#身体护理

### 种草反馈 (2026.2-5)

气泡油、敏感肌、好用  
位列热评TOP10



Part 03.

# 营销总结

---

# 千瓜 | 商业推广建议

## ■ 本期研究，千瓜基于2026年美妆个护行业的用户与内容调研，总结赛道趋势与种草风向如下：

- **用户画像：**人群身份多元、市场需求拓宽。用户不再被单一身份定义，**白领、健身党、二次元**等多重角色涌现，**向医美、运动等圈层渗透**。种草行为呈现“高活跃、强搜索”的闭环，用户带着高度场景化问题（如通勤防晒、换季修护）主动搜索，由此引发深度互动。
- **妆护情绪：**基于**愉悦感、安全感、生命力**等诉求，妆护消费与情绪价值深度绑定。分化两大路径，一是“**疗愈型**”，通过柔和的质地与色彩，寻求**秩序感与松弛感**；二是“**释放型**”，用**大胆、冲突的视觉元素**，将情绪能量外化。
- **美学表达：**“原生美学”长期高热，侧重“**妆感、骨相、气韵**”协调统一。以清透底妆、眉睫毛流、骨相修容等技法为支撑，重在打造肌肤通透度、毛流线条感等。**这一趋势并非全然素颜淡妆，而是追求更高级的修饰逻辑**，还原放大五官与气韵独特之处，将个人辨识度上升为核心主张。
- **功效需求：**“修护”诉求呈现高增长态势，且复合需求显著。消费者对**修护时效表现高期待**，在温和安全的前提下，能否在过敏、换季等场景中快速缓解不适、即时稳定状态，成为产品的核心竞争点。与此同时，**修护功效与舒敏、褪红、美白高度关联**，**修护领域从面部护肤拓展至头发、身体**，全身的主动管理意识逐步崛起。

## 丨 版权说明

本报告除部分内容源于公开信息（均已备注）外，其他内容（包括图表及文字内容）的版权均归千瓜数据所有。千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、刊发均需征得千瓜数据方同意，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千瓜数据，违者将追究其相关法律责任。

## 丨 数据说明

基于社媒数据分析平台「千瓜数据」在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2026年1月-2026年5月小红书达人种草笔记、品牌笔记预估数据进行趋势研究所得。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。



千瓜 (QIAN-GUA.COM) 上线于2019年，是一款种草数智分析与营销管理工具。

七载深耕，千瓜依托于海量数据与专业团队，融汇先进AI算法与多维策略模型，致力于为用户提供「洞察-策略-执行-复盘」的全链路数据支持与管理赋能，驱动品牌可持续增长。



▶ 星球奖

2021年  
品牌星球·星球奖



▶ 金鼠标奖

2022年  
第13届金鼠标数字营销大赛  
年度最佳数字营销工具



▶ 虎啸奖

2022年  
年度最佳SAAS  
系统/工具/平台



▶ 优秀数据智能服务商奖

2023年  
第11届消费者体验创新大会  
年度优秀数据智能服务商奖



▶ 品牌商业叙事奖

2023年  
胖鲸·年度品牌商业叙事奖



▶ 数字化商业创新奖

2024年  
BP2050 数字化商业创新奖  
年度先锋营销数字化服务商



▶ 年度最佳产品开发数据

2024年  
中国好配方 年度最佳  
产品开发数据合作伙伴



▶ 消费行业领航服务商奖

2024年  
浪潮新消费  
年度消费行业领航服务商



▶ 年度影响力品牌奖

2024-2025年  
百度营销  
年度影响力品牌



▶ 优选品牌服务商奖

2024年  
36Kr 未来消费  
消费新势力优选品牌服务商



▶ 企业特别贡献奖

2024年  
亿邦动力  
未来消费企业特别贡献奖



▶ 品牌叙事奖

2024-2025年  
胖鲸·年度增长营销服务机构

# 品牌种草营销为什么选千瓜？



## 全维度数据收录

千瓜「数据库」自2018年起收录更新，收录量级位列行业前茅，最高可支持近2年数据查询\*，逾8年数据沉淀，收录范围涵盖：达人、笔记、热点、品牌、品类、商品、直播等。

千瓜以更全面的数据维度、更广泛的数据资源，为用户提供更强大的营销支持。



## 高频率数据更新

千瓜数据始终致力于为用户提供及时、专业、可靠的数据支持服务。

产品以「系统自动更新+实时手动更新」的双重机制，确保数据更新高效准确。最快可实现分钟级数据监控，适配多元化需求场景。



## 多元化管理工具

不止于数据洞察，更致力于营销赋能。

千瓜深入业务场景，整合数据资源，为用户提供「市场洞察、品类识别、品牌诊断、策略制定、种草执行、电商转化」的全链路工具矩阵，驱动营销工作效能全面跃升。

注：千瓜数据会员权限实时更新，最新会员权限请登陆官方网站QIAN-GUA.COM查看，以官方发布为准。

# 七大模块 | 全方位数智工具支持

## 市场研究 | 流量趋势与机会识别

行业流量大盘、行业达人大盘、品牌投放大盘  
带货直播大盘、内容洞察大盘

## 达人管理 | 账号评估与数据管理

达人搜索、达人榜单、AI智能解析（达人）  
MCN搜索、MCN榜单

## 种草管家 | 投放全链路数智管理

达人管理、投放管理、推广管理

## 品类洞察 | 品类格局深度解析

品类搜索、品类榜单、品牌品类搜索  
自定义品类

## 笔记创作 | 内容解析与爆款创作

笔记搜索、笔记榜单、笔记监控、评论搜索  
关键词功能、视频AI解析、AI智能解析（笔记）  
AI创作工具、AI爆文洞察

## 品牌解析 | 品牌营销数据透视

品牌搜索、品牌诊断、舆情洞察  
搜索占位分析

## 直播电商「种草-转化」数据闭环

商品搜索、商品榜单、店铺搜索、直播搜索  
直播榜单、直播监控

## 数据产品及服务体系

GUOJI.PRO

### 数据监测

电商增长	飞瓜数据	选爆款	找达人	友望数据	品类洞察	直播带货
		查品牌			品牌营销	

营销种草	千瓜数据	市场研究	品类洞察	品牌解析	达人管理	飞瓜B站	找热点	选达人
		笔记创作	种草管家	直播电商	西瓜数据		查品牌	

品牌决策	飞瓜品策	市场洞察		竞争分析	营销舆情
------	------	------	--	------	------

品牌定制	集瓜数据	定制品牌数据	自定义细分品类	自定义达人标签	数据清洗
------	------	--------	---------	---------	------

### 运营提效

广告分析	飞瓜易投	素材挖掘	广告创作	竞对追踪	投放分析
------	------	------	------	------	------

品牌自播	飞瓜智投	数据监控	AI排班	录像复盘	话术分析
------	------	------	------	------	------

达人分销	飞瓜智星	AI商务	达人CRM	业绩统计
		寄样管理	KOC素材	一站式投流

矩阵管理	云略	账号管理	线索搜集	AI剪辑	智能分发
------	----	------	------	------	------

### 营销服务

带货选品	米选	海量选品库	高佣爆品	智能选品	免费申样
------	----	-------	------	------	------

营销文案	面朝互动	整合营销	事件营销	话题营销	内容种草
------	------	------	------	------	------