



2024

# 面部精华油 消费市场洞察

芝恩出品 2024年



CONTENT

Part 01

行业市场概览

Part 02

用户需求洞察

Part 03

代表品牌分析



Part 01

# 行业市场概况

# 以油养肤热度持续上涨，成为新晋护肤理念，匹配不同需求人群



## 以油养肤定义

通过涂膜和皮脂膜中相似的油脂，保持皮肤的水分和弹性油感。

## 以油养肤作用

平衡水油、软化角质、延缓衰老、修护屏障、美白抗氧等功效...

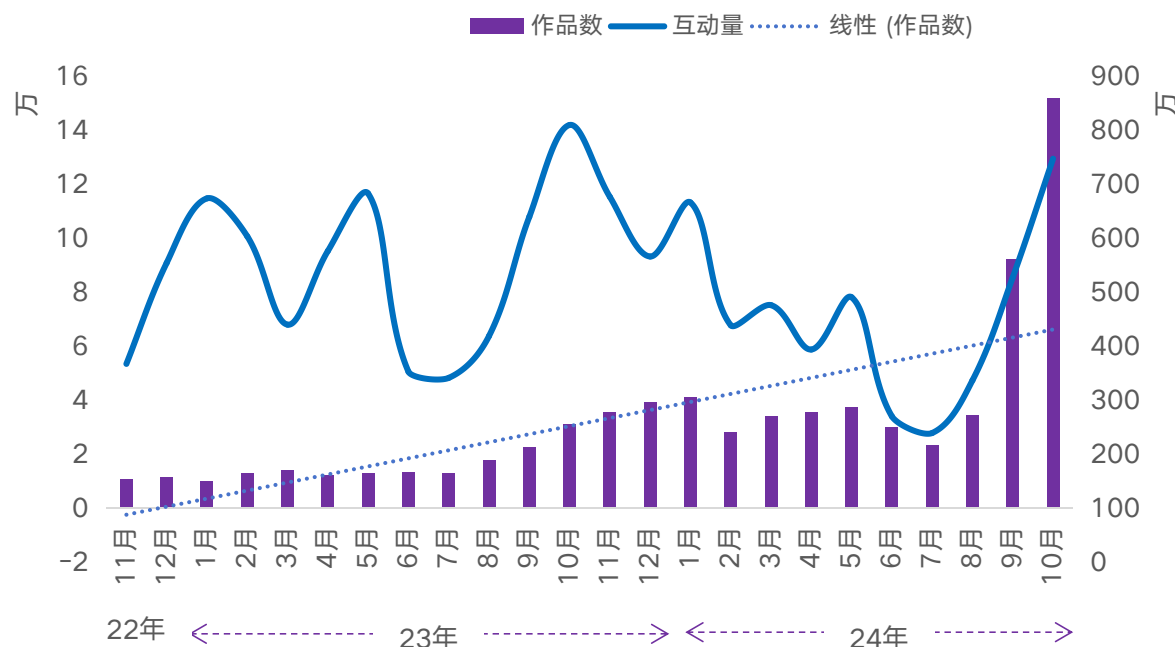
## 以油养肤适配人群

干皮-缺水、刷酸-缓冲、混合皮-秋冬保湿、敏感肌-强韧

58.3w  
近一年作品量

+219%  
近一年作品量同比

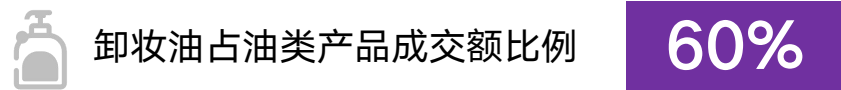
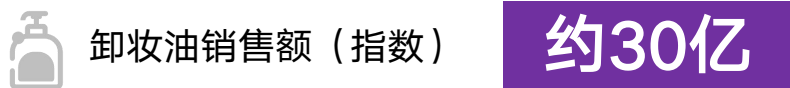
## 「以油养肤/油敷法」社媒声量趋势



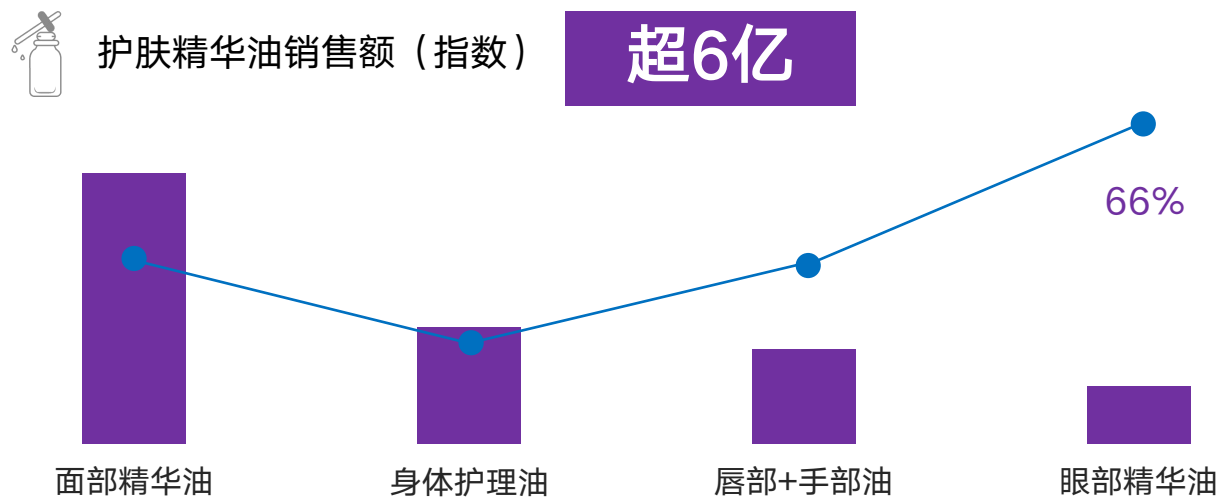
# 精华油市场呈现高速增长态势，滋养油类产品渗透增长空间大



## 卸妆赛道



## 滋养赛道



# 精华油社媒声量持续发酵，呈季节性波动，秋冬迎来声量高峰期， 每年5月春夏交替互动量提升

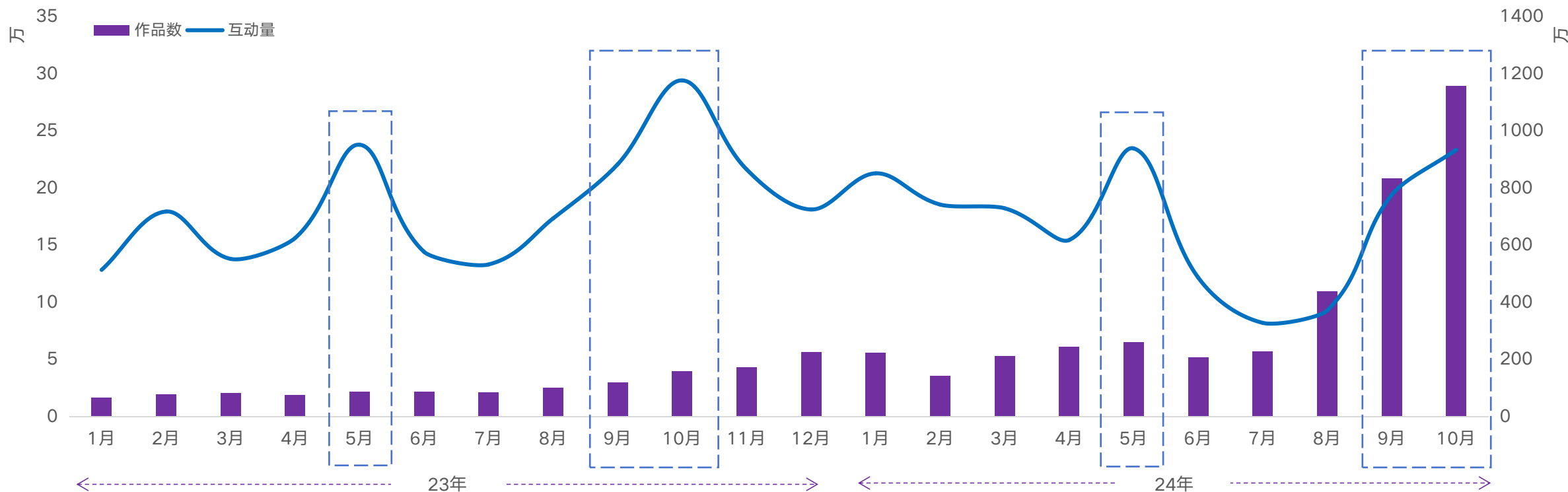


108.4w  
近一年作品量

+308%  
近一年作品量同比

8356w  
近一年互动量

+2.8%  
近一年互动量同比

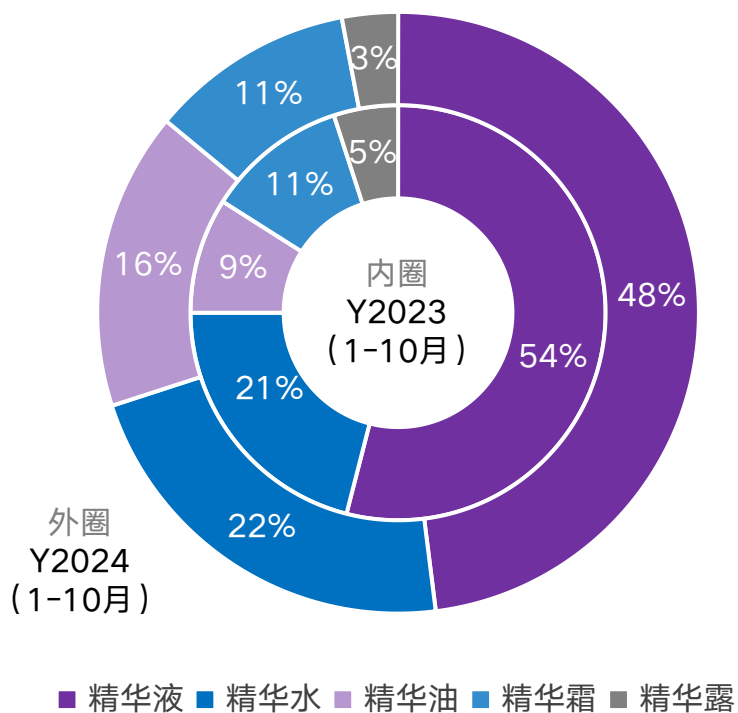


# 过去一年精华油品类在精华行业中占比提升，同比增速表现突出

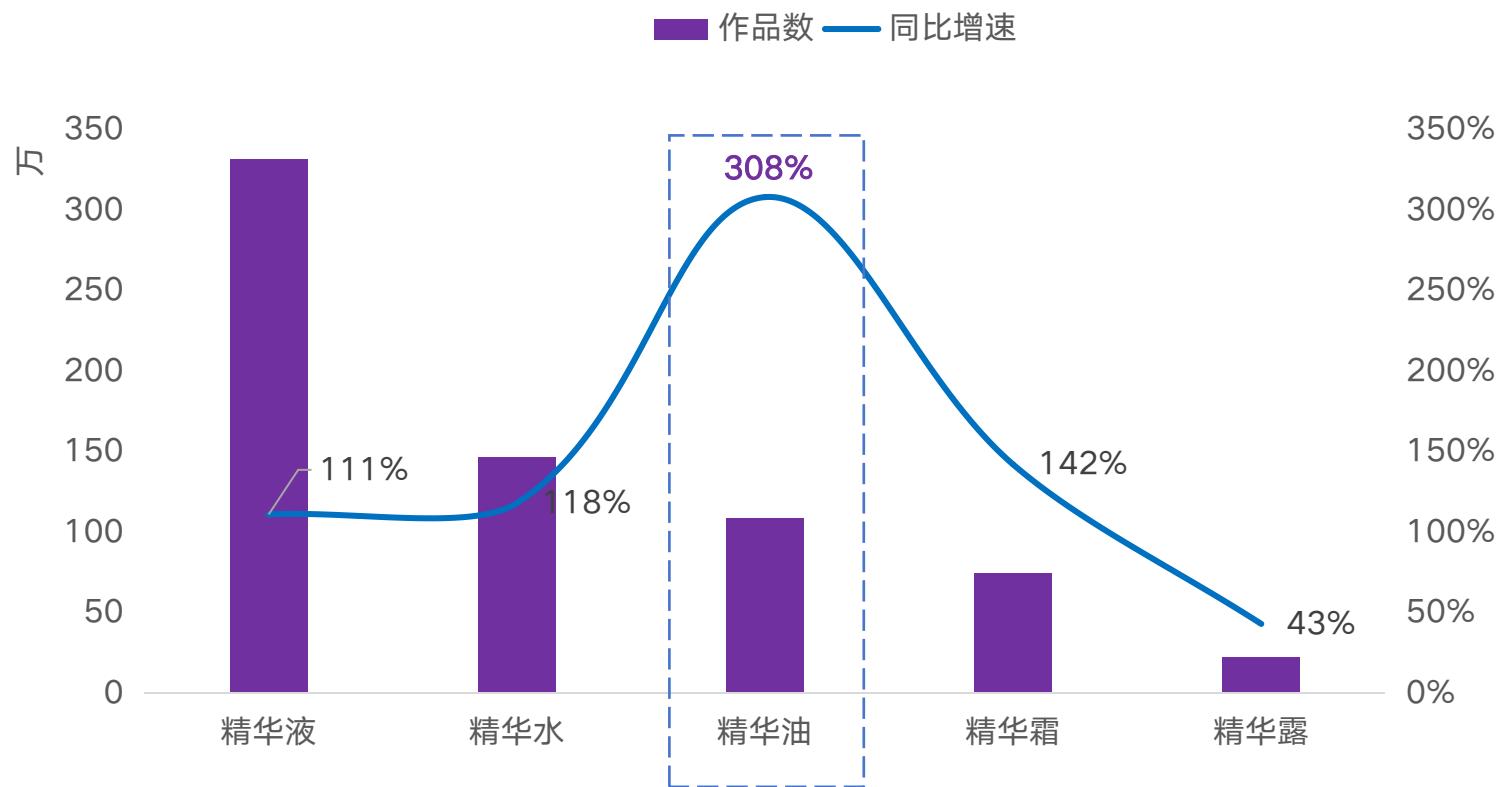


- 精华行业中精华液占比近半，精华水随其后，2024年精华油品类渗透率提升，占比由9%提升至16%；
- 2024年，精华油声量增速居行业top1，同比增长308%，成为最具潜力品类。

### 精华分品类社媒声量占比



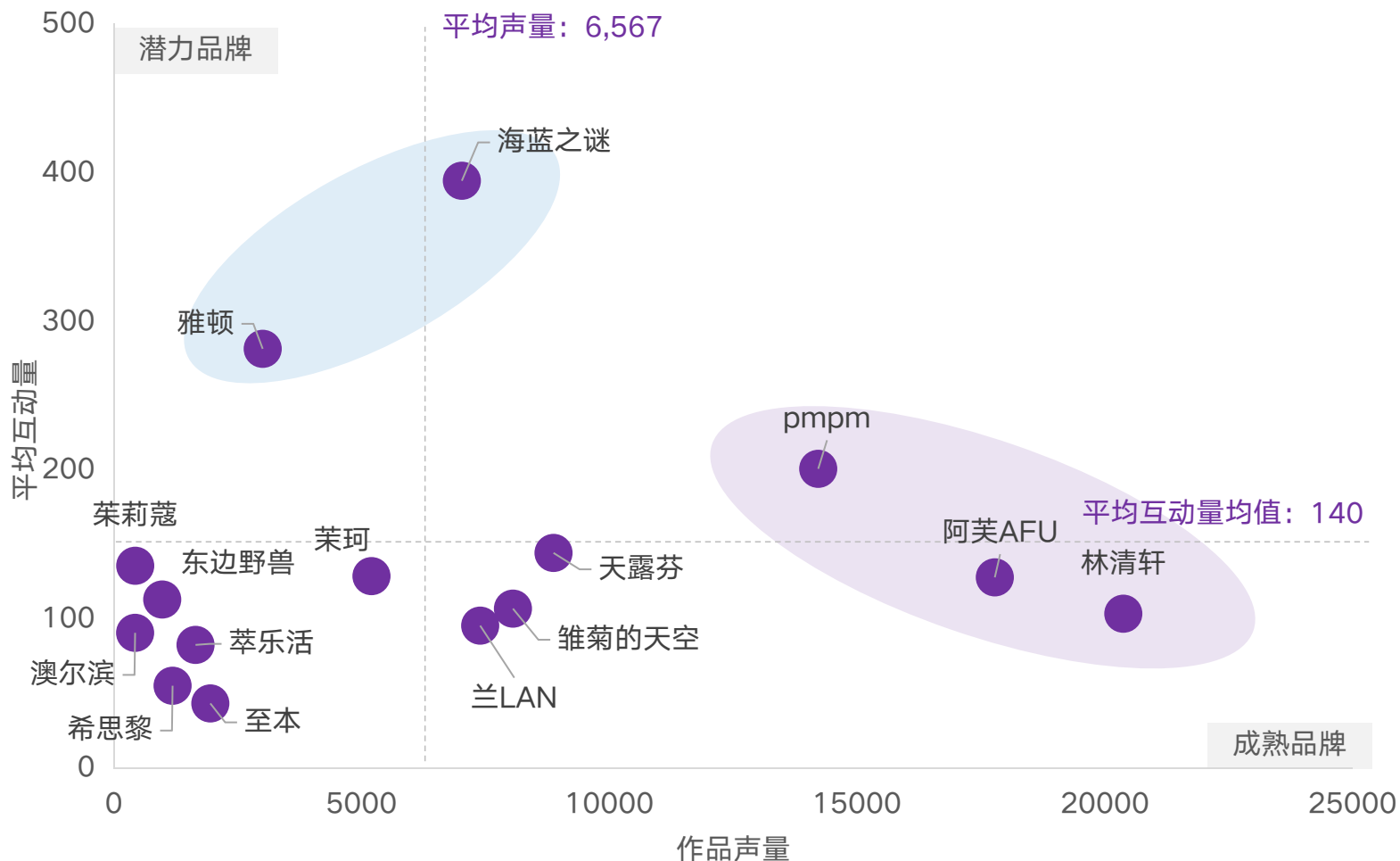
### 精华分品类社媒声量及增速



# 精华油品牌格局：国产品牌林清轩、阿芙、PMPM占行业top3，规模成熟，海外品牌海蓝之谜、雅顿互动表现佳



「精华油」品牌社媒格局分布



# 精华油热门产品：兰时光精华油断层领先，林清轩山茶花、PMPM玫瑰热度随其后，阿芙11籽、雏菊的天空翡冷翠位列前5



## 兰LAN 兰时光精华油

融合珍贵植物成分，专为  
抗老与修复肌肤设计

作品量：**2.4万**  
互动量：**865万**



## 林清轩 山茶花精华油

以天然山茶花籽为核心，  
深层滋养，提升肌肤自我  
修复力

作品量：**1.7万**  
互动量：**155万**



## PMPM 玫瑰精华油

精选全球优质玫瑰精华，  
深度补水保湿，焕发肌肤  
自然光泽

作品量：**1.5万**  
互动量：**287万**



## 阿芙AFU 11籽精华油

汇集11种天然植物籽油，  
全面滋养，平衡肤质，为  
肌肤带来多重呵护

作品量：**7,269**  
互动量：**177万**



## 雏菊的天空 翡冷翠精华油

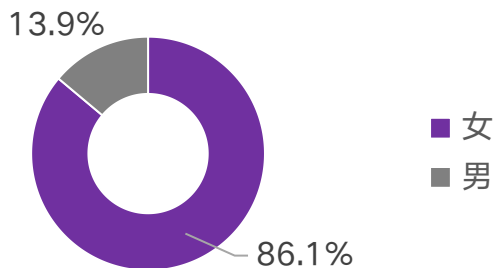
融合古老配方与天然植物  
精粹，深层滋养，修复屏  
障

作品量：**2,083**  
互动量：**13万**

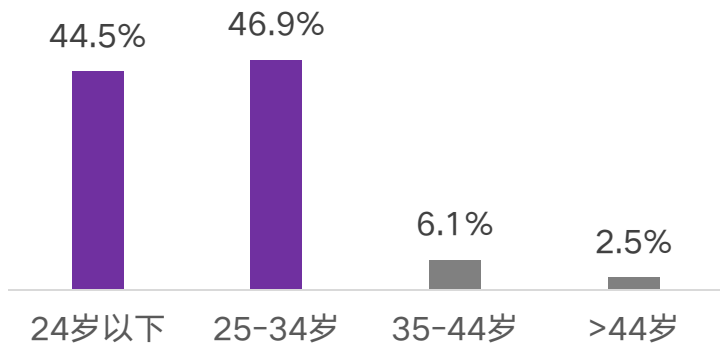
# 精华油人群画像：20-35岁的年轻女性是精华油主力军，使用频次以按需使用为主，干皮、敏感肤质人群偏好使用精华油产品



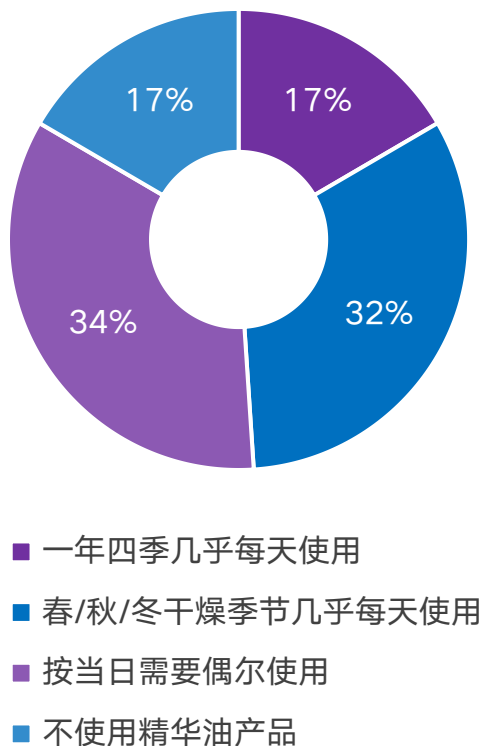
「精华油」人群性别分布



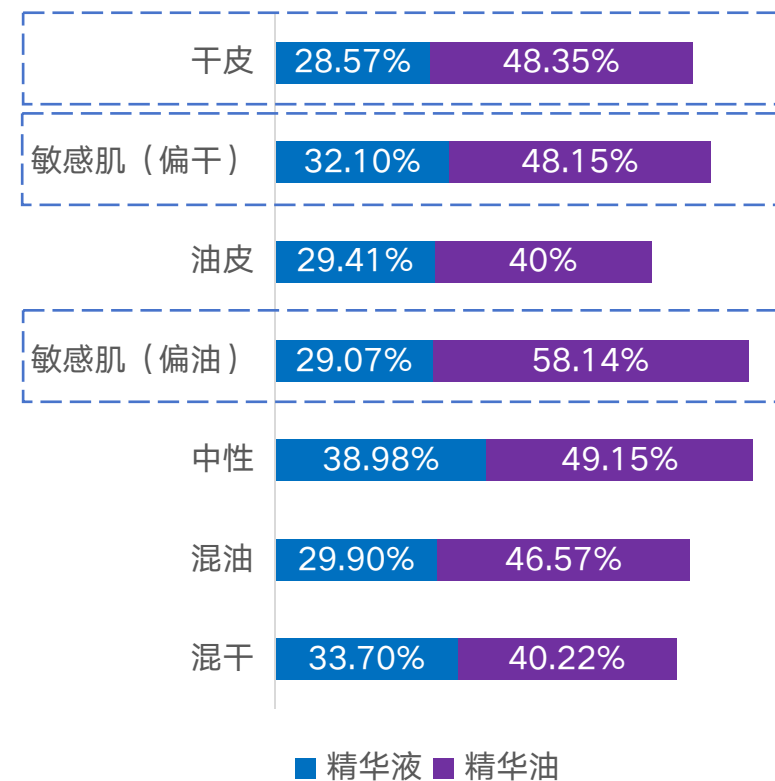
「精华油」人群年龄分布



「精华油」人群产品使用频次



各肤质人群「精华」产品使用分布



A close-up photograph of a glass dropper containing a golden liquid. The dropper is tilted, and a small drop of the liquid is about to fall into a larger pool of the same liquid on a light-colored surface. The background is softly blurred, showing more of the liquid's surface.

Part 02

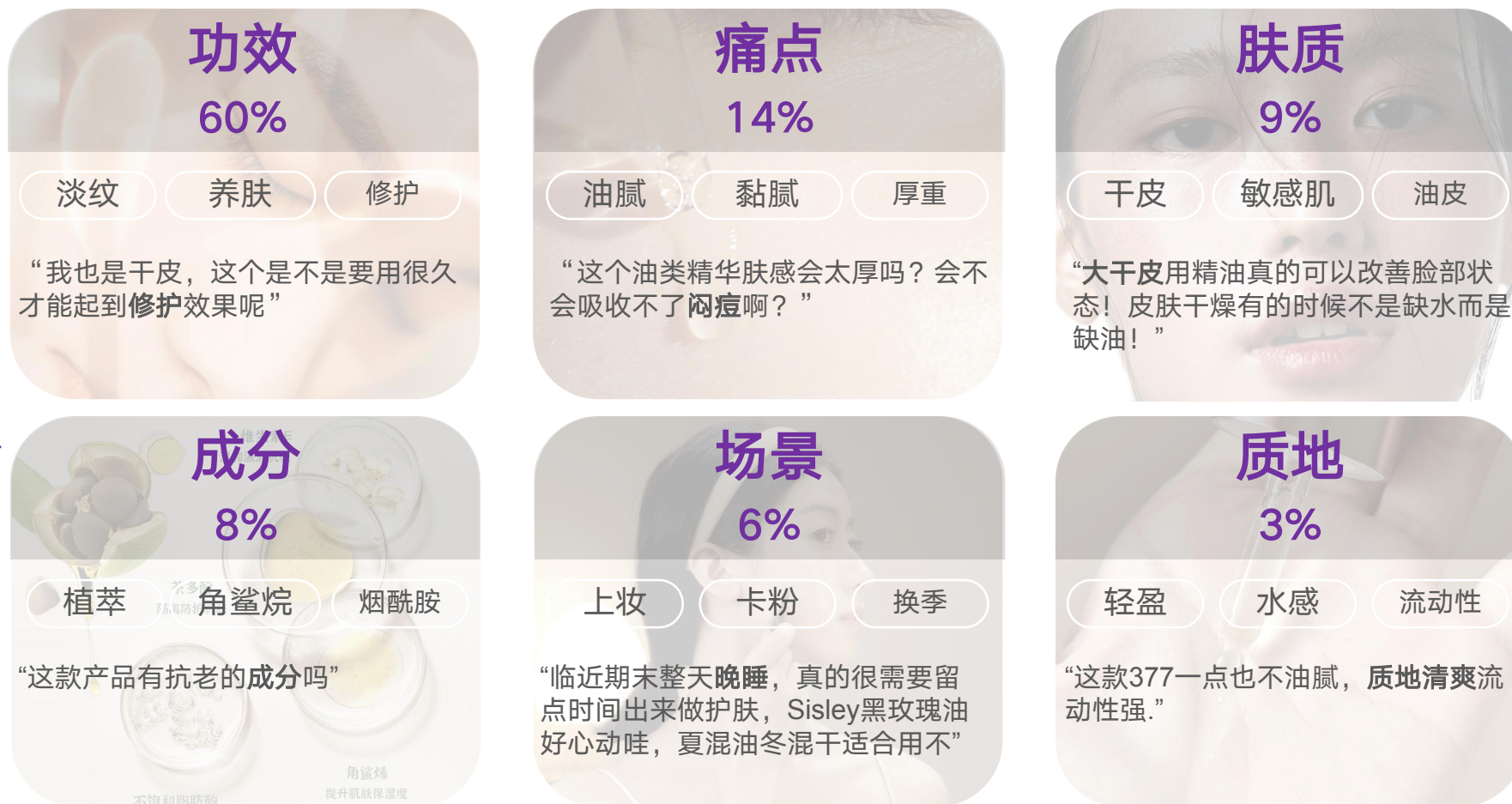
# 用户需求洞察

# 主要关注点 | 功效、痛点及肤质是精华油购买的主要决策因子

「精华油」社媒关键词云



「精华油」用户主要关注点



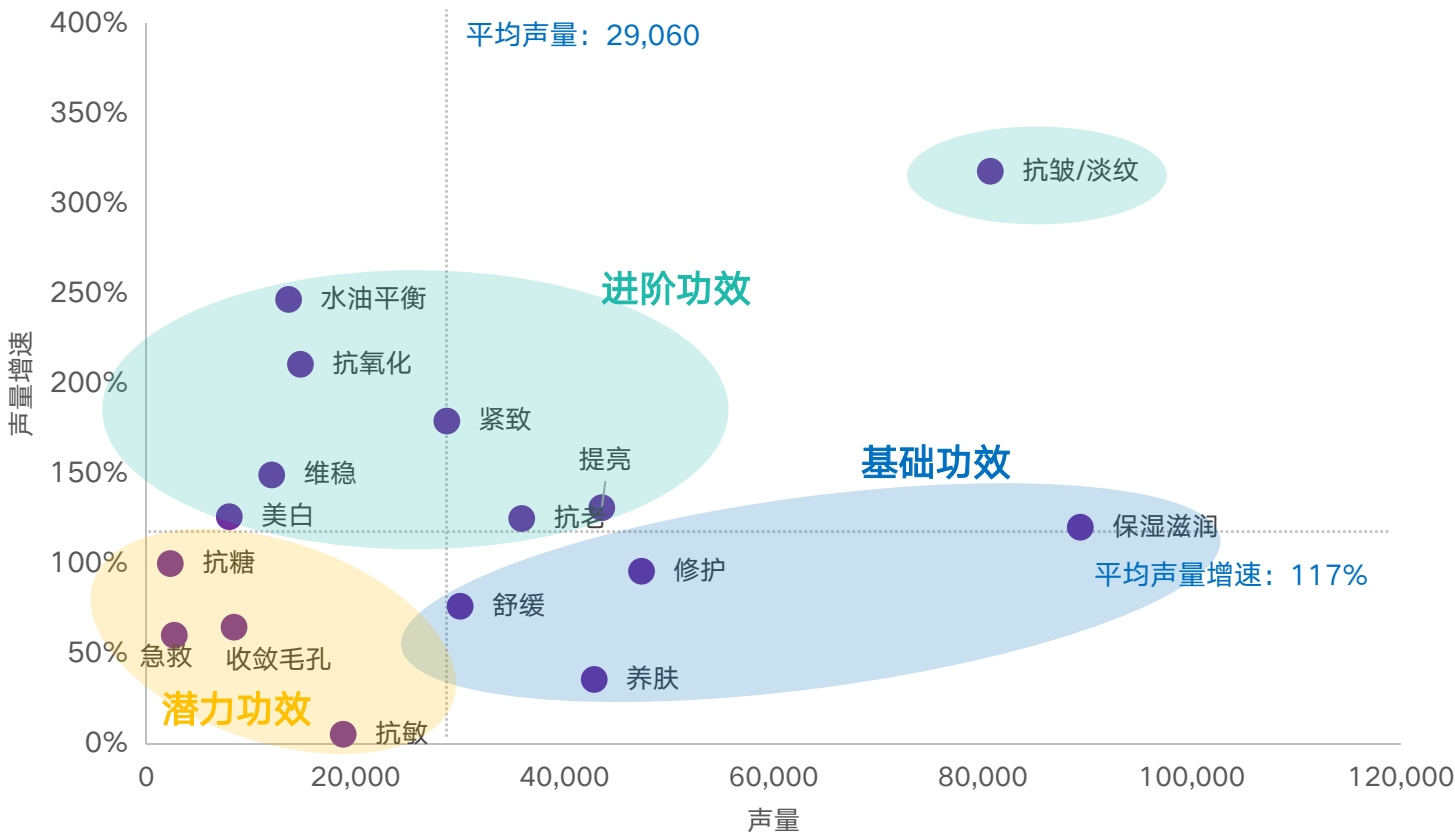


# 功效 | 现阶段保湿仍是精华油核心功效，更高阶的抗老/美白需求被提出，急救/抗敏细分需求潜力凸显



- 用户对精华油功效讨论可划分为基础、进阶及潜力功效三个维度，目前保湿滋润仍是核心、基础的功效；抗老、美白相关的需求声量增速显著，精华油产品迭代高阶功效或成为主流；急救、抗糖、抗敏等细分需求被提出，细微问题的解决方案或成为精华油产品功效新方向。

「精华油」功效声量及增速



用户原声节选

## 基础功效

- 保湿滋润**：“很喜欢用精华油，保湿效果很好，之前总是干的不行，现在感觉皮肤很舒服不紧绷。”
- 修护**：“我的脸之前超级糙，用了精华油之后效果很明显，皮肤屏障被修护好了。”

## 进阶功效

- 抗皱/淡纹**：“柜姐推荐我入手面部精华油，全面抗老，也算是吃到了以油养肤的红利。”
- 提亮**：“这次应该是我第三次买吧，效果真的挺好的，前两次用完之后，朋友都说我的脸变亮了。”

## 进阶功效

## 潜力功效

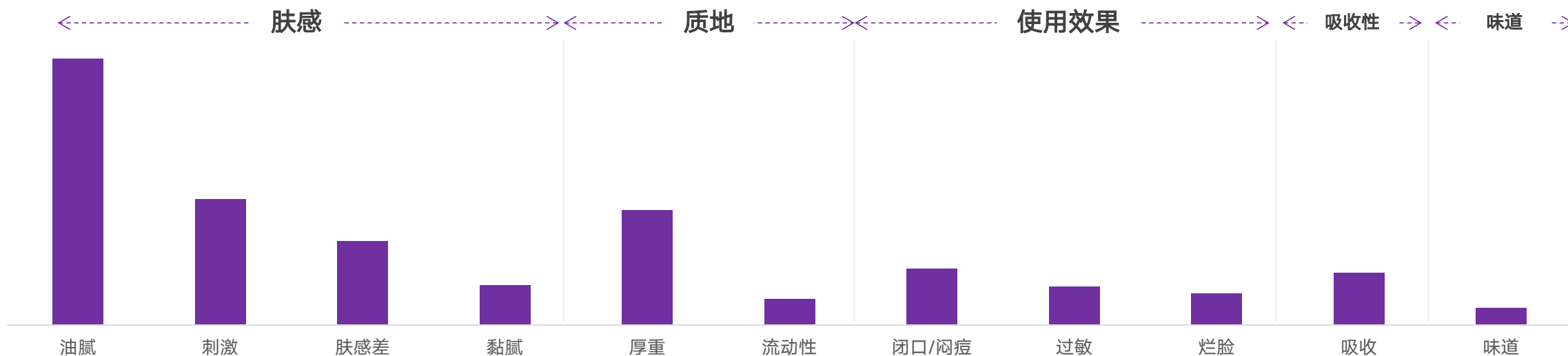
- 抗敏**：“好好用！前几天脸一直有点敏感，又很干，洗完脸特别拔干难受，用了这个之后，脸特别舒服，连夜不敏感了。”
- 收敛毛孔**：“以前照镜子都不敢看我的毛孔，自从用了这个后毛孔一点点的变小，毛孔粗大真是太折磨人了。”

# 使用痛点 | 肤感、质地及使用效果是主要痛点，油腻最常被提及



- 肤感是精华油最直观的痛点；过于厚重的质地影响用户叠加使用；闷痘、过敏及烂脸等使用效果影响用户使用体验及阻碍用户对于精华油的尝试；同时，用户对于产品吸收性及味道呈现高关注度。

「精华油」痛点声量分布



用户原声

- 油腻：**“一直用娇韵诗双萃精华 刚好完了 看到有好多博主推荐米加的气泡精华油 不油腻好吸收 就买了三瓶 结果用上两滴都油死了。”
- 刺激：**“不知道什么时候很多营销说植物提取物温和亲肤可实际情况完全不一样 植物提取物很容易过敏 而且可能含很多酸类的成分，可刺激了 温和不了一点。”

- 厚重：**“一开始买这个是为了搭配经典面霜的乳化，后来发现俩叠在一起之后实在是太太太重了，每次最多两滴。”
- 流动性：**“这款377一点也不油腻，质地清爽流动性强。”

- 闷痘：**“我有点敏感，皮肤不很干，买了好几个油的小样，这几天每天用，痘痘和有点反黑了，咋办。”
- 过敏：**“我一擦精华油就过敏，试着擦一点早上起来脸也会浮肿。”

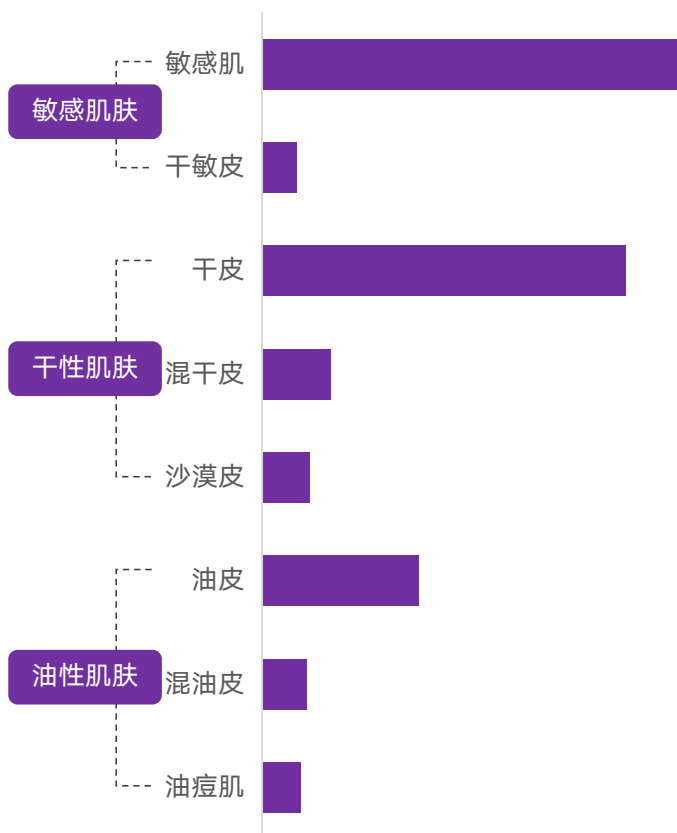
- 吸收：**“这个精华油怎么那么难用看网上说很好用，实际上黏糊糊的，一点都不吸收。”
- 味道：**“救命我觉得他香到头晕，茉莉味太浓了。”

# 肤质 | 敏感肌、干性肌肤偏爱精华油，油性肤质期待“水油平衡”



- 敏感及干性肌肤人群是精华油的核心使用群体，油性肌肤人群对于精华油有期待，希望达成“水油平衡”的皮肤状态；
- 不同肤质人群对于精华油产品关注点各有差异，功效是共同关注，敏感、油皮人群对肤感更在意，干皮人群更关注成分。

各肤质用户对「精华油」的关注程度



各肤质用户对「精华油」的需求差异点

### 敏感肌肤

敏感型肌肤对外界刺激反应更为敏感。敏感肌肤的人可能会经历红肿、瘙痒等症状。对于护肤品要求温和、无刺激成分及低过敏性。

**产品关注点**

功效	肤感	肤质	成分	痛点
养肤	温和	泛红	角鲨烷	烂脸

**用户原声**

“今年第一年用精华油，皮肤状态很好，也没那么敏感了。”  
 “这款油会有刺激成分吗？敏感肌有点不太敢尝试了。”  
 “角鲨烷不是对于敏感肌增厚角质层的嘛，为什么有些人敏感肌用完脸会痒痒的，而且我自己用完还变黑了”

### 干性肌肤

油性皮肤是指皮肤油脂分泌旺盛，毛孔粗大，容易出油和长痘的皮肤类型。对于护肤产品的控油性、保湿和保护皮肤要求高。

**产品关注点**

功效	成分	理念	痛点	场景
保湿	精萃	以油养肤	油腻	卡粉

**用户原声**

“干皮真的需要狠狠的保湿，而且年纪大了应该用点好的护肤品了。”  
 “最近皮肤卡粉严重，得开始用精华油了。”  
 “上脸会很黏腻吗？”

### 油性肌肤

干性肌肤缺乏天然油脂，导致皮肤表面干燥、紧绷，有时甚至会出现脱屑、裂纹和刺激。保湿及滋润是干性肌肤对护肤品的核心需求。

**产品关注点**

功效	肤感	功效	理念	痛点
好吸收	清爽	抗老	水油平衡	闭口

**用户原声**

“以前一直以为自己已经是大油田了，怎么需要补油？用完精华油我悟了，皮肤稳定的底层逻辑是水油平衡，精华油真的不是干皮专属！”  
 “油痘肌冬天干死了，用了面霜也干，想用油但怕痘痘、闭口更多呜呜怎么办呀？”

# 肤质 | 娇韵诗为不同肤质的需求人群提供产品解决方案。根据不同肤质的痛点及需求推出功能、成分各异的精华油产品



## 敏感肌专研



### 三檀舒颜护理油

- ✓ 舒缓肌肤
- ✓ 沁润保湿
- ✓ 添加三檀精华油/欧洲榛果油

声量:1,105

#### 用户原声

“娇韵诗家的精油真的好好用！三檀油更适合干燥、泛红敏感肌，主打修复屏障，护肤品身体乳都能混合，以油养肤真的可行！”

## 干皮专研



### 兰花舒颜护理油

- ✓ 柔嫩亮肤
- ✓ 亲肤易吸收
- ✓ 添加兰花提取物/欧洲榛果油

声量:2,412

#### 用户原声

“娇韵诗兰花油|冬季干皮救星!!亲测已经用了快半瓶了,真的有效缓解了起皮上妆卡粉,干皮值得一试!”

## 油皮专研



### 莲花舒颜护理油

- ✓ 减少油光
- ✓ 收敛毛孔
- ✓ 添加莲花提取物/欧洲榛果油

声量:1,375

#### 用户原声

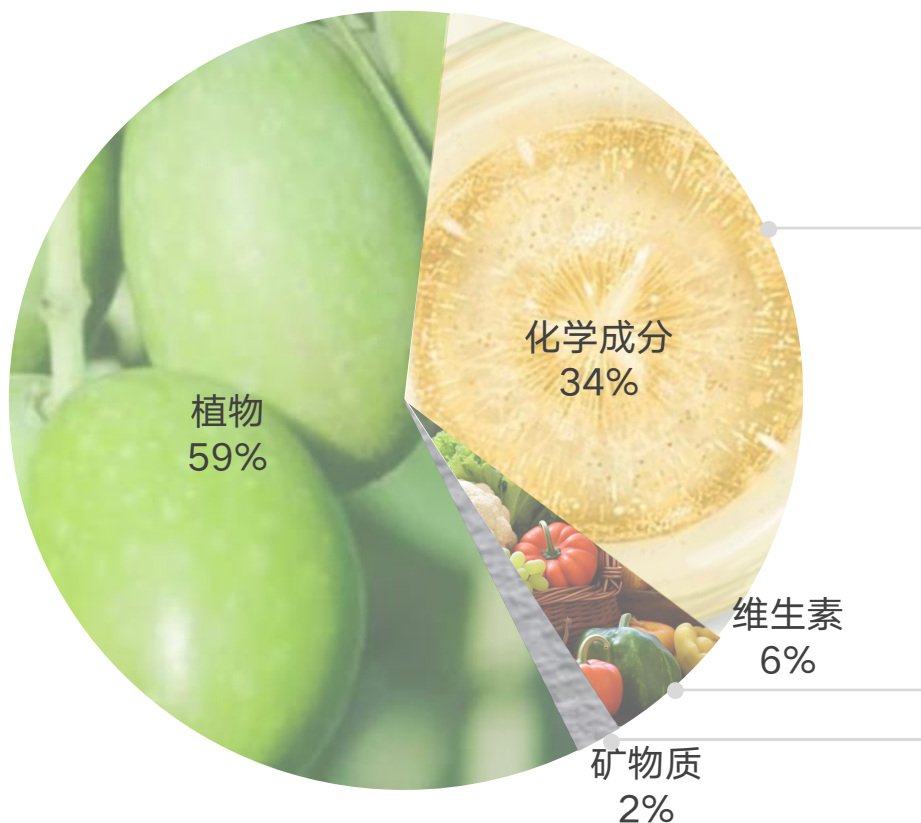
“我混油，冬天脸干的不行，然后加了莲花油，没有干过了。擦完我不怎么按摩，会感觉有层浮油，睡了一晚，估计蹭掉了 第二天不干”

# 成分 | 用户偏好天然植物成分，其次为以角鲨烷为代表的化学成分



- 精华油产品以植物及化学成分为主要成分，占比达到98%。化学成分中，角鲨烷声量占比最高，是精华油中不可或缺的化学组成成分；维生素E及矿油分别在维生素及矿物质成分中占据主导地位。

「精华油」成分声量分布 (%)



## 热门化学成分

角鲨烷 33%	烟酰胺 12%	多肽 12%
神经酰胺 12%	视黄醇 10%	玻尿酸 8%

## 热门维生素

维生素E 55%	维生素C 32%	维生素A 10%	维生素B 3%
----------	----------	----------	---------

## 热门矿物质

矿油 49%	石蜡 23%	微晶蜡 17%	鲸蜡醇 8%
--------	--------	---------	--------

# 成分 | 花类成分备受关注，带来放松疗愈作用

- 植物油天然植物成分以花类、果实类及树/草/根成分为代表，其中花类最受关注；
- 花类成分中玫瑰、山茶花是目前主流的精华油花类成分；油橄榄、向日葵等果实成分最常作为基底油使用；积雪草、海茴香及甘草是树/草/根成分的代表成分，具有抗氧、抗糖的作用。

## 「精华油」植物成分声量分布



### 花类成分声量表现

玫瑰  
山茶花  
白池花  
兰花  
薰衣草  
蔷薇花  
牡丹花  
菊科  
仙人掌花  
啤酒花果

“疗愈”

代表产品



#### PMPM玫瑰精华油

选取法国格拉斯花谷千叶玫瑰及中国云南丽江墨红玫瑰，加速自我修护力，强韧屏障。

声量：2,306



### 果实成分声量表现

油橄榄  
向日葵  
椰子  
葡萄籽  
茶籽  
柠檬  
白松露  
乳木果  
胡萝卜  
鳄梨  
霍霍巴籽  
燕麦仁  
坚果籽/仁

“基底油”



#### John Jeff油橄榄精华液

1.325%油橄榄叶提取物干料，改善皮肤泛红状态、舒缓肌肤、改善痘痘及痘印。

声量：4,125



### 树/草/根成分声量表现

积雪草  
海茴香  
甘草  
迷迭香  
天竺葵  
藻类  
姜根  
火绒草  
虎杖根

“抗氧”  
“抗糖”



#### 素姬积雪草修护精华油

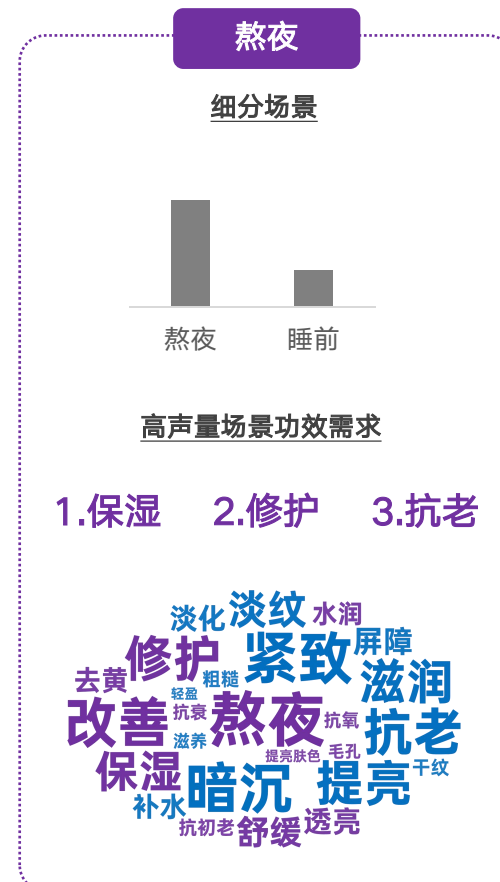
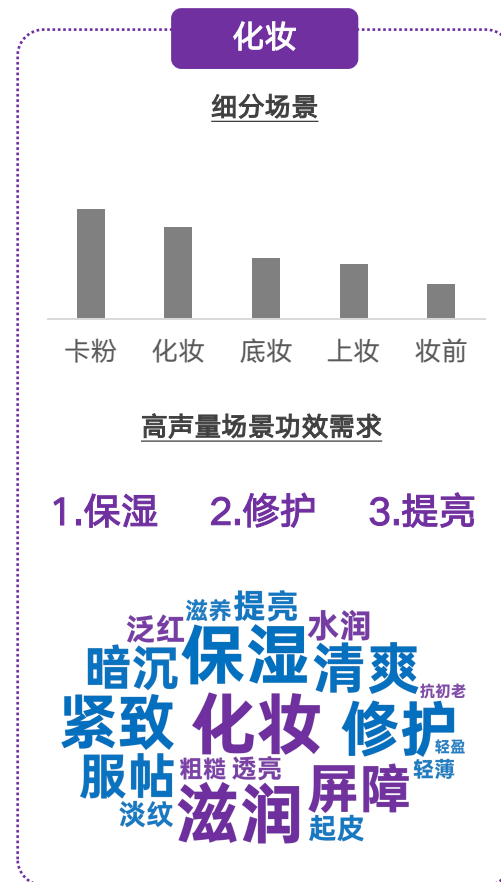
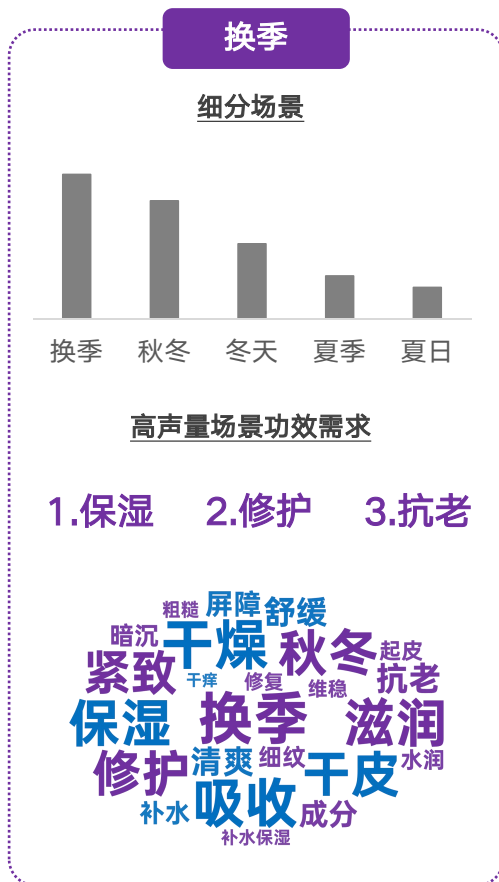
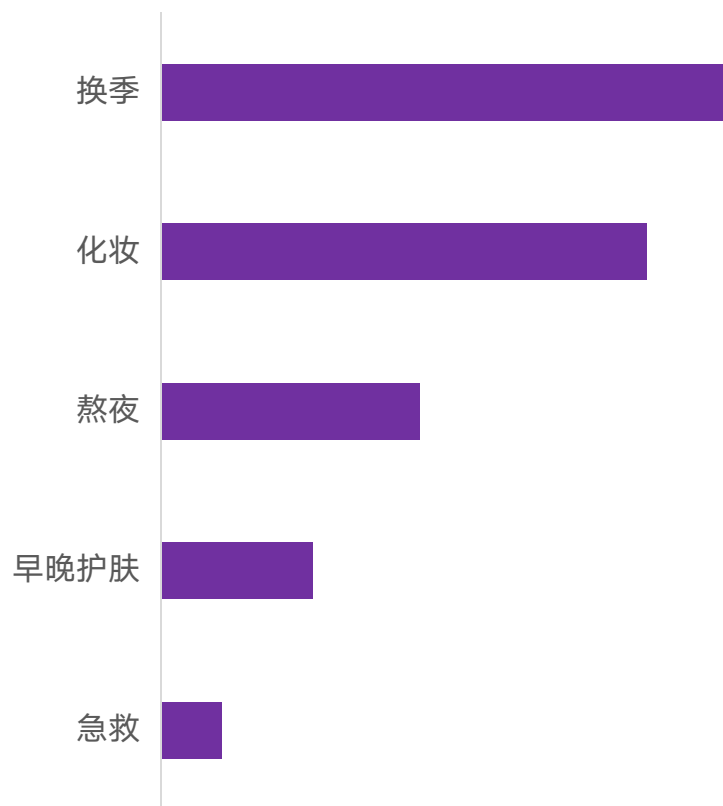
改善红脸爆皮、修护肌肤屏障，提高肌肤耐受力。

声量：146

# 场景 | 精华油使用场景从换季向更加日常的场景延伸，并衍生出更加细化的需求差异

- 换季、化妆及熬夜是精华油使用频率较高的场景，保湿及修护是需求共性，换季、熬夜场景下有更加高阶的抗老需求，化妆场景下对于美白、提亮的诉求更高。

「精华油」需求场景声量分布



# 场景 | 精华油成“万金油”，针对具体场景需求，用户同品牌共创



## 「精华油」热门场景解决方案

### 场景1 换季救星



#### #以油入霜

精华油+面霜=双重锁水buff

声量：8.4w  
互动量：1,210.4w

#### #油敷法

精华油+面膜=密集护理

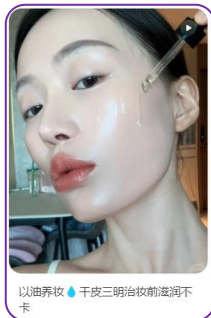
声量：6.3w  
互动量：1,365.9w



### 场景2 底妆“万金油”

#### #以油养妆

声量：6.1w  
互动量：1,086.1w



#### #以油养妆

妆前护肤打造服帖底妆



#### #妆前急救

妆前急救不卡粉, 爆改丝滑底妆



#### #油+粉底

粉底混合精华油, 无痛奶油肌

### 场景3 熬夜焕肤



#### 拯救熬夜疲态

拯救熬夜之后的疲劳状态, 快速还原皮肤状态



#### 改善熬夜肌

深层次改善熬夜造成的暗沉、垮脸等皮肤问题

# 需求趋势1：水油同补

- “水油同补”作为“以油养肤”的进阶，兼顾高效和肤感，对肤质的要求更低，对场景的适配更广，正成为新的护肤趋势，影响着用户的精华油使用选择。

## 护肤观念变迁



## “水油同补”声量变化



## “水油同补”优势

### 1. 适用肤质多

相对于“以油养肤”对于肤质的高要求，“水油同补”凭借对于水和油的适度补充能够适用更多肤质，更小情况产生不适用效果。

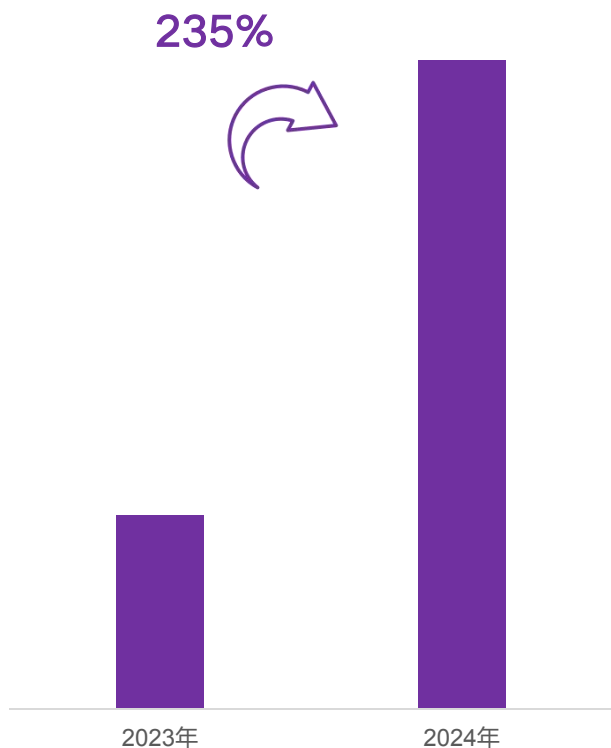
### 2. 适用场景广

“水油同补”护肤所需要的油相对于“以油养肤”更少，更加适合出油更多的夏季适用，拓展精华油更多的使用场景。

# 需求趋势2：一油多用

- 受“精简护肤”及“实用主义”的影响，用户期待用单一护肤品实现效果最大化，“一油多用”应运而生。品牌响应需求纷纷推出功效聚合型产品的同时也公开产品隐藏用法。

“一油多用”声量变化



## 功效聚合



精华油覆盖范围扩大，聚合面部、护发、身体功效，实现一瓶精华油管理全身。

## 功能叠加



“精华油+”成为新使用趋势，同其他护肤品或底妆产品组合使用，解锁隐藏用法，实现“1+1>2”的效果。



Part 03

# 代表品牌分析

# 品牌①：林清轩

## 品牌介绍及简介

## 品牌介绍

林清轩是上海本土原创品牌，自2003年创立以来，致力于以中国传统草本为原材料，制作出安全的天然化妆品。

林清轩是中国**高端油类**护肤品领域的开创者，品牌定位由“山茶花修护专家”升级为“**山茶花抗老修护专家**”，致力于打造中国本土高端护肤品牌。

林清轩坚持全产业链发展模式，从原料端、产品端、销售端等实现全链路的把控，已在全国一线、新一线城市开设近400家直营门店，并积极布局数字化，打造美妆产业数字化智慧门店。



# 品牌①：林清轩

## 明星产品&核心成分及科技

抗老<sup>1</sup>，  
就泡在“山茶花油”里

林清轩小皇瓶<sup>2</sup>  
连续俩年天猫双11面部精华油 No.1<sup>3</sup>

林清轩  
FOREST CABIN  
山茶花修护精华油  
Camellia Repair  
Essence Oil

荣获欧盟ECOCERT天然化妆品认证<sup>4</sup>

全新5.0 山茶花精华油  
28天 真抗皱 真抗老

100% 受试者认为  
淡纹效果好<sup>5</sup>

100% 受试者认为  
肌肤更紧致<sup>6</sup>

100% 受试者认为  
肌肤更饱满澎弹<sup>7</sup>

100% 受试者认为  
肌肤更透亮<sup>8</sup>

100% 受试者认为  
肌肤细腻平滑<sup>9</sup>

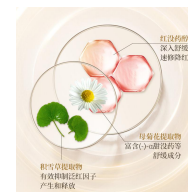
## 明星产品：林清轩山茶花修护精华油

核心成分

清轩萃5.0  
天然来源 12年专研



舒缓复配  
快速修红 建立防护膜



纯油体系  
不额外添加一滴水



主打功效

细胞级抗皱  
更快·更强·重塑年轻

-42.1%  
即刻淡纹<sup>14</sup>

+95.2%  
皮肤光泽度<sup>15</sup>

+10.2%  
苹果肌充盈<sup>16</sup>

# 品牌①：林清轩 社媒声量表现

- 林清轩品牌声量增速迅猛，作品量同比增长近5倍；每年春夏换季5月、秋冬10-11月热度达波峰。

### 近一年「林清轩」社媒热度表现

4.1万+  
相关作品量

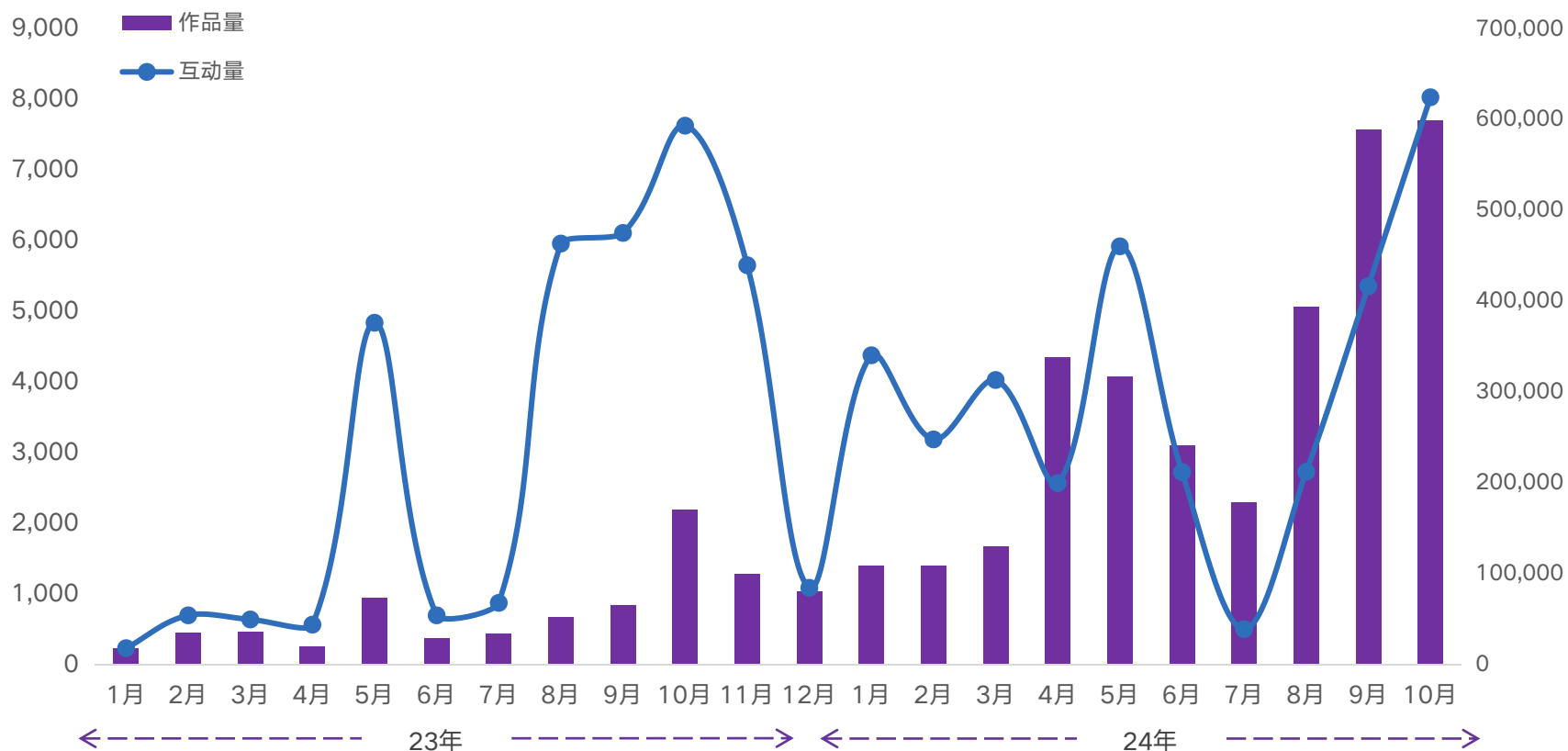
359万+  
相关互动量

+447%  
作品量同比

+57%  
互动量同比

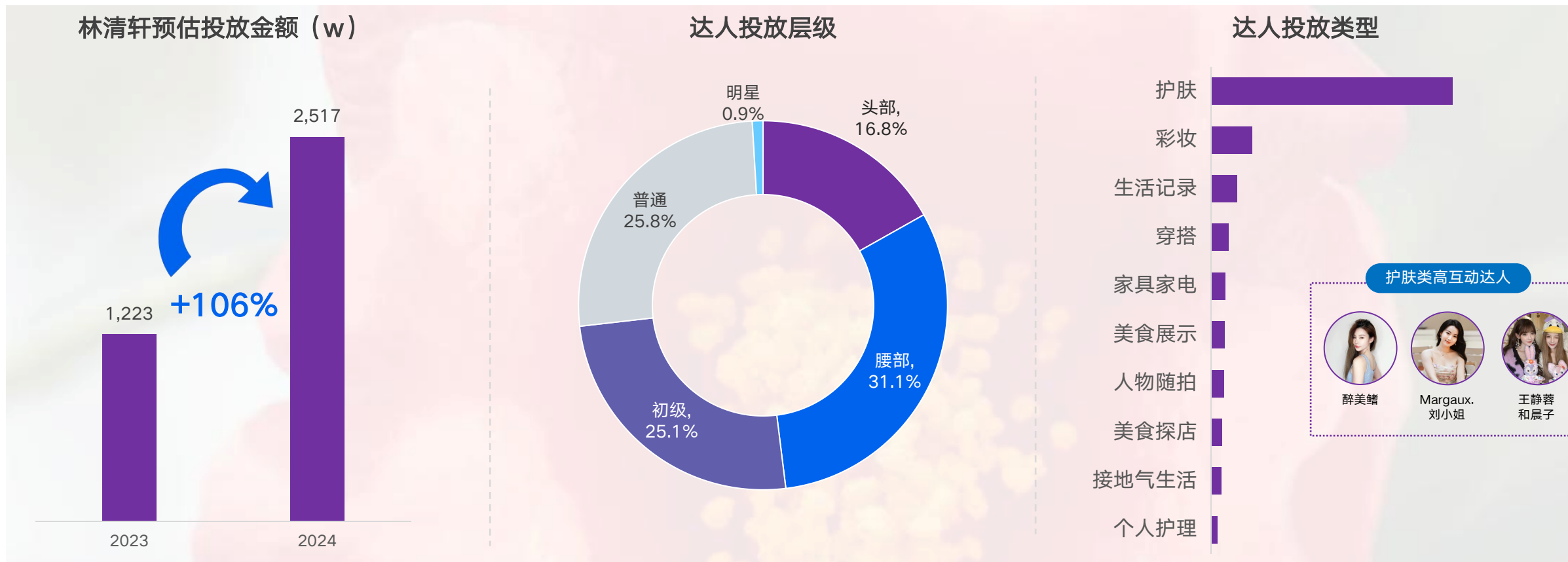


### 「林清轩」社媒声量趋势



# 品牌①：林清轩 社媒投放表现

- 林清轩在社媒平台投入规模扩大，Y24同比去年投放金额增长102%；
- 腰部达人占比最高，初级、普通达人占比各占1/4，种草内容主要来自护肤、彩妆等垂直类型达人。



# 品牌①：林清轩

## 社媒热门内容—围绕以油抗老概念及功效，多维度种草精华油

### 林清轩 X 精华油 热门商业内容

#### 抗老跨脸好物



**标题：**  
28天垮脸自救！这组官配抗老CP我先磕为敬！#林清轩抗老精华油#林清轩抗老cp

**互动量：** 8.2w

#### 精华油选购教程



**标题：**  
25+以油抗老|资深油物选油用油省流版

**互动量：** 4,433

#### 30+人生态度



**标题：**  
30岁 才是更接近理想中的18岁

**互动量：** 7,738

#### 中式护肤美学



**标题：**  
面若桃花的中式气血感美人如何养成？答案就在#徒步丈量世界#以油抗老#林清轩山茶花精华油  
**互动量：** 7.5w

#### 打工人班味爆改



**标题：**  
班味儿垮脸大爆改，国货抗老卷的这么离谱#林清轩山茶花精华油#抗老#打工人  
**互动量：** 4.8w

#### 情侣护肤测评



**标题：**  
人机队友耗时爆改vs轻松搞定水光肌，谁赢了！#j人p人#林清轩山茶花精华油#以油抗老#林清轩  
**互动量：** 4.8w

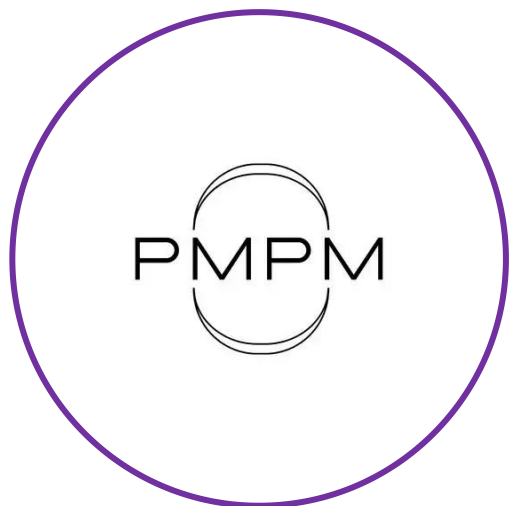
## 品牌②：PMPM偏偏 品牌介绍及简介

### 品牌介绍

PMPM是专注于专业护肤品研发的新锐国货护肤品牌品牌起源于创始团队真实的环球探索经历，致力于将全球探索寻得的**珍稀天然成分**，透过前沿的科研技术提取带给肌肤能量。

MPM的核心精神源自法语“Pour Le Monde, Pour Le Monde”（去往世界，探索世界），品牌口号为“**探索全球，带回肌肤能量**”。

PMPM认为有效护肤取决于配方的合理搭配，独创品牌环球配方公式**X+Y+Z**，其中X代表探索全球发现的自然成分，Y代表的是明星科研成分，Z代表的是前沿国际技术。



# 品牌②：PMPM偏偏 明星产品&核心成分及科技



## 明星产品：PMPM玫瑰精华油

核心成分

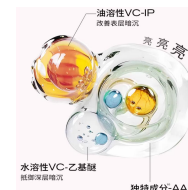
### 双玫瑰

X | 全球自然成分



### 3重聚VC

Y | 前沿科研成分



### 聚C渗透

Z | 先进渗透技术



主打功效

# 赶走暗·糙 唤醒嫩亮肌



# 品牌②：PMPM偏偏 社媒声量表现

- PMPM偏偏品牌声量同比增长近1.5倍，互动量达750万+，品牌营销活动、电商大促助推品牌热度提升。

## 近一年「PMPM」社媒热度表现

2.2万+  
相关作品量

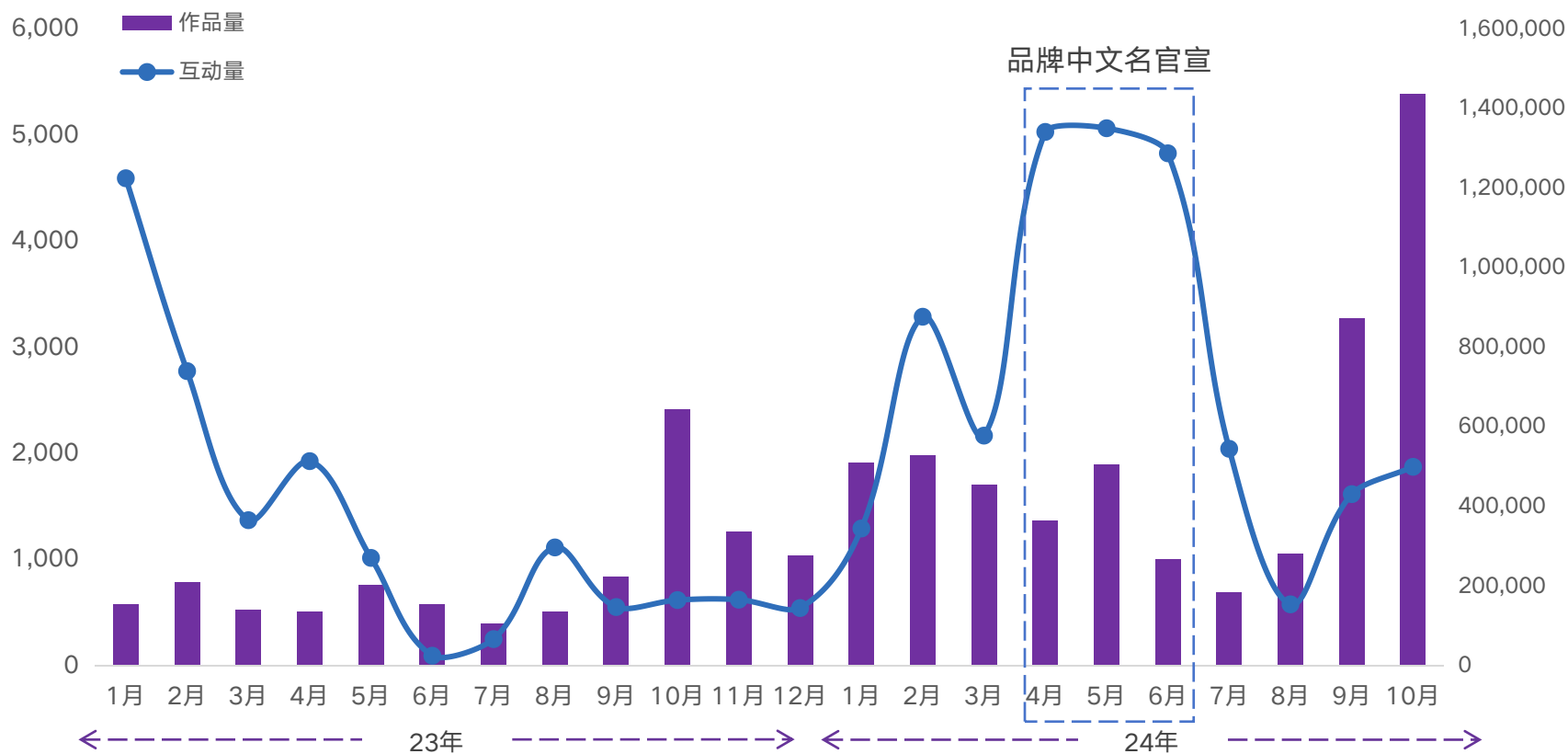
771万+  
相关互动量

+142%  
作品量同比

+90%  
互动量同比

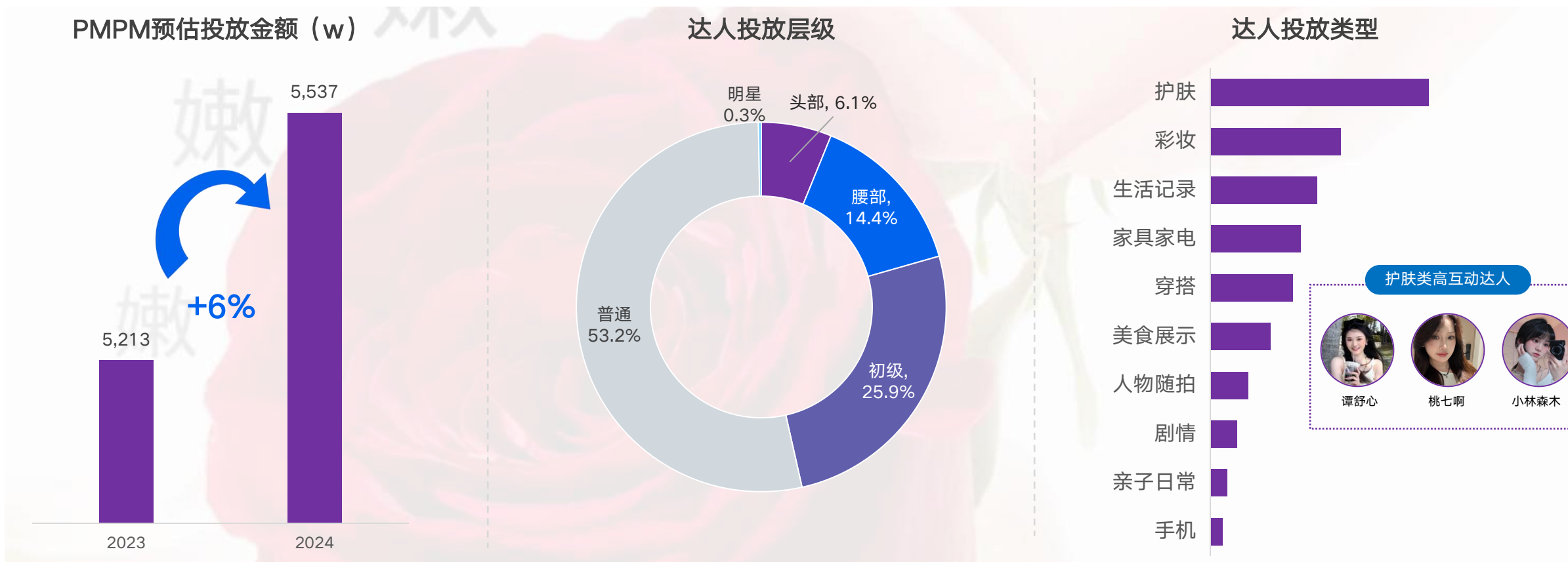


## 「PMPM」社媒声量趋势



# 品牌②：PMPM偏偏 社媒投放表现

- 2024年，PMPM偏偏在社媒平台投入规模基本持平，同比去年投放金额增长6%；
- 以普通达人投放为主，占比超50%，初级、腰部达人辅助声量拓展，达人类型多元化，以护肤、彩妆类为主，生活记录、家居类延伸。



# 品牌②：PMPM偏偏

## 社媒热门内容一强调「嫩亮」功效，从暑假、情侣等多场景切入



### PMPM X 精华油 热门商业内容

#### 嫩亮好物分享



**标题:**  
9.9 再推亿次! 提亮巨牛 穷鬼狂喜  
#精华油 #视频分享好物 #平价好物

**互动量:** 2.0w

#### 新手以油养肤步骤



**标题:**  
新手5min油养按摩跟练 | 36岁嫩亮到发光

**互动量:** 1.2w

#### 护肤逆袭教程



**标题:**  
暑假逆袭!!3招偷偷变美🤫开学惊艳所有人

**互动量:** 1.2w

#### 爆款测评



**标题:**  
霸榜全网的精华油! 脸这辈子没这么嫩亮过!

**互动量:** 3,452

#### 短剧创意植入



**标题:**  
亲爱的大女主，副本之所以是副本，是因为它永远不会是你的主线任务。#PMPM

**互动量:** 14.0w

#### 情侣恋爱日常



**标题:**  
幸福这门课 我每年都拿满分! #王健桢 #情侣日常 #情感共鸣 #PMPM玫瑰精华油

**互动量:** 7.6w



[www.endata.com.cn](http://www.endata.com.cn)

