壁虎看看
bihukankan.com

2023快手美妆行业趋势报告

序言

Introduction

美妆个护行业作为快手的头部行业，是平台生态中的关键角色之一。

在四个大搞战略的深度执行下，哪些品牌与快品牌在 2022 年脱颖而出，哪些爆品将在 2023 年爆发？ 2023 年快手美妆行业将呈现出了哪些的趋势？商家又该如何精准把握消费者需求变化？品牌如何联动达人玩转快手美妆营销？这都是壁虎看看，将通过这份报告为你进行一一解答的。

此次，壁虎看看出品了《2023 快手美妆行业趋势报告》，解读快手美妆个护行业发展趋势，并从行业整体、品类、品牌等视角为商家提供策略参考，旨在助力各类美妆商家能够揭开掘金 2023 年快手美妆行业的钥匙，希望能够为你提供更多参考与启发。

数据说明 ✦✦✦

1. 数据时间周期：2022 年 1 月—2022 年 12 月，具体以各页面说明为准。

2. 研究对象：快手美妆个护类目数据，其中包括面部护肤、彩妆、洗发护发、身体护理、个护仪器等 10+ 细分品类的商品、品牌等数据。

3. 数据来源：基于快手数据参谋平台【壁虎看看】快手版所追踪到的数据，基于隐私及数据安全考虑，本报告数据经过脱敏及指数化处理。

4. 免责声明：由于统计分析领域中的任何数据来源均存在局限性，报告中所估算、分析得出的数据仅供参考。

◎更多详尽数据，请点击登录【壁虎看看】官网查看：https://www.bihukankan.com

Tuition

目录
Contents

01 快手美妆行业趋势

02 美妆品类趋势洞察

03 快手美妆品牌格局

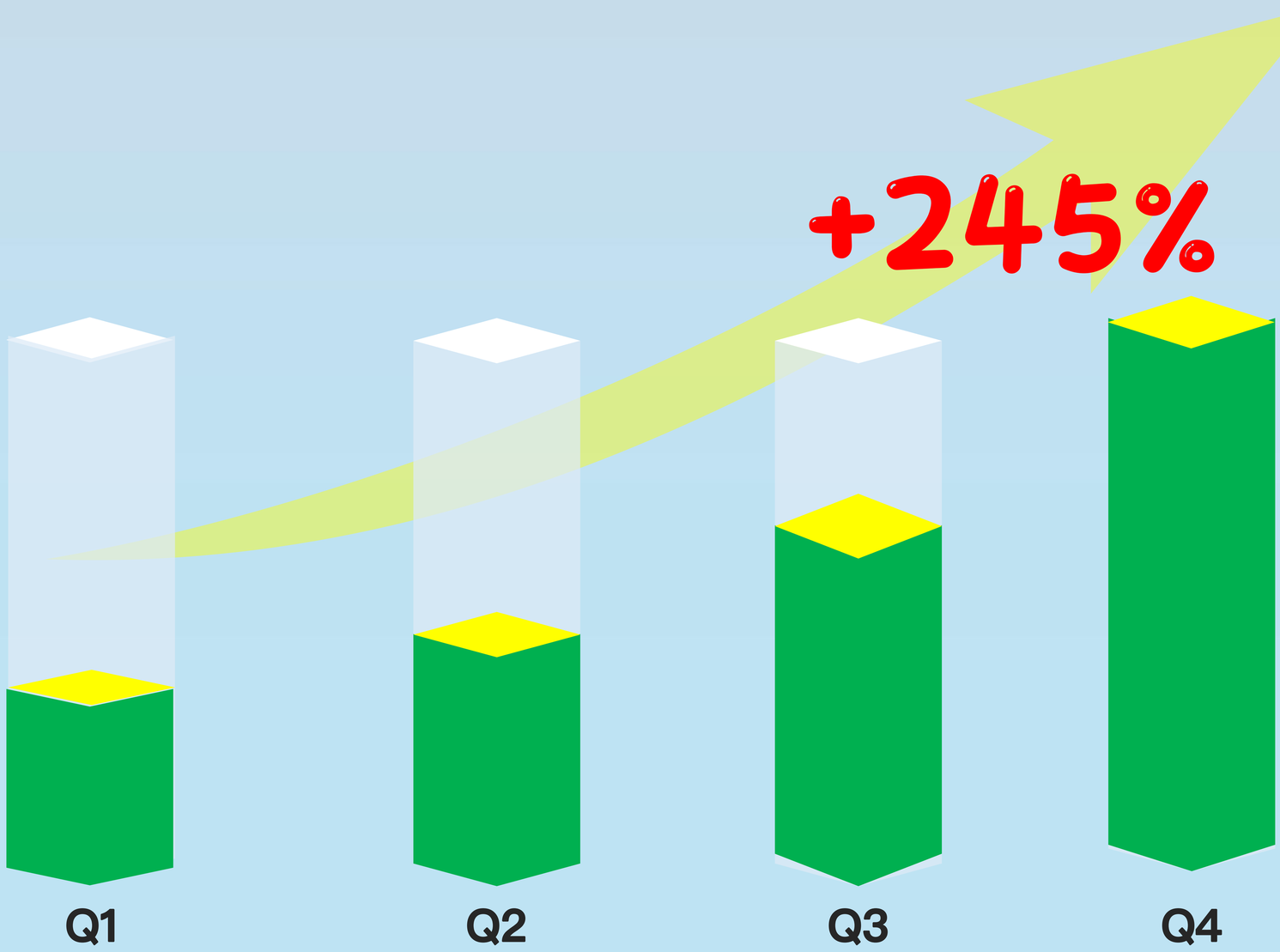
04 美妆达人营销洞察

壁虎看看
bihukankan.com

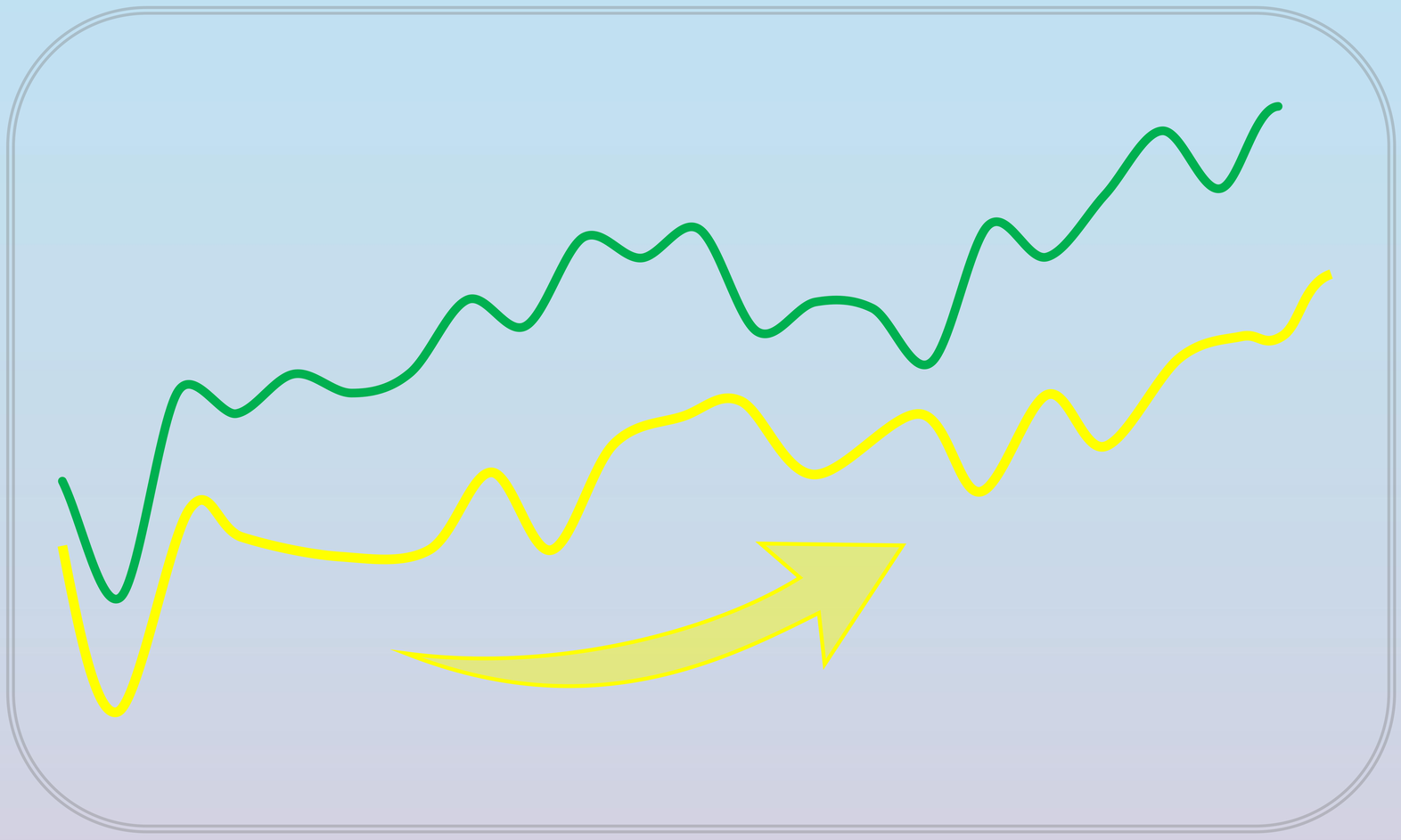
01 快手美妆行业趋势

快手美妆行业增势迅猛

2022年Q4环比2022年Q1GMV增长245%，美妆单场直播GMV破千万近**300**场，美妆达人年度成交破亿近**40**人



在美妆整体增长的过程中，壁虎看看观察到美妆买家与卖家数也在迅速增长，2022美妆类目商品在头部达人直播间的销售额达**百亿**，美妆用户占头部电商达人买家总人数的**76.2%**，且保持**50%+**的高增速。



数据来源：快手公开数据

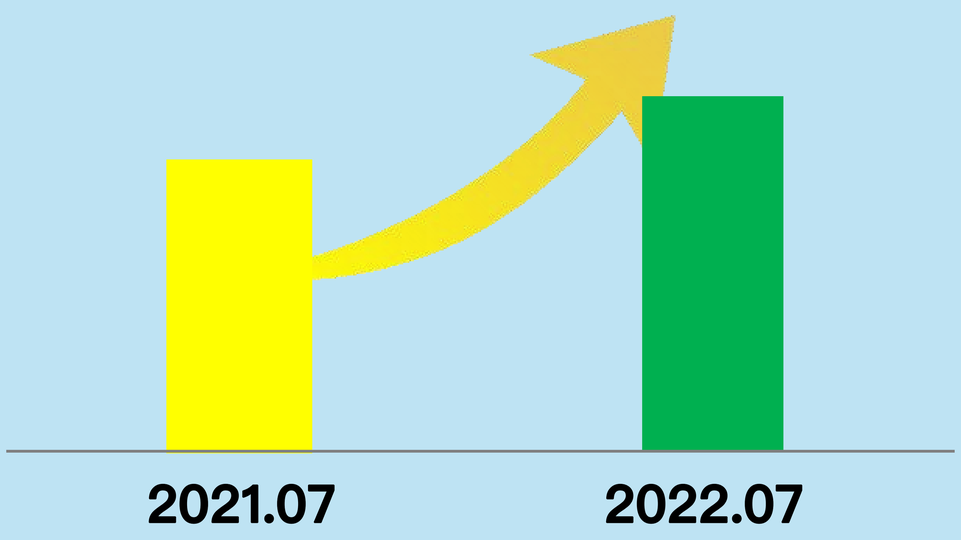
美妆用户增长态势

日均2亿美妆内容消费用户
美妆潜在电商用户高速增长

日均浏览快手美妆视频用户数

+22.8%

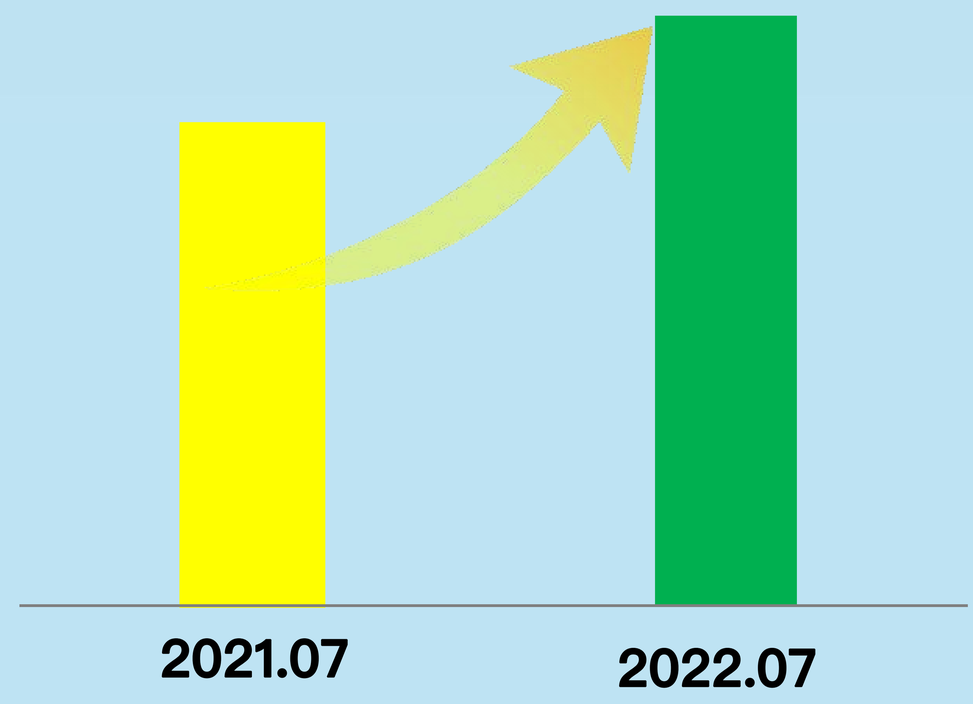
比观看快手整体视频
用户增速高**6+pp**



日均观看快手美妆直播用户数

+37.9%

比观看快手整体直播
用户增速高**20+pp**



截至2022年7月，

平均每天在快手浏览美妆视频的用户超**2亿**，同比增长**22.8%**；

日均观看美妆直播的用户**1亿+**，同比增长**37.9%**

每天同时观看美妆视频和直播的用户同样超过**1亿**，同比增长**34.1%**

数据来源：快手公开数据

美妆达人高速增长

10万+

截至2022年7月快手美妆活跃创作者人数

+30%

22年7月vs21年9月
美妆活跃创作者增长

2.8亿+

活跃创作者覆盖粉丝数
截至2022年7月

*活跃创作者是指统计周期内粉丝大于一定数值，
且周期内公开作品数高于一定数量的创作者

22年7月vs22年1月美妆创作者粉丝电商消费增长

电商订单数增速

电商消费用户增速

数据来源：快手公开数据

美妆用户消费新趋势

成分主义

健康养护备受关注，氨基酸、维生素C、烟酰胺、甘草等护肤成分受青睐

男颜崛起

男性用户在美容护肤、彩妆品类的消费均有高速的增长，具有巨大的挖掘空间

国潮美妆

国潮护肤、国风美妆风靡，消费者更爱契合中式审美与肤质的创新美妆产品

功效优先

抗老、美白、补水、防晒等依旧是护肤的关键词，熟龄女性对抗老抗皱的关注度高

氨基酸

卸妆

补水

原料

美白

胶原蛋白

抗老化

淡斑

玻尿酸

品牌

防晒

抗皱

祛痘

烟酰胺

数据来源：壁虎看看整理

壁虎看看
bihukankan.com

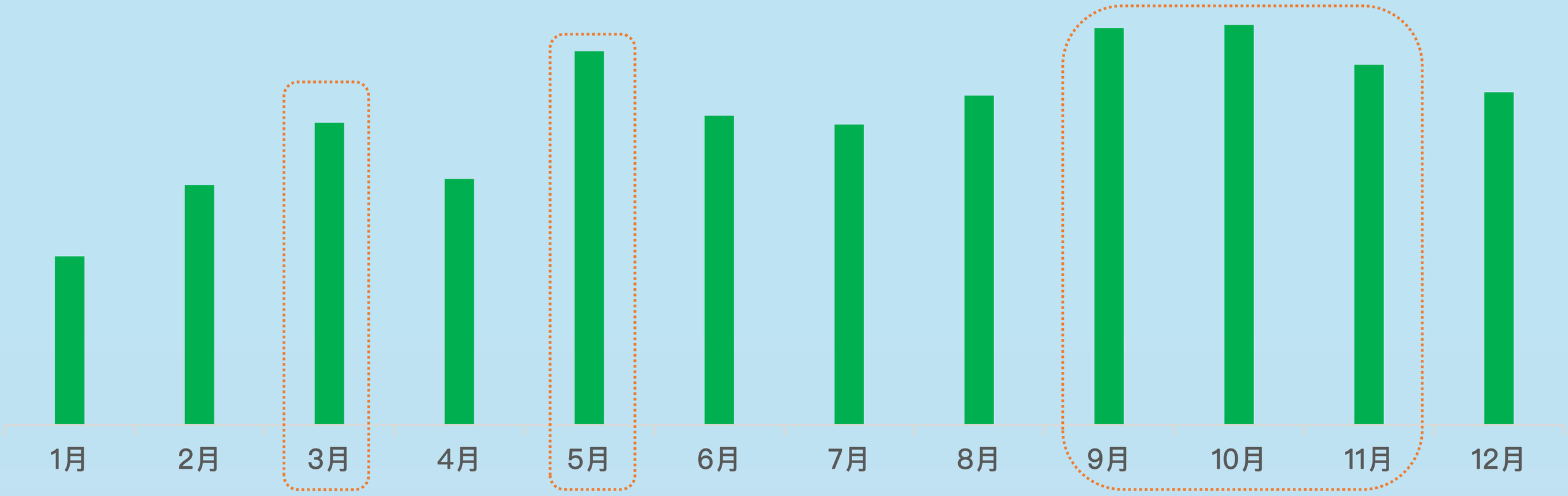
02 美妆品类趋势洞察

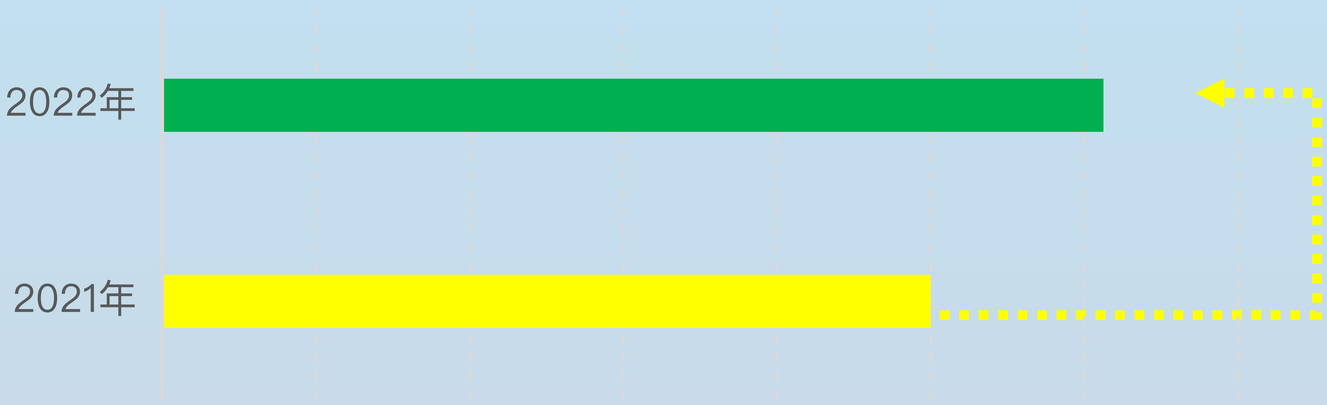
大促推动美妆生意爆发

数据显示，美妆行业的销售高峰，分别出现在3月、5月以及9月–11月，恰好对应了38女神节、616大促以及116大促，可见平台S级大促对行业增长促进作用显著。

同时，以上几个月份又分别对应了春、秋换季以及夏季防晒、补水的护肤关键节点，因此，用户对美妆个护商品的“刚需”推动了GMV的进一步爆发。

2022年快手美妆行业每月GMV趋势





2022年月均消费人数

同比增长**22.5%**

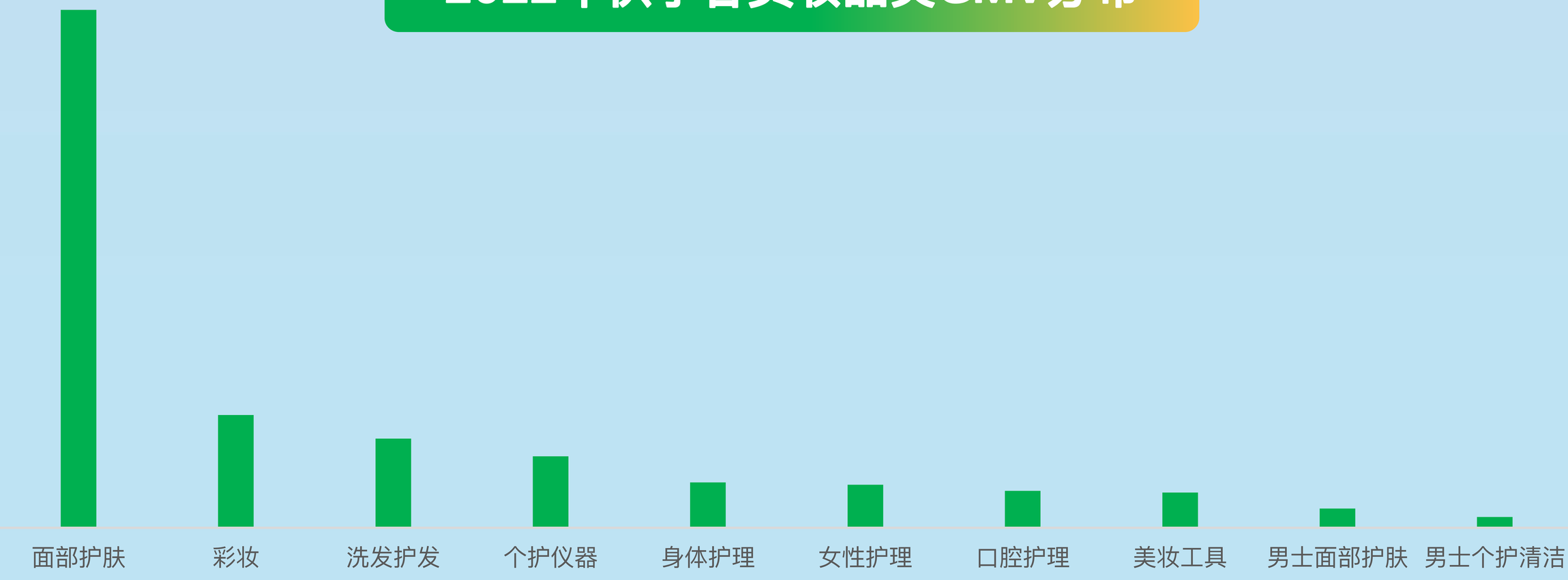
数据来源：壁虎看看快手版

面部护肤品类遥遥领先

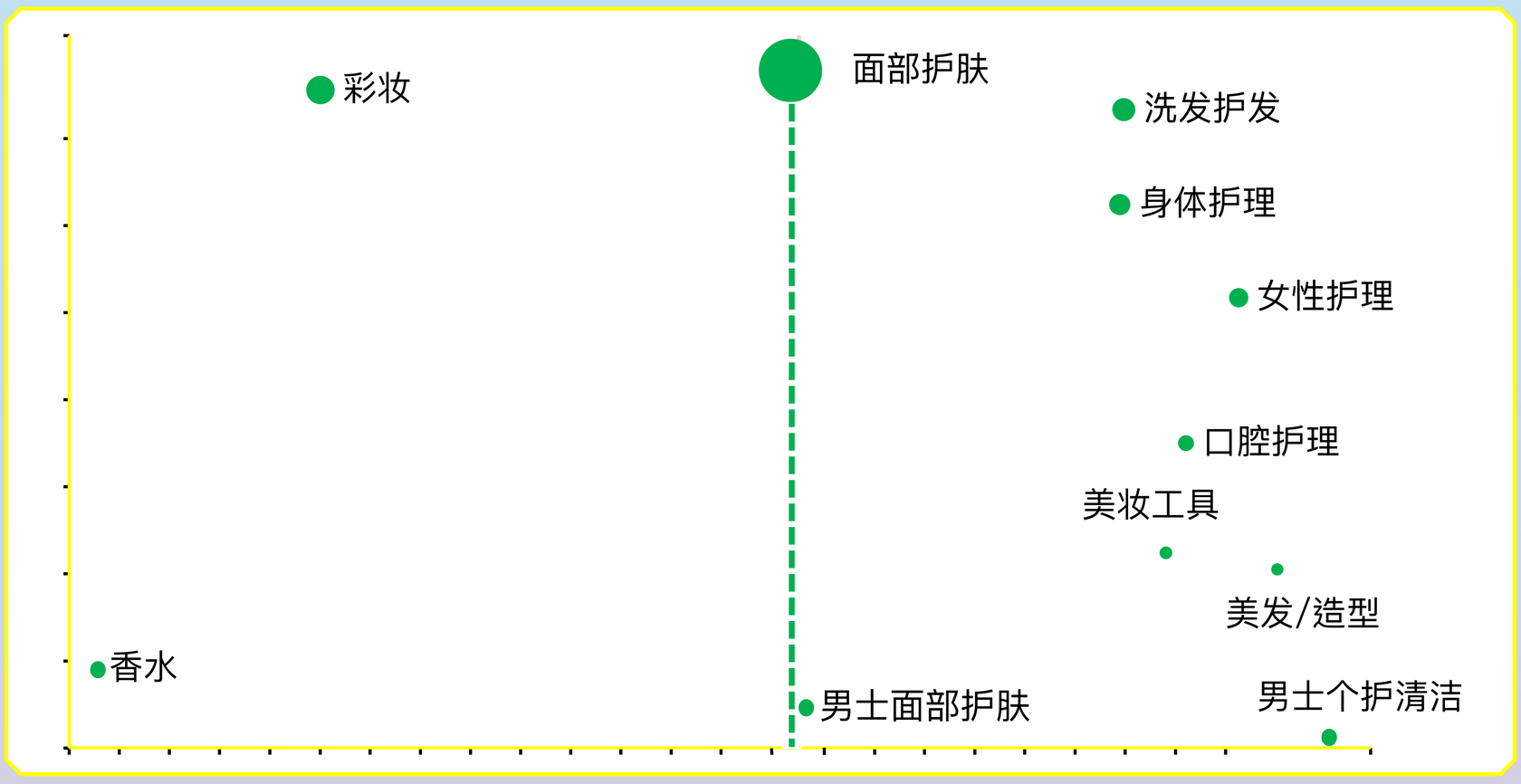
2022年美妆个护中，面部护肤GMV占比最高，接近60%，同时增长势头强劲。

彩妆、洗发护发、身体护理等紧随其后，**男士个护清洁、口腔护理、男士面部护肤**等品类呈现出高速增长态势，是值得发掘的潜力赛道。

2022年快手各美妆品类GMV分布



黑马品类高速增长

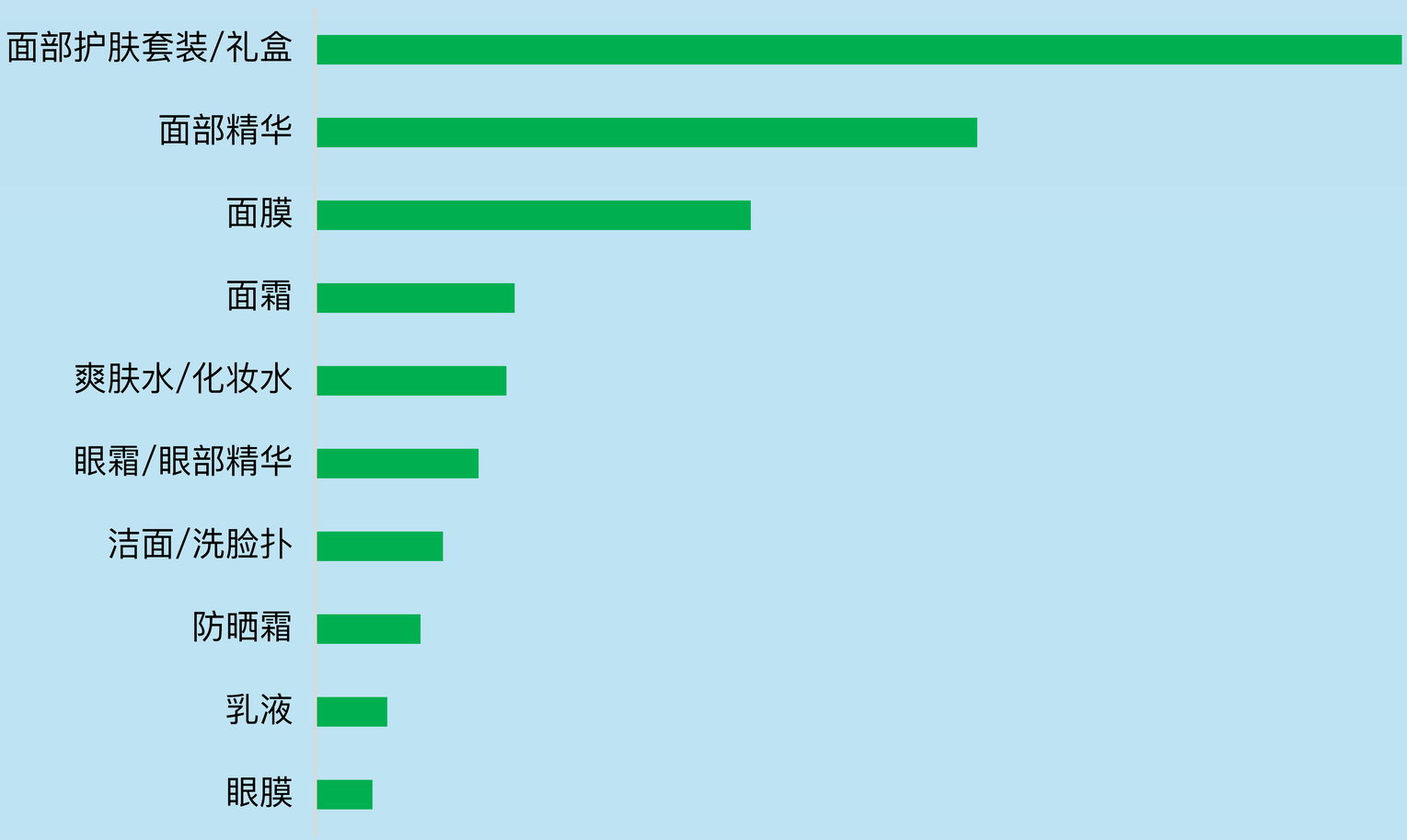


数据来源：壁虎看看快手版

面部护肤套装长期热销

面部护肤类目中，面部护肤套装、精华、面部、乳液、面霜等，仍保持较高GMV规模与增速。在整体稳定增长的趋势下，壁虎看看发现用户对面部护肤的需求也正在不断细分，眼霜、眼部精华、眼膜等商品，在2022年均实现了迅猛增长。

2022年面部护肤累计GMV Top10商品



2022年面部护肤GMV TOP单品举例

面部护肤套装

后天气丹系列礼盒
欧蕙原生至臻系列礼盒套
朵拉朵尚焕颜紧致抗衰套装
韩熙贞复活草精华套盒
苏秘37°时光肌底系列礼盒

面部精华

润百颜美白精华液
黛莱皙富勒烯肌肽精华
朵拉蓝铜胜肽冻干粉
婷美美肌烟酰胺面部精华
雅诗兰黛第七代小棕瓶精华液

爽肤水/化妆水

黛莱皙御用金花黑金水
春之唤逆龄时光水
韩熙贞逆光肌秘保湿爽肤水
朵拉朵尚黄金焕颜精华水
贞采源鲜活莹白爽肤水

面膜

蝶莲娜黄金密罗木睡眠面膜
薇缔玻尿酸密集补水面膜
婷美美肌雪肌美白淡斑面膜
朵拉朵尚紧致胶原面膜
梦希蓝冻干粉水睡眠面膜

面霜

黛莱皙金花焕活臻萃面霜
韩熙贞臻白祛斑霜
春之唤雪之颜亮肤霜
朵拉朵尚美白祛斑霜
蔻辰黑金焕颜面霜

数据来源：壁虎看看快手版

眼霜/眼部精华

黛莱皙藏兰花滋养眼霜

春之唤谷葙舒焕颜眼霜

梦泉蓝铜肽抗皱紧致眼霜

韩熙贞墨兰驻颜精华眼霜

雅诗兰黛小棕瓶抗蓝光眼霜

洁面/洗脸扑

黛莱皙氨基酸嫩肌洁面乳

春之唤酵母氨基酸洁面乳

婷美亲肤柔感洗脸巾

乐比多一次性全棉洗脸巾

韩熙贞复活草净颜柔肤洁面乳

防晒

朵拉朵尚倍护防晒乳

韩熙贞晗煜干爽亲肤防晒霜

怡思丁多维光护防晒液

若泉冰肌修护隔离双萃组合

柏肤源井尚美防晒霜

乳液

黛莱皙十重胜肽美颜乳液

倚后复活草玻尿酸能量精华乳

希思黎全能乳液

朵拉朵尚美白乳

珂蒂颜依克多因安肤乳

眼膜

韩熙贞芋螺肽冻干絮眼膜

朵拉朵尚多肽修护黄金眼膜

兰妆芋螺肽胶原冻干精华眼膜

春之唤水蛭素凝萃修护眼膜

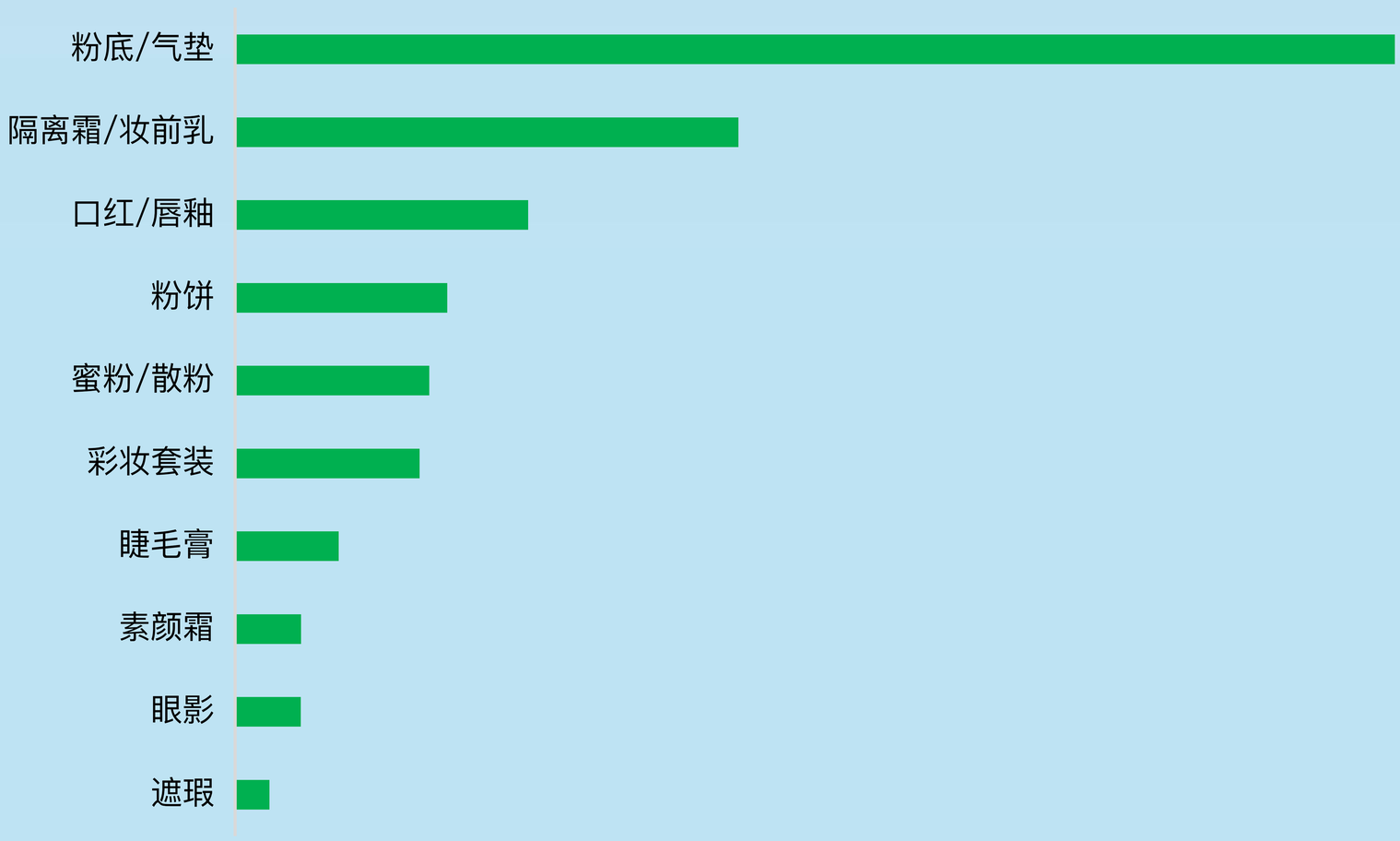
韩熙贞黄金眼膜

数据来源：壁虎看看快手版

彩妆追求更为多元化

彩妆类目，粉底/气垫商品大幅领先，其次为隔离霜、口红。同时，快手用户对自然裸妆投入了更多关注，带动了素颜霜、蜜粉/散粉等商品的销售增长。随着用户关注精致妆感，对妆容的追求更为立体、多元化，给予了彩妆细分商品更多机会。

2022年彩妆累计GMV Top10商品



2022年彩妆GMV TOP单品举例

粉底/气垫

爱敬钻石气垫
娇玛仕奢颜智美裸肌气垫CC
韩熙贞虫草奢润精华粉底液
黛莱皙神采飞扬美肤气垫霜
滋色丝柔持妆粉底液

隔离霜/妆前乳

兰芝雪纱丝柔防晒隔离乳
朵拉朵尚轻透光感隔离乳
黛莱皙水润美肤隔离乳
花西子防晒妆前乳
奢貌奢宠美肌隔离霜

散粉/蜜粉

纪梵希明星四宫格散粉
花西子空气蜜粉
御之梦七宝丝雾定妆散粉
春之唤玉容妆美颜持妆散粉
珂拉琪小雾镜散粉

彩妆套装

花西子东方佳人妆奁彩妆套装
柏肤源国韵经典彩妆套盒
完美日记唇釉礼盒
姬存希月光宝盒彩妆套盒
烙色心动唇釉礼盒

睫毛膏/液

奢貌睫毛早晚精华液
烙色卷发棒睫毛伴侣定型膏
美宝莲睫毛膏
橘朵钢管睫毛膏
KATO-KATO纤长卷翘睫毛膏

数据来源：壁虎看看快手版

口红/唇釉

阿玛尼红管丝绒哑光唇釉

INTOYOU女主角唇泥

纪梵希高定香榭红丝绒唇膏

圣罗兰小金条口红

兰蔻菁纯丝绒雾面唇膏

粉饼

娇玛仕五花肉高光粉饼

纳斯流光美肌轻透蜜粉饼

滋色安德森猫系列粉饼

美诺定妆粉饼

蜜丝婷极光羽翼粉饼

素颜霜

ZEESEA滋色素颜霜

御之梦樱桃精粹素颜霜

玖瑟烟酰胺三效滤镜霜

韩熙贞咖啡慕斯素颜霜

透蜜水漾美肤素颜霜

眼影

完美日记十二色动物眼影盘

橘朵七巧板玩趣七色眼影

3CE九色纷呈眼影盘

Color Candy糖果彩色眼影盘

完美日记原石九色眼影

遮瑕

滋色水漾无瑕遮瑕液

美蒂秋芙乐得遮瑕液

美宝莲橡皮擦遮瑕笔

透蜜莹润无瑕三色遮瑕膏

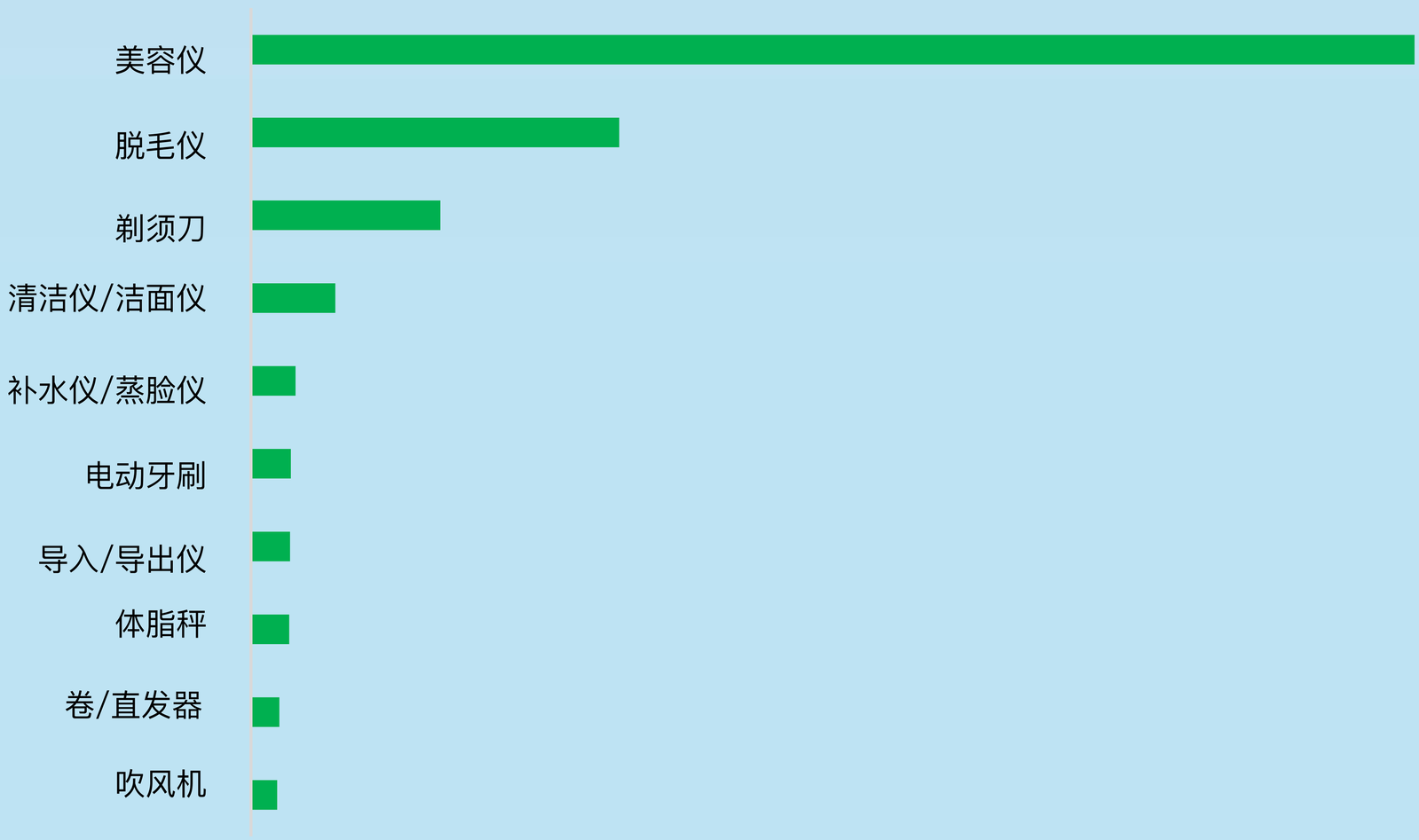
媞妃特丝柔焕颜三色遮瑕膏

数据来源：壁虎看看快手版

个护仪器重在精致细分

便携、家用、智能是个护仪器商品的热销密码。用户消费偏好度上，男性对剃须刀、理发器购买偏好度高，女性则对美容仪、脱毛仪、清洁仪等情有独钟；电动牙刷，作为热门趋势商品，则受全年龄层的喜爱。

2022年个护仪器累计GMV Top10商品



2022年个护仪器GMV TOP单品举例

美容仪

AMIRO六极射频美容仪
Comper大眼仔射频美容仪
初普奇迹S脸部射频美容仪
蔻辰射频护肤美容仪
宙斯美容仪

脱毛仪

Ulike蓝宝石冰点脱毛仪
BoSidin双脉冲脱毛仪
JOVS VENUS光子嫩肤脱毛仪
AMIRO红光波脱毛仪
ELLKII光波冰点脉冲脱毛仪

剃须刀

飞利浦电动剃须刀
飞科小飞碟剃须刀
映趣全身水洗电动剃须刀
超人智能三头剃须刀
斯恩普磁吸式电动剃须刀

清洁仪/洁面仪

薇新小绿钻黑头仪
usmile冲牙器
杰斯通可视化小气泡清洁仪
曲草堂吸出黑头神器
华为冲牙器

补水仪/蒸脸仪

韩熙贞纳米补水注氧仪
朵拉朵尚蒸脸仪
ERIMOTA注氧仪水光补水仪
美肌颜蓝光纳米注氧仪
艾丝拉注氧仪

数据来源：壁虎看看快手版

电动牙刷

飞利浦声波电动牙刷

usmile电动牙刷

GOODPAY声波电动牙刷

舒宁智能磁悬浮电动牙刷

荣事达小蛮腰电动牙刷

导入/导出仪

金稻冷热射频仪精华导入仪

飞莫HiMESO纳米微针导入仪

玛可蓓莉超声波射频导入器

ReFa射频导入仪

贝立凯提拉紧致导入仪

体脂秤

有品PICOOC智能体脂秤

TCL体脂秤

沃乐智能体脂秤

金正体脂秤

沪众智能蓝牙体脂秤

卷/直发器

inFace直发梳

金稻负离子直发梳卷发棒

诺为全自动卷发棒

雷瓦猫爪蛋卷棒

lena全自动卷发棒

吹风机

戴森新一代吹风机

超人负离子吹风机

匹奇负离子吹风机

小适电吹风机

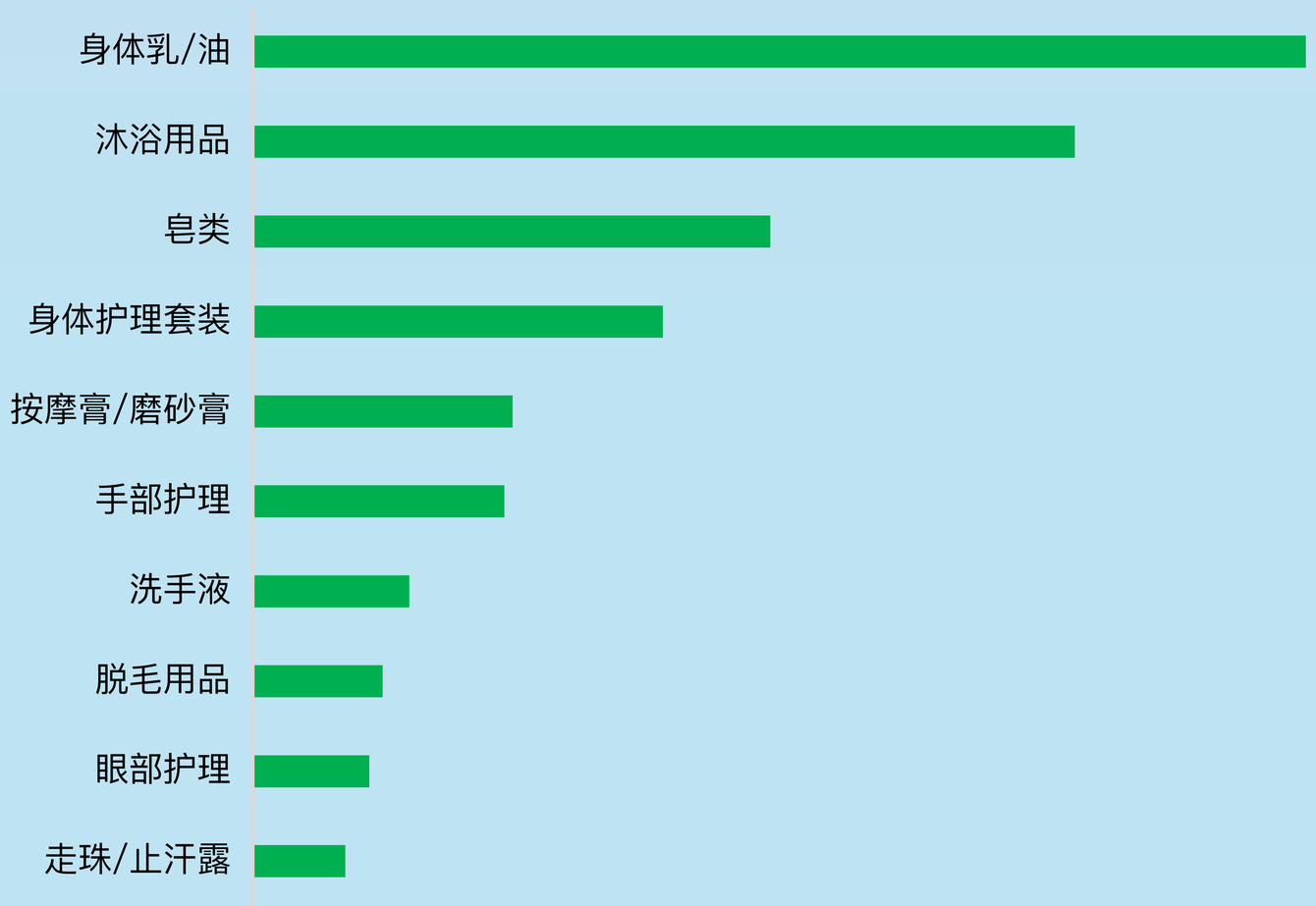
康夫电吹风机

数据来源：壁虎看看快手版

身体精油势不可挡

身体精油，成为身体护理品类中增速最快的商品，并且GMV体量也在不断扩大，可以看出人们不仅重视面部护肤，同时开始关注对全身肌肤的细致关注。根据用户需求推出的身体护理套装，组品灵活度大，也备受主播与用户的双向喜爱。

2022年身体护理累计GMV Top10商品



2022年身体护理GMV TOP单品举例

身体乳/油

珂洛帝斯琥珀嫩肤精粹油
御之梦烟酰胺保湿身体乳
半亩花田身体乳
艾丝拉植物舒缓按摩油
SORO MOON护理精油

沐浴用品

力士奢宠香氛沐浴露
多芬沐浴露
朵拉朵尚净肤香氛沐浴露
LG安宝笛香氛沐浴露
西亚斯沐浴露

皂类

奢貌手工山羊奶皂
柏肤源苦参金箔净螨皂
卡珀雅苦参净螨皂
朵拉朵尚手皂
半亩花田茶树皂

身体护理套装

娇玛仕儿童洗发+沐浴+润肤霜
韩熙贞黑灵芝精萃洗护组合
江南印象植物香水洗护沐组合
PANYI水润套装
半亩花田洗护组合

按摩膏/磨砂膏

卡诗兰舒缓膜缓解肌肤按摩膏
Krauterhof德国马膏马栗膏
施丹兰去角质身体磨砂浴盐
半亩花田冰淇淋磨砂膏
蔻辰柔肤焕采面部磨砂膏

数据来源：壁虎看看快手版

手部护理

娇玛仕细腻舒滑滋润手膜

梦泉玫瑰滋养手膜

韩熙贞鱼子酱胶原精粹护手霜

凡士林经典修护晶冻

朵拉朵尚手膜霜

洗手液

舒肤佳抑菌洗手液

威露士健康抑菌洗手液

滴露抑菌洗手液

杜优克泡沫洗手消毒液

南堡滋润柔肤洗手液

脱毛用品

娇玛仕臻皙美白净润脱毛组

合薇婷Veet脱毛膏

水之蔻凝萃舒缓脱毛膏

玛贝拉丝滑沁润脱毛膏

柏肤源丝滑美肌脱毛膏

眼部护理

珍视明小黄鸭联名眼部清洁液

朵拉朵尚薰衣草蒸汽眼罩

闪亮天天蓝莓叶黄素护眼贴

南京同仁堂恩视明洗眼液

珂洛帝斯沉香蒸汽眼罩

走珠/止汗露

拜迪生物巧然堂腋露

妮维雅精华爽身走珠液

帝蘭香妃香体露

水之蔻香体走珠露

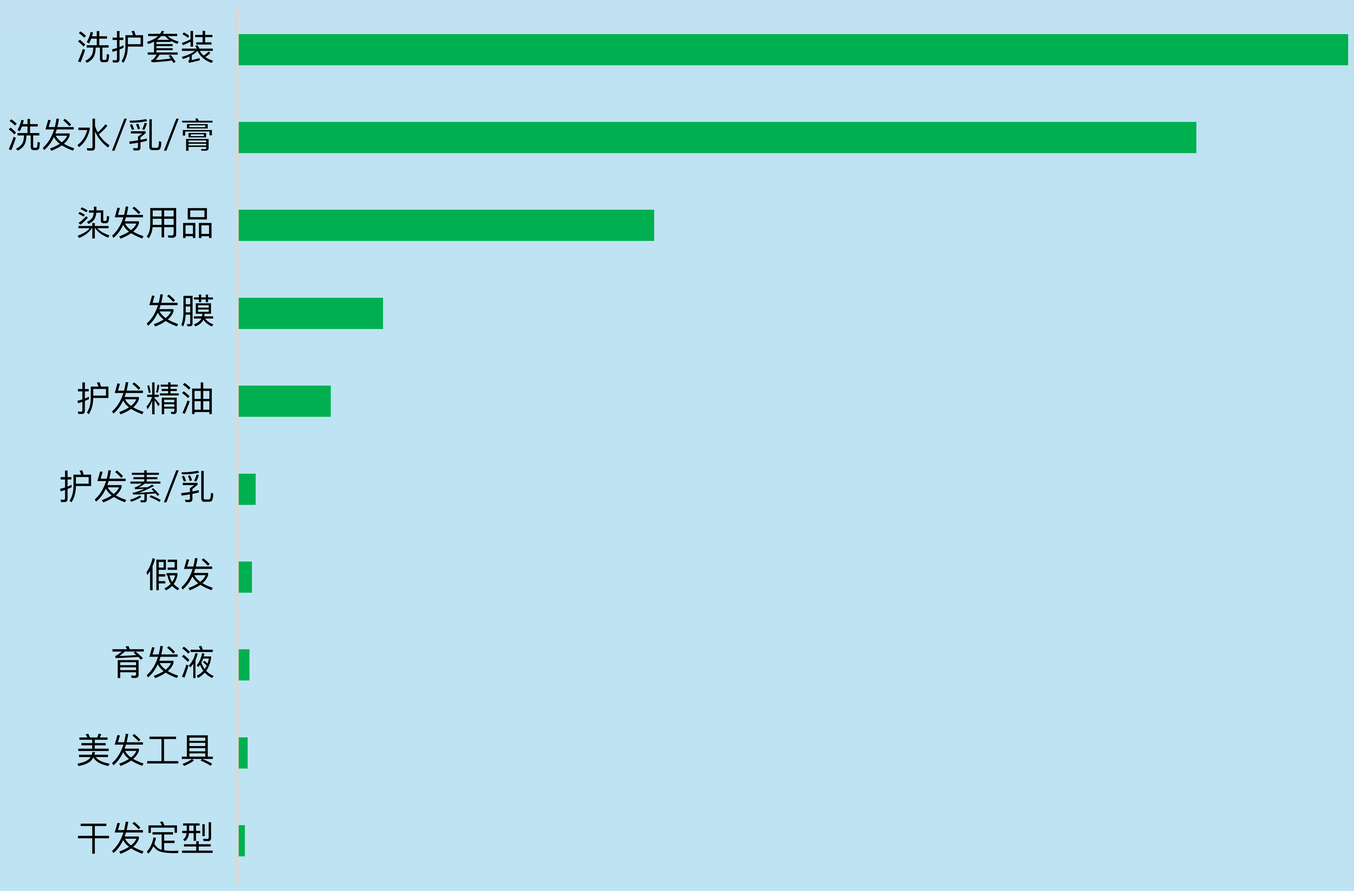
尼可净净味香体露

数据来源：壁虎看看快手版

头发养护、防脱成趋势

洗发护发类目中，洗护套装最受消费者喜爱，尤以年轻人对洗护套装的偏好度更为明显。另外，护发精油、发膜等深层级护理商品开始受欢迎，假发、育发液这类切中用户痛点的商品同样增速喜人。

2022年洗发护发累计GMV Top10商品



2022年洗发护发GMV TOP单品举例

洗护套装

芈蕊奢宠洗护系列
高缇雅防脱洗发护发组合
沙宣修护水养洗护套装
蜜颜皙玻尿酸柔顺洗护套装
蕊奢宠洗护系列洗发水+护发素

洗发水

滋源润泽柔亮馨香洗头水
朵拉朵尚蓬松去屑洗发水
黛莱皙茶树植萃去屑洗发露
清扬樱花沁爽去头屑洗发水
阿道夫生姜防脱育发洗发水

染发用品

南京同仁堂植物色素染发露
柏肤源懒人梳威妮雅染发霜
多爱纯泡泡染发剂
睿嫣润膏炫彩泡泡染发剂
宣若cielo日本进口染发霜

发膜

韩熙贞黑松露发膜
沙宣修护水养发膜
御之梦嘭嘭莹润发膜
朵拉朵尚赋活奢润发膜
丁家宜奢护润养香氛发膜

护发精油

菲诗蔻护发精油小苍兰香
倩滋摩洛哥护发精油
珂洛帝斯雪松头皮精油
仁和爱肤宜人参首乌精华液
御之梦轻盈花语护发精油

数据来源：壁虎看看快手版

壁虎看看
bihukankan.com

03 快手美妆品牌格局

快手电商美妆品牌格局

从品牌格局来看，国产品牌占据半壁江山，表现优于国际品牌，根植于快手生态的快品牌更是发展迅猛，另外产业带商家也在摩拳擦掌冲刺优质快品牌，在大搞快品牌、大搞品牌的推动之下，快手美妆品牌发展呈现“你追我赶”的竞争态势。

护肤品牌营销指南

2022年快手护肤GMV TOP100品牌占据护肤品类总GMV的57.6%，头部效应明显，但头部品牌中，既有后、雪花秀等国际品牌，韩熙贞、谷雨等国内新锐品牌，也有朵拉朵尚、黛莱皙等快品牌，各类优质护肤品牌都在共享快手平台红利。年轻人对国产品牌有着天然的亲切感，品牌应该把握达人种草、短视频带货、直播带货等多元经营模式，实现爆发。

2022护肤类GMV TOP品牌举例

韩熙贞　后　AMIRO　雪花秀　欧诗漫

薇诺娜　谷雨　珀莱雅　半亩花田　欧蕙

2022护肤类GMV TOP快品牌举例

朵拉朵尚　黛莱皙　娇玛仕　梦泉　春之唤

御之梦　珂洛帝斯　倚后　芈蕊　柏肤源

数据来源：壁虎看看快手版

彩妆品牌营销指南

相较于过去“女为悦己者容”，当下女性更为注重自我感受与体验，追求更为标新立异的表达，同时，男性对彩妆的关注也在崛起，品牌不妨尝试打破常规，做好细分需求的精准定位，在黑皮、国潮、复古、野性等妆容风格的个性领域进行突破，在营销端则主张契合用户的精神共鸣，突出每个消费者的与众不同。

2022彩妆类GMV TOP品牌举例

滋色　爱敬　珂拉琪　纪梵希　奢貌

花西子　谷雨　透蜜　雅诗兰黛　韩熙贞

2022彩妆类GMV TOP快品牌举例

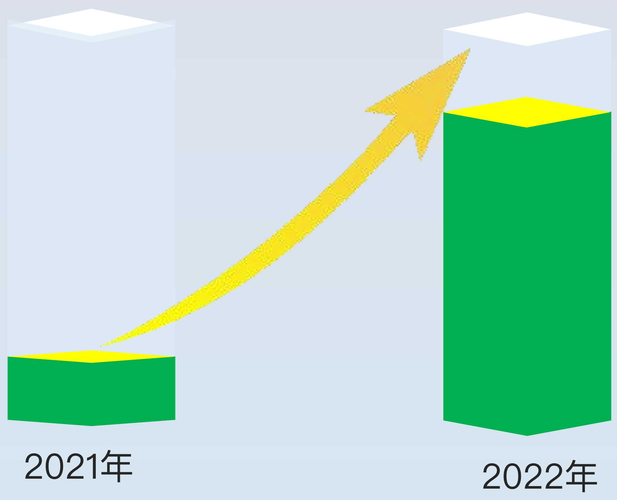
黛莱皙　春之唤　蔻辰　朵拉朵尚　娇玛仕

花西子　倚后　芈蕊　柏肤源　御之梦

数据来源：壁虎看看快手版

珀莱雅：爆款套组+营销大场

2022年珀莱雅快手品牌自播GMV情况



2022年珀莱雅在快手取得高速增长，分销与自播业务齐头并进，其中品牌自播方面表现尤为出色，用一个公式来总结珀莱雅在快手的爆发，那就是：“爆款套组+营销大场”。

具体营销策略可拆解成以下几点：

- **专业化团队配置**：在正式入局快手之后，珀莱雅迅速构建起了一支专业的专业的直播运营团队，全力投入快手自播
- **精细化运营**：珀莱雅持续优化货品套组策略，选择适配快手生态、符合直播算法货品结构的商品主推，打造水动力等多个快手爆品套盒
- **大场练兵**：借助造节GMV屡创新高，通过大场爆发带动整体GMV增长双11大场GMV环比增长300%

壁虎看看
bihukankan.com

04 美妆达人营销洞察

快手达人营销价值模型

为了全面、综合评估达人营销价值，让达人推荐更具「力量」，有「理」可依，快手综合打造达人短视频营销价值的模型，提出了**“5力模型”**。

根据不同特色达人，以快手达人核心营销价值为先导，围绕达人吸粉能力、作品传播、粉丝粘性、商业合作、成本等5大方向，科学、全面、精细地总结出达人**「发展力」**、**「传播力」**、**「号召力」**、**「商业力」**、**「性价比」**5大维度能力评估数据，以满足品牌评估、筛选达人的需求。

发展力

粉丝增长量 | 粉丝增长率 |
达人短视频活跃粉丝占比增长值

性价比

预估CPM | CPC | CPE

传播力

自然作品中位数 | 自然作品完播率 |
自然作品互动率

商业力

接单率 | 完单率 | 完单数 | 商单播放中位数 | 商单完播率 | 商单互动率

号召力

粉丝量 | 短视频活跃粉丝占比 | 粉丝互动率 | 粉丝观看达人短视频时长 | 当前粉丝GMV | 复购频率

案例1 某国际品牌：美妆+科普+剧情多类型达人扩圈驱动

联动达人打造网感型话题

古人为了永驻青春到底有多荒唐?

假如时间停止，你会做什么?

「职场小人」：
僵滞细胞正在蔓延……

人类迷惑传染行为！你中了几招？#抗老##护肤#

人体衰老的秘密是什么？认真看完这个视频，你会找到答案！

多圈层达人合作

40%
头部达人

60%
腰部达人

20%
颜值达人

40%
科普达人

40%
短剧达人

合作达人全方位科普护肤内容

100%
的作品**5秒完播率**高于行业大盘

80%
的作品**互动率**高于行业大盘

60%
的作品进入**“TOP审”**

案例1 某国际品牌：美妆+科普+剧情多类型达人扩圈驱动

合作达人

@X事件簿

短剧达人

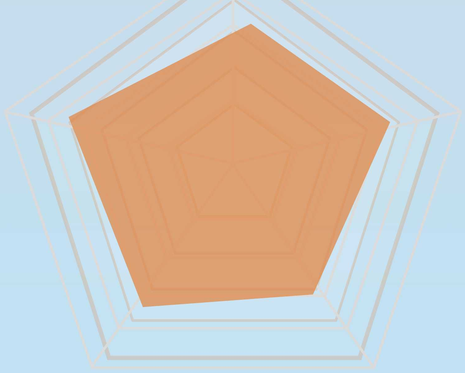
粉丝290.1W

发展力

- 粉丝增长增速高于平均值

性价比

- CPE表现优于同行业同粉段达人



传播力

- 拥有多个100万+点赞作品

商业力

- 达人合作的顺畅度及商单效果优异

号召力

- 粉丝数为290.1W；

合作达人

@科学旅行号

科普达人

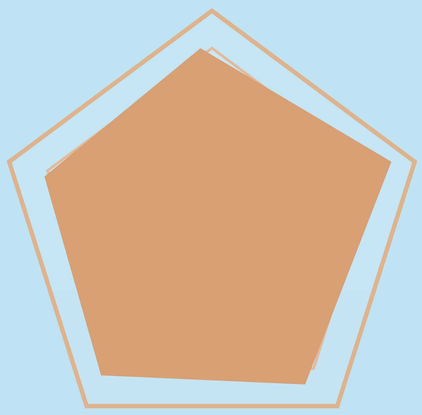
粉丝856.6W

发展力

- 涨粉增速高于垂类达人平均水平

性价比

- 性价比同行同粉段达人排名第5



传播力

- 自然作品互动率高于平均值

商业力

- 达人合作的顺畅度及商单效果优异

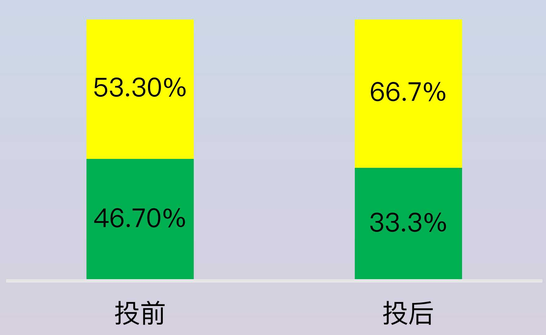
号召力

- 粉丝数达856.6W；
- 同行同粉段达人排名第2

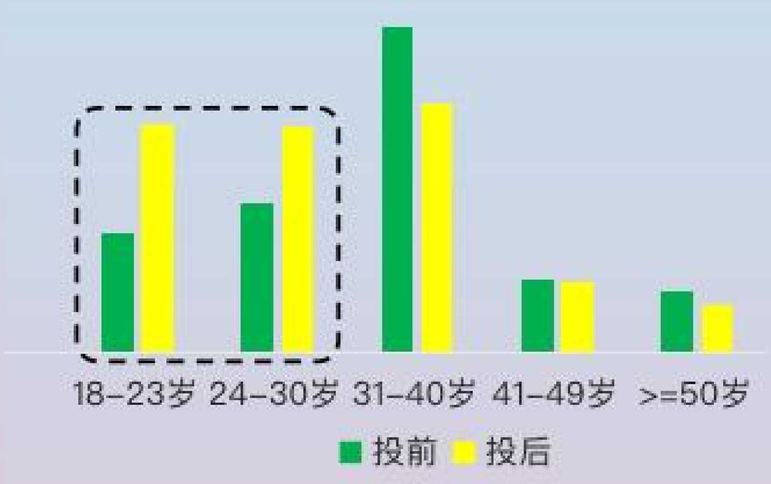
达人营销效果

达人种草内容有效触达了更精准人群，触达更年轻女性、准备抗衰老或年轻初衰老人群

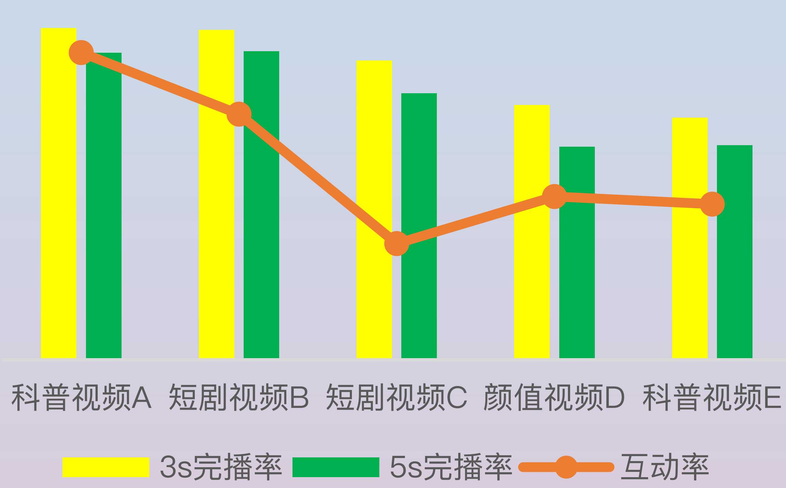
达人投放后女性用户占比提升13.4%



18-30岁适龄区间人群增加



科普、短剧类视频3秒、5秒完播率优异，互动率高，助力产品拓圈



案例2 某护肤品牌：种草+拔草一站式王炸出圈

品牌达人选择及组合策略

塑造抗敏权威形象：凭借“专注敏感 实力修护”抗敏专家的品牌定位，重点塑造产品修护敏感肌的“权威性”特征，以权威的抗敏达人帮助产品占领用户心智，深化产品特性。

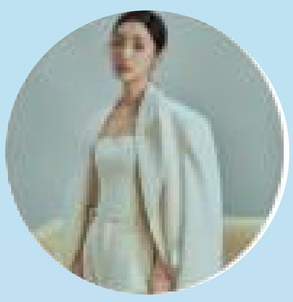
精准锁定护肤达人：高优选择“权威+护肤”领域抗敏达人，打造达人愈敏直播活动，围绕敏感肌主题，从不同护肤领域主播多角度证言，帮助产品塑造口碑，影响粉丝对产品种草，从而形成快速产品转化。

垂类配比：贴合产品抗敏专家的特点，从女性对肌肤问题的困扰出发，圈选有实力的权威护肤领域达人，通过权威的医生、科研、美肤类护肤达人,帮助产品深化人群认知。

达人组合

医生	产品研发	科研	护肤	化妆
20%	10%	20%	30%	20%

合作达人



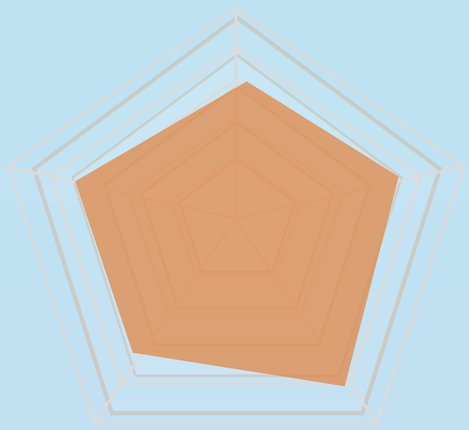
@小冠军

护肤达人

粉丝627.1W

性价比
- CPE表现优异

发展力
- 同行同粉段达人排名前列



传播力
- 产品测评、推荐自然，商单播放量高于垂类平均值

商业力
- 达人合作的顺畅度及商单效果优异

号召力
- 粉丝数为627.1W

达人营销效果

2亿+	84.6万	20倍+
视频播放量	作品点赞量	自播GMV环比提升

品牌搜索热度飙到峰值，较活动前提升 549.79%

直播课堂，48%的粉丝近一周观看直播≥4次，75%以上为品牌TA人群