

MINTEL

BLACK
SWAN
DATA

下一步是什么 在K-Beauty中 ?

从首尔到美国本土



K-Beauty已经成为一个 无法阻挡的力量 这正在
重塑西方护肤品和化妆品。

其影响力，由韩国文化的兴起——从K-驱动
从泡泡剧和韩剧到时尚和美食——现在树立了在美妆领域创新、功效和
体验的标准。

在本报告中，我们将分析准备好从首尔跃入美国的下一代K-Beauty趋势。

我们整合了数据、见解和专业知识 黑天鹅 和 Mintel 展望这一空间的前
景。

并探索2026年品牌的机会
超越。

作者



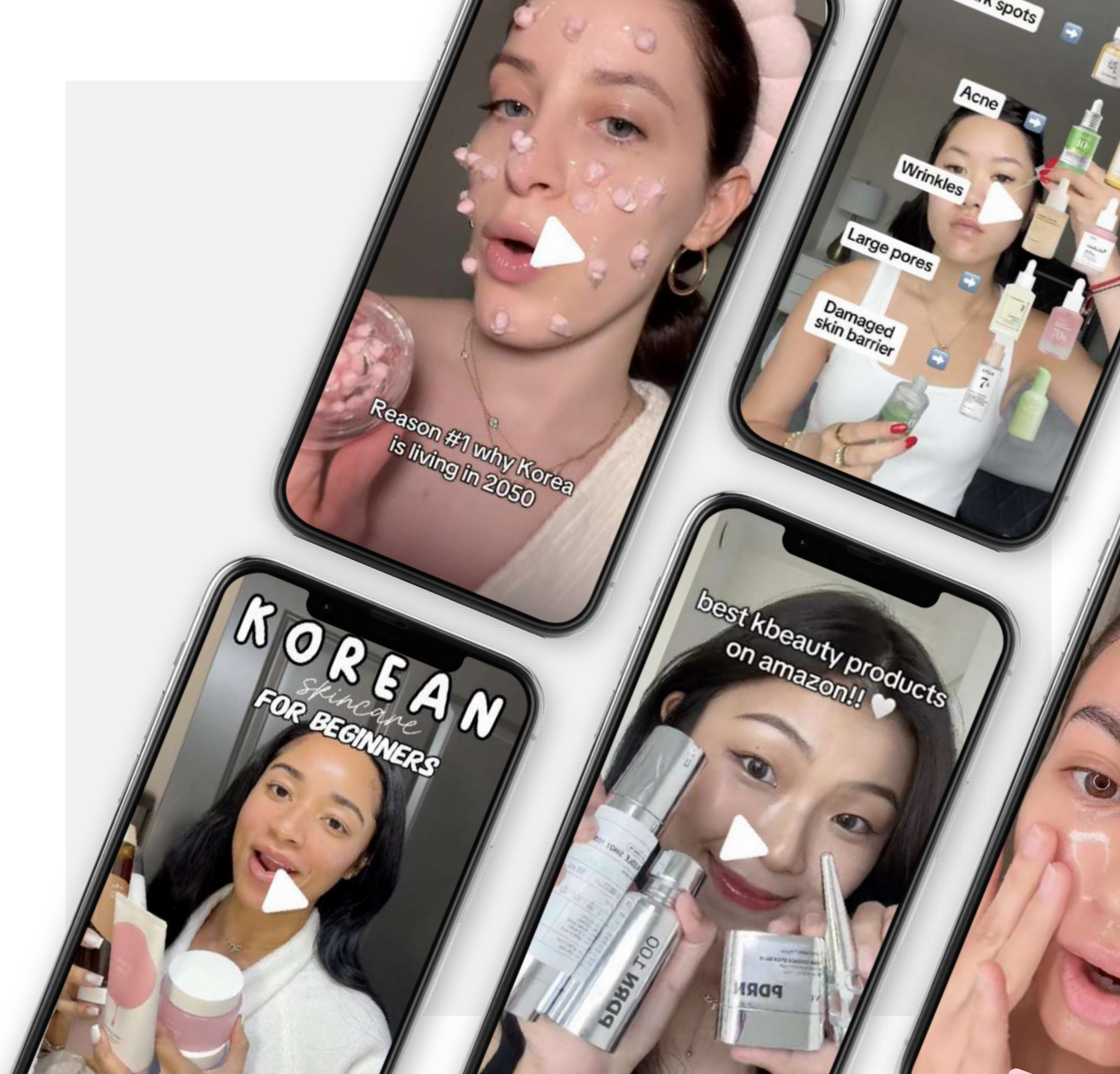
凯瑟琳·普劳斯-斯蒂恩坎普
洞察顾问，黑天鹅数据



维维安·拉udded
高级顾问 明泰



安德鲁·麦克多格尔
总监，美容及个人护理，Mintel



欢迎来到 K-Beauty 3.0

K-Beauty通过一系列独特的创新浪潮，在西方留下了印记，每一次浪潮都反映了不断发展的审美理念和消费者需求。

从2011-2015年我们看到了 **新颖性与游戏** 向西方介绍K-Beauty的魅力，用俏皮、古怪的方式像片状面膜、BB霜和蜗牛粘液这样的产品。

后来， **仪式与健康** (2016-2022)带来了护肤作为生活方式的更深关注：标志性的10步护肤程序、精华和精华素的叠加以及追求“玻璃肌”“皮肤”。这个时代将K-Beauty重新定义为一种自我护理和健康仪式，将功效与放纵相结合。

而现在，我们正进入一个新时代：**K-Beauty 3.0** - 由尖端的皮肤科技工具和人工智能驱动定义诊断，以微生物组为重点的配方和来自日益多样化的消费者群体的需求。



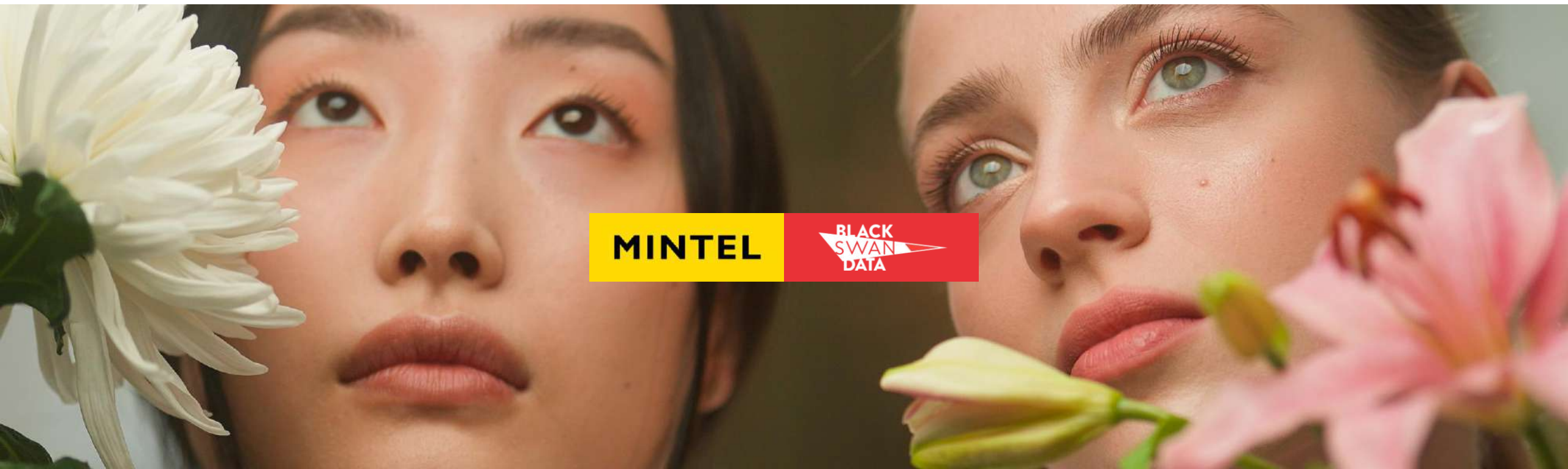
Andrew McDougall, 美丽及个人护理总监, Mintel



黑天鹅数据现已成为 Mintel 的一部分

我们新的合作伙伴关系提供了最完整和预测性的消费者行为视图。

Mintel 了解市场和品类，它们是如何演变的以及为什么。黑天鹅预测消费者 想下次 一起，我们将早期趋势信号转化为机会空间，并将机会空间转化为货架上的获胜产品。





内容

第一部分 景观

第二部分 市场

第三部分 机会

第四部分 新产品跳板

风景

在这一节中，我们使用一个 **增长驱动框架** 分析韩国和美国消费者不断变化的需求和需求信号。



护肤成瘾

K-Beauty是一个 **护肤优先** 哲学——植根于化妆应增强自然之美，而非掩盖之信念。

最终目标 'gwang' 或者发光的皮肤不能通过表面级产品实现。

它需要持续、分层的护理，优先考虑预防和保护、屏障强度和长期健康，而不是短期修复。

相比之下，西方护肤则要反应性得多——瞄准受损或需要关注的区域。消费者想要提供即时、美观效果的极其便利的产品。

通过分析韩国护肤和不同的需求
西方消费者，我们可以预测下一波韩妆趋势可能会从 **东西走向**。



黑天鹅的数据解释

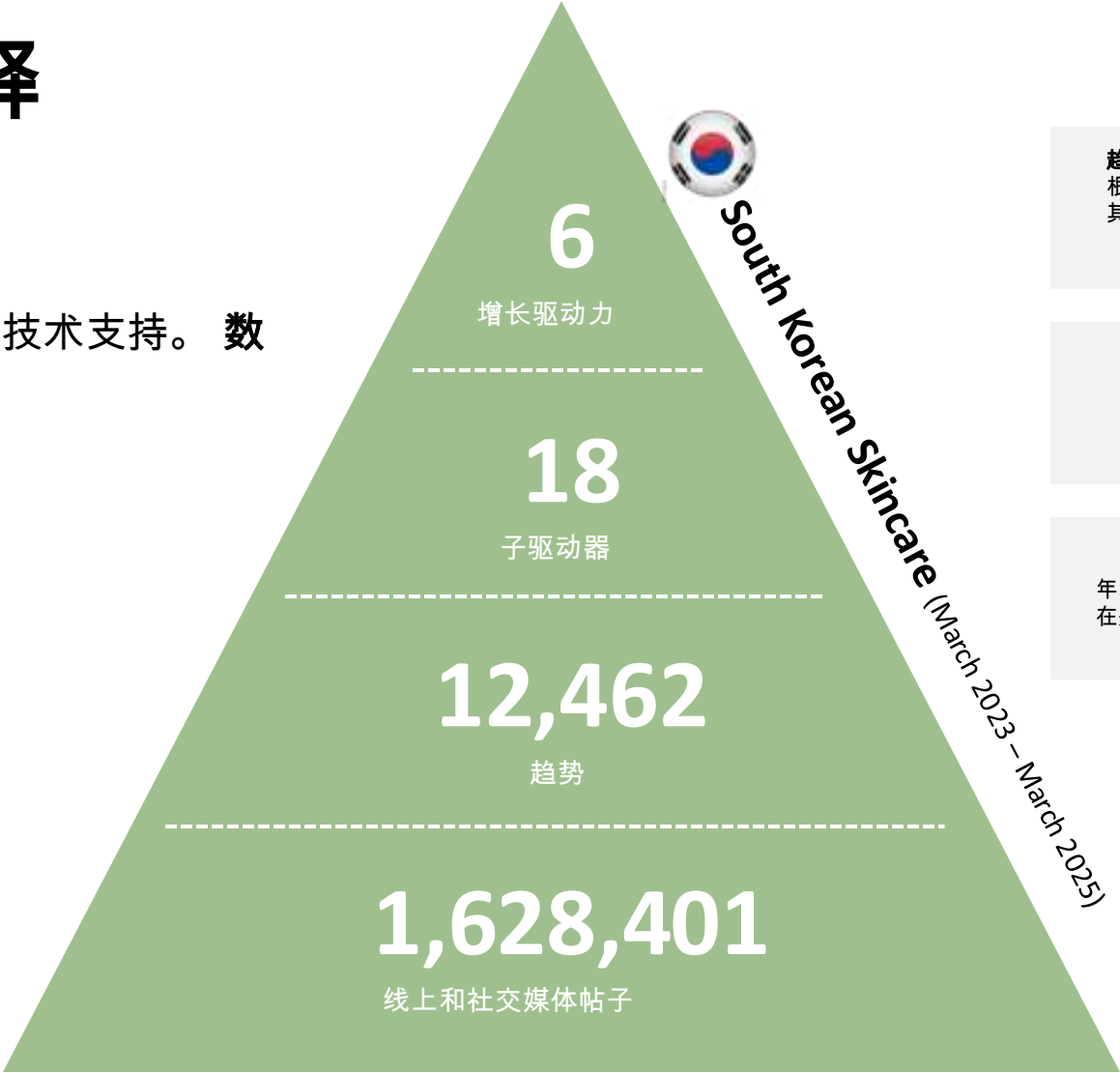
我们的平台和咨询服务由我们的独特技术支持。数据，方法和指标。

它是如何工作的？

我们的平台检索所有相关的社交媒体帖子与在线消费者在一个类别中的对话；在这个例子中，160万+ 相关数据点
韩国护肤品。

我们使用人工智能和数据科学来隔离所有理解个人热门话题，并了解它们如何聚类并逐级上升为类别增长驱动因素。

这个动态分割框架是实时更新，每月刷新一次，随类别发展。



指标

趋势预测值 (TPV) 根据每个趋势的得分和排名其未来增长潜力。	
总独特帖子数	对话量
	两年时限。
年增长率或减少率 在关于某个趋势的对话量中。	增长



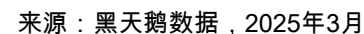


如果我们审视子驱动因素，（即位于每个驱动因素之下的主题群），我们会看到一种上升趋势来自保护**环境污染**和**季节变化**。

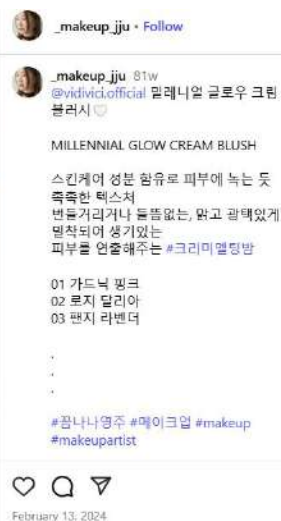
韩国家庭越来越关注他们不断变化
环境影響他們的皮膚。

有趣的是，在光的包容性人口统计子驱动器具有最低的增长。

包容性护肤品在全球范围内正在增长——尤其是在美国。然而，在韩国，由于人口结构，它仍然是一项次要需求。



用自己的话



翻译：

@vidivici.official千禧光泽粉饼

千禧年高光蜜桃色腮红

一种与护肤品融合的滋润质地成分。#奶油融化球，能贴合肌肤，具有清晰光亮且无任何光泽或脱屑的完美效果，打造焕发光彩的肌肤。01花园粉 02玫瑰郁金香 03三色堇 薰衣草...



bbanzzak_7 01/14/25

미스트 뿌렸더니 광이 창난아님.. ✨ ✨
이건 모든이들이 알아야해
이마 고마몰어봐..
암것도 안했어..내피야..
자연산이라고!! ㅋㅋㅋ Translate



♡ 87 💬 58 🔄 5 🚩

烟雾弥漫，光芒非同小可。
每个人都需要知道这个
感谢额头上面的..
甚至连一个字都没看...是我的...
□□□□ 大自然造物！！



从首尔 到美利坚

在美国，谈话驾驶员范围更广 - 从特定的
抛光与效果 与...相关的话题
包装 和 意识消费主义。

与韩国不同，针对多种肤色的产品有显著的需求。

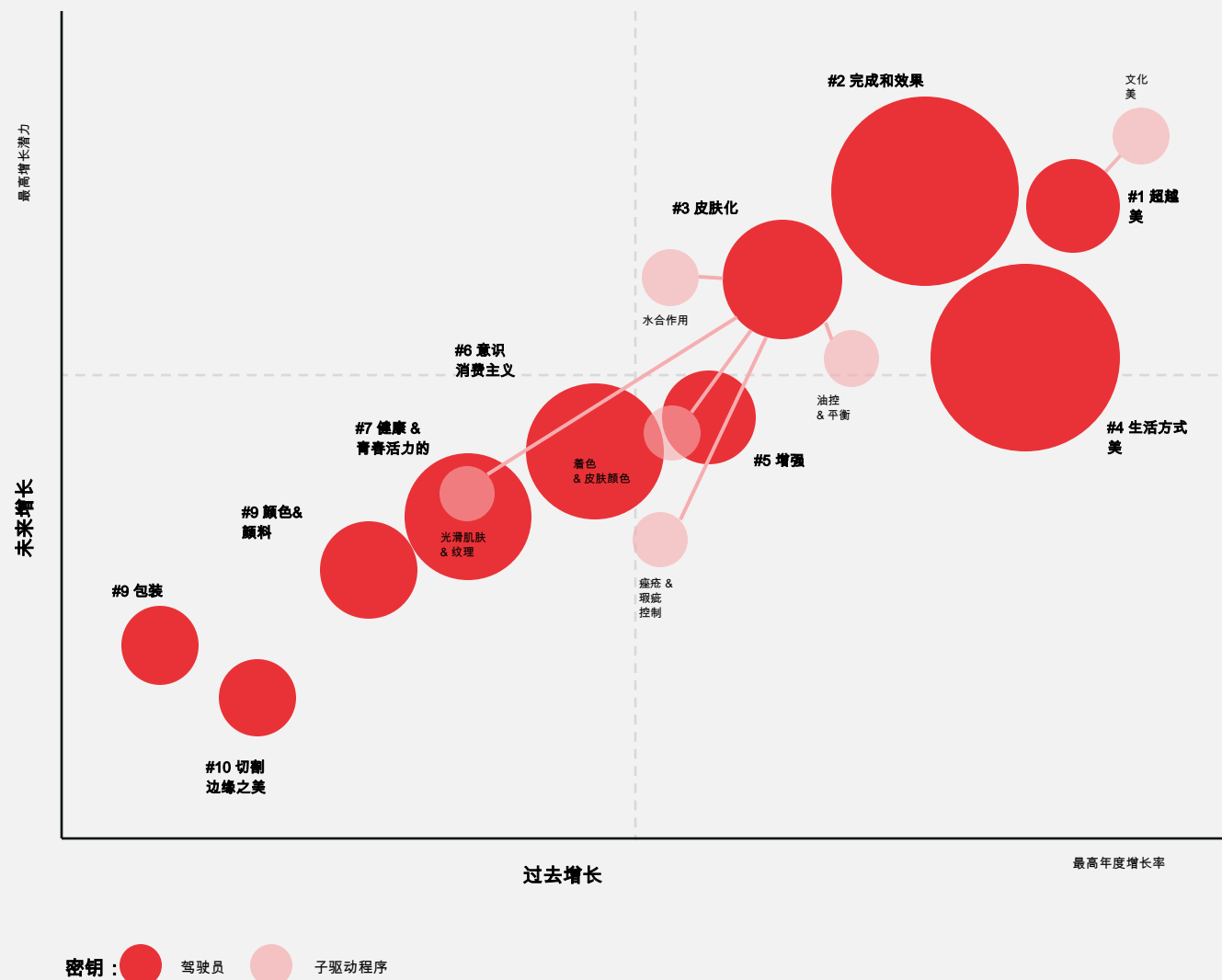
以至于 文化之美 是增长最快的
子驱动器。

围绕对话的上升 皮肤化 也
反映了韩语和
美国美景。

美国消费者想要相同的光泽效果，但来自 极简例行程序 -
所以争取时间
护肤化妆品混合物。



增长动力，美国化妆品（2023年3月-2025年3月）



用自己的话



sunnyschannel
SUNNY · 2024-4-1

Follow

如何得到内敛光泽腮红妆效：

纳光 对于韩国人喜欢称之为“” (sok-gwang : (意为“内敛的荣耀”) 正是当下潮流所在之处。拥有内发光皮肤意味着与拥有你脸上涂了大量的荧光笔。这意味着准备充分的护肤程序，涂上一层浅色的为使您的肌肤焕发光彩。第一步对此绝对是增加了一层湿润皮肤。我个人喜欢使用两层薄的血清在我的护肤程序中包含透明质酸。然后我用平衡的方式锁住所有水分不油腻的保湿霜。



获得那种健康、自然的韩国
用这款防晒霜发光



skincarewithtal
Skincarewithtal · 5-4

Follow

用这款防晒霜获得健康、自然的爱尔兰光泽：

Hur热带露水防晒霜SPF50+ PA++++
这款防晒霜富含热带水果提取物富含维他命C，提亮，增强皮肤清晰度&增强防潮性能。天然的粉红色调不会留下白色痕迹，但提亮肤色。它吸收迅速且融合无痕留下晶莹剔透的光泽。这是完美的阳光奶油，隔离霜和皮肤增强剂，深度保湿使皮肤得到呵护，确保妆容平滑无瑕应用。

我的想法：这种防晒霜的质地是乳霜状的浅粉色泽，无香气。融合自如渗入皮肤，不留白痕。我喜欢它略微提亮我的肤色，并帮助均匀我的肤色。它留下一层水润的妆效，可以叠加妆后惊艳

文化之美 在美国

美国消费者正在寻找更细腻的外观和适合他们的化妆风格 **独特标识**。

黑人女孩化妆 以及 印度 和 拉丁语 化妆越来越流行。

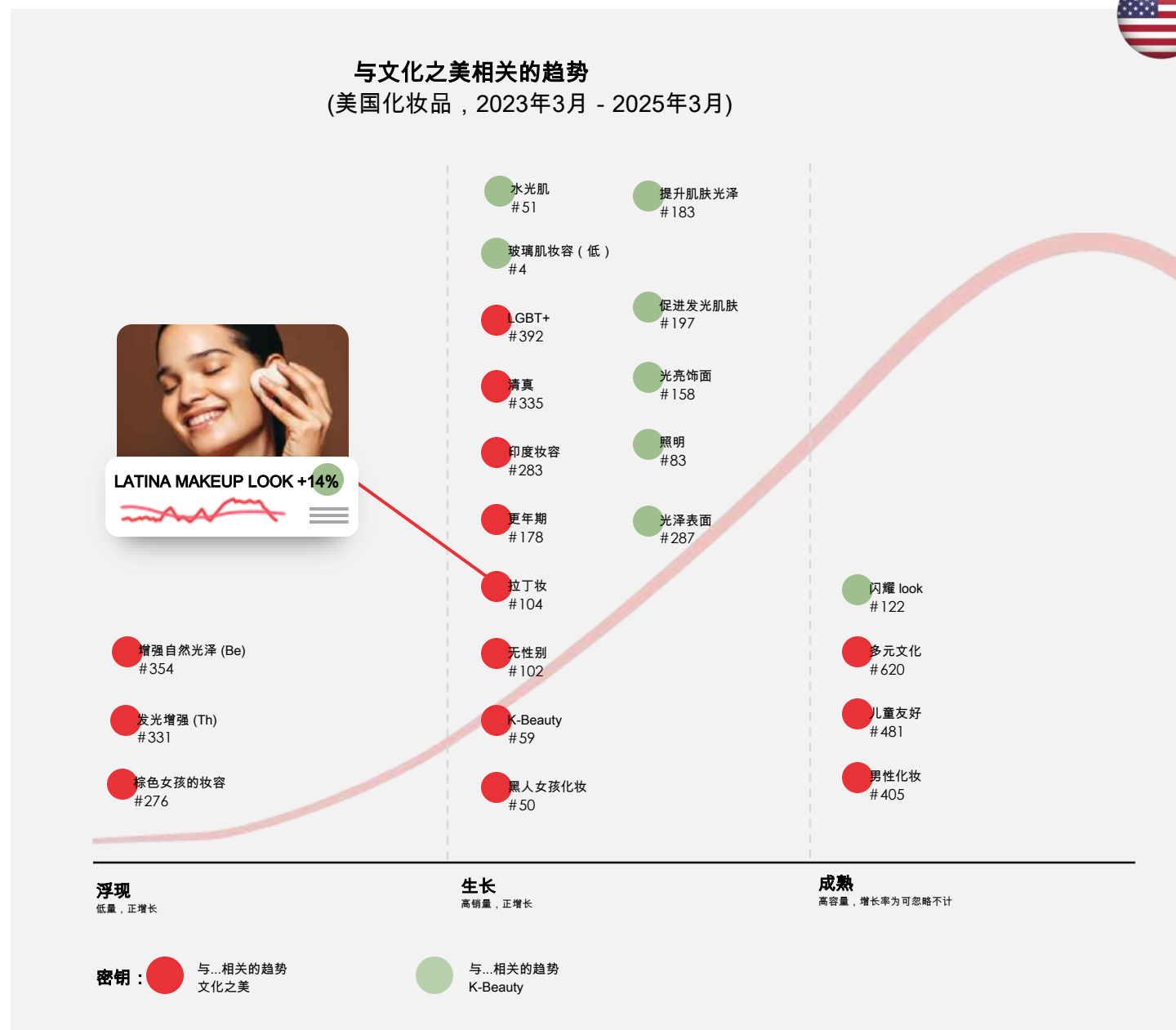
对为特定设计的产品需求正在增长
增强更多样皮肤类型的民族。

围绕 **无性别** 和 **LGBT+** 产品在增长，以及 **围绝经期** 环保型化妆品。

K-Beauty 趋势也继续增长。消费者是寻找 **发光饰面** 和 **流光溢彩的妆容**。

以护肤为核心理念定义了韩国的妆容
美丽与美国消费者共鸣。

Benefits like **促进发光肌肤** 和 **提升肌肤光泽** 在关于化妆品的对话中，表面。





西方的K-Beauty

尽管定义K-Beauty那种自然、容光焕发的光泽如今已在美国市场根深蒂固，
某些行为表现不同。

美国消费者（不包括抖音用户）通常不知道或不使用这个术语“gwang”。相反，人们寻找 **玻璃皮肤** 或 **流光溢彩的外表**。

话虽如此，“**咯咯**”已进入西方词汇——这是一个韩国术语，指湿润、有露水且水分充足的健康皮肤。

消费者也更偏爱简单，**极简日常** over more complex 韩国的传统。

包容性 或许是K-Beauty与西方品牌之间的一条关键分界线。

美国消费者，例如，期望品牌为不同群体提供产品和服务。在营销和产品线中。

在韩妆中，这不是优先考虑的事情。

这是K-Beauty继续在西方市场增长的下一个桥梁吗？

市场

本节探讨 Mintel
产品和消费者数据 分析美妆产品在美国和
英国的上市情况及消费者认知。



韩国家牌正在 美国大力推动

Since 2020, there's been a **20% 增长** 在韩产护肤品上市中。

在那个相同时期，已经 **16%降幅** 在美国制造的美容产品中。

这可以用美国品牌越来越依赖来解释
海外制造商。

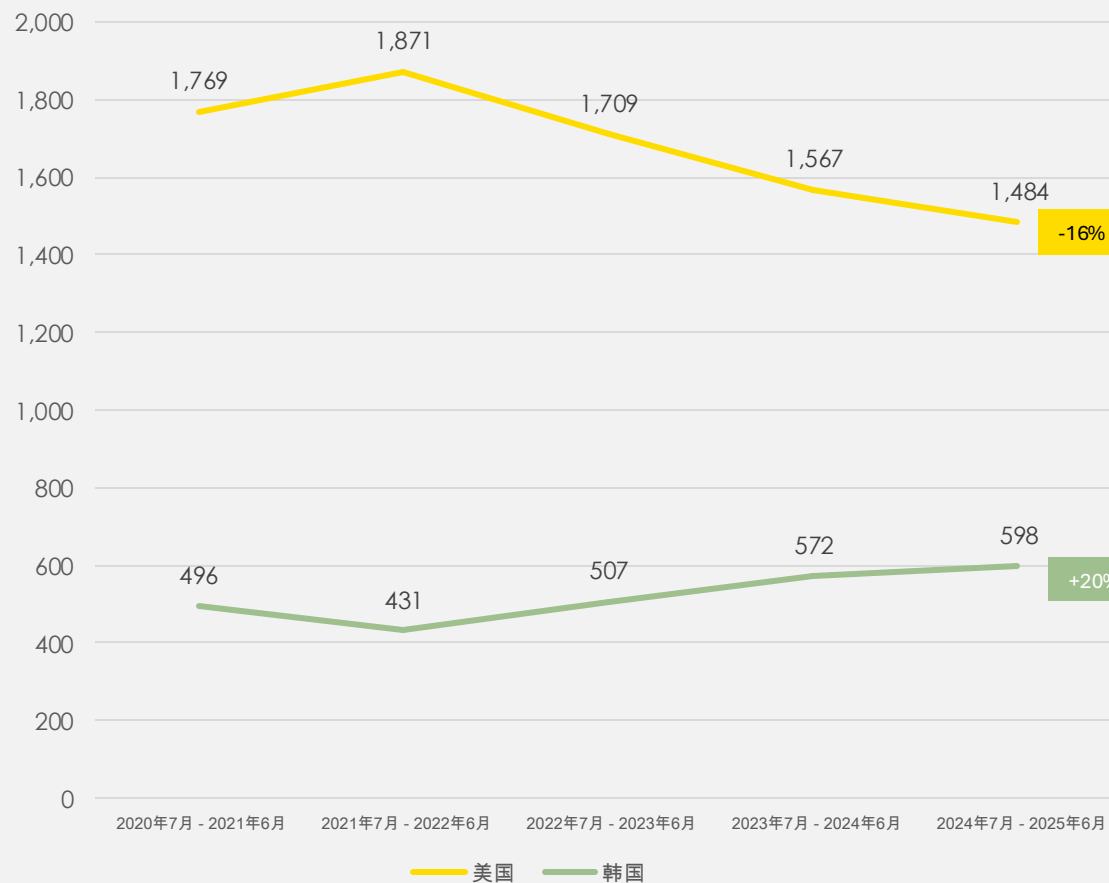
自 2021 年以来，在品牌优先考虑投资的同时，创新也出现了明显的回调。
更少，更大
启动 在通过补版和限量版维持可见性的同时。

韩货的增长标志着K-Beauty 3.0。

转向先进、技术驱动的护肤解决方案，而非新奇商品（如片状面膜）。



美国护肤系列发布
按产地 (2020–2025)



美国零售中的韩国影响

美国零售商是 寻求差异化 通过在店内包含更多利基K-Beauty品牌和灵感。



优尔塔 与K-Beauty World合作，新增13个韩国品牌
将在今年夏天上架（和在线商店）。



沃尔格林 推出了自己的韩系护肤品山寨品
2024年9月，随后推出K灵感I Dew Care品牌。

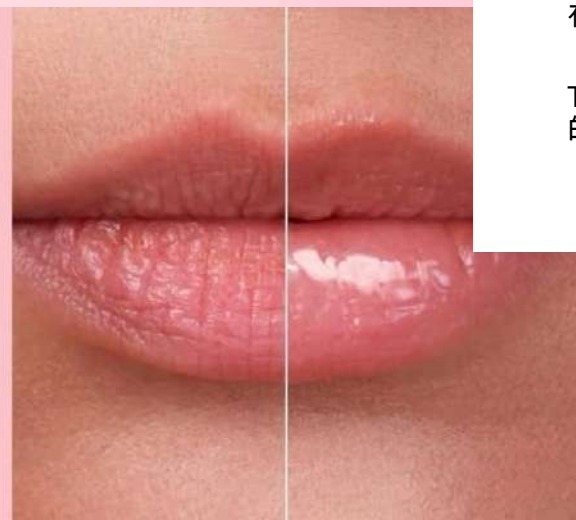


美国零售中的韩国影响

韩国家牌正试图通过挖掘... 流行文化和 英雄品牌。

兰蔻 跳上了美食怀旧潮流，合作在限量版润唇膏上使用芭斯克-罗宾斯。

The 彩虹果冻唇部睡眠面膜 受到了全球大使西德尼·休伊特的童年最爱冰淇淋味道的启发。



对韩妆的兴趣是 **增长** 在美国的非裔女性中

美国黑人比其他族裔对韩国美容产品更感兴趣。

即使韩妆系列主要针对肤色较浅的人群。

这是市场空白吗？有品牌重新诠释韩妆以迎合深肤色以触达获取新用户并优化收入。

27%

美国黑人女性面部护肤用户中表示
兴趣
外国/K-Beauty品牌。

(vs 19%的白人女性)



朝鲜的美 新色系迎合更深的肤色

大长今2025粉底色号系列是一个有趣的选择。
启动。

传统上，大多数韩国美容和亚洲中心产品
已定制 **更白皙的肤色**。

这个新版本演示了 **换挡**。随着该品牌拓展美国和英国市场，它正
迎合更深的肤色并为更大的包容性买单。



GALSKIN™
— IS THE NEW GLASS SKIN

K+BROWN的Galskin正在解决包容性差距问题

K+Brown将其描述为 *首个专为深色肌肤倾注的K-Beauty品牌*。

“galskin是新的玻璃皮肤”活动针对富含黑素的K-美妆爱好者。挑战韩国护肤不适合深肤色这一迷思。

Galskin 将 'gal' (韩语中的'棕色') 与'skin'结合——反映了它的鲜明将全球肤色范围作为优先任务的使命。

虽然目前还没有推出任何产品，但这是一个将包容性视为出发点而非临时考虑的K-Beauty品牌的例子。

*GALSKIN = 갈색 (BROWN) + 스킨 (SKIN)

K-Beauty在英国的粉丝群体年轻且多元

12%

在英国成年人中，有中/深棕色皮肤的人使用K-Beauty产品。 *The* 在所有肤色中最高。

23%

of 18-24岁 使用韩语产品，发现它们在社交媒体上。

of UK K

62%

-Best users struggle to find product reviews or针对其特定需求。

品牌能否更好地推广韩妆产品给更广泛的人群肤色？

机遇

在本节中，我们根据对K-Beauty格局的分析，回顾了品牌的机会。



需要关注的空格

虽然光采是美国面部护肤新品推出的关键要素，但它正有成为 **过时**。这对韩国和美国品牌来说都是一个机会（也是一个挑战）。

对富含黑素素的皮肤的关注可能打开销售。如果我们以英国市场为例，人们对K-Beauty的兴趣在中/深色人群中特别强烈棕色肤色。如果品牌以这些消费者为目标进行配方设计，它们可以更广泛地招募。

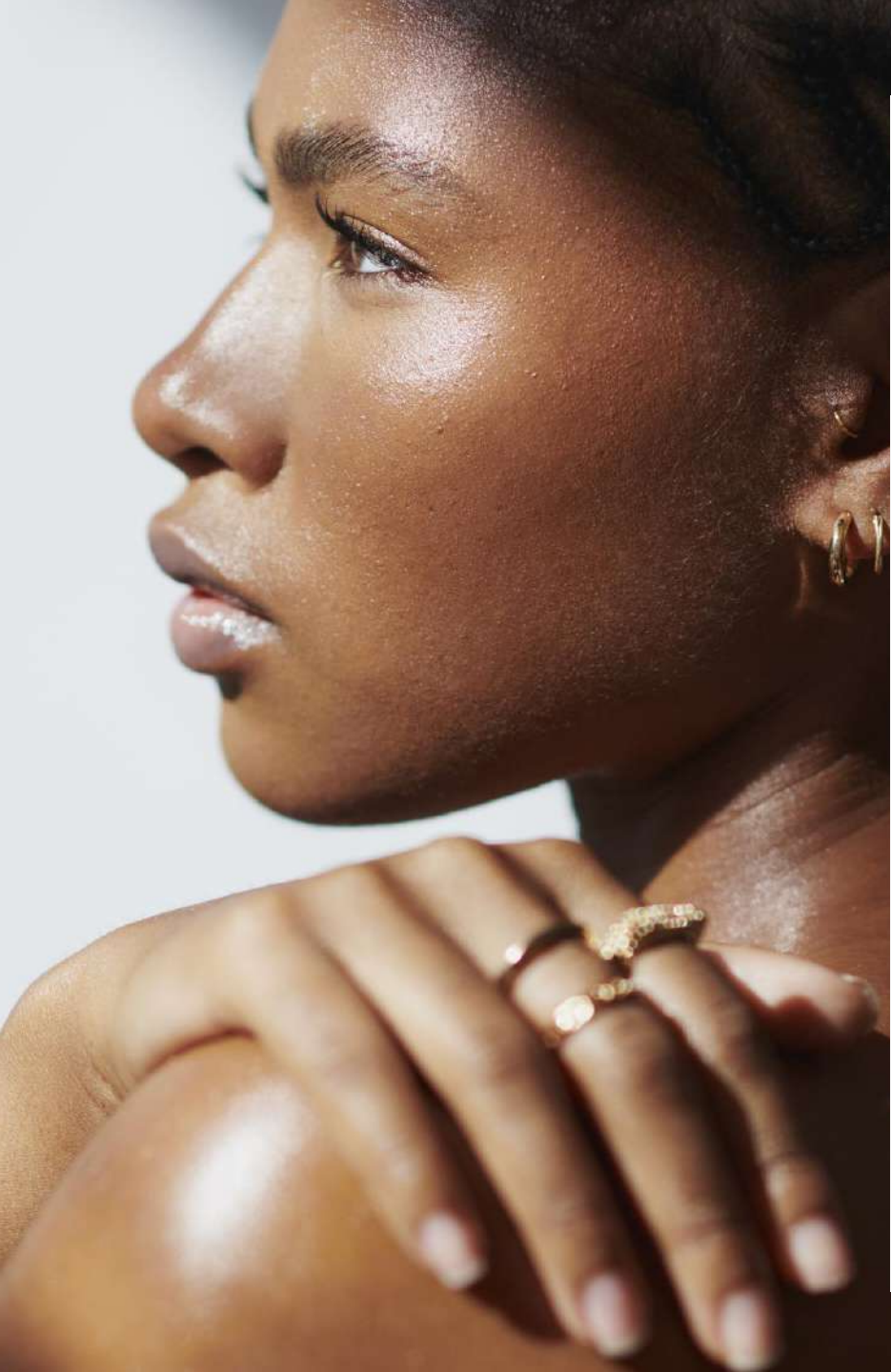
韩半岛之美的故事 在英国已成功做到这一点，赢得了社交媒体的关注，其《每日》报纸也参与其中。适用于较深肤色染色流体制防晒霜。

看韩国家庭护理趋势总有助于预测西方接下来会流行什么。那些由...或模仿...而制成的产品 **美容治疗** 是在韩国很受欢迎。 **Rejuran** 在美国正在获得微型文化地位，现在由专业零售商库存。



维维安·拉德，首席顾问，Mintel





需要关注的空格

西方品牌可通过
拥抱包容性 在他们的创新中。

首先，品牌可以重新定义“gwang”，以增强多样的暗色调。 **遮光-灵活发光** 像有色精华和自适应高光笔等产品，可以避免灰蒙蒙的妆效。

他们还应该从“玻璃皮肤”转变为“丝光”或“网格皮肤”，提供柔软的、有结构的通过精华液底妆和混合护肤-化妆解决方案发光。

简化多步骤仪式为易于使用的3步套件，保留K-Beauty的 **感官吸引力** 在迎合西方对简单性的偏好时。

优先考虑具有透明凝胶霜和微生物组雾的音调灵活屏障护理适用于所有肤色。

最后，在融入的同时庆祝韩国传统食材如人参和艾蒿来自植物提取物 **非洲加勒比** 和 **南亚** 传统，将K-Beauty定位为一个全球性、文化包容的运动。

通过使gwang理想变得触手可及、讨人喜欢且具有文化共鸣，品牌可以重新定义美，将其视为对肤色、质地和身份多样性的庆祝。



Andrew McDougall，美丽及个人护理总监，Mintel

需要关注的食材

While **PDRN** 正席卷着西方市场风暴，韩国制造商现在将其与外泌体和莲花结合在一起。

卡努卡 (*Kunzea ericoides* 叶提取物) 具有皮肤修复和美白功效。Vidivici 已将其用途扩展到提亮肤色和防护性化妆品。

尖晶石，由VT Needle Shots推广的是从海洋海绵中提取的针状结构，可形成微-皮肤中的通道，用于增强输送。



跳板

在本节中，我们利用本报告中的趋势和见解为美国消费者创建了K-Beauty风格的全新产品推荐。



每一肤光润保湿霜

光华保湿霜是一款 混合水合装置 那为肌肤提供深层滋润和柔焦光晕的
各种肤质 和 音调。

融入珍珠矿物质和滋养活性成分， 它创建一个 即时
玻璃皮肤光 没有白色底妆，留下更深邃的肤色 自然发光 。

它富有弹性、可叠加的质地，能够完美贴合粉底，或单独使用也能散发微妙的光泽。

从古铜光泽到水润光泽，这款润肤露 适应您的肤色和风格 –让您自由定制您的光芒，以您的方式。



与新产品跳板相关的趋势：



配料

珍珠粉
巴枯地醇
Centella Asiatica [Cica] 肽复合物

增长
(+31%)
(+6%)
(+13%) (+50%)



产品

纠正基础
奶油闪烁

增长
(+42%)
(+31%)



益处

照明
促进胶原蛋白生成

增长
(+29%)
(+26%)



主题

棕色女孩妆容
拉丁妆容风格
印度妆容

增长
(+42%)
(+34%)
(+13%)

来源：黑天鹅数据，2025年3月

海洋掩码

海广面具由 大麦，人参，海藻 和 益生菌活性 为了补水、舒缓、提神——让肌肤饱满透亮。

一种融合了传统草本植物、海洋活力和现代科学的 跳转至gwang的快捷方式。

植根于平衡，这款精华面膜能强化肌肤屏障，支持微生物群，恢复水分——这是 持久的光芒。

不仅仅是闪耀，更是关于健康：gwang成为了一场庆祝 信心和 自我表达，如镜映照，皮肤感受健康，如同所见。

专为所有人设计，这个仪式可以无缝适应 肤质，色调，和 性别 - 因为辉光没有边界。



与新产品跳板相关的趋势：



配料

乳酸菌发酵提取物(+59%)
人参
海藻
大麦

增长

(+15%)
(+33%)
(+23%)



产品

血清面膜

增长

(+58%)



益处

弹性增强
强化皮肤屏障

增长

(+41%)
(+29%)



主题

弹性增强
强化皮肤屏障

增长

(+41%)
(+29%)

荧光雾

摇晃唤醒 富含角鲨烷的微滴与明亮的植物精粹和云母融合，提供水润和光泽，提升所有肤色——不会有白色妆感。

植根于亚洲传统，并由现代美容科学驱动，**光润雾** 焕肤，定妆，留下一丝柔软，从内部发光。

可构建和通用的，它增强了自然光泽。

给予 *所有* 肤色自由水润，清新闪耀 **在途中**。



与新产品跳板相关的趋势：



配料

甘草
莲花叶
竹叶
云母

增长

(+9%)
(+51%)
(+41%)
(+74%)



产品

设置迷雾
4合1喷雾

增长

(+35%)
(+57%)



益处

完善
公司皮肤

增长

(+32%)
(+29%)



主题

光
完美

增长

(+20%)
(+32%)

获取360°视角 of **接下来是什么** 在你的分类中

本报告中的见解仅是明泰和黑天鹅数据的一瞥 **联合能力** 。

在一起，我们揭开 **新兴消费者需求** 和 **高潜力空白处** 在你的市场和类别中。

BSD的 **趋势预测** 和mintel的 **产品，分类和广告分析** 提供您品牌最完整、最可预测的视角 **创新未来** 。

我们准备好接收您的简报！

联系我们 [_____](#)

MINTEL

BLACK
SWAN
DATA