



炼丹炉

数据解码2025年 线上消费

重点行业趋势复盘与展望

Review and Outlook of Key Industry Trends



版权声明

本报告为「炼丹炉」原创，版权归杭州知衣科技有限公司（以下简称“知衣”）所有。

报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字、图片和数据采集于网络公开信息，所有权为原著者所有，如该部分素材因客观原因未与权利人及时联系上导致不当使用，请相关权利人随时与我们联系。

任何未经知衣授权使用本报告的相关行为，均为不合法的行为，知衣将保留对相关人员进行追究法律责任的权利。

免责声明

本报告中行业数据及相关市场预测主要为杭州知衣科技有限公司研究员结合炼丹炉数据系统进行分析所得，仅供参考。

受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点及任何第三方对于本报告各项内容和数据的使用或者引用所导致的任何结果不承担法律责任。

目录

CONTENTS

2025年线上数据概况

MARKET OVERVIEW

01

重点行业消费趋势

CATEGORY TRENDS

02

01

2025年线上数据概况

I N D U S T R Y O V E R V I E W

2025 年上半年中国消费：增长韧性延续，新兴消费赛道驱动升级



2025年上半年，中国社会消费品零售总额同比增长5.0%，高于去年同期1.3个百分点，总体延续去年四季度以来的良好恢复态势。二季度增速达5.4%，主要得益于以旧换新政策和电商平台促销活动。汽车、家电等五大类商品以旧换新贡献显著，拉动商品零售增长5.7个百分点。同时，新能源汽车、节能家电等绿色智能消费增长迅速；情绪经济推动轻奢、潮玩等消费新赛道增长。



个人护理精细化趋势显现，国补政策驱动智能化消费增长



2025年1-7月淘系平台高增长二级行业
(注：本表仅统计亿级规模以上二级行业，%为同比增速)

洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰

消毒用品 55%

身体护理 7%

纸品/湿巾 4%

美发护发/假发

头皮护理 11%

头发清洁 4%

大家电

移动空调 168%

壁挂洗衣机 88%

烘干机 19%

厨房电器

制冰机 168%

净水器及配件耗材 50%

智能厨房电器 31%

智能设备

智能手环 121%

智能机器人 114%

智能飞行 81%

健康与效率需求协同，情绪关联消费实现快速增长



2025年1-7月淘系平台高增长二级行业
(注：本表仅统计亿级规模以上二级行业，%为同比增速)

粮油调味/速食/干货/烘焙

面点/西式速食 42% 方便粉丝/米线/粥汤速食 33% 烘焙半成品/蛋挞/披萨 30%

保健食品/膳食营养补充食品

特殊医学用途配方食品 46%

宠物/宠物食品及用品

猫/狗饮食用品 80% 猫/狗居家用品 38% 爬宠/鸣虫类食品及用品 31%

户外/登山/野营/旅行用品

户外鞋靴 25% 水上船艇 1%

模玩/动漫/周边/娃圈三坑/桌游

古风/国风服装 96% 游戏/电竞实物周边 66% 国创拼装/成品机甲 24%

02

重点行业消费趋势

C A T E G O R Y T R E N D S

02.1

个护家清行业

C A T E G O R Y T R E N D S

个护家清行业需求稳定，市场规模持续扩大

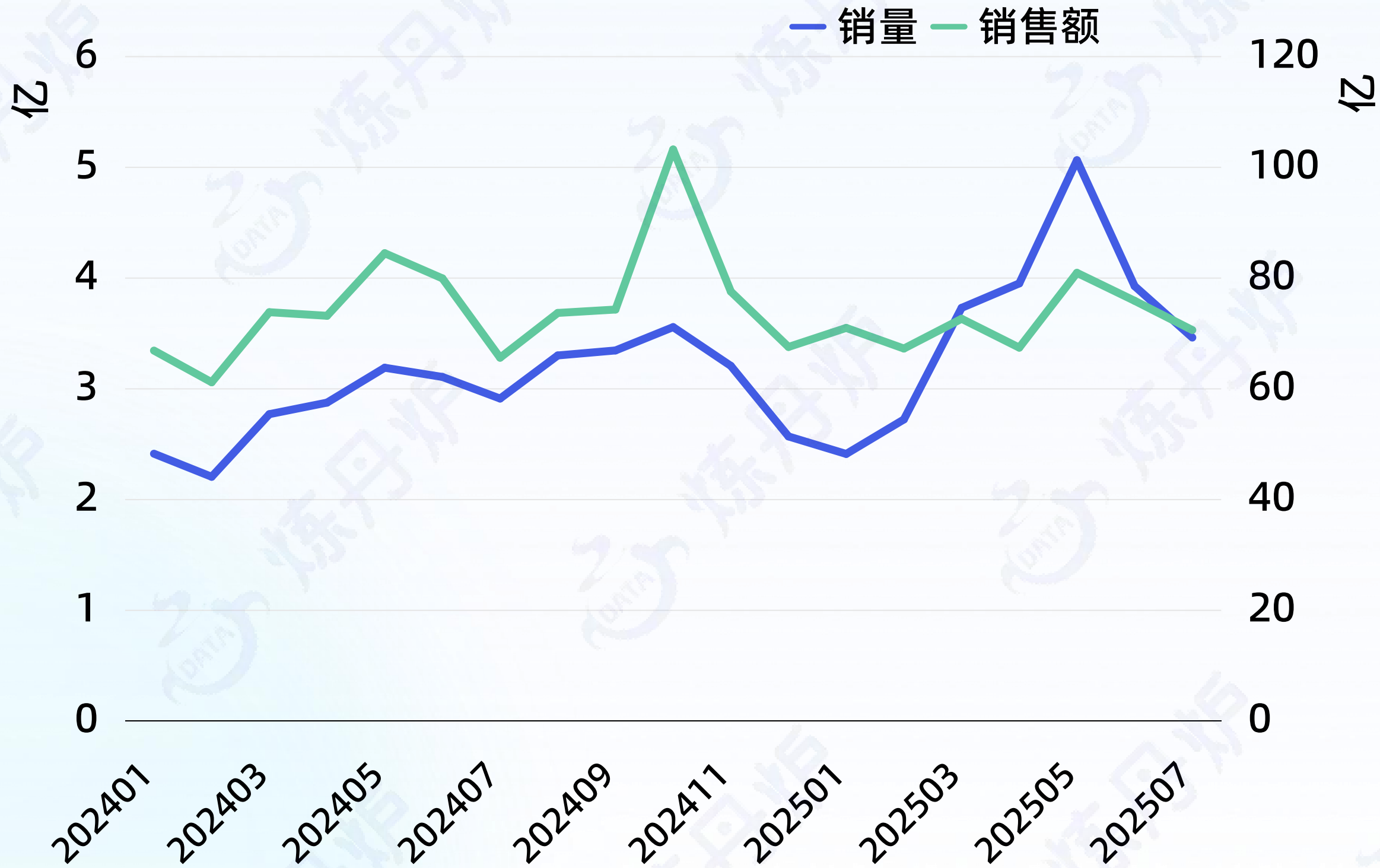


个护家清行业在线下规上零售，销售额当期值稳步抬升，叠加同比增长的动态变化，说明市场在供需互动中持续扩容。同时，淘系平台销售中，虽短期有波动，但长期呈现增长势能，反映消费需求的刚性与韧性。这既源于消费者对品质生活、健康护理的追求，驱动品类创新与消费升级；也得益于行业供应链优化、渠道拓展，线上线下协同激活消费。未来，伴随消费需求细化、营销模式迭代，个护家清市场规模有望进一步突破，释放更大增长空间。

2024年7月-2025年7月中国日用品规上零售额趋势



洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰行业淘系平台销售趋势

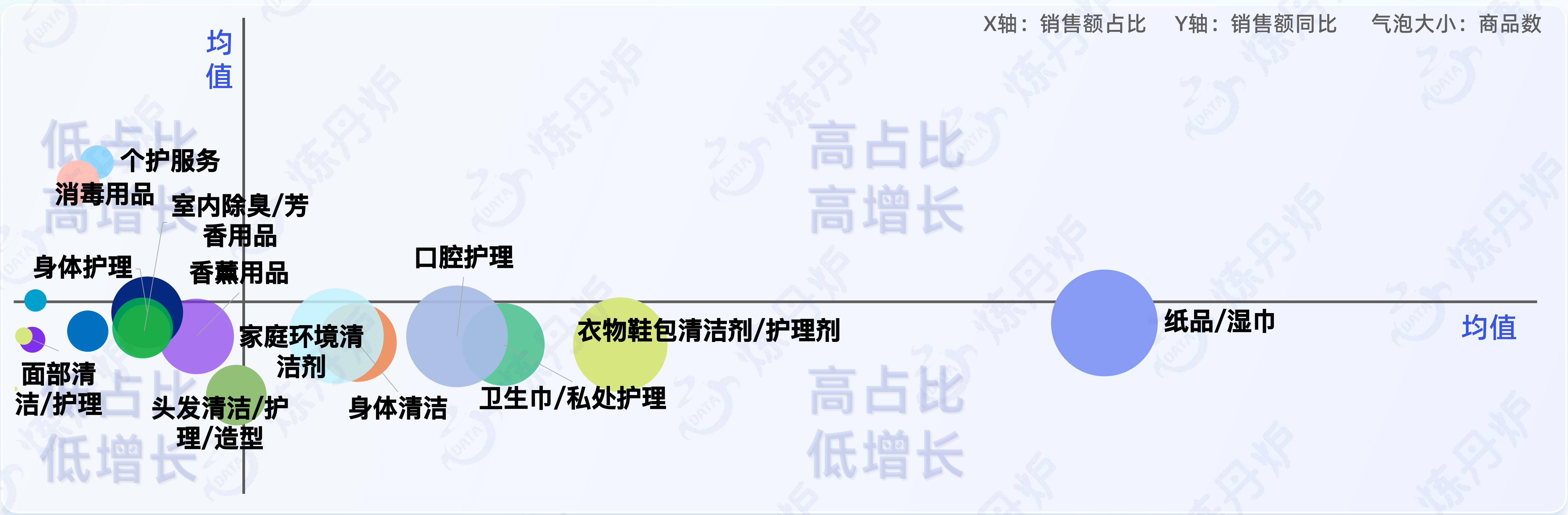


成熟品类高端功能化发展，新兴品类以情绪作为重要切入点



个护家清行业趋势可具象为：成熟品类分化明显，如口腔护理中传统牙膏增长放缓，高端功能型产品、电动牙刷套装增速亮眼；衣物清洁剂里，除菌浓缩型产品比普通洗衣液更受青睐。新兴品类中，香薰蜡烛等因满足“居家仪式感”年增超 30%，除菌湿巾从母婴场景拓展至多场景成高频品。生活美学赛道的低集中度品类，像定制香型洗衣凝珠，凭“高频消费 + 情绪价值”成新品牌切口。行业竞争也从功能比拼，转向靠场景文案、肤质定制服务等实现情感共鸣、体验升级的多元较量。

2025年1-7月洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰行业品类红蓝海分布



传统品类：囤货需求催生大规格产品包装，健康意识下消毒抗菌成标配



在个护家清、纸品湿巾等传统品类中，消费者囤货需求旺盛，催生出大规格产品包装。像个护家清里的“家庭装”“整箱”，纸品湿巾的大抽数、多包装，契合囤货习惯。同时，健康意识提升，让消毒抗菌成标配。卫生巾品类强调“抑菌”“消毒”，衣物鞋包清洁、身体清洁品类也注重除菌抗菌等功能，满足消费者对健康、实用的双重追求，推动传统品类在包装与功效上持续适配市场需求。

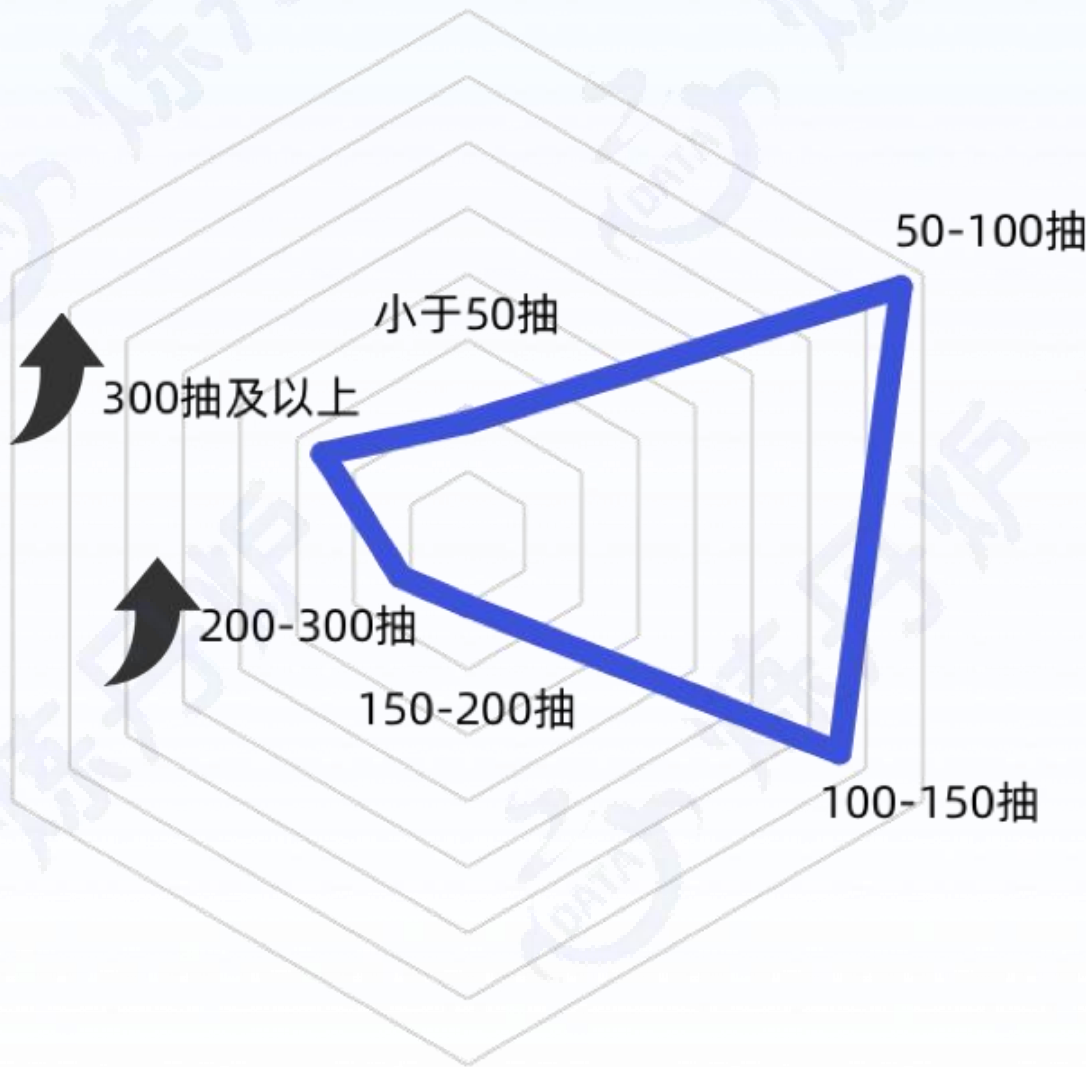
个护家清行业商品包装热词



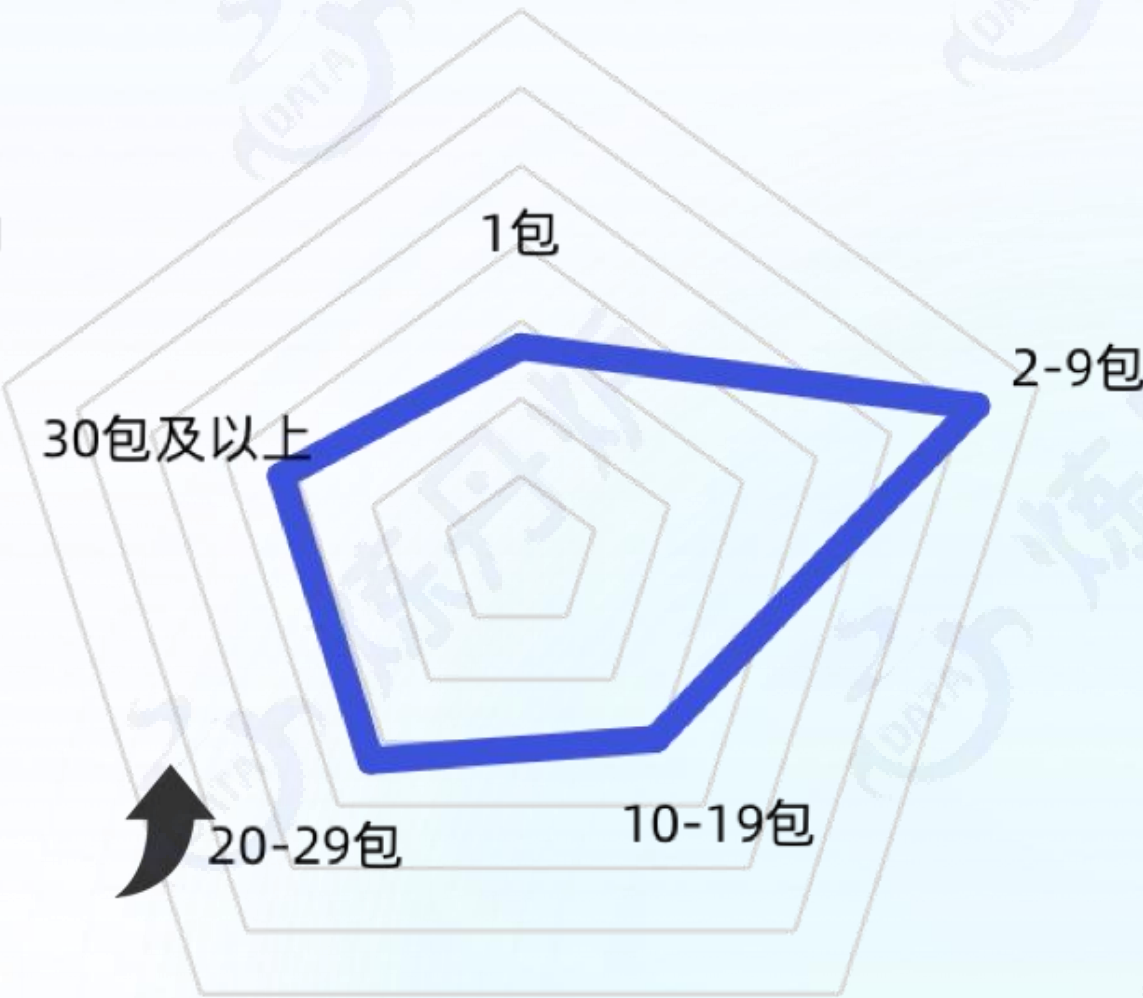
卫生巾品类商品功能功效热词



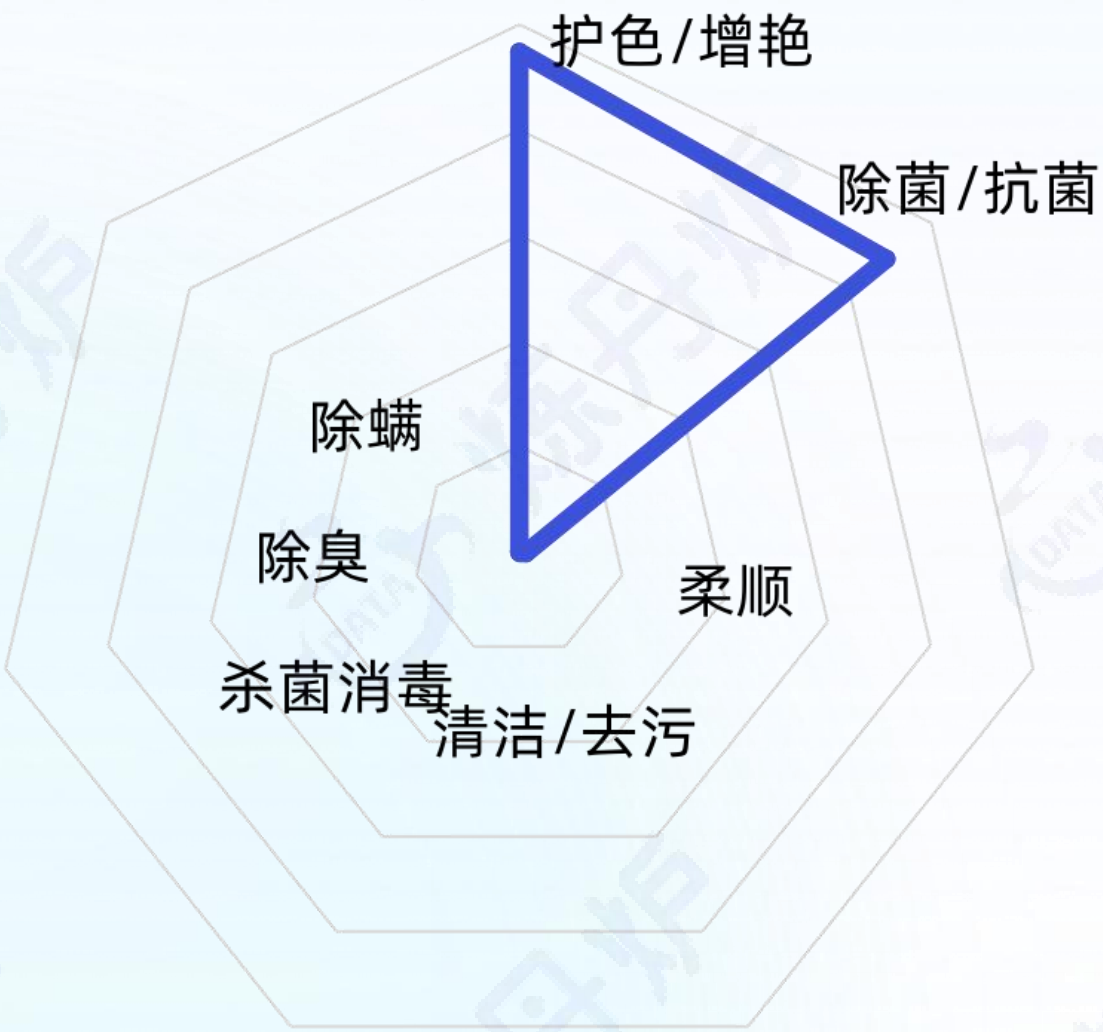
纸品/湿巾品类抽数属性分布



纸品/湿巾品类规格属性分布



衣物鞋包清洁品类功能属性分布



身体清洁品类功效属性分布



 炼丹炉
huo1818.com

衣物洗护行业商品修饰形容热词



02.2

底妆

C A T E G O R Y T R E N D S

中国底妆市场规模有望突破千亿元，大促驱动淘系销售脉冲式增长

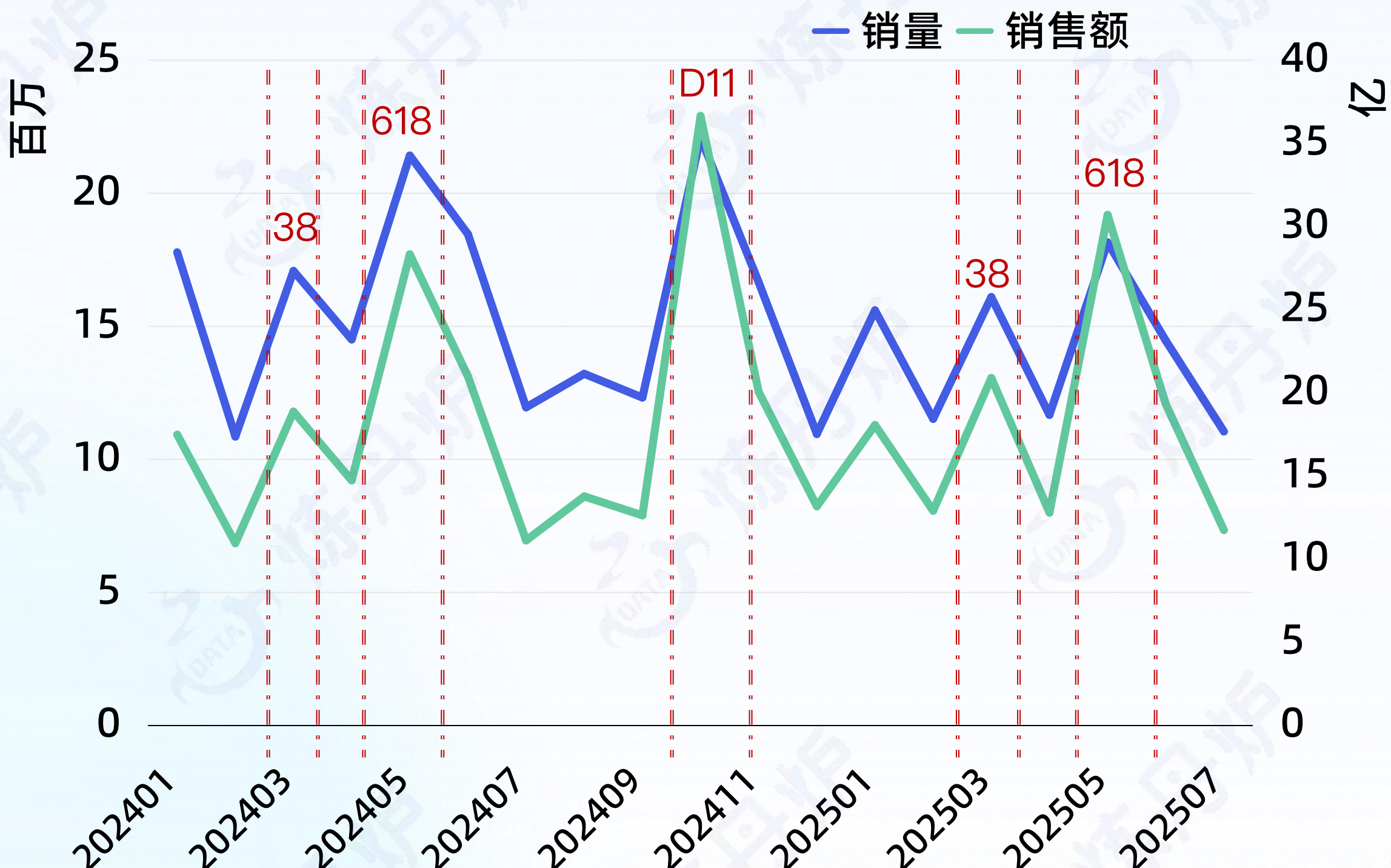


中国底妆市场保持稳健增长，规模从2022年的731.9亿元升至2024年的937.0亿元。预计2025-2026年将重回快速增长，2025年有望突破千亿元，行业进入更健康活跃的发展阶段。同时，淘系平台底妆销量和销售额整体呈现波动上升趋势，其在38节、618、双11等多个大促节点出现明显峰值，品牌可借此实现脉冲式增长。未来，底妆市场将朝着功能细分、科技赋能与品牌高端化方向发展，持续引领美妆市场升级。

2022年-2026E中国底妆市场规模及同比增速



底妆淘系平台销售趋势

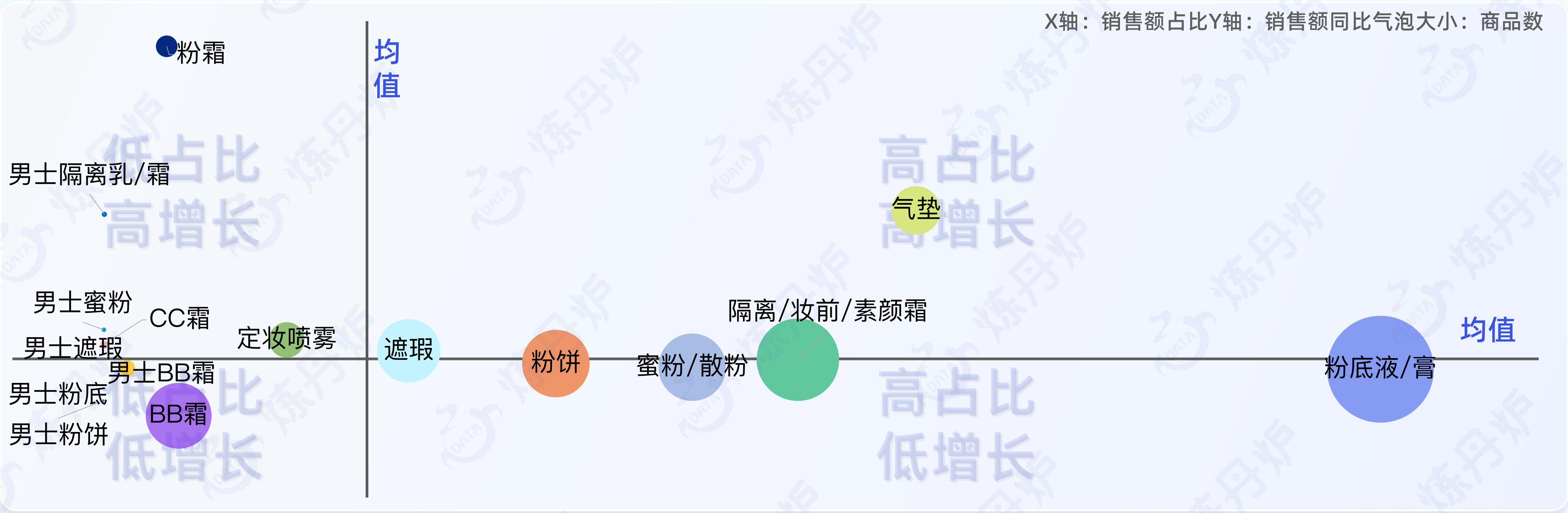


粉底液/膏主导底妆市场，气垫、粉霜、男士隔离乳/霜增速迅猛



底妆市场呈现多元格局。以均匀肤色为主的基础底妆品类中，粉底液/膏作为底妆基本盘，以高占比稳居核心，粉霜、气垫增速迅猛成增长引擎；定妆需求中，喷雾增速超粉饼，散粉/蜜粉成为新的增长点，表明市场正在向创新形态转移。男士品类如隔离乳/霜、蜜粉、遮瑕等也展现增长活力。品牌可巩固粉底优势，同时聚焦粉霜、气垫、喷雾及男士底妆等高潜力品类，优化产品性能与体验，以精准化、差异化的策略开拓增量市场，满足消费者多样化需求。

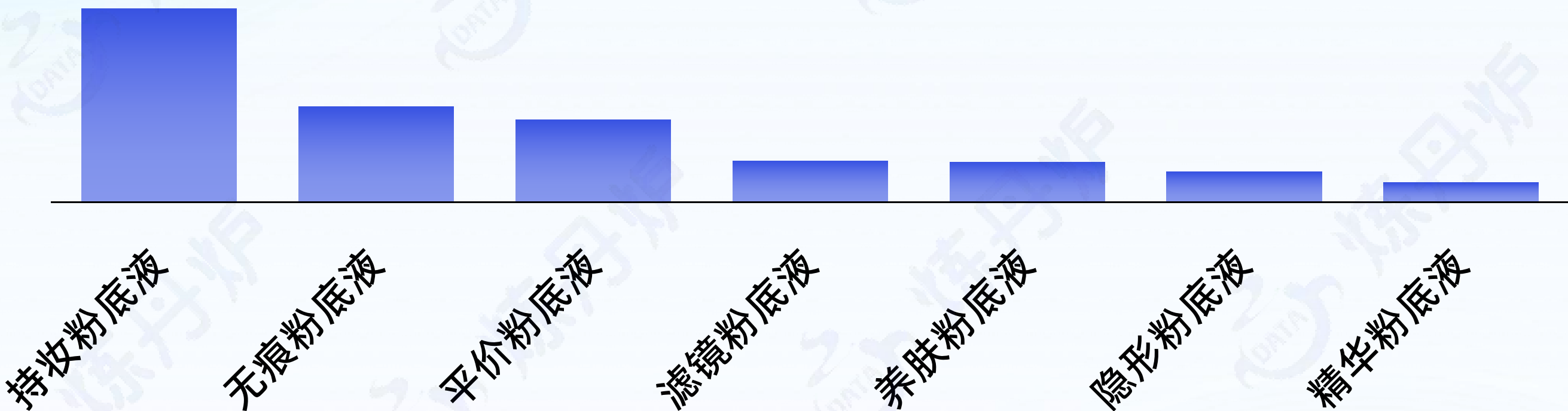
2025年1-7月底妆市场品类红蓝海分布



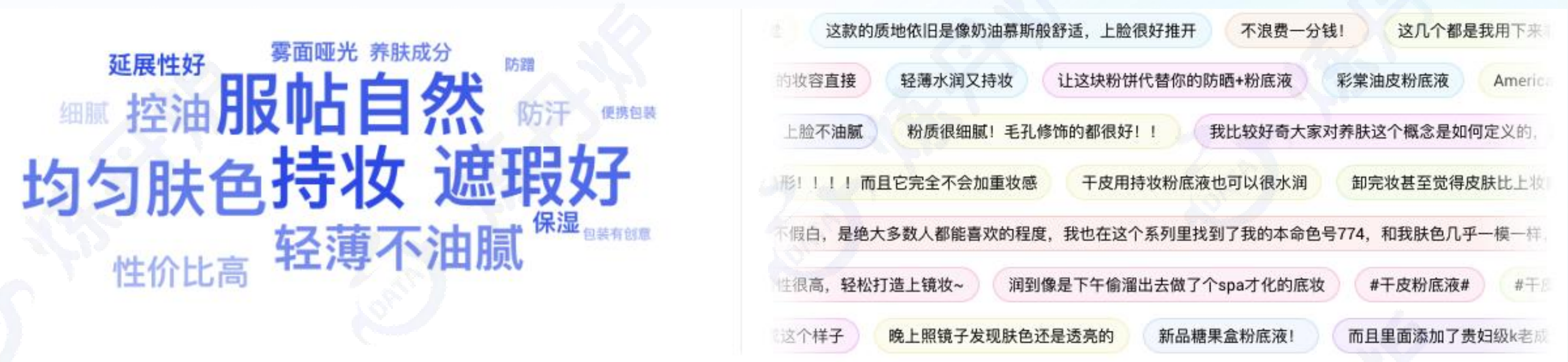
妆效持久、自然是粉底液产品的核心诉求； 国产品牌加速持妆科技研发，提升产品质价比

粉底液市场对持久妆效的高度关注，卖点关联标签中，持妆、自然、遮瑕等关键词频繁出现。在此背景下，国产品牌正加速持妆科技的研发，通过技术创新提升产品的质价比，以满足消费者对高性价比产品的需求。国产品牌通过不断优化配方和提升生产工艺，力求在保持价格优势的同时，提供更优质的使用体验，从而在竞争激烈的市场中占据一席之地。

2025年5-7月粉底液品类社媒互动指数分布



2025年5-7月粉底液品类产品卖点关联标签



2025年1-7月粉底液品牌排行

排名	品牌	炼丹炉指数
1	estee lauder/雅诗兰黛	1608.2
2	lancome/兰蔻	1546.6
3	nars/娜斯	1537.9
4	ysl/圣罗兰	1519.1
5	shu-uemura/植村秀	1508.6
6	timage/彩棠	1505.1
7	passional lover/恋火	1485.2
8	毛戈平	1484.2
9	mac/魅可	1479.3
10	carslan/卡姿兰	1470.0

卡姿兰黑磁粉底液—24H持妆



专利加持24H防蹭认证

方里盈润持妆粉底液—24H持妆



防水性检测报告

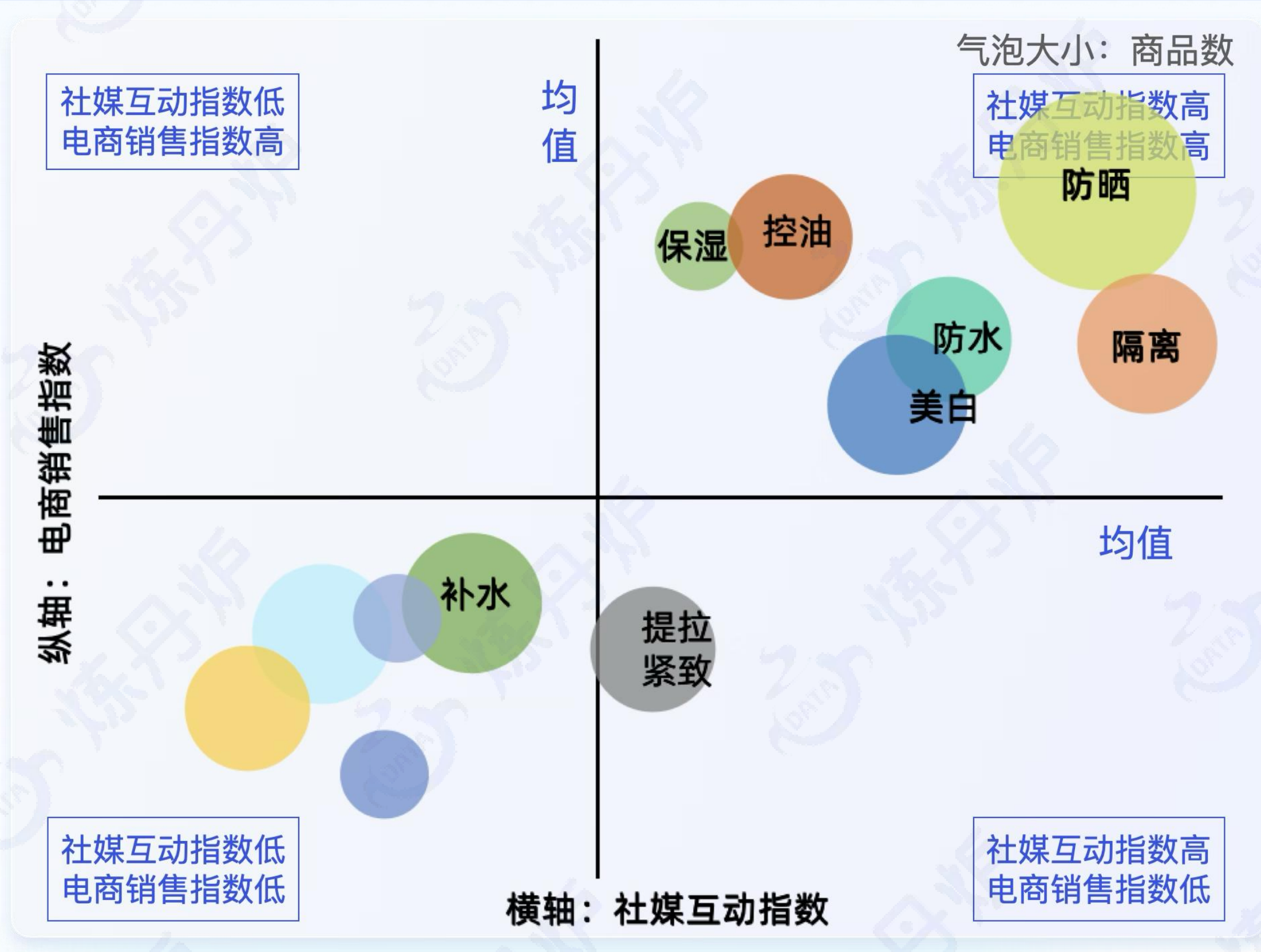
效率+便捷驱动多效合一产品成底妆市场增长新突破口

消费者对“多效合一”底妆产品展现出强烈需求，超八成用户持积极态度，其核心价值在于显著提升上妆效率与便携性。目前防晒、隔离及美白、控油等养肤功效是主要的底妆附加功效趋势。汤姆福特“持妆T气垫”与蜜丝婷“不怕晒”气垫分别以“底妆+防晒”二合一设计和“防晒+底妆+养肤”三重功效迅速放量。多合一产品精准契合高效美妆与场景简化需求，已成为品牌突围的重要创新方向。

消费者认为多合一产品的价值



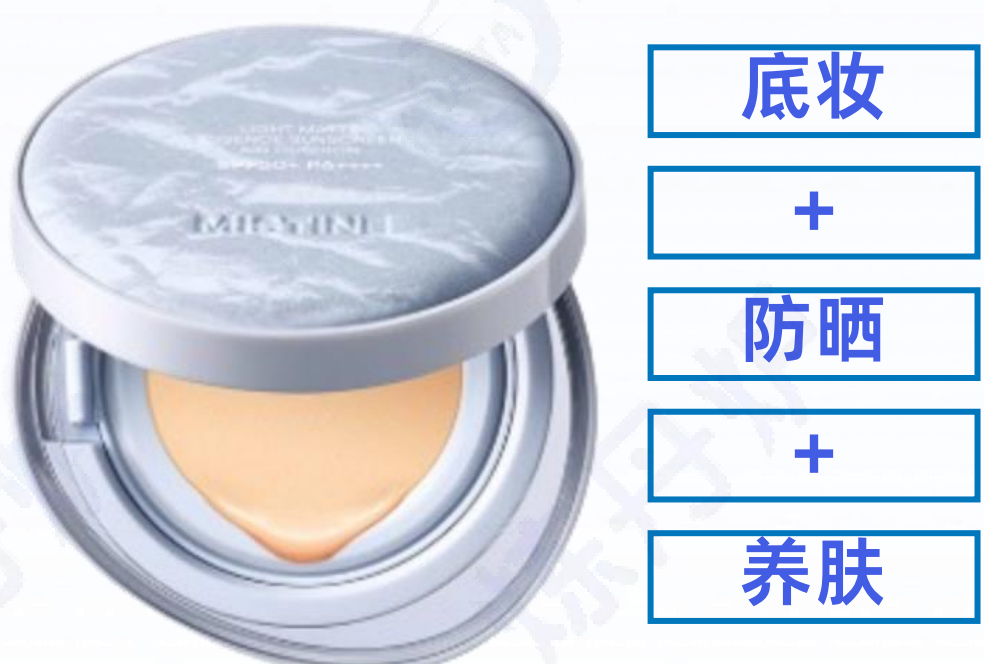
2025年5-7月底妆行业“附加功效”标签趋势矩阵



汤姆福特持妆T气垫



蜜丝婷不怕晒气垫



02.3

小家电

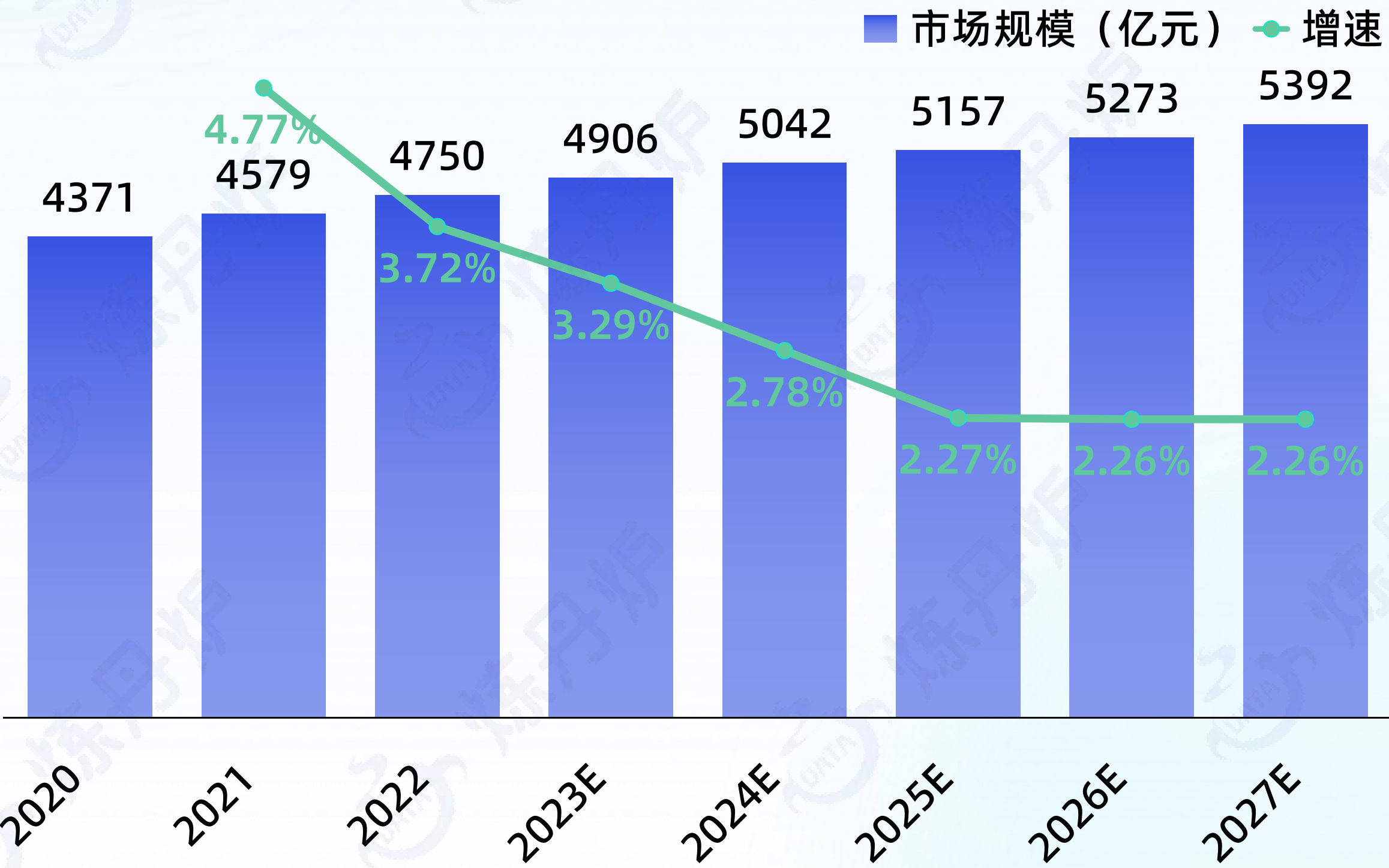
C A T E G O R Y T R E N D S

中国小家电市场规模稳增，淘系平台销售呈周期性波动



中国小家电市场规模保持稳步增长，预计从2020年的4371亿元增至2027年的5392亿元，但同比增速逐步放缓，从4.77%下降至2.26%，表明行业正从高速扩张转向成熟发展阶段。淘系平台小家电销售额整体保持稳定，受大促节点影响呈现周期性波动。市场扩张主要受益于消费升级、政策对绿色智能产品的扶持、产品智能化与功能多样化对便捷及个性化需求的满足，以及电商渠道持续赋能。未来，行业将在消费创新与政策助力中持续发展，但竞争加剧与增速放缓将成为常态。

中国小家电市场规模及同比增速



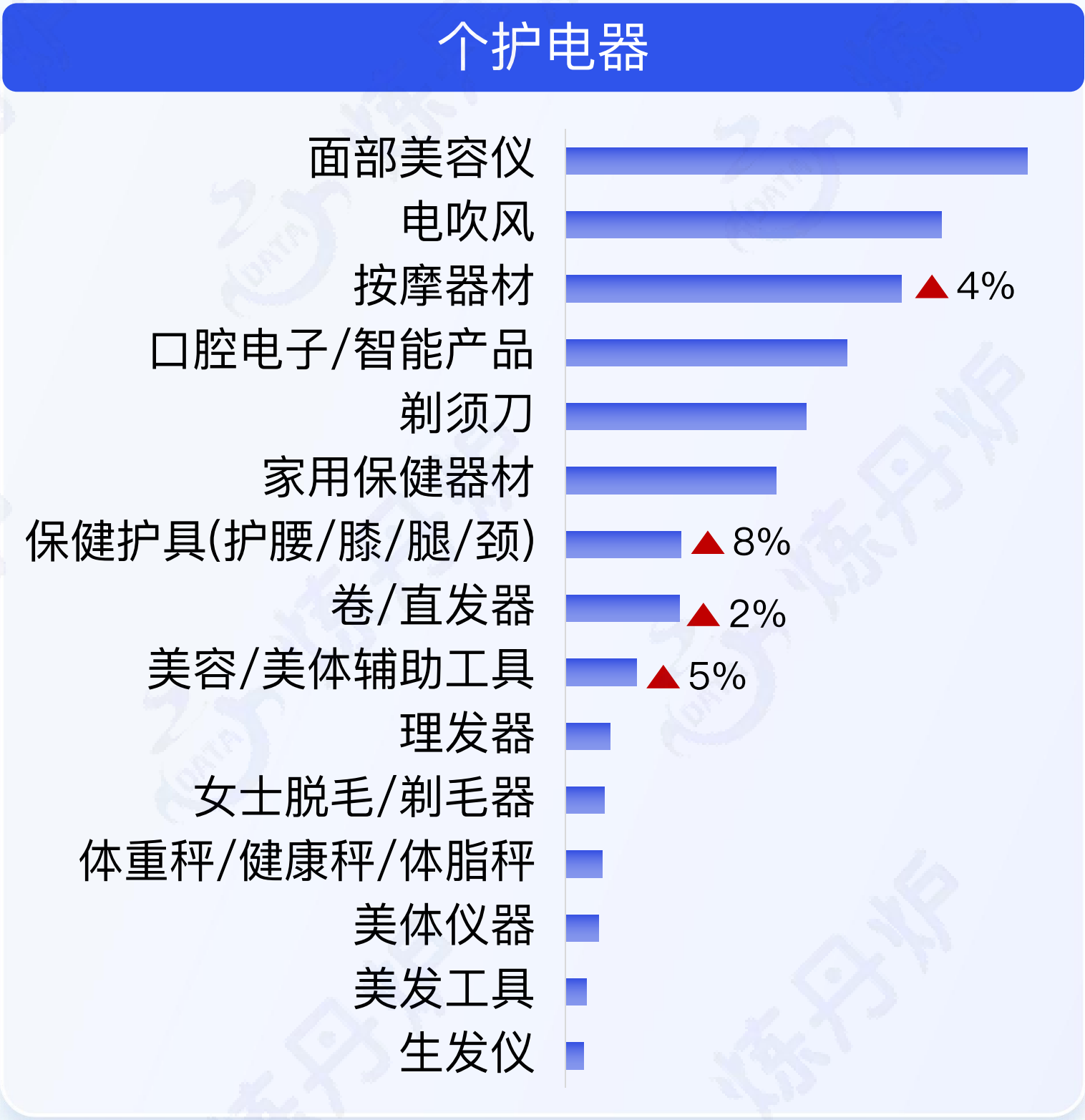
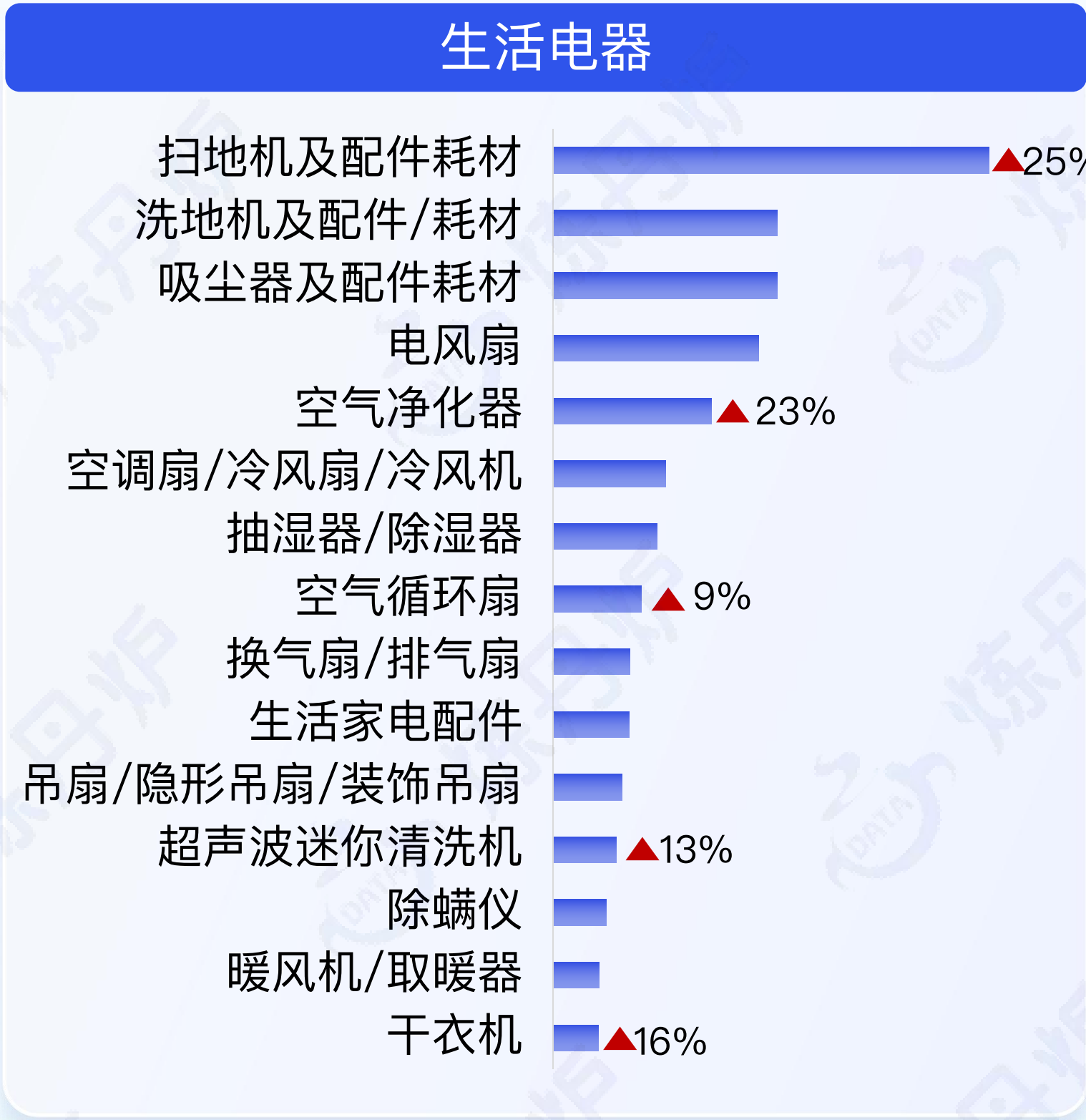
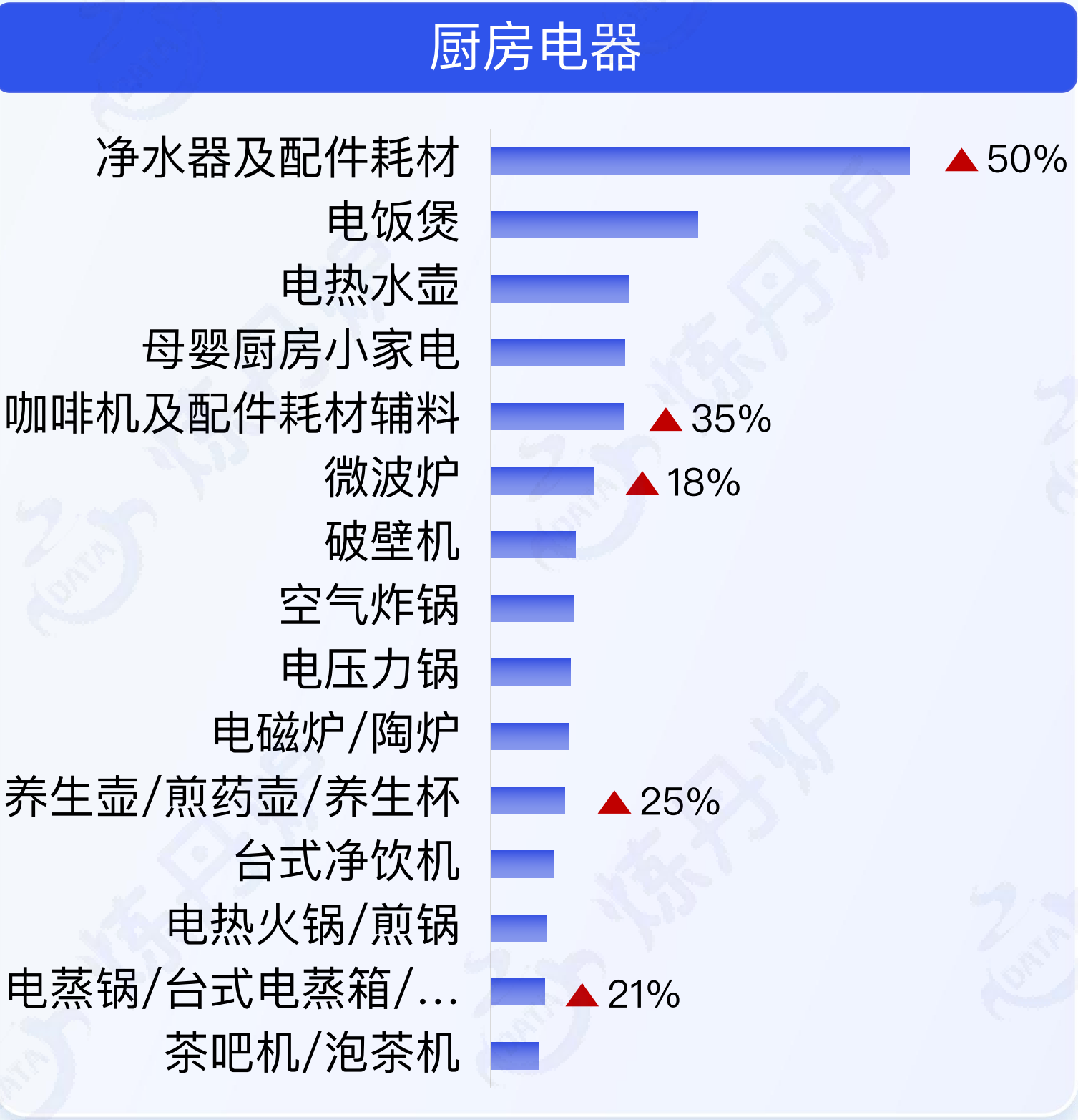
小家电淘系平台销售趋势



小家电行业健康化、品质化、便捷化趋势凸显

淘系平台2025年1-7月数据显示，小家电品类增长呈现显著分化。厨房电器中，净水器、咖啡机及养生壶等品类高增长，反映消费者对健康饮水与品质生活的需求提升；生活电器方面，扫地机、空气净化器、干衣机等品类增速领跑，体现用户对家居便捷与健康环境的持续追求；个护赛道中面部美容仪、电吹风等基础品类占销售主力，按摩器材、保健护具等健康关联品类实现同比增长，反映消费者在个护领域兼顾日常护理与健康养护的需求趋势。

2025年1-7月小家电行业品类销售额分布及同比高增长

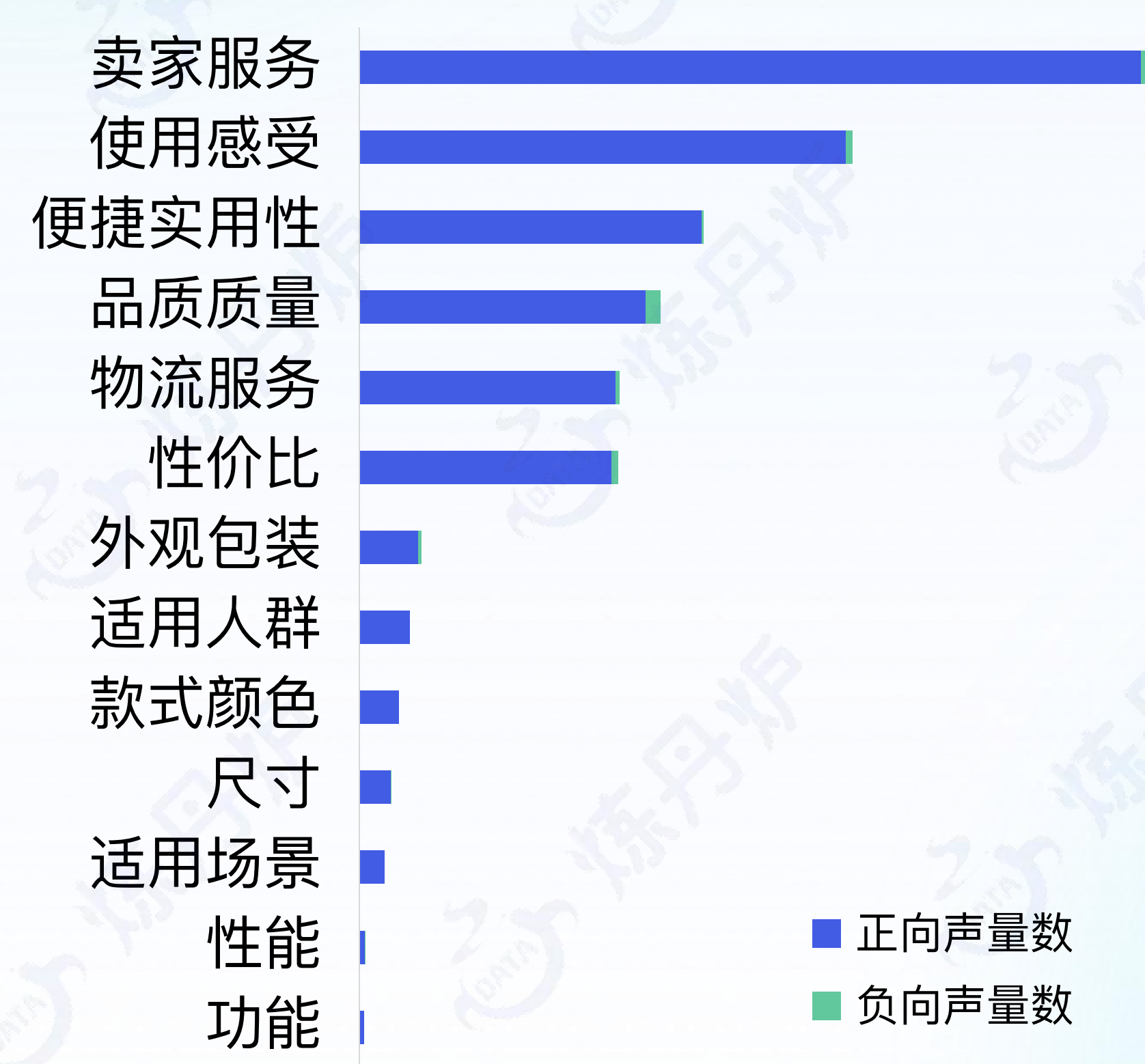


净水器消费者关注卖家服务与使用体验，聚焦安装诉求



2025年1-7月净水器消费者评价显示，卖家服务与产品使用体验受高度关注。卖家服务维度声量领先，服务态度、安装师傅、售后等是核心关切；便捷实用性方面，“安装简单/方便”“出水量大/快”等词云突出，折射出消费者对安装便捷性与出水性能的强诉求。整体而言，消费者既看重服务全链条体验，也聚焦产品实用性能，安装体验已成关键考量点。

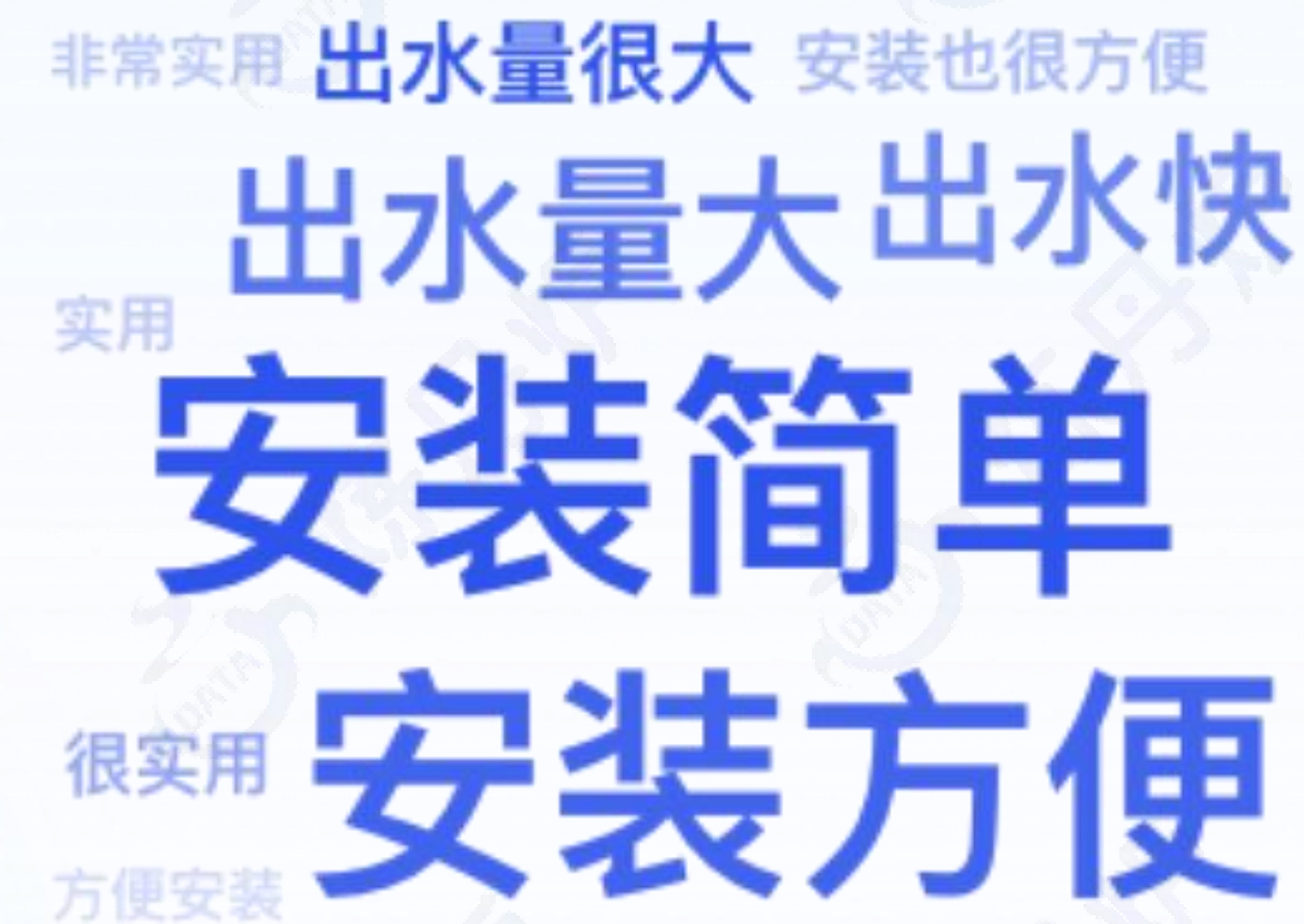
2025年1-7月净水器消费者评价声量分布



“卖家服务”二级声量分布



“便捷实用性”相关评价词云

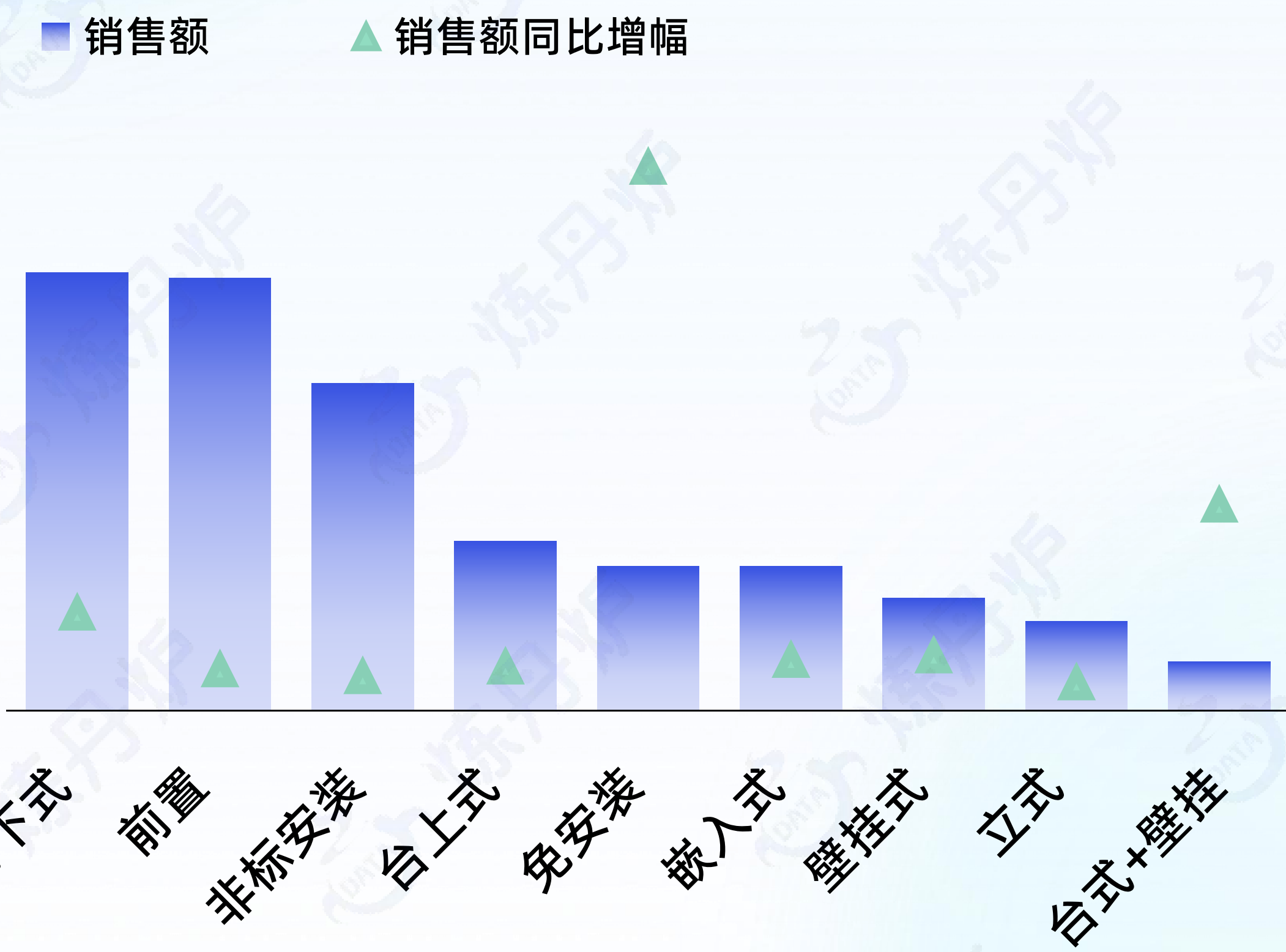


免安装与纳滤技术增速迅猛，净水器市场向安装便捷化、净水精准化方向升级

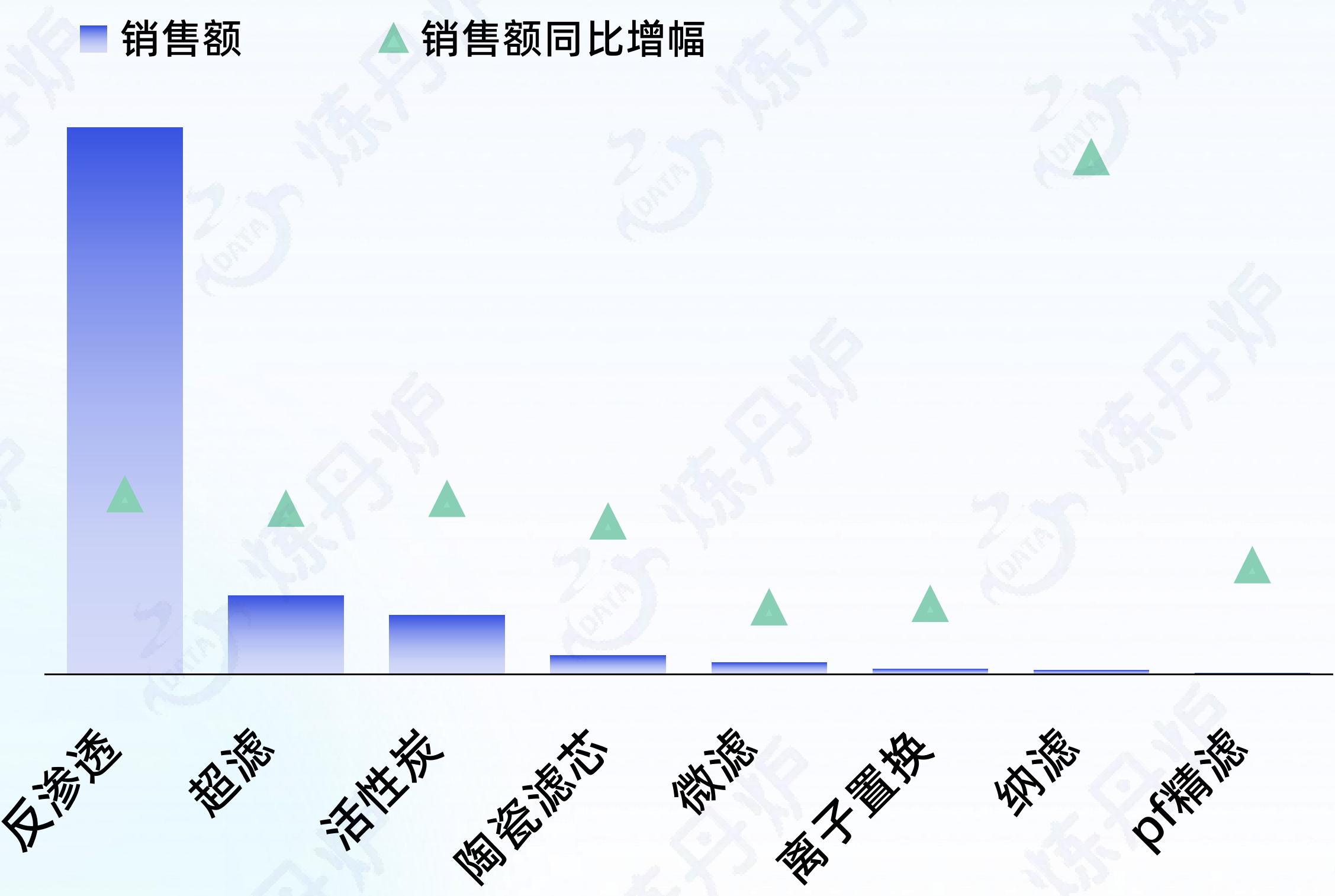


净水器安装方式中，厨下式、前置等传统类型销售额居前，但免安装型产品同比增速迅猛，折射出消费者对“零安装负担”的迫切需求。工作原理上，反渗透技术销售额断层领先，但纳滤技术异军突起——其兼顾“净水与保留矿物质”的特点，反映出消费者对“精准净水”与健康化的细分诉求正加速显现。二者共同指向市场“便捷化+精准化”升级趋势，企业可锚定此类潜力赛道挖掘新增长点。

2025年1-7月净水器安装方式属性销售额及同比



2025年1-7月净水器工作原理属性销售额及同比

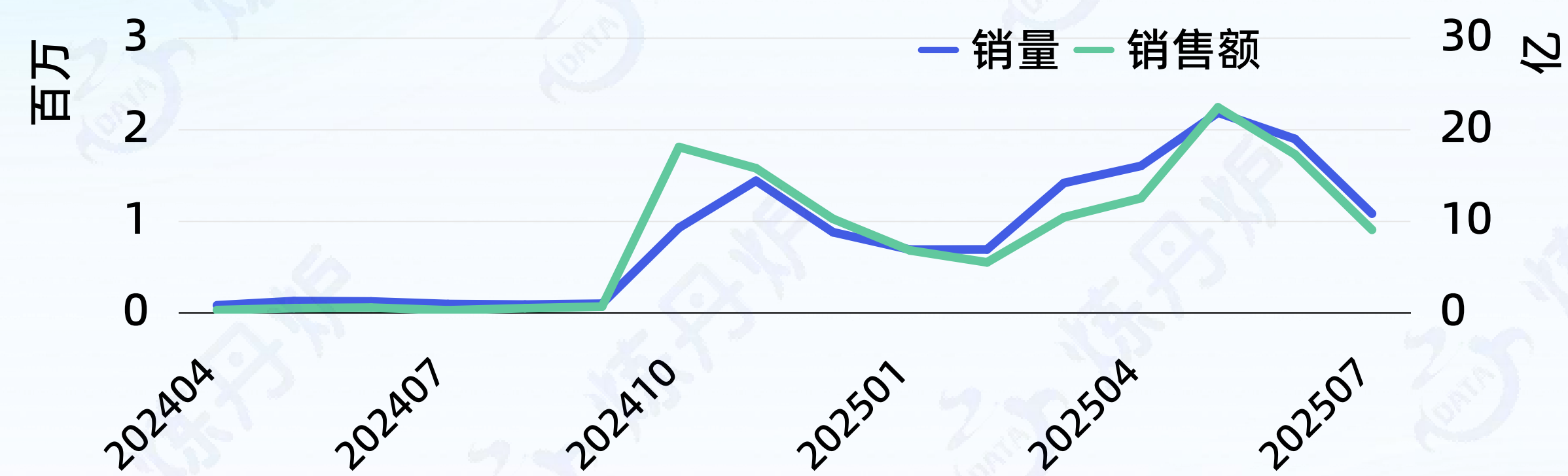


国补政策促进小家电行业智能化发展，“换新”需求升级为“换优”； 单身经济驱动小家电向小型化迭代



国补政策的实施促进了消费者对家电的需求从简单的“换新”升级为追求更高品质和智能化的“换优”。随着科技的进步和消费者对智能家居生活的追求，智能恒温、App控制、除菌等附加功能成为小家电的新卖点。此外，单身经济的兴起也驱动了小家电向小型化、个性化方向迭代，以适应一人户家庭的增长趋势。这一趋势推动了迷你、便携、多功能的小家电产品的市场需求。

国补概念下小家电行业销售趋势



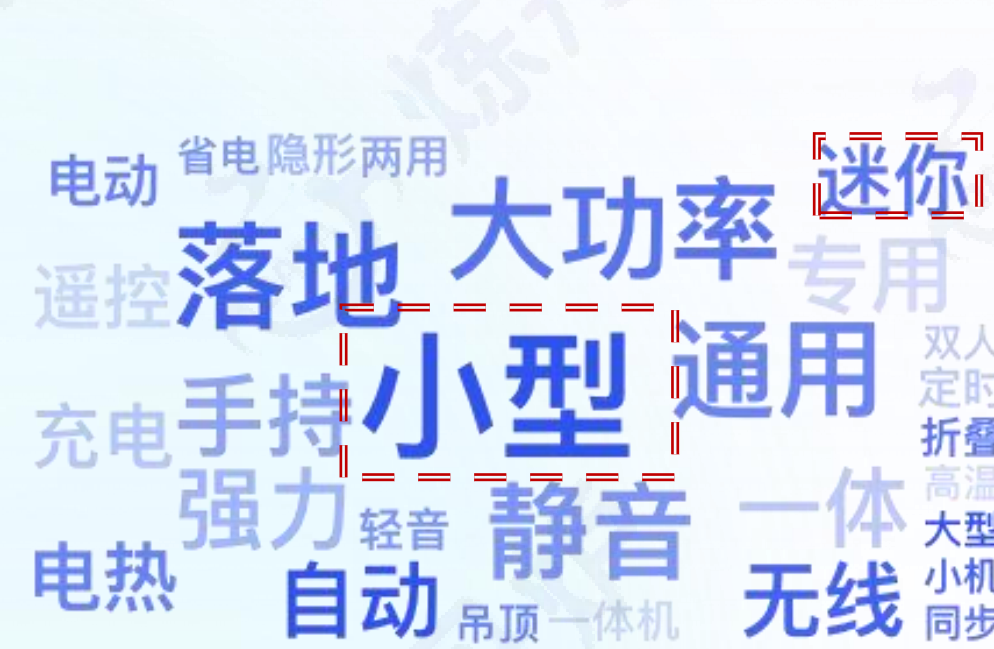
我国一人户家庭户数趋势



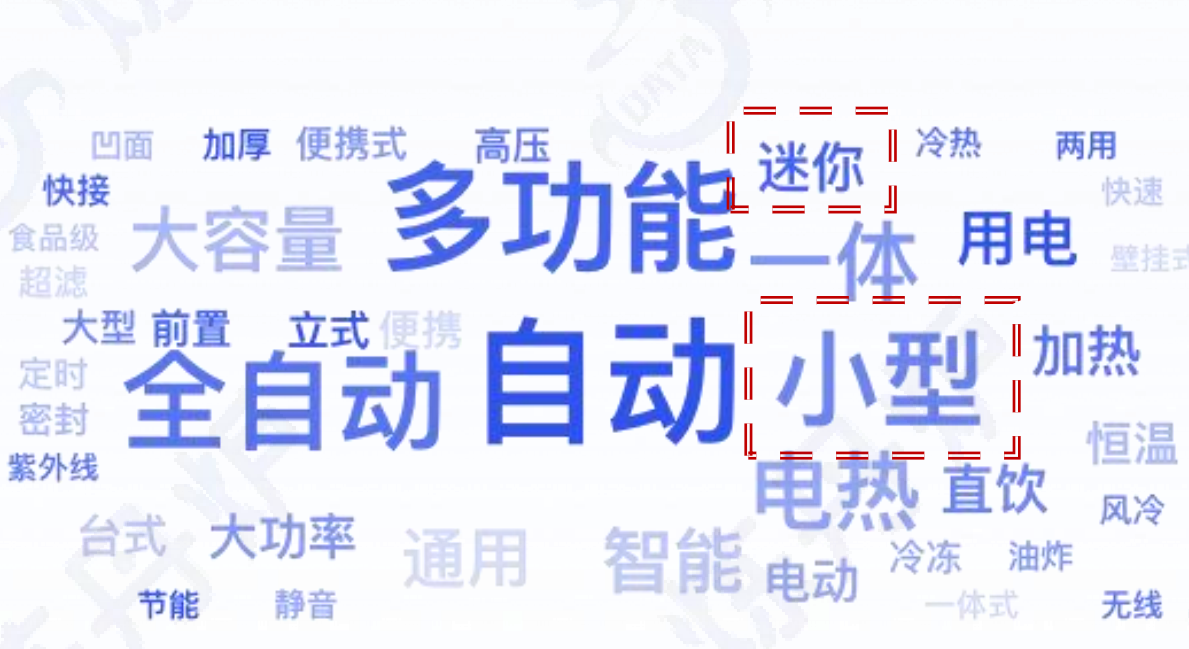
国补概念下小家电行业附加功能属性分布



生活电器商品“修饰词”热词



厨房电器商品“修饰词”热词



02.4

运动户外

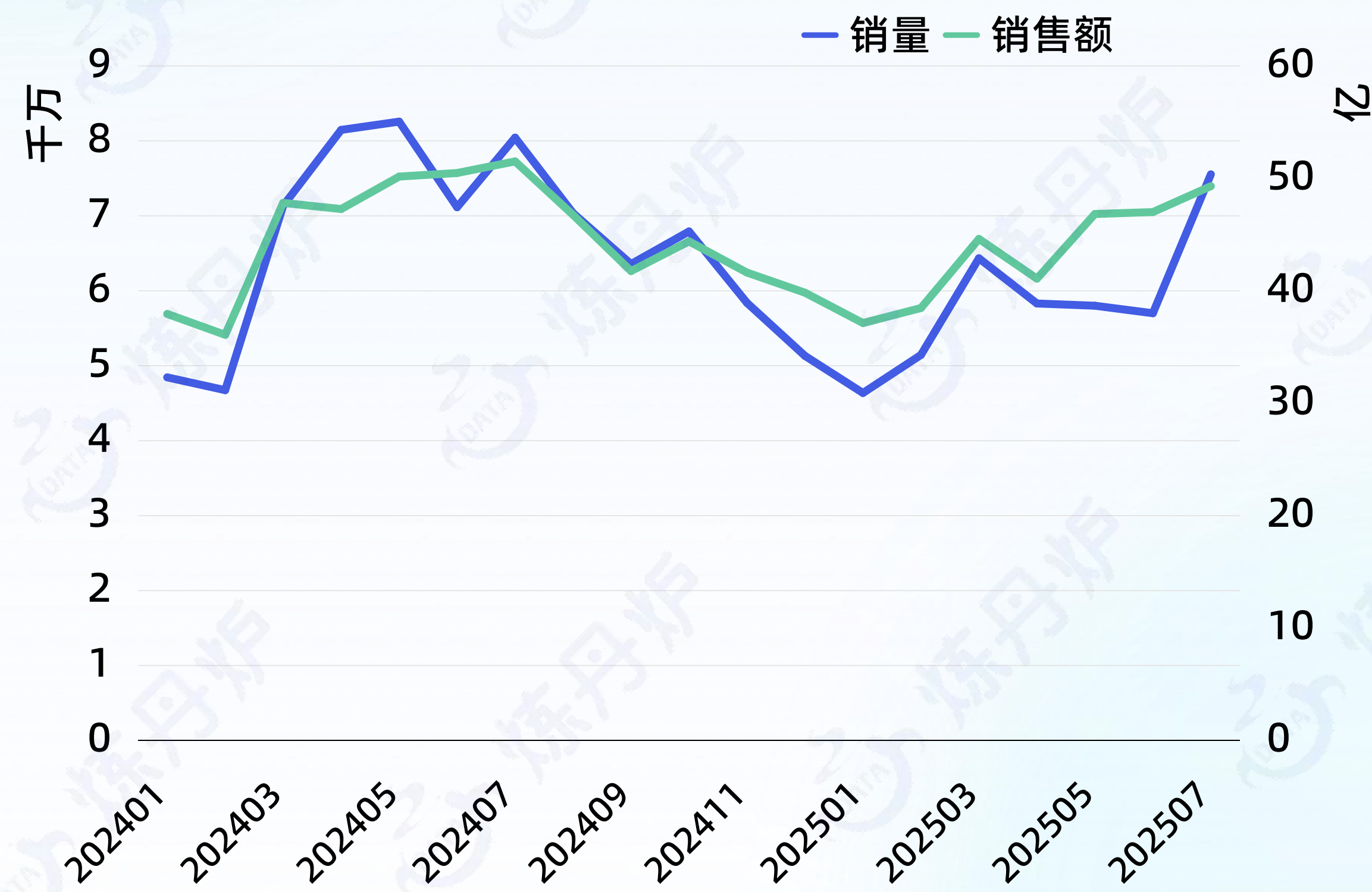
C A T E G O R Y T R E N D S

健康生活理念驱动我国运动户外行业发展，销售规模呈波动性增长

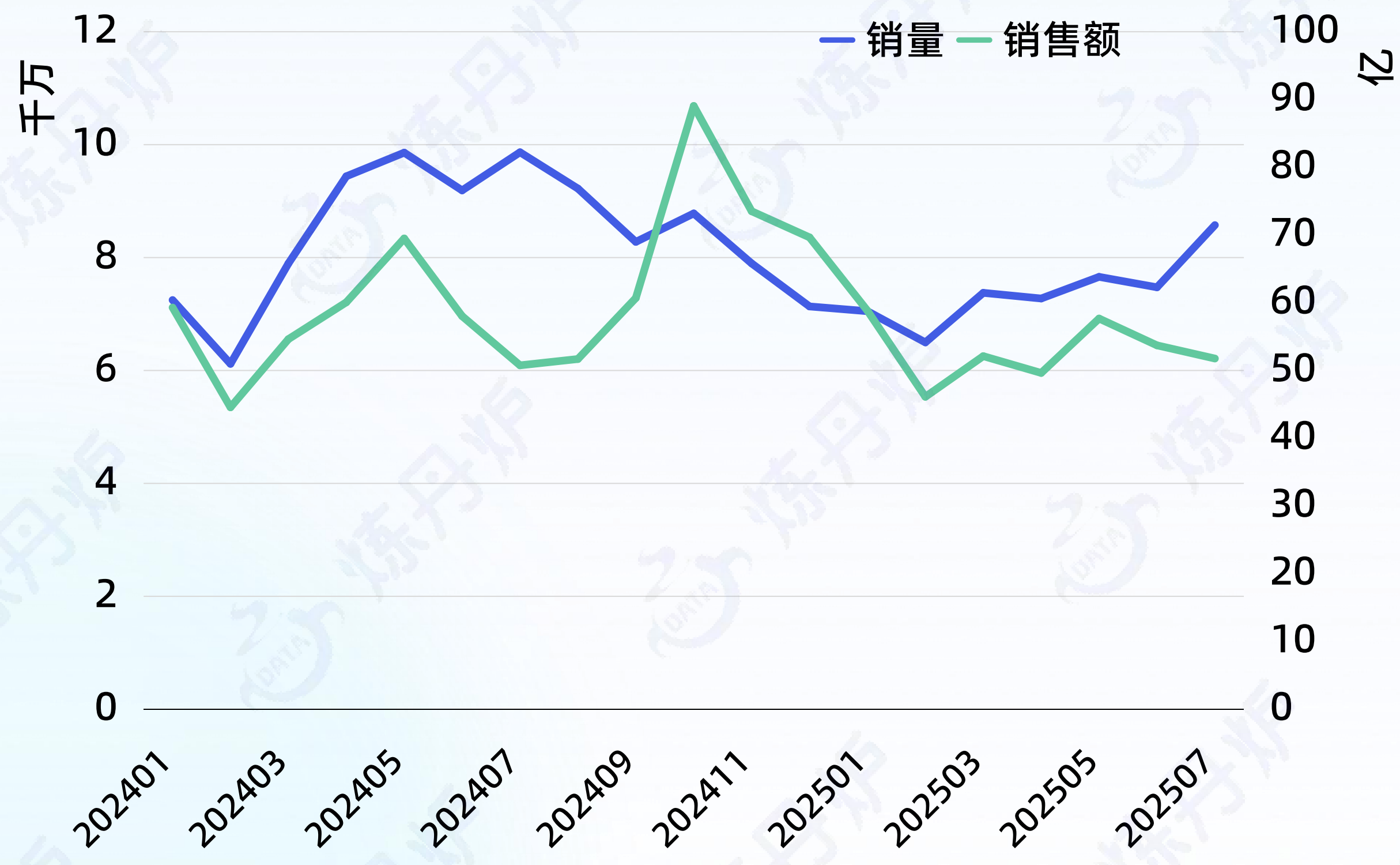


我国运动户外行业近年来呈现出波动增长的销售规模，这一趋势受到季节变化和各类体育赛事的显著影响，显示出明显的季节性和周期性特征。随着消费者对运动户外产品需求的不断升级，市场已经不再满足于单一的基本功能，而是开始追求更加个性化和多元化的产品选择。同时，健康生活理念驱动，行业将更聚焦功能与品质，持续适配大众运动户外生活方式升级。

运动/瑜伽/健身/球迷用品行业淘系平台销售趋势



户外/登山/野营/旅行用品行业淘系平台销售趋势

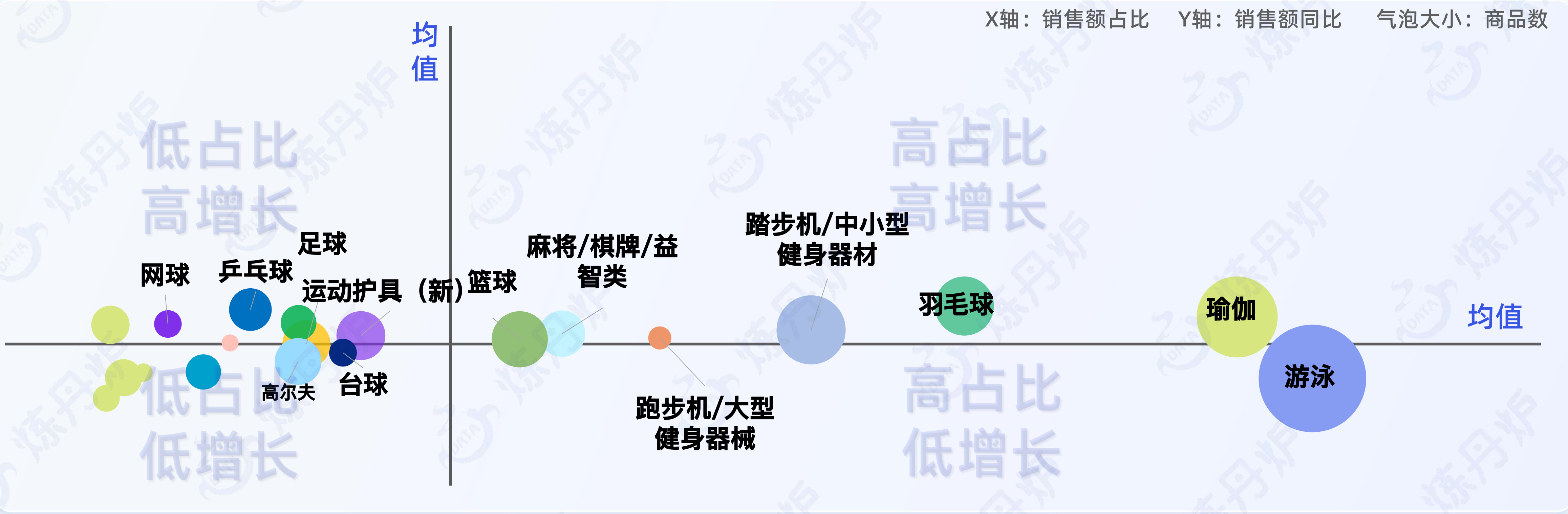


日常化、便捷化运动需求更具活力，小众运动需深化消费者体验



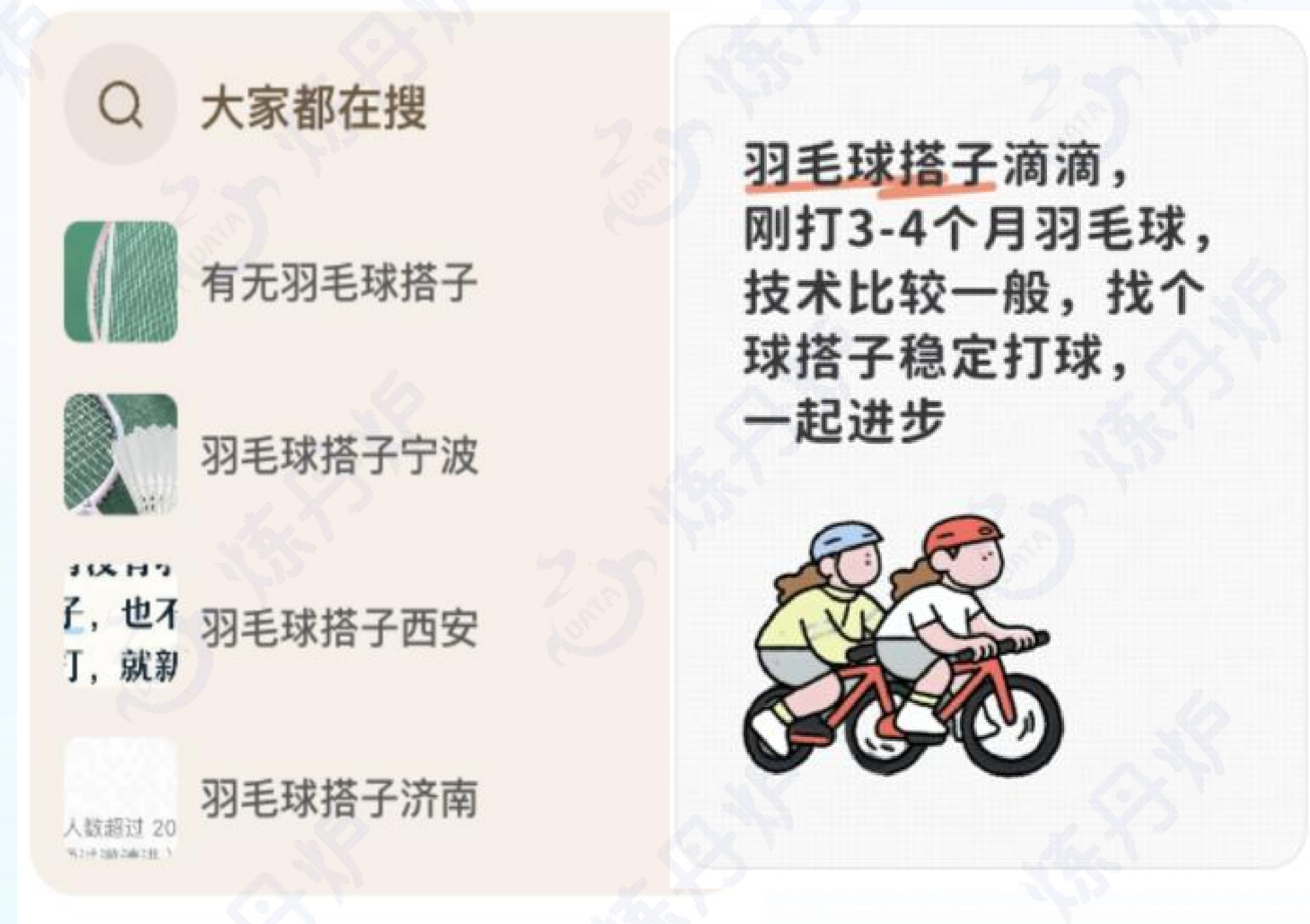
运动行业品类趋势呈现分化与聚焦特征。高占比高增长的瑜伽、游泳、羽毛球等品类，反映出消费者对健康生活、日常化运动需求的强化，小型化、便捷化健身器材（如中小型跑步机）及大众参与度高的运动品类更具活力。高占比低增长的麻将/棋牌等，虽有稳定消费基础，但创新不足难突破；低占比高增长的乒乓球、足球等，有细分市场潜力。整体看，行业需贴合大众健康需求，在热门品类深化体验，为潜力品类拓展场景。

2025年1-7月运动/瑜伽/健身/球迷用品行业品类红蓝海分布



小红书平台运动相关热搜词

求运动搭子、球友类内容热度高



户外行业针对细分户外场景持续专业化与个性化发展

从品类分布看，户外行业呈现多元发展态势。户外服装市场成熟，竞争白热化，需在功能面料研发、款式创新上发力，以适应不同户外运动场景需求。露营/野炊装备凭借高热度，销售额占比与同比增长双高，未来规模有望持续扩张，且可能朝更精致化、智能化方向发展，如智能控温的野炊设备等。户外鞋靴、垂钓装备增长势头良好，前者随着徒步、登山等活动普及，市场潜力将进一步释放；后者因钓鱼群体扩大，产品会更注重专业性与个性化。而潜水、滑雪等品类，因受众窄、竞争大，需挖掘小众需求，拓展生存空间。

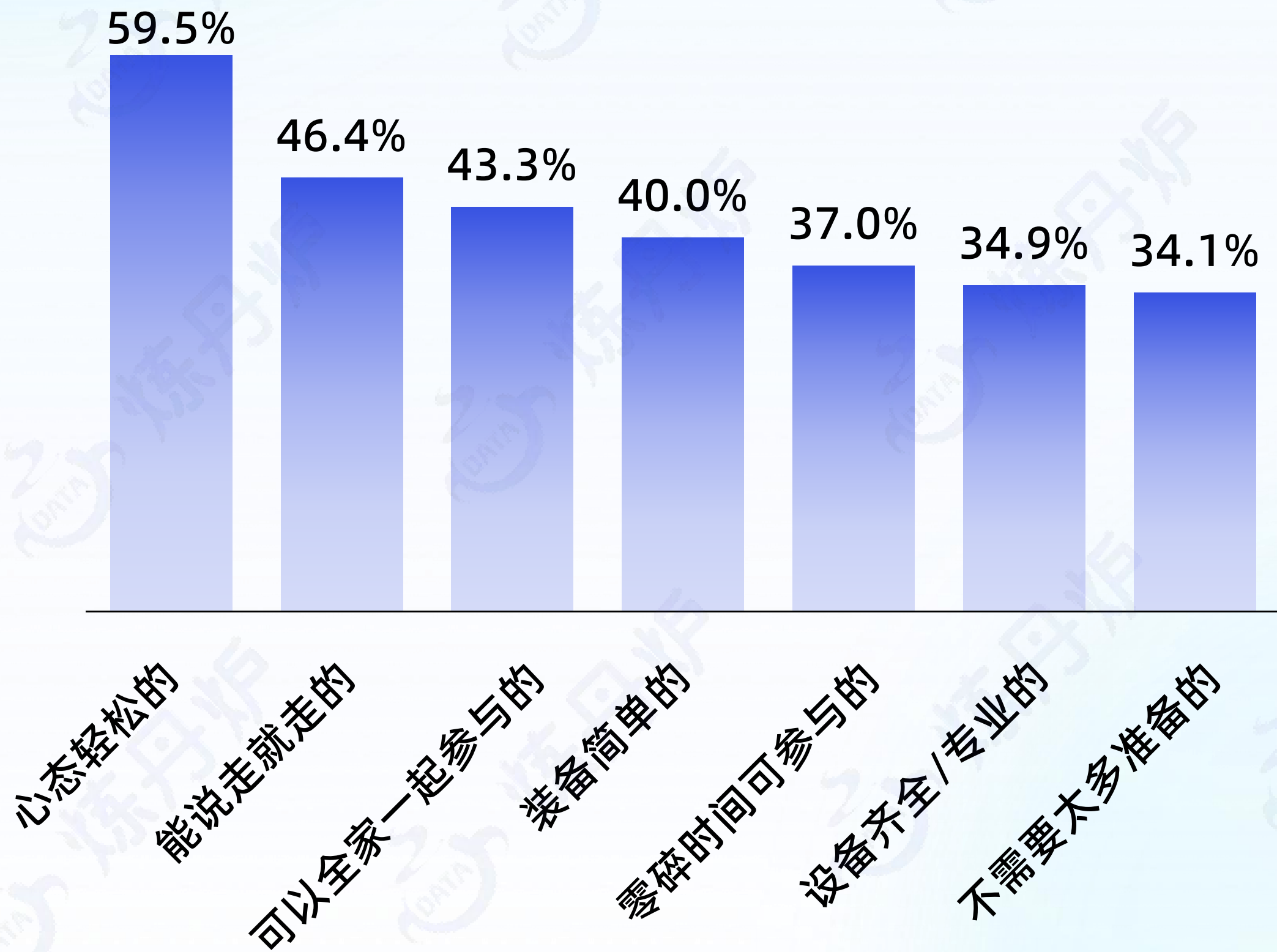
2025年1-7月户外/登山/野营/旅行用品行业品类红蓝海分布



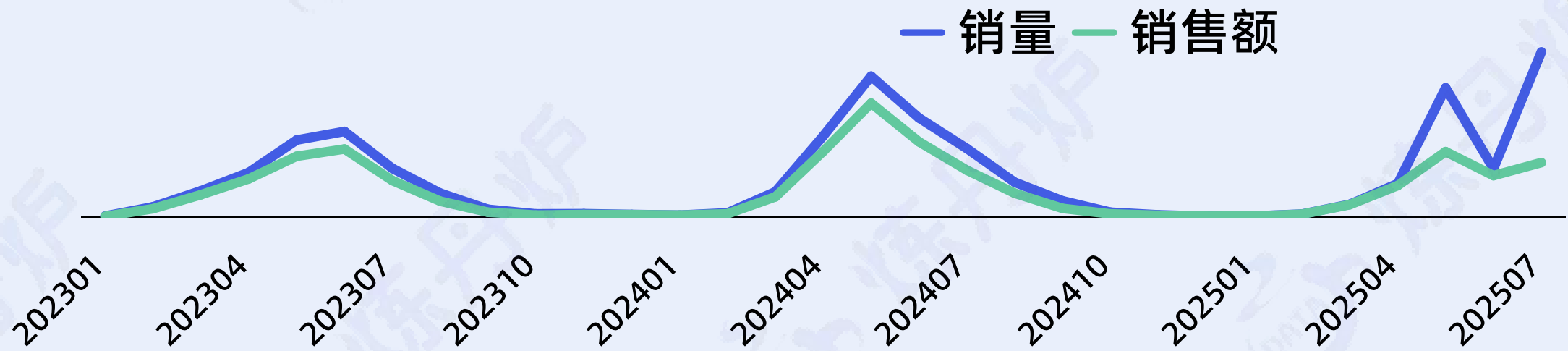
轻户外符合大众心理需求，带动相关品类销量增长

轻户外作为一种轻松、便捷的户外生活方式，符合了现代人追求放松、自由和健康的心理需求。在消费者户外运动选择偏好中，心态轻松的户外活动占比最高，达到了59.5%，显示出人们对于简单、无需太多准备的户外活动有着较高的兴趣。这种趋势直接带动了相关户外用品的销量增长，如户外服饰、防晒衣、户外鞋靴、登山鞋/徒步鞋以及自行车整车等品类。

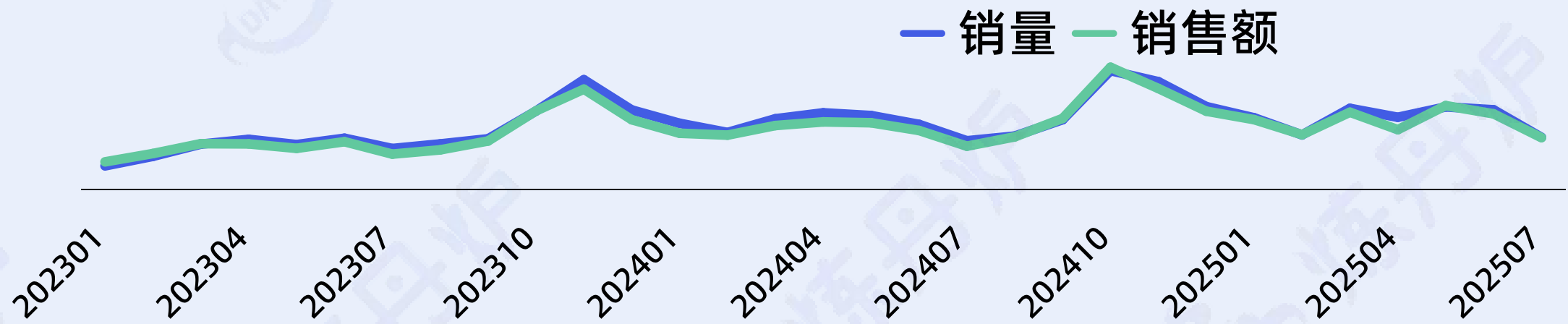
消费者户外运动选择偏好



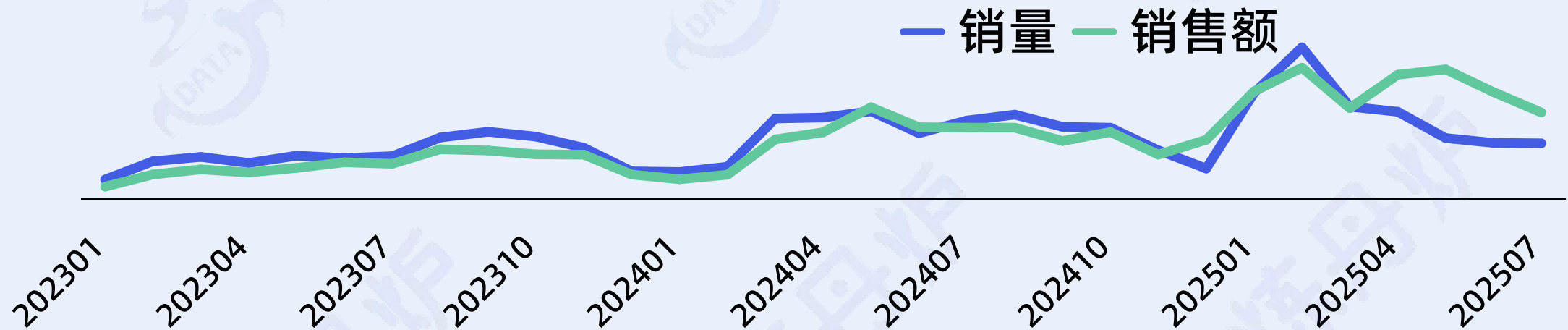
户外服饰
防晒衣



户外鞋靴
登山鞋/徒步鞋



自行车整车



宠物成为户外“时尚单品”，进一步推动户外市场多品类发展

从“宠物户外”概念淘系平台销售趋势来看，销量与销售额呈波动上升态势，这表明越来越多的人愿意带着宠物参与户外活动。在小红书上，诸如 #带着宠物去玩耍、#带小狗去徒步等话题热度颇高，反映出宠物户外在社交网络上备受关注。同时，品牌也敏锐捕捉到这一趋势，针对徒步、露营等细分场景，开发出轻便透气的牵引绳、清凉的宠物凉衣等功能性产品。

“宠物户外”概念淘系平台销售趋势



宠物户外相关小红书热门话题

#宠物友好 #带小狗去徒步 #狗狗爬山徒步
#这里可以带狗玩 #带着宠物去玩耍 #带着狗狗去露营
#带宠物去户外 #带着狗狗去徒步 #带着宠物去户外

品牌针对徒步、露营等细分场景开发功能性产品



拉夫威尔 | 官方旗舰店
轻量透气 不易粘毛
狗背心式牵引绳榜单TOP1

嗨轻 背心式牵引绳

轻户外场景



拉夫威尔 | 官方旗舰店
清凉舒适 全面降温
覆盖面积大 降温效果更好

思韦伯新款凉凉衣

思韦伯 宠物凉凉衣

夏季户外运动场景



拉夫威尔 | 官方旗舰店
强大浮力 稳定性强
手柄提拉设计 帮助狗狗顺利上岸

浮洛特新款狗狗救生衣

浮洛特 户外救生衣

户外游泳场景

02.5

潮玩谷子

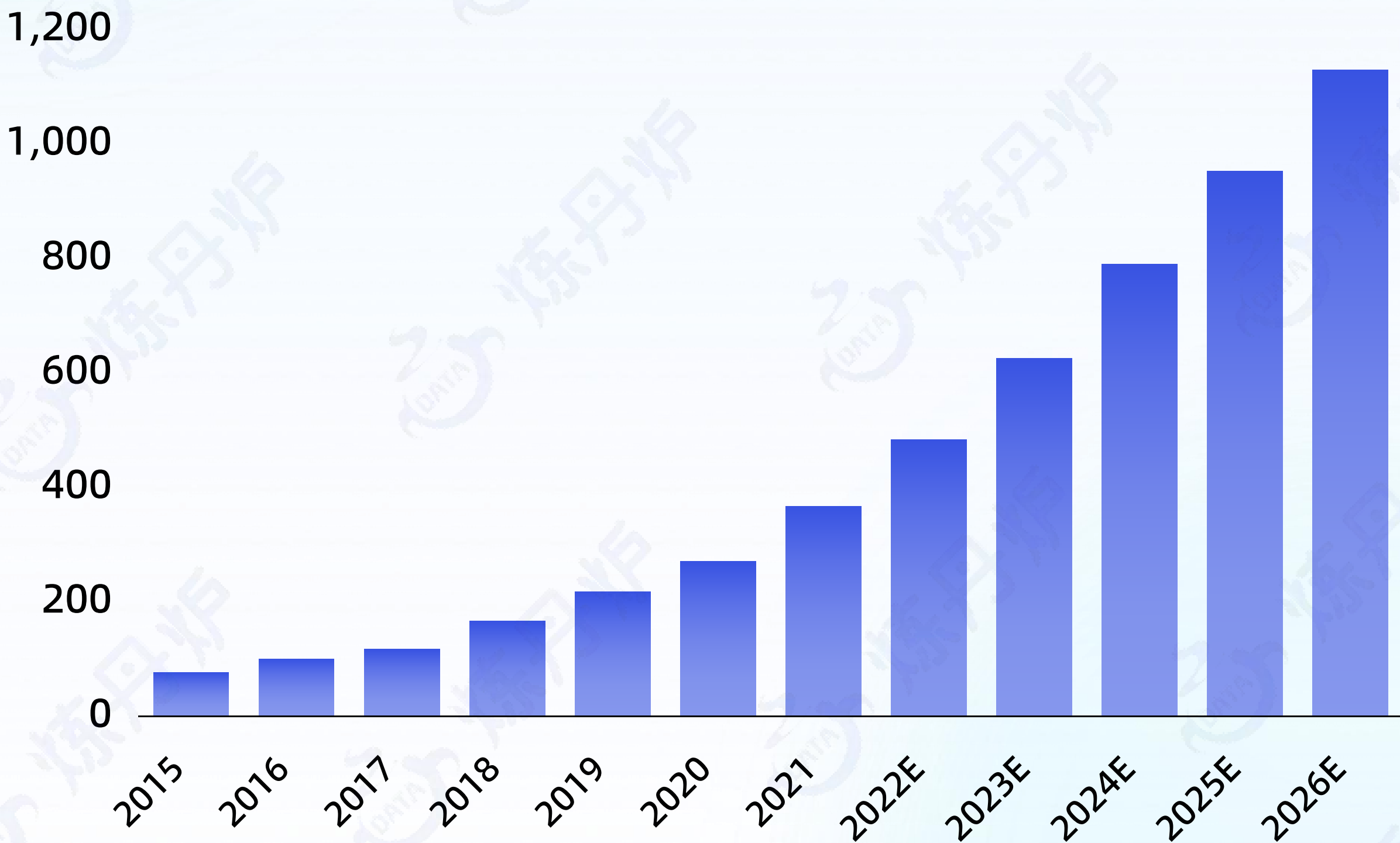
C A T E G O R Y T R E N D S

中国潮玩市场规持续高增长，大促和节日促销驱动淘系销售增长



中国潮玩市场规模呈现持续高速增长态势，从2015年起步至今，预计到2026年将突破1100亿元，行业规模扩张显著。与此同时，淘系平台销量与销售额存在明显波动，尤其在618大促和春节前夕达到峰值。显示大促或节日营销对短期消费拉动作用强烈。同时随着Z世代逐渐成为消费主力军，他们对IP化潮玩及个性化设计的偏好日益凸显，限量联名款与情感消费属性更是为市场注入强劲活力，推动其蓬勃增长。整体来看，中国潮玩行业已进入规模化、爆发式增长阶段，兼具高成长性与节日驱动特征。

2015-2026年中国潮玩市场规模（亿元）



模玩/动漫/周边/娃圈三坑/桌游行业淘系平台销售趋势

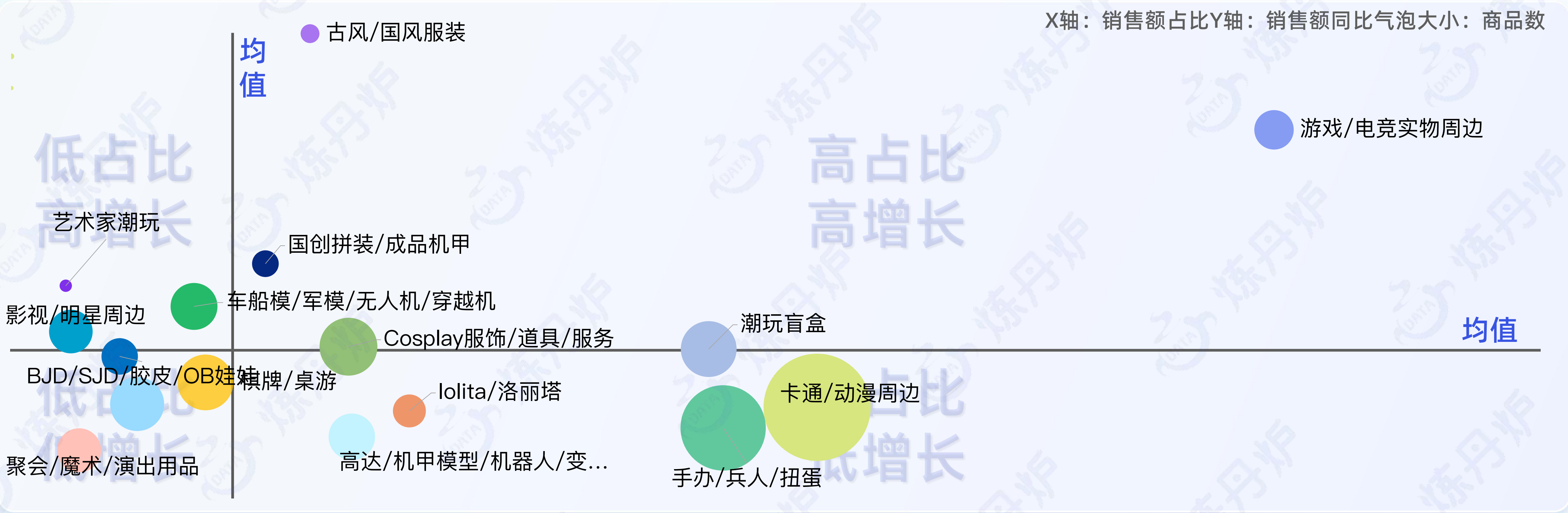


游戏IP与国潮品类引领增长，传统潮玩陷红海竞争



当前潮玩行业品类结构呈现明显分化。以古风服装、电竞周边及国创机甲为代表的新兴品类兼具高增长与高占比，成为驱动行业增量的核心蓝海，显示出国潮文化与原创IP的强劲势头。艺术家潮玩、军模及影视周边虽当前占比低但增速领先，属潜力赛道。而盲盒、手办等传统热门品类尽管商品数量庞大，增速已显著放缓，陷入同质化竞争的红海局面。行业整体正从标准化产品向个性化、圈层化方向迭代，文化与技术融合品类将成为未来增长关键。

2025年1-7月模玩/动漫/周边/娃圈三坑/桌游行业品类红蓝海分布



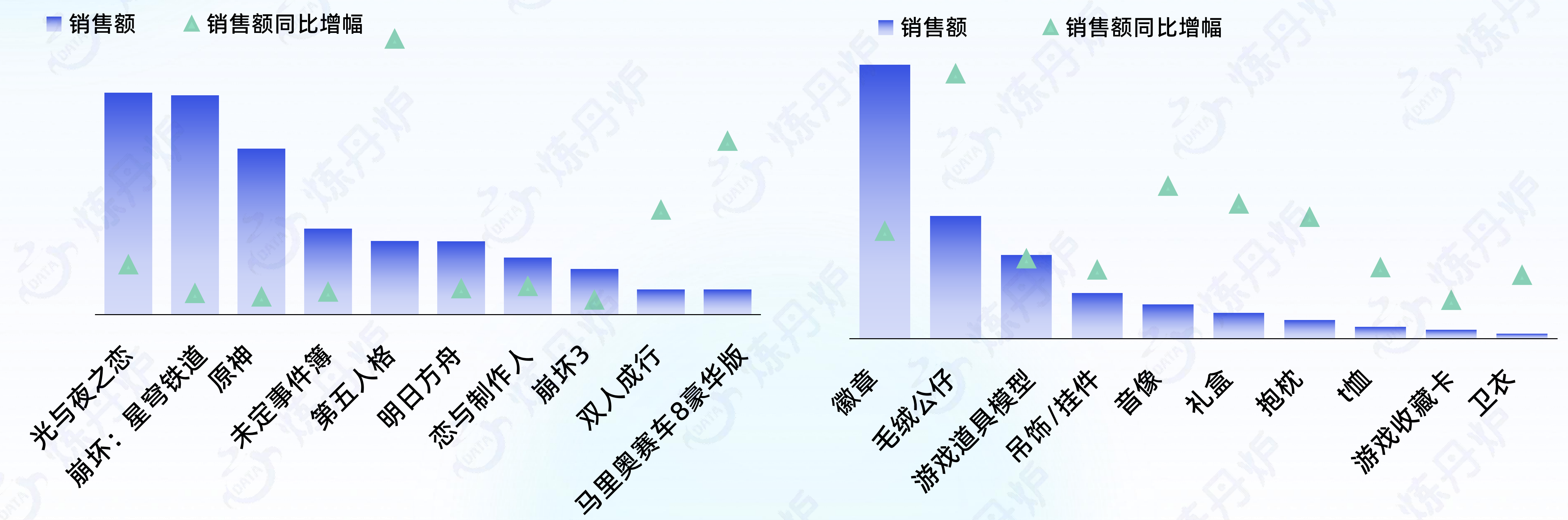
游戏周边市场头部IP稳定领跑、新兴IP凭借内容与情感创新加速突围，周边开发依赖IP热度与情感化设计双轮驱动



游戏/电竞周边市场中，光与夜之恋、星穹铁道相关周边产品稳居销售额前列；而第五人格、马里奥赛车、双人成行相关周边产品则借版本更迭、IP生态拓展及强烈情感共鸣实现“断层式”增长。其相关衍生品品类中，徽章因成本低、展示性强、能快速捕捉IP爆点而销售领先；毛绒公仔凭借情感陪伴属性及设计创新领涨。

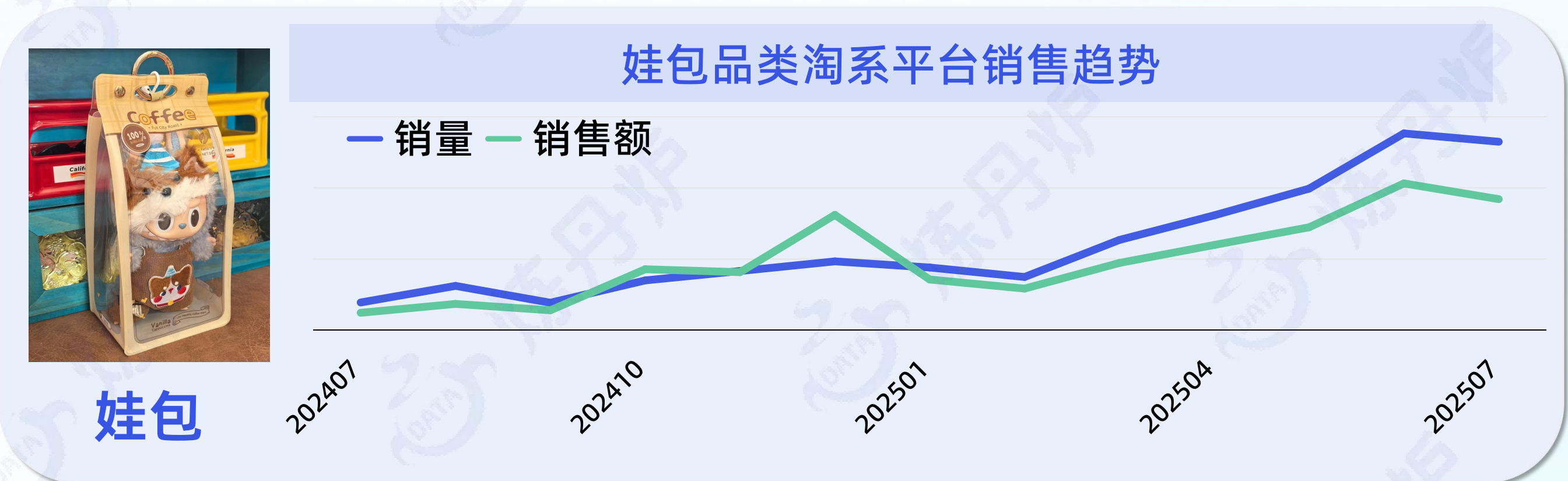
2025年1-7月游戏/电竞实物周边游戏名称属性销售额及同比

2025年1-7月游戏/电竞实物周边衍生品品类销售额及同比



情感及社交属性带动潮玩衍生品类快速成长；盲盒直播等零售形式强化情绪体验，驱动产销转化

消费者对潮玩产品的情感寄托和社交分享需求日益增加，使得这些产品不仅仅是收藏品，更成为了情感表达和社交互动的媒介。娃衣和娃包品类的销量和销售额都呈现出稳步增长的态势，显示出市场的旺盛需求。同时，盲盒直播等新型零售形式通过互动性强、体验感丰富的购物方式，进一步强化了消费者的情绪体验。这种结合情感体验和社交互动的零售模式，正在成为潮玩市场的重要增长点，推动着整个行业的创新发展。



许愿、对对碰、下单选数字等多种盲盒直播形式涌现



胡图图DI... 1.3万本场点赞

关注 453

家居饰品推荐榜 人气榜

玩法介绍 概率介绍

1.许愿成功	+1包	1.小乌龟	1/10
2.对对碰成功	+1包	2.二代水果仔仔	1/5
3.三连 (横竖斜)	+3包	3.小熊莉莉丝	1/10
【小乌龟三连	+5包】	4.三丽鸥	1/10
4.清台	+5包	5.四代水果仔仔	1/8
【小	+8包回家拆】	下单请不要离开	
5.全	+5包	按下单顺序排队拆	

拆盒后不退!! 直接拉黑

偏远地区 2单包邮!!

1,3,5,7,9,11 下单选一个数字,顺位兑1个 一单拆2个!!

库存仅剩.3

商品无链接

【国版现拆】小樱... 近60天低价 \$39.9 抢

说点什么...



游乐潮玩 关注 9

带货总榜 小时榜

隐藏6=1 祖国版 默认做做 介意勿拍

未成年禁止下单!! 2单包邮!!

1,3,5,7,9,11 下单选一个数字,顺位兑1个 一单拆2个!!

库存仅剩.3

商品无链接

【国版现拆】小樱... 近60天低价 \$39.9 抢

说点什么...



枫枫潮玩 关注 811

家居日用榜第50名 人气榜

默认代拆 NO退NO换 自行录屏, 客服不拍

玩法介绍

下单选择两个颜色, 选择成功再拆一盒, 一直中一直拆 隐藏概率 3%

颜色概率

粉色 15%	紫色 15%	蓝色 15%	白色 15%	黄色 15%
绿色 15%	其它颜色 10%	纯白为白色, 三色及以上为混色		

说点什么...



扫码获取免费试用资格
解锁更多电商数据分析

