

2025年线上唇部彩妆品类消费趋势洞察

三维裸境 内润外锁 · 嘭润嫩唇 (唇部彩妆)



【用户说】出品
上海语析信息咨询有限公司



法律声明



语析咨询
SemantiX Consulting



用户说
NETVOICES

本报告为上海语析信息咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国知识产权法律法规的保护，没有经过语析咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。任何非商业性质的报道、摘录及引用请务必注明版权来源。

本报告中的数据采用了第三方大数据商业智能产品全网采集，覆盖了小红书、微博、微信、B站、快手等社会化媒体站点和淘宝天猫、京东等主流电商平台，整合搜索指数等公开数据以及参考了国家统计局、欧睿国际等行业公开数据报告所得。本报告采集的最长数据周期为2024年1月1日至2025年6月8日。用户说品牌5G指数模型是基于用户在互联网的行为轨迹，从品牌知名度、关注度、美誉度、忠诚度和需求度五大维度量化和分析研究品牌在用户心智中的价值维度，是语析独用模型。

受研究方法和数据获取资源的客观因素限制，本报告仅供组织和个人作为市场参考资料，本机构不承担因使用本报告而产生的法律责任。

报告数据源说明



品牌官

你们只有线上数据？销售数据采集什么渠道？



用户说主打的优势就是专注做美妆行业的互联网数据，销售数据聚焦阿里平台，我们采集天猫、淘宝和京东的电商数据；互联网用户口碑数据则基本覆盖全渠道，包括搜索引擎、电商平台、社交媒体微博、微信、长短视频抖音、快手，垂直平台小红书、知乎等。



线上销售数据综合社会化媒体数据，从用户视角洞察需求：互联网时代，用户即便是通过线下渠道乃至境外渠道购买，其对产品和品牌的认知、评价及其背后的需求却会在社交媒体上体现。而且很多品牌也都在**整合、联动线上线下渠道**，支持线上购买 - 线下自提、专柜积分可在天猫旗舰店累积的品牌越来越多。

因此，社会化媒体端用户的口碑、舆情数据对品牌极其重要。



微博



微信



小红书



抖音



快手



电商



问答



B站

目录

CONTENT

- 1. 唇部彩妆市场洞察
- 2. 唇部彩妆品牌分析
- 3. 唇部彩妆产品分析
- 4. 唇部彩妆品牌营销分析
- 5. 唇部彩妆产品用户洞察
- 6. 唇部彩妆市场趋势分析

报告概要



语析咨询
SemantiX Consulting



用户说
NETVOICES

【唇部彩妆市场洞察】

淘宝天猫、抖音、京东唇部彩妆线上市场规模呈现不同趋势，唇部彩妆销售额在部分平台有所下滑。淘宝天猫唇部彩妆品类销售额达**71.17亿元**，同比下滑**14.87%**，细分品类中唇笔/唇线笔呈现**正增长**。京东唇部彩妆销售额为**27.90亿元**，同比小幅下降**1.72%**，唇笔/唇线笔增速最快。线上平台唇部彩妆概念分析显示，“**保湿不脱妆**”等概念销售额增长显著。唇部彩妆线上平台价格分析表明，京东唇膏/口红均价最高，各平台均价走势有差异。淘宝天猫唇部彩妆细分品类价格区间显示，唇笔和唇彩更依赖低价走量，唇膏/口红占据**高利润区间**。唇部彩妆备案量达**2.3万**，同比缩量**11%**，唇釉/唇蜜等品类备案量增长。唇部彩妆专利分析发现，相关专利**55项**，成分维度呈现两极趋势，技术维度中“**长效保湿**”与“**抗衰**”形成双核心。专利案例分析展示了不同公司的创新技术，如成膜组合物、水包油型唇釉等。唇部彩妆声量分析显示，唇膏/口红/变色唇膏声量达**1821万**，同比仍在**扩张**。唇部彩妆社媒平台热度分析发现，小红书唇部彩妆细分品类以**口红居多**，商业笔记渗透率最高的为**唇霜**。

【唇部彩妆品牌分析】

淘宝、京东唇部彩妆品牌销售额榜单显示，**YSL、Dior**等品牌在淘天和京东平台销售额位居前列。抖音唇部彩妆及细分品类品牌销售额榜单中，**小树美、罗娜女神**等品牌表现突出。唇部彩妆十大品牌选择包括**YSL圣罗兰、华伦天奴**等，各品牌在不同平台有不同销售规模和增长趋势。品牌分析部分还对YSL、华伦天奴、Girlcult构奇等品牌进行了详细分析，包括**线上销售规模、均价分布、热销单品及上新规划**等。

【唇部彩妆产品分析】

唇部彩妆产品包装设计分析发现，**造型吸睛、便携升级、包容共融**成为设计革新方向，如无障碍口红包装等。唇部彩妆产品分析中，**纯净彩妆**与**纯素美妆**受到关注，注重配方安全性和养肤功效。唇部彩妆技术分析聚焦**持久锁色技术**，如毛戈平空气唇釉、花知晓天鹅芭蕾唇釉等采用创新技术实现持久妆效。唇部彩妆产品组合方面，集齐热门彩妆CP，自带展架收纳，满足美丽与仪式感需求。唇部彩妆色号分析显示，**裸棕色系**主导市场，**红棕色系**常态化，粉调口红在**缎光&水光质地**类型上应用广泛。淘宝天猫、京东热销唇部彩妆产品分析中，YSL、Dior等品牌产品进榜前5，销售额和销售量表现突出。唇部彩妆产品妆感妆效分析涵盖**镜面水光、立体感、折光度**等方面，上妆亦**护唇、精华入妆**等概念受到关注。

【唇部彩妆品牌营销分析】

REDCHAMBER/朱栈营销分析显示，推出多个**联名礼盒**收获高互动量，如与半暖公益推出妇女节公益礼盒等。酵色营销分析中，酵色圣诞限定“冬日蓝调”系列抓住节日热点，通过**明星X达人矩阵**强势种草。

【唇部彩妆用户洞察】

唇部彩妆用户性别、年龄、地域、关注维度、功效需求、成分需求等方面进行了分析。**抖音**唇部彩妆用户画像显示，**口红、唇膏**等产品女性占比高，18-24年龄段人群更集中在**唇蜜、唇泥**。**小红书**唇部彩妆用户画像中，女性占比达**94%**，18-24年龄段人群占比高。唇部彩妆用户关注维度洞察发现，**妆感妆效、场景、功效**等维度声量较高，自然裸妆、镜面玻璃感等流行趋势受到关注。唇部彩妆用户关注维度洞察还显示，**干燥场景、改善唇形、服帖声量**等呈现增长趋势。

【唇部彩妆市场趋势分析】

趋势一为三维裸感体系，从单一裸色概念向多维兼容性阶段升级。趋势二为流行妆容，如韩式柔雾、欧若水光等唇妆风格流行。趋势三为早八高智感通勤，素颜口红、高智感口红等声量增长，提升气色等成为重要卖点。趋势四为Z世代消费趋势，注重即时满足的消费体验，为情绪买单等消费特征明显。



唇部彩妆市场洞察

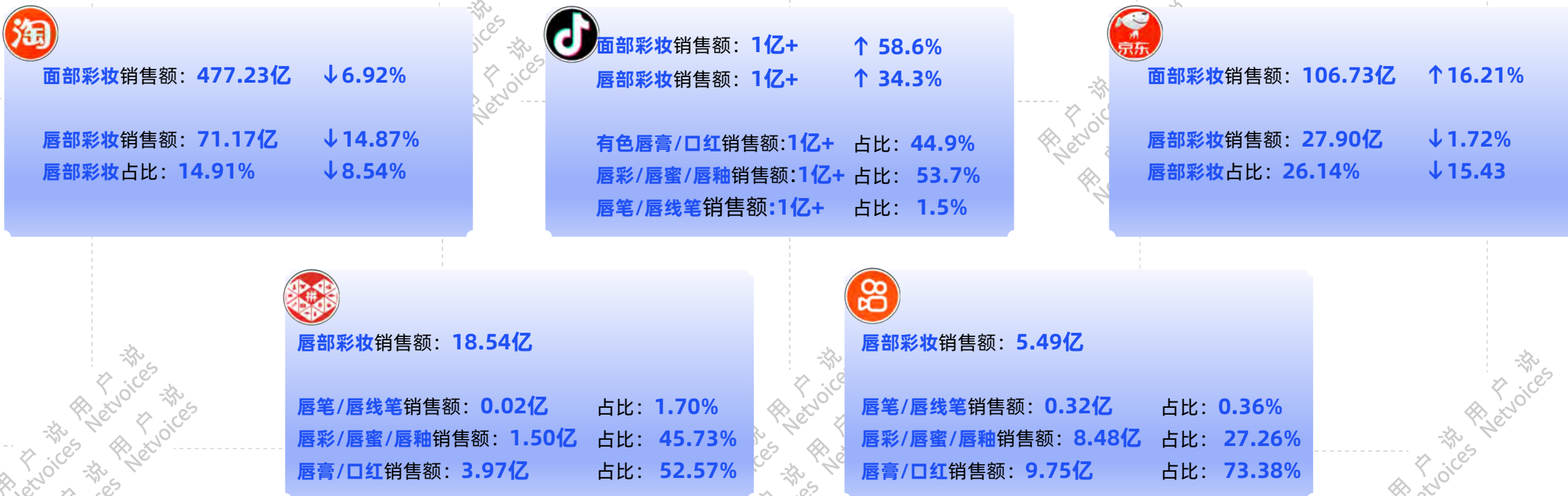
1. 淘宝天猫、抖音、京东唇部彩妆线上市场规模
2. 线上平台唇部彩妆概念分析
3. 唇部彩妆线上平台价格分析
4. 淘宝天猫唇部彩妆线上平台价格分析
5. 唇部彩妆备案分析
6. 唇部彩妆专利分析
7. 唇部彩妆专利案例分析
8. 唇部彩妆声量分析
9. 小红书唇部彩妆社媒平台热度分析



淘天面部彩妆销售额达470亿+，抖音面部彩妆同比增长58.6%

对比五个线上平台唇部彩妆市场规模。抖音面部彩妆以及唇部彩妆的销售额均超出1亿+，分别同比增长58.6%，34.3%。淘天唇部彩妆的总销售额达到71.17亿元，同比下滑14.87%。京东平台虽面部彩妆销售额同比增长16.21%，但其唇部彩妆品类却呈现下跌趋势，年销售额为27.90亿元。相比之下，拼多多和快手平台的唇部彩妆市场规模相对较小，销售额分别为18.54亿元和5.49亿元。

2025.04MAT线上平台规模



资料来源：用户说研究中心，淘宝天猫，京东，抖音，拼多多，快手
数据周期：2024.5.1-2025.4.30; 抖音(2024.6.9-2025.6.8)
数据说明：面部彩妆包含所有彩妆品类

“保湿”、“不脱妆”成为唇部彩妆高增长概念

唇部彩妆销售额高增长概念

排名	概念	总销售额	同比增长率
1	“保湿不脱妆”	1,423.81万	86150%
2	“哑光水光”	1,099.71万	4299%
3	“不掉色哑光”	1,154.17万	2325%
4	“唇釉唇泥”	7,888.55万	146%
5	“嘟嘟唇”	1.43亿	129%
6	“镜面口红”	8,207.80万	73%
7	“唇泥哑光”	6,776.55万	58%
8	“水雾唇釉”	4,240.21万	51%
9	“唇釉水光”	4,747.92万	50%
10	“丝绒雾面”	9,323.42万	38%
11	“不沾杯”	4.52亿	23%



欧莱加
玫瑰柔雾不沾杯口红4.0

“保湿不脱妆” TOP商品

- ✓ 外层固色膜：上妆后形成哑光固色防水膜，保证了24小时的持妆不掉色
- ✓ 底层养唇膜：油溶胜肽下沉唇部，达到保湿固色的功效
- ✓ 山茶花籽油x玫瑰花油：提供保湿滋润的使用感



蜜丝婷
泰式奶咖唇釉

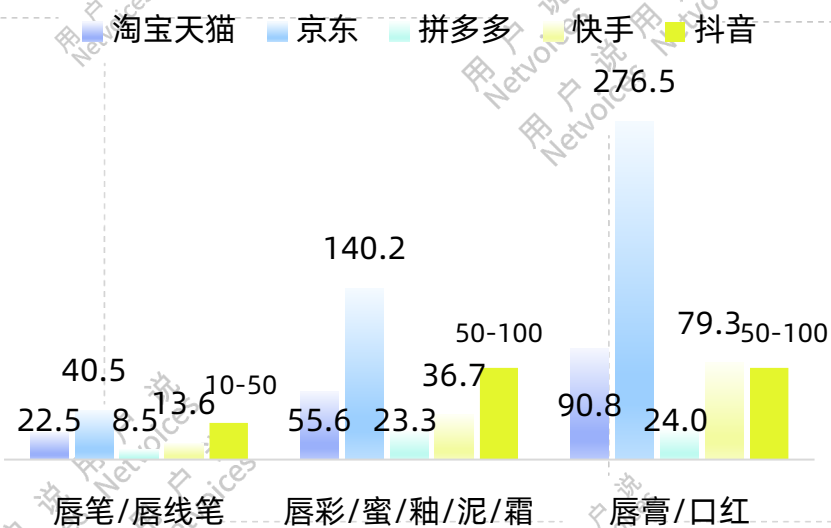
“唇釉唇泥” TOP商品

- ✓ 为亚洲女性肤色特调奶咖色系
- ✓ 唇冻质地x奶霜质地：两种质地的选择满足了多元化的需求
- ✓ 1%丰唇肽溶液：添加精华在上妆的同时达到唇部护理的功效

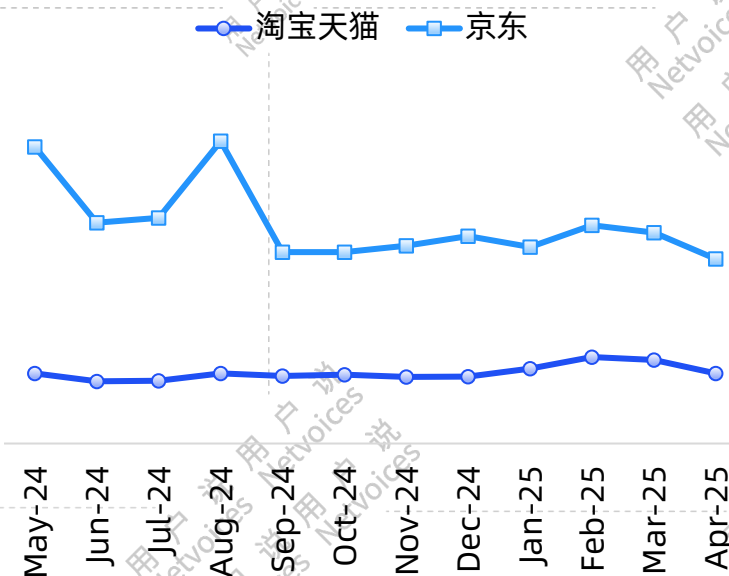
京东唇膏/口红均价最高达276.5元，淘天唇部彩妆整体均价波动较平缓

2025.04MAT周期的数据显示，**京东平台**在唇部彩妆三个品类的均价表现中均位居首位。具体来看，唇膏/口红在京东的均价最高，达到**276.5元**；唇彩/蜜/釉/泥/霜价格次之，为**140.2元**。唇笔/唇线笔的**均价最低且各平台差异最小**，维持在**40元以下**。从淘天和京东的唇部彩妆均价对比来看，淘天平台的均价**走势较为平稳**，其峰值出现在2025年2月，达到**85.0元**；相比之下，京东平台的均价波动更为明显，并在2024年8月达到**297.2元**的最高点。在抖音平台中有色唇膏/口红集中在高价格带；而唇彩/唇蜜/唇釉的平均价格集中在中价格带；唇笔/唇线笔的平均价格集中在中高价格带。

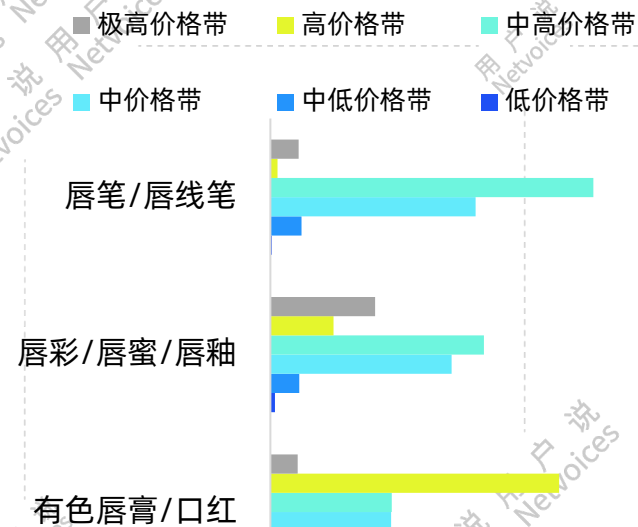
线上平台唇部彩妆细分品类均价对比



淘宝天猫&京东唇部彩妆均价走势



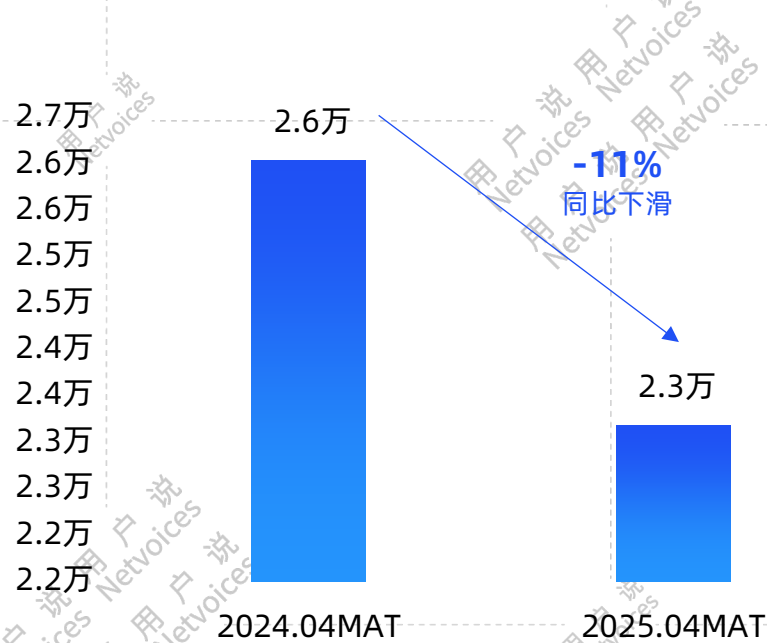
抖音唇部彩妆均价走势



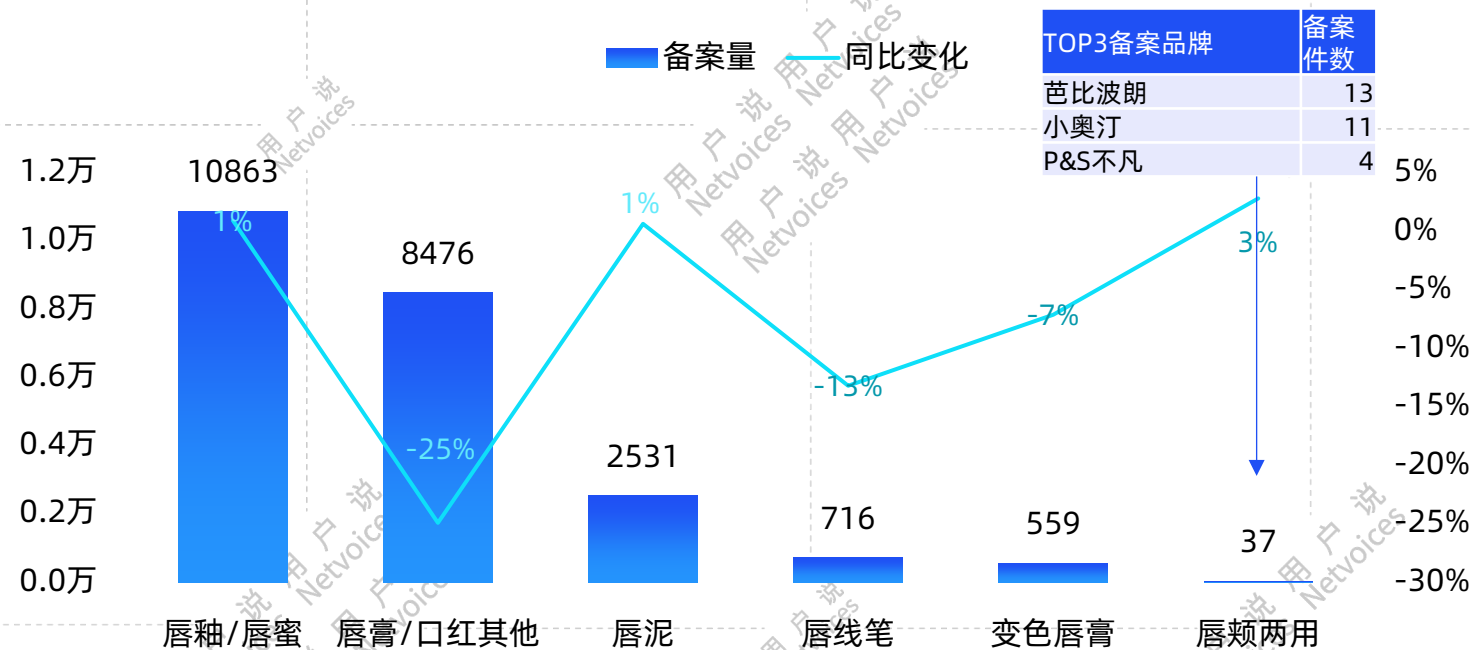
唇部彩妆备案达2.3万，下滑11%，唇釉/唇蜜、唇泥、唇颊两用同增扩张

2025年唇部彩妆备案总量达**2.3万**，**同比缩量11%**，而从细分品类中，从细分品类看，**唇釉/唇蜜**仍然为主导地位，**超1万**备案，且**同比扩张1%**，与之相同出现增长的还有**唇泥**、**唇颊两用**品类，唇颊两用品类前三备案品牌为：**芭比波朗**、**小奥汀**、**P&S不凡**，品类也从上周期的多为唇颊霜，当期多元包含了多用棒，**两用唇油**。而下滑的品类主要集中在唇膏/口红、唇线笔、变色唇膏上，尤其是唇膏/口红下滑最显著达25%同比缩量。

25.04MAT唇部彩妆备案量



25.04MAT唇部彩妆细分品类备案量



TOP3备案品牌	备案件数
芭比波朗	13
小奥汀	11
P&S不凡	4

2025.04MAT唇化妆品专利TOP10申请人

企业名称	数量
上海臻臣化妆品有限公司	2
广州琦莉化妆品有限公司	2
莹特丽科技（苏州工业园区）有限公司	2
美尚（广州）化妆品股份有限公司	2
杭州花凝香生物科技有限公司	2
惠州市深同跃实业有限公司	2
浙江工业大学	2
娇时日化（杭州）股份有限公司	2
初颜未来（广州）生物技术有限公司	2
瑞昌市瑞美化妆品有限公司	2

2025.04MAT唇化妆品专利各维度词云



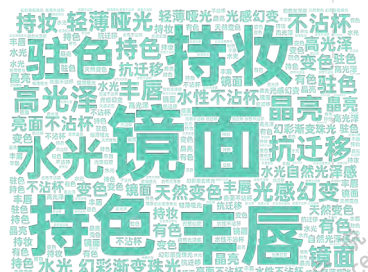
形态概念分词



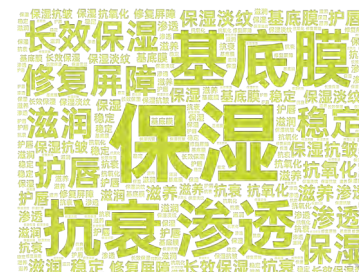
成分分类概念分词



特色概念分词



妆感妆效概念分词



功效概念分词



唇部彩妆品牌分析

1. 淘宝、京东唇部彩妆品牌销售额榜单
2. 淘天、京东唇膏/口红品牌销售额榜单
3. 淘天、京东唇彩/蜜/釉/泥品牌销售额榜单
4. 淘天、京东唇笔/唇线笔品牌销售额榜单
5. 抖音唇部彩妆及细分品类品牌销售额榜单
6. 唇部彩妆十大品牌选择
7. 唇部彩妆十大品牌分析
8. 唇部彩妆十大品牌对比分析



唇部彩妆品牌销售额榜单——淘天&京东



淘天唇部彩妆大类品牌销售额TOP10

品牌	销售额	市占率
YSL	6.89 亿	9.69%
Dior	4.47 亿	6.28%
香奈儿	3.71 亿	5.21%
MAC	2.92 亿	4.11%
INTO YOU	2.62 亿	3.68%
3CE	2.51 亿	3.53%
酵色	2.28 亿	3.21%
兰蔻	2.21 亿	3.10%
阿玛尼	2.03 亿	2.85%
Tom Ford	1.87 亿	2.62%

CR5: **28.96%**
GMV: **20.61亿**

CR10: **44.27%**
GMV: **31.51亿**

TOP10内国货
市占率: **6.89%**
GMV: **4.90亿**



京东唇部彩妆大类品牌销售额TOP10

品牌	销售额	市占率
YSL	5.10亿	18.27%
Dior	5.09亿	18.23%
MAC	2.15亿	7.70%
兰蔻	2.04亿	7.30%
阿玛尼	1.62亿	5.79%
Tom Ford	1.23亿	4.42%
纪梵希	1.17亿	4.18%
GUCCI	1.01亿	3.61%
香奈儿	0.88亿	3.17%
卡姿兰	0.78亿	2.79%

CR5: **57.30%**
GMV: **15.98亿**

CR10: **75.47%**
GMV: **21.06亿**

TOP10内国货
市占率: **2.79%**
GMV: **0.78亿**

唇膏/口红品牌销售额榜单——淘天&京东



淘天唇膏/口红品牌销售额TOP10

品牌	销售额	市占率
YSL	4.18 亿	10.63%
Dior	4.01 亿	10.20%
MAC	2.48 亿	6.29%
香奈儿	2.16 亿	5.48%
兰蔻	1.69 亿	4.29%
Tom Ford	1.53 亿	3.89%
纪梵希	1.24 亿	3.16%
酵色	1.17 亿	2.97%
卡姿兰	1.09 亿	2.77%
蜜丝婷	0.76 亿	1.93%

CR5: **36.89%**
GMV: **14.51亿**

CR10: **51.61%**
GMV: **20.30亿**

TOP10内国货
市占率: **5.74%**
GMV: **2.26亿**



京东唇膏/口红品牌销售额TOP10

品牌	销售额	市占率
YSL	4.24亿	20.49%
Dior	3.92亿	18.96%
MAC	1.92亿	9.27%
兰蔻	1.73亿	8.36%
Tom Ford	1.14亿	5.51%
纪梵希	1.12亿	5.41%
Gucci	1.00亿	4.83%
香奈儿	0.78亿	3.76%
路铂廷	0.67亿	3.22%
卡姿兰	0.57亿	2.78%

CR5: **62.58%**
GMV: **12.95亿**

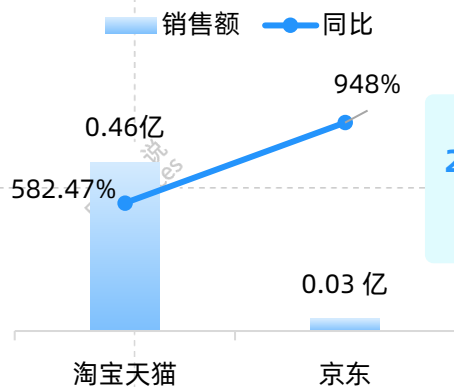
CR10: **82.57%**
GMV: **17.08亿**

TOP10内国货
市占率: **2.78%**
GMV: **0.57亿**

木柯诗同比增长582%，线上×线下转化-私域运营-推陈出新，构建长效生命周期

木柯诗于2023年在杭州成立，是一个以快时尚理念切入美妆市场的彩妆品牌。木柯诗致力于打造高触达、强时尚的产品体验，品牌的关键词为出色、自在、果敢、包容。数据共同印证品牌正处于高速发展期，其中天猫的**规模优势**和京东的**增长爆发力**尤为亮眼，而抖音则展现出较强的**品牌自主运营能力**。此外，木柯诗的**粉丝运营**非常亮眼。

2025.04MAT 木柯诗唇部彩妆 线上销售规模



抖音销售额：
2500w-5000w
抖音销售量：
25w-50w

线下实体店曝光

与美妆集合店 wow colour合作，为消费者提供实体体验场景



木柯诗唇部彩妆产品



木柯诗水光唇蜜

- ✓ 吸睛透亮感：添加多重高折光油脂，突显饱满的透光妆效。
- ✓ 12H持妆：采用SUSPENSION M悬浮润色技术，双重成膜强化锁色持妆力。



木柯诗双肽精华水唇冻

- ✓ 84%精华油：复配植萃精华油，保证8H的长效保湿。
- ✓ 双肽入妆：水光肽+胶原肽，提升唇部支撑力。
- ✓ 固色护唇膜：长效持妆锁色。

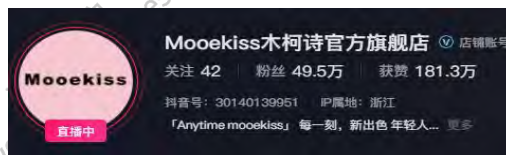


木柯诗绒雾太空泥

- ✓ 添加维生素E衍生物：滋润唇部，长效保湿。
- ✓ 专研丝缎泥绒技术：打造轻软粘土的质感。

2025.04MAT 木柯诗唇部彩妆 抖音平台销售渠道分析

- 品牌自营号 (40.41%)
- 商家自营号 (0.11%)
- 达人号 (34%)
- 商品卡 (25.48%)



官方旗舰店销售额占比达26.76%，遥遥领先

粉丝运营&私域运营

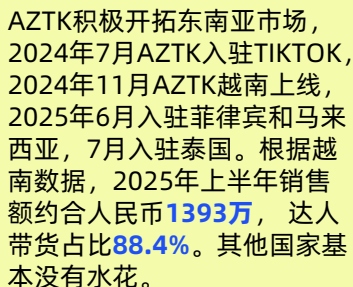
公众号与粉丝保持密切互动，小红书群则有大力优惠活动，粉丝粘性高。



2025.04MAT AZTK唇部彩妆线上销售规模



海外市场-东南亚

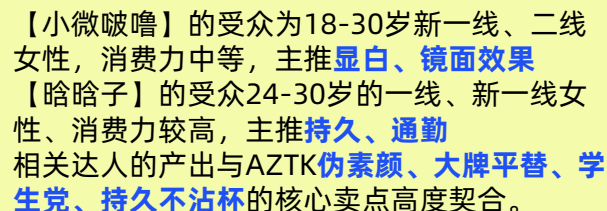
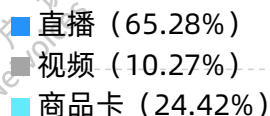


AZTK唇部彩妆产品

- 

- ✓ 专研无感成膜体系：上唇10秒达到不沾杯的效果
- ✓ 微米粉球：专研粉体加工技术，让粉体更轻薄同时分散更均匀。

2025.04MAT AZTK唇部彩妆 抖音平台销售渠道分析





唇部彩妆产品分析

1. 淘宝天猫、京东热销唇部彩妆
2. 唇部彩妆产品包装设计分析
3. 唇部彩妆产品分析
4. 唇部彩妆技术分析
5. 唇部彩妆产品组合
6. 唇部彩妆色号分析
7. 唇部彩妆产品妆感妆效分析



不同季节型的人口红搭配：肤色与妆容的完美匹配





唇部彩妆品牌营销分析

1. RED CHAMBER/朱棣营销分析
2. 酵色营销分析





唇部彩妆用户洞察

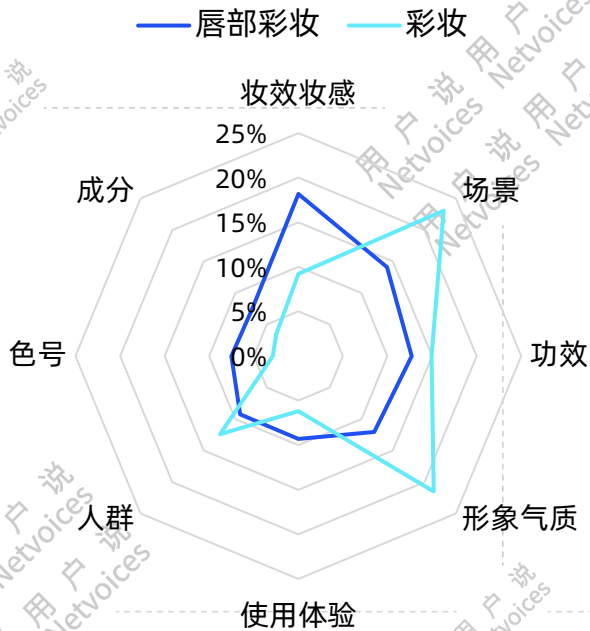
1. 唇部护理用户性别
2. 唇部护理用户年龄
3. 唇部护理品牌用户年龄分析
4. 唇部护理用户地域
5. 唇部护理用户关注维度
6. 唇部护理用户功效需求
7. 唇部护理用户成分需求
8. 唇部护理用户画像总结



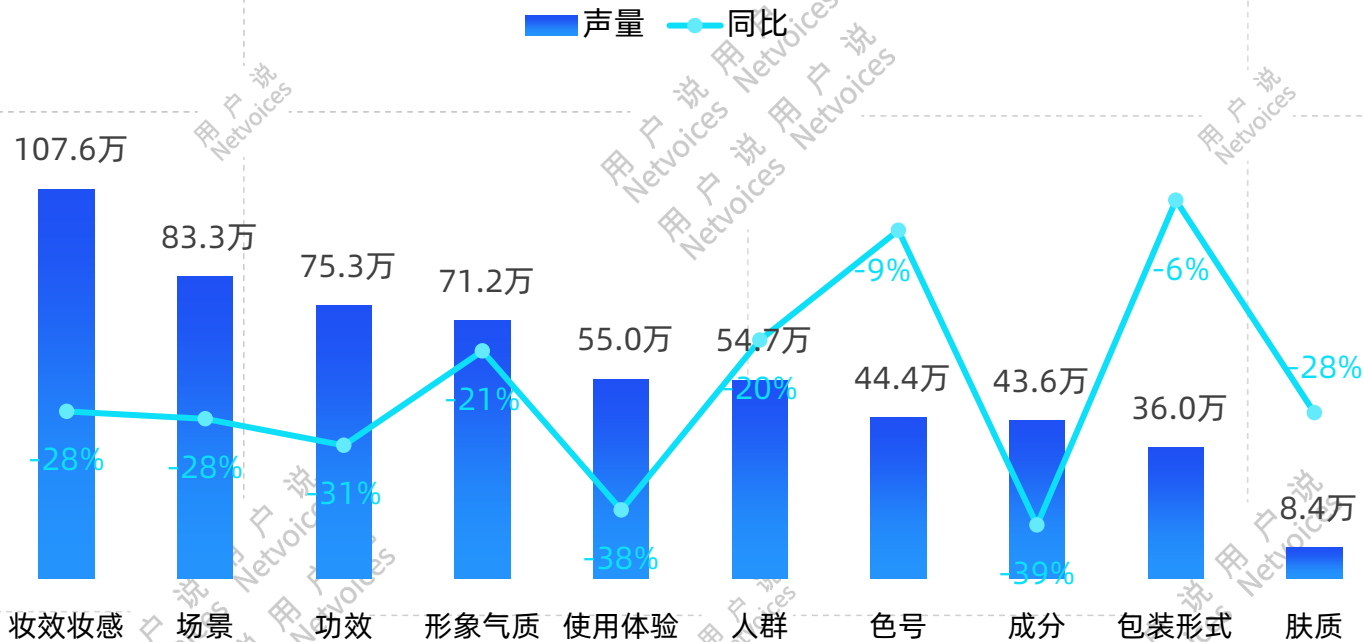
唇部彩妆妆感妆效声量超107万，场景排行第二，占比达14%

唇部彩妆更聚焦**妆效妆感（18%）**、**场景（14%）**、功效（13%）、形象气质、使用体验和**色号**上，整体表现更为平均，反映消费者对其**显色度和色号多样性**要求更高，而总体彩妆的核心声量集中在场景适配性（23%）和形象气质（21%），需通过多品类组合满足全场景需求，并依赖全脸妆容协调性传递品牌调性（如高级感、少女感）。此外，总体**彩妆对人群细分（12%）比唇部彩妆（9%）覆盖更广**，而唇部彩妆因**高频使用**特性，更注重**即时体验**。

唇部彩妆用户需求维度声量



唇部彩妆用户需求维度声量同比变化

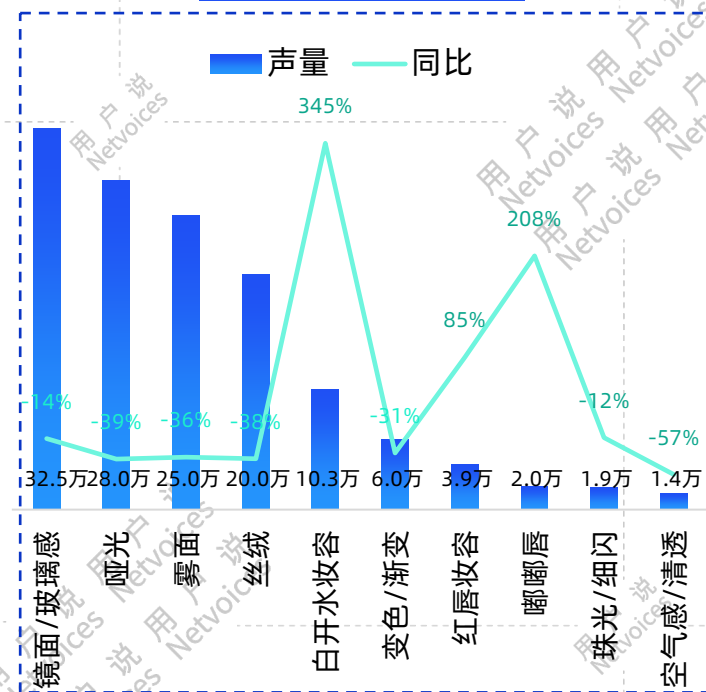


镜面/玻璃感声量超32万，白开水妆容同增345%，自然裸色受追捧声量同增双高

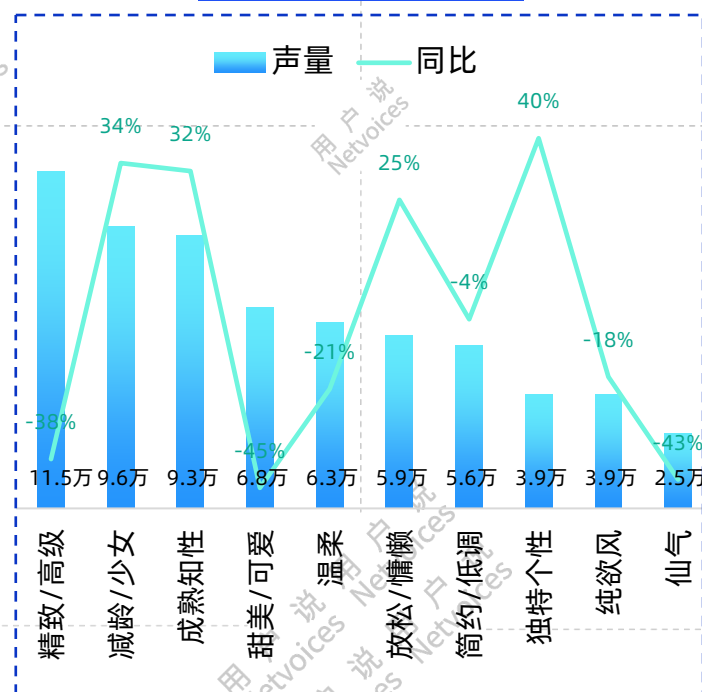
综合三个热门关注维度来看，当前高声量流行趋势主要集中在**自然裸妆**、**镜面玻璃感**、**轻熟风（减龄与知性平衡）**上。镜面/玻璃感虽声量最高，仍然是核心趋势，**但同比下滑14%**，显示传统**镜面口红/唇釉逐渐饱和**。而自然裸妆：凭借妆感妆效-**白开水妆容**和色号-**自然裸色**声量均超**10万**，同比增长均为细分维度中最快，成为核心趋势。消费者追求因素多元：例如追求“无妆胜有妆”的伪素颜效果，强调清透、轻薄质地；其次由于眼妆、腮红等其他部位妆容色彩较多，裸色是较好中和的色调等多重因素。

2025.04MAT唇部彩妆用户细分关注维度

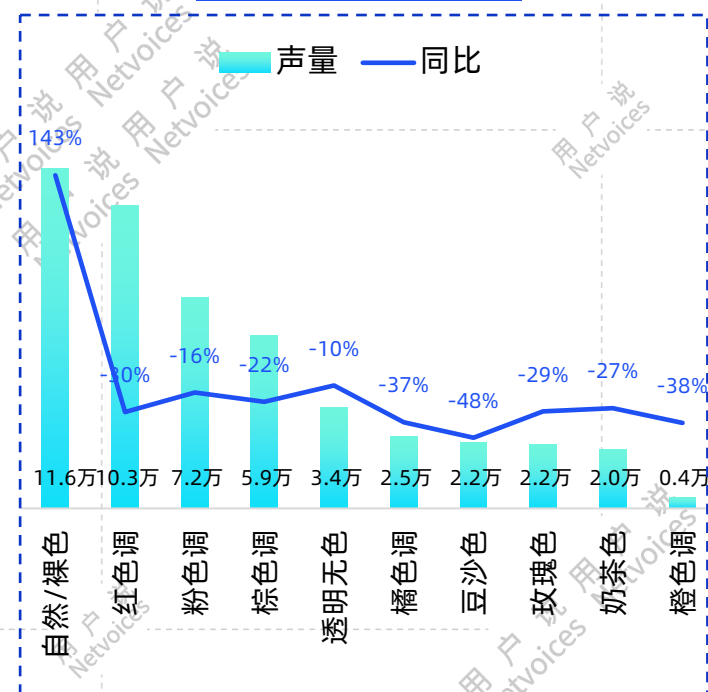
妆效妆感TOP10



形象气质TOP10



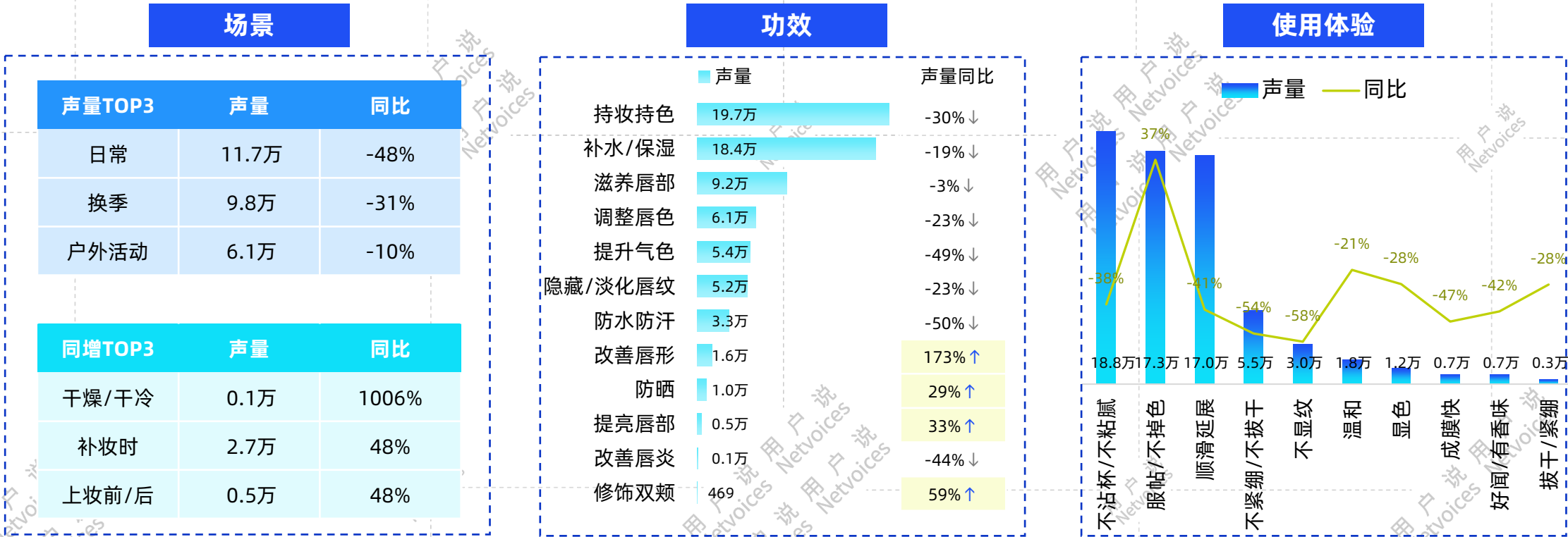
色号TOP10



干燥场景同增1006%，改善唇形增长173%，服帖声量超17万，且同增37%

从声量反映总体呈现“基础需求饱和，细分赛道爆发”的格局：首先从场景维度看：传统日常场景（11.7万声量）需求疲软，同比-48%，但**干燥/干冷**场景**增速1006%**和**便携补妆**需求同比**+48%**成为新增长点，预示产品需强化极端环境（**唇部状态差**和**环境因素影响**）下的快速**保湿防脱妆**能力，并满足**便携**诉求的产品设计。功效维度上：持妆保湿仍是主流但增速下滑，**改善唇形同比+173%**、**防晒**、**提亮**、**修饰双颊**快速崛起，反映消费者对**精简多效**，**妆养一体**，**高功效配方**的需求升级。而使用体验维度中，仅有**服帖/不掉色**出现正向增长**37%**。

2025.04MAT唇部彩妆用户细分关注维度





唇部彩妆趋势与总结

1. 趋势一：三维裸感体系
2. 趋势二：流行妆容
3. 趋势三：早八高智感通勤
4. 趋势四：Z世代消费趋势
5. 唇部彩妆趋势总结

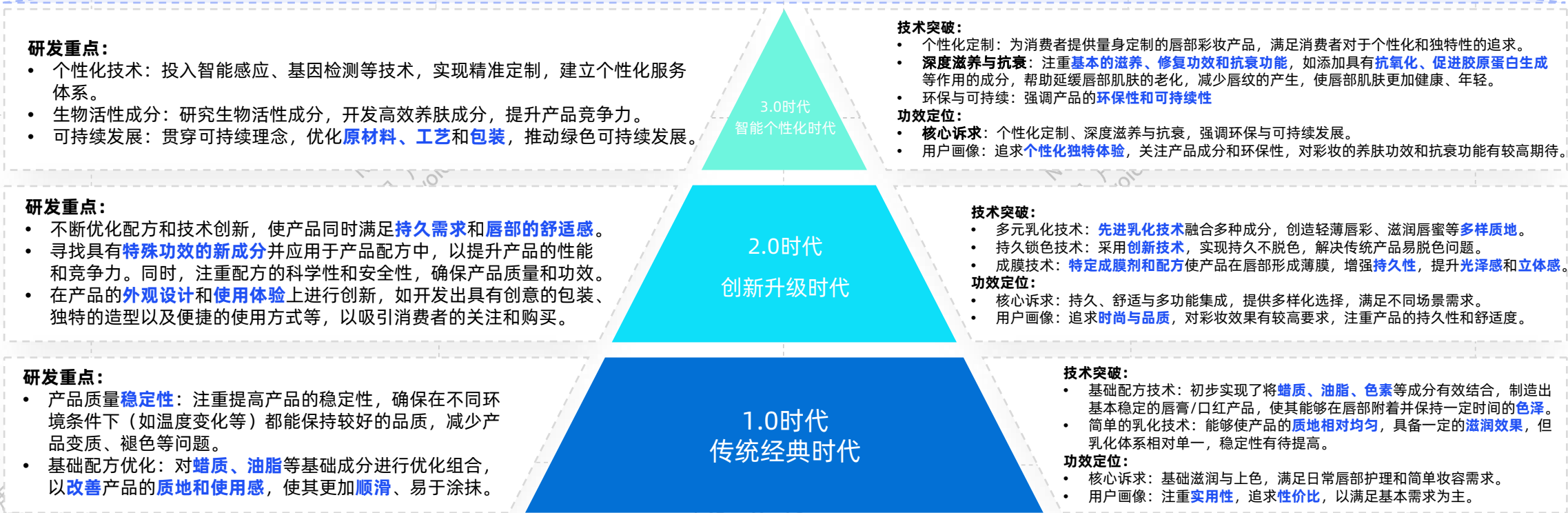


唇部彩妆市场走向3.0时代：创新驱动与个性化发展

智能感应技术+生物活性成分研发+环保可持续包装

融合个性化技术、生物活性成分和环保理念，精准定制、深层滋养，同时注重可持续发展，打造持久、舒适、多功能的创新唇妆方案。

唇部彩妆市场进阶逻辑



唇部彩妆产品开发框架

上妆前

痛点

- 唇部干燥**：在上妆前唇部干燥起皮，影响后续唇妆的服帖度和美观度。
- 唇色不均**：唇部颜色不均匀，存在暗沉、斑点等问题，影响整体妆容的自然度。

需求

- 滋润保湿**：需要一款能够快速滋润唇部，改善干燥状况的产品。
- 均匀唇色**：希望有产品能够提亮唇色，使唇部颜色更加均匀，为后续上妆打下良好基础。

开品建议

- 滋润唇膜**：含有丰富的保湿成分，如透明质酸、神经酰胺等，能够在短时间内为唇部补充水分，缓解干燥。
- 唇部精华**：开发一款唇部精华，主要成分包括维生素C、烟酰胺等，能够提亮唇色，淡化唇部暗沉，使唇部颜色更加均匀。

上妆

痛点

- 持妆时间短**：部分消费者反映，唇妆容易脱色，持妆时间不长，需要频繁补妆。
- 质地不舒适**：一些唇部彩妆产品质地过于厚重或油腻，使用后感觉不舒适。

需求

- 持久持妆**：需要一款能够长时间保持唇妆效果的产品，减少补妆次数。
- 轻薄舒适**：希望唇部彩妆产品质地轻薄，使用后感觉舒适，不油腻。

开品建议

- 持久唇釉**：采用先进的持妆技术，如水包油型持色体系，能够在唇部形成一层持久的保护膜，延长唇妆的持妆时间。
- 轻薄口红**：开发一款轻薄口红，采用低粘度高光泽油脂配方，使产品质地轻薄，使用后感觉舒适，不油腻。

补妆

痛点

- 补妆不便**：在外出或忙碌时，补妆不方便，需要携带多种补妆工具。
- 补妆效果不佳**：补妆后唇妆容易出现不均匀、结块等问题，影响妆容的美观度。

需求

- 便捷补妆**：需要一款方便携带和使用的补妆产品，能够在短时间内快速补妆。
- 自然补妆**：希望补妆后唇妆能够保持自然，不出现不均匀或结块的情况。

开品建议

- 便携唇膏**：采用小巧的设计，方便携带和使用。同时，产品应具有良好的遮盖力和自然的色泽，能够快速补妆，使唇妆保持自然。
- 唇部喷雾**：开发一款唇部喷雾，含有保湿成分和色素，能够在补妆时为唇部补充水分，同时提亮唇色，使唇妆更加自然。

卸妆

痛点

- 卸妆困难**：一些持久型唇妆产品难以卸除，需要多次擦拭，对唇部皮肤造成伤害。
- 卸妆后唇部干燥**：卸妆后唇部容易变得干燥，需要额外的保湿护理。

需求

- 温和卸妆**：需要一款能够温和卸除唇妆的产品，减少对唇部皮肤的伤害。
- 保湿修复**：希望卸妆产品能够在卸妆的同时，为唇部提供保湿和修复功能。

开品建议

- 温和卸妆膏**：采用温和的卸妆成分，能够轻松卸除持久型唇妆，同时减少对唇部皮肤的摩擦和伤害。
- 修复型卸妆液**：开发一款修复型卸妆液，含有丰富的保湿和修复成分，如玻尿酸、角鲨烷等，能够在卸妆的同时为唇部提供保湿和修复功能，使唇部皮肤保持健康状态。

用户说品牌价值体检5G指标介绍

透过5G洞悉品牌“健康问题”，对症下药

用户说品牌价值5G体检宗旨

提升用户的品牌忠诚度 提升忠诚用户数量

反映忠诚购买者对品牌产品的依赖程度，这些购买者在面对价格与竞品攻势时难以被动摇。

主要观测品牌在线上渠道的销售情况，观测客户购买品牌产品的现状和问题。

反映线上用户对某一品牌的好感和信任程度。

反映用户对企业传递来的信息的相信程度，可信度越高，消费者对该品牌的选择偏好越大。

品牌为消费者所知晓的程度，即透过搜索引擎与社交媒体客户对品牌的搜索与提及行为的评估。

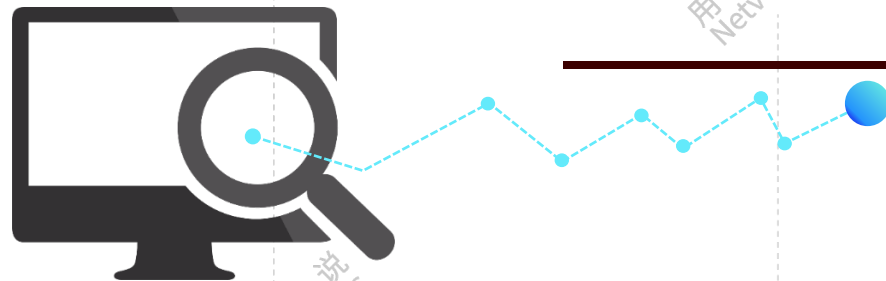
品牌忠诚度

品牌需求度

品牌美誉度

品牌关注度

品牌知名度



用户说重点关注**互联网用户的口碑数据**，收集消费者对品牌、产品、服务等反馈、建议、投诉，透过品牌价值5G模型洞察用户的使用偏好、习惯、需求及购买动力，分析品牌面临的主要问题，给出产品、定价、营销、渠道等方面针对性建议，如未来产品开发与改进措施，真正地站在用户的角度，帮助品牌方找准自我定位，**有效降低品牌方的试错成本，提升传播投放转化率，提升品牌忠诚度，实现品牌价值的长效提高。**

用户说2025 企业会员

“链动沙龙”

Interactive Chain Symposium



用户说
NETVOICES



5个专属沙龙会员权益



沙龙会议
主赞助与演讲席位

权益一



四次沙龙会议
参与与展位展示

权益二



一次【用户说了】
头条宣传

权益三



2025年度
原料成分趋势白皮书
广告植入

权益四



纸质版
2025年度原料成分趋势白皮书
50本

权益五

立即成为
用户说的企业会员
开启您专属的行业洞察之旅!



口碑熊



数据熊



护肤熊

用户说 2025 企业会员

“洞察智享”

Advanced Insights Exchange



用户说
NETVOICES



11个会员权益 

8

8次主题报告沙龙

12

12份大盘数据快览报告

17

17份品类洞察报告

4

4份独家主题报告

2

2份品牌专题报告

40

40份美周新品周刊

40

40份每周全球资讯

3+1

3份季度和1份年度复盘

170

170份用户说独家报告

5000

5000份行业报告

1

1个企业专属服务群



扫码关注了解更多





语析，语义分析，
专注用户口碑，数据驱动品牌价值增长。

语析信息咨询有限公司，成立于2016年

专注于洞察中国消费者倾向变化，专业从事消费者视角的品牌研究。

自成立起，用户说开始发布基于中国互联网线上消费者口碑、行为和体验的研究报告是市场唯一专注于以女性消费品类为切入的多维度分析体系。

以用户说指数体系为基础，构建起的第三方科学、客观的视角。

语析咨询市场地位认证服务

以数据为基、助力品牌发展

可认证方向

产品首创者认证

用户口碑或心智认证

规模领先性认证

针对工厂/原料商

针对品牌端



助力品牌发展三大维度

提升品牌知名度

提高品牌竞争力

拓展市场机会

第三方权威认证服务

坚实的数据基础

深厚的行业洞察力

广泛的市场调研能力



语析咨询企业会员专有权益

每月品类大盘数据快览报告，查看用户说17份独家品类洞察报告、4份季度和年度复盘报告3份独家专题报告和4份品牌挖掘报告。40份新品周刊与40份每周榜单。解锁用户说宝藏报告库和报告资源库，获取180+份用户说独家报告和超5000+份行业报告并拥有企业专属服务群



深度交互



季度与年度回顾



独家见解



品牌挖掘



报告资源库



专属服务群



市场洞察



专题深度分析



新品周刊



全球周刊



宝藏报告库



语析咨询定制报告+演讲服务



1000+

千例精析

成功剖析超过1000个品牌案例，洞见市场脉搏。

200+

百份报告

发布200余份行业研究报告，引领行业前沿视角。

8年

八年深耕

专注美妆与个人护理赛道，累积八年深厚行业经验。

【定制背书深度赋能】

品牌定制数据白皮书 + CEO站台背书



价值点：打造行业标杆级传播事件

服务架构

1. 深度诊断：365天全渠道数据抓取（电商评价/社媒声量/竞品动态）
2. 定制报告：40-80P精装版《XX品牌白皮书》可视化数据模型+关键结论推广
3. 事件营销：创始人亲临品牌发布会进行45分钟趋势演讲发布自媒体头条

【行业峰会发声】

趋势报告演讲套餐



价值点：借势顶级流量场建立专业话语权

服务亮点

数据资产复用：
基于用户说美妆数据库定制演讲内容

双交付模式：

主会场30分钟趋势发布（含PPT版权授权）
精华版演讲视频（授权二次传播）

【精准圈层渗透】

圆桌会议智库服务



价值点：低成本触达决策层的关键场景

服务设计

会前智囊：
提供独家数据卡片（含3组未公开行业洞察）

现场价值：

15分钟观点输出（植入客户品牌关联案例）
主持人口播品牌关联金句3次+

语析咨询白皮书服务

寻找关键标签、成为潜力成长品牌引领者

适合对象：明确品牌标签、探索潜力方向

协助客户需求，围绕多“独特的产品诉求、更细分的品类”为核心设计赛道白皮书，寻找关键标签协助品牌在竞争激烈的情况下突出重围占领用户心智提升品牌曝光，更高效破圈，成为未来拥有着无穷潜力成长品牌引领者。



合作伙伴

