

MIHOO X 用户说
NETVOICES

年轻肌 精简护理白皮书

专注年轻肌 精简更有效



数据来源

- **社交媒体数据：**微博、微信、抖音、小红书、新闻、论坛、问答知乎、bilibili等平台；
- **问卷调研数据：**
《年轻肌·精简护肤调研报告》N=1109，通过筛选拥有状态稳定、强恢复力等肌肤条件的人群作为年轻肌群体，样本量为448；
《2023年年轻肌标签调研报告V2》N=124；
《2023年年轻肌标签调研报告V3》N=104；

数据周期

- **社交媒体数据：** 2022.1.1-2023.4.30
- **问卷调研数据：** 2023.2.1-2023.4.28

数据工具

- 用户说数据库、巨量算数
- 数说故事旗下数说雷达、数说聚合
- 问卷星·决策鹰

研究方法

- 桌面研究 专家访谈 问卷调研 电话访谈

《年轻肌·精简护肤调研报告》

- **关键问题：** 肌肤状态及原因；护肤习惯及原因；护肤需求及痛点；精简护肤与年轻肌概念认知；
- **调研用户基础属性：**

变量	性别	出生年份	除必需消费，每年自由支配的金额总和
分布	女：70% 男：30%	2005~2010年： 2%	1万元以内： 38%
		2000~2004年： 30%	1~3万元： 24%
		1995~1999年： 35%	3~5万元： 11%
		1990~1994年： 32%	5~10万元： 17%
		1990年之前： 1%	10万元以上： 10%

Contents

目录

- 年轻肌洞察分析
Insight Analysis
- 精简护肤洞察分析
Insight Analysis
- MIHOO小迷糊年轻肌精简护理
MIHOO——Streamlining care
- 年轻肌护肤发展趋势
Development Trend



01

年轻肌洞察分析

Insight Analysis



肌肤可按照肤质和健康程度划分，年轻肌包含各种肤质，也是健康肌肤的一种状态体现

肌肤分类方式多种，既可以通过肤质为肌肤分类，也可以用是否健康进行分类，健康的标准可用后续七大标准定义。年轻肌包含了各种肤质，也是健康肌肤的一种状态体现。

两种肌肤分类方式

肌肤按照肤质分类¹

油性

皮脂分泌过多，毛孔粗大，肤质较厚。油性皮肤油腻光亮，对外界刺激抵抗力强，不易出现皱纹。

干性

肤质细腻、毛孔小，皮肤显干燥，会有脱屑、干燥的现象，易老化，易出现皱纹、雀斑、黄褐斑等色素沉着。

中性

皮肤表面湿润、光滑细腻、富有弹性、不干燥不油腻；皮肤角质层油脂与水分含量均衡，对外界刺激不敏感，不易产生皱纹。

混合性

兼顾油性皮肤和干性皮肤的共同特点，毛孔粗大。T区容易出油，脸颊干燥，混油性容易引发痘痘粉刺，混干性容易掉皮屑。

敏感性

受到外界刺激后皮肤易出现灼热、刺痛、瘙痒及紧绷感等主观症状，伴或不伴红斑、鳞屑、毛细血管扩张等客观体征。

肌肤按照健康分类²

健康肌肤

采用七大标准进行定义

非健康肌肤

包含痤疮肌肤、斑点肌肤、敏感肌肤等

“健康肌”由七大标准衡量，富有弹、润、光泽、良好屏障等特点

“健康肌”应该是健康的肌肤，“健康肌”的定义标准主要由肤色、皮肤弹性、皮肤滋润度、皮肤光泽、皮肤细腻度、皮肤耐老性和皮肤反应性七大维度¹。“健康肌”应该表现为红润有光泽、柔软细腻、结实富有弹性及活力，既不粗糙又不油腻、少有皱纹等特点。

“健康肌”七大标准



行业定义“年轻肌”为年轻人的肌肤，分为恢复和保护两大派系

目前，行业年轻肌护理可分为两大派系：**恢复派，保护派。**这是由于行业将“年轻肌”解释为：**年龄介于18~25岁的年轻人肌肤**：没有皱纹、年轻不显老。行业**围绕如何抗衰老**，通过消除或防止皱纹等**高功效方式将肌肤维持年轻状态**。但“保护派”的出现使得年轻肌护理开始更加科学和注重基础功效。

年轻肌护理两大派系

1 恢复派

传统派系，以维持年轻肌状态为目标，通过**抗老祛皱**等功效**逆龄恢复到年轻肌状态**。面向的是本身已出现衰老现象的消费者。

增长派系，从（18~25岁）年轻肌本质出发，注重年轻人肌肤本身和**基础功效（如补水）**，加入抗老抗皱等功效**“冻”住年轻肌肤状态**。

2 保护派

年轻肌互联网热议功效占比&增长



补水 6.5% +162%

抗老 3.0% +7.3%

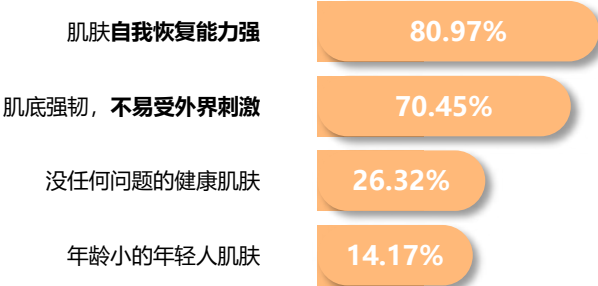
紧致 2.0% -7.4%

抗皱 1.1% -27.9%

年龄并非必须性标准，良好肌肤状态为消费者共识；小迷糊年轻肌定义认同度近90%

“保护派”的增长恰恰反映了基于年轻肌，科学护理年轻肌的方式正加速渗透用户心智。调研发现，85%消费者们认为年龄的大小并不是年轻肌的必须性定义标准。年轻肌不再是以年龄为单一判定标准，而指拥有较强恢复力和抵御力，不易受外界影响，更接近健康肌标准的良好肌肤状态。

消费者眼中的年轻肌定义



小迷糊定义年轻肌

综合行业认知、专家共识、用户调研
小迷糊将年轻肌定义为：

年轻肌是**与年龄无关的**，**不易受外界因素影响的**良好肌肤状态，偶尔会出现肌肤问题但能很快恢复。

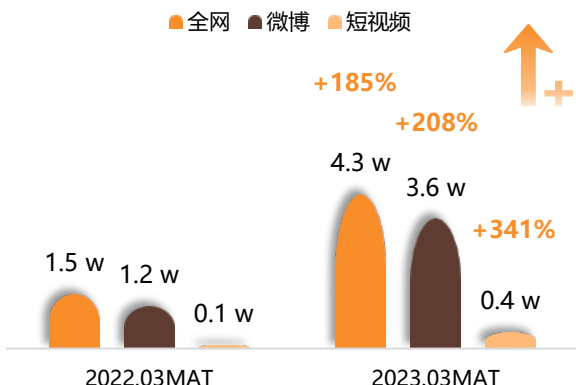
定义认同度
89%



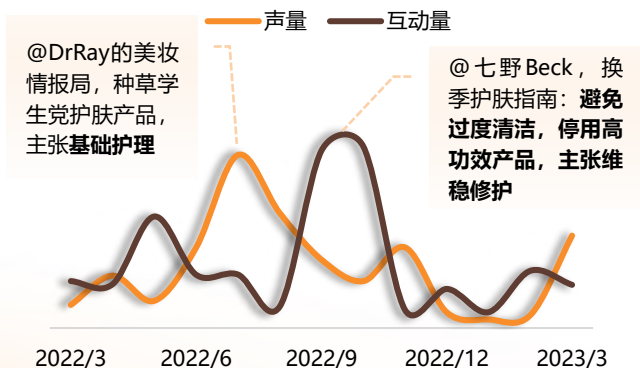
年轻肌全网声量高涨，微博成涨势先锋；基础、简单、维稳为年轻肌青睐护理方式

用户说监测，近年年轻肌全网声量热度突增，其中微博、短视频平台声量环比增长高达200%+。可见**年轻肌正于全网消费者视野中迅速扩张**。此外，年轻肌热门内容集中锁定基础护理、避免过度清洁、维稳修护等护肤关键词，PGC代表美妆博主认为**基础、简单、维稳是年轻肌护理方式**。

年轻肌*全网声量热度&平台表现



年轻肌*全网热度&互动量走势



微博、短视频平台分别为年轻肌声量、互动集中地，双平台声量高速增长

“年轻肌”声量和互动量主要分布平台有所差异：微博为声量聚集地，高声量低互动，声量和互动量正向双增长；短视频平台为互动聚集地，低声量高互动，但声量同比增长长达341%。

2023.03MAT年轻肌全网热度分布&增速



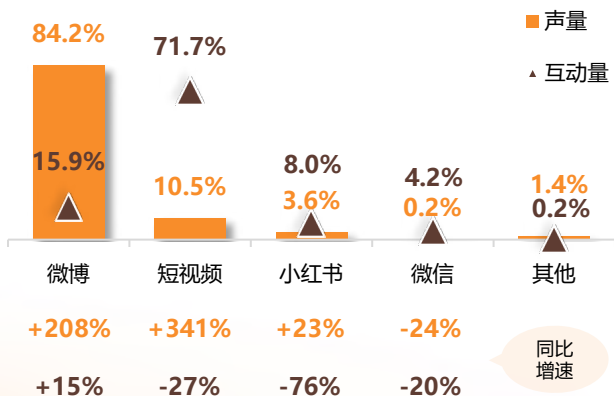
声量集中地——微博平台

占比：声量**84.2%**，互动量15.9%；
增速：声量**+208%**，互动量**+15%**。



互动集中地——短视频平台

占比：声量10.5%，互动量**71.7%**；
增速：声量**+341%**，互动量-27%。

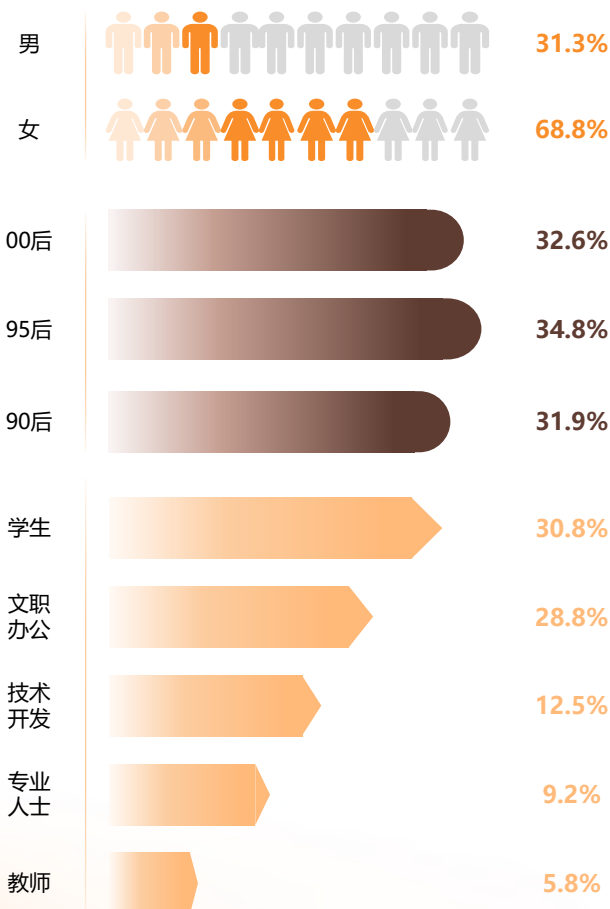


年轻肌覆盖多个年龄段、职业；女性年轻肌近七成

从调研结果发现，年轻肌用户与年龄关联性不高，00后、95后和90后三者不分伯仲，分别占据三成左右。年轻肌用户七成为女性，三成为男性。除31%学生党外，余下覆盖了白领、技术人员、教师和专业人士等职业。



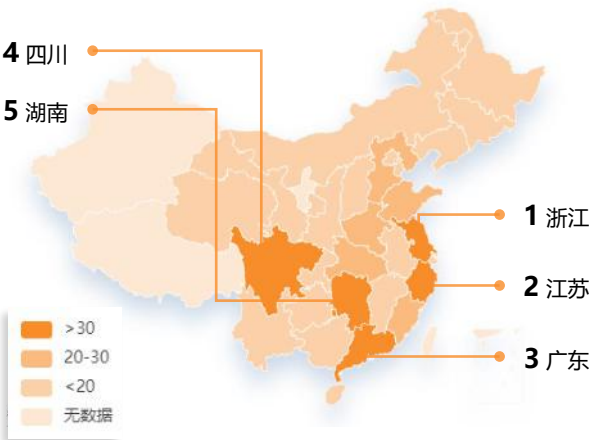
年轻肌用户占比



发达城市用户更能重视肌肤健康和正确护理，年轻肌用户体量更高

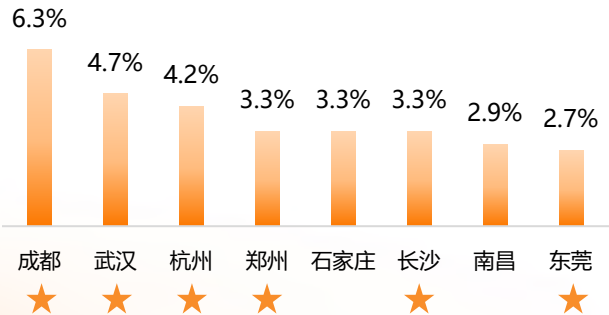
年轻肌用户前五占比省份中，有三大省份为沿海省份：广东、浙江、江苏。TOP8城市中，一线/新一线城市达75%。发达城市用户更具能力重视肌肤健康，并能够根据不同的肤质加以正确护理，年轻肌群体总量更高。

年轻肌用户省份分布地图



年轻肌用户城市占比TOP8

★ 一线/新一线城市



不良习惯充斥年轻肌生活；朋克养生挽救年轻肌肌肤健康

年轻肌用户生活状态

电子生活

75.2%

长时间面对电脑、手机达**75.2%**，
占比低于整体护肤人群**2.8%**

82.4%

每周熬夜2次或以上达**82.4%**；占比
低于整体护肤人群**1.3%**

熬夜患者

快乐饮食主义

72.5%

喜爱辛辣/油炸/饮料达**72.5%**，占比
低于整体护肤人群**4.1%**

58.7%

每周运动2次或以上达**58.7%**；占比
高于整体护肤人群**3.9%**

基础运动

情绪调控达人

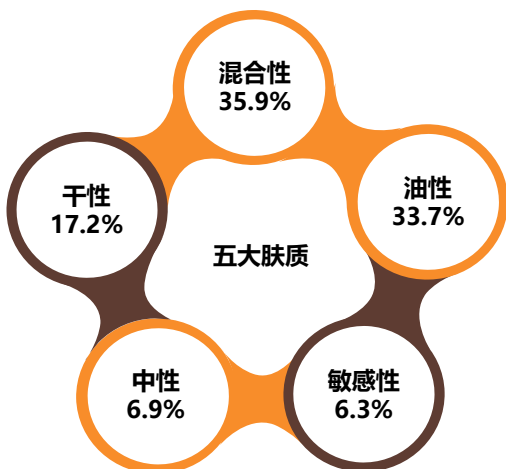
76.1%

情绪稳定，压力能当天恢复**76.1%**，
占比高于整体护肤人群**8.3%**

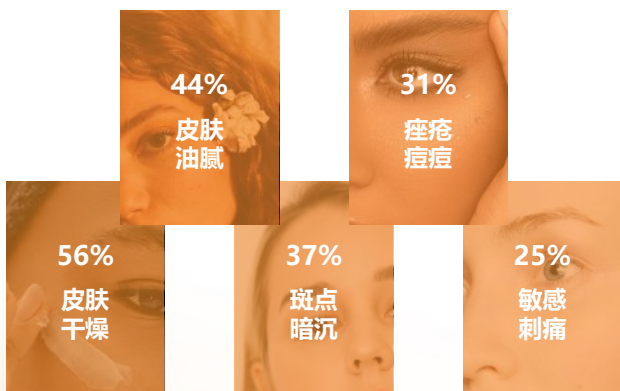
混合性和油性肌肤为年轻肌主要肤质，油腻爆痘是年轻肌主要肌肤问题

据用户说调研数据显示，年轻肌用户肤质以混合性和油性为主，占比超69%。而皮肤油腻以及伴发的痤疮痘痘是多数年轻肌肌肤主要问题。

年轻肌肤质分布



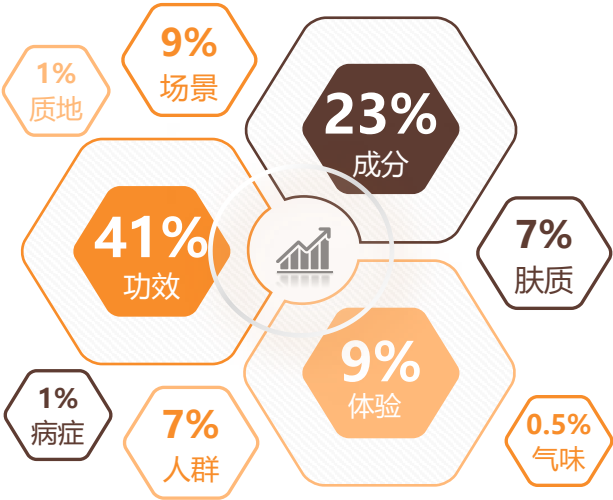
年轻肌现有肌肤问题



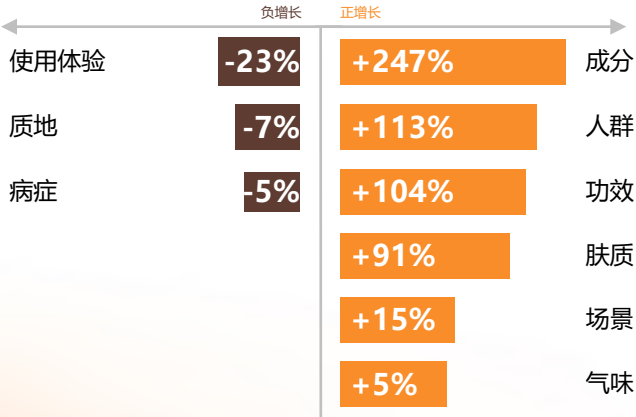
年轻肌用户对护肤需求中最在意补水保湿等功效，成分和人群需求声量增长最快

近一个月，年轻肌用户对于成分和功效最为关注，两者声量之和在年轻肌用户声量中占比达到64%。年轻肌消费者对功效和成分关注大幅度上涨，同比增长超100%。

年轻肌用户消费需求



年轻肌消费需求同比增长率



年轻肌护肤需求吻合整体护肤市场，核心为补水、修护、保湿

数据显示，补水、修护、保湿无论是整体护肤需求还是年轻肌市场中都是核心功效需求。值得关注的是年轻肌中，修护的需求占比更旺盛，侧面说明了年轻肌中对于屏障的重视程度正在加强。

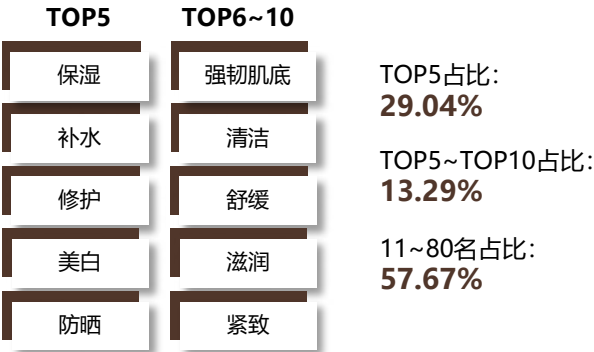
年轻肌vs整体护肤市场功效需求



年轻肌功效需求更集中，TOP5占比过半

相较于整体护肤市场，年轻肌消费者的用户需求更集中，在社交媒体上捕捉到共计80个需求中，年轻肌排名前五的需求声量占比已经超过了50%，TOP10功效占比69.50%。年轻肌消费者需求的功效声量更集中。

整体护肤市场功效需求声量集中度



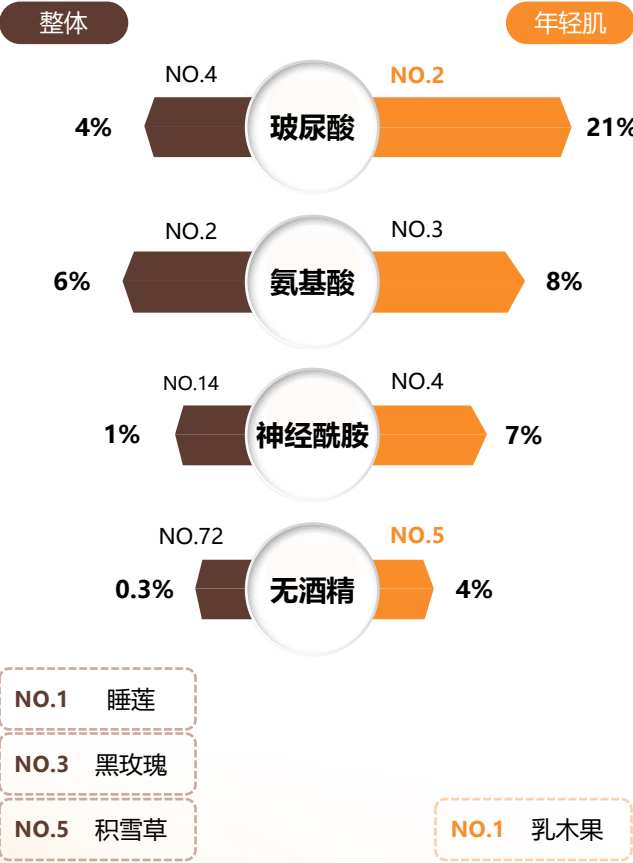
年轻肌护肤市场功效需求声量集中度



年轻肌对神经酰胺和无酒精需求更迫切，反映了屏障养护的重视

整体护肤市场需求声量排位第一的是睡莲，而年轻肌市场需求第一的是乳木果，均为植物成分。年轻肌护肤成分市场需求排名2~5的成分分别是玻尿酸、氨基酸、神经酰胺和不含酒精成分。神经酰胺、无酒精成分这两个成分需求声量在整体市场不显，说明年轻肌用户对呵护肌肤屏障，不刺激皮肤的要求相较于整体用户更高。

成分需求声量排名占比



温和、滋润、清爽是年轻肌用户关键体验需求，不刺激和好吸收尤为关注

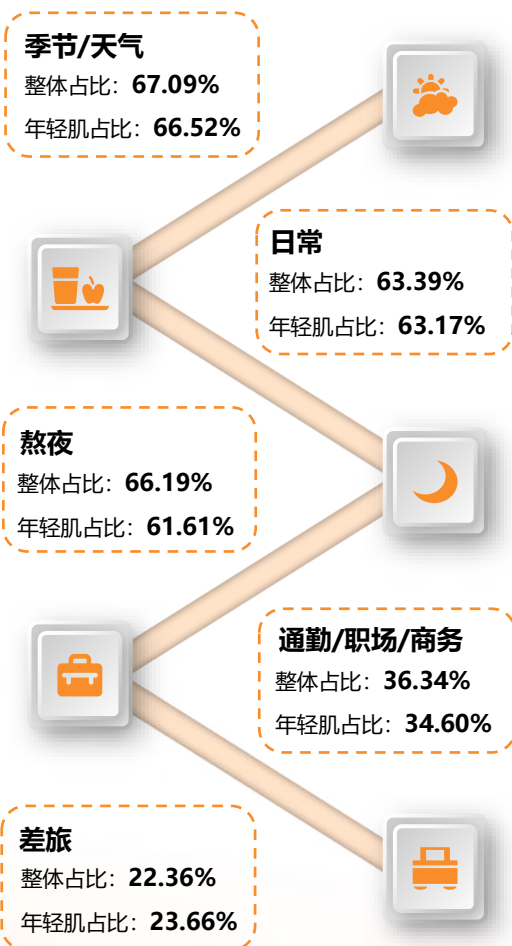
年轻肌用户与整体护肤品市场对于使用体验的追求基本一致，不过年轻肌用户对“不卡粉”关注程度尤其高。除此之外，年轻肌对于“不刺激”和“好吸收”颇为重视。

整体护肤vs年轻肌体验需求TOP12

整体护肤体验需求		年轻肌体验需求
温和	1	温和
水润	2	滋润
滋润	3	清爽
清爽	4	水润
细腻	5	不刺激
不油腻	6	不卡粉
不刺激	7	细腻
不紧绷	8	好吸收
轻薄	9	不油腻
清透	10	清透
柔软	11	轻薄
好吸收	12	水嫩

年轻肌用户对熬夜场景关注占比更少，推测熬夜对肌肤伤害大使得年轻肌转为非年轻肌

问及对哪种护肤品使用场景更加关注或偏好时，最高频次的回答是季节、日常和熬夜。用户说调研发现，**熬夜场景年轻肌与整体调研人群差距最大，占比相差4.6%**，推测熬夜对肌肤伤害大，使年轻肌状态不稳定，不再属于年轻肌群体。其余场景下年轻肌群体与调研整体差值不超过3%。



人群对质地的关注超过96%，水状乳状质地受超过一半用户认可

年轻肌群体对于质地的关注与全部调研群体大致相当，均超过了96%，足以说明绝大部分消费者对质地有偏好。在对质地关注的年轻肌群体中，超一半用户喜欢水状和乳状质地，比排名第三的慕斯质地高出近20%。

质地关注占比



年轻肌护肤品质地偏好占比

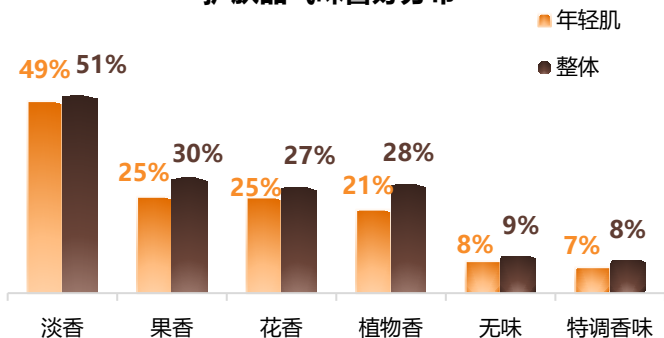


年轻肌用户对气味关注度较低，更偏好淡香； 护肤市场气味声量柑橘香居榜首

据用户说调研，年轻肌用户对气味的关注较少，比整体调研样本的关注占比低6%，推测由于年龄或经济原因，目前年轻肌群体对气味感知的培养不够。在护肤市场气味声量调查中，柑橘香占据首位，近一年声量超过7万，但根据调研，用户更喜爱淡香。



护肤品气味喜好分布²



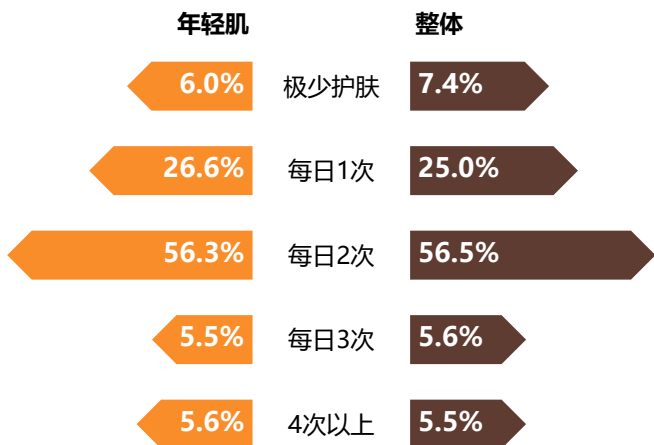
护肤市场气味声量TOP6³



每日护肤两次的人群占比过半，护肤时间集中在早晚，占比近90%

根据调研，消费者的护肤频次主要分布在两次及以下，每天护肤不超过两次的占比在整体人群以及年轻肌群体中占比合计均为88.9%。一次或两次护肤人群的护肤时间都集中在早晚，占比超过90%。

每天护肤频次分布



一次护肤时间段占比

年轻肌

整体



早

30%



早

29%



晚

61%



晚

62%

二次护肤时间段占比

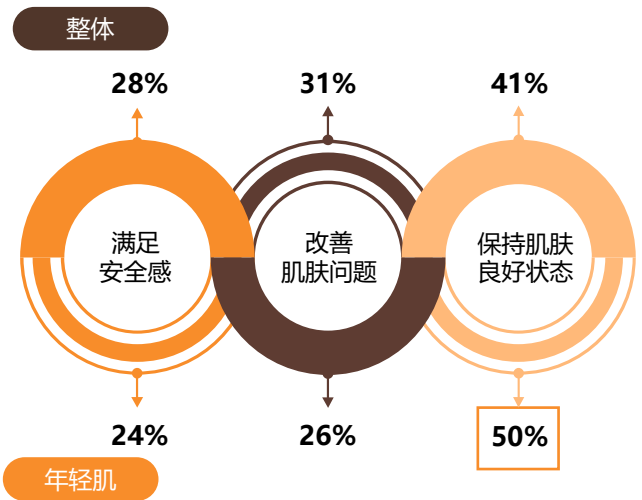
早晚各一次护肤

年轻肌
90%整体
91%

年轻肌用户高频护肤的核心诉求是保持肌肤良好状态

相较于整体人群，年轻肌群体在高频护肤的原因中选择**为了保持肌肤的良好状态的占比更大**，在低频护肤中，选择**较低频护肤已能满足肌肤需求**的占比更大。说明年轻肌人群的护理频次原因也是相对极端的，有年轻肌用户仍然选择高频的护肤方式维护肌肤稳定。

高频护肤原因占比分布



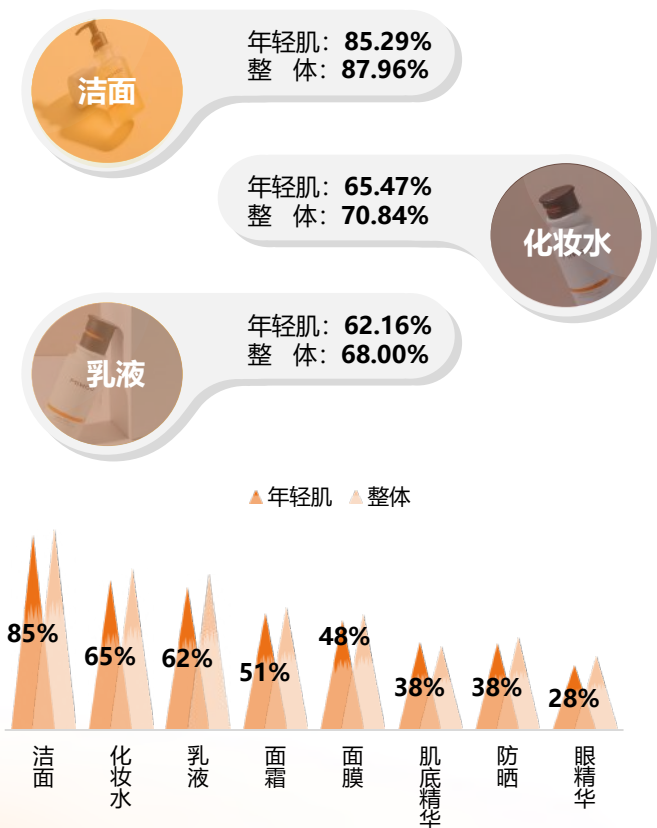
低频护肤原因占比分布



洁面品类使用率最高超过80%，年轻肌水乳使用率低于整体护肤市场

洁面的使用率在全部护肤人群与年轻肌消费者中占比均最高，其次为水乳，使用占比达到50%以上。除肌底精华外，**整体市场其余七个品类的护肤品使用占比均高于年轻肌群体**。差距最大的品类是乳液，**全部护肤市场的乳液产品持有率比年轻肌市场高出5.84%，化妆水高出5.37%，年轻肌水乳的市场还可以进一步开拓。**

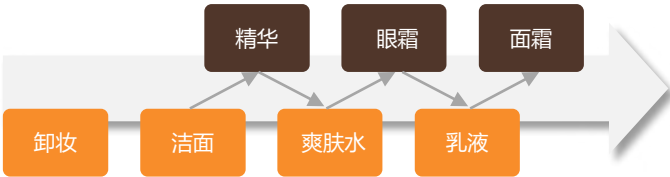
护肤品类分布



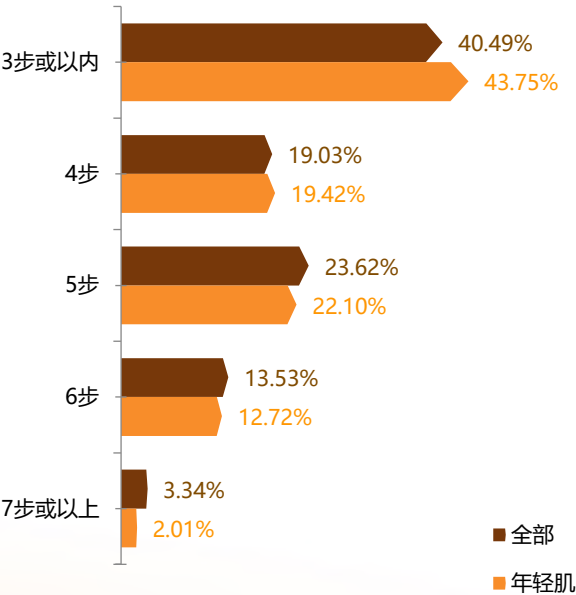
年轻肌偏好精简护肤步骤，超过一半用户选择四步以内完成护肤

从调研数据显示，相比较整体护肤族群，年轻肌用户的护肤步骤相对更精简，43.75%用户控制在三步之内，19.42%的用户是四个步骤。

用户护肤流程



护肤步骤占比



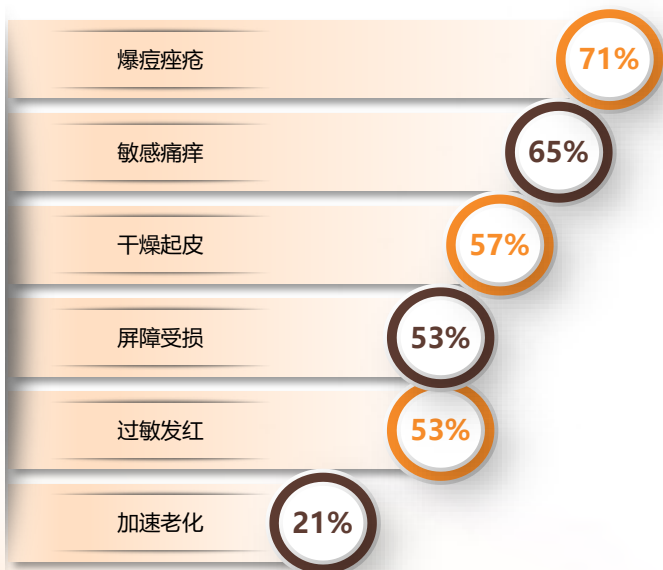
年轻肌护肤有四大痛点，爆痘痤疮位列最不能忍受NO.1

年轻肌用户护肤痛点可分为：**敏、痘、屑、损**四大类型。其中**爆痘**一类**快速表现于皮肤表面**是年轻肌用户最不能忍受的。此外，年轻肌对是否老化显得不太在意。

年轻肌用户护肤四大痛点



年轻肌用户护肤痛点占比



年轻肌清洁控油为需求主旋律；而保湿、舒缓维稳需求更优先

清洁控油为年轻肌首要护肤刚需。而针对于年轻肌用户而言，补水保湿、舒缓维稳、防晒、屏障修护需求相对更加优先。

年轻肌护肤功效刚需TOP4



年轻肌护肤特需功效*

年轻肌需求**NO.2**
整体护肤人群需求**NO.4**



年轻肌需求**NO.7**
整体护肤人群需求**NO.9**



年轻肌需求**NO.9**
整体护肤人群需求**NO.10**



年轻肌需求**NO.5**
整体护肤人群需求**NO.6**

年轻肌着重基础功效，偏好简单高效，与精简护肤理念不谋而合

从调研与大数据综合来看，年轻肌的需求简单，即告别繁琐的护肤程序，用更少的护肤品，追求安全基础且高效的功效，这与当下兴起的精简护肤品、简化护理步骤的精简护肤理念不谋而合。精简护肤理念吸引年轻肌用户，年轻肌用户也需要用精简护肤的理念保养肌肤。

年轻肌需求特征

01

功效集中

年轻肌群体选择的功效集中在保湿等基础功效上。

02

品类少

年轻肌各品类护肤品使用比例较整体市场更少。

03

成分安全

年轻肌群体选择的成分更在意是否温和、安全、不刺激。

04

步骤少

年轻肌群体每次护肤的步骤集中在四步以下。

05

频次低

年轻肌群体每日选择护肤一次及以下的占比更多。

02

精简护肤洞察分析

Insight Analysis



“少即多”，相信肌肤自主调节，护肤择重而不多余，精准而不过度

精简护肤遵循“少即多”原则，相信肌肤自我调节能力同时简化护肤品类和步骤，选择适合自身肤质和生活环境的产品，只做最重要最精确的护理，不过度清洁，应维护肌肤屏障助力肌肤更好的自主调节。

精简护肤同时应与生活方式关联，保持良好的生活习惯：如每晚7到8小时的充足睡眠，每天摄入1.5~2升的水帮助肌肤保湿，季节性护理等。良好的生活习惯能让肌肤更加健康。

精简护肤定义

不过度清洁

保持每日清洁一次，但不能过度清洁，易破坏肌肤生态等

生活方式

应保持良好生活习惯，健康饮食，积极心态更能维护肌肤健康

维护屏障

保护肌肤屏障能帮助肌肤更好的自主调节

自主调节

相信肌肤的自我调节能力，不应过度猛药

少即是多

简化护肤品类和护肤步骤，精准简单的护肤更加有效

定制护理

了解个人肌肤情况和环境，按实际肌肤需求精准选择护肤品

精简护肤成分精准、简单且安全，护肤步骤科学、有效而省时

就消费者而言，精简护肤在于护肤产品**成分的精准简单**，护肤**步骤的科学简化**。消费者选择精简护肤的根本原因，一是步骤精简**节约了时间成本**；二是使用简单的**成分能更加安全放心**。

消费者眼中的精简护肤

74%

不添加复杂的成分，用**精准简单的成分**解决肌肤问题

65%

符合科学护肤的倡导，**没有过多的护肤步骤**

56%

是**实现“护肤不过度”**的护肤方式

选择精简护肤的原因

73%

简单的成分，**更安全放心**

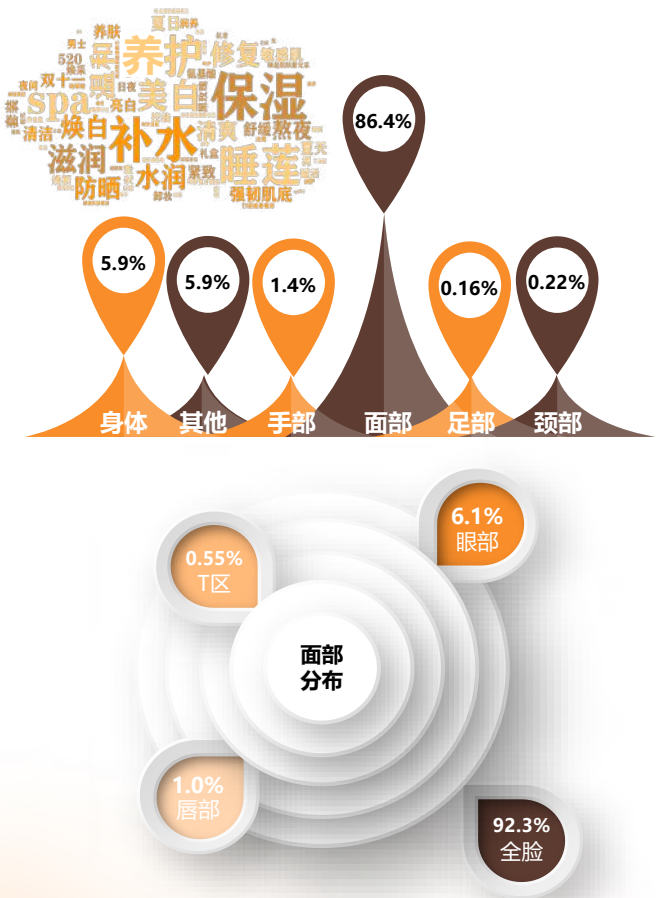
67%

护肤步骤精简，**有效节约时间**

面部护肤为主流市场占比近九成，养护和舒缓需求日益增长

护肤品类覆盖了全身，但在过去一年淘宝天猫的护肤品销售额占比中，面部护理占据了86.37%的销售额。其中，面部中针对于单个部位，眼、唇、T区精细化品类也愈发重要。护肤品的功效也在上升。从消费需求的功效声量词云分析来看，除了一般的保湿、养护、补水以外，还有针对熬夜养护、控油、焕白等需求。

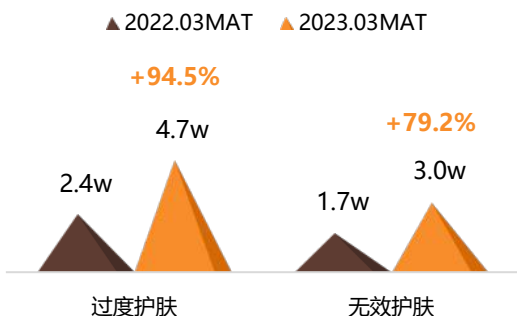
天猫淘宝护肤品类销售额占比



过度护肤声量环比上升94.5%，敏感肌声量依旧稳步增长

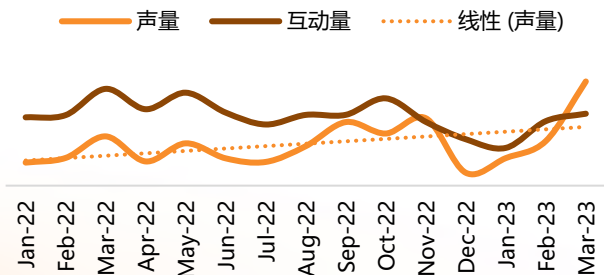
品类细化推动消费者护肤品流程精细化的同时，也加剧了用户购买认知的复杂性，以及重复冗余的功效堆叠导致的过度护肤出现肌肤隐患。用户说发现2023.03MAT，社交媒体*平台**无效护肤声量达2.96万**，环比上期增长79.2%；**过度护肤声量4.73万**，环比增长94.5%。

社交媒体*平台关键词声量表现



敏感肌人群增长与过度护肤密切相关，过度护肤易导致皮肤屏障受损，皮肤会变得更加敏感，最终导致健康肌转化为敏感肌。据用户说统计，2023.03MAT全网*敏感肌声量达2800万，**环比上期增长6.3%**，且仍处于正向增长趋势。

全网敏感肌声量走势



过度护肤带来屏障受损等皮肤问题，甚至造成心理上的强迫症

用户由于错误认知，叠加功效近似的产品或者采用复杂的护肤流程，同时过度追求清洁或美白祛痘。但化妆品并非使用得越多越好，皮肤在过多化妆品的滋养下，反而会产生越多问题：**皮肤屏障被破坏、表面微生物群落平衡被打破，甚至出现保养强迫症。**

过度护肤的危害

皮肤屏障功能受损

过度使用化妆品，会减少皮肤表面脂质成分而增加经皮水分流失。

皮肤表面微生物生态失调

过度护肤会改变皮肤表面的酸碱值，破坏皮肤表面微生态。

健康肌变为敏感肌

皮肤变得更为敏感，皮肤在刺激后恢复时间更长。

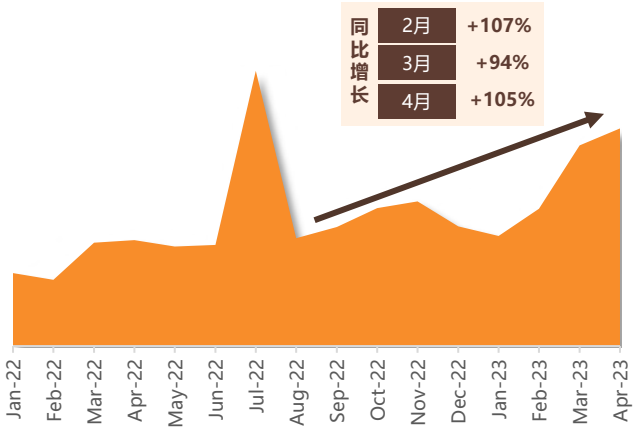
产生保养强迫症

不知不觉的到了一种不购买，不使用大量化妆品就不舒服的地步。

精简护肤声量稳步增长，近3个月100%增势，用户对这一概念积极发声

近一年内，精简护肤在互联网上的声量逐渐增长，总声量达到了124.13万，近三个月数据显示同比实现百分百增长态势。精简护肤平均每月的互动量到达688万+，UGC占比超67%，足以证明用户对精简护肤的热衷。

“精简护肤” 声量走势（万）



“精简护肤” 平均互动量

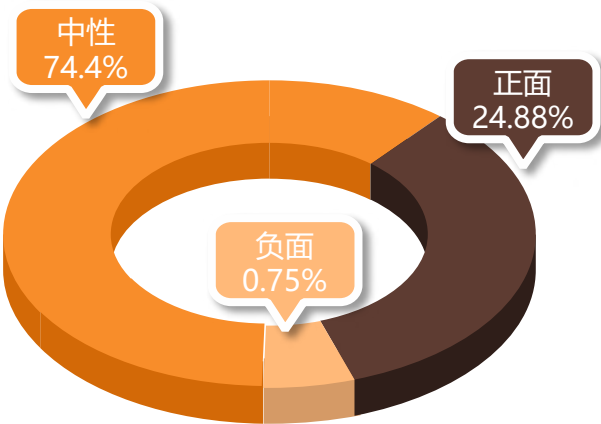


数据来源：数据故事旗下数据聚合

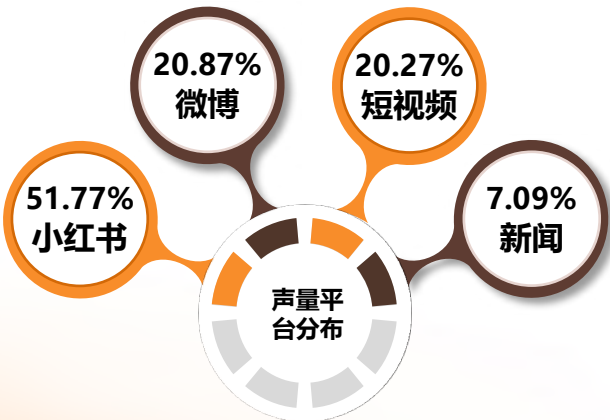
声量负面情感占比不到1%，小红书为精简护肤理念声量主力平台

这一年声量的情感分布中，大部分为中性，但是**正面情感**占据了接近1/4，而**负面倾向占比不到1%**，可认为绝大部分消费者对于精简护肤理念是乐于接受的。

声量情感分布占比



在精简护肤理念的平台分布中，**小红书**占据了**51.77%**，是当之无愧的主力宣传平台，其次是微博与短视频，包括抖音、快手等APP，三者占据了90%以上。



国外品牌纷纷引入精简护肤理念，专注洁面、补水、防晒三种功效

芙丽芳丝

精简护肤，三步为全身心减负：

净润洗面霜温和净澈；

水润保湿沁入肌肤；

保湿乳液长久锁水。



珂润

精简护肤，专注神经酰胺护理：

化妆水：清爽补水，保湿肌肤；

乳液：保湿舒缓，维稳肌肤。

倩碧

倩碧经典三步曲：

温和净肤+角质管理+保湿维稳；

精简3步，也能拥有好皮肤。



雅漾

精简护肤是敏感肌护理的核心原则：

洁面避免过度清洁；

做好补水保湿；

使用防晒防护紫外线。



国货美妆也进军精简护肤，现有影响力有待构建

国内品牌大多仅引入了精简护肤的概念，未针对精简护肤研发产品。国产精简护肤声量占比不高，**在过去一年中国货相关的内容占有关精简护肤的声量中不超过10%**。尽管在国内精简护肤的理念也日渐普及，但在这一领域更多的消费者选择国外的美容护肤品牌。

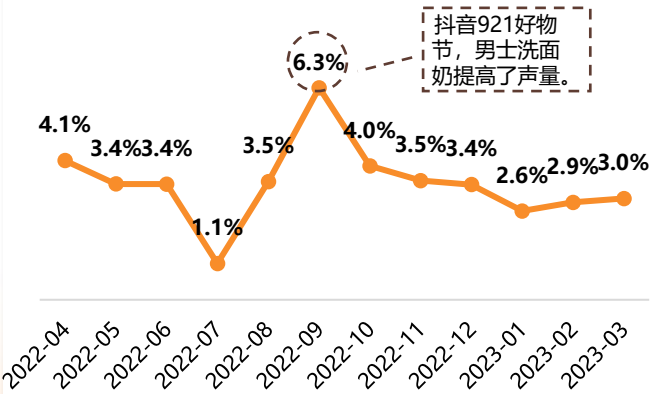
稀物集
SHE LOG

稀物集：以全天然松茸菌菇成分，养护屏障不致敏，让护肤更精简。

ALVA 瑗尔博士
— 专业敏感肌科学护肤 —

瑗尔博士：精简护肤不在于产品减少，而是成分减少，明确护肤品选择的合理性。

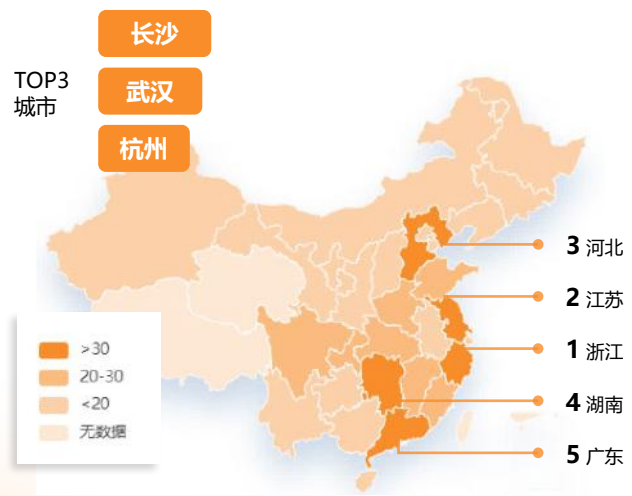
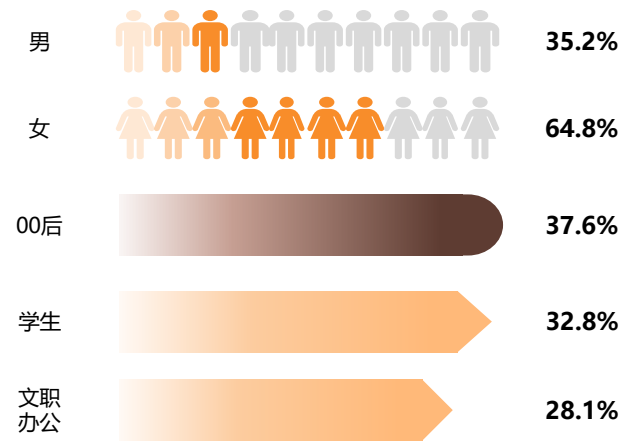
精简护肤国货声量占比变化趋势



Z世代学生/文职为精简护肤主力军，发达城市也为精简护肤理念集中地

精简护肤用户女性占比超六成，00后、学生/文职办公人员为精简护肤主力军。一线、新一线发达城市为精简护肤人群集中地：如长沙、武汉、杭州。

精简护肤用户分布



精简护肤立足“精”与“简”，满足肌肤需求，维护肌肤稳态

站在过度护肤的对立面，精简护肤省略不必要的护肤步骤，在“精”，精于选择、功效、成果，在“简”，简于步骤、成分，相同功效的产品一种即可。通过实践精简护肤的理念，等效的经济状况下，肌肤的养护将会得到更优的解法。精与简相辅相成，满足年轻肌、健康肌的护肤标准。

“精”

选择精

当需要的护肤品类减少，对使用的护肤品便进行了精选，优选。无论是成分，还是功效，都能挑选出更适合自己的肤质的产品。

功效精

对于护肤品的效果，少量优选的理念使得多种化妆品共同使用导致的搓泥，闷痘甚至发生化学反应的现象也将减少。

成果精

肌肤能够避免遇到刺激过强以及营养过剩的问题，精简使用护肤品可以保护肌肤屏障与肌肤的稳定状态。

“简”

降低或去除对皮肤有刺激的成分，简单成分的护肤品的致敏可能性下降，不易改变皮肤表面微生物群落，保持皮肤的稳态。

成分简

消费者针对肌肤所需，通过高效省心的步骤达到护肤目的，更容易坚持护肤，肌肤每日的基础性要求从而得到满足。

步骤简

03

MIHOO小迷糊 年轻肌精简护理

Streamlining Care



年轻肌科学护理专家小迷糊，倡导精简护肤 不过度，十年被800万用户验证

小迷糊作为一个专注年轻肌护理的品牌，从2014年品牌创立起持续深入年轻肌用户的日常生活，兴趣圈层。小迷糊历时十年，被800万年轻肌用户验证，倡导精简护肤不过度。



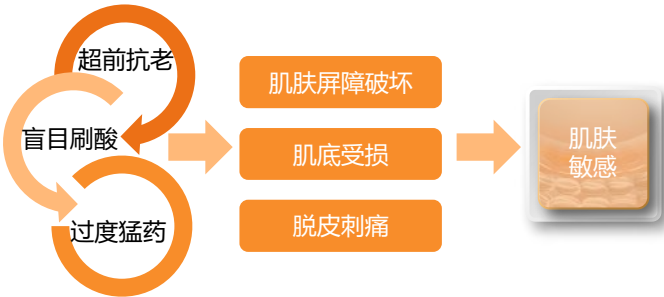
小迷糊在年轻肌护理上坚持步骤不过度，功效不过度的两个原则

小迷糊品牌基于年轻肌的特质，倡导维持良好年轻肌状态的首要原则：精简护肤不过度。在护肤步骤上，小迷糊提出了维持年轻肌三步：清洁、维稳、防护。而基于护肤功效过度的问题，小迷糊从功效成分给出了答案。

坚持护肤步骤不过度



坚持护肤功效不过度



MIHOO坚持承诺

所有产品的功效成分温和不刺激，不添加FDA颁布的38种致敏、致痘成分，所有产品通过敏肌可用测试报告。

小迷糊产品基于精准有效，删繁就简的研发理念，达到精简护肤的理论要求

小迷糊产品研发理念秉持着精：精准有效；简：删繁就简，从成分、功效和肤感出发，同时通过了过敏性检测，使产品真正达到了精简护肤的理论要求，满足年轻肌的真正需求。



精：精准有效

全线产品均添加屏障友好成分

不需要建立耐受，新手亦可轻松使用

不具备光敏性，黑夜白天均可安心使用

靶向实现短期恢复+长期有效

成分协同复配 $1+1>2$ ，针对性解决肌肤问题，温和且有效

简：删繁就简

量肤定制级肤感轻盈舒润好吸收

不添加厚重封闭性油脂避免堵塞毛孔

针对特殊肤质和场景研发特殊质地

产品经过权威过敏测试

不具备剥脱性，守护肌肤源生屏障

PH值在中性及弱酸性之间，不让肌肤产生刺痛感



小迷糊依托双研中心，十余个研发团队，百项专利、千万设备为用户解决肌肤问题困扰

双研中心、十余个研发团队



Top team

顶尖团队

公司研发团队由中国工程院院士，
国家“973”项目首席科学家
陈坚教授领军与化妆品行业权威精英组成
300余人超10年时间专研年轻肌的配方

Patent papers

专利论文

10年来品牌研发**198**项国家专利
其中有**198**项发明专利
目前授权的发明专利有**187**项
12项PCT(国外专利)

Ten million devices

千万设备

品牌耗资千万打造实验室研究及
监控肌肤数据实验室于2018年成功通过
中国合格评定委员会(CNAS)认可评定成
为少数拥有CNAS实验室的美妆企业

温和清洁、续航维稳、精准防护三大护肤系列 稳定年轻肌良好状态

MIHOO小迷糊三大护肤系列



为年轻肌提供 清洁问题护理方案

以温和清洁为目标
不伤害肌肤屏障为底线
避免过度清洁损伤皮肤



为年轻肌提供 维稳肌肤解决方案

以续航维稳
强韧肌底为目标
避免成分堆叠给肌肤造成损伤



为年轻肌提供 紫外线损伤护理方案

以恰到好处的防护为目标
避免超量防晒剂
对肌肤造成的炎症隐患

针对性功效产品布局，全方位精简稳定年轻肌良好状态

MIHOO小迷糊全线产品布局



洁颜蜜

- 温和清洁
- ✓ 油/混油
- ✓ 每日使用

洁面慕斯

- 温和清洁
- ✓ 干皮
- ✓ 每日使用

卸妆乳

- 日常卸妆
- ✓ 全肤质
- ✓ 特需使用



保湿水乳

- 强韧肌底
- 保湿修护
- ✓ 干/混干
- ✓ 每日使用

控油露

- 强韧肌底
- 调节油脂
- ✓ 油/混油
- ✓ 每日使用

修护精华

- 强韧肌底
- 维稳焕活
- ✓ 全肤质
- ✓ 特需使用



防晒乳

- 通勤防晒
- 提亮修色
- ✓ 全肤质
- ✓ 每日使用

年轻肌清洁专研单品洁颜蜜，兼顾清洁力与温和力

年轻肌新陈代谢较快，如果不做好清洁或清洁力不足，过度分泌的油脂和外界污染物会导致毛孔堵塞，容易引起黑头、痘痘等肌肤问题；而一味过度清洁会损伤年轻肌原本健康的屏障。

MIHOO洁面研发室耗时400天，研究出更科学的表面活性剂与保湿剂的成分占比，平衡强清洁力和高温和度，打造更适合年轻肌的日常洁面。

露露黄了、是书瑶呀、勇仔leo等口碑达人种草推荐，单品好评率99.9%

年轻肌-精简清洁专研

毛孔级清洁 温和去油不伤肤

适用肤质：油皮、油痘肌、油敏肌

主要功效：温和且有效的清洁

主要成分：氨基酸表活、秘鲁清木净化因子、PCA钠

主要技术：表活胶束复配技术、DL-40发泡技术、仿皮脂膜技术、革新氨基酸配方



核心功效：

超强清洁力

独创28表活配比，4重表活相互作用，搭配卸妆级胶束科技，可轻松卸除日常防晒，无需多重清洁步骤

超高温和度

深入研究表活搭配，选用2种低残留的氨基酸表活，温和不刺激，敏肌也可放心用

绝妙新洗感

添加人体同源PCA钠及清洁因子，配合PMB仿皮脂膜技术，洗后水润不紧绷，持久保持清爽状态

04

年轻肌护肤发展趋势

Development Trend



年轻肌护肤需从功效、成分、用户使用习惯方向研发

趋势一：基础功效集成

年轻肌群体功效需求集中，最主要是补水、保湿、养护。因此针对年轻肌的产品则需要将重点落实于基础功效上，遵循精简护肤理念时也需要满足肌肤需求。

趋势二：成分温和有效

年轻肌群体对于护肤品成分一方面是与功效相辅相成的需求，补水的玻尿酸，养护肌肤屏障的神经酰胺，另一方面则是对产品使用成分的安全、温和提出了需求。

趋势三：护肤便捷无负担

年轻肌群体有精简护肤意识，护肤品类和步骤不复杂和产品有效，既可以培养用户坚持护肤习惯，也可以让其皮肤免于过度护理导致的各类肌肤潜在风险。

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2021年1月1日至2023年4月28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。

上海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美妆个护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。用户说垂直深耕大美妆行业，从护肤、彩妆到个护全品类深度挖掘，累计出品了超过150份细分类目的研究，是市面上关于美妆品类研究最细致最全面最翔实的第三方咨询机构。

用户说关注线上数据，尤其深耕于中国美妆行业的互联网数据，销售数据聚焦天猫淘宝、京东、抖音和快手的电商数据；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、垂直平台小红书、bilibili、新闻、论坛和贴吧等渠道。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、服务的反馈、建议、投诉，透过品牌价值5G模型洞察用户使用偏好、习惯、需求以及购买动力，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，真正的站在用户的角度，帮助品牌方找准自我定位。



深度垂直美妆个护品类研究

- 基础产品：150+美妆品类深度研究报告
- 拳头产品：企业品牌价值健康度研究报告



定制报告

- 协助品牌以概念、赛道、肌肤白皮书研究
- 根据企业需求开展行业、品类、用户挖掘



公众号**用户说了**
600+品牌洞察免费看



小鹅通**用户说**
购买更多精彩报告



小程序**用户说美妆**
解锁更多精彩内容

感谢观看
THANKS

