

2022

第2期

# 年轻人生活消费观察

系列研究

——美妆防晒篇



克劳锐出品

2022-07



# 年轻人对品牌意味着什么？

年轻人作为消费市场的主力军，是品牌营销的必争群体。如何占领年轻消费者心智成为众多品牌营销的核心命题。

年轻人的生活消费观如何？

年轻人在社交平台上喜欢看什么内容？

年轻人对品牌的消费差异如何？

社交平台上的内容如何影响内容消费？

克劳锐将从**食品饮料、化妆品、数码家电、服装服饰、家居家装、游戏娱乐、出行方式**等多个热门行业和品类出发，探索不同年龄段的年轻人在这些热门领域的**细分消费行为和习惯**，围绕**用户、内容、达人、平台和品牌**五方关系进行研究，结合优秀的内容营销案例，展现年轻人在各领域的**生活消费动向**。

关注克劳锐年轻人生活消费观察系列研究，  
洞察年轻用户营销新趋势！



# 研究说明

## 研究范围

**研究平台：**微博、抖音、快手、小红书、B站

## 研究对象：

1. 本报告中“防晒”研究聚焦美妆个护领域，讨论范围包含防晒霜、防晒乳、防晒喷雾等
2. 研究内容包括年轻人防晒消费的需求差异及各平台防晒相关的品牌、KOL、内容、用户互动评论等

## 数据说明

## 数据来源：

1. 克劳锐指数研究院
2. 克劳锐线上用户调研，共回收200份样本数据，调研时间2022年6月

**统计周期：**非必要说明，报告数据统计周期为2022.01.01-2022.05.31



# 报告解决的问题

年轻人对防晒护肤品的需求特征是什么？

不同平台上受年轻人欢迎的防晒品牌有哪些？如何做营销？防晒品牌在各平台的营销差异有哪些？

怎样做社交内容营销更易吸引年轻人的注意力？透过不同防晒品牌的内容营销看到了哪些营销新机会？



## 报告核心发现

1

年轻人每日防晒成护肤必备，对防晒内容消费需求旺盛，抓住年轻人就等于抓住了防晒市场的未来

2

防晒品牌定位、诉求不同，各渠道营销效率存差异，其中小红书成为防晒品牌的普遍选择

3

年轻人刚需消费刺激美妆护肤品牌抢滩防晒赛道，极简护肤趋势下“美妆型防晒”成品牌营销新亮点

# 目录 Contents

01

年轻人防晒护肤需求洞察

02

各社交平台的防晒内容生态差异

03

防晒品牌在各社交平台上的营销差异

04

防晒品牌内容营销总结



▶ 01.  
年轻人防晒护肤需求洞察。

+

# 防晒成为年轻人护肤刚需，抓住了年轻人就等于抓住了防晒市场的未来



VS



**年轻人防晒是护肤必备**

“养儿不防老，防晒才防老”

**中老年防晒意识弱，存在拓展空间**

“每天多晒晒太阳，可以补钙”

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_44007](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_44007)

