

前5月销售额超2亿元

# 这个夏季，“凉感护肤”火了

入夏以来,气温的升高让“凉感”“冰感”化妆品火热出圈。记者搜索某社交平台发现,“冰感护肤品有哪些?”“凉感化妆品有用吗?”“冰感面膜测评”等相关话题讨论热度高涨。在各大电商平台上,除了“冰凉喷雾”“凉感喷雾”等传统产品,面膜、面霜、底妆、彩妆、眼霜、洗护也纷纷将“凉感”作为卖点。

消费热度高涨的“凉感化妆品”是什么?消费者又该如何科学选购?



8月2日,在大连东关街历史文化街区,游客从喷雾降温设备旁走过。 新华社发

## “凉感化妆品”火了

“上脸自带凉感,像一阵凉风吹到脸上,灼热感被瞬间带走”“喷在脸上冰冰凉凉,像是把脸放进冰箱,红痒感瞬间全无”……进入某护肤品牌的直播间,主播正在热情地介绍一款主打清凉、保湿的“冰感”喷雾。而以该产品为关键词在直播平台进行搜索,不乏大量用户谈体验感受的帖子。

业内人士介绍,所谓“凉感化妆品”泛指配方添加特定凉感原料、依靠化学机制或物理作用,涂抹后为皮肤带来清凉体感的化妆品,常见品类包含凉感防晒、晒后修护凝胶、清凉喷雾、冰沙面霜、清爽洗护产品等。

北京日化协会相关负责人指出,“凉感化妆品”的作用机制一般分为三类。一是隔热:依靠原料阻隔热量、吸收热量;二是协助散热(物理降温):借助基质辅助体表散发热量;三是神经刺激产生体感凉感:激活皮肤冷觉神经,让人感知凉爽,但不会实质降低皮肤温度。主流原料为薄荷醇及其衍生物、薄荷提取物。

而“凉感化妆品”的火热也直接反映在销售数据上。

第三方数据显示,2026年1—5月,美妆个护市场主打“凉感、冰感”核心卖点的产品线上销售额接近2.6亿元,同比增速超45%。某电商数据分析平台显示,在“凉感化妆品”销售排行中,一款主打“冰感降温”的防晒喷雾,近30天的销量超10万件,销售额超100万元。

艾媒咨询数据显示,2025年中国凉感化妆品市场规模已达69.7亿元,2026年有望冲至79.8亿元,到2035年将达到250.4亿元。一个曾经靠“一年卖一季”的小众赛道,正在长成百亿级市场。

赛道的火热加快了品牌入局脚步,化妆品企业纷纷下场布局“凉感”产品。据不完全统计,2026年有超36家品牌推出了“凉感”新品。

## “凉感化妆品”效果几何

记者注意到,在“冰感护肤品有用吗?”的帖子下,评论区往往两极分化。

支持者认为,“夏天涂防晒本来就闷,凉感版至少心理上舒服点。”“晒后喷一下冰感喷雾,瞬间镇定,仪式感拉满。”



超市里热销的“凉感喷雾”。

质疑者则表示:“就是加了薄荷醇,成本几毛钱,换个包装卖贵几十块。”“凉感来得快去得也快,跟花露水有什么区别?”

这种质疑也有一定的原因。艾媒咨询CEO张毅认为:“凉感化妆品仅依靠薄荷类原料打造凉感体验或单纯营销‘清凉’概念,不具备长期竞争力,赛道需朝着复合功效、优质肤感双在线的产品方向升级。”

基于此,通过技术升级、产品细分来强化产品性能和特色,成为品牌方获得消费者信任的关键。

某国产护肤品牌创始人告诉记者,不同场景对凉感强度、温和度和附加功效的需求不一样,凉感产品最大难点是对凉感“度”的把控和应用。以该品牌今年推出的一款“蓝冰棒”眼部精华为例,该品牌创始人介绍,人的眼周是全脸最敏感的部位,降温必须在安全线以内,凉感不能“猛地来、突然走”,需要通过配方精调实现有层次的递进。“产品需要通过多轮人体测试和热成像仪器验证,取得即时体感的可验证证明。”

另外,“打破单一夏季限制,打造全场景、全周期使用的产品是凉感化妆品的创新方向。”广东某化妆品代工厂相关负责人说。

今年以来,化妆品品牌们纷纷发力差异化产品。比如针对早起化妆品需求的消费者,一些品牌将“凉感成分”加入到妆前喷雾中,把凉感从“避暑”变为“提神”。另有一些品牌将“凉感成分”与晒后修护结合,让产品达到褪红和舒缓的效果。

“整体而言,凉感化妆品通过技术配方优化、场景拓展、全品类渗透,来打破季节性销售桎梏,从单一季节



国家应急广播提醒该产品有冻伤风险。

的小众品类,转变为常态化、高品质的护肤升级选择,精准匹配消费者多元化、全年化的护肤需求,这也是其常态化发展的核心逻辑。”张毅说。

## “凉感化妆品”的消费提示

近日,针对网上热卖的相关产品,国家应急广播官方微博发布提醒,“凉感喷雾”成分中的乙醇、丙烷或丁烷是易燃气体,与空气混合后,遇热源和明火有燃烧爆炸的危险。如果短时多次朝着同一个部位喷,还可能造成冻伤、皮肤受损。

北京日化协会相关负责人明确指出,“凉感化妆品”仅是市场通俗概念,并非法规或标准化分类中的正式类别。记者查阅《化妆品分类规则和分类目录》发现,全部26项功效类别中并无“凉感”“清凉”“降温”等表述,与之相关的功效宣称“爽身”“舒缓”。

有消费者反映,自己在使用“凉感化妆品”后出现皮肤过敏、红肿等不良反应。记者查询电商平台发现,部分收字号凉感产品含有酒精。专家表示,如果酒精过高,在面部长期使用可能破坏皮肤屏障,加剧敏感。

北京日化协会相关负责人提示,消费者在购买“凉感喷雾”时需仔细判别产品是否属于化妆品。凉感喷雾还包括喷洒在织物或衣物上的日化品,此类产品配方中凉感成分添加量相对较高,直接作用于皮肤可能造成一定的刺激,不可直接喷于人体,更不可用于面部。此外,喷雾和气雾型凉感产品无论是否直接作用于人体,在使用时都需要做好呼吸道的防护,避免雾化微粒刺激呼吸道。

据新华社“民生观察”报道

声明公告

刊登热线:13164692093

生日祝福

祝:戴煜(戴居居),生日快乐!每天开心,每天大笑,愿她旦逢良辰,顺颂时宜。

股东会议通知

武汉市保民供水实业有限公司(统一社会信用代码:91420117695305897E)拟定于2026年8月24日在武汉市保民供水实业有限公司会议室召开股东会,会议内容:决议变更股权,股东张琴股权转让给李翔,请股东万来欧按时参加。联系人:刘洪涛,联系电话:13037183790,请按时参加。

遗失声明

武汉市汉南区东荆街黄家墩青草湖甲鱼养殖协会代码:514201130777097479,遗失法人章,声明作废。

遗失声明

周永福遗失军人保障卡,证号:814201221102404723,声明作废。

注销公告

湖北鑫中鼎餐饮管理有限公司(统一社会信用代码:91420111MA4KPPWJ63,经股东会决议,拟向公司登记机关申请注销登记,现已成立清算组。清算组负责人:丁泊,清算组成员:万永钢、丁泊。请本公司债权人自本公告见报之日起45日内,向本公司清算组申报债权及办理债权登记手续,特此公告。

遗失声明

刘颖娜(420102198111080641)遗失武汉绿地滨江置业有限公司开发建设的绿地国际金融中心海珀御观2-1-2801购房发票1张,发票号NO.01205941,金额3740000元,特此声明。

公告

武汉格林营销调研有限责任公司(统一社会信用代码91420103733570895Q)将于2026年9月7日上午10点召开临时股东会,讨论公司注册地变更事宜,请股东段能伟见报后30日内到公司履行股东义务,逾期未到公司,到会股东将依照公司章程作出决议。

通知

因花楼水塔街道东民社区东民里小区25号业主申请加装电梯,现101、102、201、202、301产权人无法联系,特此登报通知。如有异议请联系花楼水塔街道办事处,电话:82298593。

股东告知

致公司全体股东:武汉纵聘物资有限公司已于2026年7月31日召开股东会,审议通过公司办理变更事宜,电话82327288。

遗失声明

吴静文遗失新洲区郭城街新湖里79号土地证,证号为武新国用(2011)第继094号,特此声明作废。