

“上脸自带凉感,灼热感被瞬间带走……” 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?

前5月销售额超2亿元,“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。

“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。”

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,成为品牌们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

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

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

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10万元,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的脚步,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。

透,来打破季节性销售桎梏,从单一季节的小众品类,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。

我国发起首例 对外贸易国家安全调查

商务部5日发布公告,对相关进口打印复印办公设备发起了对外贸易国家安全调查。商务部新闻发言人当天表示,此次调查是中国首例对外贸易国家安全调查。

发言人说,根据《中华人民共和国对外贸易法》第四十一条规定,为维护对外贸易秩序,商务部可以自行或者会同国务院其他有关部门,就对外贸易中有关国家安全利益的事项进行调查。

发言人介绍,本次调查内容为评估相关装有外国系统软件的进口打印复印办公设备对我国对外贸易国家安全利益的影响,调查事项包括但不限于:调查对象的进口情况,进口产品、技术或服务对国家安全利益影响,国内需求情况,进口对国内产业的影响,国内产业满足国家安全利益的能力和水平,相关外国政府政策和措施对我国国家安全利益的影响等。

发言人表示,调查机关将依法开展调查,坚决维护中国国内产业合法权益和国家安全利益。 据新华社

上汽集团与通用汽车 签署合资续约协议

5日,上汽集团与通用汽车签署合资续约协议,将上汽通用汽车合资期限延长20年至2047年。

双方表示,此次合作续约是上汽集团和通用汽车基于近30年成功合作的基础,在全球汽车产业深刻变革背景下,对中国汽车市场长期价值以及对上汽通用汽车转型能力和发展前景投下的一张信心票。双方股东将进一步协同技术研发、供应链与全球市场资源,为上汽通用汽车的智能转型、本土创新、全球化布局与长期健康发展提供持续支持。 据新华社

国防科工局原副局长 张建华一审被判十年



2026年8月5日,四川省达州市中级人民法院一审公开宣判国家国防科技工业局原党组成员、副局长张建华受贿、利用影响力受贿案,对被告人张建华以受贿罪判处有期徒刑八年,并处罚金人民币三百万元,以利用影响力受贿罪判处有期徒刑五年,并处罚金人民币八十万元,决定执行有期徒刑十年,并处罚金人民币三百八十万元。对张建华犯罪所得财物及孳息依法予以追缴,上缴国库。

经审理查明:2008年至2025年,被告人张建华利用担任国家国防科技工业局军工项目审核中心主任、财务与审计司司长、总工程师和党组成员、副局长等职务上的便利,以及职权或者地位形成的便利条件,为有关人员在行政审批、投资入股等方面提供帮助,非法收受财物共计折合人民币4338万余元。2021年至2025年,张建华退休后利用原职权或者地位形成的便利条件,通过其他国家工作人员职务上的行为,为有关人员在企业经营、项目承揽等事项上谋取不正当利益,非法收受财物共计人民币1170万元。 据新华社

“凉感化妆品”消费提示

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为“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,部分妆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