

ISSUE
14

38女王节

m.i
alimama m insight

了不起的女子力
美妆消费蓝海与趋势赛道

To make it easy
to do marketing anywhere.



CONTENTS

目录

PART1

「新赛道」助力「新品牌」加速成长 01

PART2

美妆新行业「新趋势」 05

PART3

「新趋势」下的「机会赛道」与「机会人群」 08

PART4

「新趋势」下的「机会赛道」与「机会人群」 26



制作团队

alimama m insight lab 出品

阿里妈妈作为全球最大的品牌数字营销阵地，也是品牌做消费者投资的首选平台，运用独有的数字化营销能力，提升品牌的投资性价比。

阿里妈妈推出 m insight 以新洞察持续构建新消费时代品牌数字营销世界观，打造“品牌数字营销第一洞察”。透过大数据和人工智能，持续输出四大趋势洞察——新人群趋势洞察、新需求场景洞察、新货品趋势洞察、新媒介决策洞察，依托阿里巴巴强大的数字技术能力，帮助品牌发现生意增长的新机会，发掘新的增长趋势，找到超线性增长的切入点。

alimama m insight lab 由阿里妈妈市场公关部、营销研究和体验中心、阿里妈妈营销策划中心联合成立的虚拟组织。



FOREWORD

序言

女子力的崛起和“她经济”繁荣，女性更加关注“自我”，探索需求，勇敢表达。作为以面向女性群体为主的美妆行业，是日夜陪伴的亲密伙伴，也是自我特质和审美主张的表达延伸。美妆行业格外关注女性消费新需求，这些消费需求的供给情况，反应出美妆消费蓝海趋势。

洞察发现，2020 美妆行业新赛道成交额同比增速是美妆行业整体的四倍。与此同时，新品牌驱动美妆蓝海趋势显著。涌现的美妆蓝海趋势背后，新品牌正在入局，对于美妆新品类新趋势更加敏锐。

阿里妈妈 m insight 结合消费者对美妆的需求潜力，以及美妆市场商品供给情况，预测美妆蓝海趋势赛道，把握美妆行业新品类机会，尤其为美妆行业新品牌提供方向。

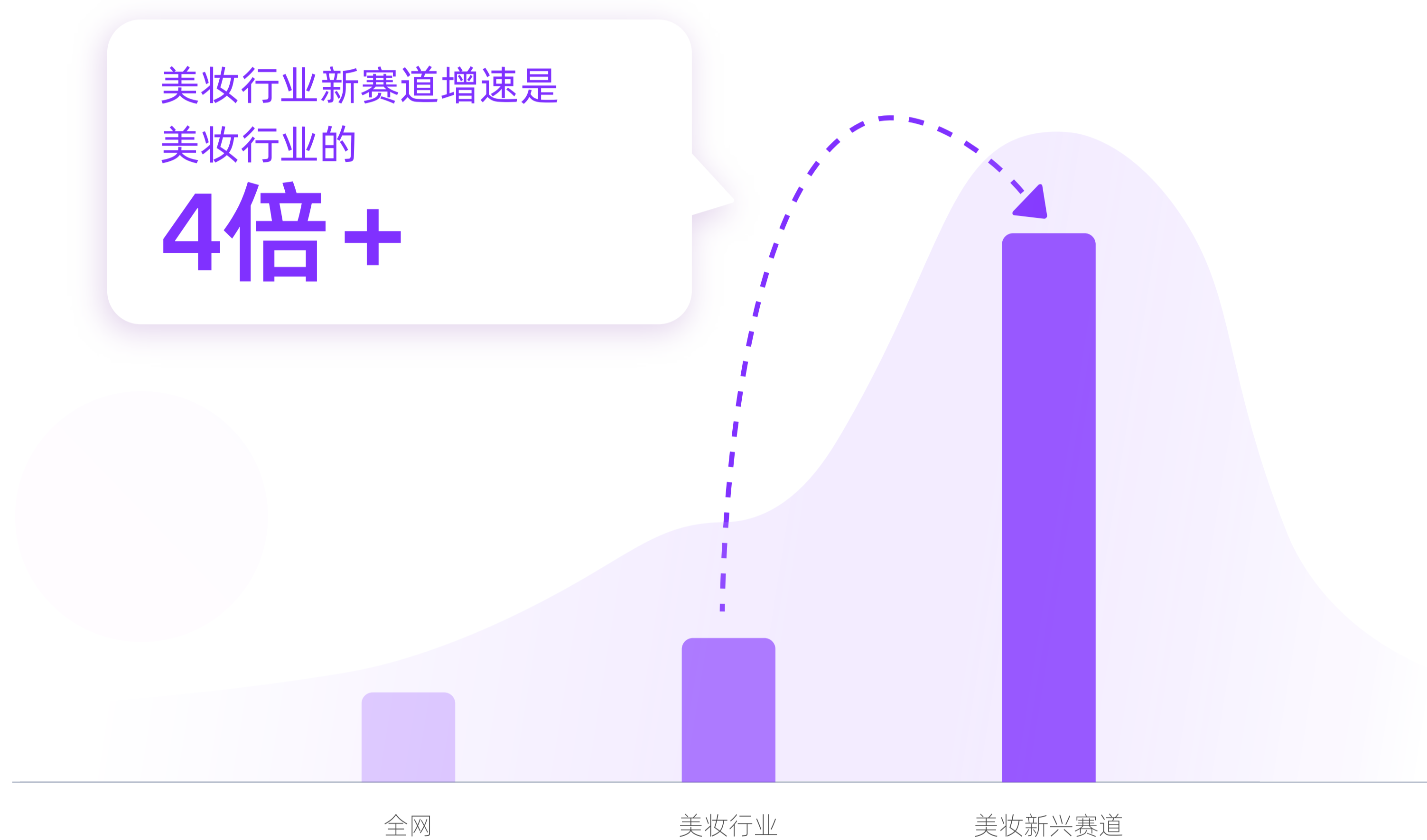
报告围绕“功能满足、成分关注、未来科技、感官刺激”四大革新方向，解读美妆蓝海趋势赛道。

om insight

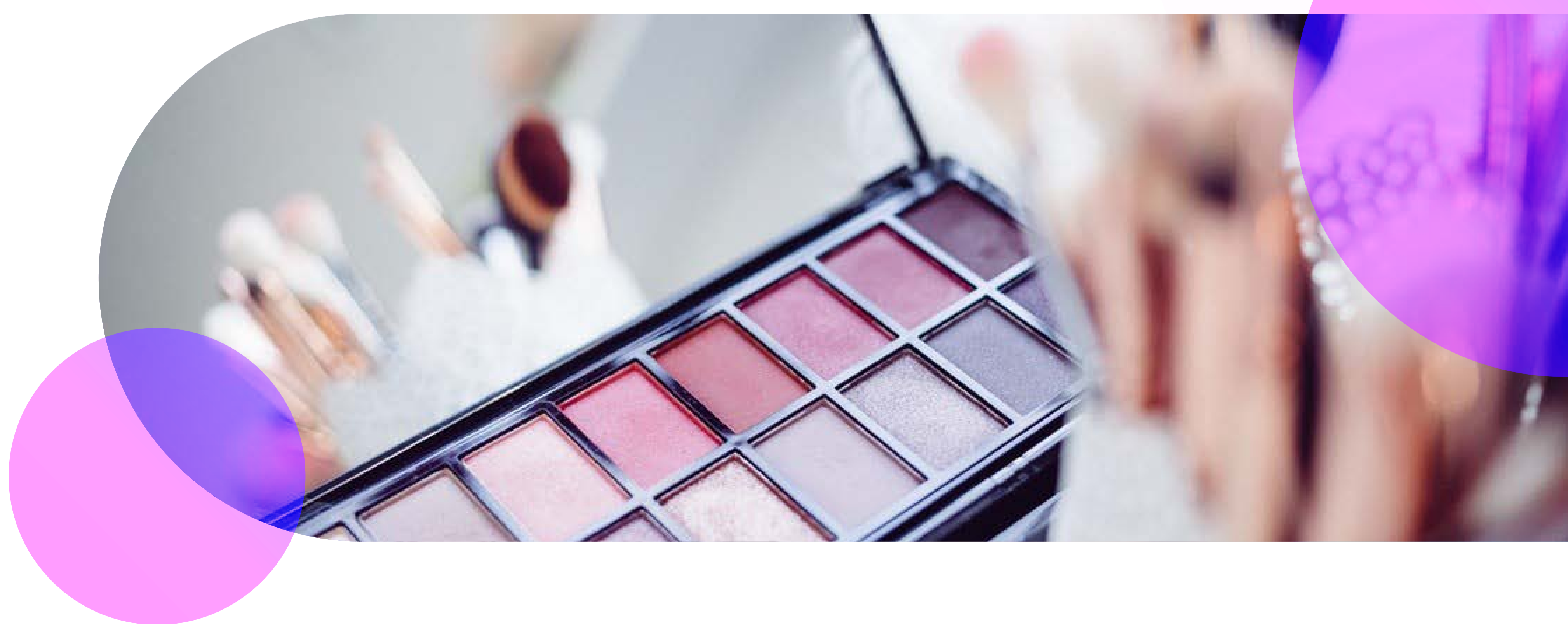
PART 01

「新赛道」助力「新品牌」加速成长

美妆新赛道展现出超强爆发力, 推动行业整体成交额快速增长



2020年成交额同比增速



通过需求供给矩阵, 双向定位行业的蓝海/趋势

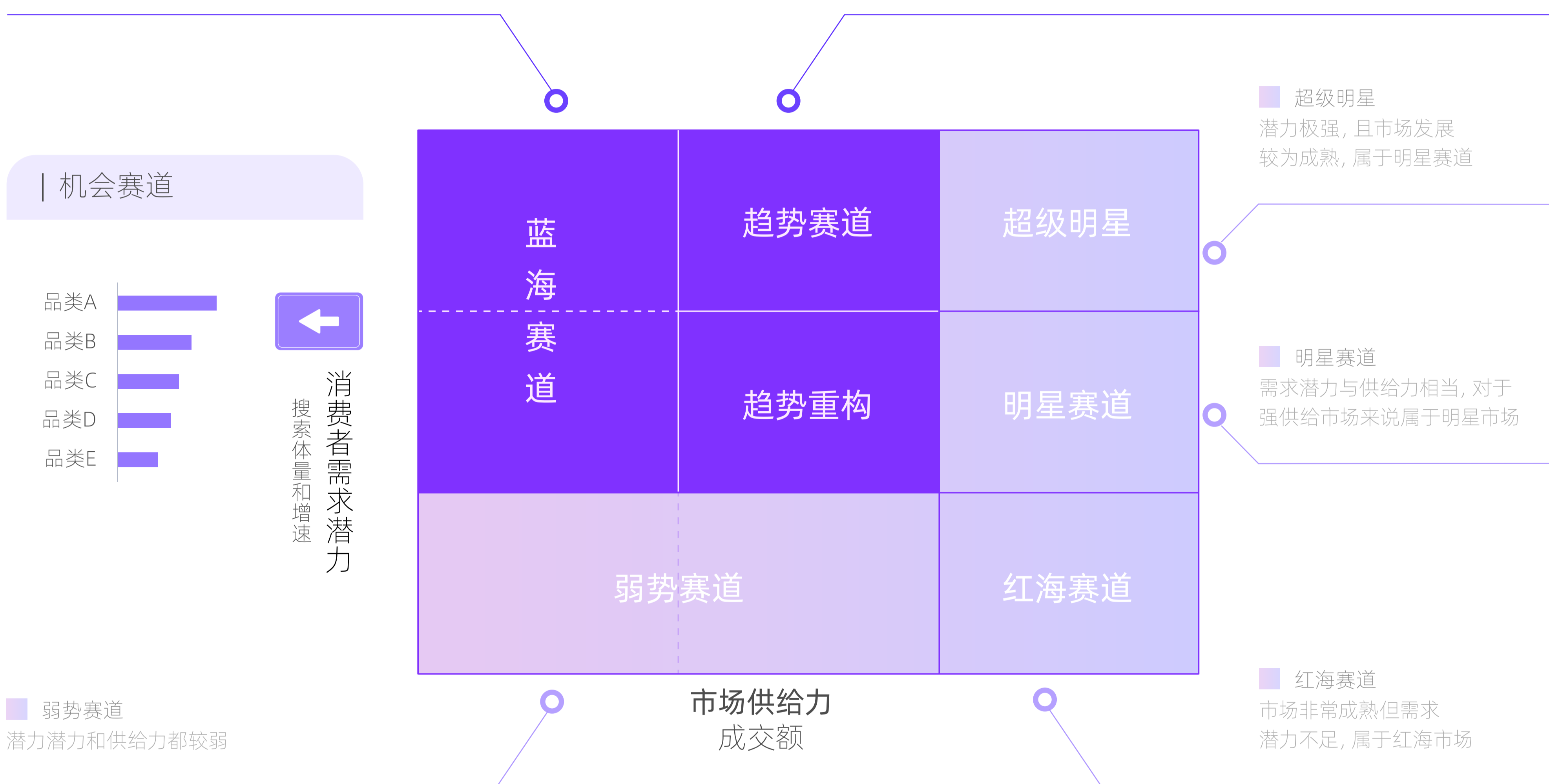
「需求供给矩阵」结合消费者对行业的需求情况以及市场上货品的供给情况, 双向判断行业机会

■ 蓝海赛道

潜力强度高于供给强度, 极具发展潜力, 目前市场相对空白

■ 趋势赛道

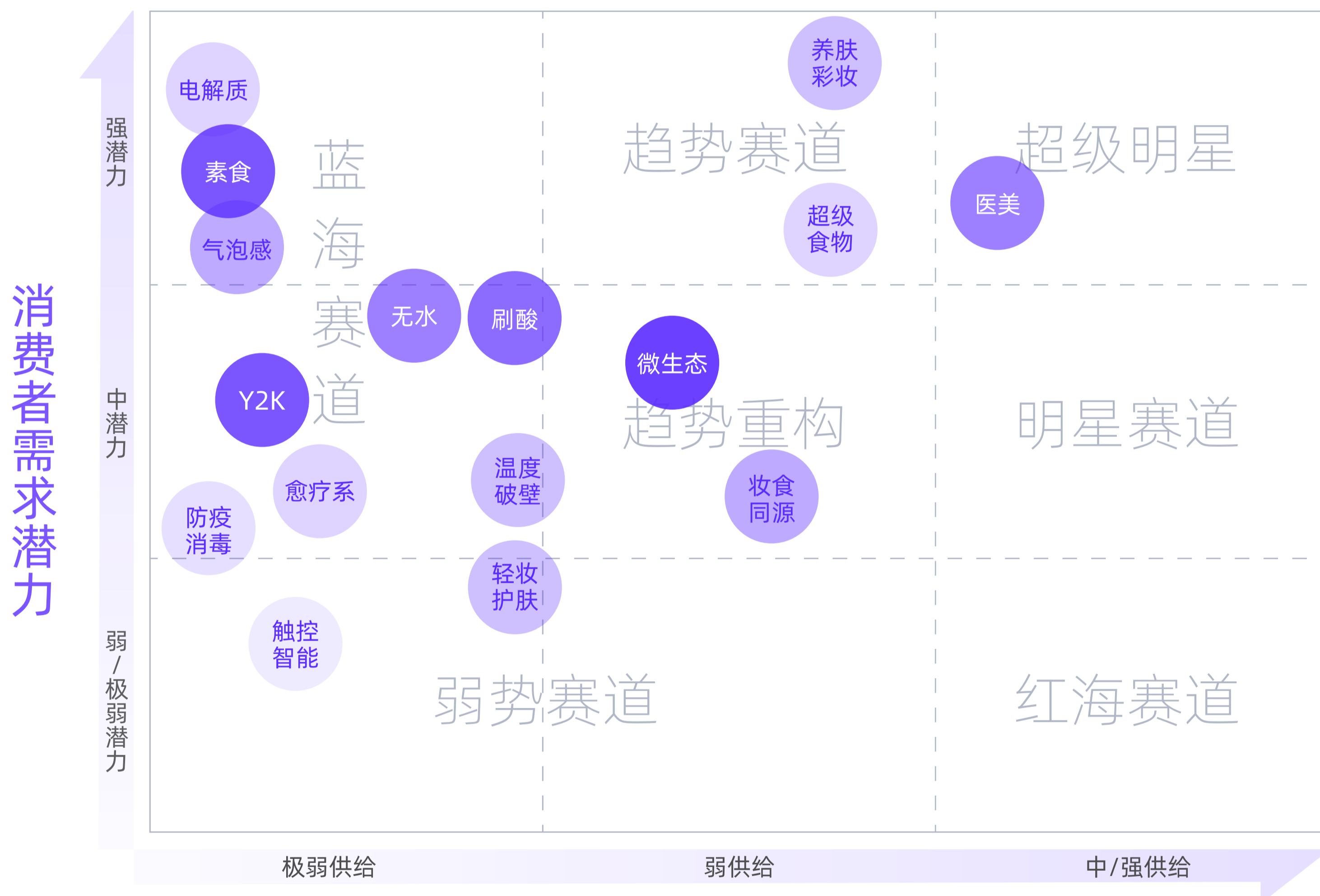
潜力强度高于供给强度, 极具发展潜力, 目前市场初起



美妆行业大量蓝海趋势机会涌现， 背后新品牌正在入局

新品牌驱动型趋势

圆圈颜色越深表示新品牌在该趋势中的布局越强(TGI >100)



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_37964



云报告
https://www.yunbaogao.cn

云报告
https://www.yunbaogao.cn

云报告
https://www.yunbaogao.cn