



亿欧 天猫美妆洗护

# “万树江边杏，新开一夜风” 「亿欧×天猫」2020国货彩妆市场研究报告

## 2020 Market Research of Domestic Branded Makeup

亿欧智库 [www.iyiou.com/research](http://www.iyiou.com/research)

Copyrights reserved to EqualOcean Intelligence, Nov 2020

近几年来，国内彩妆圈刮起了一股浓浓“国货风”。各种新兴的国货彩妆品牌不但频繁出现在小红书、微博、抖音等平台的“种草”专区，还在618、双11电商大促中创下销售佳绩，新锐头部品牌完美日记、花西子等销量更有赶超国际大牌之势。与此同时，中国彩妆市场正以每年两位数的增长率迅速扩容，品牌之间的竞争也异常激烈。这些当红国货彩妆品牌是如何崛起的？未来是否还能借着行业大势持续发展，成为能够经受住时间检验的优秀国货品牌？

“他山之石，可以攻玉。”欧美、日韩彩妆市场发展百年来，已经形成了一批优秀的“老字号”品牌和大型美妆集团，它们在本国和国际市场的成功对国货彩妆又有何启示？

在国货彩妆崭露头角的过程中，天猫作为国货的坚定支持者，起到了重要的助推作用。大量国货彩妆入驻天猫，并在天猫发展地如火如荼；一年一度的天猫金妆奖更是被誉为“美妆界奥斯卡”。2020年以来，天猫在扶持国货品牌上持续加码，随着“新国货计划2020”、“超级新秀计划”等的推出，正在冉冉升起的国货彩妆将在天猫实现更加蓬勃的发展。

亿欧智库基于天猫美妆的品牌和用户数据，结合桌面研究和专家访谈等方式，联合天猫美妆发布此份《2020国货彩妆市场研究报告》，系统梳理国货彩妆发展状况，探析国货彩妆崛起的主要竞争策略，并观察国际彩妆大牌发展经验，对于站在风口上的国货彩妆进行详细解读，同时提出关于行业发展方向的观点以供行业参考。

# 目录

## CONTENTS

### Part1 国货彩妆市场概况

- 1.1 国货彩妆定义和研究范围
- 1.2 国货彩妆发展历程
- 1.3 国货彩妆发展环境分析
- 1.4 资本市场现状
- 1.5 销售市场现状
- 1.6 用户画像

### Part2 国货彩妆市场竞争分析

- 2.1 产业图谱
- 2.2 国货彩妆市场竞争格局
- 2.3 国货彩妆竞争策略

### Part3 国货彩妆市场未来展望

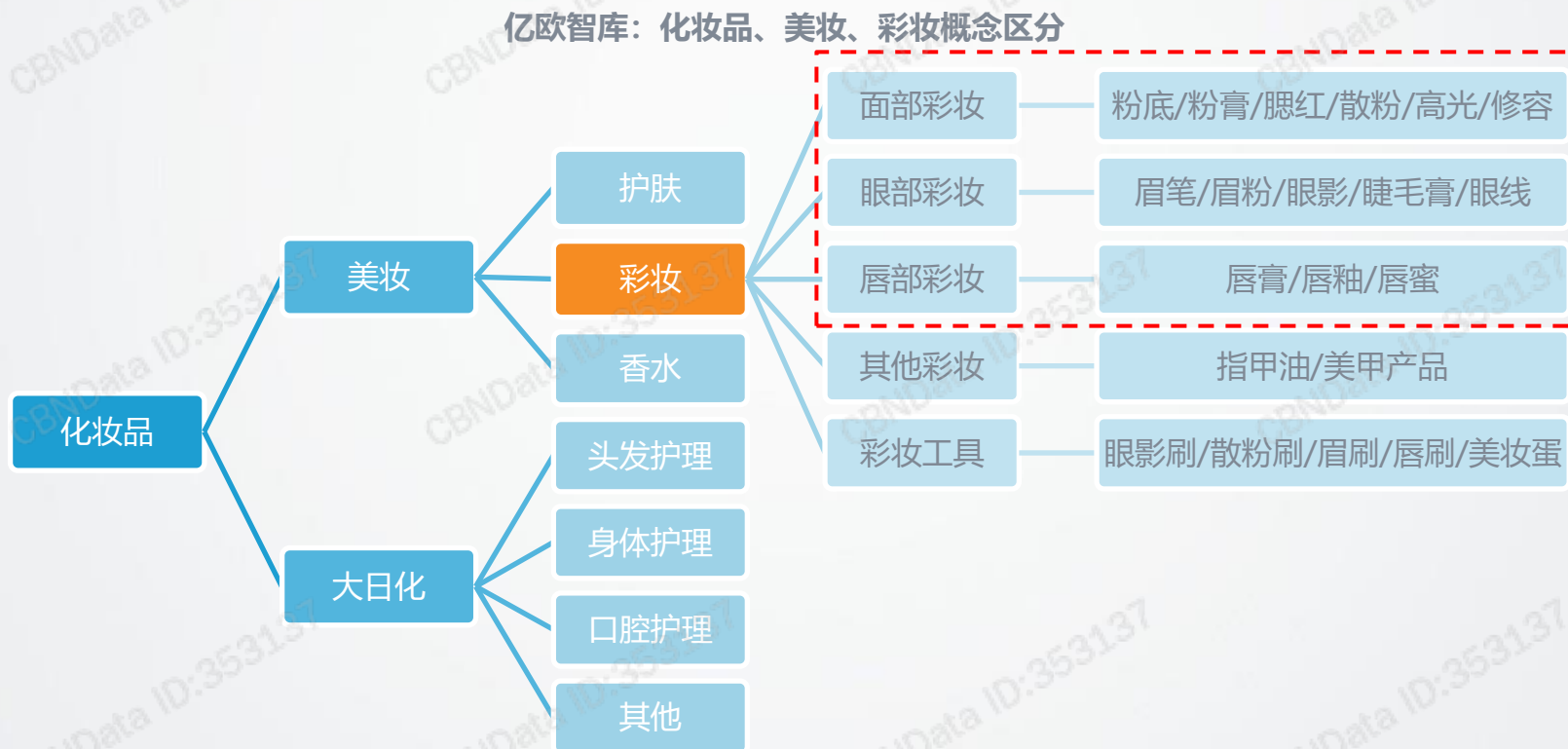
- 3.1 国货彩妆发展挑战
- 3.2 国际品牌经验借鉴
- 3.3 国货彩妆发展趋势

# Part 1 国货彩妆市场概况

Market Overview of Domestic Branded Makeup

# 亿欧 国货彩妆定义：由国内公司创立并自主运营的彩妆品牌

- ◆ 彩妆属于化妆品的一个类别，是指人们用来美化和保护脸部容貌的粉底、口红、眼影、睫毛膏等有色泽的化妆材料和工具；“色彩”和“效果立显”是彩妆区别于其他化妆品的主要特征。面部彩妆、眼部彩妆和唇部彩妆是彩妆的三大品类，也是本研究聚焦的品类。
- ◆ 国货彩妆是指由国内公司创立并自主运营的彩妆品牌，用以区别长期主导中国彩妆市场流行风向的欧美、日韩彩妆品牌。一些同时涉及彩妆和其他化妆品的国货品牌也在本次研究范围之内。

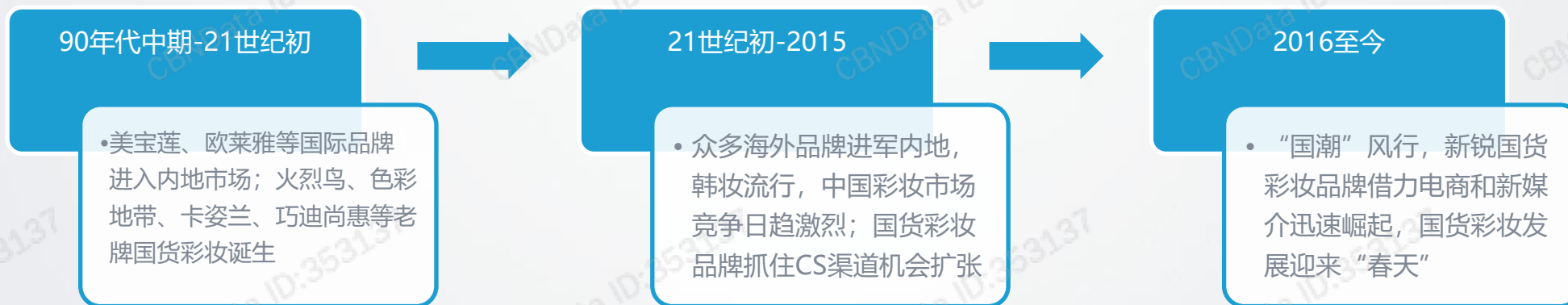




# 国货彩妆发展历程：告别夹缝生存，国货彩妆“春天”来临

- ◆ 彩妆在中国历史悠久，早在商朝末期就已出现胭脂。中国传统彩妆是在植物汁液、朱砂、黛粉、香料等天然原料的基础上加工而成，明清时期诞生的谢馥春、戴春林、孔凤春为代表品牌。清末随着“西风东渐”，人们开始使用国外彩妆产品或者国内厂商的仿制品，传统彩妆式微。
- ◆ 20世纪90年代中期，国际品牌美宝莲、露华浓、欧莱雅、娥佩兰等相继进入内地市场，现代意义上的中国彩妆市场起步。受国际品牌启蒙，第一代国货彩妆诞生，卡姿兰、火烈鸟等品牌至今仍然活跃。
- ◆ 二十年间，国货彩妆在欧美和日韩品牌的夹缝中生存，努力在国际大牌铺货较少的CS（日化专营店）渠道发展。直到2016年起，得益于“国潮”风行，新锐国货彩妆品牌借力电商和新社交媒介的普及，凭借“高性价比”、“效果不输大牌”等特点赢得大量年轻消费者青睐，部分产品销售额有赶超国际品牌之势。业界普遍认为，**国货彩妆的“春天”已然来临。**

亿欧智库：中国彩妆市场发展历程



来源：公开资料整理

# 亿欧 国货彩妆发展历程：新锐品牌掀起国货彩妆火爆浪潮

- ◆ 如今大热的完美日记、花西子、橘朵、珂拉琪等国货彩妆品牌，多诞生于2016年及之后。这些新锐品牌的创始团队，大多出身于欧莱雅、宝洁等超级品牌，拥有强烈的品牌意识，同时非常重视用户洞察，善于运用新媒体营销方式，直击痛点、精准获客，掀起国货彩妆火爆浪潮。
- ◆ 随着新锐品牌带动国货彩妆热度大增，卡姿兰、玛丽黛佳、健美创研等成立较早的国货彩妆品牌也受到越来越多关注，凭借长期积累的产品力和品牌力赢得用户和口碑，充分享受到国货彩妆火爆的红利。

亿欧智库：部分国货彩妆品牌成立时间



来源：天眼查、各品牌官网

# 国货彩妆发展政策环境：化妆品监管日趋严谨，政策鼓励创新

- ◆ 我国化妆品监管日益朝着更加科学严谨的方向进步。监管部门不仅加大对违法违规的处罚力度，而且推进差异化管理。2020年6月颁布的《化妆品监督管理条例》（自2021年起实施）中，国家药监局在例行强调化妆品原料管理的同时，还鼓励化妆品技术创新。
- ◆ 我国化妆品行业政策环境有助于打击黑产小作坊和假冒伪劣，保护品牌和知识产权，**促进消费者建立对于品牌的信任感，激励国货彩妆进行产品创新和品牌建设。**

亿欧智库：2019年至今化妆品行业重要监管事件

颁布/通过时间	监管/颁布机构	相关文件/措施
2020年9月	国家药监局	发布《化妆品生产质量管理规范（征求意见稿）》，对化妆品生产过程进行更细化、更全面规范；发布《化妆品不良反应监测管理办法（征求意见稿）》，首次设立不良反应监测法规；发布《化妆品抽样检验管理规范（征求意见稿）》，新增网络抽检。
2020年6月	国家药监局	发布《化妆品监督管理条例》（自2021年1月1日起施行），放宽普通化妆品新原料备案限制；实施更严格的安全管理制度；鼓励化妆品创新；加大违法处罚力度等。
2019年9月	国家药监局	发布《化妆品注册和备案检验工作规范》，缓解化妆品注册和备案检验需求量大与检验资源相对不足之间的矛盾，缩短企业产品检验时间，加快新品上市。

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\\_16764](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16764)

