

美妆

护肤

消费

线上卸妆品类消费者 洞察报告

CBN'DATA

第一财经商业数据中心

© 2020 CBNDATA. All rights reserved.

TABLE
OF
CONTENTS
目录

第一部分：
线上卸妆市场发展现状

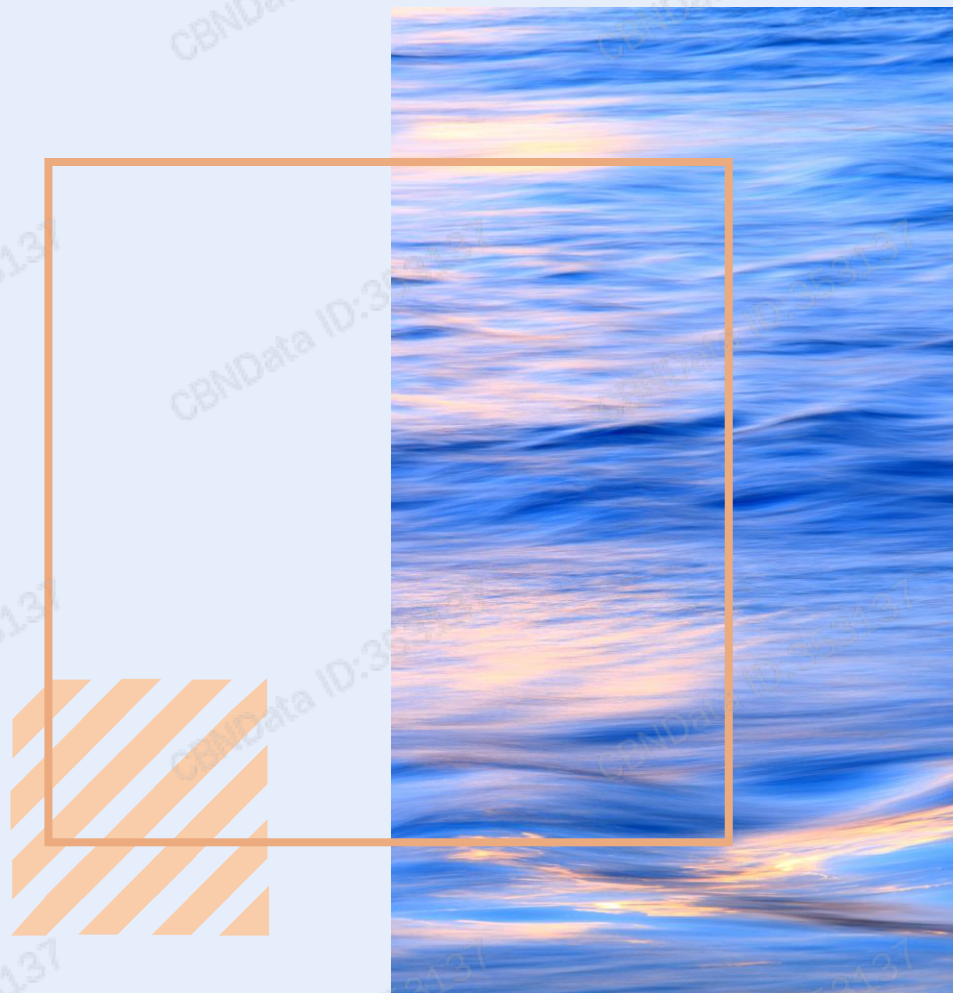
第二部分：
线上卸妆品类分析

1

2

01

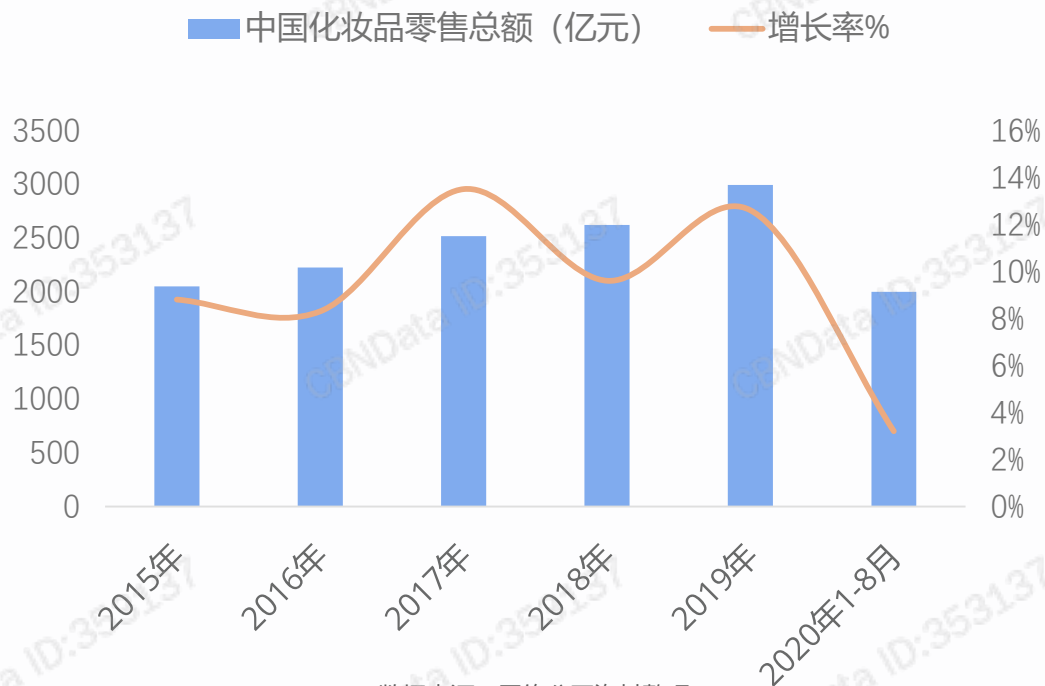
线上卸妆市场 发展现状



美妆消费逐年上升，消费者护肤意识日渐成熟，卸妆清洁成为新关注焦点

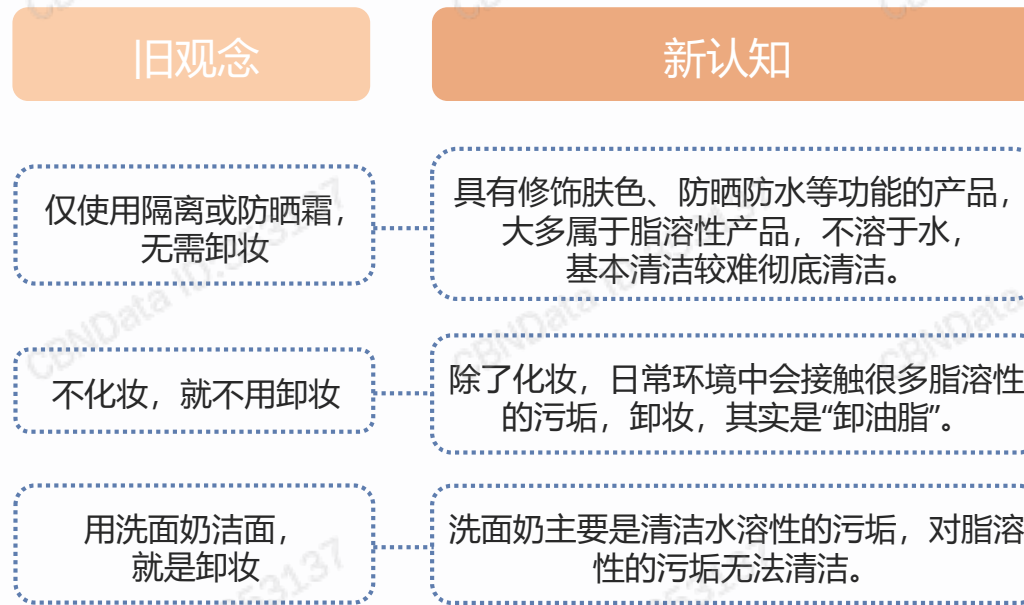
2012年至2019年，中国化妆品行业市场呈现持续增长的态势，美妆行业推动的同时，消费者的护肤观念正在发生转变，卸妆清洁成为妆后护肤重要的第一步。

2015年-2020年8月中国化妆品零售总额及增长率



数据来源：网络公开资料整理

消费者卸妆观念的转变



数据来源：网络公开资料整理

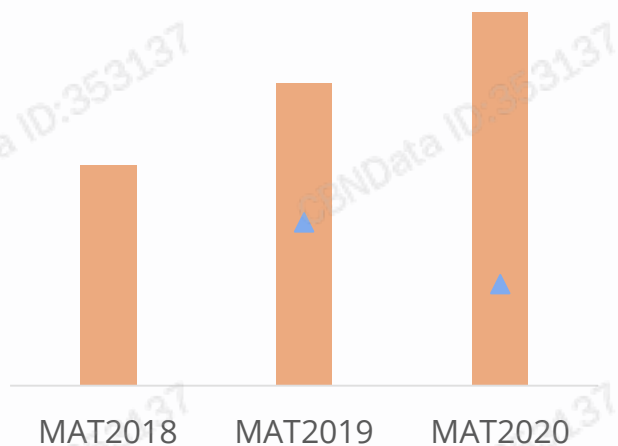
卸妆品类消费者人数逐年增长，助力线上卸妆市场稳步增长

近三年，线上卸妆品类消费者人数和消费规模同步增长，而消费者的客单价则相对保持不变。

MAT2020

线上卸妆品类消费规模趋势及增速

■ 消费规模 ▲ 消费增速

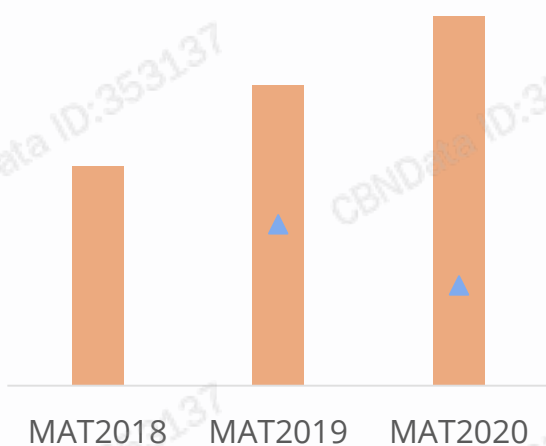


数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020

线上卸妆品类消费者人数趋势

■ 消费者人数 ▲ 消费者人数增速

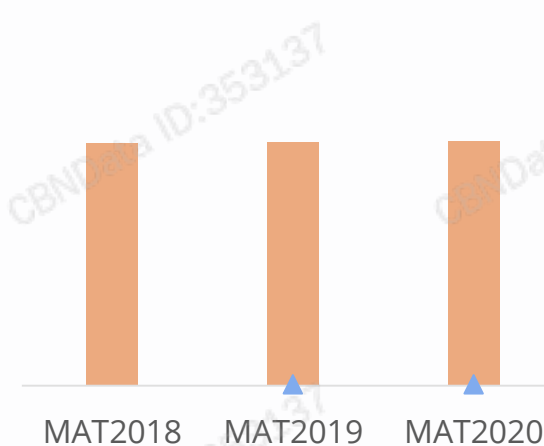


数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020

线上卸妆品类消费者客单价趋势

■ 客单价 ▲ 客单价增速



数据来源：CBNData消费大数据

线上卸妆品类在美妆个护的人群渗透率在逐步提升，低城市线级有较大的成长空间

线上卸妆品类的消费渗透率近三年保持小幅提升，其中美妆类目的渗透达到20%，仍有较大的市场空间；四线及以下低城市线上卸妆品类消费增速超过平均水平，人群渗透率有较大的上升空间，是值得关注的市场。

MAT2018-2020

线上卸妆在美容护肤&彩妆的渗透率

■ MAT2018 ■ MAT2019 ■ MAT2020



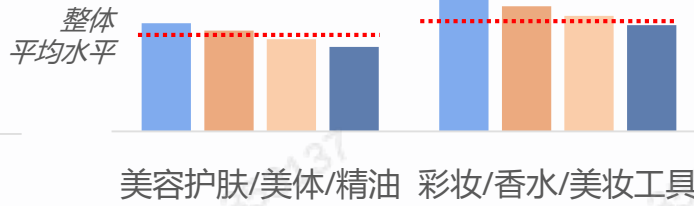
数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：渗透率=卸妆品类消费者人数 / 目标上一级品类消费者人数

MAT2020

线上不同城市线级卸妆渗透率

■ 一线 ■ 二线 ■ 三线 ■ 四线及以下

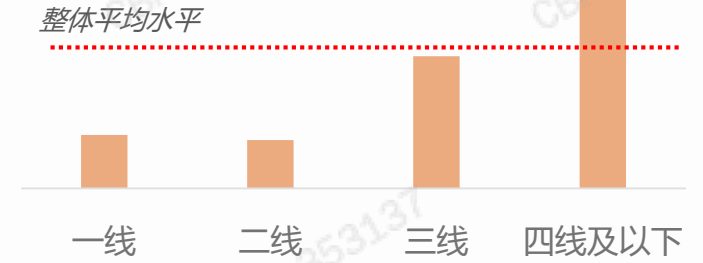


数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：渗透率=不同城市线级卸妆品类消费者人数 / 不同城市线级在目标上一级品类的消费者人数
大数据·全洞察

MAT2020

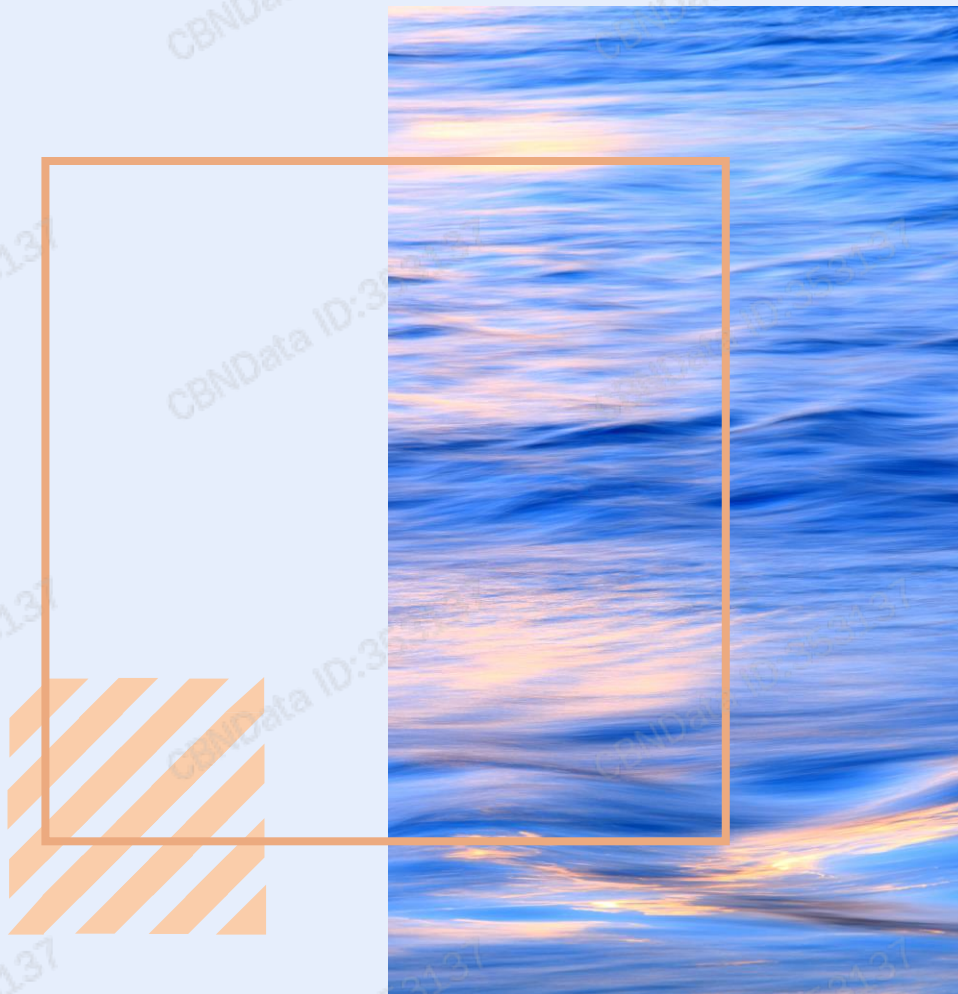
线上不同城市线级卸妆消费增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

02

线上卸妆 品类分析



线上国货卸妆消费保持高速增长，获得95后年轻人的青睐

线上国货卸妆消费保持高速增长，消费规模占比提升至36.7%，从体量上来看已经成为卸妆品类TOP1；从消费人群来看，比起品牌更注重品质的95后消费者尤其偏好购买性价比较高的国货卸妆产品。

MAT2020

线上卸妆消费占比TOP10品牌国别及消费增速

■ 消费占比 ▲ 消费增速



MAT2020

线上不同代际消费者国货卸妆消费偏好度



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_16795

