

# 高端奢华美妆品牌 消费趋势报告

90后00后都在买高奢品牌？



2020年9月17日



# 法律声明

本报告由浙江天下网商网络传媒有限公司旗下新零售智库和上海语析信息咨询有限公司联合发布。报告中的所有文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告银泰百货提供的消费数据包含线下门店和全域消费数据，线上数据通过数说故事旗下在线大数据商业智能产品数说立方进行全网采集分析，覆盖微博、微信、新闻、论坛等社会化媒体站点和淘宝、天猫、京东等主流电商平台，整合百度指数、360指数、搜狗指数等公开数据以及欧睿国际、国家统计局、前瞻产业研究院等行业公开数据报告研究而得。本报告采集的最长数据周期为2019年7月1日-2020年6月31日；其中，用户说品牌5G指数计算为2020年6月1日-2020年6月31日数据。

用户说品牌5G指数模型是基于用户在互联网的行为轨迹，从品牌知名度、关注度、美誉度、忠诚度、需求度五大维度量化和分析研究品牌在用户心目中的价值维度。

学术指导: 上海交通大学海外教育学院中国商业发展研究所

研究团队: 用户说

A photograph of two women with light-colored hair and makeup, looking towards the camera. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

# CONTENTS

01 上半年美妆&高奢美妆销售走势

02 高端奢华美妆品牌案例分析

03 高端奢华美妆品牌用户洞察

04 高端奢华美妆品牌营销策略

05 高端奢华美妆品牌趋势展望

# 2020年上半年线上化妆品销售走势

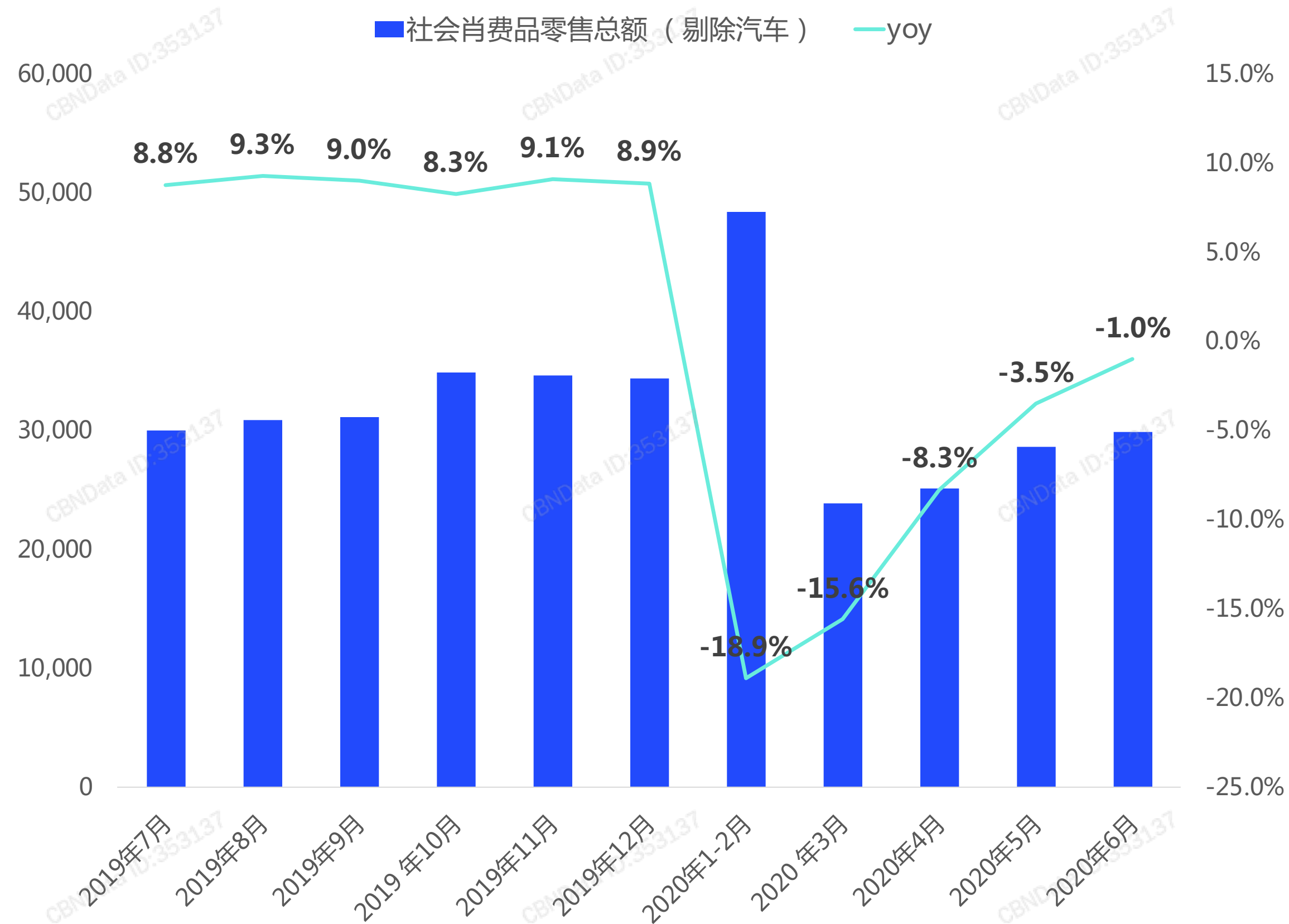
- 整体线上护肤&彩妆销售走势
- 高端奢华美妆线上品类分布
- 高端奢华美妆银泰百货消费表现

PART ONE

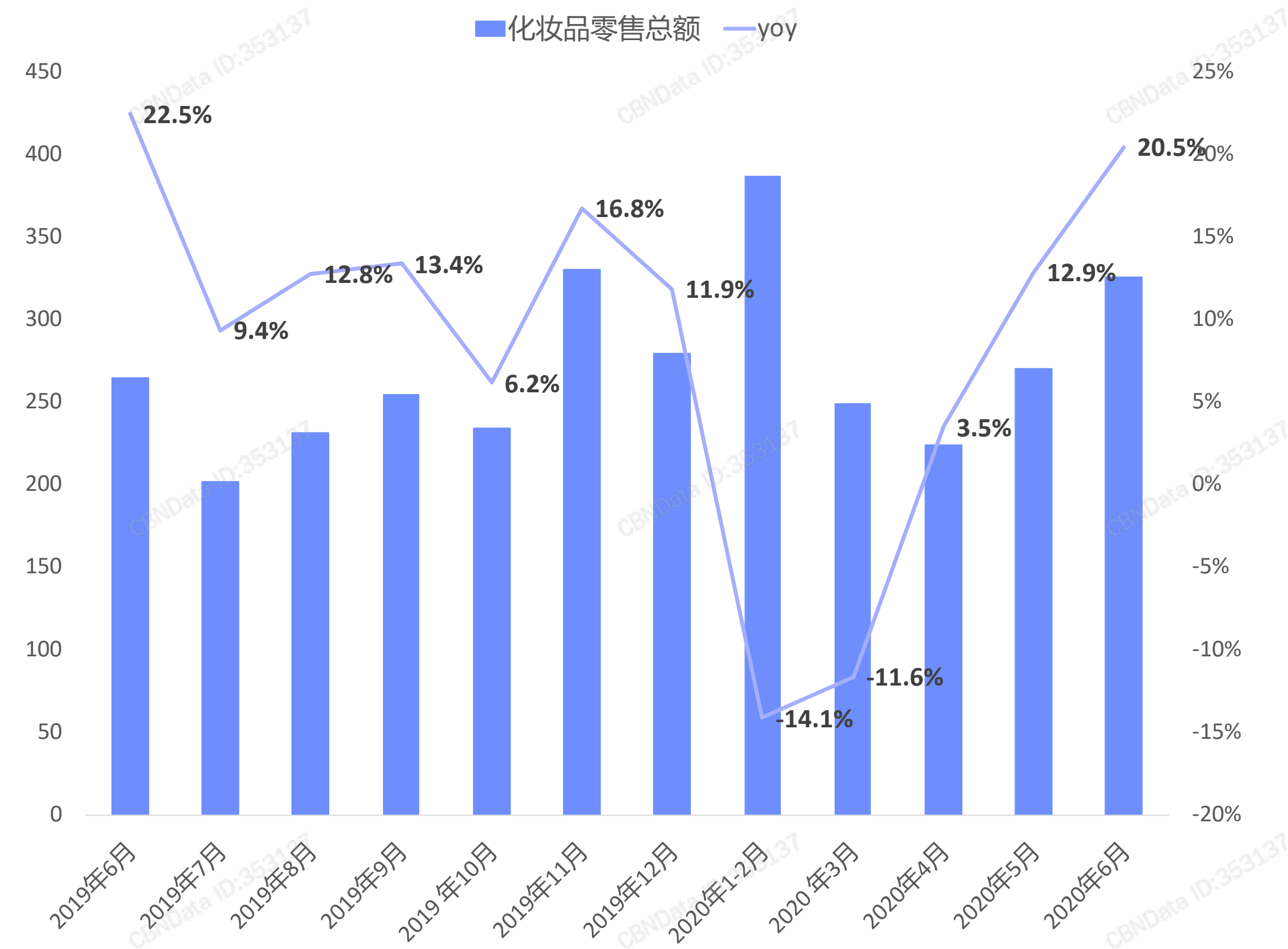
# 化妆品零售额同比+21% ，大促下需求恢复

国家统计局：2020上半年化妆品零售总额1477亿元。2020上半年社会消费品（不含汽车）零售总额同比下降10.9%；而化妆品行业零售总额同比仅下降0.2%。第一季度受疫情冲击明显，第二季度逐步恢复，化妆品行业4月同比增幅转正，6月同比增幅达20.5%。

### 2019-2020国家统计局社会消费品零售总额（亿元）



### 2019-2020国家统计局化妆品零售总额（亿元）



数据来源：国家统计局

市场概况

品牌分析

用户洞察

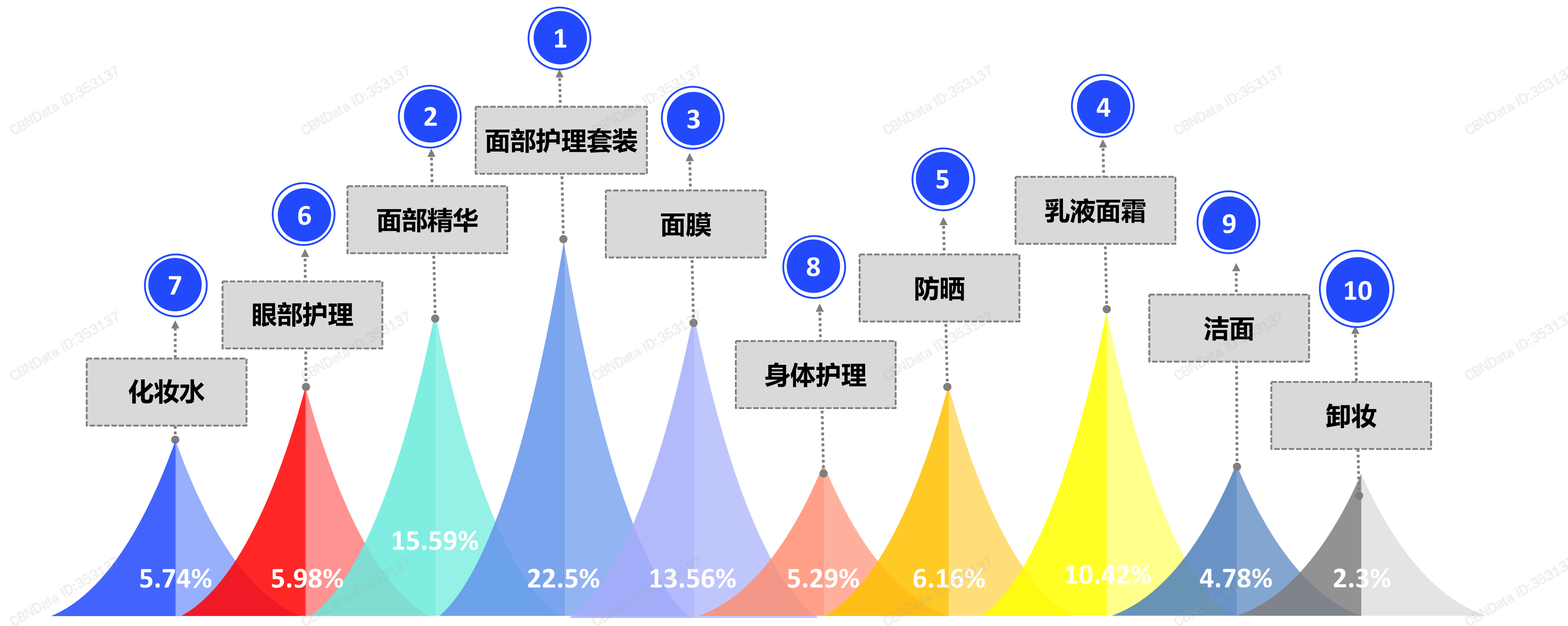
营销策略

趋势展望

# 上半年规模最大护肤品类为面部护理套装，同比增长43%

今年1月至6月全网线上最热卖的品类是**面部护理套装**、**面部精华**和**面膜**。其中面部精华同比增速高达55.52%，成为市场规模第二的品类。

202001-202006线上【美容护肤/美体/精油】热卖品类TOP10



# 上半年份香水品类成最强黑马，增长33.26%

今年1月至6月全网最热卖的品类是口红/唇膏、美容工具和香水。其中香水品类逆势而上，正增长了33.26%。

202001-202006线上【彩妆/香水/美妆工具】热卖品类TOP10

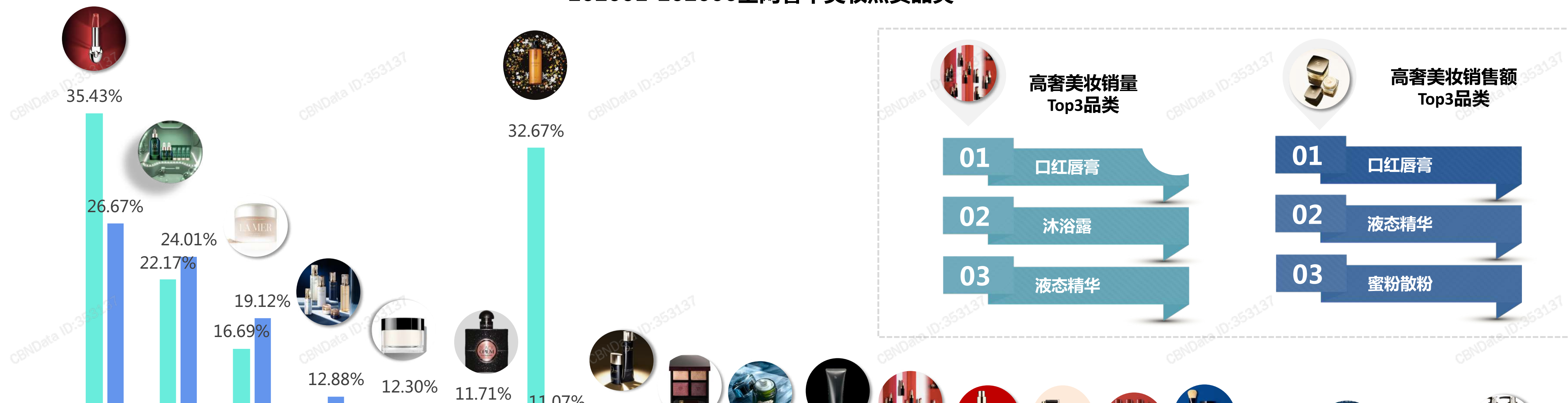


数据来源：生意参谋

# 高奢美妆品牌中消费者最热衷首选品类为唇膏口红

作为标准化程度最高、入门门槛最低、日常需求最高的美妆单品，口红成为消费者购买高奢品牌的启蒙和入门。高奢品牌的精华因其特色成分、特殊香调和特别专利也成为消费者舍得投入的重要原因；另外洗护类的客单价较低也成为消费者尝试高奢品牌的另一个不错的选择。

202001-202006全网奢华美妆热卖品类



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\\_16824](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16824)



市场概况

品牌分析

用户洞察

营销策略