

# 我有我魅力

——屈臣氏女性美妆白皮书

2020



# 目录




- 第一部分：美妆个护持续蓄能
- 第二部分：女性本我魅力大赏



01

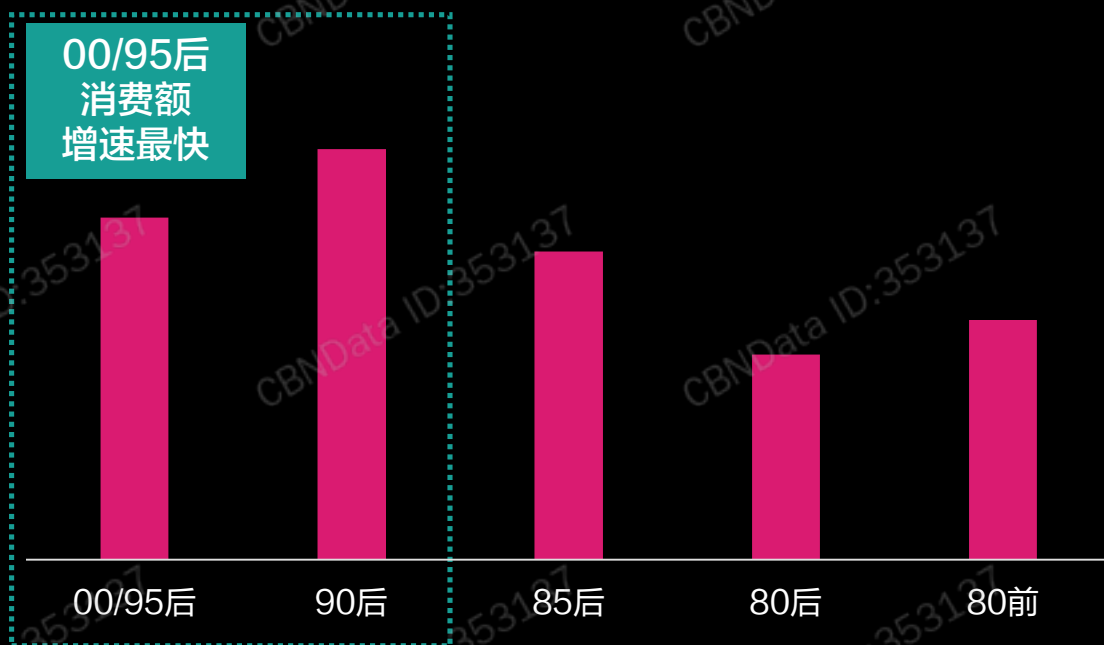
美妆个护持续蓄能  
“剁手”氛围浓厚



## 90后是消费主力，Z世代成新晋“剁手党”

Z世代(00/95后) & 90后消费额占比最大，增速快，成为炙手可热的下一代“金主”。

不同代际消费额占比



数据来源：屈臣氏数据，统计时间段：201907-202006

中国Z世代

约2.6亿人

中国Z世代  
过去一年开支达人民币  
4万亿

占全国家庭总开支  
约13%

数据来源：国家统计局，彭博社

## “小镇青年” 潜力释放

下沉市场人口庞大，购物欲望持续释放，消费人数增速、客单价增速、消费额增速均优于高线城市人群。

小镇人口数量

约9.3亿

消费人数

增速

1.6倍

优于高线城市

客单价

增速

1.3倍

优于高线城市

销售额

增速

1.9倍

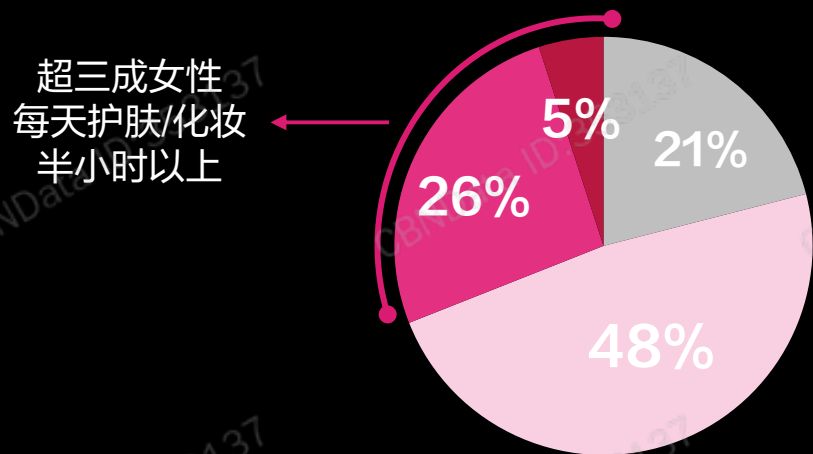
优于高线城市

## 对完美颜值的全方位需求，长尾品类井喷发展

爱美女性精致护理，从面部到全身各部分，促进市场进一步细分，细分品类井喷发展。

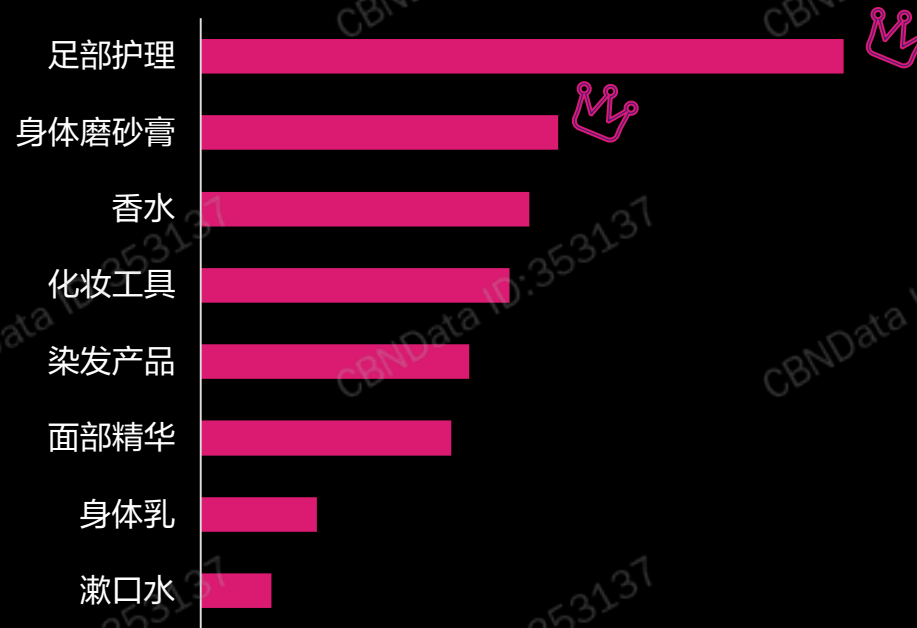
女性每天在护肤/化妆上花费的时间

■ 15分钟以内 ■ 15-30分钟 ■ 30分钟-1小时 ■ 1小时以上



数据来源：CBNDATA x 屈臣氏 调研数据

美妆个护销售额增速TOP品类



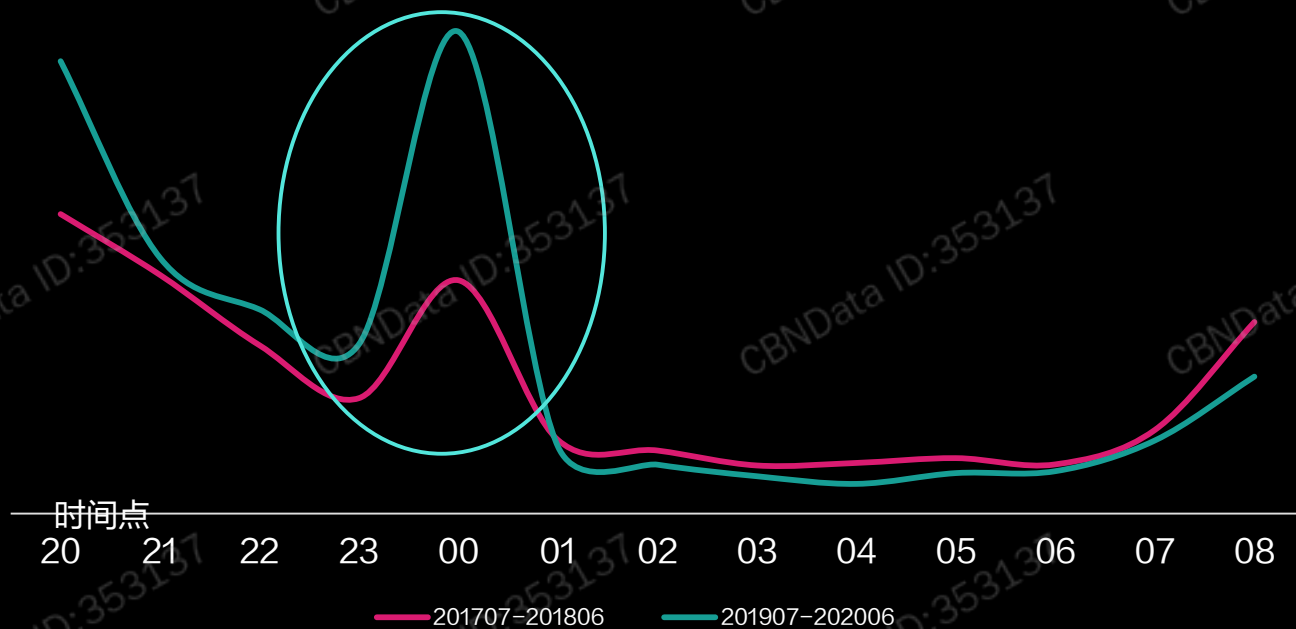
数据来源：屈臣氏数据，统计时间段：201907-202006

数据说明：足部护理、身体磨砂膏增速缩小5倍展示

# 消费不设限，夜猫子“剁手”狂欢在夜间

线上购买方便，23点到凌晨1点下单量较去年占比明显提升，购买以口腔护理、面部护理为主。

美妆个护产品  
线上不同时间点下单量占比 %



数据来源：屈臣氏数据，统计时间段：201707-202006

**NO.1 牙线**

**NO.2 面膜**

**NO.3 洗发水**

- NO.4 绵柔纸巾**
- NO.5 洗面奶**
- NO.6 手部护理**
- NO.7 身体乳**
- NO.8 卫生巾**

数据来源：屈臣氏数据，统计时间段：201907-202006

## 屈臣氏细致服务，关注消费者的需求

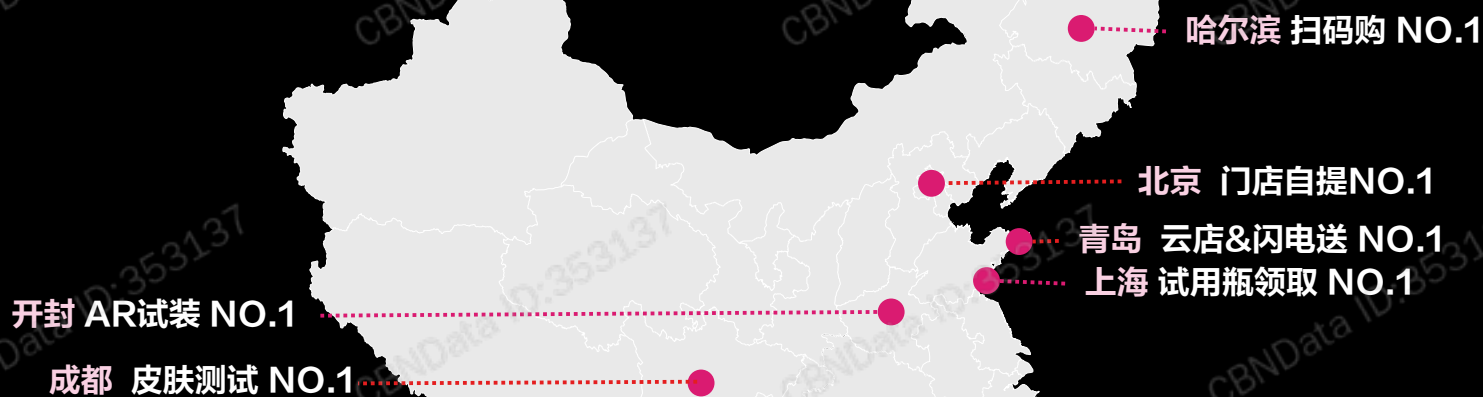
超过3900家门店覆盖中国各省，给你不一样的购物体验。



### 屈臣氏细致服务

- 皮肤测试
- AR试装
- 预约免费化妆
- 企业微信一对一美丽顾问专属服务
- 闪中送

### 体验屈臣氏服务最多的城市



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\\_16843](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16843)

