

2020小红书年中美妆洞察报告



目录



1 美妆行业洞察

- 美妆行业整体变化趋势
- 用户品类偏好趋势
- 品牌内容消费偏好趋势
- 国货美妆案例研究

2 美妆内容消费人群画像

- 女性vs.男性美妆内容消费群体
- 年轻化美妆内容消费群体
- 轻熟美妆内容消费群体

3 美妆品牌营销建议

- 建立用户信任：口碑众创
- 契合用户习惯：精细化运营



1

美妆行业洞察

美妆行业洞察-小结



整体趋势

- 虽然受到疫情的影响，但4月以后整体美妆行业迅速回暖领跑大盘，行业景气度仍在提升；
- 搭载于社交平台的内容种草，在美妆品牌营销中扮演重要角色；
- 小红书作为生活方式社区，通过长期在美妆领域的积累，形成了自有的、庞大的美妆流量池。



用户品类偏好

- 彩妆内容依旧是小红书用户的心头好，但2020上半年护肤和个护品类的内容增速显著；
- 疫情期间催生口罩妆流行，眼妆借势迎来新的增长机会，且眼影和眼线笔/眼线液是增长最快的单品；
- 同时消费者对于面部和身体的护理需求更加精致化，眼部、手部、颈部的护理需求走高。



品牌内容消费

- 大众品牌市场持续扩张，以国货品牌的增速最为明显；
- 高端化市场仍由欧美系主导，但疫情期间受到了比较明显的冲击，增速放缓；
- 国际品牌仍占领流量高地，但本土品牌持续发力，一些大众国货抗压增长，加速抢占欧美和日韩品牌的内容消费份额。



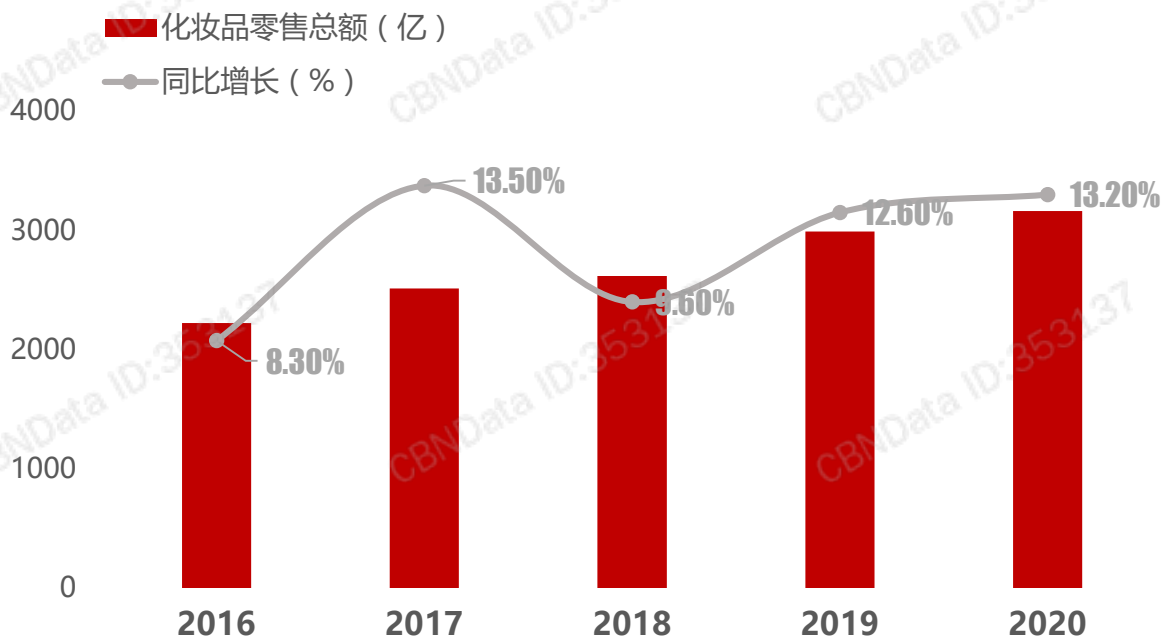
国货美妆

- 彩妆先行，护肤品类崛起，国妆品牌正处于爆发式增长期；
- 新锐国货品牌的迅猛增长得益于完善的线上营销策略和对年轻化消费群体的准确触达；
- 目前国货美妆的市场竞争激烈，但品牌都有明确的定位，阵营清晰；国货形象焕然一新，摆脱“低廉低质”的传统印象，打造出了“平价优质”的消费者口碑。

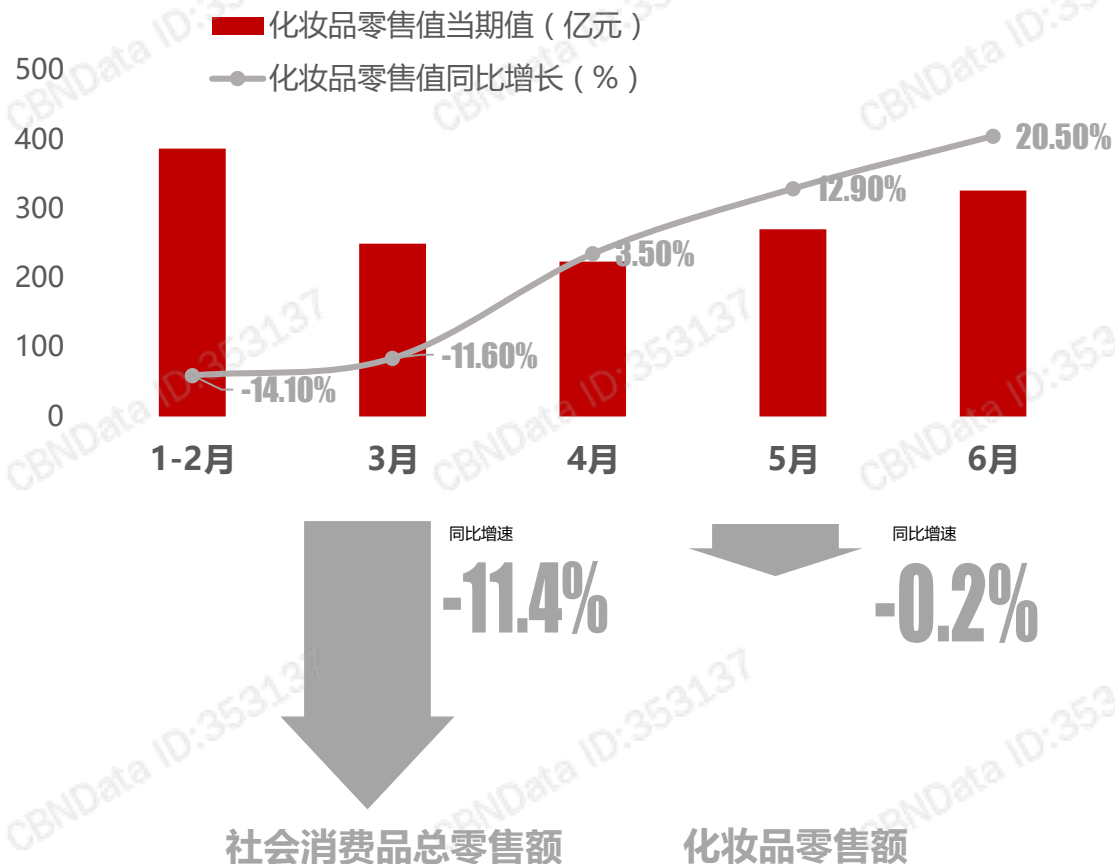
国内美妆行业领跑大盘，3月以后市场迅速回暖

- 2019年度国内化妆品零售额增速为12.6%，连续三年高于社会消费品总额增速；预测2020年化妆品类消费的增速涨幅将有所放缓，但稳中有涨，预计会达到3164亿元；
- 虽然受到疫情的影响，但4月以后整体行业迅速回暖，行业景气度提升。

中国化妆品类零售总额（亿）增长率及预测



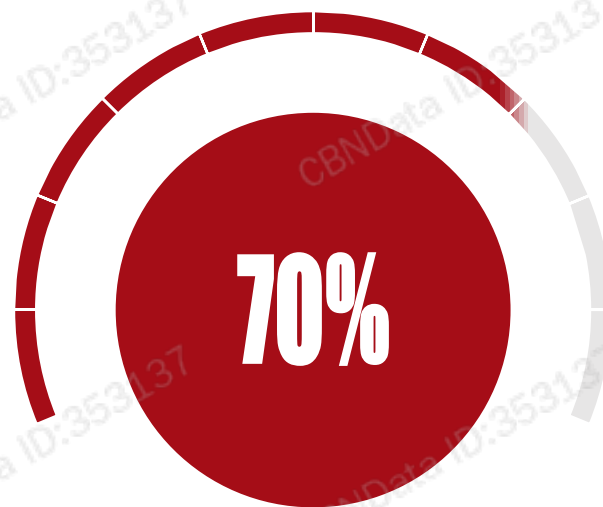
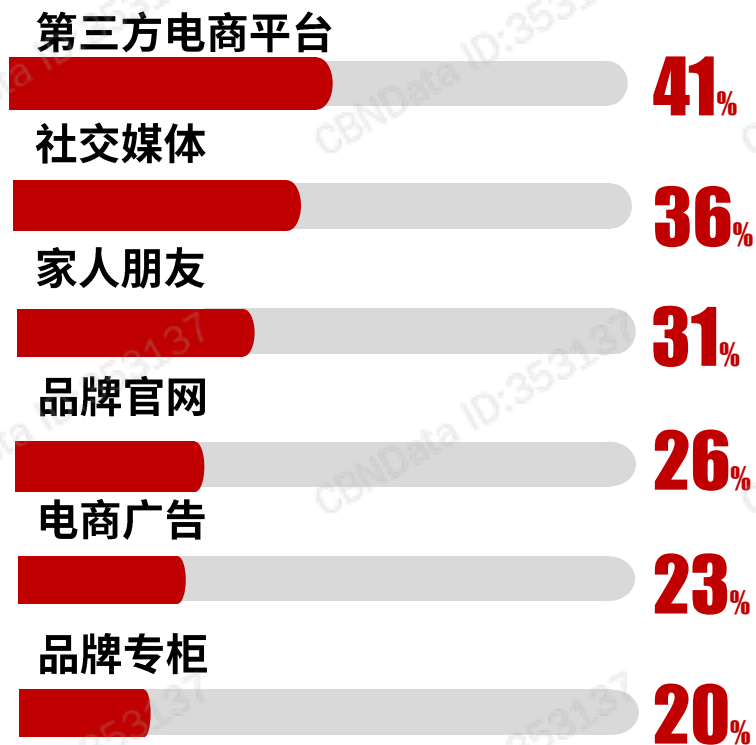
2020年1月-6月化妆品零售额（亿）变化趋势



数据来源：国家统计局2020年7月，语析咨询

搭载于社交平台的内容种草，在美妆品牌营销中扮演重要角色

美妆用户获取内容信息的渠道分布



据麦肯锡研究结果显示，有**7成**以上的美妆用户在使用社交平台后会被种草，购买更多，或价格更高的产品，并会尝试新的品牌；

小红书美妆内容消费的用户占比高于全网，内容增势跑赢主流社交平台

- 在多元化的社区生态形势下，小红书目前MAU活跃人数过亿，2020年6月，有**56%**的活跃用户消费美妆内容，覆盖图文笔记及视频多种形式的相关内容分享，维持着可观的美妆流量池；
- 截至2020年6月，小红书美妆类创作者人数同比去年增长达**192%**。

- 相比于其他主流社交媒体，小红书在美妆内容的传播中具有领先优势；
- 美妆KOL推荐和种草内容不断更新，并且加入视频和直播这样高互动性的分享形式，促进美妆整体笔记发布量同比增长**108%**。

【小红书】美妆内容消费用户占比

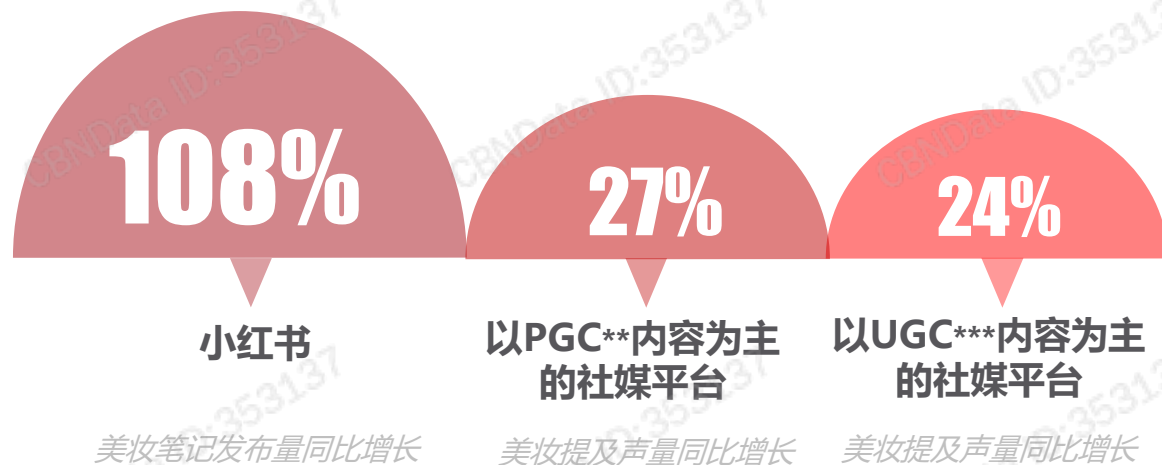
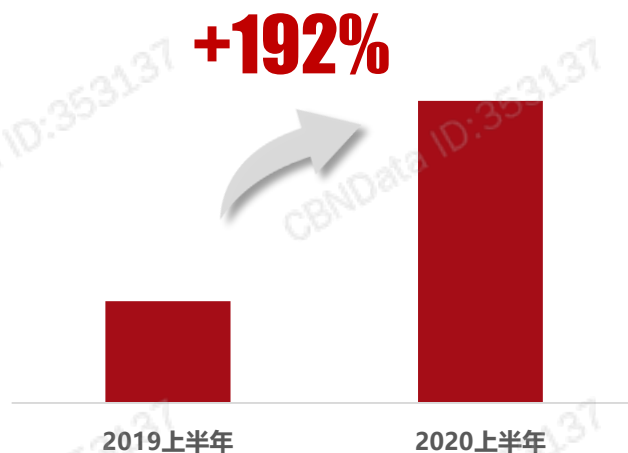
【小红书】美妆创作者人数变化趋势

2020上半年美妆内容变化趋势

小红书 vs. 其他主流社交媒体



网络大数据显示，2020年第一季度，美妆人群*在全部品牌人群中的渗透率为**11.8%**



*美妆人群 在指定周期内浏览过美妆相关品牌内容和商品目录的人群

部分数据来源：QuestMobile 新媒体数据库2020年3月，益普索社媒人群数据库，益普索社媒数据库

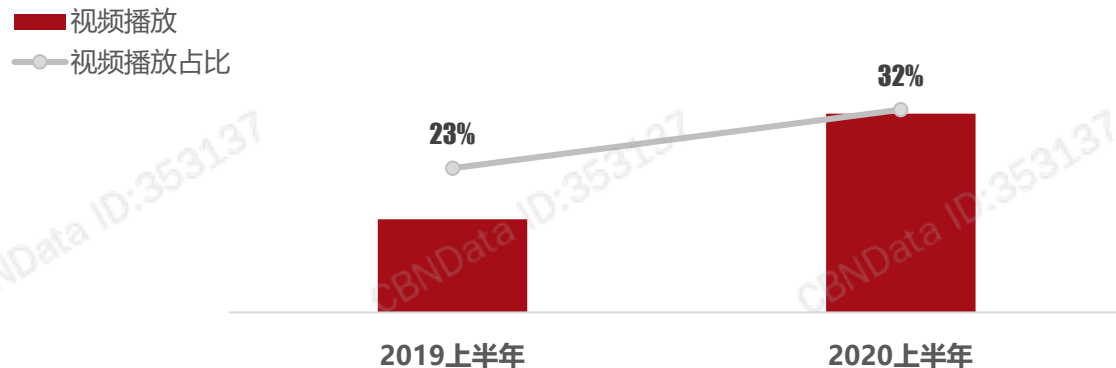
部分数据来源：小红书

**PGC指以媒体和博主为主的专业生成内容

***UGC指消费者&用户生成内容

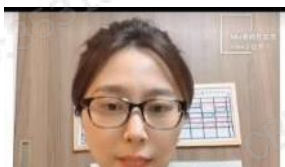
种草内容形式更多元，美妆视频笔记的内容消费增幅超美妆大盘

2020【小红书】美妆视频内容阅读量变化趋势

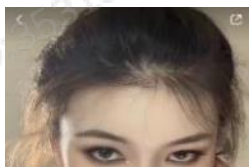


- 美妆视频内容播放量增长 **113%**，较整体美妆笔记内容消费翻一番。博主通过开箱测评、体验晒单、仿妆/妆容教学、好物分享等多种玩法花式分享和种草。

知识干货



仿妆教程



好物测评



VLOG分享



局部妆教



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_16847

