

ISSUE
09

a.i
alimama insight

2020美伊白皮书

全面解码美妆消费者心智

开辟美妆行业下的心智人群赛道

To make it easy
to do marketing anywhere.



制作团队

alimama insight issue 09

出品人：alimama insight lab

作为 alimama insight 的出品方，alimama insight lab 由阿里妈妈营销研究中心、市场公关部和营销创意中心联合成立。我们依托阿里巴巴生态大数据，基于阿里妈妈独有的研究模型和专业经验，输出击中品牌商家和行业营销痛点的趋势洞察报告。当然，这里也会诞生鲜活的品牌营销案例、前沿的CMO洞见和消费市场的最新风向等，就像是一本可读的商业财经杂志。

有观点、有态度、有思辨，也更有趣、更有用，是 alimama insight lab 的目标；以洞察预测未来，以“a.i”驱动增长，是我们最终希望赋能品牌商家的期许。

ISSUE 09

前·言

2020年，亚洲极具影响力的美容行业盛会“中国美容博览会（CBE）”再度联合阿里巴巴集团旗下的商业数字营销平台阿里妈妈，共同发布《2020美伊白皮书》，解读不同品类下消费者需求属性不同的购买行为的差异及营销机遇的深刻洞察。

依托于全球最大的会展集团 - 英国英富曼（Informa），20余年来，中国美容博览会（CBE）持续关注美妆行业全产业链的前沿动态和发展。2020美伊大赏作为中国美容博览会倾力打造的年度美妆IP，经由全网销量、口碑推荐、话题量等参考依据形成9大品类、24个细分类目下140余件美妆好物推荐。基于阿里生态强大的数据能力，对市场、用户进行了全面深入的分析，从而得出新形势下美妆趋势、消费者心智画像、货品需求，最终形成行之有效的营销策略，供行业参考。

中国美容博览会（CBE）和阿里妈妈希望通过此次发布，带来对于整个行业在新的行业形势和营销形势下，引入新方法、新模型和新人群，引领行业成长以及商家拓圈方向，帮助产业链上各方伙伴更好地认识市场、了解消费者、把握趋势机遇，从而共同促进行业资源的全方位整合，推动美容护肤与个体护理行业的长期、健康、持续发展。

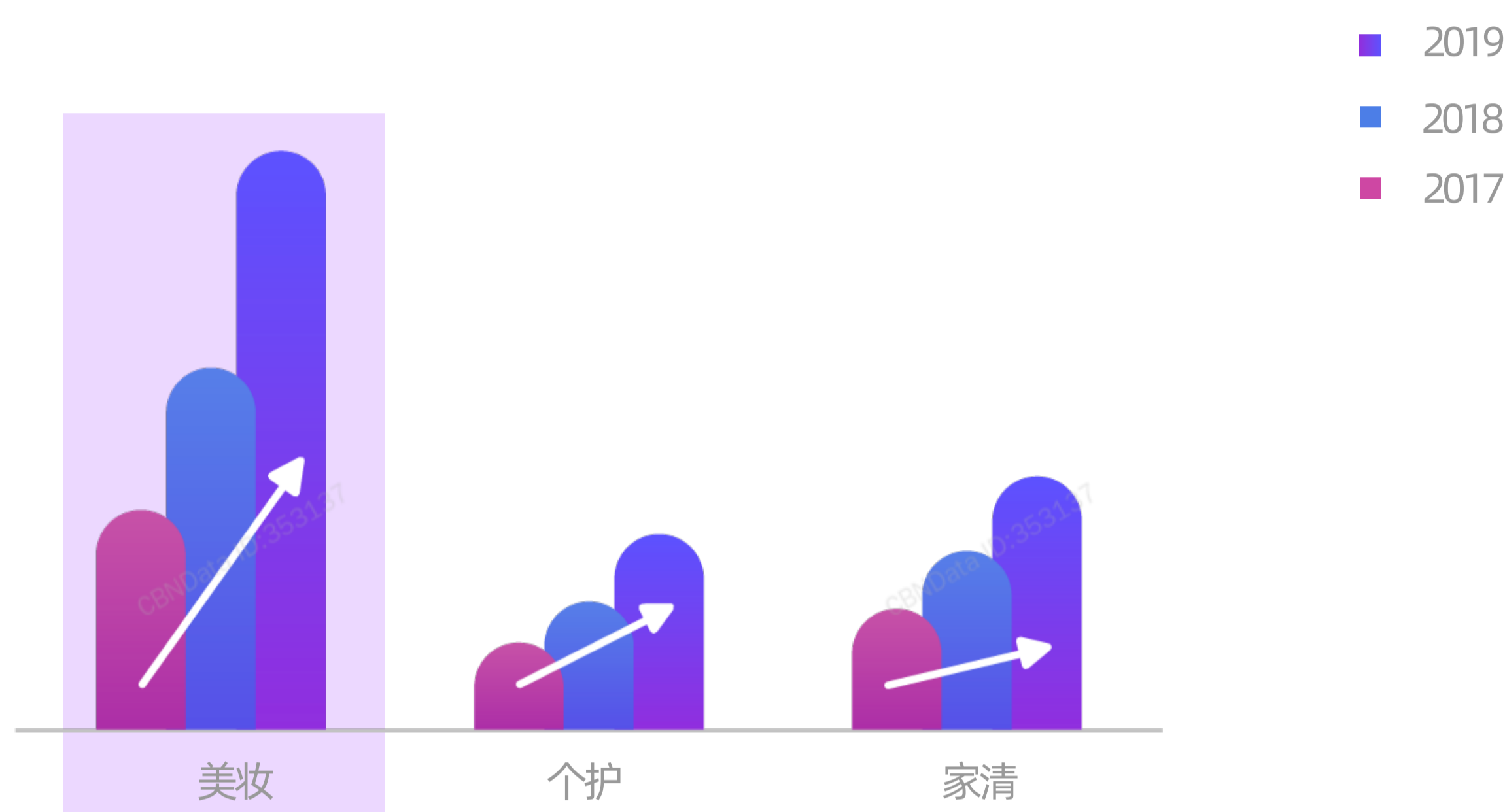
**2020年下半年进入疫情后风险时代
美妆行业在连续3年的高速增长背后
面临着高度碎片化和不确定性的营销困境**

...

美妆大盘领涨，但叶子类目更替频繁

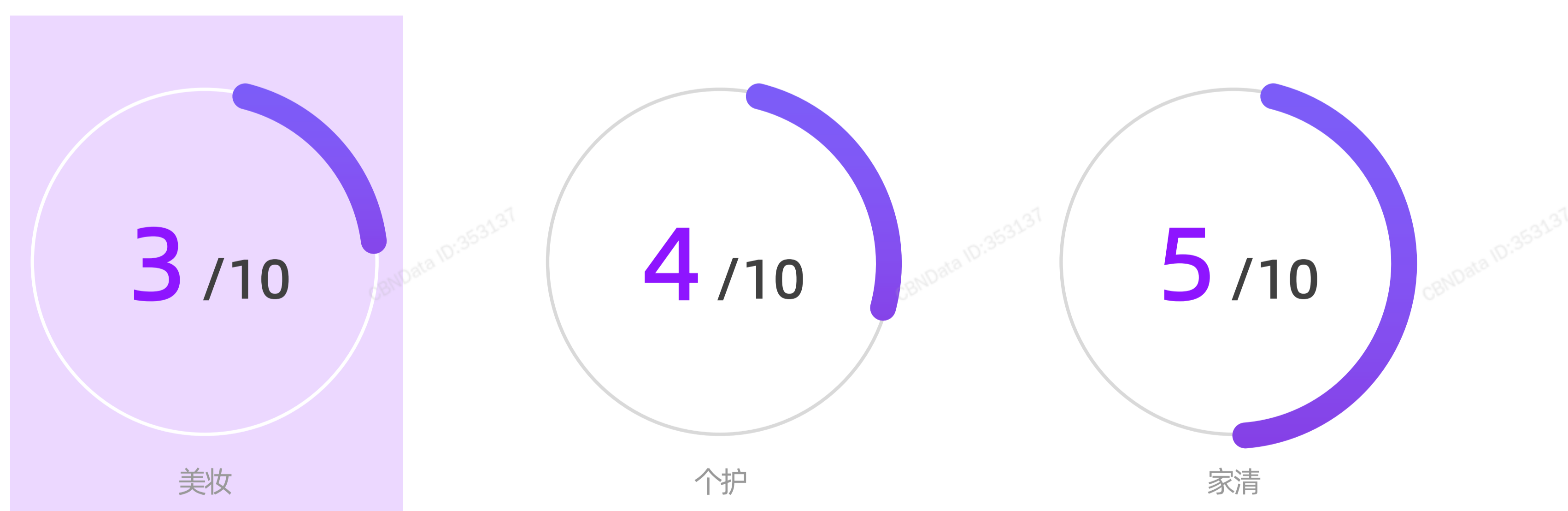
从2017-2019年，美妆行业增长迅猛，增速远高于大快消中的个护和家清。但整体行业高速增长之下，领涨的叶子类目却更替频繁：每年领涨的TOP10美妆叶子类目，只有3个与上一年保持一致，更替速度高于个护家清。

2017-2019 不同行业的成交额



三大行业增势迅猛，增速保持50%以上

年度Top10叶子类目中与去年一致的类目数

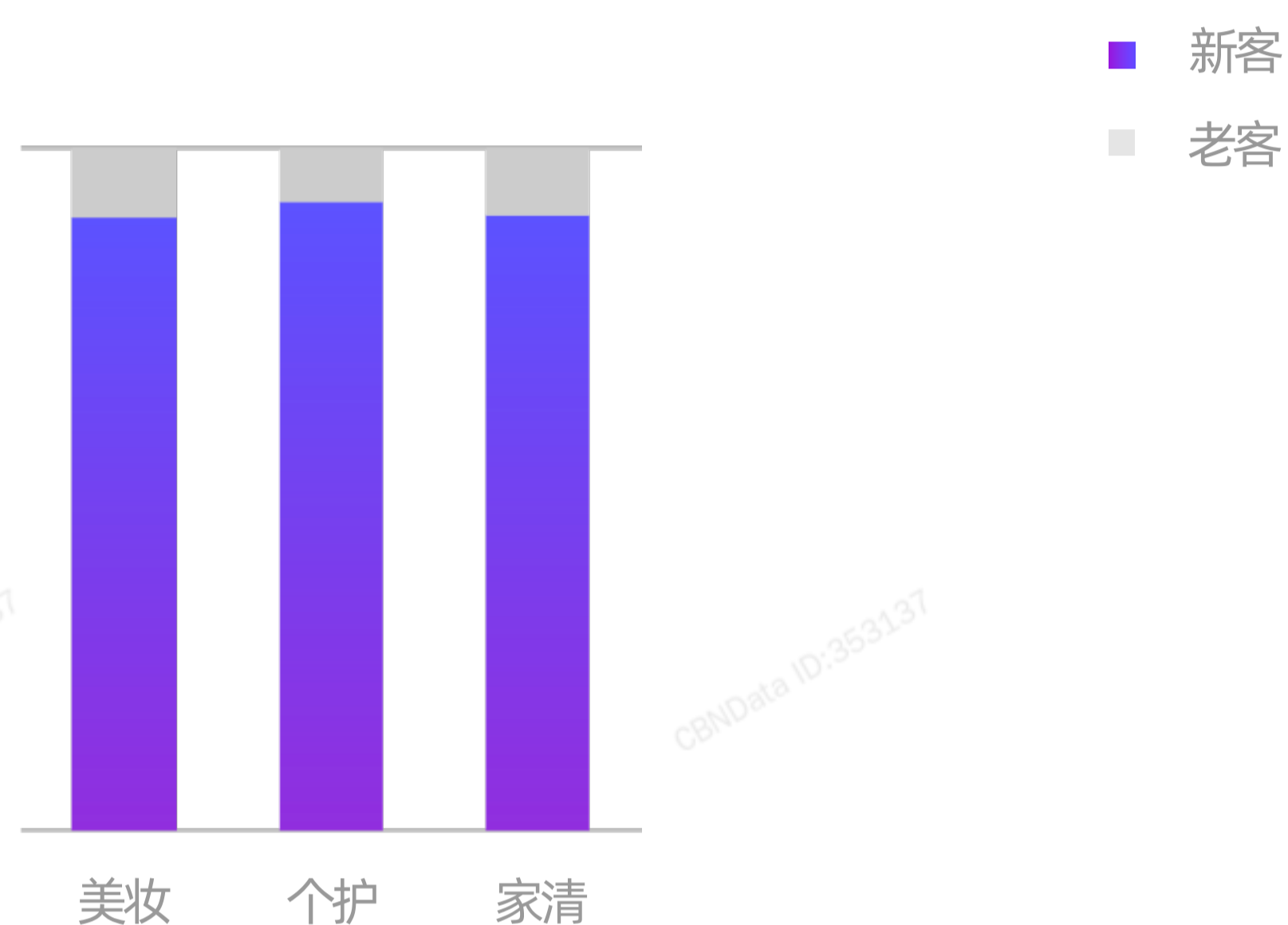


Top10增速·叶子类目更替频繁

单品掐尖心智被强化，新品如何找到突围的蓝海

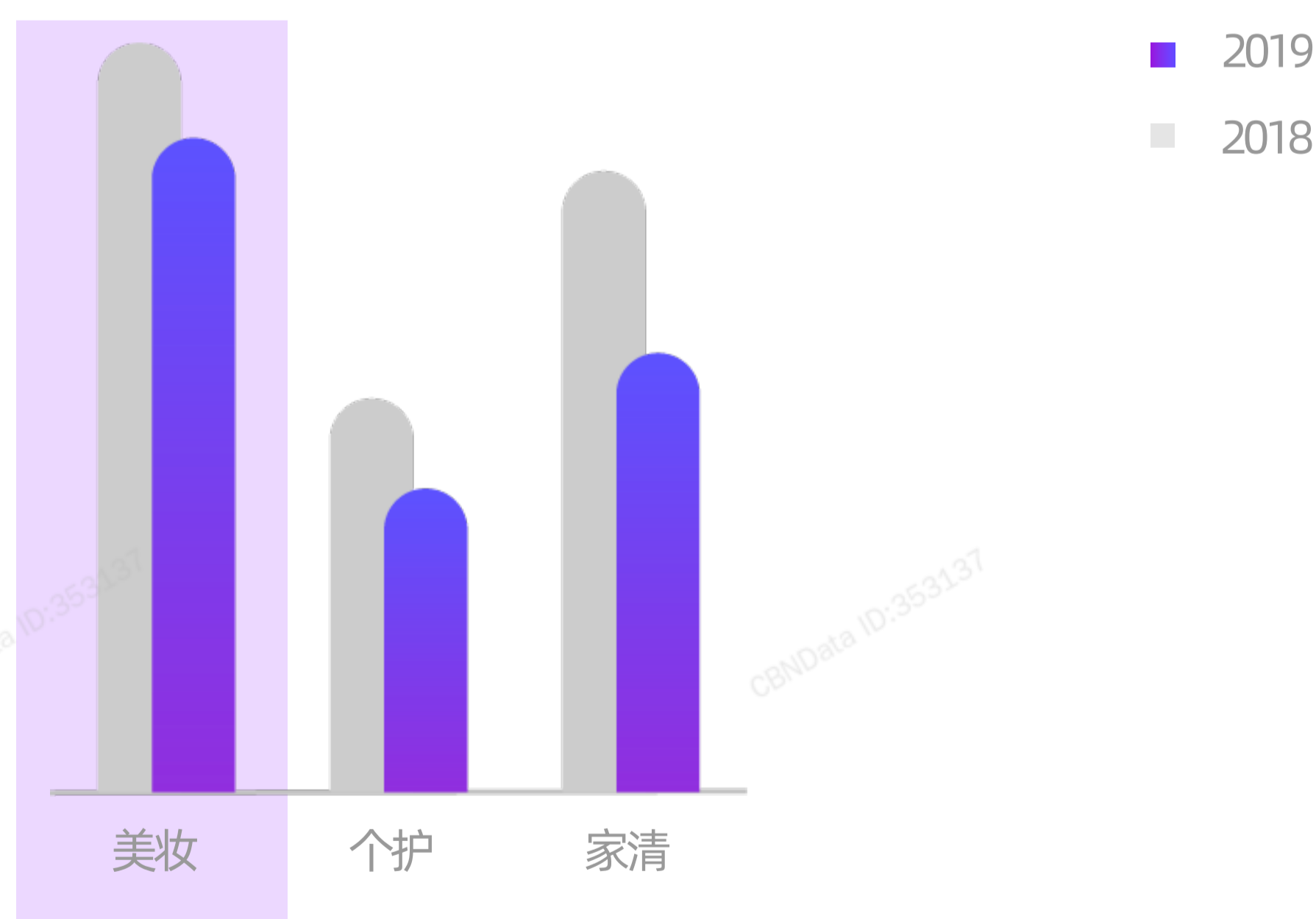
新品对新客带动作用显著：超过九成新品顾客，都是品牌新客
但同时，消费者对单品的“掐尖儿”心智被不断强化：同类目下，人均购买的单品种类数量在缩减，越来越多消费者偏向选择头部明星单品。在这种趋势下，新品未来如何寻找蓝海进行快速突围？

新品成交人群多为品牌新客



2019年度·品牌新品成交人群中的品牌新客占比*

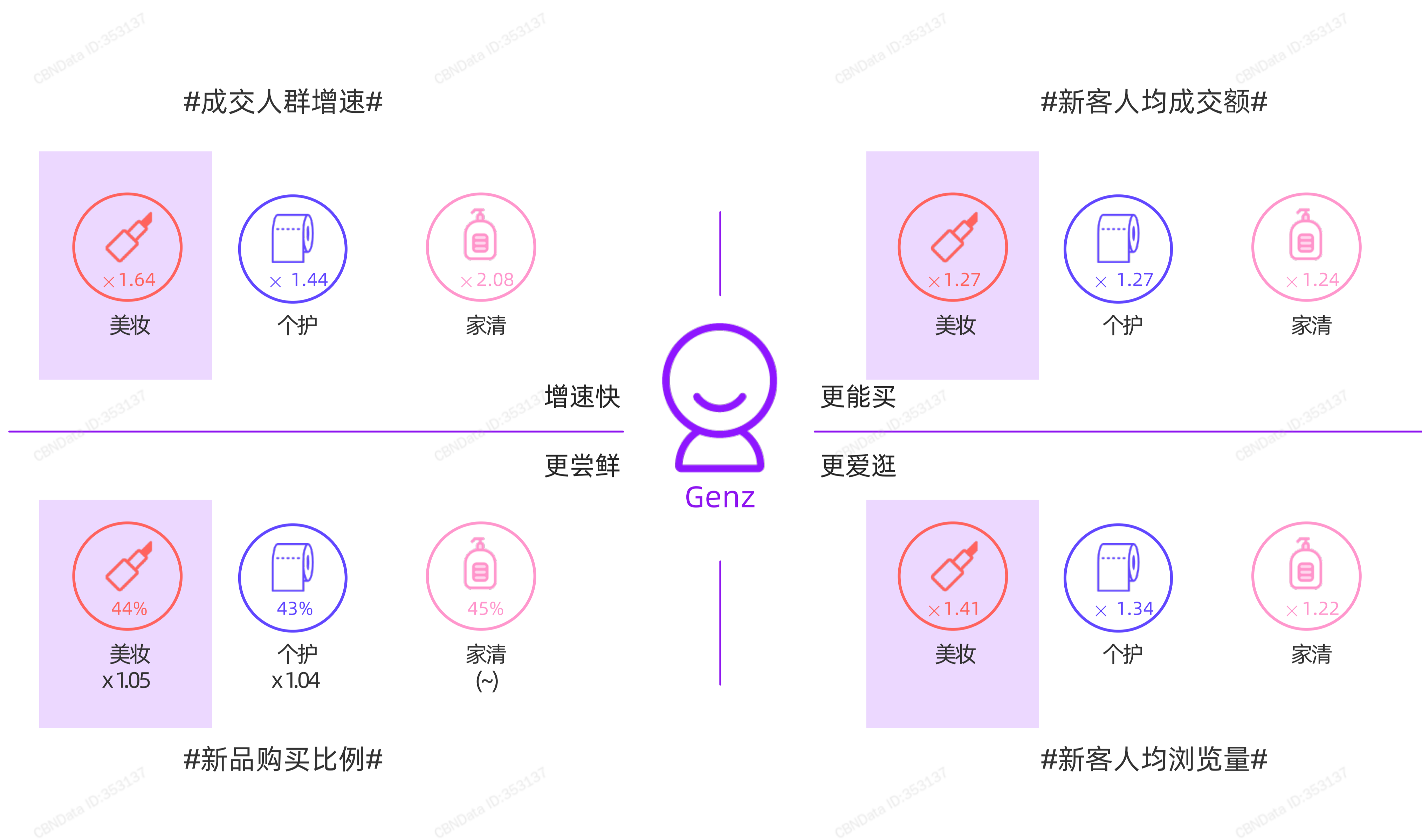
同类目下购买单品种类数在缩减



同叶子类目下购买的单品种类数（2018-2019）变迁

年轻新客是商家必争人群，但如何在此之下找到细分赛道做精准突围？

新客的重要地位不言而喻，其中，年轻新客 GenZ 的地位尤为突显：他们比其他新客，增速更快、更能买、更爱逛、更尝鲜。但是，作为商家必争的年轻人，又该如何划分出不同的赛道，让商家精准突围？



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_16854

