

2019·Q3

小红书美妆内容营销分析报告

CCSight : 找最合适的带货达人

报告数据来源及说明

数据来源

- **CCSight**，新媒体营销数据情报中心，寻找最合适的带货达人。**CCSight**通过智能数据采集技术，深度整合主流短视频、小红书、微博平台素材及其内容电商带货数据，每天实时更新全网新媒体营销数据，现收录新媒体素材2.21E+数据，日更新热门素材数据量达25W+。同时，**CCSight**拥有快手、抖音、小红书等主流内容电商社区的电商带货数据，现有10W+带货KOL榜单数据，并覆盖14个主流商品类目，200+单品垂直细分领域，帮助广告主寻找最合适的带货达人。

数据说明

- 数据选取：2019年7月1日-9月30日期间所追踪到的小红书平台数据。

核心观点概述：



中国化妆品市场持续增长：2018年全国化妆品总额达到近年来的峰值，为2,619亿元，并将持续上升；预计2019年能再创高峰，未来中国化妆品市场规模将进一步扩大



国际美妆品牌在小红书中更受欢迎：国际美妆品牌无论在营销力度还是营销策略上，都要比本土美妆品牌更加出色，讨论热度普遍较高，M.A.C是热度最高的美妆品牌；本土品牌需加强营销力度或改变营销策略，完美日记成为最热的本土美妆品牌



互动口碑营销：明星美妆vlog、KOL美妆评测、美妆品牌种草是最受欢迎的营销手段；明星更愿意分享护肤产品，KOL则评测彩妆产品较多；彩妆是热度最高的美妆品类



品牌营销建议：品牌可通过打造“明星打call款”和“种草新秀担当”、小红书笔记创意标题、跨界品牌合作的方式，提升品牌讨论热度和曝光量



目录

CONTENT

1 美妆行业发展趋势及营销概况

2 小红书用户活跃概况及画像分析

3 小红书美妆内容营销整体概览

4 小红书美妆达人榜分析

5 小红书美妆行业营销建议

全国化妆品零售总额逐年稳步增长，2019年将再创高峰

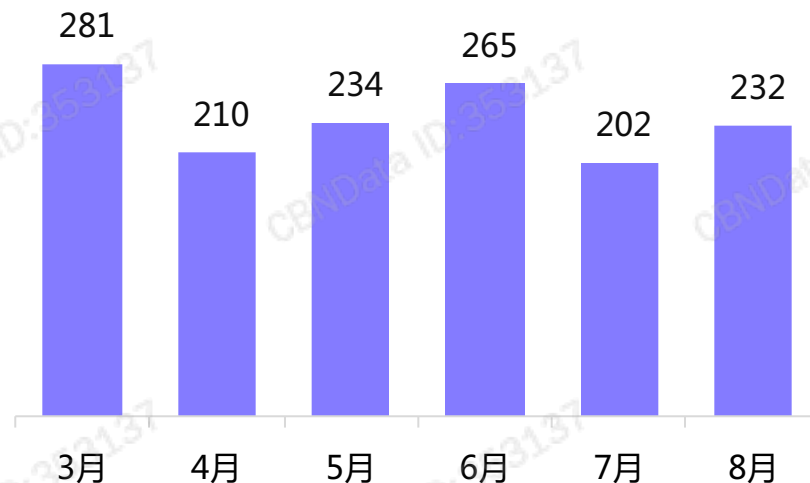
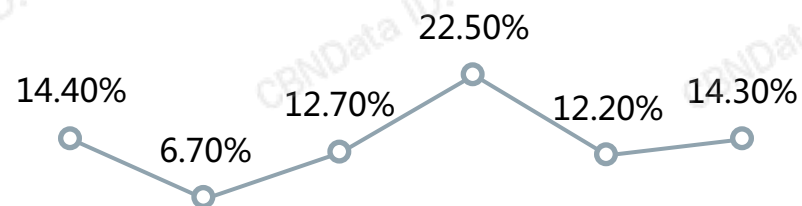
- 全国化妆品零售总额持续增长，在2018年达到顶峰，为2,619亿元，化妆品零售占比略有下降，但变化不大；
- 2019年各月同比均有不同程度的增长，从各月的当期值可预测2019年全国化妆品总额将继续增长，未来中国化妆品市场规模将进一步扩大，零售总额将再次达到顶峰。

2012-2018年全国化妆品零售总额（亿元）及比重



■ 化妆品零售总额 ○ 化妆品消费占商品零售比重

2019年化妆品零售额当期值（亿元）及同比

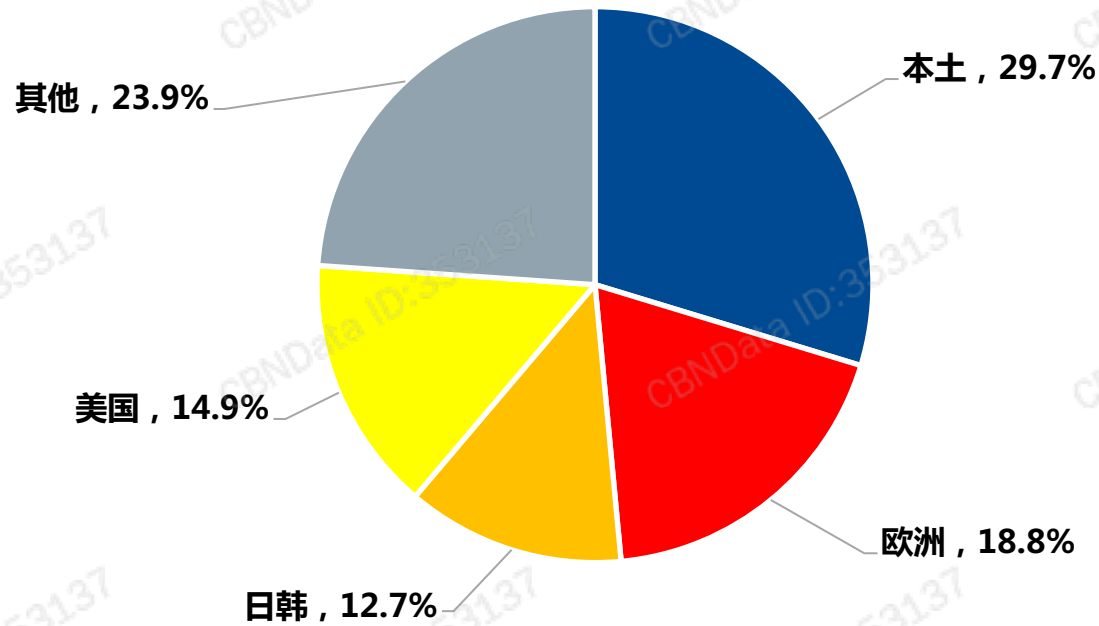


■ 化妆品零售额当期值 ○ 同比增长

在国际市场，本土护肤品品牌占有一席之地

- 本土品牌在竞争激烈的护肤市场中领先欧洲、美国、日韩，占得最高份额，约为29.7%，表明本土护肤优秀企业在经历国际巨头围剿期后已经稳住阵脚，逐步培养出属于自己的细分客群与独特竞争力。

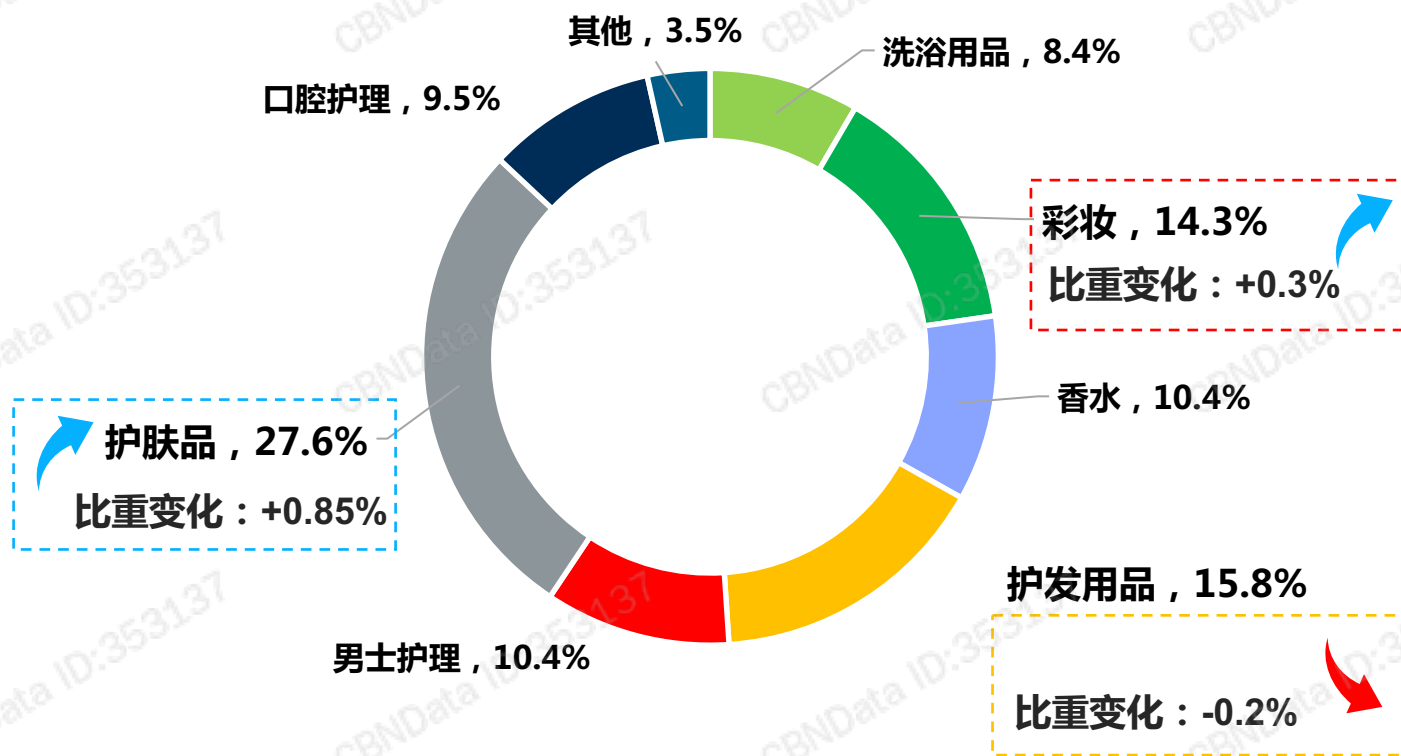
2018年中国护肤品市场品牌分布情况



护肤品仍是化妆品中的第一品类，前三品类比重变化稳定

- 护肤品占据市场最大份额，占比达到27.6%，其次是护发用品和彩妆，分别占15.8%和14.3%；
- 相比2017年，护肤品、护肤用品、彩妆占有所有品类的比重均变化不大，护肤品和彩妆有轻微增长，护肤品增长较多，约有0.85%，而护发用品则下降0.2%。

2018年全球化妆品品类分布情况





目录

CONTENT

1 美妆行业发展趋势及营销概况

2 小红书用户活跃概况及画像分析

3 小红书美妆内容营销整体概览

4 小红书美妆达人榜分析

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_17019

