

聚划算·卖空



CBNDATA

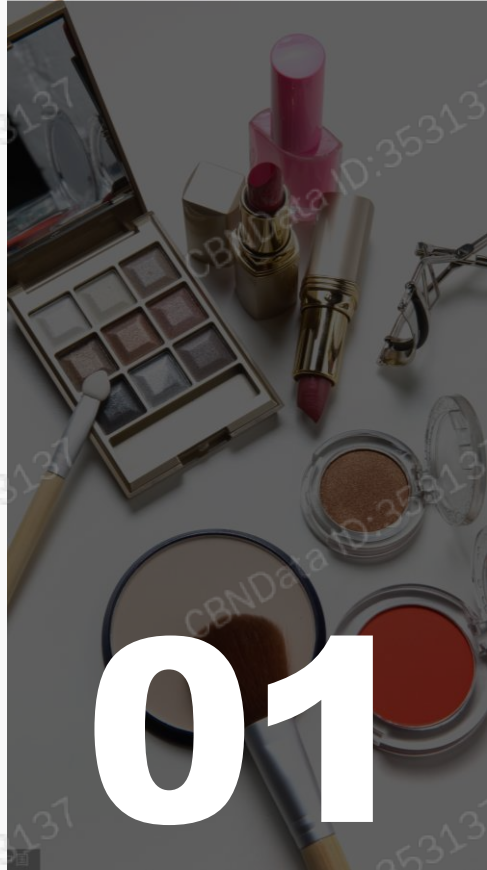
第一财经商业数据中心

三线及以下城市彩妆消费趋势



TABLE OF CONTENTS 目录

- Part1：线上彩妆市场发展现状
- Part2：平价彩妆市场发展现状
- Part3：三线及以下城市彩妆消费趋势
- Part4：彩妆质量控制
- Part5：国货出海，开拓世界市场
- Part6：附录

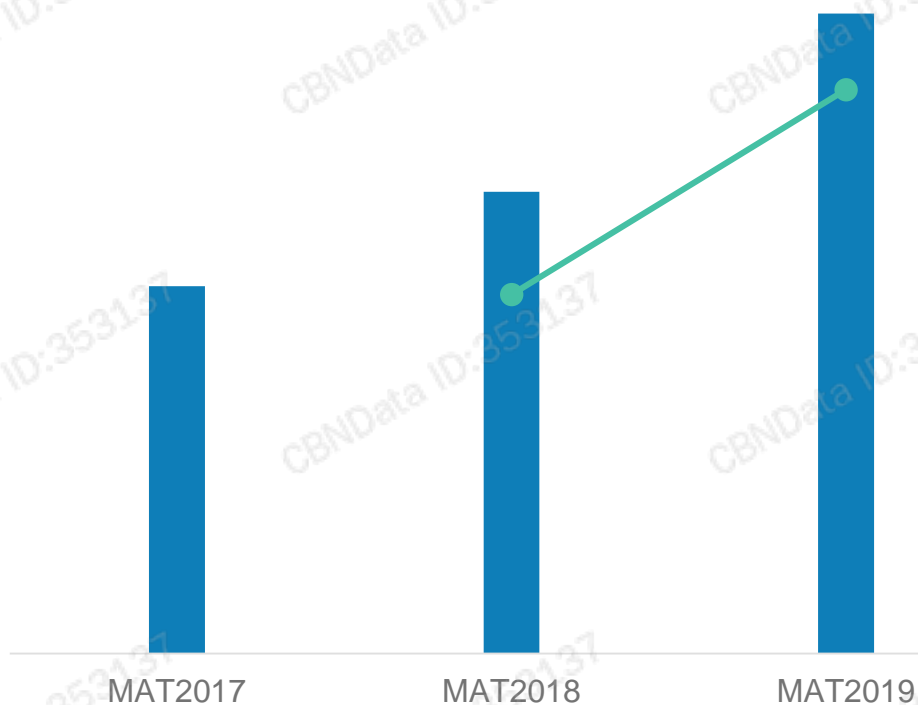


线上彩妆市场发展现状

近年线上彩妆销售稳步增长，增速明显加快；消费者人数逐年增加，与MAT2017相比，MAT2019人均消费频次增加近20%，消费者购买更加频繁

MAT2017-MAT2019线上彩妆销售额及同比增幅

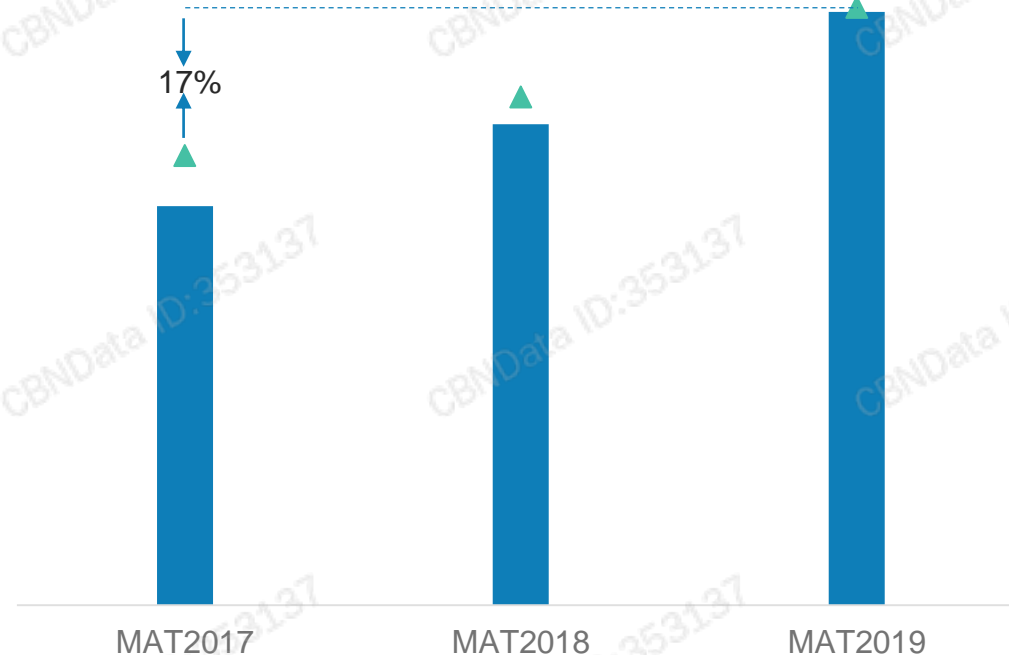
■ 销售额 ● 销售额增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2017-MAT2019线上彩妆消费者人数及消费频次

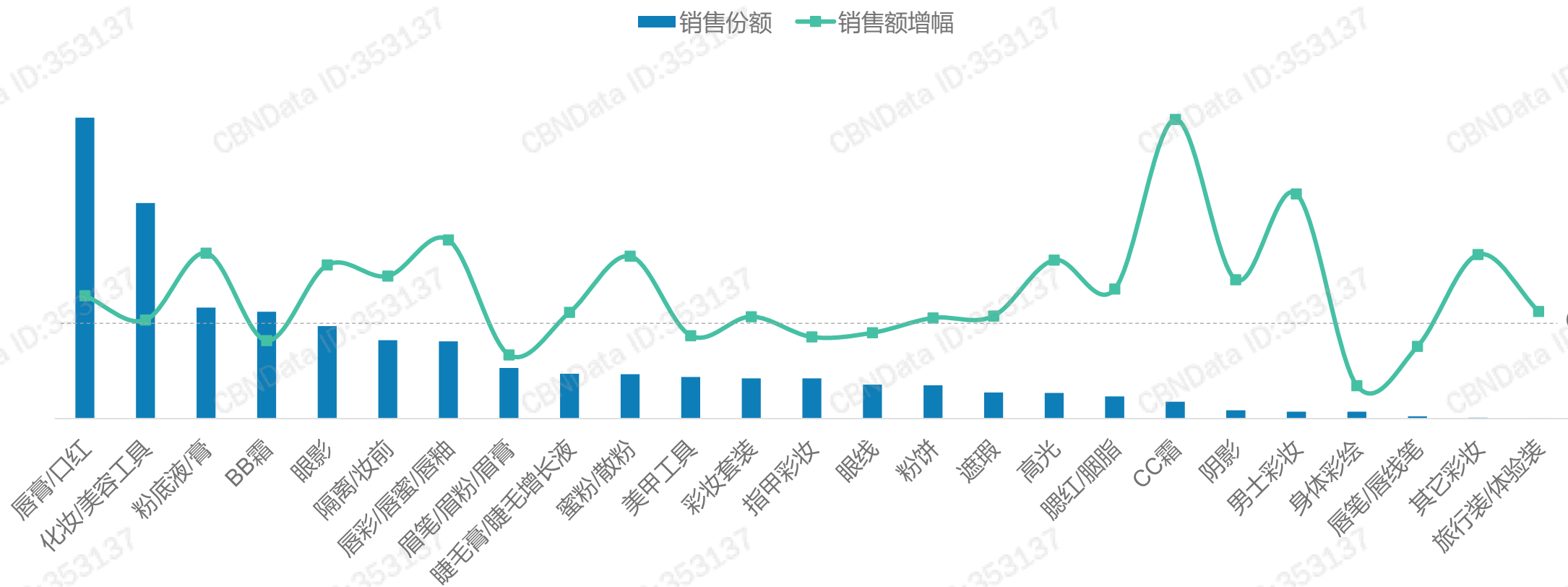
■ 消费者人数 ▲ 消费频次



数据来源：CBNDATA消费大数据

唇膏/口红和美妆工具销售份额较大，增长稳定；CC霜、男士彩妆增速较快，销售额同比翻番

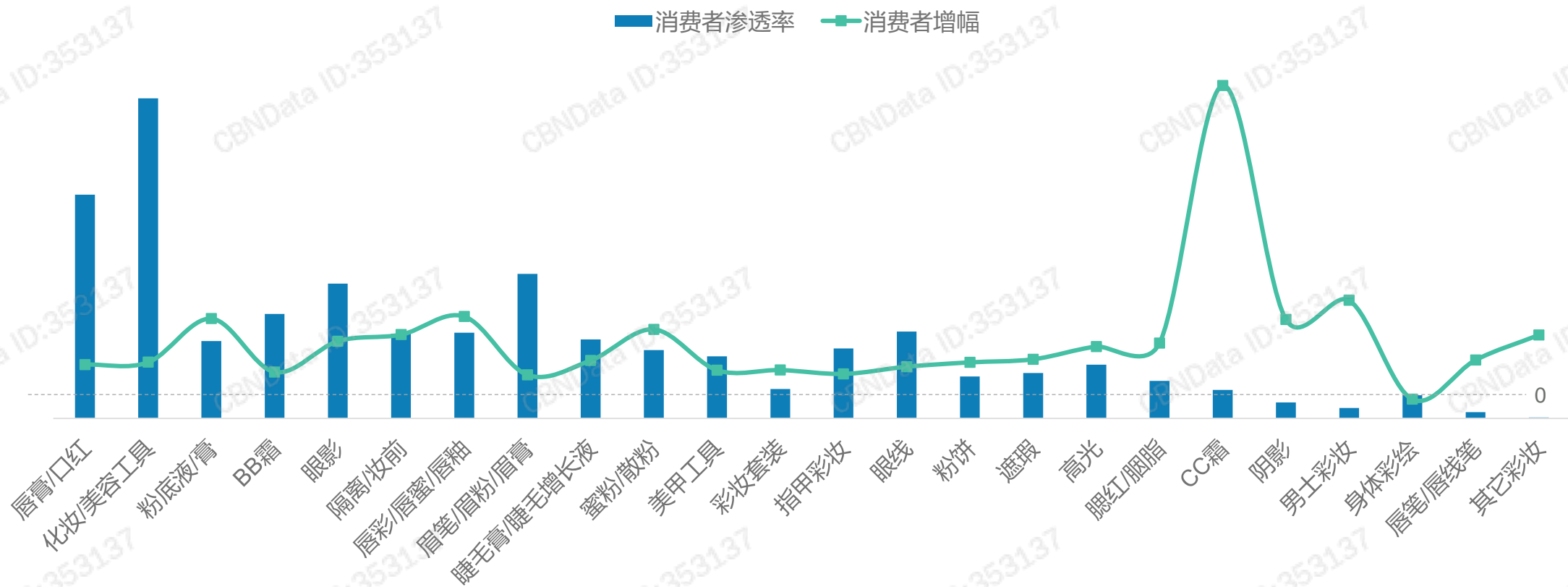
MAT2019不同品类销售份额及同比增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据

CC霜消费者增长较快，同比增幅超过3倍；男士彩妆消费者数量翻倍

MAT2019不同品类消费者渗透率及同比增幅



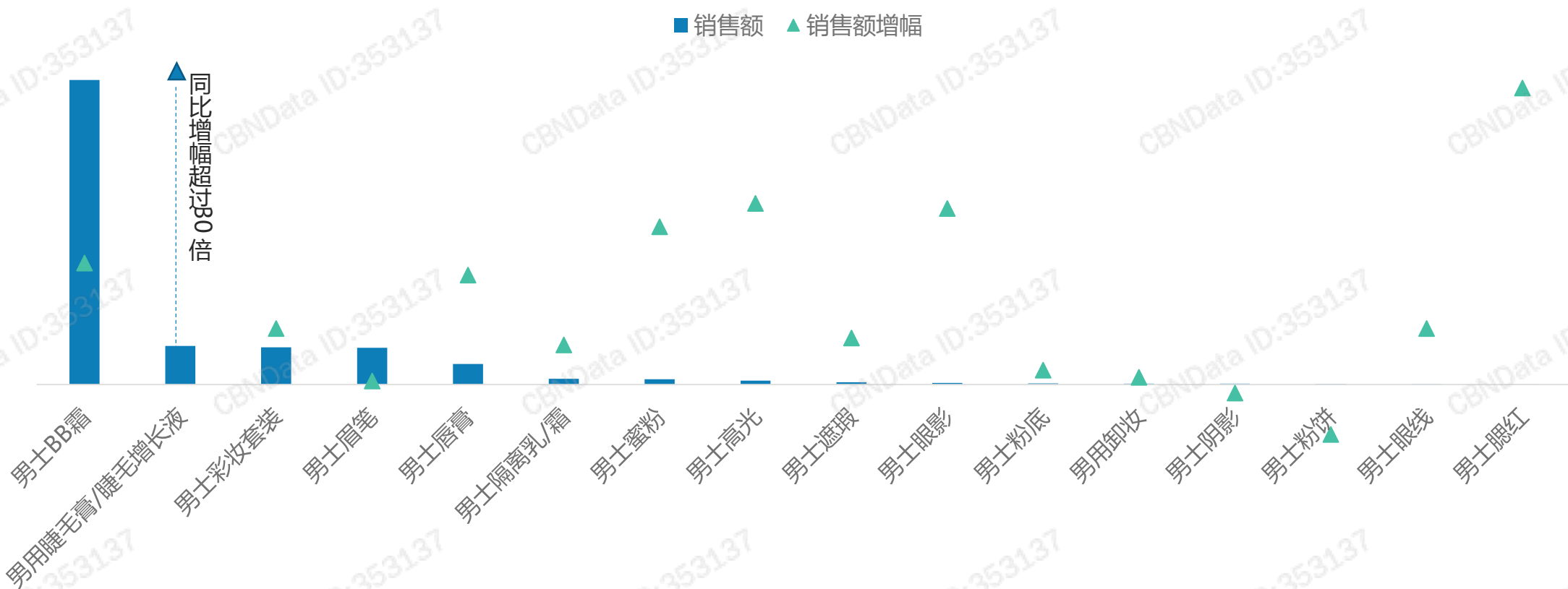
数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：消费者渗透率=不同品类消费者人数/彩妆整体消费者人数

大数据·全洞察

男士彩妆中，BB霜是最大的品类，增长稳定；男用睫毛膏/睫毛增长液、男士眼影增长极快，眼部彩妆逐渐受到关注

MAT2019男士彩妆各细分品类销售额及同比增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据（彩妆整体数据）

男士彩妆消费者中近8成购买过BB霜；睫毛膏/睫毛增长液的消费者人数同比增长超过20倍，眼影、高光、腮红等打造更为精致妆效的商品消费者增长较快

MAT2019男士彩妆各细分品类消费者渗透率及同比增幅

■ 消费者渗透率 ▲ 消费者增幅



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_17058

