

CBNDATA
第一财经商业数据中心



天猫美妆
MEI.TMALL.COM

2019 防晒品类趋势洞察

© 2019 CBNDData. All rights reserved.



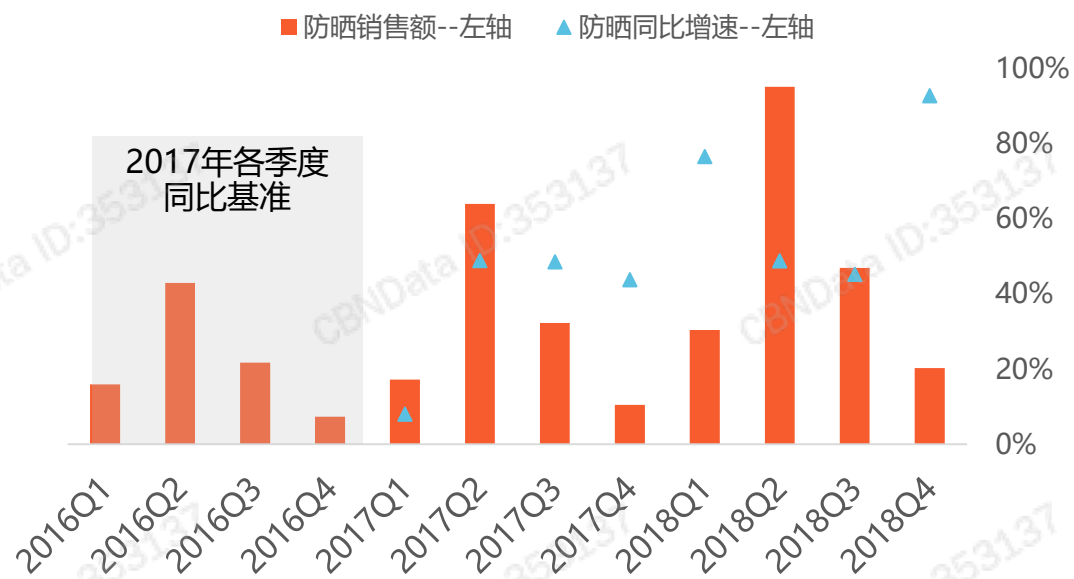


防晒行业概览

防晒品类发展迅速，越来越受到消费者的关注，在美妆行业中的权重加大

防晒品类各季度销售额均呈现稳步增长，其中每年Q2销售最为突出，防晒市场季节性明显。值得注意的是，2018年Q4销售增速同比增幅接近100%，表现亮眼。与此同时，防晒在美妆中的占比稳定提升，越来越多的消费者涌入美妆行业防晒市场，防晒在美妆中的比重加强。

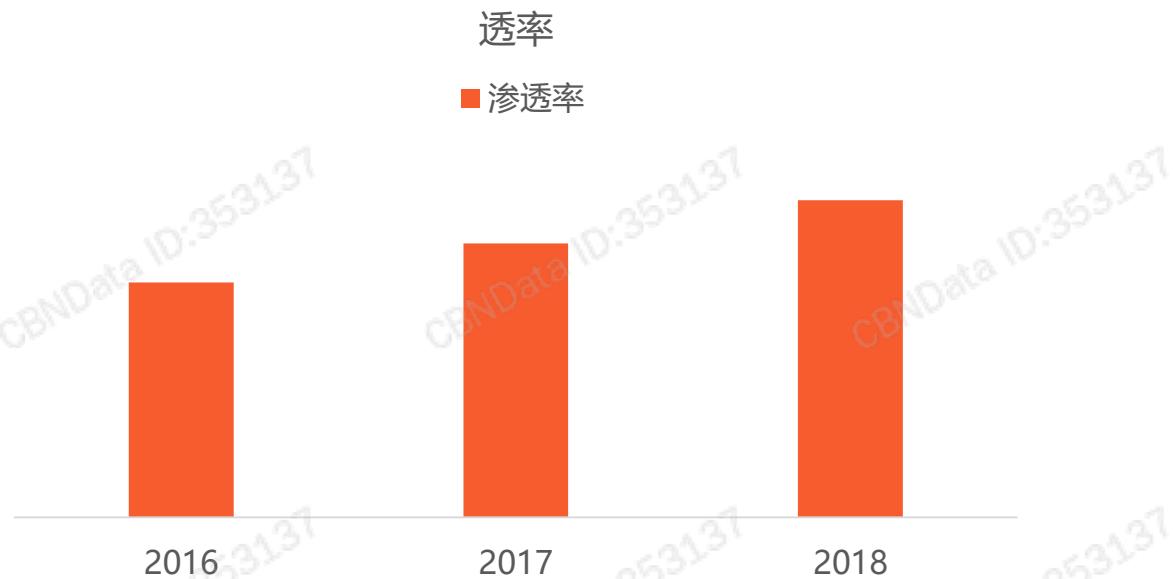
2016-2018各季度淘系防晒销售额及增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

注：同比增速 = (下一季度销售额 - 上一年同季度销售额) / (上一年同季度销售额) × 100%

2016-2018淘系防晒在美容护肤/美体/精油中的渗透率



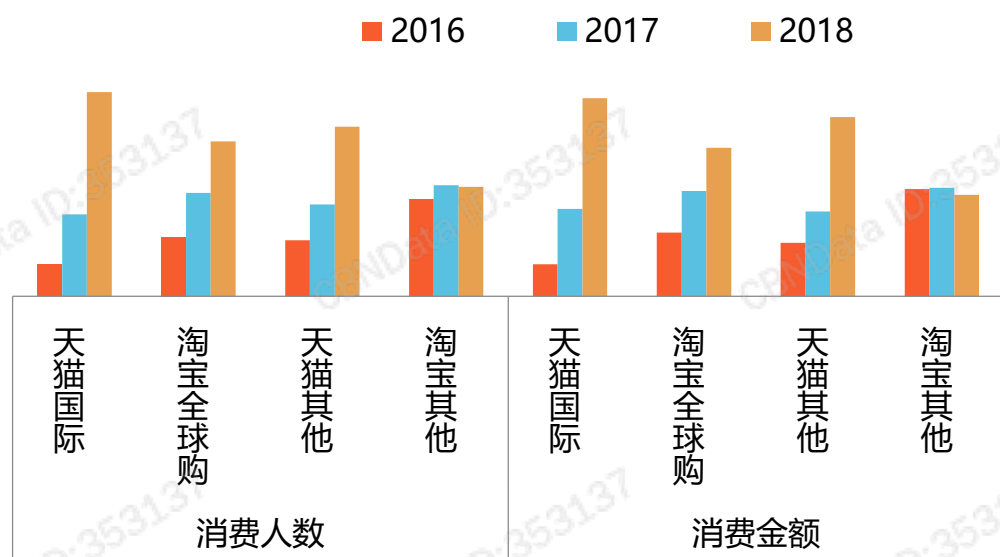
数据来源：CBNDATA消费大数据

海淘受消费者青睐趋势明显，消费者“品质”诉求持续走高

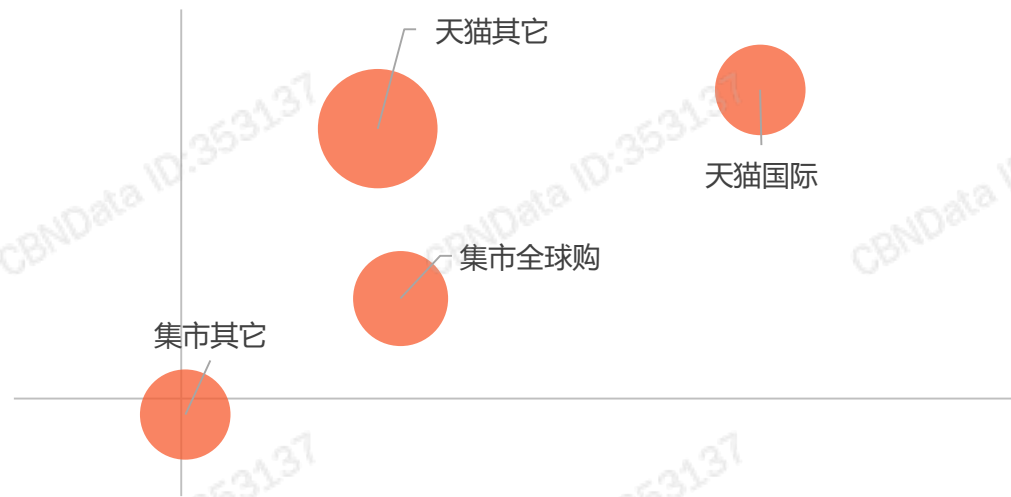
两年来，海淘店铺（天猫国际和集市全球购）消费人数销售额占比稳步增长，这与消费升级的整体趋势相吻合，也与海淘代购党的大力推广密切相关。

2017-2018天猫国际增长领先，天猫本土和集市全球购紧随其后，消费者对于高品质尤其是海外品牌防晒的需求和热度持续高涨。

2016-2018天猫vs淘宝消费人数消费金额占比及增速



淘系平台不同类型店铺防晒 2017同比增速vs. 2018同比增速及销售额



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据来源：CBNDATA消费大数据

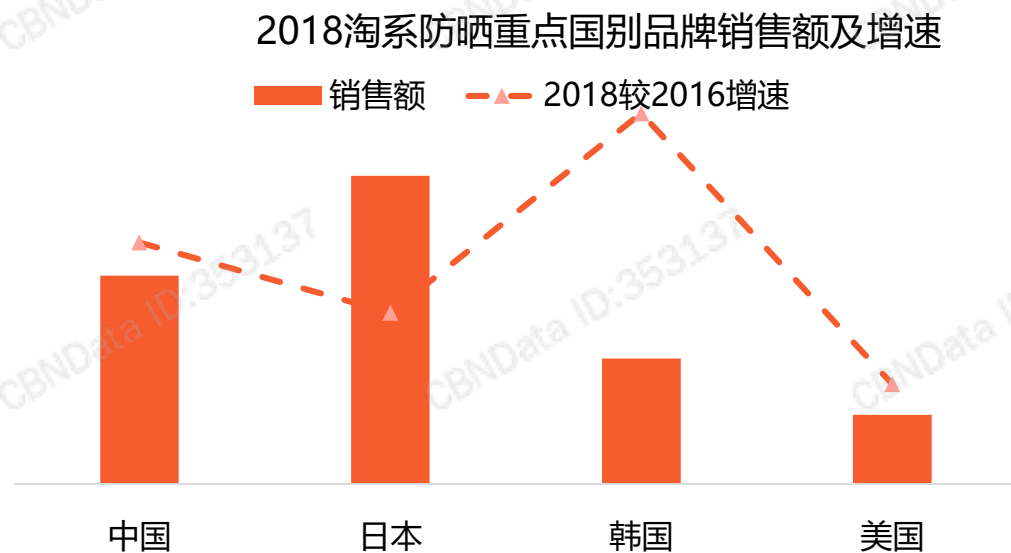
注：气泡图：1.气泡大小表示2018销售额 2.横轴表示2017较2016增速 纵轴表示2018较2017增速 3.括号内的数组分别表示横轴和纵轴增速值 4.销售额指2018销售额

注：海淘包括天猫国际和集市全球购

品类消费者对于品牌来源地具备明显“倾向性”，国产和韩国防晒品牌高速发展

2016-2018品类整体消费者对于品牌国别偏好无明显变化，中国、日本、韩国、美国是消费者倾向性最为明显的品牌国别；从销售额的角度来看，2018日本品牌销售额占比最高，但中国销售增速明显，其中2018较2016增长近1.5倍，具备本土优势和品牌竞争力。

| 销售额TOP10 | 2016防晒品牌国别 | 2017防晒品牌国别 | 2018防晒品牌国别 |
|----------|------------|------------|------------|
| 1 | 日本 | 日本 | 日本 |
| 2 | 中国 | 中国 | 中国 |
| 3 | 美国 | 韩国 | 韩国 |
| 4 | 韩国 | 美国 | 美国 |
| 5 | 法国 | 法国 | 泰国 |
| 6 | 德国 | 德国 | 西班牙 |
| 7 | 泰国 | 泰国 | 法国 |
| 8 | 澳大利亚 | 西班牙 | 瑞士 |
| 9 | 瑞士 | 瑞士 | 德国 |
| 10 | 西班牙 | 澳大利亚 | 澳大利亚 |



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据来源：CBNDATA消费大数据

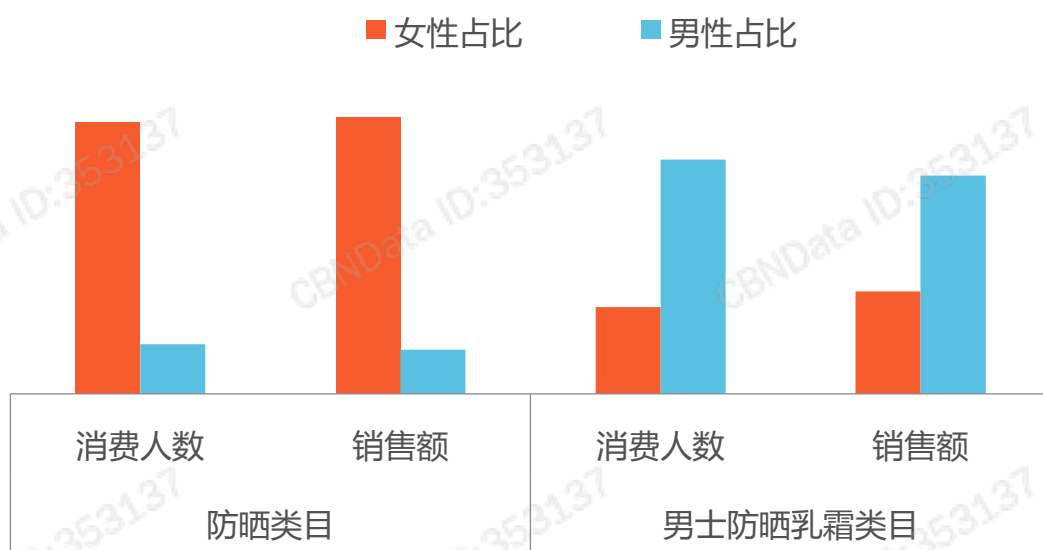


防晒消费人群画像

女性是防晒的主要诉求者

购买普通防晒品类的消费者仍以女性占绝大多数，而男性防晒乳霜则以男性为主导群体；总体来说，女性消费者消费人数和销售额增速均高于男性，仍是防晒市场的主要驱动群体。

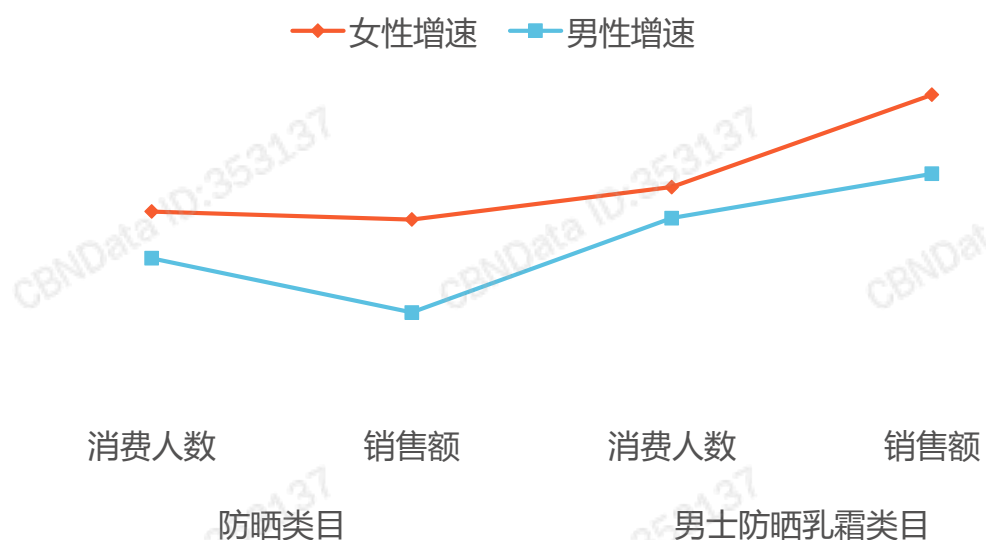
2018淘系防晒不同性别消费人数和销售额占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

注：内圈表示防晒类目，外圈表示男士防晒乳霜类目

2016-2018天猫vs淘宝消费人数消费金额占比及增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

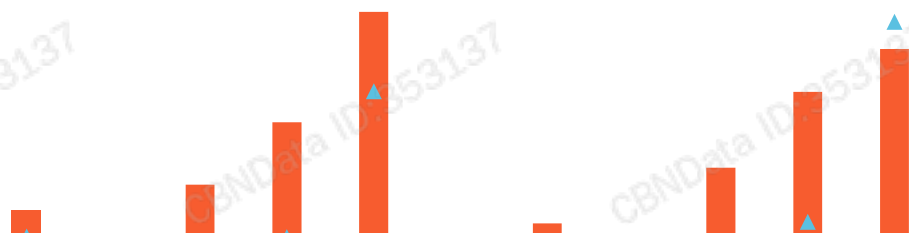
注：上述增速是2018较2016增速

95后成为主要消费人群，人数占比接近四成

95后成为主要消费人群，消费人数占比近4成，其次是90后和85后；对比2016年，2018年95后销售额增速3成，远高于其他年龄段，消费特征极具“年轻化”；从地域来看，1-2线城市仍然是防晒品的主要需求点，值得一提的是，3-4线及偏远地区虽然销售额“贡献”不及1-2线城市，但是消费人数增长迅猛，商家可注意防晒市场的地域开拓。

2018淘系防晒不同年龄消费者人数销售额占比及增速

■ 2018人数/销售额占比 ▲ 2018较2016增速



2018淘系防晒不同城市线级消费者人数销售额占比及增速

■ 人数占比 ■ 销售额占比 ▲ 人数增速 ▲ 销售额增速



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_17137

