

2021

国货

美妆

天猫国货美妆进击之路

2021美妆行业趋势洞察报告

CBNDATA × **天猫金妆奖**
第一财经商业数据中心 — TMALL BEAUTY AWARDS —

© 2021 CBNDATA. All rights reserved.

目录

TABLE OF CONTENTS

1

第一部分：
美妆洗护：如火如荼进行时
(行业背景回顾)

2

第二部分：
国货进阶之路

2.1 国货美妆时代更迭进程

2.2 新锐国货逆袭

“打法一”：线上走红

“打法二”：线下逐鹿

“打法三”：扬帆出海

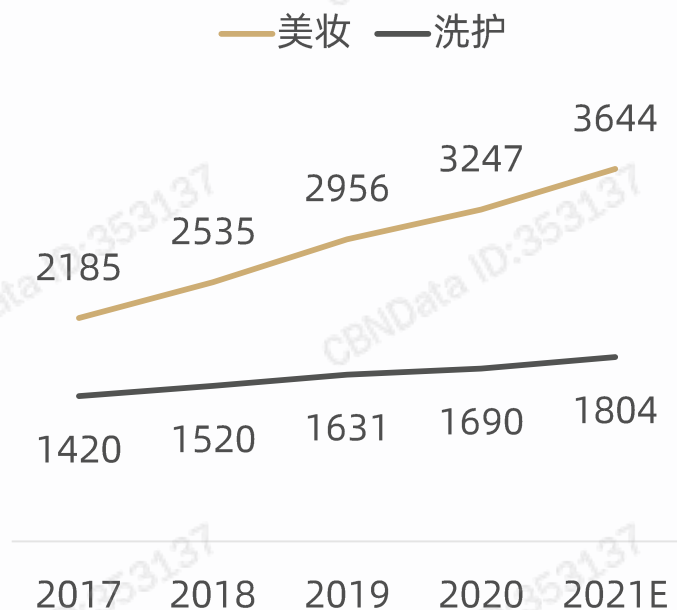
CHAPTER 01

美妆洗护：如火如荼进行时 (行业背景回顾)



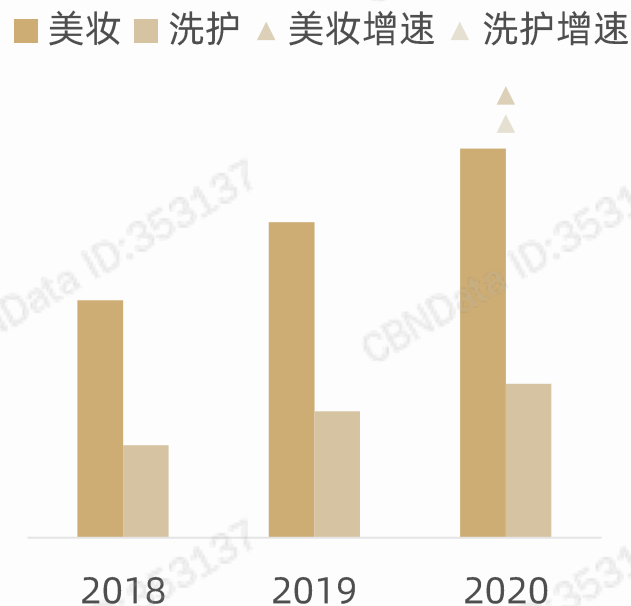
美妆、洗护行业市场规模持续攀升，国产品牌强势来袭

2017-2021中国美妆&洗护市场
规模统计及预测（亿元）



数据来源：中商产业研究院整理
数据说明：美妆包括彩妆和护肤；洗护包括口腔护理、头发及身体护理、洗手液、花露水及其他；下同

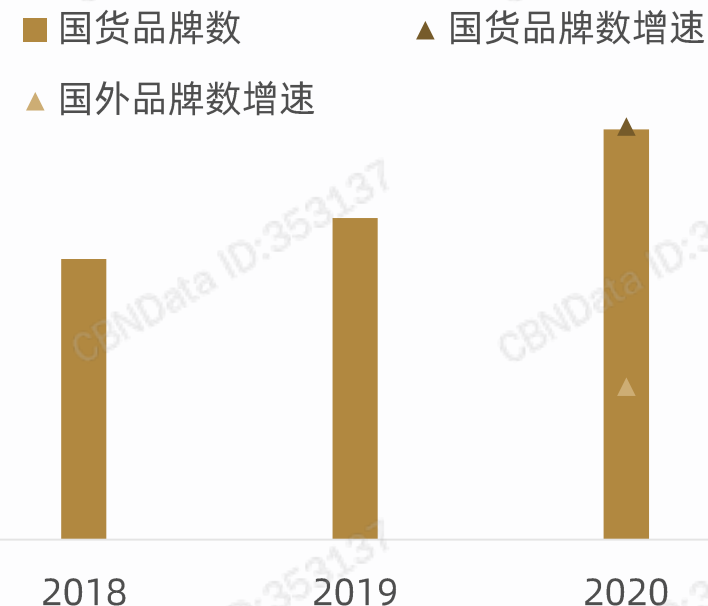
2018-2020美妆&洗护
线上消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

大数据 · 全洞察

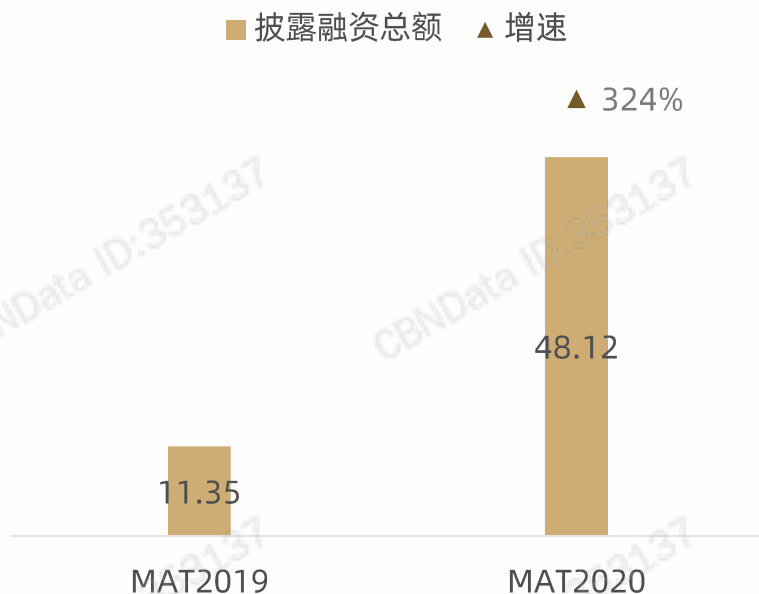
2018-2020美妆洗护行业国货
品牌数量趋势



数据来源：CBNData消费大数据

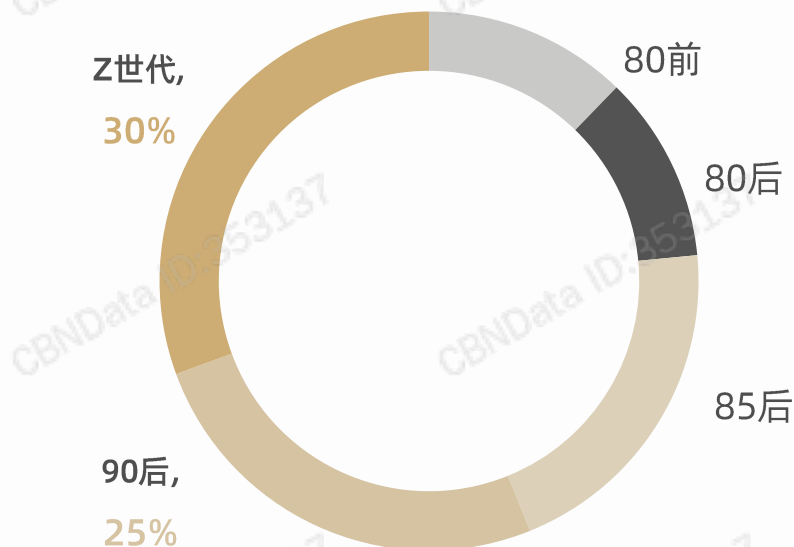
国货崛起的背后：创投界青睐“美妆圈”，Z世代“平视”国际大牌

MAT2019-MAT2020美妆赛道
披露融资总额变化（单位：亿元）



数据来源：CBNData《2020消费领域投融资趋势报告》
数据说明：MAT2020指2019.12-2020.11；MAT2019以此类推

2020线上美妆&洗护不同代际
人群消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

大数据 · 全洞察

一群“平视”国际大牌的年轻力量

- 从线上消费数据来看，Z世代的化妆台上，已有**四成**被国货占据。
- 从小环绕在**移动互联网**，受到**多元文化**的熏陶；
- 在品牌挑选上追求**自我身份认同**；
- 对于70-80后曾“仰视”的国际大牌，他们也只会“平视”。比起大牌标签，他们更看重**高颜值、性价比**。

资料来源：公开资料整理；CBNData消费大数据

国货美妆迎来上市热潮



完美日记赴美敲钟上市

2020年11月19日，国货美妆完美日记母公司逸仙电商在美国纽交所挂牌上市，在首个交易日，市值突破122亿美元。



薇诺娜创业板挂牌上市

2021年3月25日，作为“敏感肌修护第一股”，薇诺娜母公司云南贝泰妮在深交所创业板挂牌上市，开盘当天市值突破760亿元。



片仔癀化妆品上市计划已启动

2020年10月老字号品牌“片仔癀”宣布其化妆品业务拟单独上市，以迎接国妆“上市潮”。

资料来源：公开资料整理

CHAPTER 02

国货美妆的进击之路



国货进击之路，历经传统美妆、“淘美妆”再到新锐美妆三大时代

2012以前：大众媒体时代

- 国货1.0时代
传统美妆的“高光时刻”

- 品牌举例：

卡姿兰



丁家宜



2012-2014：进入移动互联网时代

- 国货2.0时代
“淘美妆”进入发展快车道

- 品牌举例：

阿芙精油



御泥坊



2016后：社交电商迭代、升级

- 国货3.0时代
新锐品牌逆袭

- 品牌举例：

完美日记



花西子



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_18892

