



巨量引擎



巨量算数

KANTAR WORLD PANEL
A CTR SERVICE IN CHINA



鸣镝出击

2021 巨量引擎美妆行业白皮书

TIME TO STRIKE

2021



序

中国美妆行业历经多年高速发展，成熟度突飞猛进。自2020年直面疫情冲击，市场从骤然停摆到重回正轨，消费能量厚积薄发，竞争态势再度升级。消费需求纷繁演变，创新玩法层出不穷；没有一个品牌可以轻松保持其市场地位，然而每个品牌又都有瞬时爆发的可能性。

贯穿疫情前后，消费者对于自身形象的关注与对品类认知的深度仍在持续加强，这不仅体现在他们对于高效护理和精致美妆的热情追逐上，也反映在多元化产品优胜劣汰，动态演进的过程中。消费者的高关注和高要求带来更多的挑战；一方面，打造长盛不衰畅销款的难度日益上升；另一方面，热门赛道新品密度较高，不同品牌的创新布局又不能一概而论。面对产品力的强要求，品牌积极应战，国际品牌加码核心，本土传统品牌求新求变，本土新锐品牌分道突围。在产品建设的同时，有的放矢的内容投放助力新玩家快速破局；而长足有机的品效融合，丰满立体的形象建设更支撑着优秀品牌的长期扩张。在强大资源压力和剧烈流量争夺中，精准找到核心消费者，以精细化，差异化的主题和内容直击不同圈层消费者的核心关切点，以达成有效的转化并赢得消费者的好感，成为营销策略的重中之重。

百舸争流，奋楫者先；品牌须踊跃挖掘市场机会点，持续精进产品力和品牌力。把握已有产品优势，保持市场趋势感知，才可免于竞争波涛的颠覆；定位品牌重点人群，精准传达有效信息，才可以让品牌香气传播深远。

此次巨量算数联合凯度消费者指数共同发布2021美妆行业白皮书，从行业立足点、增长点、动力点、竞争点、聚焦点、破局点、出击点七大方面为品牌附上一得之见，旨在提供市场总览、指明机会方向，助力更多满怀寄望、志在破局的品牌瞄准机会点、鸣镝出击、旗开得胜。



巨量引擎



巨量算数

KANTAR WORLD PANEL
A CTR SERVICE IN CHINA

目录

一、立足点 — 市场现状

I. EMERGENCE: MARKET OVERVIEW

二、增长点 — 需求演进

II. GROWTH: EVOLVING DEMANDS

三、动力点 — 货品策略

III. ACCELERATION: PRODUCT STRATEGY

四、竞争点 — 品牌格局

IV. COMPETITION: PORTFOLIO OPTIMIZATION

五、聚焦点 — 人群洞察

V. TARGETING: CONSUMER INSIGHTS

六、破局点 — 营销解码

VI. BREAKTHROUGH: MARKETING SOLUTIONS

七、出击点 — 行动指南

VII. ACTION: OPERATIONAL GUIDELINES

立足点

EMERGENGE

01

#



巨量引擎



巨量算数

KANTAR WORLD PANEL
A CTR SERVICE IN CHINA

市场现状

Market Overview

//

韧性为先 引擎强劲

//

01. 亚洲美妆广受冲击
中国市场韧性生长

02. 中国本土产销双涨
美妆市场历久弥新

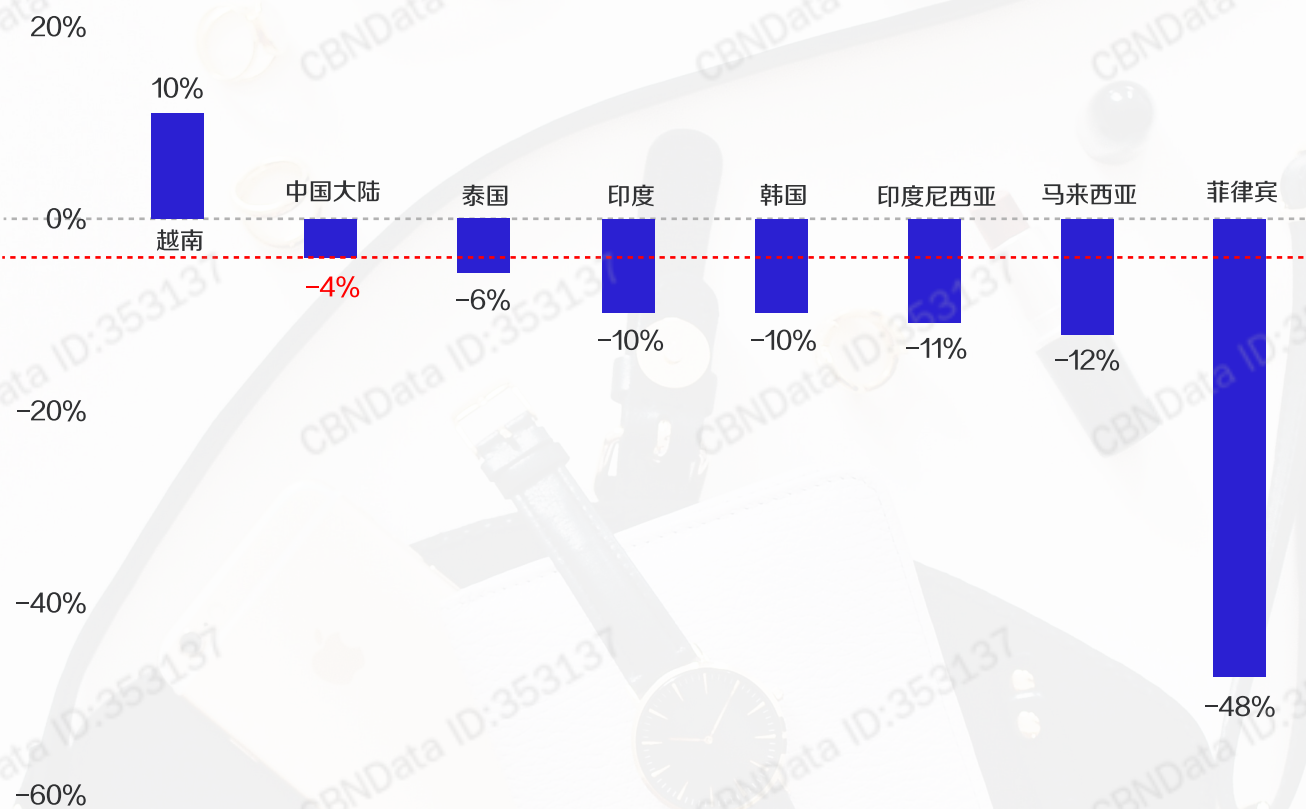
03. 数字化内容升维
激发兴趣与生意



亚洲美妆广受冲击， 中国市场韧性生长

突如其来的新冠疫情，对世界各国的美妆市场都产生了影响。中国大陆虽然首遭冲击，但通过国家的科学管控与全民的积极防疫，市场表现在震荡之后快速回暖，2020年内销额规模已经基本恢复去年同期水准。相比其它亚洲主要国家，中国市场韧性颇佳。随着国内疫情得到有效控制，中国市场的未来表现更值得期待。

亚洲主要化妆品市场销额增长情况



印度数据仅包括面部护肤品



巨量引擎



巨量算数

KANTAR WORLDPANEL
A CTR SERVICE IN CHINA

中国本土产销双涨， 美妆市场历久弥新

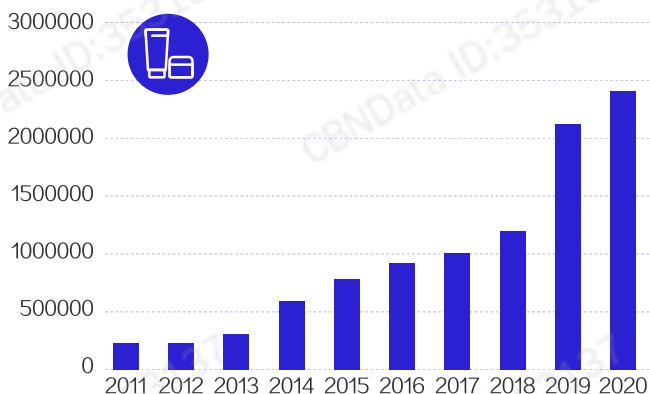
产业 INDUSTRY

产：产业链的蓬勃发展与技术升级

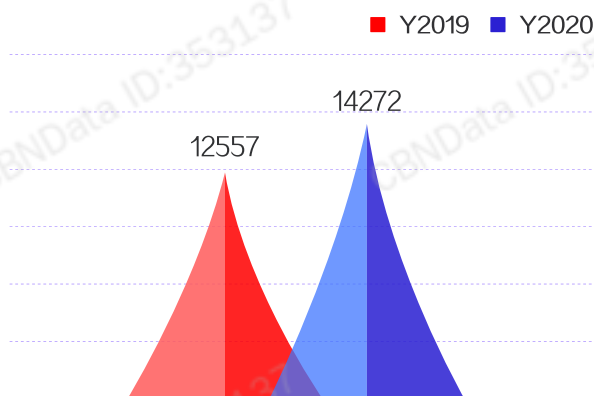
A 行业入局者持续增加

中国美妆市场表现强韧而向好，市场信心倍增，入场的品牌玩家也随之不断增多。根据天眼查统计，2020年，企业名称或经营范围包含“化妆品、彩妆、美妆”等关键词的新注册企业达到近275万家，在疫情的直面冲击下仍维持着30%的增速，产业活跃度可见一斑。

2011-2020年化妆品相关企业注册量 单位（家）



化妆品市场活跃品牌数量 单位（个）



数据来源：天眼查，截至2021年4月11日 | 凯度消费者指数美妆购买样组，全国1-5线城市，
面部护肤品及彩妆，Y2020 vs Y2019，彩妆产品只包含女性消费者



巨量引擎

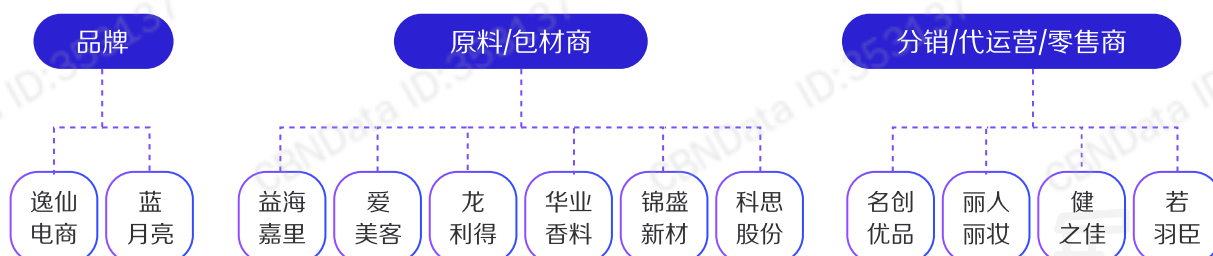


巨量算数

KANTAR WORLDPANL
A CTR SERVICE IN CHINA

B 全产业链迎来上市潮

稳定发展的化妆品消费需求同时吸引着资本的不断涌入。据公开资料显示，2020年共13家与美妆行业相关的企业上市。其中既包括完美日记这样新锐崛起的品牌，也包括原料包材商、代运营商、零售商等等，反映出行业全产业链都处于蓬勃旺盛的上升期。



C 生产服务全面升级

生产端：提供试销模式、采用灵活打法

在行业向好、玩家增多的动态大环境下，产业链各环节都不约而同地出现了升级新举措。

如制造商科丝美诗，针对中国新锐品牌蓬勃发展的现状，推出了“少量生产体系”，降低客户的最小订货量门槛。在此之前，最小订货量通常以万为单位起步，对资金和仓储都有较高的要求。而今“500支口红，500支水乳...”成了起订标准；该举措鼓励品牌客户通过试销新产品来明确市场喜好，再确定投产；大大提升了合作形式的灵活性，尤其缓解了初创品牌的风险和现金流压力。

新零售：布局别出心裁，力推新锐潮牌

电商加紧迭代，线下渠道也在门店布局、店面设计，品牌选择上逐步升级，积极迎合消费期待。

近年快速崛起的美妆集合店模式，便是此类尝试中的佼佼者。首先，集合店在布局上别具匠心，提供对消费者友好的设置。如WOW COLOUR考虑到彩妆初学者需要更多建议，创建了人气专区及爆品区——专区根据全网大数据更新人气单品，提供购买指导。

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_22253

