

2021Q3美妆行业 季度洞察报告

巨量算数 2021.10

目录

CONTENTS

01 美妆行业概况

03 美妆用户洞察

02 美妆功效成分分析

04 美妆行业优秀案例

创作者价值升级，美妆品牌开展长线运营

美妆创作者活跃，创作者价值升级

- 美妆创作者保持活跃，创作者规模和带货销量同比保持增长，价值升级。
- 企业号的入驻数量增长较快，商业闭环提速。

大众品牌与中高端品牌深化兴趣电商的布局，开展私域流量的构建和长线运营

- 大众品牌：大众品牌尤其是国货品牌获客、影响力及销量增势不减，国货品牌力和产品力增强。
- 国际品牌：欧美、日韩泰等国际品牌纷纷入驻和深化兴趣电商的布局，矩阵式账号体系和差异化营销，开展长线运营。

美妆类功能型商品成为主导，个护家清类商品普及度加速扩张

- 彩妆看重肤色提亮，妆容持久度，护肤品聚焦洁面护理。
- 个护家清作为兼顾各方面护理的综合分区，洗发护发、口腔护理类的商品用户关注度高，消费增速较快。

女性依然是美妆类商品的引领群体，下沉市场蕴藏潜力

- 女性用户群体喜爱时尚、追逐潮流，对美妆的各类成分和功效关注度较高，变美和护肤同等重要。
- 三四线城市用户群体已成为美妆用户群体的重要增量，下沉市场蕴藏潜力。



01

美妆行业概况

化妆品行业零售额与去年同期相比小幅增长

2021年第三季度，受7月化妆品销售淡季的影响，行业承压，化妆品行业零售额销售数据环比下滑，9月市场迎来回升，化妆品类商品零售额同比增长3.9%，部分化妆品商家已为“双十一”的销售商品进行组货、上新预热。9月24日，国家药监局发布《化妆品生产许可管理基本数据集（征求意见稿）》，对行业从备案、生产、特殊品注册和行业监管等方面，进行信息化标准建设与数据共享服务征求意见，行业即将迎来规范、有序发展。

2019年12月-2021年9月中国化妆品类商品零售额及增速

■ 化妆品类商品零售额 (亿元) ● 化妆品类商品零售额同比增长 (%)

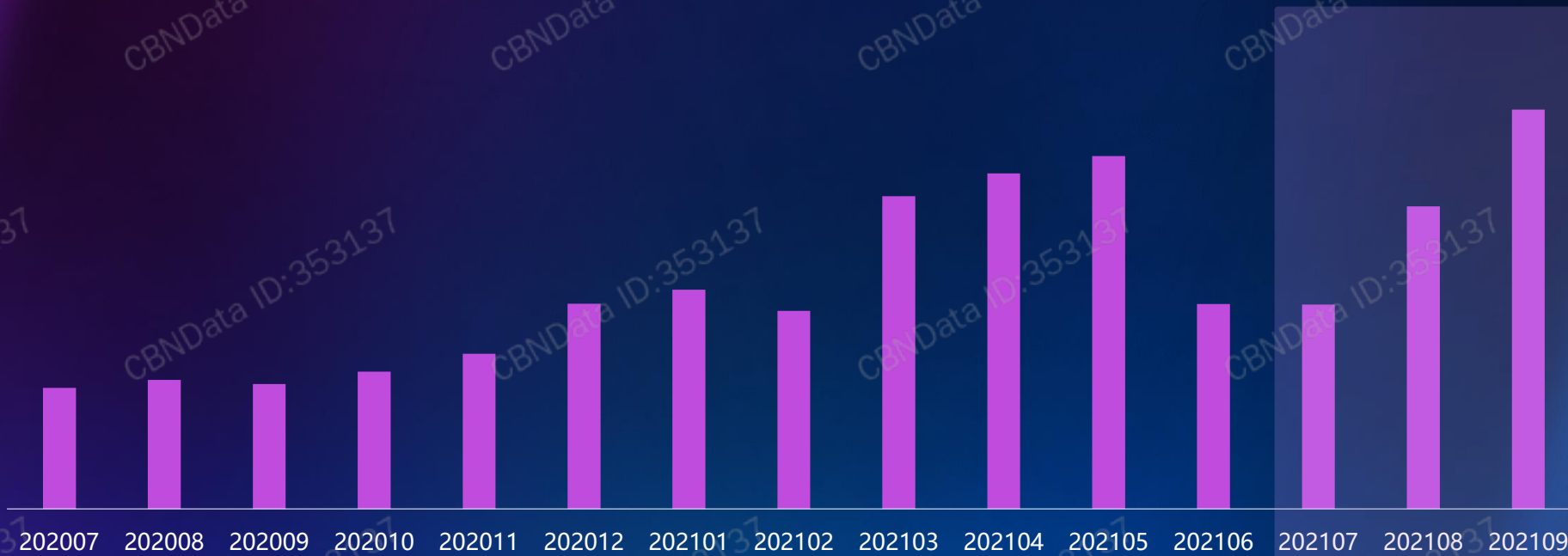


数据来源：国家统计局，其中，2020年1月、2月，2021年1月、2月数据未披露

抖音美妆视频发布量同比去年保持高速增长，9月增速超200%

随着8月“抖音818新潮好物节”等活动的推进和用户消费热情的回归，激发了美妆创作者的热情，第三季度美妆创作者视频发布量同比实现高速增长，9月同比去年同期增长219%。带货创作者发布作品数量稳步增长。

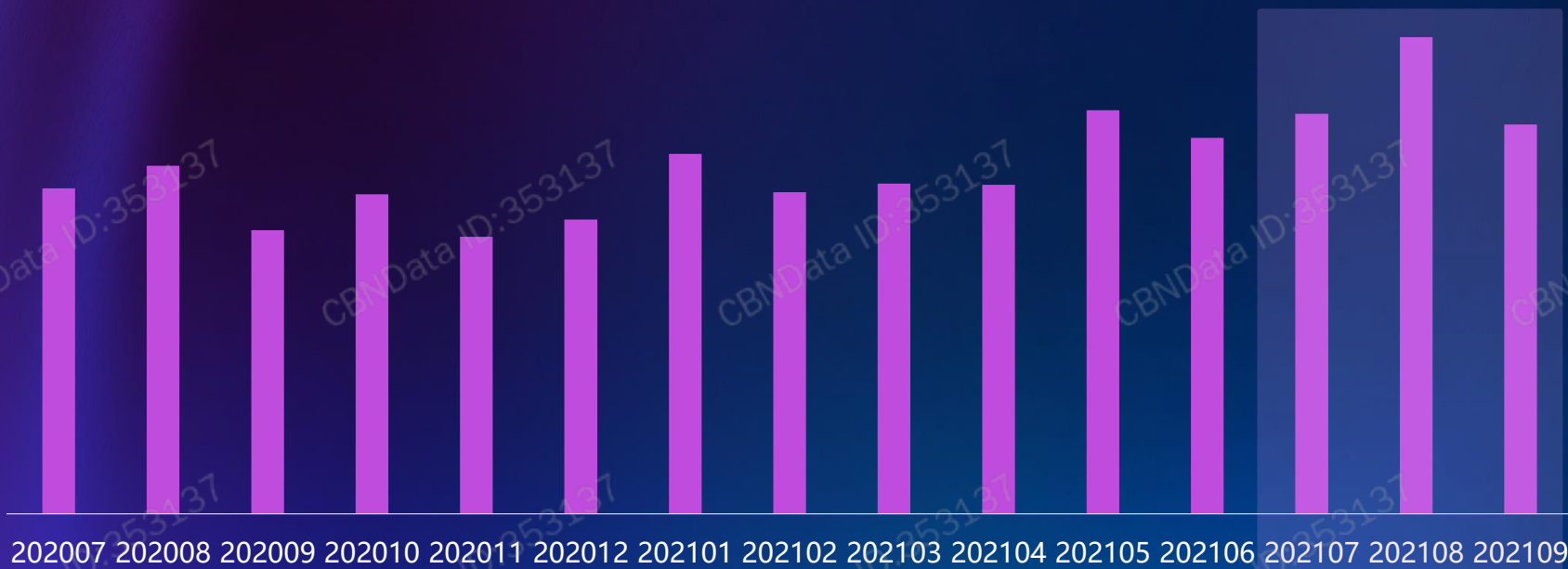
2020年7月-2021年9月【抖音】美妆视频发布量



抖音美妆视频播放量三季度迎来峰值

抖音美妆视频播放量迎来前三季度峰值，根据《抖音818新潮好物节洞察报告》数据显示，后天气丹系列礼盒荣登热卖榜首位，美妆类品牌和商品的声量与销量均实现双线增长。表明用户已习惯于在抖音观看美妆视频，通过商家及达人对美妆产品功效和成分的介绍，能够更加全面地了解产品的特性和肤质的适配性，选择更加适合的商品。

2020年7月-2021年9月【抖音】美妆视频播放量



“抖音818新潮好物节”美妆类典型案例

粉丝：国货品牌玉泽抖音官号涨粉翻倍

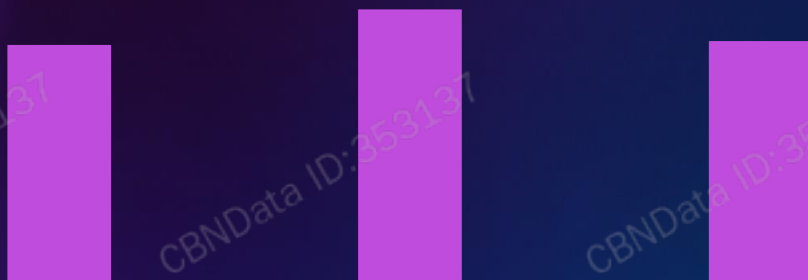
销量：后天气丹系列礼盒位列热卖榜NO.1

流量：Ulike美容仪达人种草视频曝光量破亿

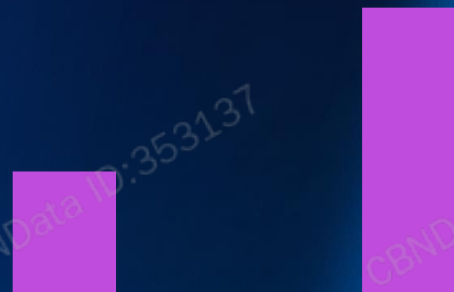
抖音美妆内容作者略有波动，企业号数量持续增长

第三季度美妆内容作者数量略有波动，但同比保持较高增速。美妆内容企业号数量稳步增长，越来越多的美妆国际品牌和国货品牌入驻抖音平台，开启兴趣电商的营销新模式，抖音平台已成为美妆类企业非常重要的产品上线宣发、营销推广渠道。

2021Q3【抖音】美妆内容作者数量



2021Q3【抖音】美妆内容企业号数量



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_28946

