

2022

美妆

进阶

深研成分配方， 追求精准功效护理

——2022美妆消费进阶需求洞察

CBN DATA
第一财经商业数据中心

小红书

© 2022 CBNData. All rights reserved.

目录

CONTENTS

第一部分

美妆行业概况

第二部分

进阶需求洞察

第三部分

品牌动作

CHAPTER

ONE

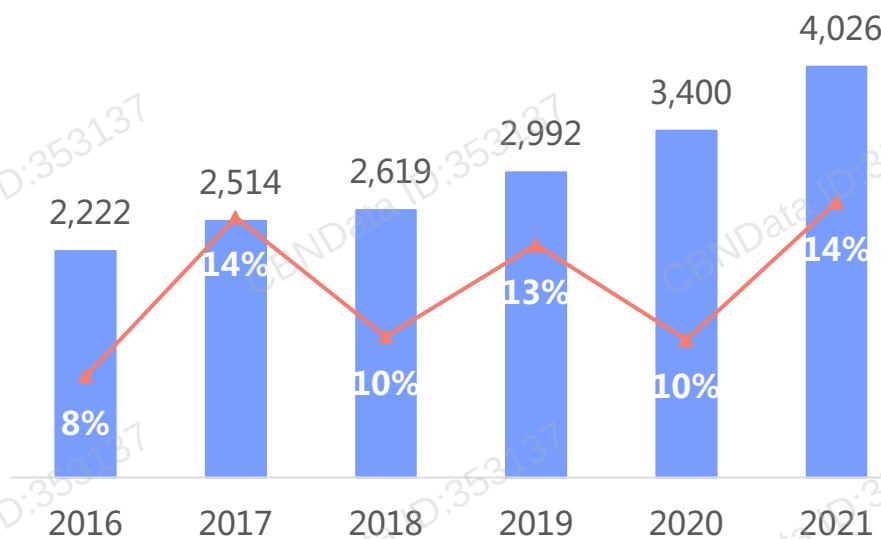
美妆行业概况

美妆个护行业持续受到消费者青睐，资本加码推动品类发展

中国化妆品市场近年来保持双位数增长，2021年已突破4000亿元的规模；中国资本瞄准颜值经济的热度，持续加码美妆个护行业，推动品类持续发展。

2016-2021年中国化妆品市场零售总额及增速

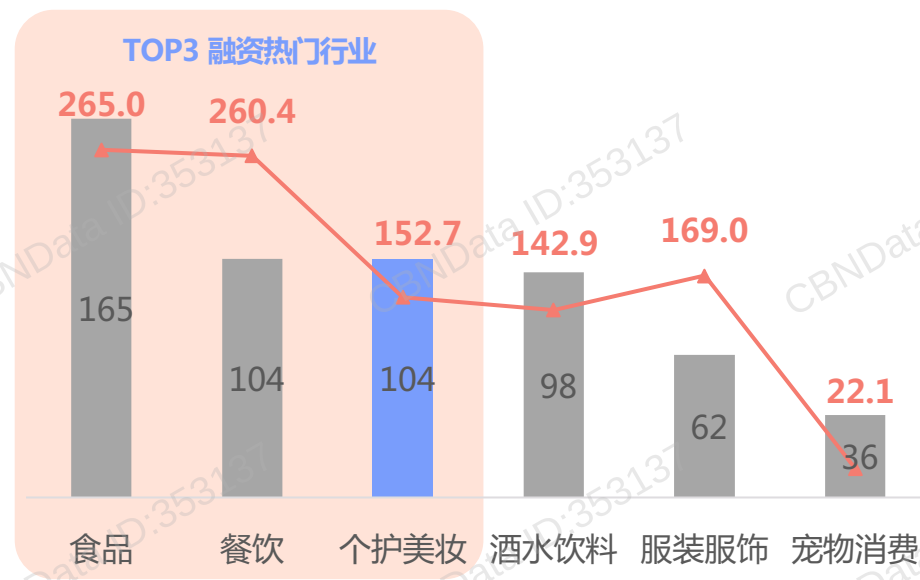
■ 中国化妆品市场零售总额（亿元） ▲ 增长率（%）



数据来源：国家统计局

2021年中国新消费各行业融资事件数量及金额

■ 融资数量 ▲ 融资金额 (亿元)

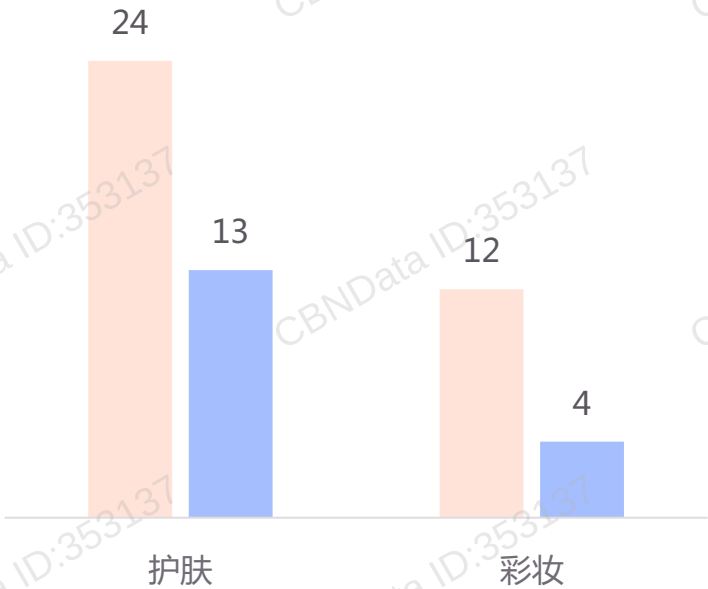


数据来源：易观分析《数字经济全景白皮书》

力压彩妆赛道，成分/功效护肤品牌成为融资风口

2021年护肤彩妆各赛道融资品牌数

■ 融资品牌数 ■ 融资过亿品牌数



资料来源：36氪 2021年新消费投融资盘点

2021年护肤赛道融资品牌-成分
功效护肤品牌数占比

■ 成分/功效护肤 ■ 其他



资料来源：36氪 2021年新消费投融资盘点

2021年护肤赛道获两轮融资品牌（部分）

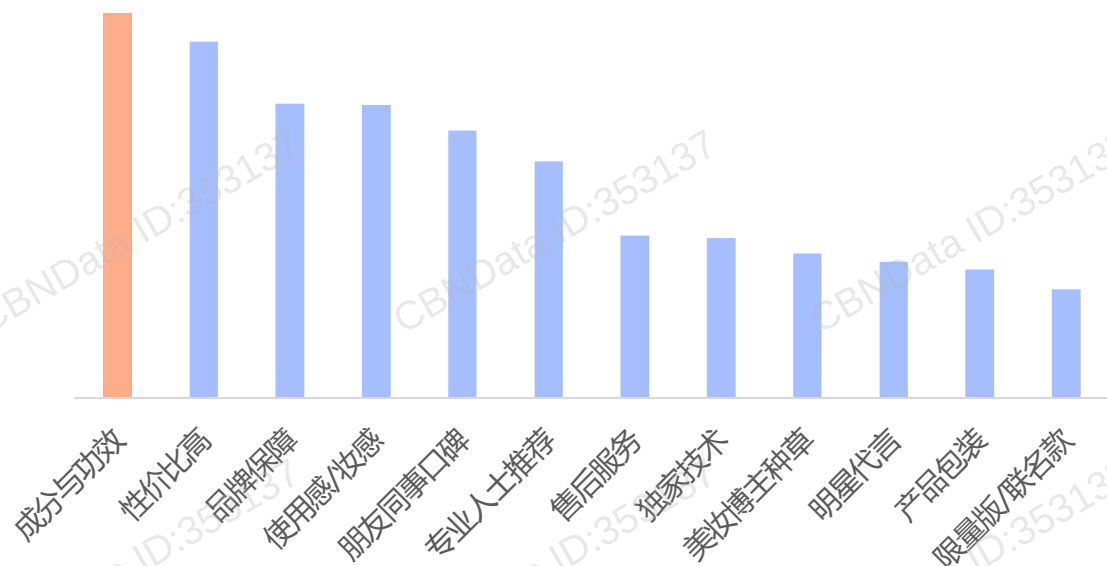
品牌	融资轮次	品牌特点
UNISKIN优时颜	A轮、B轮	聚焦高效抗老，针对国人皮肤
溪木源	B轮、C轮	实验室为核心的创新研发模式
逐本	A轮、B轮	科技成分+治愈精油
兰	战略投资两次	纯净护肤品牌

资料来源：36氪 2021年新消费投融资盘点

功效、成分是护肤产品消费的首要因素，也是购前功课的核心内容

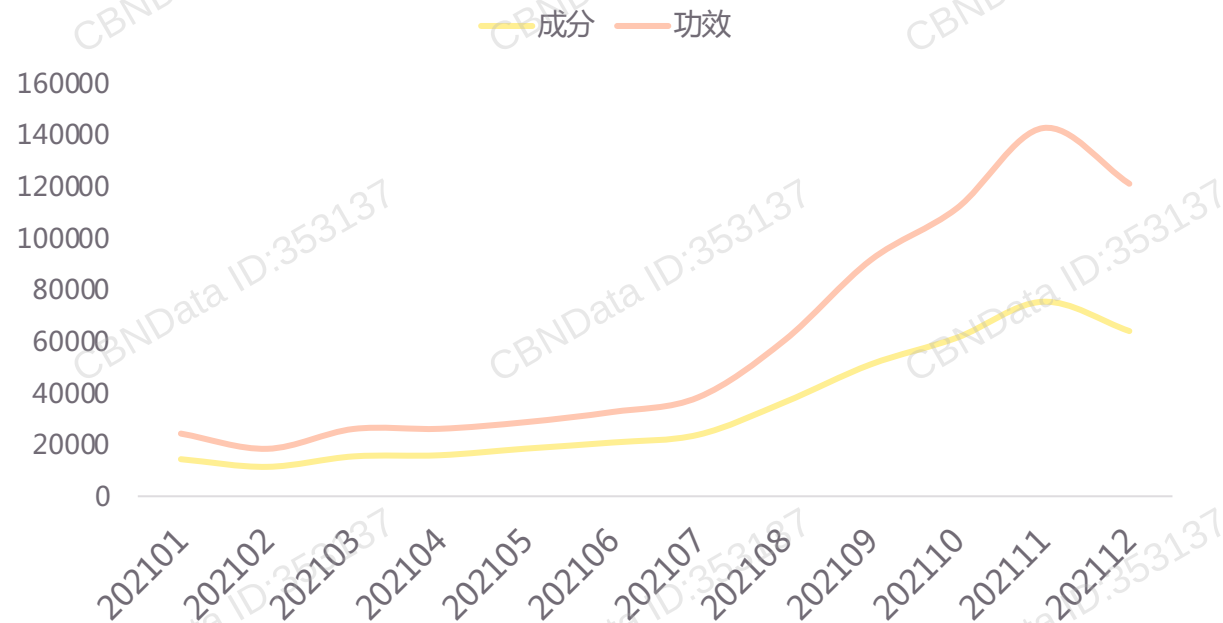
调研数据显示消费者购买美妆护肤产品时，成分功效最为关键；从小红书舆情来看，成分、功效相关的内容持续增长，护肤品消费更加科学理性。

2020年中国美妆护肤消费者美妆护肤品购买考虑因素



数据来源：艾瑞咨询《中国本土及国际美妆护肤品牌及营销现状研究报告》，N=3038

2021年1月-2021年12月 小红书成分、功效笔记数趋势



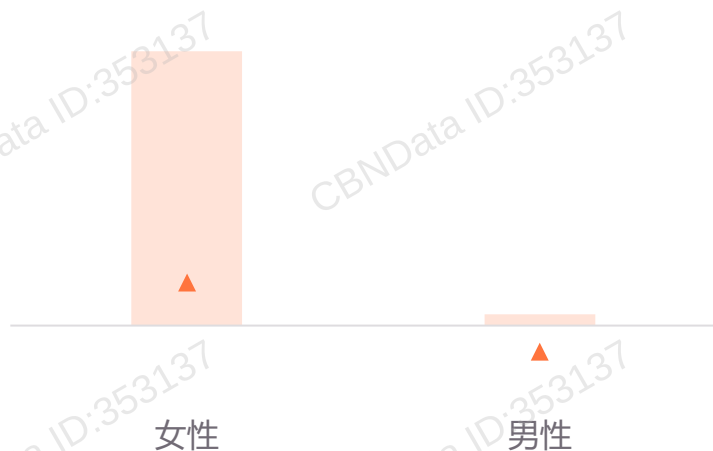
数据来源：CBNDATA跨领域数据库

新一线城市00后女性成为成分功效党主力，而成分之风正在刮向更年轻一代

小红书站内的成分功效党中，九成以上是女性，且仍在增长；从城市级别来看，新一线和二线人群增长最快；年龄上年轻化趋势明显。

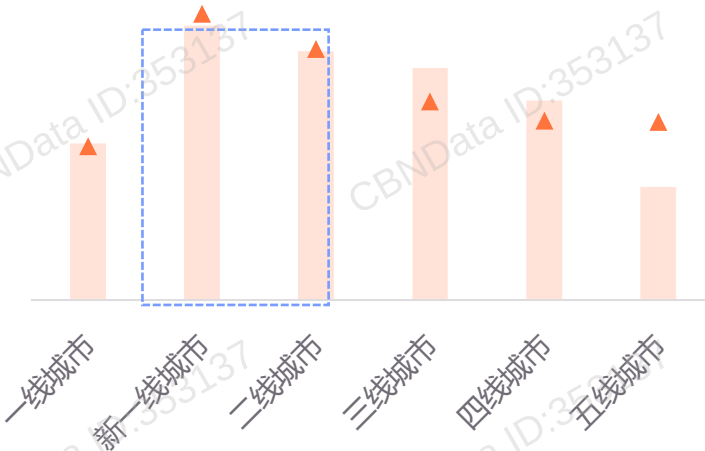
2022年3月-2022年6月 小红书站内
成分/功效党性别分布及增速

人数占比 ▲ 增速



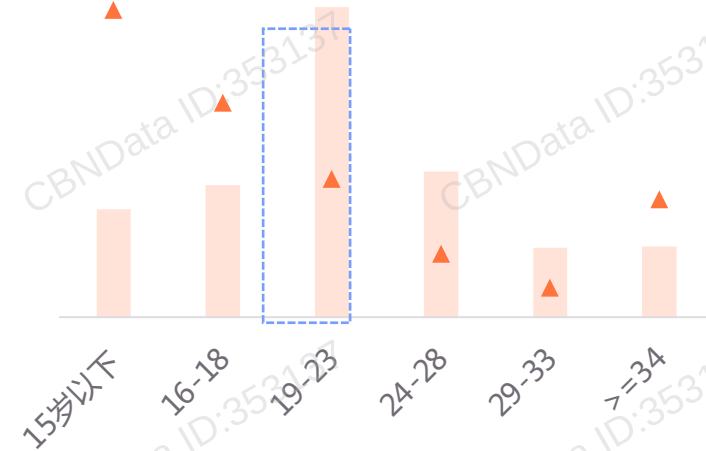
2022年3月-2022年6月小红书站内
成分/功效党城市级别分布及增速

人数占比 ▲ 增速



2022年3月-2022年6月小红书站内
成分/功效党年龄段分布及增速

人数占比 ▲ 增速



数据来源：小红书；占比计算对比2021年11月-2022年2月数据

CHAPTER TWO

进阶需求洞察