

成分专研

场景化

情绪价值

2022-2023中国 美颜消费趋势白皮书

CBNDATA

第一财经商业数据中心



© 2022 CBNDATA. All rights reserved.

POWERFUL

目录

TABLE OF CONTENTS

01

美颜消费发展情况

02

美颜消费趋势

03

美颜消费展望

PART

美颜消费发展情况

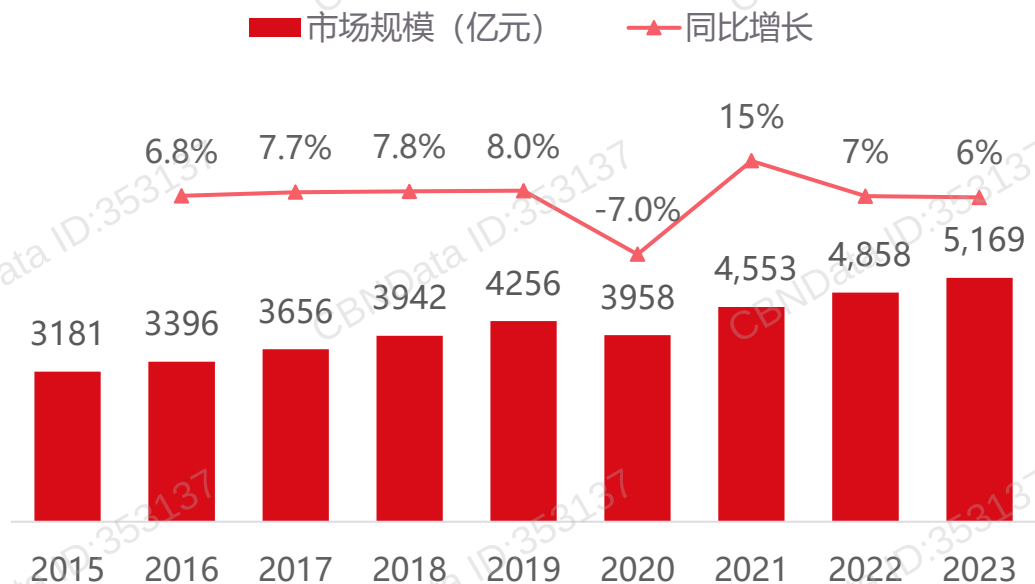
01



美妆个护赛道持续崛起，资本加码推动品类不断发展

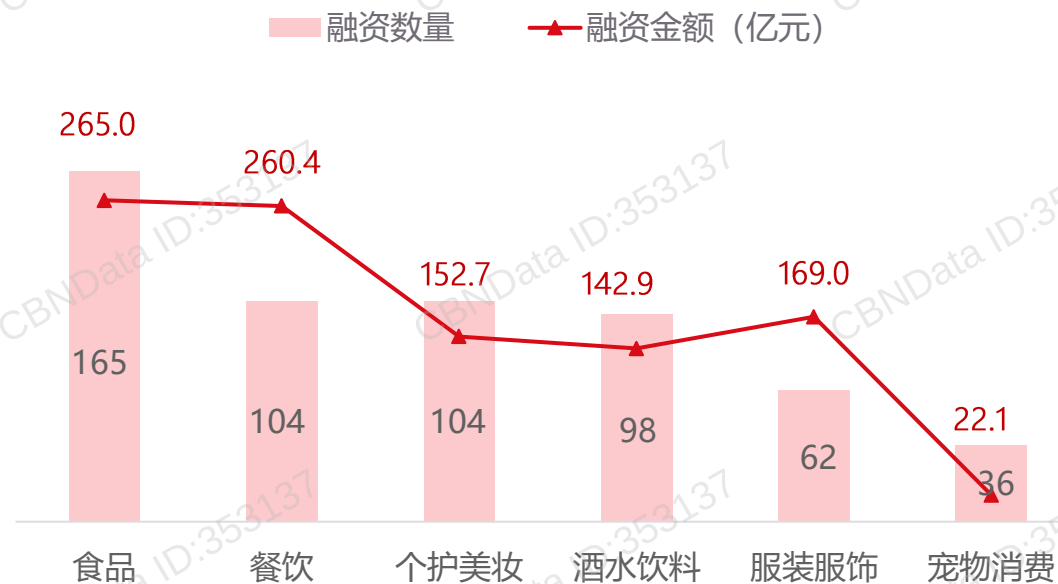
据预测，中国化妆品市场至2023年有望突破5,000亿元，整体美妆个护赛道仍保持增长势头。同时，资本也持续加码个护美妆赛道，不断推动品类发展。

2016-2023E年中国化妆品市场零售总额及增速



数据来源：《2022-2023年中国化妆品行业发展与用户洞察研究报告》

2021年中国新消费各行业融资事件数量及金额

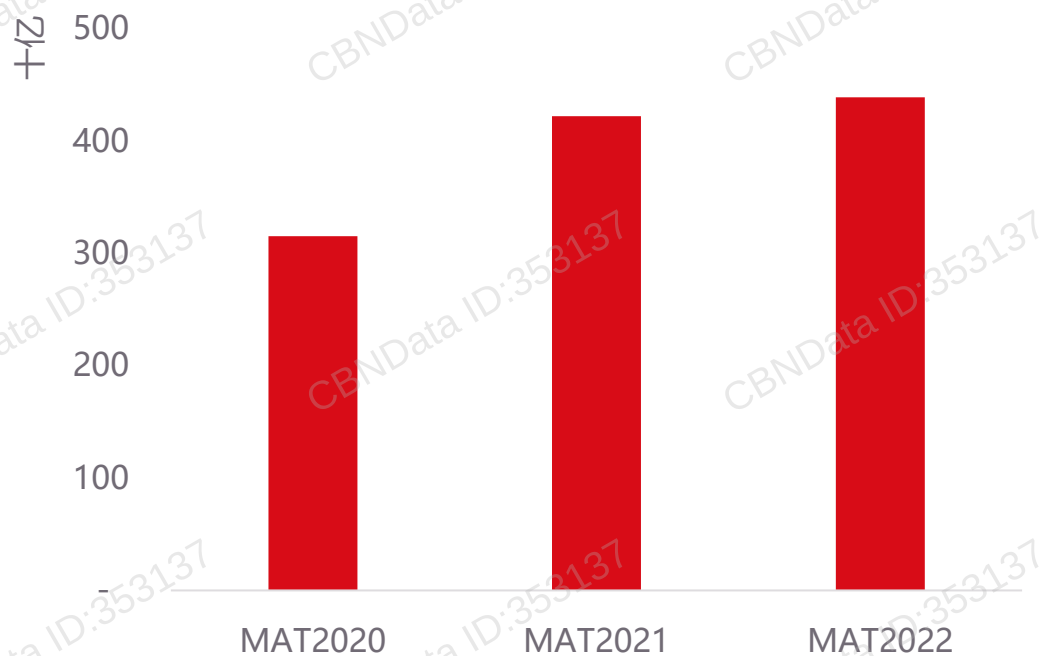


数据来源：易观分析《数字经济全景白皮书》

线上美妆个护销售规模放缓，抖音电商实现“逆风”增长

从近三年线上美妆个护销售规模变化来看，整体线上渠道增速有所放缓。天猫、淘宝等头部电商平台增速有所下降，而抖音平台则凭借其兴趣电商模式实现“逆风”增长。

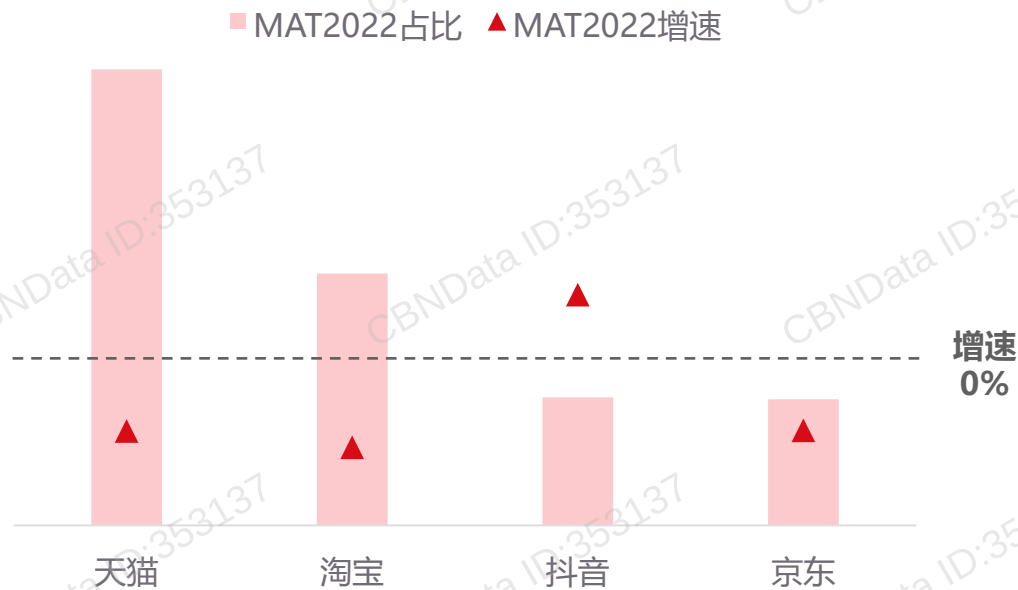
近三年线上美妆个护行业销售规模变化



数据来源：数字零售数据服务商 Nint 任拓

数据说明：行业包含个护（不含身体乳）、彩妆；渠道包含天猫、淘宝、京东、抖音、考拉等

MAT2022线上主要渠道美妆个护销售占比及增速情况



数据来源：数字零售数据服务商 Nint 任拓

PART 美颜消费趋势 02



POWERFUL

2.1

精研护理

- 药食妆同源：“药食妆”三效合一，花本草本类、中草药类成分受到追捧
- 成分专研：本土草本、中草药成分崛起，国货品牌持续发力成分专研
- 复合配方：成分CP+科学配比，一瓶实现护肤“Buff”叠加
- 场景护肤：多元生活催生不同场景护肤诉求，精准化护肤需要“因时制宜”

药食妆同源：“药食妆”三效合一，花本草本类、中草药类成分受到追捧

随着消费者对于护肤品品质的要求不断增强，对产品成分的安全性及天然性诉求不断提高，各类花本、草本以及本土中草药成分走进消费者视野。

近一年小红书热门护肤成分讨论词云



近一年小红书不同成分类型笔记分布

