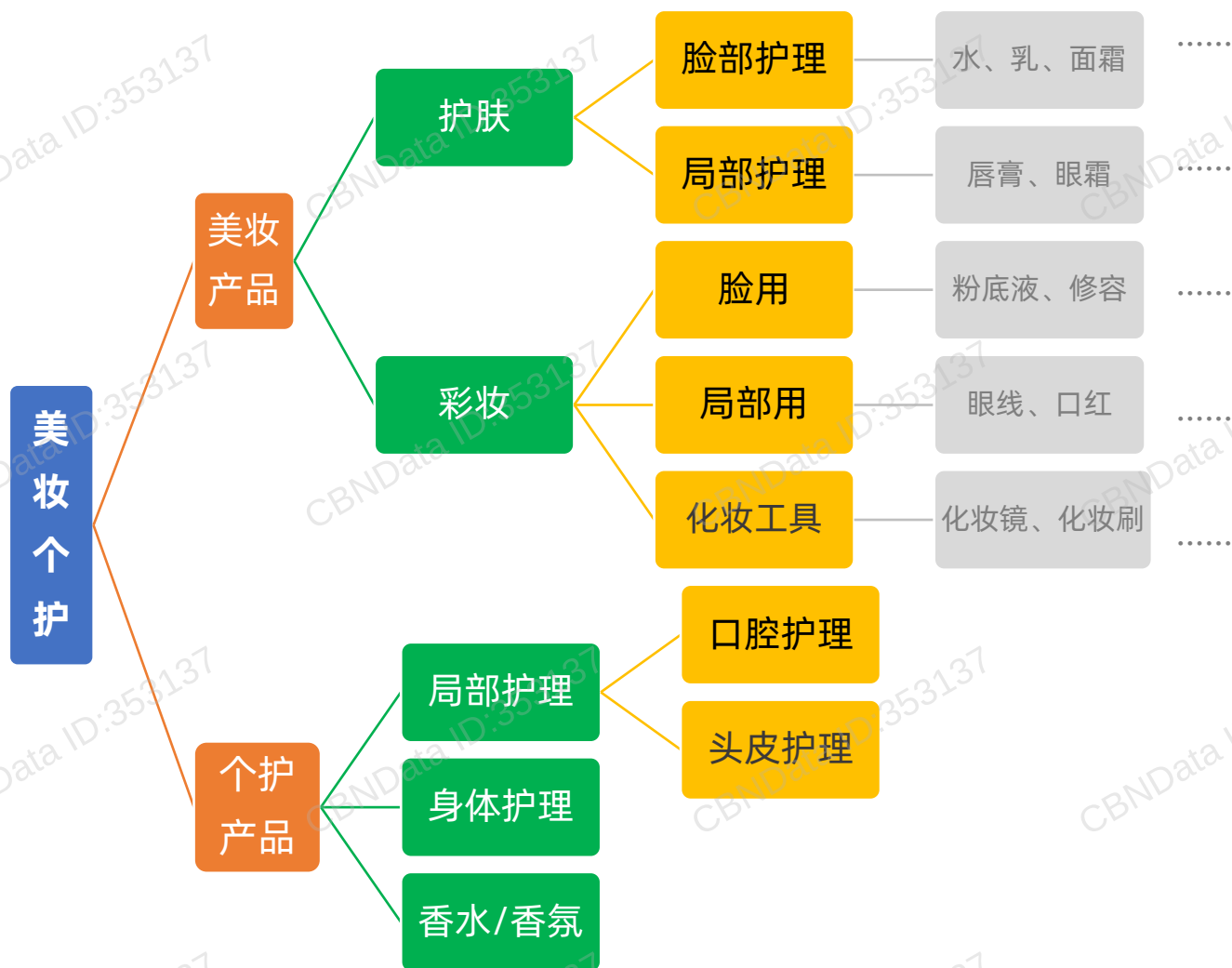


2022年 国货美妆个护新消费融资报告



IT桔子
ITJUZI.COM

关于报告的研究范围及定义：



+

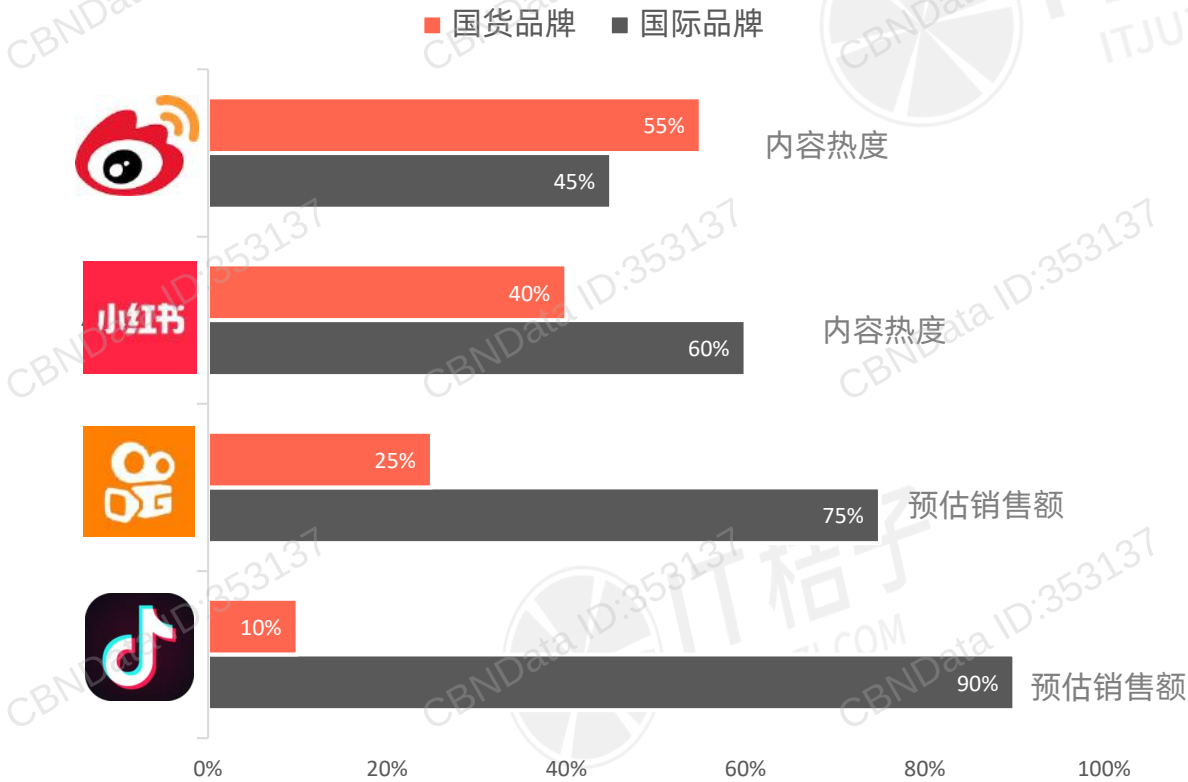
新消费

本报告以美妆个护为行业研究范围——化妆品包括以保养为目的的护肤品和以修饰为目的的彩妆产品两大类，彩妆按不同部位还可以细分为唇部用、眼部用、脸部用等；个护产品主要包括口腔护理、头皮和身体护理、香水/香氛部分个人护理产品。美妆适用于《化妆品监管条例》，标准更高，主要针对脸部使用；个护则更多采用日化用品的标准。

本报告研究侧重关注的是近几年国内新兴的美妆个护消费创业企业及其融资情况。新消费的定义是指由数字技术等新技术、线上线下融合等新商业模式以及基于社交网络和新媒介的新消费关系所驱动的新消费行为。

国货美妆品牌在万亿市场规模中异军突起

2022年三八节社交平台TOP20美妆品牌分布



截止日期：2022年2月15日~3月10日 数据来源：千瓜数据

2020年中国化妆品市场品牌市场份额占比

	大众美妆市场	中高端美妆市场
欧美	P&G 宝洁12.10% L'OREAL 欧莱雅8.90% 联合利华3.80% 强生1.80%	L'OREAL 欧莱雅18.40% 雅诗兰黛14.40% 路易威登8.80% 宝洁3.40% 香奈儿2.10%
日韩	资生堂2.80% 爱茉莉太平洋1.90%	资生堂6.10% 爱茉莉太平洋3.20% LG生活与健康2.80%
中国	百雀羚3.90% 伽蓝3.70% 上海家化2.30% 上美1.90%	阿道夫3.00% 贝泰妮2.30%

截止日期：2022年8月30日 数据来源：Euromonitor

目前中国成为除美国以外的全球第二大美妆市场，Euromonitor欧睿数据显示，2021年中国化妆品市场规模达5,726亿元，同比增长9.8%。而在2020年中国化妆品市场中，欧美品牌占据头部地位，如欧莱雅和宝洁市场份额占比在10%上下，常年居于第一梯队。但近几年国潮的兴起，国货品牌的地位有所上升。在2022年三八节期间，微博平台的国货美妆品牌内容热度已超越了国际品牌。

中国美妆行业产业链

毛利率15~30%

上游

原料供应商

香精香料

天然油脂

合成油脂

粉质原料

胶质原料

表面活性剂

包装供应商

纸质包装

玻璃包装

塑料包装

金属包装

复合材料

毛利率15~30%

中游

制造商

自有工厂

代理工厂

毛利率60~80%

品牌商

经典国货

国际品牌

新兴品牌

毛利率20~40%

下游销售商

线上渠道

电商平台

社交网络

品牌官网

其他

线下渠道

CS渠道

KA渠道

专柜渠道

免税店渠道

专业线渠道

资料来源：行行查研究中心

毛利率数据来源：艾瑞咨询

制图：IT桔子 © itjuzi.com

中国美妆个护新消费产业链图谱

制图：IT桔子 IT桔子 © itjuzi.com

零售渠道

品牌运营

产品供应链支持

电商平台

综合电商



垂直 / 跨境电商



美妆社区 / 工具



新零售门店



THE COLORIST
调色师

SEPHORA

丝芙兰 (外资)

watsons

屈臣氏 (台资)

Sasa

莎莎 (港资)

国货品牌商

护肤



HANAJIRUSHI
花印

JALA
伽蓝

彩妆

moody



YSG 逸仙

口腔护理



身体护理

Spēs



摩登巴赫

BEAST 野兽派

香水 / 香氛



DOCUMENTS



服务商

代运营



RUOYUCHEN



代理商



MCN机构



原料供应商



玻尿酸



防晒剂 / 合成香料



化学品

OEM/ODM代工厂



包装厂商



锦盛新材

REXAM



深圳市通产丽星科技集团有限公司



目录

C O N T E N T S

- PART 1 中国美妆个护行业2010年至2022年融资情况统计
- PART 2 中国美妆个护行业IPO&并购融资观察
- PART 3 中国美妆个护行业投资方焦点分析
- PART 4 新锐美妆个护初创企业与消费趋势洞察
- PART 5 美妆个护新消费独角兽企业案例及对外投资解读

第一章

中国美妆个护行业融资情况统计

中国美妆个护行业在2021年投资交易热度和金额最高

历年来国内美妆个护行业融资交易情况

股权投资 估算投资金额（亿元）



股权投资仅指一级市场的私募股权投资

截止日期：2022年8月29日 数据来源：IT桔子 © itjuzi.com

2008~2014年，国内美妆个护行业经历了私募投资的萌芽阶段，期间有少量的投资交易出现；2015~2020年则迎来了明显的波动增长态势。2021年达到高峰，年内共发生132起投资事件，同比增长63%；估算涉及总金额约136.19亿元，较上年增长77%。

到2022年，伴随着新消费整体热度的下行，国内美妆个护行业进入“新常态”：行业内投资事件回归疫情前的水平。截至8月，共有投资事件38起，投资金额约34.92亿元。

与酒水饮料细分赛道对比，中国美妆个护行业在整个一级市场的投资热度、吸金能力总体呈现了平稳且向上的趋势，没有过热也不会过冷。