



化妆品行业双十一大盘& 美妆表现总结：国货崛起 分化持续



2022 年“双十一”交易额破万亿，增速小幅提升：其中综合电商平台小幅下降，直播电商增长显著。“双十一”交易额持续增长，经济疲软、疫情反复的影响下，增速仍实现小幅提升。根据星图数据，2012-2022 年“双十一”

全网交易总额持续增长，2022 年综合电商平台+直播平台累积销售额达到 11154 亿元，同比 8.7%。

综合电商地位稳固：前三甲为天猫、京东、拼多多，地位稳固，其中天猫与去年整体持平，去年为 5403 亿元；直播电商洗牌：前三甲分别为抖音、点淘、快手；去年排名顺序为点淘、快手、抖音；抖音增长快速，淘系直播受到超头震荡影响竞争能力有所下降；抖音则呈现百花齐放、做大做强的局面。

各大国货美妆公司双十一表现亮眼：1) 珀莱雅：位列全平台国货美妆销售第一，多个产品销售额破亿。主品牌珀莱雅天猫、抖音、京东均位列国货美妆 No.1，增速分别为 120%+、120%+、110%+。2) 贝泰妮：薇诺娜位列天猫、抖音、快手美妆类目 NO.6、NO.7、NO.7；天猫超市美妆 NO.1、唯品会国货美妆 NO.1、京东国货美妆 NO.2。3) 华熙生物：米蓓尔天猫 GMV 破 1.5 亿，同比增长 125%。抖音 GMV 超 5000 万，同比增长 500%+。蓝绷带、粉水位列国货涂抹面膜、爽肤水产品类 NO.1。肌活 GMV 破 1 亿，其中天猫、抖音分别 6200 万、3000 万。夸迪位列天猫美妆护肤榜 NO.12。

投资建议：美妆作为大促重要支撑品类，看好双十一大促对美妆带动效应，国货美妆龙头凭借研发实力持续进行全方位品牌升级，在国货认可度提升下头部美妆品牌具备发展动能，韧性继续彰显。建议关注：大单品持续验证、把握功效护肤红利的国货龙头珀莱雅、贝泰妮、华熙生物。

风险提示：新产品销售不及预期；渠道扩张不及预期；疫情反复影响终端需求；行业竞争加剧风险；宏观经济下行风险。

关键词：疫情 直播

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_48953

