



2018
化妆品行业报告



蜜蜂内参

不要错过**让你洞察**整个商业世界的蜜蜂内参

每日精选资料给您

不定期分享顶级外文期刊

扫码免费入群

蜜蜂学堂



目 录

C o n t e n t

1. 行业概览
2. 品类分析
3. 男士化妆品
4. 人群分析



One

行业概览

2018年，化妆品行业整体流量稳中有升，男士化妆品持续小幅下滑，移动端流量增速迅猛

美发护发和护肤产品增长最快，洁面仪呈降温趋势，美容仪市场依旧火爆

高端品牌持续受追捧；韩国品牌的关注度连涨3年首次出现下滑；品牌跨界合作全面开花

化妆品行业总体流量稳中有升

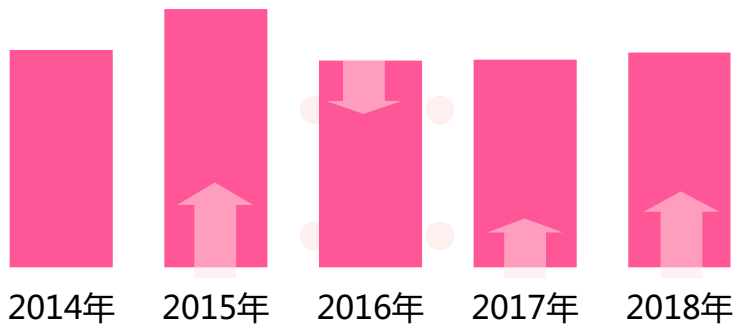
化妆品行业2018年流量环比增长3.8%，增速超过2017年(0.6%)

男士化妆品流量近3年持续微弱下滑

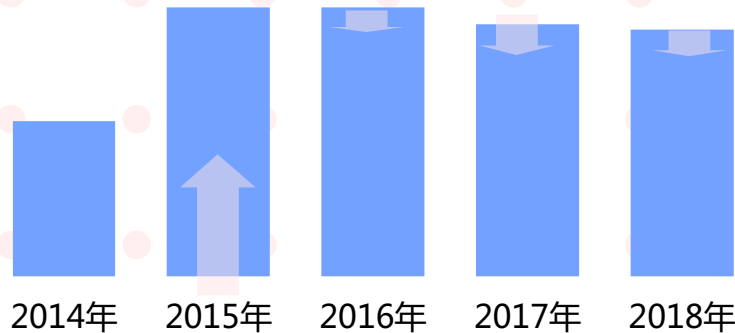
3.8%

-2.0%

化妆品行业2018年环比增长



男士化妆品2018年环比增长



移动端流量持续增长

化妆品行业移动端流量快速增长，2018年移动端流量同比增长186.5%，占比接近40.0%

186.5%

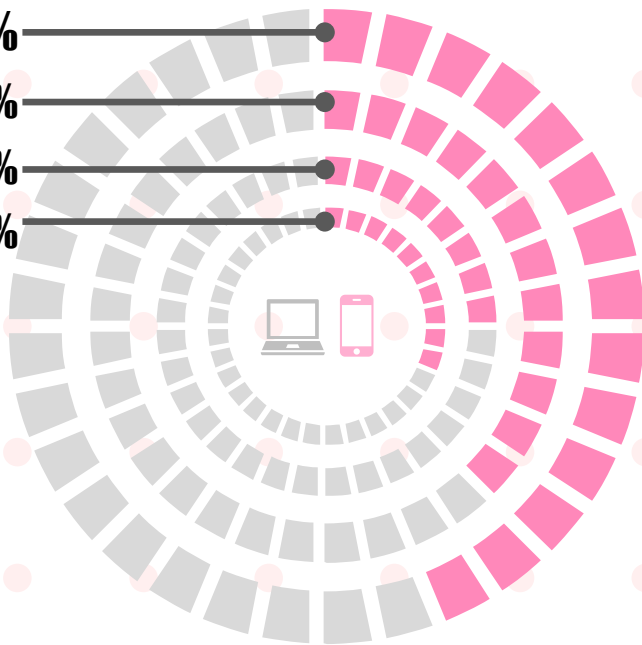
移动流量2018年增长率

2018Q4 38.6%

2018Q3 32.2%

2018Q2 22.5%

2018Q1 29.4%



护肤成份和彩妆试用的关注度明显提升

化妆品产品（含：产品通用词、品牌产品词，如：男士护肤品、玉兰油洗面奶）和口碑评价关注度最高，流量占比之和超过5成

化妆品使用方法、成份和试用的关注度近年持续提升；护肤成份如：烟酰胺、神经酰胺、寡肽、VE等关注度明显提升；试用主要针对彩妆，如：口红试色、腮红小样等

30.4%

产品

23.7%

口碑评价

18.3%

使用方法

14.6%

品牌

8.4%

品牌专卖

4.6%

其他

使用方法

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年

成份

关注度：0.5%

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年

试用

关注度：0.2%

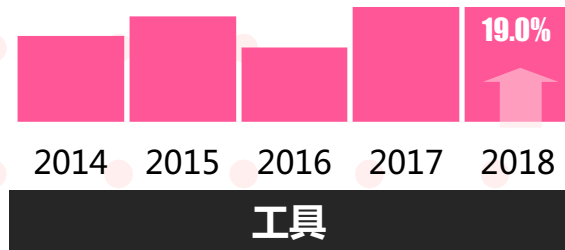
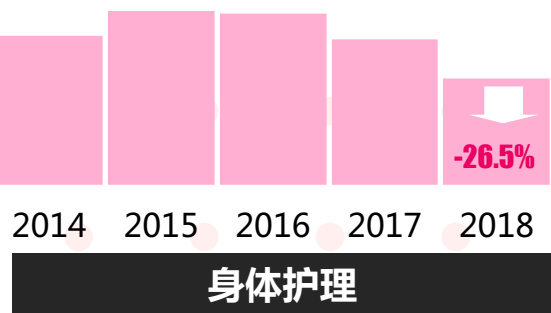
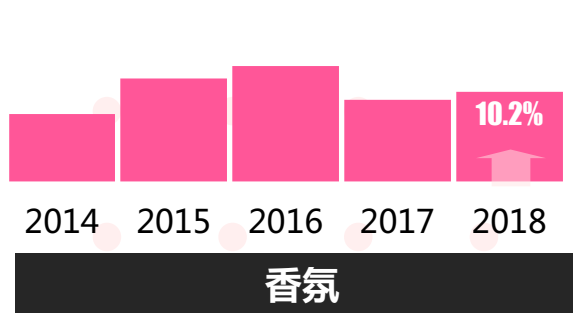
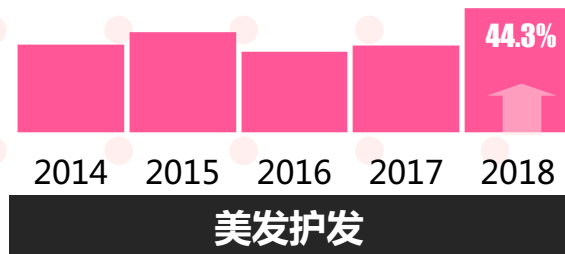
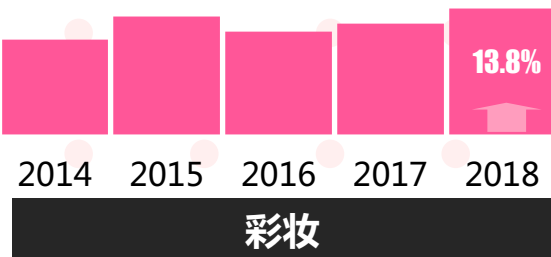
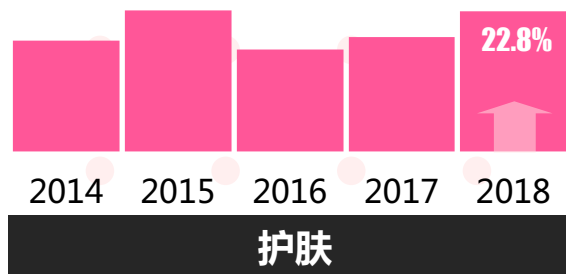
2014年 2015年 2016年 2017年 2018年

2014年~2018年

美发护发和护肤品增长最快

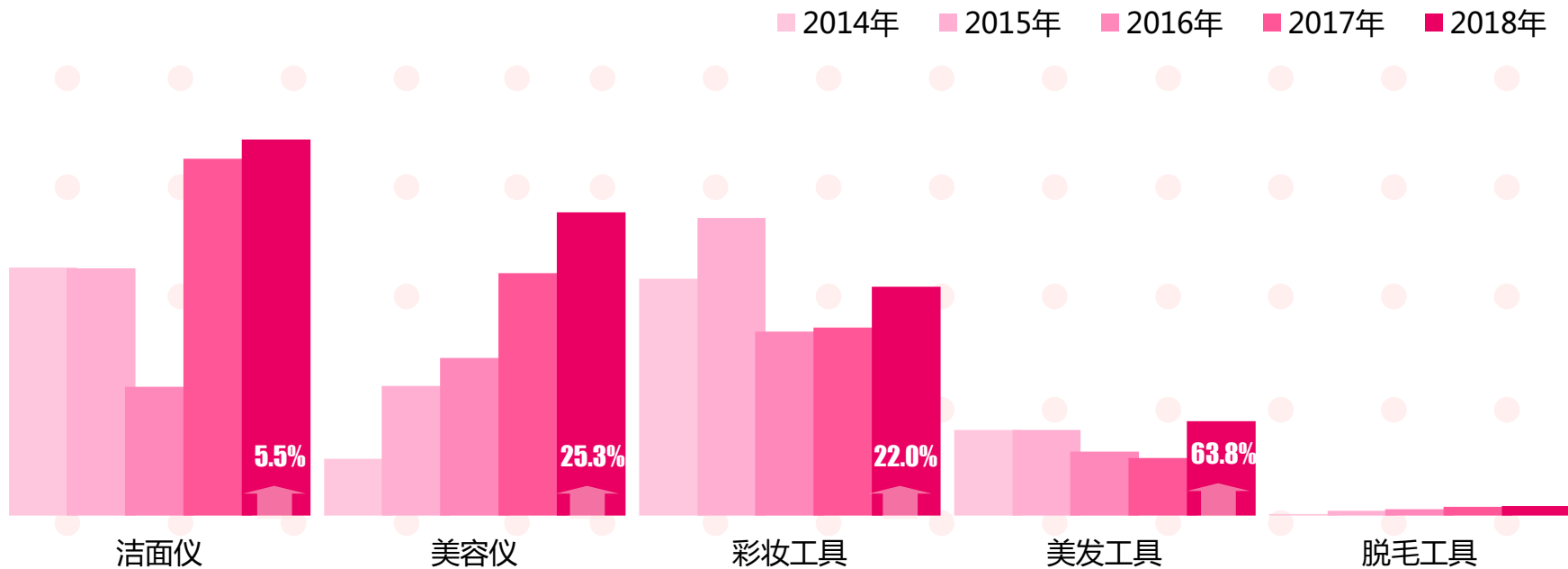
身体护理类关注度连续两年下滑

工具类增速放缓，流量增长低于2017年(55.7%)



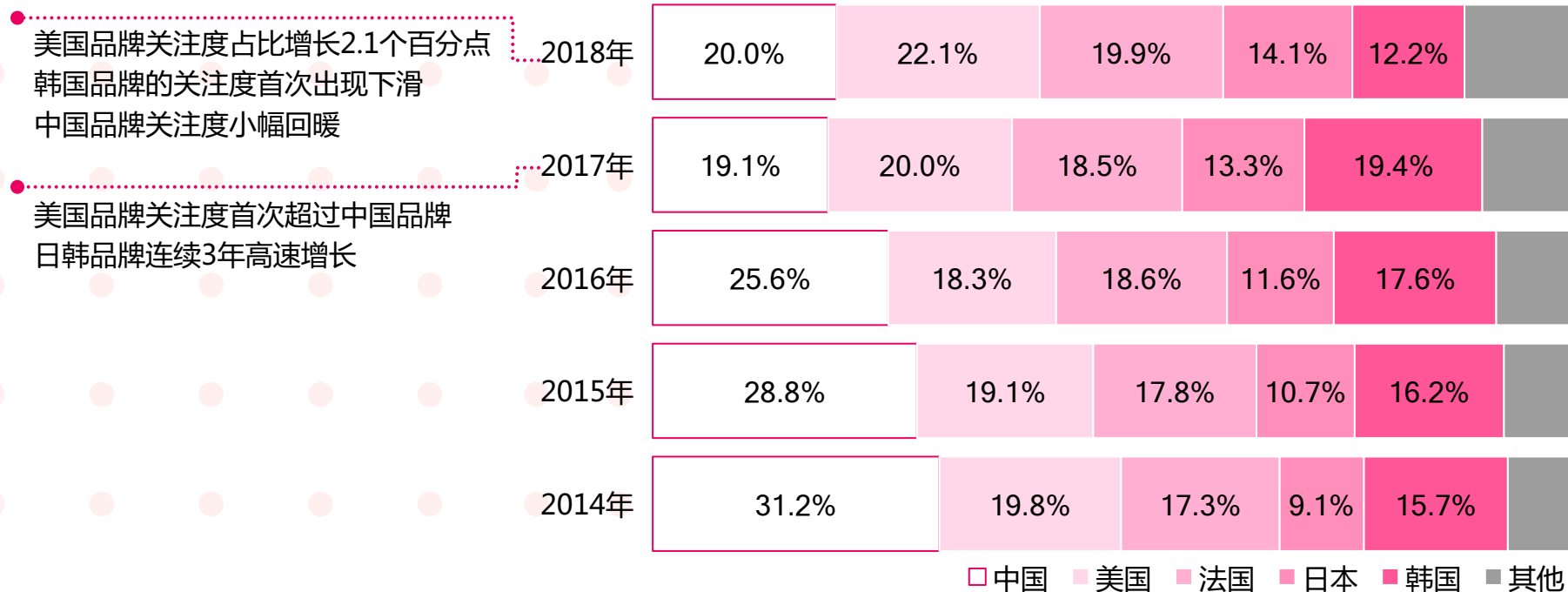
洁面仪降温，美容仪持续火爆

工具类关注度增速放缓主要受洁面仪的影响，2018年洁面仪流量增长仅为5.5%；低于工具类总体增速(19.0%)



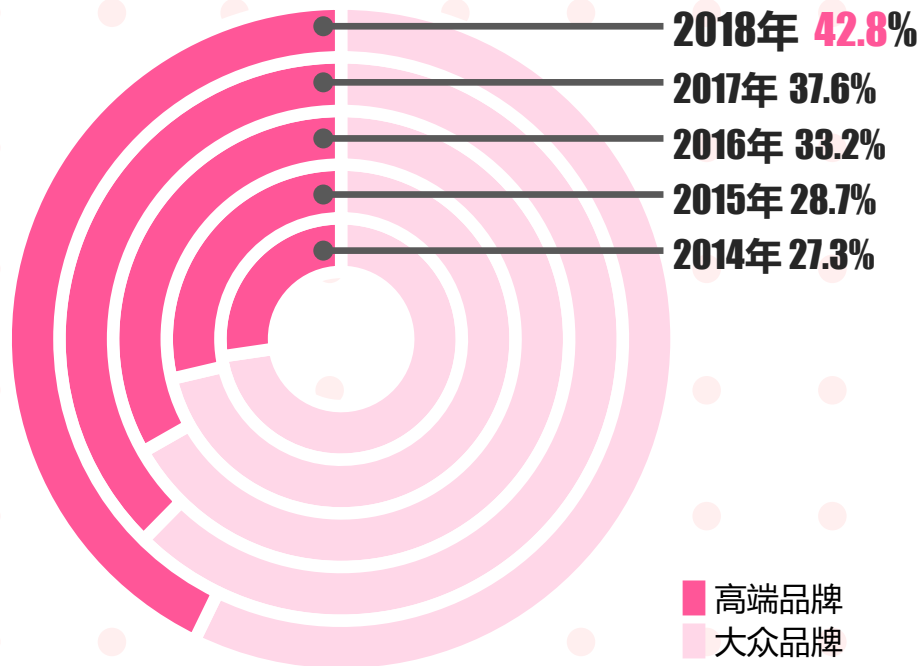
美国品牌增长最快 韩国品牌关注度首次下滑

中美法日韩外的其他国家化妆品牌关注度逐年增加，2018年其他国家化妆品牌关注度之和首次超过10.0%



高端品牌需求旺盛

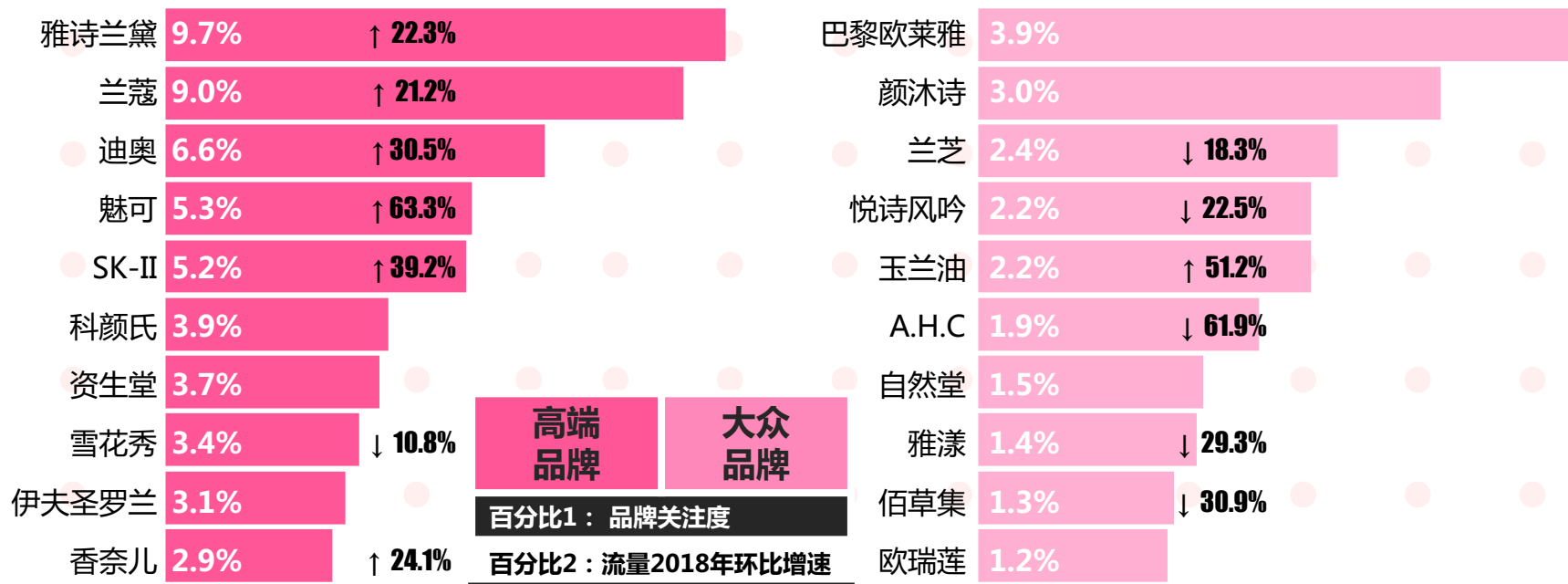
高端品牌关注度持续增长，2018年流量占比超过40.0%



高端品牌流量普遍增长

TOP 10高端品牌的关注度之和超50.0%，前5品牌流量均出现较大幅度增长

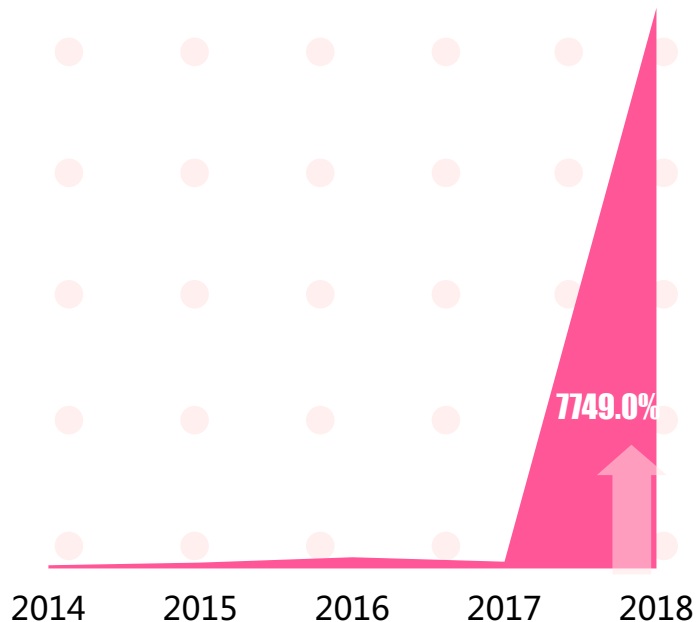
TOP10榜单的韩国品牌：雪花秀、兰芝、悦诗风吟和A.H.C流量均下滑；赫妍跌出TOP 10高端品牌榜单



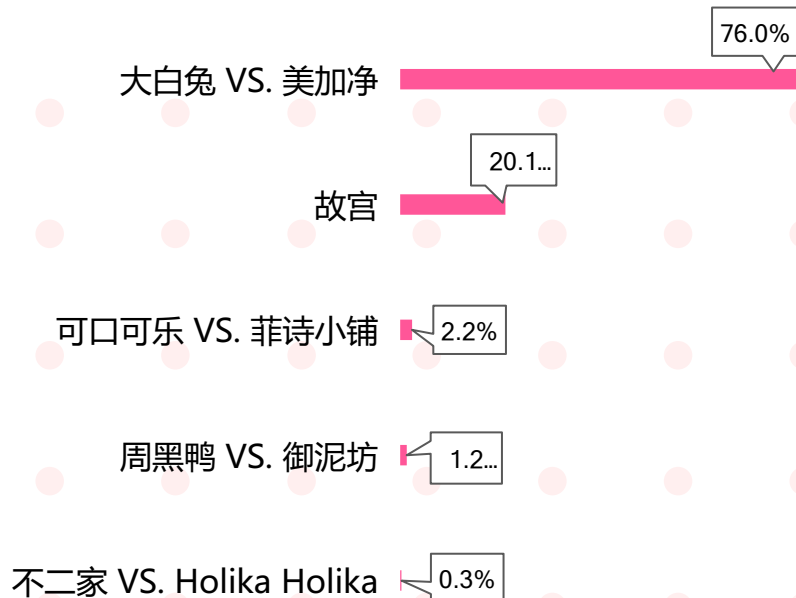
跨界合作风头正盛

2018年，化妆品的跨界合作全面开花，流量增长了77倍

大白兔润唇膏以情怀取胜，关注度超越了故宫彩妆



Top 5
联名跨界品牌





Two

品类分析

2018年做个“内外兼修”的精致女孩/男孩：内在护肤升级，精华需求持续增长，全年防晒渐成趋势，眼部护肤品的功效需求增强；外部妆容追求精致持久，“入门”产品口红、眼影，和“升级”产品高光、定妆品市场火爆

品牌竞争更激烈，相对稳定的TOP 10排名逐渐被新品、小众品牌打破，“网红”产品提升了中美法日韩之外其他国家化妆品牌的关注度



彩 妆

C o s m e t i c s

美发护发

H a i r p r o d u c t s

护 肤

S k i n c a r e

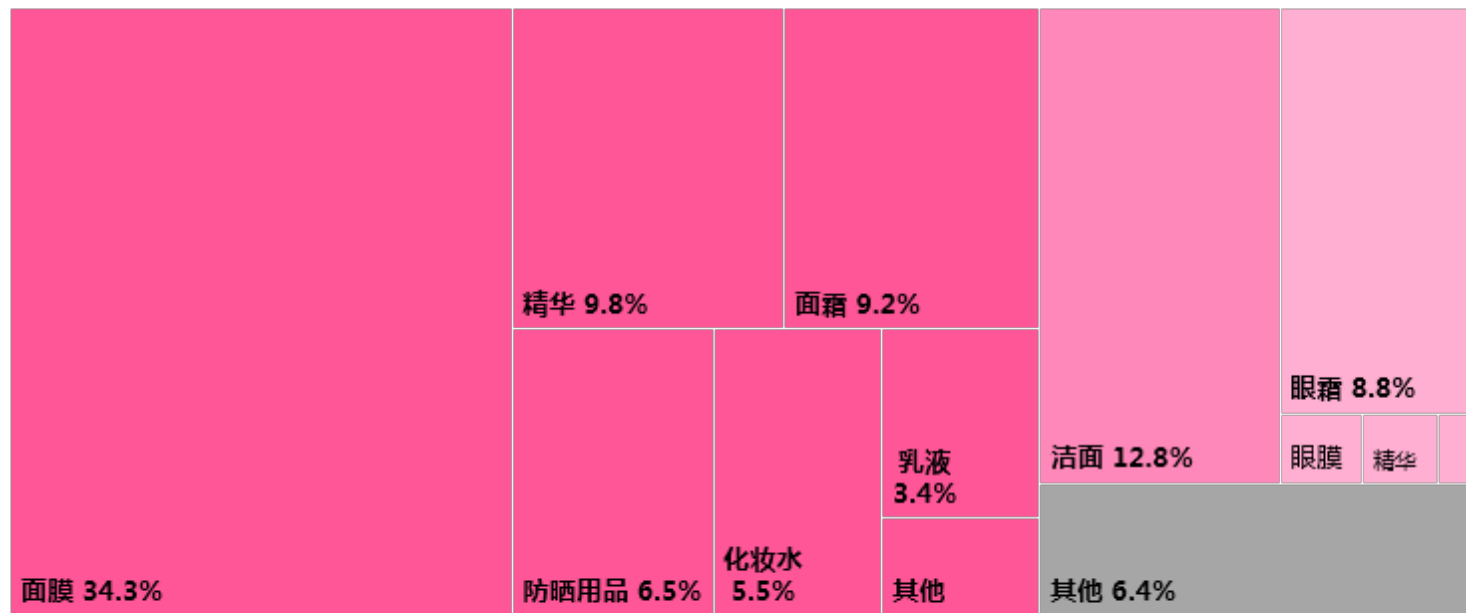
香 氛

P e r f u m e

面膜关注度最高

护肤品中，面部护理产品关注度最高，眼部护理和洁面产品的关注度相当

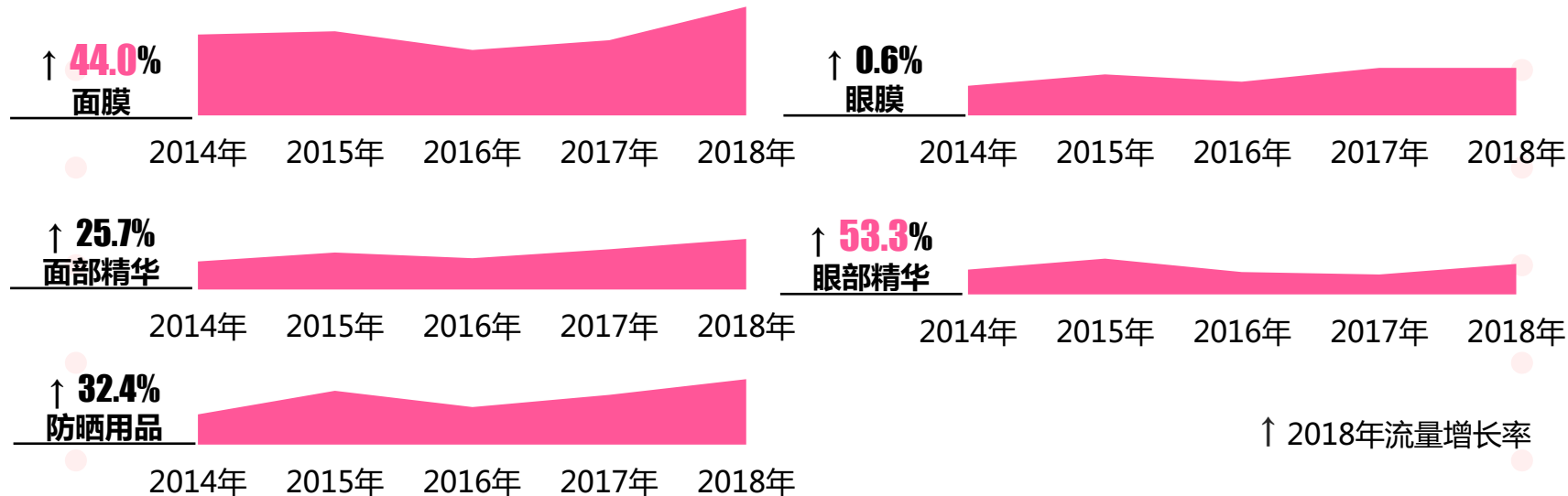
细分产品中，面膜关注度高达34.3%，面部精华、面霜和眼霜的关注度接近10.0%



■ 面部护理 ■ 眼部护理 ■ 洁面 ■ 其他

面膜和眼部精华增长最快

经过2017年的高速增长，眼膜2018年流量平稳，与2017年基本持平



眼部护肤品的功效需求增长明显

去眼袋，去黑眼圈功效护肤品2018年关注度有明显提升，特别是去眼袋功效，流量增长了87.4%

祛斑 26.7%

祛痘 19.7%

美白 13.7%

保湿 8.7%

防晒 7.5%

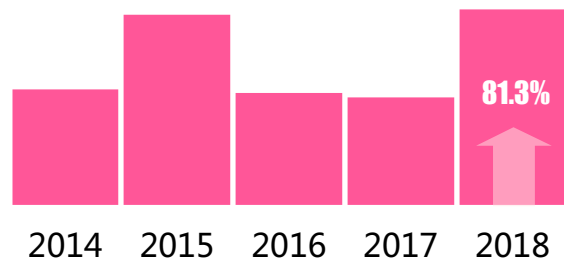
抗衰老 6.1%

祛痘印 3.9%

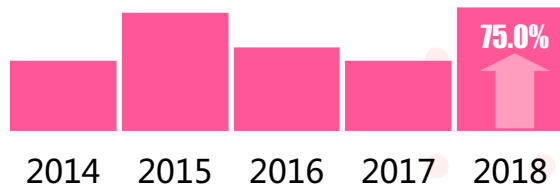
去眼袋 3.7%

去黑眼圈 2.5%

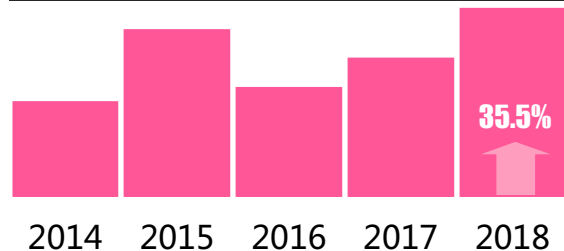
去脂肪粒 1.7%



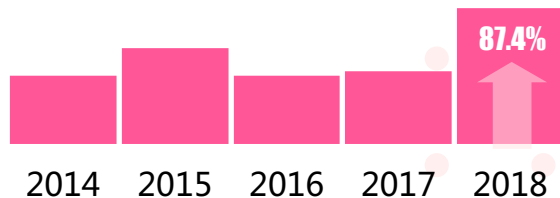
美白



保湿



防晒



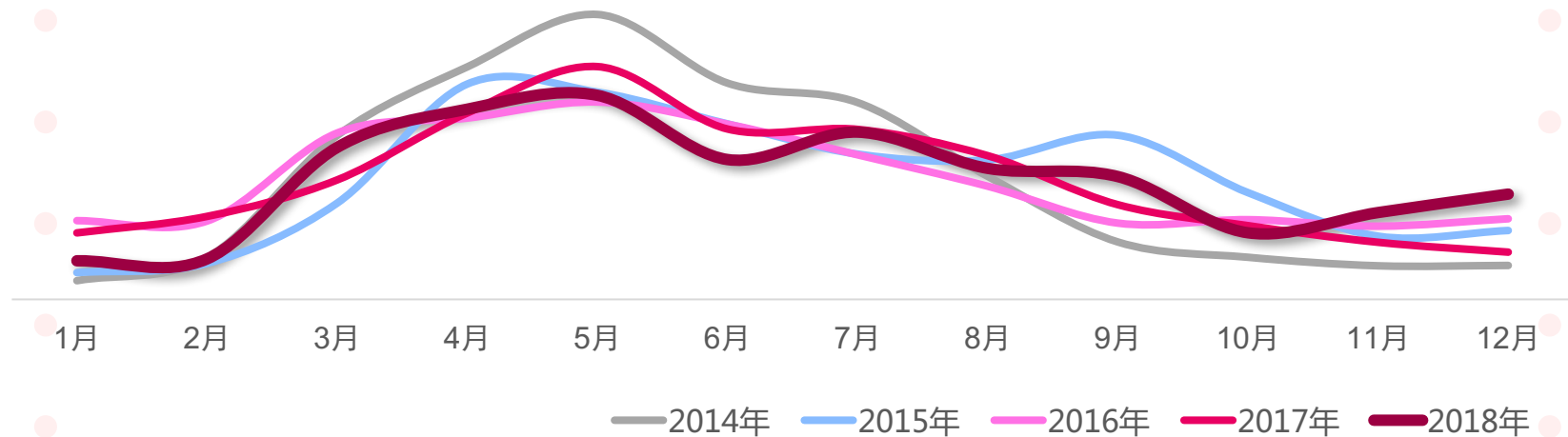
去眼袋

2014年~2018年

Source : 360大数据, 2018年

全年防晒渐成趋势

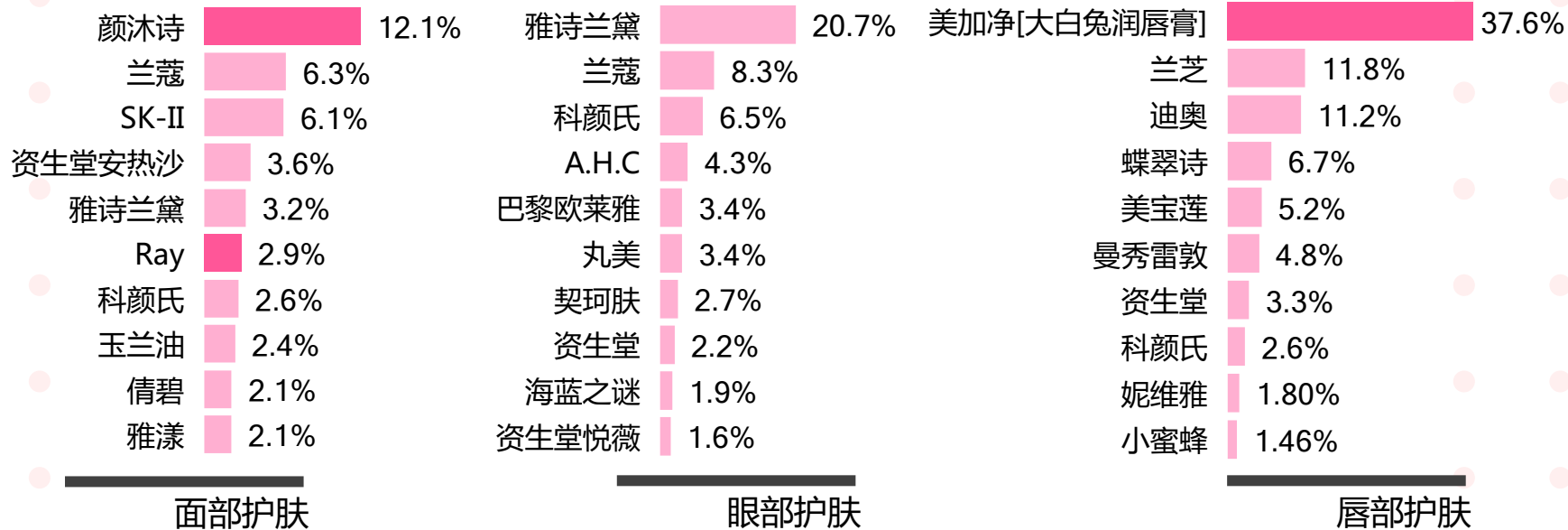
2018年防晒功效护肤品不仅流量增长了35.5%，且相对往年趋势更平缓，全年防晒正在成为趋势



面部护肤品中面膜品牌攀升明显

面部护肤中两个面膜品牌关注度：颜沐诗和Ray，其中颜沐诗为2018年新品牌；Ray为泰国品牌，泰国品牌近两年迅速蹿红可见一斑

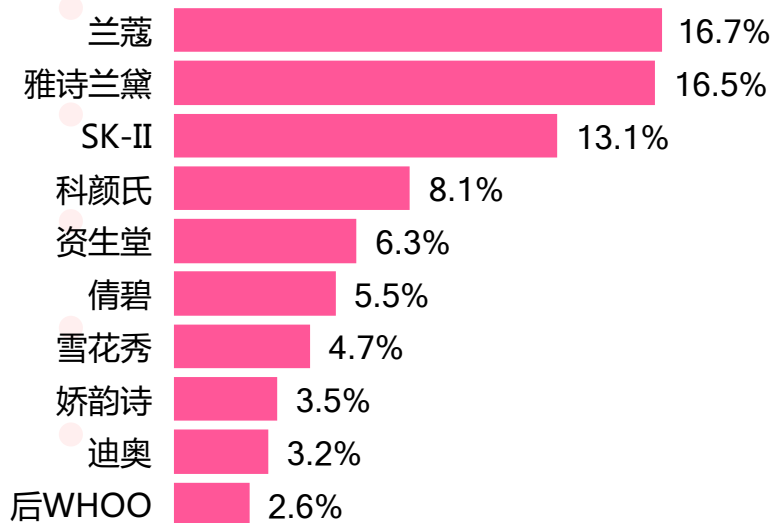
眼部护肤中雅诗兰黛仍保持优势地位；大白兔润唇膏有效提升了美加净唇部护肤品的关注度



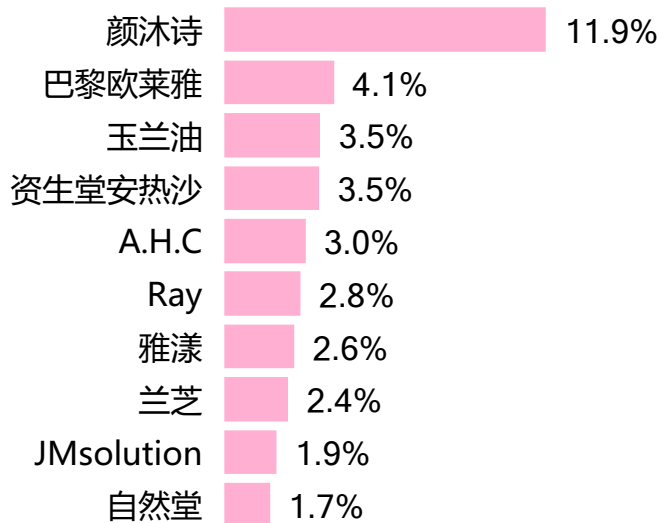
4品牌晋升TOP 10榜单

高端护肤品排名较稳定，韩国品牌后WHOO首次进入TOP 10榜单

大众护肤榜单的新晋品牌中，颜沐诗、Ray的面膜关注度较高；JMsolution的防晒品更热门

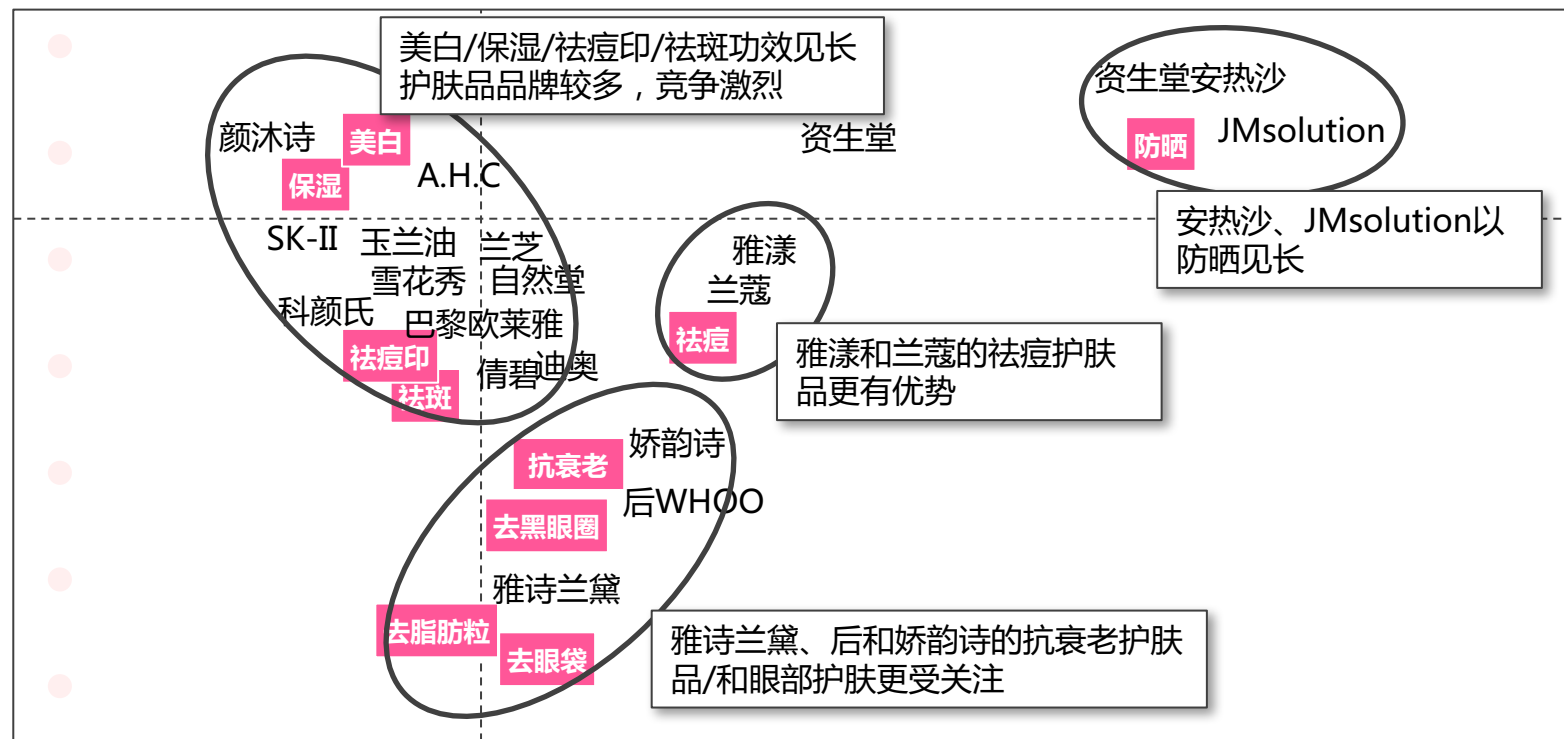


高端品牌



大众品牌

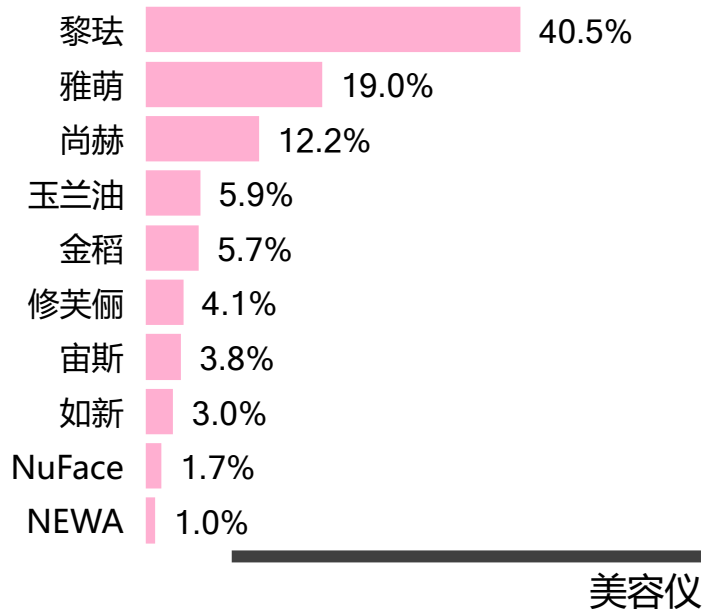
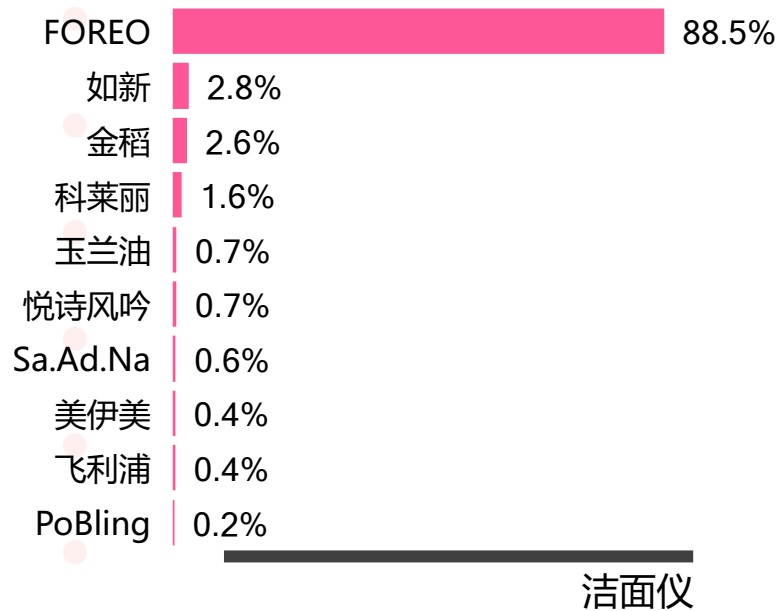
各品牌护肤品的功效优势大不同



护肤工具品牌关注度

FOREO洁面仪持续保持绝对优势地位

美容仪市场竞争激烈，黎珐品牌关注度相较2017年（70.1%）明显下滑





彩 妆

C o s m e t i c s

美发护发

H a i r p r o d u c t s

护 肤

S k i n c a r e

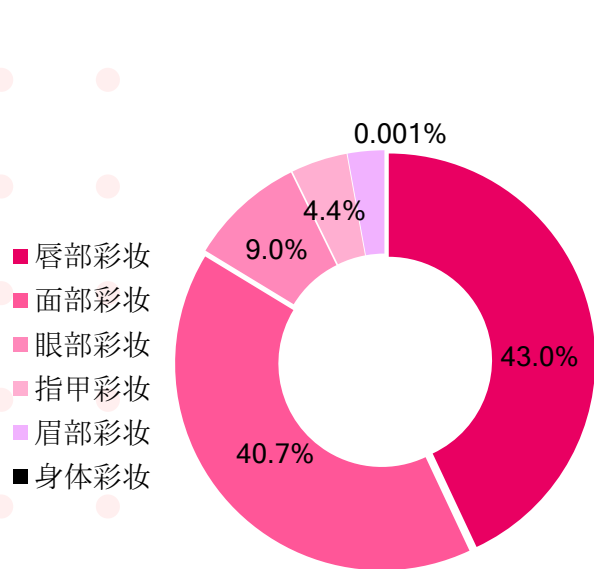
香 氛

P e r f u m e

唇部彩妆持续增长

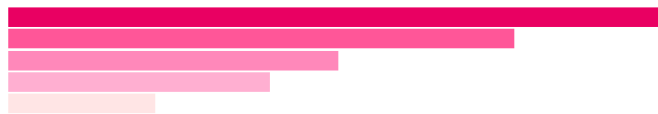
唇部彩妆关注度首次超过面部彩妆，且保持29.2%的高速增长

身体彩妆：婚纱霜、身体素颜乳近两年逐渐受到关注

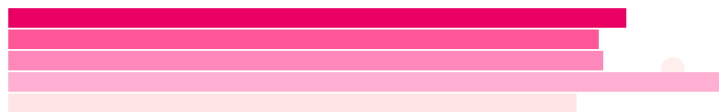


2018年 2017年 2016年 2015年 2014年

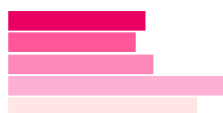
↑ 29.2%
唇部彩妆



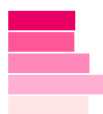
↑ 4.6%
面部彩妆



↑ 8.1%
眼部彩妆



↑ 1.7%
指甲彩妆



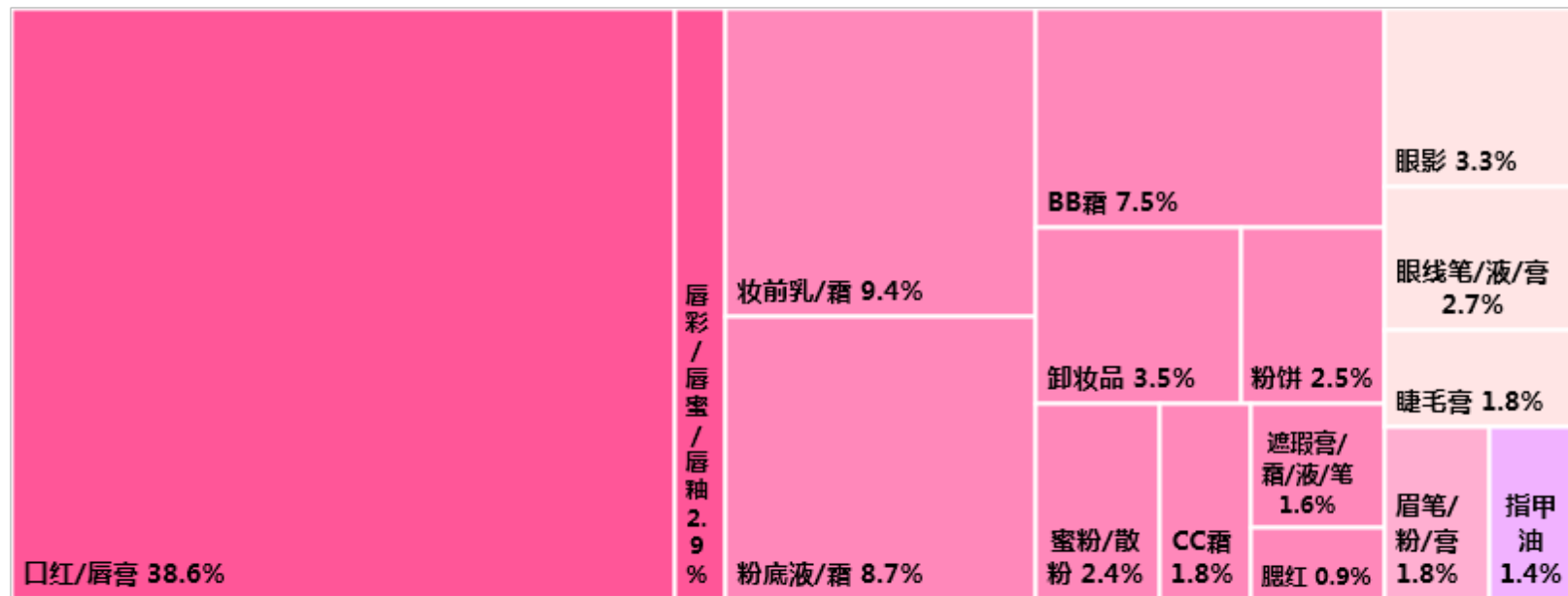
↑ 10.3%
眉部彩妆



↑ 2018年流量增长



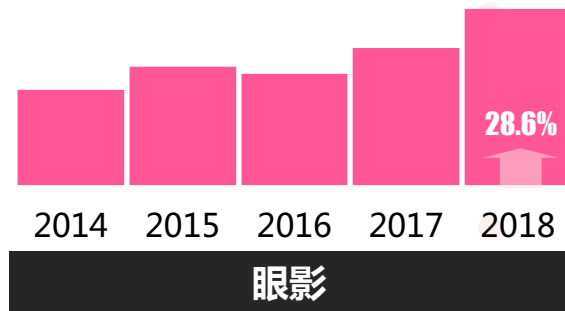
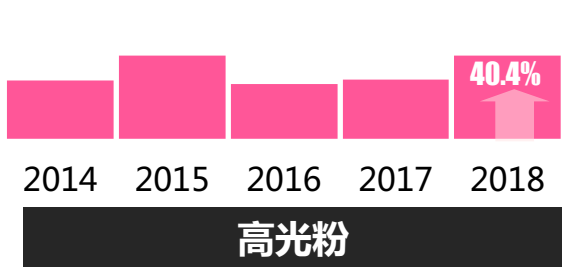
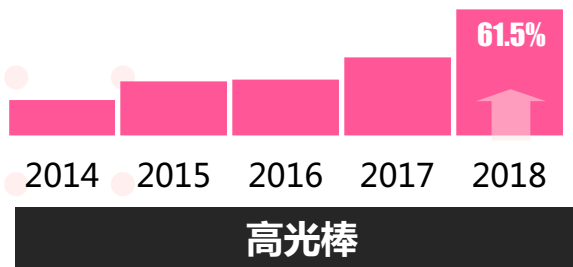
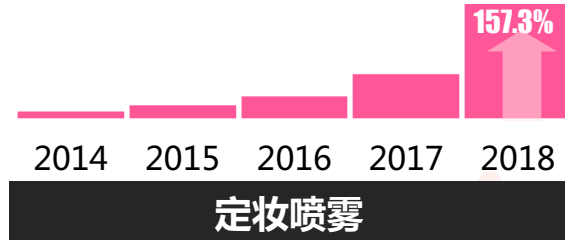
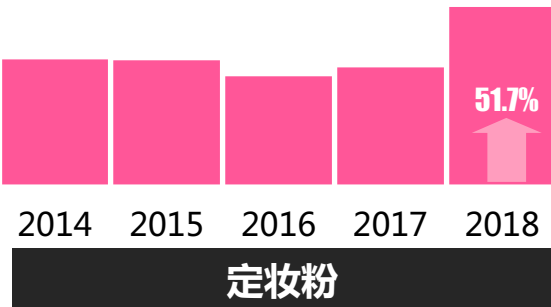
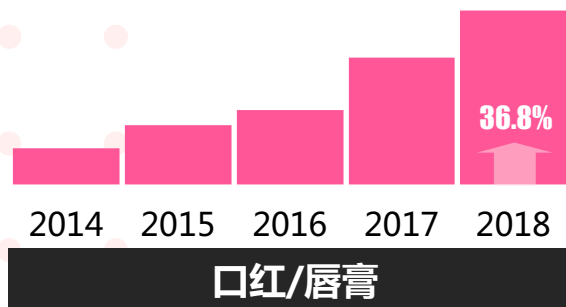
口红关注度远高于其他彩妆产品



■ 唇部彩妆 ■ 面部彩妆 ■ 眼部彩妆 ■ 眉部彩妆 ■ 指甲彩妆

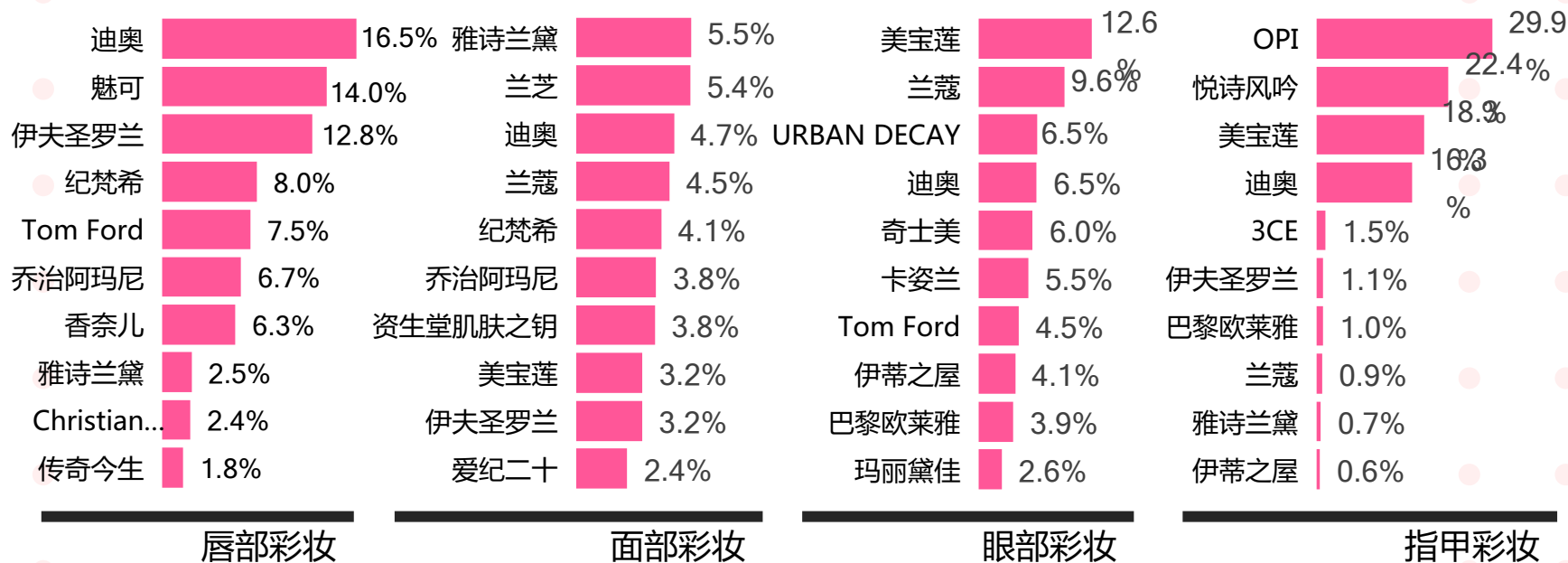
高光和定妆产品增长最快

可见，除基础彩妆外，用户追求更加精致持久的妆容



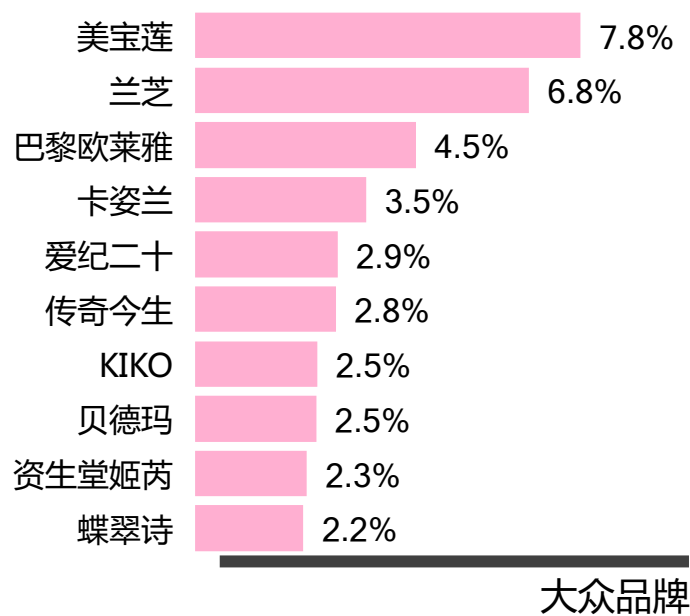
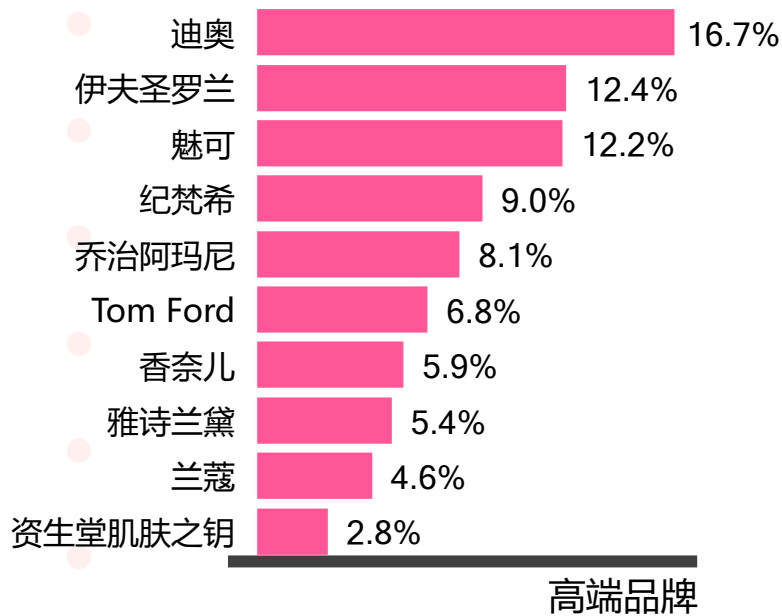
彩妆品牌关注度

“萝卜丁” (Christian Louboutin)口红、传奇今生口红、爱纪二十气垫BB、Tom Ford眼影盘等热门彩妆，有效提升了品牌在细分品类的关注度



彩妆品牌关注度

高端彩妆品牌TOP 10榜单较稳定；大众彩妆中新晋上榜品牌有:爱纪二十、传奇今生和KIKO
对比2017年，高端品牌赫妍、大众品牌玛丽黛佳排名下降跌出榜单





彩 妆

C o s m e t i c s

美发护发

H a i r p r o d u c t s

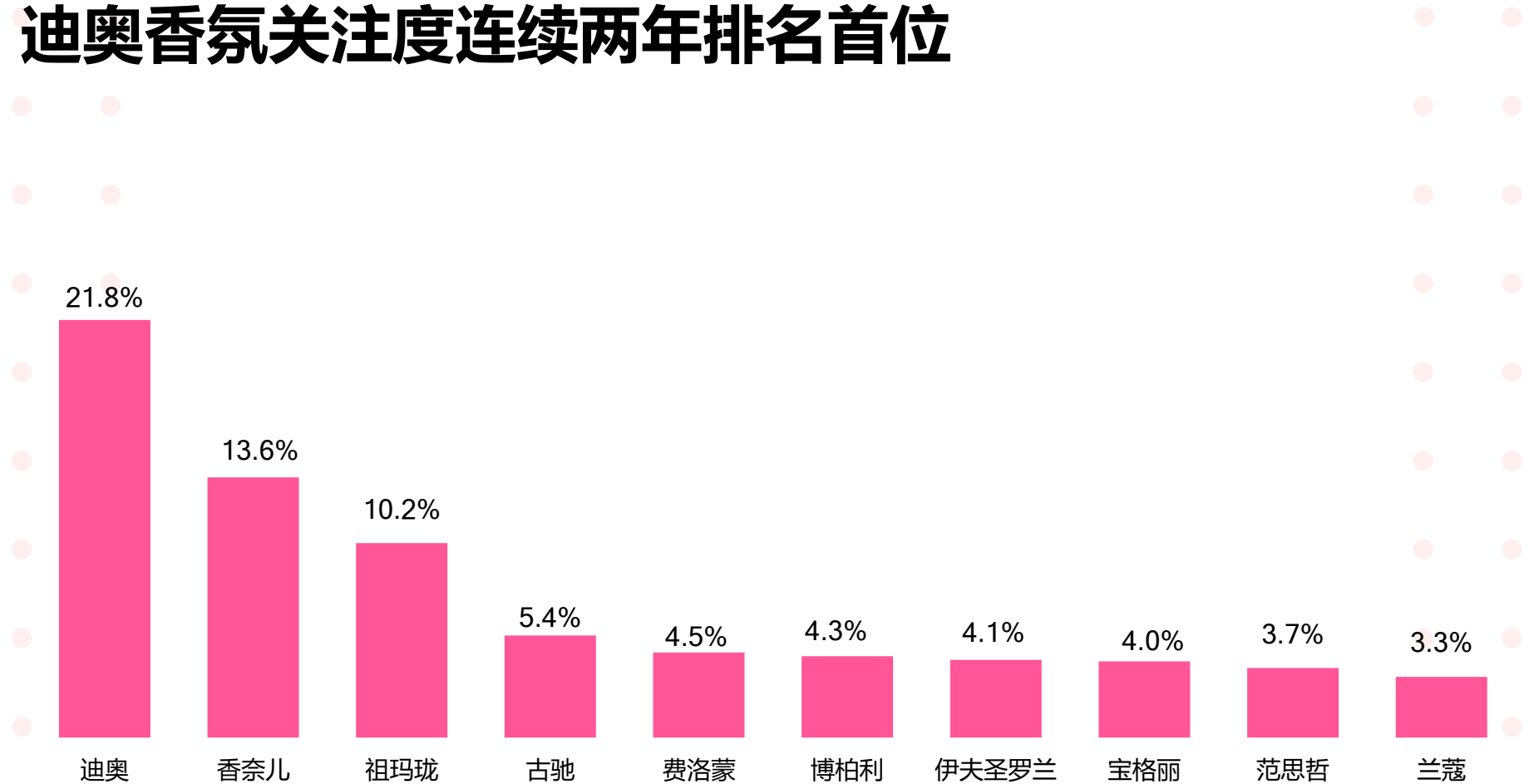
护 肤

S k i n c a r e

香 氛

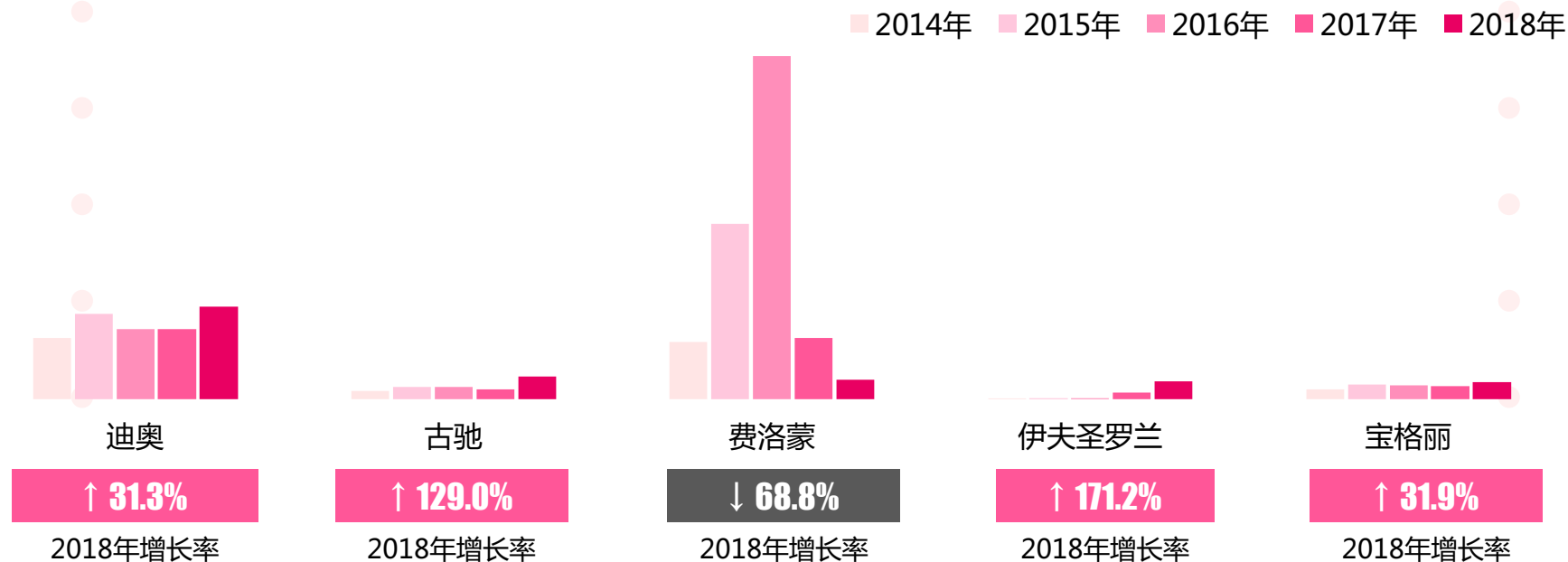
P e r f u m e

迪奥香氛关注度连续两年排名首位



古驰和伊夫圣罗兰增长最快

2018年TOP 10香氛品牌中，流量波动超过30.0%的品牌有：迪奥、古驰、费洛蒙、伊夫圣罗兰和宝格丽
费洛蒙香水迅速褪流行





彩 妆

C o s m e t i c s

美发护发

H a i r p r o d u c t s

护 肤

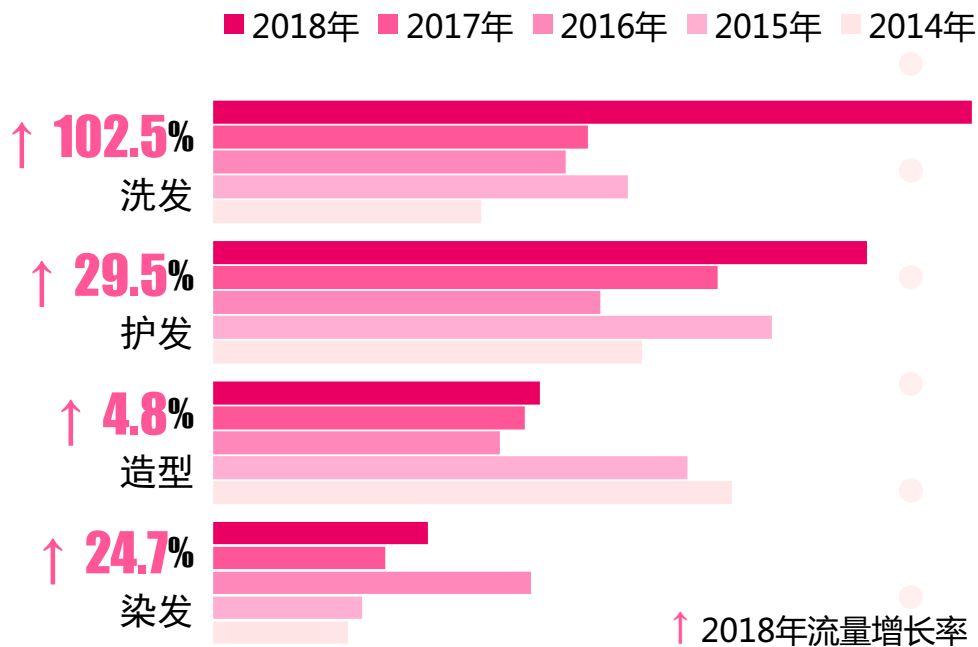
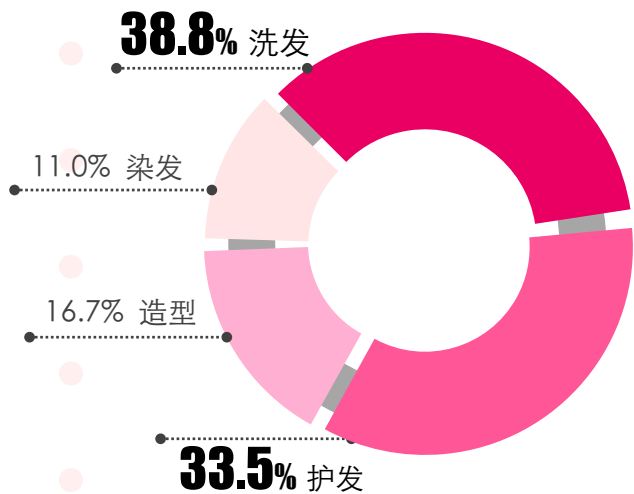
S k i n c a r e

香 氛

P e r f u m e

基础洗护产品关注度高

美发护发产品中，基础洗护类关注度高增速快，流量占比之和超过70.0%



脱发问题困扰大众

“今天你脱发了吗？” 不仅是一个微博话题：过去一年，美发护发产品的功效需求中，防脱、生发需求排名前两位，流量占比之和超过8成，且增速迅猛

45.2%

防脱

37.8%

生发

5.3%

去头屑

5.0%

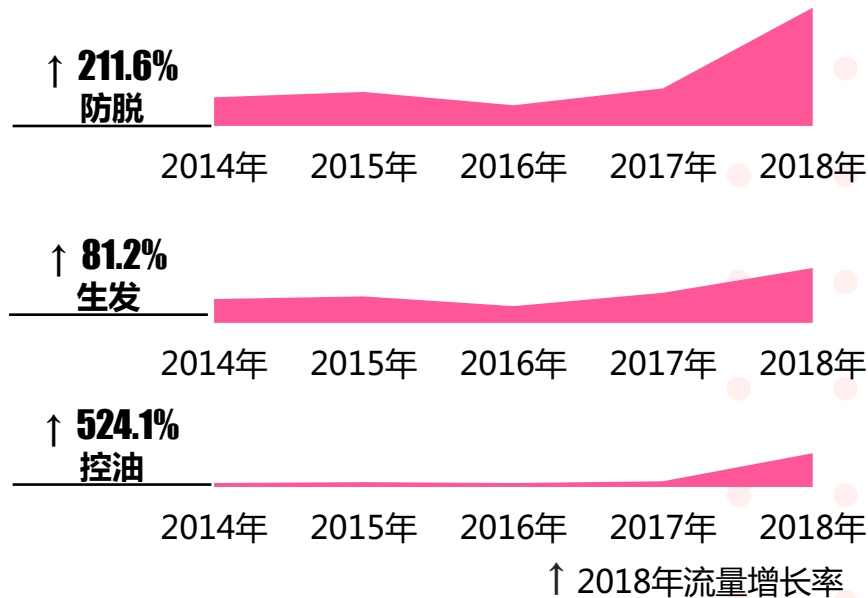
控油

3.0%

乌发

3.7%

其他

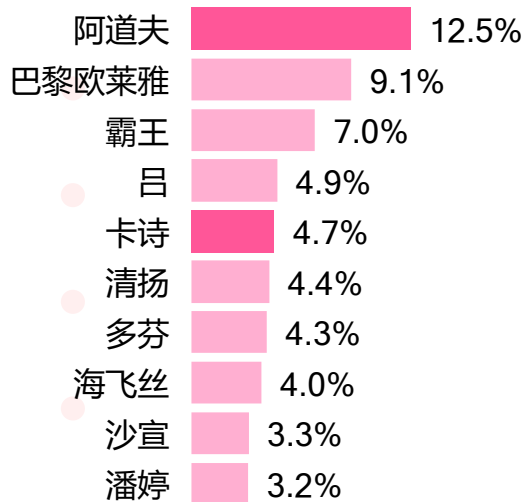


2014年~2018年

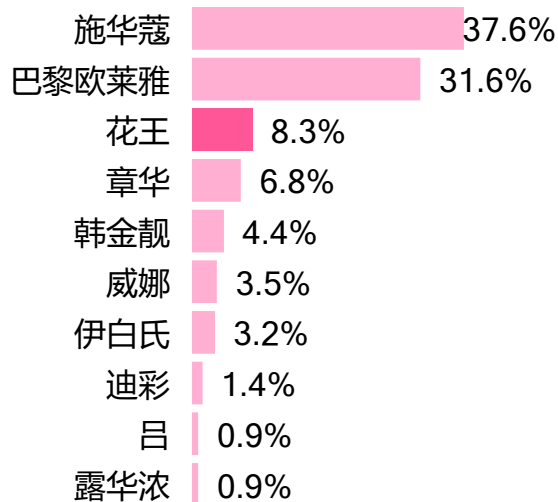
美发护发品牌关注度

巴黎欧莱雅的优势地位被打破，在洗护和染发产品中关注度排名降至第二位

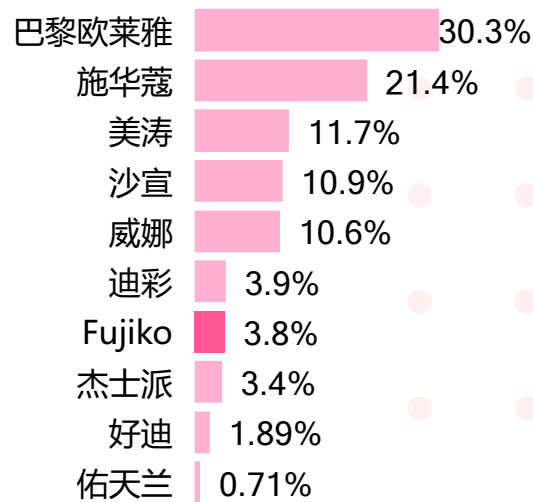
2018年增长最快的黑马：阿道夫洗护类产品关注度排名首位，且流量增长了88.2%；卡诗洗护类流量增长了192.9%；花王染发产品流量增长了143.3%；Fujiko造型产品(蓬蓬粉)流量增长了1396.3%



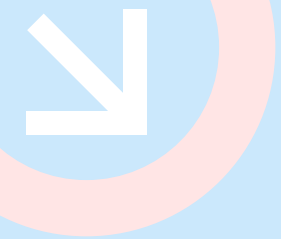
洗发护发



染发



造型



Three

男士化妆品

男士化妆品总体流量小幅下滑，其中护肤、彩妆、美发护发、香氛等主要品类均有增长，仅身体护理类降幅较大

男士更偏爱高端品牌，关注度TOP 10的品牌中，增长最快的均为高端品牌

男士化妆品移动端流量增长更快

194.7%

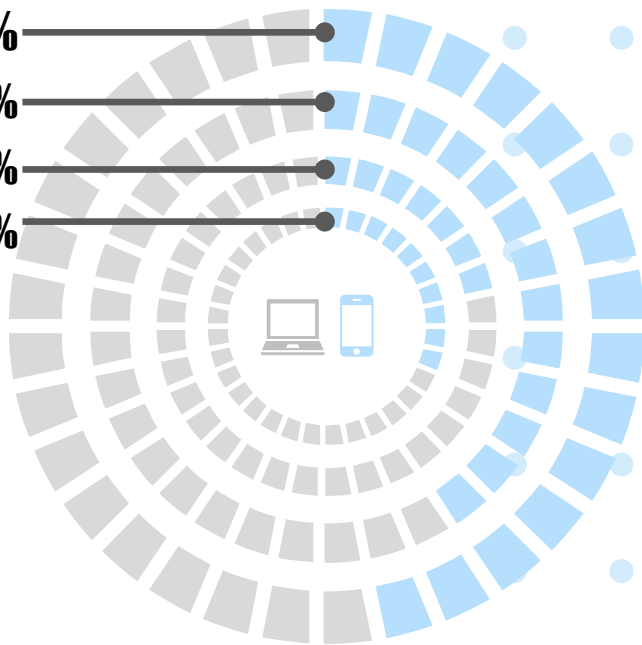
移动流量2018年增长率

2018Q4 41.2%

2018Q3 34.4%

2018Q2 17.3%

2018Q1 27.1%



选购男士化妆品更依赖口碑评价

男士化妆品口碑评价的流量占比偏高（高于化妆品行业整体情况：23.7%）

54.8%

产品

27.8%

口碑评价

10.0%

使用方法

6.2%

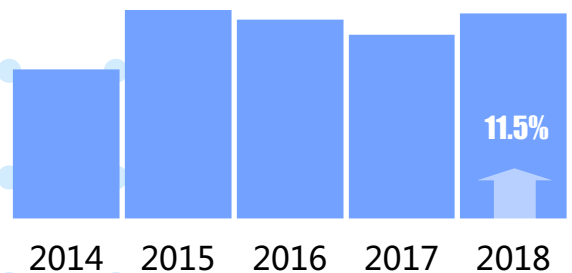
品牌

1.2%

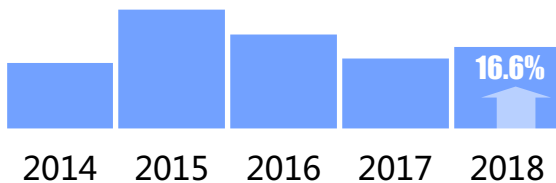
其他

男士美发护发增长最快

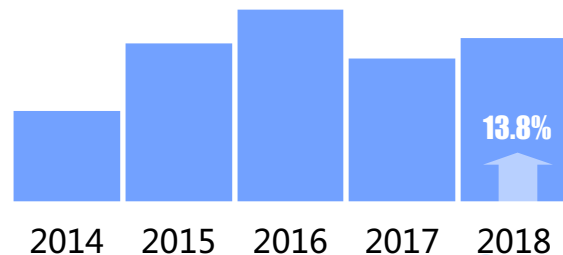
男士美发护发产品的流量增长，主要源自男士防脱洗发水流量的增长



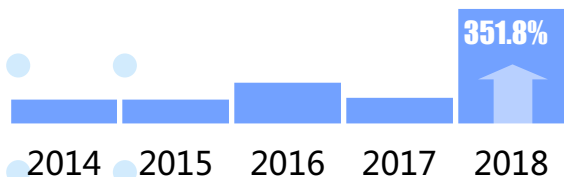
护肤



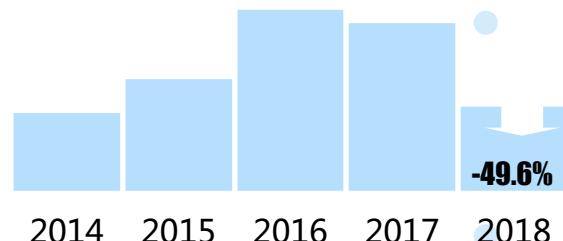
彩妆



香氛



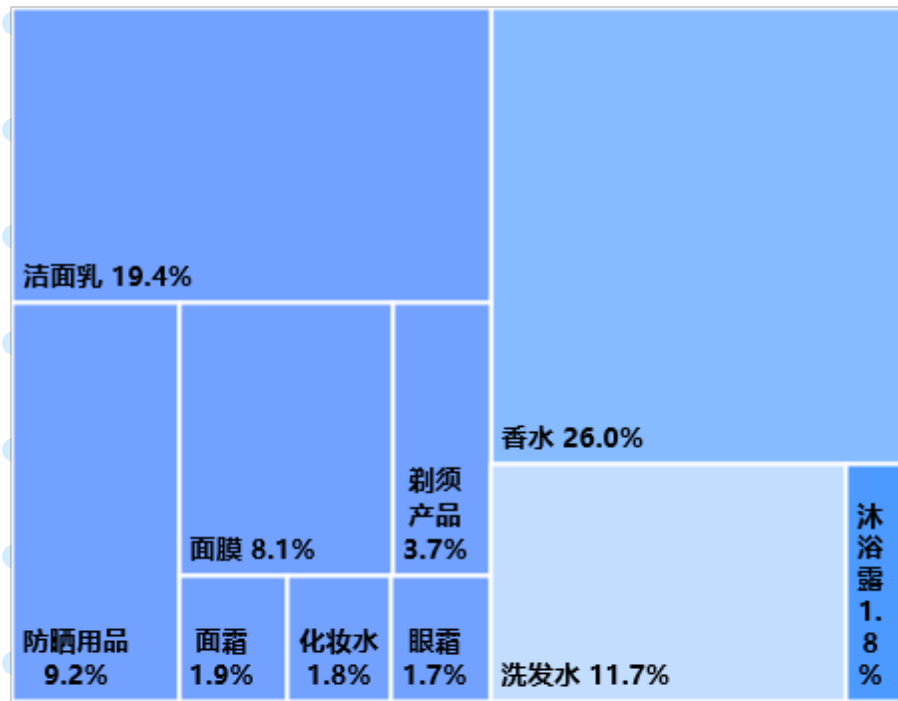
美发护发



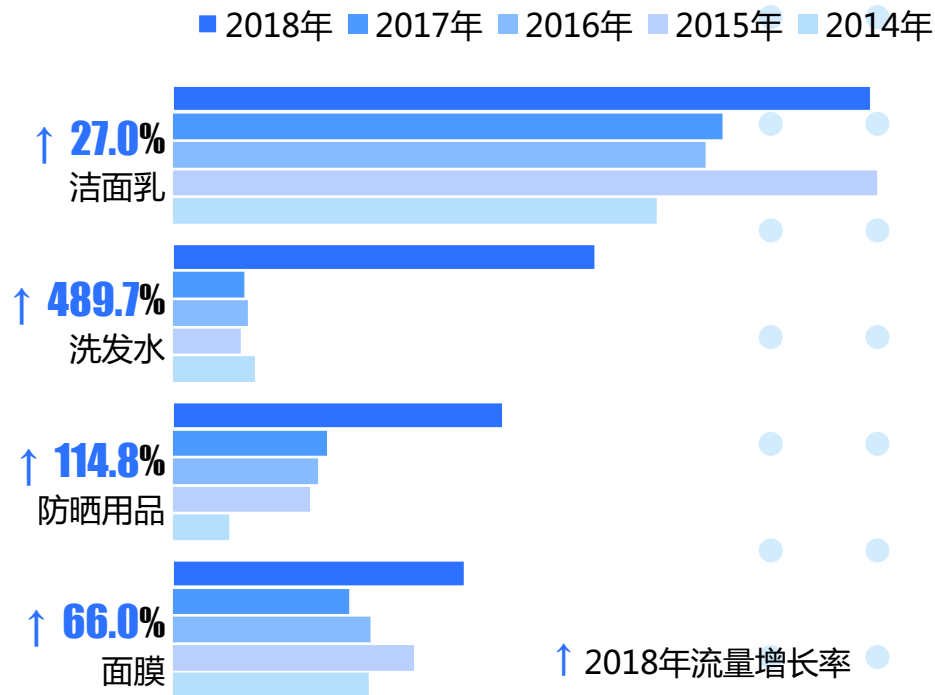
身体护理

男士清洁防晒产品持续升温

细分产品中，香水和护肤品关注度最高，洗发水、防晒用品、面膜和洁面乳流量增长最快



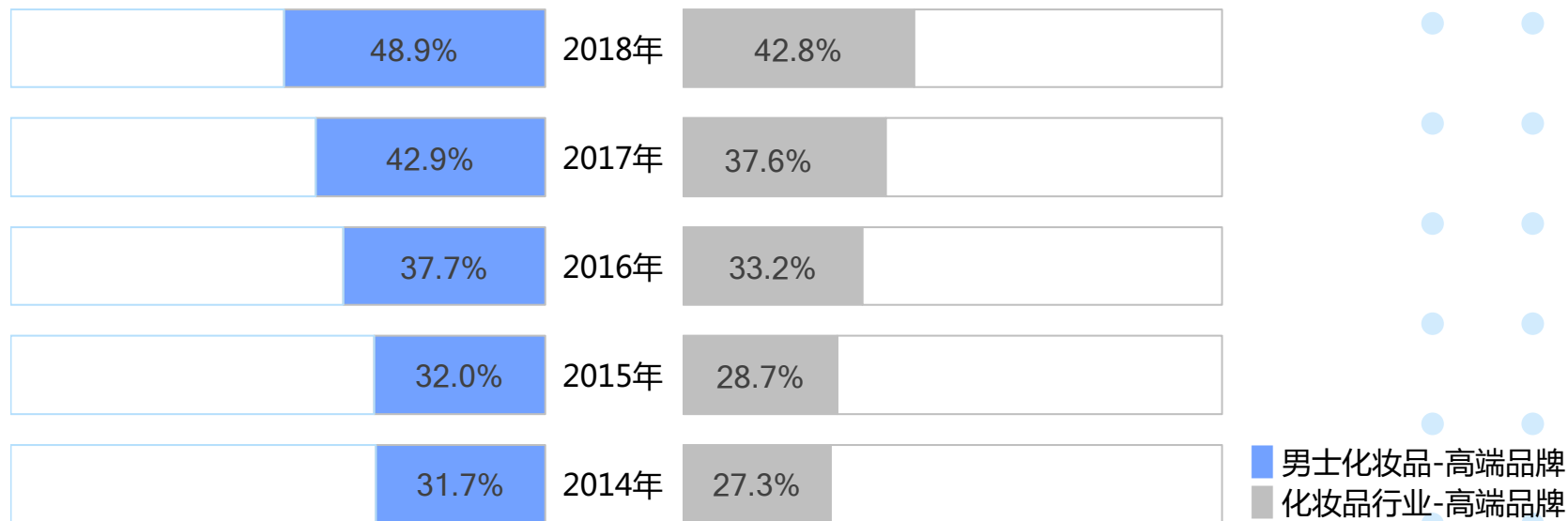
■ 香氛 ■ 护肤 ■ 美发护发 ■ 身体护理



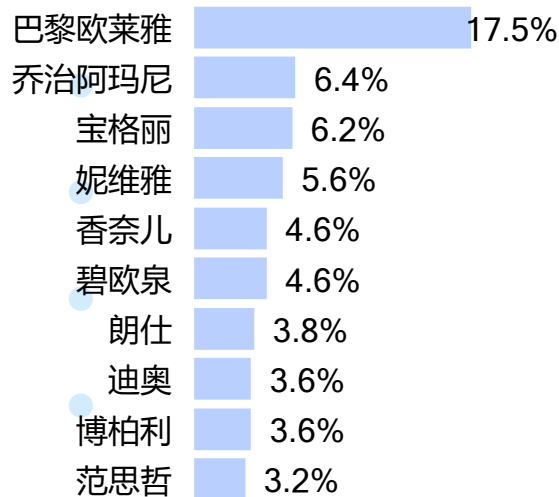
↑ 2018年流量增长率

男士更爱高端品牌

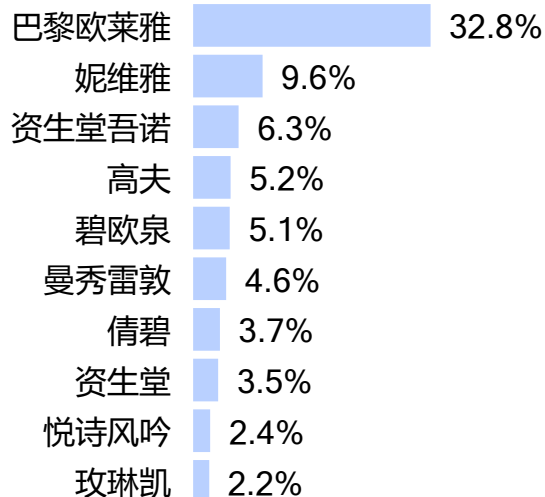
男士化妆品高端品牌的关注度，明显高于化妆品行业整体情况



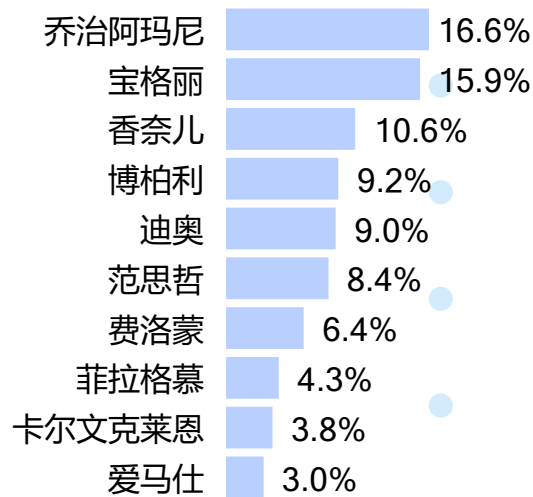
巴黎欧莱雅男士化妆品优势突出



男士化妆品



男士护肤品



男士香氛

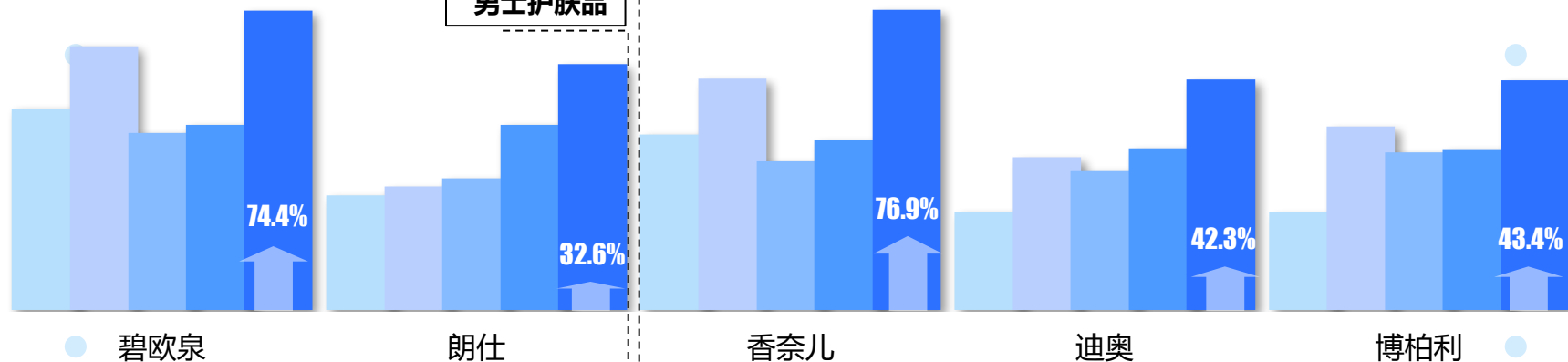
男士化妆品增长TOP 5品牌

男士化妆品增长最快的，均为高端品牌

■ 2014年 ■ 2015年 ■ 2016年 ■ 2017年 ■ 2018年

男士香水

男士护肤品





Four

人群分析

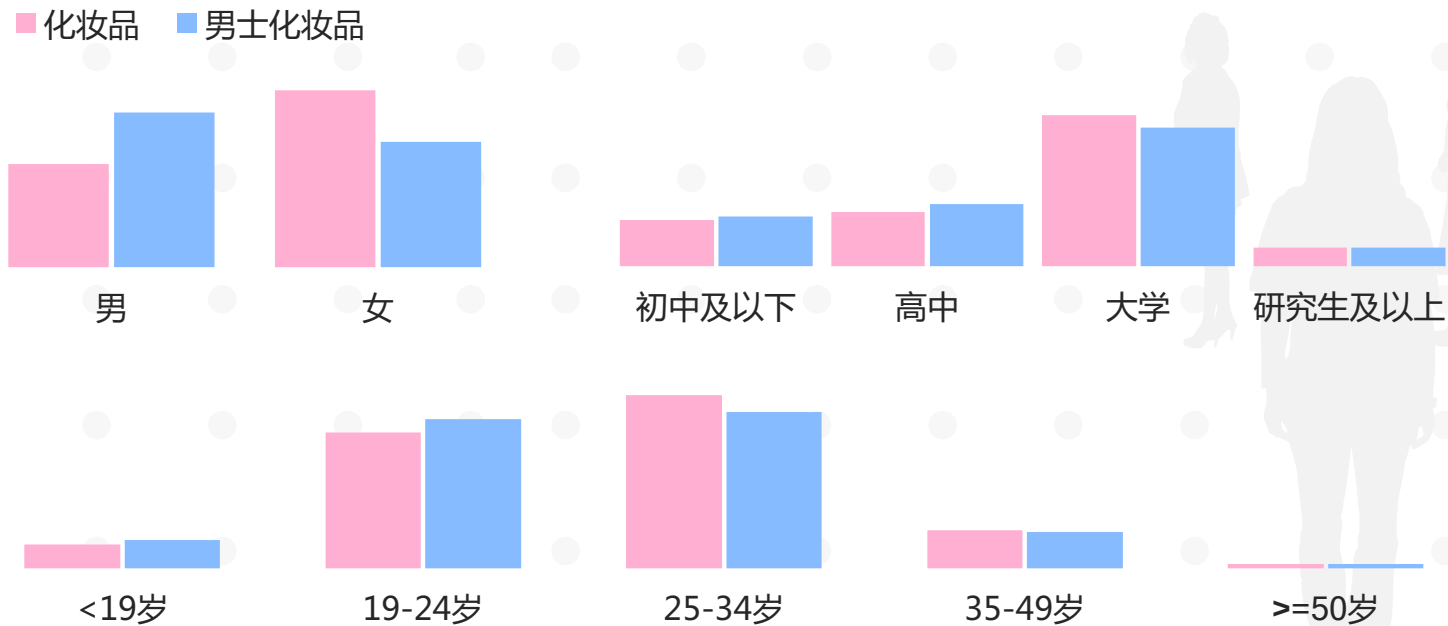
化妆品关注用户以19~34岁高学历人群为主，华中和四线及以下城市用户的化妆品需求明显增强，男士化妆品仍以男士“自购”为主

化妆品关注用户和网购用户重合度高；除网购化妆品外，男士化妆品关注者网购手表首饰、礼品、运动户外的比例也较高

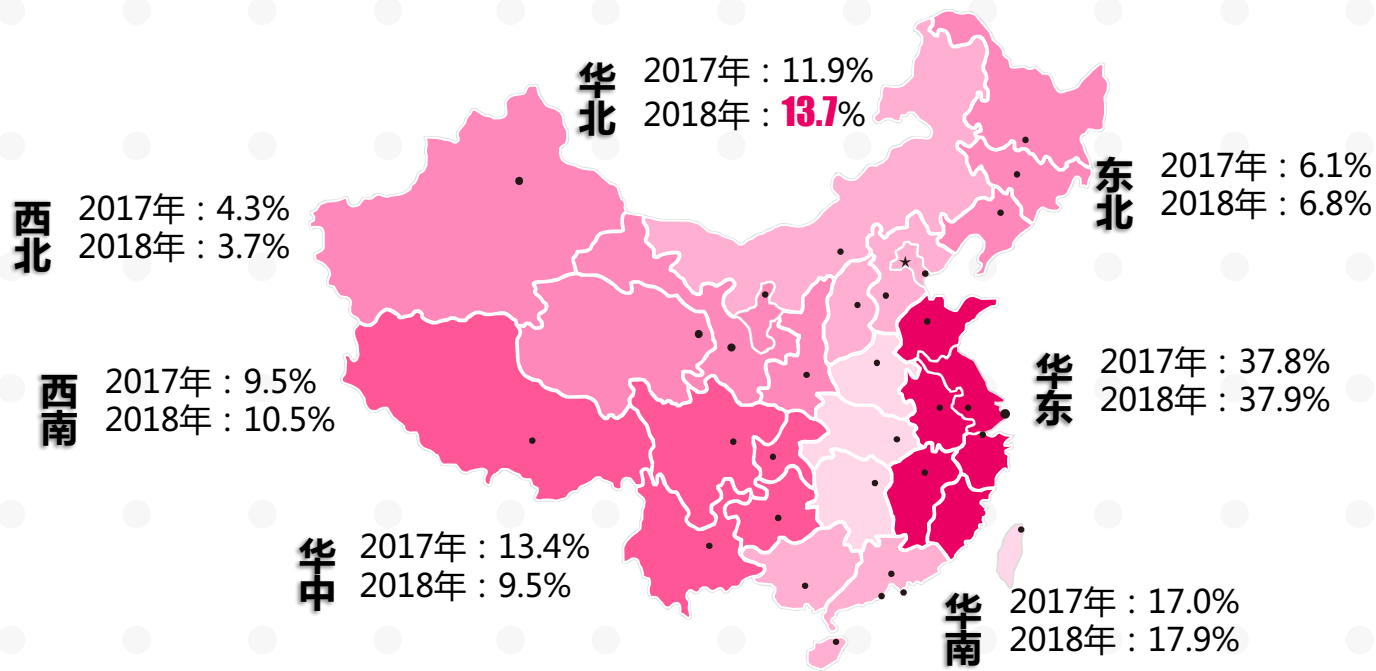
化妆品关注用户以19~34岁高学历人群为主

化妆品关注用户中，19~34岁、大学学历占比偏高

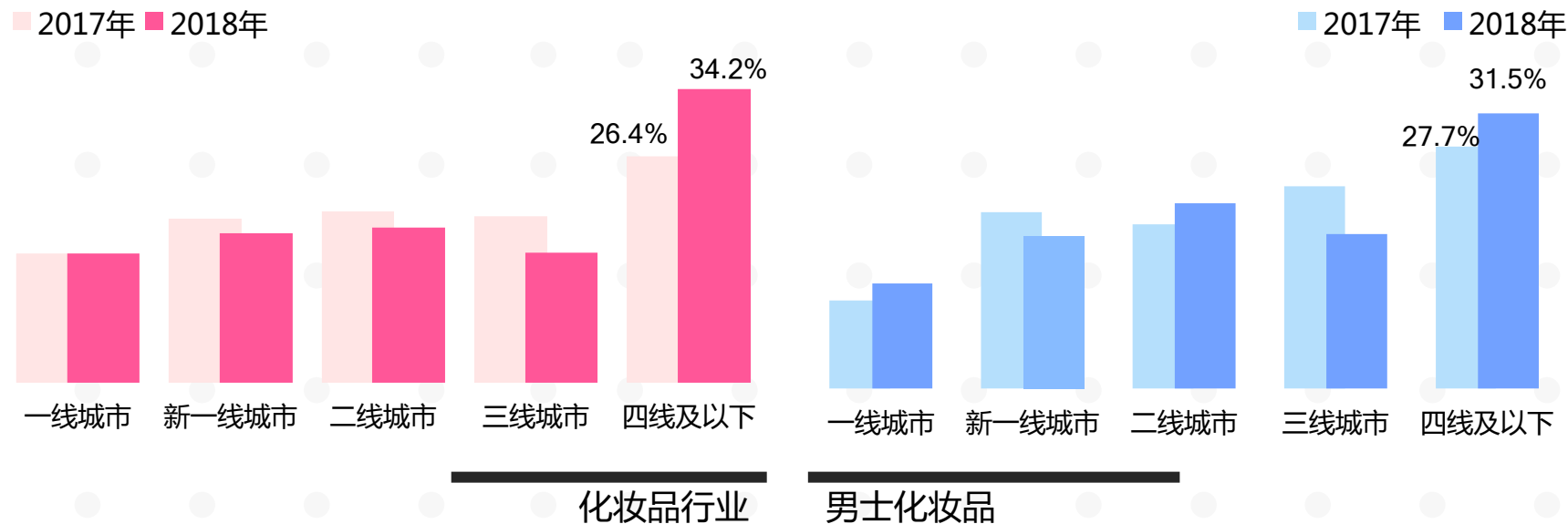
男士化妆品的消费人群仍以男性为主



华北用户的化妆品关注度明显提升



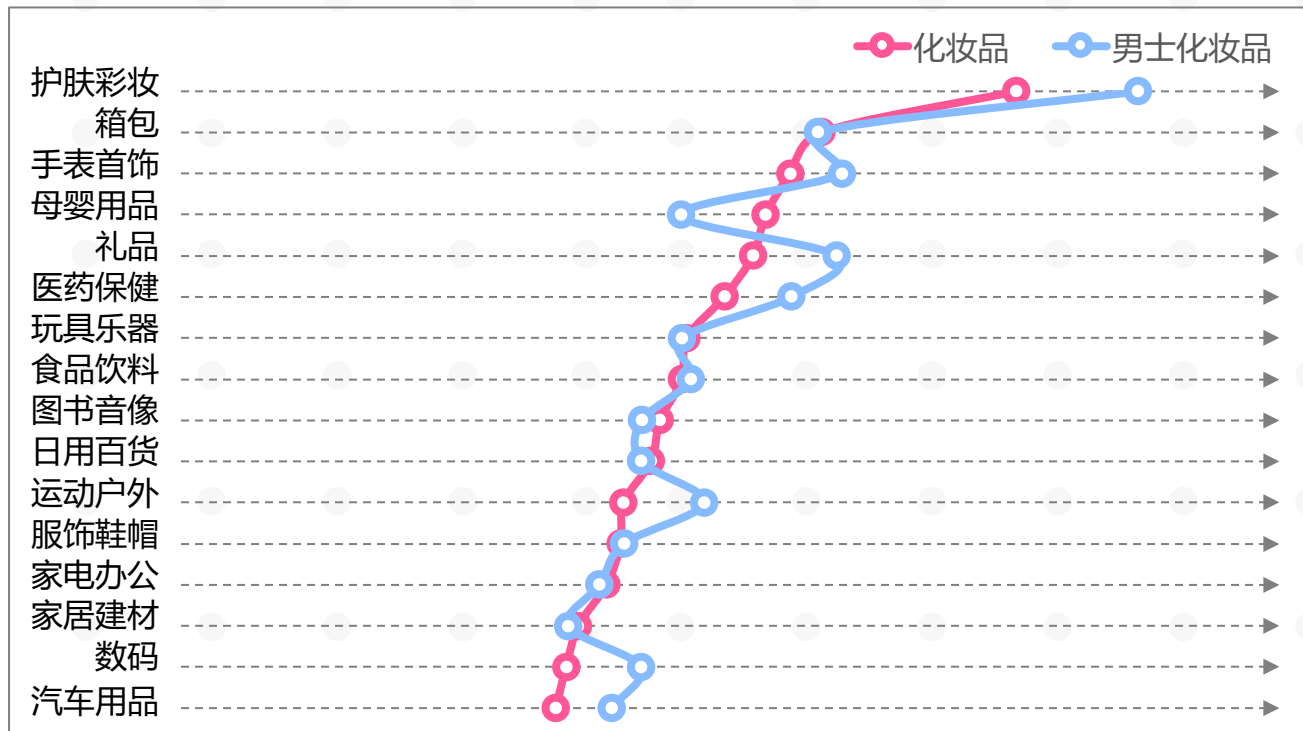
4线及以下城市用户的化妆品关注度明显提升



化妆品关注者与消费者重合度较高

化妆品关注用户，网购护肤彩妆的TGI更高更高

男士化妆品的关注者，网购手表首饰、礼品、运动户外的比例偏高



$$TGI = \frac{\text{行业用户网购品类占比}}{\text{360总体网购品类占比}} * 100$$

Target Group Index(目标群体指数)
，本处用于反映该行业用户网购商品
分布相比360搜索总体情况的差异，
TGI指数越高，代表该行业用户网购
某类商品倾向性更强

附录

Appendices



主要品类划分

护 肤

- 面部护理：面霜、乳液、精华、化妆水、防晒霜、剃须产品等
- 眼部护理：眼霜、精华、睫毛护理
- 唇部护理：润唇膏
- 洁面：洁面乳/皂、去角质产品
- 精油

美发护发

- 洗发：洗发水、洗发皂
- 护发：护发素、焗油膏、发膜、生发液
- 染发：
- 造型：弹力素、摩丝、啫喱、发胶等

香 氛

- 香水
- 香精
- 香薰

彩 妆

- 面部彩妆：BB霜、粉底、妆前乳、散粉
- 眼部彩妆：睫毛膏、眼线、眼影
- 眉部彩妆：眉笔、眉粉、眉膏
- 唇部彩妆：口红、唇彩、唇线
- 指甲彩妆：甲油、洗甲水、甲粉
- 卸妆产品、彩妆工具等

身体护理

- 身体清洁：沐浴露/皂、脱毛产品
- 基础护理：身体乳、体膜、爽身粉
- 手足护理：手足霜、手足膜
- 颈部护理：颈霜、颈膜
- 特殊护理：除臭、止汗、防蚊等

品牌等级划分

根据化妆品行业品牌等级，对主要品牌做如下分类，排名不分先后：

雅诗兰黛、兰蔻、迪奥、科颜氏、倩碧、资生堂、丝芙兰、魅可、香奈儿、雪花秀、娇韵诗、赫妍、伊丽莎白雅顿、碧欧泉、欧舒丹、法国娇兰、贝玲妃、悦木之源、海蓝之谜、后WHOO、SK-II、芭比布朗、植村秀、乔治阿玛尼、希思黎、伊夫圣罗兰、纪梵希、安娜苏、祖玛珑、范思哲、羽西、马克·雅可布、赫莲娜、馥蕾诗、宝格丽、科莱丽、雅姿、三宅一生、卡诗、艾莉萨博、古驰、玫珂菲、肌肤之钥、菲拉格慕、大卫杜夫、博柏利、浪凡、BOSS、NARS、蔻依、杜嘉班纳、宝丽、香缇卡、芬迪、印象之美、万宝龙、奥尔滨、Christian Louboutin、欧臻廷、彤人秘、让·巴杜、Tom Ford、朗仕、修丽可、SU:M37°等

高 端 品 牌

兰芝、悦诗风吟、瓷肌、美宝莲、雅漾、九朵云、费洛蒙、蝶翠诗、佰草集、玫琳凯、相宜本草、韩束、玉兰油、伊思、理肤泉、菲诗小铺、薇姿、资生堂姬芮、爱丽小屋、自然堂、梦妆、曼秀雷敦、黛莱美、韩后、高丝雪肌精、谜尚、芳珂、妮维雅、美体小铺、卡姿兰、南娜、自然乐园、皇后(片仔癀)、亦博、御泥坊、雅芳、蜜丝佛陀、思亲肤、温碧泉、完美、水密码、欧瑞莲、高丝、丝塔芙、3CE、澳尔滨、阿芙、白芙泥、如新、水宝宝、可莱丝、露华浓、资生堂欧珀莱、玛丽黛佳、颜沐诗、Ray、A.H.C、W.Lab、花肌氏、思凝蔻、Sa.Ad.Na、契珂肤、敷尔佳、Glow Lab、The Ordinary等

大 众 品 牌

城市分类

城市分类	城市名称
一线城市	北京市，广州市，上海市，深圳市
新一线城市	天津市，沈阳市，成都市，大连市，杭州市，南京市，宁波市，青岛市，苏州市，无锡市 武汉市，西安市，长沙市，重庆市，厦门市
二线城市	东莞市，佛山市，福州市，哈尔滨市，合肥市，济南市，昆明市，石家庄市，太原市，潍坊市，温州市，长春市，郑州市，常州市，贵阳市，海口市，惠州市，嘉兴市，金华市，洛阳市，南昌市，南宁市，南通市，泉州市，汕头市，乌鲁木齐市，徐州市，烟台市，扬州市，珠海市
三线城市	唐山市，安阳市，鞍山市，包头市，保定市，赤峰市，大庆市，德阳市，鄂尔多斯市，赣州市，桂林市，邯郸市，呼和浩特市，湖州市，淮安市，吉林市，济宁市，兰州市，廊坊市，连云港市，临沂市，柳州市，绵阳市，秦皇岛市，上饶市，绍兴市，台州市，泰州市，威海市，芜湖市，西宁市，邢台市，盐城市，宜昌市，银川市，榆林市，运城市，张家口市，镇江市，中山市，淄博市，遵义市，蚌埠市，宝鸡市，常德市，郴州市，抚顺市，衡阳市，呼伦贝尔市，怀化市，揭阳市，荆州市，丽江市，龙岩市，泸州市，梅州市，南充市，南平市，莆田市，齐齐哈尔市，衢州市，三亚市，咸阳市，宜宾市，宜春市，岳阳市，湛江市，漳州市，舟山市，株洲市
四线及以下城市	以上未列出的其他中国大陆城市，不含港澳台



THANK YOU FOR LISTENING

若有产品疑问请联系您的销售/营销顾问

若需获取360商业产品最新动态

请关注微信公众号:360营销学苑

或登录yingxiao.360.cn



2018
化妆品行业报告

