

线上蜜粉散粉 消费趋势报告



TMIC趋势发布

CBNDATA

第一财经商业数据中心

AliResearch
阿里研究院

01

蜜粉散粉整体市场洞察

市场趋势| 增长动因拆解| 市场竞争格局

02

蜜粉散粉品类趋势洞察

消费呈升级趋势| 功效性偏好 | 颜值产品当道 | 美妆黑科技

03

蜜粉散粉消费者洞察

消费人群聚类 | 消费特征|跨类目偏好

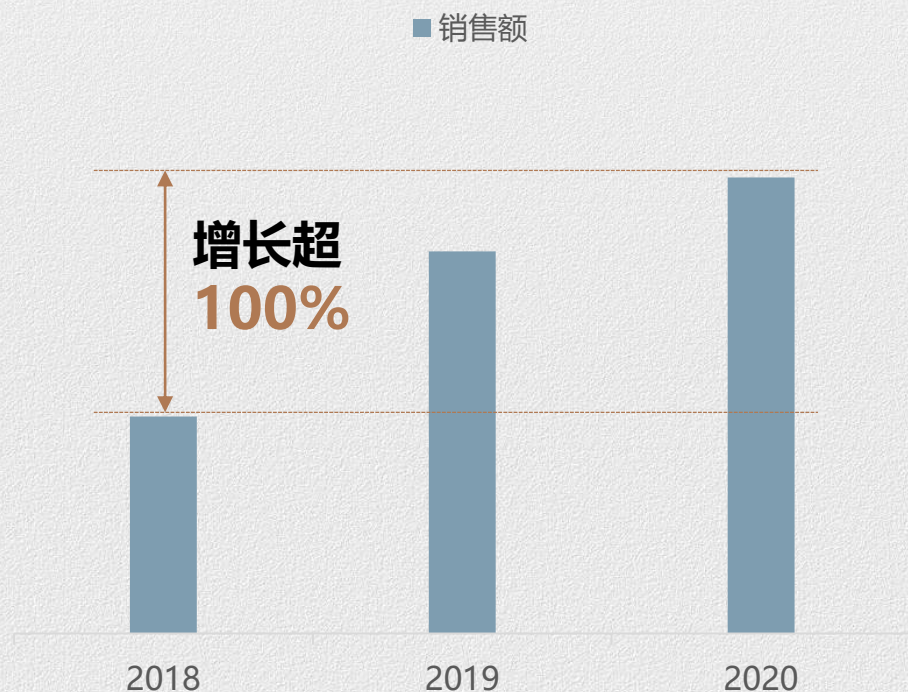
01 蜜粉散粉整体市场洞察

底妆市场趋势

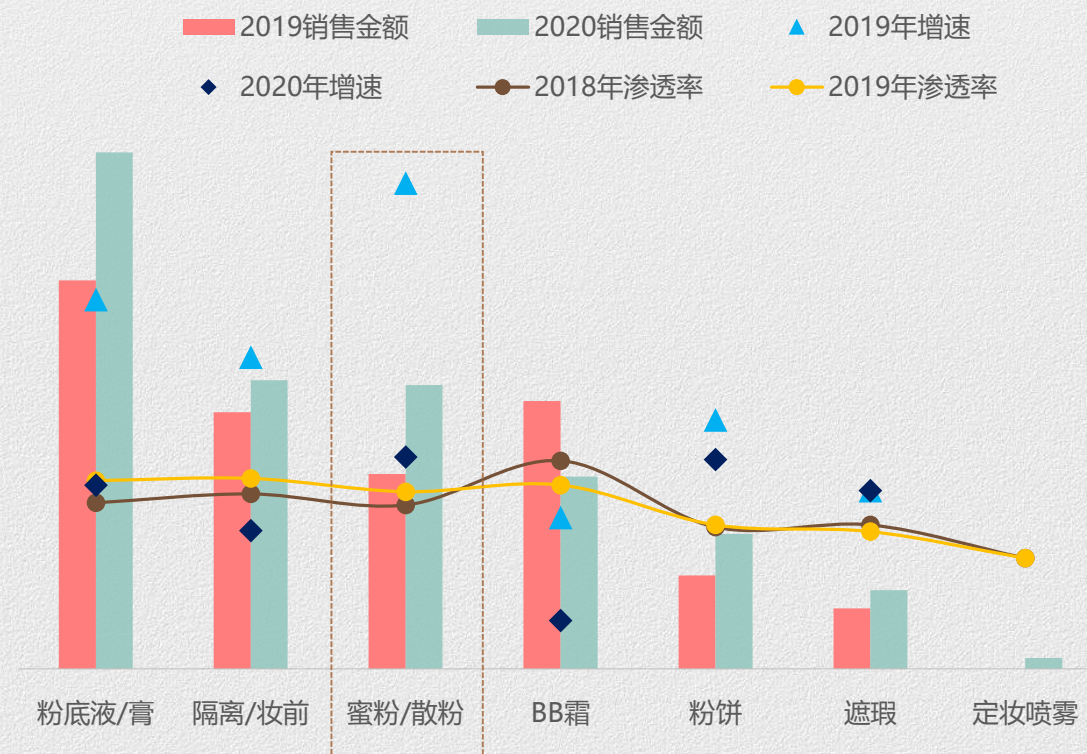
近三年线上底妆市场消费规模爆发式增长，增速超过100%；其中蜜粉/散粉品类连续2年均保持最高增速，成为引领底妆市场的重要品类

先妆前、再隔离、最后散粉定妆底妆阵容在底妆市场的渗透率在提高，取代一步到位的BB霜。

2018-2020年底妆品类市场规模



2019-2020年底妆细分类目销售额及增长速度



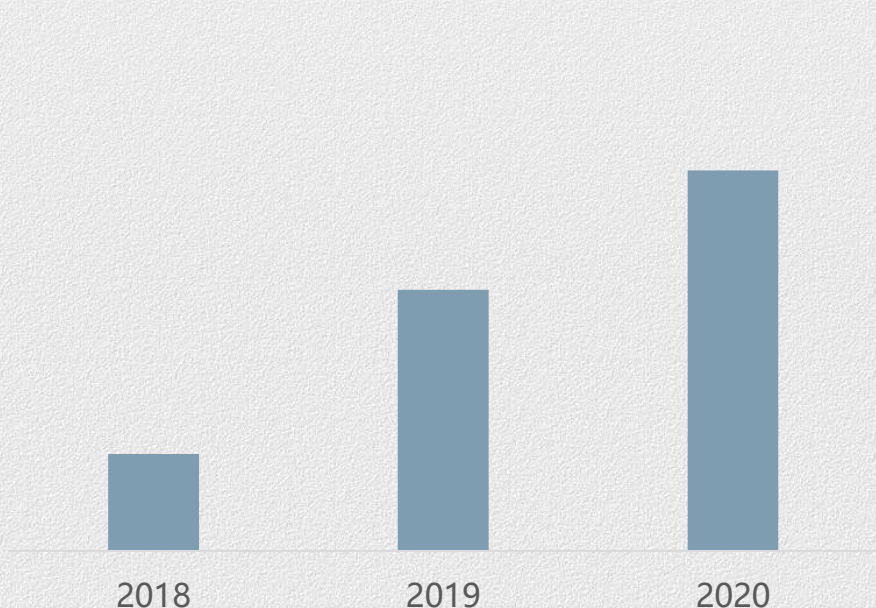
数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

底妆市场包含类目：隔离/妆前、粉底液/膏、遮瑕、BB霜、蜜粉/散粉、粉饼、定妆喷雾，渗透率=细分类目销售额/底妆市场销售额

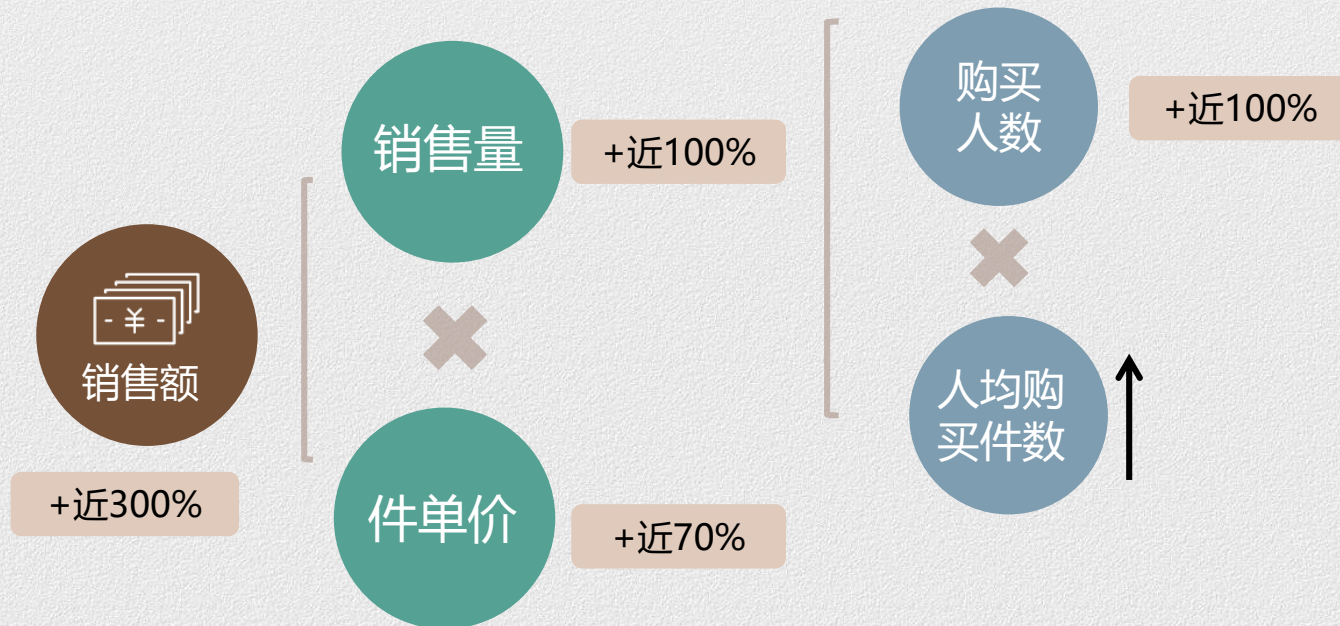
近三年蜜粉散粉市场规模稳步增长，消费人数增长，件单价升高推动市场规模扩大

蜜粉散粉品类市场规模持续扩大，购买人数增长和件单价上涨推动了市场规模的增长。

2018-2020年蜜粉散粉市场销售规模及增速



2018-2020年蜜粉/散粉增长动因拆解

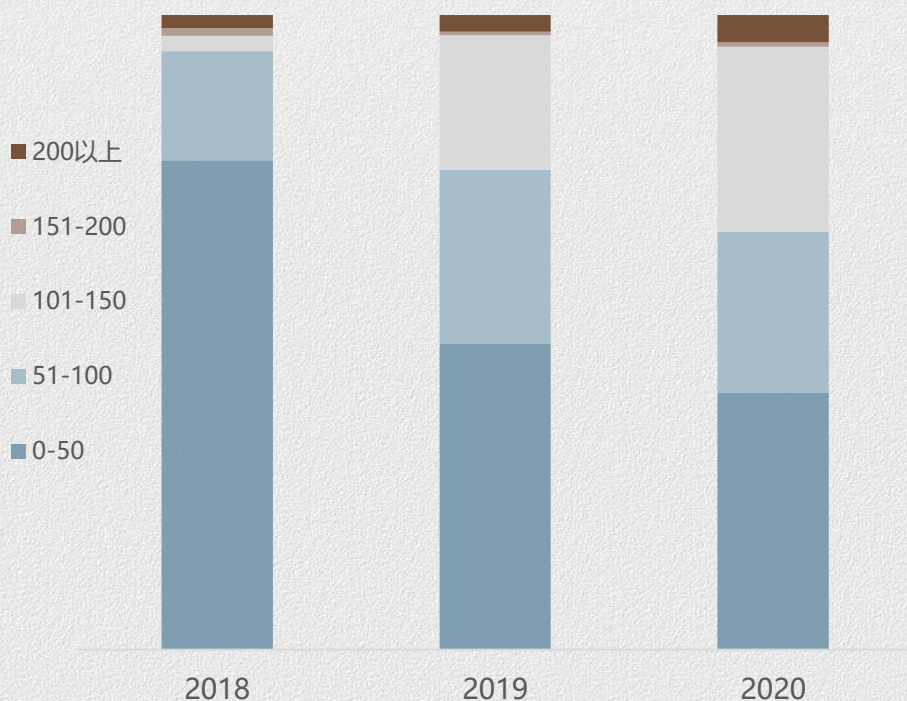


蜜粉散粉品类趋势

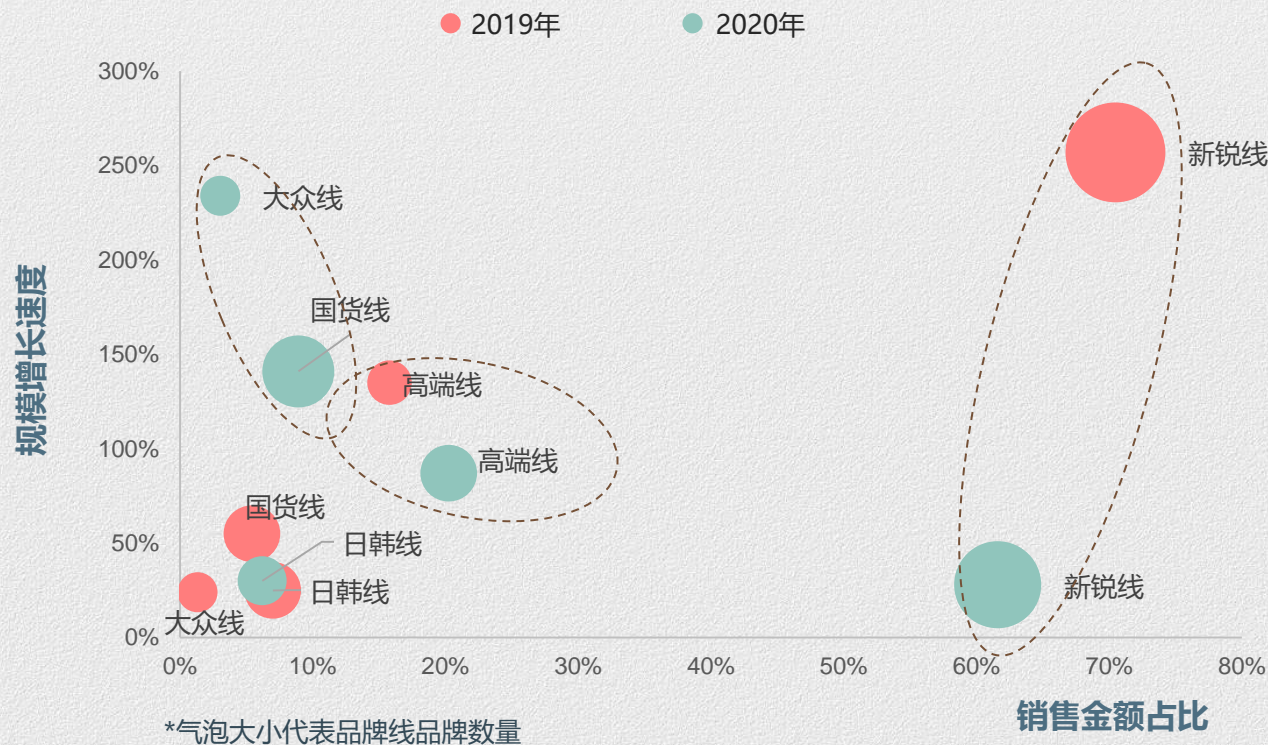
近三年线上蜜粉散粉呈现消费升级趋势，中高价格带产品销量占比持续增高；新锐线、高端线、国货线等品牌纷纷发力，强势进军蜜粉散粉市场

新锐线和高端线在2019年增幅显著，2020年增长趋于平缓；国货线和大众线品牌则于2020年开始进入消费者视野，增速迅猛。

2018-2020蜜粉散粉价格带销量分布



2019-2020蜜粉散粉各品牌线表现



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

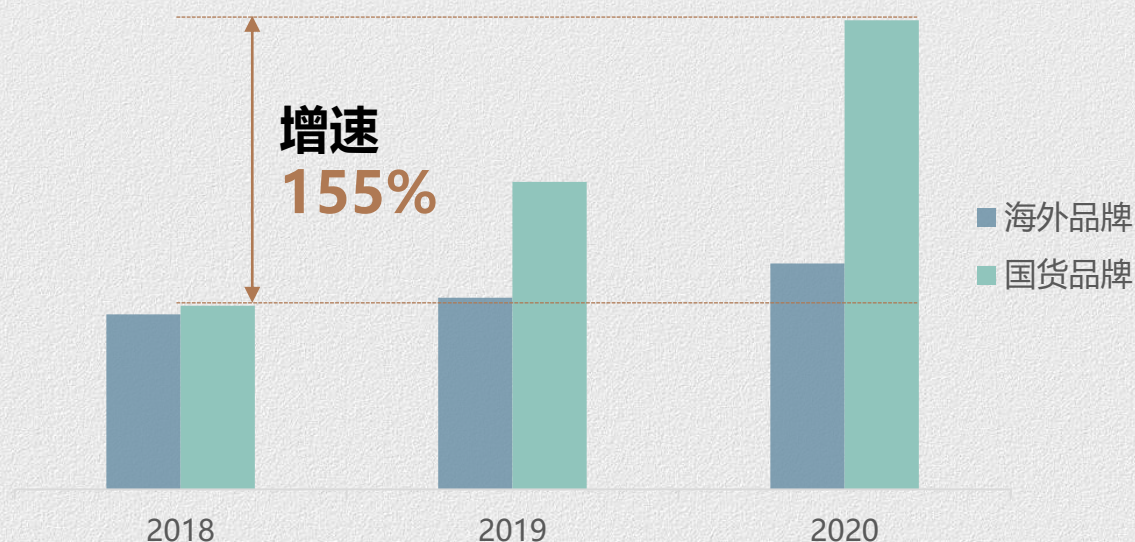
*高端线：纪梵希、NARS、玫珂菲等，新锐线：花西子、完美日记、柏美瑞等，大众线：红地球、KIKO，美宝莲等 日韩线：悦诗风吟、Club等，国货线：小奥汀，谢馥春等

蜜粉散粉市场格局

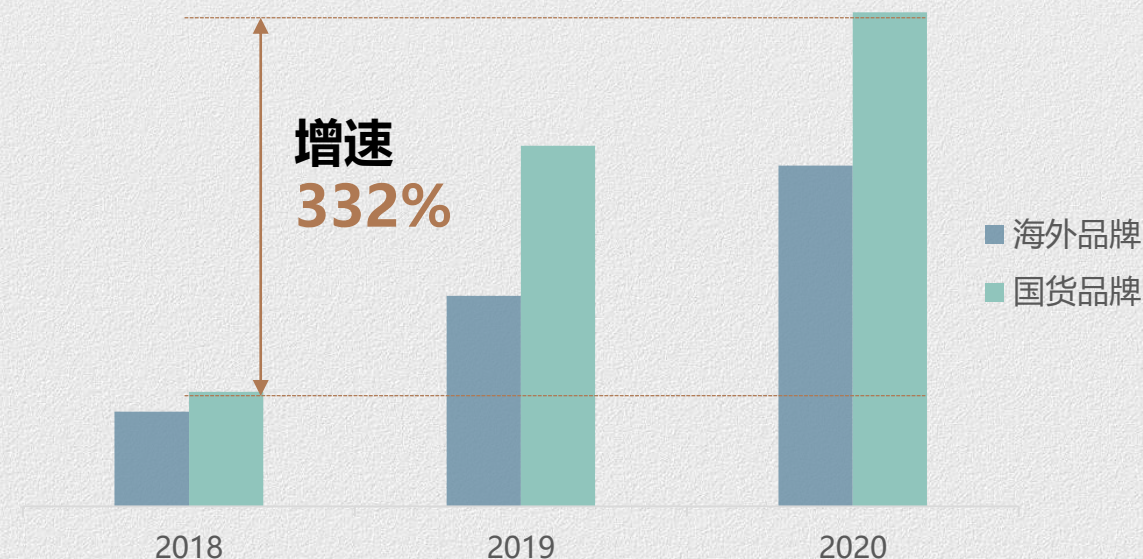
近三年，越来越多的国货品牌涌入线上蜜粉散粉市场，并且迅速崛起，整体销售规模连续增长，对比2018年增长了近330%

国货品牌在线上蜜粉散粉市场发展势头强劲，截止2020年，无论是线上在售品牌数量还是销售规模均领先于国际品牌。

2018-2020年 海外品牌 VS 国货品牌
蜜粉散粉市场在售品牌数量



2018-2020年 海外品牌 VS 国货品牌
蜜粉散粉市场销售金额趋势



蜜粉散粉市场格局

同为2017年前后诞生的花西子和完美日记，发展迅速，目前已成为国货蜜粉品牌销售排行榜的前两名；国际蜜粉品牌中，纪梵希四宫格散粉的地位不容撼动，而来自韩国的柏瑞美和悦诗风吟则分居第二和第三名

2020年国货品牌销售排行

No. 1	花西子	No. 6	小奥汀
No. 2	PERFECT DIARY/完美日记	No. 7	韩熙贞
No. 3	美康粉黛	No. 8	Color Candy
No. 4	CARSLAN/卡姿兰	No. 9	COLOR KEY
No. 5	ZEESEA/滋色	No. 10	透蜜

2020年国际品牌销售排行

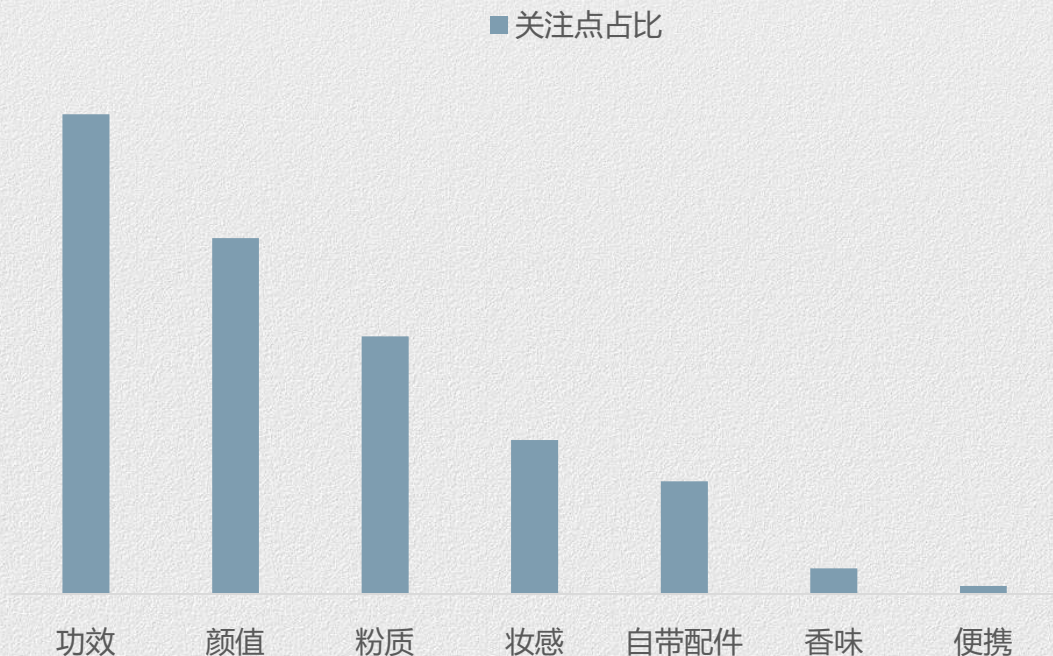
No. 1	Givenchy/纪梵希	No. 6	Cosme Decorte/黛珂
No. 2	PRAMY/柏瑞美	No. 7	Red Earth/红地球
No. 3	innisfree/悦诗风吟	No. 8	RMCA
No. 4	Nars/娜斯	No. 9	Unny Club
No. 5	MAKE UP FOR EVER	No. 10	Amy/安美

02 蜜粉散粉品类趋势研究

线上消费者在购买蜜粉散粉时关注点众多，最主要的诉求就是功效、颜值和粉质；另外，妆感以及产品自带配件也受到关注

蜜粉散粉功效&妆感的需求呈现多样化，而高颜值的包装设计和细腻如烟的粉质则是消费者们统一的追求；而产品内自带粉扑、粉刷和化妆镜等方便上妆和补妆的工具也是吸引消费者之处。

MAT2020线上蜜粉散粉消费者购买关注点



蜜粉散粉购买关注点关键词：

功效

定妆、控油、持妆、隐形毛孔、服帖、修饰肤色、遮瑕、保湿、防晒、养肤、肤质（干皮，油皮，混合，敏感）等

颜值

包装、外观、好看、精致、质感、设计、高颜值、高大上、可爱、限量/限定等

粉质

粉质细腻、超细、烟雾等

妆感

哑光、高光、珠光、透明、细闪、奶油肌、轻薄、光泽感等

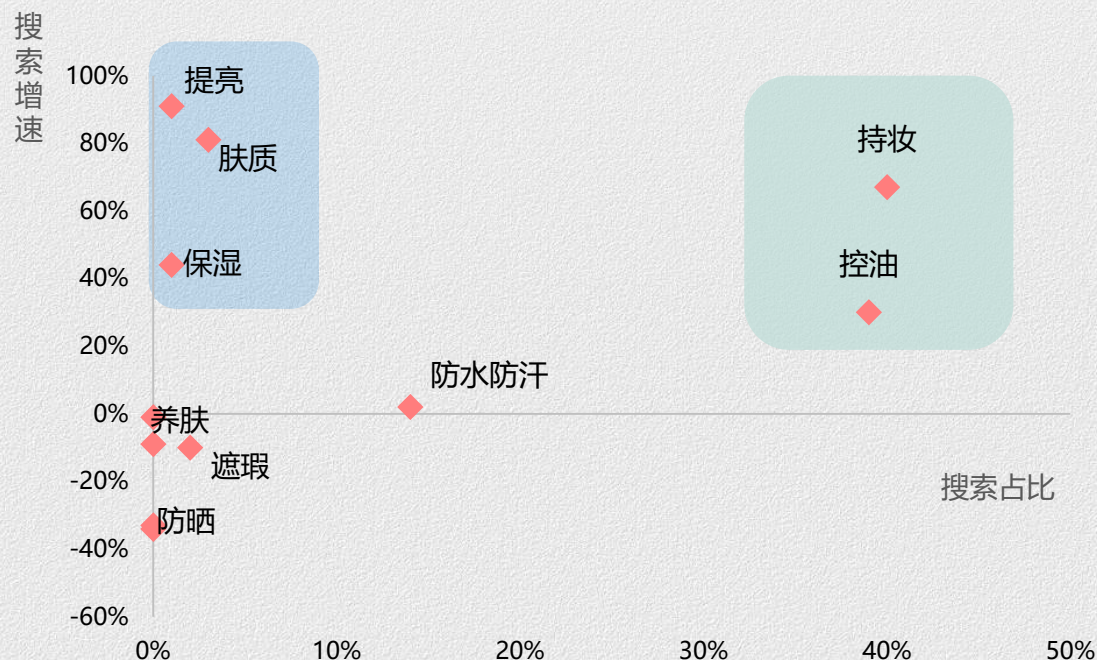
配件

粉扑舒服、粉刷柔软、带化妆镜等

功效 | 控油和持妆是消费者在选购散粉时最关注的功效；同时，越来越多消费者表现出更倾向于根据个人肤质选购散粉的需求

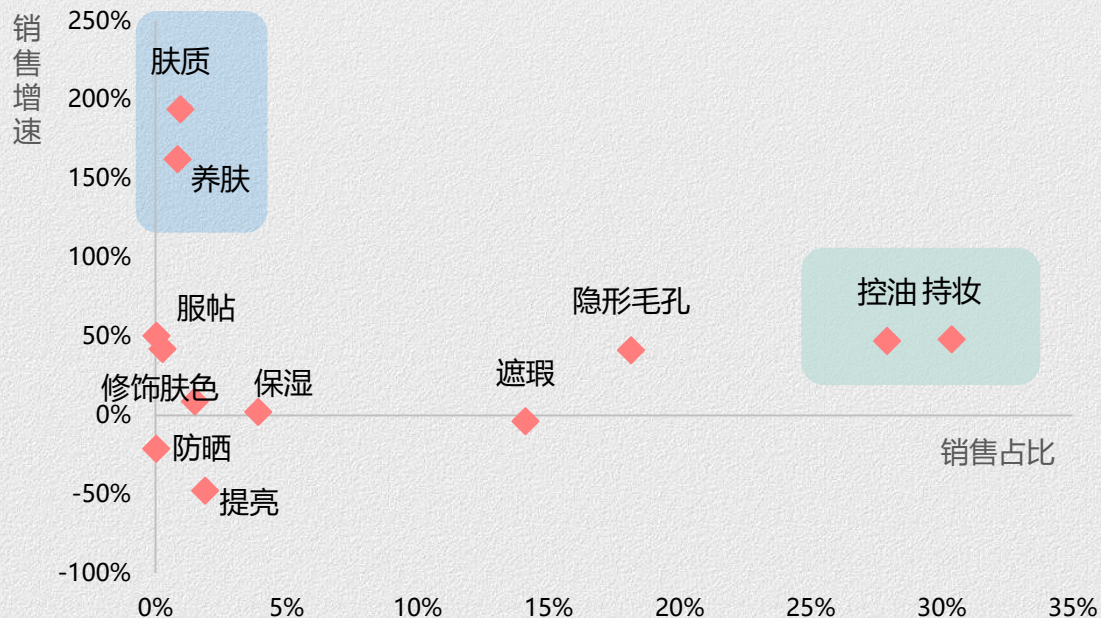
随着彩妆的发展，消费者对蜜粉散粉功能的需求除了传统的控油持妆外，针对不同肤质具有保湿、养肤等功能的散粉需求异军突起，是未来值得关注的方向。

2021年1-2月散粉各种功效搜索趋势



* 图表中显示的功效益词为功效益词的近义词组聚合而成

MAT2020散粉各种功效销售规模及增速

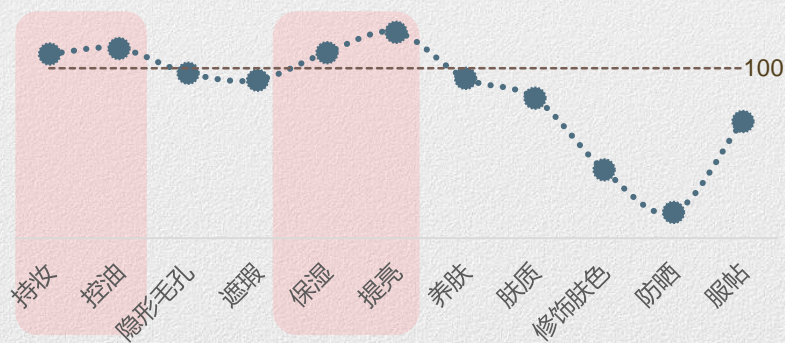


* 为了更好展示，肤质销售增速缩小5倍，实际数据为970%

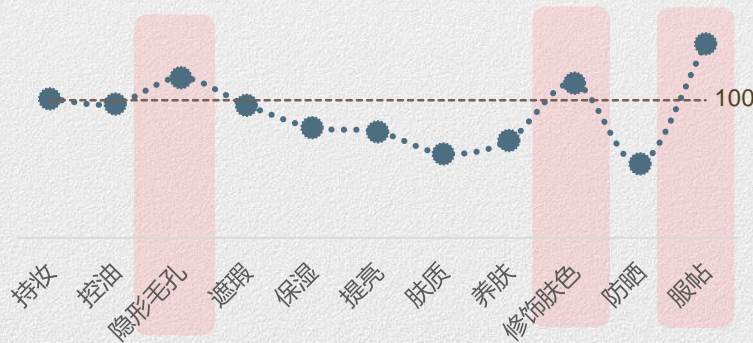
蜜粉散粉品类趋势

功效 | 不同年龄层对散粉功效需求不同，18-24岁偏重控油/保湿，希望散粉有提亮作用，25-29岁注重修饰肤色和底妆服帖，而30+则更重视防晒、养肤和个人肤质。

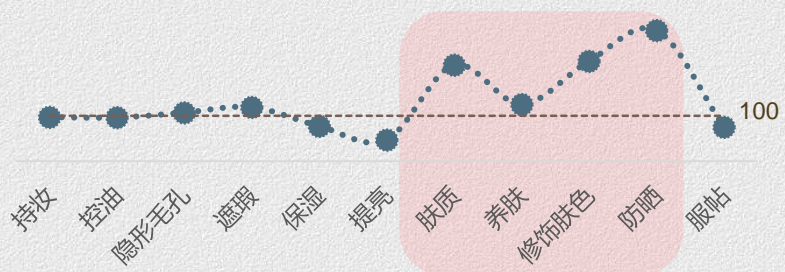
18-24岁女性散粉功效偏好TGI



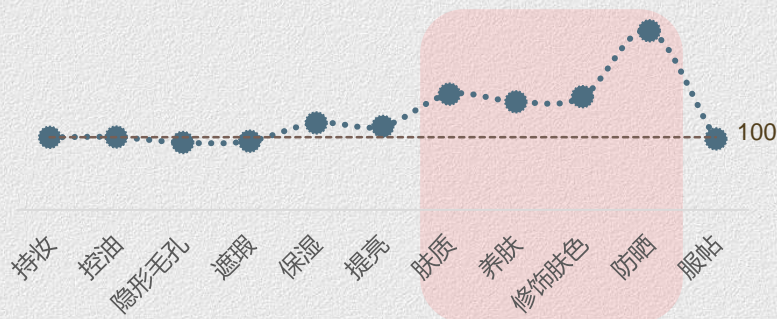
25-29岁女性散粉功效偏好TGI



30-39岁女性散粉功效偏好TGI



40岁+女性散粉功效偏好TGI



- 18-24岁年轻人群肤质差异明显，且更了解自己的底妆需求，所以散粉功效多是以控油和保湿为主，同时追求提亮
- 25-29岁人群大多处于职场，日常生活中更追求服帖的底妆和好气色
- 30岁以上人群更希望能一步到位，集多种功能（防晒、养肤、修饰肤色）于一身的散粉

- 18-24岁：提亮、保湿、控油
- 25-29岁：服帖、修饰肤色、隐形毛孔
- 30-39岁：防晒，修饰肤色，肤质，养肤
- 40+岁：防晒，修饰肤色，肤质，养肤

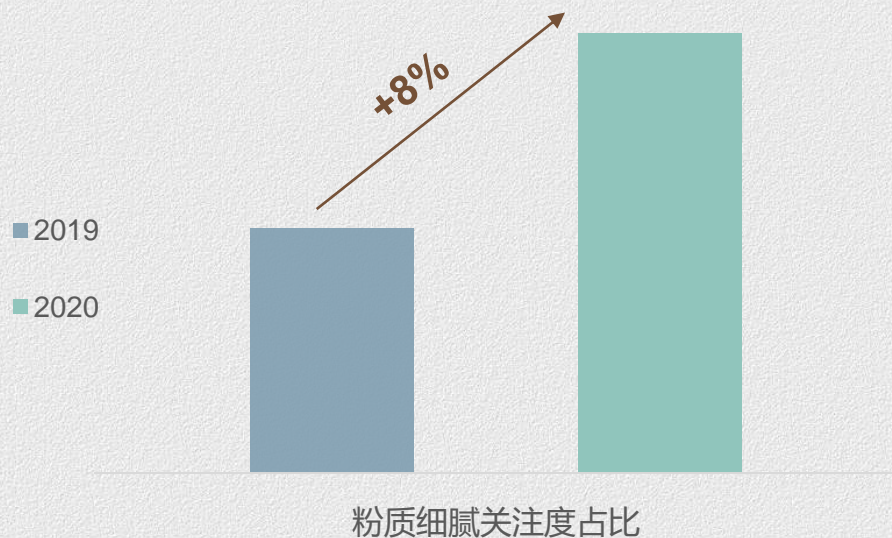
* 图表中显示的的功效词为功效词的近义词组聚合而成

数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

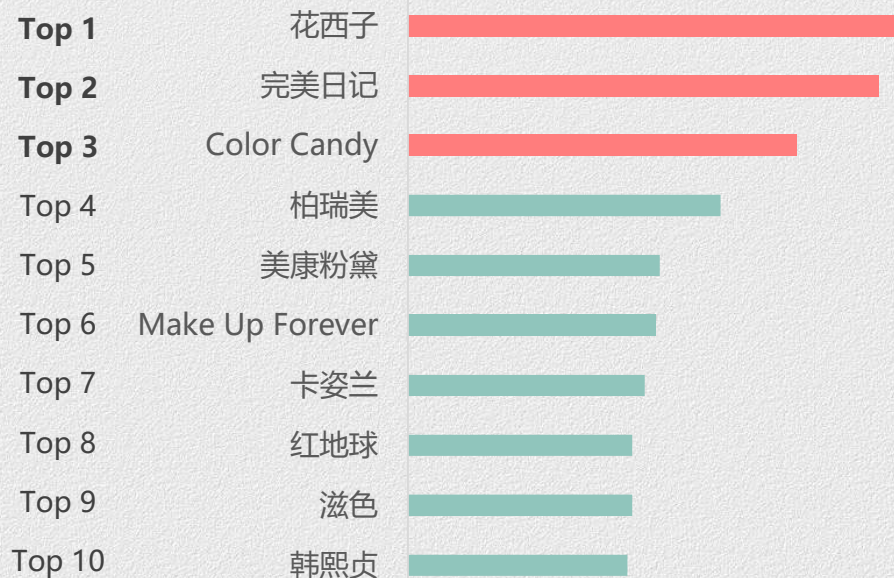
粉质 | 消费者对蜜粉散粉控油持妆、隐形毛孔、妆感服帖等需求的实现，与粉质细腻程度密切相关，因此消费者越来越关注粉质

足够细的粉质是蜜粉散粉的灵魂，也是众多品牌着重研发的方向。消费者心目中对粉质细腻印象最深刻的品牌是花西子、完美日记、Color Candy、柏瑞美等。

2019 VS 2020 线上蜜粉散粉产品
粉质细腻关注度占比



2020年蜜粉散粉产品粉质细腻关注度中品牌占比



粉质 | 品牌们纷纷发力，致力于研发出能使粉质更加细腻的专利技术，配合独家成分与配方，更好实现蜜粉散粉轻如烟雾的效果

2020年粉质细腻度TOP5品牌产品示例



花西子
玉女桃花轻蜜粉

- 桃花、珍珠、蚕丝精磨成粉，配合空气粉质体系，使粉质更丝滑细腻
- 利用专属“花瓣结构”粉体及“亲油疏水”配方，柔焦隐毛孔，使妆容更加服帖



完美日记
云纱柔焦控油散粉

- 极细多孔球体粉末：
- 轻如云纱，实现雾感服帖的妆容
- 360度全面吸油，可吸附自重110%的油脂，长效控油



Color Candy
流雾轻烟蜜粉

- 球形多孔空心结构使粉末漂浮于空气中，比空气还轻
- 0.01mm细腻粉末，轻如烟雾，细如蚕丝



柏瑞美
清透无暇丝柔蜜粉

- 10微米中空微球粉体=常规散粉粒径1/5，粉质细腻如烟云
- EAF-3抗氧化体系负载于10微米中空粉体，全方位缓解氧化



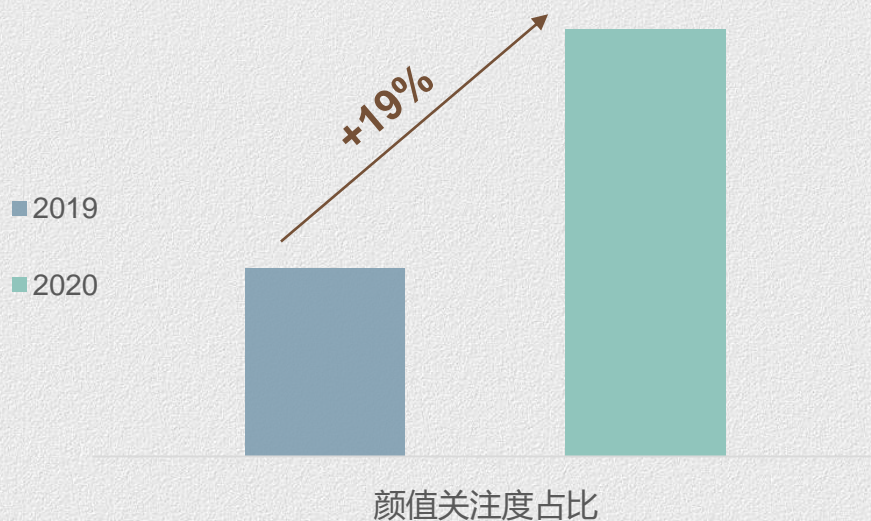
美康粉黛
玫瑰美容散粉

- 10000目微细粉技术，细腻服帖
- 珍珠、蚕丝、玫瑰花蕾等经过微细粉末技术研磨，极细无负担

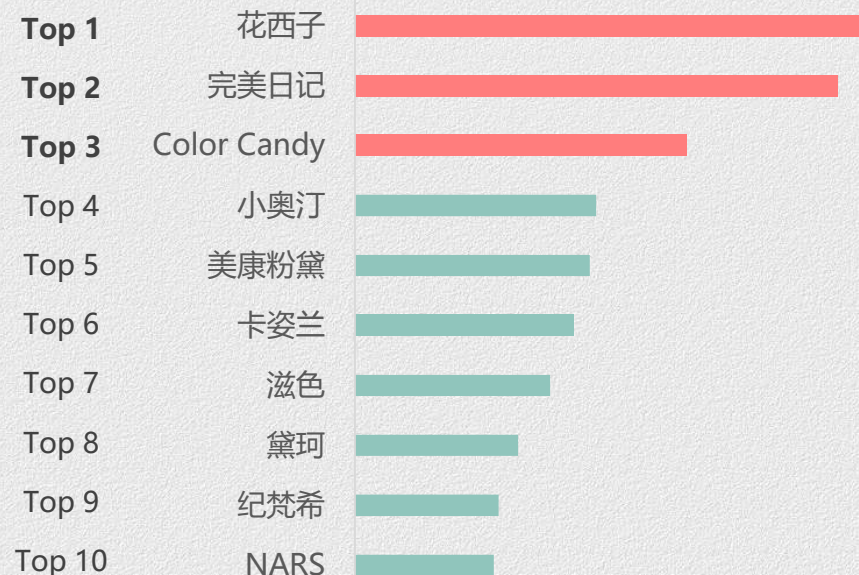
颜值 | 消费者不再仅仅满足于对功效的追求，对产品颜值的关注度日渐突显；花西子、完美日记、Color Candy是高颜值散粉中讨论度最高的品牌

随着蜜粉散粉市场的日益成熟，越来越多的消费者开始关注蜜粉散粉产品的颜值。比起常规款，带有IP联名、设计师合作或者其他特殊主题的限定款蜜粉散粉更受到关注。

2019 VS 2020 线上蜜粉散粉产品
颜值关注度占比



2020年蜜粉散粉产品颜值关注度中品牌占比



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心，MAT2020小红书内容&淘内评论

高颜值产品定义：蜜粉/散粉类目下，标题或者SKU属性里带有“联名”“IP”“设计师”“合作”通用词，以及其他明确IP/设计师的关键字

颜值 | 2020年线上高颜值散粉销售TOP3：完美日记x三丽鸥联名散粉、花西子x苗族印象高定散粉、花西子x西湖印记限量散粉

2020年线上高颜值散粉销售金额榜单

Top1 完美日记 X 三丽鸥
联名金色散粉



软萌可爱，少女感满满
定制抽拉礼盒，附赠定制散粉刷

上市时间：2020年 1-12月

Top2 花西子 X 苗族印象
高定经典版散粉



苗族文化，民族非遗
以苗银为灵感，融合图腾文化

上市时间：2020年 9-12月

Top3 花西子 X 西湖印记
定制空气蜜粉

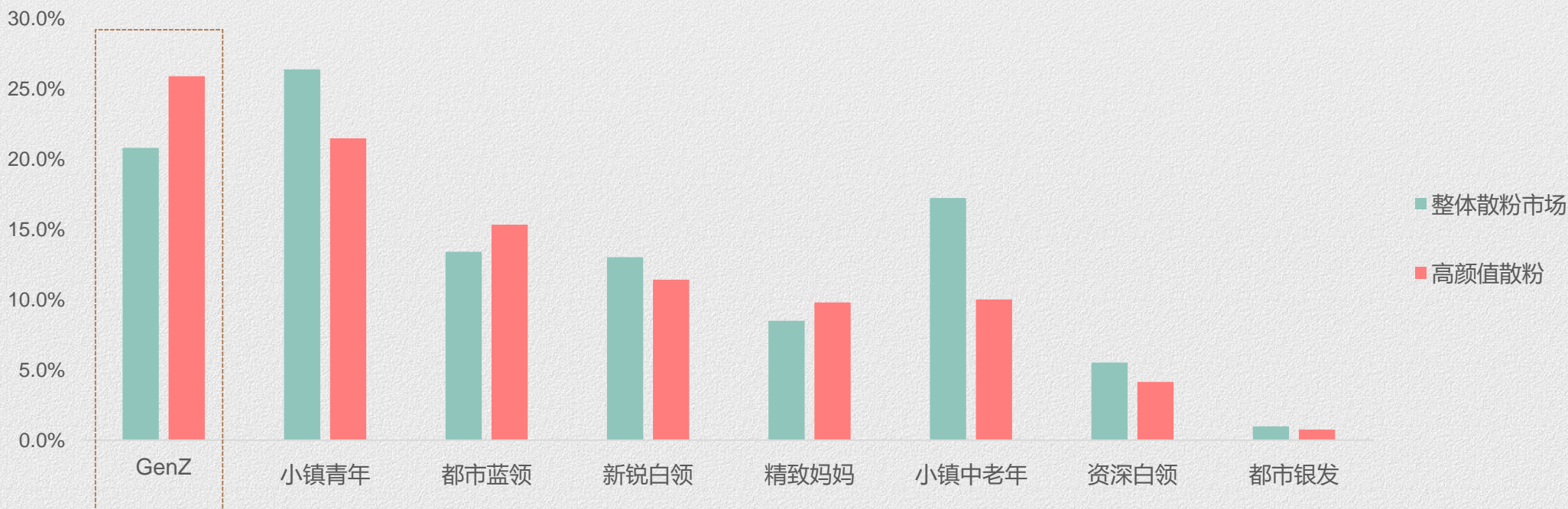


苏堤春晓，东方之美
西湖十景之首，春季限量

上市时间：2020年 3-6月

对比线上整体蜜粉散粉市场，高颜值散粉消费者主要分布在Z时代、都市蓝领和精致妈妈；其中Z时代人群占比最高，说明年轻人相对更关注产品颜值

MAT2020线上蜜粉散粉策略人群分布
高颜值散粉 VS 整体散粉行业

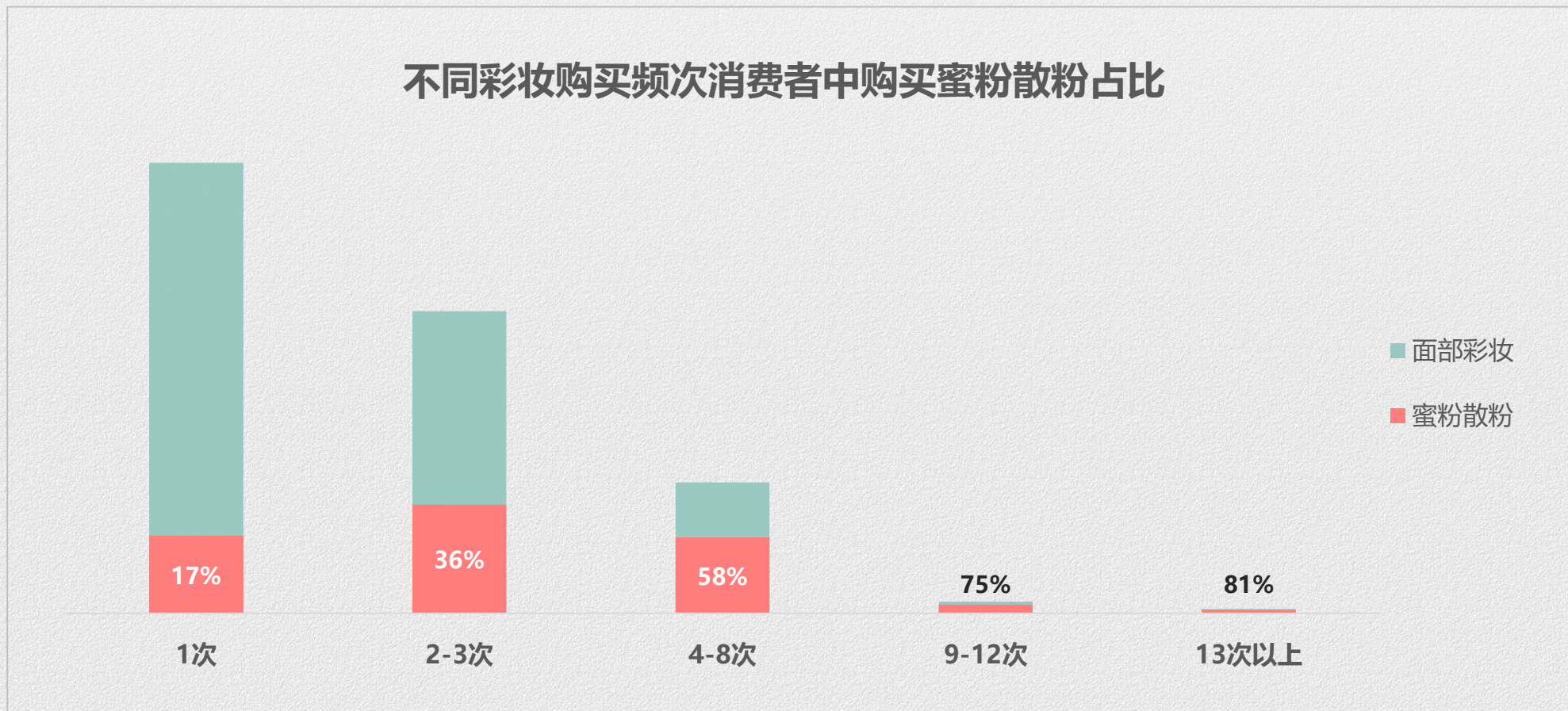




03 蜜粉散粉消费者洞察

蜜粉散粉消费路径

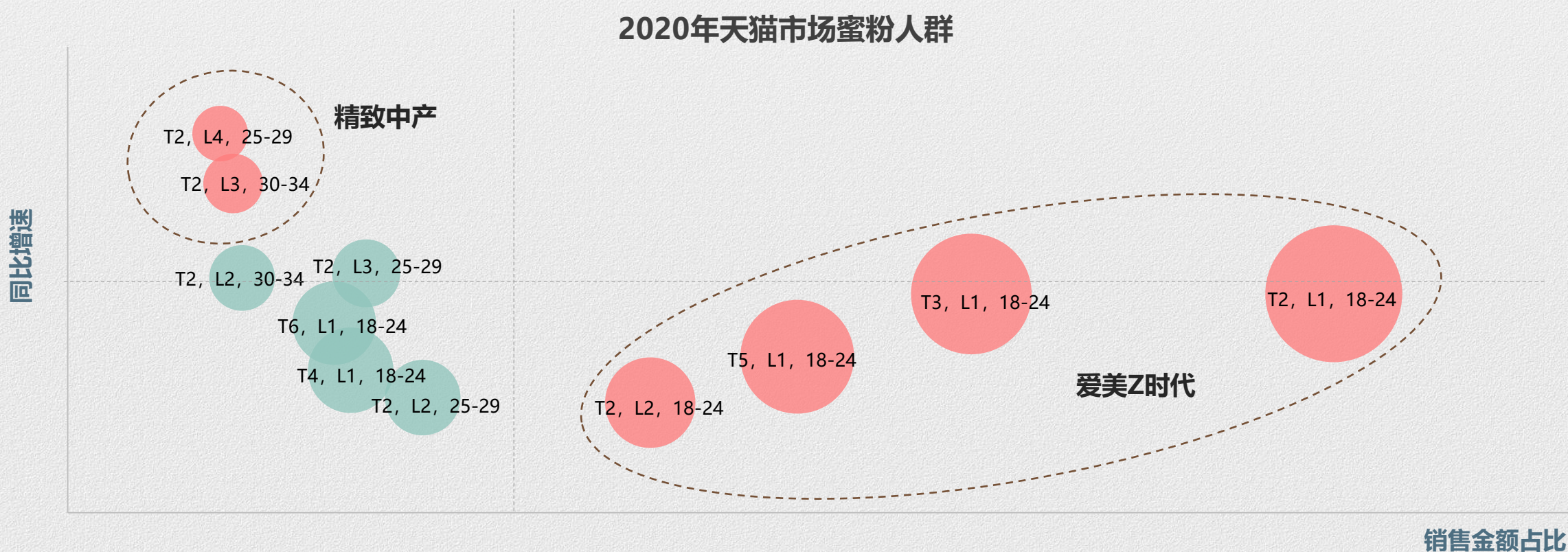
随着消费者彩妆购买频次的增加，其蜜粉散粉的持有率逐步提高，说明蜜粉散粉是彩妆中的进阶品类，深度彩妆爱好者会更偏好



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

蜜粉购买的主力人群是爱美Z时代，精致中产蜜粉购买正在飞速增长中

通过对2020年女性蜜粉购买者城市等级，购买力和年龄的切分，发现18-24岁人群是市场主要购买者，2线城市精致中产购买增速较快。



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

*图标中不包括人群占比小于1%的人群，举例：T2, L1, 18-24代表城市等级=2，购买力=1，18-24岁的女性，气泡大小代表人群数量



爱美Z时代

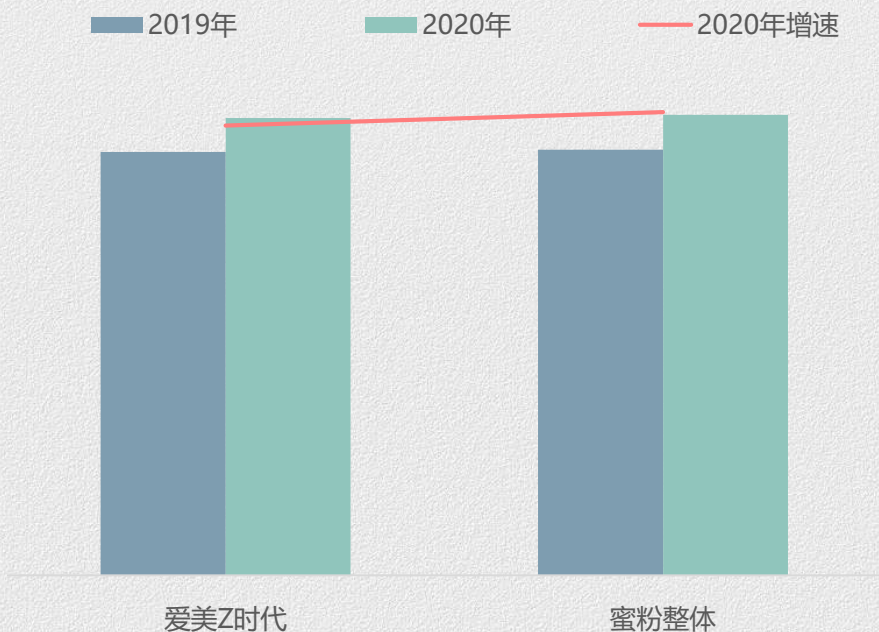


精致中产

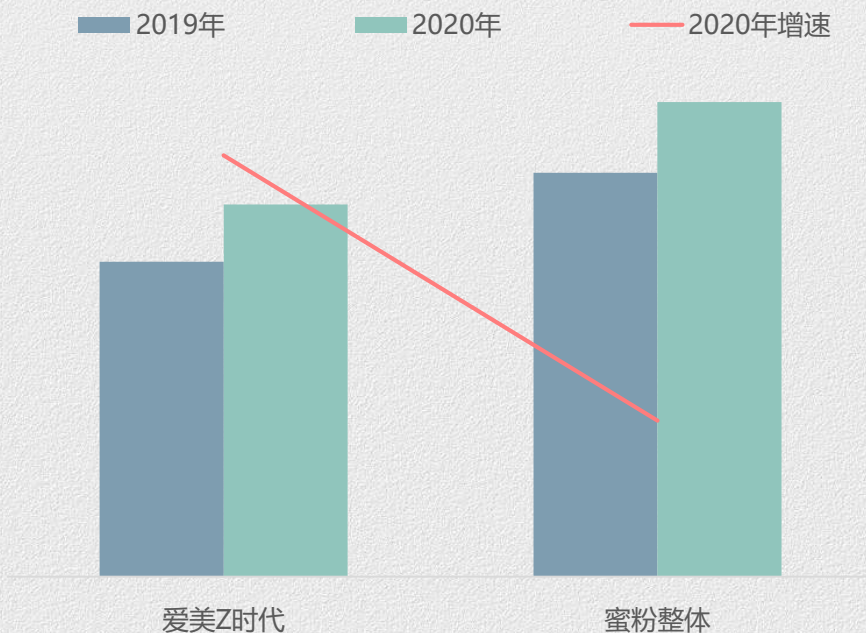
爱美Z时代蜜粉消费件数和件单价均有同比增长，具有一定购买潜力

爱美Z时代年购买件数和件单价均低于行业整体水平，但这部分人群正在逐步增加在蜜粉单品上的花费。

2019-2020年蜜粉人群人均购买件数及增速

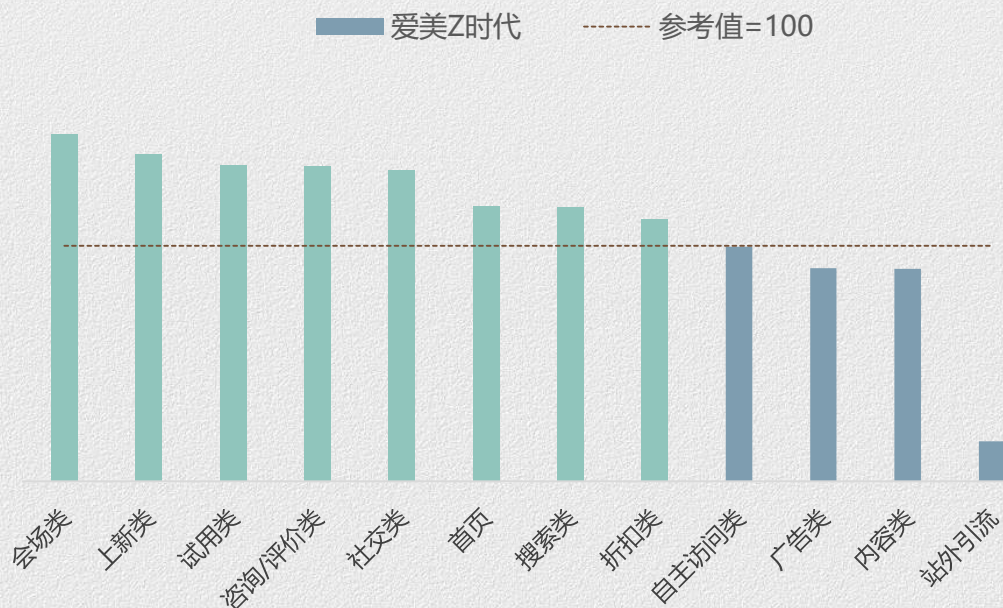


2019-2020年蜜粉人群人均购买件单价及增速



爱美Z时代做购买决策时会参考各大会场榜单推荐，注重商品口碑。对于新品，她们乐于试用，偏好先试再买的消费体验

2020年爱美Z时代蜜粉浏览通道偏好



榜单会场

▶ 榜单会场

TGI
指数

147



新品尝鲜

▶ 天猫小黑盒

TGI
指数

139



大牌试用

▶ 手淘试用

TGI
指数

134



口碑种草

▶ 手淘问大家

TGI
指数

134

数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

*2020年爱美Z时代蜜粉消费者浏览渠道偏好度，TGI=爱美Z时代某类渠道浏览占比/该渠道在整体蜜粉占比*100

蜜粉品类行业人群

爱美Z时代偏好国货品牌，需求个性化的包装和颜值外观，对于价格，香味和物流她们更为敏感。她们把蜜粉一物两用，除了面部定妆之外，还可以让头发控油蓬松

颜值个性派



- Top 1 花西子
- Top 2 柏瑞美
- Top 3 完美日记
- Top 4 悦诗风吟

MAT2020年爱美Z时代人群蜜粉偏爱品牌



*词云大小反映MAT2020购买人数高低

MAT2020年爱美Z时代人群蜜粉评论关注点



*词云大小反映评论量的高低

爱美Z时代彩妆年消费金额处于500-999元，购买彩妆的频次大于10次，对于彩妆功效的需求主要是自然服帖，防水，美白遮瑕和祛痘

彩妆年度消费金额	彩妆年消费金额	0元	1-99元	100-199元	200-299元	300-499元	500-799元	800-999元	1000-1499元	1500-1999元	2000-4999元	5000元及以上
	爱美Z时代TGI	39	65	78	97	112	121	122	115	102	74	30

彩妆年度消费频次	彩妆年消费频次	0次	1次	2次	3次	4-5次	6-8次	9-10次	11-12次	13次以上
	爱美Z时代TGI	39	35	44	55	69	89	106	116	133

彩妆功能需求	彩妆功效需求	保湿滋润	自然服帖	定妆持久	防晒	防水	隔离	控油	美白遮瑕	祛斑
	爱美Z时代TGI	116	122	113	77	126	102	109	123	100
	彩妆功效需求	祛痘	去黑眼圈	去皱	收缩毛孔	舒缓肌肤	提拉紧致	提亮肤色	修颜	易上色
	爱美Z时代TGI	143	108	50	109	111	67	114	115	118

蜜粉品类行业人群

爱美Z时代是彩妆潮流的驱动者，她们在注重价格的同时也需要满足她们对于产品颜值的要求。出奇的外形，有趣的名字或是独特的产品创意都可以成为她们剁手的原因

爱美Z时代爱搜彩妆品类词



土豆泥高光

价格：¥65



蘑菇头气垫

价格：¥119

小冰块腮红高光

价格：¥69



屁桃腮红

价格：¥65



爱美Z时代爱搜彩妆词占比

歌剧魅影遮瑕

虫草粉底液

雅诗兰黛沁水粉底液

毛戈平高光膏

资生堂气垫

mac定妆喷雾

江原道粉底液

suqqu粉底霜

毛戈平遮瑕膏

蕾哈娜高光



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

爱美Z时代 | 根据跨品类偏好，Z时代也是精致的爱美一族，并且作为年轻一代，日常衣食住行都广泛依托于网购；注重运动与保健，有养宠物的倾向



护肤美容

- **美妆护肤品 (TGI: 400-450)**
 - 平价护肤品：玉兰油，欧莱雅，欧诗漫，珀莱雅
 - 平价美妆：完美日记，花西子，MAC，橘朵，美宝莲
- **美体美容 (TGI: 600-800)**
 - 美瞳 & 隐形眼镜
 - 电动牙刷& 美容仪



网购吃穿

- **服饰箱包 (TGI: 300-350)**
 - 女鞋，运动鞋
 - 女装，服饰配件
 - 箱包，流行饰品
- **食品零食 (TGI: 240-260)**
 - 咖啡麦片冲饮
 - 零食坚果
 - 速食品



运动保养

- **保健 (TGI: 200-220)**
 - 保健食品
 - 维生素/酵素/益生菌
- **运动 (TGI: 200-220)**
 - 瑜伽用品
 - 运动护具
 - 呼啦圈



家有萌宠

- **宠物用品 (TGI: 180-200)**
 - 猫粮，猫砂
 - 猫狗保健品/药品
 - 宠物沐浴香波



爱美Z时代

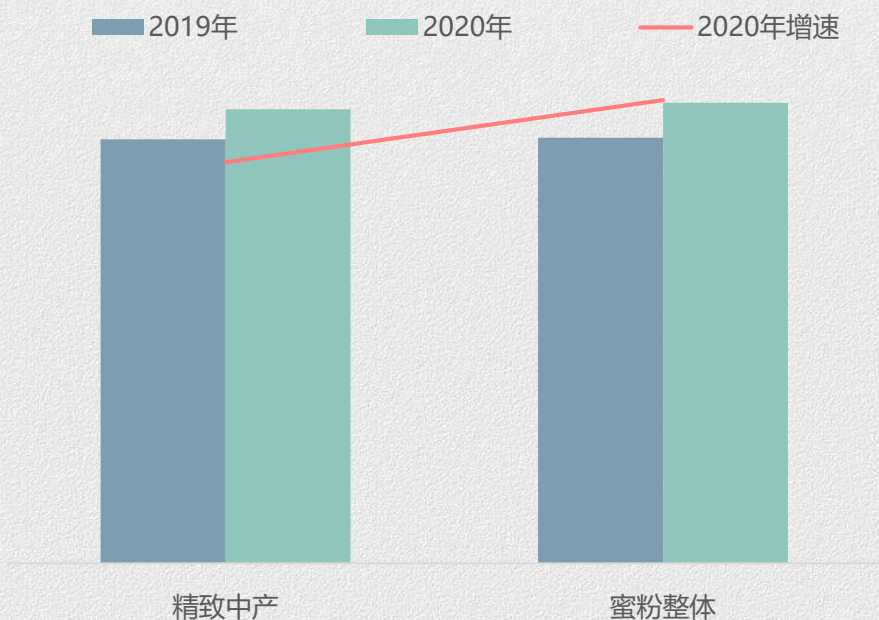


精致中产

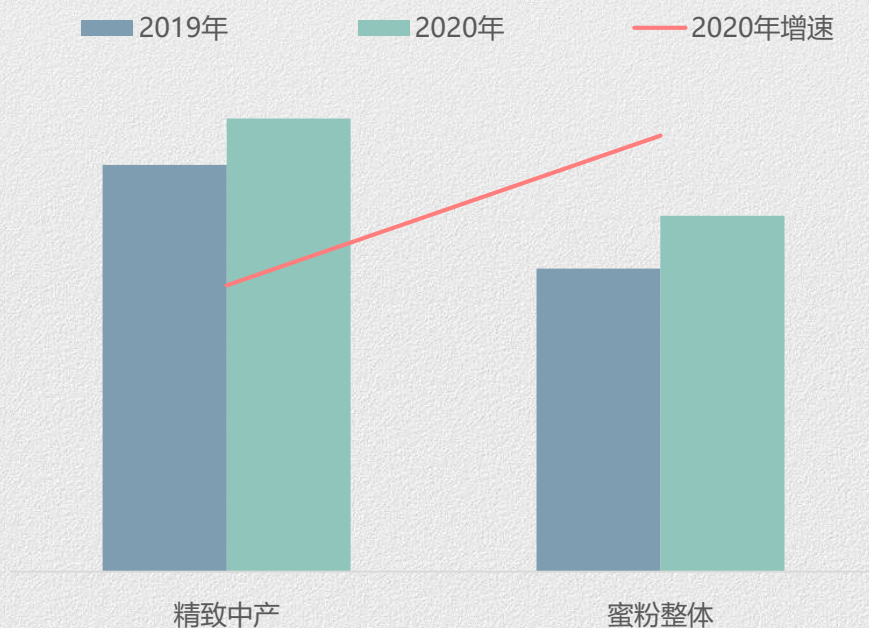
精致中产愿意花高价去购买蜜粉，但人群溢价空间不大

精致中产年购买件数略低于行业整体水平，但她们购买件单价明显高于行业，体现出这部分人群对生活品质的要求。

2019-2020年蜜粉人群人均购买件数及增速

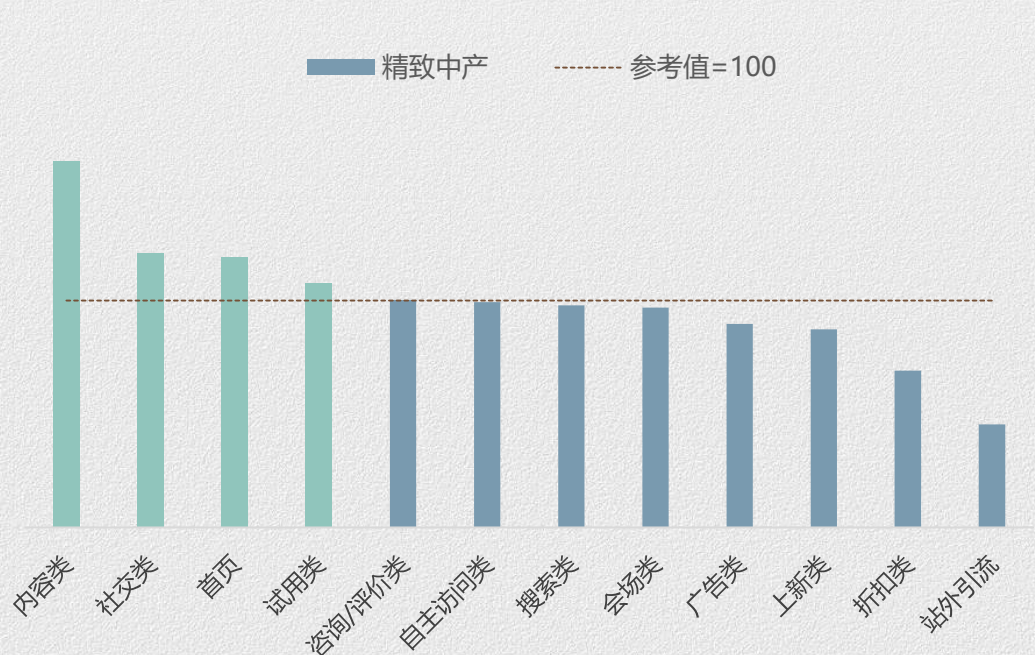


2019-2020年蜜粉人群人均购买件单价及增速



精致中产偏好视频和直播的方式去了解商品，社交裂变是她们社交的方式。平时购物主要由手猫首页进入，大牌试用亦能扣动这部分人的心

2020年精致中产蜜粉浏览通道偏好



视频直播

▶ 手淘淘宝直播

TGI 指数 **162**



社交裂变

▶ 裂变券引流

TGI 指数 **121**



手猫首页

▶ 手猫首页

TGI 指数 **119**



大牌试用

▶ 手淘试用

TGI 指数 **108**

数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

*2020年精致中产蜜粉消费者浏览渠道偏好度，TGI=精致中产某类渠道浏览占比/该渠道在整体蜜粉占比*100

蜜粉品类行业人群

精致中产会购买一些中高端品牌，性价比是她们的座右铭。产品的功效是她们最为关注的产品属性。当然她们并不仅仅局限于此，除了普通的功效要求之外，她们还会有化妆养肤的需求

品质需求派



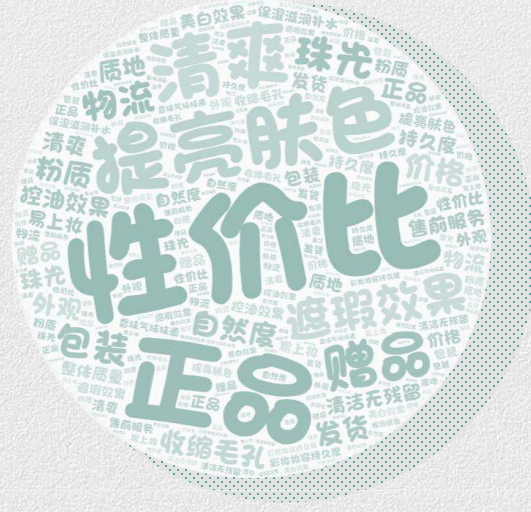
- Top 1 花西子
- Top 2 柏瑞美
- Top 3 完美日记
- Top 4 悦诗风吟

MAT2020年精致中产人群蜜粉偏爱品牌



*词云大小反映MAT2020购买人数高低

MAT2020年精致中产人群蜜粉评论关注点



*词云大小反映评论量的高低

精致中产彩妆年消费金额处于1000元以上，购买彩妆的频次分布较为平均，对于彩妆功效的需求主要是防晒，去皱，提拉紧致

彩妆 年度 消费 金额	彩妆年消费金额	0元	1-99元	100-199元	200-299元	300-499元	500-799元	800-999元	1000-1499元	1500-1999元	2000-4999元	5000元及以上
	精致中产TGI	67	53	75	82	89	100	111	121	138	155	163

彩妆 年度 消费 频次	彩妆年消费频次	0次	1次	2次	3次	4-5次	6-8次	9-10次	11-12次	13次以上
	精致中产TGI	73	75	88	96	102	106	106	104	101

彩妆 功能 需求	彩妆功效需求	保湿滋润	自然服帖	定妆持久	防晒	防水	隔离	控油	美白遮瑕	祛斑
	精致中产TGI	97	99	100	144	95	102	97	93	100
	彩妆功效需求	祛痘	去黑眼圈	去皱	收缩毛孔	舒缓肌肤	提拉紧致	提亮肤色	修颜	易上色
	精致中产TGI	86	120	125	99	101	136	99	102	98

蜜粉品类行业人群

精致中产尊崇品牌力，尤其偏好欧美大牌产品，买起彩妆更追求产品的质量和性价比

精致中产爱搜彩妆品类词



CPB隔离
价格：¥540



NARS腮红
价格：¥300

阿玛尼粉底液
价格：¥600

YSL气垫
价格：¥580



精致中产爱搜彩妆词占比

雅诗兰黛沁水粉底液

毛戈平高光膏

资生堂气垫

mac定妆喷雾

江原道粉底液

suqqu粉底霜

毛戈平遮瑕膏

蕾哈娜高光

nars蜜粉饼

luna遮瑕

Get 杨幂同款
高级哑光肌



蜜粉品类行业人群

精致中产 | 根据跨品类偏好，精致中产是爱美达人更是精致妈妈，日常生活小资，热爱美食与美酒，同时也注重运动养生



小资情调

➤ 热爱美食 (TGI: 800-1000)

- 西式快餐
- 咖啡甜品: 星巴克, 咖世家
- 冷饮/奶茶: 哈根达斯、DQ

➤ 小酌一杯 (TGI: 400-450)

- 啤酒
- 预调鸡尾酒
- 葡萄酒



大牌美护

➤ 美妆护肤品 (TGI: 400-450)

- 高级护肤品: 雅诗兰黛, 兰蔻, 资生堂, 娇兰, 修丽可
- 高端美妆: 阿玛尼, 圣罗兰, 纪梵希, 迪奥, 兰蔻

➤ 美体美容 (TGI: 600-800)

- 美瞳 & 隐形眼镜
- 电动牙刷 & 水牙线 & 美容仪



精致妈妈

➤ 婴童用品 (TGI: 450-500)

- 婴儿奶粉/辅食
- 童装/童鞋
- 益智玩具

➤ 孕妇用品 (TGI: 300-350)

- 孕妇装
- 孕妇营养品



运动养生

➤ 养生 (TGI: 300-350)

- 养生茶
- 保健品
- 按摩器

➤ 运动 (TGI: 280-300)

- 瑜伽用品
- 泳衣
- 拉力绳/呼啦圈

01 爱美Z时代



- 人群年龄：18-24岁
- 人群购买力：L1-L2
- 蜜粉年消费频次： 1.4次
- 蜜粉年消费金额： 67元
- 人群特点：喜爱平价护肤品，乐于网购，家有萌宠
- 蜜粉浏览偏好渠道：榜单会场，大牌试用，天猫小黑盒，手淘问大家
- 蜜粉偏好品牌：偏好国货品牌
- 蜜粉购买关注点：外观，气味和价格
- 蜜粉偏好产品特色：IP联名，出奇昵称，特色货品，高颜值

02 精致中产



- 人群年龄：25-34岁
- 人群购买力：L3-L4
- 蜜粉年消费频次： 1.4次
- 蜜粉年消费金额： 109元
- 人群特点：喜爱大牌美妆，家有萌娃，小资情调
- 蜜粉浏览偏好渠道：视频直播方式种草，社交裂变，大牌试用
- 蜜粉偏好品牌：偏好欧美大牌
- 蜜粉购买关注点：性价比，质量，提亮肤色
- 蜜粉偏好产品特色：品牌力产品，养肤美妆



TMIC趋势发布

CBNDATA

第一财经商业数据中心

AliResearch
阿里研究院

谢谢聆听