

Z世代

美妆

2020

Z世代趋势美妆 消费洞察报告

CBNDATA × 天猫国际
第一财经商业数据中心

© 2020 CBNDData. All rights reserved.



TABLE OF CONTENTS 目录

第一部分： Z世代身份的X面

- 1.1 了解Z世代
- 1.2 Z世代身份的X面

第二部分： Z世代美妆消费 习惯洞察

- 2.1 Z世代：增长核心人群
- 2.2 Z世代美妆消费习惯

第三部分： Z世代趋势美妆消 费五大关键词

- 3.1 妆无巨细
- 3.2 放肆玩色
- 3.3 自然裸肌
- 3.4 量子护肤
- 3.5 气氛留香

1 2 3

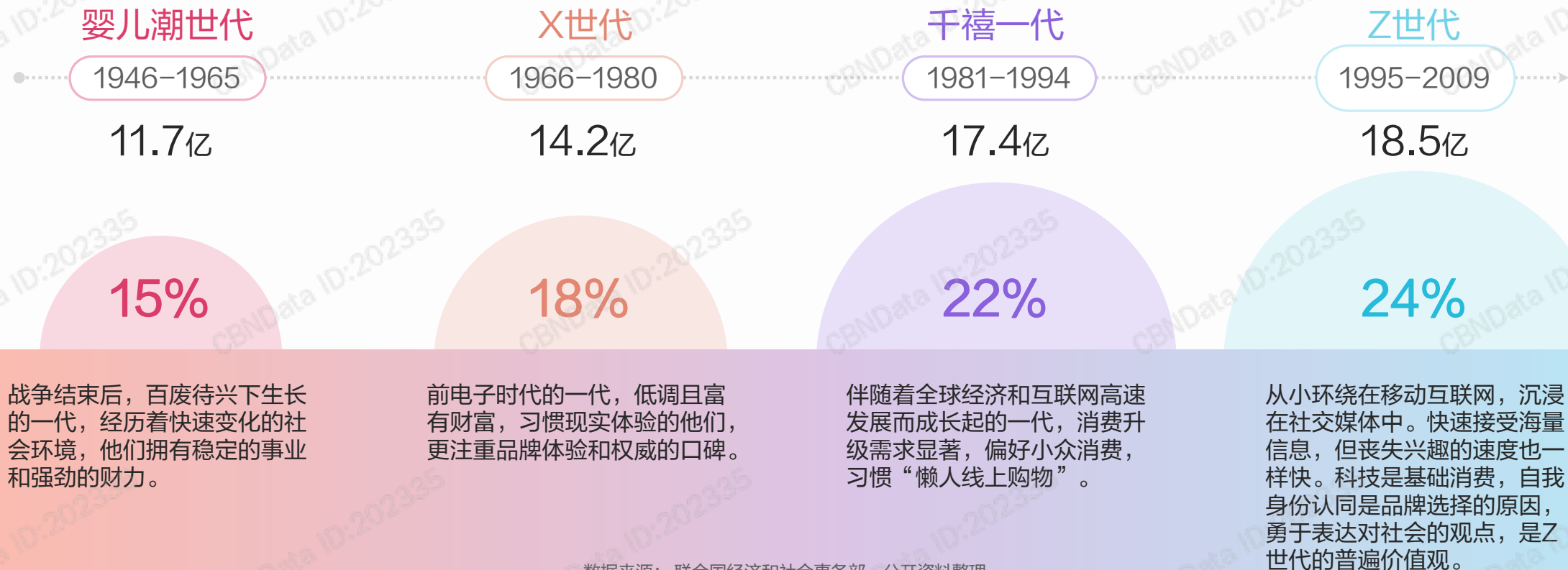


01

■ Z世代 身份的X面

新消费时代的人群机遇

全球人口结构正在悄然改变，不同世代的人由于成长环境的差异会呈现出不同的价值观和消费观。如今，年轻的Z世代已经成为新时代的焦点人群，社会各界都关注着Z世代人群的成长。



数据来源：联合国经济和社会事务部，公开资料整理

Z世代身份有着多样的X面

中国Z世代人群约2.6亿人，成长于信息时代的年轻人们，受到全方位多元文化的熏陶，Z世代有着独特而又个性的身份标签，X面的身份是Z世代的专属“人设”。

中国的Z世代人群
(1995-2009年出生)

约 **2.6亿** 人



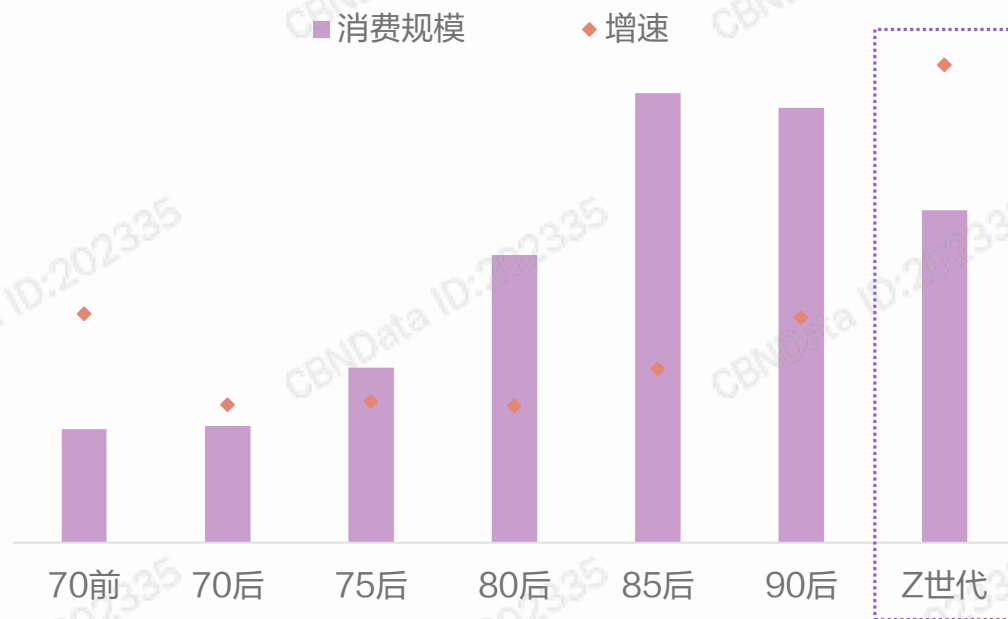
数据来源：企鹅智库《2019年Z世代消费力白皮书》

资料来源：公开资料整理

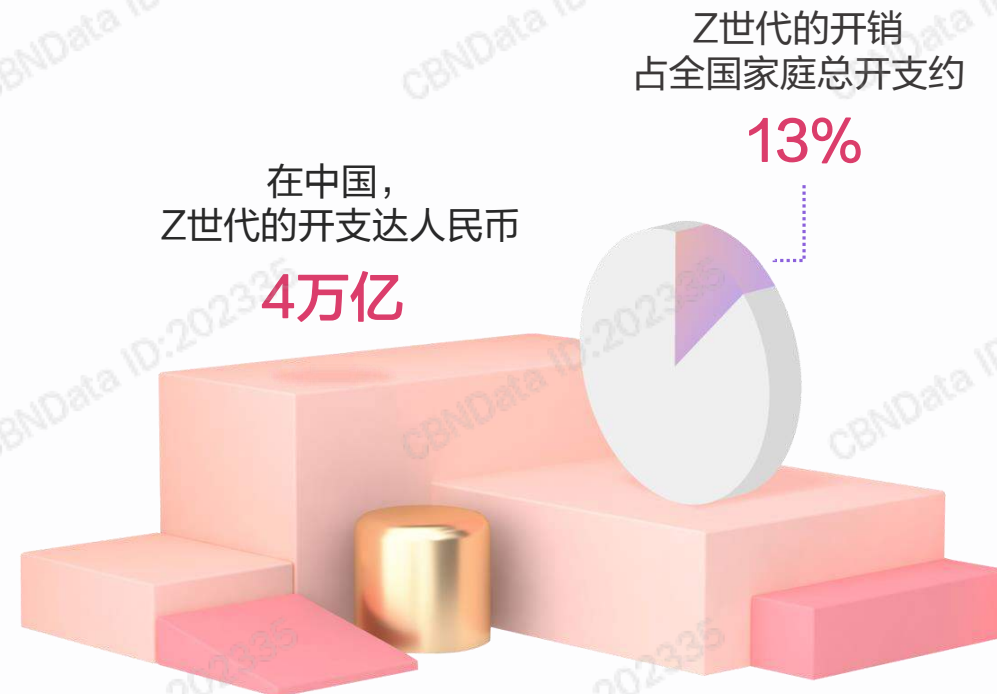
Z世代成为了如今炙手可热的下一代“金主”

随着年轻的Z世代们逐步迈入社会，围绕于Z世代的商业机遇便不断涌现，作为新消费人群的Z世代们消费能力毫不逊色，成为了社会各界关注的焦点。

2018.9-2019.8 线上不同代际消费规模及增速



数据来源：CBNData《2019 中国互联网消费生态大数据报告》



数据来源：OC&C《无国界的一代》



02

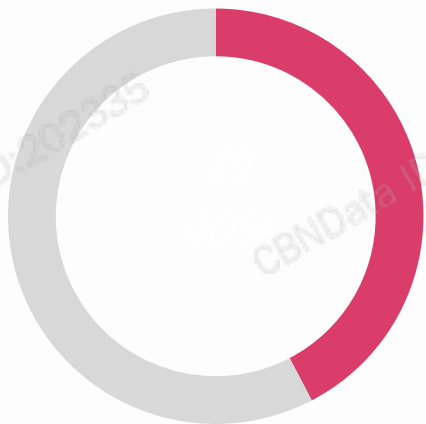
Z世代美妆 消费习惯洞察

Z世代是美妆品类的“增长引擎”人群，赢Z世代者赢天下

年轻的Z世代的美容护肤意识强，已经成为了美妆品类消费主力军。Z世代的消费潜力正不断被激发，人均消费水平增速远高于他们的前辈们。对于行业而言，对Z世代的吸引和消费转化是未来增长的核心。

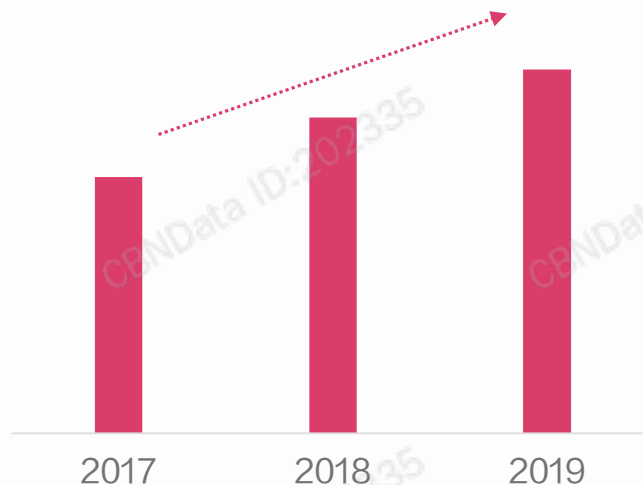
2019 Z世代
天猫国际美妆品类消费占比

■ Z世代 ■ 其他



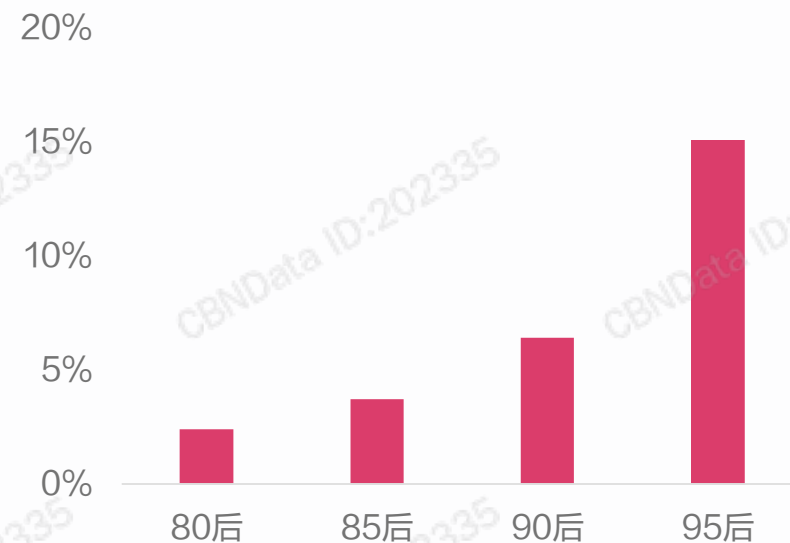
数据来源：天猫国际

2017-2019 Z世代
天猫国际美妆品类人均消费水平



数据来源：CBNDATA消费大数据

2019 天猫国际美妆品类
各代际人均消费水平增速

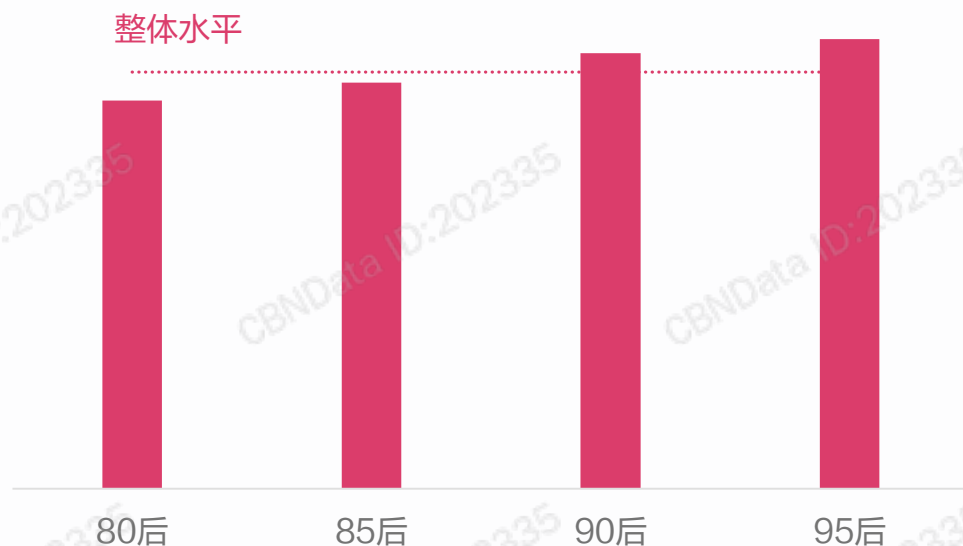


数据来源：CBNDATA消费大数据

细致护肤是Z世代颜值追求的起步

Z世代对彩妆和护肤持有更为积极的消费观，日常护肤是Z世代追求颜值的第一步，对面膜、洁面、卸妆等基础护肤产品具有高频消费的需求。

2019 天猫国际美妆品类各代际消费频次



数据来源：CBNData消费大数据

2019 Z世代天猫国际美妆类目消费频次TOP8



数据来源：CBNData消费大数据

对于彩妆，Z世代有着精益求精的态度

Z世代对彩妆的需求更多元，底妆、口红和化妆工具是最主流的需求，同时，像蜜粉、阴影、遮瑕等针对细节把控的品类也正迅速捕获Z世代的芳心，Z世代的妆容愈加精致化。

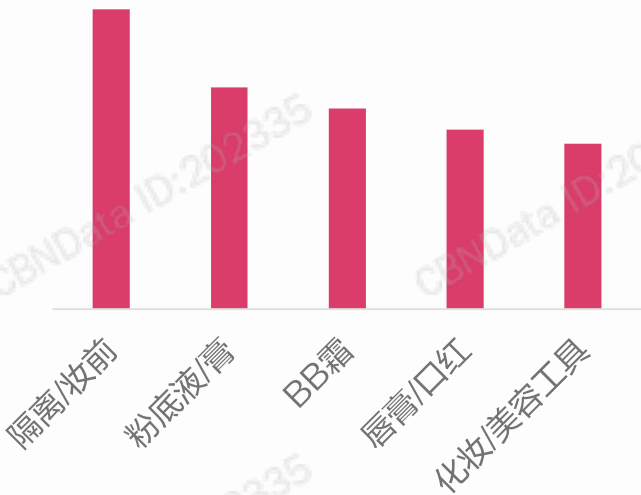
2017-2019 Z世代天猫国际
彩妆品类消费集中度

■ TOP5品类消费占比



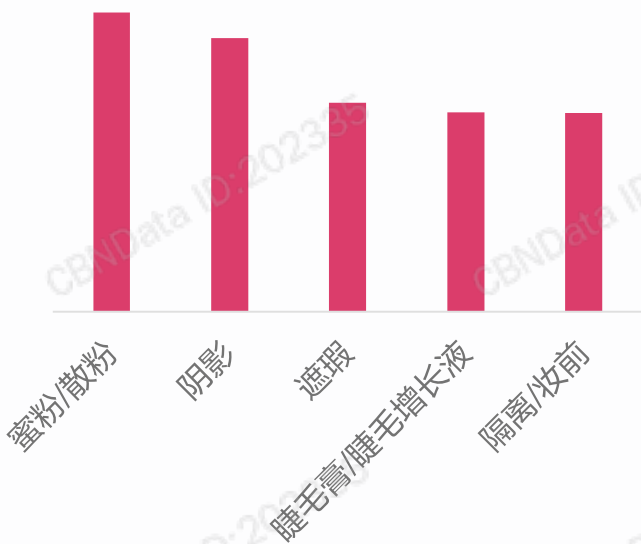
数据来源：CBNData消费大数据

2019 Z世代天猫国际彩妆品类
消费人数TOP5



数据来源：CBNData消费大数据

2019 Z世代天猫国际彩妆品类
消费人数增速TOP5



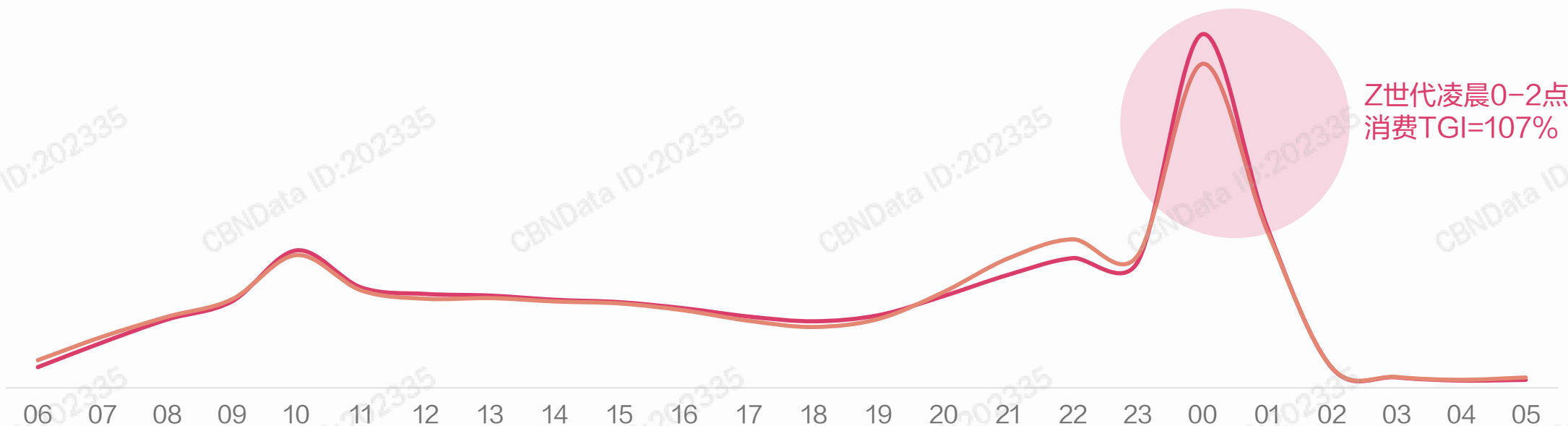
数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：选取彩妆品类消费占比前99.5%的细分品类计算

Z世代跻身“夜猫消费”场景，熬着夜、种着草、剁着手

深夜是Z世代剁手狂欢的大好时光，身为“熬夜一族”的Z世代更偏好在深夜消费，解锁零点经济。

2019 Z世代天猫国际美妆网购时间段

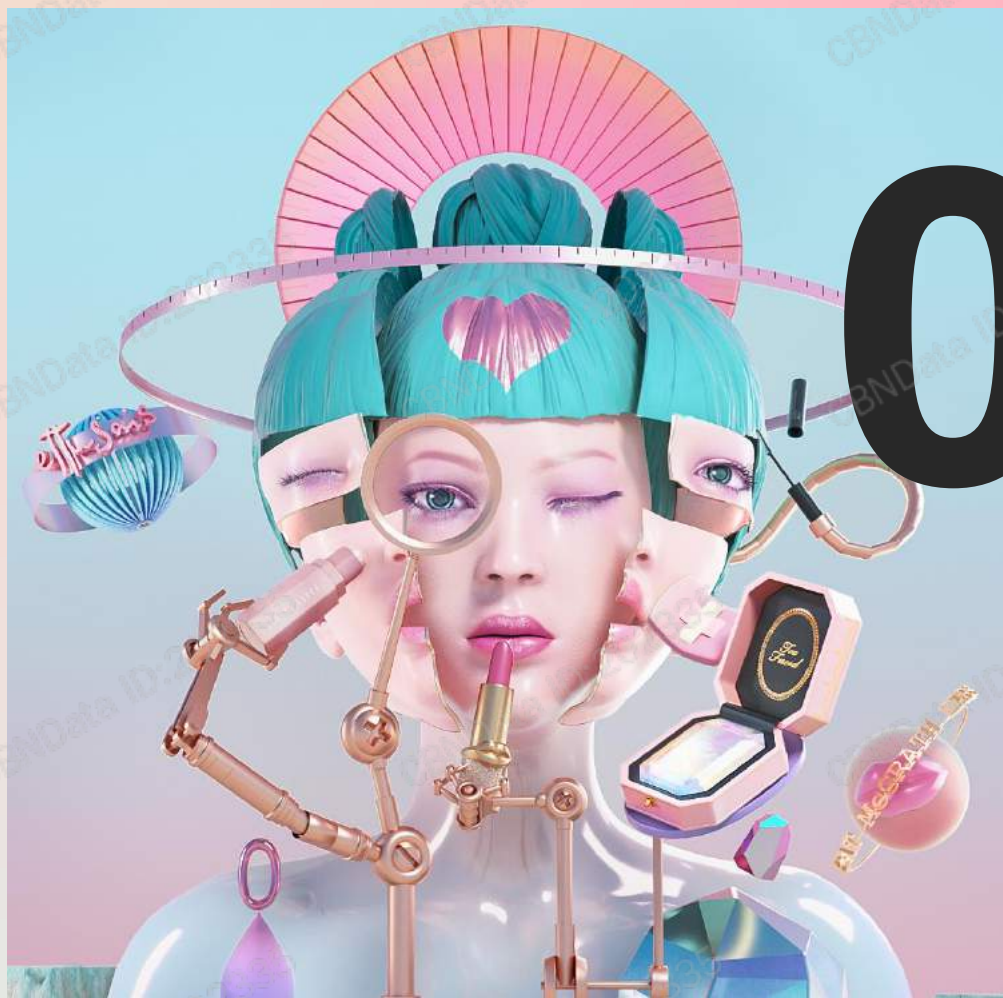
— Z世代 — 整体



数据来源：天猫国际

数据说明：以06点为例，指6-7点下单的消费，TGI=Z世代某时间段下单消费分布/整体该时间段下单的消费占比，大于100%表示Z世代更偏好，小于100%表示不偏好

大数据 · 全洞察



03

Z世代趋势美妆 消费五大关键词

03

Z世代趋势美妆 消费五大关键词



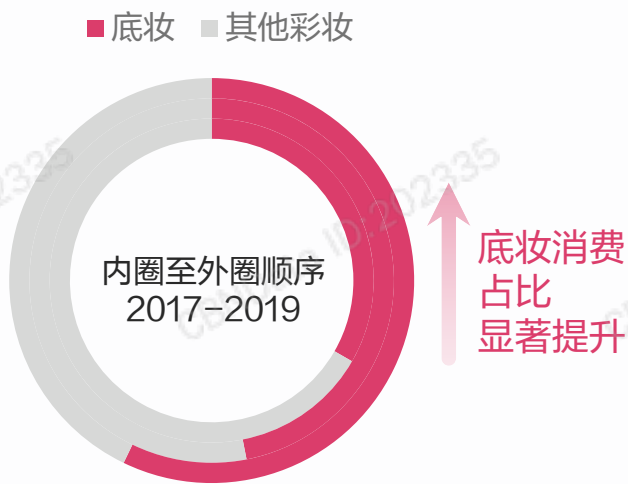
趋势关键词一 妆无巨细

精致妆容是Z世代“出街”必备，
Z世代的妆容“心机感”华丽升级：
细节层层把控，颜值魅力加分

底妆细节至上，Z世代有着更完整的底妆修容术

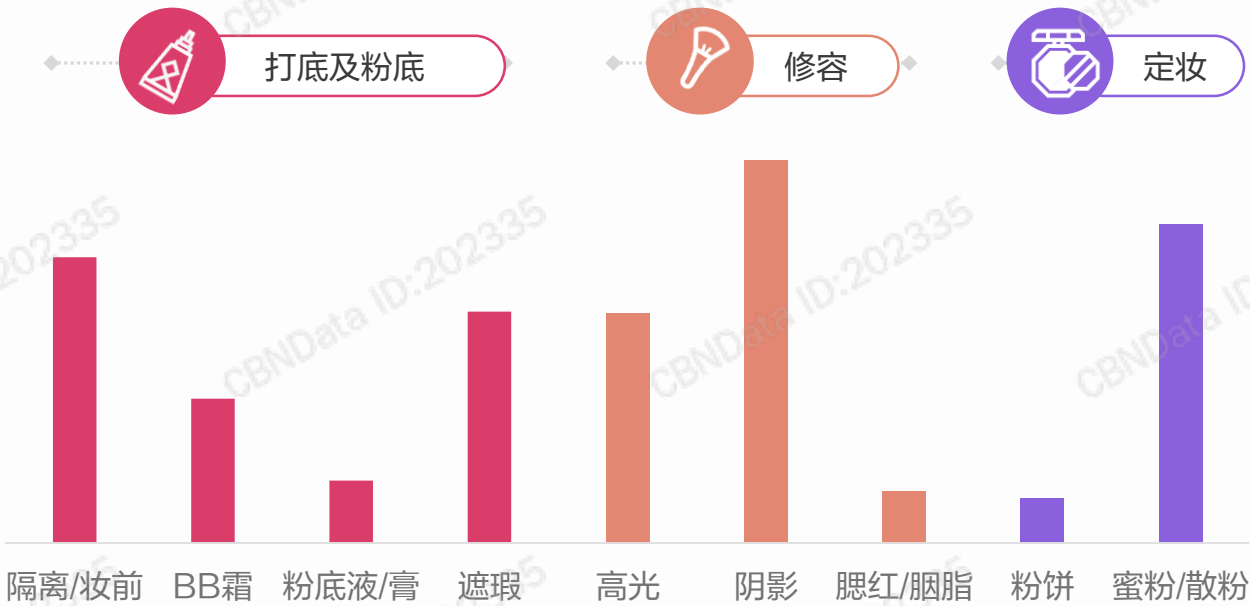
对于爱美爱化妆的Z世代来说，底妆是化妆中至关重要的步骤。底妆是远不止粉底产品，一个完整底妆还需要有细致的妆前打底、精细的修容/高光 and 精心的定妆。

2017-2019 Z世代天猫国际底妆及其他彩妆消费占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

2019 Z世代天猫国际底妆细分品类消费增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

想美之处皆可高光，高光产品形态细分化

高光和阴影是修容的超强组合，不仅可以提升脸部立体感，同时可以修饰脸部小缺陷，如今已经成为日常化妆的一部分。高光产品从产品形态上不断细分，满足消费者更多元的需求。

化妆及修容相关话题微博热度



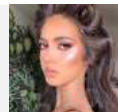
#化妆相当于换头#
2.3亿阅读



#修容#
8767.4万阅读



#换皮级底妆#
8614.9万阅读



#绝美神仙高光#
5399.7万阅读

数据来源：公开资料整理

高光画法及修容效果举例



- A 眉骨提亮，缩小眉眼距离
- B 眼下提亮，眼睛更有神
- C 眼头提亮，缩小眼距
- D 颧骨提亮，脸部更有立体感
- E 山根和鼻头分段提亮，鼻子显得更挺、更小巧
- F 唇峰和唇珠提亮，缩短人中，饱满唇形
- G 下巴提亮，让下巴更翘

资料来源：根据公开资料整理

高光产品举例



高光盘



高光棒



高光液

资料来源：根据公开资料整理，图片来源于淘宝商品详情页

03. ■

Z世代趋势美妆消费五大关键词



趋势关键词二 放肆玩色

色彩是Z世代不一样的“花火”，
体现出妆容挑色与搭配的美学：

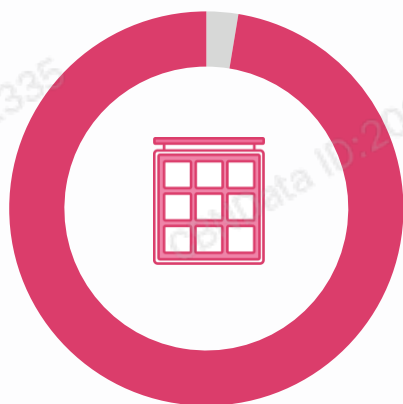
色彩丰富，多层叠加，
高调个性，大胆鲜艳

一盘多色化的眼妆潮流，搭配百变眼妆妆容

多色盘是眼影行业的潮流风向，身为美妆爱好者的Z世代对多色盘的偏好度最高。同时，Z世代对于八色及以上的多色盘消费占比也显著提升，专业式的多色眼影盘已经是Z世代的主流选择。

2019 天猫国际单/多色
眼影消费占比

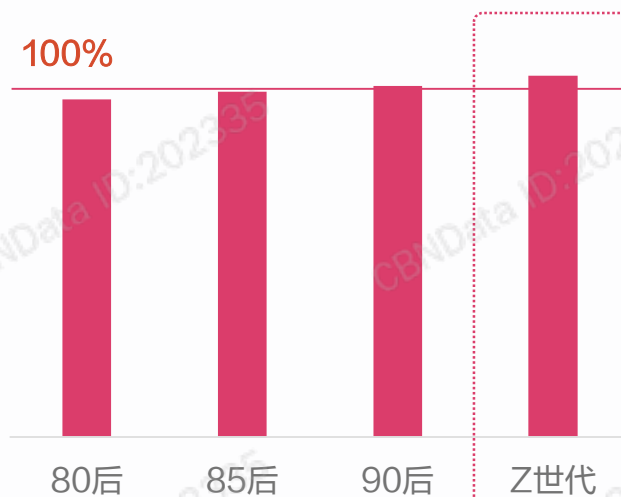
■ 单色眼影 ■ 多色眼影



数据来源：CBNData消费大数据

2019 天猫国际多色眼影
各代际消费偏好度

■ 消费偏好度TGI

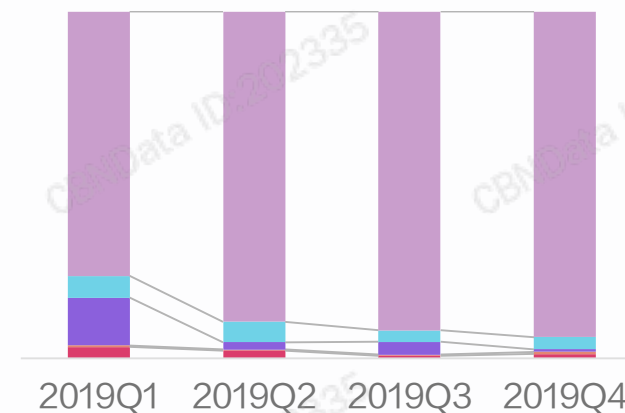


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：消费偏好都以TGI计算，TGI=某人群多色眼影消费占比/整体人群多色眼影消费占比，大于100%表示偏好，小于100%则表示不偏好

大数据 · 全洞察

2019 Z世代天猫国际
颜色色盘数消费占比

■ 单色盘 ■ 双色盘 ■ 三至四色盘
■ 五至七色盘 ■ 八色及以上盘

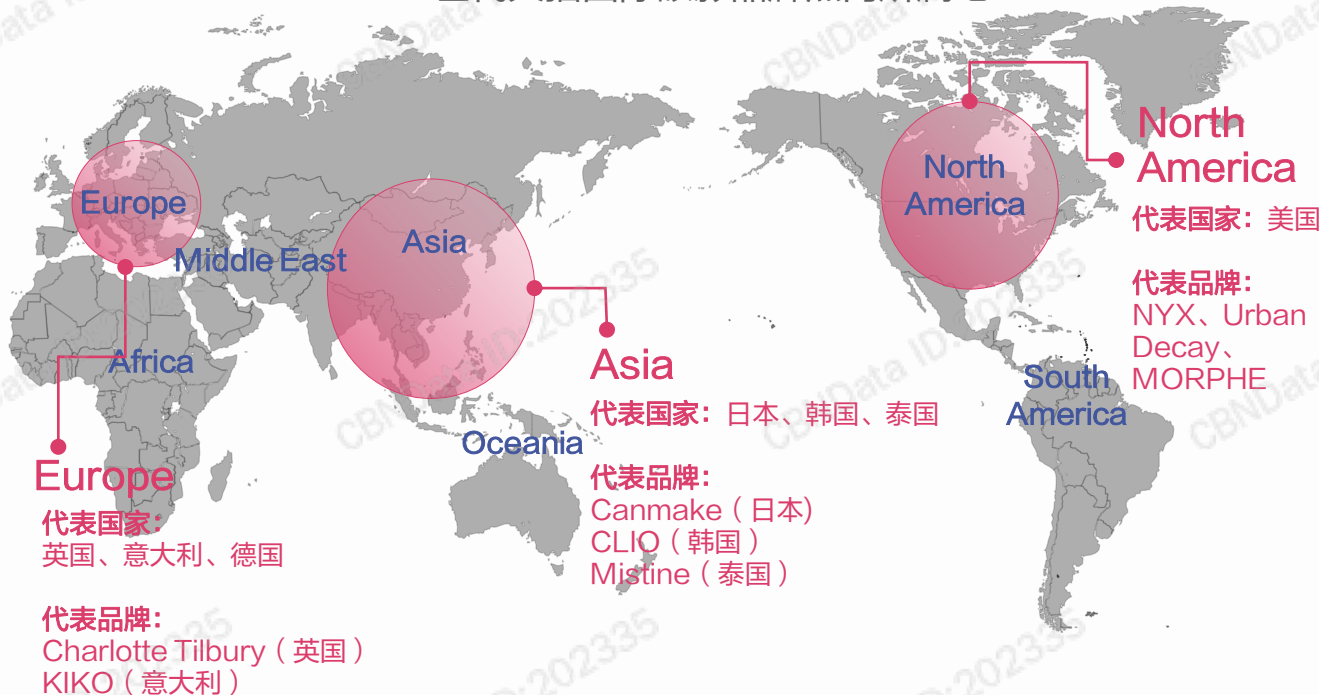


数据来源：CBNData消费大数据

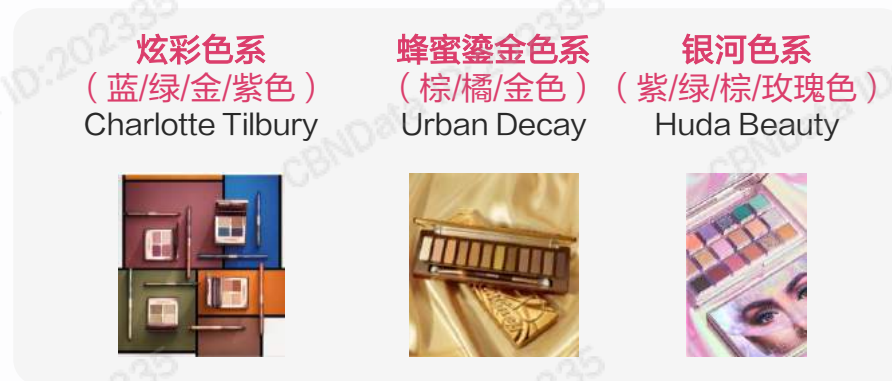
Z世代倾心欧美妆容，大胆驾驭各种高调色彩

Z世代欧美系眼影的消费热度值得关注，美国成为2019年度天猫国际Z世代消费增长最迅速的品牌所属地。Z世代敢于尝试欧美妆，乐于玩转各种鲜明高调的色彩，搭配着属于自己的个性妆容。

2019 Z世代天猫国际眼影品牌热门所属地



2019 Z世代天猫国际眼影品牌所属地
消费增速TOP3



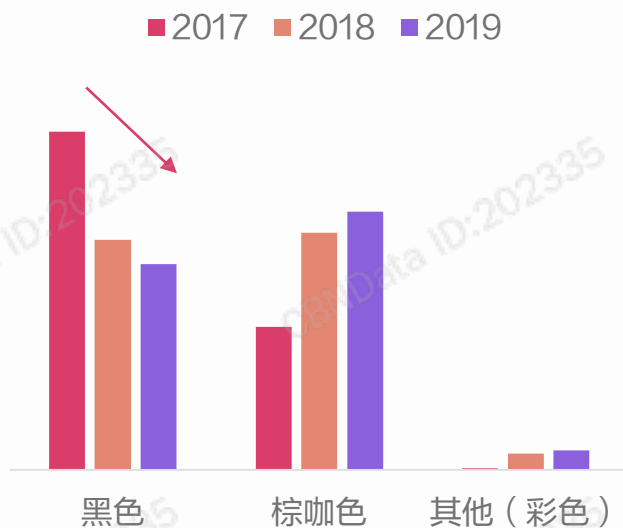
数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：消费增速排名TOP3品牌所属地的计算中圈定了2019年消费排名占比前98%的品牌所属地，图片整理自淘宝商品详情页

Z世代也是色彩细节控，眼线与妆容相得益彰

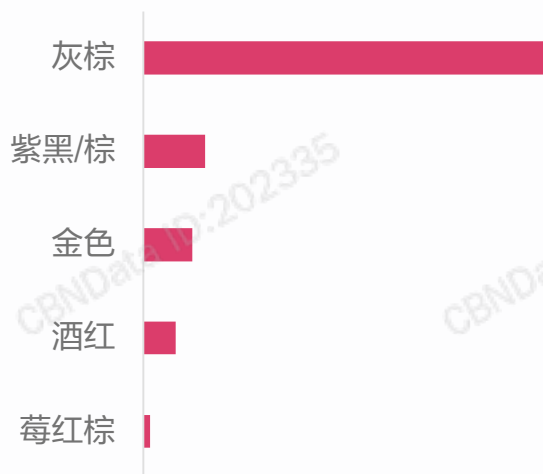
彩色眼线或是配合整体妆容风格，或是增添妆容新鲜度，正快速地成为Z世代彩妆选择的一部分。同时，Z世代的眼线选择也体现出“心机”：例如，金色眼线更适合秋季妆容、紫调眼线与初夏粉嫩妆容更搭。

2017-2019 Z世代天猫国际
眼线颜色消费占比



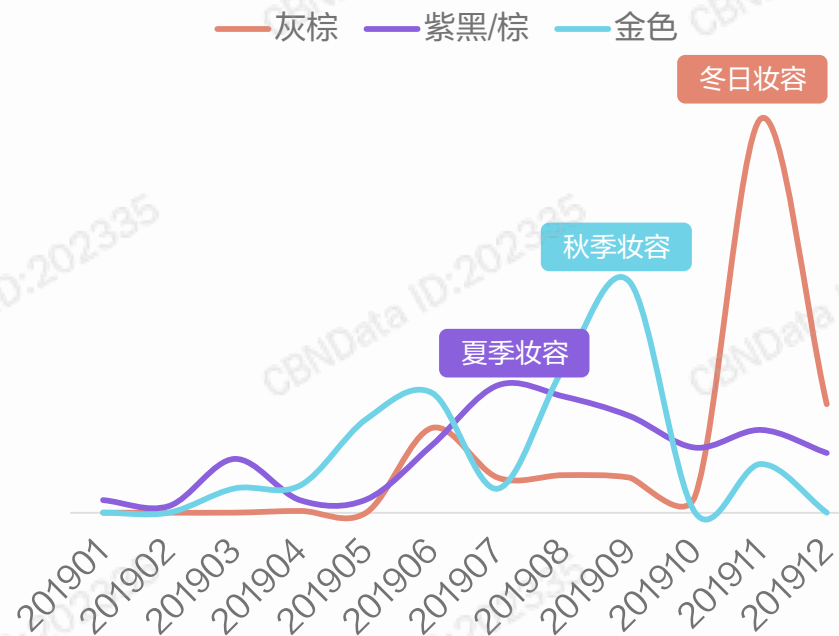
数据来源：CBNData消费大数据

2019 Z世代天猫国际彩色眼线
消费增速TOP5



数据来源：CBNData消费大数据

2019 Z世代天猫国际彩色眼线消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：选取消费增速前三位的彩色眼线消费，通过数据归一处理

03■

Z世代趋势美妆
消费五大关键词



趋势关键词三 自然裸肌

Z世代追随的天然植萃主旋律，
成分天然更安心：

肌肤环保主义，素肌人群专用

纯天然提取、纯植物成分

崇尚安心感，Z世代护肤品选择上谨慎又理性

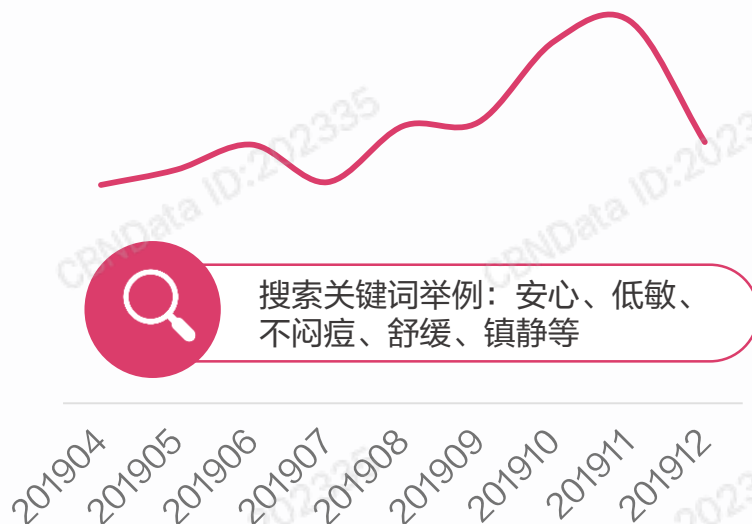
随着美妆市场的发展成熟，超过四成消费者更加关注化妆品安全，不含有害物质、零伤害、安全无毒的Clean Beauty概念成为行业热点。对于Z世代而言，肌肤耐受性及护肤品使用安全性逐渐成为他们护肤品选择的关键考虑因素，线上相关搜索热度正在提升。

消费者护肤态度



数据来源：美国时装技术学院 FIT《2018 FIT Transparency Perception Assessment Survey》

2019年4月-12月 Z世代天猫国际护肤品使用安全相关关键词搜索热度



数据来源：CBNData消费大数据

Clean Beauty
——全球护肤美容界关注焦点



「零伤害」

「不含有害物质」

「无毒护肤」



品牌举例：Drunk Elephant 醉象

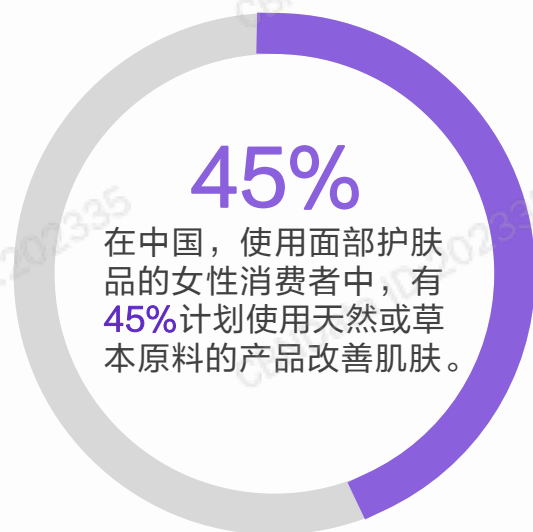
Clean Beauty 是原先天然有机、无添加理念的进阶追求，进一步延伸到追求不含有害物质、零伤害、完全无毒的护肤技术。

数据来源：根据互联网公开资料整理

Z世代拥抱肌肤环保主义，钟爱天然植萃成分

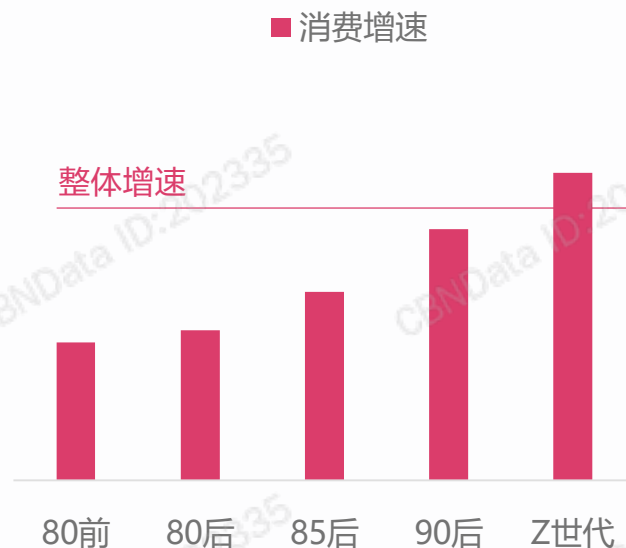
近几年中国消费者更愿意为天然、安全的成分买单，其中Z世代尤其钟爱，近一年Z世代天然植物类护肤品消费增速远远高于其他代际，其中果酸、芦荟、茶树等天然植物配方成为热门。

天然或草本原料偏好



数据来源：英敏特《2018全球护肤品四大趋势》

2018-2019 天猫国际各代际消费者天然植物成分消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

大数据 · 全洞察

2019 Z世代天猫国际热门消费天然植物成分举例



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：词云大小代表消费热度

03. Z世代趋势美妆 消费五大关键词



趋势关键词四 量子护肤

Z世代是“护肤知识分子”，
追求高效成分，需求细节到毛孔：

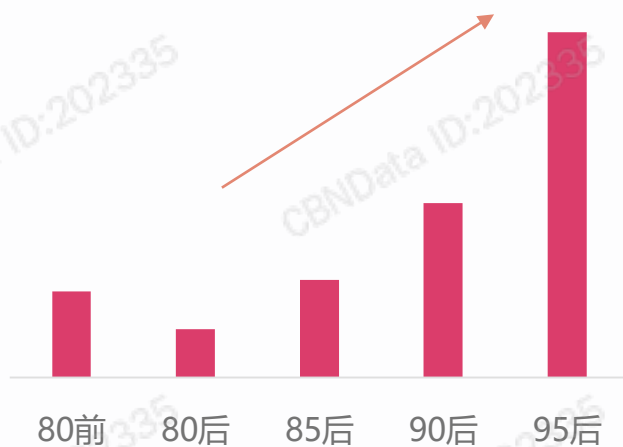
*对成分功效了然于心，
追求即刻的肌肤改善效果*

Z世代变身护肤功课党，对专效极客成分关注度高

越来越多的Z世代变身科学“成分党”，对含有专效极客成分的护肤品关注度及消费热情都高于其他代际。其中近一年在天猫国际平台上受到Z世代欢迎的热门成分有氨基酸、玻尿酸等，而“网红”成分烟酰胺及胶原蛋白消费增速瞩目。

2019 天猫国际各代际高效护肤成分相关关键词搜索热度

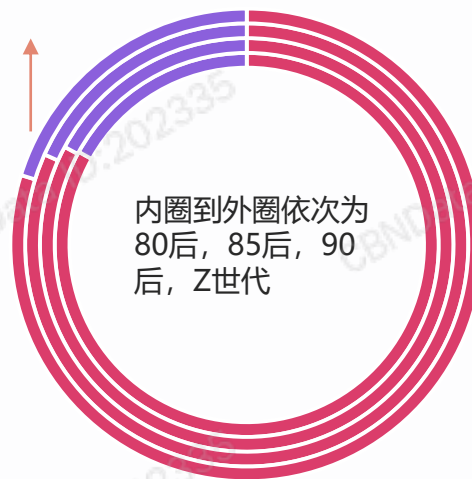
■ 关键词搜索次数



数据来源：CBNData消费大数据

2019 天猫国际不同代际高效护肤成分消费占比

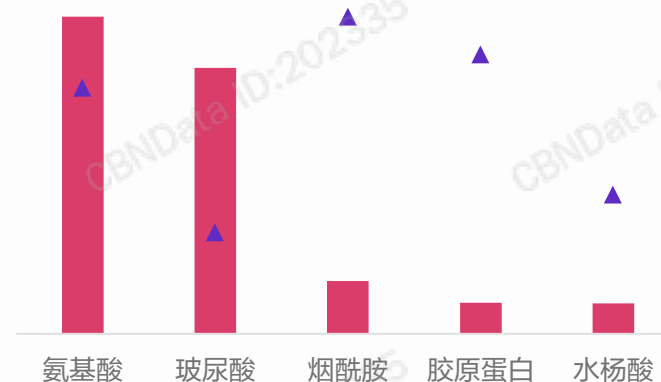
■ 其他成分 ■ 高效护肤成分消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

2019 天猫国际最受Z世代欢迎的高效护肤成分TOP5及消费增速

■ 消费规模 ▲ 消费增速

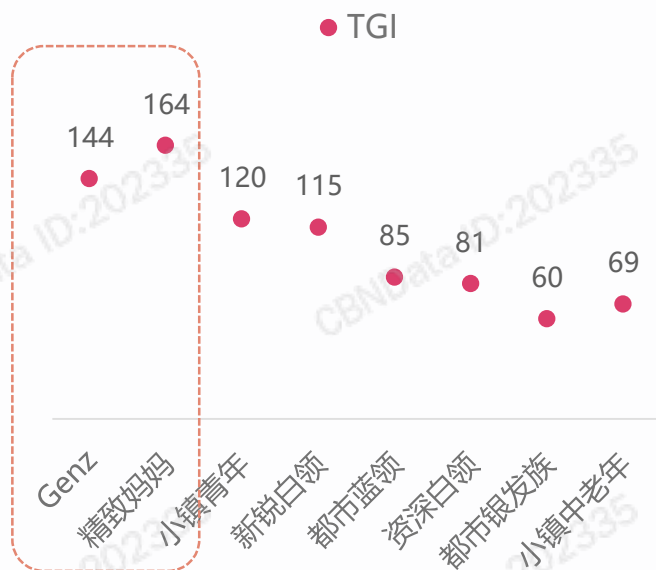


数据来源：CBNData消费大数据

“立竿见影”的肌肤改善效果：蕴含“急救”功效成分的产品，受Z世代青睐

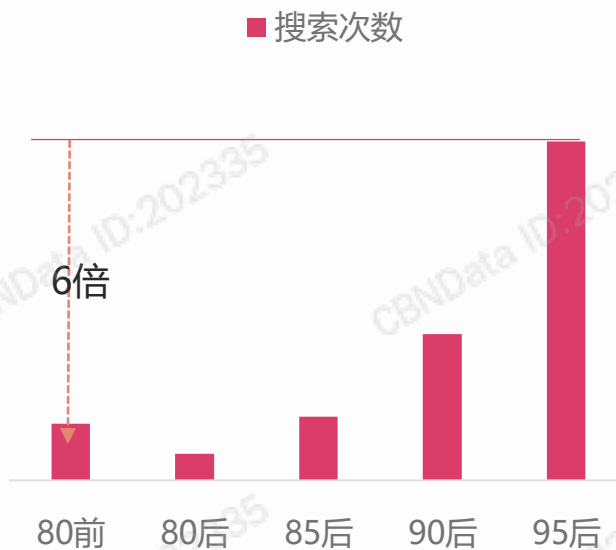
随着人们生活节奏加快，生活娱乐类型丰富多样，越来越多年轻人免不了经常外出及熬夜，导致皮肤状况下降；还有一部分消费者皮肤敏感度较高，特殊季节皮肤急需被“拯救”。在此情况下，年轻人尤其是Z世代对“急救”类护肤产品消费需求提升，有着即刻功效成分的产品受到了关注。

不同人群对[熬夜急救]消费情境的需求偏好



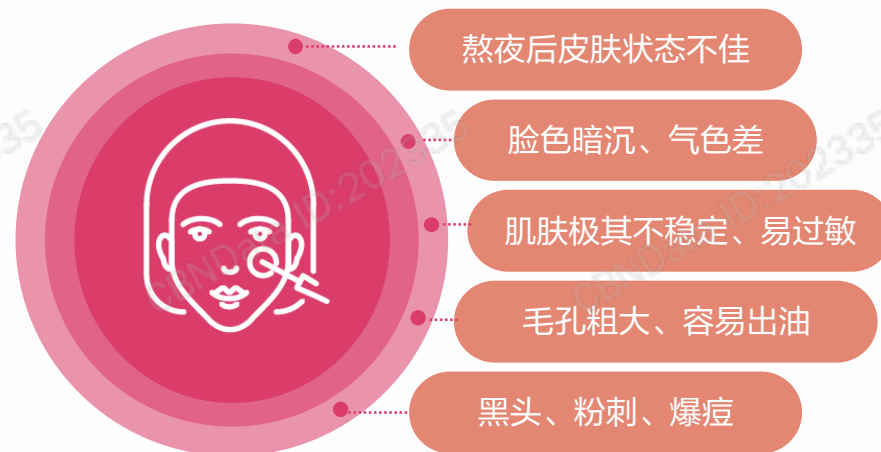
数据来源：阿里妈妈《美妆洗护营销洞察》
数据说明：人群来自于阿里八大策略人群定义

2019 线上不同代际急救产品搜索热度



数据来源：CBNData消费大数据

Z世代熬夜场景肌肤痛点



数据来源：根据公开资料整理

03

Z世代趋势美妆 消费五大关键词



趋势关键词五 气氛留香

香气是Z世代个性主见的表达，
拒绝街香、寻找属于自己的“独特”：

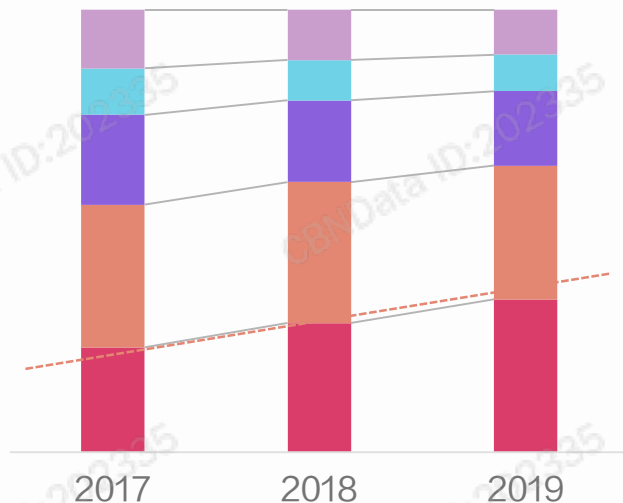
*Z世代积极寻香试香，小众香热度高涨，
更在乎香气与自我气质的完美匹配*

香水香氛，抵达Z世代生活的诗与远方

Z世代是香水香氛的消费主力，从年人均消费水平的增长趋势中也可以看出Z世代对于香水消费的执著。相较其他代际消费者，年轻的Z世代们更钟情于低调中性的香型，偏好古龙、茶香和草木香。

2017-2019 天猫国际香水
各代际消费占比

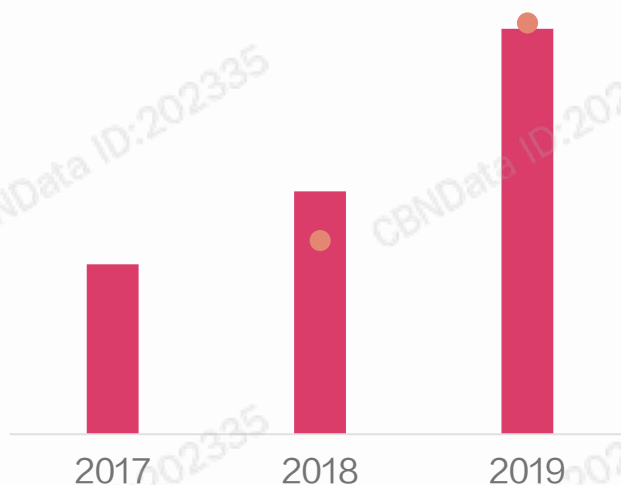
■ Z世代 ■ 90后 ■ 85后 ■ 80后 ■ 其他



数据来源：CBNData消费大数据

2019 Z世代天猫国际香水
年人均消费水平趋势

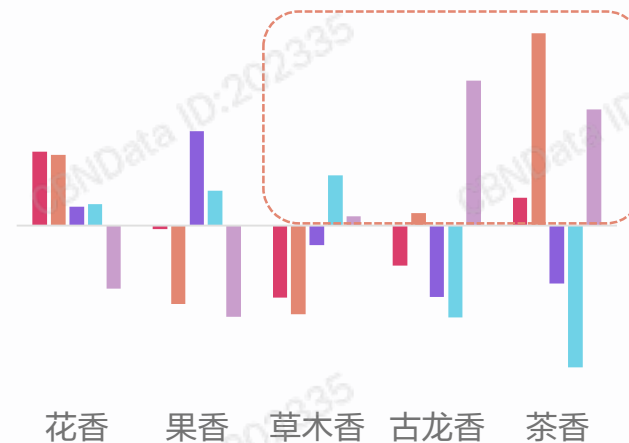
■ 年人均消费水平 ● 增速



数据来源：CBNData消费大数据

2018.9-2019.8 Z世代线上
香水香型偏好度

■ 70前 ■ 70后 ■ 80后 ■ 90后 ■ 95后



数据来源：CBNData《2019 中国互联网消费生态大数据报告》
数据说明：偏好度 = 目标用户在各香型的消费比例 / 整体用户在各香型的消费比例 - 1

“一揽式”寻香，只为寻觅更适合的香气

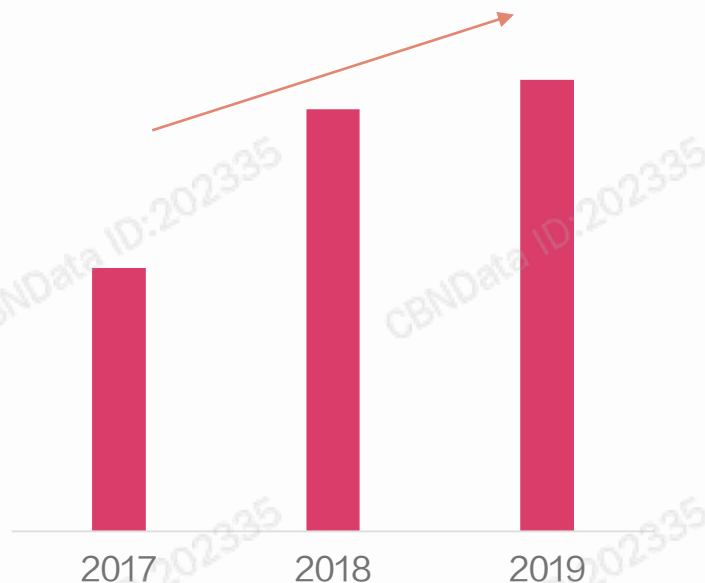
香水礼盒囊括多种香型产品，Z世代三年来在香水礼盒的消费不断提升，尤其是都市Z世代，更乐于在不断寻香试香的过程中找到合适自己的香水。



54%的Z世代表示想要拥有最新或之前没有尝试过的体验
【不断尝新，找到适合我的Style】

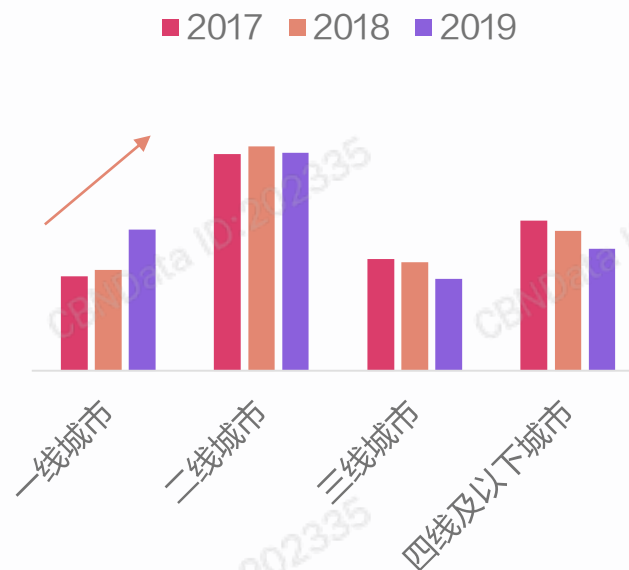
数据来源：凯度《Z世代消费力白皮书》

2017-2019 Z世代天猫国际香水礼盒消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

2017-2019 Z世代天猫国际香水礼盒各城市线级消费占比

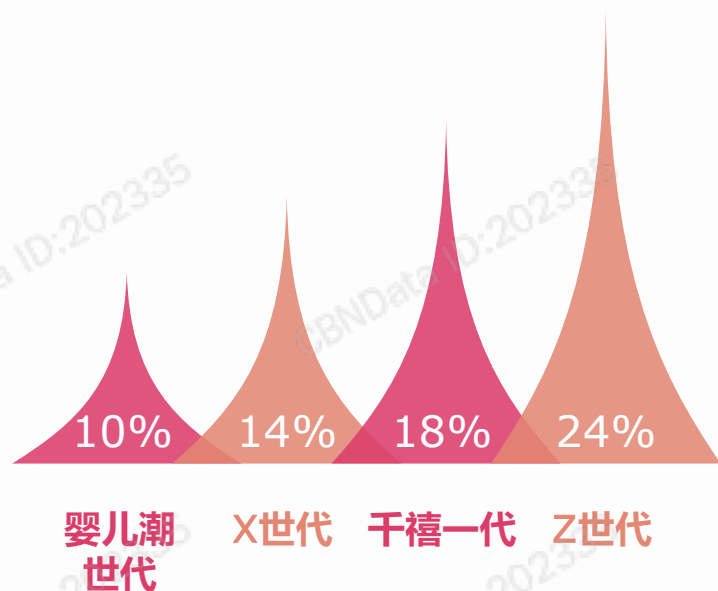


数据来源：CBNData消费大数据

拒绝千篇一律，Z世代积极探寻“独特的自我”

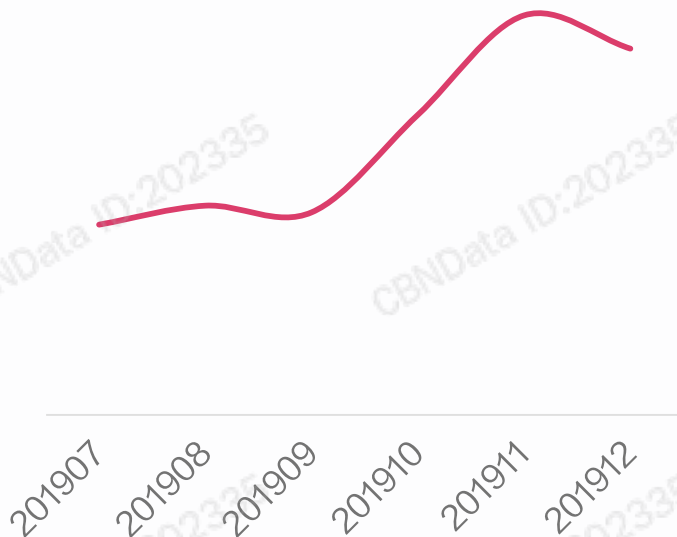
香水香氛是风格打扮的一部分，Z世代也正苦寻小众独特的那份香气，小众香水线上搜索热度显著提升。

“独特的打扮风格”
对各人群的重要性



数据来源：OC&C《无国界的一代》

2019下半年 Z世代天猫国际
小众香搜索热度趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：搜索热度以各月“小众香水”搜索量归一处理

2019下半年 Z世代
天猫国际“小众香”相关搜索词



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：分析“小众”相关搜索词，词云大小取决于相关搜索词提及率

DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：CBNData消费大数据、天猫国际

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：

数据时间段：2017.1.1-2019.12.31

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明



本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

报告作者：龚萌菡、祝依一
视觉设计：邹文佳、庄聪婷
联系我们：Data@dtcj.com
商务合作：BD@dtcj.com
加入我们：JOB@dtcj.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

关于第一财经商业数据中心（CBNData）是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

FOLLOW
US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察