

聚划算·卖空



CBN DATA

第一财经商业数据中心

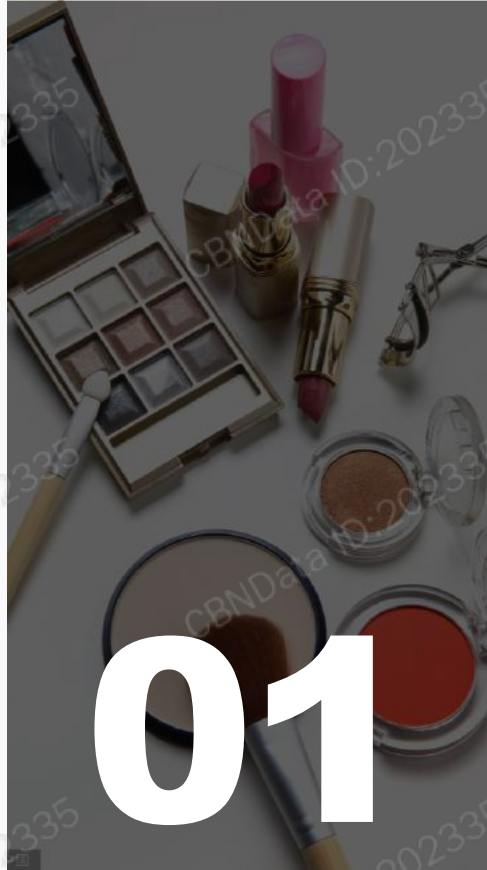
三线及以下城市彩妆消费趋势

© 2019 CBNData. All rights reserved.



TABLE OF CONTENTS 目录

- Part1：线上彩妆市场发展现状
- Part2：平价彩妆市场发展现状
- Part3：三线及以下城市彩妆消费趋势
- Part4：彩妆质量控制
- Part5：国货出海，开拓世界市场
- Part6：附录

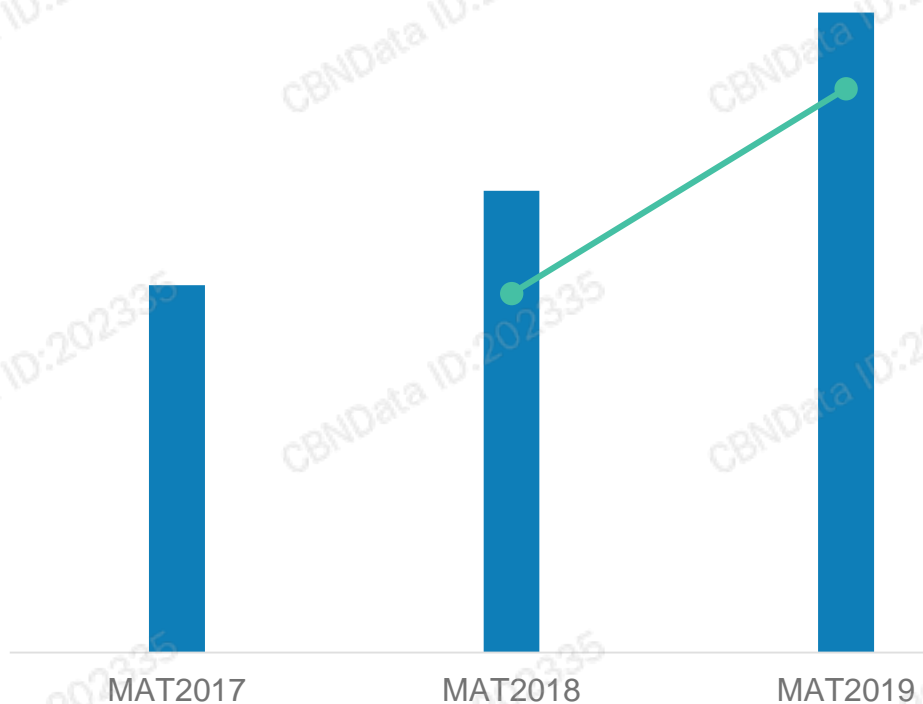


线上彩妆市场发展现状

近年线上彩妆销售稳步增长，增速明显加快；消费者人数逐年增加，与MAT2017相比，MAT2019人均消费频次增加近20%，消费者购买更加频繁

MAT2017-MAT2019线上彩妆销售额及同比增幅

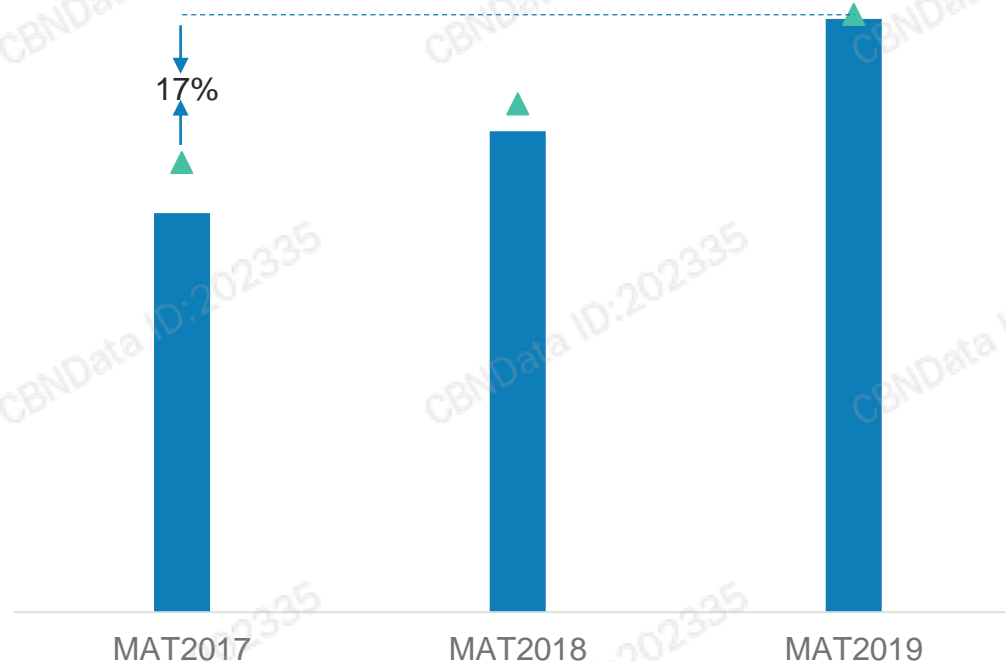
■ 销售额 ● 销售额增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2017-MAT2019线上彩妆消费者人数及消费频次

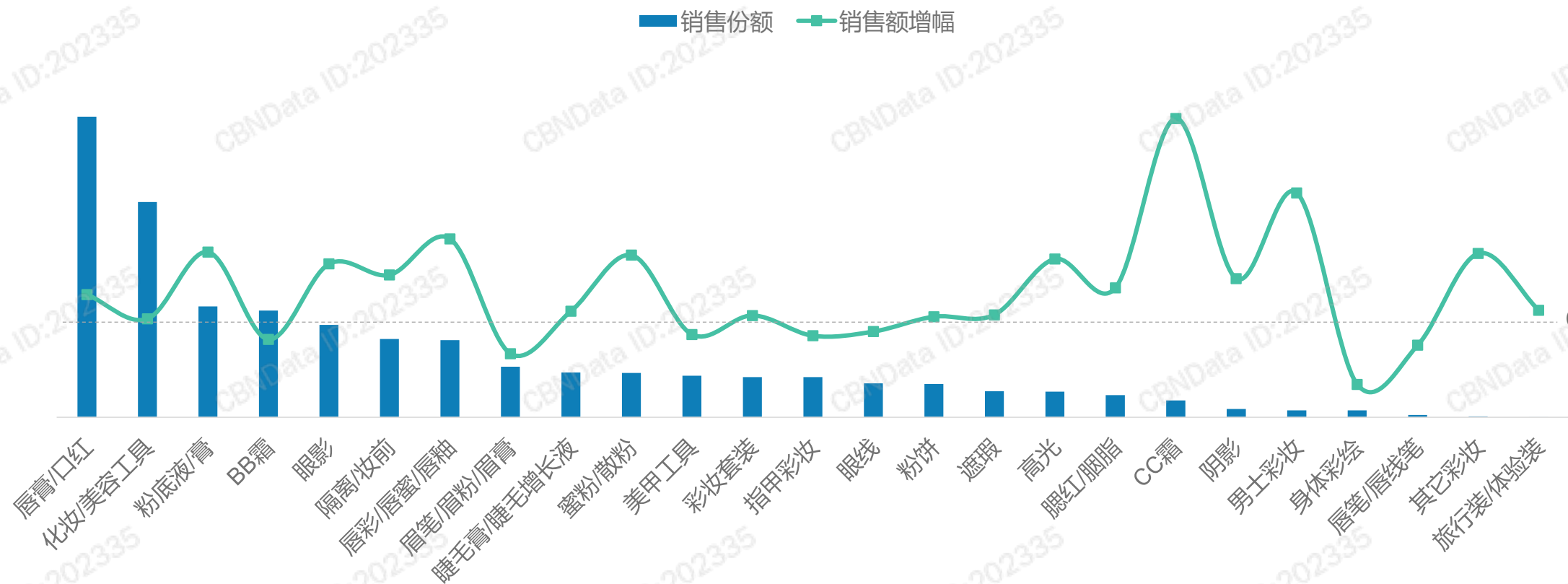
■ 消费者人数 ▲ 消费频次



数据来源：CBNDATA消费大数据

唇膏/口红和美妆工具销售份额较大，增长稳定；CC霜、男士彩妆增速较快，销售额同比翻番

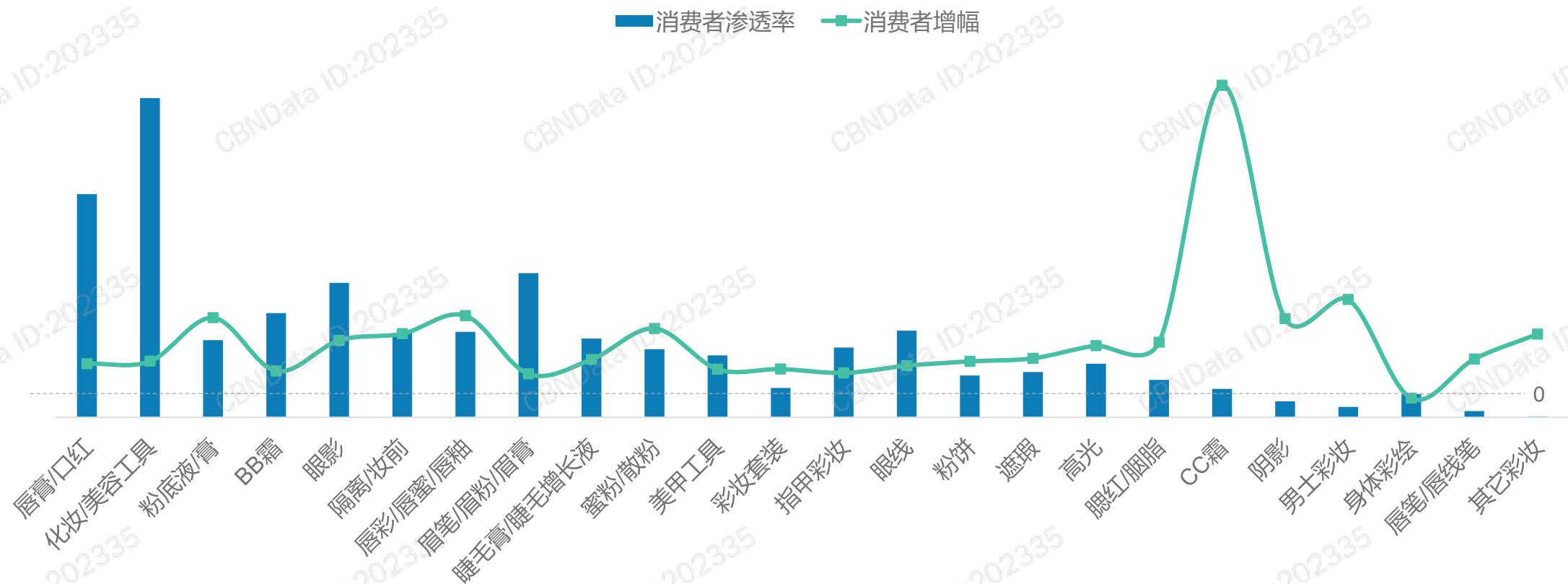
MAT2019不同品类销售份额及同比增幅



数据来源：CBNData消费大数据

CC霜消费者增长较快，同比增幅超过3倍；男士彩妆消费者数量翻倍

MAT2019不同品类消费者渗透率及同比增幅



数据来源：CBNData消费大数据

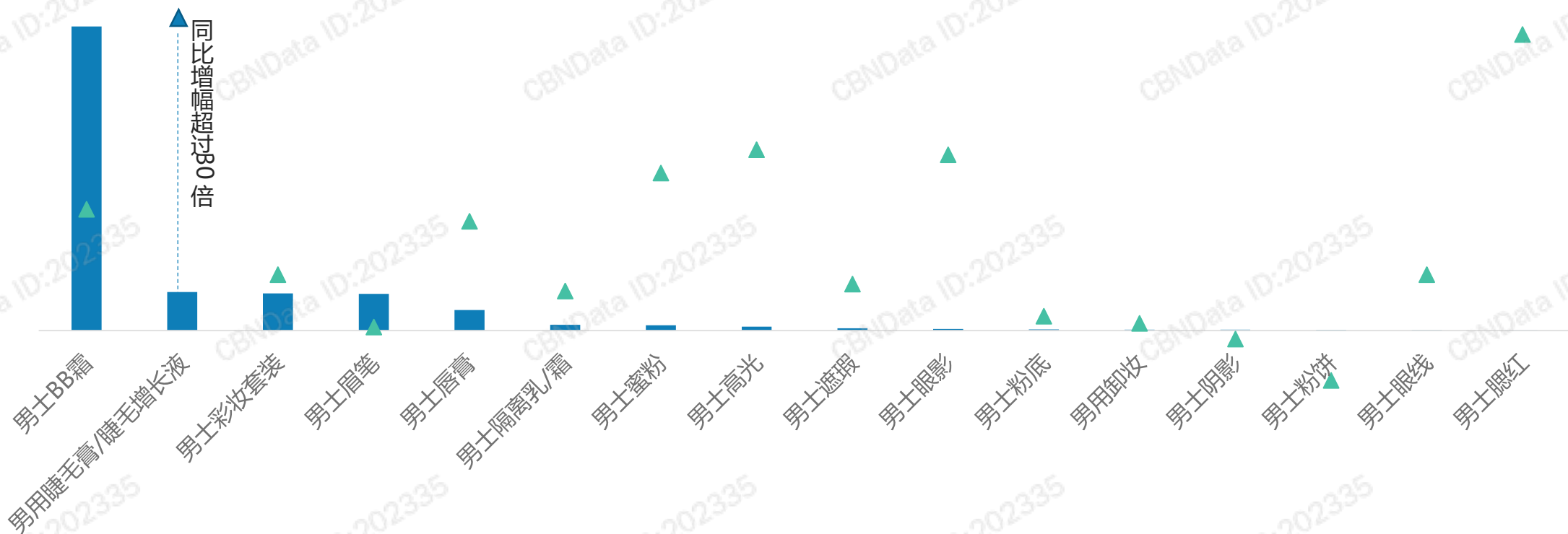
数据说明：消费者渗透率=不同品类消费者人数/彩妆整体消费者人数

大数据·全洞察

男士彩妆中，BB霜是最大的品类，增长稳定；男用睫毛膏/睫毛增长液、男士眼影增长极快，眼部彩妆逐渐受到关注

MAT2019男士彩妆各细分品类销售额及同比增幅

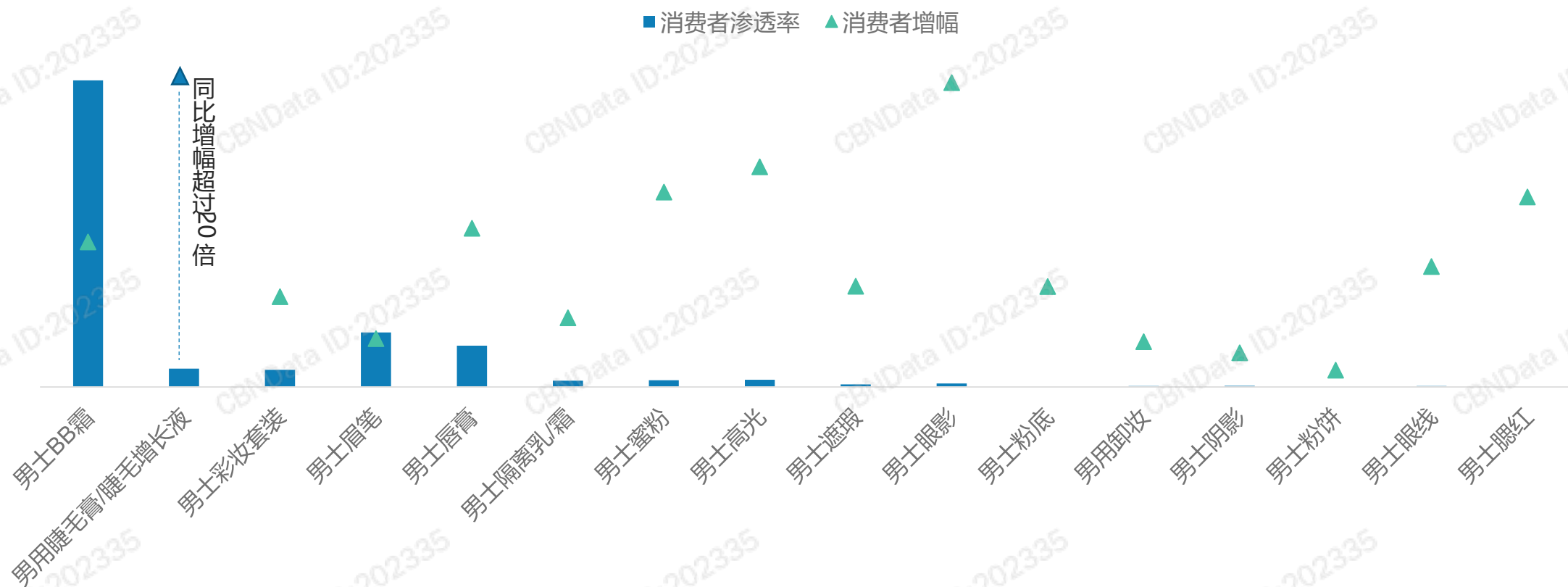
■ 销售额 ▲ 销售额增幅



数据来源：CBNData消费大数据（彩妆整体数据）

男士彩妆消费者中近8成购买过BB霜；睫毛膏/睫毛增长液的消费者人数同比增长超过20倍，眼影、高光、腮红等打造更为精致妆效的商品消费者增长较快

MAT2019男士彩妆各细分品类消费者渗透率及同比增幅



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：消费者渗透率=不同品类消费者人数/男士彩妆整体消费者人数

大数据·全洞察



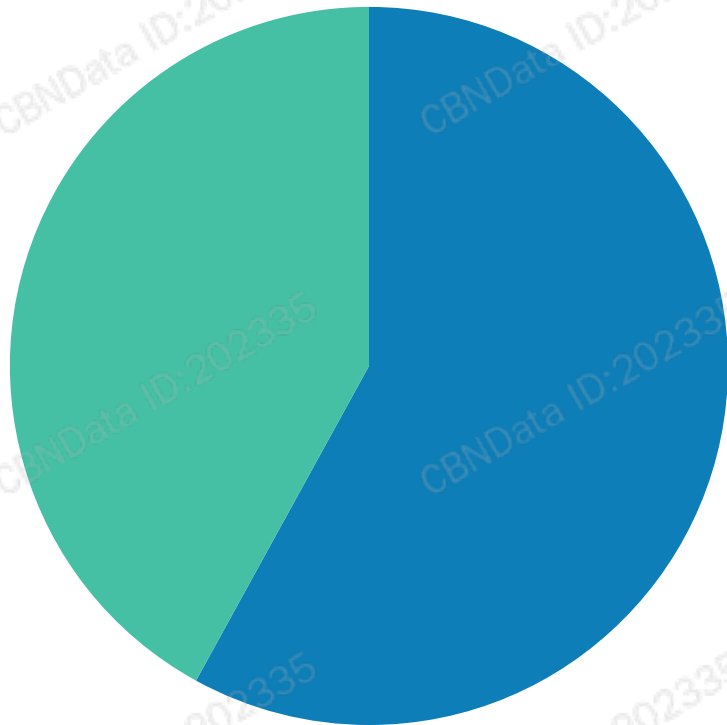
02

平价彩妆市场发展现状

平价彩妆贡献了彩妆近6成的销售额，是彩妆的主流

MAT2019不同档次彩妆销售份额

■ 平价彩妆 ■ 中高端彩妆



数据来源：CBNData消费大数据

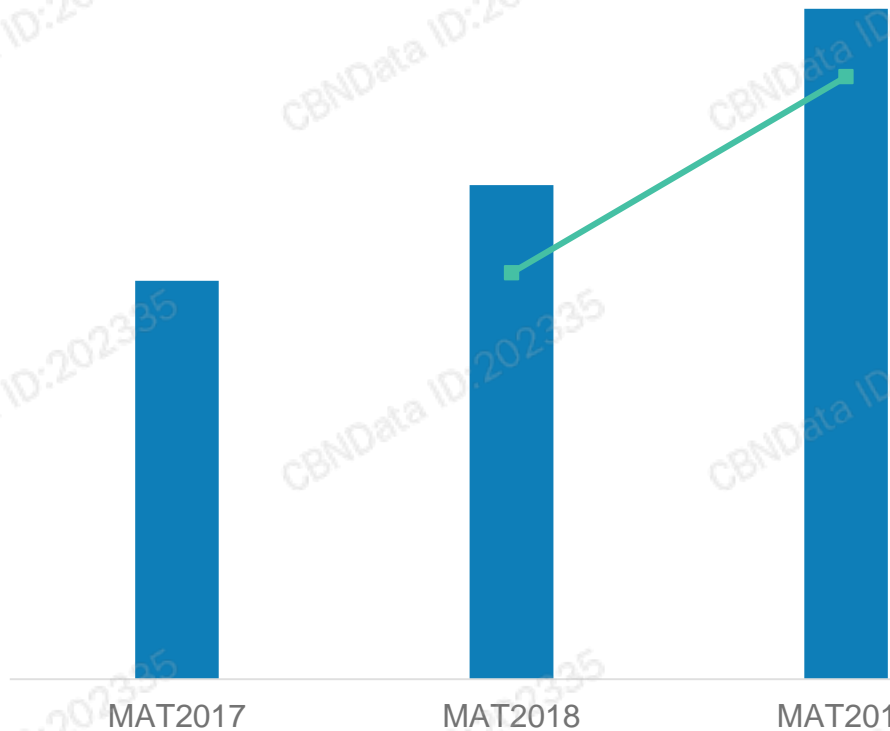
数据说明：平价彩妆，即品牌商品件均价排名在后80%的品牌

大数据·全洞察

平价彩妆销售额增速加快，消费者增幅与彩妆整体相当；9成以上彩妆消费者购买过平价彩妆品牌

MAT2017-MAT2019平价彩妆销售额及同比增幅

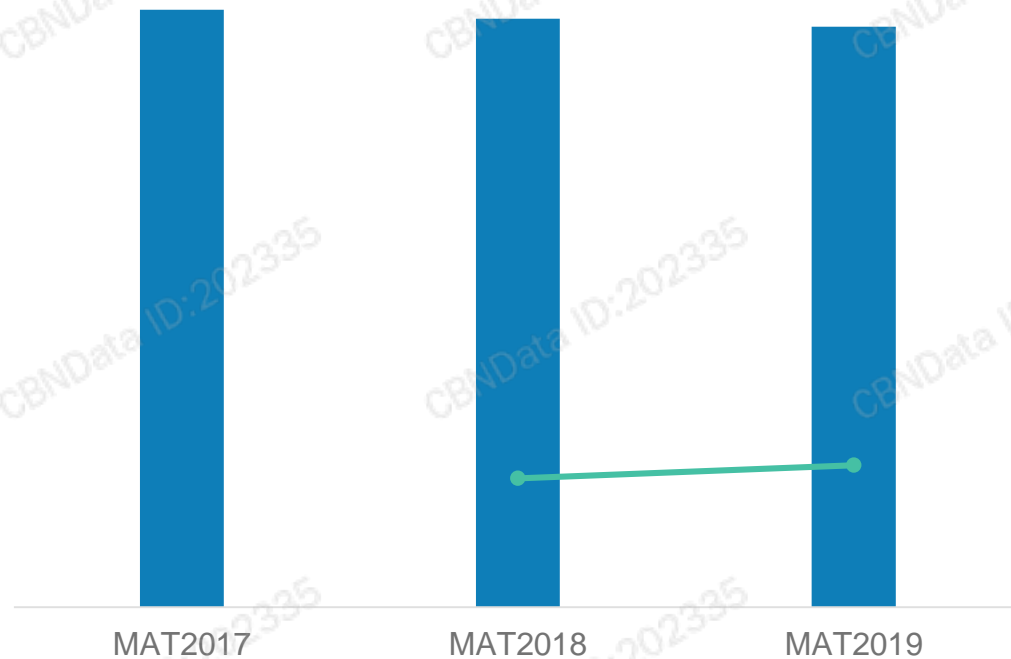
■ 销售额 ■ 销售额增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2017-MAT2019平价彩妆消费者渗透率及同比增幅

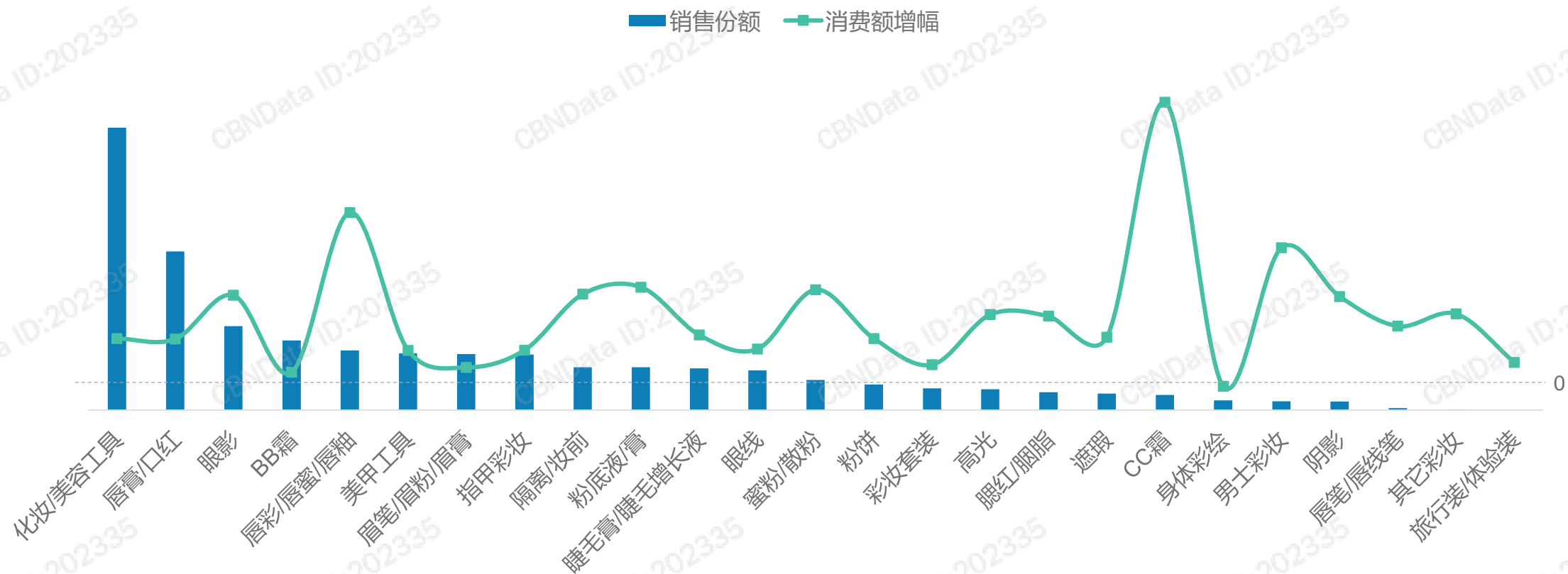
■ 消费者渗透率 ■ 消费者增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：消费者渗透率=平价彩妆消费者人数/彩妆所有消费者人数

平价彩妆以化妆/美容工具、唇膏/口红、眼影、BB霜为主；CC霜、唇彩增速高于彩妆整体；男士平价彩妆销售额翻倍，增速略逊于彩妆整体

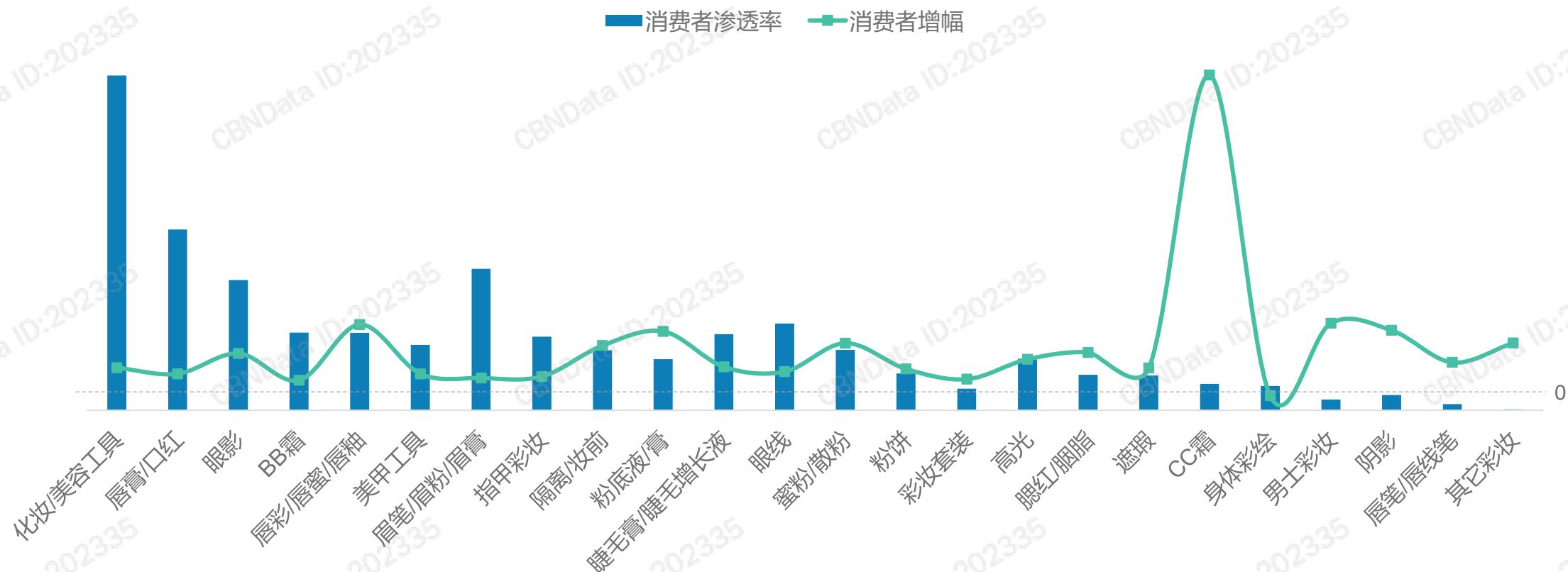
MAT2019各细分品类销售份额及销售额同比增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据

细分品类中，CC霜消费者同比增加5倍以上，增速远超过平价彩妆整体；唇彩/唇蜜/唇釉、男士彩妆消费者翻倍

MAT2019不同品类在平价彩妆消费者渗透率及消费者同比增幅

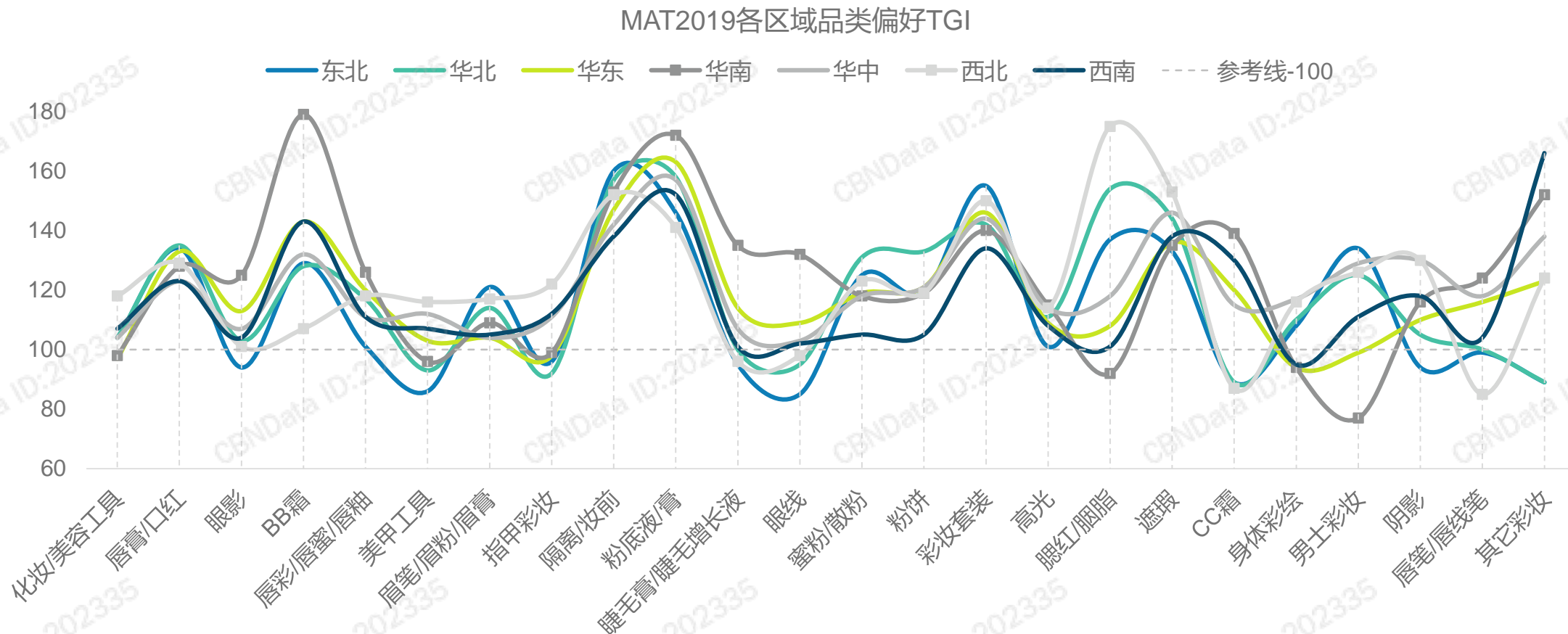


数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：消费者渗透率=购买该细分品类平价彩妆的消费者人数/平价彩妆消费者总数

大数据·全洞察

区域品类偏好差异|BB霜、隔离/妆前、粉底液、遮瑕等底妆产品偏好度都较高；美甲、眼线、腮红/胭脂、身体彩绘、阴影等局部精致妆效打造上区域差异较大



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：TGI=不同区域该品类的销售份额/全国该品类的销售份额*100，大于100则偏好度高，反之，偏好度低

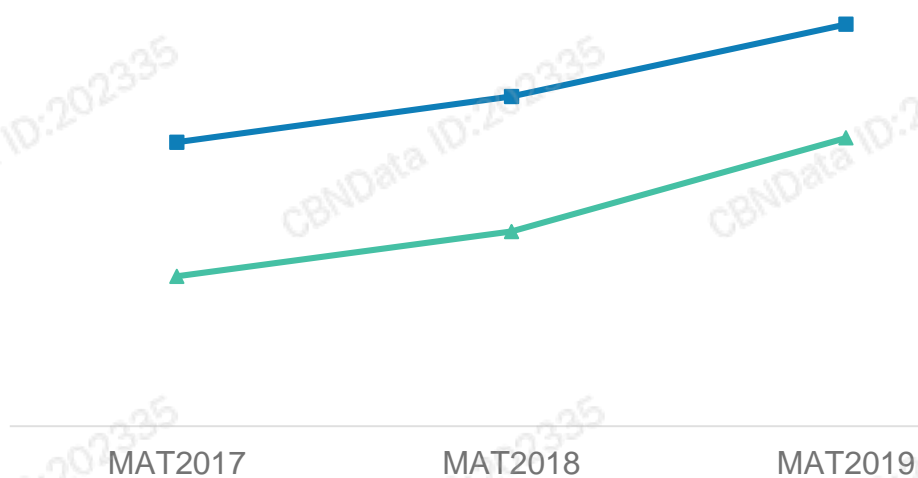
大数据·全洞察

国货彩妆崛起|平价彩妆中，国货的消费者渗透率近9成，销售份额超过6成，成为平价彩妆的主流

平价国货的消费者和销售额增速加快，且超过平价彩妆整体增幅，未来将在平价彩妆中占据更加重要的地位

MAT2017-MAT2019国货在平价彩妆中的消费者渗透率及市场份额

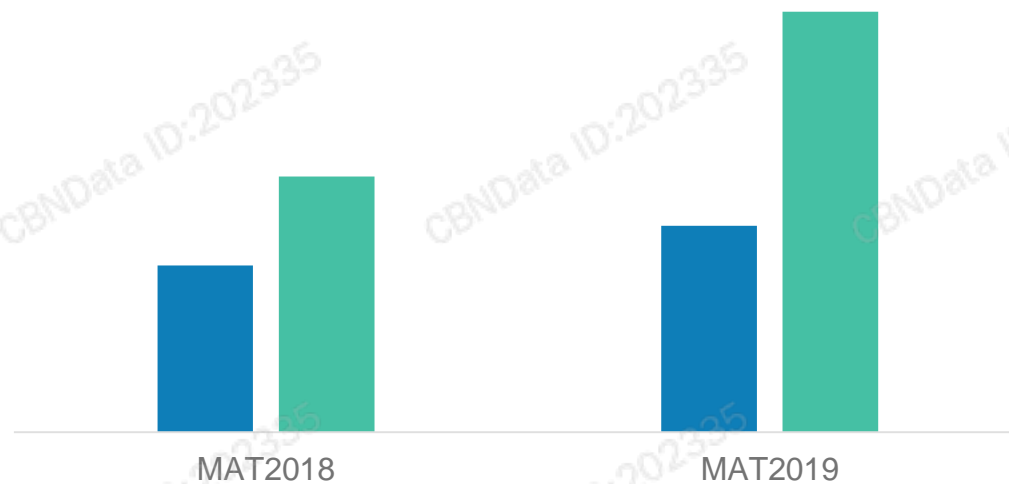
■ 消费者渗透率 ■ 销售份额



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：消费者渗透率=平价国货消费者人数/平价彩妆消费者人数

MAT2018-MAT2019平价国货彩妆消费者人数及销售额同比增幅

■ 消费者增幅 ■ 销售额增幅

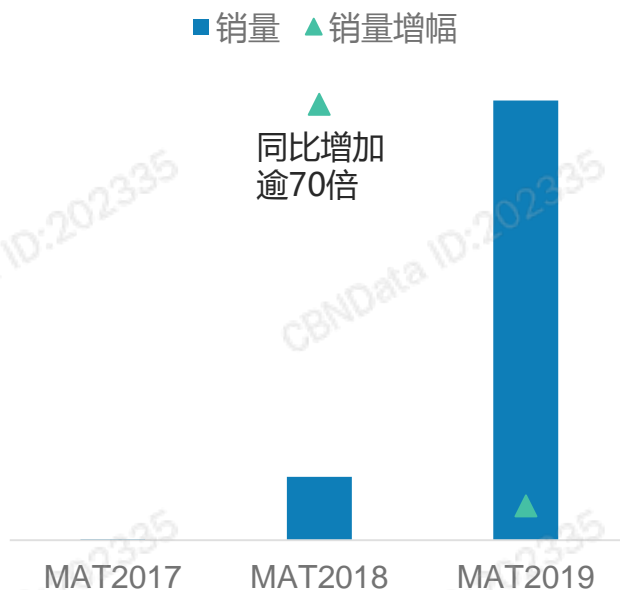


数据来源：CBNData消费大数据

平价国产彩妆品牌卡奇色彩从无到有，三年间演绎超高速增长

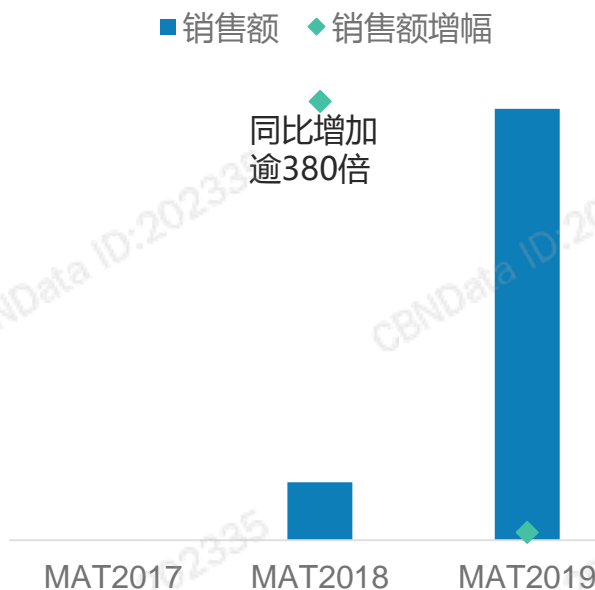
卡奇色彩短短三年从无到有，品牌销量迅猛增长：上市第二年，销量同比增加逾70倍，MAT2019同比增长近6倍。其主要产品“细芯眉笔”受到消费者极大欢迎，MAT2018销售额同比增幅逾380倍，MAT2019同比增加超过6倍

MAT2017-MAT2019卡奇色彩
品牌销量变化及增幅



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2016-MAT2019卡奇色彩
细芯眉笔销售额变化及同比增幅



数据来源：CBNData消费大数据



图片来源：淘宝页面

HOLD LIVE新品白玉大理石唇膏一年多时间占领低价位唇膏市场近3%的销售份额

MAT2018年HOLD LIVE上市新产品——白玉大理石唇膏，进入低价位唇膏口红市场；一年的时间，销售额增长逾380倍，迅速抢占低价位唇膏口红市场近3%的销售额，同期其商品数占比不足1%



MAT2019HOLD LIVE白玉大理石唇膏在低价位唇膏市场的占比及销售额同比增幅



不足1%

商品数占比



近3%

销售份额



逾380倍

销售额同比增幅

数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：低价位唇膏——唇膏/口红商品均价在30元以下的品牌；

图片来自淘宝页面

FOCALLURE菲鹿儿积极开拓国内平价彩妆市场

近两年菲鹿儿以眼影为主，积极开拓国内彩妆市场；眼影商品占比迅速增加，MAT2019一半以上商品为眼影；眼影销售额快速增加，MAT2018同比增幅超过90倍，MAT2019同比增加超过2倍

MAT2017-MAT2019菲鹿儿商品中眼影占比变化



数据来源：CBNDATA消费大数据

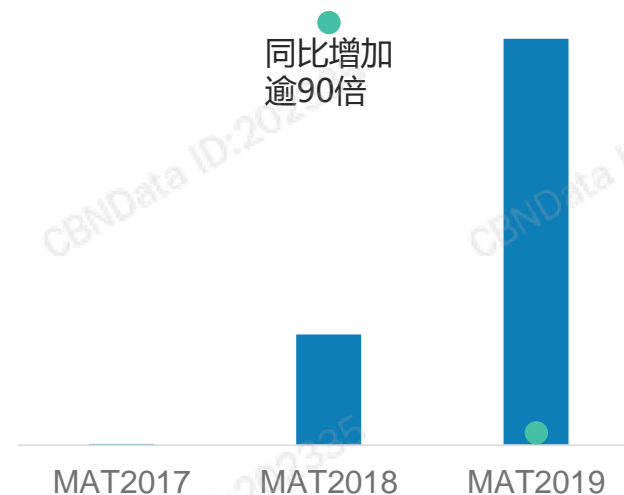


图片来源：淘宝页面

大数据·全洞察

MAT2017-MAT2019菲鹿儿眼影销售额及同比增幅

■ 销售额 ● 销售额增幅

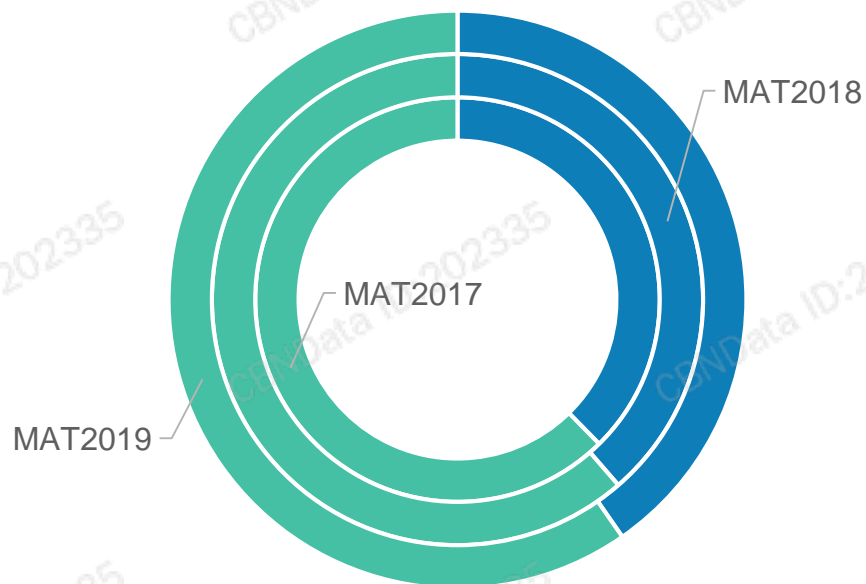


数据来源：CBNDATA消费大数据

三线及以下城市平价彩妆的增长明显优于一、二线城市，在平价彩妆中的销售中越来越重要，份额连年上升

MAT2017-MAT2019平价彩妆在不同市场的销售
份额

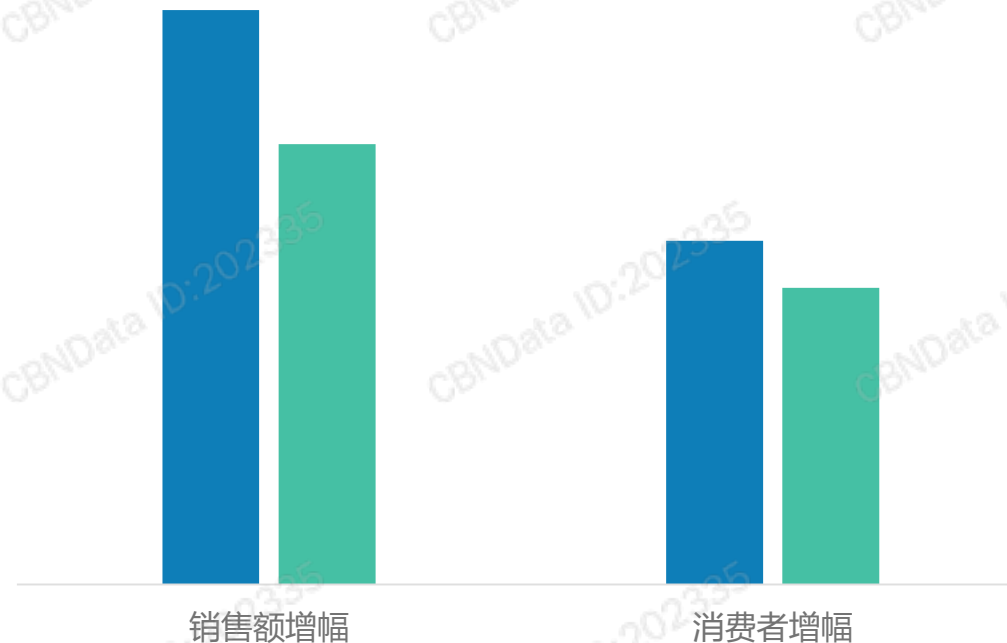
■ 三线及以下城市 ■ 一、二线城市



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019平价彩妆在不同市场的销售额及消费者
同比增幅

■ 三线及以下城市 ■ 一、二线城市

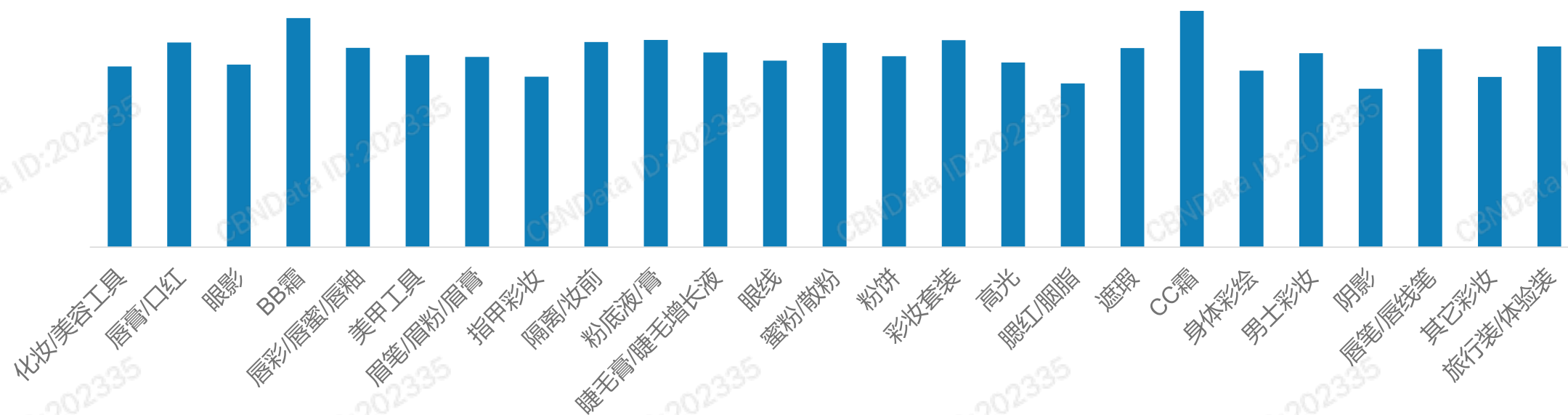


数据来源：CBNDATA消费大数据

三线及以下城市贡献了平价彩妆各细分品类4成左右的消费额

三线及以下城市在BB霜、CC霜两个品类与一、二线市场平分秋色，在其他品类贡献了4成左右的销售额

MAT2019三线及以下城市中各品类平价彩妆占品类整体销售份额



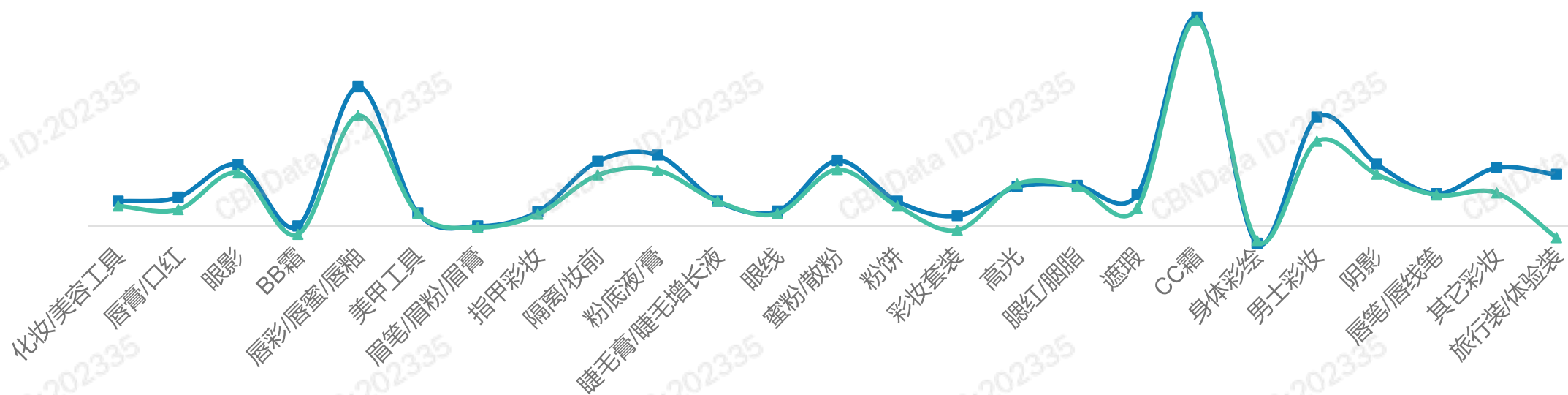
数据来源：CBNData消费大数据

三线及以下城市平价彩妆各细分品类的销售额增速快于一二线城市

平价彩妆在三线及以下城市的销售额增速几乎在所有品类都超过一、二线城市，发展更为迅速

MAT2019平价彩妆各细分品类销售额同比增幅

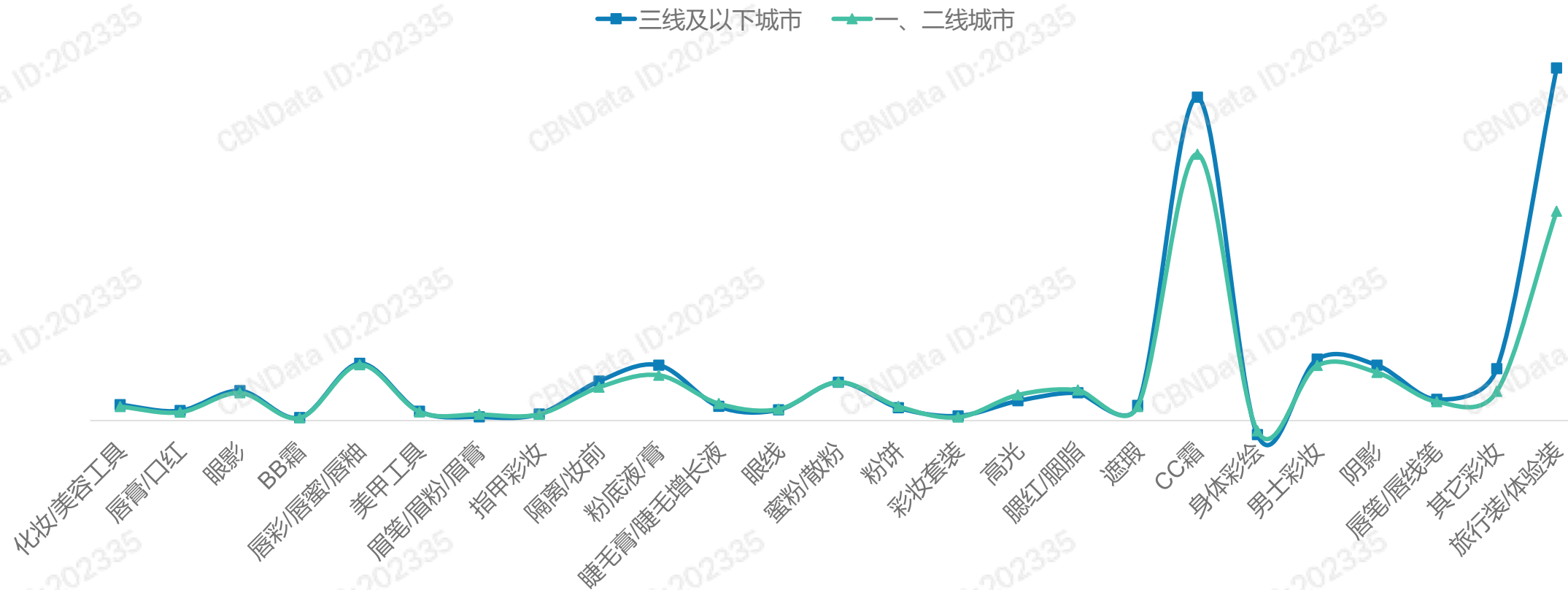
■ 三线及以下城市 ■ 一、二线城市



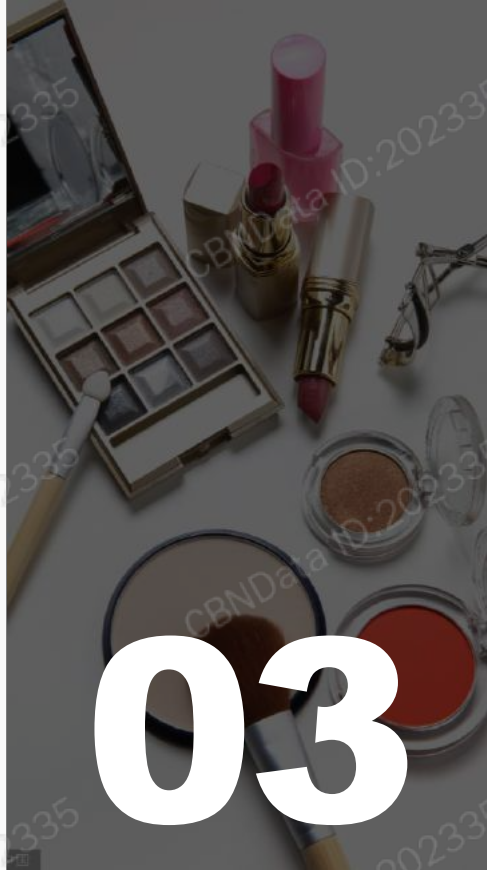
平价彩妆主要细分品类中，三线及以下城市消费者增速与一、二线市场相当，粉底液、CC霜等品类三线及以下城市消费者增长更快

MAT2019平价彩妆各细分品类消费者同比增幅

■ 三线及以下城市 ■ 一、二线城市



数据来源：CBNData消费大数据

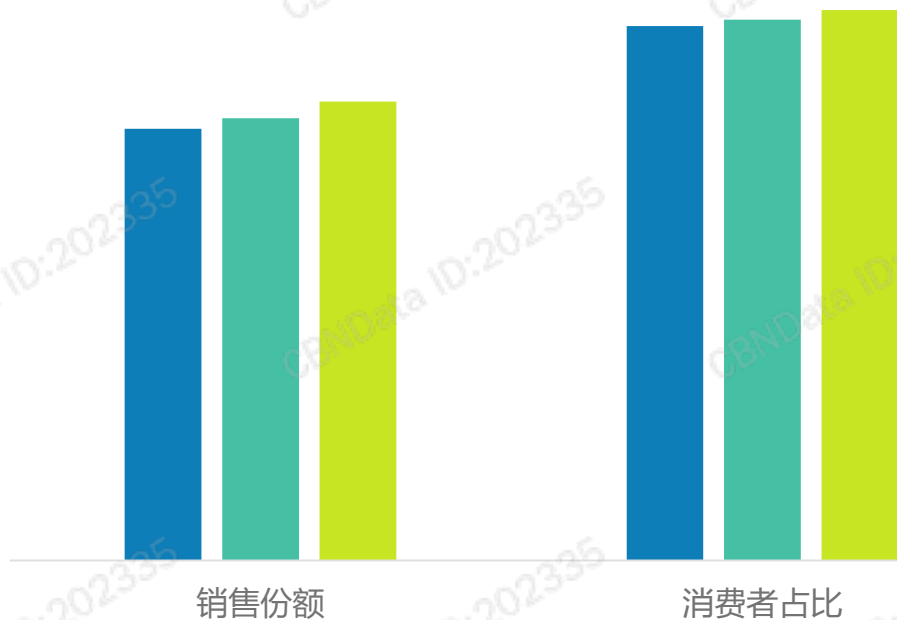


三线及以下城市彩妆消费趋势

三线及以下城市在彩妆的销售份额和消费者占比连年上升；从增速上看，三线及以下城市的销售额增幅连续两年高于彩妆整体

MAT2017-MAT2019三线及以下城市在彩妆的销售份额及消费者占比

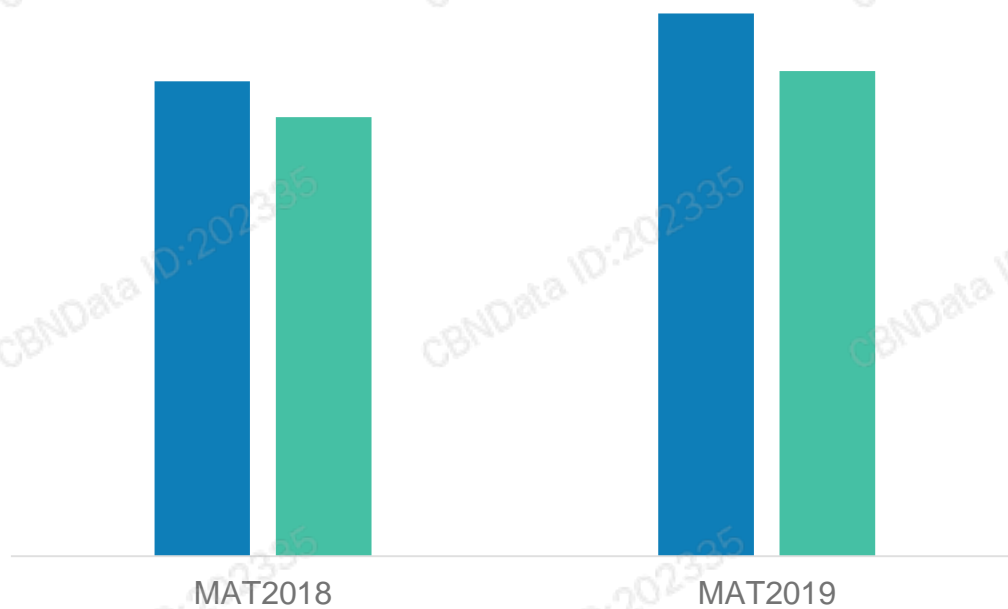
■ MAT2017 ■ MAT2018 ■ MAT2019



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2017-MAT2019三线及以下城市VS彩妆整体销售额同比增幅

■ 三线及以下城市 ■ 彩妆整体

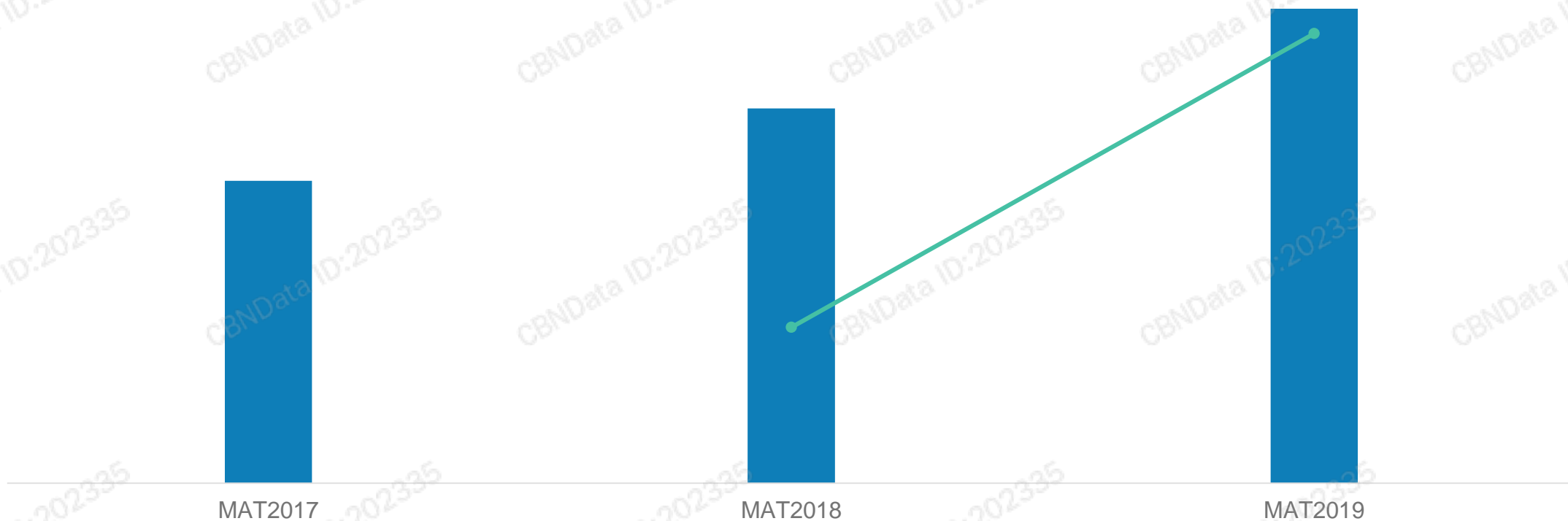


数据来源：CBNDATA消费大数据

三线及以下城市彩妆客群逐步扩大，消费者增长加快

MAT2017-MAT2019三线及以下城市彩妆消费者人数及同比增幅

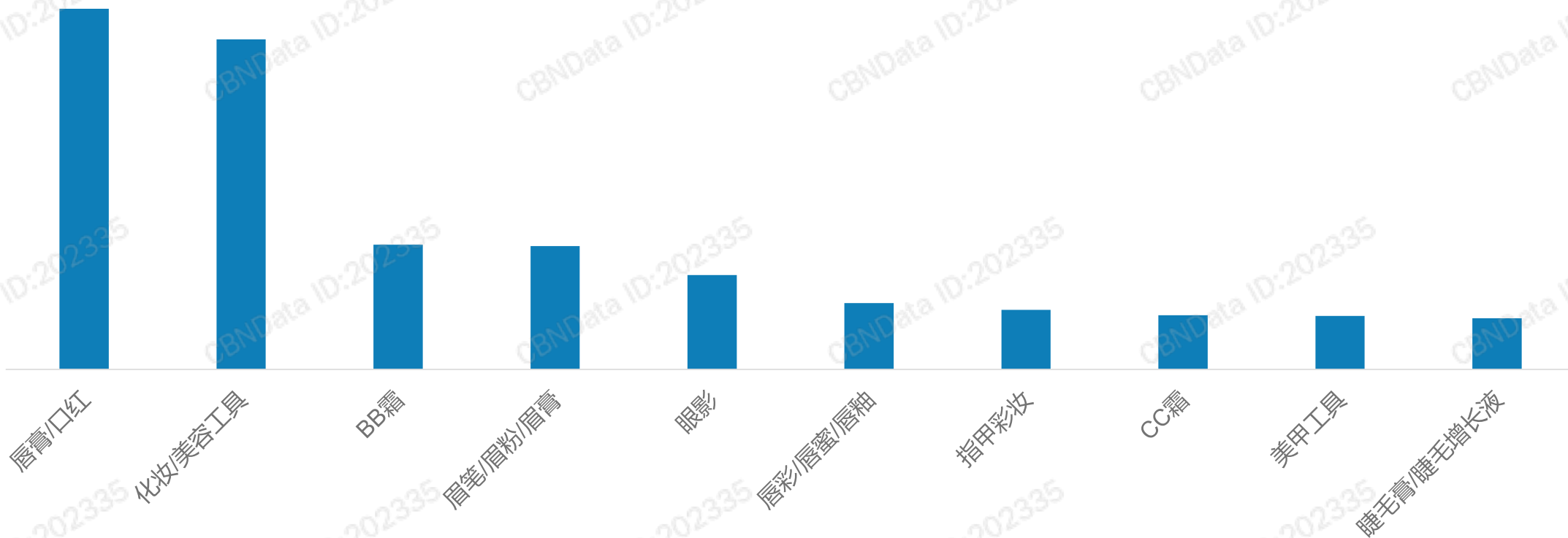
■ 消费者人数 ● 消费者同比增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据

美妆工具、口红、眉笔、眼影是三线及以下城市消费者最主要的彩妆入门品类

MAT2019三线及以下城市彩妆新手购买人数TOP10品类



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：彩妆新手指MAT2019购买彩妆，此前未购买过彩妆的人群。品类按消费者人数排名

新手入门|三线及以下城市彩妆新手口红TOP5

商品	品牌	国别	定位
【预定有礼】MAC/魅可全色号子弹头口红唇膏 官方正品chili小辣椒	MAC/魅可	美国	中高端彩妆
【狂暑价】2支 果冻变色口红持久保湿补水不脱色不沾杯韩国防水正品滋润唇膏	健美创研	中国	平价彩妆
碧奥泉胡萝卜素口红持久保湿不脱色韩国防水学生款不沾杯孕妇正品	碧奥泉	中国	平价彩妆
【新年狂欢节】3支 哑光口红持久保湿烂番茄豆沙色唇膏平价小众学生款女套装正品	健美创研	中国	平价彩妆
【狂欢价】ZEESEA滋色口红持久保湿不易脱色枫叶红斩男色抖音豆沙色正品唇膏	ZEESEA	中国	平价彩妆

数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：按消费者人数排名
大数据·全洞察

新手入门|三线及以下城市彩妆新手美妆工具TOP5

商品	品牌	国别	定位
画眉神器女眉贴初学者全套眉笔眉毛贴修眉刀美俏眉卡画眉毛辅助器	YSITANG/雅仕堂	中国	平价彩妆
丝毕丽眉卡眉毛贴眉笔画眉卡眉贴修眉刀画眉神器套装初学者女全套	speerin/丝毕丽	中国	平价彩妆
粉刺针细胞夹镊子祛痘挑痘挤痘痘去黑头脂肪粒暗疮针工具神器套装	好肌汇	中国	平价彩妆
眉卡懒人初学者画眉卡全套自然眉修眉刀画眉神器速眉术辅助器眉贴	魔法美人	中国	平价彩妆
蒙丽丝洗脸巾纯棉一次性洁面巾 美容院洗面巾纸抽取式擦脸巾加厚	蒙丽丝	中国	平价彩妆

数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：按消费者人数排名
大数据·全洞察

新手入门|三线及以下城市彩妆新手眉笔TOP5

商品	品牌	国别	定位
【狂欢价】3支9.9双头眉笔防水防汗自然持久不脱色一字眉初学者眉刷眉粉套装	健美创研	中国	平价彩妆
眉笔防水防汗自然持久不脱色初学者眉粉拉线一字眉正品画眉神器女	七晨	中国	平价彩妆
眉笔防水防汗不脱色持久眉毛贴自然眉卡画眉神器画眉卡初学者全套	ROZO	中国	平价彩妆
眉笔防水防汗不脱色自然持久眉卡一字眉初学者画眉神器画眉贴眉毛	爱沃玛	中国	平价彩妆
正品亨丝1818拉线眉笔防水防汗不脱色持久不晕染初学者一字眉粉	亨丝	中国	平价彩妆

数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：按消费者人数排名
大数据·全洞察

新手入门|三线及以下城市彩妆新手睫毛膏TOP5

商品	品牌	国别	定位
【狂欢价】ZEESEA滋色睫毛膏防水纤长浓密卷翘不晕染加密加长网红抖音同款	ZEESEA	中国	平价彩妆
【狂暑价】【2支装】睫毛膏纤长浓密自然卷翘型加密加长防水持久不晕染正品	健美创研	中国	平价彩妆
完美日记睫毛膏防水纤长卷翘不晕染加长极细持久自然细刷头正品	PERFECT DIARY/ 完美日记	中国	平价彩妆
瑜尊眼睫毛防水卷翘增长液纤长滋养睫毛眉毛生长液膏浓密男女正品	瑜尊	中国	平价彩妆
火烈鸟浓密睫毛膏拉长纤长防水持久卷翘防汗水不晕染彩妆正品包邮	火烈鸟	中国	平价彩妆

数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：按消费者人数排名

大数据·全洞察

新手入门|三线及以下城市彩妆新手眼影TOP5

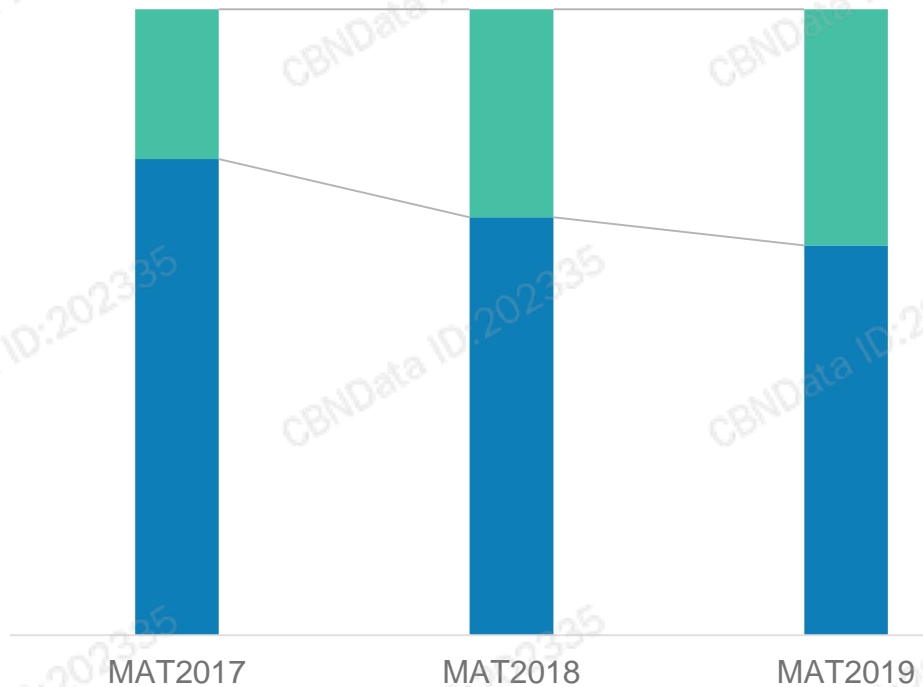
商品	品牌	国别	定位
虞琳娜高光棒卧蚕眼影笔防水大地色哑光珠光裸妆桃花妆眼影笔盒盘	YULYNA/虞琳娜	中国	平价彩妆
眼影哑光裸妆大地色盘防水不晕染懒人初学者自然少女系卧蚕笔韩国	健美创研	中国	平价彩妆
网红哑光裸妆大理石眼影盘少女系懒人初学者不科学家厌世妆韩国女	健美创研	中国	平价彩妆
眼影哑光抖音超火少女系防水不晕染自然裸妆初学者大地色盘非韩国	妃琳卡	中国香港	平价彩妆
哑光裸妆眼影盘大地色少女系懒人防水不晕染初学者自然卧蚕笔韩国	珀蕾	中国	平价彩妆

数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：按消费者人数排名
大数据·全洞察

平价彩妆是彩妆新手入门的首选；三线及以下城市中平价彩妆贡献了6成以上销售额，消费者渗透率维持在9成以上，远超中高端彩妆

MAT2017-MAT2019三线及以下城市不同档次彩妆
销售额占比

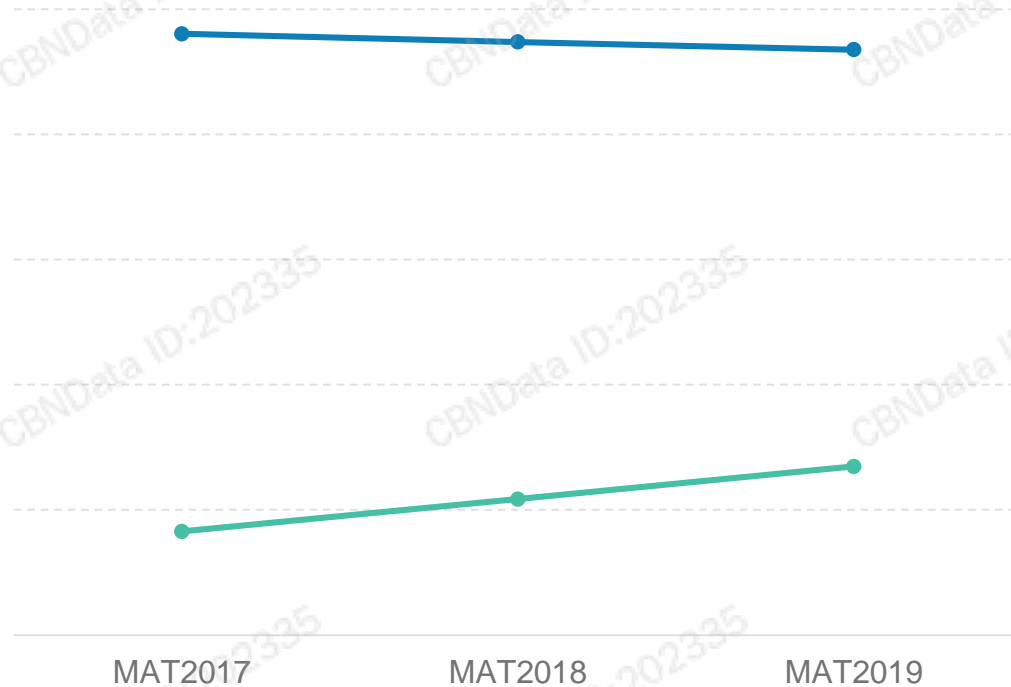
■ 平价彩妆 ■ 中高端彩妆



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2017-MAT2019三线及以下城市不同档次彩妆
消费者渗透率

● 平价彩妆 ● 中高端彩妆

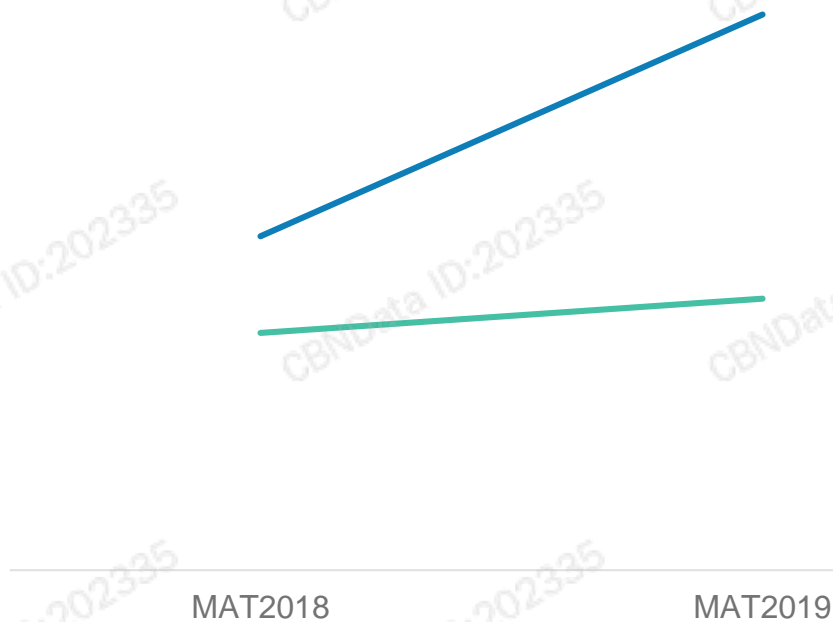


数据来源：CBNDATA消费大数据

三线及以下城市中国产彩妆销售额增速快于彩妆整体，历史1年贡献彩妆市场近一半销售额

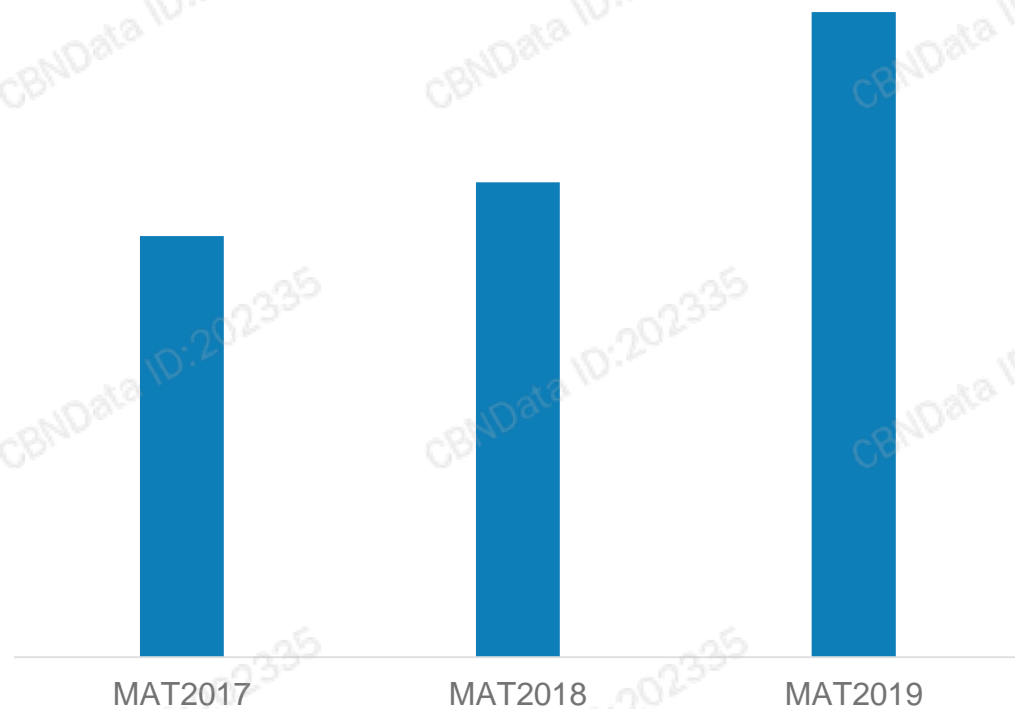
MAT2018-MAT2019三线及以下城市国产彩妆VS
彩妆整体销售额同比增幅

— 国产彩妆 — 彩妆整体



数据来源：CBNDATA消费大数据

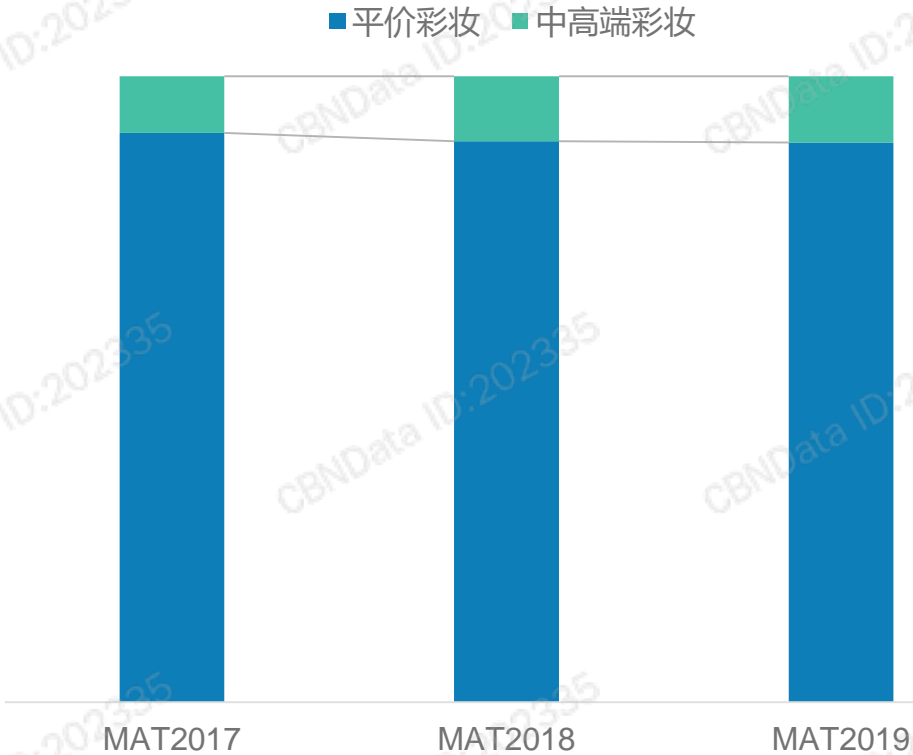
MAT2018-MAT2019三线及以下城市国产彩妆销售
份额变化趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

三线及以下城市国产彩妆消费中平价品牌贡献了9成左右的销售额；TOP10品牌全部为平价品牌

MAT2017-MAT2019三线及以下城市国产彩妆中不同档次品牌销售额占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019三线及以下城市TOP10国产彩妆品牌

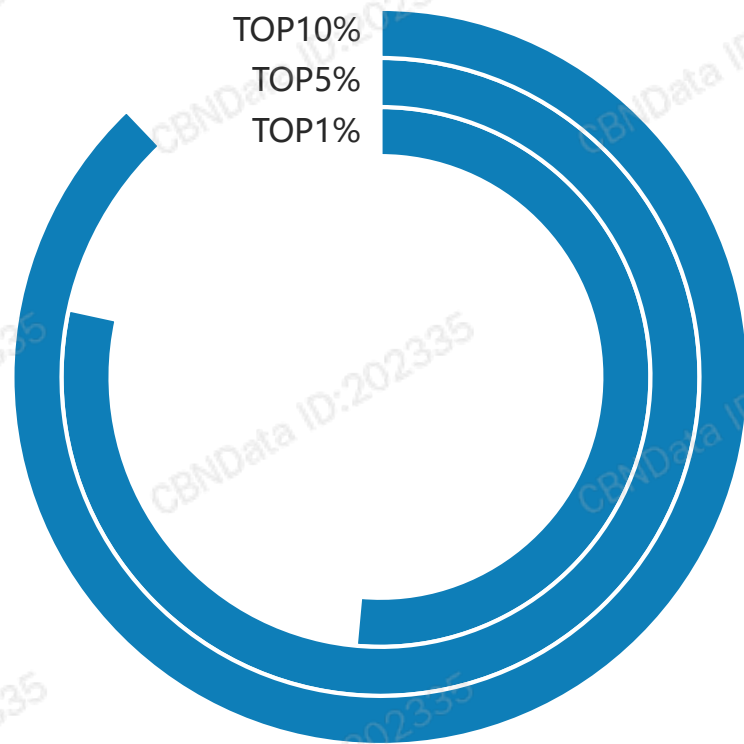
TOP品牌	定位
PERFECT DIARY/完美日记	平价彩妆
CARSLAN/卡姿兰	平价彩妆
CHIOTURE 稚优泉	平价彩妆
美康粉黛	平价彩妆
ZEESEA	平价彩妆
MARIE DALGAR/玛丽黛佳	平价彩妆
健美创研	平价彩妆
雨棠	平价彩妆
JudydoLL/橘朵	平价彩妆
Amy/安美	平价彩妆

数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：按销售额排名

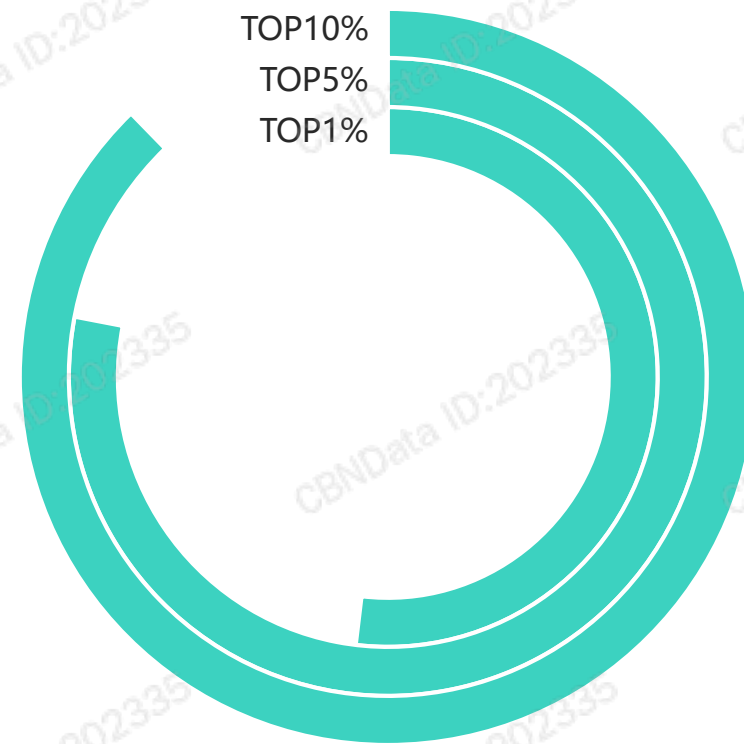
国产彩妆的品牌集中度很高，头部1%的品牌贡献了一半以上销售额

MAT2019三线及以下城市国产彩妆品牌销售额集中度



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019一、二线城市国产彩妆品牌销售额集中度

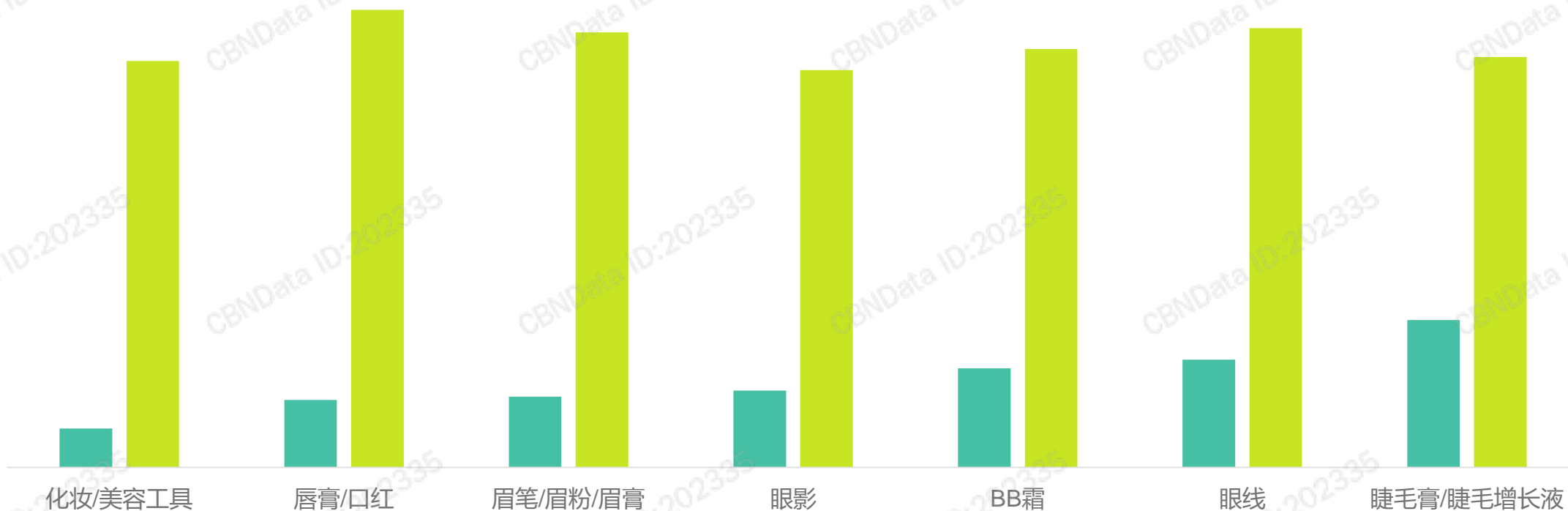


数据来源：CBNDATA消费大数据

三线及以下城市国产彩妆重点品类中，TOP1%单品贡献了6成以上品类销售额，睫毛膏、眼线、BB霜的爆款集中度高于其他4个品类

MAT2019三线及以下城市中重点品类TOP单品销售贡献

■ TOP5 ■ TOP1%



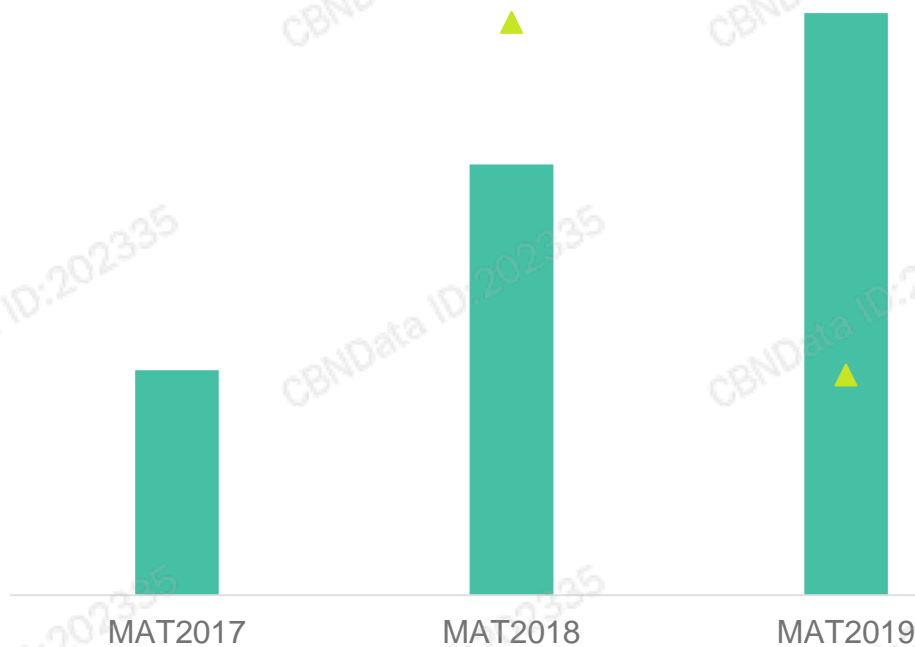
数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：重点品类为消费者人数排名靠前的7大品类

三线及以下城市的眉笔和眼影销售持续增长，其中眼影连续两年同比增长近2倍

MAT2017-MAT2019三线及以下城市平价国产眉笔销量变化及同比增幅

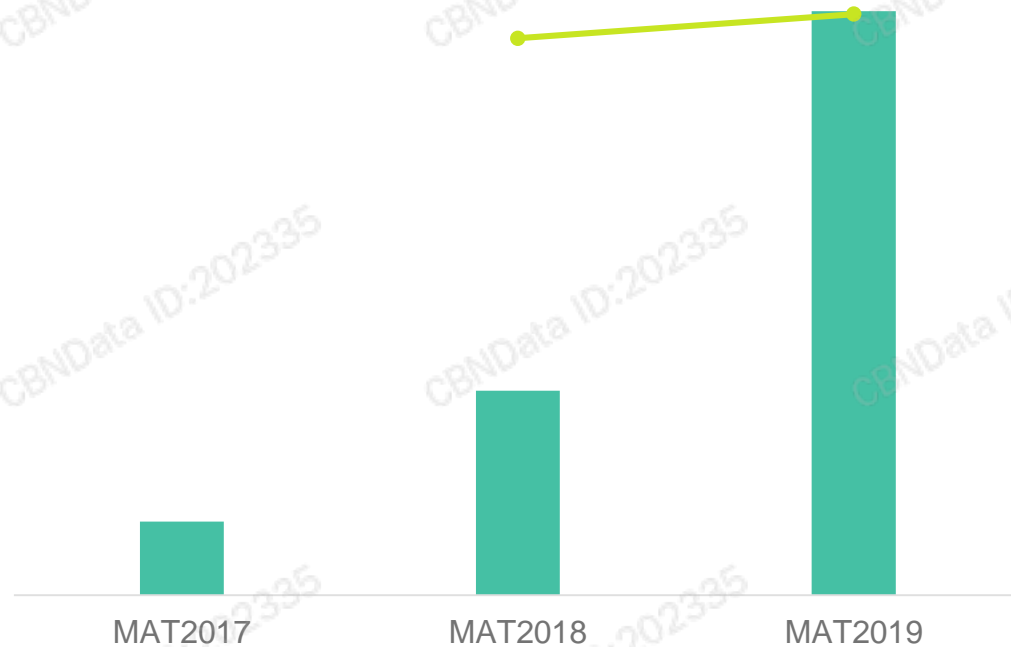
■ 销量 ▲ 同比增幅



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-MAT2019三线及以下城市平价国产眼影销量变化及同比增幅

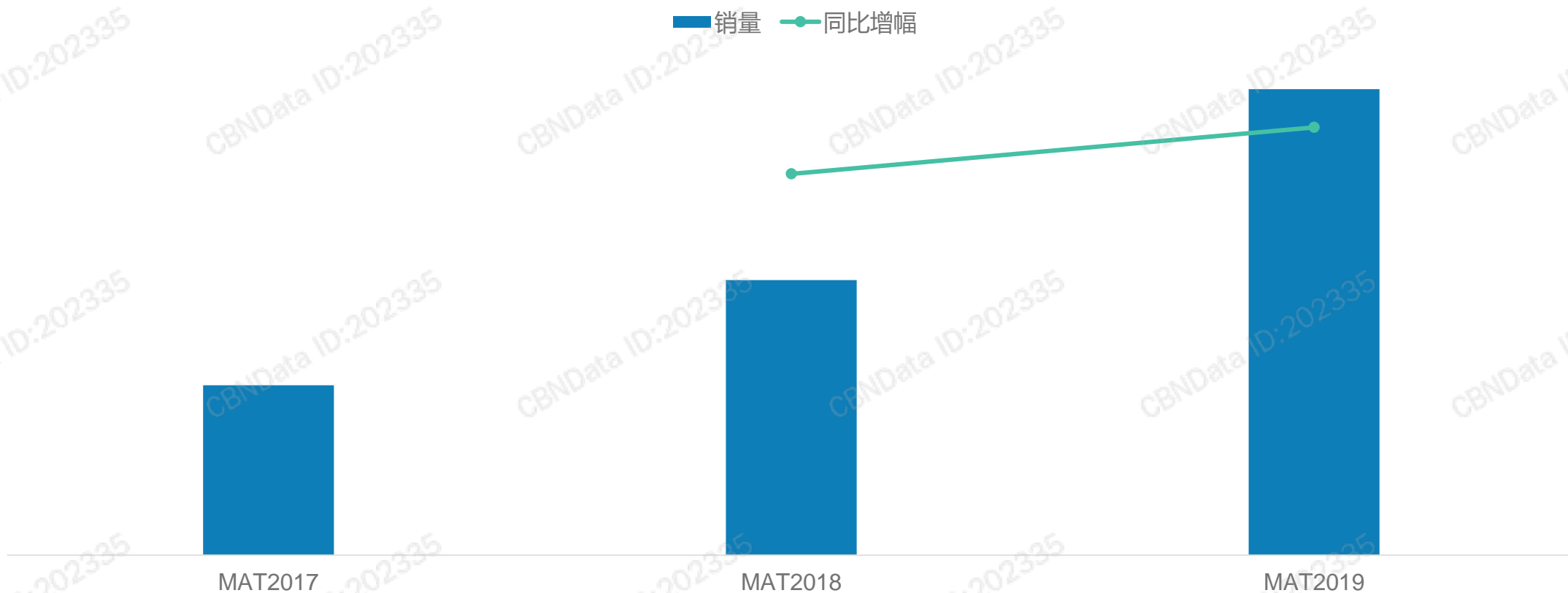
■ 销量 ● 同比增幅



数据来源：CBNData消费大数据

三线及以下城市唇膏/口红销量持续大幅增长，连续两年同比增长超过60%

MAT2017-MAT2019三线及以下城市平价国产唇膏/口红销量变化及同比增幅

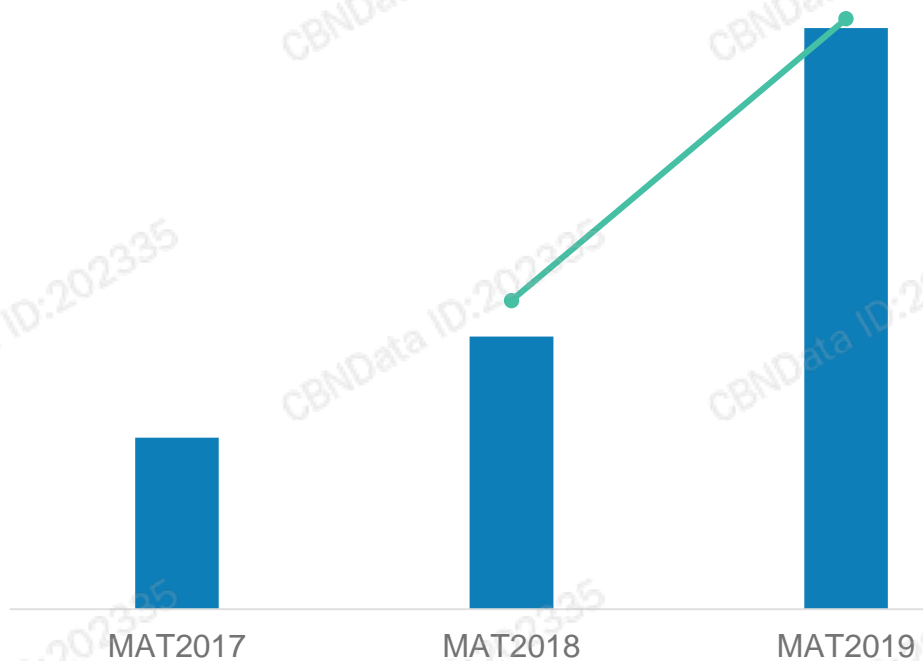


数据来源：CBNDATA消费大数据

三线及以下城市棉柔巾、卸妆巾销售增长较快，MAT2019销量和消费者人数同比增 长均超过1倍

MAT2017-MAT2019三线及以下城市平价国产棉
柔巾和卸妆巾销量变化及同比增幅

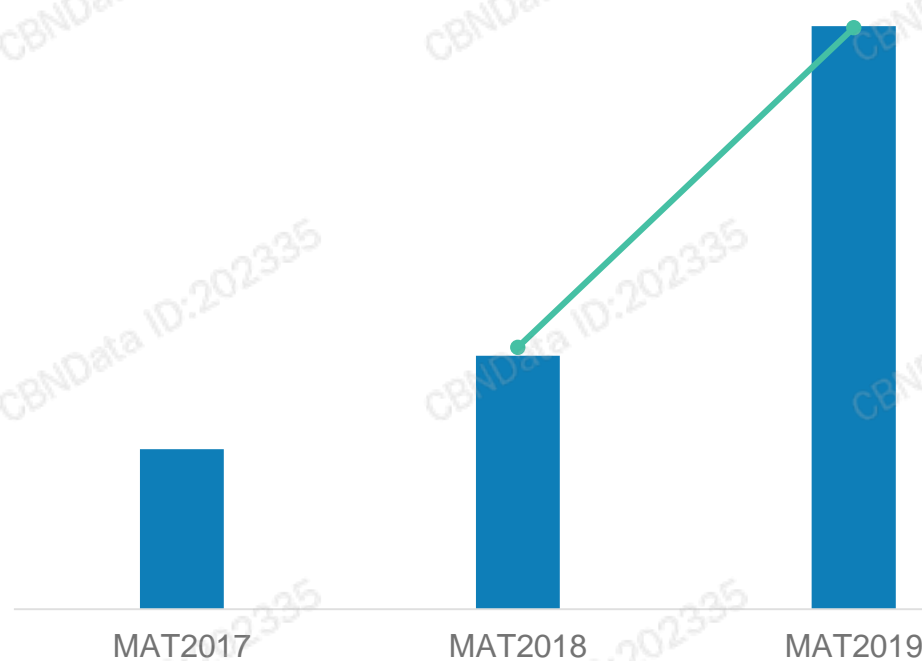
■ 销量 — 同比增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2017-MAT2019三线及以下城市平价国产棉
柔巾和卸妆巾消费者人数及同比增幅

■ 消费者人数 — 同比增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据

三线及以下城市国产彩妆重点品类TOP单品

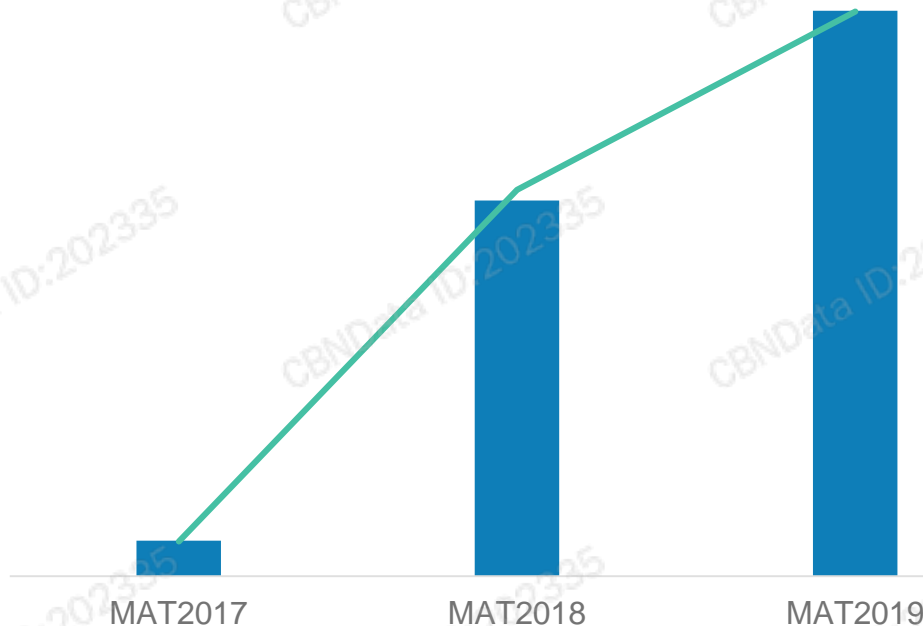
单品	品类	品牌	品牌类别
【狂欢价】ZEESEA滋色口红持久保湿不易脱色枫叶红斩男色抖音豆沙色正品唇膏	唇膏/口红	ZEESEA	平价彩妆
【狂欢价】3支9.9双头眉笔防水防汗自然持久不脱色一字眉初学者眉刷眉粉套装	眉笔/眉粉/眉膏	健美创研	平价彩妆
完美日记睫毛膏防水纤长卷翘不晕染加长极细持久自然细刷头正品	睫毛膏/增长液	PERFECT DIARY/完美日记	平价彩妆
完美日记眼线液笔软头细头防水防汗不晕染不易脱色持久初学者学生	眼线	PERFECT DIARY/完美日记	平价彩妆
蒙丽丝洗脸巾纯棉一次性洁面巾 美容院洁面巾纸抽取式擦脸巾加厚	化妆/美容工具	蒙丽丝	平价彩妆
完美日记光影星河九色眼影盘大地色哑光珠光懒人初学者少女系抖音	眼影	PERFECT DIARY/完美日记	平价彩妆
透真气垫BB霜裸妆遮瑕隔离保湿cc霜棒素颜粉底液提亮肤色网红正品	BB霜	透真	平价彩妆

数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：按照销售额排名
大数据·全洞察

健美创研双头眉笔是三线及以下城市消费者首选的国货眉笔，销售额和消费者人数持续增长

MAT2017-MAT2019健美创研双头眉笔消费者人数
及销售额变化趋势

■ 消费者人数 — 销售额



数据来源：CBNDATA消费大数据
图片来自淘宝页面

三角笔尖 柔顺眉刷

炫目睛采双头眉笔

삼각 눈썹 펜

三角眉笔

初学者一学即会，
旋转即用，无须削笔，
轻松勾勒立体眉型。

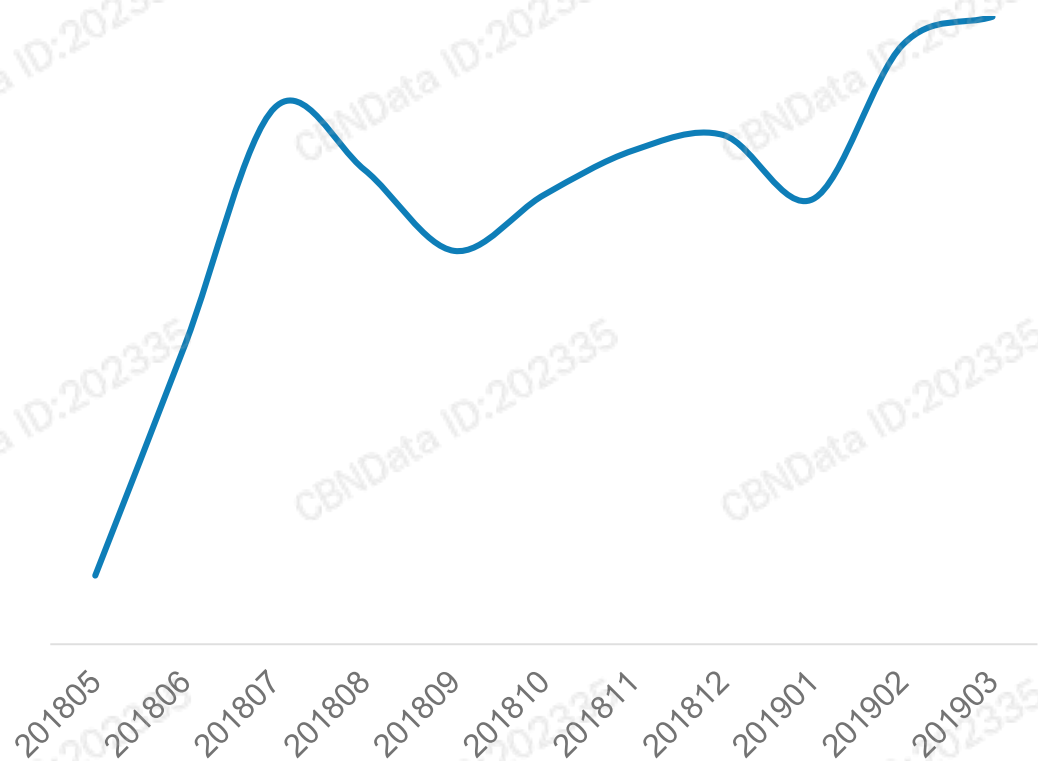
전공 눈썹 솔

专业眉刷

专业螺旋眉刷，妆前梳理眉毛，
妆后修饰眉型，令眉型更自然。

蒙丽丝洗脸巾2018年5月开始在线上售卖，之后迅速成为美妆工具的TOP单品，消费者渗透率持续提升

2018年5月-2019年3月蒙丽丝洁面巾在美妆工具中的消费者渗透率变化趋势



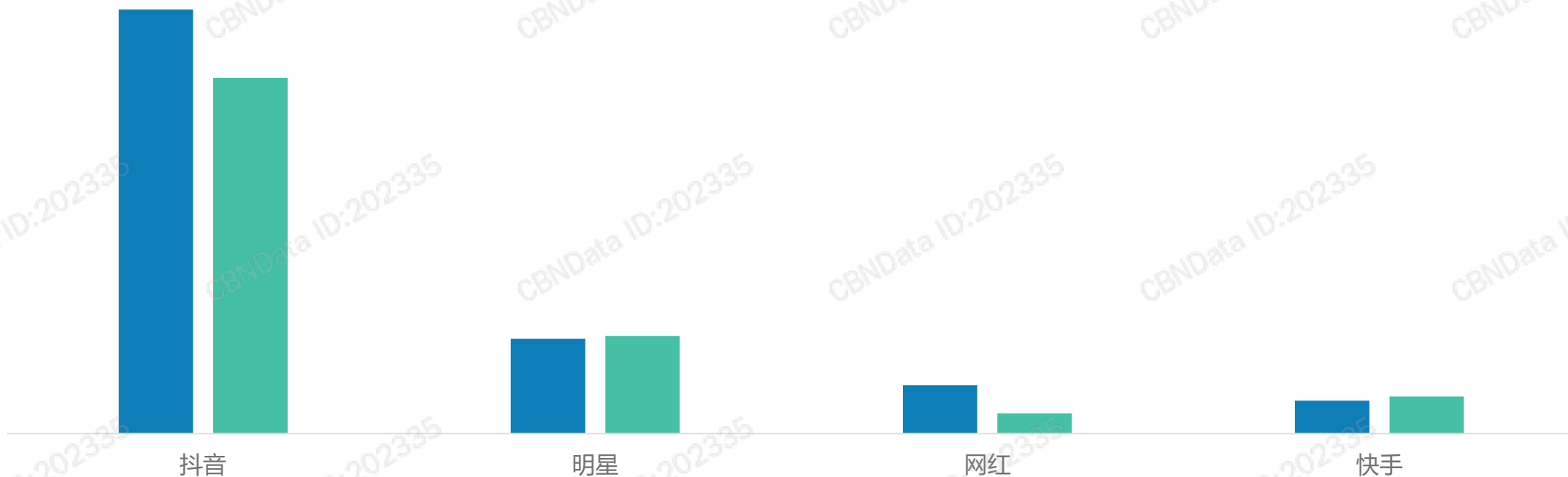
数据来源：CBNData消费大数据
图片来自淘宝页面



相比一、二线城市的消费者，三线及以下城市消费者更容易被种草；各类媒介中，抖音的效果明显强于其他

MAT2019不同媒介搜索渗透率

■ 三线及以下城市 ■ 一、二线城市

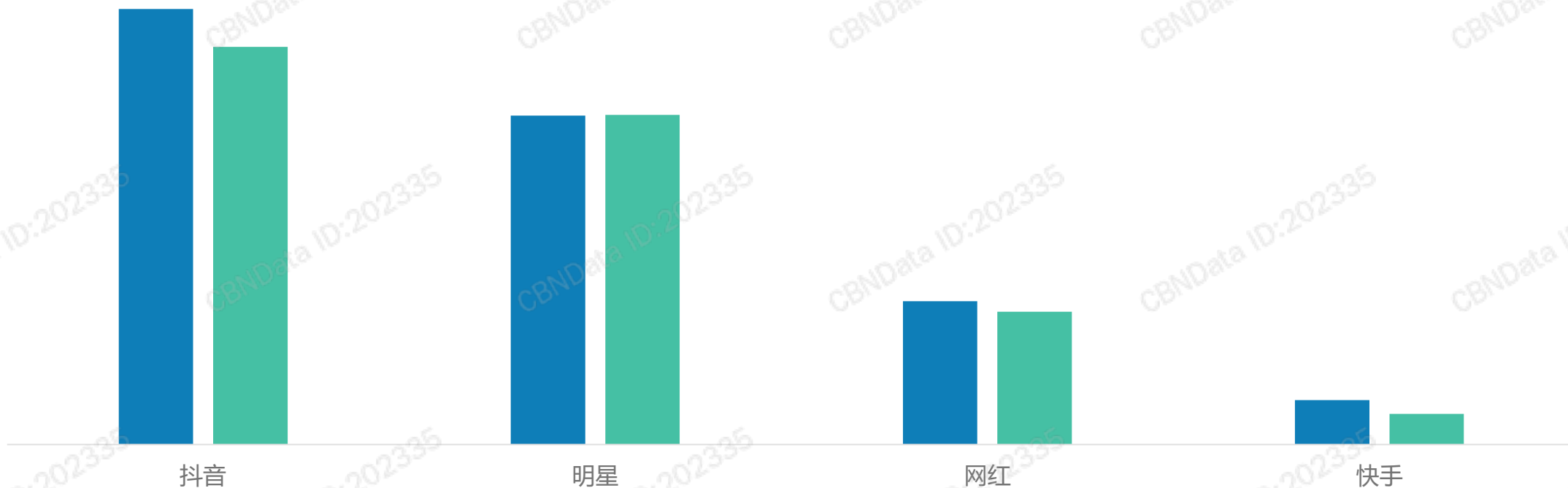


数据来源：CBNDATA消费大数据
搜索渗透率=不同市场中搜索相应同款的消费者人数/该市场中彩妆搜索人数

在带动消费方面，抖音和明星的表现更为突出；抖音在三线及以下城市的作用比在一、二线城市更强

MAT2019不同媒介同款商品消费者渗透率

■ 三线及以下城市 ■ 一、二线城市

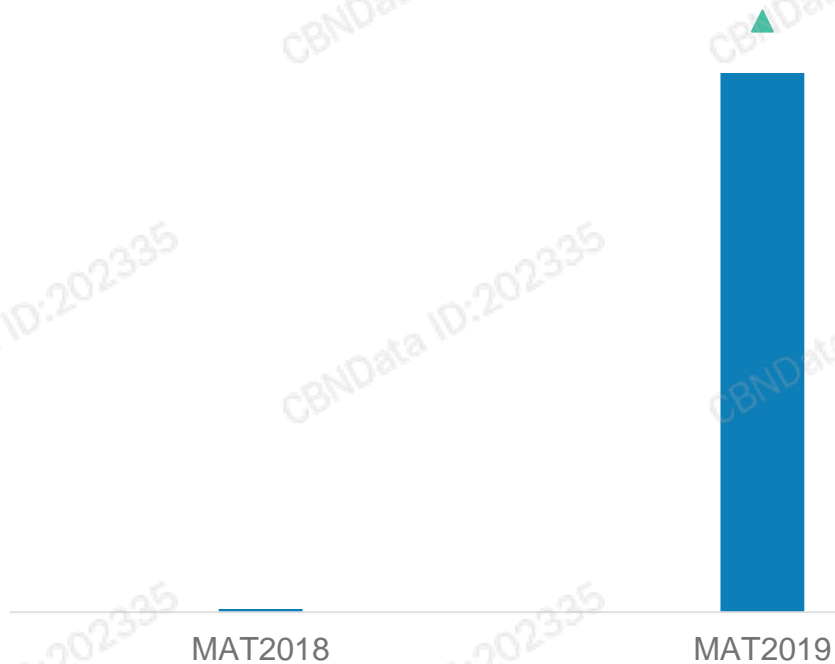


数据来源：CBNDATA消费大数据
消费者渗透率=不同市场中购买相应同款的消费者人数/该市场中彩妆总人数

最近一年，三线及以下城市抖音同款商品消费额同比增长近170倍，明星同款商品消费额同比增长近4倍

MAT2018-MAT2019抖音同款商品销售额及同比增幅

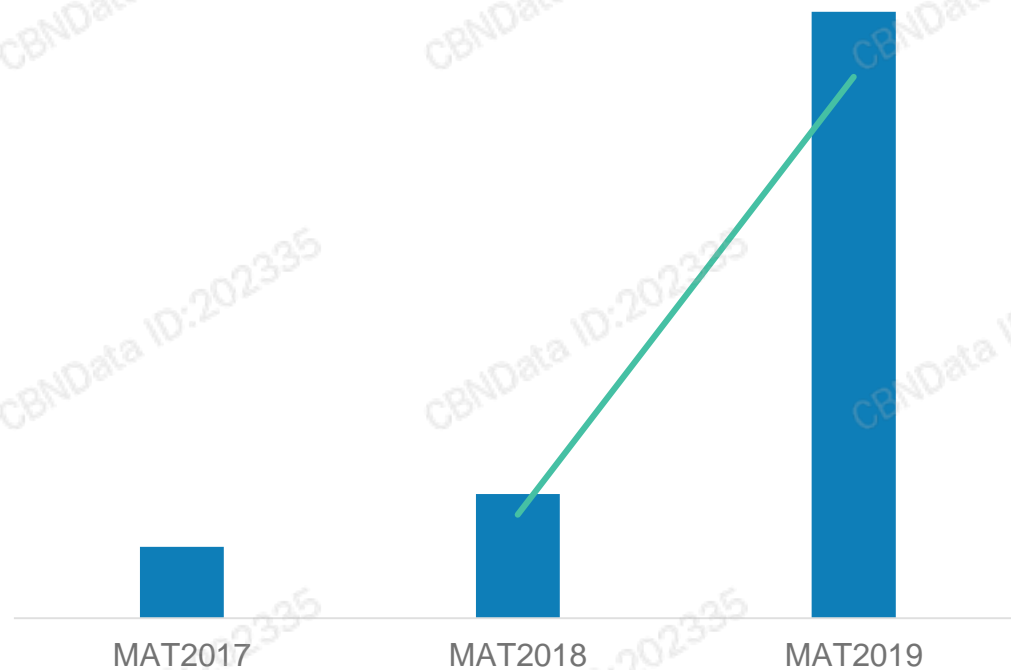
■ 销售额 ▲ 销售额增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2017-2019明星同款商品销售额变化及同比增幅

■ 销售额 ▲ 销售额增幅

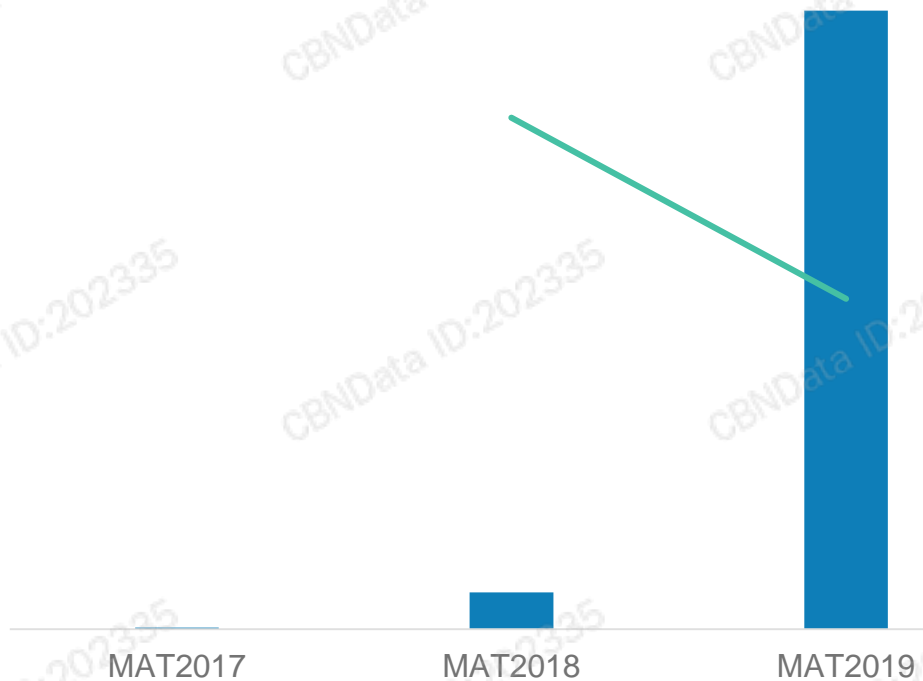


数据来源：CBNDATA消费大数据

最近一年，三线及以下城市快手和网红同款商品的销售额迅速增长，其中快手同款销售额同比增长近10倍，网红同款销售额同比增长超过15倍

MAT2017-MAT2019网红同款商品销售额及同比增幅

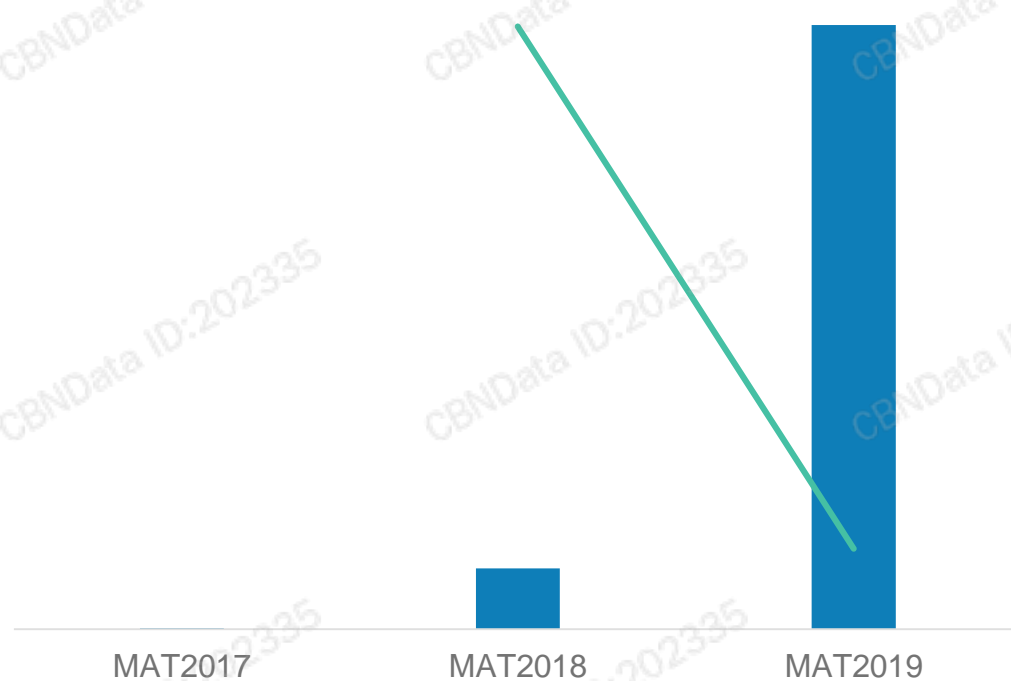
■ 销售额 — 销售额增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2017-MAT2019快手同款商品销售额及同比增幅

■ 销售额 — 销售额增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据

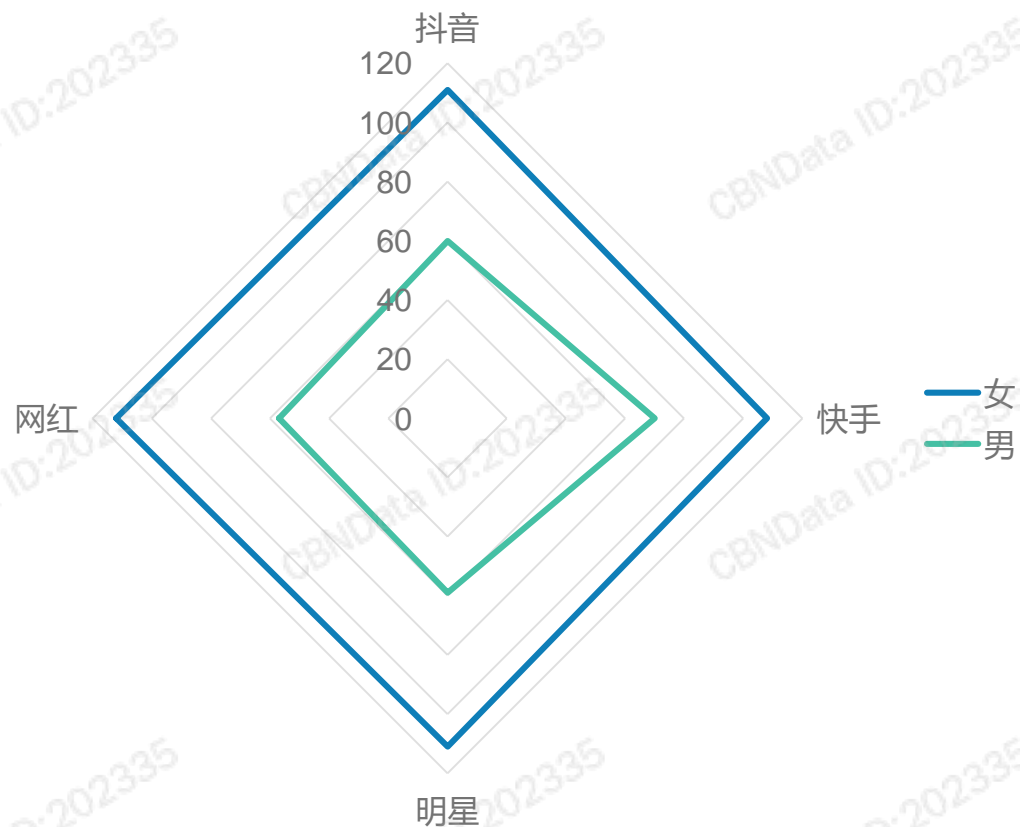
不同媒介带动的热销品类

抖音同款TOP5	明星同款TOP5	网红同款TOP5	快手同款TOP5
唇膏/口红	唇膏/口红	美甲工具	CC霜
美甲工具	美甲工具	CC霜	遮瑕
眼影	眼影	眼影	BB霜
CC霜	化妆/美容工具	双眼皮贴	指甲彩妆
化妆/美容工具	CC霜	化妆/美容工具	睫毛膏/睫毛增长液

数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：按照销量排名
大数据·全洞察

女性更容易被各类媒介带动消费；快手在30岁以上群体中影响力最大；90年后出生的人群中，抖音、明星和网红的的影响力更大

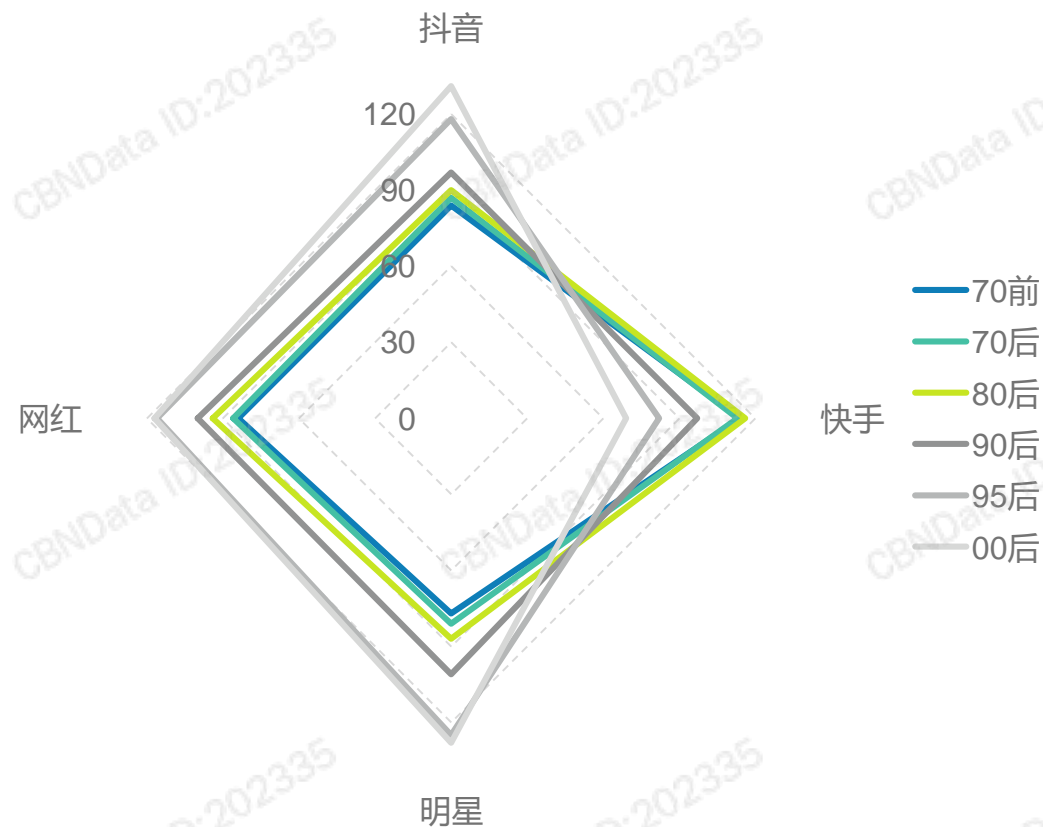
MAT2019不同性别对各类媒介的偏好度



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：偏好度=某性别群体中某媒介的消费者渗透率/该媒介在彩妆的消费者渗透率

MAT2019不同代际对各类媒介的偏好度



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：偏好度=某代际群体中某媒介的消费者渗透率/该媒介在彩妆的消费者渗透率



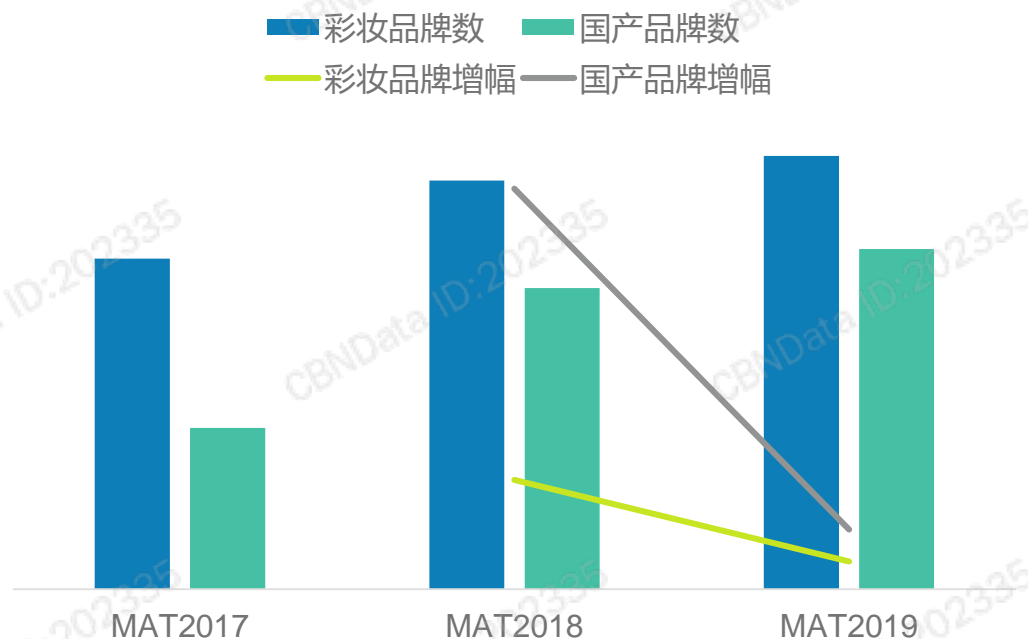
04

彩妆产品质量控制

保证产品质量，确保国产彩妆行业持续健康发展成为重要课题

随着彩妆品类的快速发展，新品牌层出不穷；国内在彩妆品牌创新上更为积极，不断推出平价品牌，最近两年的新品牌中，超过8成为平价品牌。如何在提供更为亲民产品的同时，保证产品质量，确保国产彩妆行业的持续健康发展，成为重大课题。

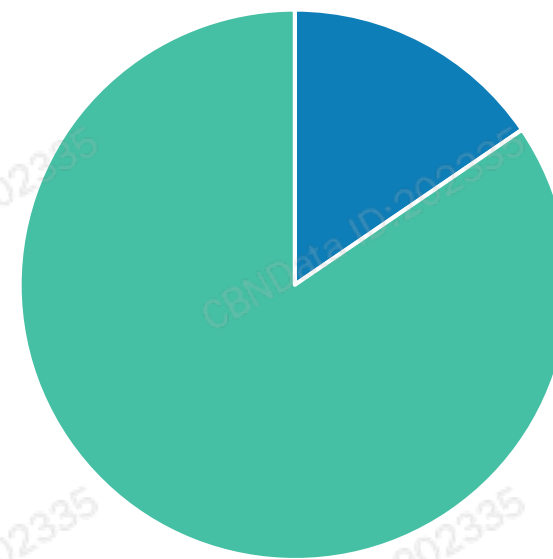
MAT2017-MAT2019彩妆品牌数变化及同比增幅



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018-MAT2019国产彩妆不同档次新品牌占比

■ 中高端彩妆 ■ 平价彩妆



数据来源：CBNData消费大数据

OEM模式和入驻商家资质认证确保线上彩妆产品质量

OEM模式赋能品牌商家，在降低生产成本的同时，通过源头的原材料选取、生产环节的规范和成品质检，保证产品质量；淘宝平台通过助力品质认证商家入驻，为用户选购彩妆商品保驾护航

- 彩妆OEM生产模式

源头控制

- 原材料选取对标欧盟和美国FDA（食品药品监督管理局），确保安全无害

生产环节控制

- 生产体系符合ISO22716，GMPC标准，保证彩妆产品的卫生和安全

成品质检

- 由第三方质检机构进行CMA/CNAS认证

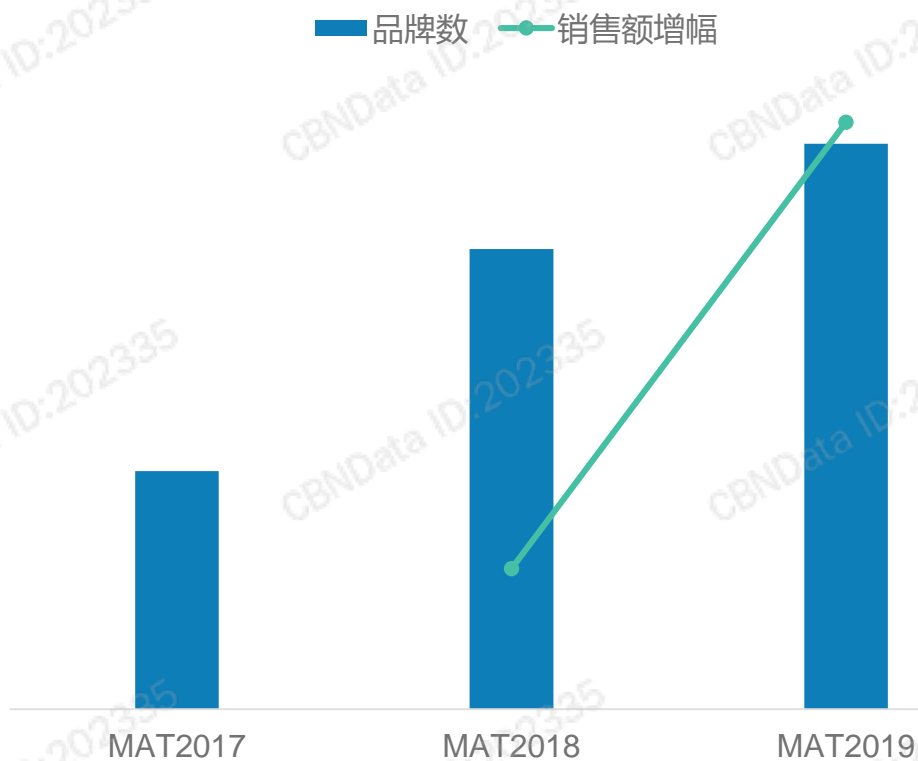


05

国货出海，开拓世界市场

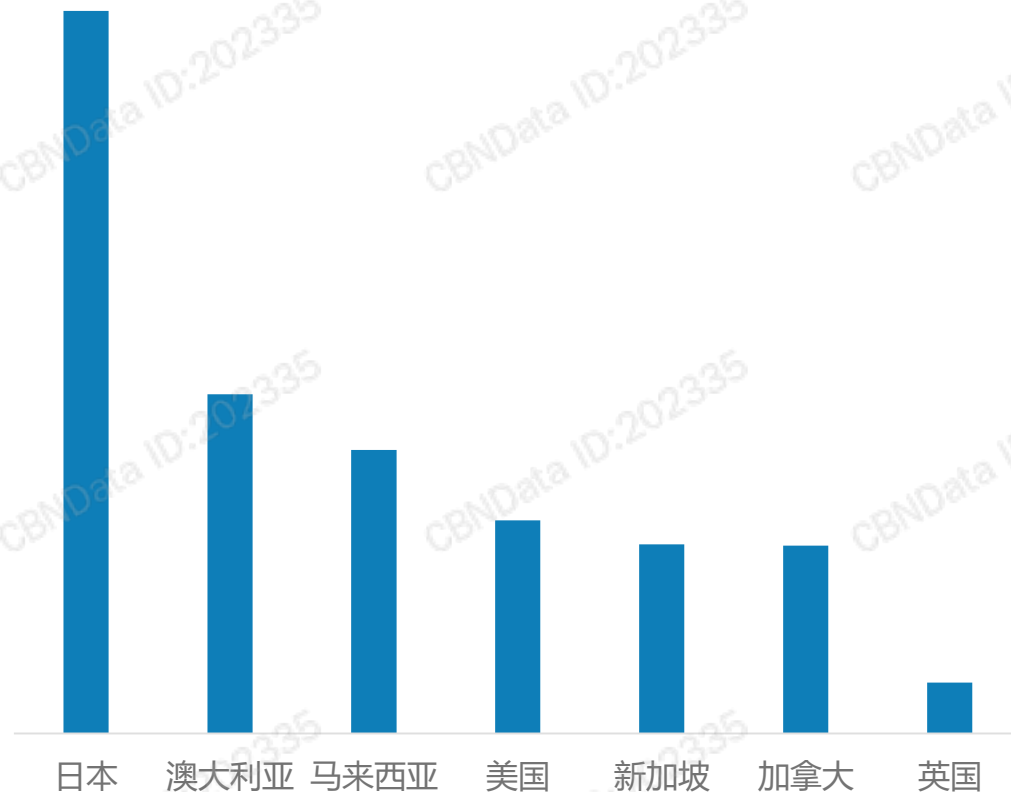
出海国货品牌数及销售额迅速增长，目的地覆盖亚欧美国家，其中日本、澳大利亚和马来西亚位列前三

MAT2017-MAT2019出海彩妆品牌数及销售额同比增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据

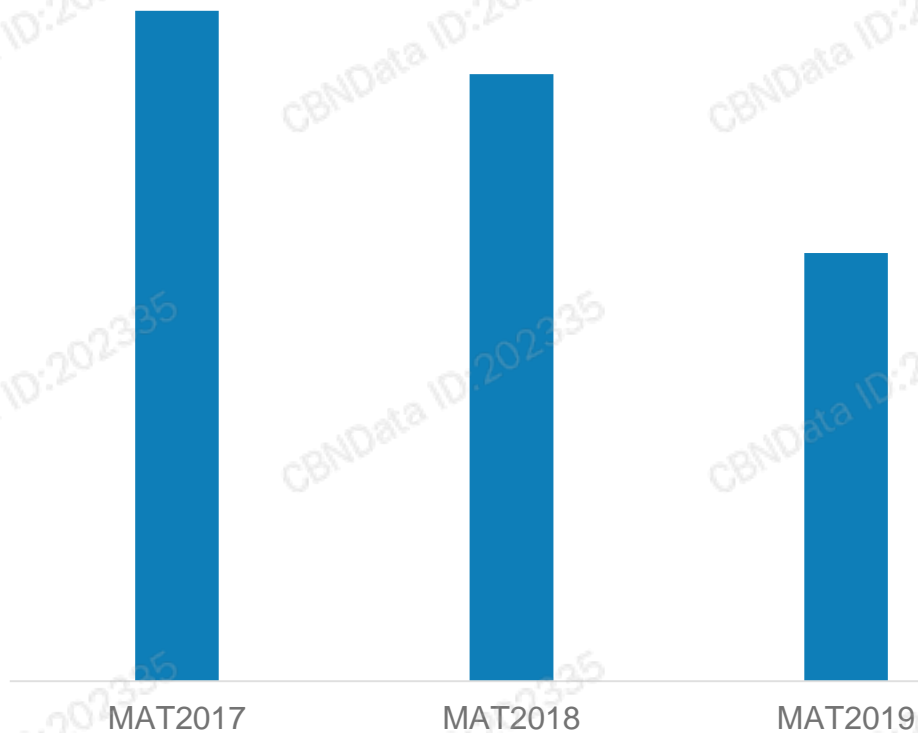
MAT2019国货彩妆出海销售额TOP7国家



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：按照消费额排名

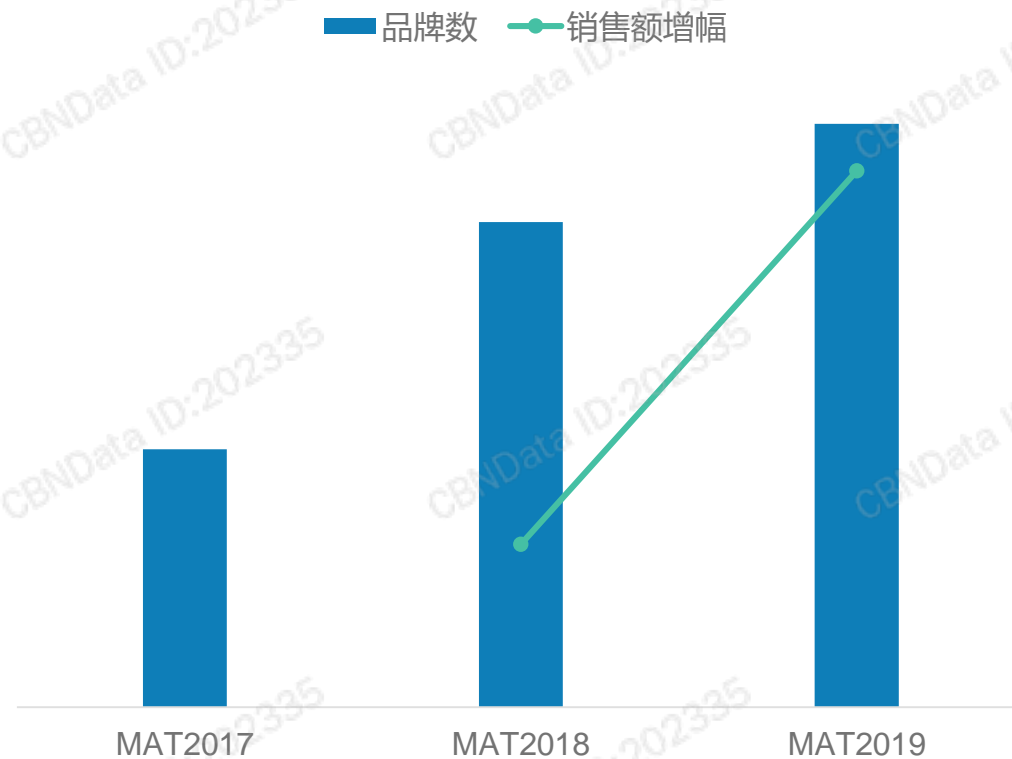
出海国货中平价品牌份额在一半以上，品牌数持续增长，销售额增速加快

MAT2017-MAT2019出海国货中平价品牌份额



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2017-MAT2019出海国货中平价品牌数及销售额同比增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据

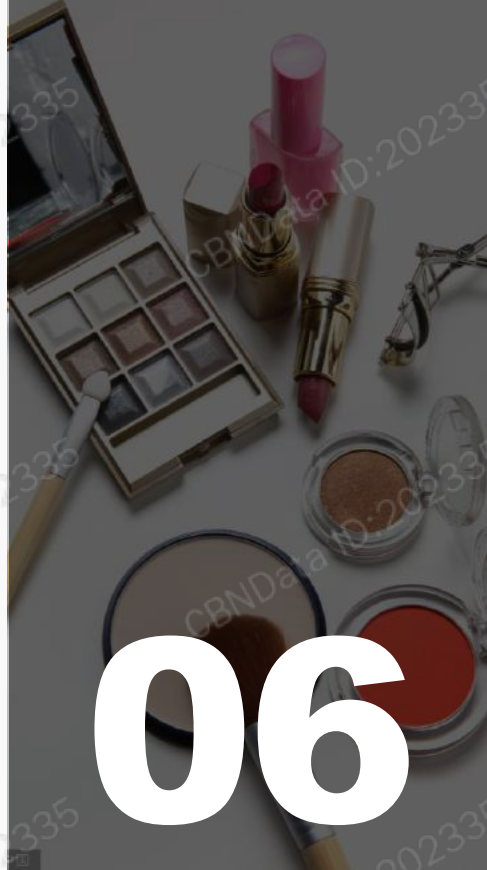
MAT2019平价国货出海排行榜

出海TOP10平价国货品牌
Beauty Artisan/美丽工匠
YELECAI/伊乐彩
琴制
三米
momoup
LONG WAY
zero nana
Acymer/妍诗美
shoushoulang/受受狼
CARSLAN/卡姿兰

出海TOP5平价国货品类
化妆/美容工具
指甲彩妆
化妆套刷
眼影
唇膏/口红

国货平价彩妆出海TOP5目的地
澳大利亚
马来西亚
美国
加拿大
新加坡

数据来源：CBNDATA消费大数据



06

附录

各区域偏好排名前3名和后3名品类榜单

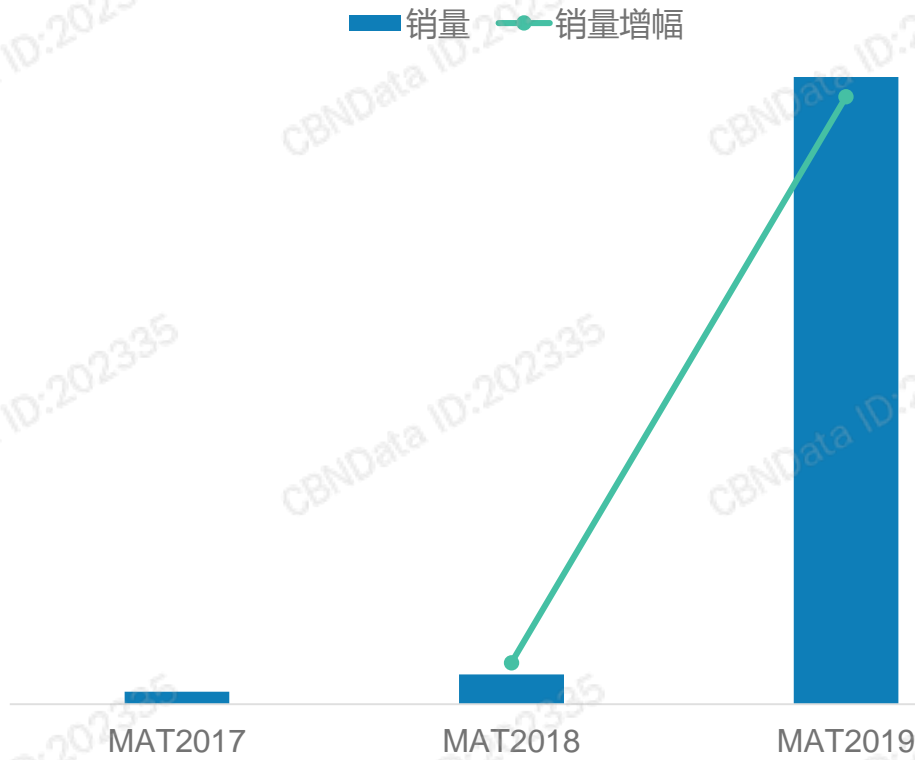
平价体验装/旅行装是中国大部分地区（除华北、华中和西北内陆地区）消费者最喜爱购买的品类；东北、华北、华东地区消费者对指甲彩妆兴趣较低；西北、西南地区消费者对睫毛、腮红等妆容细节关注较低

TGI类别	东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
最喜欢购买的品类	旅行装/体验装	粉底液/膏	旅行装/体验装	旅行装/体验装	粉底液/膏	腮红/胭脂	旅行装/体验装
	隔离/妆前	隔离/妆前	粉底液/膏	BB霜	遮瑕	旅行装/体验装	其它彩妆
	彩妆套装	腮红/胭脂	隔离/妆前	粉底液/膏	彩妆套装	遮瑕	粉底液/膏
偏好度最低的品类	其它彩妆	指甲彩妆	指甲彩妆	身体彩绘	化妆/美容工具	睫毛膏/睫毛增长液	睫毛膏/睫毛增长液
	美甲工具	CC霜	化妆/美容工具	腮红/胭脂	眉笔/眉粉/眉膏	CC霜	腮红/胭脂
	眼线	其它彩妆	身体彩绘	男士彩妆	眼线	唇笔/唇线笔	身体彩绘

数据来源：CBNDATA消费大数据

四种媒介同款商品销量连续两年大幅增长，口红、化妆工具是最热门品类

MAT2017-MAT2019四种媒介同款平价国产彩妆
销量变化及同比增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：四种媒介包括抖音、快手、网红和明星

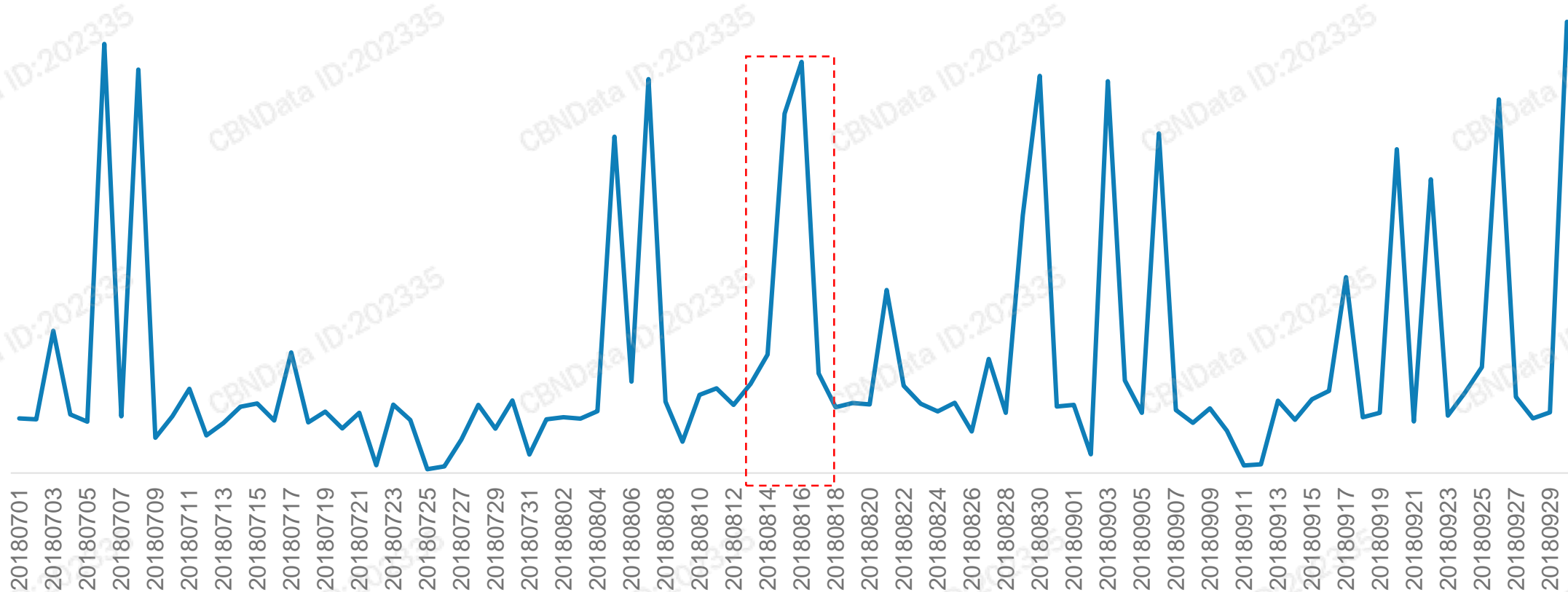
MAT2019四种媒介同款平价国产彩妆热销品类

排名	品类
1	唇膏/口红
2	化妆/美容工具
3	眼影
4	CC霜
5	唇彩/唇蜜/唇釉


数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：按销量排名

七夕前后，男性消费者贡献了平价国产彩妆礼盒套装近9成的销量

MAT2019.7-9月平价国产礼盒套装产品男性购买量占比变化



数据来源：CBNData消费大数据



DATA COVERAGE 数据说明

■ 数据来源：CBNData消费大数据

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。

数据时间段：

MAT2017——2016.4.1-2017.3.31


MAT2018——2017.4.1-2018.3.31

MAT2019——2018.4.1-2019.3.31

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。



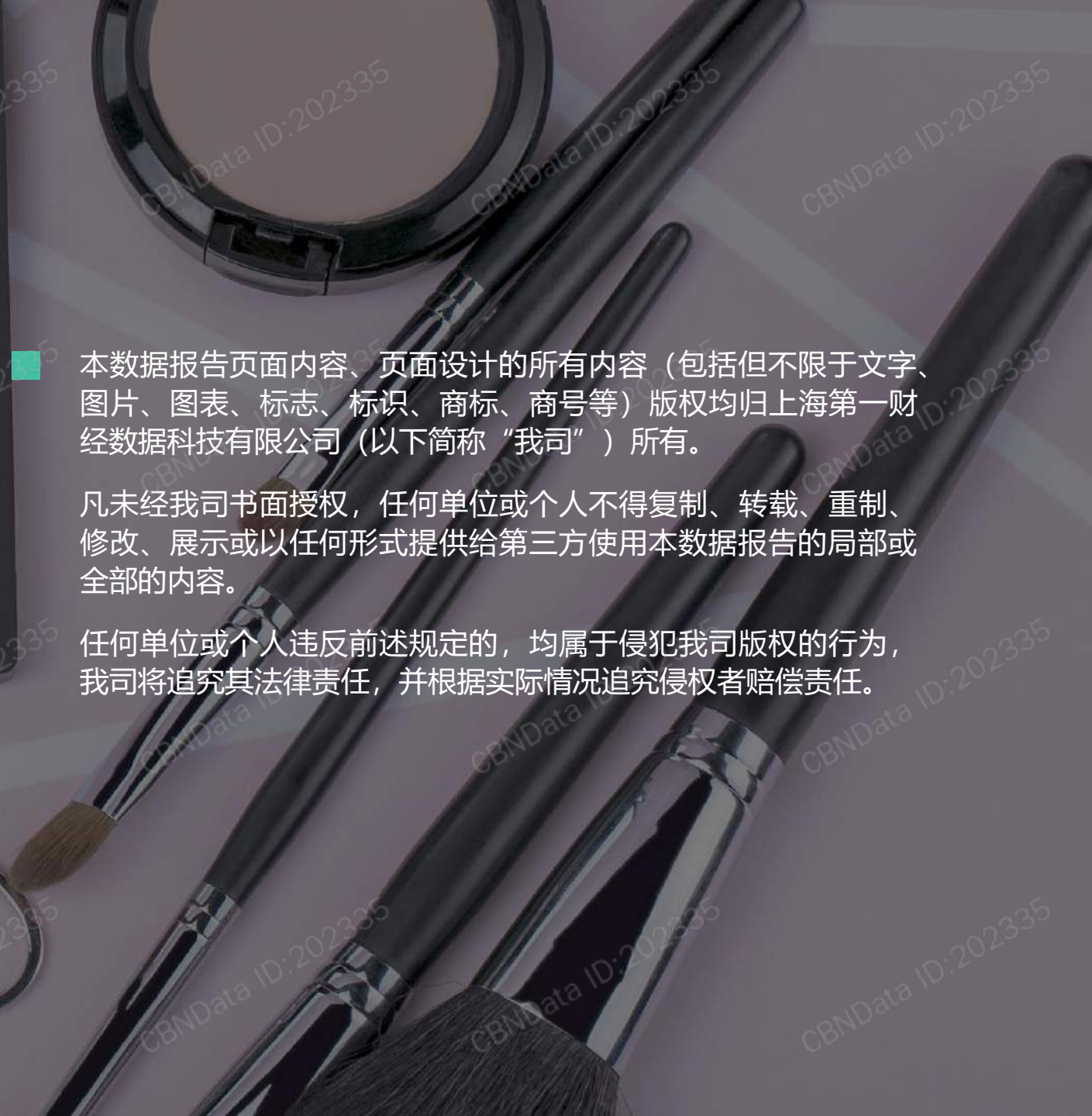
COPYRIGHT DECLARATION 版权声明



■ 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：侯园园

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