

2019·Q3

小红书美妆内容营销分析报告

CCSight : 找最合适的带货达人

报告数据来源及说明

数据来源

- **CCSight**，新媒体营销数据情报中心，寻找最合适的带货达人。**CCSight**通过智能数据采集技术，深度整合主流短视频、小红书、微博平台素材及其内容电商带货数据，每天实时更新全网新媒体营销数据，现收录新媒体素材2.21E+数据，日更新热门素材数据量达25W+。同时，**CCSight**拥有快手、抖音、小红书等主流内容电商社区的电商带货数据，现有10W+带货KOL榜单数据，并覆盖14个主流商品类目，200+单品垂直细分领域，帮助广告主寻找最合适的带货达人。

数据说明

- 数据选取：2019年7月1日-9月30日期间所追踪到的小红书平台数据。

核心观点概述：



中国化妆品市场持续增长：2018年全国化妆品总额达到近年来的峰值，为2,619亿元，并将持续上升；预计2019年能再创高峰，未来中国化妆品市场规模将进一步扩大



国际美妆品牌在小红书中更受欢迎：国际美妆品牌无论在营销力度还是营销策略上，都要比本土美妆品牌更加出色，讨论热度普遍较高，M.A.C是热度最高的美妆品牌；本土品牌需加强营销力度或改变营销策略，完美日记成为最热的本土美妆品牌



互动口碑营销：明星美妆vlog、KOL美妆评测、美妆品牌种草是最受欢迎的营销手段；明星更愿意分享护肤产品，KOL则评测彩妆产品较多；彩妆是热度最高的美妆品类



品牌营销建议：品牌可通过打造“明星打call款”和“种草新秀担当”、小红书笔记创意标题、跨界品牌合作的方式，提升品牌讨论热度和曝光量



1 美妆行业发展趋势及营销概况

2 小红书用户活跃概况及画像分析

3 小红书美妆内容营销整体概览

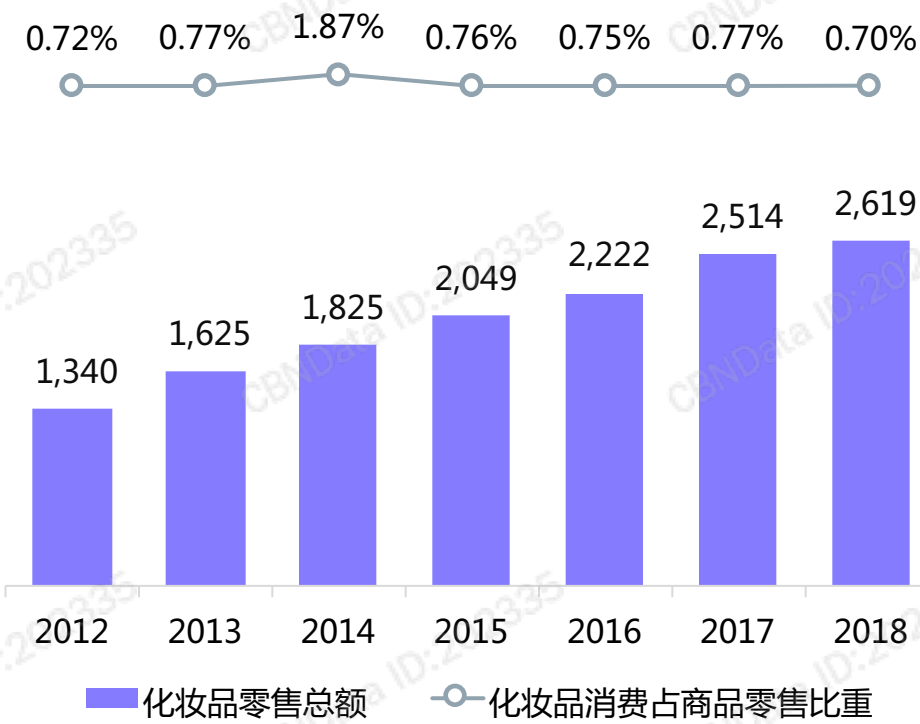
4 小红书美妆达人榜分析

5 小红书美妆行业营销建议

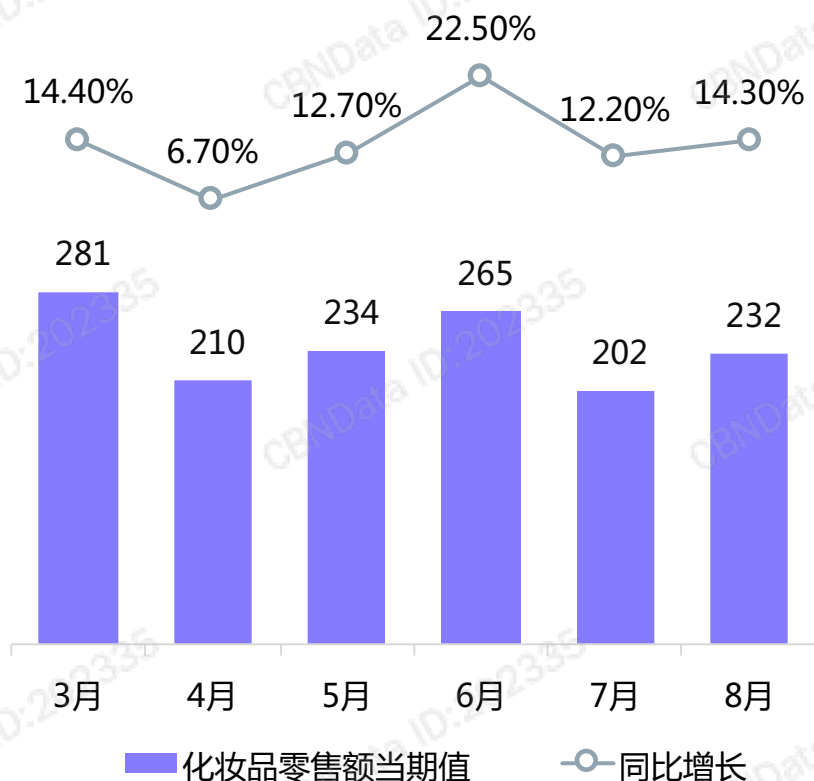
全国化妆品零售总额逐年稳步增长，2019年将再创高峰

- 全国化妆品零售总额持续增长，在2018年达到顶峰，为2,619亿元，化妆品零售占比略有下降，但变化不大；
- 2019年各月同比均有不同程度的增长，从各月的当期值可预测2019年全国化妆品总额将继续增长，未来中国化妆品市场规模将进一步扩大，零售总额将再次达到顶峰。

2012-2018年全国化妆品零售总额（亿元）及比重



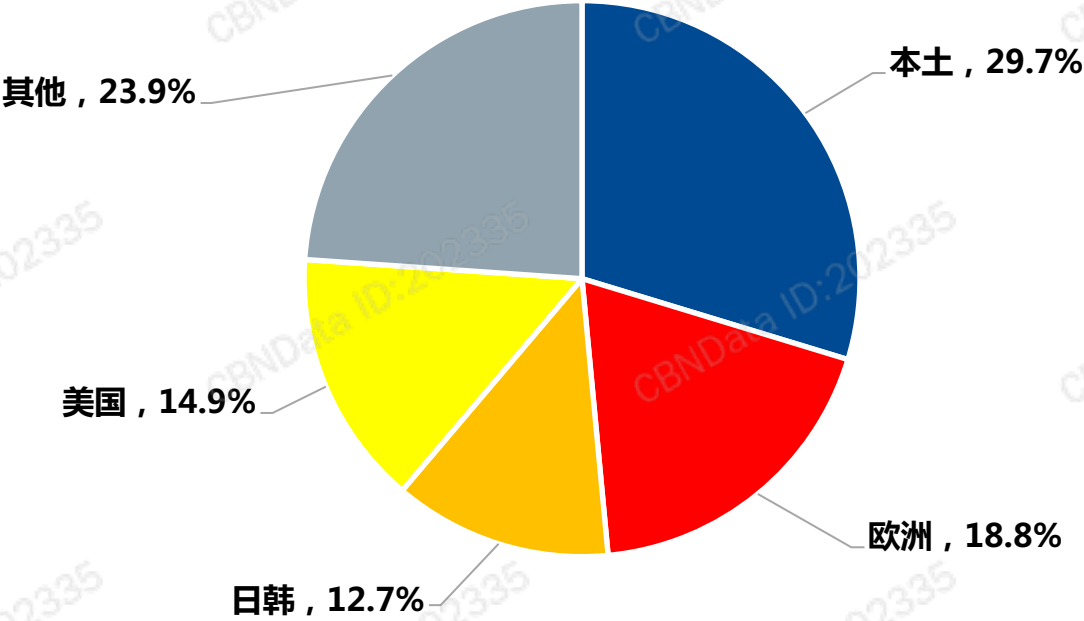
2019年化妆品零售额当期值（亿元）及同比



在国际市场，本土护肤品品牌占有一席之地

- 本土品牌在竞争激烈的护肤市场中领先欧洲、美国、日韩，占得最高份额，约为29.7%，表明本土护肤优秀企业在经历国际巨头围剿期后已经稳住阵脚，逐步培养出属于自己的细分客群与独特竞争力。

2018年中国护肤品市场品牌分布情况

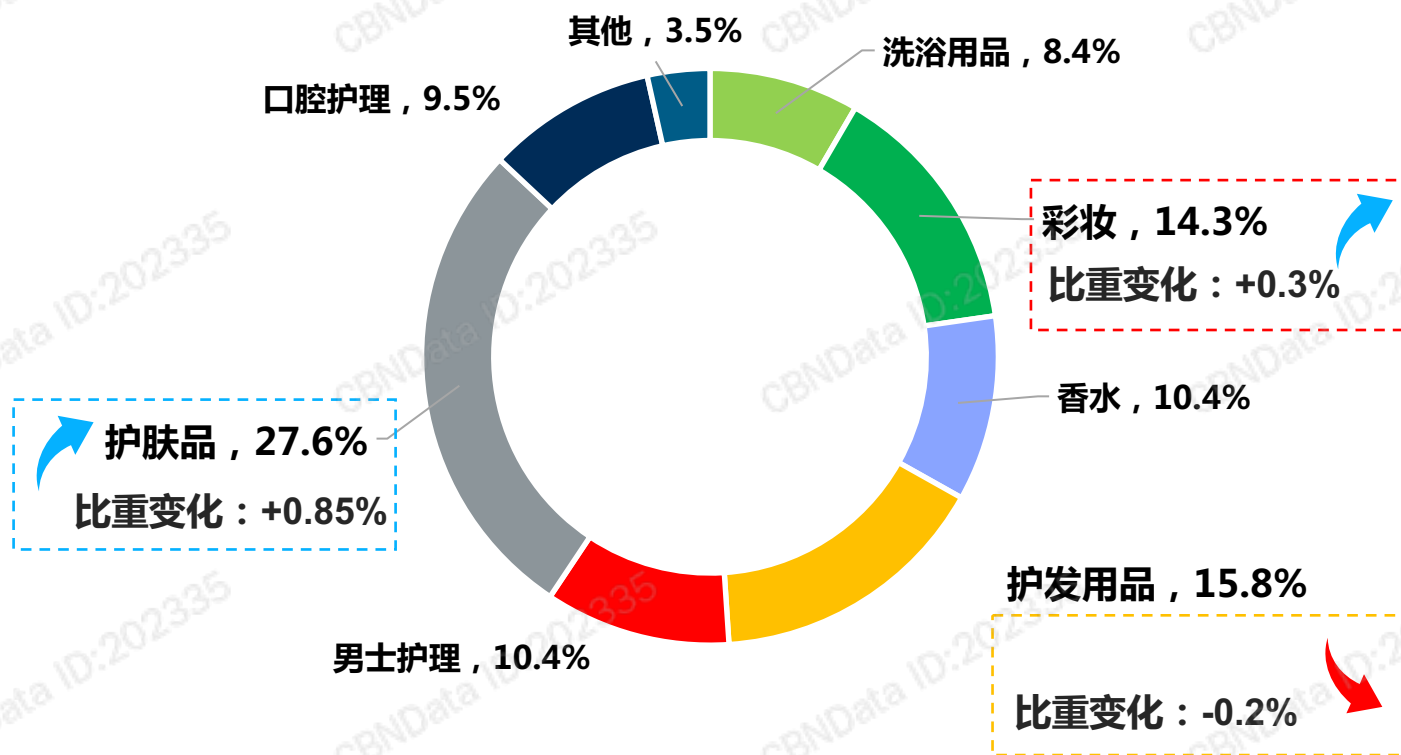


数据来源：Euromonitor

护肤品仍是化妆品中的第一品类，前三品类比重变化稳定

- 护肤品占据市场最大份额，占比达到27.6%，其次是护发用品和彩妆，分别占15.8%和14.3%；
- 相比2017年，护肤品、护发用品、彩妆占有所有品类的比重均变化不大，护肤品和彩妆有轻微增长，护肤品增长较多，约有0.85%，而护发用品则下降0.2%。

2018年全球化妆品品类分布情况





1 美妆行业发展趋势及营销概况

2 小红书用户活跃概况及画像分析

3 小红书美妆内容营销整体概览

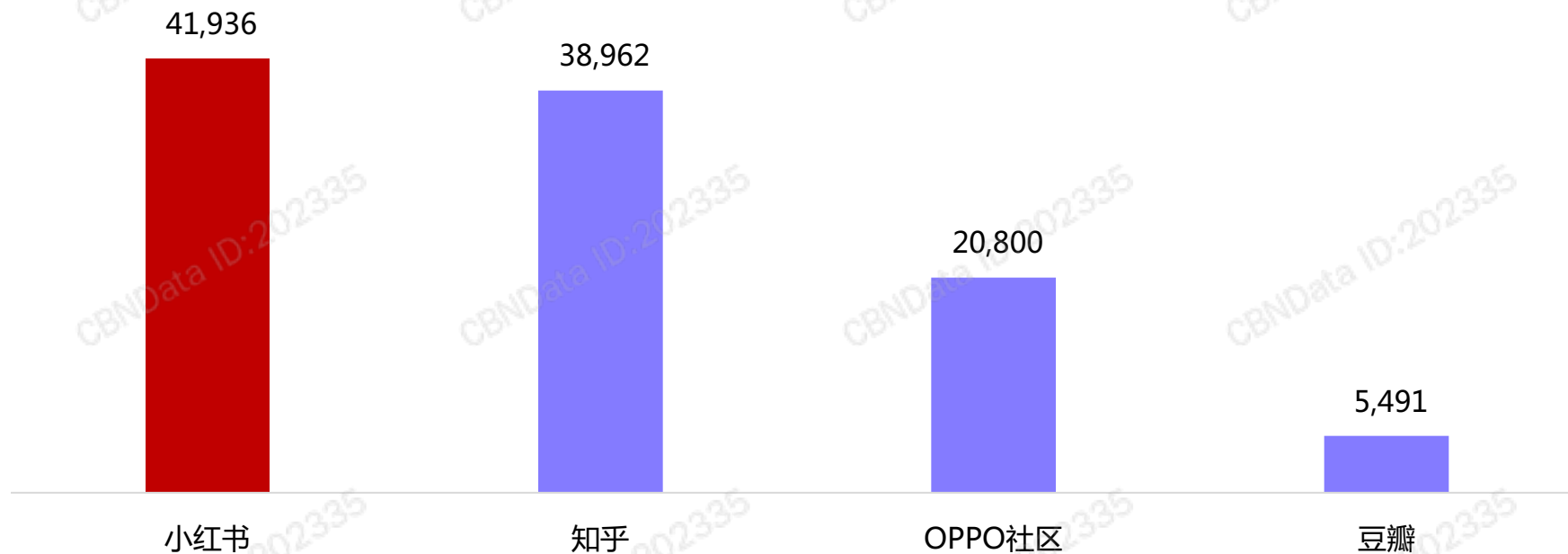
4 小红书美妆达人榜分析

5 小红书美妆行业营销建议

小红书在社交网站中占有一席之地

- 2019年，小红书总活跃设备数为41,936万台，超越早期以UGC模式为主社区起家的知乎和豆瓣的“社交网站”，数量甚至是豆瓣的7倍多，成功在社区网站中分取一份蛋糕。

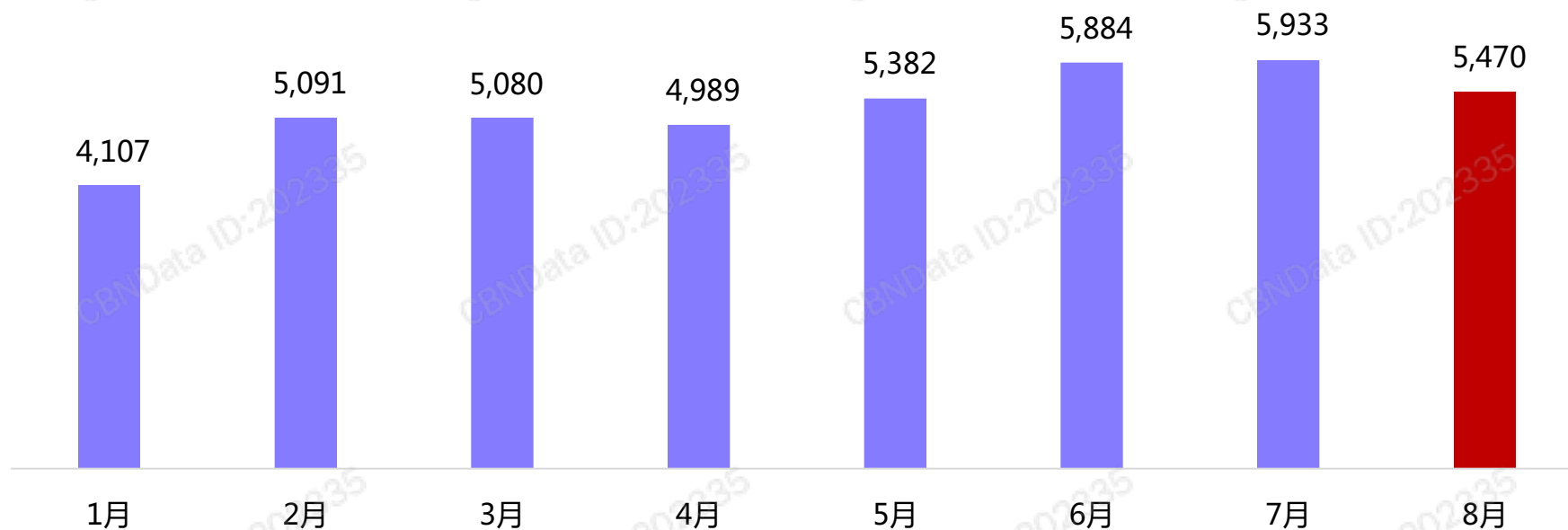
2019年各社交网站总活跃设备数（万台）



2019年小红书用户活跃设备数整体呈上升趋势

- 1-7月份用户活跃设备数呈上升趋势，7月份达到最大值，为5,399万台；
- 由于受平台涉嫌违规的事件影响，8月份用户在线活跃数量有所下降。

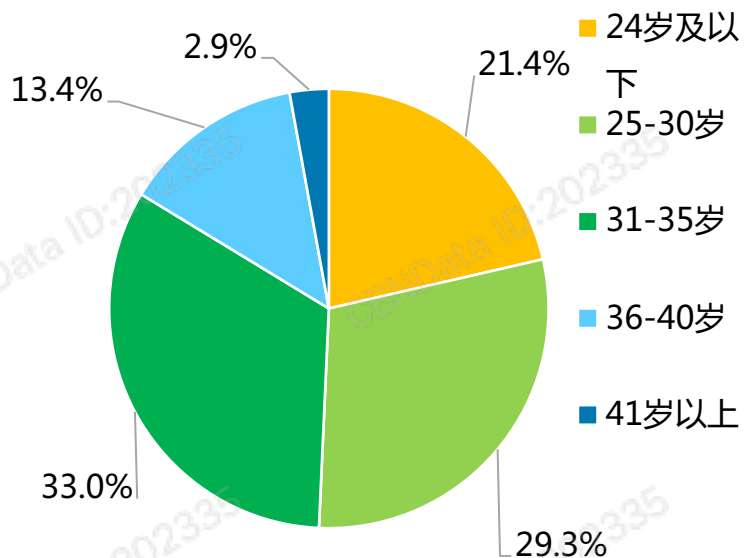
2019年各月小红书总活跃设备数（万台）



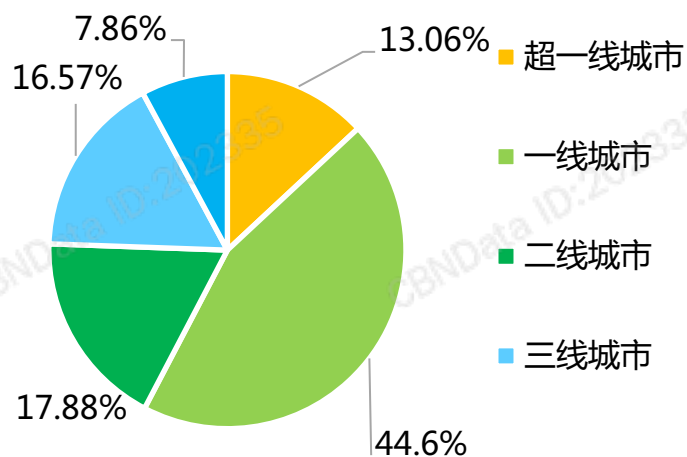
小红书使用人群以一线城市、31-35岁、女性群体为主

- 用户以一线城市为主，约占44.6%，这类用户大部分具备高学历高收入，综合消费能力强，是未来消费的主导人群，值得注意的是，目前不发达区域用户已成为互联网的主力人群，市场空间潜力巨大；
- 中高端消费人群在小红书占比最大，主要以25-35岁人群为主，约占52%，这个人群的特征是消费能力、购买能力非常强，是未来消费主力军；
- 女性群体占86%，内容精准垂直定位在美妆类。

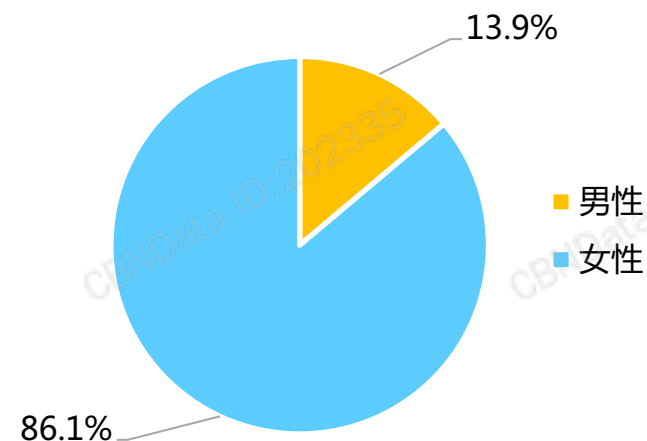
使用人群年龄分布



使用人群地域分布



使用人群性别分布





1 美妆行业发展趋势及营销概况

2 小红书用户活跃概况及画像分析

3 小红书美妆内容营销整体概览

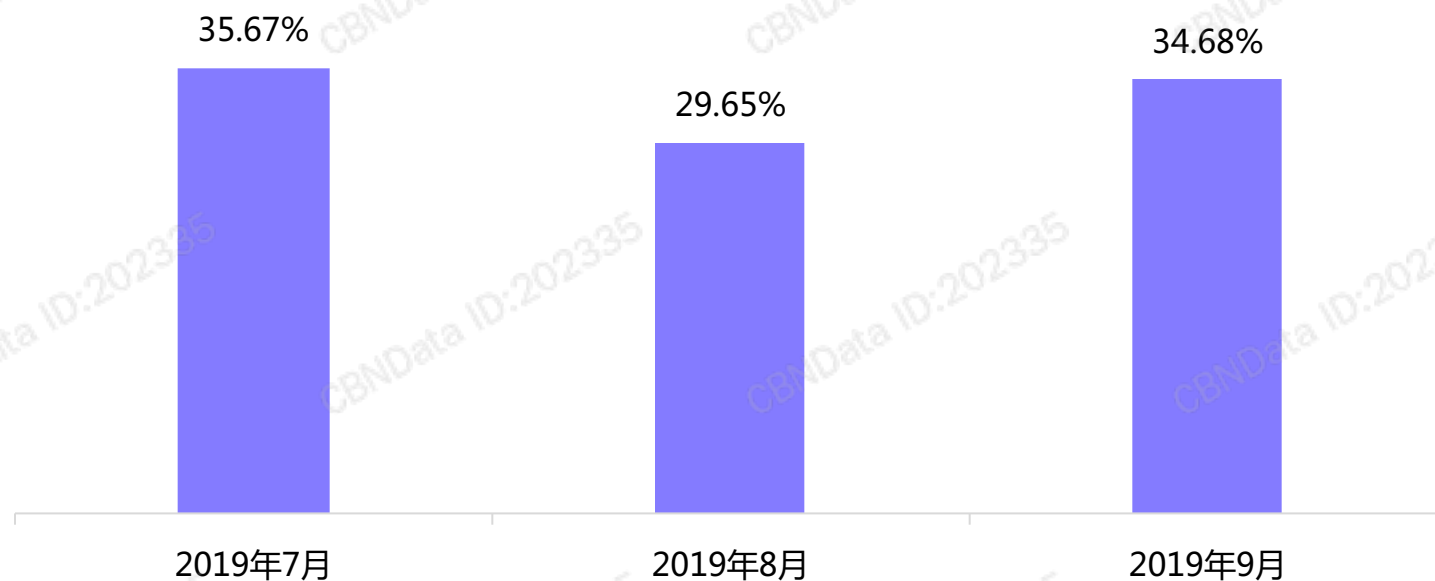
4 小红书美妆达人榜分析

5 小红书美妆行业营销建议

八月份受违规事件影响，视频内容量下降明显

- 七月份与九月份视频内容量相当，均约占第三季度的35%；
- 由于受平台涉嫌违规的事件影响，八月份用户发布视频内容量明显下降，但在九月份视频内容量有回升的迹象，恢复到七月份的水平。

2019Q3小红书视频内容量占比



M.A.C是内容提及最多的美妆品牌

- M.A.C的内容量指数为1.6，成为内容提及最多的美妆品牌，兰蔻、圣罗兰分别位于第二第三的位置；
- 由小红书发起的“30天口红挑战赛”为M.A.C口红提供一个火热的平台，受到大批美妆博主和网友的热烈追捧。

品牌内容量指数TOP10



30天口红挑战 | MAC#Chili 夏日元气口红必备

小红书发起的“30天口红挑战赛”受到网友积极参与，其中M.A.C的口红受到网友的热烈追捧

我的日常口红 day 9

▼ MAC #Marrakesh

超级热门经常断货的一支脏橘色

哑光质地，显色度高，

涂抹起来顺滑度一半，但上嘴不会很拔干

持久度还可以，刚涂上会有些粘杯，过一会儿会好很多。

唇部状态不好的，先涂润唇膏会更好。

◆ 薄涂上嘴偏橘色多

◆ 厚涂上最偏棕调多一些

很显气场，白皮和黑黄皮都可以必入的一支mac了~

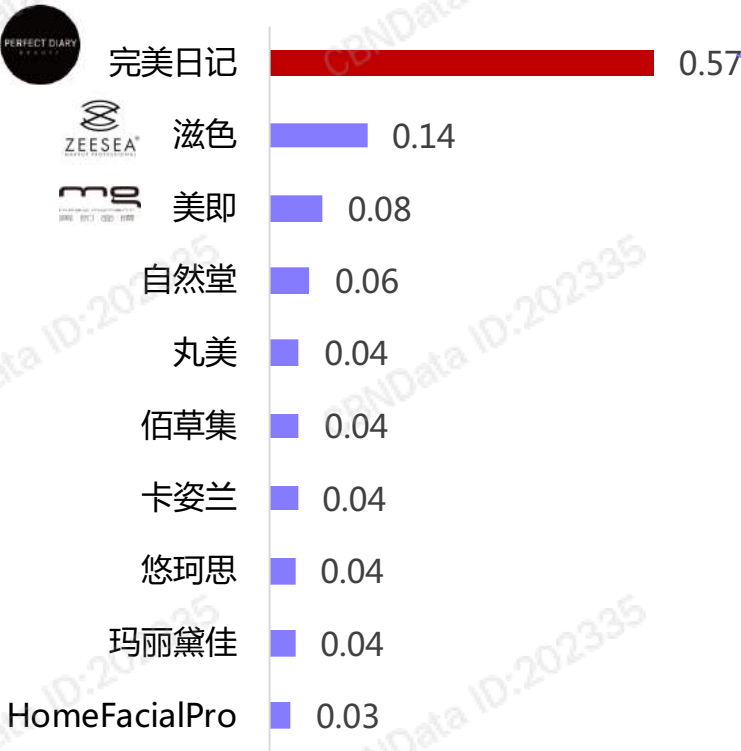
喜欢记得给我颗小爱心支持我哈♥

📢 另外明晚20:00会在小红书直播，来和我聊聊黑黄皮最喜欢的口红呀！明天见！

完美日记是内容提及最多的本土美妆品牌

- 完美日记的内容量指数为0.57，成为内容提及最多的本土美妆品牌，滋色、美即分别位于第二第三的位置；
- 完美日记的小黑钻口红凭着自身优秀的品质及精准的营销，一上市就迅速蹿红小红书，成为讨论热度很高的“必买款”，大量网友纷纷被种草。

本土品牌内容量指数TOP10



这支木玫瑰色谁用谁好看！显白度爆表

完美日记的小黑钻口红一上市便受到大批网友的追捧，其出色的色号、质感、上唇效果等都获得大量好评



M.A.C在所有美妆品牌中声量最高，更能吸引网友互动

- M.A.C的声量达到100，相比其他美妆品牌，其相关话题更能吸引网友讨论和互动；
- 除“30天口红挑战赛”吸引大批网友讨论外，素颜美女“大猫妈妈”通过化妆直播安利M.A.C口红也获得大量网友的点赞和评论，带动品牌声量上升。



日常vlog | 女孩子出门弄那么久都是有原因的

洗发水: Hair Recipe 控油蓬松的效果很奶思, 油头的我可以保持两天不洗头

粉底液: 雅诗兰黛沁水 质地水润, 适合干皮

眼影: TF honey moon 超级实用的配色, 眼深邃不显肿

口红: mac 俄罗斯红 超级复古显白

❤️ 1.7万 💬 846 ⭐ 4068



旖旎从风

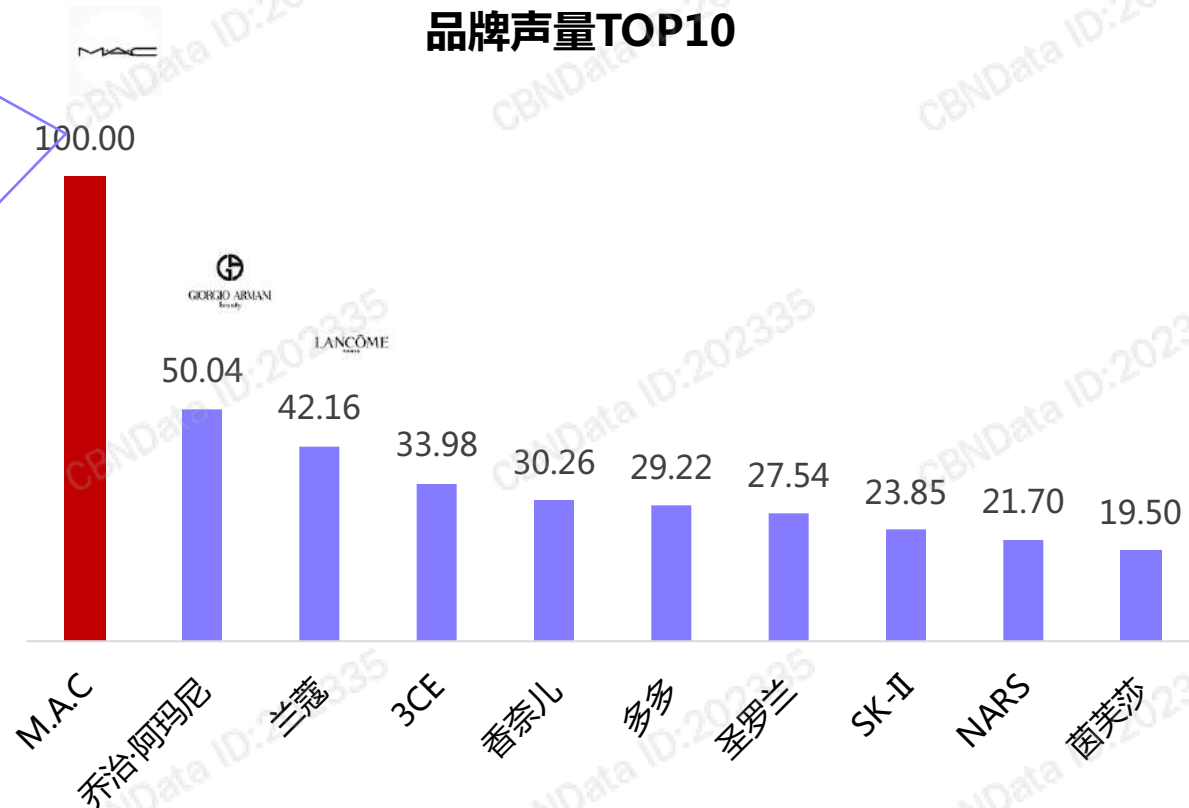
07-26

👍 2929 回复

不化妆也很美, 我要有这张脸, 天天素颜, 抹上防晒霜就出去嗨, 秒杀所有假脸

除了“30天口红挑战赛”带动M.A.C品牌声量外，素颜美女“大猫妈妈”直播化妆安利M.A.C口红产品，吸引大量网友点赞和评论

品牌声量TOP10



完美日记在本地美妆品牌中声量最高，网友互动很活跃

- 完美日记的声量为19.23，对比其他本土品牌，完美日记在小红书的营销策略更加成功，更能引起网友的注意；
- “吃口红的huihui”发布优质的完美日记小黑钻口红评测视频，得到完美日记官方账号的转载和点赞，获得大量的好评与转载，大批网友纷纷被种草，带动了品牌声量上升。



这个木玫瑰色我涂了出门都被问色号 🍷💄

👉完美日记小黑钻 008红茶朗姆 柔和的玫瑰调红唇粉 不发紫不发灰 粉到刚刚好 有红调 不会让黄皮显黑 提气色刚刚好！又很温柔

👉哑光雾面质地 涂起来超顺滑

👉最近试了挺多这个色系 问的最多的我都拿出来对比了 这几支里最像的是 mac923和迪奥772粉调最重 植村秀有棕调不像其他几支！完美日记008这支红调最多总的来说最显白 而且性价比最高 颜色也是调和到很美了 黄皮姐妹是可以驾驭的 我很喜欢这支！

👍1.7万 🗨446 ⭐1.5万

我是mina啊
07-25

👍154 回复

颜色吼吼看 🍷 千与千寻也是真的好好看 我又想再去看一遍了 🍷🍷

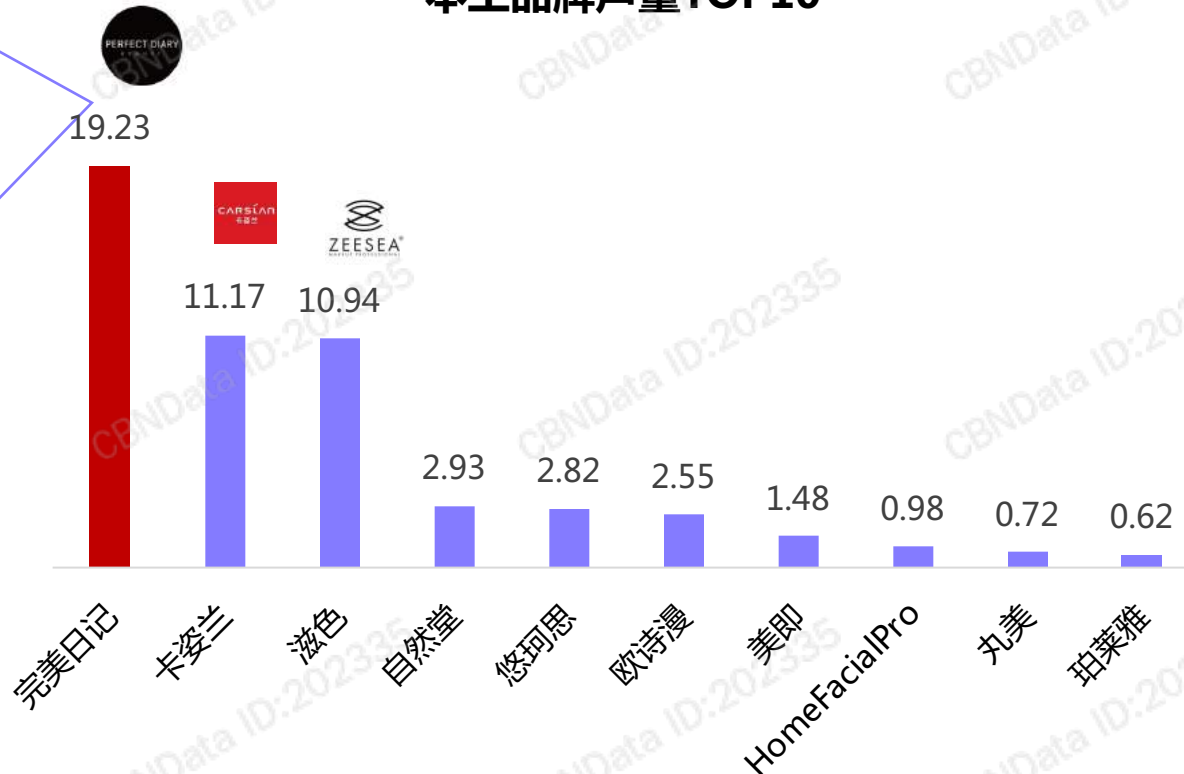
Datog_Z
07-11

👍270 回复

嘴也太完美！！又饱满还水润

“吃口红的huihui”
利用自己很完美的嘴唇，种草完美日记很火的小黑钻口红，获得大批网友的点赞和评论，加上完美日记官方转载其视频笔记，进一步把小黑钻口红的热度推到最高

本土品牌声量TOP10





1 美妆行业发展趋势及营销概况

2 小红书用户活跃概况及画像分析

3 小红书美妆内容营销整体概览

4 小红书美妆达人榜分析

5 小红书美妆行业营销建议

范冰冰、宁静、徐璐占据小红书明星榜TOP3

CCSight小红书明星榜TOP10

排名	明星	CCSight指数	粉丝量（万+）	美妆广告效果		
				平均评论数	平均收藏数	平均点赞数
1	范冰冰	9818.9	1154	1,386	2,319	1W+
2	宁静	9797.6	75	1,123	2W+	2W+
3	徐璐LULU	9756.0	272	774	2,247	6,741
4	欧阳娜娜Nana	9713.6	585	425	2,359	1W+
5	戚薇7V	9628.1	534	240	1,451	4,747
6	陈乔恩	9623.5	10	1,553	1W+	3W+
7	范丞丞	9618.7	144	1,084	1,674	8,986
8	林允Jelly	9612.6	1032	176	979	3,645
9	GEM鄧紫棋	9560.7	116	318	3,917	6,481
10	赵露思	9545.9	142	271	676	4,818

数据来源：CCSight数据洞察

备注：视频主CCSight指数以创作者的最高视频热度，平均视频热度，视频播放数、点赞评论数、粉丝数作为计算依据；博主CCSight指数以其最高博文热度、平均博文热度、粉丝数作为计算依据；公众号CCSight指数以其最高文章热度、平均文章热度作为计算依据，根据CCSight指数排名情况得出排行榜

小红书明星榜TOP1——范冰冰

TOP1



+ 收藏

范冰冰



简介：一枚只说实话的小白鼠冰.....

渠道排名 小红书 2



夏天了！美白，美白！美白！祛暗沉！💡💡💡

☆ 6万 💬 9,618 🔄 16万 2019-07-11 22:28



最新的妆容！口红色号🔥想知道之你问我答🔥

☆ 2,897 💬 5,320 🔄 3万 2019-07-13 17:25

以视频评测及发布妆容照的方式安利化妆品，加上自身庞大的流量和热度，迅速引起大量网友的参与互动和讨论

小红书明星榜TOP2 — 宁静

TOP2



宁静



简介：演员 宁静

渠道排名 小红书 暂未上榜



长期坚持 才能有资格说 与时间赛跑这件事 做完瘦脸按摩之后 记得用提升脸部的精华辅助 你会有惊喜 长期使用 ...

☆ 8万 💬 2,558 🍷 6万 2019-09-02 13:39



豁出去了 1分钟底妆+修容 干货技巧 不会画底妆 不知道怎么做结构 姐用三个不同色号的粉底 今天大花脸出镜把 ...

☆ 2,850 💬 406 🍷 5,478 2019-09-12 17:06

以视频笔记的方式分享护肤技巧、按摩手法、画底妆、修容等化妆纯干货，其实用性得到网友的认可，吸引大量网友参与互动和学习化妆技巧

小红书明星榜TOP3 — 徐璐

TOP3



徐璐LULU



简介：演员徐璐????

渠道排名 小红书 9

+ 收藏



用了5天就爱上的防晒

☆ 2万 1,542 3万 2019-07-14 18:33



最近非常爱的眼影盘 平价又好用

☆ 9,445 732 1万 2019-09-06 11:02

以视频笔记的方式安利自己日常使用的化妆品，其年轻漂亮的形象深受网友喜欢，吸引不少网友参与互动

李佳琦、papi酱、老爸评测占据小红书KOL榜TOP3

CCSight小红书KOL榜TOP10

排名	KOL	CCSight指数	粉丝量（万+）	美妆广告效果		
				平均评论数	平均收藏数	平均点赞数
1	李佳琦Austin	9817.6	673	730	4,298	1W+
2	papi酱	9769.4	201	853	3,272	1W+
3	老爸评测	9750.8	153	1,231	1,557	1W+
4	狠毒女孩	9749.9	115	986	3,137	1W+
5	Pony朴惠敏	9719.2	484	446	1,328	5,403
6	爱臭美的狗甜儿	9686.6	71	876	1,402	3,644
7	Ticki白小白	9685.5	26	1,103	9,200	1W+
8	泫雅_hyuna	9670.9	113	2,194	2,382	5,113
9	小颠儿kini	9640.6	144	422	742	4,017
10	麻辣德子	9616.5	156	178	1,991	1W+

数据来源：CCSight数据洞察

备注：视频主CCSight指数以创作者的最高视频热度，平均视频热度，视频播放数、点赞评论数、粉丝数作为计算依据；博主CCSight指数以其最高博文热度、平均博文热度、粉丝数作为计算依据；公众号CCSight指数以其最高文章热度、平均文章热度作为计算依据，根据CCSight指数排名情况得出排行榜

小红书KOL榜TOP1——李佳琦

TOP1



李佳琦Austin



简介：涂口红世界纪录保持者，战胜马云的口红一哥

渠道排名 小红书 7



这十只平价口红，随心所欲去买它~

☆ 10万 3,581 16万 2019-07-11 13:43



OMG好舒服的口红哦~ 喜提2019年度榜单~

☆ 7,596 949 2万 2019-07-13 19:50

以专业的口红评测及有趣的直播互动方式，“口红一哥”李佳琦有着无人能撼动的带货能力及号召力，长期保持美妆KOL榜第一的位置

小红书KOL榜TOP2 — papi酱

TOP2



papi酱



简介：一个集美貌与才华于一身的女子。

渠道排名 小红书 1



今天给大家分享一下我的香水 说来惭愧，拥有的香水并不多，也不是一个很会描述香水气味的人。前调中调后...

☆ 1万 4,202 4万 2019-08-20 19:03



分享几个我最近在用的面部防晒产品 今天给大家分享几个我最近在用的面部防晒产品（描述能力有限，请大家...

☆ 1万 1,534 4万 2019-07-23 18:01

以幽默搞怪的视频笔记分享自己的日常化妆品，凭借“搞笑博主”的自身名气，将“搞怪”和“美妆”创新结合，吸引大批网友参与互动和讨论

小红书KOL榜TOP3 — 老爸评测

TOP3



老爸评测

简介：????全网同名⚡不求改变世界，但求无愧于心。

渠道排名 小红书 11



📍去日本集齐“五大神水”是什么感受？7月26日下午17点

更新：恭喜@刘慧莹 @Lawrence @维维👍👍👍 @ ...

☆ 1万 💬 6,218 👍 7万 2019-07-19 17:58



🌞超详细！27款成人防晒，哪个适合你？这次我们评测了27款国内外热门防晒霜，评测后发现，还是有很多信 ...

☆ 2万 💬 4,517 👍 4万 2019-07-26 18:04

对化妆品成分进行检测及人体测试实验，得出一系列真实科学的数据，更加真实地评测化妆品的功效及品质的优劣，其真实性受到大批网友的追捧，KOL榜单位置也迅速飙升到第三

明星多分享护肤产品，KOL则多评测彩妆产品

- 明星因需长期保持年轻貌美的状态，在保养护肤方面更加专业更有心得，因此更喜欢安利护肤产品，如面膜、美白防晒产品、精华液等；
- 而KOL则以评测，试色等快速能看得见化妆效果的产品为主，因此更喜欢评测彩妆产品，如口红、粉底液、香水等。

小红书明星热门内容

滋润 保湿
防晒 面膜 底妆 美白
安利 精华液 口红



宁静：日常维养 面膜也是个好东西



范冰冰：夏天了！美白，美白！美白！祛暗沉！



徐璐：用了5天就爱上的防晒

小红书KOL热门内容

粉底液 妆容 评测
美白 底妆 防晒 口红 香水
遮瑕 气垫



李佳琦：这十只平价口红，随心所欲去买它



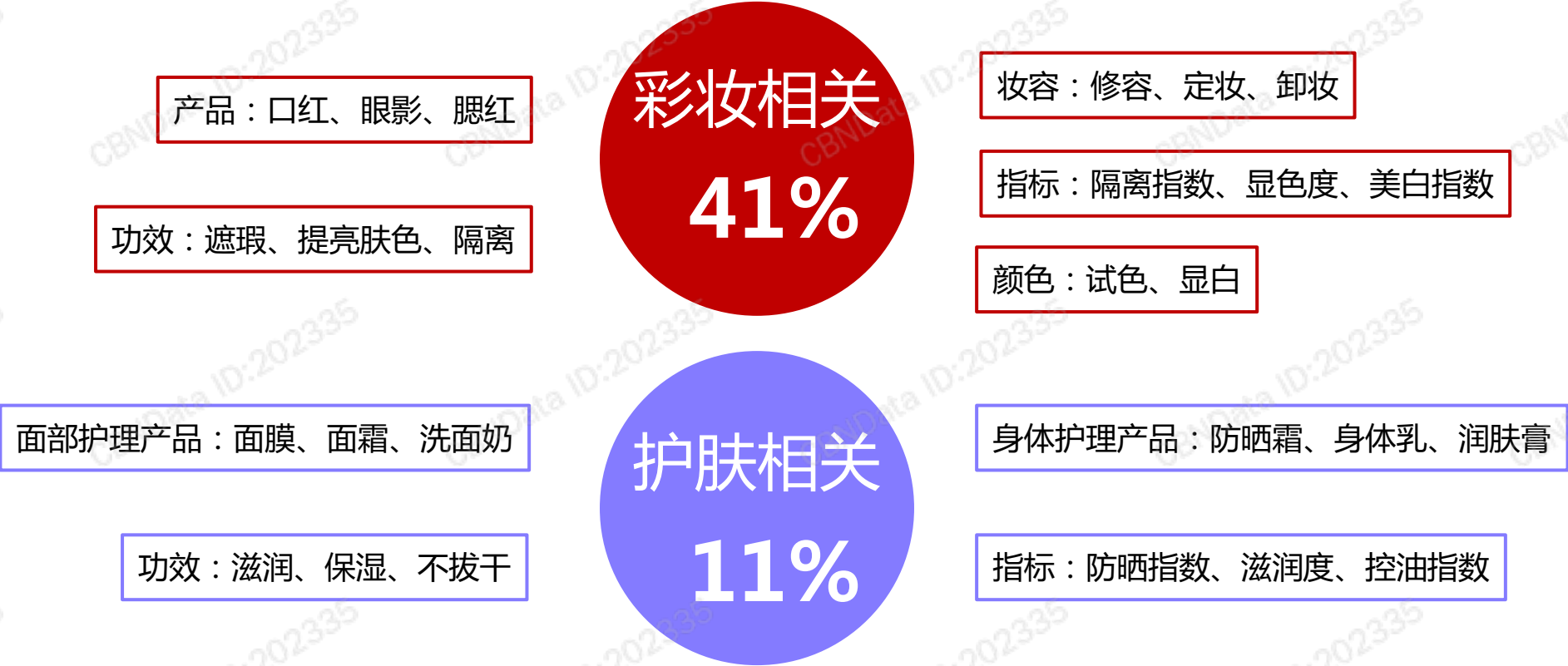
李佳琦：让你们amazing的粉底液来咯



papi酱：今天给大家分享一下我的香水

小红书的用户都在关心哪些美妆品类

- 在小红书的视频笔记中，彩妆相关内容最热，约占41%；其次是护肤相关内容，约占11%；
- 口红、眼影、腮红等产品以及产品功效、妆容、指标和颜色成为彩妆的重点话题；而面部护理、身体护理、功效、指标是护肤的讨论热点。





目录 CONTENT

1 美妆行业发展趋势及营销概况

2 小红书用户活跃概况及画像分析

3 小红书美妆内容营销整体概览

4 小红书美妆达人榜分析

5 小红书美妆行业营销建议

“明星打call款”和 “种草新秀担当” 从上 万笔记中脱颖而出，成 为小红书爆款

明星们凭着强大的带货能力，带火了不少的爆款，这让很多网友有了想和明星一样变漂亮的想法，纷纷被种草；另外，新品上市总让人有种想要“尝鲜”的心态，也往往会引起各路美妆博主的注意，使得新品热度迅速提高

明星打call款



立正站好！给刚过完六一的大儿童们分享一个“冻龄”小秘密

张韶涵打call欧碧泉奇迹水



接上条，护肤听之敷面膜大法（二），由于步骤多，录了两条，请连续观赏😘😘

713 1.1万 4904 838

吴昕打call菲洛嘉亮泽面膜

种草新秀担当



欧莱雅玻尿酸水光精华面膜

小红书爆款指数：3.6w



植物日记植酵舒衡水漾面膜

小红书爆款指数：9,549

小红书四种创意标题 (开门见山式、疑问式、 数据概括式、借大咖式) 将提升内容曝光量

对于小红书推广来说，文章拥有好的标题有着很大的助力，小红书的标题更多的是对用户的一种引导，加上接地气的话语，对文章起到很好的传播作用

开门见山式

案例：《用了就回不去的新款香水》

从标题能直接看出正文描述的肯定是一款香水，而且这款新香水口碑很好，很多回头客都一直在购买，只要用了这款新香水，你都不会想再去了解别款香水了。

疑问式

案例：《新手如何选择香水》

在标题中加上疑问词可以增强目的性，当用户看到这种标题后肯定会想到正文会教新手如何去购买适合自己的香水。

数据概括式

案例：《日常眉形画法只需五步》

当用户看到这种标题后会觉得专业性比较强，因为文章主讲步骤描述了出来，而且如果是真正的干货类型那就太值得了，只要是有需要了解的用户，一般点击率会很高。

借大咖式

案例：《某明星同款身体乳，这个夏天要做行走的发光体》

这种标题会让用户觉得这产品肯定很时尚很潮流，毕竟自己喜爱的明星大咖都在使用！这也能使用户对品牌更加信任，对品牌的提升非常巨大！

打破传统的跨界营销，火爆手游IP+美妆品牌+流量少女组合，引爆话题热点

“王者口红”每一款唇膏的外形和配色选择都有对应的英雄来匹配，且邀请五名“火箭少女”cos成五位女英雄，口红作为彩妆的热门产品以及英雄代入感，让大批“农药女孩”坐不住，纷纷为联名口红打call



关于CCSight



官网：<https://www.ccsight.cn/>

**短视频&新媒体营销
大数据分析平台**

关注CCSight公众号或登录CCSight官网
了解更多短视频营销情报

CCSight是新媒体营销数据产品，也是新媒体行业情报站和营销决策中心。CCSight每天实时更新全网新媒体营销推广数据，有效地帮助广告主更好地进行新媒体营销推广。

CCSight目前全面覆盖快手、抖音、火山、西瓜视频等热门主流短视频平台数据，微博，微信。拥有独家的视频识别技术，可以识别视频的内容信息，让视频也能像文章一样分析。通过热度和CCSight指数来客观评价媒介质量和KOL，智能辨别假量假粉，帮助用户找到真正有价值的KOL。

CCSight六大功能解决新媒体营销难题：

- 创意搜索：4000万+媒介热点数据，找素材不再难
- KOL榜单：样本量400万+，智能过滤假量假粉，最权威榜单，迅速锁定KOL
- 行业情报：实时采集行业、竞品营销动态，帮您了解市场情况
- 智能去水：智能去水模型和热度算法可以有效去除媒介数据水分，还原一个真实媒介的营销价值
- 实时监测：帮您实时监控投放效果
- 舆情监控：助您实时了解网络口碑、竞品动向

THANK YOU !