

2020 东方美谷蓝皮书 (化妆品行业)

CBNDAT
第一财经商业数据中心





前言

2020年，“新冠”疫情黑天鹅突袭，打乱了人们正常的生活秩序，震荡了各行各业的发展。放眼世界，全球经济收缩，化妆品行业遭遇挑战。

近眺东方，伴随着“以国内大循环为主、国内国际双循环的新发展格局”的定调，中国化妆品行业迅速回暖并保持稳定增长。同时，随之而来的消费理念重塑、消费人群更迭、消费需求的多元化以及消费场的进化，为化妆品品牌带来了前所未有的挑战与机会。

展望未来，集聚化、品牌化以及创新驱动将为中国化妆品市场的发展持续赋能。

在这变革与发展的新阶段，东方美谷和第一财经商业数据中心（CBNData）联合发布《2020东方美谷蓝皮书（化妆品行业）》，全方位解析疫情影响下全球及中国化妆品行业现状，消费者洞察和四大消费趋势，为化妆品品牌提供建议和指导。

“

伴随着“以国内大循环为主、国内国际双循环的新发展格局”的定调，中国化妆品行业迅速回暖并保持稳定增长。

”

目 录

■ 第一部分：全球化妆品行业规模及市场环境

- 1.1 疫情影响下，全球化妆品行业遭遇挑战
- 1.2 新发展格局背景下，中国化妆品市场逆势增长

■ 第二部分：中国化妆品行业消费者洞察及消费趋势

- 2.1 中国化妆品行业消费者洞察
- 2.2 中国化妆品行业四大消费趋势
- 2.3 中国化妆品行业消费场发展

■ 第三部分：东方美谷，美丽嬗变

- 3.1 东方美谷，引领发展
- 3.2 高端化、高质化、高新化的产业合作
- 3.3 品牌知名度声誉日隆
- 3.4 国际国内交流合作进一步加深
- 3.5 功能平台逐步健全，配套生态积极发展
- 3.6 紧抓市场风口和线上零售机遇
- 3.7 持续擦亮“中国化妆品产业之都”名片

■ 第四部分：中国化妆品行业未来展望

01

全球化妆品行业规模 及市场环境

- 1.1 疫情影响下，全球化妆品行业遭遇挑战
- 1.2 新发展格局背景下，中国化妆品市场逆势增长

1.1 疫情影响下，全球化妆品行业遭受挑战

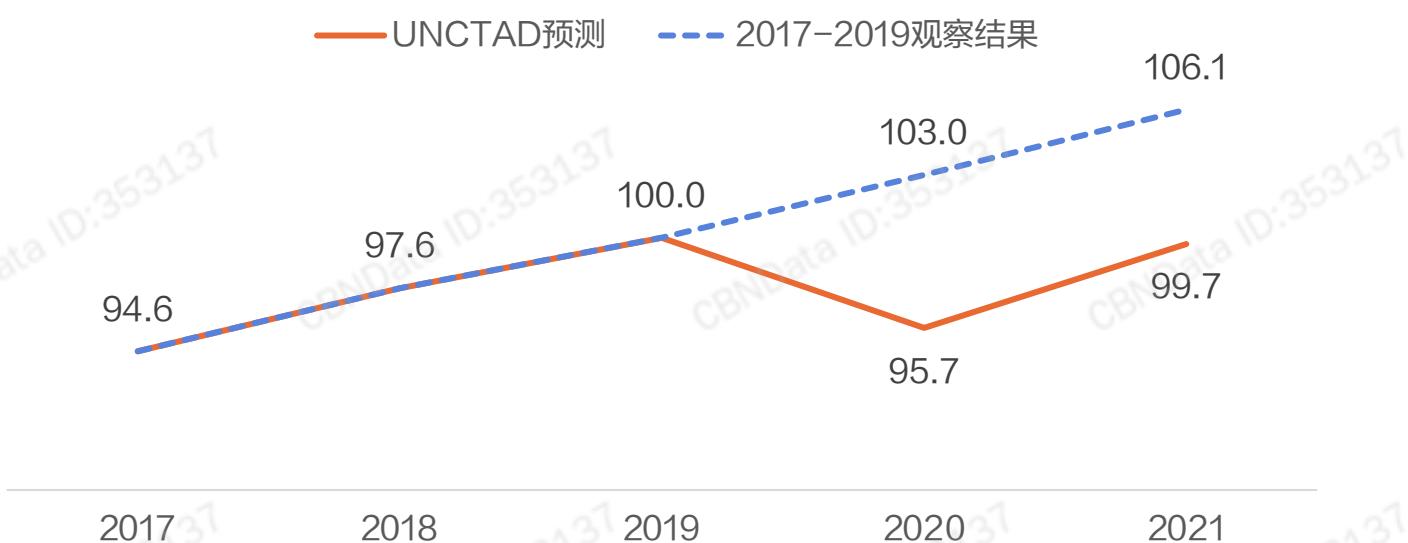
疫情黑天鹅影响下，2020年全球产出水平下降，全球经济收缩。虽然截至2019年全球化妆品行业市场规模稳定增长，但是根据麦肯锡的预测，2020年全球个护美妆行业的应收将下降20%–30%。

2010–2019 全球化妆品行业市场规模（亿美元）



数据来源：前瞻产业研究院

2017–2021E 全球产出水平

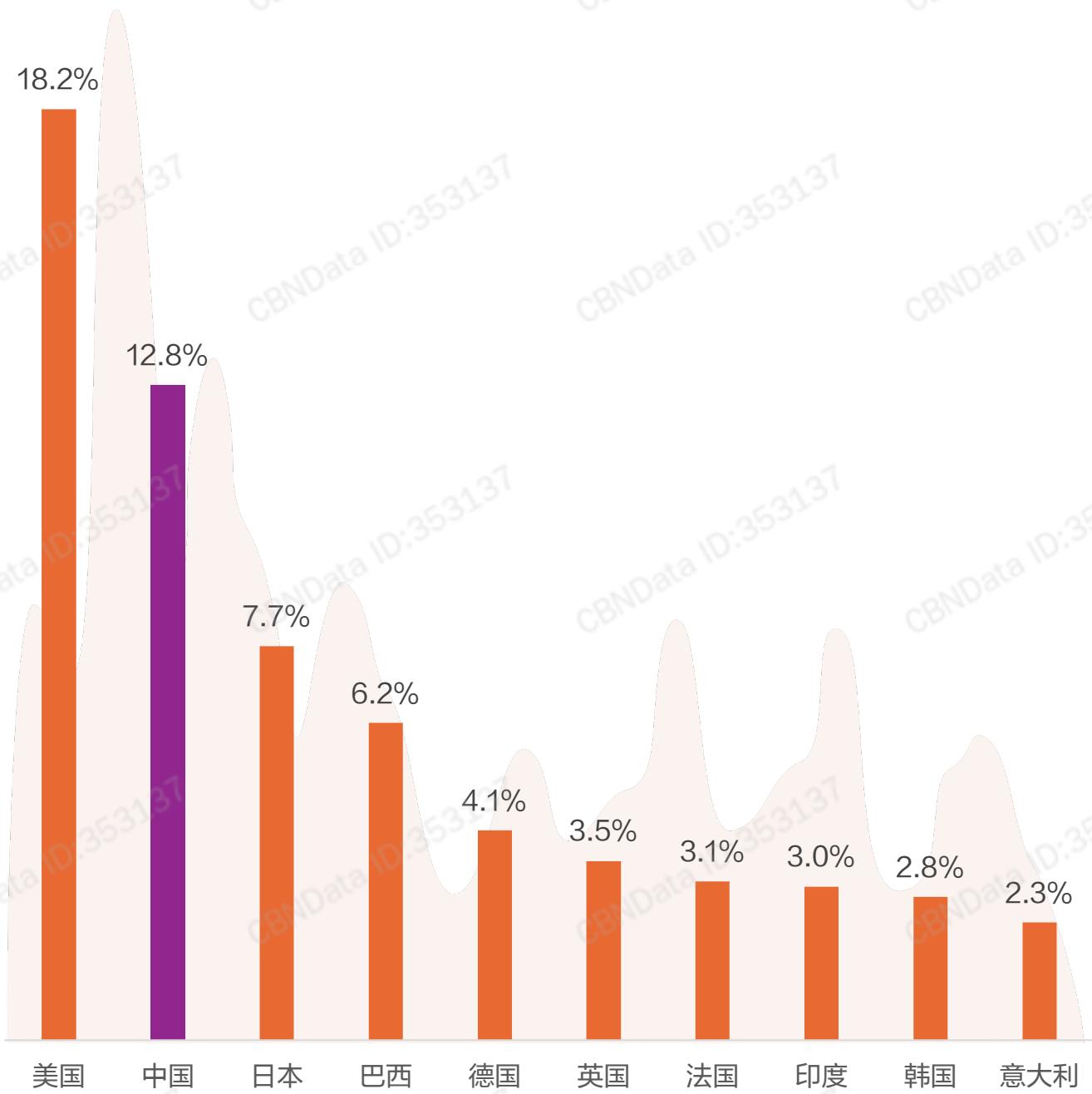


数据来源：联合国贸发会议《2020年贸易和发展报告》

1.1 美国仍然是全球最大化妆品消费国，中国市场份额提升

2019年美国仍然保持着全球化妆品行业消费第一，而中国紧随其后，并且市场份额相比2018年的12.7%增长了0.1%，市场份额逐渐提升。

2019年全球化妆品行业消费国市场份额占比

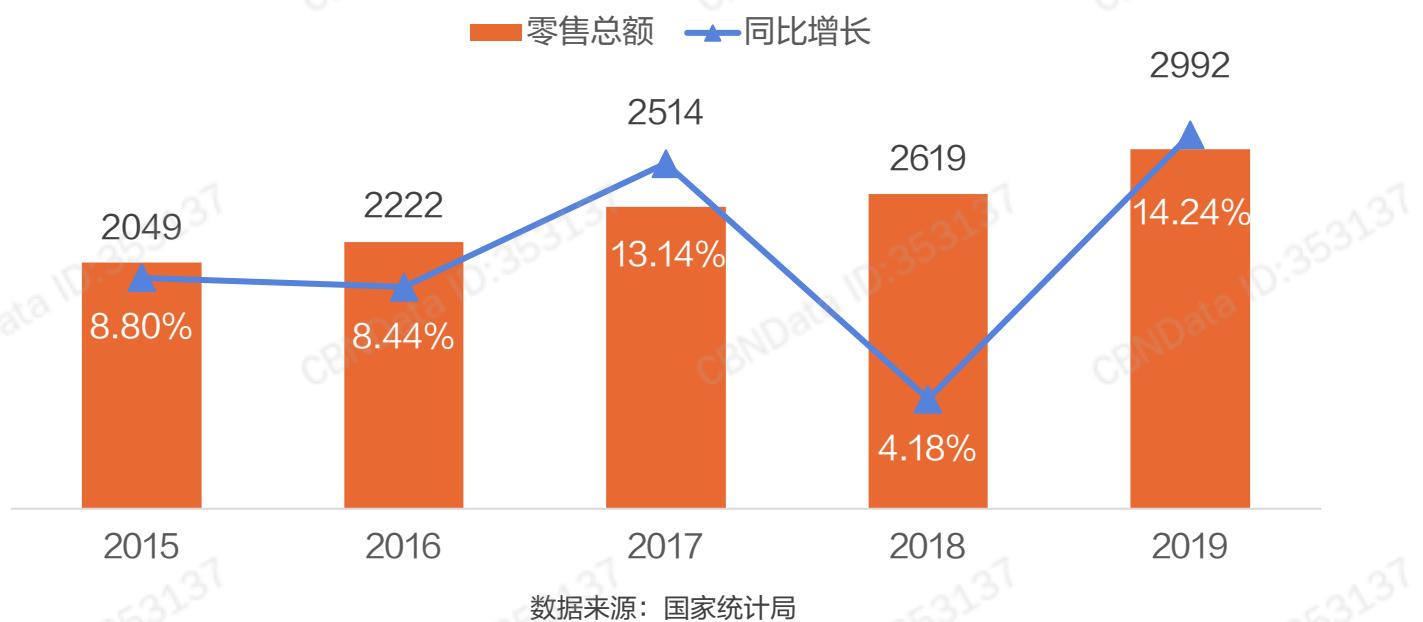


数据来源：前瞻产业研究院

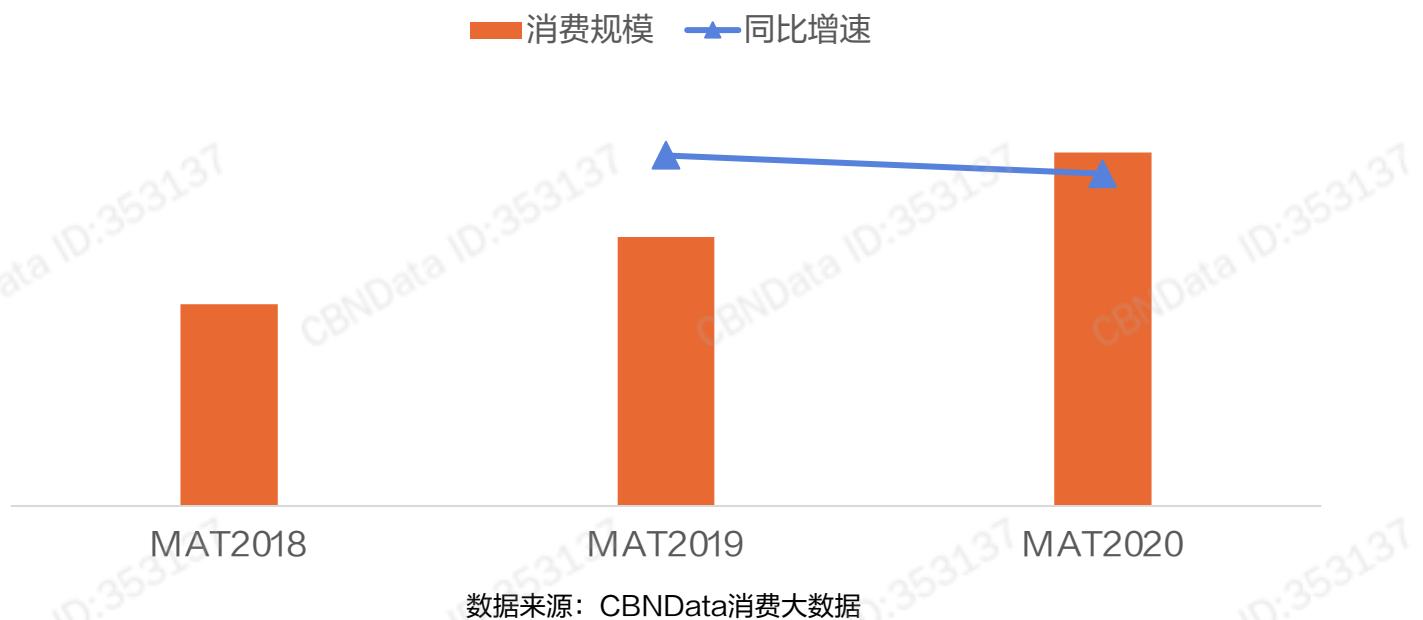
1.2 线上渠道引领中国化妆品行业稳定增长

中国化妆品零售总额稳定增长，其中线上渠道的高速增长，带动中国化妆品行业的持续稳定增长。

2015–2019 年中国化妆品零售总额情况（单位：亿元，%）



MAT2018–MAT2020 线上化妆品行业消费规模及增速

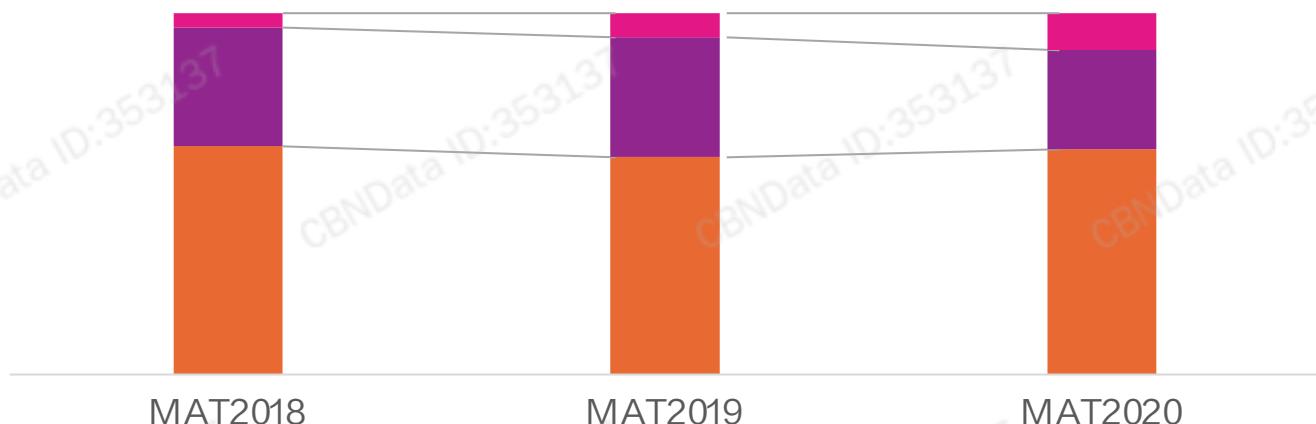


1.2 颜值经济加码，护肤品发展潜能不断释放

线上化妆品市场高速增长，各品类蓬勃发展。其中护肤品仍然是线上化妆品行业主要品类，且发展潜能加速释放；彩妆品类消费占比虽有下降，但是增长稳定；美容仪行业迅速扩张，市场占比持续提升。

MAT2018-MAT2020 线上化妆品各品类消费分布

■ 护肤 ■ 彩妆 ■ 美容仪



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2020 线上化妆品各品类消费同比增速

■ MAT2019 ■ MAT2020



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16784

