

美妆

消费

2020

2020

中国美颜消费 趋势白皮书

CBNDATA

×

BAZAAR

第一财经商业数据中心

© 2020 CBNDATA. All rights reserved.

TABLE OF CONTENTS

— 目录

第一部分：
美颜消费发展情况

第二部分：
美颜消费趋势

第三部分：
美颜消费展望

01 *02* *03*

01

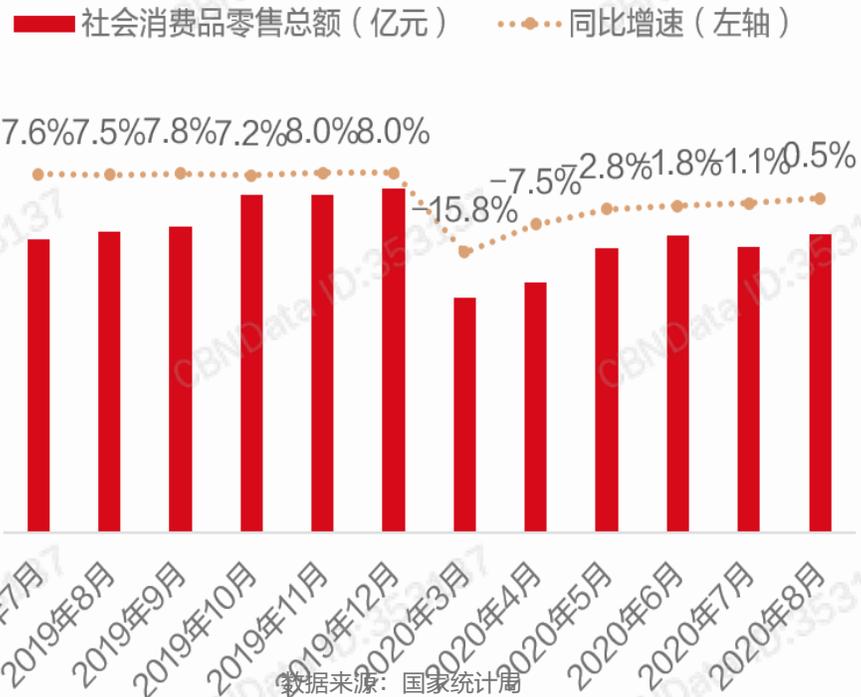
—
美颜消费
发展情况

Bazaar

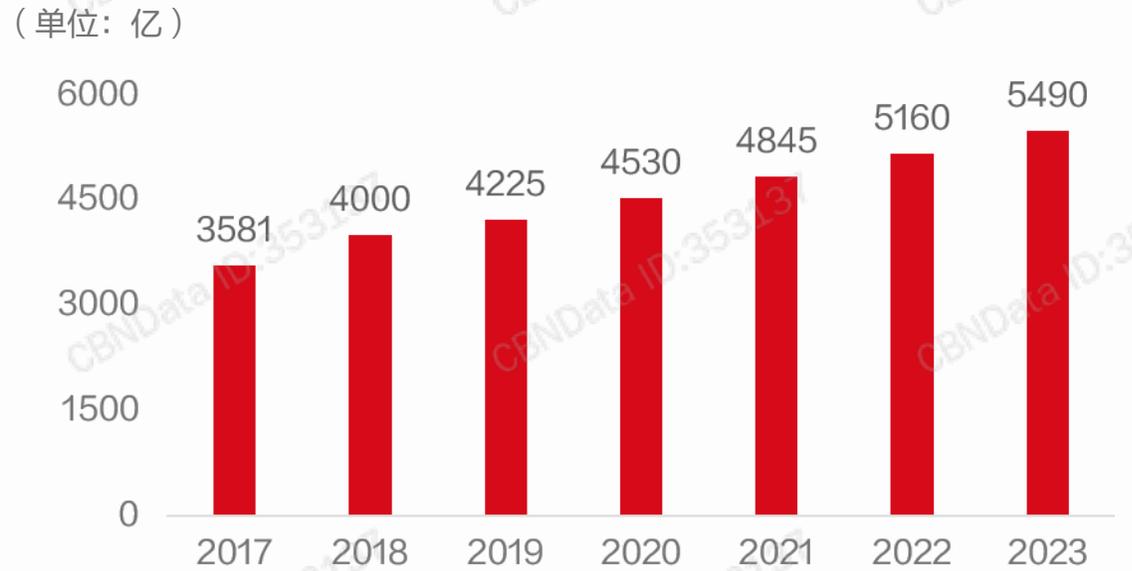
疫情影响下，中国经济回暖，美护市场规模持续扩容

疫情影响下，中国社会消费品零售总额在1-2月呈现断崖式下跌，同比增速下降20.5%，但是从3月开始持续增长，到8月实现正增长，中国经济持续回暖，推动中国美护市场规模持续扩容。

2019年7月-2020年8月中国社会消费品零售总额



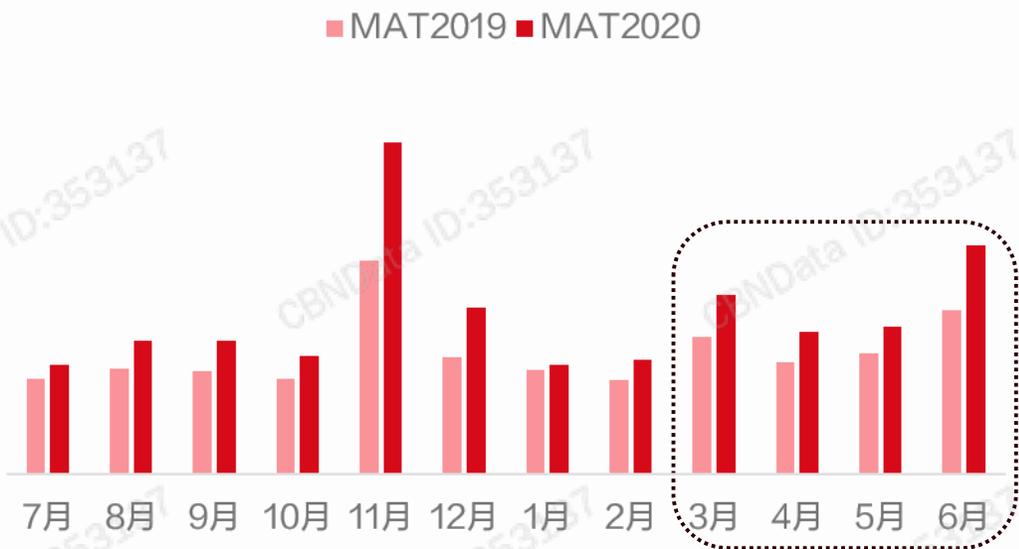
2017-2023年 中国美妆市场规模及预测



消费升级推动线上美护行业高速发展

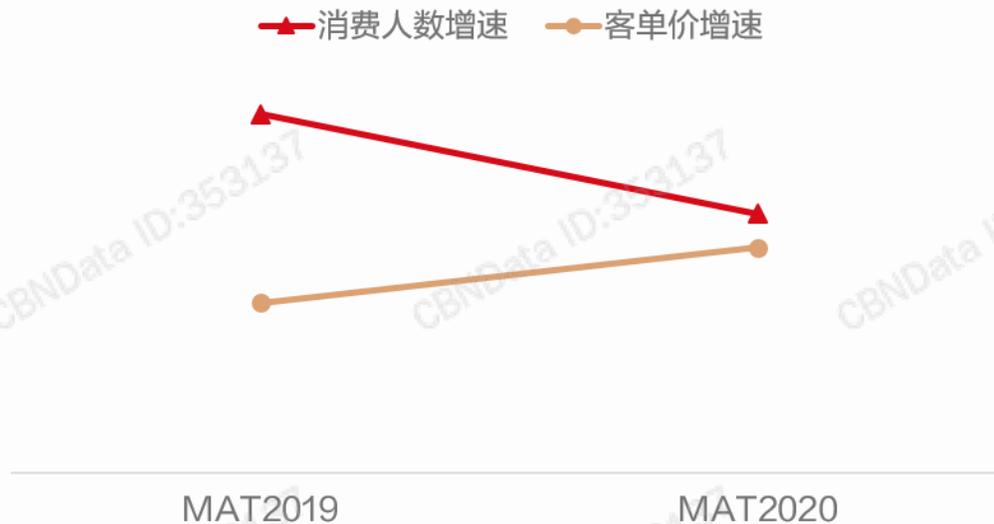
国民对于“美”的追求永不止步，疫情期间线上美护行业的消费金额自3月开始有明显提升，同比去年消费增长稳定。这其中客单价的提升推动了线上美护行业的快速回暖。

MAT2019-MAT2020线上美护行业消费金额



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019-MAT2020线上美护行业消费增长因素拆解

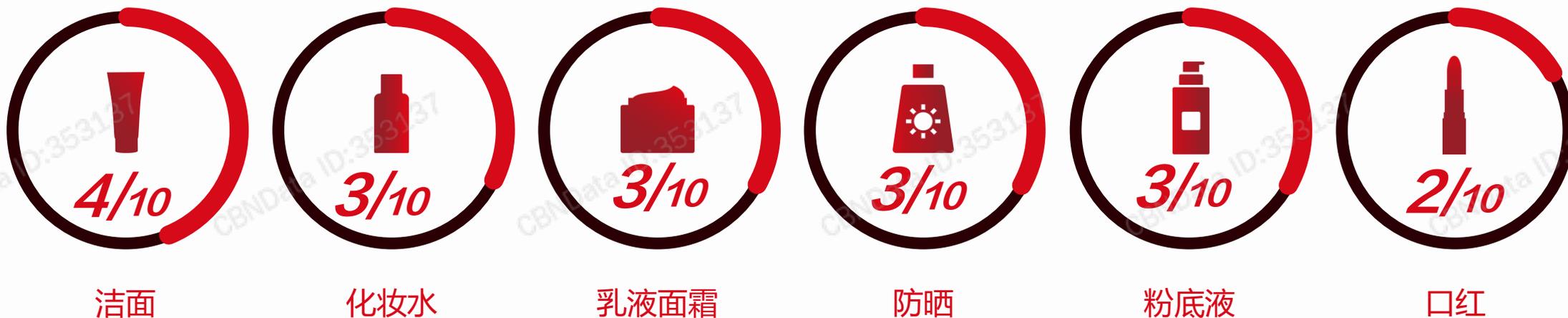


数据来源：CBNDATA消费大数据

美妆护肤行业竞争加速白热化，头部品牌更迭频繁

从供给端来看，美妆护肤品牌层出不穷，从国际到本土、从传统到网生，美护品牌的丰富度不断提升，消费者面对商品的选择范围扩大，因而行业竞争加速白热化，线上数据显示美妆护肤细分类目的头部品牌更迭时有发生。

MAT2019-2020 线上美妆护肤不同细分类目TOP 10品牌的更迭轮替概览



数据来源：CBNData消费大数据

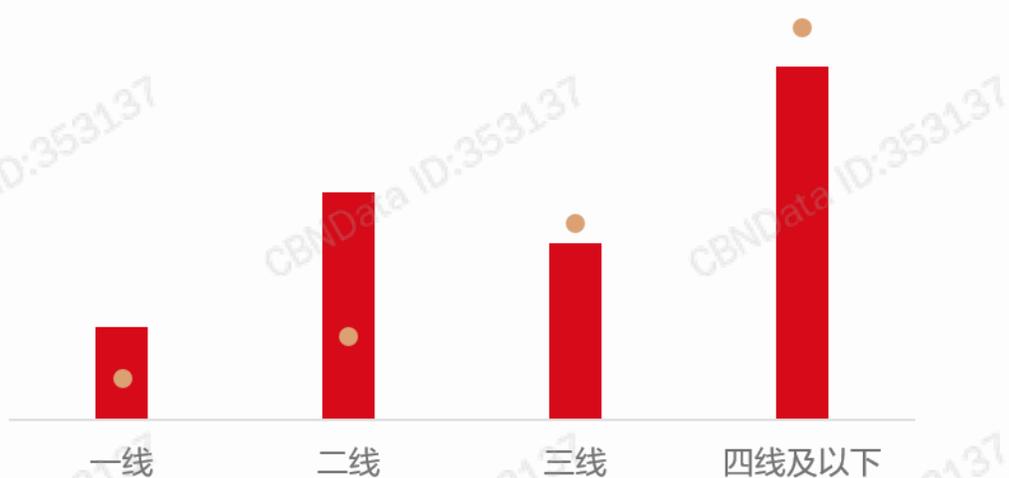
数据说明：Top10品牌的更迭轮替数，指在MAT2020 Top10但不包含在MAT2019 Top10的品牌数；排名依据为消费金额

三线及以下城市消费者人数增速领衔美护行业，Z世代已经成为第一大消费群体

从需求端来看，大家对美的追求不因疫情而动摇，线上美妆护肤消费不断下沉，消费群体持续泛化，三线及以下城市的消费者人数增速远超一二线城市。从年龄来看，Z世代已经成为美护行业的第一大消费群体，其在美护产品的消费占比高于其他代际。

MAT2020 线上美妆护肤不同城市级别消费者的消费人数占比和消费人数增速

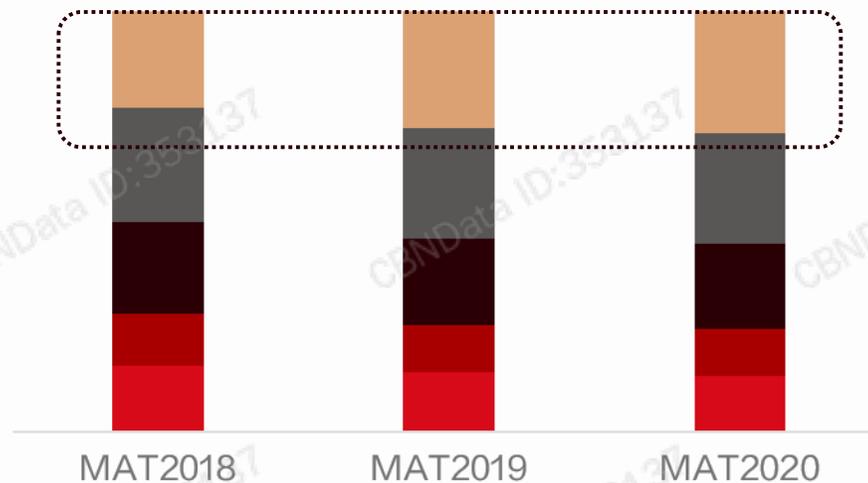
■ 消费人数 (左轴) ● 增速 (右轴)



数据来源: CBNDATA消费大数据

MAT2018-MAT2020 线上美妆护肤不同年龄段消费者的消费人数占比和人均消费金额

■ 80前 ■ 80后 ■ 85后 ■ 90后 ■ 95后



数据来源: CBNDATA消费大数据

02

— 美颜消费

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_16808

