



巨量引擎 2020美妆白皮书



2020年4月

contents

PART.1

行业势能

势能扩散
品类刷新
品牌精耕

PART.2

价值人群

大众分流
精众进阶

PART.3

创作者生态

内容共创
全民种草

PART.4

新营销

营销观点洞察
个性化营销
爆款法则
互动盛宴
科学创意论

引·言

战疫下的美妆行业重创与复苏

· 集体回撤收入预期

“大部分门店关闭，全球业务受疫情营销超过原始预期，我们不得不撤回2月6号财报披露的收入预期”——雅诗兰黛2020/3/18

“疫情对美妆产品的消费产生比最初预期更严重的影响，由于无法预见疫情何时结束，我们不得不撤回全年业绩预期”——欧莱雅集团2020/3/30

· 中国市场复苏信心

“疫情对资生堂以及中国经济有一定影响；但我对中国市场前景充满信心，疫情恢复后，会进一步强化对中国的投资”——资生堂

“2020Q1欧莱雅集团销售额同比下降4.8%，但中国的美容品消费情况已开始回暖，第一季度销售同比增长6.4%。因为中国市场已经出现复苏迹象，对未来持乐观态度。——欧莱雅集团2020Q1财报2020/4/16

特殊时期美妆行业受到空前冲击，产业链供需双向回落，线下经营和旅游零售业务停摆，领先巨头纷纷回撤收入预期，中长期趋势不明朗。但相比国际市场，中国随着抗疫成效突出，业务复苏迹象显现，直播激发线上活力，战疫带动行业变革。

我们准备了这份美妆白皮书，希望透过数据视窗，给到行业在不确定性的环境下应对挑战、迎接机遇的参考和突破口。

空前挑战？

供需双向回落？
电商运力不足？
线下经营熔断？
旅游零售停滞？
短期影响or长期扰动？

新机遇？

直播常态化？
报复性消费？
加速线上化？
虚拟技术应用？
线下门店转型？
去中心化？



PART.1 行业势能

大牌进阶、国货进化，充分竞争下的行业突破

行业势能 · 洞察总结

● 势能扩散

韧性升级

- 美妆内容增势跑赢大盘，行业景气度仍在上升

流量扩散

- 全媒体覆盖的行业流量池持续蓄水

● 品类刷新

新品爆发

- 行业精细化发展，细分品类全面爆发

新奇驱动

- 口红面膜等成熟品类趋稳，新驱动品类形成

质变提效

- 数量驱动为主，质变提效将显后发优势

● 品牌精耕

结构换挡

- 抖音美妆国际化品牌加码，头条美妆本土化品牌抬头
- 抖音美妆高端化品牌发力，头条美妆大众化品牌迁移

头部承压

- 强者优势降低，竞争加速白热化
- 行业深度洗牌，细分市场充分盘整

大牌突围

- 国际占据流量高地，本土引领爆发增长
- 稳固传统优势领域，冲击相对次要市场

国货进化

- 抗压雄起，错位竞争中持续洗牌
- 形象履新，高颜值、黑科技成年度代名词
- 打造专属稀缺性，实现质感和审美升级
- 跨界融合共推美学潮流，叠加品牌生命力

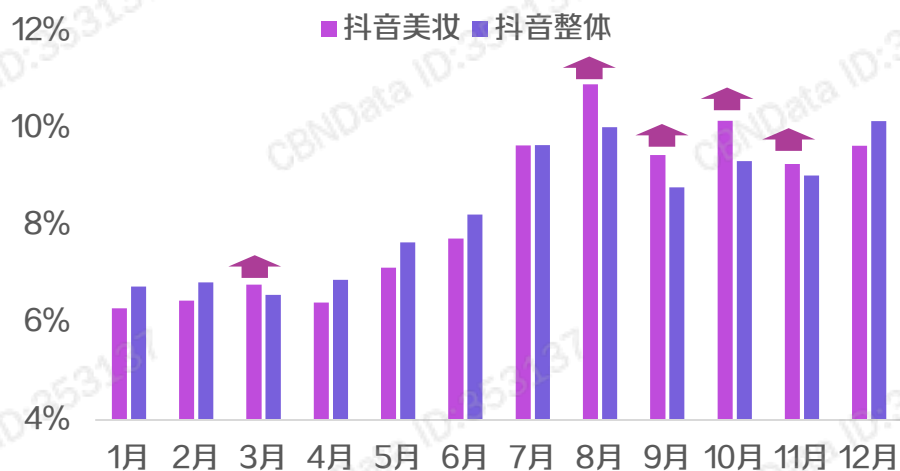
势能扩散

- 韧性升级
- 流量扩散

韧性升级：美妆内容增势跑赢大盘，行业景气度仍在上升

2019年美妆行业内容大幅增长，行业增速跑赢大盘，从内容到互动增势都占领上行通道，尤其抖音端，内容量和关注量均翻2番
强周期行业与大盘表现出明显差异，抖音端下半年密集发力，头条端侧重年中周期

2019年【抖音】月度视频播放量份额

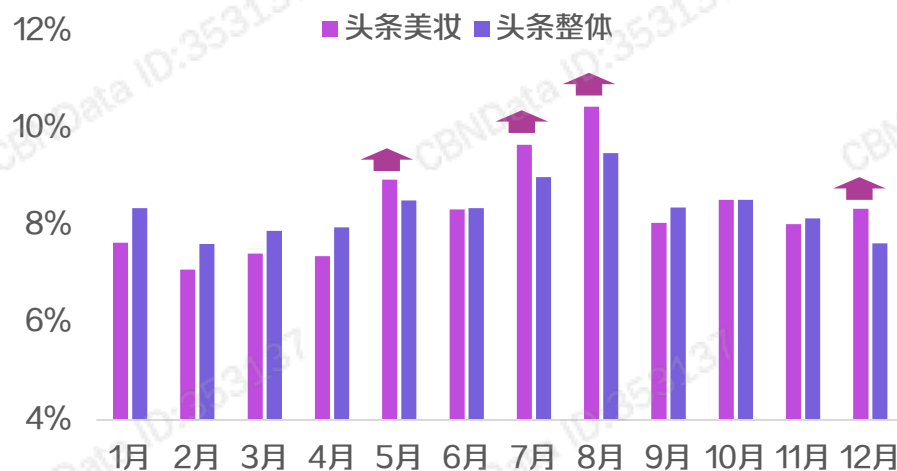


2019年同比增长率

抖音大盘

抖音美妆

2019年【头条】月度文章阅读量份额



2019年同比增长率

头条大盘

头条美妆

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_16944

