

SEVENS

赛文思 / 营销咨询

Google

2019海外美妆及工具 行业发展报告

赛文思营销咨询



知识库

微信号: useitcomcn

颜值经济时代下， 美妆行业是一个朝阳行业！

人人爱美，颜值经济时代下美妆行业是一个朝阳行业！美妆产品是近年全球跨境电商的主要品类之一。《2019海外美妆及工具行业发展报告》全面、系统对海外美妆及工具行业进行了分析；同时结合互联网背景下消费行为的变化，清晰勾画了美妆行业互联化的画像！

陈海权

亚太电子商务研究院院长、暨南大学教授、博士生导师



知识库

微信号:useitcomcn



“美妆是跨境电商里 极具增长魅力的品类。”

互联网不仅传播信息，还让世界更美！从资讯平台知道美妆，从社交平台学习美丽，从电商平台获得产品！美妆是跨境电商里极具增长魅力的品类，本报告系统的从行业角度诠释消费者的信息获取、互动等传播路径，开创性的从细分类目研究目标市场的潜在打法，给从业者们很好的指引。

洪培林

深圳市电子商务服务中心主任助理，部长；凤凰卫视、深圳电视台、亚洲卫视嘉宾；
广东省电子商务协会专家委员会委员；深圳市一带一路经贸研究院顾问。



知识库

微信号:useitcomcn

前言

INTRODUCTION

2018年，全球彩妆化妆品市场容量达到702亿美元，预计2025年将达到893亿美元，美妆工具销售额超过32亿美元，全球美妆工具搜索量超过8亿次。美国仍稳坐全球第一大化妆品市场。2018年北美地区美妆工具类市场规模为13.5亿美元，占全球市场的45%。

曾经由线下渠道主导的美妆行业正悄然发生改变。从前，人们发现和购买美妆产品的主要方式是通过线下门店，以及根据店内顾问的建议来评估和挑选化妆产品。如今，虽然仍有大量的消费者会选择在线下商店试用新的产品，但也有越来越多人愿意通过社交媒体和视频网站去学习、评估和对比所需要的产品。

品牌也正在通过大量制作线上内容来降低消费者进入线下商店的必要性。视频是美妆行业最核心的内容形式，大量美妆博主和红人通过视频涌现，带动了整体美妆行业在互联网的发展。



内容概要

- 01 海外电商美妆及工具 市场分析
- 02 海外电商美妆及工具 搜索分析
- 03 海外电商美妆及工具 YouTube分析
- 04 海外电商美妆及工具 用户分析
- 05 海外电商美妆及工具 DTC品牌及经典案例
- 06 特别鸣谢



01

海外电商美妆及工具 市场分析

2.8% 15%

复合年均增长率

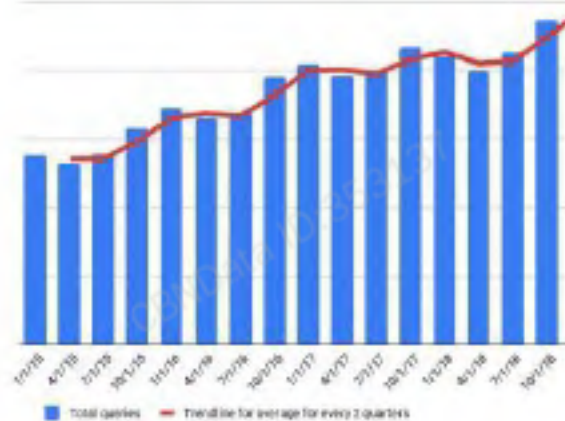
搜索量年均增长率



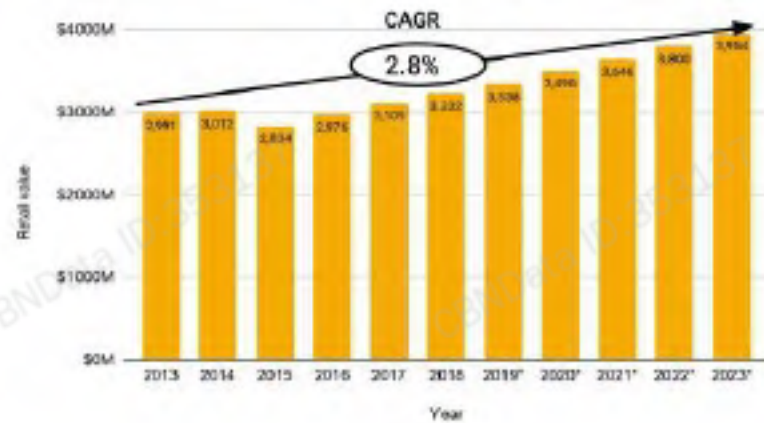
全球美妆市场需求量整体上升。过去10年的年收益大幅增加，CAGR达2.8%。

从Google搜索数据可以看出，从2015年到2018年，全球美妆工具类目在Google的搜索量平均年增加率为15%，2018年较2015年搜索总量翻番。

Worldwide Beauty kits Google



Worldwide Beauty kits market revenue

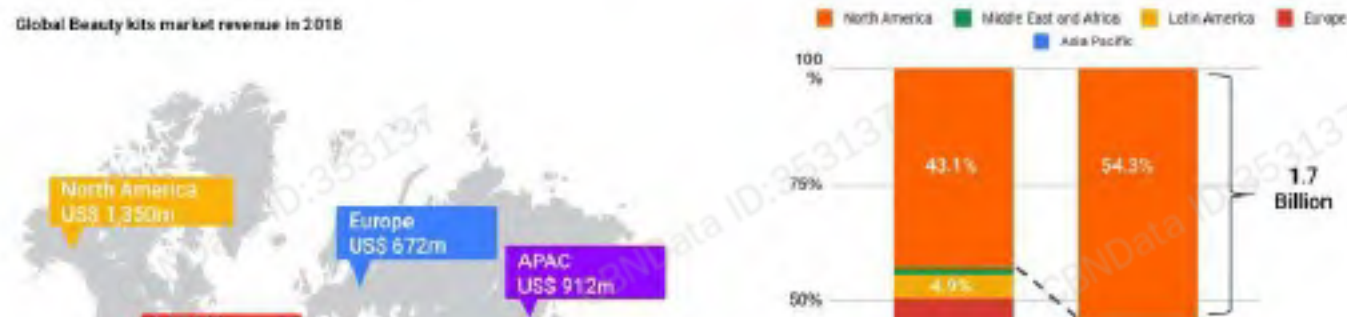


Source: Google Internal Data, Euromonitor, Statista

2023年，**北美和亚洲**地区将主宰全球美妆工具市场，市场份额将高达**87.9%**。

从地域上来说，2018年全球美妆工具市场份额主要分布地区包括北美占比43.1%（13.5亿美元）、亚太占比29.1%（9.12亿美元）、欧洲占比21.5%（6.72亿美元）、拉丁美洲占比4.9%（1.54亿美元）以及中东和北非地区占比（4390万美元）。根据Euromonitor的预估，在2023年，北美和亚太地区在美妆工具类目的占比会持续增加，分别达到54.3%（17亿美元）和33.6%（10亿美元）。

Global Beauty kits market revenue in 2018



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_17015

