

2019

东方美谷蓝皮书

The Oriental Beauty Valley's 2019 Blue Book

(化妆品行业)

Cosmetics Industry



x **CBNDATA**
第一财经商业数据中心

前言

FORWARD

放眼世界，伴随着经济全球化的浪潮，新产业、新业态、新动能不断涌现，并有力推动了世界经济共生发展。在此背景下，全球化妆品行业的发展也达到了新高度——2018年创下近五年增长最好表现。

回望东方，中国的美容业正处在蓬勃发展的阶段，作为全球第二大化妆品市场，中国同时也是近十年来增速第一的发展大国。产业集聚、行业新技术、产业链优化等等都逐渐推动着中国化妆品行业的发展；中国消费者年龄结构的变更、消费需求的分化和多元化，为化妆品品牌提供了最令人兴奋的机会，也带来了前所未有的挑战。

可以预见，新消费不断进化的征程，将以一定的模式对整个消费领域进行颠覆与重构，而“化妆品消费”将在未来一段时间内扮演愈加重要的角色。

在这变革与发展的新阶段，东方美谷、第一财经商业数据中心（CBNData）和如新中国联手发布《2019东方美谷蓝皮书（化妆品行业）》，全方位解析全球及中国化妆品行业现状、消费者洞察和六大消费趋势，为化妆品品牌提供建议和指导，为行业的新一轮增长定下锚点，提供助力。

特别鸣谢：如新中国在本报告出版过程中给予的全力支持！

目录

CONTENTS

第一部分：全球化妆品行业规模及市场环境

- 1.1 全球化妆品行业持续发展
- 1.2 新时代消费造就新机遇
- 1.3 中国化妆品行业引领全球增长
- 1.4 两大驱动助力行业高品质发展

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 中国化妆品行业六大消费趋势
 - 2.2.1 趋势一：回归天然纯粹，天然概念是消费者追随的“主旋律”
 - 2.2.2 趋势二：多场景抗衰老，年轻一代领跑“初抗老”
 - 2.2.3 趋势三：人人都是彩妆大师，上妆更专业丰富
 - 2.2.4 趋势四：彩妆市场万象更新，国货之光争奇斗艳
 - 2.2.5 趋势五：高科技加持，“轻医美”美容仪器大行其道
 - 2.2.6 趋势六：美的追求更为极致，由“内”而外修炼你的美

第三部分：西有硅谷，东出“美谷”

- 3.1 东方美谷概况
- 3.2 东方美谷产业链逐步完善，产业联盟初具规模
- 3.3 东方美谷功能平台逐步健全，八大中心建设进展迅速
- 3.4 东方美谷产业集中度和显示度持续提高
- 3.5 东方美谷大事记

第四部分：国际化妆品行业未来展望

01

全球化妆品 行业规模及市场环境

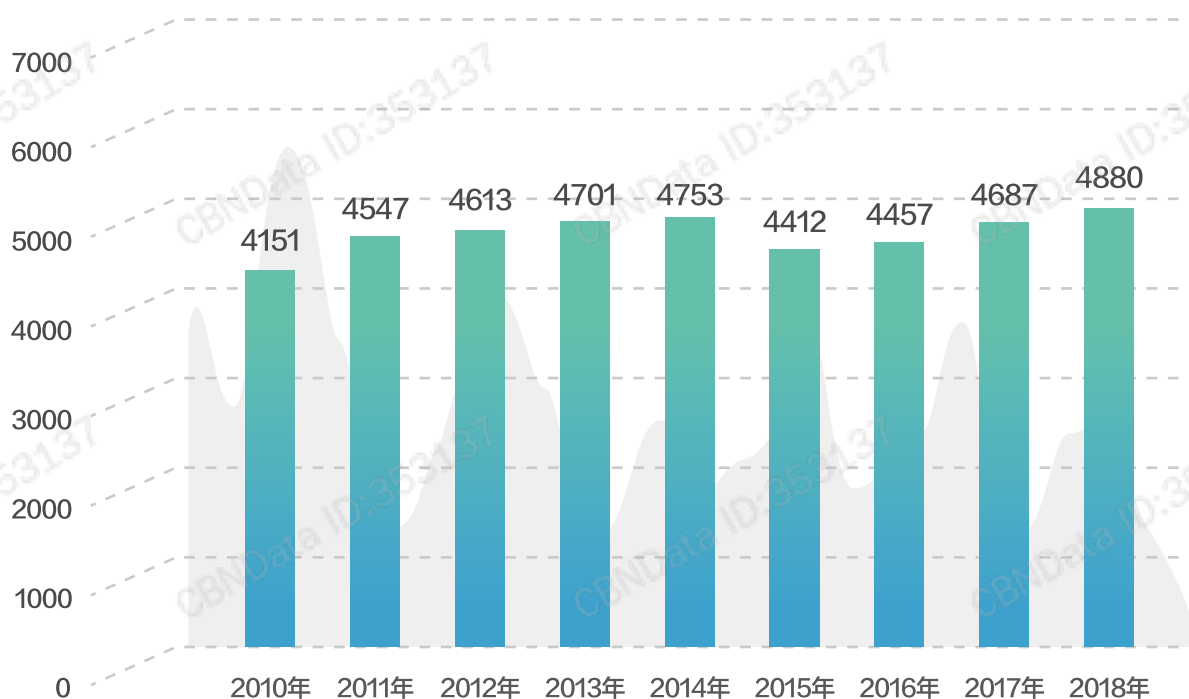


1.1 全球化妆品行业持续发展

2016年以后，全球化妆品市场迎来触底反弹，持续稳定增长，2018年全球化妆品市场规模达到了4880亿美元，同比增长4.12%，创下五年来最好表现。

2010-2018年全球美容及个护市场规模

● 全球美容及个护市场规模(亿美元)

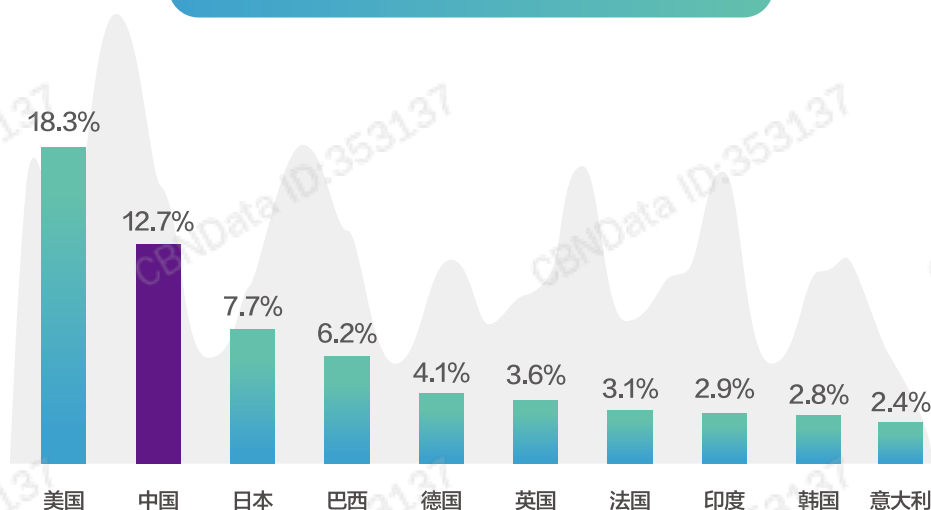


数据来源:前瞻产业研究院

1.1 欧美市场趋于饱和，亚洲新兴市场蓬勃发展

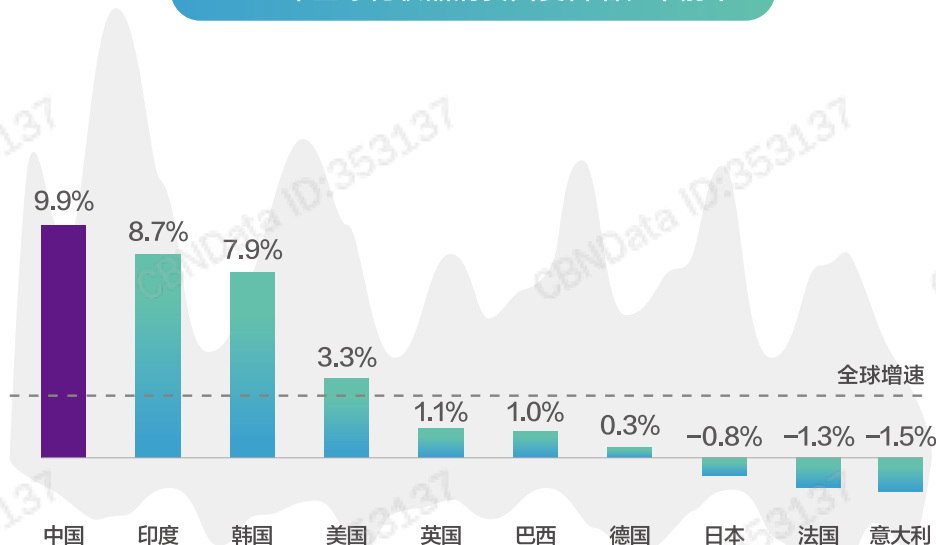
美国、中国、日本位列全球化妆品消费国前三；同时，中国、印度、韩国等新兴市场在过去十年引领全球增长，而日本、法国、意大利等成熟市场出现负增长。

2018年全球化妆品消费国市场份额前十



数据来源:前瞻产业研究院

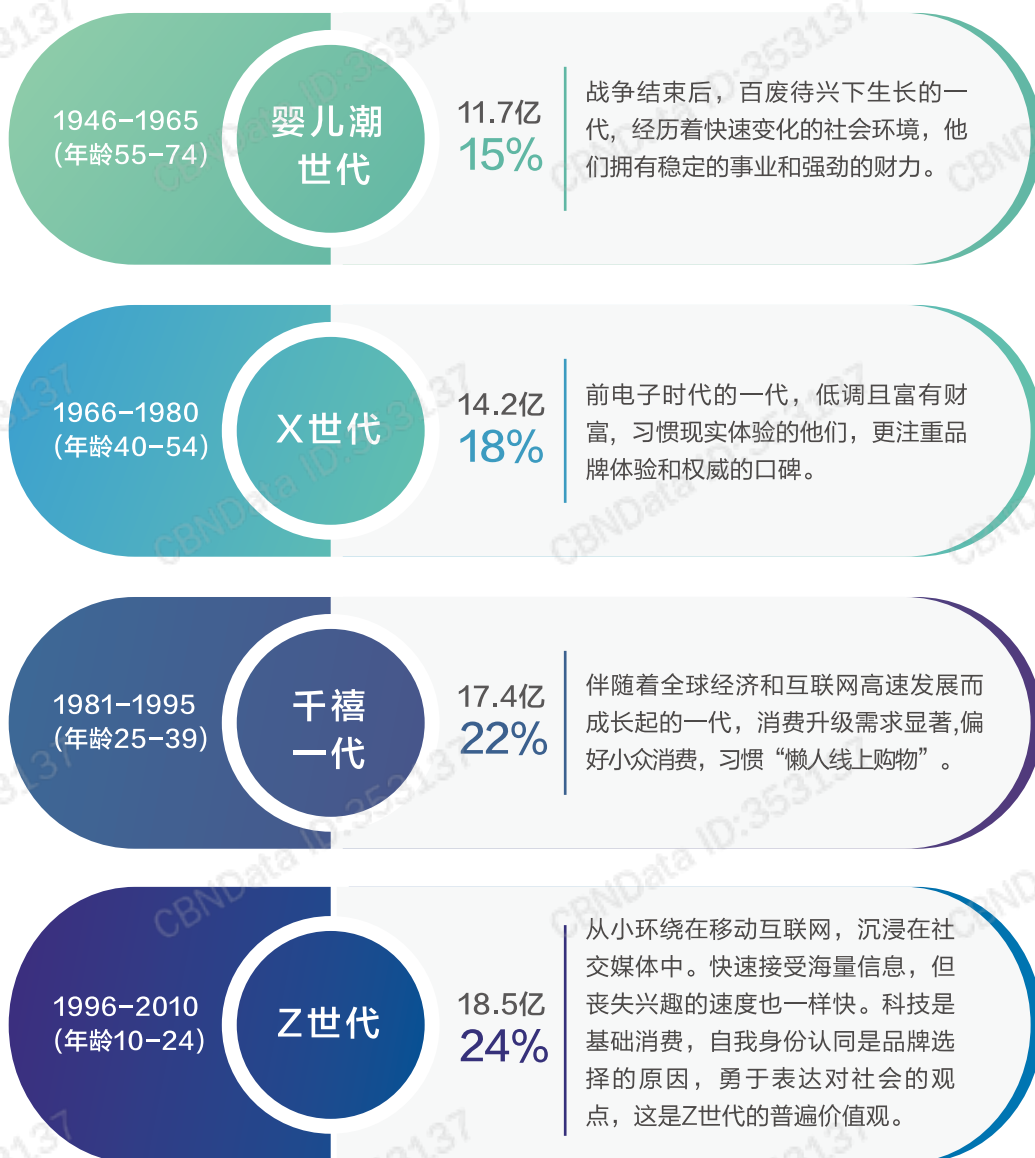
2018年全球化妆品消费国复合增长率前十



数据来源:前瞻产业研究院

1.2 新时代消费造就新机遇， 全球化妆品行业呈现三大消费趋势

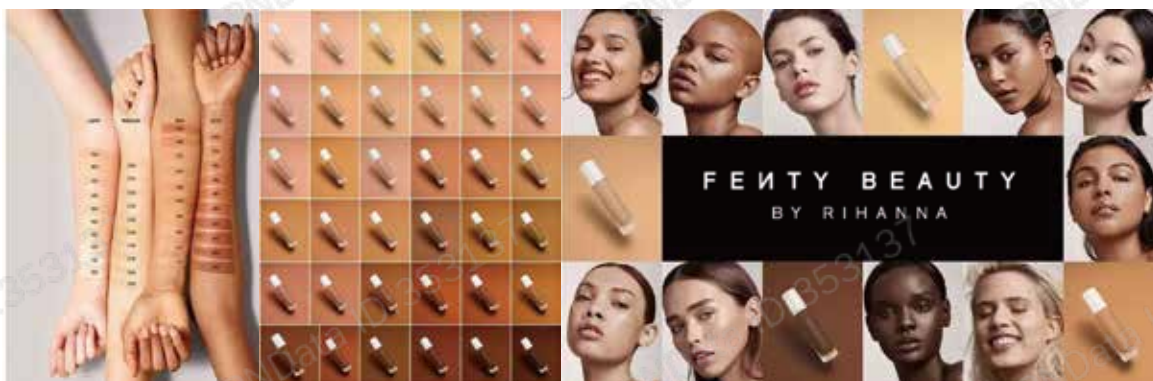
全球人口的组成正在悄然改变，不同世代的人由于成长环境的差异会呈现出不同的价值观和消费观。当前千禧一代和Z世代已经逐渐成为消费主力，他们所主导的新时代开启了全球化妆品三大行业消费趋势。



数据来源：联合国经济和社会事务部，公开资料整理

1.2 全球趋势一：消费者多元个性需求不断被满足

全球消费者正在不断地分级、分化，我们生而就拥有不一样的性格、不一样的生活态度、不一样的喜好，每一个以“我”产生的需求都希望能够得到满足。



“CLINIQUE iD”

一款可以根据自己的肤质、自己喜好选择的乳液和精华组合成的**私人定制版**保湿面霜。

——倩碧

▲ Fenty Beauty 为了各种肤色、个性、态度、文化和种族的女性而创立的品牌。仅粉底产品就包含了40多种不同颜色，全面覆盖不同肤色女性的个性化需求。

——蕾哈娜



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_17016

