

CBN DATA
第一财经商业数据中心



2019沐浴品类 消费趋势洞察

© 2019 CBNDData. All rights reserved.



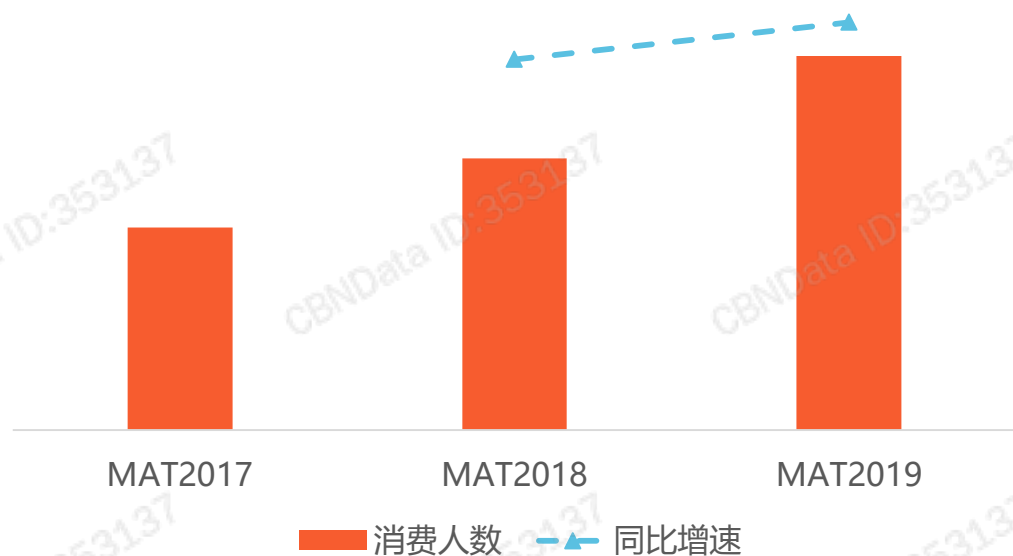


线上沐浴品类整体发展趋势

线上沐浴品类消费规模不断扩大，保持较高增速持续增长

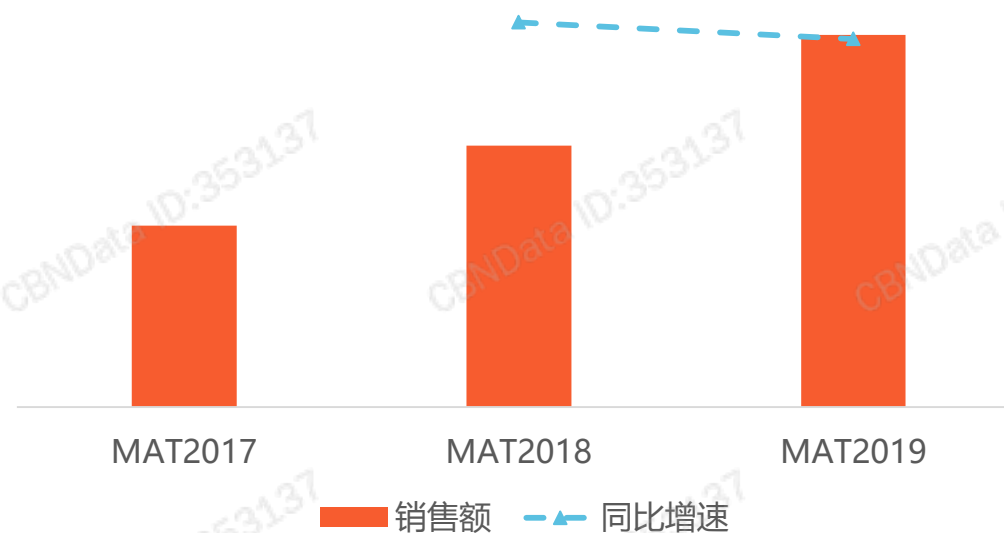
沐浴品类近三年呈现出稳步增长趋势，消费人数规模和市场规模逐年扩大，且保持较高增速持续增长，线上消费日益成熟。

MAT2017-MAT2019淘系沐浴品类消费人数及同比增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-MAT2019淘系沐浴品类销售额及同比增速

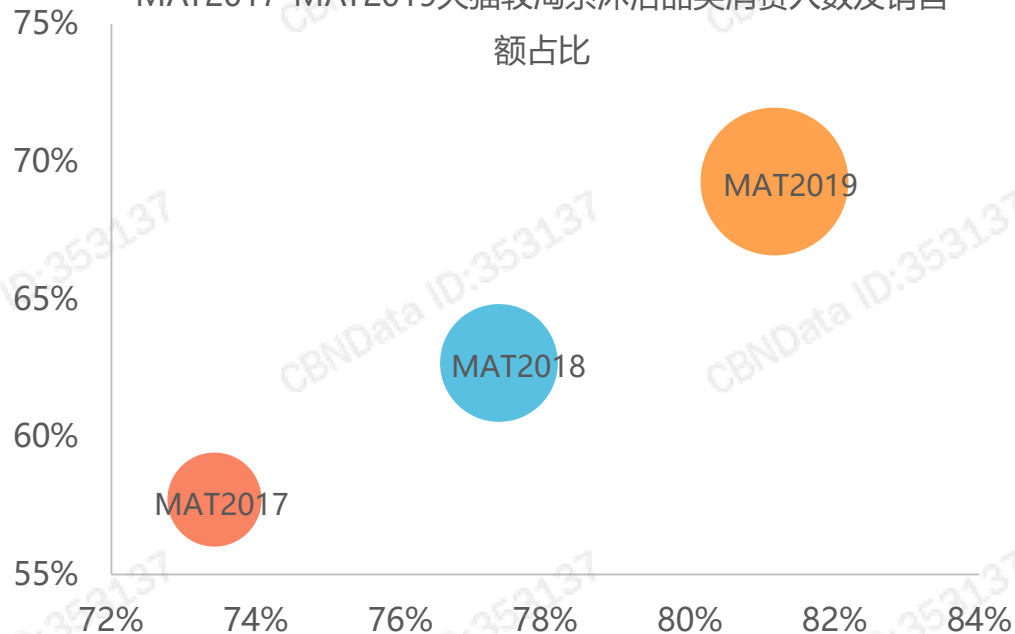


数据来源：CBNData消费大数据

天猫平台是淘系沐浴消费者主要购买渠道，且渗透率仍在不断提升

天猫平台成为淘系消费者主要购买渠道，人数占比超过八成，贡献七成以上销售额；与整体相比，天猫平台沐浴品类消费人数和销售额的增速表现相对更高。

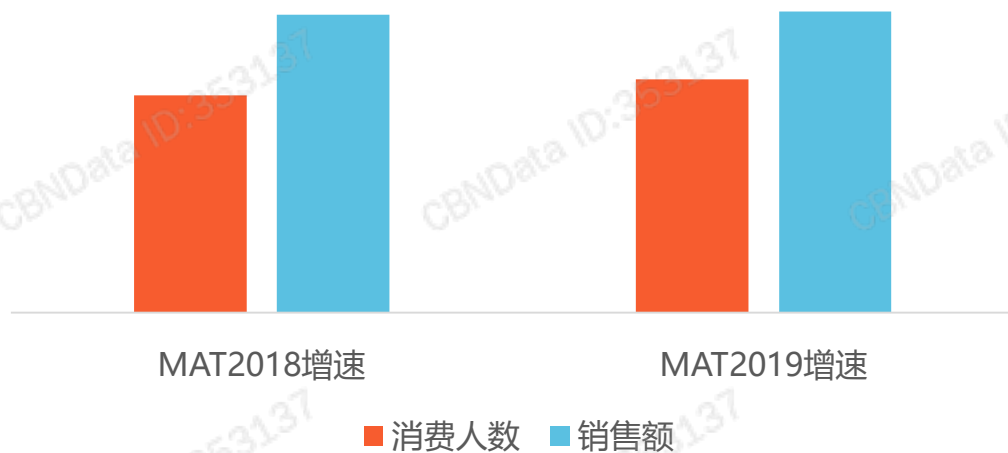
MAT2017-MAT2019天猫较淘系沐浴品类消费人数及销售额占比



数据来源：CBNData消费大数据

消费人数占比（横轴）=以MAT2018年为例，MAT2018天猫消费人数/MAT2018淘系消费人数；销售额占比（纵轴）=以MAT2018年为例，MAT2018天猫销售额/MAT2018淘系销售额，园圈大小指销售额

MAT2018-MAT2019天猫消费人数及销售额同比增速

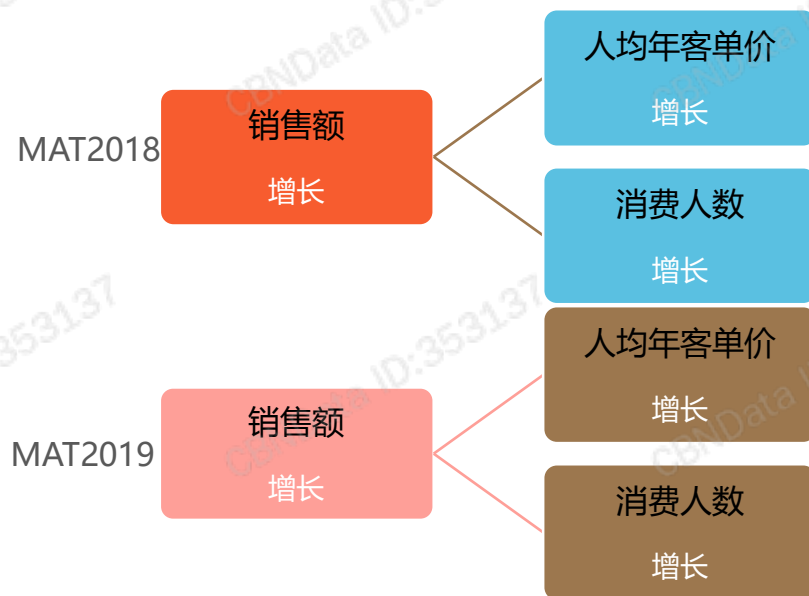


数据来源：CBNData消费大数据

人数增长和消费力升级驱动沐浴市场快速增长

消费者人数提升是推动行业快速增长的主要原因，但同时消费者消费力有所提升，人均年消费金额逐年增长；从笔消费来看，每笔消费“20-50”元的消费者占比最高为42%，但单笔消费50元以上的消费者人数大幅度增长，单笔消费金额在“50-100”元、“100-200”元的消费人数增速均超过50%。

MAT2018-MAT2019淘系沐浴品增长驱动拆分



数据来源：CBNData消费大数据

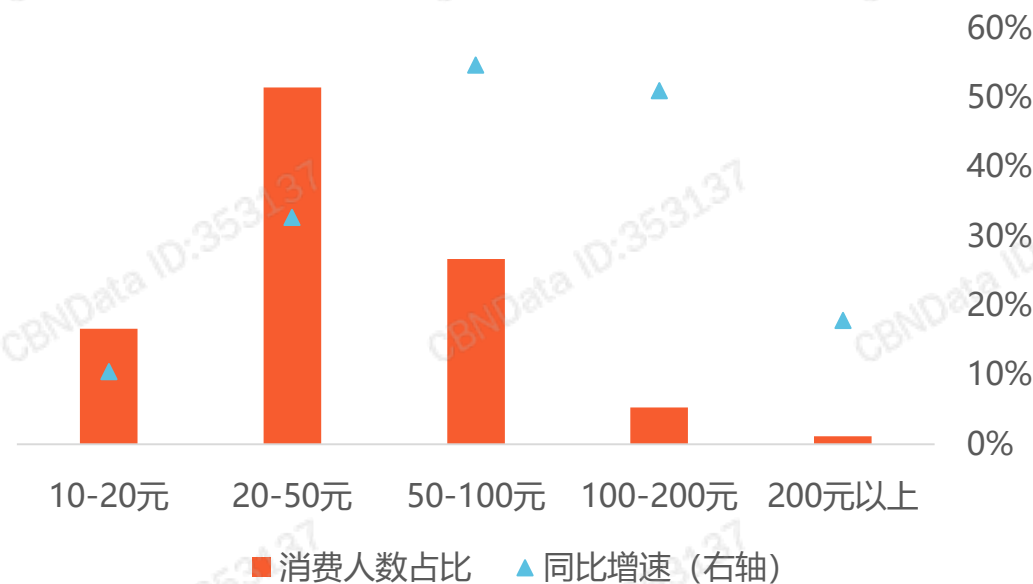
注：人均客单价=年销售额/年消费人数

人均购买频次=年复订单数/年消费人数

笔单价=人均年客单价/人均年购买频次

上述增长均指滚动年同比增速

MAT2019笔消费区间消费人数占比及增速



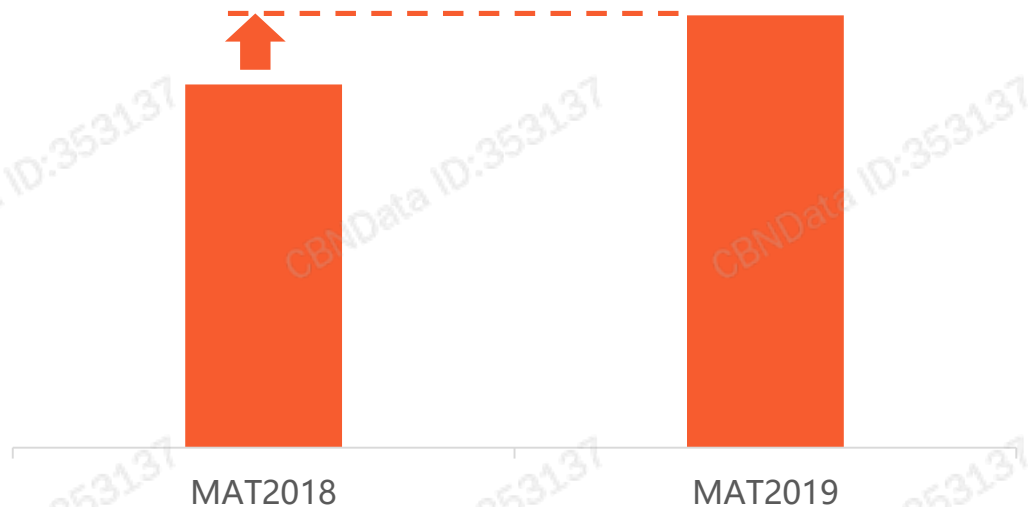
数据来源：CBNData消费大数据

笔消费：消费者MAT2019年消费总金额/该消费者复订单总数

高端沐浴消费需求显现，国际品牌商品矩阵更为丰富

消费者对高端沐浴产品购买需求日益提升，高端品牌沐浴产品的销售额不断扩大，高端商品受青睐；与此同时，越来越多的高端品牌关注到消费者对沐浴场景的消费需求，覆盖品类逐渐从美妆、香氛拓展至沐浴。数据显示，MAT2019高端品牌在沐浴品类的SKU数量急剧增加，较MAT2018增长50%以上，消费者购买选择更为丰富多样。

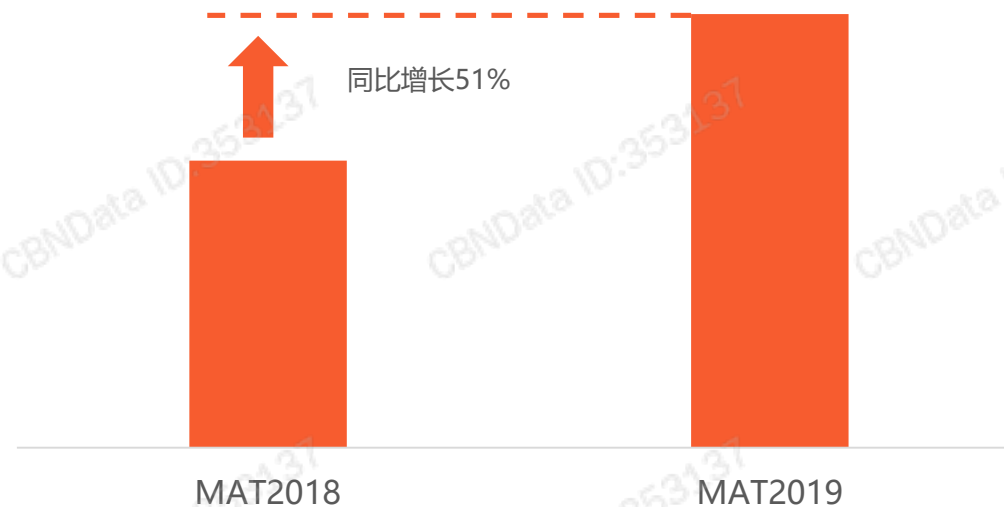
MAT2019TOP10%高端品牌销售额及同比增速



数据来源：CBNData消费大数据

注：高端品牌=品牌线为“高端”的品牌

MAT2019高端品牌sku商品数量变化



数据来源：CBNData消费大数据

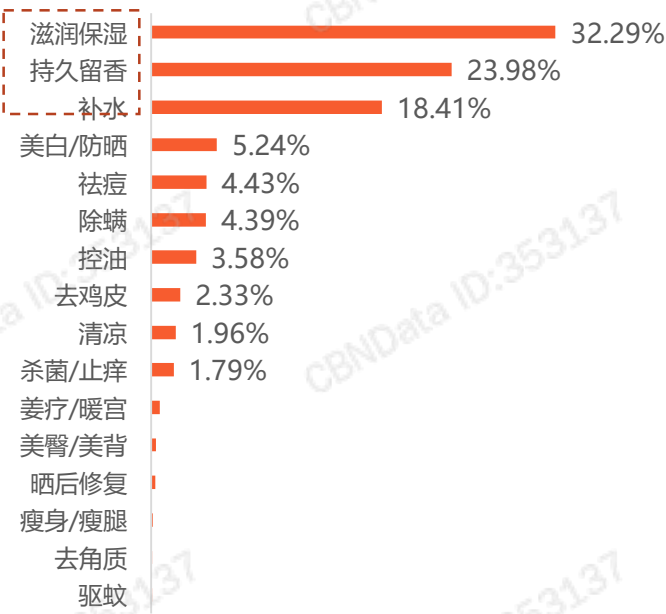
注：高端品牌=品牌线为“高端”的品牌

功能需求多样化，沐浴步骤更精细，消费者对沐浴场景、情感诉求升级

近一年来沐浴市场产品功能趋于细分化，其中滋润保湿、香味持久、补水等功能消费占比较高，其次为美白、祛痘和除螨；MAT2017-MAT2019购买多品类的消费者不断提升，MAT2019较MAT2018同比增长57%，越来越多的消费者沐浴流程更加精细，使用品类不再单一，与此同时，消费者对沐浴场景的情感诉求升级，趣味型沐浴产品搜索关注度急速攀升。

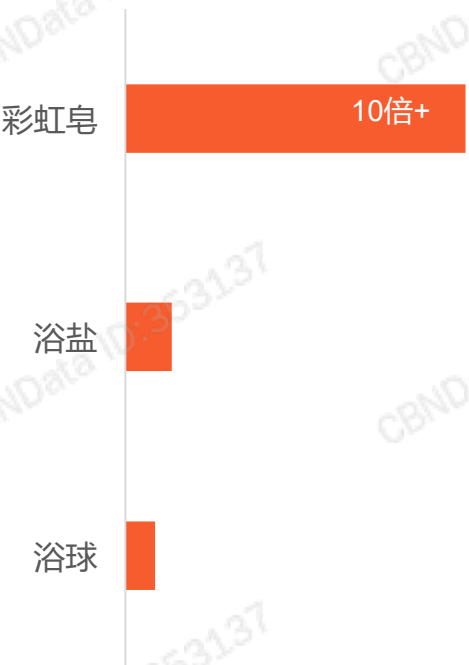
MAT2019淘系不同功能沐浴产品销

售额占比



数据来源：CBNData消费大数据

趣味型沐浴品搜索人数环比增速

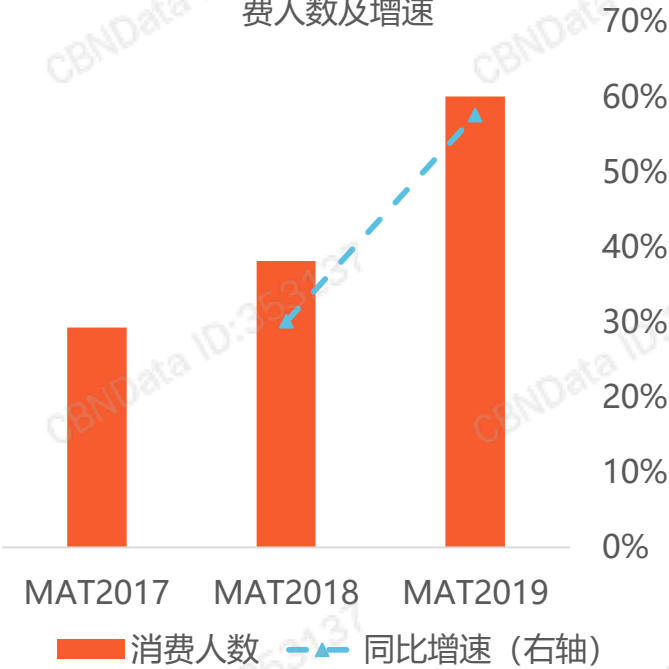


数据来源：CBNData消费大数据

环比增速为2019上半年搜索人数对比2018下半年搜索人数

MAT2017-MAT2019购买多品类的消

费人数及增速



数据来源：CBNData消费大数据

注：购买多品类的消费者=以MAT2017为例，指购买品类数大于等于2种的消费者



沐浴品类消费新趋势

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_17075

