

2018

雅顿— 身体护理品类趋势研究



生意参谋



CBN DATA

第一财经商业数据中心

研究背景

- 随着消费者对全方位身体护理的关注，近年来身体护理品类发展迅速，在品类发展壮大的过程中呈现出独具特色的发展机会点，因此，把握身体护理品类的发展特点和趋势，全方位的认识和了解身体护理品类的消费者，对品牌把握市场先机，赢得消费者至关重要。
- 本报告从市场竞争格局，消费者和品类趋势三个维度展示身体护理品类的发展现状，探索身体护理品类的未来趋势，本报告涉及的主要问题如下：
 - ✓ 身体护理品类的整体发展态势如何？身体护理品类的线上市场竞争格局怎样？
 - ✓ 身体护理品类的消费者来在哪里？有什么个性特征和消费偏好特征？
 - ✓ 身体护理品类的客群结构怎样？各类客群独具特色的店在哪里？
 - ✓ 消费者偏爱的身体护理产品质地，规格，功效和香型是哪些？能吸引消费者的产品概念是怎样的？

研究范畴界定

研究目的：

- 通过对线上身体护理品类的市场概况，消费者购买行为特征分析，洞察该品类的行业发展趋势

时间界定：

- 2015.10-2018.09，滚动三年
- mat2016定义为2015.10-2016.09，mat2017定义为2016.10-2017.09，mat2018定义为2017.10-2018.09

数据清洗规则：

- 为了避免异常值的影响，按照以下规则剔除不符合要求的订单和消费者数据，清洗后的订单覆盖率为 99.19%
 1. 剔除标题中含有“邮费和差价” “小样”相关字眼的订单（小样订单覆盖率为1.11%，销售额覆盖率为0.90%）
 2. 身体护理品类年消费金额小于5元和大于6,000元的消费者的订单
 3. 身体护理品类年父订单数大于12单的消费者的订单；年购买大于36件商品的消费者的订单
 4. 只要一年是超大额订单消费者，则删除其三年的所有订单



生意参谋 ×

CBNDATA
第一财经商业数据中心

目录

01 品类市场格局概览

02 消费者洞察

03 品类趋势分析

04 总结



第一章：

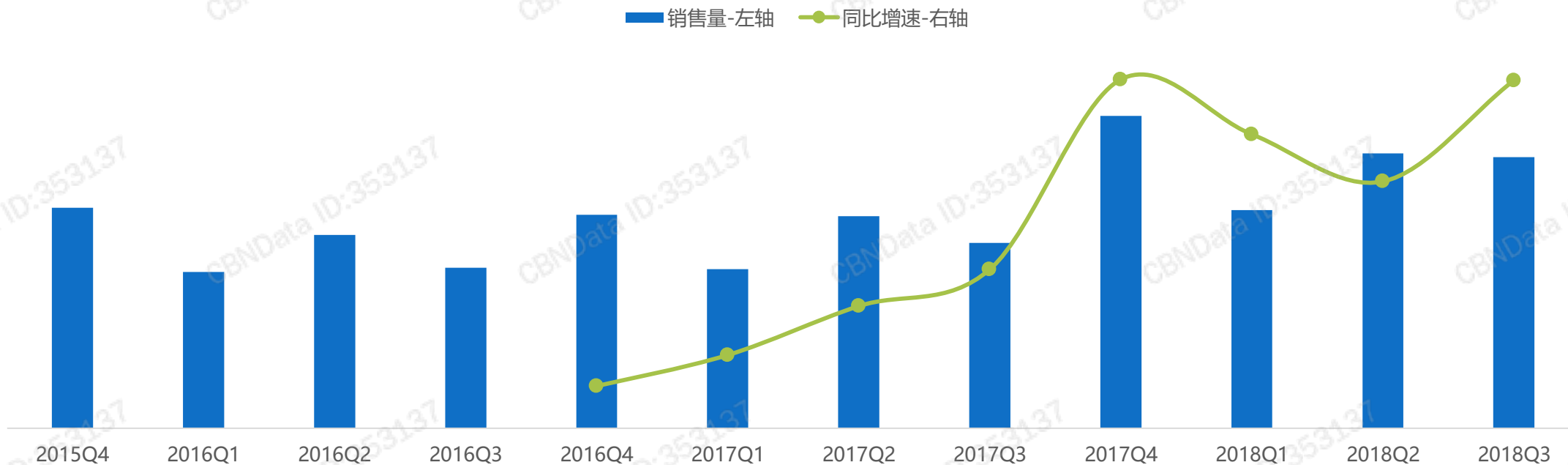
品类市场格局概览

- 第一节：品类市场概况
- 第二节：品牌竞争格局
- 第三节：价格竞争格局

身体护理品类市场规模

- 近三年来，身体护理品类稳定增长，2017Q3开始，保持高速增长的态势。

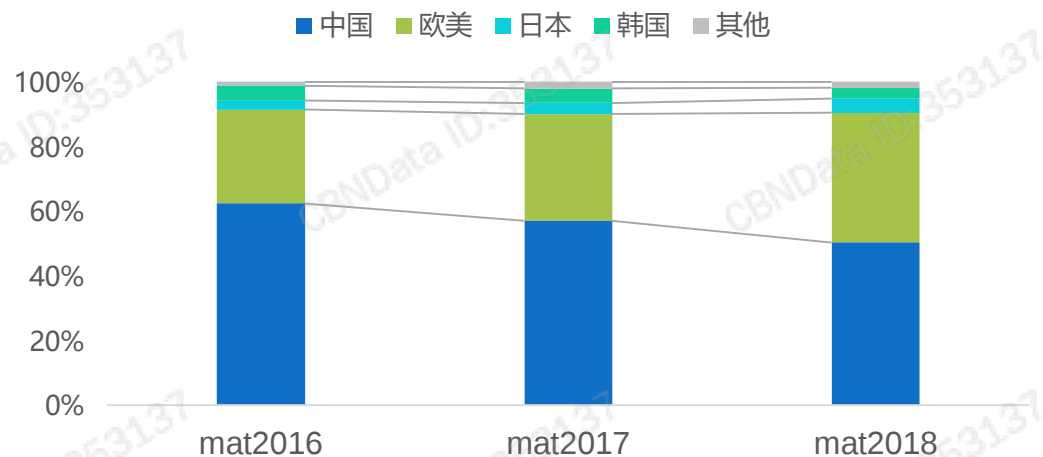
2015Q4-2018Q3 身体护理品类市场规模和同比增速



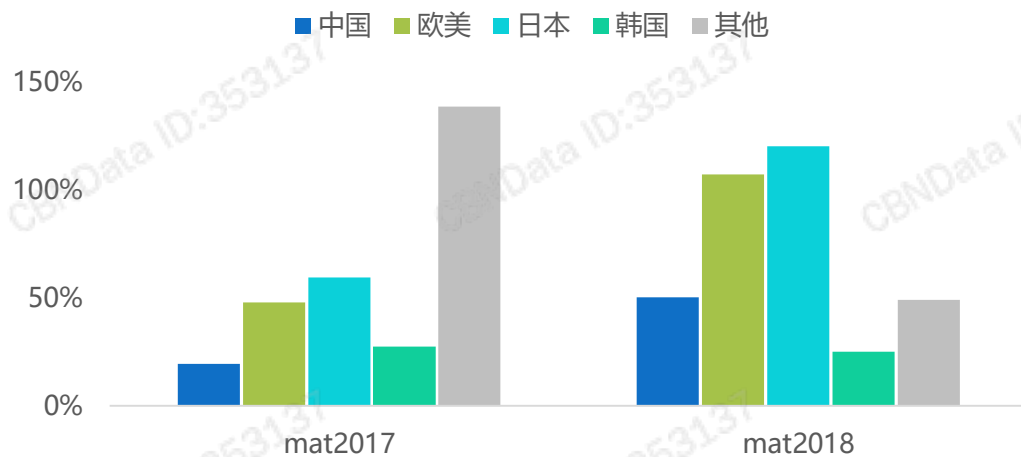
品牌竞争格局-国别

- 目前线上身体护理产品以产地中国的产品为主，其销售额占比超过五成。
- 欧美线有崛起的趋势，其占比逐年扩大，mat2018实现了翻倍增长；日系产品目前占比较低，但是其增速值得关注，近一年同样实现了翻倍增长；韩国产品目前占比较低，增速较为稳定。

mat2016-mat2018 各国别身体护理
销售额占比



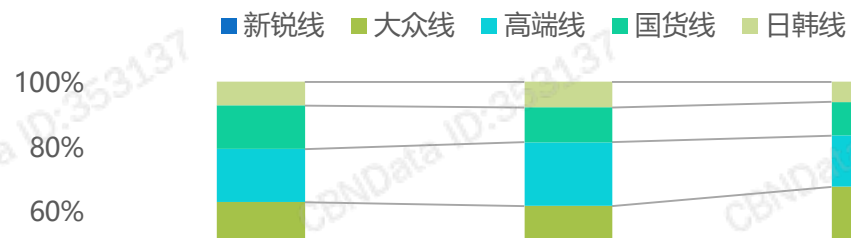
mat2017-mat2018 各国别身体护理
销售额同比增速



品牌竞争格局-品牌线

- 目前线上身体护理产品以新锐线和大众线为主导，其占比超过六成。
- 就增速看，近一年来大众线增速突出，其它品牌线保持较为稳定的增长。

mat2016-mat2018 各品牌线身体护理
销售额占比



mat2017-mat2018 各品牌线身体护理
销售额同比增速



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_17166

