

化妆品

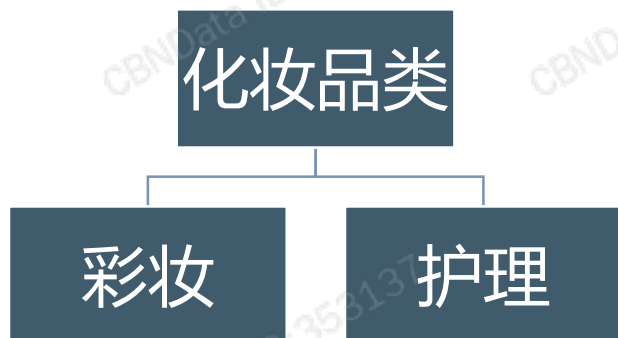
行业研究报告

CBNData

第一财经商业数据中心



化妆品行业定义及研究范围



- 化妆品行业包括美容护肤、美发护发、美体精油、彩妆香水等一系列产品。
- 化妆品行业发展很早，至2015年已进入成熟稳定期。
- 化妆品的移动时代来临，移动端全面超过PC端。

目录



行业概况



商品画像



消费者画像



移动趋势

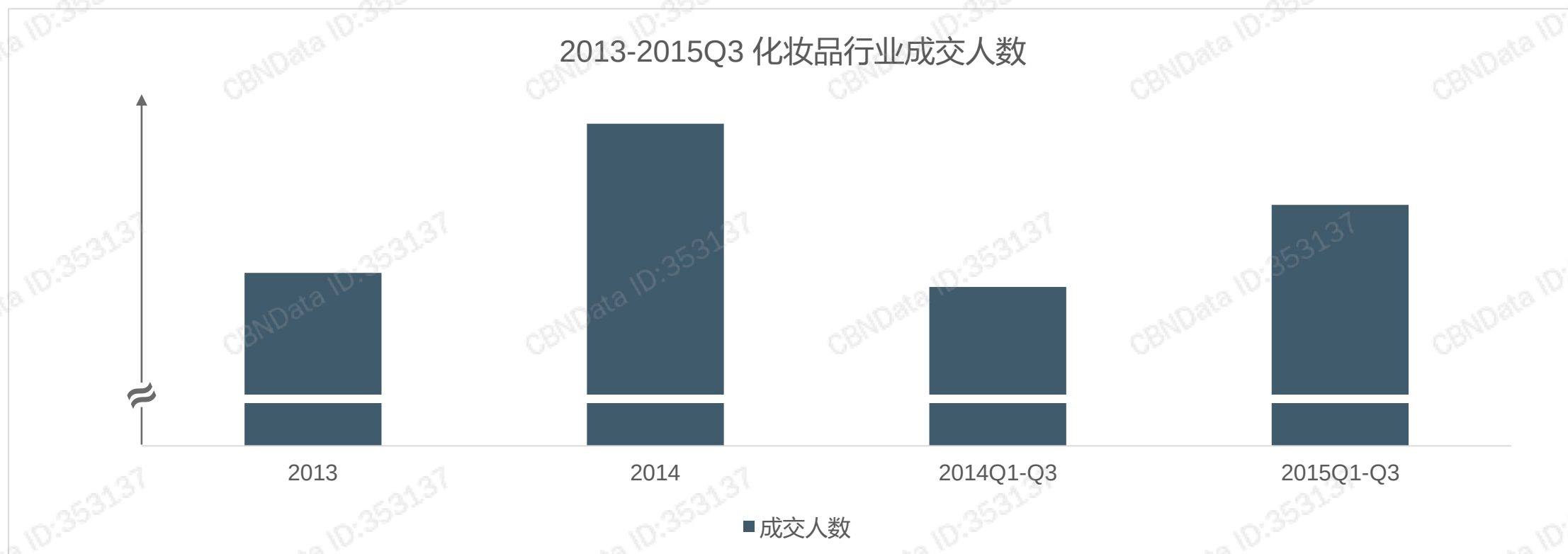


经营建议



附录

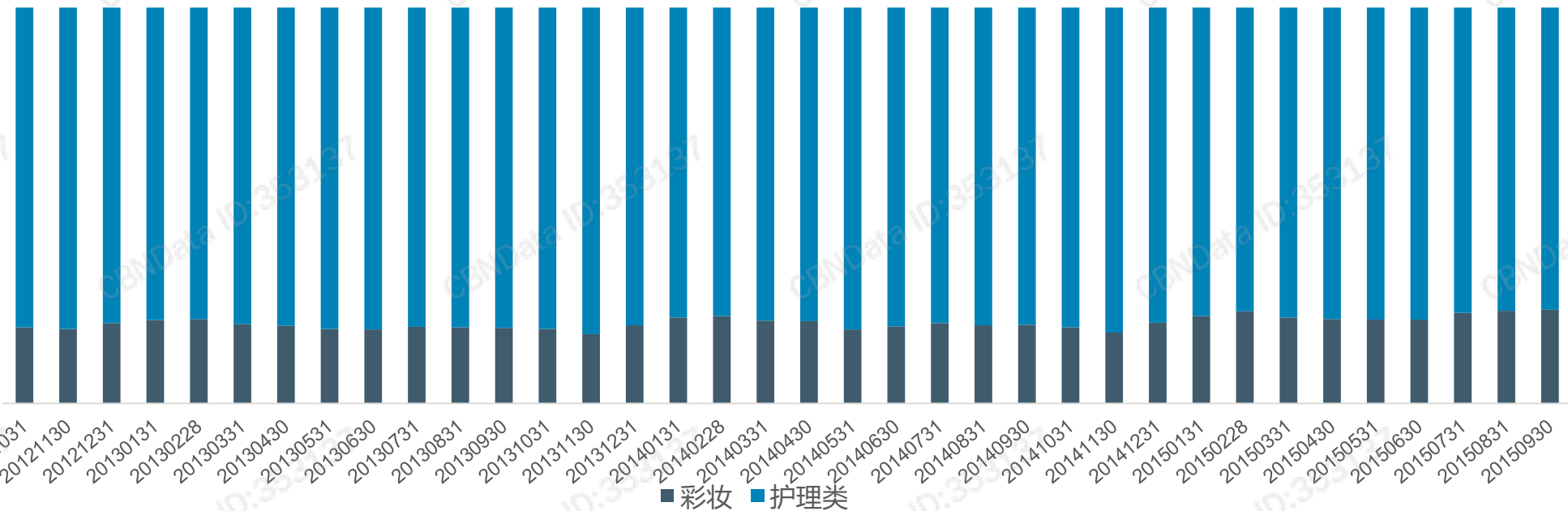
- 化妆品行业上线的时间非常早，行业发展较为成熟，目前呈现稳步增长的态势。
- 化妆品的消费不存在季节性（春节除外），但是双11对行业的拉动效果越来越显著。



商品画像 – 品类成交结构

- 细分品类来看，护理产品为主导品类，说明消费者仍以基础护理为主。
- 彩妆产品占比较低，2015年开始加速增长，发展潜力可观。

2012Q4-2015Q3 化妆品行业分品类销售额占比

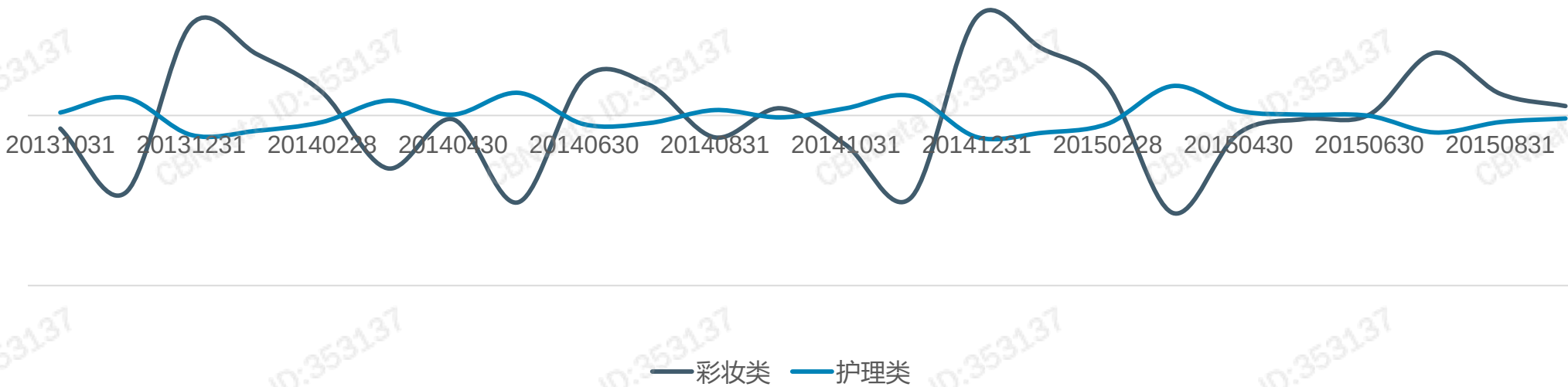


商品画像 – 行业各品类成交增速

- 增速方面，护理产品起步早，其增长速度比较平稳。
- 彩妆产品的相对增速波动较大，每年第二、四季度增长较快，而第一、三季度增速偏低。

2013Q4-2015Q3 化妆品行业分品类销售额相对增速

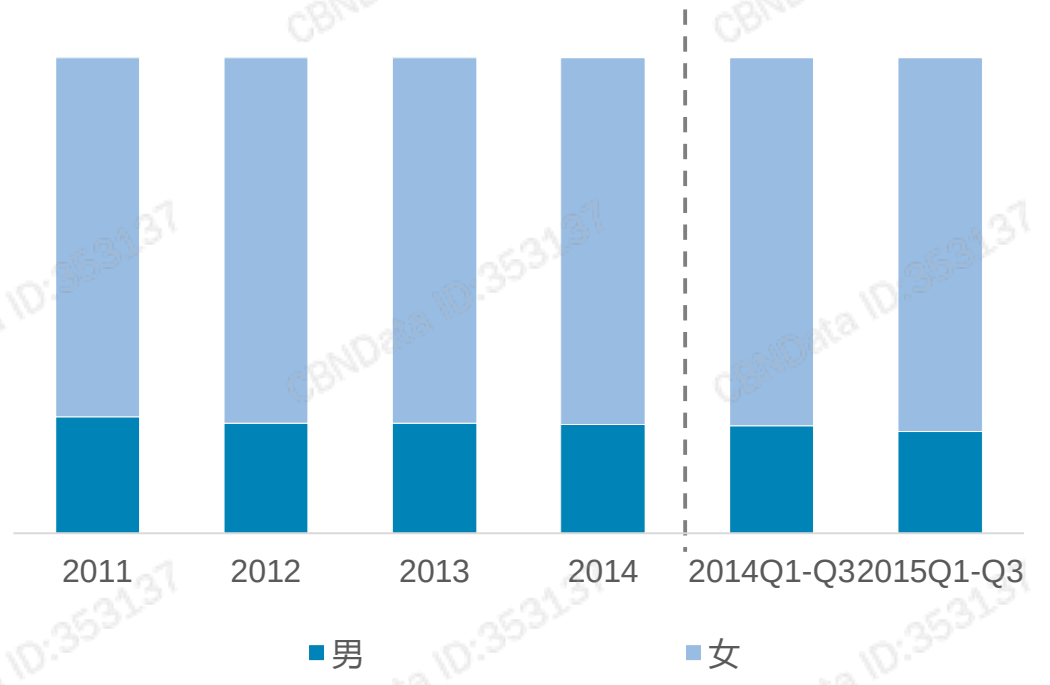
化妆品行业平均增速



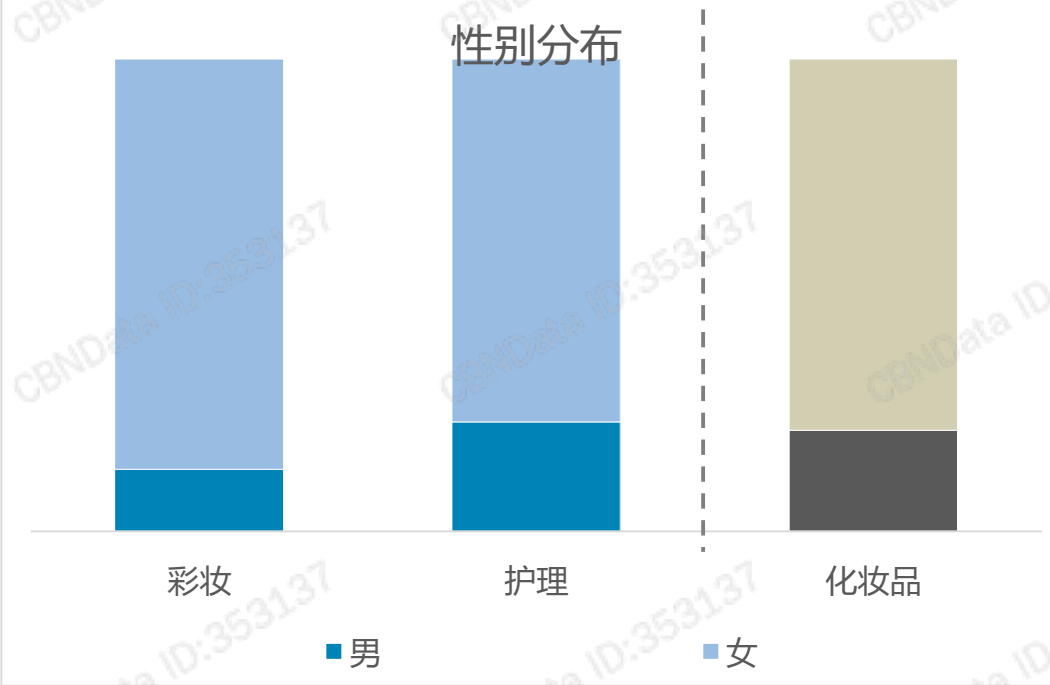
消费者画像 - 性别分布

- 消费者方面，女性消费者是化妆品行业的绝对主力，并且其占比还在进一步提升。
- 横向对比来看，彩妆的女性占比更高，彩妆几乎是女生的特权，而护理类产品的男女比维持在1：3左右。

2011-2015Q3 化妆品行业消费者性别分布



2015Q1-Q3 化妆品行业分品类消费者性别分布



消费者画像 – 年龄分布

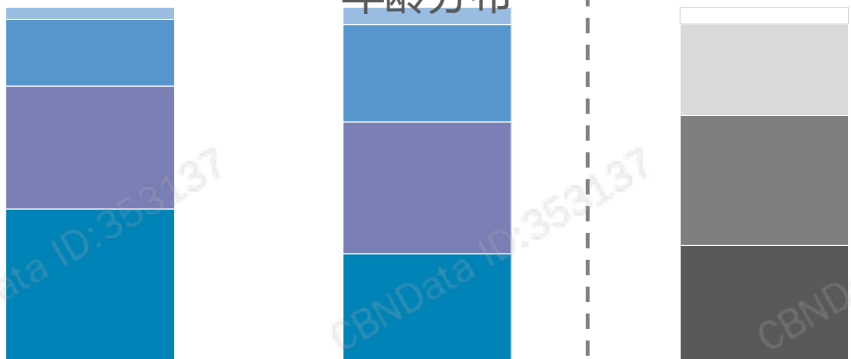
- 化妆品行业以35岁以下的中青年消费者为主，并且呈现出明显的年轻化趋势。
- 相对来说，彩妆的用户更加年轻化，特别是22岁以下用户的占比达20%，反映出年轻人个性化、时尚化的消费理念。

2011-2015Q3 化妆品行业消费者年龄分布



2015Q1-Q3 化妆品行业分品类消费者

年龄分布



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_17363

