

# 国货彩妆品牌 Q1 社媒营销投放分析报告

GUOJI.PRO



2021.04  
BY: 春秀

# PART 01

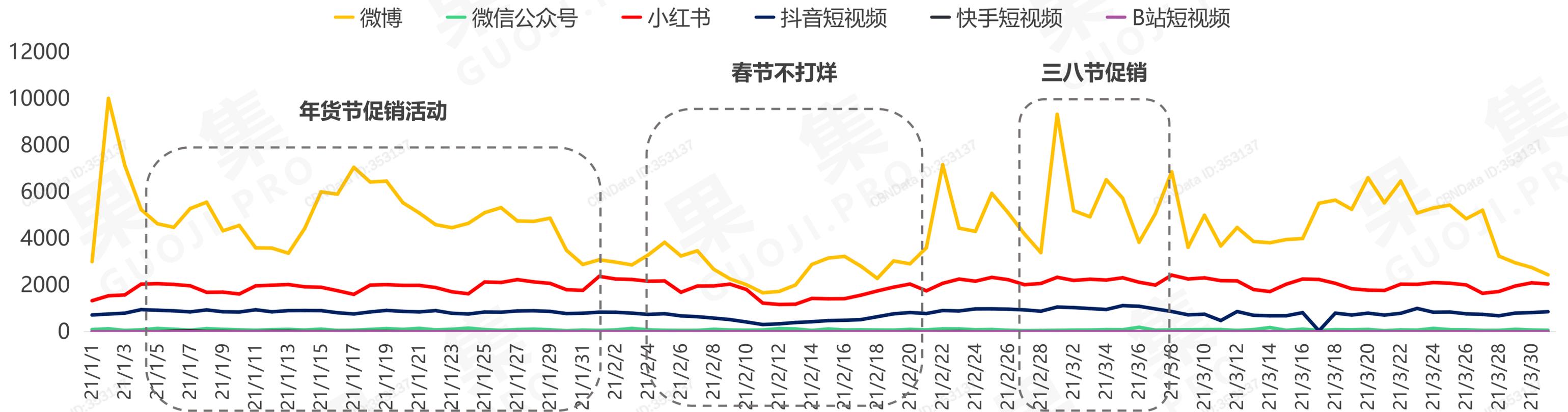
## 社媒营销投放特点分析

# 平台推广特点： 微博成为主要推广渠道，小红书、抖音日常铺量种草



2021年1月-2021年3月，主要包括年货节、春节不打烊、三八女神节三大促销节日。从彩妆类目商品社媒平台投放内容数量分布来看，**微博、小红书、抖音成为彩妆类目商品主要投放渠道**。其中，**年货节、三八节、春节不打烊**促销预热期/促销前期，**微博成为主要推广渠道**；**小红书、抖音平台成为彩妆类目日常推广种草平台**，投放内容数量走势较为平稳。

### 2021年1月-2021年3月彩妆类目商品社媒平台投放内容数量分布



数据来源：果集数据。统计时间：2021年1月1日-2021年3月31日。1) 天猫平台促销活动包括：1.年货节促销活动：1.7-1.16，超前看点，仅限直播；1.17-1.19，预热期；1.20-1.25，正式期；1.26-1.31，后年货节。2.春节不打烊活动：2.4-2.19。3.三八节促销活动：3.2-3.4，预热期；3.5-3.8正式期。2) 抖音平台促销活动包括：1.年货节促销活动：1.4-1.6，新年购活动；1.7-1.13，贺新年活动，1.14-1.20，抢新年货节。2.春节不打烊活动：2.5-2.21。3.电商女王节：2.27-3.8。3) 快手平台促销活动包括：1.年货节促销活动：1.4-1.31。2.春节不打烊活动：2.1-2.26。3.女神节活动：2.27-3.8。

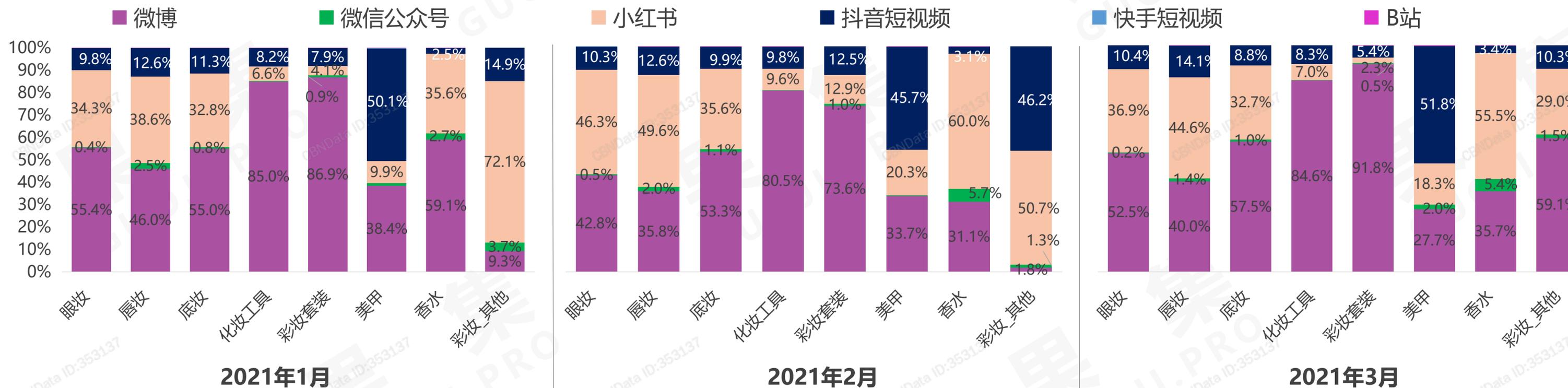
# 品类推广特点：

## 眼/唇/底妆/香水类目侧重微博、小红书，美甲类目抖音占比50%



2021年1月-2021年3月，观察彩妆细分类目商品社媒平台投放内容数量占比变化：**1) 眼妆、唇妆、底妆类目：微博、小红书平台**内容数量占比排名前二，**抖音内容数量占比均有所提升**，占比10%左右；**唇妆**小红书内容数量占比增加显著，眼妆、底妆微博提及内容数量占比50%左右；**2) 化妆工具：微博、抖音**内容数量占比排名靠前，微博占比85%左右，抖音占比不足10%；**3) 彩妆套装类目：微博**内容数量占比最高，其次是抖音；**4) 美甲类目：抖音**内容数量占比最高，其次是微博、小红书；**5) 香水类目：微博、小红书**内容数量占比最高。

2021年1月-2021年3月彩妆细分类目商品社媒平台投放内容数量占比



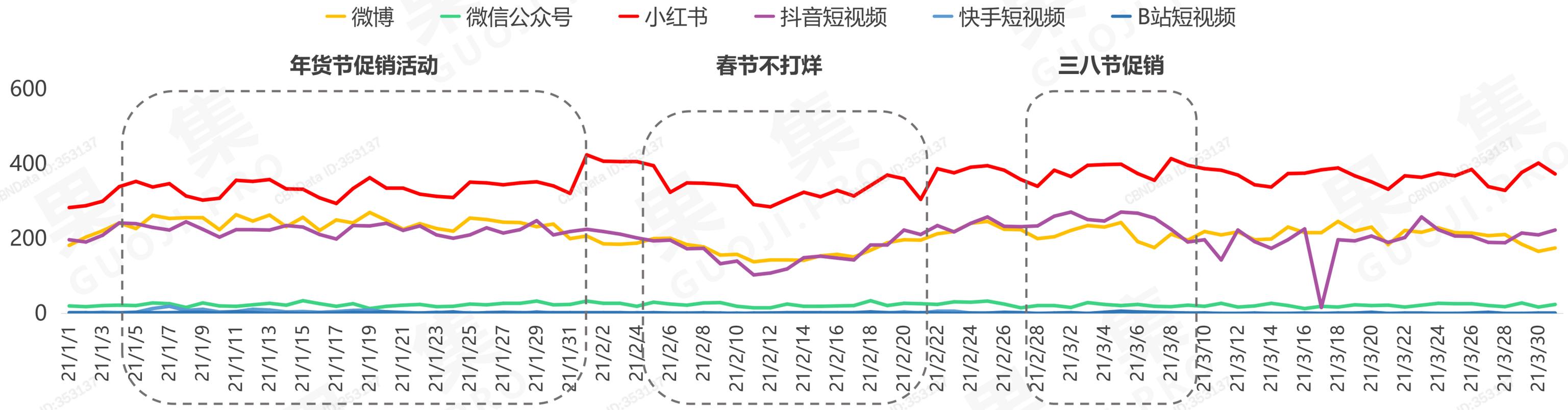
数据来源：果集数据。统计时间：2021年1月1日-2021年3月31日。底妆包括粉底液、气垫、散粉/蜜粉、修容、高光、妆前乳、腮红等脸部彩妆产品。

# 品牌推广特点： 小红书种草成必备渠道，三八节加码抖音，关联品牌数量超微博



2021年1月-2021年3月，主要包括年货节、春节不打烊、三八女神节三大促销节日。从彩妆类目商品社媒平台关联品牌数量分布来看，**小红书、微博、抖音成为彩妆类目品牌主要投放渠道**。**抖音**在三八节促销期间投放品牌数量**超过微博**，成为第二个彩妆品牌重点投放渠道，小红书平台关联品牌数量高于其他平台，位居首位。

### 2021年1月-2021年3月彩妆类目商品社媒平台关联品牌数量分布



数据来源：果集数据。统计时间：2021年1月1日-2021年3月31日。1) 天猫平台促销活动包括：1.年货节促销活动：1.7-1.16，超前看点，仅限直播；1.17-1.19，预热期；1.20-1.25，正式期；1.26-1.31，后年货节。2.春节不打烊活动：2.4-2.19。3.三八节促销活动：3.2-3.4，预热期；3.5-3.8正式期。2) 抖音平台促销活动包括：1.年货节促销活动：1.4-1.6，新年购活动；1.7-1.13，贺新年活动，1.14-1.20，抢新年货节。2.春节不打烊活动：2.5-2.21。3.电商女王节：2.27-3.8。3) 快手平台促销活动包括：1.年货节促销活动：1.4-1.31。2.春节不打烊活动：2.1-2.26。3.女神节活动：2.27-3.8。

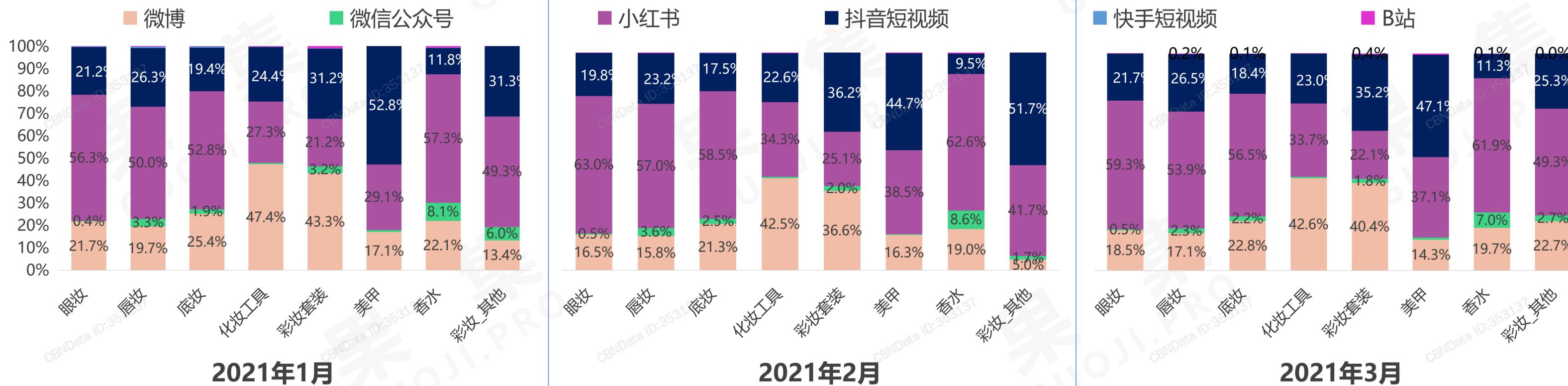
# 品牌推广特点：

## 眼/唇/底妆/香水类目品牌重小红书平台，美甲类目抖音占比高



2021年1月-2021年3月，观察彩妆细分品类商品社媒平台关联品牌数量占比变化：**1) 眼妆、唇妆、底妆类目：**小红书平台品牌数量占比最高，超过50%；抖音平台占比有所增加，微博平台占比有所降低；**2) 化妆工具类目：**微博平台品牌数量占比最高，超过45%，小红书平台占比有所上升，抖音平台占比保持在20%左右；**3) 彩妆套装类目：**微博平台品牌数量占比最高，其次是抖音平台，占比超30%，小红书平台占比超20%；**4) 美甲类目：**抖音平台品牌数量占比最高，小红书平台占比有所增加；**5) 香水类目：**小红书平台品牌数量占比最高，超55%，微博、微信平台有所下降。

### 2021年1月-2021年3月彩妆细分品类商品社媒平台关联品牌数量分布



数据来源：果集数据。统计时间：2021年1月1日-2021年3月31日。底妆包括粉底液、气垫、散粉/蜜粉、修容、高光、妆前乳、腮红等脸部彩妆产品。

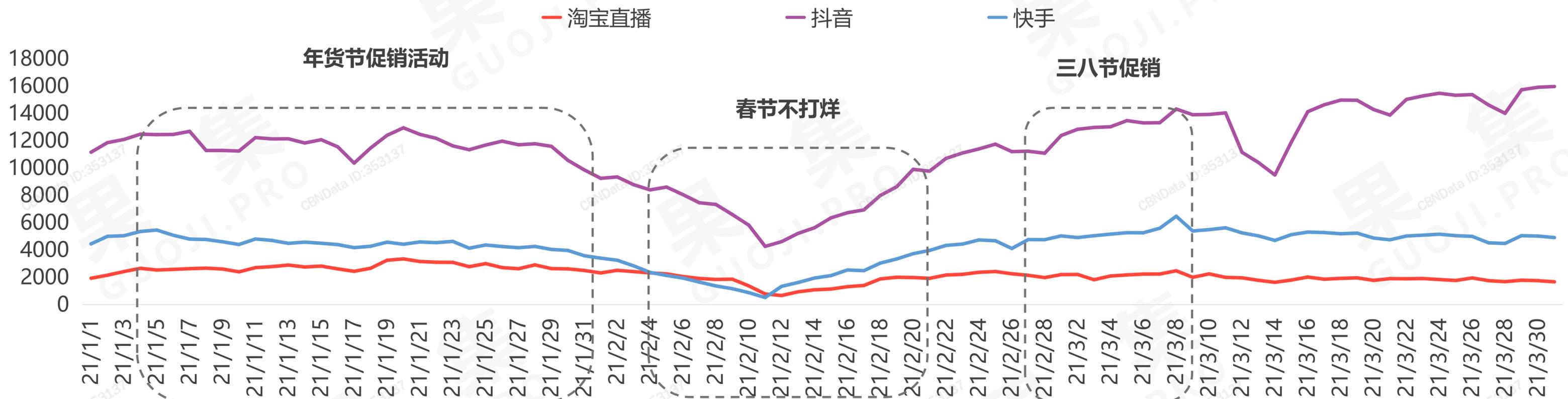
# 直播推广特点：

## 受促销节日影响大，抖音直播场次高于快手、淘宝直播



2021年1月-2021年3月，主要包括年货节、春节不打烊、三八女神节三大促销节日。从彩妆类目商品关联直播场次分布来看，**抖音平台关联直播场次高于快手、淘宝直播平台**。直播推广受促销节日影响大，在年货节、三八节促销期间，抖音、快手、淘宝直播护肤类目商品关联直播场次均有较为明显的上升趋势，春节不打烊期间，直播场次下降趋势明显。

### 2021年1月-2021年3月彩妆类目商品关联直播场次分布



数据来源：果集数据。统计时间：2021年1月1日-2021年3月31日。1) 天猫平台促销活动包括：1.年货节促销活动：1.7-1.16，超前看点，仅限直播；1.17-1.19，预热期；1.20-1.25，正式期；1.26-1.31，后年货节。2.春节不打烊活动：2.4-2.19。3.三八节促销活动：3.2-3.4，预热期；3.5-3.8正式期。2) 抖音平台促销活动包括：1.年货节促销活动：1.4-1.6，新年购活动；1.7-1.13，贺新年活动，1.14-1.20，抢新年货节。2.春节不打烊活动：2.5-2.21。3.电商女王节：2.27-3.8。3) 快手平台促销活动包括：1.年货节促销活动：1.4-1.31。2.春节不打烊活动：2.1-2.26。3.女神节活动：2.27-3.8。

# PART 02

## 社媒营销投放品牌案例

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\\_19490](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_19490)

