美妆 营销 染发剂

美妆行业月度消费趋势观察

2020年7月



CBNDATA
第一财经商业数据中心

© 2020 CBNData. All rights reserved.

CBNDATA
第一财经商业数据中心

TABLE OF CONTENTS
目录

- 第一部分：行业大盘月度概览
- 第二部分：美妆品牌月度营销观察
- 第三部分：7月热门品类-染发剂

CBNData ID:14053



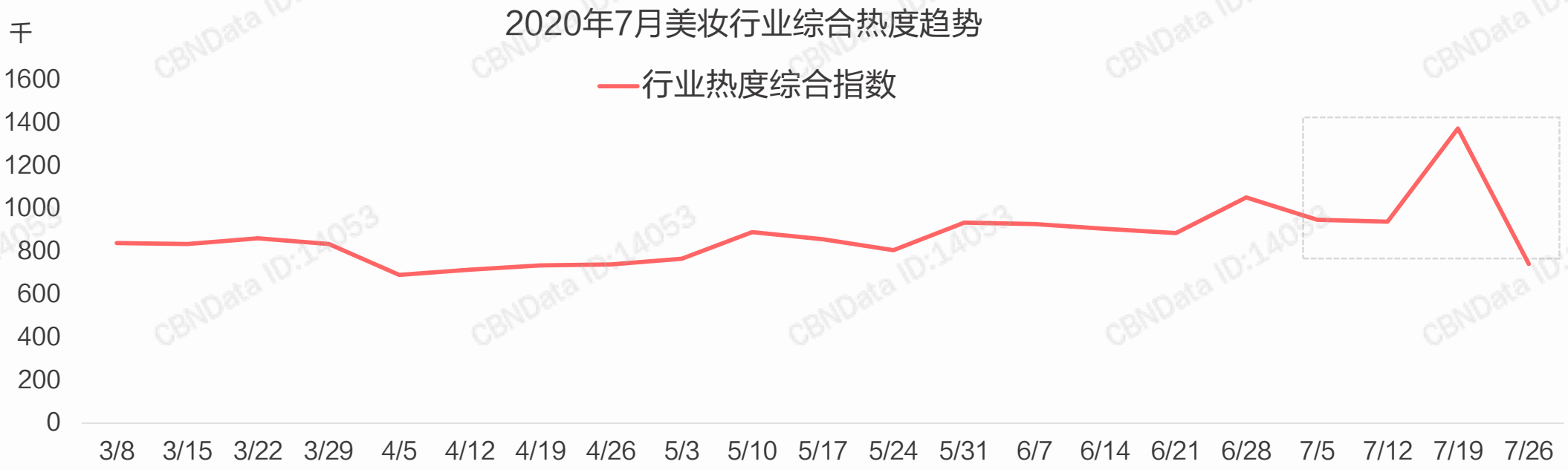
01

行业大盘
月度概览

CBNData ID:14053

7月美妆行业热度稳中有升，在7月第三周达到近半年峰值

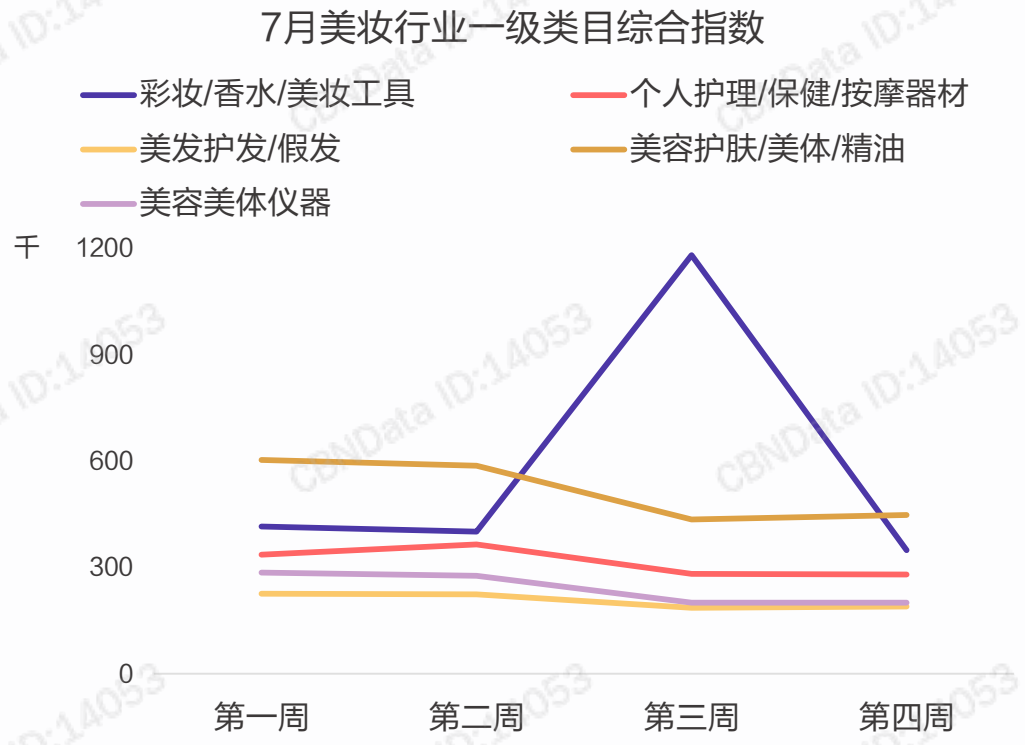
进入7月，2020年“天猫彩妆周”正式拉开帷幕，带动美妆行业迎来热度高峰。



数据来源：CBNData行业看板

取代美容护肤，彩妆成为7月热度最高的一级类目

7月前三周属于“天猫彩妆节”预热阶段，**“彩妆/香水/美妆工具”**维持高热度，并在第三周达到峰值。在该类目中，7月天猫平台表现最好的品牌是**花西子**；国货品牌风头正盛，**前十几乎被国货品牌包揽**。



数据来源：CBNData行业看板

彩妆/香水/美妆工具品类7月天猫店铺热度Top10

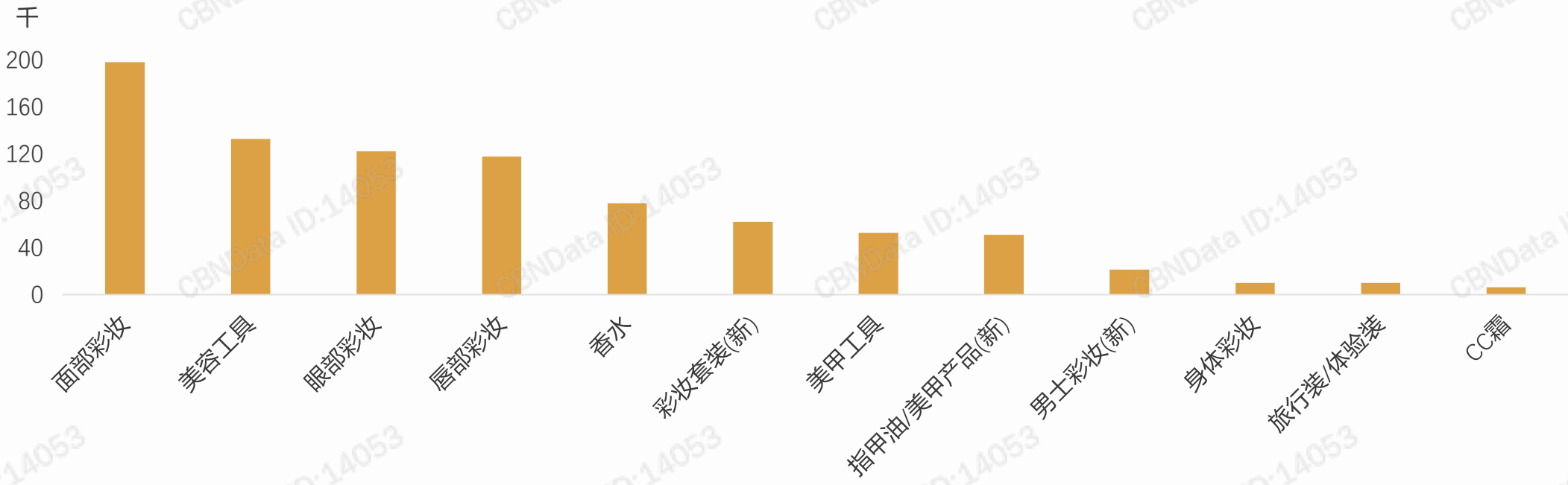
排名	品牌	店铺综合指数
1	花西子	136677
2	Perfectdiary/完美日记	100170
3	Colorkey/珂拉琪	75691
4	ZEESEA/滋色	65918
5	小奥汀	72177
6	健美创研	53480
7	稚优泉	47109
8	GIORGIO ARMANI/阿玛尼美妆	52072
9	Geoskincare/纽西之谜	52960
10	Judydoll/橘朵	43494

数据来源：CBNData行业看板

彩妆相关产品的线上市场热度排名靠前

2020天猫彩妆周的主题是“新女享主义，就要这样妆”。整个7月份，在**彩妆/香水/美妆工具**类目下，面部彩妆、美容工具、眼部和唇部彩妆始终是热度最高的子类目。

2020年7月**彩妆/香水/美妆工具**品类下子类目综合热度排行



数据来源：CBNData行业看板

面部彩妆、美容工具产品分别应重点关注的功能：遮瑕、不易吃粉

- 从天猫平台的潜力商品来看，面部彩妆产品应重点关注的功效为**遮瑕类，比如去黑眼圈、眼袋、痘印等；从产品形态来看，应该关注持妆、遮瑕能力好的粉底液。**
- 美容工具产品商家应留意到消费者对方便携带的**塑料瓶**的需求；和面部底妆工具相关的**不易吃粉**的功能需要重点关注。

面部彩妆最新潜力商品词



数据来源：CBNData行业看板
数据周期：2020.07.20-2020.07.26

美容工具最新潜力商品词



数据来源：CBNData行业看板
数据周期：2020.07.20-2020.07.26

眼部、唇部彩妆产品应重点关注：九宫格、丝绒唇釉

从天猫平台的潜力商品来看，**九宫格的**眼影盘仍然是主流，需要关注的功能是**不易掉色**。唇部彩妆类目下，**丝绒唇釉、哑光雾面、细管口红**值得重点关注。色号方面，**砖红色**有潜力成为下个月乃至季度的热门色号。

眼部彩妆最新潜力商品词



数据来源：CBNData行业看板
数据周期：2020.07.05-2020.07.12

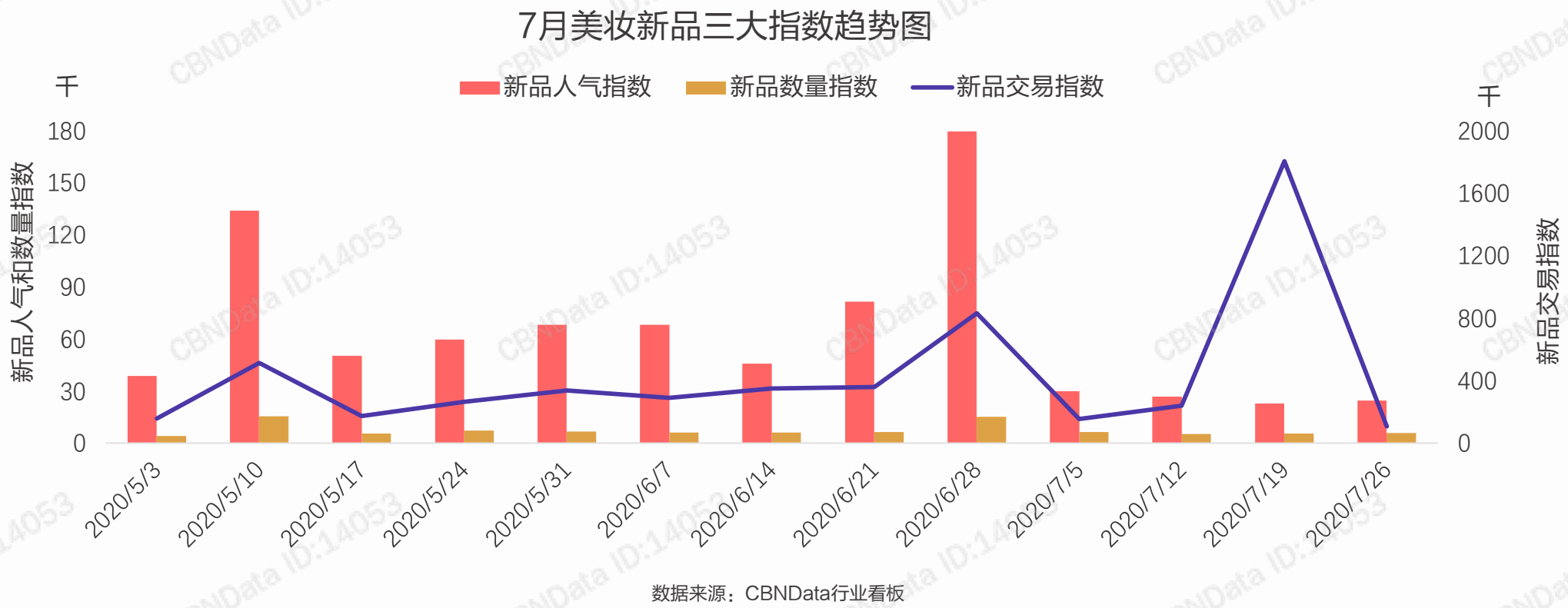
唇部彩妆最新潜力商品词



数据来源：CBNData行业看板
数据周期：2020.07.05-2020.07.12

7月美妆行业迎来新品交易热潮

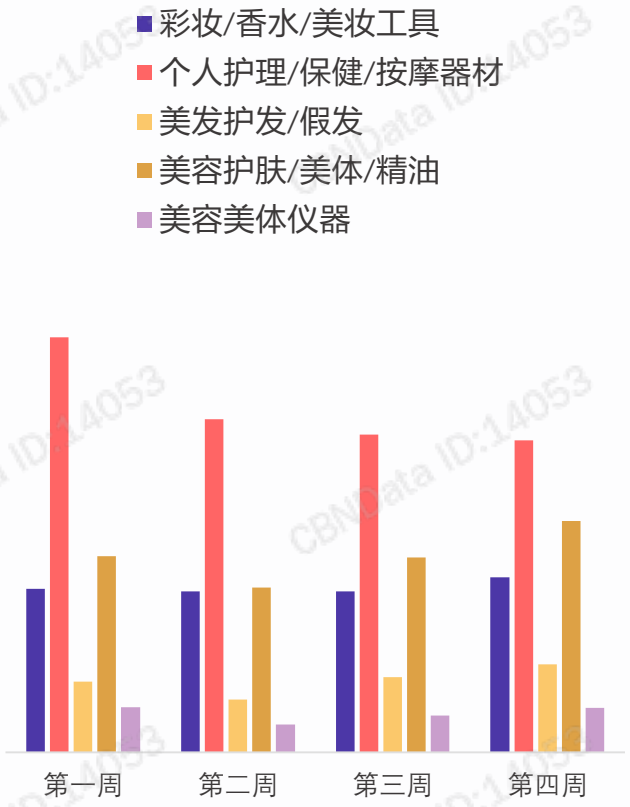
进入7月，新品销售表现向好，尤其受到7月中下旬“天猫彩妆节”推动，第三周美妆行业的新品交易量达到近期高峰。



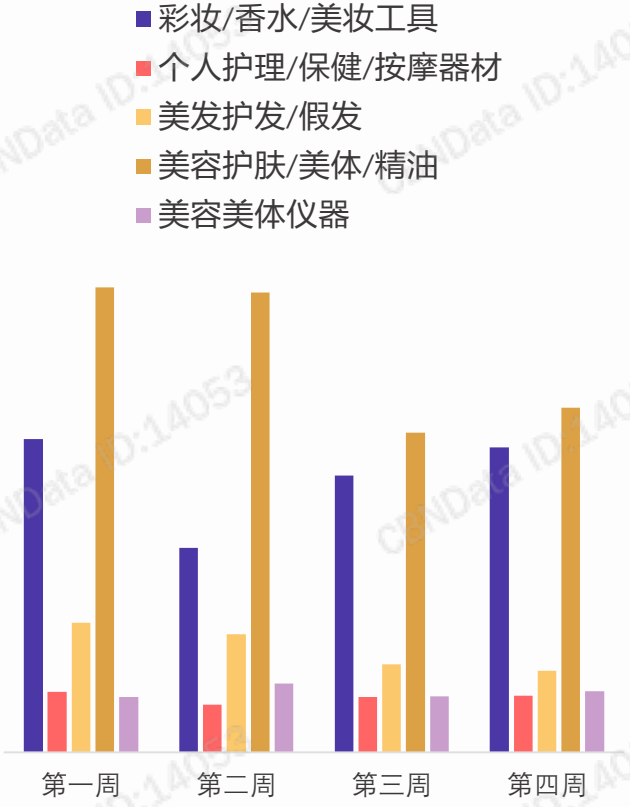
数据来源：CBNData行业看板

彩妆新品的销售热度最高，但美容护肤的收藏人气最高

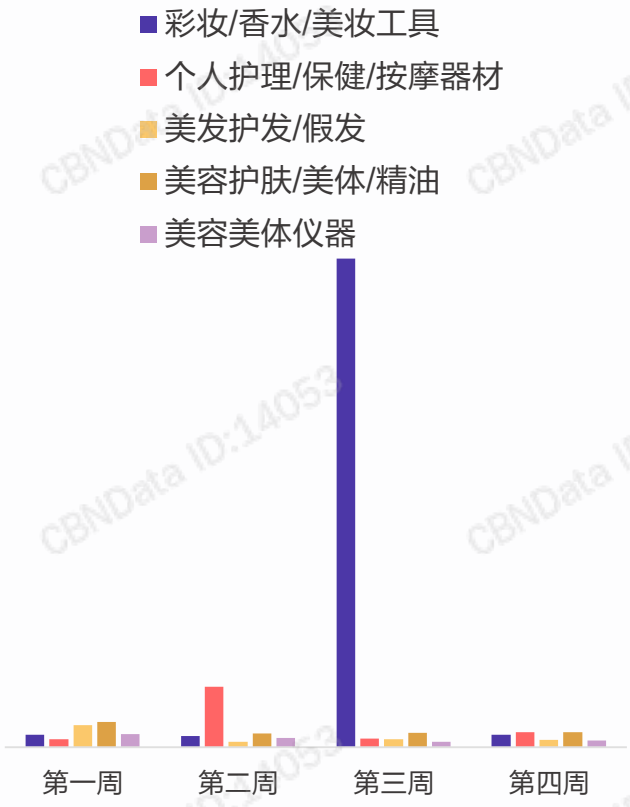
7月美妆各类目新品数量指数



7月美妆各类目新品收藏热度



7月美妆各类目新品交易指数



数据来源：CBNData行业看板

自然、头套、刘海成为7月收藏人气最高的新品关键词

夏季到来，除了面部妆容，消费者对于美发护发也尤为重视。7月以来，自然成为美发护发/假发品类的新品收藏关键词第一名。

7月美发护发/假发新品关键词



数据来源：CBNData行业看板

7月行业重要动态

中国化妆品分类规则迎来大调整

7月29日，国家药监局化妆品监管司发布了《化妆品分类规则和分类目录》《化妆品安全评估技术导则》，两个征求意见稿，以更详细、具体的规则，配合行业最高法落地。《化妆品分类规则和分类目录》意见稿按功效宣称、作用部位、产品剂型、使用人群，同时考虑使用方法，对化妆品进行细化分类。化妆品功效宣称包括28类；14种剂型产品，冻干类产品在列；部分适用孕妇、哺乳期妇女的产品按特殊化妆品管理。

中国国际美博会2020年首展在上海举行

于7月底在上海举行的大虹桥美博会聚焦“融新求变 引领年轻时尚”：举办**“首届美业直播节”**，数千位主播和KOL达人在线助力，打开新流量入口，搭建美业直播新生态；推出**“直播带货节X爆品选品区”**完成企业拥抱直播带货“试水”，帮助企业用纯佣的形式进行带货；打造**“国潮馆”**，现场表彰700多个国潮品牌和个人，为中国民族品牌赋能。

资料来源：化妆品财经在线、美博会官方微信公众号、聚美丽

7月行业重要动态

美妆板块大增5倍，小红书再推品牌扶持新政策

小红书在上海举办了首届未来品牌大会，发布了包括零门槛入驻、百亿流量扶持、KOC（关键意见消费者）连接计划在内的整套品牌扶持政策。小红书电商负责人杰斯表示，**截至今年7月，已有超3万个品牌入驻小红书，同比增长了83%。其中美妆护肤品牌增长5倍，有超过3000万用户在该平台发布了超过3亿篇笔记。**

资料来源：聚美丽

CBNData ID:14053

7月美妆行业投融资月报

品牌名称	投资方	融资轮次	融资金额	品牌介绍
Venus Marble	未披露	A轮	千万级人民币	新艺术主义彩妆品牌
妍丽	华平投资、腾讯、星纳赫资本、华兴新经济基金等	股权投资	未披露	化妆品零售连锁企业
花印	棋兆资本领投，架桥富凯和星陀资本跟投	C轮	近1.4亿元	护肤品牌

数据来源：天眼查、36氪、企名片



02

美妆品牌月度营销观察

CBNData ID:14053

7月新增44起美妆品牌代言，95后明星受品牌青睐、代言反响更高

据CBNData星数监测，7月美妆领域明星代言共44起。品牌更青睐年轻一代，在38位获得新代言的明星中，95后有21位，70后只有1位。

7月美妆明星代言全网舆论热度榜		
热度排名	明星	品牌
1	易烊千玺	宝格丽
2	刘雨昕	MAKE UP FOR EVER
3	王俊凯	法国娇兰
4	吴宣仪	薇诺娜
5	杨超越	LG克洛特
6	张艺兴	MAC
7	黄明昊	橘朵
8	王一博	百雀羚
9	虞书欣	YSL
10	杨芸晴	小奥汀

数据说明：“全网舆论热度”为明星+代言品牌在全网的讨论声量；数据来源：新浪微热点

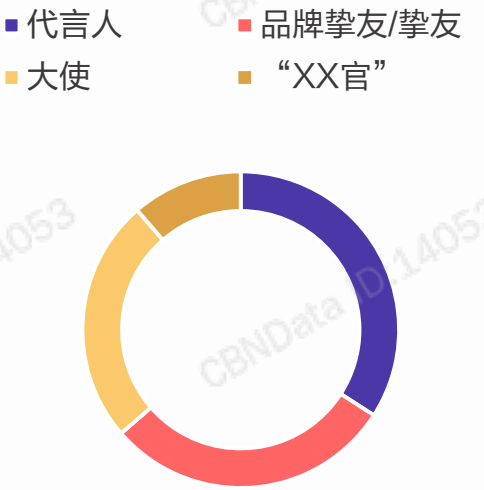


数据来源：根据公开资料整理；图片来源：视觉中国

品牌批量签约明星“好友”，同一明星代言不同品牌的热度差异大

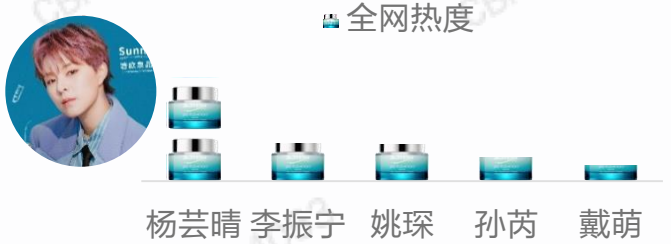
- 44起代言活动中，“品牌好友”和“XX官”等短期合作形式占18个，其中，《青春有你2》未成团偶像金子涵、乃万、孙芮都是热门合作明星，合作品牌超过2个。不同品牌选择同一明星合作，热度大不相同。以金子涵为例，她与雅顿、MAC、OLAY都有合作，热度最高的是她担任雅顿“精华大使”。

7月新增美妆品牌代言明星头衔



数据来源：根据公开资料整理

碧欧泉明星代言全网热度



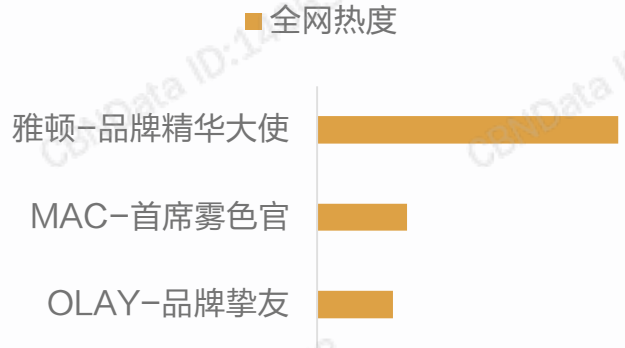
OLAY明星代言全网热度



数据来源：新浪微热点；图片来源：碧欧泉、OLAY微博



7月金子涵品牌合作全网热度



数据来源：新浪微热点；图片来源：雅顿微博

品牌找代言人有“考察期”，效果好再升级

- 7月有两起代言为续约“升级”。杨芸晴从小奥汀底妆&唇妆代言人升级为全品类色彩代言人，张艺兴由MAC亚太区代言人升级为全球代言人。品牌找代言人越来越谨慎，开始参考奢侈品设立代言“考察期”的做法，先从单一品类或单个地区开始合作，根据效果决定续约升级。
- 在CBNData星数《2020国货美妆明星带货榜》中，代言国货小奥汀的杨芸晴排名16。

杨芸晴与小奥汀的合作



2019年9月，为庆祝唇妆代言人杨芸晴生日，小奥汀推出3款sunnee专属命名唇釉。

7月26日，小奥汀微博宣布杨芸晴为色彩代言人，微博转发量超过35.4万。



图片来源：小奥汀微博

2020国货美妆品牌明星带货榜-杨芸晴

排名	明星	指数	影响力指数雷达图
16	 杨芸晴	64.38	

数据来源：CBNData星数

代言人走进品牌直播间，为新品首发助力

直播逐渐成为新品首发重要渠道。据不完全统计，本月MAC、OLAY、珀莱雅、雅顿都在品牌直播间首发新品，以微博预热+代言人亲临直播间+粉丝专属福利组合拳，充分利用明星影响力，提高新品首发声量和销量。以OLAY为例，其天猫店直播间观看数为几千至5万左右，陈飞宇助力发布新品的直播观看人数达到95.5万，截至目前，售价379元的OLAY流光瓶已经预售超4万件。

7月走进品牌淘宝直播间的代言人盘点

直播日期	明星	品牌	直播观看数	发布新品
7.29	金子涵、白鹿、刘人语、王晨艺	MAC	13.6万	M·A·C柔雾唇釉
7.28	陈飞宇	OLAY	95.5万	OLAY流光瓶
7.27	罗云熙	薇诺娜	46.5万	-
7.24	吴宣仪	薇诺娜	20.7万	-
7.23	许佳琪、陆柯燃、谢可寅	珀莱雅	12.9万	双抗小夜灯眼霜
7.22	金子涵	雅顿	7.4万	雅顿啵啵胶

数据来源：根据公开资料整理





图1为陈飞宇现身OLAY直播间。图2为陈飞宇出现之前，OLAY店铺主播展示预售新品功效，预告折扣详情，以及提醒粉丝稍后直播将送出陈飞宇亲笔签名照礼包。

图片来源：OLAY天猫旗舰店直播间



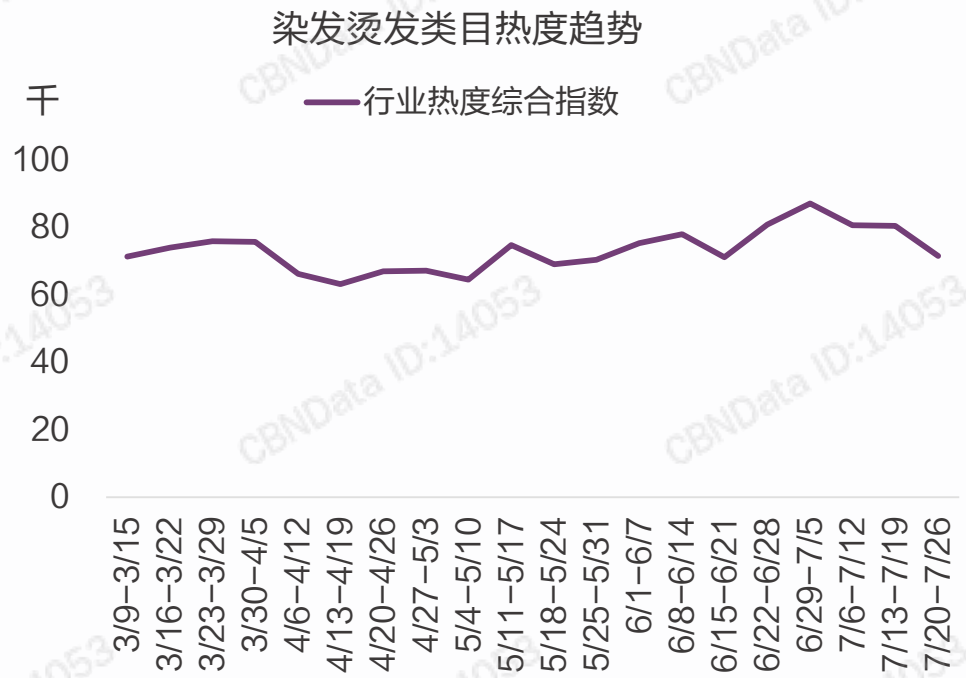
03

7月热门品类
染发烫发

CBNData ID:14053

染发烫发产品的热度在7月初达到高峰

- 随着宅家DIY染发烫发的流行，染发烫发类目的热度在7月第一周达到最高峰，然后在后续几周热度有所下滑。
- 从品牌天猫旗舰店的表现来看，最受欢迎的品牌是国货品牌韩金靓，该品牌主打盖白发的黑色染发剂。



数据来源：CBNData消费站行业看板

染发/烫发类目热度最高的店铺TOP 10（统计时间 7.20-7.26）		
排名	店铺	综合指数
1	韩金靓旗舰店	21665
2	施华蔻官方旗舰店	21110
3	润丝丹旗舰店	17353
4	LES3CHENES海外旗舰店	15044
5	睿嫣润膏官方旗舰店	15003
6	特惠美千丝纺专卖店	14175
7	随美旗舰店	13541
8	多爱旗舰店	13105
9	黛悦旗舰店	13013
10	欧莱雅美发官方旗舰店	11984

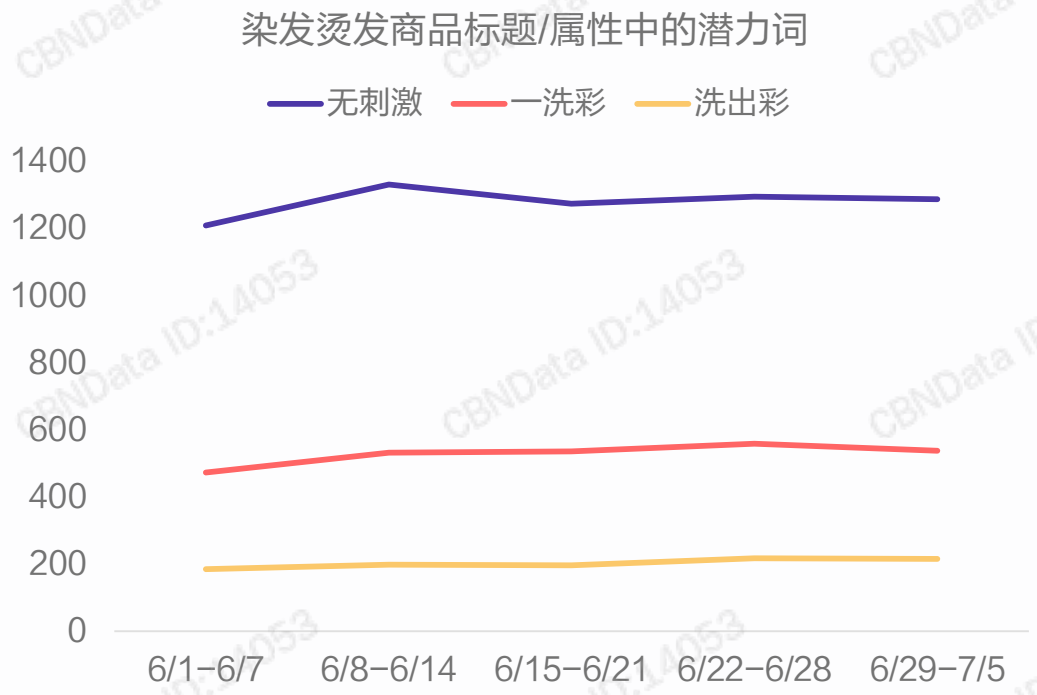
数据来源：CBNData消费站行业看板

盖白发是最大染发需求，消费者看重安全性和方便

染黑是染发的主流需求，“遮白发”“自然黑色”等成为畅销款中的关键词。消费者看重染发烫发剂的安全性，不伤头皮、无刺激的产品更受欢迎。另外，操作简单、使用方便的染发剂受到了DIY消费者的喜爱，主打“洗洗就能染上色”功能的“一洗彩”“一洗黑”“一梳黑”商品销量逐渐提升。

染发烫发商品标题/属性中的十大热词		
排名	热词	热词指数
1	遮盖白发	2,490
2	遮白发	2,066
3	无刺激	2,004
4	不沾头皮	1,964
5	盖白发	1,853
6	黑染发剂	1,733
7	蓝黑色	1,501
8	自然黑色	1,315
9	发霜	1,306
10	一洗彩	1,108

数据来源：CBNData消费站行业看板



数据来源：CBNData消费站行业看板

蓝黑色成7月最时髦发色，《青你2》偶像同款发色走红

在彩色发色中，蓝黑色、黑茶色和脏橘色最畅销。色彩的流行与时尚KOL们的种草助推有关，《青春有你2》出道选手刘雨昕、许佳琪的“同款发色”就被不少人追捧。据不完全统计，在小红书上，讨论“刘雨昕发色”的笔记超过了2万条，有关“许佳琪发色”的讨论超1万。两位明星曾先后pick过蓝色系发色。

7月最畅销彩色染发剂发色热度指数

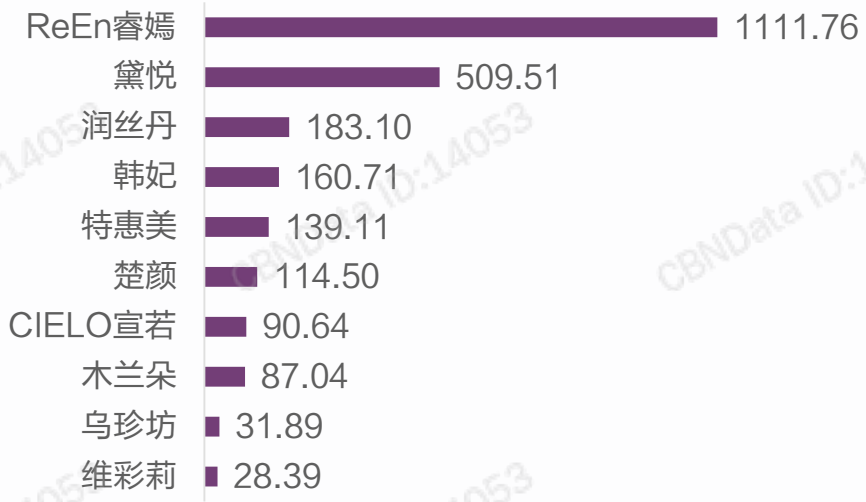


数据来源：CBNData消费站行业看板；图片来源：乐力天猫旗舰店、许佳琪微博、刘雨昕微博

直播成为染发剂重要的销售渠道之一，国货表现出色

- 带货榜前十品牌中，除了韩国品牌ReEn睿嫣、日本品牌CIELO宣若，其他8个均为国货。销售额最高的是睿嫣，月销超过1111万元。这主要归功于快手头部红人辛巴7月19日的直播，单场卖出16.1万件。
- 直播成了染发剂重要的销售方式之一。近一个月，仅黛悦这一个品牌就有19位快手主播为其带货，直播225场。

染发品牌快手直播带货榜
单位：万元



数据来源：新快。数据说明：品牌预估销售额为7.14-8.13期间该品牌上线快手直播间的销售额之和。因为直播可能存在秒杀和改价，数据与真实成绩或有误差，结果仅供参考。

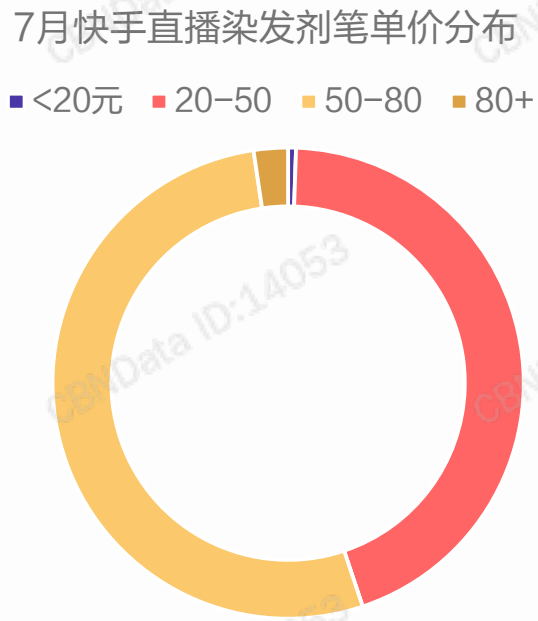
快手关联直播数TOP 10染发品牌

品牌	关联主播数	直播数	预估销售额（单位：万元）
黛悦	19	225	509.51
特惠美	11	98	139.11
润丝丹	12	69	183.10
三橡树3chenes	1	65	2.94
玛奇诺	2	62	12.98
美源	1	34	5.60
木兰朵	11	33	87.04
荻采	4	15	4.20
瑞虎	2	14	7.73
蒙福	1	10	1.00

数据来源：新快。数据说明：统计周期为7.14-8.13.

直播带货的染发产品笔单价多在百元以内，50-80元的订单最多

- 快手直播的染发剂订单多为百元以内，50-80元的订单销量占53%，其次是20-50元，消费超80元的订单仅2%。
- 销量排名前10的品牌中，仅有宣若这一个进口品牌笔单价接近100元。



数据来源：新快

7月快手销量TOP 10品牌及笔单价

排名	染发剂品牌	预估销量	笔单价（单位：元）
1	ReEn睿嫣		69.01
2	黛悦		50.36
3	韩妃		24.31
4	润丝丹		37.42
5	楚颜		26.02
6	木兰朵		20.30
7	特惠美		78.89
8	乌珍坊		30.21
9	CIELO宣若		98.00
10	维彩莉		36.84

数据来源：新快。数据说明：品牌预估销量为7.14-8.13期间该品牌上线快手直播间的产品销量之和。

DATA COVERAGE
数据说明

数据来源： CBNData消费大数据、新快、新浪微热点、天眼查

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

CBNData ID:14053

COPYRIGHT DECLARATION
版权声明

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

CBNData ID:14053

ABOUT US
关于我们

报告作者：郭婉婧 李佳咛 陈琪
联系我们：Data@cbndata.com
商务合作：BD@cbndata.com
加入我们：JOB@cbndata.com

第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）成立于2015年，是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的消费大数据研究机构、数据传播服务商和金融资讯运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，CBNData以科技为驱动，以场景为延展，面向市场全面输出数据服 务、内容服务、整合营销服务、MCN整合运营服务四大核心能力。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒 体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

CBNData ID:14053

FOLLOW US
关注我们

更多数据 扫码关注

CBNData消费站

CBNData微信号

CBNData ID:14053

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察



CBNData ID:14053