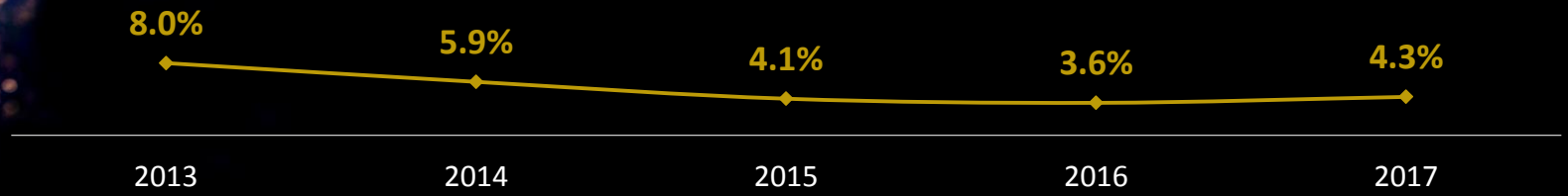
天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

把握新生代消费者的升级路线

虞坚

2017年快消品市场回暖

整体快消品，全渠道，年度消费金额增长率

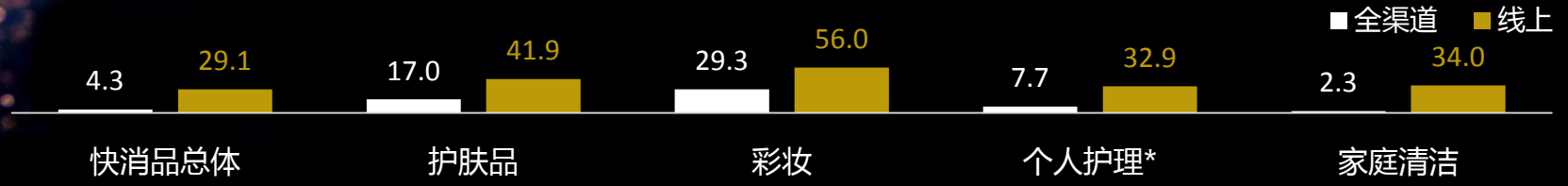


KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

线上引领整体增长，美妆洗护表现亮眼

全国，全渠道 vs. 线上，2017年消费金额增长率



*个人护理不包括护肤品和彩妆

KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

线上销售为品类带来增量增长，天猫表现亮眼

全国，美妆个护家清总体， 线上，2017年

1千2百万

线上新增消费家庭

64%

线上有机增长金额占比

No.1

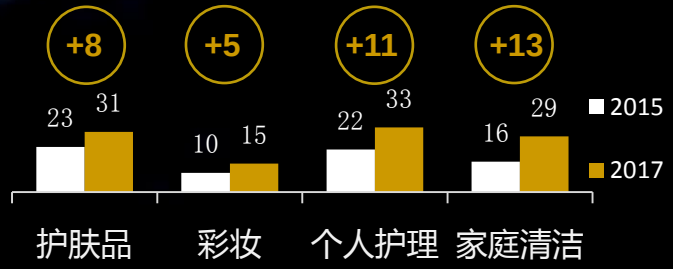
天猫在美妆B2C25岁以下新招募消费者中排名

KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

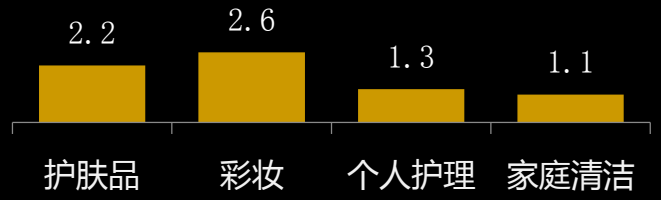
天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

线上线下融合激发消费潜力

线上线下同时购买该品类的消费者



全渠道消费者
vs. 线下消费者2017人均消费金额倍数



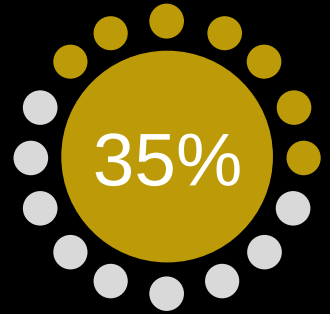
KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

美妆的增量机会来自于更多的细分市场



的美妆2017年金额贡献来自购买量增加



的美妆消费者在2017年增加了护肤或彩妆步骤

KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

机会和明星美妆品类

- ★ 精华
- ★ 口红
- ★ 眼霜
- ★ 眼影
- ★ 卸妆
- ★ 遮瑕
- ★ 防晒
- ★ 妆前乳

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

高端化仍是个护家清主旋律

54%

的个护家清2017年金额
贡献来自产品升级

KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

明星个护家清品类

- ★ 漱口水、电动牙刷
- ★ 液体卫生巾
- ★ 洗衣凝珠
- ★ 厨房用纸、本色纸
- ★ 洗衣机槽清洁、管道疏通



电动牙刷
过去一年金额
增涨63%



护舒宝液体卫生巾
创新科技触发市场
金额增长163%

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

新生代消费者正在改变中国市场

KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

中产阶级和年轻群体已成消费主力

14%

中产阶级家庭*在快消品类上的花销比一般家庭高出14%

54%

线上中产阶级金额占比超过一半

50%

的美妆金额占比来自15-29岁女性

59%

线上15-29岁女性美妆金额占比

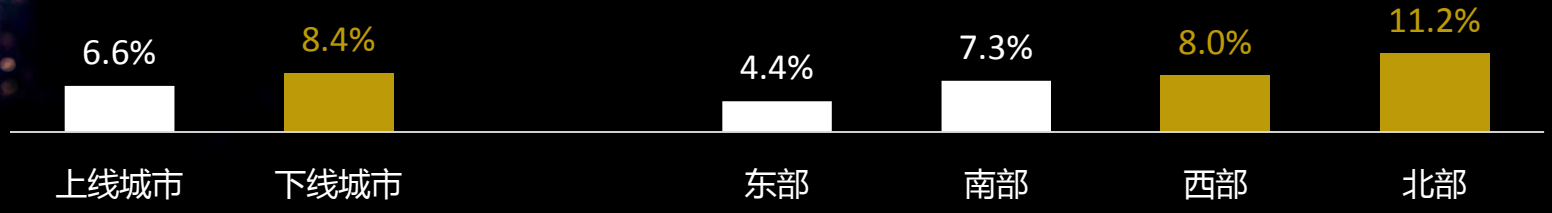
KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

*中产家庭定义为家庭月收入超过9000元

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

西部和北部的小镇青年更有增长潜力

全渠道，美妆个护家清总体，年轻家庭*，2017年消费金额增长率



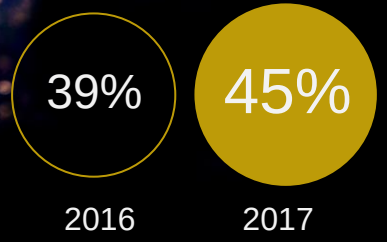
KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

*年轻家庭为单身，年轻夫妇，和有小孩的家庭

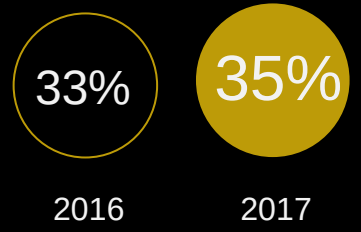
天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

新生代消费者的个性化诉求推动小众品牌发展

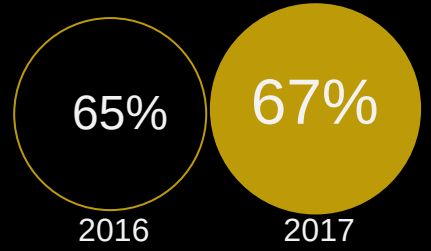
- 洗发小众品牌金额占比



- 牙膏小众品牌金额占比



- 护肤品小众品牌金额占比



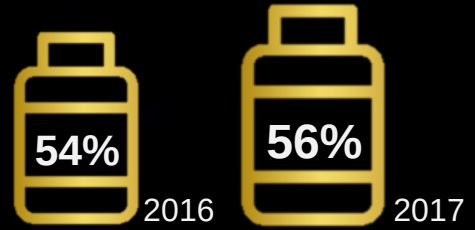
KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

*洗发水2017年全国家庭渗透率>5%为大众洗发水,<5%为小众洗发水。
牙膏2017年全国市场金额前十为大众品牌，其余为小众品牌
护肤品2017年全国市场金额前二十为大众品牌，其余为小众品牌

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

护肤产品见证新国货崛起，彩妆市场仍由国际品牌占据

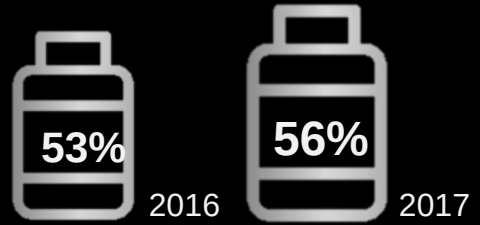
护肤品中国货品牌金额占比



国货

彩妆中国际牌金额占比

国际



KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

消费者诉求的变化是推动市场的原因

KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

全球消费者的诉求是相似的

天然健康

- 抗污染和天然成分原产地
- 自然和护肤的完美结合

简单便利

- 快速易操作
- 及时高效的产品

快乐个性

- 有趣吸睛新玩法
- 产品追求更个性

KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

天然和健康成为大势所趋



28%

“天然产品更有效“

45%

“更喜欢天然的产品“

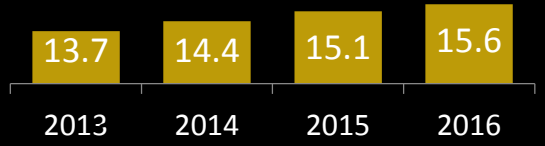
KANTAR WORLDPANEL

a CTR service in China

药妆以医药的名义



法国药店渠道金额占比



防护诉求下
防晒和卸妆最先发展



防 护



天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

简单便利又高效的产品更受欢迎


使用更容易


高品质和安全


帮我节省时间


便宜和及时送达

KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

纹眉膏
因操作简单和效果持久受到欢迎



素颜霜
2017年金额增长68%

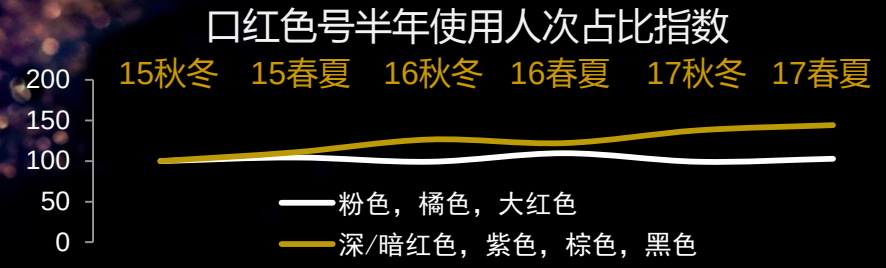


防晒喷雾
2017年金额增长66%



天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

产品追求更个性



KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

*使用人次占比指数以15秋冬为100作为基准，大于100的代表消费者比过去更偏好使用这种颜色



高露洁
心形牙膏搭配告白传情盒大胆爱



海蓝之谜
银色托盘提供专属刻字服务

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

下一个风口在哪里？

KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

健康和天然持续流行，本土的更好更安全

韩国天然洗发水消费者占比



KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

有机无添加将不仅是一个概念

ewg

植物&
有机产品

ECO CERT

法国本地品牌迅速崛起

本地品牌
本地原料

百雀羚是中国消费者触及人数最多的护肤品牌

#1

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

快速易操作同时拥有院线效果的产品将逐渐普及

27%

KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

的消费者在16年9月-17年2月使用过美容仪或洁面仪





9%

的消费者在2017年购买过美容保健品





天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

品牌跨界新玩法，明星自创将成新风尚

品牌跨界
百雀羚与故宫珠宝设计师合作



明星联名
王俊凯担任兰蔻彩妆与香水大使



明星推荐
范冰冰直播推荐美妆产品



明星自创
Kylie Jenner推出自己名下的彩妆品牌



KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

高科技赋能新的购买时机

丝芙兰

通过AR让消费者尝试不同妆容



资生堂Optune

家用护肤系统根据数据分析个人肤质，提供专门搭配的护肤品



玛丽黛佳

在商场设置无人口红售卖机销售火爆



天猫

智能化妆间吸引顾客尝试妆容并即刻在天猫下单



KANTAR WORLDPANEL

a CTR service in China

天猫金妆奖

TMALL BEAUTY AWARDS

为了更好的在不断升级的行业中前行，厂商需要

以消费者为中心

- 泛中产和年轻群体
- 健康天然
- 简单便利
- 快乐个性

持续消费升级

- 积极创新
- 专业化细分
- 科技加持
- 优质原产地材料

把握新零售

- 新场景营销
- 跨界营销
- 明星网红
- 线上线下深度融合

KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

天猫金妆奖
TMALL BEAUTY AWARDS

谢谢！

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China