

ISSUE
14

38女王节

mi
alimama m insight

了不起的女子力

美妆消费蓝海与趋势赛道

To make it easy
to do marketing anywhere.



CONTENTS

目录

PART1

「新赛道」助力「新品牌」加速成长 01



PART2

美妆新行业「新趋势」 05



PART3

「新趋势」下的「机会赛道」与「机会人群」 08



PART4

「新趋势」下的「机会赛道」与「机会人群」 26



制作团队

alimama m insight lab 出品

阿里妈妈作为全球最大的品牌数字营销阵地，也是品牌做消费者投资的首选平台，运用独有的数字化营销能力，提升品牌的投资性价比。

阿里妈妈推出 m insight 以新洞察持续构建新消费时代品牌数字营销世界观，打造“品牌数字营销第一洞察”。透过大数据和人工智能，持续输出四大趋势洞察——新人群趋势洞察、新需求场景洞察、新货品趋势洞察、新媒介决策洞察，依托阿里巴巴强大的数字技术能力，帮助品牌发现生意增长的新机会，发掘新的增长趋势，找到超线性增长的切入点。

alimama m insight lab 由阿里妈妈市场公关部、营销研究和体验中心、阿里妈妈营销策划中心联合成立的虚拟组织。



FOREWORD

序言

女子力的崛起和“她经济”繁荣，女性更加关注“自我”，探索需求，勇敢表达。作为以面向女性群体为主的美妆行业，是日夜陪伴的亲密伙伴，也是自我特质和审美主张的表达延伸。美妆行业格外关注女性消费新需求，这些消费需求的供给情况，反应出美妆消费蓝海趋势。

洞察发现，2020 美妆行业新赛道成交额同比增速是美妆行业整体的四倍。与此同时，新品牌驱动美妆蓝海趋势显著。涌现的美妆蓝海趋势背后，新品牌正在入局，对于美妆新品类新趋势更加敏锐。

阿里妈妈 m insight 结合消费者对美妆的需求潜力，以及美妆市场商品供给情况，预测美妆蓝海趋势赛道，把握美妆行业新品类机会，尤其为美妆行业新品牌提供方向。

报告围绕“功能满足、成分关注、未来科技、感官刺激”四大革新方向，解读美妆蓝海趋势赛道。

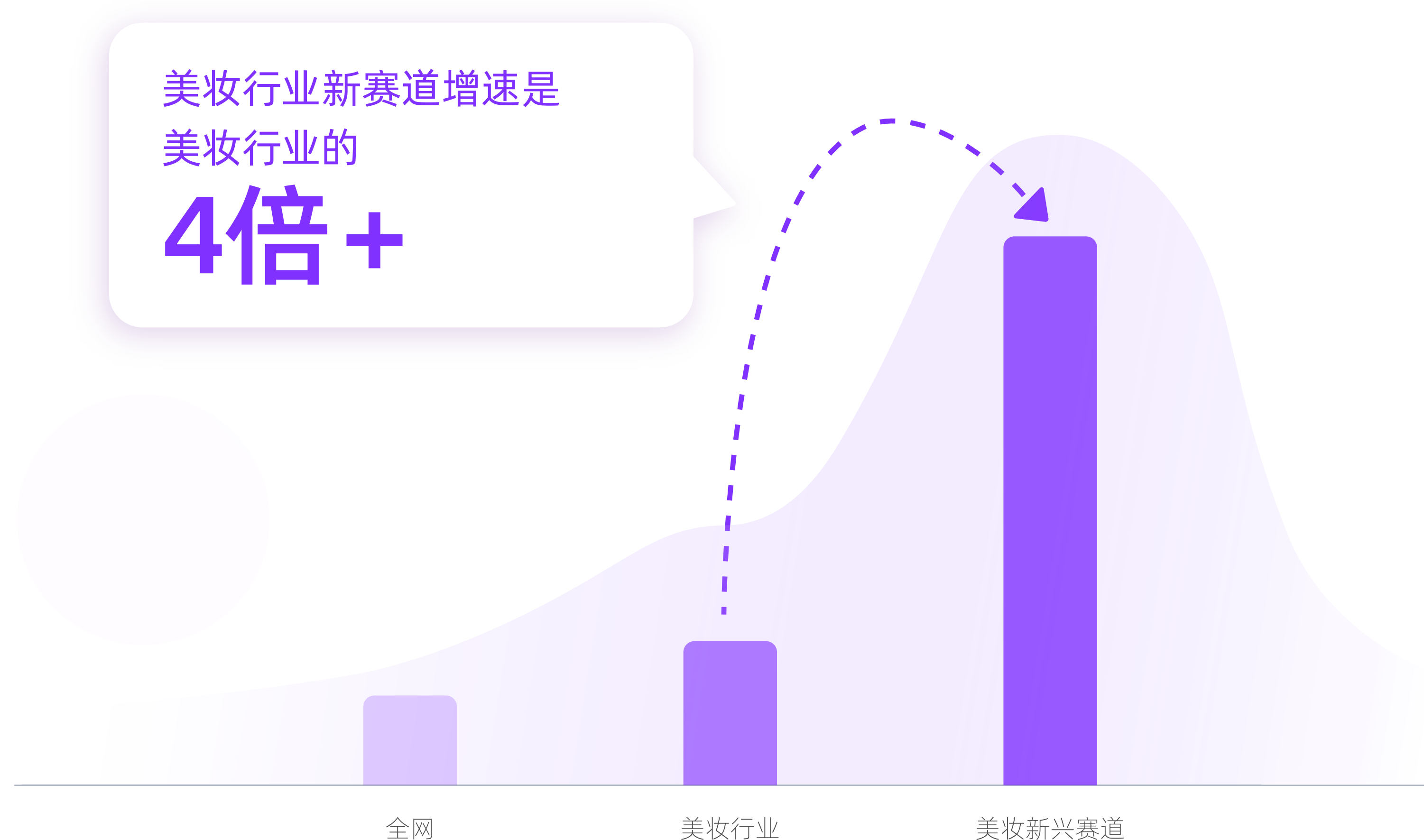
om insight

PART 01

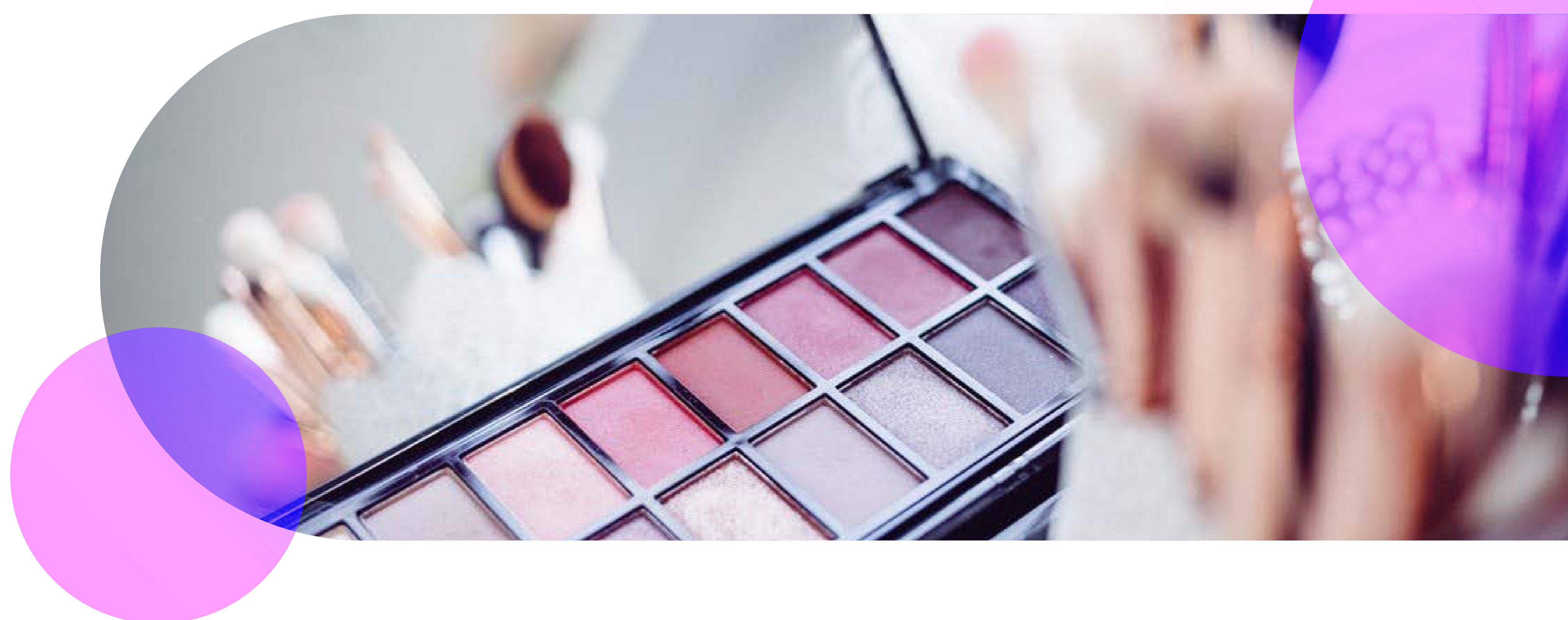
「新赛道」助力「新品牌」加速成长



美妆新赛道展现出超强爆发力, 推动行业整体成交额快速增长



2020年成交额同比增速



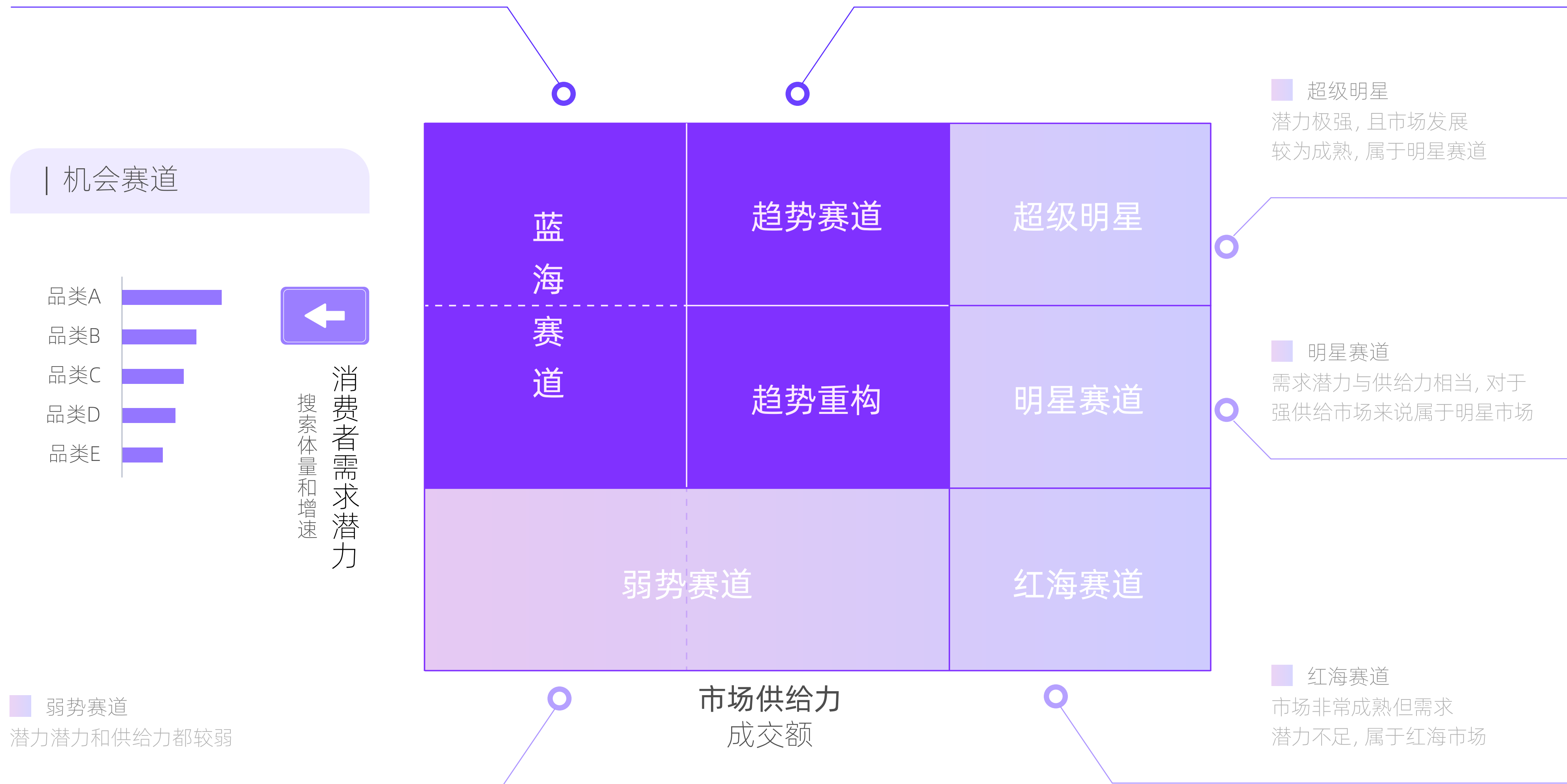


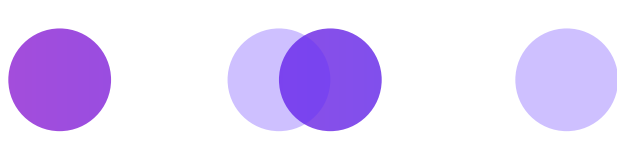
通过需求供给矩阵, 双向定位行业的蓝海/趋势

「需求供给矩阵」结合消费者对行业的需求情况以及市场上货品的供给情况，双向判断行业机会

■ 蓝海赛道
潜力强度高于供给强度，
极具发展潜力，目前市场相对空白

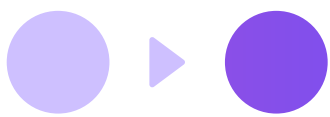
■ 趋势赛道
潜力强度高于供给强度，
极具发展潜力，目前市场初起



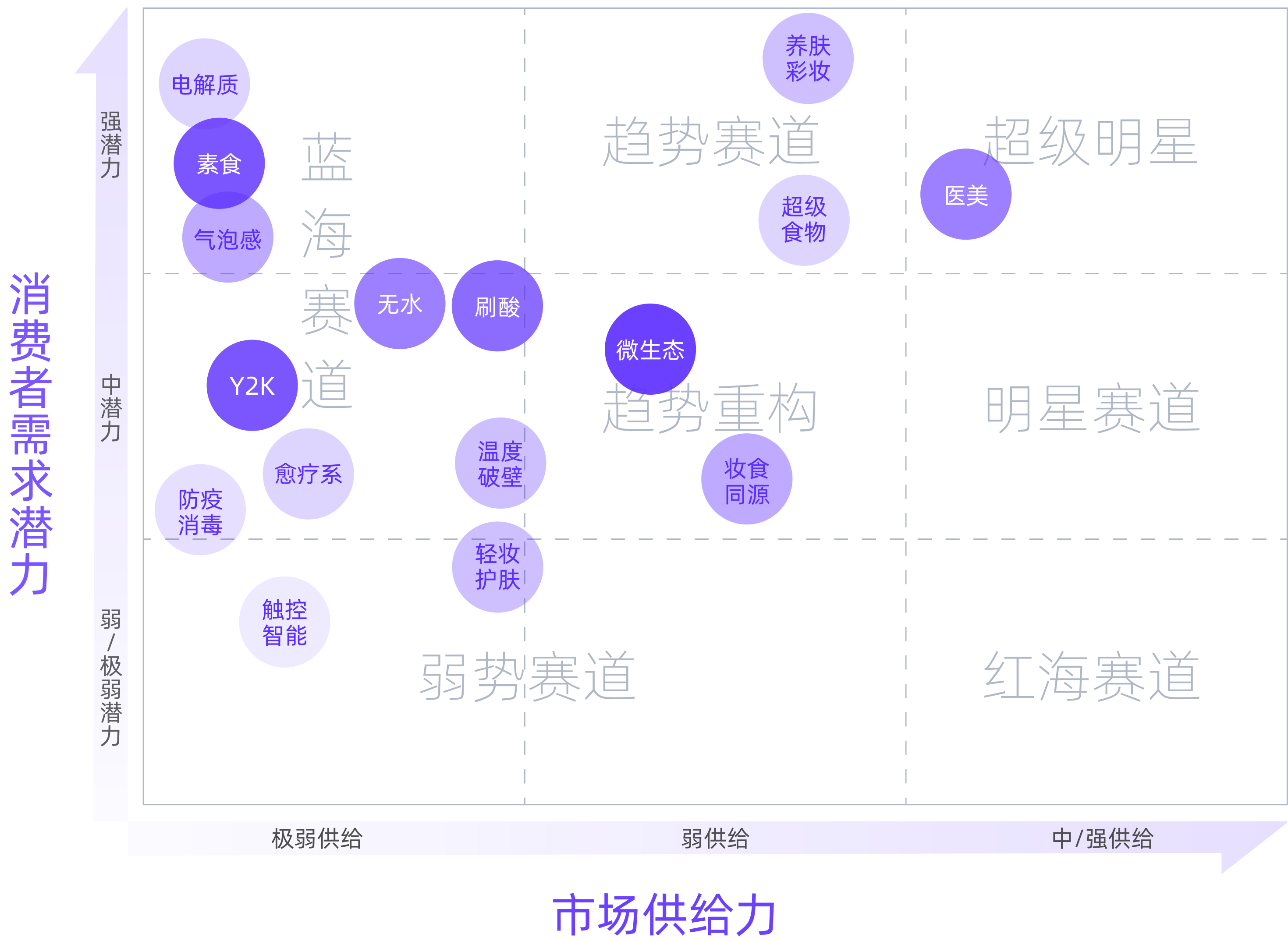


美妆行业大量蓝海趋势机会涌现， 背后新品牌正在入局

| 新品牌驱动型趋势



圆圈颜色越深表示新品牌在该趋势中的布局越强(TGI >100)



注1：新品牌为2017年开始加入天猫平台的商家
注2：TGI为新品牌在趋势中的渗透，对比新品牌在全行业中的渗透

om insight

PART 02

美妆新行业「新趋势」



美妆行业新趋势出现于功能满足、成分关注、未来科技、感官刺激和四大方面

- 功能满足
- 成分关注
- 未来科技
- 感官刺激

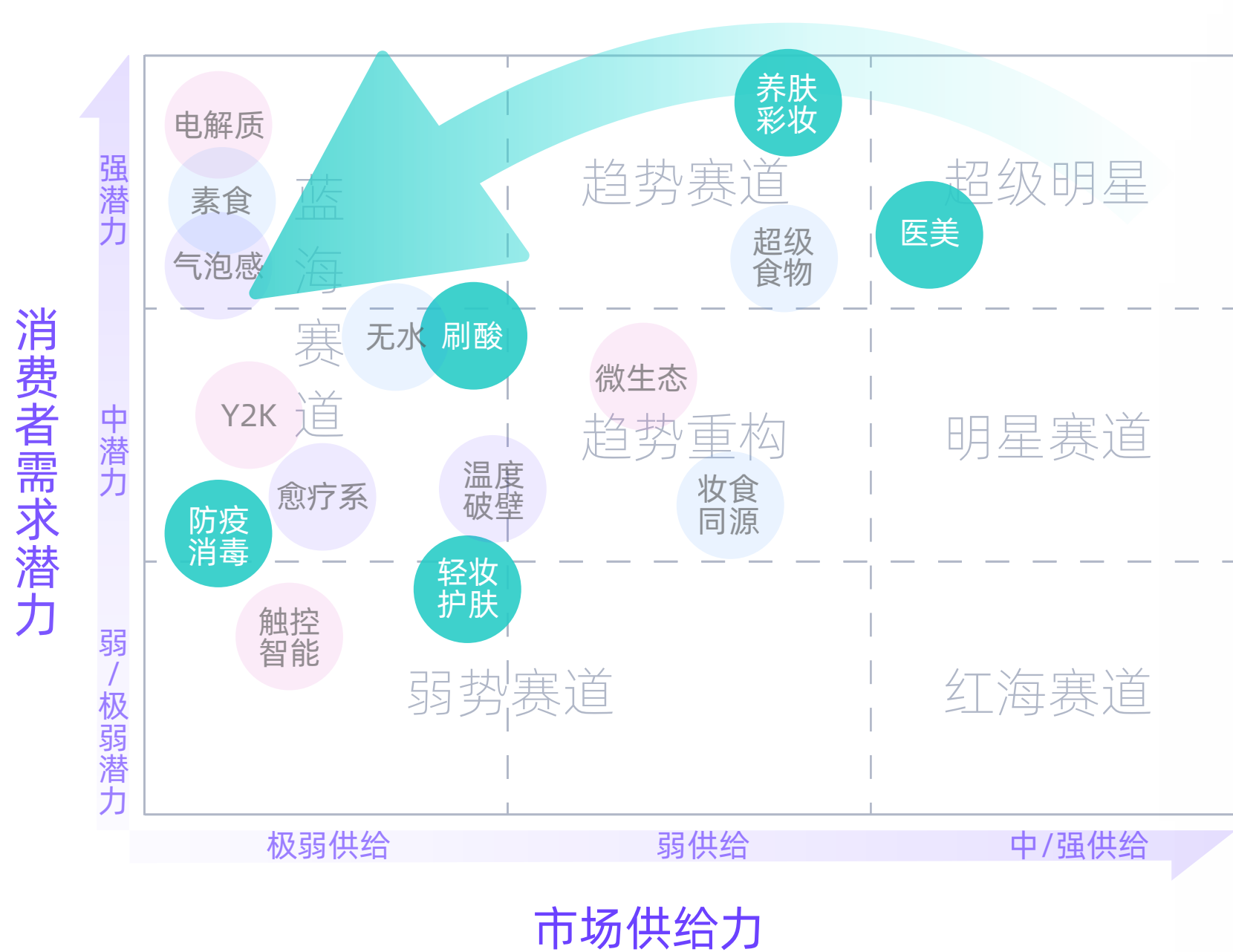


注1：新品牌为2017年开始加入天猫平台的商家
注2：TGI为新品牌在趋势中的渗透，对比新品牌在全行业中的渗透

新趋势体现出行业的4种「新」变革

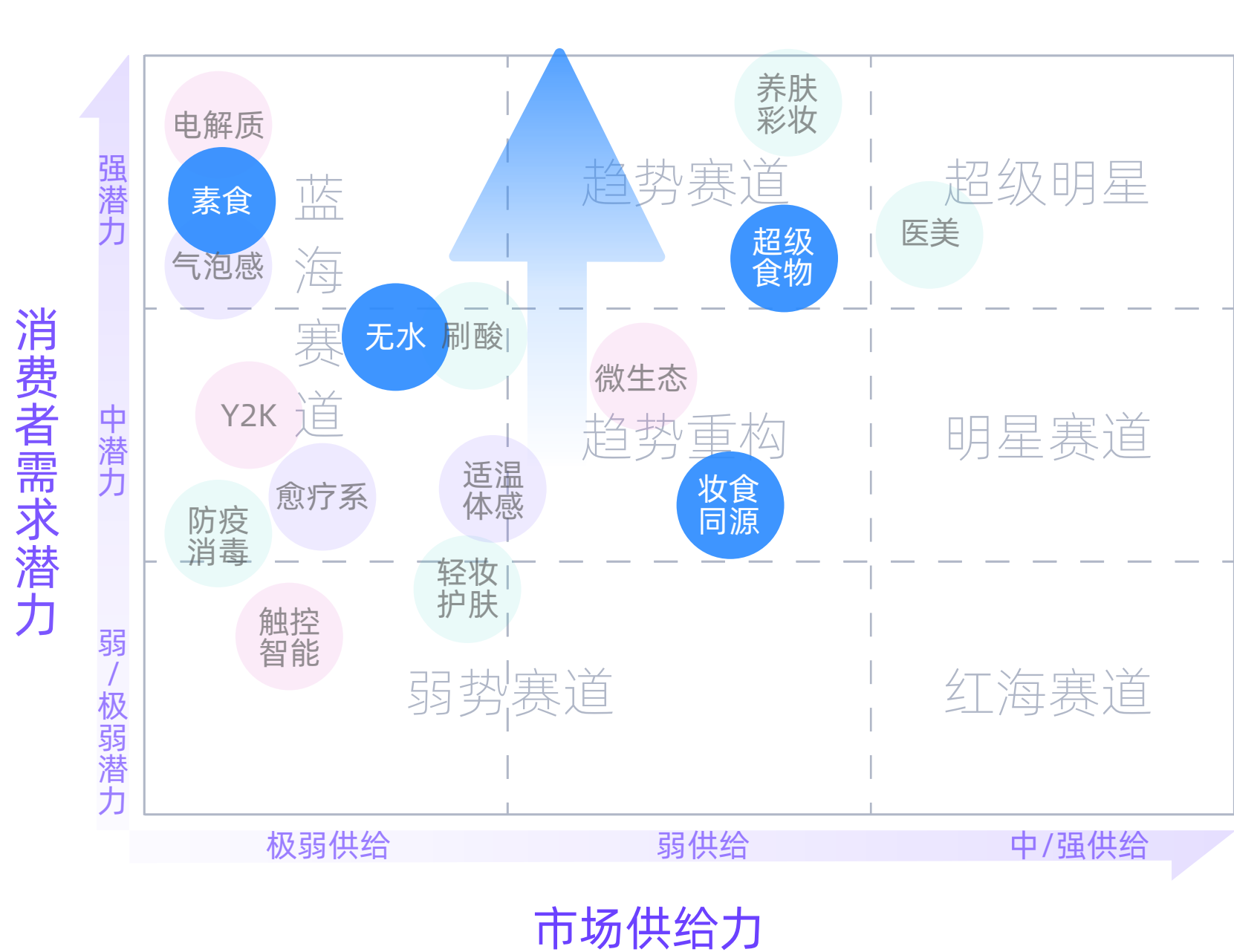
新场景

功能满足的多元化裂变



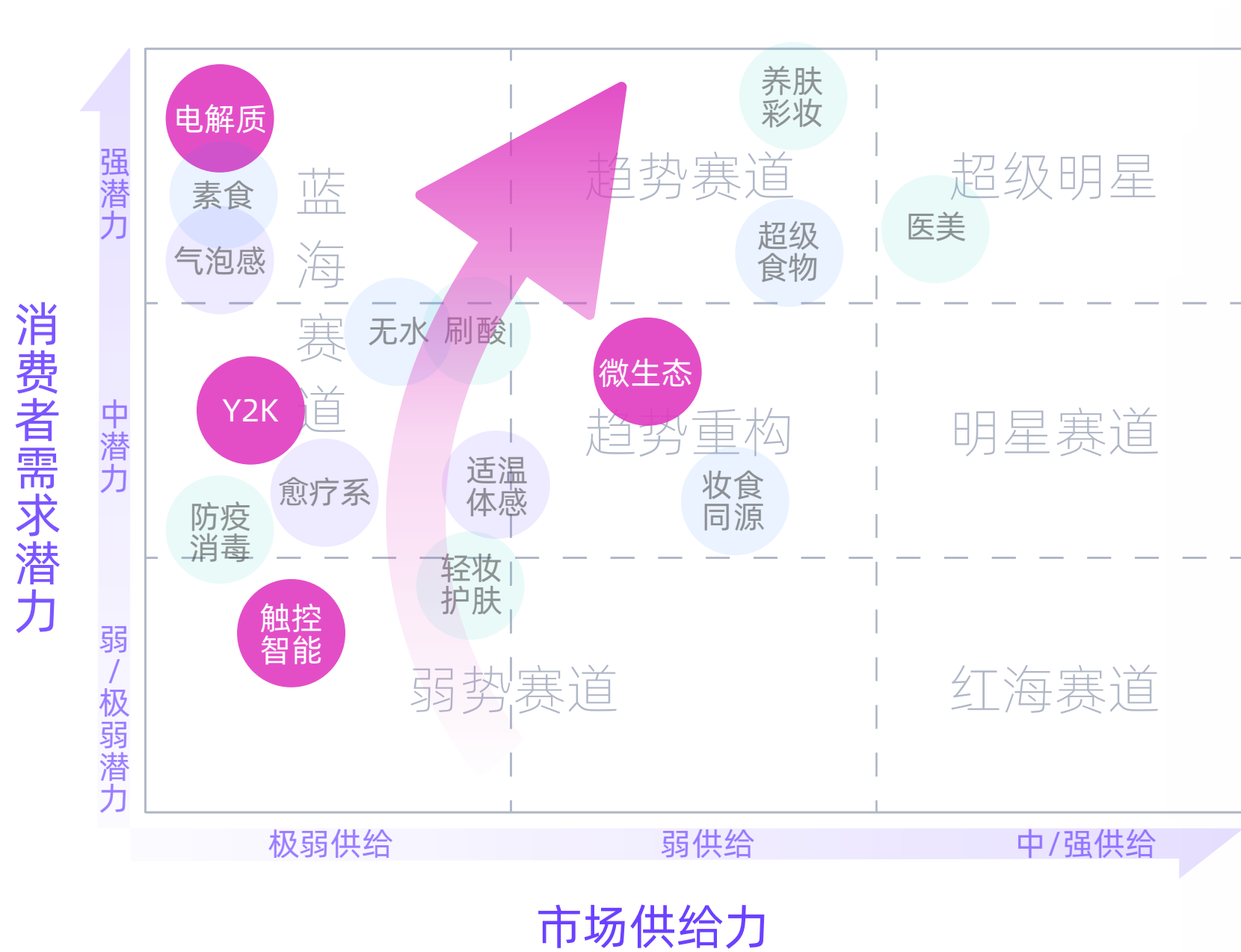
新物种

成分关注的极致化升级



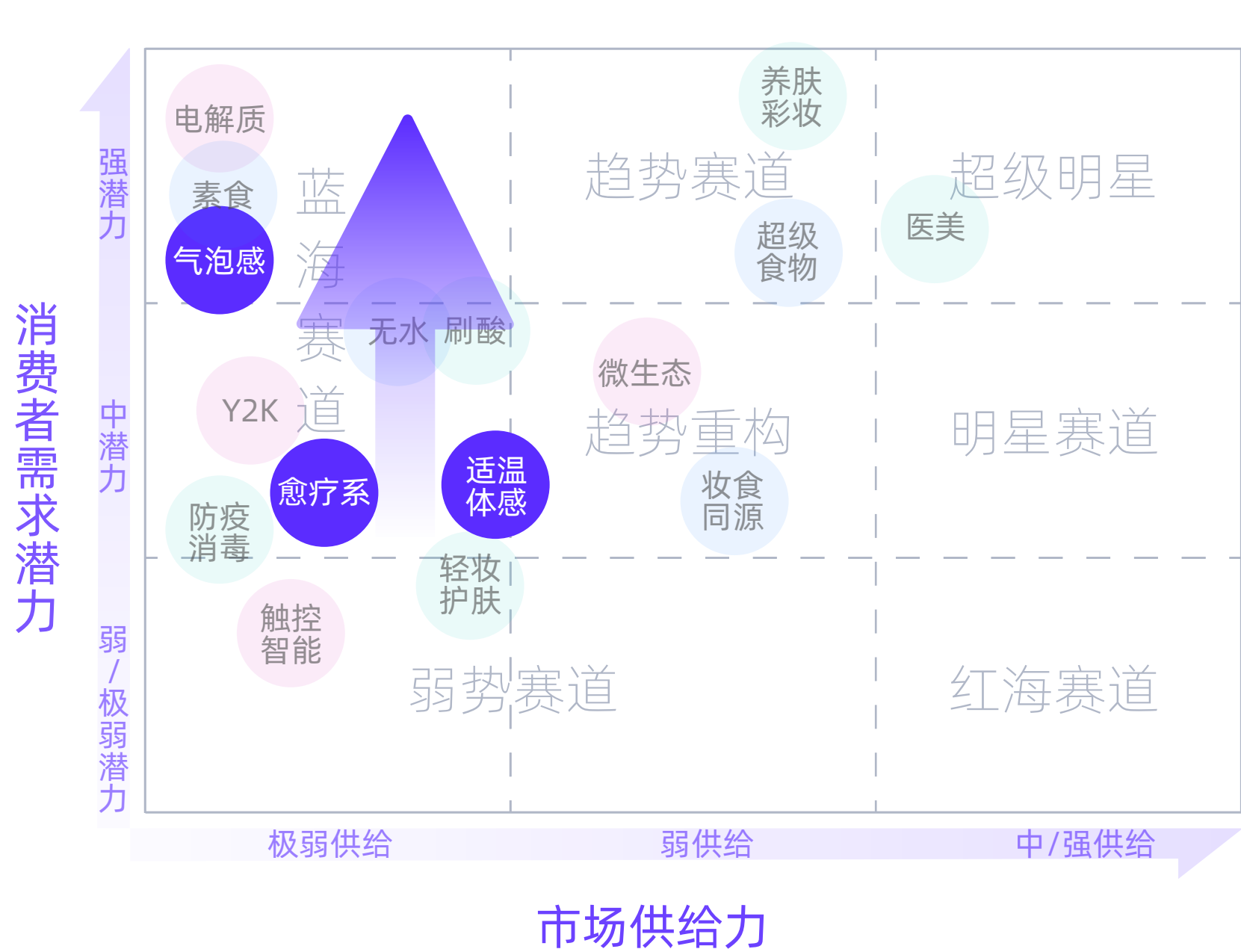
新科技

未来科技的技术性创新



新体验

感官刺激的视触感破壁



ominsight

PART 03

「新趋势」下的「机会赛道」与「机会人群」

01·新场景

「功能满足」的多元化裂变

医美护肤

—

养肤彩妆

—

刷酸焕肤

—

轻妆护肤

—

消毒防疫

—

医美护肤

消费升级的进一步体现，消费者对功效和安全性的极致追求

双下巴一咬肌



提拉面膜

水光玻尿酸



乳液

| 机会赛道

TOP GMV体量类目



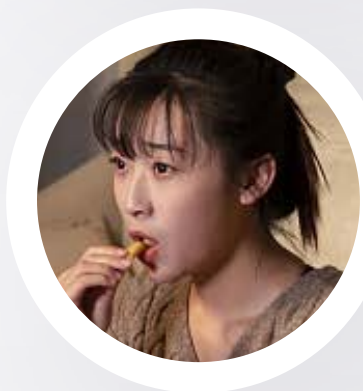
| 机会人群

相比大盘人群显著特征



已婚

TGI>120



晚睡强迫症

TGI>120



健康医疗

TGI>120

养肤彩妆

护肤在彩妆行业中渗透，通过妆养合一回归本质

养眉



何首乌眉笔

淡化唇纹



唇油

保湿



玻尿酸CC霜

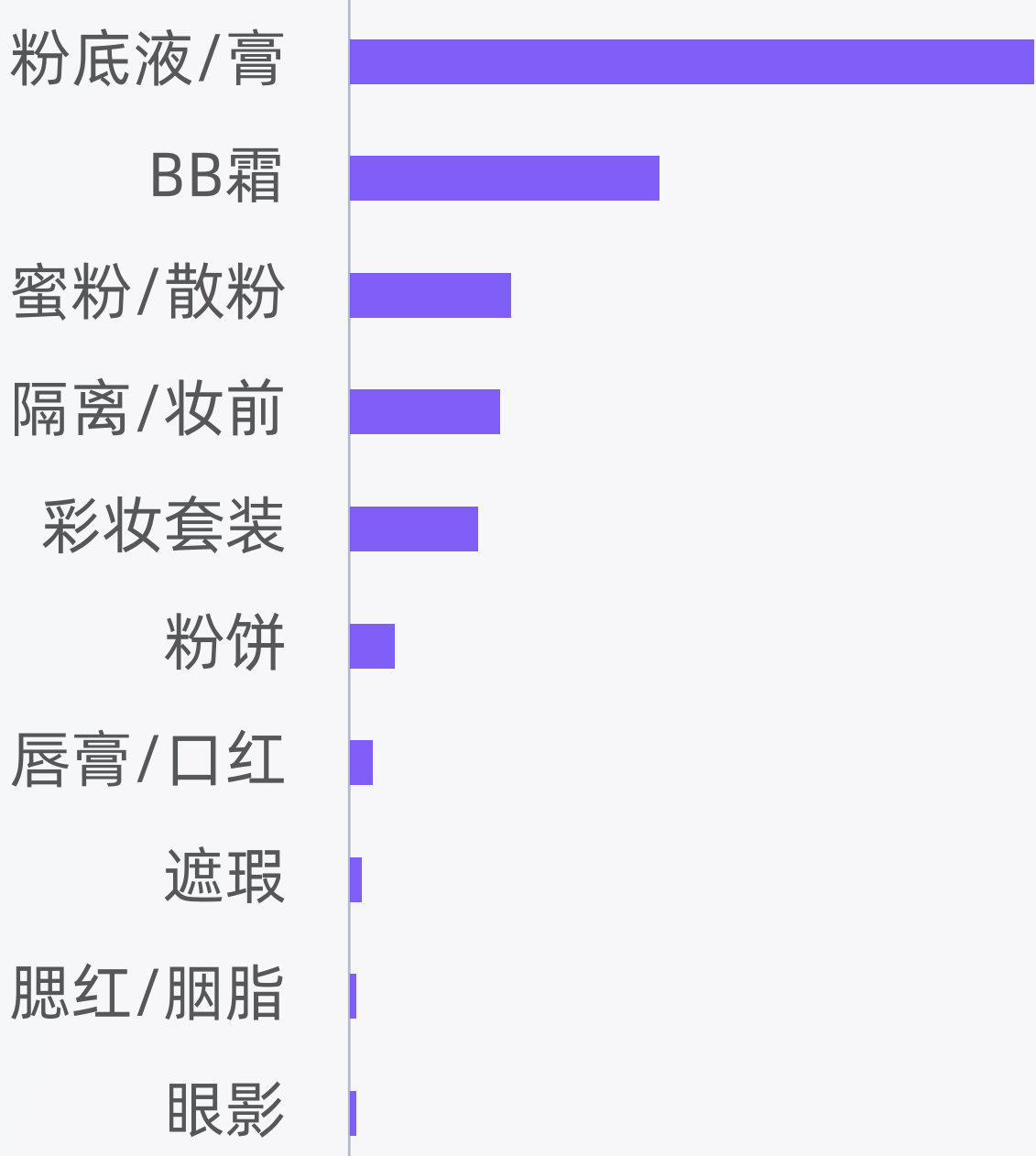
滋养



草本粉底液

机会赛道

TOP GMV体量类目



机会人群

相比大盘人群显著特征



注：ULzzang指偏爱韩系穿搭、时尚潮流的甜美清新少女

刷酸焕肤

从祛痘/油皮的问题肌人群中向外拓圈，
成为更日常的焕肤方式

刷酸主要是调节角质层 的酸碱性，用一定浓度的酸来促进老废角质层剥落，加快上皮细胞的新陈代谢

水杨酸



面部精华液

果酸



甘醇果酸化妆水

杏仁酸



精华

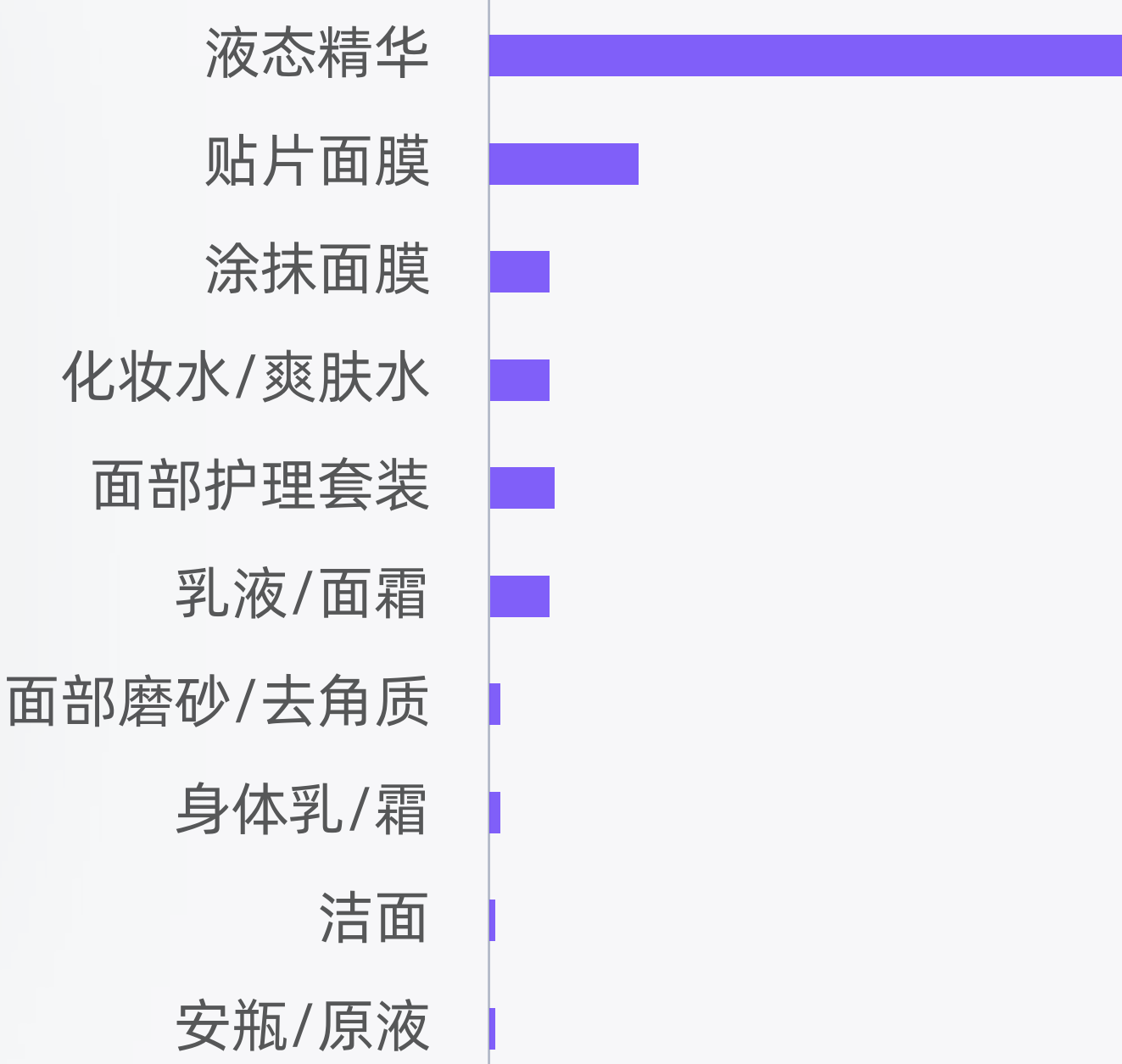
皂苷



精华

| 机会赛道

TOP GMV体量类目



| 机会人群

相比大盘人群显著特征



GENZ
TGI>200



观察类节目爱好者
TGI>120



筹备婚礼阶段
TGI>200

轻妆护肤

快节奏生活下人们追求高效解决方案，
素颜轻妆感受年轻人喜爱

亮眼

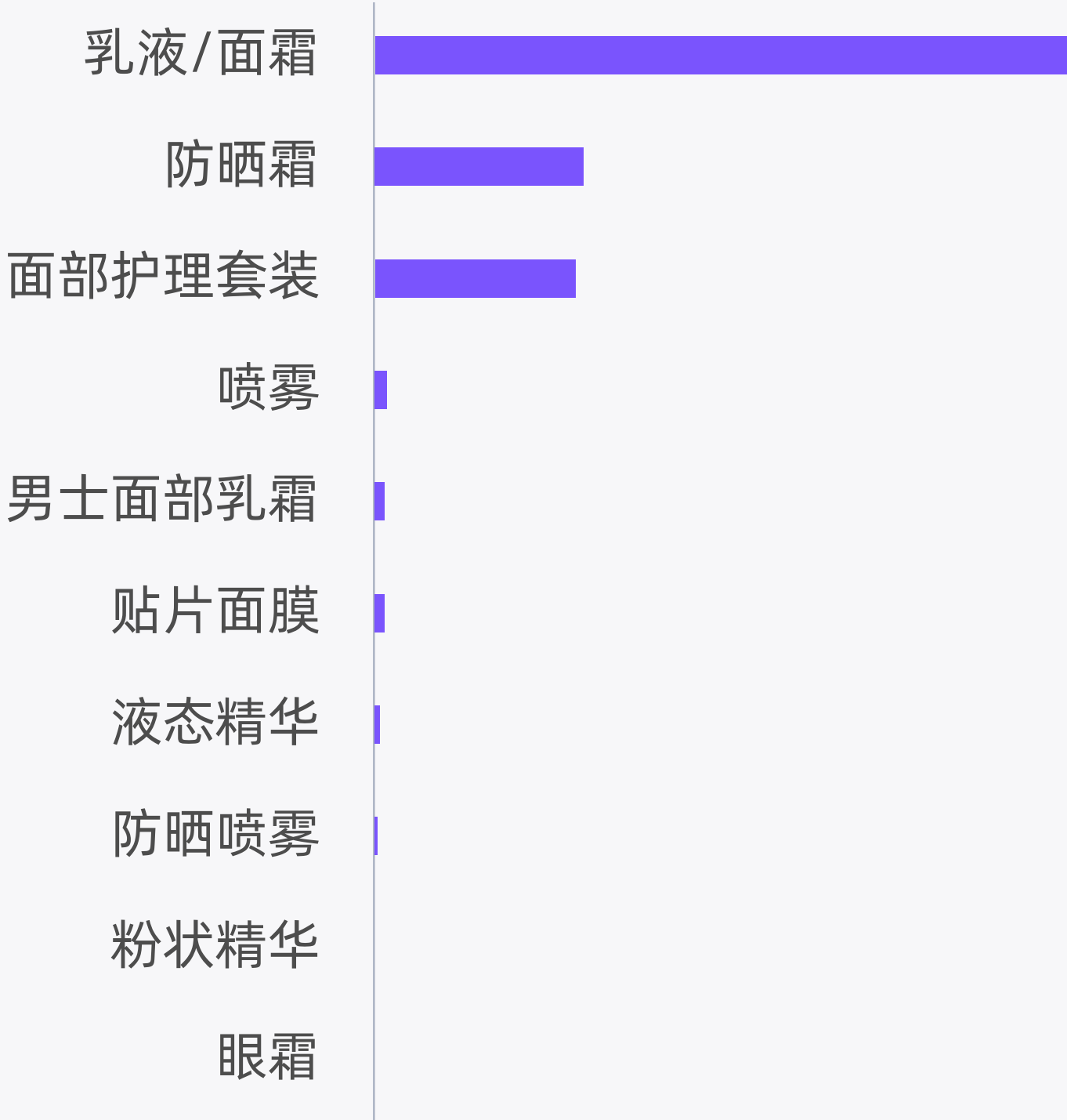


裸色遮瑕



| 机会赛道

TOP GMV体量类目



| 机会人群

相比大盘人群显著特征



黑白元素党：喜欢黑白色系的用户，追求简单经典的风格，包含穿搭风格，居家风格

02·新物种

「成分关注」的极致化升级

素食美妆

—

无水美妆

—

妆食同源

—

超级食物

—



素食美妆

追求健康生活方式的一种体现，
受“弹性素食人群”增加的推动

素食美妆而是含有天然植物成分、有机配方的产品



素食保湿霜



纯素眼霜

| 机会赛道

TOP GMV体量类目



| 机会人群

相比大盘人群显著特征



80后
TGI>120



美体师
TGI>500



烹饪达人
TGI>300

无水美容

品质追求再升级，追求纯净并且极致化的功效体验

以植物成分、油类代替水，提高产品实用性，减少防腐剂的添加

固态



面膜

冻干



冻干面膜

果汁



面霜

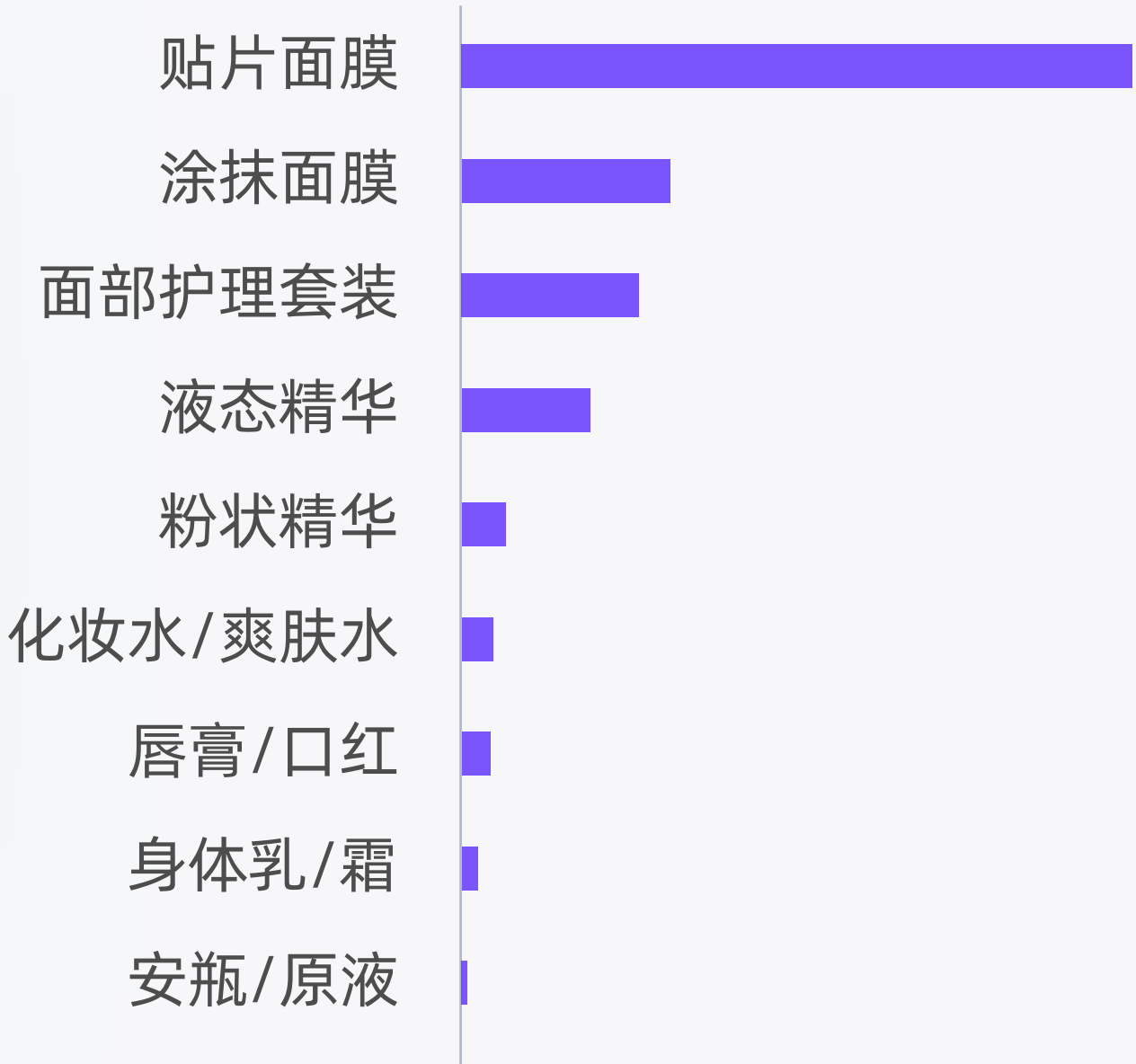
植物成分/油



口红

| 机会赛道

TOP GMV体量类目



| 机会人群

相比大盘人群显著特征



已婚人群
TGI>120



美体师
TGI>800



高质量导向
TGI>300

妆食同源

成分安全性关注加深，从食品中获取温和安全感

虾青素



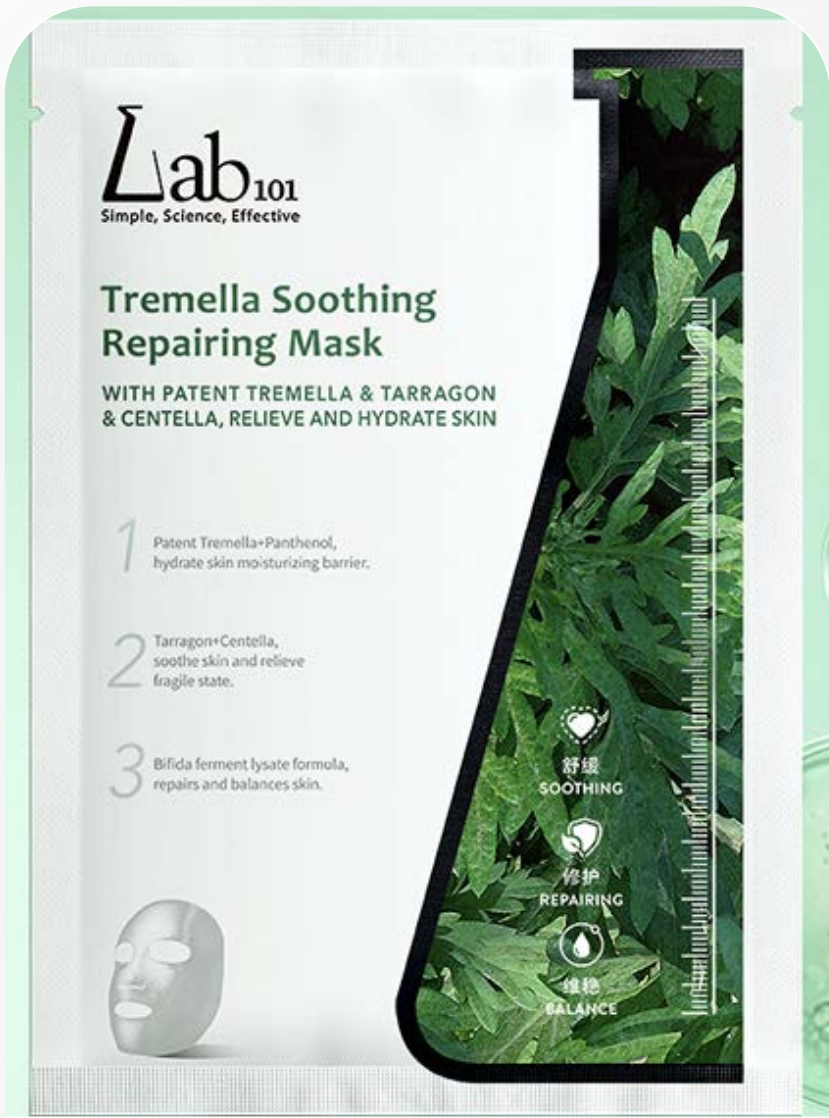
粉底液

咖啡因



补水棒

银耳



面膜

向日葵



涂抹式面膜

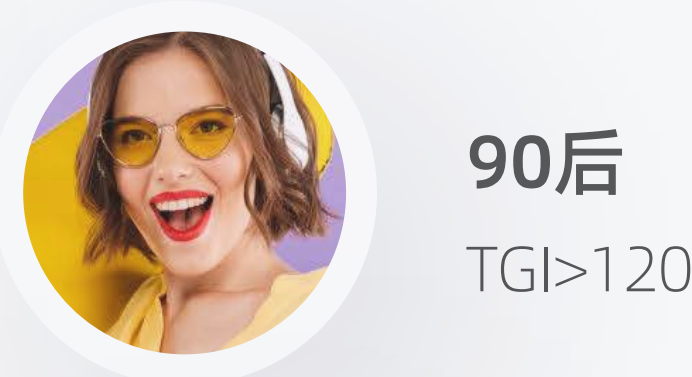
| 机会赛道

TOP GMV体量类目



| 机会人群

相比大盘人群显著特征



超级食妆

更高的营养成分解决皮肤健康问题

超级食物指具有促进健康特性的食物，含有大量抗氧化剂

甘蓝



洗面奶

沙棘果



面膜粉

牛油果



眼妆

巴西莓



身体乳

| 机会赛道

TOP GMV体量类目



| 机会人群

相比大盘人群显著特征



03·新科技

「未来科技」的技术性创新

微生物护肤

Y2K美学

电解质养肤

智能触控

微生态

科学化方式回归肌肤本质需求

利用微生物技术提取对皮肤有益的微生物菌群，深度参与到人体的新陈代谢，加强肌肤机能

发酵



面膜

乳酸菌



面膜

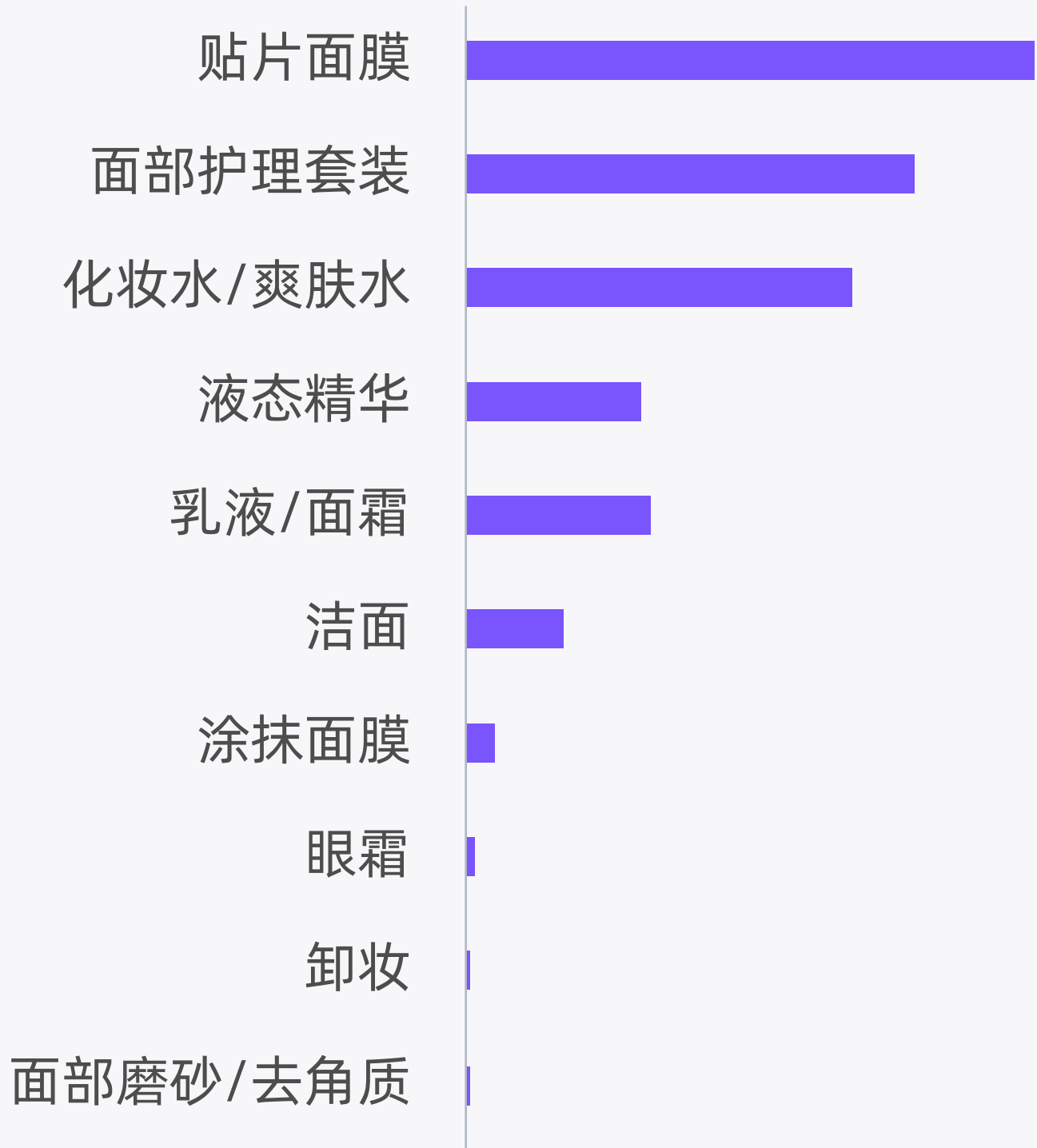
益生菌



洗面奶

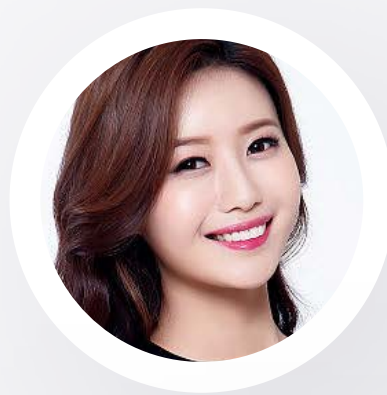
| 机会赛道

TOP GMV体量类目

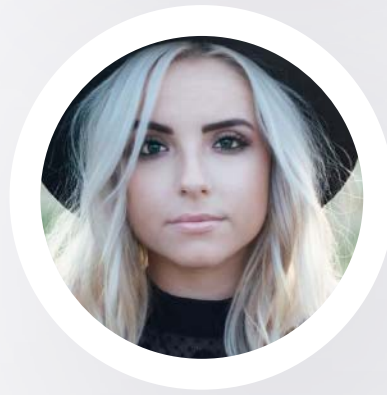


| 机会人群

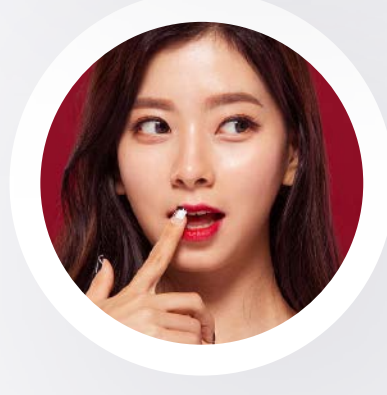
相比大盘人群显著特征



85后
TGI>120



极简主义者
TGI>300



白富美
TGI>500

极简主义：追求简单生活的群体，信奉“生活的羁绊从来都是自己的生活方式造成”

Y2K美学

未来科技高度发展的时代下， 通过色彩来表达人类与科技的冲撞感

Y2K指千禧之年，代表着千禧年人们对未来科技天马行空的想象，在20年后的今天看来，有着一一种复古的科幻感

高饱和度配色



钻石腮红

电光金属感



Y2K唇釉

| 机会赛道

TOP GMV体量类目



奇幻元素



星空液体眼影

科技感



蓝色眼影

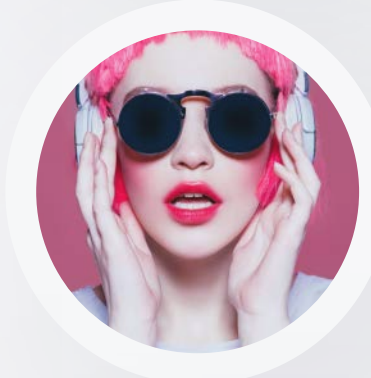
| 机会人群

相比大盘人群显著特征



学生

TGI>200



COS巨巨

TGI>120



微淘内容偏好人群

TGI>120

04·新体验

「感官刺激」的视触感破壁

温度破壁

—

气泡光感

—

温暖疗愈

—

温度破壁

寻求感官刺激，尤其受到新品易感人群的偏爱

冰沙质地



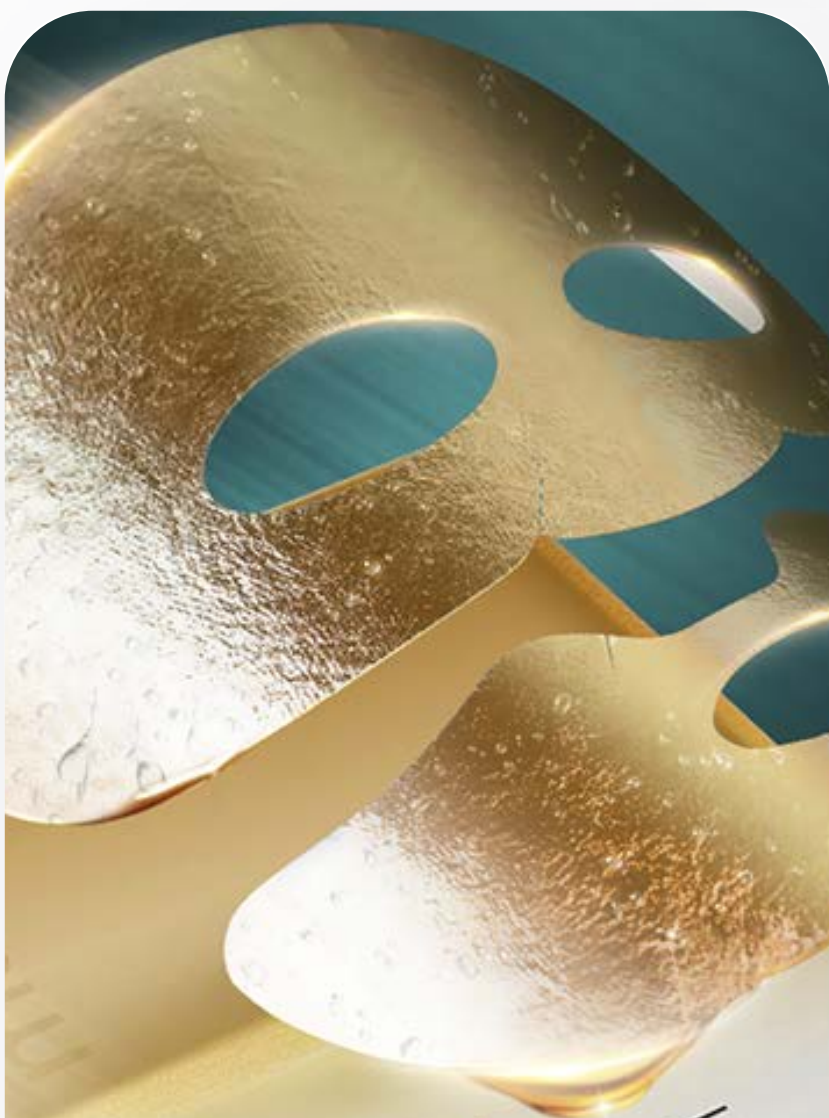
冰沙身体乳

水感



水散粉

发热/热循环



热能面膜

保温



润唇膏

机会赛道

TOP GMV体量类目

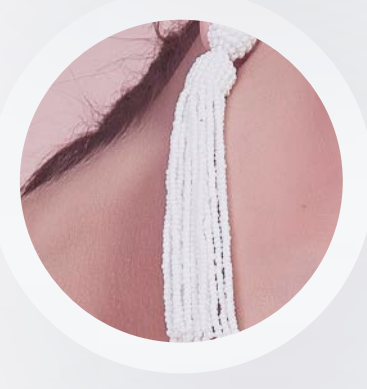


机会人群

相比大盘人群显著特征



85后
TGI>120



流苏控
TGI>120



高频消费人群
月度消费9次+

流苏控：偏爱流苏元素的年轻女性，浏览和购买的类目以服饰为主，家居用品为辅

气泡光感

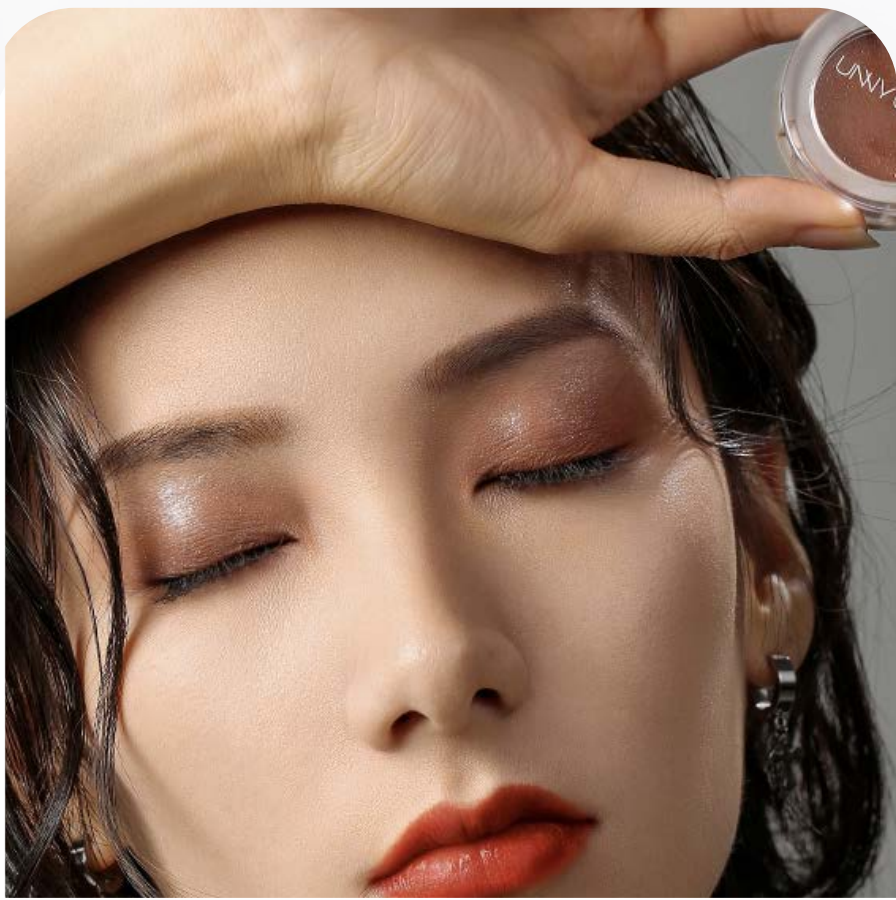
闪亮的视觉光感受到爱美的摄影女孩喜爱



气泡粉底液



气泡粉饼



眼影

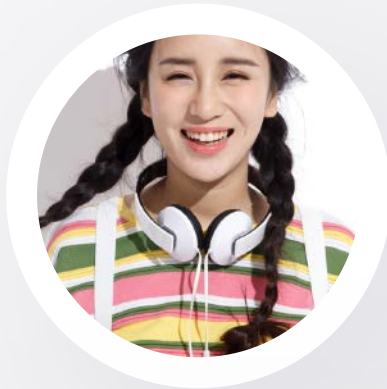
| 机会赛道

TOP GMV体量类目



| 机会人群

相比大盘人群显著特征



90后
TGI>120



拍摄美化爱好者
TGI>120



爱情剧偏好人群
TGI>120

温暖疗愈系

高压的生活节奏下，通过妆容给自己和他人带来治愈感

暖色系



腮红

萌宠



唇釉

| 机会赛道

TOP GMV体量类目



裸感



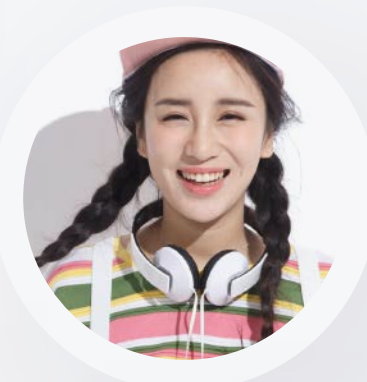
气垫BB



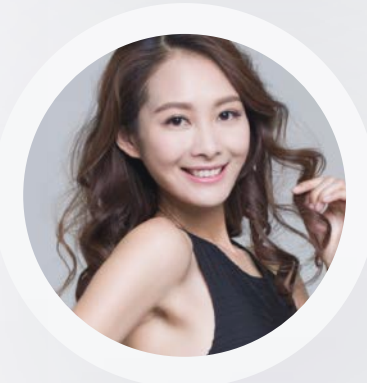
口红

| 机会人群

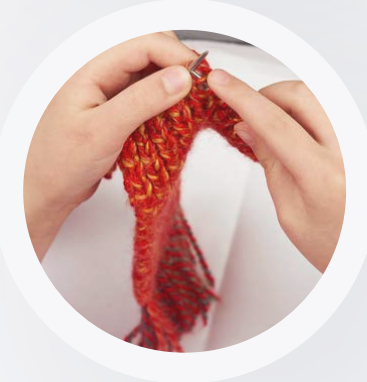
相比大盘人群显著特征



90后
TGI>120



INS达人
TGI>120



手工匠人
TGI>120

手工偏好者：热爱手作商品，在乎商品温度和背后故事的品质用户，购买力忠告；追求生活品质 and 独特性，不盲从所谓的时尚潮流

ominsight

PART 04

总结：彩妆与护肤行业的共性与差异



彩妆与护肤行业的侧重有所不同

美妆
—
共性

内修外养

妆食同源

如向日葵/银耳/虾青素/咖啡因..

超级食妆

如牛油果..

成分极致

素食美容

无水美容

护肤
—
差异

功能细分化

医美护肤

轻妆护肤

刷酸焕肤

消毒防疫

科技改造

电解质养肤

微生态护肤

触觉刺激

温度破壁

彩妆
—
差异

回归本质

养肤彩妆

科技体验

Y2K美学

触控智能

视觉刺激

气泡光感

温暖疗愈

针对不同人群需求做沟通



低线城市GENZ
价格敏感度高

ULzzang潮流

养肤彩妆

Y2K美学

气泡光感

趣玩尝鲜族

温度破壁

智能触控



都市年轻白领
消费力强

弹性素食/健身减肥族

素食美妆

超级食妆

熬夜加班族

医美护肤

轻妆护肤

温暖疗愈



都市熟龄
质量导向

养生达人

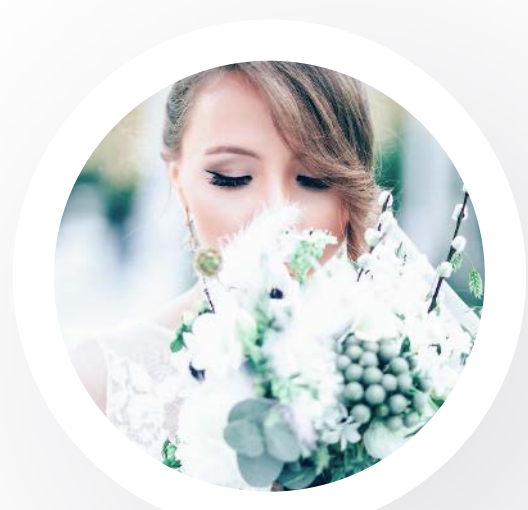
妆食同源

微生态护肤

电解质护肤

美容场所VIP

无水美容



急救场合
问题肌人群

婚礼筹备前

刷酸焕肤

疫情防护

消毒防疫