

2020年中国美妆电商市场分析报告- 市场现状调查与发展战略规划

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国美妆电商市场分析报告-市场现状调查与发展战略规划》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/522900522900.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

美妆就是运用化妆品和工具，采取合乎规则的步骤和技巧，对人的面部、五官及其他部位进行渲染、描画、整理，增强立体印象，调整形色，掩饰缺陷，表现神采，从而达到美容目的。随着互联网的快速发展，电商渠道发展势头迅猛。越来越多的美妆品牌抓住流量红利，转向线上渠道，借助社交平台为品牌的营销与宣传提供了发展空间，近些年来快手、抖音、淘宝直播、小红书等平台成为美妆品牌新的带货头部平台。

从美妆用户获取内容信息渠道分布情况来看，41%的消费者是通过第三方电商平台获取美妆信息，36%的消费者是通过社交媒体获取美妆信息。

美妆用户获取内容信息渠道分布情况（单位：%）

数据来源：公开资料整理

其中以抖音、小红书等线上平台为主。以抖音%小红书美妆营销数量为例：

1、抖音短视频

从2020年10月抖音短视频热销商品数量占比来看，精致彩妆以7.4%的数量占比位居第五。

2020年10月抖音短视频热销商品数量占比（单位：%）

数据来源：公开资料整理

从2020年10月抖音短视频精致彩妆类商品价格区间数量占比来看，抖音短视频精致彩妆类商品价格区间主要集中在20-40元和100-200元，数量占比均近两成。

2020年10月抖音短视频精致彩妆类商品价格区间数量占比（单位：%）

数据来源：公开资料整理

在2020年10月抖音短视频热销精致彩妆类单品TOP5排行榜中，口红位居榜首，数量占比为21.8%，平均价格为57.8元；其次是眼影，数量占比为8.8%，平均价格为76.7元。

2020年10月抖音短视频热销精致彩妆类单品TOP5

排名

单品

数量占比

平均价格

销量最高商品及价格

1

口红

21.8%

57.8元

Sammi化妆镜口红19.9元

2

眼影

8.8%

76.7元

3CE九宫格眼影230元

3

香水

7.9%

95.7元

反转巴黎男女滚珠香水29.9元

4

粉饼/散粉

6.4%

83.7元

ZEESEA滋色埃及蜜粉饼69.9元

5

眼线

5.8%

41.5元

小奥汀眼线液笔69元数据来源：公开资料整理

在2020年10月抖音短视频精致彩妆类热销商品TOP3排行榜中，麦欧丽5只装伸缩眉笔以214775件的销量位居榜首，价格仅为9.9元；其次是sammi化妆镜口红，销量为191732件，价格为19.9元。

2020年10月抖音短视频精致彩妆类热销商品TOP3

排名

商品名称

价格（元）

销量（件）

1

麦欧丽5只装伸缩眉笔

9.9

214775

2

sammi化妆镜口红

19.9

191732

3

sammi美丽容颜粉底液

29.9

77908数据来源：公开资料整理

2、抖音直播

在2020年10月抖音直播销售额商品品类TOP10中，美妆个护位居第三，直播数为5.9万，累计销售额为11.5亿元。

2020年10月抖音直播销售额商品品类TOP10

排名

品类

商品数

主播数

直播数

累计销量

累计销售额

1

服饰鞋包

33.5万

1.4万

10.9万

3976.1万

42.5亿元

2

餐饮食品

3.7万

1.8万

10.1万

3144.4万

12.0亿元

3

美妆个护

5.0万

1.1万

5.9万

1531.2万

11.5亿元

4

母婴儿童

4.4万

5527

3.5万

899.7万

3.9亿元

5

数码家电

1.0万

7998

4.1万

230.5万

3.8亿元

6

日用百货

4.0万

1.2万

6.8万

1213.7万

3.7亿元

7

钟表首饰

3.8万

3513

1.8万

354.5万

3.2亿元

8

家居家装

2.1万

4804

3.0万

347.3万

3.0亿元

9

文化娱乐

1.1万

6583

4.0万

291.2万

1.3亿元

10

运动户外

8944

3259

2.1万

140.3万

8993.3万元数据来源：公开资料整理

从2020年10月抖音直播美妆热度商品价格区间数量占比来看，20-40元价格区间数量占比最多，为27%；其次是20元以下，数量占比为22%。

2020年10月抖音直播美妆热度商品价格区间占比（单位：%）

数据来源：公开资料整理

在2020年10月抖音直播热销美妆品类单品TOP5排行榜中，口红以21.4%的数量占比位居第一，平均价格为67.9元；气垫/BB/CC以12.7%的数量占比位居第二，平均价格为82元。

2020年10月抖音直播热销美妆品类单品TOP5

排名

单品名称

数量占比

平均价格

销售最高商品及价格

1

口红

21.4%

67.9元

sammi化妆镜口红19.9元

2

气垫/BB/CC

12.7%

82.0元

比芭美蘑菇气垫霜39.9元

3

粉底液

9.5%

111.8元

sammi美丽容颜粉底液29.9元

4

香水

7.1%

73.0元

SEVENCHIC香氛笔3三支装套盒138元

5

隔离

6.3%

88.9元

爱而乐隔离乳138元数据来源：公开资料整理

在2020年10月抖音直播美妆类商品销量TOP3排行榜中，sammi化妆镜口红累计销量最多，为15.4万；其次是莉兹红丝绒禁忌之吻口红，累计销量为6.6万。

2020年10月抖音直播美妆类商品销量TOP3

商品标题

sammi化妆镜口红

莉兹红丝绒禁忌之吻口红

sammi美丽容颜粉底液

单品名称

口红

口红

粉底液

店铺名称

sammi旗舰店

兰博商贸中心

sammi旗舰店

直播价

19.9元

36.0元

29.9元

主播数

114

81

25

直播数

267

338

66

累计销量

15.4万

6.6万

6.1万数据来源：公开资料整理

在2020年10月抖音直播销售额前十美妆店铺榜单中，店铺罗拉密码优品、简与白美妆专营店、爱茉莉太平洋品牌旗舰店累计销售额占据前三名，分别为8108.2万、3355.8万、2758.5万，销售额最高的主播分别为@罗拉密码、@搭搭”随便夫妇”、@韩国媳妇大璐璐。

2020年10月抖音直播销售额前十美妆店铺榜单

排名

店铺名称

主播数

直播数

累计销售额

销售额最高的主播

1

罗拉密码优品

2

14

8108.2万

@罗拉密码7947.9万

2

简与白美妆专营店

19

28

3355.8万

@搭搭”随便夫妇”1199.1万

3

爱茉莉太平洋品牌旗舰店

3

3

2758.5万

@韩国媳妇大璐璐2565.9万

4

c姐的店

3

34

2637.8万

@C姐豪横2637.5万

5

金益五号

7

13

2543.7万

@小影夫妇2543.6万

6

米蓓尔旗舰店

2

7

2469.9万

@骆王宇2464万

7

欧诗漫专卖店

49

114

2253.8万

@知心文静情感主播616.3万

8

集美美妆

19

31

2247.1万

@罗永浩1494万

9

自然堂官方旗舰店

16

31

2006.7万

@陈三废gg673万

10

Lisa严选

24

43

1940.2万

@罗永浩1287.8万数据来源：公开资料整理

在2020年10月抖音直播销售额前十美妆类品牌榜单中，玛丽黛佳、珂拉琪、完美日记分别以825.4万、792.9万、484.9万的累计销售额排名前三，销售额最高的主播分别为@美谁妹妹、@Colorkey珂拉琪、@朱瓜J瓜。

2020年10月抖音直播销售额前十美妆类品牌榜单

排名

品牌名称

主播数

直播数

累计销售额

销售额最高的主播

1

玛丽黛佳

147

276

825.4万

@美谁妹妹328.9万

2

珂拉琪

112

362

792.9万

@Colorkey珂拉琪251.4万

3

完美日记

9

38

484.9万

@朱瓜J瓜464万

4

珀莱雅

19

37

484.2万

@王祖蓝202.5万

5

毛戈平

18

105

261.1万

@熊宝243.7万

6

稚优泉

74

365

238.3万

@晨妍44.9万

7

兰芝

39

148

218.4万

@韩国媳妇大璐璐122.1万

8

兰蔻

34

56

214.2万

@罗永浩140.1万

9

花西子

68

178

201.5万

@王祖蓝95.3万

10

纪梵希

14

19

191.7万

@戚薇176.7万数据来源：公开资料整理

3、小红书

从2020年10月小红书热销商品数量占比来看，美容护肤位居第一，数量占比为64.2%；其次是精致彩妆，数量占比为24.9%。

2020年10月小红书热销商品数量占比（单位：%）

数据来源：公开资料整理

从2020年10月小红书精致彩妆类商品价格区间数量占比来看，100元以下数量占比最多，为27%；其次是100-200元、200-300元，数量占比均为17%。

2020年10月小红书精致彩妆类商品价格区间数量占比（单位：%）

数据来源：公开资料整理

在2020年10月小红书热门精致彩妆品类单品TOP5排行榜中，口红、粉底、粉饼/散粉占据前三名，数量占比分别为22%、13%、10%；平均价格分别为231元、491元、322元。

2020年10月小红书热门精致彩妆品类单品TOP5

排名

单品名称

数量占比（%）

平均价格（元）

1

口红

22

231

2

粉底

13

491

3

粉饼/散粉

10

322

4

眼影

10

305

5

香水

9

508数据来源：公开资料整理

在2020年10月小红书精致彩妆热门商品TOP3排行榜中，中国完美日记探险家十二色眼影小猪盘排名第一，最低价为119.9元；其次是意大利乔治阿尼玛造型紧颜大师粉底液，最低价为438元。

2020年10月小红书精致彩妆热门商品TOP3

排名

品牌

国家

商品名称

最低价（元）

1

完美日记

中国

探险家十二色眼影小猪盘

119.9

2

阿玛尼

意大利

乔治造型紧颜大师粉底液

438.0

3

涂酷

韩国

三色修容粉修容盘阴影

79.0数据来源：公开资料整理

以抖音、小红书为主的社交平台，用短视频、直播等方式呈现美妆商品，让消费者能更直观的感受商品，极大地刺激了消费行为，带动美妆行业销量有所增长。未来，随着电商平台的不断增多，线上销售渠道多样化将会丰富美妆行业营销渠道，结合线上、线下发展模式，行业将迎来新的发展机遇。（CMY）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国美妆电商市场分析报告-市场现状调查与发展战略规划》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发美妆电商的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国美妆电商行业发展概述

第一节 美妆电商行业发展情况概述

一、美妆电商行业相关定义

二、美妆电商行业基本情况介绍

三、美妆电商行业发展特点分析

第二节 中国美妆电商行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、美妆电商行业产业链条分析

三、中国美妆电商行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国美妆电商行业生命周期分析

一、美妆电商行业生命周期理论概述

二、美妆电商行业所属的生命周期分析

第四节 美妆电商行业经济指标分析

一、美妆电商行业的赢利性分析

二、美妆电商行业的经济周期分析

三、美妆电商行业附加值的提升空间分析

第五节 中国美妆电商行业进入壁垒分析

一、美妆电商行业资金壁垒分析

二、美妆电商行业技术壁垒分析

三、美妆电商行业人才壁垒分析

四、美妆电商行业品牌壁垒分析

五、美妆电商行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球美妆电商行业市场发展现状分析

第一节 全球美妆电商行业发展历程回顾

第二节 全球美妆电商行业市场区域分美妆电商情况

第三节 亚洲美妆电商行业地区市场分析

一、亚洲美妆电商行业市场现状分析

二、亚洲美妆电商行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲美妆电商行业市场前景分析

第四节 北美美妆电商行业地区市场分析

一、北美美妆电商行业市场现状分析

二、北美美妆电商行业市场规模与市场需求分析

三、北美美妆电商行业市场前景分析

第五节 欧盟美妆电商行业地区市场分析

- 一、欧盟美妆电商行业市场现状分析
- 二、欧盟美妆电商行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟美妆电商行业市场前景分析
- 第六节 全球美妆电商行业重点企业分析
- 第七节 2021-2026年世界美妆电商行业分美妆电商走势预测
- 第八节 2021-2026年全球美妆电商行业市场规模预测

第三章 中国美妆电商产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品美妆电商总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国美妆电商行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国美妆电商产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国美妆电商行业运行情况

第一节 中国美妆电商行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国美妆电商行业市场规模分析

第三节 中国美妆电商行业供应情况分析

第四节 中国美妆电商行业需求情况分析

第五节 中国美妆电商行业供需平衡分析

第六节 中国美妆电商行业发展趋势分析

第五章 中国美妆电商所属行业运行数据监测

第一节 中国美妆电商所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国美妆电商所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国美妆电商所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国美妆电商市场格局分析

第一节 中国美妆电商行业竞争现状分析

一、中国美妆电商行业竞争情况分析

二、中国美妆电商行业主要品牌分析

第二节 中国美妆电商行业集中度分析

一、中国美妆电商行业市场集中度分析

二、中国美妆电商行业企业集中度分析

第三节 中国美妆电商行业存在的问题

第四节 中国美妆电商行业解决问题的策略分析

第五节 中国美妆电商行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国美妆电商行业需求特点与动态分析

第一节 中国美妆电商行业消费市场动态情况

第二节 中国美妆电商行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 美妆电商行业成本分析

第四节 美妆电商行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国美妆电商行业价格现状分析

第六节 中国美妆电商行业平均价格走势预测

一、中国美妆电商行业价格影响因素

二、中国美妆电商行业平均价格走势预测

三、中国美妆电商行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国美妆电商行业区域市场现状分析

第一节 中国美妆电商行业区域市场规模分美妆电商

第二节 中国华东地区美妆电商市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区美妆电商市场规模分析

四、华东地区美妆电商市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区美妆电商市场规模分析

四、华中地区美妆电商市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区美妆电商市场规模分析

四、华南地区美妆电商市场规模预测

第九章 2017-2020年中国美妆电商行业竞争情况

第一节 中国美妆电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国美妆电商行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国美妆电商行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 美妆电商行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国美妆电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国美妆电商行业未来发展前景分析

- 一、美妆电商行业国内投资环境分析
- 二、中国美妆电商行业市场机会分析
- 三、中国美妆电商行业投资增速预测

第二节 中国美妆电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国美妆电商行业市场发展预测

- 一、中国美妆电商行业市场规模预测
- 二、中国美妆电商行业市场规模增速预测
- 三、中国美妆电商行业产值规模预测
- 四、中国美妆电商行业产值增速预测
- 五、中国美妆电商行业供需情况预测

第四节 中国美妆电商行业盈利走势预测

- 一、中国美妆电商行业毛利润同比增速预测
- 二、中国美妆电商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国美妆电商行业投资风险与营销分析

第一节 美妆电商行业投资风险分析

- 一、美妆电商行业政策风险分析
- 二、美妆电商行业技术风险分析
- 三、美妆电商行业竞争风险分析
- 四、美妆电商行业其他风险分析

第二节 美妆电商行业企业经营发展分析及建议

- 一、美妆电商行业经营模式

二、美妆电商行业销售模式

三、美妆电商行业创新方向

第三节 美妆电商行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国美妆电商行业发展战略及规划建议

第一节 中国美妆电商行业品牌战略分析

一、美妆电商企业品牌的重要性

二、美妆电商企业实施品牌战略的意义

三、美妆电商企业品牌的现状分析

四、美妆电商企业的品牌战略

五、美妆电商品牌战略管理的策略

第二节 中国美妆电商行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国美妆电商行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国美妆电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国美妆电商行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国美妆电商行业定价策略分析

第三节 中国美妆电商行业营销渠道策略

一、美妆电商行业渠道选择策略

二、美妆电商行业营销策略

第四节 中国美妆电商行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国美妆电商行业重点投资区域分析

二、中国美妆电商行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/522900522900.html>