



数说故事

2017美妆行业年终盘点

2018

1.15

报告概要

本报告数据来自DataStory长期监测的美妆/个护行业数据库。作为全国数据量最大、监测时间最长的消费者数据库，DataStory共覆盖了全网90%声量，60+子品类，300+品牌，并从其中节选出彩妆和护肤品类，共计60个子品类用于本次分析。本报告由DataStory（数说故事）发布，研究团队使用DataStory旗下的在线大数据商业智能产品——数说立方进行数据采集分析。

数据时间：2017.01.01-2017.12.31。

报告围绕彩妆、护肤两大品类进行重点分析



彩妆

包括BB/CC霜，粉底，
遮瑕/修容，眼部，口
红/唇膏，指甲和卸妆

护肤

包括乳液/面霜/精华，
眼霜，防晒，面膜，
洁面和保湿水

- 
- 1 谁在讨论
 - 2 讨论什么
 - 3 怎么传播

2017年网络整体舆论声量



2017年美妆行业的微博讨论声量高达3478万，讨论人数达1130万，占微博活跃用户数（去除水军）的11%+

美妆行业讨论人数

1130万



美妆行业声量

3478万



占微博活跃用户数（去除水军）

>11%

2017年网络整体舆论声量



网民对美妆的关注度走高，下半年行业讨论声量
上升13%，用户提升1%。



美妆行业声量

下半年 1844万

上半年 1634万



美妆行业讨论人数

下半年 641万

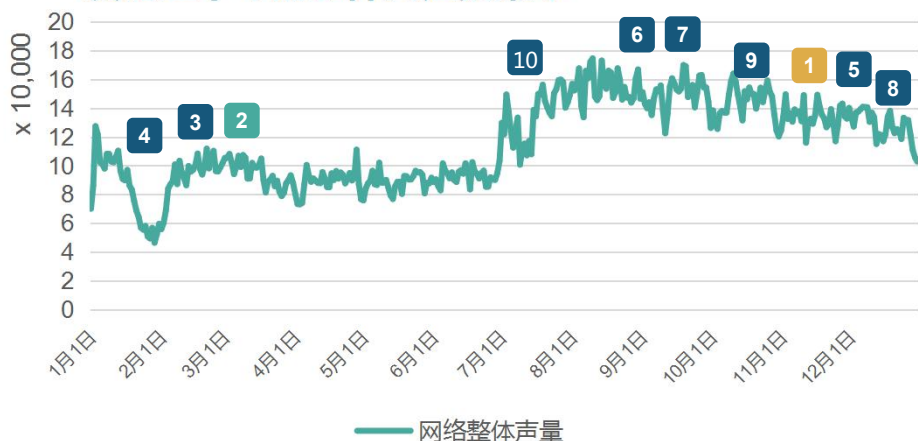
上半年 637万



2017年网络整体舆论声量



相比于上半年，下半年拉动声量的事件较多，网友对上半年的事件关注更集中



排名	事件名称	微博大V	涉及产品	涉及品牌	总互动量
1	自然堂为易烊千玺庆生	易烊千玺	面膜	自然堂	229万
2	雅诗兰黛 ENVY唇膏	杨幂	口红	雅诗兰黛	149万
3	白浅上神唇色 爱豆送你的女生节 口红大礼	陈伟霆, 胡歌, 杨洋, 尹正, 郑恺, 张艺兴	口红	图加APP	125万
4	杨幂是个口红控	杨幂	口红	--	117万
5	杨洋代言娇兰帝王之水	杨洋	香水	法国娇兰	112万
6	#聚水之能向光而生#	TFBOYS	面膜	自然堂	97万
7	自然堂为王俊凯庆生	王俊凯	面膜	自然堂	95万
8	各明星发文宣传小迷糊玻尿酸黑面膜	盛一伦, 沈月, 陈翔, 王一博, 宋妍霏, 毛不易等	面膜	小迷糊	84万
9	自然堂为王源庆生	王源	面膜	自然堂	48万
10	刘诗诗宣传香奈儿气垫水粉底	刘诗诗	粉底	香奈儿	35万



人群画像

80后年轻女性最关注美妆
不同年龄段对美妆有不同的诉求和使用场景

谁在讨论

人群画像



女性更爱讨论美妆类话题，18-22岁和23-27岁的年轻人对美妆的青睐程度超过其他年龄段，抓住她们的消费爱好，就等于抓住了市场机遇

性别分布 – 女性是主力军

女性

85%

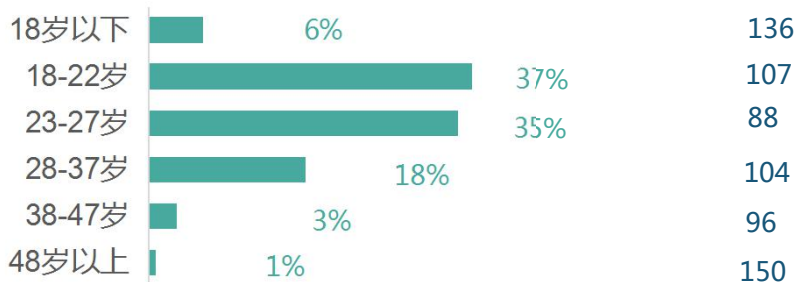
TGI:142

男性

15%

TGI:37

年龄分布 – 年轻一族最爱讨论美妆



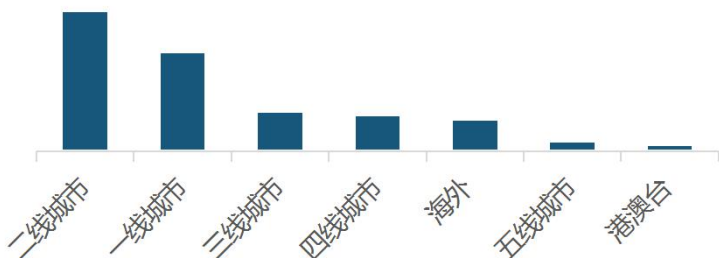
*备注：TGI为声量人群与随机人群对比的指数，超过100为声量人群比随即人群高的比例。

TA来自哪里

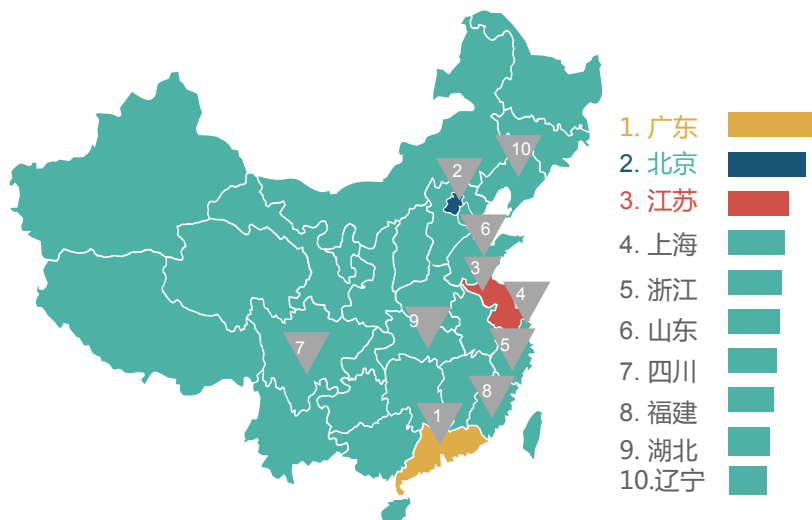


关注美妆的人主要分布在一二线城市，TA们最多来自广东、北京和江苏，而三四线城市相差不大。

关注人城市等级分布



关注人省份分布



还是宝宝的TA



基本属性

年龄：18岁以下

性别：偏女性

性格：活力、个性

身份：青少年

美妆行为

消费水平：零花钱花不完

消费场景：新品尝鲜

消费关注：品牌、时尚、个性化

同行的人：父母、闺蜜

兴趣爱好

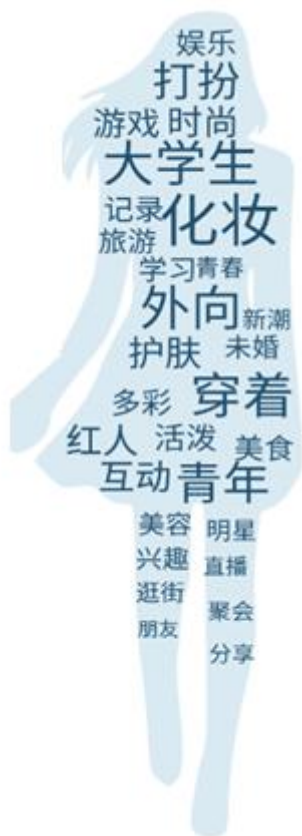
偏好领域：名人明星、可爱萌宠、游戏动漫

社交偏好：喜欢表达自我，爱添加陌生好友

微博关注：明星、游戏、动漫

APP偏好：QQ、bilibili、作业帮、开心消消乐

青春靓丽的TA



基本属性

年龄：18-22岁

性别：偏女性

性格：外向、活泼

身份：在校大学生

美妆行为

消费水平：学生价、高性价比

消费场景：优惠促销、好友送礼

消费关注：价格、促销、口碑

同行的人：舍友、朋友

兴趣爱好

偏好领域：游戏动漫、穿衣美容、综艺娱乐

社交偏好：爱记录分享、渴望互动

微博关注：娱乐、时尚、短视频、直播

APP偏好：微博、火山小视频、斗鱼直播、王者荣耀

社会新鲜人的TA



基本属性

年龄：23-27岁

性别：偏女性

性格：轻熟

身份：职场女性

美妆行为

消费水平：中高档

消费场景：职场需要、聚会约会

消费关注：品牌、品质、功效

同行的人：同事、老公、男朋友

兴趣爱好

偏好领域：穿衣美容、化妆护肤、时尚潮人、母婴育儿

社交偏好：爱熟人圈子、小范围社交

微博关注：时尚、媒体、视频

APP偏好：微信、印象笔记、优酷土豆、今日头条

触达TA



也许你以前觉得90后的世界已经很“高深莫测”，而00后更像是来自另一个星球，日漫才是00后真正的“萌新”，不了解TA们只能被当成“话废”；只有抓住年轻消费者的爱好，利用他们关注的明星，去他们聚集的地方，用他们的语言进行沟通，才能真正的占领消费者的心智。

90后关键词

打扮 逛街 思想聚焦
 时尚 美甲ins 胡歌
 资讯 美容 papi酱 杨幂
 撸起袖子加油干 范冰冰
 扎心了老铁 同事 朋友
 蓝瘦香菇 记录 小圈子

00后关键词

学习 爱玩
 动漫 零号动漫屋 二次元
 游戏 暴走漫画 冷笑话精选
 萌新 TFBOYS 迪丽热巴
 话废 扩列 同学 刘昊然
 个性 尝鲜 家人

讨论什么

- 1 彩妆品类，口红声量一枝独秀
颜色是大家最为关注的……
- 2 美妆品牌
国际品牌依旧强势 国产品牌一片生机……
- 3 用户评价槽点满满？
遮瑕差 卸妆不干净 过敏……



口红颜色



没有“金色”口红，就不要说你追过潮流

上半年，《三生三世十里桃花》火了白浅色唇膏，而下半年，闪亮的金色被大胆地用在了唇上。假如你不知道该买一只什么颜色的口红送给老婆，那么你就选豆沙色吧，绝对是百搭色中的战斗色，上学上班见家长的必备良品。

口红/唇膏讨论量最高的颜色Top10

上半年

- 1 豆沙色
- 2 变色
- 3 粉红/粉色
- 4 大红/正红色
- 5 橘色
- 6 姨妈色
- 7 珊瑚色
- 8 斩男色
- 9 玫瑰色
- 10 白浅色

下半年

- 1 豆沙色
- 2 粉红/粉色
- 3 变色
- 4 大红/正红色
- 5 橘色
- 6 姨妈色
- 7 南瓜色
- 8 西柚色
- 9 珊瑚色
- 10 金色

最受关注的品牌排行



国际品牌依旧强势，国产品牌一片生机

卡姿兰不仅继续打造多个深入女性消费者心智的明星系列，还紧抓95后学生群体与亚洲超人气潮牌DUCOBI跨界合作，卡姿兰萌熊卖萌N宗罪，燃爆线上营销活动。

国产品牌

- 1 卡姿兰
- 2 草木之心
- 3 玛丽黛佳
- 4 韩后
- 5 俏美人
- 6 韩束
- 7 植美村
- 8 欧诗漫
- 9 珀莱雅
- 10 一叶子

国际品牌

- 1 香奈儿
- 2 迪奥
- 3 魅可
- 4 纪梵希
- 5 伊蒂之屋
- 6 阿玛尼
- 7 兰蔻
- 8 雅诗兰黛
- 9 悦诗风吟
- 10 资生堂

最多被行业KOL安利的品牌



玛丽黛佳2017年又打了漂亮的一仗，美学和艺术的结合使产品形象更加多元化，不断创新和追求品智的品牌形象，备受种草KOL的青睐，被网友称为良心国货。

圣罗兰彩妆界的奢侈品，而方管也是被种草最多的产品，良好的质地和滋润保湿的效果是主要的推荐原因。

国产品牌

- 1 玛丽黛佳
- 2 草木之心
- 3 火烈鸟
- 4 卡姿兰
- 5 水密码
- 6 俏美人
- 7 悠珂思
- 8 自然堂
- 9 植美村
- 10 韩后

进口品牌

- 1 圣罗兰
- 2 魅可
- 3 迪奥
- 4 阿玛尼
- 5 香奈儿
- 6 纳斯
- 7 兰蔻
- 8 纪梵希
- 9 汤姆福特
- 10 雅诗兰黛

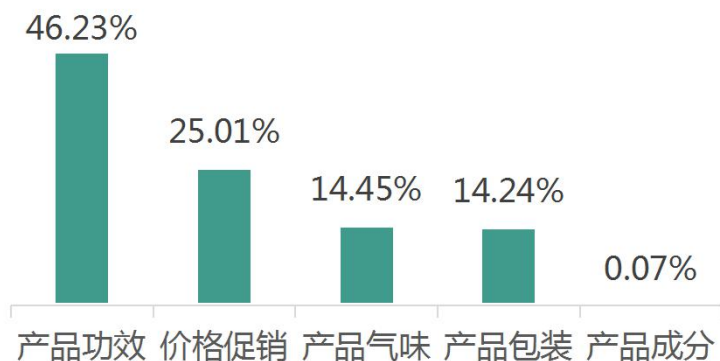
彩妆功效



就是要补水，日常补水，天天补水

产品功效是彩妆讨论中最多人提及的内容，其中补水保湿是关键。

彩妆讨论的内容



产品功效 高频词

“ 补水保湿，日常必备

“ 控油效果超棒！！再来一打！

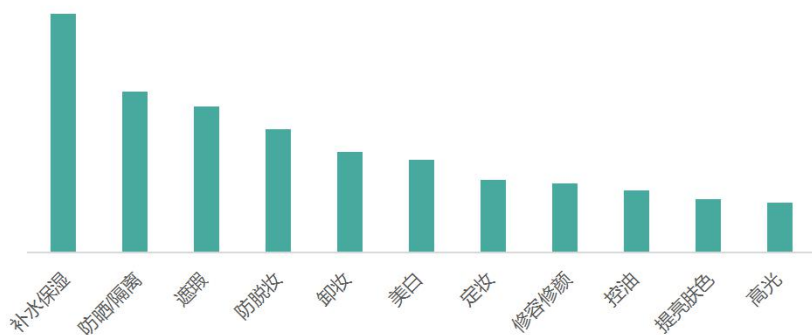


彩妆功效



补水保湿是彩妆中最受关注的功效，另外，防晒、防脱妆等应对户外场合的功效也受到大家的青睐

彩妆功效TOP10



网友声音

“新的粉底液质地水润，保湿力很好，不拔干不泛白”

“一定要记得涂隔离！隔离！隔离！隔离霜就如给你的皮肤穿了一层衣服！”

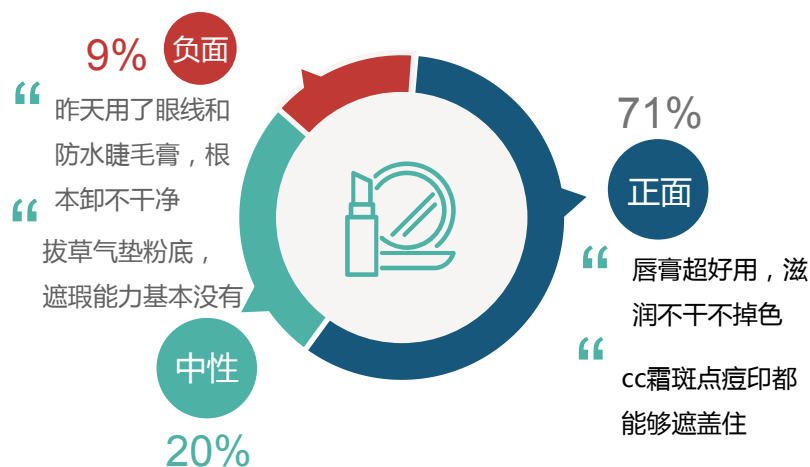
“自然遮瑕，让肌肤均匀透亮，谁都看不出来我化了妆”

彩妆用户评价

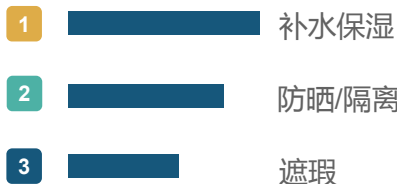


关于彩妆的讨论中，补水保湿、防晒/隔离和遮瑕的功效受到了大家的好评；而对卸妆不干净、遮瑕差和上妆难的问题则被吐槽较多

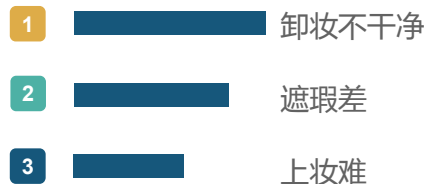
彩妆舆情



彩妆正面情感高频词 Top3



彩妆负面情感高频词 Top3



护肤品类

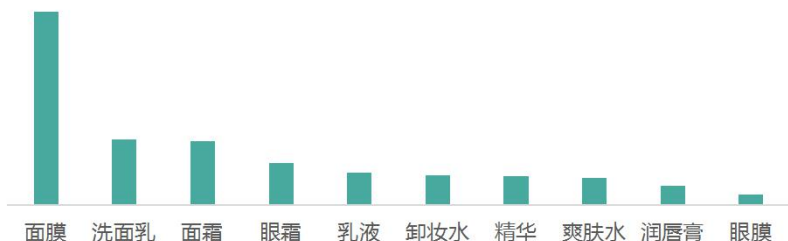


护肤的讨论声量略少于彩妆，而在所有护肤品类当中，网友最关心的前三品类是面膜、洗面乳和面霜，其中，面膜远高于其他品类

讨论的品类 - 护肤占比仅次于彩妆



护肤讨论的品类 - 面膜关注度最高



护肤词云



最受关注的品牌排行



2015年，一叶子强势进军面膜市场，在短短两年的时间一叶子迅速占领市场，冠名《天天向上》、《蒙面歌王》、《超级战队》、《火星情报局》、《择天记》等热门综艺节目和影视剧，让品牌名声大噪，也一度成为微商代理的首选品牌。

国产品牌

- 1 一叶子
- 2 韩束
- 3 欧诗漫
- 4 韩后
- 5 植美村
- 6 百雀羚
- 7 自然堂
- 8 花印
- 9 温碧泉
- 10 御泥坊

进口品牌

- 1 资生堂
- 2 雅诗兰黛
- 3 兰蔻
- 4 SK-II
- 5 兰芝
- 6 欧莱雅
- 7 悦诗风吟
- 8 迪奥
- 9 雪花秀
- 10 肌肤之钥

最多被行业KOL安利的品牌



自然堂2017牵手众多当红明星，TFBOYS、陈伟霆、欧阳娜娜、孙怡、郑恺向年轻的消费者全面出击。品牌与易烱千玺一同迎来17岁生日，生日会上易烱千玺青春昂扬的形象，助力品牌深化青春活力的年轻形象，Get明星同款成为了KOL推荐给网友的理由。

国产品牌

- 1 自然堂
- 2 御泥坊
- 3 水密码
- 4 美即
- 5 春纪
- 6 一叶子
- 7 百雀羚
- 8 膜法世家
- 9 温碧泉
- 10 珀莱雅

进口品牌

- 1 兰蔻
- 2 SK-II
- 3 雅诗兰黛
- 4 海蓝之谜
- 5 倩碧
- 6 OLAY
- 7 馥蕾诗
- 8 悦木之源
- 9 科颜氏
- 10 资生堂

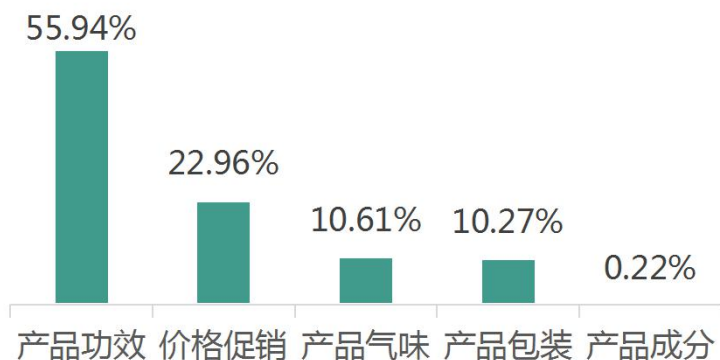
护肤功效



“功效”为用户关注重点

补水和保湿成为必要功效，美白和控油也是必不可少

护肤讨论的内容



产品功效 高频词

“ 补水保湿，日常必备

“ 控油效果超棒！！再来一打！

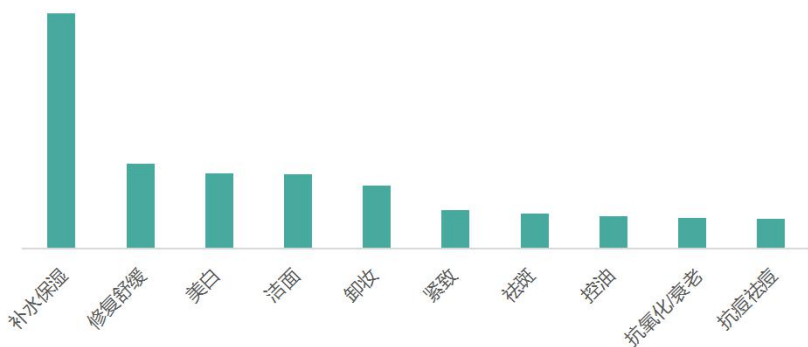


护肤功效



补水保湿是护肤中的基础，也是护肤产品中最被需要的功效，其次是修复舒缓、美白、洁面等功效

护肤功效TOP10



网友声音

“补水补水补水，重要的事情说三遍。平时要多喝水，多数面膜，使用补水的护肤品。”

“修护舒缓保湿霜！！让我敏感肌肤不过敏！”

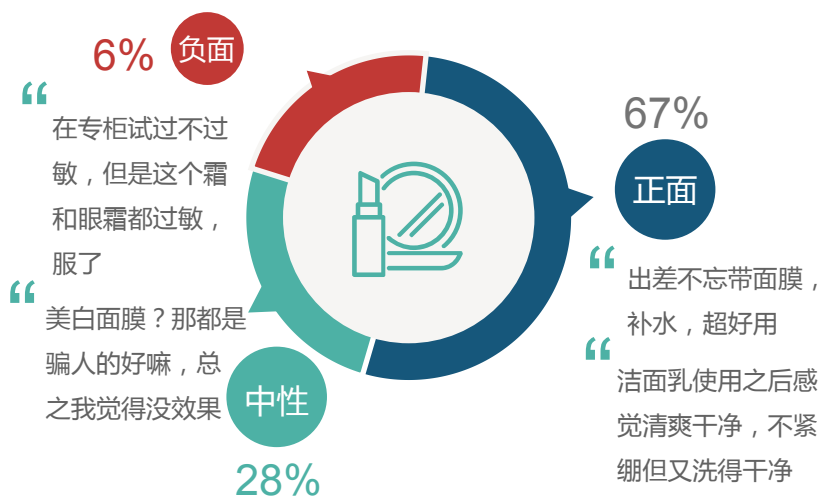
“今天用美白面膜！这个夏天要白白白！”

护肤用户评价



与彩妆相比，护肤的正面评价较低，但负面评价也较少。其中，排名第一的护肤功效——补水保湿，在护肤产品中备受好评，而过敏则备受大家诟病

护肤舆情



护肤正面情感高频词 Top3

- 1 补水保湿
- 2 舒缓修复
- 3 洁面

护肤负面情感高频词 Top3

- 1 过敏
- 2 美白效果差
- 3 不祛斑

怎么传播

明星+热门影视IP帮助品牌提高曝光率
《三生三世十里桃花》……………

3

上半年TOP10明星排行

易烊千玺 杨幂……………

2

KOL带货能力参差不齐

Kevin凯文老师表现突出……………

1

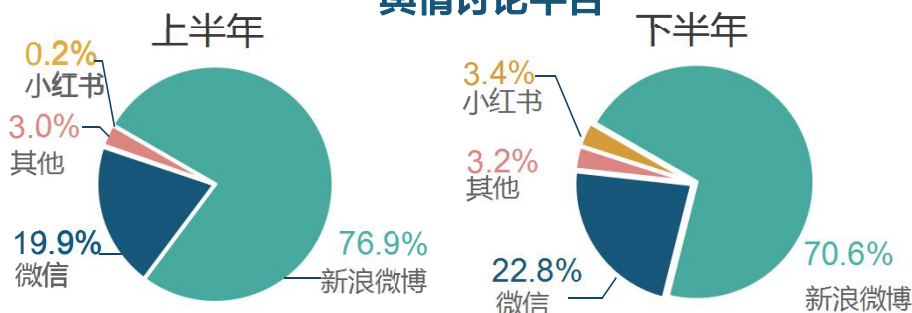


美妆讨论平台



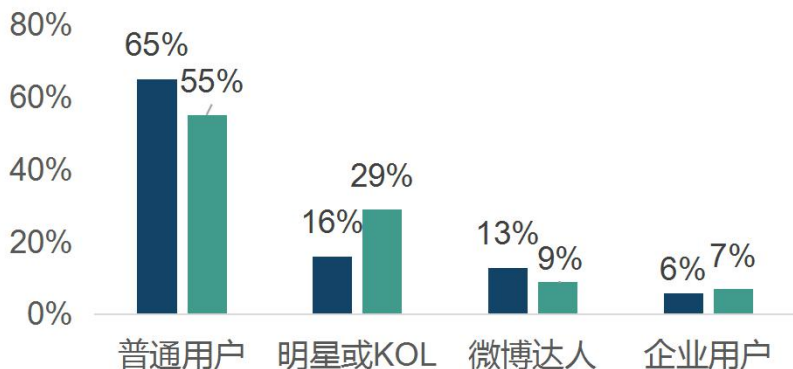
从平台看，相比于上半年，微信、小红书讨论美妆的占比均有所上升，而微信也稳坐第二传播渠道宝座。众所周知下半年各行业都到了冲业绩的关键时刻，但从微博人群声量分布显示：下半年明星或KOL发声占比上升13%，普通用户发声明显降低，看来下半年明星或KOL的投资回报效果会明显减弱。

舆情讨论平台



微博人群声量分布

■ 上半年 ■ 下半年



2017年TOP10明星排名



小鲜肉的生日盛宴影响力不容小觑，自然堂为易烊千玺庆祝生日的微博收获了229万的总互动量，远远高出第二名的杨幂

1 易烊千玺

粉丝数：3425万
转发数：105万

总互动量：229万

自然堂/面膜

17岁生日

2 杨幂

粉丝数：7828万
转发数：108万

总互动量：149万

雅诗兰黛/口红

电视剧《三生三世十里桃花》热播

排名	明星	总互动量	粉丝数	转发数	代言品牌	2017年动态
3	杨洋	112万	3229万	78万	法国娇兰/香水	电影《三生三世十里桃花》上映
4	王俊凯	95万	3540万	11万	自然堂/面膜	18岁生日
5	刘亦菲	72万	5408万	38万	香奈儿/香水	电影《三生三世十里桃花》上映
6	王源	48万	3467万	12万	自然堂/面膜	17岁生日
7	胡歌	47万	5914万	13万	香奈儿/香水	电视剧《猎场》热播
8	张若昀	40万	1509万	11万	法国娇兰/口红	张若昀唐艺昕恋情公布
9	刘诗诗	39万	3033万	17万	香奈儿/口红	电视剧《醉玲珑》热播
10	曾舜晞	37万	1088万	7万	欧莱雅/面膜	电视剧《择天记》热播

明星选取：根据单条微博的总互动量排名

网友都被哪个明星种草



对美妆的“带货能力”女明星竞争更加激烈，时尚靓丽的形象让大家都被她们推荐的产品种草，总是忍不住买买买

带货能力强的明星

明星	带货指数
杨幂	★★★★★
高圆圆	★★★★
赵丽颖	★★★★
范冰冰	★★★★
古力娜扎	★★★
刘雯	★★★
关晓彤	★★★
迪丽热巴	★★★
陈伟霆	★★
周冬雨	★★

杨幂与雅诗兰黛



杨幂拿下了雅诗兰黛的中国区彩妆形象大使，代言资源总在线，雅诗兰黛副总裁Tricia Nichols和Jon Roman曾对媒体表示，杨幂直接拉动品牌销售额增长500%。杨幂为雅诗兰黛相关产品宣传



《三生三世十里桃花》中白浅一角使用的ENVY唇膏



雅诗兰黛持妆气垫



雅诗兰黛红石榴系列



雅诗兰黛小棕瓶



不浮不燥水粉底 & ENVY唇膏



雅诗兰黛倾慕哑光唇膏

带货场景



机场：30%

#迪奥美妆x王珞丹南法之行#王珞丹最新机场look，你叹服了吗！

带货指数 ★★★★★



电视剧：23%

#电视剧三生三世十里桃花#不知道大幂幂用的什么色号的口红呢??

带货指数 ★★★★★

电影：16%

热巴主演的电影《解忧杂货店》门票两张随盒赠上！

带货指数 ★★★★★



生日：12%

综艺：8%

红毯：5%

带货指数 ★★★★★

带货指数 ★★★

带货指数 ★★

上半年TOP10美妆领袖KOL排名



1 Pony_朴惠敏

粉丝数：570万

转发数：12万

总互动量：37万

抽奖活动

时尚达人、资深美妆达人

2 美少女Lisa酱

粉丝数：229万

转发数：22万

总互动量：37万

抽奖活动

时尚达人

排名	KOL	总互动量	粉丝数	转发数	推送内容	认证备注
3	Alinda艾琳达	32万	237万	18万	口红手工小课堂	时尚达人、国际认证芳疗师
4	美甲ins	27万	163万	5万	抽奖活动	知名时尚博主
5	少女爱挖宝	24万	122万	17万	抽奖活动	知名时尚博主
6	MK凉凉	23万	140万	12万	抽奖活动	时尚达人
7	小猪姐姐ZZ	21万	174万	8万	抽奖活动	美妆达人
8	深夜徐老师	18万	171万	9万	抽奖活动	微博时尚博主
9	粉红粉红的一天	13万	258万	7万	抽奖活动	视频原创作者
10	GloriAries	11万	101万	6万	抽奖活动	时尚达人

KOL选取：根据单条微博的总互动量排名

网友都被哪个KOL种草



带货时代，对于品牌来说，只有能够变现的流量，才有存在的价值。

带货能力强的美妆KOL

KOL	带货指数
Kevin凯文老师	★★★★★
挖宝少女	★★★★
化妆师miuo	★★★★
少女爱挖宝	★★★★
深夜徐老师	★★★
扇子NO_FAN_NO_FUN	★★★
热美妆	★★★
浪里小草莓	★★★
仇仇-qiuqiu	★★
化妆师Ealla	★★

美妆领袖KOL



Kevin凯文老师

著名造型师、台湾彩妆教父



粉丝数：5482万



真粉数：269万



微博数：13069

农夫Kevin来种草啦！马上就要到元宵节和情人节了，这两个重要的日子突然爆痘了怎么开心的起来？快来听听Kevin“严肃”的战痘计划，因为我们不要“痘”！50个大鸡腿的惊喜逗你开心，都是视频中的明星产品，择一送哦#茶小树战痘计# [网页链接](#)（使用#秒拍#录制,免流量看热门短视频!）



茶小树战痘计

痘痘问题一直困扰着茶小树。这次她找到了Kevin老师，他帮我们制定了一个“严肃”的战痘计划，因为从此我们不要“痘”！快和茶

参与讨论

+ 关注

所以只要去百度星期四农庄就可以买了吗????

看去很不错，可以给弟媳妇先买一套试试，真是满脸的痘治不好。

哇，好想试试啊，我脸上.....唉全是痘，说多都是泪想死，特别是耳朵和脸颊靠脖子下面哪里，不知道怎么回事，一脸的的疤。。。。。

KOL带货内容效果盘点



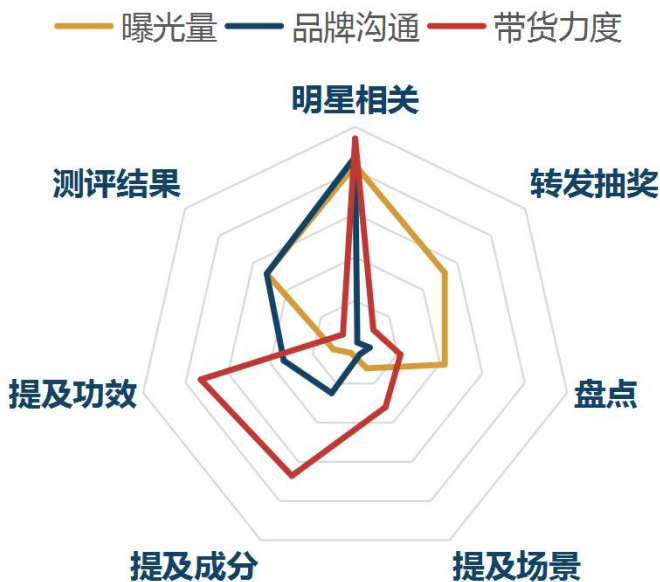
明星相关的内容，在曝光量、品牌沟通和带货力度上均表现较好

提及成分/功效的内容，带货能力表现突出

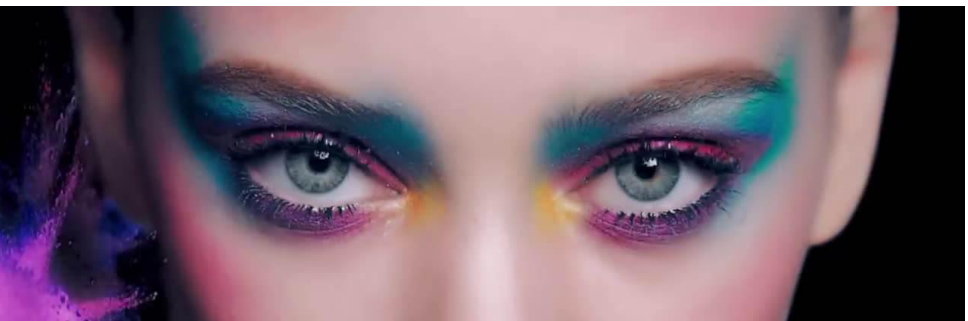
测评结果的内容，品牌沟通和带货能力也不错

转发抽奖和盘点的内容，对品牌的曝光量比较有保障

KOL提及内容效果分布



给我们的启示



明星：品牌不再一味只关注明星对品牌形象的塑造，更关注明星对生意的直接拉动，与明星资源深度结合创造出爆款产品，能够有效拉动品牌生意。从内容角度看，明星相关的内容，在曝光量、品牌沟通和带货力度上都非常具有表现力；而众多明星资源中“电视剧”特别是时装剧对美妆品牌的销量带动不容小觑。

KOL：从提升品牌形象和“带货”能力上看，普通时尚博主似乎越来越不占优势，头部高影响力的专业KOL已成为高转化率的时尚导购，而腰部及以下的KOL则成为品牌流量建设者。而KOL从“成分”、“功效”角度更客观的输出“测评结果”能更加有效地进行品牌沟通；“转发抽奖、品牌/产品盘点”能够快速提升品牌的曝光量。

法律条款

Legal provisions

本报告由DataStory（数说故事）发布。报告中的所有文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

任何第三方对于本报告内容及数据的使用或者引用所导致的任何结果，本公司与联合发布方不承担任何法律责任。请任何第三方在接受该免责声明的前提下，在法律允许和接受授权的前提下，合理使用本报告。

公司介绍

Company profile



DataStory（数说故事）是国内领先的大数据服务提供商，长期致力于海量互联网数据的深耕与商业价值的挖掘。从数据采集处理分析到商业化场景应用，DataStory成功构建了以市场和消费者为导向、以“数据-洞察-连接”为核心理念的一站式大数据品牌建设体系，帮助企业实现数据价值与业务深度融合，并在营销、研发、生产等各大应用场景下更科学地决策，促进最大化效果提升。

广州（总部）：广州市天河区珠江新城黄埔大道西100号富力盈泰A塔7层

北京：北京市朝阳区建国路89号华贸商务楼15号楼B1

上海：上海市闵行区申长路668号冠捷科技大厦4楼406J室



官方微信订阅号:DataStory2015



Sara / 微信ID:sarads314



(020) 3885 6182



<http://www.datastory.com.cn>





DATASTORY

THANKS
