

Industry Report

01

Part One

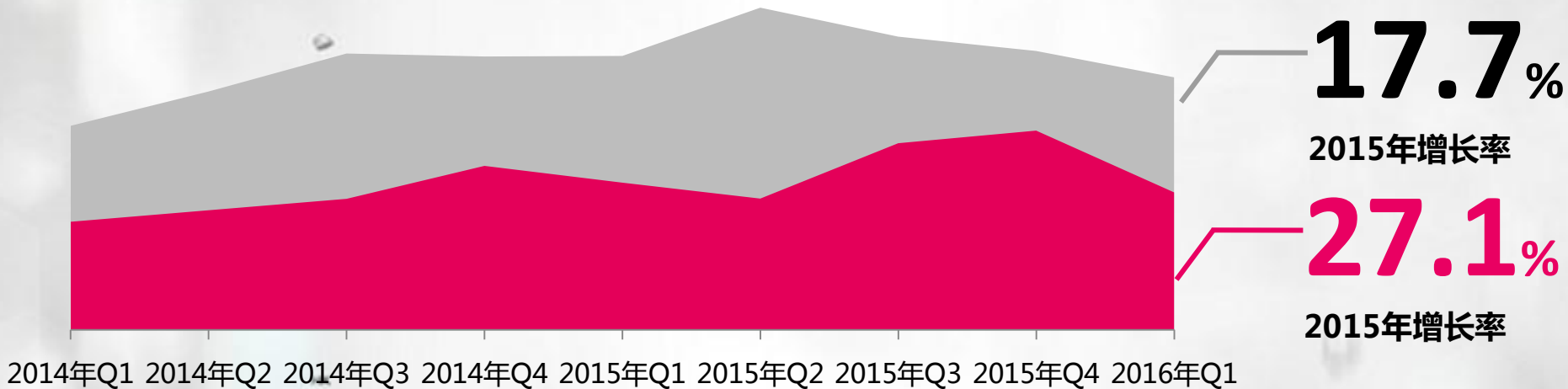
化妆品行业趋势



趋势一：行业保持良性稳步增长

化妆品行业检索趋势

■ 360搜索总体趋势 ■ 化妆品行业检索趋势



趋势二：护肤品类带动行业增长

化妆品 重点品类检索占比

护肤品

58.5%

•检索量及增速均排名第一

•年增长率：**43.7%**

2014 2015

彩妆

21.4%

•检索量及增速均排名第二

•年增长率：**35.4%**

2014 2015

美发护发

4.5%

•年增长率：20.4%

2014 2015

身体护理

11.3%

•年增长率：20.8%

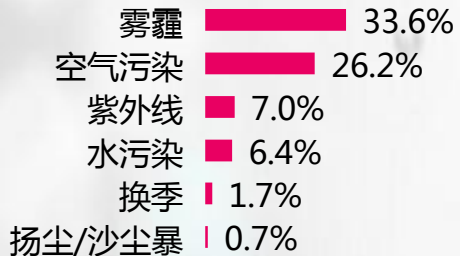
2014 2015



趋势三：环境问题激发全民护肤意识完善



环境影响



工作/学习/生活

- 电脑辐射：10.4%
- 加班/熬夜/作息紊乱：7.0%

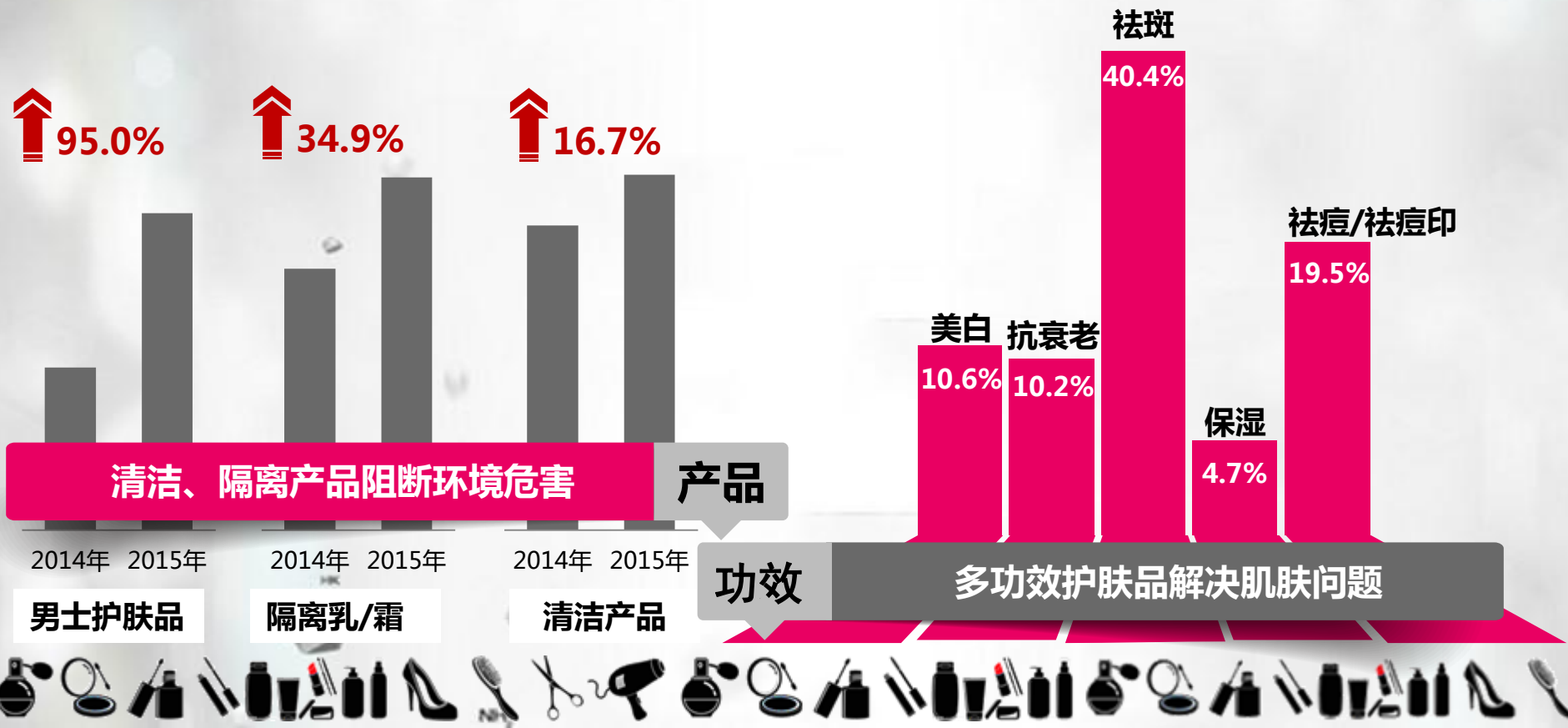


内在因素

- 青春期/生理期：5.3%
- 精神/心理压力：1.7%



趋势三：环境问题激发全民护肤意识完善



趋势四：“安全、由内而外”呵护美丽



35.8%

药妆

2015年

2014年

20.5%

医学

2015年

2014年

130.9%

有机

2015年

2014年

42.7%

香薰/芳疗

2015年

2014年

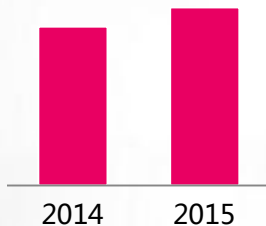


趋势五：“不差钱”

60.1%

大众品牌

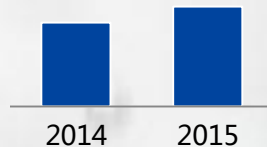
•2015年增长率：**12.1%**



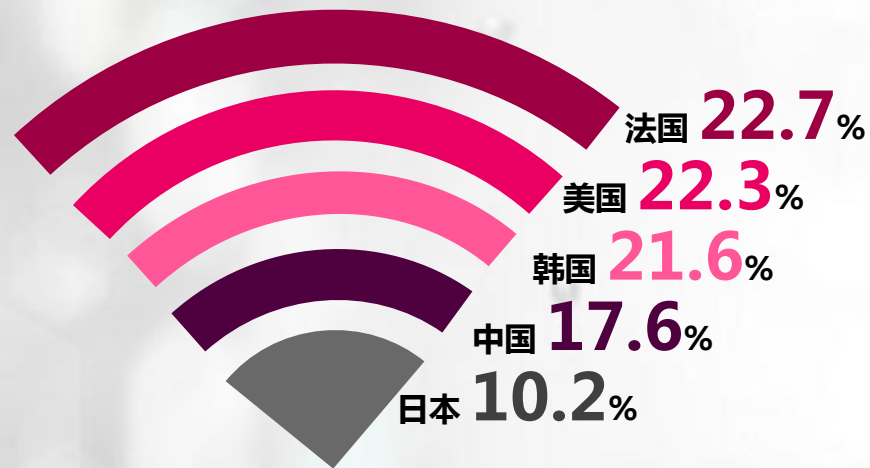
39.9%

高端品牌

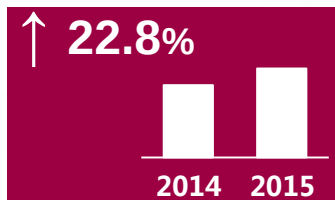
•2015年增长率：**19.1%**



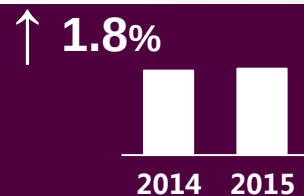
趋势六：日韩品牌异军突起



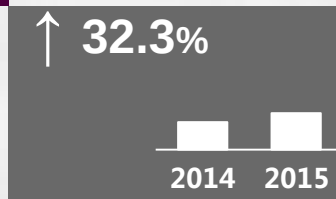
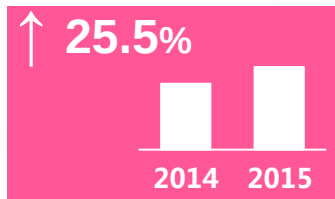
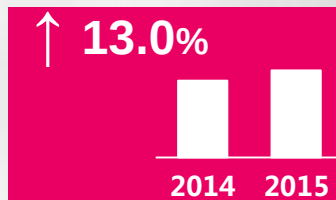
• 化妆品品牌发源地集中度
高，Top5品牌
占比达94.4%



• 国产化妆品增
速缓慢



• 日韩品牌过去
两年增速最快



02

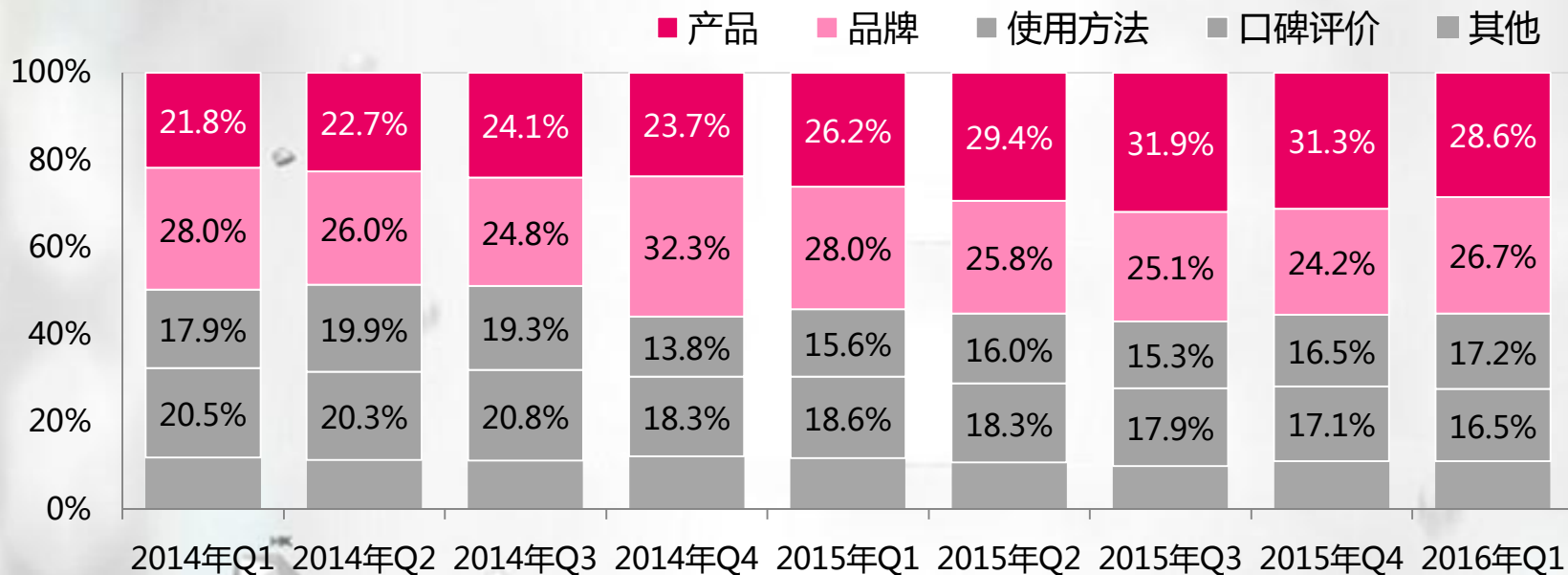
Part Two

如何投放更有效



方法一：扩充“产品词”投放

化妆品行业检索内容及趋势



方法二：“通用词”助攻

搜索通用词后再搜索品牌词的用户占比

23.3%

护肤品牌

通用词举例

- 20到25岁适合的眼霜
- 做面膜过敏了怎么办
- 妆前乳和隔离霜的区别
- 怎样涂口红显嘴小

12.2%

彩妆品牌

品牌词举例

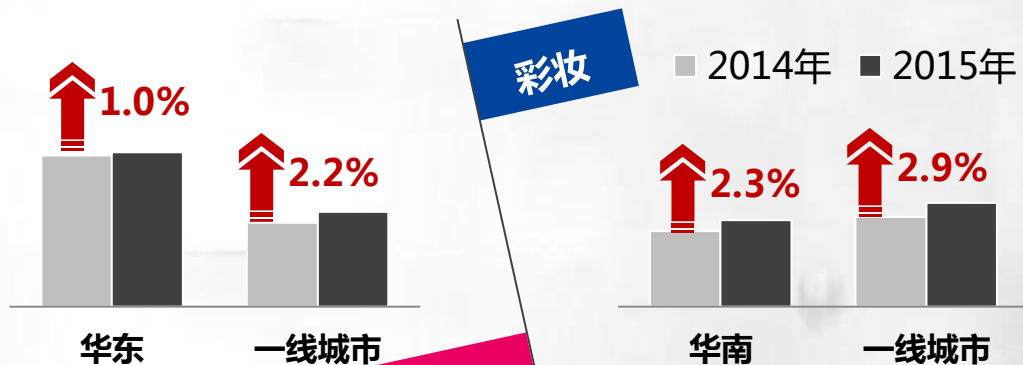
- 25岁用欧莱雅哪款眼霜
- 肌研敏感肌化妆水
- Z a 和泊美的隔离霜哪个好
- 兰芝咬唇妆口红



方法三：“精准人群”投放

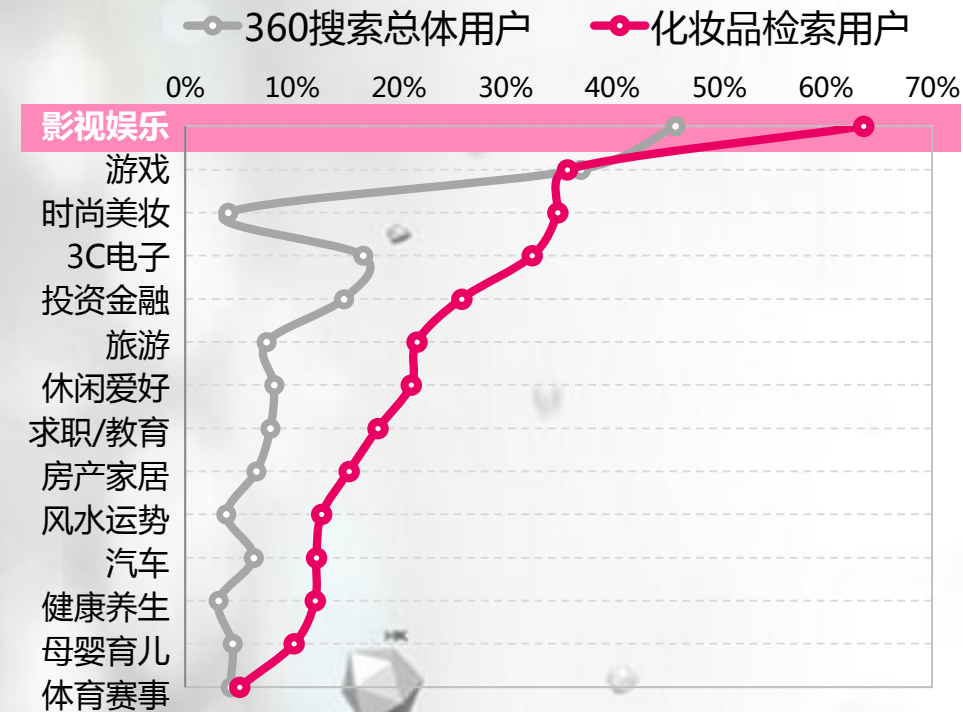
目标人群多为**女性上班族**，集中在**北上广**等经济发达地区，兴趣爱好倾向于：**影视娱乐、时尚美妆、3C**

经济发达地区、一线城市仍是化妆品行业的**主战场**



护肤

方法四：IP营销



2016年一季度 化妆品检索用户关注度最高的：



电影

- 《美人鱼》、《熊出没之熊心归来》、《澳门风云3》、《疯狂动物城》、《功夫熊猫3》



电视剧

- 《芈月传》、《太阳的后裔》、《寂寞空庭春欲晚》、《女医明妃传》、《青丘狐传说》



综艺节目

- 《快乐大本营》、《奔跑吧兄弟第三季》、《天天向上》、《王牌对王牌》、《欢乐喜剧人》



方法四：IP营销有**效果**吗？

《太阳的后裔》



- 2016年2月24日~2016年4月21日
- 每周三、周四各一集
- 韩国和中国同步播出
- 品牌植入：兰芝

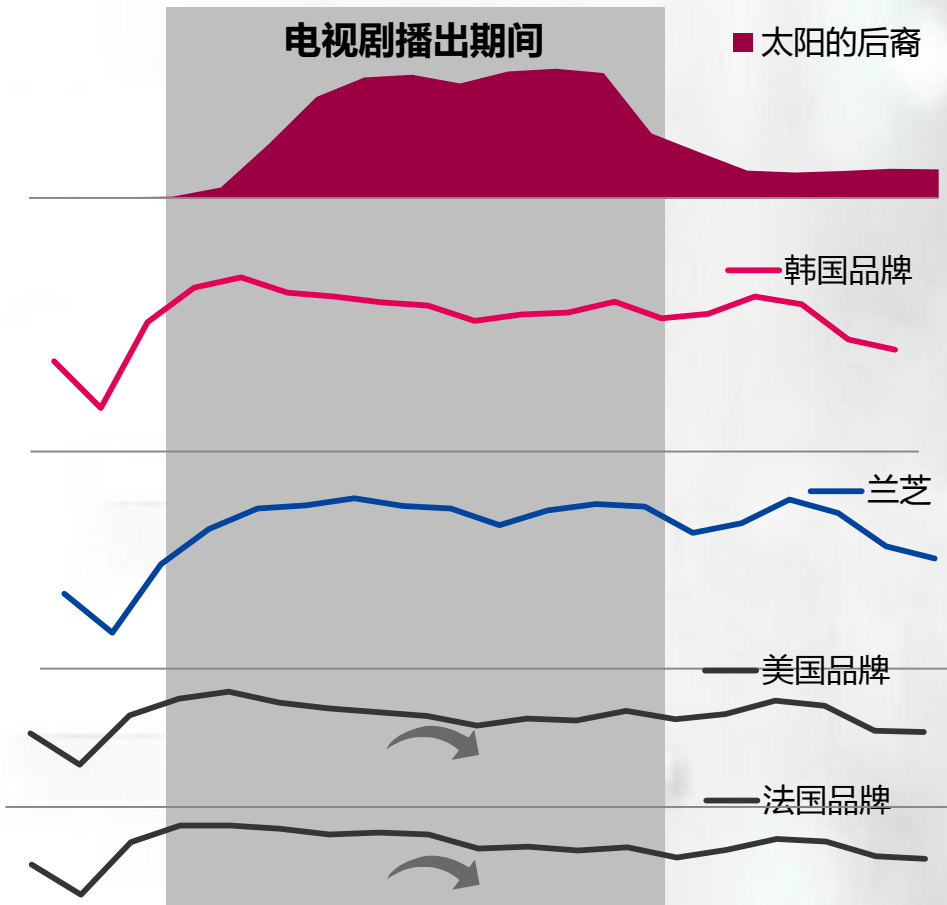


方法四：IP营销有**效果**吗？

韩国化妆品品牌、兰芝与《太阳的后裔》

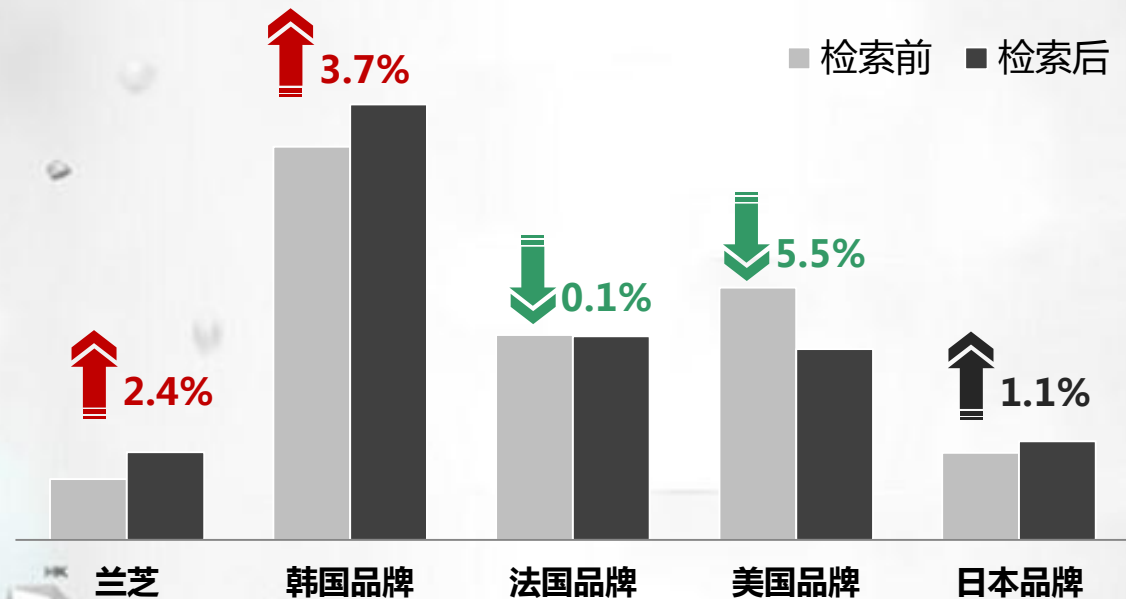
- 检索趋势相近
- 日检索量高度线性正相关

	兰芝	韩国品牌	法国品牌	美国品牌	日本品牌
Spearman 相关系数	0.448	0.215	0.113	-0.021	0.179
Sig.(双侧)	0.000	0.006	0.15	0.793	0.022



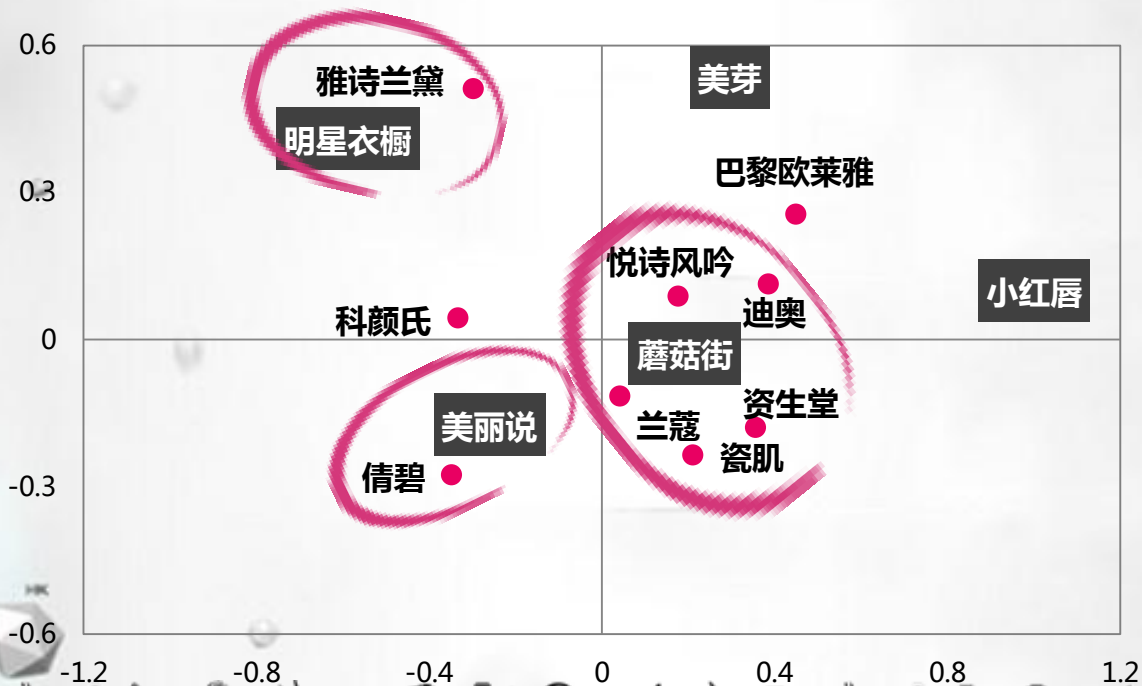
方法四：IP营销有效果吗？

- 检索《太阳的后裔》后，用户对韩国品牌、特别是兰芝的关注度显著提升



方法四：IP营销怎么做？

- 中長期营销，与时尚美妆类APP联合推广



方法四：IP营销怎么做？

· 阶段性营销，影视综艺



方法四：IP营销怎么做？

• 阶段性营销，**网红**



Summary

消费者护肤观念升级

- 环境问题激发消费者护肤意识的完善
- 品牌追求更安全、更高端

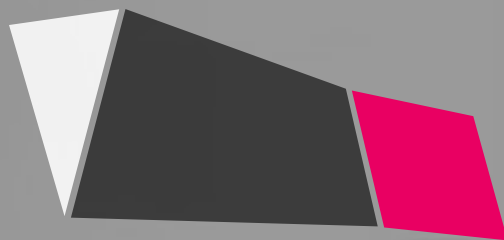
日韩品牌挤压国产品牌市场份额

- 过去两年日韩品牌增速最快，冲击国产品牌的市场

投放小贴士

- 产品词、通用词助力**搜索营销**
- 大数据支撑的**DSP**投放，让广告更精准有效
- 借势**IP营销**，提升品牌价值





THANKS
化妆品行业大数据分享

