



美容个护企业 出海营销方案

Marketing Plan for Beauty and Personal
Care Enterprises Going Abroad

By Westwin



市场概况

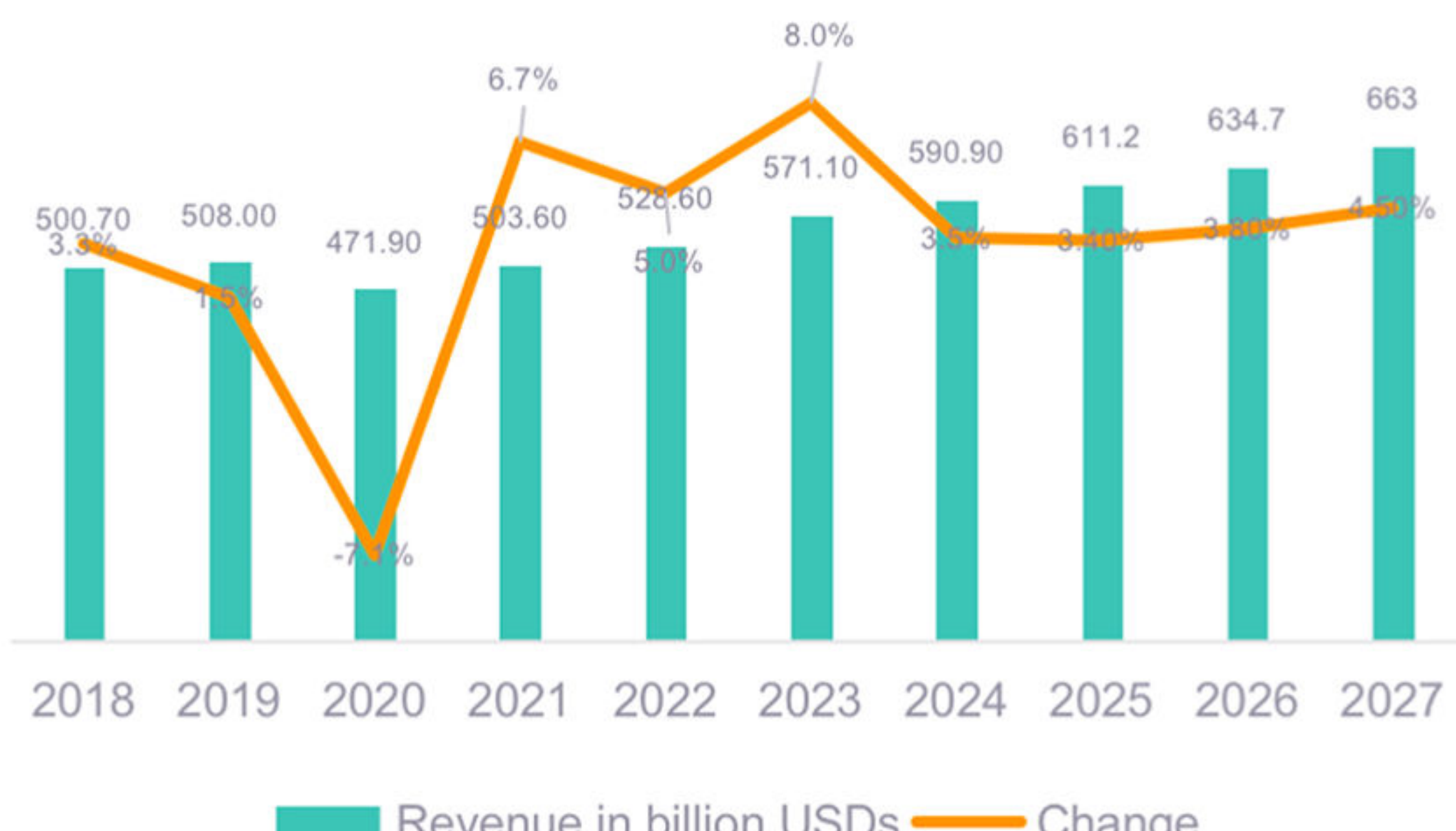
MARKET OVERVIEW

01

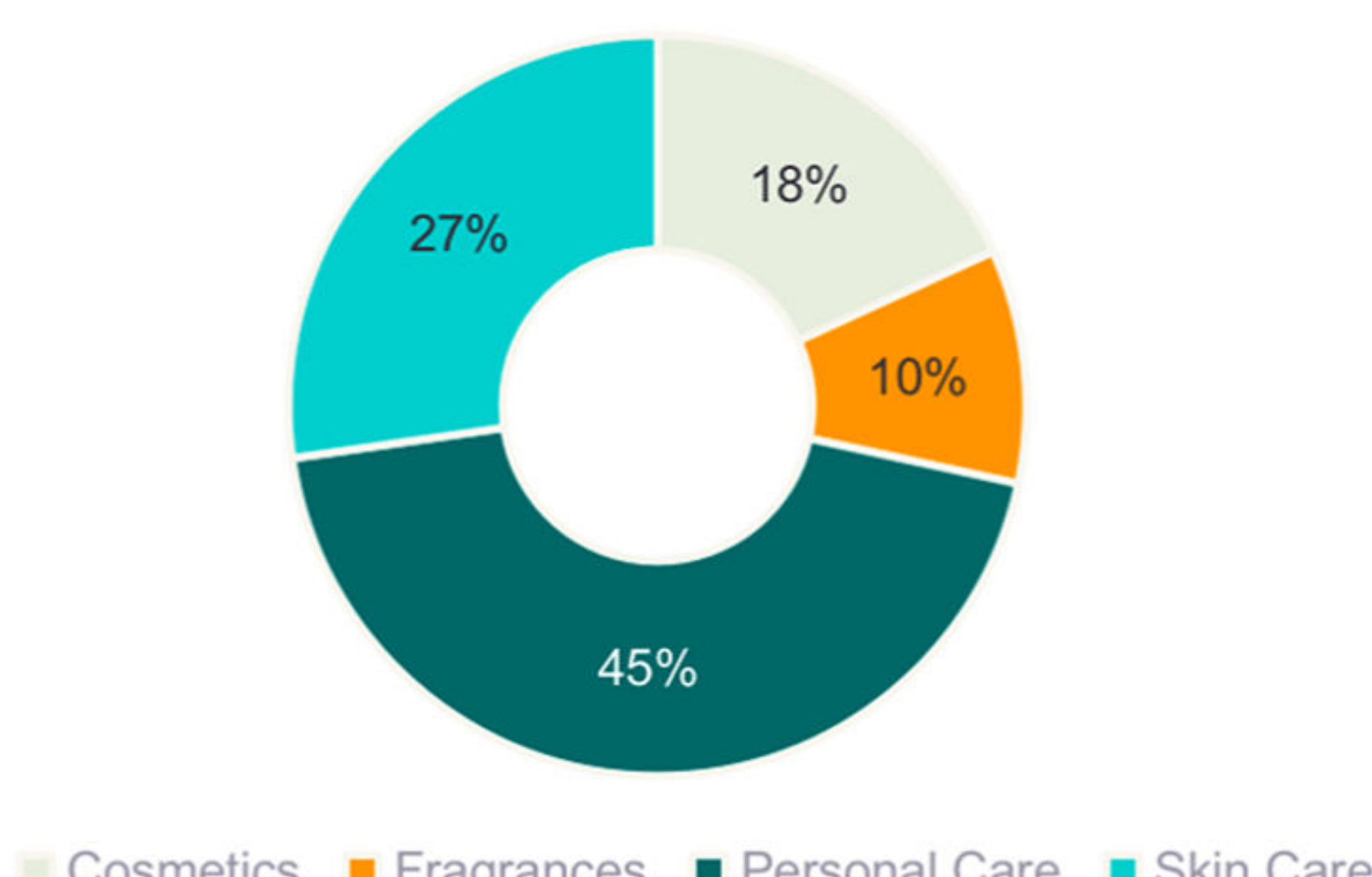
美容个护行业全球营收2023年增长最快，个护类贡献最多营收

预计2023年美容个护行业营收同比增长最高，其中个护类目占比最大，其次是护肤类。2023年预计将成为美容个护新品牌拓展市场的关键之年。

2018-2027 美容个护行业全球营收增长趋势



2023年美容个护行业全球营收分布

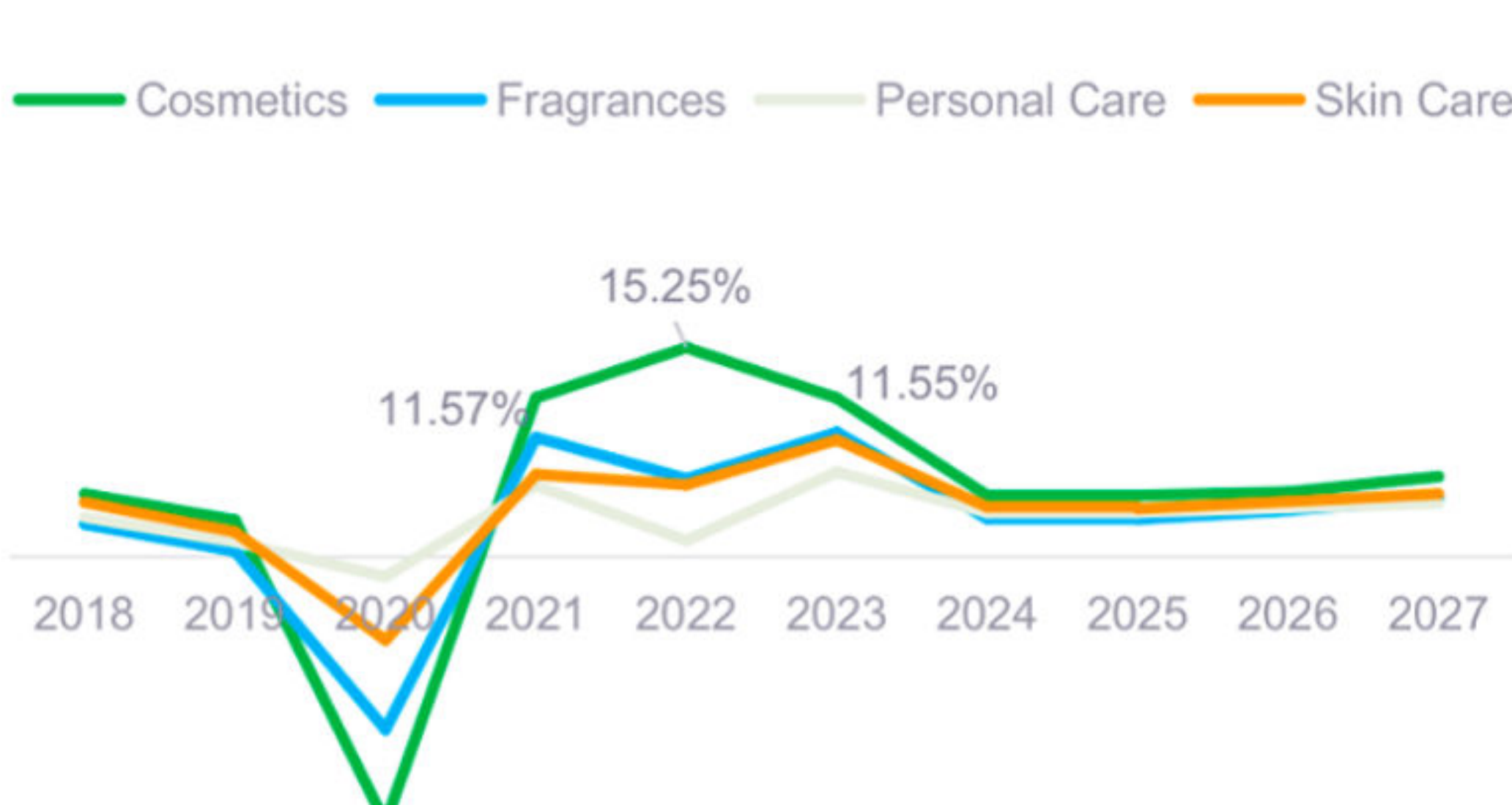


02

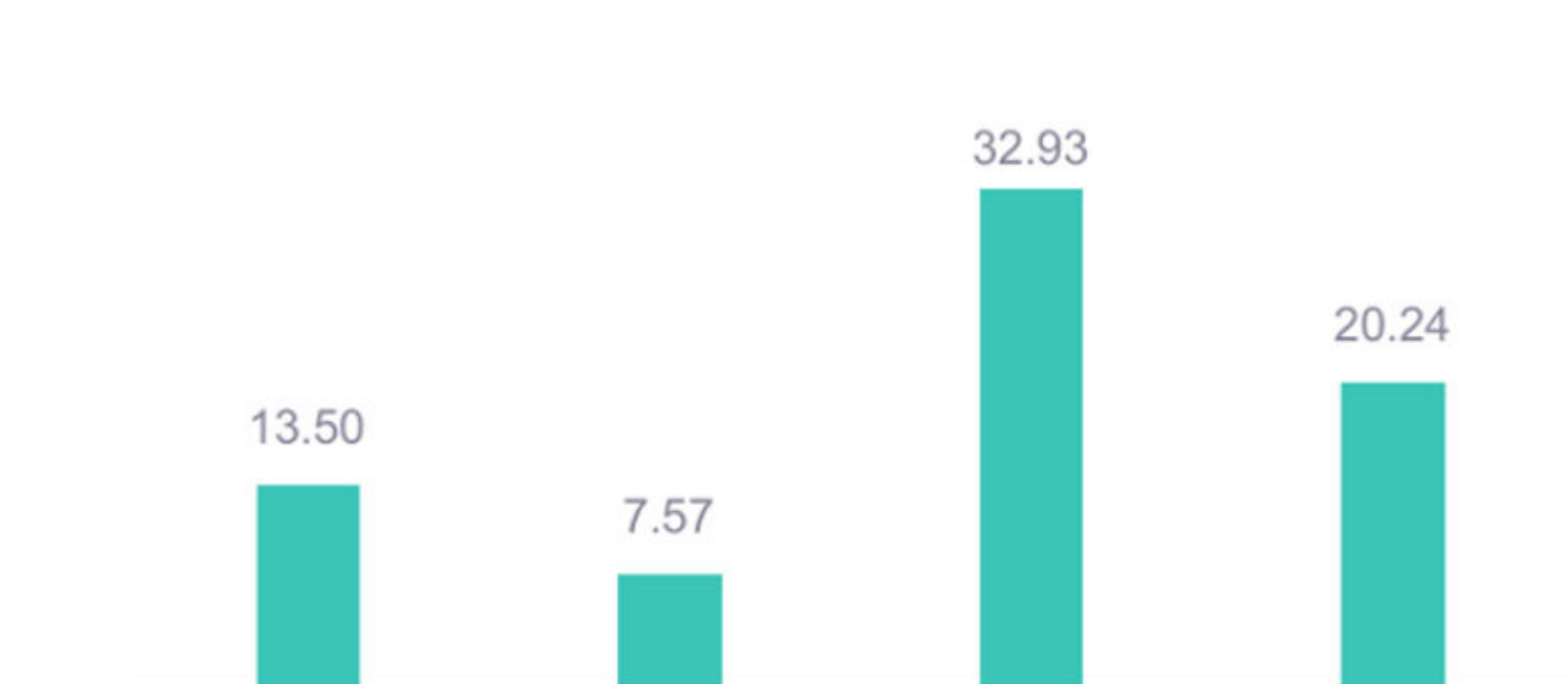
细分类目Cosmetics增长最快 Personal Care人均价最高

预计2023年同比增长率Cosmetics为11.55%、Fragrances为9.04%。从各类目人均营收额看，Personal Care均价最高，其次是Skin Care。出海企业可参考制定海外首推系列。

2018-2027 美容个护行业全球营收增长率，按类目



2023年美容个护行业各类目ARPC (USD)



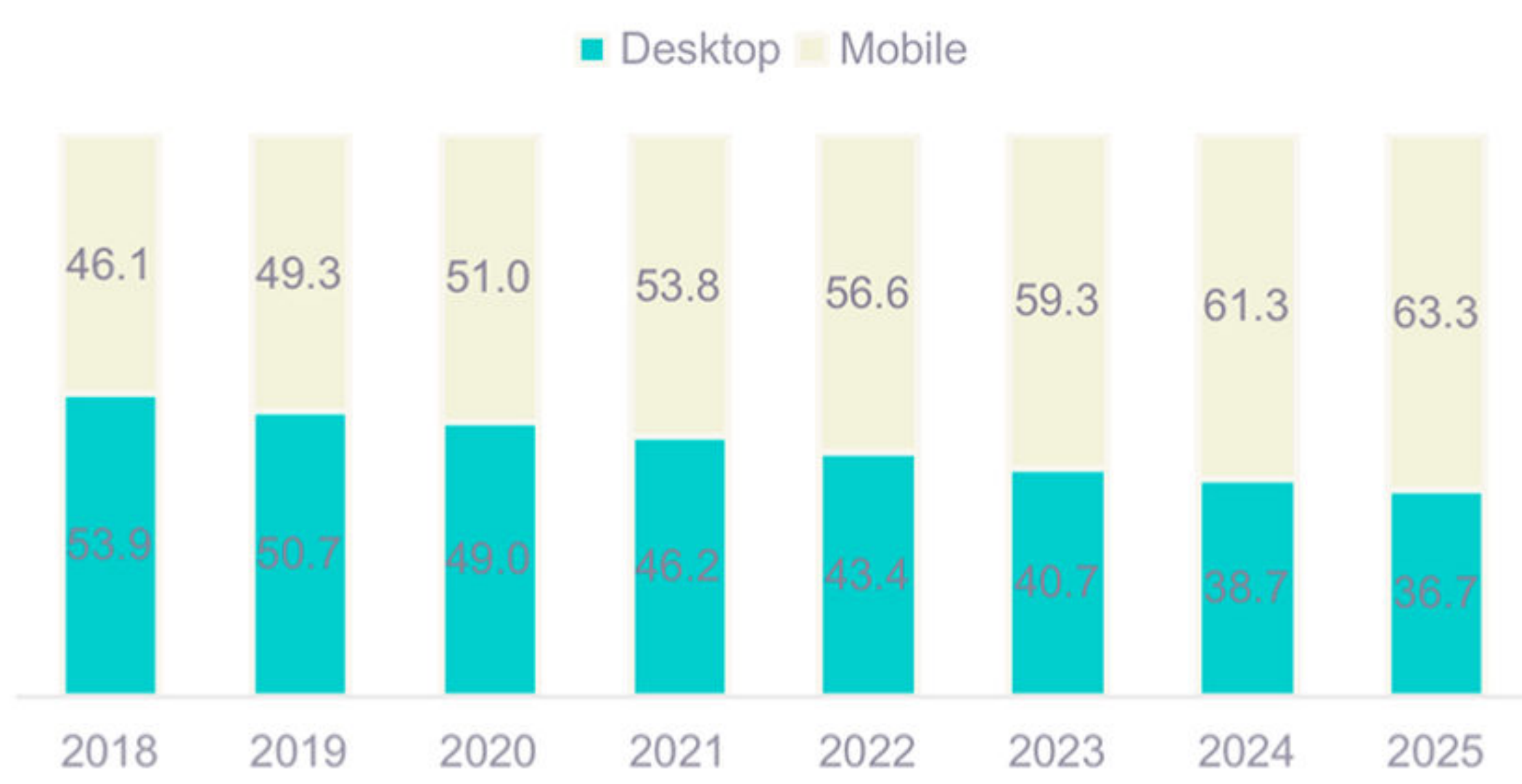
03 线下营收主导，但线上持续增长且移动端占比高

美容个护行业营收超7成来自线下渠道，但线上营收占比逐年提升，移动端营收占比逐年提升。美容个护企业出海需注重线上线下布局、PC与移动端协同运营。

2018-2025 美容个护行业全球营收占比，按渠道（%）



2018-2025 美容个护行业全球营收占比，按设备（%）



04 美国是最大市场，其次是中国与日本

从市场分布看，美国贡献最大营收，中日仅次于美国。此外欧洲主要经济体也位列TOP15市场营收之列。美欧市场大且成熟，出海企业可基于自身特点考虑重点布局。



05 美国Cosmetics类目营收接近Skin Care，法国香水占比高于他国

美英德法美容个护行业各类目营收占比排名与全球表现一致，但美国Cosmetics类目营收接近Skin Care，而法国Fragrances营收占比高。从营收渠道分布看，UK线上营收占比最高。出海企业产品类目分布可参考。

预计2023年美欧主要经济体美容个护各类目营收占比

2023	US	UK	Germany	France
Personal Care	46.1%	40.0%	47.8%	38.4%
Skin Care	23.1%	25.4%	26.8%	27.9%
Cosmetics	21.3%	19.9%	15.0%	17.1%
Fragrances	9.5%	14.7%	10.4%	16.5%

预计2023年美容个护行业营收渠道占比，按国家（%）



06 细分类目重点关注

个护类建议重点关注**头发护理与口腔护理**，护肤类建议重点关注**防晒**，而彩妆类建议重点关注**唇部彩妆与自然彩妆**。

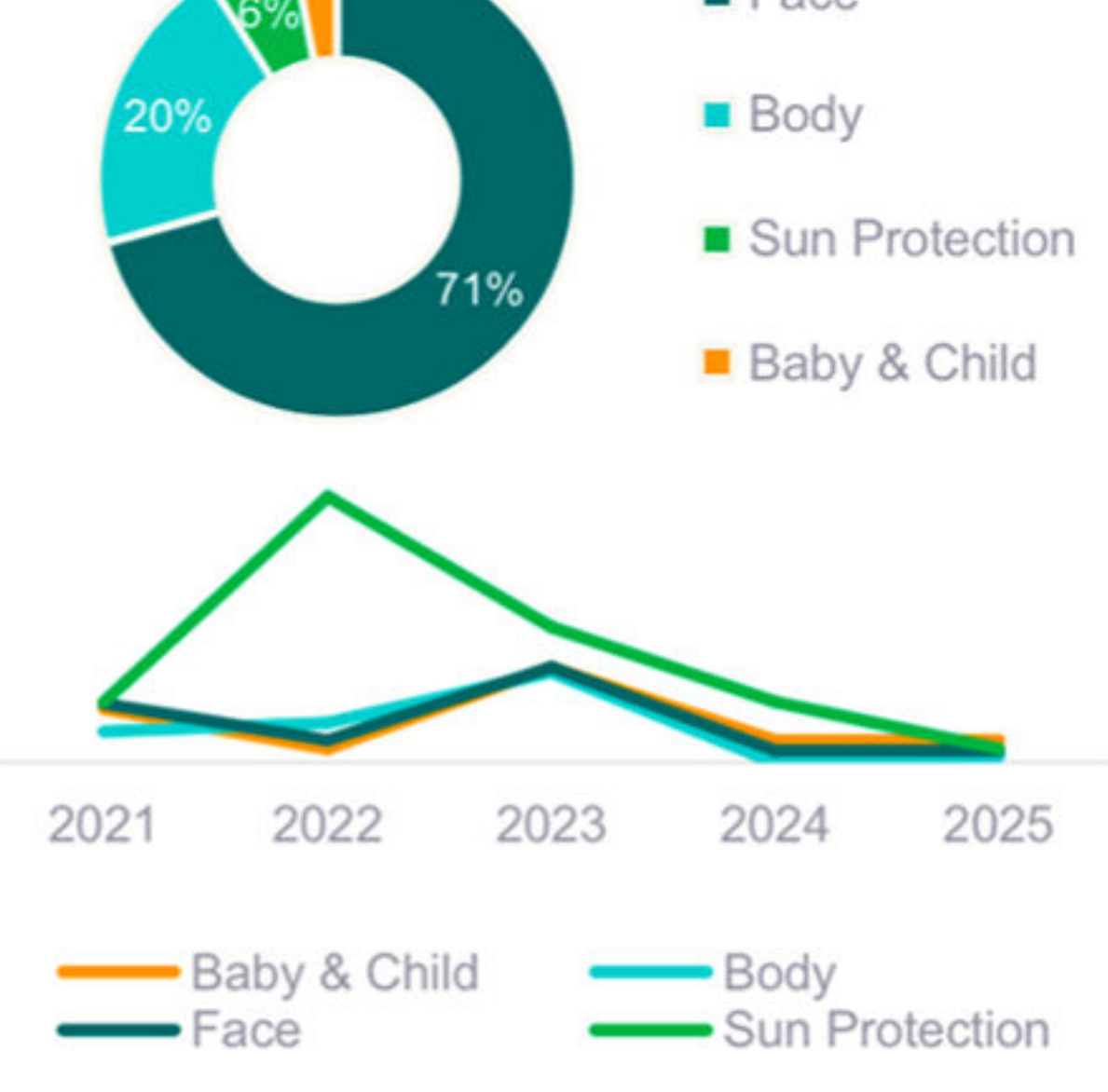
2021年个护类目细分营收占比及未来增长趋势



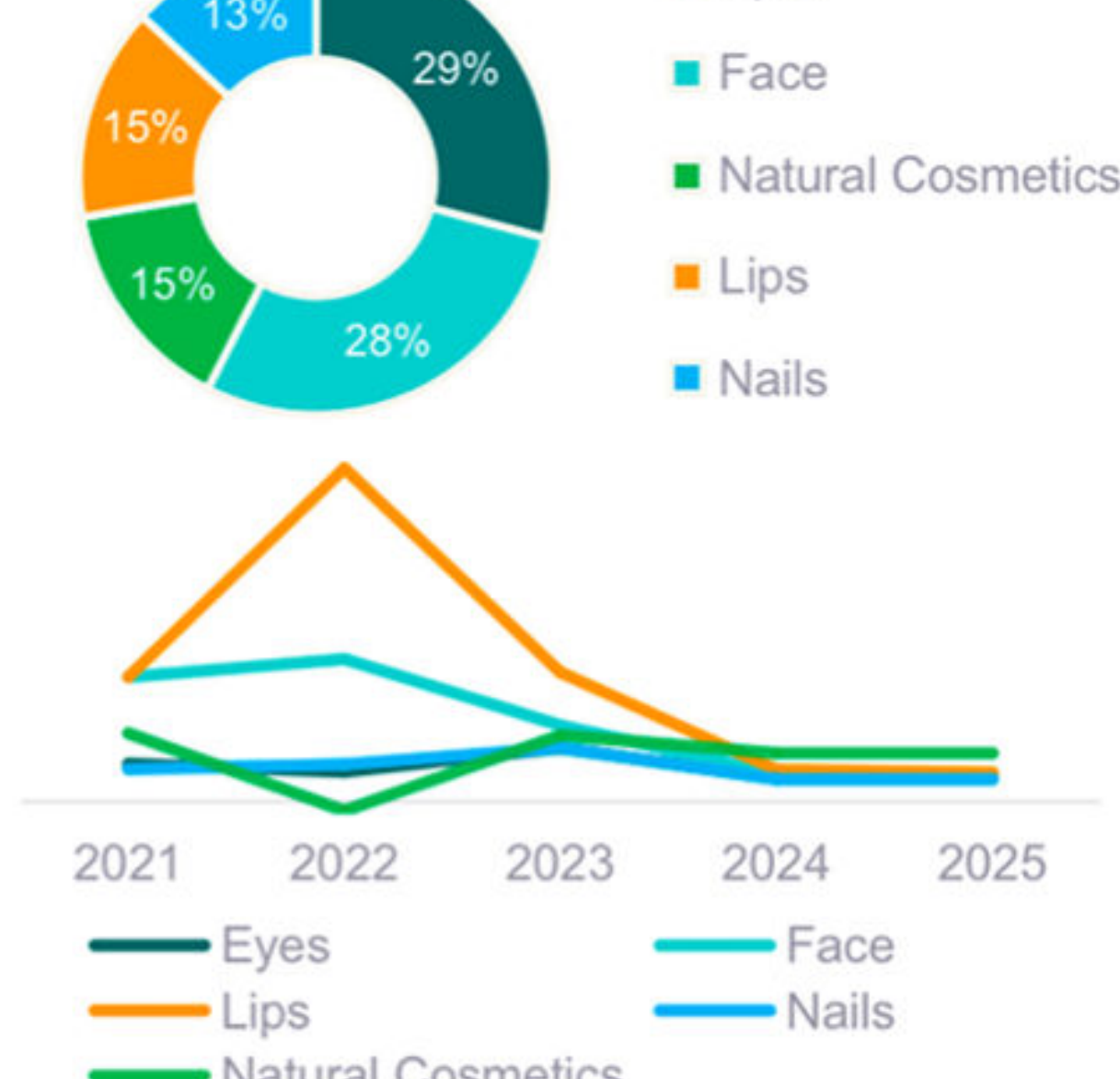
趋势关键词

个性化与定制化
Beauty Tech
天然有机
可持续
Clean & Green
真实包容
社区感

2021年护肤类目细分营收占比及未来增长趋势



2021年彩妆类目细分营收占比及未来增长趋势



07 消费者追求个性化、定制化，Beauty Tech高速增长

大数据、AI与AR工具及软件的应用为消费者提供更个性化、定制化体验，如线上皮肤诊断、AR试妆应用、智能推荐等。

• 虚拟试妆



Ulta



Loreal Paris

• 美妆定制化设备

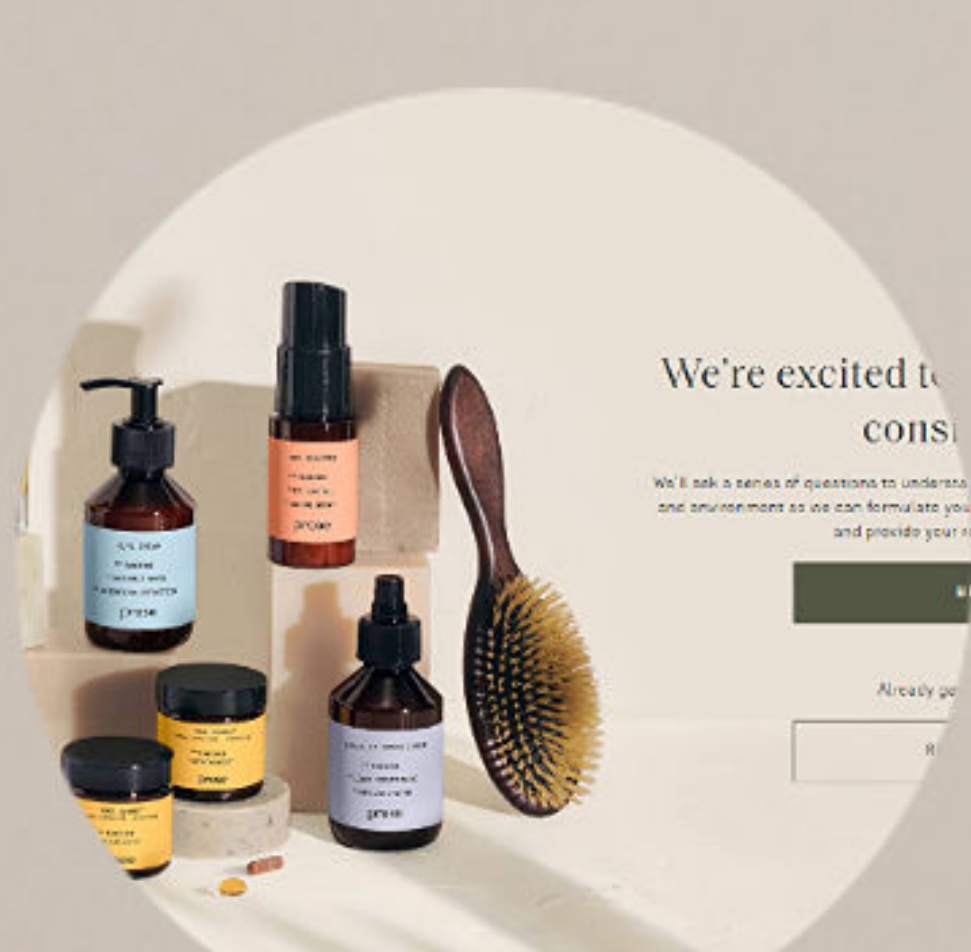


Loreal

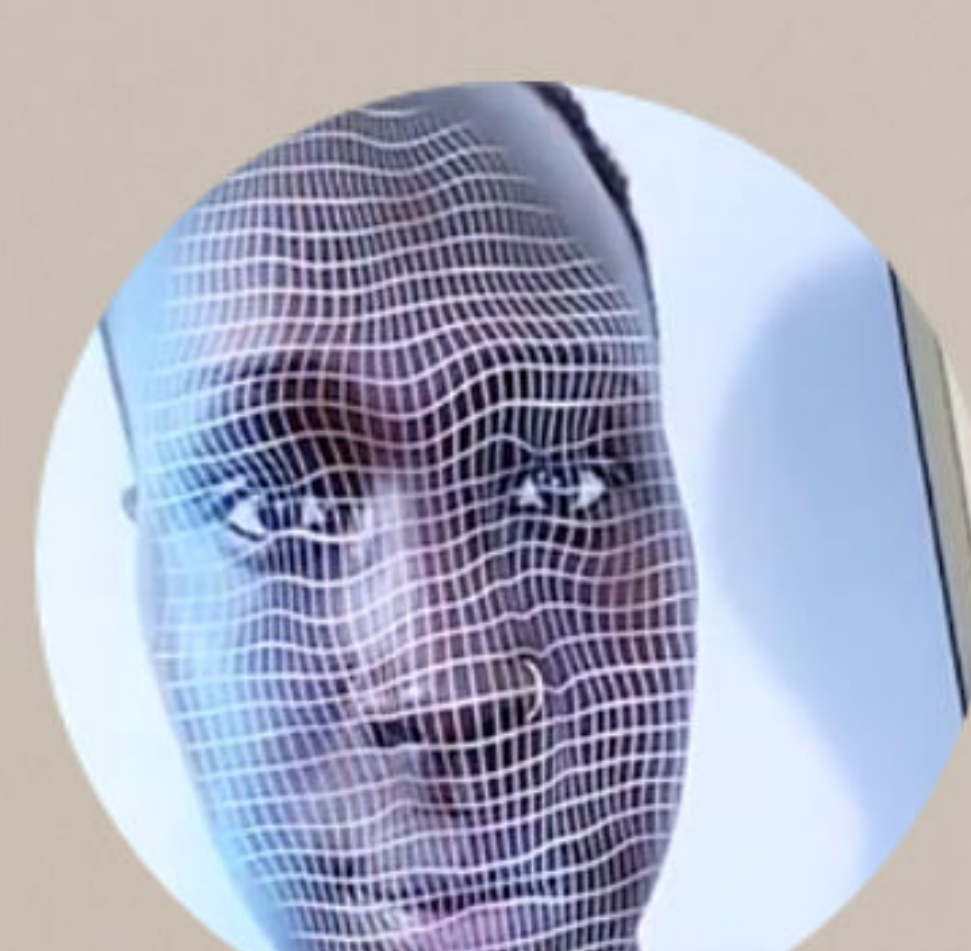


YSL

• 线上测验/皮肤扫描推荐个性化产品



PROSE



Clinique



08 消费者追求天然有机成分与可持续性，既要Clean也要Green

除了产品天然有机外，消费者也关注生产的绿色与可持续性。GREEN、NOT TESTED ON ANIMALS、ECO-FRIENDLY等在美容消费者心中变得越来越重要。

09 拥抱自然之美与多样性，更具包容性的产品将更受欢迎

美容行业最流行的趋势之一是拥抱真实性与多样性，抵制图片过度处理，颂扬自然之美与“每个人的美丽”。越来越多的美容品牌提供呵护所有肤色和发质的产品和服务，使用看起来自然的照片，在营销活动中提倡多元化，强调性别、种族、体型、文化和生活方式的多元化。

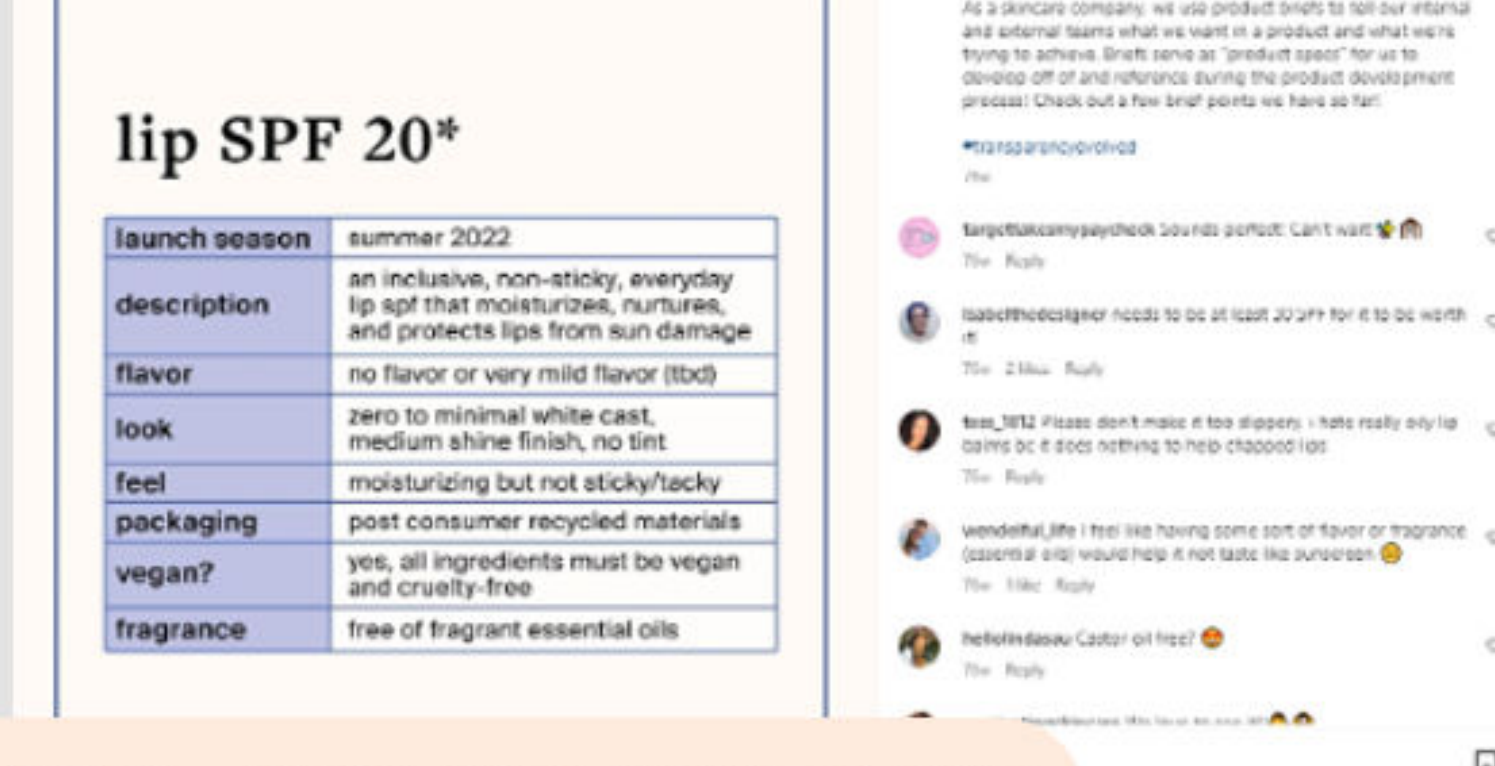


10 越来越多品牌利用社媒和内容营销营造社区感

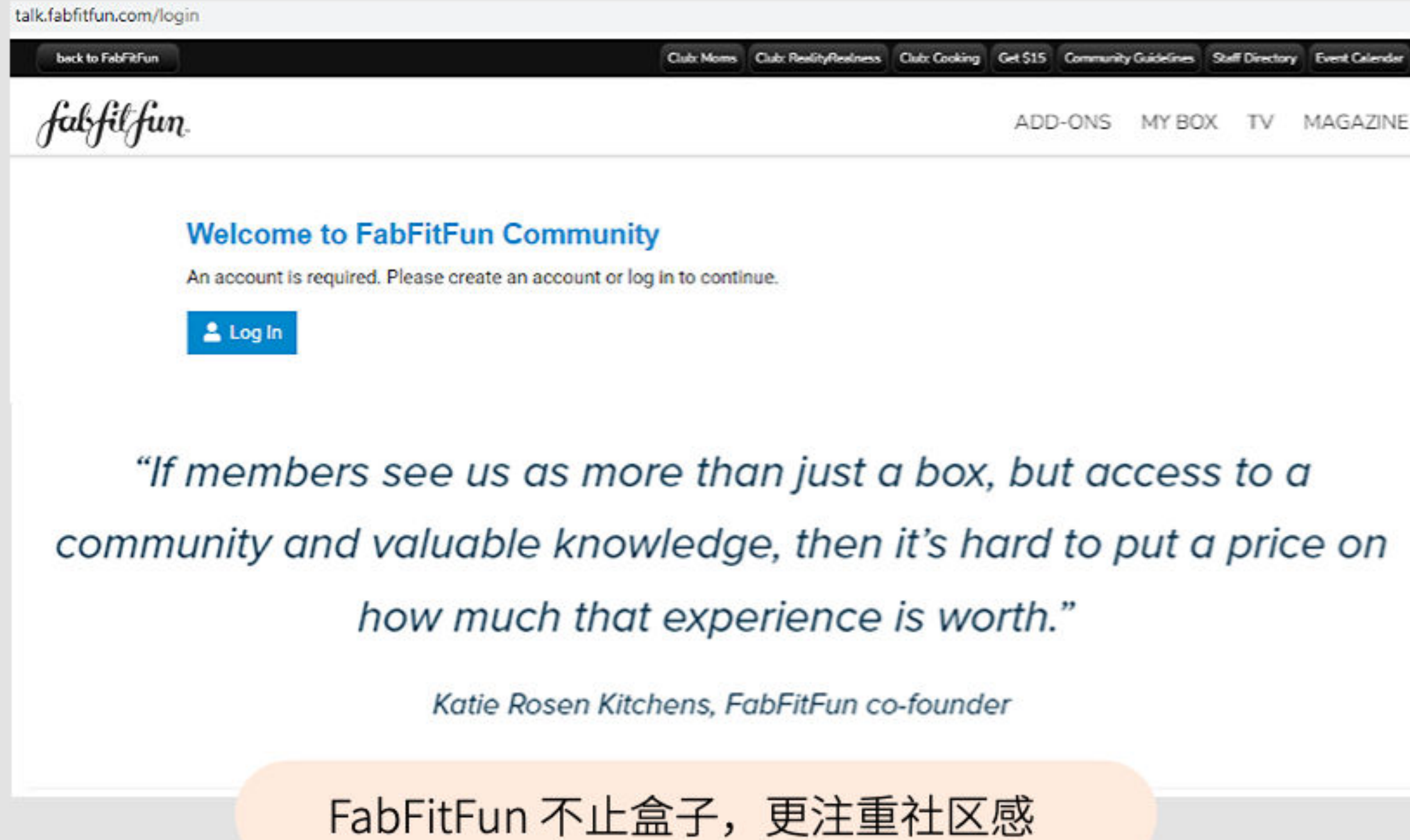
借助社交媒体营销与推广自己的品牌并与消费者建立长久联系，利用社媒与内容营销来营造社区感。



Fenty Beauty合作小网红鼓励用户参与



Cocokind使用Ins将产品纳入开发生命周期



FabFitFun 不止盒子，更注重社区感

"If members see us as more than just a box, but access to a community and valuable knowledge, then it's hard to put a price on how much that experience is worth."



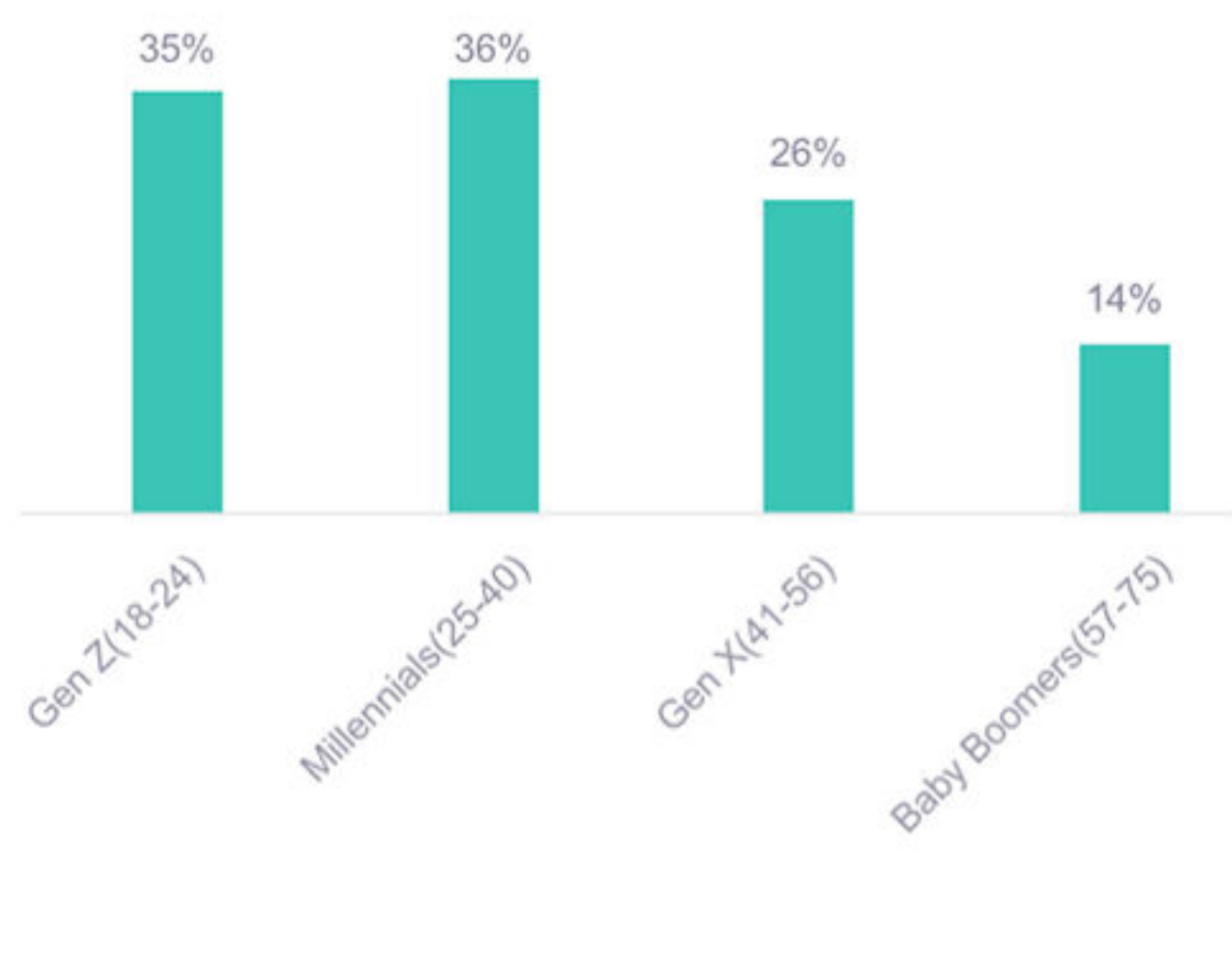
W 消费者洞察 CONSUMER INSIGHTS

01 消费者以女性为主，年轻群体注重彩妆，30岁以上更注重护肤

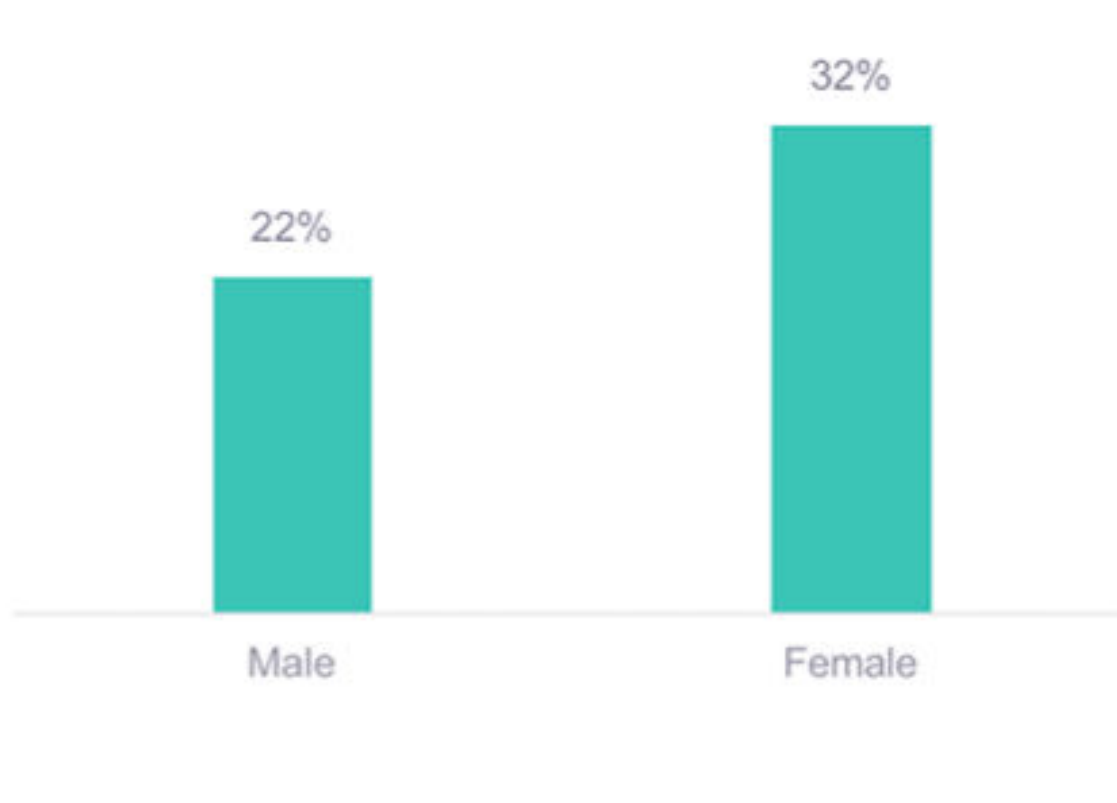
护肤与彩妆消费者女性占比远高于男性，护肤群体40-64岁（美）、30-49岁（英）高于均值，而彩妆群体30-49岁（美）、18-39岁（英）高于均值，推测Beauty消费者女性为主，彩妆群体比护肤消费者群体更年轻。

02 年轻的女性群体最倾向线上选购Beauty产品

2022年线上购买Beauty产品的消费者分布，按世代



2022年线上购买Beauty产品的消费者分布，按性别



03 即使预算有限，消费者也愿意购买护肤/美容产品犒劳自己

预算有限情况下，消费者愿意购买以犒劳自己的产品排名

排名	Gen Z / Millennials		Gen X / Baby Boomers	
	Female	Male	Female	Male
1	Clothing/apparel	Technology/electronic items	Clothing/apparel	Dining out
2	Skincare products	Ordering delivery	Dining out	Clothing/apparel
3	Beauty/cosmetics	Clothing/apparel	Travel	Technology/electronic items
4	Accessories	Health/personal care items	Skincare products	Travel
5	Health/personal care items	Travel	Ordering delivery	Ordering delivery

04 产品质量是关键点，消费者对成分十分在意

45%

Gen Z与千禧一代想要知道购买的美容产品里有什么

47%

最看重的美容品牌责任是使用安全成分

75%

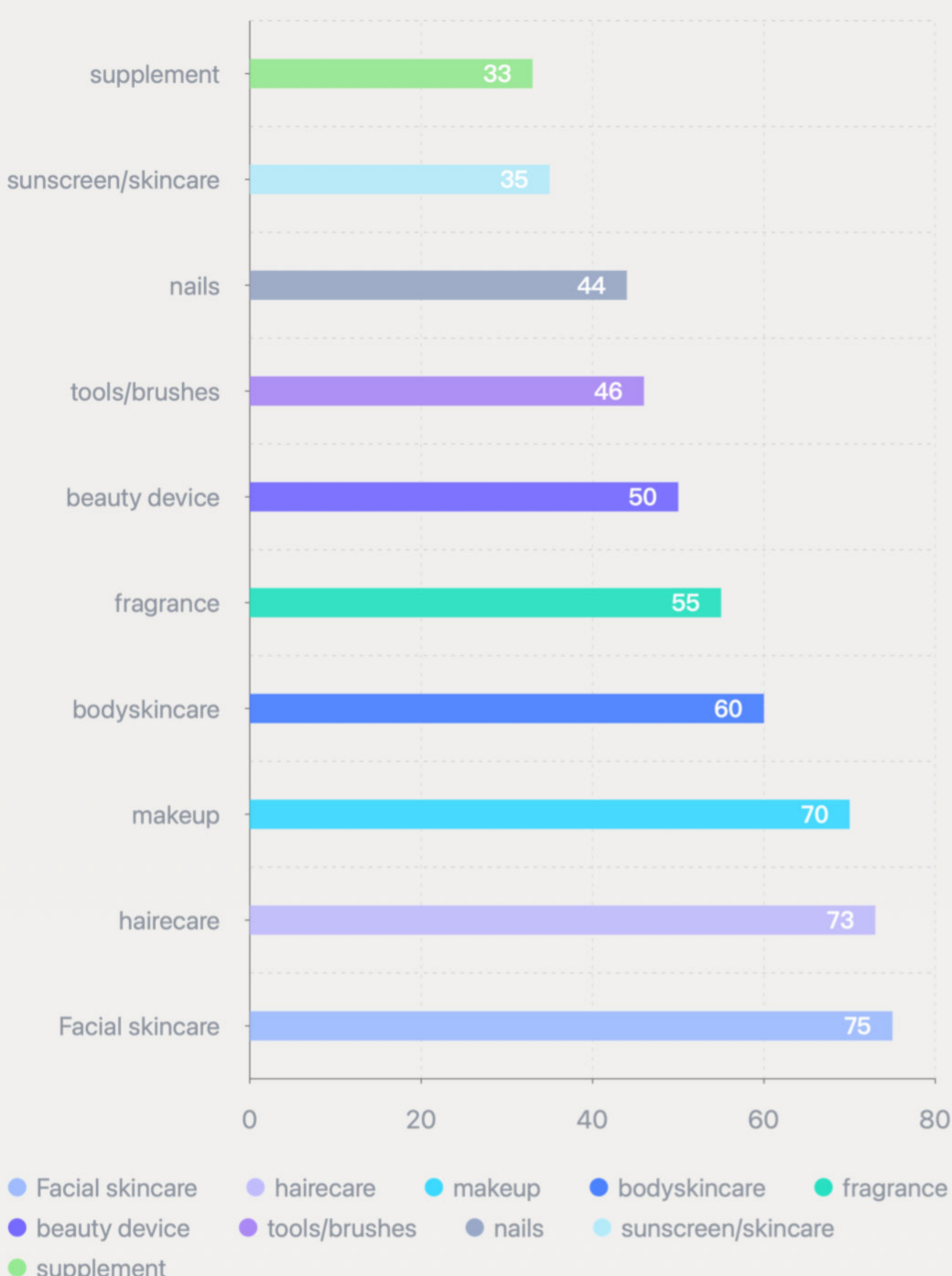
西班牙消费者认为美容品牌应该提供更多科学证据来证实他们的说法



05 期待品牌倾听自己的声音，线上选购美容产品会关注评分与评论

消费者比过去更期待品牌倾听自己的声音，近100%线上消费者选购美容产品会关注评分与评论。建议出海品牌全方位倾听消费者声音，优化产品与服务，提升买家评分与评价。

06 2023年消费者最乐于尝试的Beauty Products



07 消费者对护肤/口腔护理/身体护理/香水关注提升，Q4多类目关注高

10-11月消费者对彩妆关注度飙升；4-5月是香水类目第一个关注小高峰，11-12月香水、身体护理关注达到最高峰；护肤关注整体平稳但需求具有季节性（如春夏防晒、秋冬保湿）；头发护理/口腔护理全年关注没特明显波峰波谷。



08

护肤困扰 & 护发困扰

年轻人最担心皮肤长痘与干燥，年长者在意抗老抗皱；年轻人掉发与头发稀疏为主，年长者最担忧白头发



09

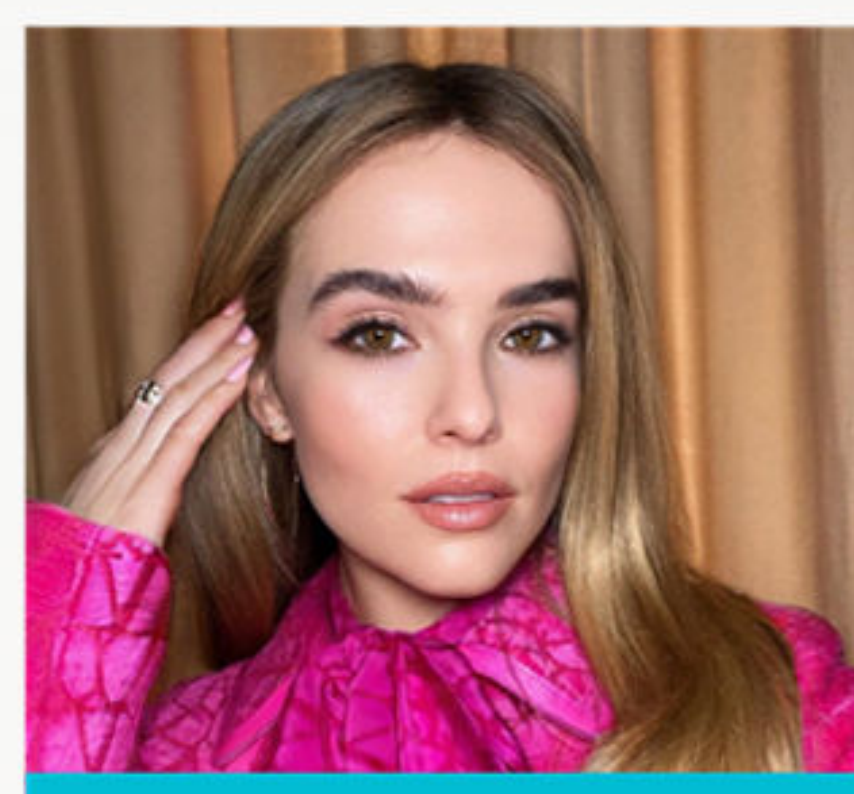
2023流行发型：大胆、充满活力、引人注目



Blunt Bob



Red Hair Revival



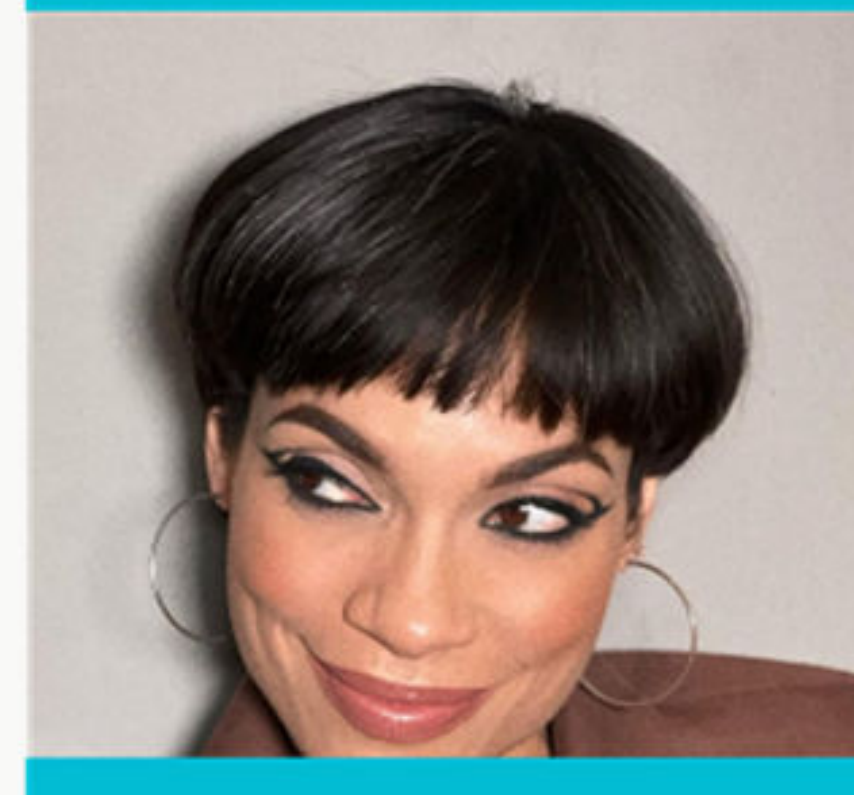
High Shine Styles



Shades of Brunette



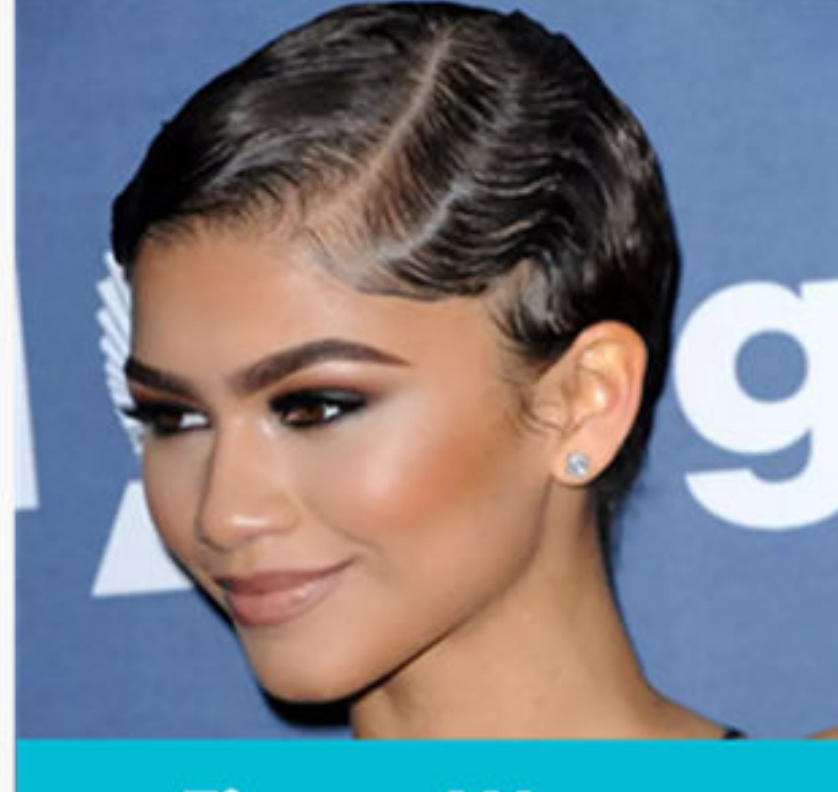
Going Grunge



Bangs, Baby



Mid-Length Mane



Finger Waves



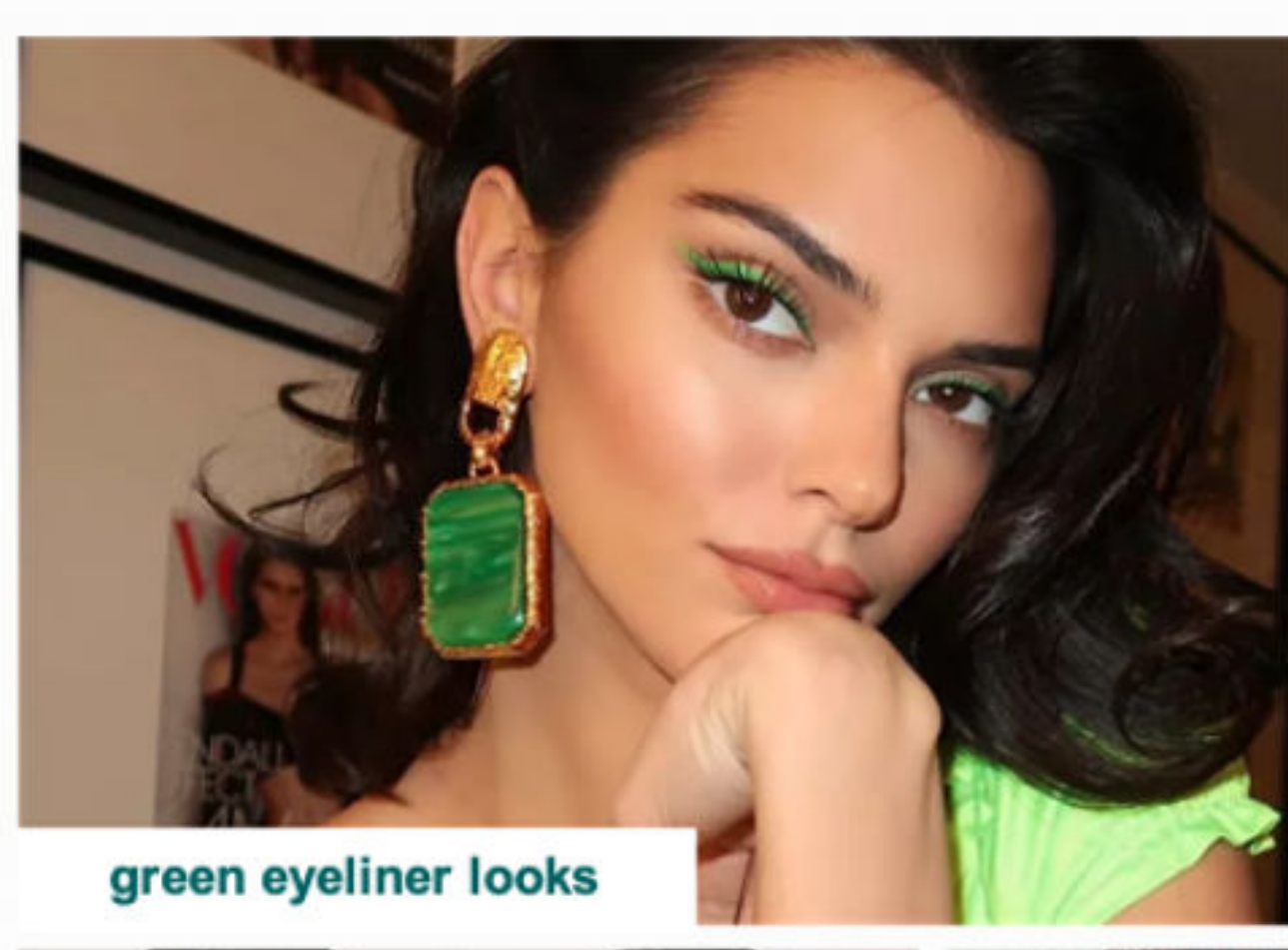
Bold, Bright Blonds

10

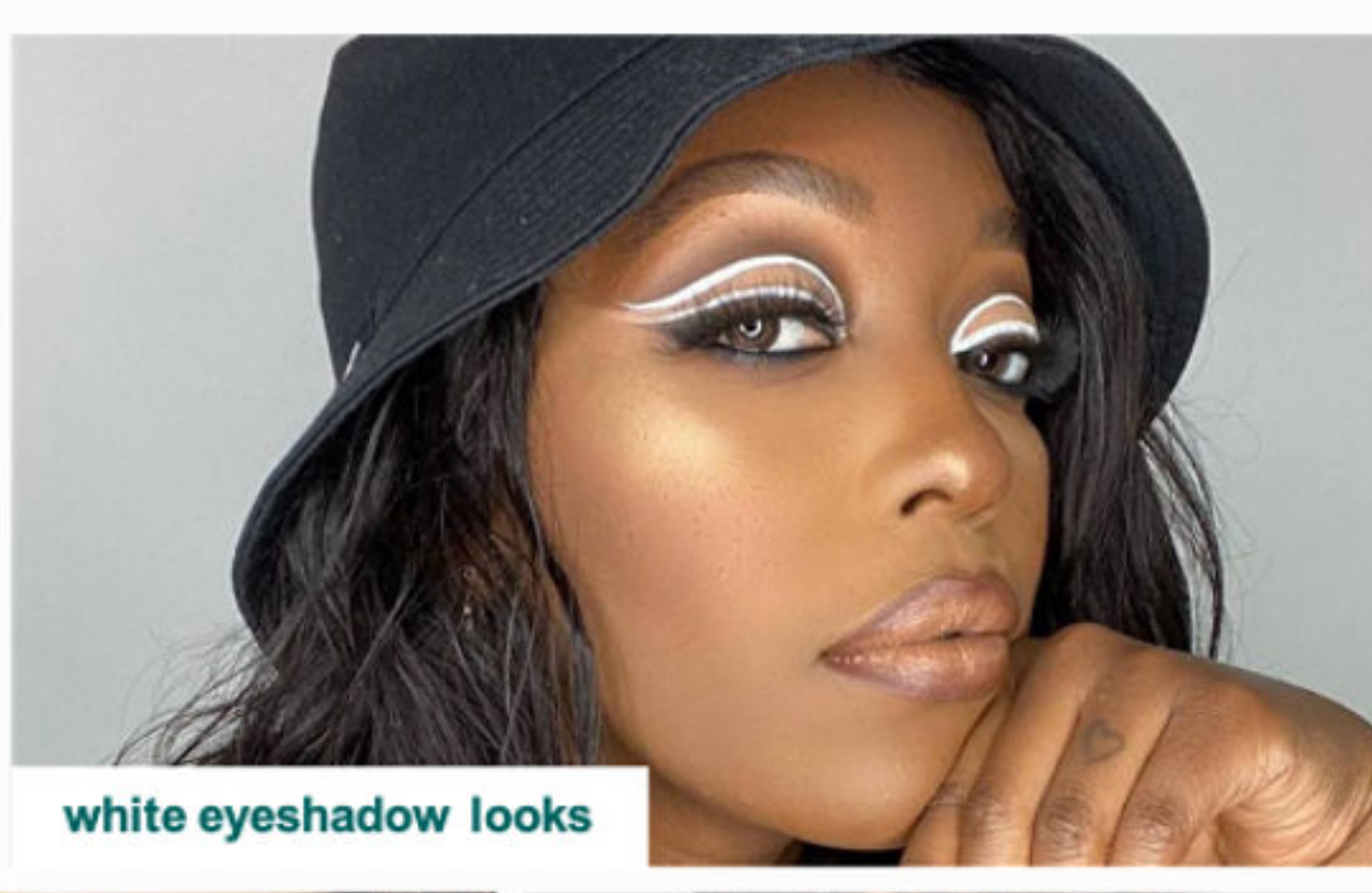
彩妆消费者关注：产品/品牌/口碑，自然妆容继续受欢迎



最近一年彩妆相关TOP检索词



green eyeliner looks



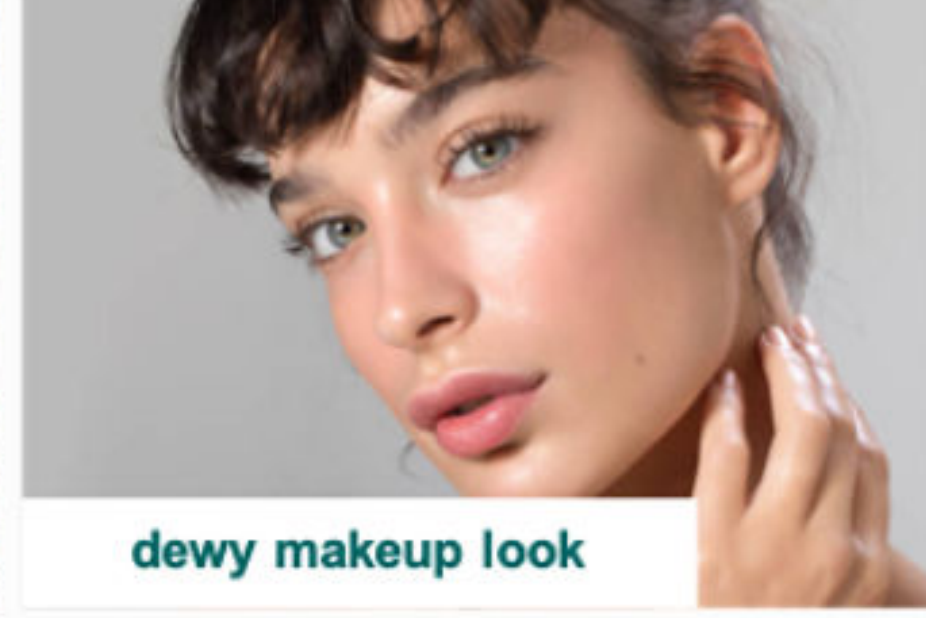
white eyeshadow looks



No makeup makeup look



natural makeup with red lipstick



dewy makeup look

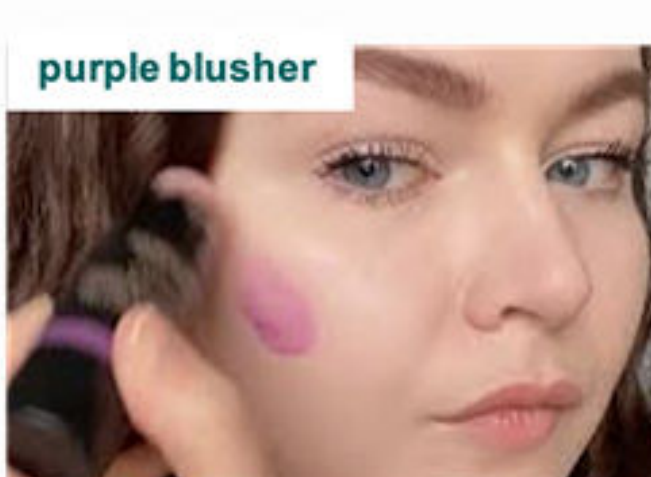
2023 新兴妆容



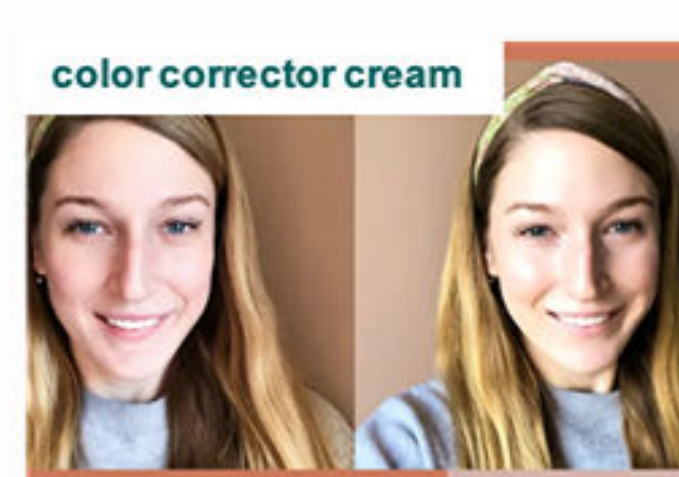
brown mascara



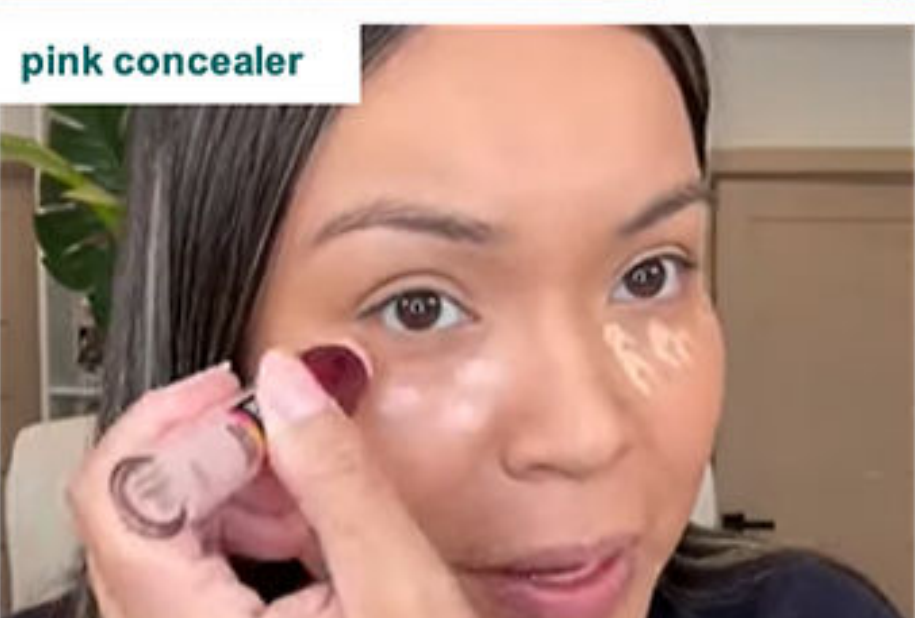
yellow eyeshadow palette



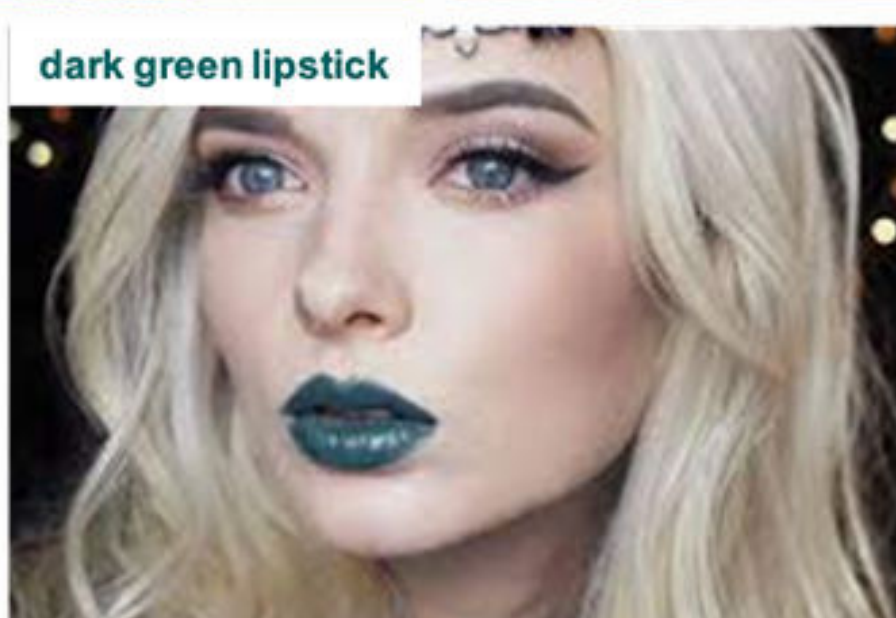
purple blusher



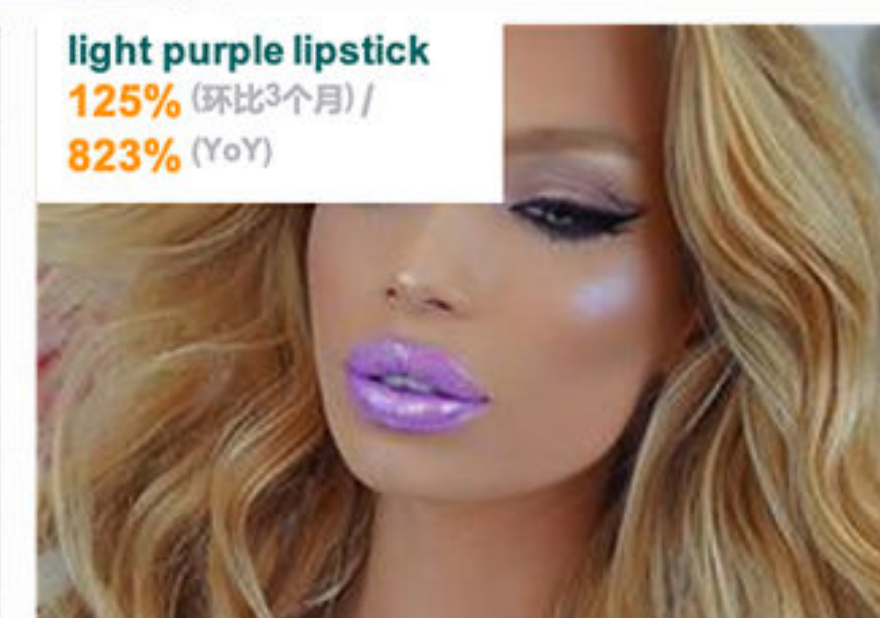
color corrector cream



pink concealer



dark green lipstick



light purple lipstick

125% (环比3个月) / 823% (YoY)

预计2023 高增长美妆产品

11

口腔护理消费者需求越来越专业化，易用性备受关注

牙齿护理方面，消费者的需求越来越专业化。消费者对易用性、舒适性、持久性非常关注，预计2023年对Easy to Apply关注翻倍。

W 海外竞争概况

COMPETITIVE ENVIRONMENT

01 美容美妆市场成熟、多元竞争，美国品牌占据最大市场

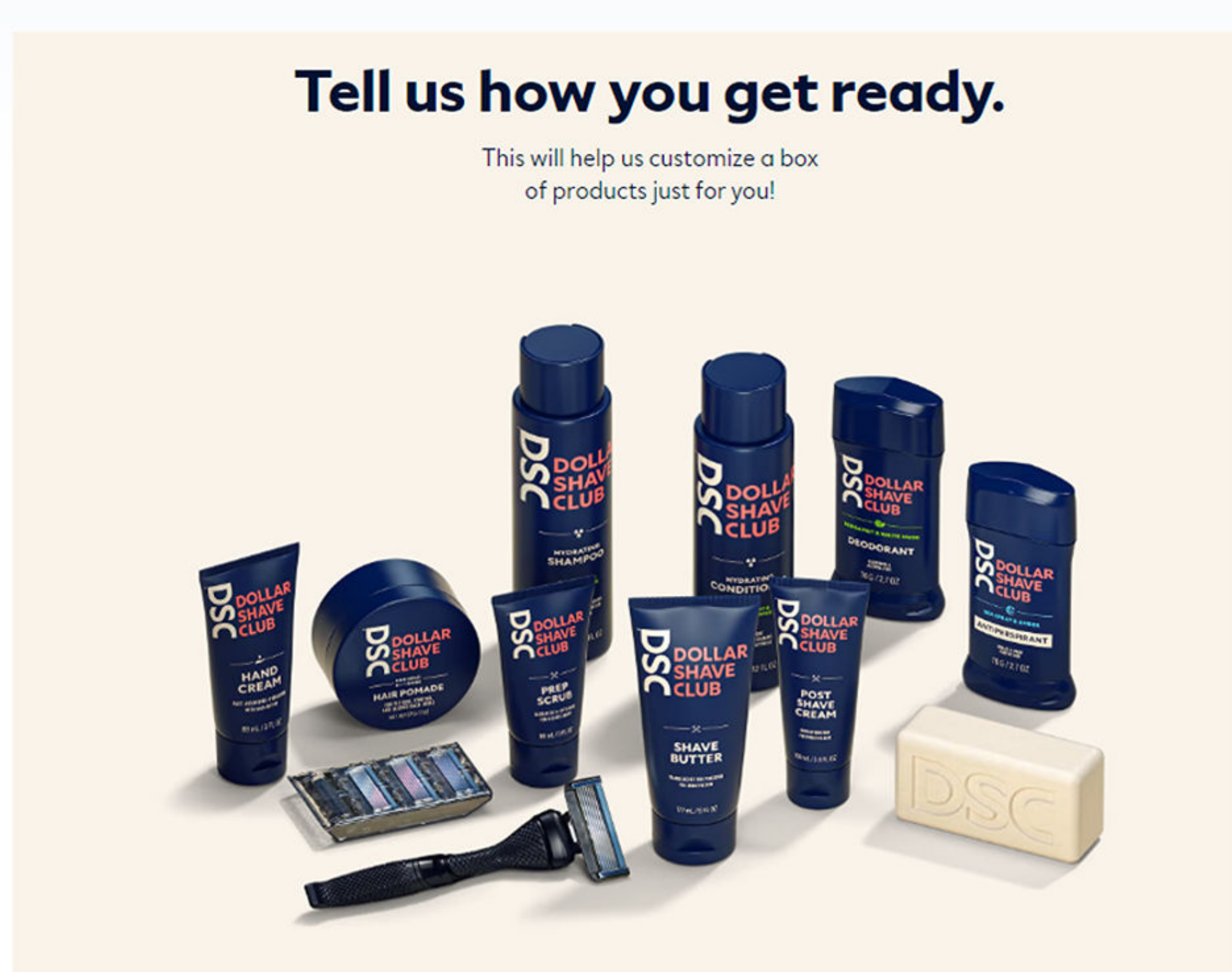
美容美妆市场成熟，多元竞争，既有专注于此行业的集团公司，也有跨多个消费者品领域的大型集团，同时还有奢侈时尚品牌、新兴DTC品牌入局，欧莱雅集团与雅诗兰黛集团是市场最大玩家，其中欧莱雅集团稳居第一。多数企业产品销往全球但总部在美国，美国品牌占据最大市场份额。

02 海外品牌借助数字化、数据化与智能化提升顾客体验

数字化被应用在门店来进一步加强顾客体验；订阅美妆盒模式是充分利用消费者数据颠覆行业的体现；线上直播运用也加强了品牌与客户的联系，丰富的视频直播内容提升了客户停留时长。

03 新锐品牌通过个性化和定制化品牌打造赢得增长

数字化被应用在门店来进一步加强顾客体验；订阅美妆盒模式是充分利用消费者数据颠覆行业的体现；线上直播运用也加强了品牌与客户的联系，丰富的视频直播内容提升了客户停留时长。



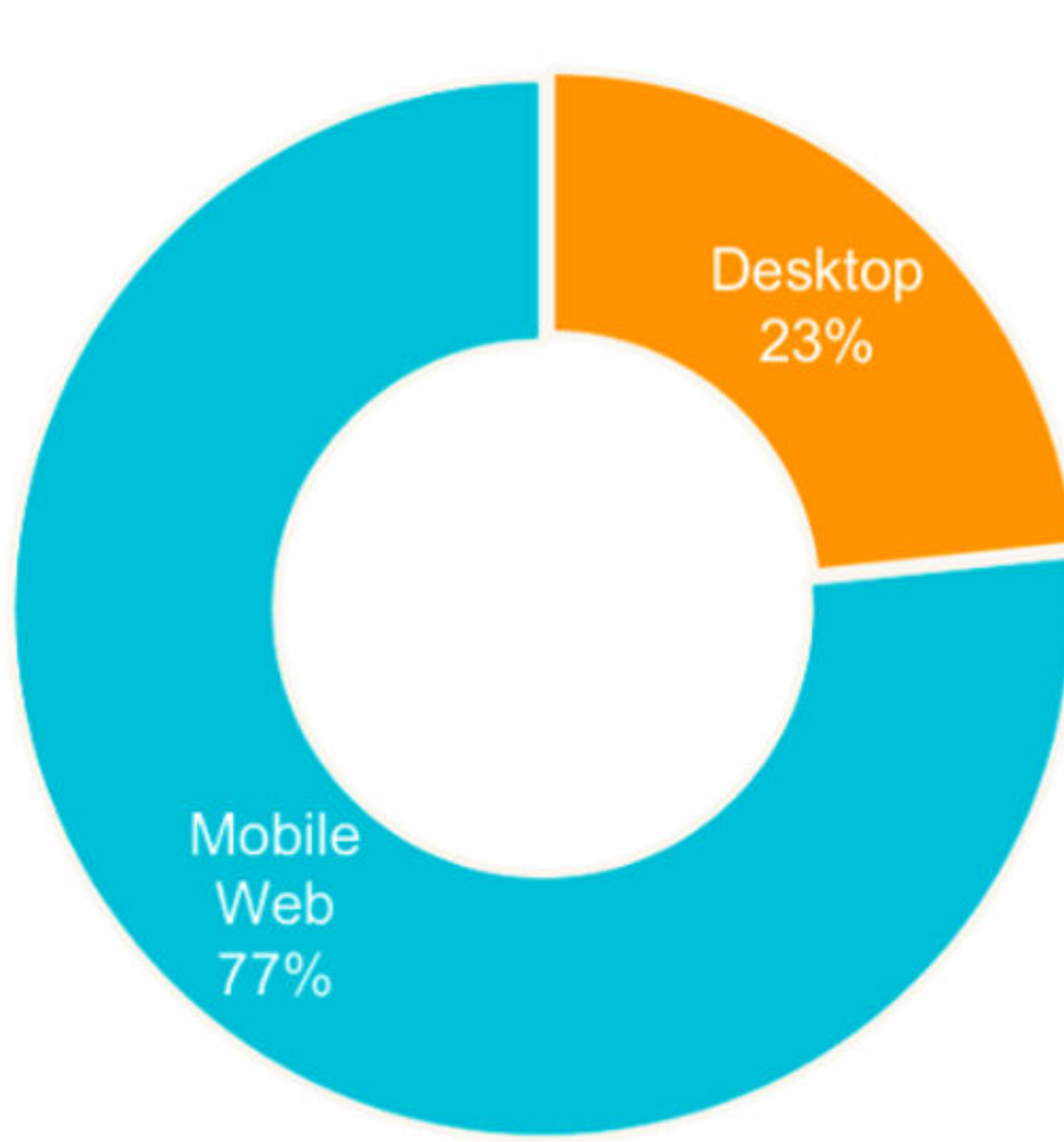
Dollar Shave Club 性价比+创新订阅模式+视频营销



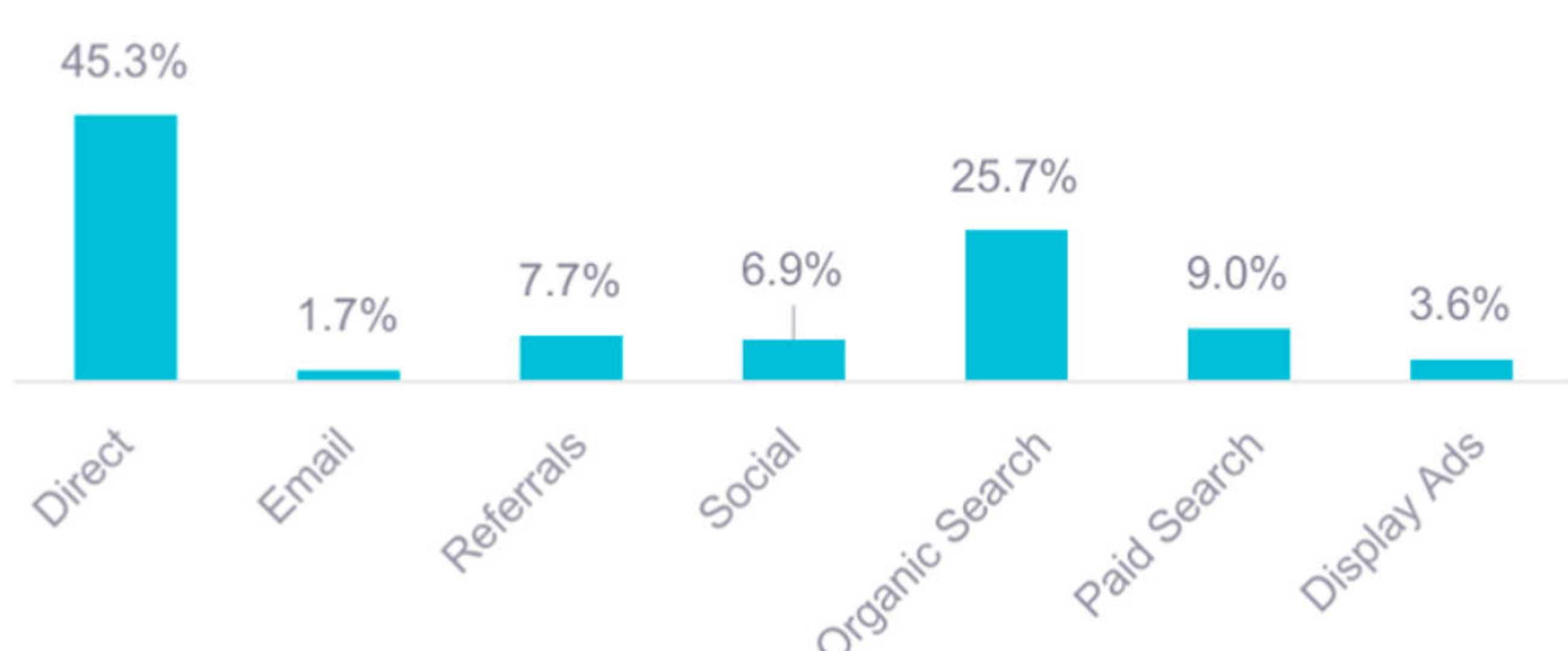
Function of Beauty 定制化洗护发+Clean成分+性价比+社媒营销

04 搜索引擎是美容美妆站点主要流量来源

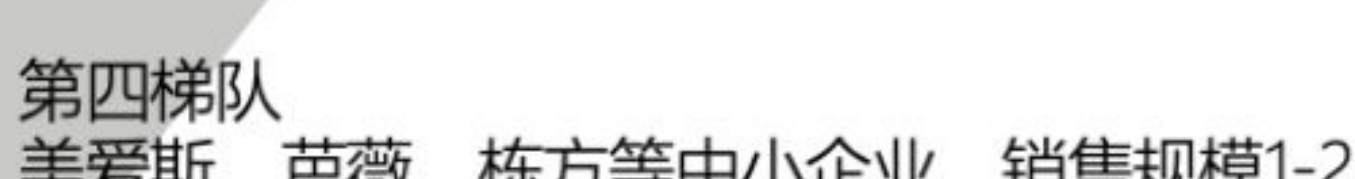
美国市场Beauty & Cosmetics站点流量来源分布，按设备



美国市场Beauty & Cosmetics站点流量来源分布，按渠道

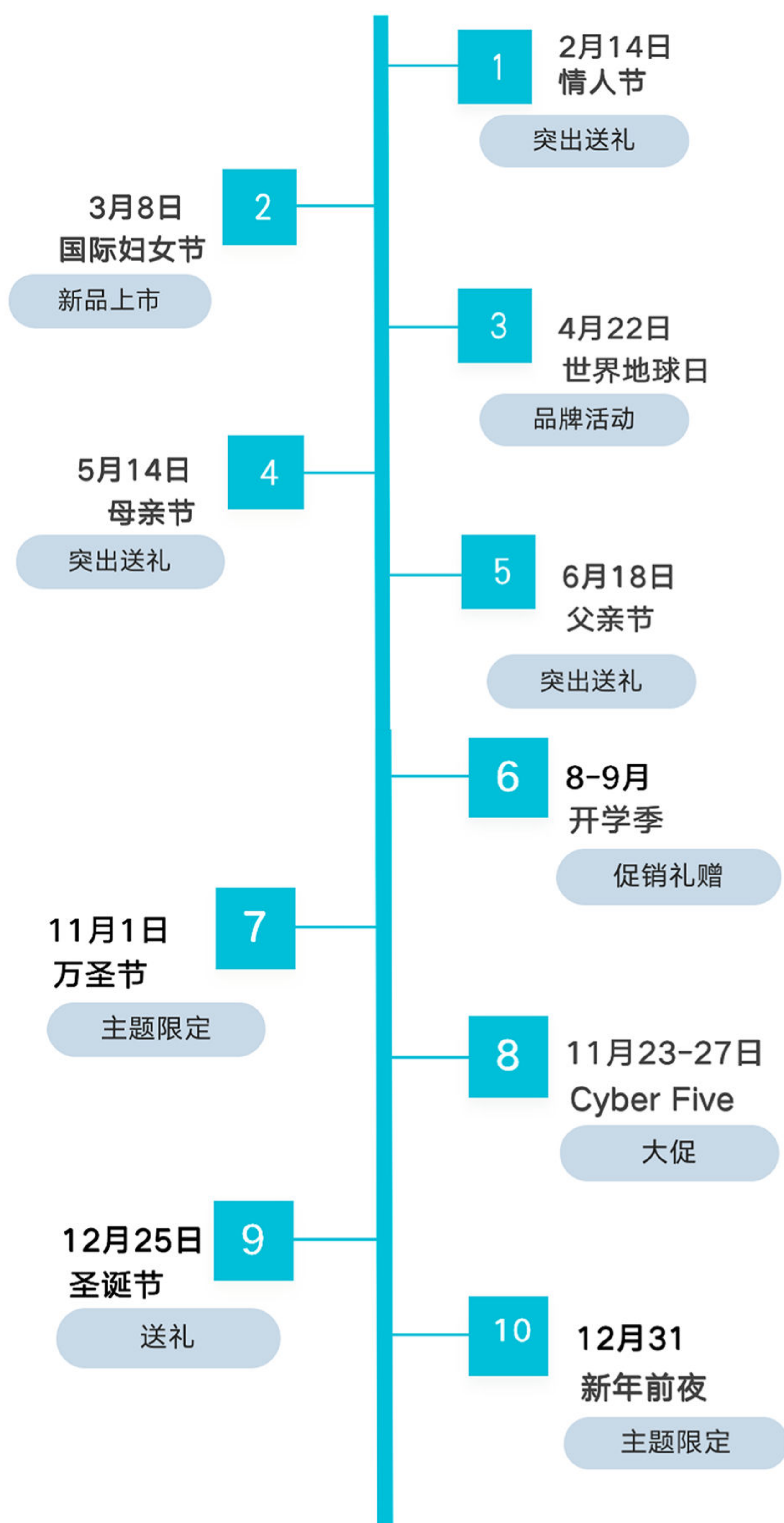


势、丰富多样的产品，又能基于消费者反馈快速反应优化产品。



A collection of makeup products arranged on a white marble surface. In the top left is an open black compact with a peach-colored, textured blush. To its right is a small black tube of YSL Touche Éclat concealer. Below the blush is a round black compact with a silver YSL logo. To the right of that is a black tube of mascara. Below the YSL compact is a black tube of foundation. To the right of the foundation is a black tube of lipstick. In the bottom left corner is a dark, textured makeup bag with a gold zipper. A tube of red lipstick and a black brush are visible inside the bag. A round black compact with the word 'BROWN' in white letters is also visible near the bag.

美容个护企业出海关键营销节点



选择西窗 为出海保驾护航

CHOOSE WESTWIN TO GET A BETTER FUTURE

西窗概况



为什么选择Westwin

- 丰富的建站资源，定制的服务选项
- 全面的营销资质



Google中国区优质合作伙伴 Google Partner

专属Google原厂的渠道经理和账户支持团队提供服务



Microsoft Ads (Bing Ads) 中国区核心代理商

第一时间接收微软官方最新资讯和账户扶持；随时获取微软全方位产品培训和技术支持



Criteo一级代理商

一对一账户经理辅导；从代码安装到素材方向，都有来自criteo团队的直接支持



精选更多优质资源

Facebook/TikTok/Pinterest / Outbrain / Taboola / Twitter 等更多签约方资质

