



2024 彩妆品类洞察

2024/8

目录

CONTENTS

- 品类概况
- 细分类目解析
- 各站点热销品偏好&价格段解析
- 头部品牌卖家解析
- 附录
 - 各站点热搜词&细分品类概况
 - 各站点彩妆销售规则

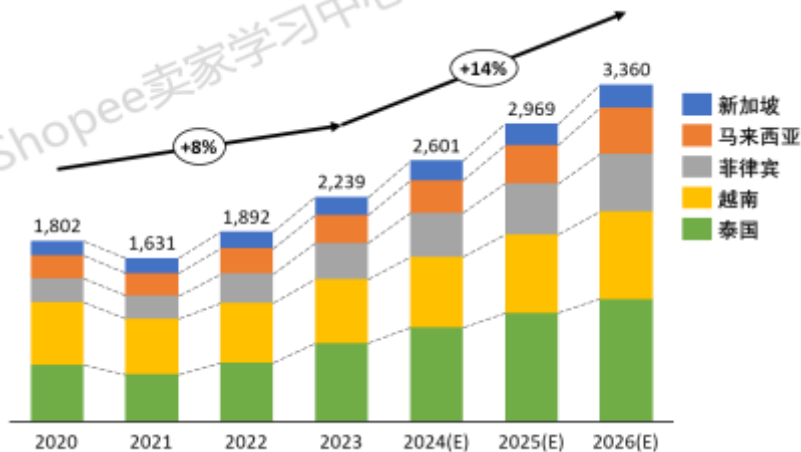
品类概况



东南亚市场彩妆规模不断攀升，越南泰国引领市场增长

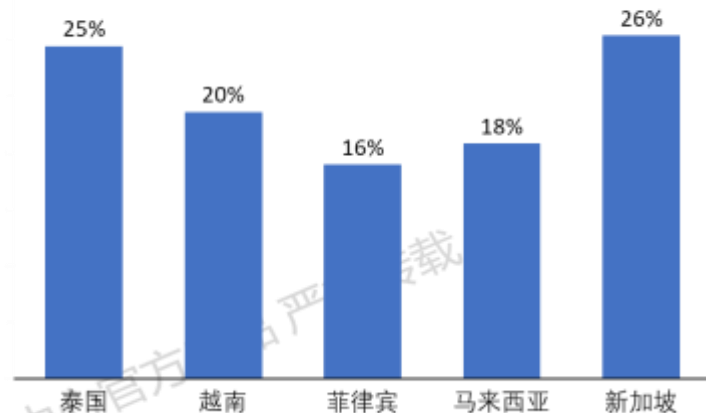
主要市场彩妆规模

Unit: million USD



主要市场2024彩妆线上占比预测

线上彩妆占比



- 东南亚彩妆市场规模保持高速增长，预计在2026年达到33.6亿美元. 线上平均占比达20%以上。
 - 以越南，泰国为代表的东南亚市场彩妆规模大，且增长迅猛，是跨境彩妆重点市场
 - 线上成为彩妆购买的重要渠道，新加坡和泰国尤为显著



彩妆

眼妆

睫毛膏
眼影
眉笔
眼部打底
眼线笔

底妆

粉底液
散粉
定妆喷雾
妆前乳
修容&高光
BB&CC霜
腮红
遮瑕

唇妆

唇釉
唇膏
唇线笔
唇彩
染唇液

卸妆产品

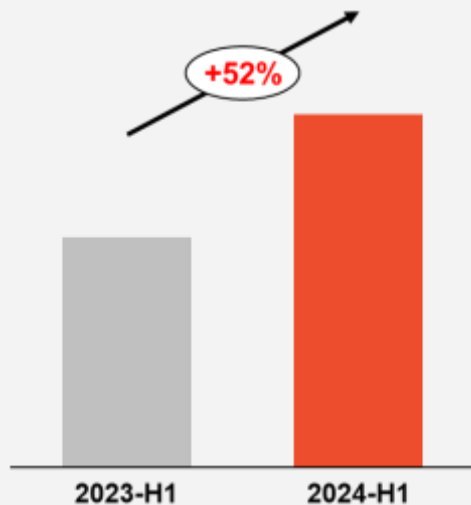
卸妆膏、卸妆水、卸妆乳

*卸妆产品下无子类目



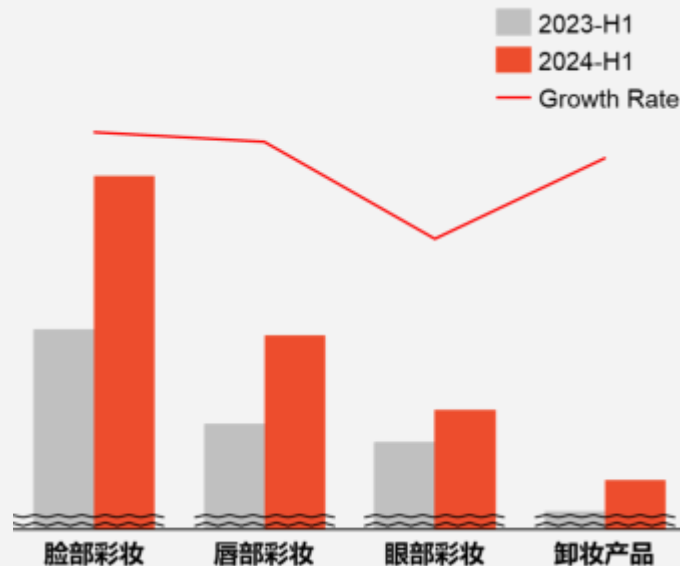
彩妆大盘表现：2024年上半年表现亮眼，脸部彩妆及唇部彩妆引领大盘增长

Shopee 彩妆品类销售额增长



增长率高于Beauty大盘 **10%+**

核心子类目销售额表现

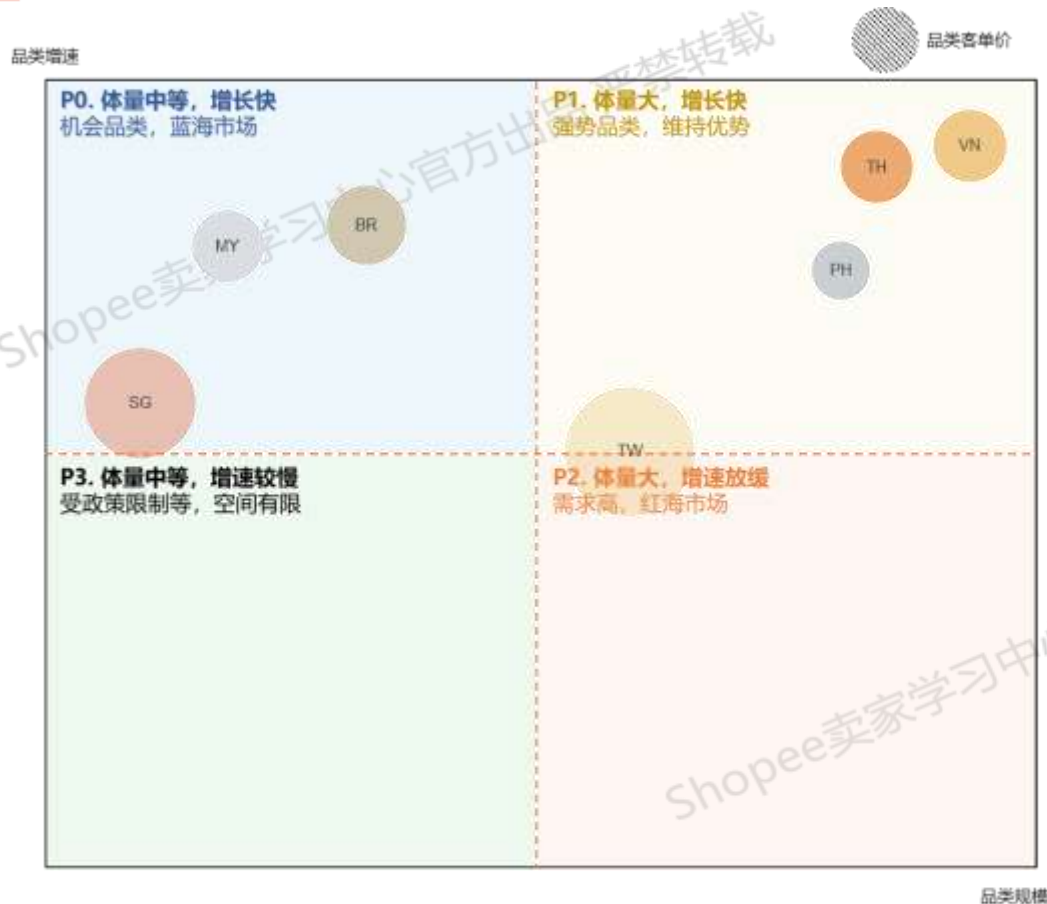


~50% 增长由**脸部彩妆**驱动

细分类目解析



[彩妆]站点市场规模：全站处在高增长阶段，越南、泰国需求旺盛，卖家有较大优势



推荐站点

彩妆品类市场规模持续扩大，各站点增速快，**越南、泰国、菲律宾**站点体量大、增速快，客单价低，尤其适合传统外贸卖家。

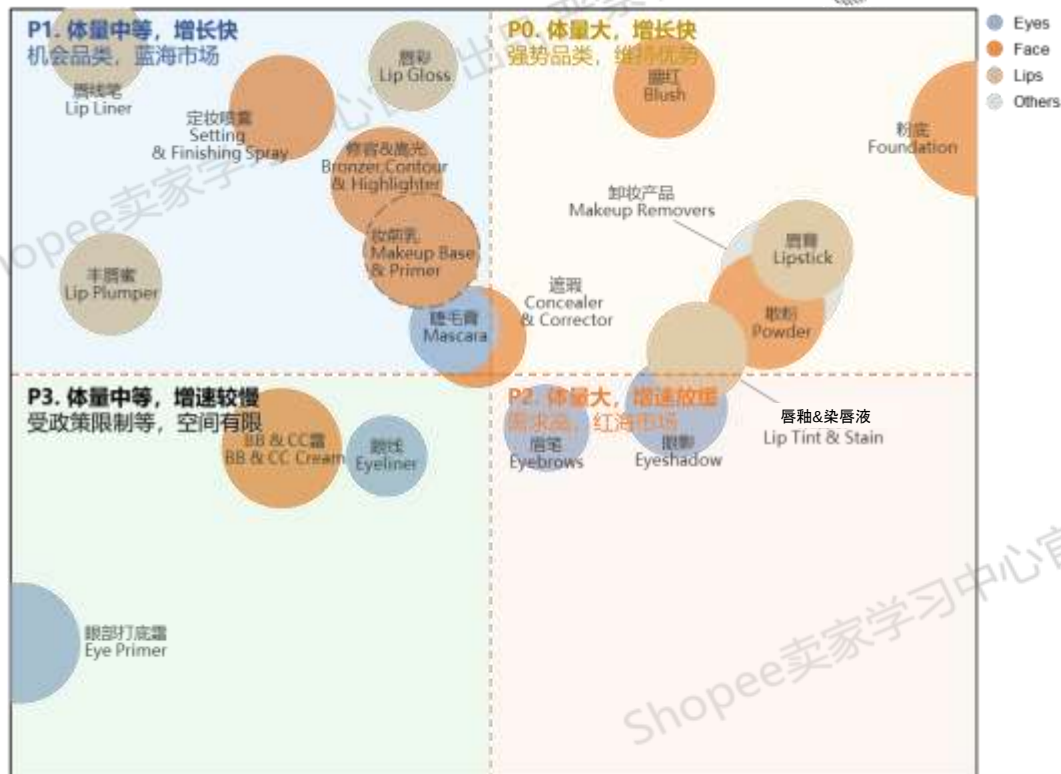
马来西亚、新加坡、台湾站点客单价接受度高，且受中国社交媒体影响，推荐**天猫品牌**作为起步市场。



彩妆细分品类机会：多品类高增长，面部底妆及色彩类机会大，可着重发力

品类增速

品类客单价



品类规模

P0. 体量大，增长快 强势品类，维持优势

面部、唇部类目为主，腮红、粉底、散粉、唇膏、染唇液、卸妆产品等细分品类目前市场增速快，规模大。在这些高增长品类继续发力，保持优势。

推荐类目: *Blush, Foundation, Powder, Lipstick, Lip Tint & Stain*

P1. 体量中等，增长快 机会品类，蓝海市场

面部、唇部类目均有机会，修容&高光、定妆喷雾以及唇线笔、丰唇蜜等彩妆品类市场增长较快，且目前市场规模较低，是机会品类，需要更多强势新品牌入局。

推荐类目: *Lip Gloss, Setting & Finishing Spray*

P2. 体量大，增速放缓 需求高，红海市场

眼部类目是跨境传统优势品类，客单价低，对品牌知名度要求不高，入局门槛低，因此市场较为饱和，增速有所放缓，跨境品牌已有一定当地影响力。新手卖家也可以从这些类目入手，完成店铺/品牌冷启动。

推荐类目: *Eyebrows, Eyeliner, Eye Primer*

P3. 体量中等，增速放缓

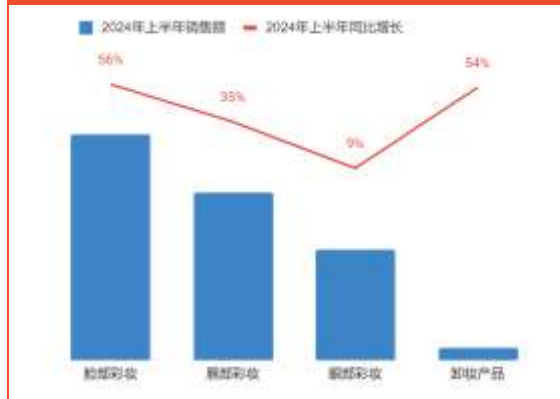
眼部打底、BB&CC霜、眼线产品市场较为饱和，增速放缓，卖家可以通过功能创新进行产品迭代。

Note: DataTime:2024H1 ADGvs 2023H1 ADG, region: SEA+TW+Latam



重点市场彩妆细分类目解析

菲律宾



越南



泰国



在各个站点中，**脸部彩妆销售额占比都最高，且呈现出较高的增长率。**

- **越南：**脸部彩妆增长尤为明显，达到2023年上半年的2.5倍。各大品牌都在今年进行发力，特别在**散粉、粉底液和腮红**上出现多款热销单品，且“**提亮美白**”是热销关键词。其次，**唇部彩妆**占比和增长率也非常高，**偏好日韩风**，热销品包装多含粉色。近期**双头唇釉**整体趋势有所上升，可重点关注。**卸妆类**占比相比其他站点也有较高占比（以卸妆水为主），是可拓展的潜力类目。
- **菲律宾：**脸部、唇部、眼部占比差距较为平均，脸部**腮红、粉饼、修容**畅销。整体风格**偏欧美**，包装多包含金色/黑白色。
- **泰国：**整体增长快。脸部彩妆占比高，多个本土品牌抢占**气垫粉底**赛道，出现多款热销单品。



重点市场彩妆细分类目解析

马来西亚



新加坡



台湾站点



巴西

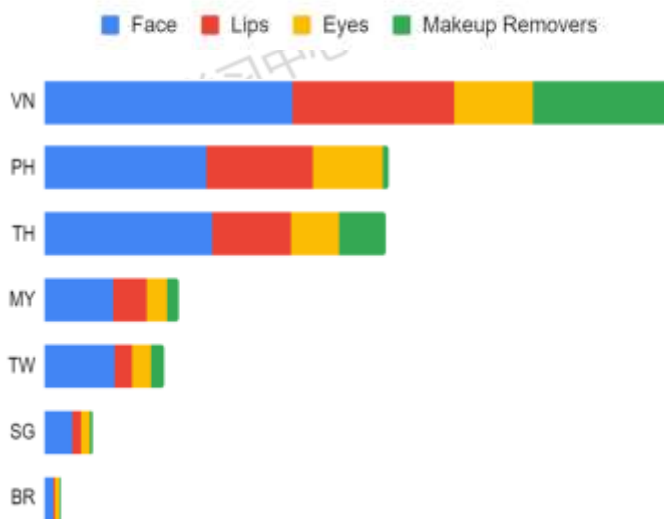


- **马来西亚：**整体增长较快。值得注意的是**卸妆产品**呈现出**最高的增长率**，由于当地有较多华人，与国内偏好较为类似，除卸妆水外，卸妆油、卸妆膏也有不错的销量。而占比最高的脸部彩妆则多由**气垫粉底**贡献。新加坡市场与马来西亚较为类似。
- **台湾站点：**热销多为国内**天猫品牌**产品，其中彩棠和橘朵出现多款热销脸部彩妆产品。
- **巴西：**眼部彩妆增长突出。由于巴西站点风格偏欧美，**多色眼影盘、浓密睫毛膏**等产品在当地热销，对品牌相对不敏感。脸部彩妆更注重打造脸部轮廓的阴影/高光/腮红。



【附录】重点市场彩妆细分类目解析(商城卖家)

Makeup L3 Category 各市场规模 (GMV)



各类目增长率 (GMV)

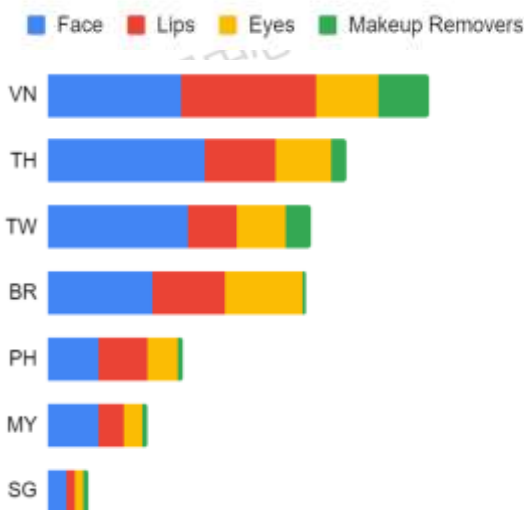
Face	Lips	Eyes	Makeup Removers
195%	87%	84%	57%
78%	71%	21%	59%
114%	181%	95%	135%
127%	124%	39%	120%
40%	37%	-19%	24%
77%	25%	10%	38%
7%	60%	-20%	88%

- 商城卖家集中在**越南、菲律宾、泰国、马来西亚**
- 越南**：脸部彩妆增长明显，各大品牌均出现脸部大单品，集中在**散粉、粉底液和腮红**，价格段集中10美金
- 泰国**：脸部彩妆占比高，唇部增速高，多个本土品牌抢占**气垫粉底**赛道，出现多款热销单品。唇部增速快，主要为**唇釉**为主，色彩更多元。
- 马来西亚**：脸部彩妆和唇部彩妆增速快，以中国外贸品牌和天猫品牌贡献主要增长，脸部彩妆以**气垫粉底**类产品为主。



【附录】重点市场彩妆细分类目解析(非商城卖家)

Makeup L3 Category 各市场规模 (GMV)



各类目增长率 (GMV)

Face	Lips	Eyes	Makeup Removers
125%	73%	69%	63%
47%	41%	16%	35%
4%	11%	-19%	11%
62%	109%	52%	16%
25%	4%	-5%	51%
7%	9%	-6%	28%
22%	27%	9%	22%

- 非商城卖家销售额更多集中在**越南、泰国、巴西**等站点
- **越南**：全类目高速增长，特别是底妆产品。
- **泰国**：底妆类产品需求高，特别关注粉底液、散粉、腮红、高光修容类产品
- **巴西**：在底妆和唇部类产品高速增长，受关税新政策影响，建议重点推广高客单价 (≥ 5 美元) 产品。



上新是平台24年重点，新品流量大幅提升

~20%



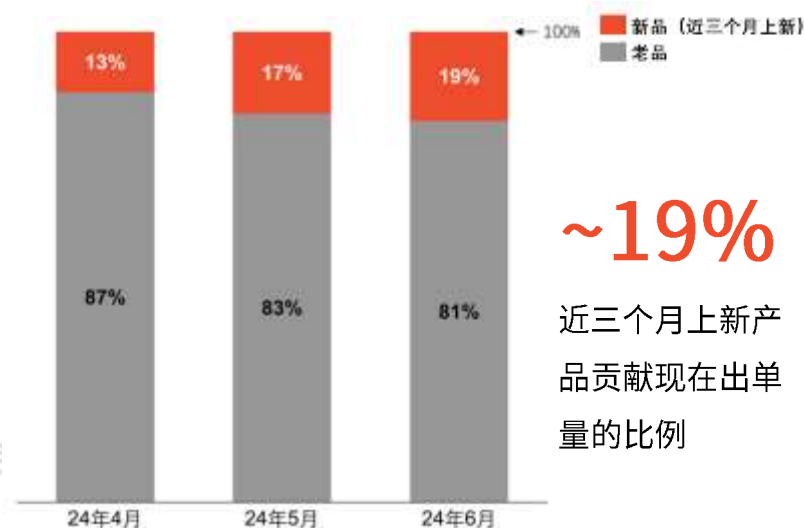
2024年H1

跨境品牌卖家东南亚市场的新品流量

对比去年同期涨幅超过20%

新品订单占比持续攀升，高达19%

跨境彩妆卖家新品出单量占比



~19%

近三个月上新产品贡献现在出单量的比例



2024品牌新品激励计划

VN品牌NPL项目

Shopee激励：

- 站内支持：闪购资源位、活动曝光
- 产品补贴：10%以上补贴
- voucher优惠：30%以上优惠

卖家要求：

- 广告花费：每月花费达标
- voucher花费：每月新品花费达标
- 新品价格：15%优惠
- 线上营销：开通CPAS & 付费广告；开通TT/SHP video

PH品牌新品扶持项目

Shopee激励：

- 广告金返点：新品首月广告金花费20%返点
- 佣金减免：新品发布后首月佣金减免
- 站内支持：资源位曝光

卖家要求：

- 卖家要求：白名单内的商城卖家
- 广告花费：新品上新首月广告花费达标
- 新品价格：具备一定价格优势



新品建议：结合‘一物多用’趋势

入门款 - 唇部产品拓展

Balm for Blush & Lip Cream



腮红/口红;

外形辨识度高; 色彩选择多, 适合不同人群;

亮点:

- 1) 色彩丰富, 适合不同肤色人群; 2) 主打新手友好, 易上手

Whipped Cream Tint for lids, cheeks and lips



眼影/唇釉/腮红;

24年7月起单量呈明显上涨趋势;

亮点:

- 产品图片需清晰呈现一物多用功能及上妆效果

高阶款 - 面部产品拓展

Concealer, highlighter and Contour



遮瑕/高光/修容;

三重功能, 同时含有 甘油、烟酰胺和洋甘菊水保湿提亮肌肤

亮点:

- 1) 上妆效果持久-16hrs
- 2) 含护肤成分, 提升皮肤状态

Liquid highlighter and eye makeup topper



液体高光/眼影提亮;

菲律宾本土品牌高潜品, 多用途液体高光, 可与其它彩妆产品结合打造高光泽妆容

亮点:

- 1) 易上色 2) 可与彩妆产品叠用 3) 质地轻薄服帖不油腻



新品建议：质地和包装创新

质地创新

液体腮红



质地是像唇釉一般，需点涂在脸上再用手匀开；
持久度较高，更为细贴，打造轻薄无妆感；含有护肤精粹，使皮肤更有光泽；
妆效呈现：更适合打造氛围感妆容
适合肤质：所有肤质
建议：可搭配拇指粉扑作为赠品吸引买家

包装创新

引入环保可持续概念



可替换的彩妆笔

笔内的插入销可以容纳用作眼影的彩铅/彩妆棒。以减少丢弃整个彩妆笔造成的塑料浪费。较受环保人士青睐，同时加强产品卖点。

IP联名包装

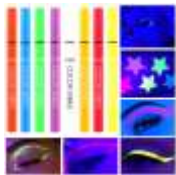


通过与当下火爆IP联盟制造营销话题与热度，最直接体现形式为包装创新，突破买家审美疲劳，从而保持品牌新鲜感与生命力

<< Pinkbear x Loopy



其它彩妆趋势示例

彩妆类型	趋势解析	代表产品				
唇部彩妆	- 唇部彩妆包装更新快，包装带透明外壳、可爱风的包装受欢迎，建议积极上新。 - 形式上，液体唇线笔、罐装唇泥新品热销 - 宣传点上，东南亚站点热销关键词包括亮面、果冻、不显唇纹。同时也出现用“颜色表达不同情绪”的新宣传点（如韩国新晋品牌Fwee）					
		VN/TH	TH/TH	VN/TH	PH	VN/TH/PH
脸部彩妆	- 底妆产品出现多个一物多用新品，如遮瑕+粉底霜、粉底+粉饼二合一气垫、双头高光修容笔。此外，带“提亮”功效的紫色粉饼持续热销 - 而腮红形态也从传统的粉饼状转向液体腮红、膏状腮红棒，整体妆效更偏向“自然贴肤”。					
		TH/VN/PH	VN/TH	PH	VN/TH	TH/VN/PH
节日妆容	第四季度将迎来万圣节和圣诞节，特别在菲律宾站点和拉美站点，相关的套装产品或夸张妆容的化妆品销量都会有所上升，包括高遮瑕度的遮瑕膏、深色口红、彩色眼线笔、眼影盘、假睫毛，建议可提前上新推广。					
		VN	TH	VN	PH	VN

各站点热销品偏好解析

—



越南-热销品示例

粉底液占比最高，头部产品主要为日韩品牌和天猫品牌，以瓶装粉底液为主，热销价格段在5-10美元。
整体色调偏日韩风，注重提亮，紫色调产品热销

细分
类目

脸部彩妆

粉底液

散粉/粉饼

腮红

高光修容

遮瑕

定妆喷雾

妆前乳

热销
品



[Link](#)

8.7



[Link](#)

10.1



[Link](#)

8.4



[Link](#)

10.1



[Link](#)

14.6



[Link](#)

7.7



[Link](#)

11.6



[Link](#)

7.4



[Link](#)

6.3



[Link](#)

4.1



[Link](#)

8.4



[Link](#)

4.4



[Link](#)

10.2



[Link](#)

10.1



[Link](#)

4.5



[Link](#)

18.1



[Link](#)

5.9



[Link](#)

2.2



[Link](#)

4.5



[Link](#)

2.0



[Link](#)

12.6



[Link](#)

15.0



[Link](#)

5.5



[Link](#)

6.1



[Link](#)

5.5



[Link](#)

13.4



[Link](#)

3.0



[Link](#)

4.7



[Link](#)

5.7



[Link](#)

12.7

*细分类目顺序按照销售额高到低排序

*数据时间：2024年上半年

*图片下的数字表示产品价格，单位：美元



越南-热销品示例

唇釉销量远高于唇膏，整体偏好亮面，日韩品牌(如rom&nd)产品受欢迎。色调上偏好粉/红/珊瑚色和橙色系。眼妆上也更偏好粉嫩、橙棕色系的眼影盘，价格接受度较高。卸妆相较其他市场占比高，目前市场份额主要被欧美品牌如美宝莲和卡尼尔的卸妆水占据。

细分 类目	唇部彩妆			眼部彩妆			卸妆
	唇膏/唇釉/唇彩			眼影	眼线	睫毛膏	卸妆
热销 品	 Link 11.0	 Link 5.7	 Link 6.6	 Link 23.5	 Link 2.7	 Link 3.6	 Link 6.6
	 Link 9.6	 Link 11.5	 Link 6.7	 Link 16.3	 Link 7.8	 Link 6.4	 Link 6.5
	 Link 7.3	 Link 5.5	 Link 5.0	 Link 20.4	 Link 6.6	 Link 5.6	 Link 14.2

*细分类目顺序按照销售额高到低排序

*数据时间：2024年上半年

*图片下的数字表示产品价格，单位：美元



菲律宾 - 热销品示例

脸部彩妆对控油定妆需求高，产品价格多集中在5美元左右，以外贸品牌和本土品牌（如Issy, GRWM）为主。
腮红相对其他站点有更高销售额占比。非品牌卖家可从腮红、高光修容等色彩类产品入手

细分
类目

脸部彩妆

散粉/粉饼

粉底液

腮红

遮瑕

BB/CC霜

妆前乳

高光修容

热销
品



[Link](#)

4.4



[Link](#)

2.7



[Link](#)

8.4



[Link](#)

5.3



[Link](#)

2.4



[Link](#)

1.8



[Link](#)

5.3



[Link](#)

5.0



[Link](#)

3.9



[Link](#)

1.3



[Link](#)

4.4



[Link](#)

4.5



[Link](#)

5.9



[Link](#)

11.5



[Link](#)

2.3



[Link](#)

1.4



[Link](#)

5.7



[Link](#)

4.2



[Link](#)

1.4



[Link](#)

1.0



[Link](#)

4.7



[Link](#)

4.5



[Link](#)

8.9



[Link](#)

11.9



[Link](#)

3.1



[Link](#)

2.6



[Link](#)

4.4



[Link](#)

2.7



[Link](#)

8.9



[Link](#)

8.6

*细分类目顺序按照销售额高到低排序

*数据时间：2024年上半年

*图片下的数字表示产品价格，单位：美元



菲律宾 - 热销品示例

唇妆占比高，唇釉为主，但唇膏类也有一定需求，本土和欧美品牌占比高。眼线需求大，且眼线膏、眼线笔都比较畅销

细分
类目

唇部彩妆

唇釉/唇膏/唇彩

眼部彩妆

眼线

睫毛膏

眼影

卸妆

卸妆

热销
品



[Link](#)

6.7



[Link](#)

3.5



[Link](#)

6.3



[Link](#)

4.3



[Link](#)

3.8



[Link](#)

4.8



[Link](#)

10.7



[Link](#)

3.4



[Link](#)

7.4



[Link](#)

1.6



[Link](#)

7.1



[Link](#)

2.5



[Link](#)

3.7



[Link](#)

5.7



[Link](#)

3.6



[Link](#)

1.2



[Link](#)

7.1



[Link](#)

3.2



[Link](#)

5.9



[Link](#)

0.4



[Link](#)

1.6

*细分类目顺序按照销售额高到低排序

*数据时间：2024年上半年

*图片下的数字表示产品价格，单位：美元



马来西亚-热销品示例

粉底液占比非常高，尤其偏好气垫型产品，热销品价格接受度高，多在6-15美元。建议作为天猫品牌开拓东南亚的首站。

穆斯林人群特点：关注零残忍和无酒精，更倾向于使用持久、耐水的底妆产品 (宗教习惯一天中多次洗脸礼拜)

细分
类目

脸部彩妆

粉底液

散粉/粉饼

妆前乳

定妆喷雾

BB/CC霜

遮瑕

腮红

热销
品



[Link](#)

7.3



[Link](#)

6.1



[Link](#)

3.2



[Link](#)

7.2



[Link](#)

3.5



[Link](#)

12.1



[Link](#)

3.0



[Link](#)

16.1



[Link](#)

5.7



[Link](#)

11.6



[Link](#)

12.5



[Link](#)

15.2



[Link](#)

7.0



[Link](#)

12.7



[Link](#)

4.0



[Link](#)

13.3



[Link](#)

3.6



[Link](#)

3.8



[Link](#)

29.5



[Link](#)

11.6



[Link](#)

7.4



[Link](#)

9.1



[Link](#)

3.0



[Link](#)

1.9



[Link](#)

24.8



[Link](#)

16.9



[Link](#)

6.3



[Link](#)

2.5



[Link](#)

10.2



[Link](#)

15.1

*细分类目顺序按照销售额高到低排序

*数据时间：2024年上半年

*图片下的数字表示产品价格，单位：美元



马来西亚-热销品分析

在唇部彩妆上，裸色、淡粉色、豆沙色和浅棕色等温和的色调是常见的选择。眼部彩妆各细分类目占比较为平均。
在卸妆上除常见的卸妆水，卸妆油、卸妆膏类产品都有一定的需求量

细分 类目	唇部彩妆			眼部彩妆			卸妆
	唇膏/唇彩/唇釉			眼影	睫毛膏	眉笔	卸妆
热销 品							
	Link 9.1	Link 11.6	Link 4.6	Link 32.8	Link 7.1	Link 4.6	Link 4.2
							
	Link 2.8	Link 2.9	Link 2.6	Link 3.6	Link 1.6	Link 4.0	Link 12.6
							
	Link 4.2	Link 1.9	Link 0.5	Link 0.5	Link 10.6	Link 3.1	Link 14.8

*细分类目顺序按照销售额高到低排序

*数据时间：2024年上半年

*图片下的数字表示产品价格，单位：美元



泰国-热销品分析

底妆偏好上与越南较为类似，但粉底和散粉、腮红等底妆类产品需求更大，且本土品牌占比更高。
对品牌产品价格接受度高，热销粉底液和散粉产品价格段在10-30美元。

细分类目

脸部彩妆

粉底液

散粉/粉饼

腮红

遮瑕

妆前乳

高光修容

定妆喷雾

热销品



[Link](#)
9.3



[Link](#)
32.4



[Link](#)
7.2



[Link](#)
14.6



[Link](#)
13.8



[Link](#)
16.7



[Link](#)
5.4



[Link](#)
4.4



[Link](#)
7.7



[Link](#)
2.4



[Link](#)
10.8



[Link](#)
9.8



[Link](#)
9.6



[Link](#)
8.3



[Link](#)
5.9



[Link](#)
11.9



[Link](#)
2.2



[Link](#)
6.5



[Link](#)
1.4



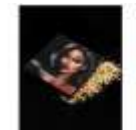
[Link](#)
4.6



[Link](#)
17.7



[Link](#)
13.7



[Link](#)
22.3



[Link](#)
17.8



[Link](#)
4.8



[Link](#)
5.4



[Link](#)
10.6



[Link](#)
15.5



[Link](#)
7.9



[Link](#)
11.1

*细分类目顺序按照销售额高到低排序

*数据时间：2024年上半年

*图片下的数字表示产品价格，单位：美元



泰国-热销品示例

唇部彩妆占比相对越南/菲律宾低一些，但仍有很大需求；眼妆上偏好购买多色眼影盘；
卸妆水产品品牌相对分散，热销品中欧美品牌和本地品牌占比较高。

细分
类目

唇部彩妆

眼部彩妆

卸妆

唇膏/唇釉/唇彩

眼影

眼线

睫毛膏

卸妆

热销
品



[Link](#)
6.7



[Link](#)
7.2



[Link](#)
5.4



[Link](#)
13.0



[Link](#)
8.7



[Link](#)
6.5



[Link](#)
43.6



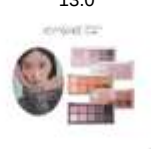
[Link](#)
5.4



[Link](#)
5.6



[Link](#)
108.0



[Link](#)
19.1



[Link](#)
11.4



[Link](#)
5.5



[Link](#)
11.6



[Link](#)
11.1



[Link](#)
5.1



[Link](#)
5.4



[Link](#)
2.0



[Link](#)
1.1



[Link](#)
10.9



[Link](#)
10.4

*细分类目顺序按照销售额高到低排序

*数据时间：2024年上半年

*图片下的数字表示产品价格，单位：美元



巴西-热销品示例

受欧美风妆容偏好影响，遮瑕、高光修容类产品需求明显高于东南亚站点。在底妆色号上也更偏向日常色或小麦色。品牌依赖程度相对东南亚市场较低，大多数热销品为外贸品牌。

细分类目

脸部彩妆

粉底液

遮瑕

散粉/粉饼

腮红

高光修容

妆前乳

BB/CC霜

热销品



[Link](#)
1.8



[Link](#)
10.1



[Link](#)
1.3



[Link](#)
0.8



[Link](#)
10.5



[Link](#)
3.0



[Link](#)
1.1



[Link](#)
1.4



[Link](#)
6.0



[Link](#)
8.1



[Link](#)
6.0



[Link](#)
1.4



[Link](#)
1.2



[Link](#)
1.0



[Link](#)
1.9



[Link](#)
6.0



[Link](#)
1.6



[Link](#)
1.0



[Link](#)
8.6



[Link](#)
9.1



[Link](#)
3.6



[Link](#)
13.4



[Link](#)
7.7



[Link](#)
1.6



[Link](#)
12.1



[Link](#)
1.6



[Link](#)
1.4



[Link](#)
2.3



[Link](#)
2.6



[Link](#)
14.9

*细分类目顺序按照销售额高到低排序

*数据时间：2024年上半年

*图片下的数字表示产品价格，单位：美元



巴西-热销品示例

在唇妆上对哑光唇釉需求相对较高，色号偏向红色、裸色、棕色、紫红色等欧美色系。
眼妆更为深邃、色彩浓郁，眉笔销售占比高，水眉笔畅销。整体外贸品牌占比较高

细分
类目

唇部彩妆

眼部彩妆

卸妆

唇膏/唇彩/唇釉

眉笔

眼影

睫毛膏

卸妆

热销
品



[Link](#)

0.5



[Link](#)

1.5



[Link](#)

2.5



[Link](#)

2.5



[Link](#)

2.7



[Link](#)

0.7



[Link](#)

23.1



[Link](#)

1.0



[Link](#)

0.6



[Link](#)

0.9



[Link](#)

2.2



[Link](#)

1.4



[Link](#)

0.8



[Link](#)

7.2



[Link](#)

1.5



[Link](#)

5.7



[Link](#)

1.1



[Link](#)

8.7



[Link](#)

3.9



[Link](#)

4.0



[Link](#)

3.2

*细分类目顺序按照销售额高到低排序

*数据时间：2024年上半年

*图片下的数字表示产品价格，单位：美元



台湾站点-热销品示例

整体与国内偏好类似，天猫品牌占比较高。注重妆前打底，妆前乳占比相对更高。

细分
类目

脸部彩妆

粉底液

散粉/粉饼

妆前乳

遮瑕

腮红

高光修容

BB/CC霜

热销
品



[Link](#)
34.3



[Link](#)
14.3



[Link](#)
10.7



[Link](#)
28.5



[Link](#)
8.3



[Link](#)
24.6



[Link](#)
6.6



[Link](#)
22.6



[Link](#)
21.5



[Link](#)
9.3



[Link](#)
9.2



[Link](#)
29.1



[Link](#)
6.4



[Link](#)
6.1



[Link](#)
21.7



[Link](#)
12.8



[Link](#)
5.5



[Link](#)
13.5



[Link](#)
22.4



[Link](#)
14.4



[Link](#)
14.7



[Link](#)
17.6



[Link](#)
3.7



[Link](#)
2.5



[Link](#)
6.1



[Link](#)
8.1



[Link](#)
2.6



[Link](#)
5.1



[Link](#)
10.0



[Link](#)
18.9

*细分类目顺序按照销售额高到低排序

*数据时间：2024年上半年

*图片下的数字表示产品价格，单位：美元



台湾站点-热销品示例

与国内偏好类似。卸妆占比相对较高

细分
类目

唇部彩妆

眼部彩妆

卸妆

唇膏/唇彩/唇釉

眼影

眼线

眉笔

卸妆

热销
品



[Link](#)
11.5



[Link](#)
5.5



[Link](#)
11.1



[Link](#)
8.3



[Link](#)
8.3



[Link](#)
0.9



[Link](#)
15.7



[Link](#)
12.3



[Link](#)
8.3



[Link](#)
8.2



[Link](#)
12.6



[Link](#)
0.7



[Link](#)
1.5



[Link](#)
5.4



[Link](#)
11.0



[Link](#)
6.7



[Link](#)
6.5



[Link](#)
15.4



[Link](#)
3.7



[Link](#)
1.7



[Link](#)
30.5

*细分类目顺序按照销售额高到低排序

*数据时间：2024年上半年

*图片下的数字表示产品价格，单位：美元



价格段表现：整体往高客单价格段转移

PH：眼部主要价格段集中在3美元以下，{2,3}&{5,7}美金增速快。脸部客单价相对更高，5美金以下均有较高销量，且往{5,7}&{9,13}美金转移。

VN：眼部{3,7}美金价格段也有不错销量，且整体增速非常快，9美金以上价格段也有明显增长，多色眼影盘等高客单产品潜力大。脸部整体增速快，{3,13}为主力价格段，各价格段占比较平均。

MY：眼部1美金以下订单占比高，主要为低客单眼线笔、睫毛膏带动。但{2,9}也有较高增速，脸部彩妆{3,5}占比最高，但高价格段仍有不错销量，{13,20}增速快

TH：眼部整体低客单，{5,7}增速快；脸部彩妆{3,5}和{9,13}占比高且增速快。

细分 类目	价格段 (美元)	ADO占比							ADO增长率							Mall ADO贡献率						
		PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR	PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR	PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR
Eyes	01_[0,1]	33%	39%	43%	15%	43%	13%	13%	-33%	49%	56%	49%	35%	27%	196%	5%	24%	8%	7%	15%	5%	0%
	02_[1,2]	24%	15%	17%	16%	17%	16%	22%	-9%	34%	30%	-17%	43%	5%	15%	52%	46%	33%	6%	24%	2%	0%
	03_[2,3]	24%	9%	10%	12%	14%	9%	23%	62%	-4%	83%	20%	87%	3%	-23%	80%	61%	47%	28%	31%	6%	1%
	04_[3,5]	11%	17%	16%	11%	10%	16%	24%	13%	187%	62%	-10%	64%	-1%	105%	89%	41%	47%	36%	45%	9%	1%
	05_[5,7]	5%	9%	7%	9%	7%	13%	7%	77%	153%	69%	41%	176%	-2%	32%	85%	59%	50%	41%	62%	18%	8%
	06_[7,9]	1%	4%	3%	12%	4%	13%	5%	-43%	56%	66%	80%	131%	45%	32%	75%	66%	65%	51%	66%	22%	6%
	07_[9,13]	1%	3%	2%	11%	3%	12%	3%	45%	130%	46%	5%	100%	-19%	41%	64%	45%	49%	53%	63%	33%	5%
	08_[13,20]	0%	2%	1%	10%	1%	5%	2%	23%	159%	23%	26%	65%	-26%	13%	50%	50%	53%	36%	33%	25%	4%
	09_[20,inf]	0%	1%	1%	4%	1%	4%	1%	59%	239%	8%	13%	-17%	-43%	55%	36%	79%	64%	65%	41%	26%	1%

细分 类目	价格段 (美元)	ADO占比							ADO增长率							Mall ADO贡献率						
		PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR	PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR	PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR
Face	01_[0,1]	16%	15%	11%	2%	13%	5%	2%	-2%	125%	70%	207%	81%	23%	71%	9%	22%	11%	25%	17%	13%	0%
	02_[1,2]	21%	10%	14%	5%	16%	7%	21%	44%	83%	50%	18%	80%	38%	239%	46%	44%	24%	8%	22%	2%	0%
	03_[2,3]	21%	9%	11%	5%	10%	5%	17%	101%	83%	125%	17%	99%	4%	-22%	82%	35%	48%	38%	38%	5%	0%
	04_[3,5]	21%	16%	23%	9%	15%	10%	26%	56%	202%	94%	21%	164%	23%	59%	82%	50%	57%	44%	35%	11%	1%
	05_[5,7]	11%	13%	11%	8%	13%	11%	14%	163%	122%	90%	49%	116%	28%	120%	91%	70%	54%	37%	40%	17%	1%
	06_[7,9]	3%	11%	11%	10%	11%	13%	7%	-31%	147%	145%	68%	63%	66%	-10%	84%	71%	66%	55%	53%	23%	3%
	07_[9,13]	4%	18%	11%	20%	14%	19%	8%	116%	374%	99%	105%	265%	21%	27%	79%	83%	59%	64%	56%	21%	3%
	08_[13,20]	1%	4%	6%	25%	5%	13%	5%	30%	146%	193%	137%	99%	40%	226%	55%	54%	36%	68%	45%	25%	2%
	09_[20,inf]	1%	2%	3%	17%	3%	17%	1%	33%	74%	17%	57%	20%	15%	76%	31%	35%	49%	58%	43%	37%	2%

*ADO增长率：2024年上半年对比2023年上半年的订单增长

*Mall ADO贡献率：在对应站点和价格段的订单中，由商城卖家贡献的订单占比



价格段表现

PH: 唇部主要价格段集中在3美金以下，但往[3,7)美金转移。卸妆水主要以2美金以下为主
VN: 唇部[5,7)美金价格段占比较高且增速快，[7,9)也有较高潜力。卸妆水集中在[5,7)。
MY: 唇部[3,5)占比相对较高，但价格接受范围广，低价格段[2,3)和高价格段[9,13)都在快速增长。卸妆水[2,7)占比高且增长迅速。
TH: 唇部[5,7)占比较高且增速非常快，是高潜价格段。卸妆水集中在[3,7)价格段。
BR: 唇部价格段集中在[1,5)美金，整体往3美金以上转移

细分类目	价格段 (美元)	ADO占比							ADO增长率							Mall ADO贡献率						
		PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR	PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR	PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR
Lips	01_[0,1)	27%	25%	30%	8%	21%	5%	13%	-8%	45%	97%	249%	13%	2%	66%	15%	23%	13%	27%	32%	17%	0%
	02_[1,2)	24%	5%	13%	15%	11%	9%	33%	-3%	13%	46%	-6%	16%	35%	141%	50%	17%	28%	9%	27%	4%	0%
	03_[2,3)	20%	3%	19%	4%	11%	5%	21%	69%	25%	327%	-30%	65%	50%	-4%	79%	45%	57%	12%	27%	6%	0%
	04_[3,5)	18%	10%	19%	9%	11%	7%	16%	132%	93%	128%	78%	173%	38%	51%	80%	31%	49%	17%	39%	14%	1%
	05_[5,7)	7%	38%	10%	18%	27%	18%	8%	97%	108%	50%	9%	301%	40%	24%	75%	51%	49%	38%	53%	9%	1%
	06_[7,9)	2%	9%	5%	14%	9%	23%	4%	9%	152%	42%	42%	183%	119%	27%	79%	47%	58%	33%	64%	14%	2%
	07_[9,13)	1%	6%	3%	17%	7%	20%	2%	120%	37%	150%	40%	231%	43%	26%	78%	72%	46%	49%	73%	37%	3%
	08_[13,20)	0%	2%	1%	11%	1%	6%	1%	163%	27%	28%	58%	74%	-7%	108%	56%	61%	53%	42%	49%	40%	4%
	09_[20,inf)	0%	1%	0%	4%	1%	6%	1%	115%	-11%	19%	48%	-22%	-3%	120%	7%	7%	17%	26%	27%	25%	1%

细分类目	价格段 (美元)	ADO占比							ADO增长率							Mall ADO贡献率						
		PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR	PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR	PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR
Makeup Remove rs	01_[0,1)	28%	13%	9%	1%	3%	13%	1%	41%	52%	139%	-73%	32%	48%	-79%	85%	65%	26%	49%	36%	24%	0%
	02_[1,2)	32%	6%	8%	2%	4%	7%	14%	86%	71%	57%	116%	71%	115%	-47%	77%	23%	30%	10%	22%	6%	0%
	03_[2,3)	8%	3%	14%	2%	8%	5%	21%	-1%	17%	428%	20%	222%	42%	-28%	84%	34%	84%	44%	54%	11%	1%
	04_[3,5)	9%	12%	24%	11%	27%	22%	31%	153%	88%	160%	50%	145%	54%	95%	65%	45%	61%	22%	51%	10%	3%
	05_[5,7)	7%	31%	18%	11%	19%	12%	14%	57%	47%	273%	46%	188%	-7%	218%	62%	71%	65%	41%	52%	20%	14%
	06_[7,9)	2%	14%	7%	12%	13%	5%	4%	51%	45%	36%	18%	328%	7%	35%	16%	76%	49%	36%	74%	28%	9%
	07_[9,13)	10%	12%	11%	22%	14%	13%	5%	211%	55%	97%	41%	170%	25%	189%	58%	65%	66%	21%	78%	40%	3%
	08_[13,20)	2%	8%	8%	20%	7%	11%	6%	17%	32%	162%	118%	123%	33%	29%	26%	73%	61%	45%	80%	30%	1%
	09_[20,inf)	1%	1%	2%	19%	4%	13%	3%	108%	76%	106%	15%	60%	52%	471%	43%	76%	62%	27%	87%	37%	0%

*ADO增长率: 2024年上半年对比2023年上半年的订单增长
*Mall ADO贡献率: 在对应站点和价格段的订单中，由商城卖家贡献的订单占比



非商城卖家价格段表现

PH: 眼部主要价格段集中在3美元以下, 脸部客单价相对更高, 5美金以下均有较高销量, 且往[5, 7)&[9, 20)美金转移。
VN: 眼部[3, 7)美金价格段也有不错销量, 且整体增速快, [9, 13)美金增长接近3倍, 多色眼影盘等高客单产品潜力大。脸部整体增速快, 高客单价格段占比较为平均。
MY: 眼部整体低客单但[5, 7)增速较快, 脸部彩妆[13, 20)增速快
TH: 眼部整体低客单, 脸部彩妆[3, 5)和[9, 13)

细分类目	价格段 (美元)	ADO占比							ADO 增长率						
		PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR	PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR
Eyes	01_[0,1)	26%	30%	33%	11%	29%	7%	7%	-33%	37%	54%	41%	22%	27%	196%
	02_[1,2)	10%	8%	9%	12%	10%	9%	12%	-32%	23%	12%	-17%	29%	5%	14%
	03_[2,3)	4%	4%	4%	7%	8%	5%	13%	22%	3%	56%	16%	62%	4%	-24%
	04_[3,5)	1%	10%	7%	5%	4%	9%	14%	-2%	161%	30%	-17%	47%	0%	104%
	05_[5,7)	1%	4%	3%	4%	2%	6%	4%	65%	118%	67%	29%	103%	-4%	28%
	06_[7,9)	0%	1%	1%	5%	1%	6%	3%	-28%	100%	41%	50%	50%	79%	31%
	07_[9,13)	0%	2%	1%	4%	1%	5%	2%	63%	283%	66%	11%	23%	-9%	41%
	08_[13,20)	0%	1%	0%	5%	1%	2%	1%	71%	138%	22%	141%	47%	-18%	12%
	09_[20,inf)	0%	0%	0%	1%	0%	2%	1%	53%	29%	-14%	-24%	-39%	-40%	55%

细分类目	价格段 (美元)	ADO占比							ADO 增长率						
		PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR	PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR
Face	01_[0,1)	22%	18%	10%	2%	11%	3%	1%	-1%	129%	72%	281%	74%	21%	71%
	02_[1,2)	17%	8%	12%	5%	12%	5%	13%	44%	103%	31%	17%	68%	39%	239%
	03_[2,3)	6%	9%	6%	4%	7%	4%	10%	30%	182%	59%	7%	57%	0%	-22%
	04_[3,5)	5%	13%	11%	6%	10%	6%	16%	58%	206%	26%	-7%	133%	27%	59%
	05_[5,7)	1%	6%	6%	6%	8%	6%	8%	42%	72%	45%	51%	87%	27%	121%
	06_[7,9)	1%	5%	4%	5%	5%	7%	4%	12%	172%	40%	11%	51%	63%	-12%
	07_[9,13)	1%	5%	5%	9%	7%	10%	5%	67%	141%	51%	31%	172%	29%	24%
	08_[13,20)	1%	3%	4%	10%	3%	7%	3%	50%	133%	211%	37%	63%	33%	229%
	09_[20,inf)	1%	2%	2%	8%	2%	8%	1%	32%	67%	9%	38%	13%	-2%	78%

*ADO增长率: 2024年上半年对比2023年上半年的订单增长



非商城卖家价格段表现

PH: 唇部主要价格段集中在3美元以下, 但往[3,7)美金转移。

VN: 唇部[5,9)美金价格段占比较高且增速快。卸妆水集中在[3,7)。

MY: 唇部[3,5)占比相对较高

TH: 唇部[5,7)占比较高且增速非常快, 是高潜价格段

BR: 唇部价格段集中在[1,5)美金, 整体往3美金以上转移

细分类目	价格段 (美元)	ADO占比							ADO 增长率						
		PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR	PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR
Lips	01_[0,1)	25%	20%	27%	5%	15%	3%	8%	-8%	20%	106%	188%	-16%	19%	66%
	02_[1,2)	13%	5%	9%	11%	8%	6%	20%	-16%	13%	43%	-9%	0%	33%	140%
	03_[2,3)	5%	2%	8%	3%	8%	3%	13%	3%	42%	151%	-28%	53%	50%	-4%
	04_[3,5)	4%	7%	10%	6%	7%	5%	10%	137%	99%	67%	109%	154%	41%	52%
	05_[5,7)	2%	19%	5%	9%	13%	12%	5%	132%	103%	49%	-13%	222%	41%	24%
	06_[7,9)	0%	5%	2%	8%	3%	15%	2%	144%	232%	10%	131%	76%	119%	25%
	07_[9,13)	0%	2%	2%	7%	2%	9%	1%	18%	33%	165%	26%	71%	57%	23%
	08_[13,20)	0%	1%	0%	5%	1%	3%	1%	88%	27%	21%	122%	47%	-10%	126%
	09_[20,Inf)	0%	1%	0%	2%	1%	4%	0%	151%	-9%	16%	96%	-27%	-11%	118%

细分类目	价格段 (美元)	ADO占比							ADO 增长率						
		PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR	PH	VN	MY	SG	TH	TW	BR
Makeup Removers	01_[0,1)	9%	8%	10%	0%	3%	7%	0%	-50%	30%	113%	-51%	5%	37%	-78%
	02_[1,2)	16%	8%	8%	2%	5%	5%	8%	235%	62%	47%	123%	96%	122%	-47%
	03_[2,3)	3%	3%	3%	1%	6%	3%	11%	-49%	10%	40%	6%	169%	60%	-29%
	04_[3,5)	7%	11%	15%	7%	22%	14%	17%	77%	127%	63%	37%	87%	51%	113%
	05_[5,7)	6%	15%	10%	5%	15%	7%	7%	21%	84%	139%	-1%	123%	-11%	183%
	06_[7,9)	3%	6%	5%	7%	6%	3%	2%	56%	28%	53%	-3%	258%	-7%	23%
	07_[9,13)	9%	7%	6%	14%	5%	6%	3%	113%	73%	53%	48%	36%	7%	213%
	08_[13,20)	3%	4%	5%	9%	2%	6%	3%	126%	29%	127%	94%	10%	36%	30%
	09_[20,Inf)	1%	0%	1%	12%	1%	6%	2%	176%	16%	97%	28%	-12%	64%	600%

*ADO增长率: 2024年上半年对比2023年上半年的订单增长

头部品牌卖家解析



头部品牌卖家流量分布&订单转化（东南亚&台湾站点）

整体流量以搜索和店铺为主，站内广告和店铺营销工具优化是重中之重。直播作为新兴营销工具，转化率高，可增加投入。

菲律宾：直播相对占比更高。站外流量渠道转化率高，可重点投入

越南：容易受KOL种草，从站外引流的流量占比和转化率都较高，建议可重点投入CPAS/AMS/KOL合作推广等从站外进行引流。

泰国：猜你喜欢流量占比高，可增加推荐类广告的投放

PH	Top 10 Brand	
流量渠道	View占比	CR
搜索	25%	2.2%
店铺	19%	1.7%
其他推荐流量	12%	1.5%
站外	5%	8.4%
购物车	8%	0.9%
猜你喜欢	6%	1.1%
直播	7%	11.1%
每日新发现	5%	0.9%
短视频	2%	1.4%
闪购	1%	2.0%
其他活动流量	1%	1.8%

VN	Top 10 Brand	
流量渠道	View占比	CR
搜索	20%	1.8%
店铺	14%	1.6%
其他推荐流量	6%	1.3%
站外	11%	3.3%
购物车	5%	0.9%
猜你喜欢	5%	0.8%
直播	4%	16.4%
每日新发现	3%	0.7%
短视频	6%	1.5%
闪购	3%	1.4%
其他活动流量	2%	1.2%

TH	Top 10 Brand	
流量渠道	View占比	CR
搜索	28%	1.6%
店铺	17%	1.1%
其他推荐流量	11%	1.2%
站外	5%	4.9%
购物车	8%	0.6%
猜你喜欢	13%	0.9%
直播	4%	17.1%
每日新发现	5%	0.8%
短视频	1%	0.9%
闪购	2%	1.4%
其他活动流量	1%	1.2%

*数据时间：2024.7

*除表格流量渠道外，还有部分流量渠道是others，无法确定具体来源

*头部品牌卖家定义为Shopee Top 10品牌商城店



头部品牌卖家流量分布&订单转化（东南亚&台湾站点）

马来西亚&新加坡：相比其他东南亚站点，更多流量来源于“猜你喜欢”、“每日新发现”等渠道，偏向随机浏览产品
台湾站点：搜索和店铺占比高，目标性较为明确

MY	Top 10 Brand	
流量渠道	View占比	CR
搜索	26%	2.0%
店铺	13%	1.6%
其他推荐流量	11%	1.4%
站外	6%	4.5%
购物车	7%	0.8%
猜你喜欢	9%	1.0%
直播	6%	10.6%
每日新发现	8%	0.7%
短视频	1%	1.0%
闪购	4%	1.6%
其他活动流量	3%	1.7%

SG	Top 10 Brand	
流量渠道	View占比	CR
搜索	25%	2.9%
店铺	14%	2.0%
其他推荐流量	10%	2.1%
站外	11%	3.7%
购物车	8%	1.4%
猜你喜欢	9%	1.4%
直播	3%	4.7%
每日新发现	9%	1.2%
短视频	-	-
闪购	3%	2.0%
其他活动流量	2%	1.9%

TW	Top 10 Brand	
流量渠道	View占比	CR
搜索	30%	1.3%
店铺	20%	1.2%
其他推荐流量	13%	1.0%
站外	6%	4.0%
购物车	9%	0.4%
猜你喜欢	7%	0.7%
直播	0%	3.2%
每日新发现	3%	0.3%
短视频	-	-
闪购	2%	1.1%
其他活动流量	2%	0.9%

*数据时间：2024.7
*除表格流量渠道外，还有部分流量渠道是others，无法确定具体来源
*头部品牌卖家定义为Shopee Top 10 品牌商城店
*截至2024.6，新加坡，台湾站点未开通短视频，因此无短视频数据



头部卖家营销工具费比及ROI参考

营销工具	品牌卖家			非品牌卖家		
	费比参考	订单占比	ROI	费比参考	订单占比	ROI
站内Ads	10%-15%	~40%	~4	3%-5%	~20%	~7
AMS	2%-5%	~22%	~22	2%-5%	~25%	~22
CPAS	5%-15%	~25%	~3	-	-	-
直播	1%-2% (仅AMS部分)	~35%	-	1%-2% (仅AMS部分)	~10%	-
短视频		~7%	-		~15%	-
其他站外营销 费用	10%-25%	-	-	-	-	-

*头部卖家分析样本：Top 10跨境品牌商城店和Top 10非品牌店

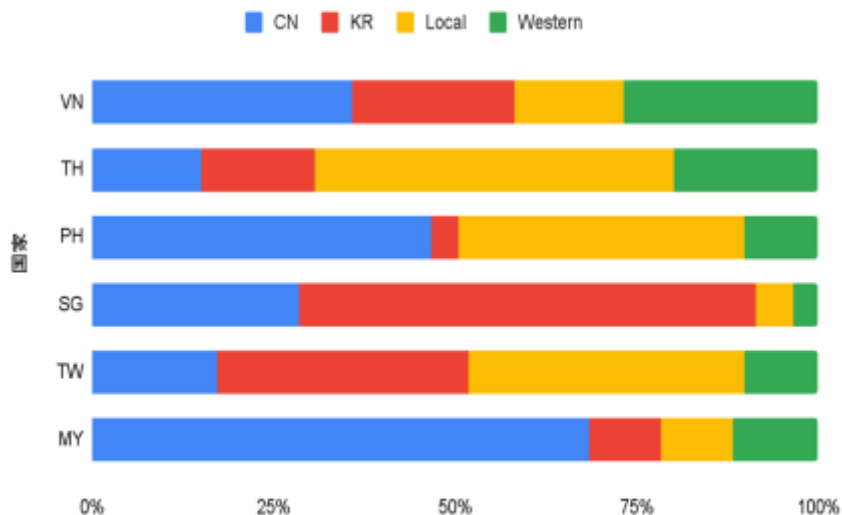
*数据时间：2024.7

*CPAS费比部分仅统计平台代投部分；直播和短视频费比仅包括通过AMS挂链的部分，不包括卖家自主联系交付的佣金&场次费



彩妆各市场品牌结构：中国品牌占比增加，但客单价相较韩国，欧美品牌较低，仍有提价空间

各市场彩妆 TOP 30品牌结构分布

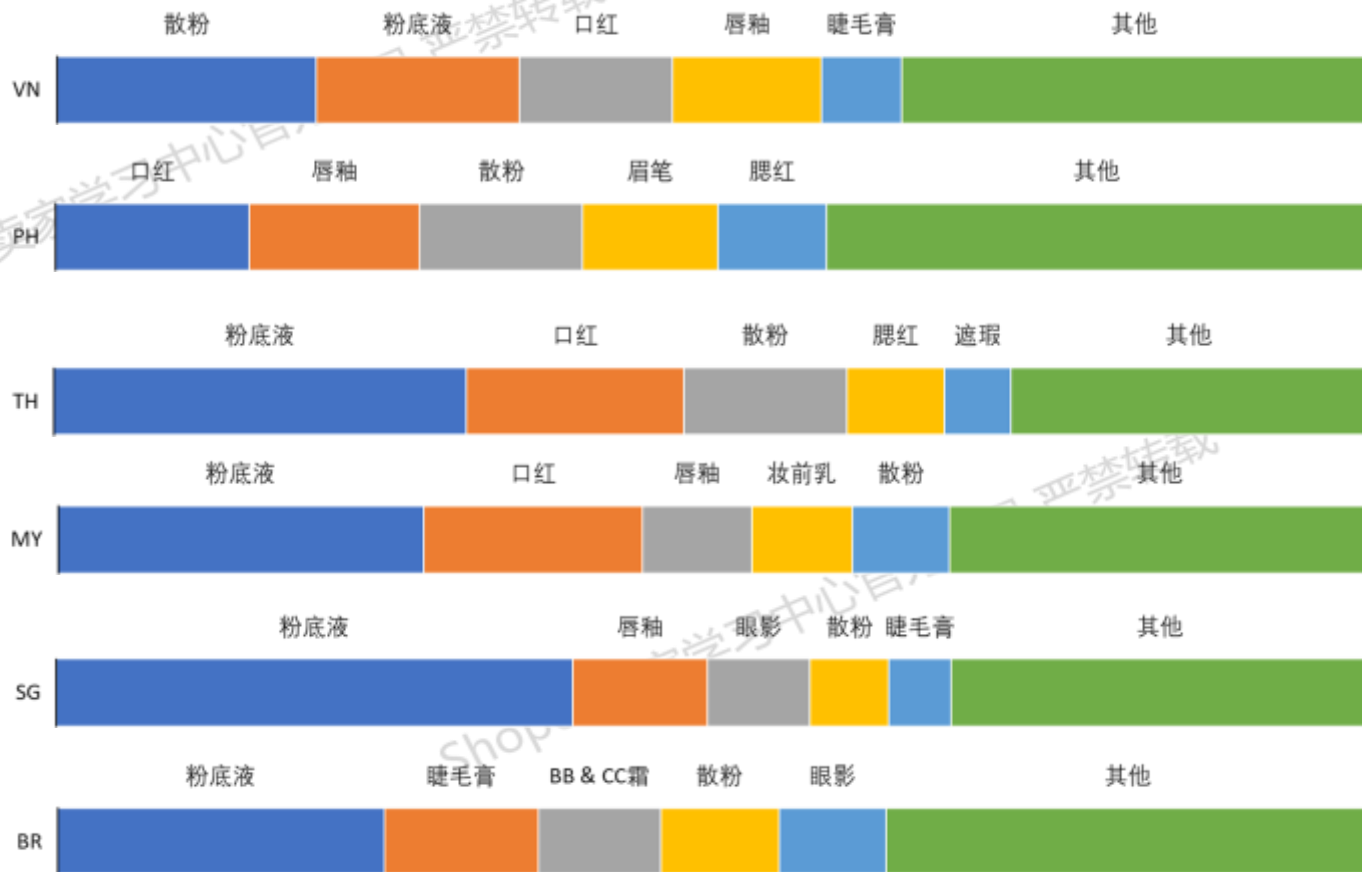


彩妆各品牌类型平均客单价（美金）

市场	VN	TH	PH	SG	TW	MY
CN	6	6	3	17	23	7
KR	7	17	11	15	26	16
Local	8	8	5	17	21	7
Western	9	11	6	22	22	10



东南亚头部品牌卖家细分类目结构分布：PH主推口红；VN/TH/MY卖家主推品往底妆类（散粉、粉底液、腮红）发展；BR 睫毛膏占比高



*头部卖家指各站点销售额top 10 mall shop



东南亚头部品牌细分类目分布

站点	PH			VN	
品牌	MAYBELLINE NEW YORK	grwm	blk	rom&nd	3CE
L4 品类	唇彩 23%	唇彩 20%	唇彩 23%	唇釉 62%	唇膏 38%
	粉底液 16%	遮瑕 15%	腮红 23%	唇膏 20%	唇釉 21%
	BB & C霜 11%	散粉 13%	粉底液 16%	唇彩 9%	腮红 16%
	睫毛膏 11%	妆前乳 11%	睫毛膏 10%	眼影 3%	定妆喷雾 12%
	散粉 10%	修容高光 9%	眉笔 7%	粉底液 2%	散粉 4%



东南亚头部品牌细分类目分布

站点

品牌

L4
品类

TH

4U2

Dr.PONG⁺

唇膏
52
%



粉底
液
38
%



腮红
13
%



散粉
22
%



唇釉
13
%



遮瑕
9%



散粉 7%

唇釉 8%

唇线笔 3%

腮红 7%

MY

Wardah

唇膏
79
%



唇彩
8%



粉底
液
6%



散粉 2%

腮红 1%

SG

TIRTIR

粉底
94
%



妆前
乳
2%



唇蜜
1%



本土品牌卖家案例

菲律宾本土彩妆集团：Ever Bilena Cosmetics

菲律宾本土彩妆集团：Ever Bilena Cosmetics

Ever Bilena是菲律宾排名第一的本土化妆品公司，创始人是Dioceldo Sy，品牌从成立到现在已有35年的历史，完整的产品线包括指甲油、护肤、彩妆、洗护、身体护理、香水和发型产品。旗下除了Ever Bilena和Careline两个彩妆品牌，还有专注男士护肤的Blackwater，纯素护肤的hello-glow，主打透明质酸的护肤品牌HYALOO等共9个品牌。Ever Bilena是菲律宾小姐大赛、菲律宾地球小姐大赛和地球小姐大赛的官方赞助商。它也是菲律宾篮球协会一支球队的所有者。

Ever Bilena: 本土传统彩妆品牌



Ever Bilena成立于1983年，提供各种价格实惠的化妆品，且品牌产品颜色选择丰富，适合各种肤色和妆容风格。在菲律宾已经成为家喻户晓的美妆品牌。拥有一系列由知名明星代言的产品。



产品线：眼影、睫毛膏、BB霜和遮瑕膏、香水、口红和化妆工具
价位段：热销产品多为10美元以内

Careline: Z世代彩妆品牌



2017年推出的新品牌，专注于为年轻人群体提供实惠、时尚且易于使用的彩妆产品。Careline的品牌理念是鼓励年轻人展现自我个性、探索不同的妆容风格，同时保持价格的亲民性，让更多人能够负担得起高质量的美妆产品。热门产品包括多用途棒、液体眉笔、炫彩眼线笔。



产品线：唇膏、眼影、腮红、粉底、眉笔等彩妆为主，同时涵盖护肤和化妆工具
价位段：2-5美元



1. 高性价比：无论是Ever Bilena还是Careline，都以亲民的价格和优质的产品赢得市场，特别适合预算有限但追求时尚和品质的消费者。

2. 广泛的产品线并持续创新：品牌提供从底妆、眼妆、唇妆到指甲油的全方位美妆产品。同时，根据不同的人群定位和需求特点，打造出**风格各异的子品牌**，并在价格带及主推产品上都有所区分。另外，品牌也紧跟美妆潮流，不断推出符合当下趋势的新产品，注重产品的配方改良和技术创新。

3. 多渠道布局：线上线下全渠道联动。在Ins和Facebook均有官方账号推广新品和促销活动，全网累积粉丝数超过100w。线下入驻SM Hypermarket、Reseta等当地商超和药妆店。

4. 与明星合作营销：根据当地消费者偏好，邀请在本土有影响力的明星进行合作和代言



Ever Bilena签约韩国爱豆朴灿烈



Careline与海绵宝宝的联名，与女演员Andrea Brillantes推出新彩妆系列



菲律宾本土品牌：BLK Cosmetics

纯素+无性别主义彩妆品牌 BLK Cosmetics



BLK Cosmetics 是菲律宾著名女演员 Anne Curtis 与同仁 Happy Skin 创始人的 Jacque Yuengtian Gutierrez 于 2017 年创立的美妆品牌。BLK 代表 "Black"（黑色）的简写，象征着品牌对简单、经典和永恒美丽的追求。BLK Cosmetics 旨在提供高质量、简约且不失时尚感的彩妆产品，让消费者可以轻松实现精致的妆容。

整体采用极简风格包装，强调“长效持妆”和“全天舒适”两大特点。

平台表现：2024上半年同比增长85%

产品线：主打种类丰富的彩妆，包括唇膏、眼影、腮红、粉底

产品系列：快乐旅游的系列、受韩剧女主和K-Beauty启发设计的K-Drama系列、白日梦系列等

价位段：多数产品在5-10美元之间



1. 坚持零残忍：不含有害物质、染料、酒精、人造香料等添加，并实施1% for the planet，经过PETA（善待动物组织）官方认证。

Made with good intentions, each blk product is guaranteed to be good for your skin, the environment, and even our furry friends.



cruelty-free



100% VEGAN



natural



sustainable

2. 高包容性：BLK Cosmetics 的产品在不同的皮肤类型上做了色块处理，且使用了不同肤色的模特进行全色号展示。无论是你的皮肤是棕色或是偏白，都能看到更直接的效果并容易选择适合自己的色号。BLK Cosmetics 的包容性还体现在性别上。宣传视频中有男性使用睫毛膏，显示了BLK Cosmetics 的无性别主义

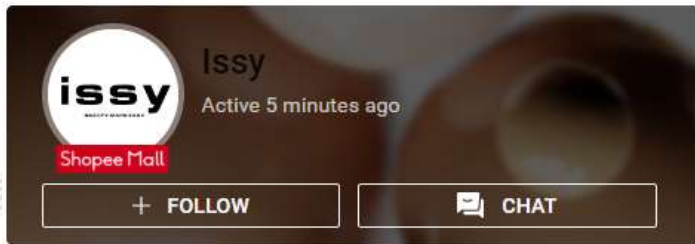


3. 多渠道相结合：线上除了常见跨境平台在，也在PNY Beauty, The Skin Care Library等小众渠道上销售；同时积极拓展线下渠道，在菲律宾的多个城市和地区都设有专卖店和专柜，还与屈臣氏、SM、百货商城等地下连锁超市渠道合作，提升品牌的市场覆盖率。目前销售blk的门店有120家，自营店铺达24家。



菲律宾本土彩妆品牌：ISSY

菲律宾新兴美妆品牌：ISSY



ISSY & CO. 是一个新兴的菲律宾美妆品牌，以提供多功能、可持续发展且价格亲民的美妆产品为宗旨。品牌注重包容性，强调适合各种肤色和肤质的产品，深受菲律宾及其他东南亚国家消费者的欢迎。品牌以简单、无忧无虑、包容为目标，产品皆为vegan, cruelty-free, gluten-free, and paraben-free

推出“美妆乐高”，可自由搭配颜色、质地、大小不同的眼部或脸部彩妆

平台表现：2024上半年同比增长**74%**

产品线：彩妆为主，包括唇妆、眼线、遮瑕、气垫、腮红等

价位段：唇妆5-15美元，眼妆5-10美元

热销新品：





越南本土彩妆品牌：Lemonade

Lemonade

由越南本土化妆师Quach Anh 于 2018 年创立，旨在为当地女性带来简单的化妆解决方案；通过对当地气候特征、肤色、肤质。越南人的类型和面部结构等深入研究，开发适合当地气候及肤色的彩妆产品。



平台表现：2024上半年同比增长153%

Shopee主推市场：越南

产品线：包括气垫、眼线、腮红、唇釉、睫毛膏、眼影等彩妆

特色产品：Multi-use: 唇颊两用霜，双头设计唇刷+腮红刷

价位段：底妆眼影10-18美元，其他眼妆唇妆10美元以内

销售渠道：越南线上主流平台；线下主流商超如Guardian



1. 专业人士背书：

创始人越南知名美妆博主兼化妆师，具有丰富美妆行业经验。在新品宣发推广时，会邀请专业彩妆师测评并收集反馈，通过打造高专业度产品来培养越南消费者对品牌的信赖。



2. 产品深度本地化：

- 结合越南特性，特别是油性和混合性皮肤的需求，开发本土化/高竞争力明星单品，比如Supermatte Cushion具备控油效果，持妆时间长达10小时，深受当地消费者喜爱；
- 多个美容奖项和荣誉，如Elle美容奖的“最佳化妆产品奖”，并获得Guardian Awards的“年度最佳增长品牌”称号，这进一步巩固了其市场地位。



泰国本土彩妆品牌：Beutilab

Beutilab

Beutilab 是Dr.Pong 在2023年推出的彩妆子品牌，定位年轻、时尚的女性群体，强调产品的实用性和易用性。品牌前期首先在Dr.Pong店铺内上传产品进行品牌宣传和形象建立，后开启Beutilab品牌独立的official shop进行产品销售。

产品线：底妆、腮红口红唇釉等彩妆

价格段：5-15美元



1. 明星代言&IP联名：

-2024年5月推出Beutilab X 天线宝宝联名系列，产品包括变色妆前乳/粉底液/防晒霜、变色腮红，化妆刷工具等。包装新颖，腮红配套赠送钥匙扣可当挂饰使用



2. 线上线下联动

-线上通过Facebook, Tiktok, Ins等社媒平台宣传产品，并批量邀请KOL拍摄推广短视频。线下入驻屈臣氏和Boots、Eveandboy等药妆/美妆店，并举办快闪活动宣传联名系列。



细分类目构成

遮瑕
40%



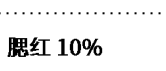
口红
15%



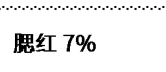
眼线
15%



腮红 10%



腮红 7%





韩国新晋小众彩妆品牌： Fwee

韩国彩妆品牌： Fwee



平台表现：2024上半年同比增长**37倍**

Shopee主推市场：东南亚全站点+台湾站点

- 产品线：产品较简单，主要为气垫，腮红，唇釉，眼影
- 产品特点：主打一物多用 (Multi-use) 产品-唇颊两用腮红膏，使用手指即可轻松晕染，并设计随身携带的小样挂饰；整体设计带有粉雾感的柔和色调，带来日常使用、简单却恰到好处的彩妆品深受年轻女性喜爱。
- 价位段：15-20美元

1. 注重感官体验：Fwee注重化妆品的感官体验，将产品与日常情感联系在一起，使化妆成为一种个人表达的工具。

如下图爆款唇颊两用腮红膏宣传语: Feel your moment;
右图双色腮红：以不同调色传达不同情感/态度。



2. 高品质和创新产品：Fwee的产品（如多用腮红）具有创新的质地和颜色，吸引了广泛的受众，满足了不同人群需求。





韩国天然成分彩妆护肤品牌：TIRTIR

中高端韩国彩妆品牌：TIRTIR



平台表现：2024上半年同比增长**44倍**

Shopee主推市场：东南亚全站点+台湾站点

- 品牌理念：TIRTIR的品牌理念是通过自然的力量和科学的结合，帮助消费者达到健康美丽的肌肤。品牌注重成分的安全性和天然性，力求为肌肤带来最纯净的呵护。曾签约边伯贤、朴叙俊、朴灿烈等韩国艺人为代言人。
- 产品线：覆盖从面部护理到身体护理再到化妆品等多个领域，明星产品为鹅蛋气垫
- 价位段：底妆20美元左右，护理系列20-40美元不等



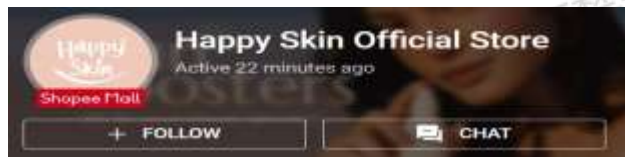
1. 主打天然成分：TIRTIR 的产品强调使用高效的天然成分，如积雪草提取物、透明质酸等，避免使用有害化学物质。其成分表通常简洁明了，注重成分的纯净和安全性，产品适合不同肤质的消费者，尤其是敏感肌和问题肌肤。

2. 降低用户试错成本：TIRTIR推出了片装的粉底液使用小样，覆盖多种色号，定价约2美金，对比正装近20美金的价格，可更容易让消费者进行尝试，从而提高复购正装的概率。





本土彩妆品牌 Happy Skin - 菲律宾



"Happy Skin is a homegrown Filipino beauty brand committed to offering world-class quality makeup that's fun and easy to use"

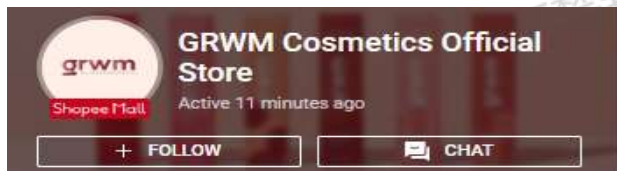
品牌背景

- 菲律宾本土品牌，2013年成立，多款产品在当地获奖
- 产品线：涉及彩妆及护肤/工具类；彩妆集中在唇釉/底妆；护肤主打防晒，并包括洁面/面霜/眼霜类产品
- 价位段：唇釉6美金左右；底妆及护肤(防晒)16-20美金
- 多渠道销售，包括菲律宾主流商场和线上电商平台

品牌亮点

- **产品风格鲜明**，外包装色彩鲜艳，通过与不同风格的模特合作，传达年轻化/多元化的品牌路线
- **SkinCaringMakeup: 融合护肤和彩妆需求**, 为彩妆注入护肤成分，如遮瑕包含烟酰胺/透明质酸及精油等，不仅使妆效更服帖，也可提升皮肤润泽感。**尤其适用于底妆产品**
- **Multi-use 多功能产品**: 如遮瑕类，宣传附带眼霜功效
- **站外营销**: 保持**高频次内容输出**；联合当地及欧美KOL在YT/B/IG发布种草视频/帖子，提升品牌认知度

本土彩妆品牌 GRWM COSMETICS - 菲律宾



"GRWM Cosmetics believes that beauty should not be defined by only one standard but should be inclusive to all skin types, color, gender and status."

品牌背景

- 品牌由菲律宾当地网红Mae Layug (YouTuber, 702K粉丝) 于2021年成立
- 产品线：彩妆为主；包括唇部彩妆，散粉，遮瑕等
- 价位段：唇部产品及遮瑕6美金左右；散粉及其它底妆产品10-14美金
- 主营线上渠道，包括菲律宾，澳大利亚，阿联酋

品牌亮点

- **Multi-use多功能产品**：如热销款唇泥可同时作为眼影和腮红
- 使用**跨性别跨种族模特**来吸粉年轻群体，代表更**多元化的品牌特性**，传达品牌的独特差异特质
- **站内外联动**：通过**社媒**对站内**大促**进行**预热**，附带具体促销产品信息，为活动蓄水造势
- 擅用创始人自身影响力为品牌造势宣传，建立品牌形象。建议卖家多尝试**网红营销**，建议KOL资源库，迅速打造口碑

【附录】热搜词

—



菲律宾&越南-热搜关键词

站点	子类目	热搜词	热搜词 (英语)
PH	Eyes	mascara	mascara
PH	Eyes	eyeliner	eyeliner
PH	Eyes	eye shadow	eye shadow
PH	Eyes	eyebrow	eyebrow
PH	Eyes	make up	make up
PH	Eyes	eyeshadow palette	eyeshadow palette
PH	Eyes	eyebrow pencil	eyebrow pencil
PH	Eyes	eyebrow gel	eyebrow gel
PH	Eyes	make up set	make up set
PH	Eyes	brow gel	brow gel
PH	Face	concealer	concealer
PH	Face	chuchu beauty	chuchu beauty
PH	Face	foundation	foundation
PH	Face	setting spray	setting spray
PH	Face	grwm	grwm
PH	Face	primer	primer
PH	Face	squad cosmetic	squad cosmetic
PH	Face	blush on	blush on
PH	Face	blush	blush
PH	Face	make up	make up
PH	Lips	lip tint	lip tint
PH	Lips	lipstick	lipstick
PH	Lips	otwoo lipstick	otwoo lipstick
PH	Lips	liptint long lasting waterproof lip tint	liptint long lasting waterproof lip tint
PH	Lips	lip gloss	lip gloss
PH	Lips	focallure	focallure
PH	Lips	lipstick water proof long lasting	lipstick water proof long lasting
PH	Lips	pinkflash	pinkflash
PH	Lips	grwm	grwm
PH	Lips	lip liner	lip liner

站点	子类目	热搜词	热搜词 (英语)
VN	Eyes	kẻ mắt	eyeliner
VN	Eyes	mascara	mascara
VN	Eyes	bảng mắt	eye palette
VN	Eyes	bút kẻ mắt	eyeliner pen
VN	Eyes	chì kẻ mày	eyebrow pencil
VN	Eyes	chì kẻ mắt	eyeliner pencil
VN	Eyes	mascara zeesea	mascara zeesea
VN	Eyes	chuốt mi	mascara
VN	Eyes	phấn mắt romand	romand eyeshadow
VN	Eyes	bảng mắt romand	romand eye palette
VN	Face	kem nền	foundation cream
VN	Face	phấn phủ	powder
VN	Face	kem lót	primer
VN	Face	cushion	cushion
VN	Face	phấn phủ carslan	carslan powder
VN	Face	xịt khoáng makeup	makeup setting spray
VN	Face	má hồng	blush
VN	Face	kem lót zeesea	zeesea primer
VN	Face	carslan	carslan
VN	Face	kem nền maybelline	maybelline foundation
VN	Lips	son	lipstick
VN	Lips	son romand	romand lipstick
VN	Lips	romand	romand
VN	Lips	son bóng	lip gloss
VN	Lips	son lì	matte lipstick
VN	Lips	into you	into you
VN	Lips	peripera	peripera
VN	Lips	son into you	into you lipstick
VN	Lips	son black rouge	black rouge lipstick
VN	Lips	son merzy	merzy lipstick



泰国&马来西亚-热搜关键词

站点	子类目	热搜词	热搜词 (英语)
TH	Eyes	มาสคาร่า	mascara
TH	Eyes	ดินสอเขียนคิ้ว	eyebrow pencil
TH	Eyes	อายไลเนอร์	eyeliner
TH	Eyes	พาเลทตา	eye palette
TH	Eyes	อายแชโดว์	eye shadow
TH	Eyes	ดอลลียาย	dolly eye
TH	Eyes	เครื่องสำอาง	cosmetics
TH	Eyes	พาเลทตา odbo	odbo eye palette
TH	Eyes	มาสคาร่าคิ้ว	eyebrow Mascara
TH	Eyes	odbo	odbo
TH	Face	คุชชั่น	cushion
TH	Face	บลัชออน	blush
TH	Face	คอนซีลเลอร์	concealer
TH	Face	แป้งพัฟ	puff powder
TH	Face	skintific	skintific
TH	Face	รองพื้น	foundation
TH	Face	คุชชั่น chy	chy cushion
TH	Face	kage	kage
TH	Face	สเปรย์ล็อคเครื่องสำอาง	makeup setting spray
TH	Face	คุชชั่นเดอรา	dera cushion
TH	Lips	ลิป	lip
TH	Lips	ลิปสติก	lipstick
TH	Lips	ลิปกลอส	lip gloss
TH	Lips	ลิป 4u2	lip 4u2
TH	Lips	rom&nd	rom&nd
TH	Lips	4u2	4u2
TH	Lips	ลิปเบลลิ้น	maybelline Lip
TH	Lips	ลิปลากลาส	lip gloss
TH	Lips	ลิปจิ๋ว	tiny lipstick
TH	Lips	inga	inga

站点	子类目	热搜词	热搜词 (英语)
MY	Eyes	eyeshadow	eyeshadow
MY	Eyes	mascara	mascara
MY	Eyes	eyeliner	eyeliner
MY	Eyes	eyebrow	eyebrow
MY	Eyes	eyeshadow palette	eyeshadow palette
MY	Eyes	eyebrow pencil	eyebrow pencil
MY	Eyes	makeup	makeup
MY	Eyes	maskara	maskara
MY	Eyes	eyebrow gel	eyebrow gel
MY	Eyes	mascara 1minute miracle	mascara 1minute miracle
MY	Face	skintific	skintific
MY	Face	skintific cushion	skintific cushion
MY	Face	foundation	foundation
MY	Face	tirtir cushion	tirtir cushion
MY	Face	blusher	blusher
MY	Face	setting spray	setting spray
MY	Face	concealer	concealer
MY	Face	loose powder	loose powder
MY	Face	cushion foundation	cushion foundation
MY	Face	dazzle me	dazzle me
MY	Lips	lipmatte	lipmatte
MY	Lips	lipstick	lipstick
MY	Lips	liptint	liptint
MY	Lips	lip gloss	lip gloss
MY	Lips	wansue beauty lipmatte	wansue beauty lipmatte
MY	Lips	otwoo lipstick	otwoo lipstick
MY	Lips	barenbliss	barenbliss
MY	Lips	lipmatte meknuraini	lipmatte meknuraini
MY	Lips	dazzle me	dazzle me
MY	Lips	lipmatte wansue	lipmatte wansue



台湾站点&巴西-热搜关键词

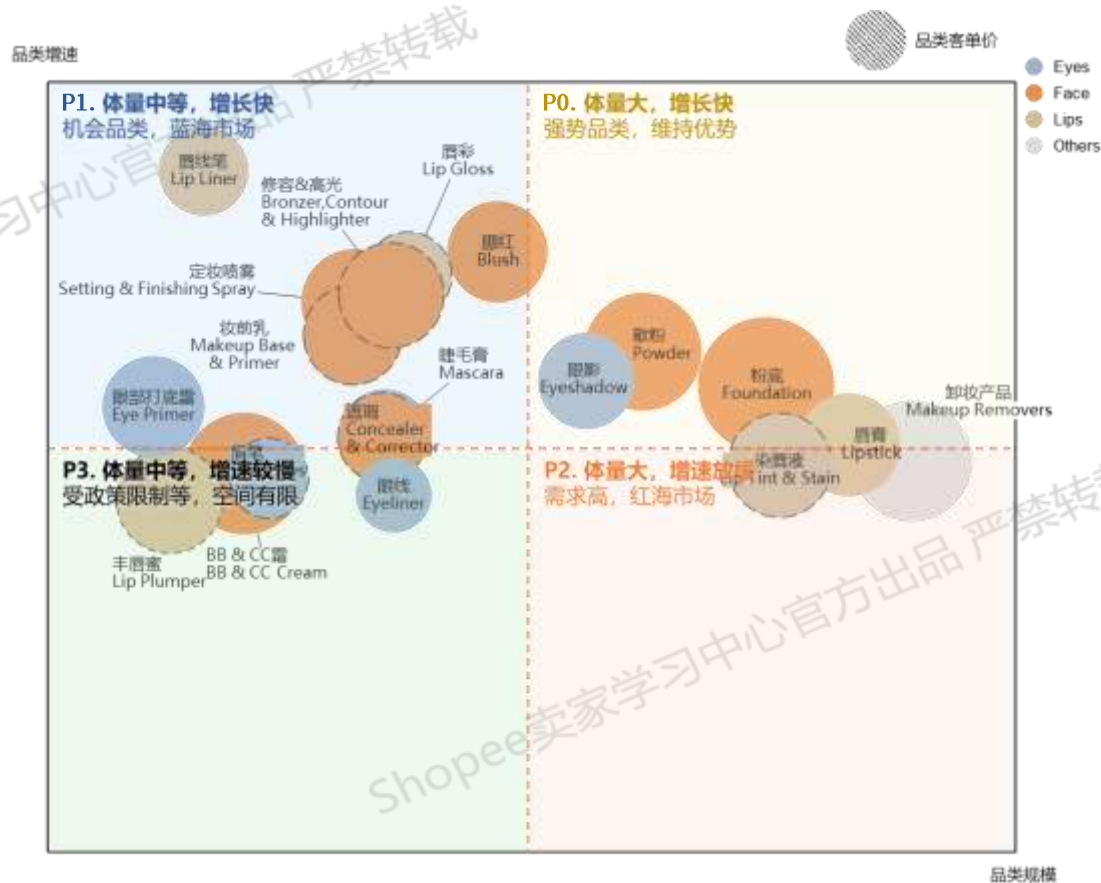
站点	子类目	热搜词	热搜词 (英语)
TW	Eyes	眼影	eye shadow
TW	Eyes	眉筆	eyebrow pencil
TW	Eyes	canmake	canmake
TW	Eyes	眼線筆	eyeliner
TW	Eyes	睫毛膏	mascara
TW	Eyes	眼影盤	eye shadow palette
TW	Eyes	臥蠶筆	aegyo sal pen
TW	Eyes	染眉膏	eyebrow tint
TW	Eyes	dasiqie 眼影	dasiqie eye shadow
TW	Eyes	眼線膠筆	eyeliner gel pen
TW	Face	定妝噴霧	makeup setting spray
TW	Face	粉底液	liquid foundation
TW	Face	腮紅	blush
TW	Face	素顏霜	bare face cream
TW	Face	氣墊粉餅	cushion foundation
TW	Face	蜜粉	powder
TW	Face	粉餅	pressed powder
TW	Face	遮瑕	concealer
TW	Face	fixx 定妝噴霧	fixx makeup setting spray
TW	Face	修容	contour
TW	Lips	口紅	lipstick
TW	Lips	kate 怪獸級持色唇膏	kate monster long lasting lipstick
TW	Lips	唇釉	lip gloss
TW	Lips	romand 唇釉	romand lip gloss
TW	Lips	into you	into you
TW	Lips	pinkbear	pinkbear
TW	Lips	pinkbear 口紅	pinkbear lipstick
TW	Lips	into you 唇泥	into you lipstick
TW	Lips	aztk 唇凍	aztk lip jelly
TW	Lips	pinkbear 水精華口紅	pinkbear aqua essence lipstick

站点	子类目	热搜词	热搜词 (英语)
BR	Eyes	maquiagem	makeup
BR	Eyes	maquiagem barata	cheap makeup
BR	Eyes	paleta de maquiagem	makeup palette
BR	Eyes	rimel	mascara
BR	Eyes	máscara de cílios	eyelash mask
BR	Eyes	rimel	mascara
BR	Eyes	delineador	eyeliner
BR	Eyes	henna para sobrancelha	henna for eyebrow
BR	Eyes	paleta de sombra	shadow palette
BR	Eyes	rimel prova d agua	waterproof mascara
BR	Eyes	sombras para olhos	eye shadows
BR	Face	maquiagem	makeup
BR	Face	base	base
BR	Face	blush	blush
BR	Face	maquiagem barata	cheap makeup
BR	Face	base boca rosa	boca rosa(品牌名) foundation
BR	Face	corretivo	corrective
BR	Face	corretivo maquiagem	makeup concealer
BR	Face	iluminador	highlighter
BR	Face	contorno	contour
BR	Lips	gloss	gloss
BR	Lips	gloos labial	lip gloss
BR	Lips	batom	lipstick
BR	Lips	gloss franciny ehlke	gloss franciny ehlke
BR	Lips	batom matte	matte lipstick
BR	Lips	glos	glos
BR	Lips	maquiagem	makeup
BR	Lips	lápís de boca	mouth pencil
BR	Lips	batons com longa duração	long lasting lipsticks
BR	Lips	brilho labial	lip gloss

【附录】各站点细分类目表现



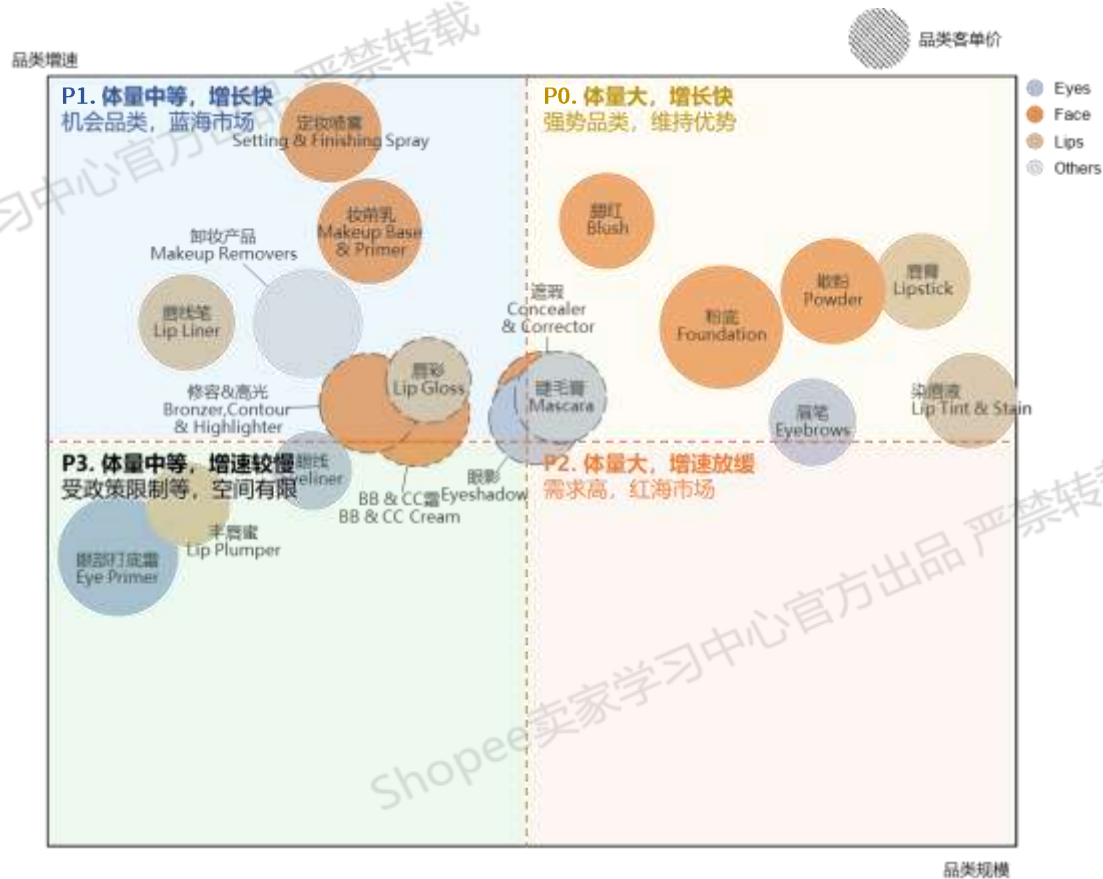
[彩妆]越南站点细分品类机会：面部、眼部类目增速快，面部、唇部、卸妆产品市场需求旺盛



Note: DataTime:2024H1, region: VN



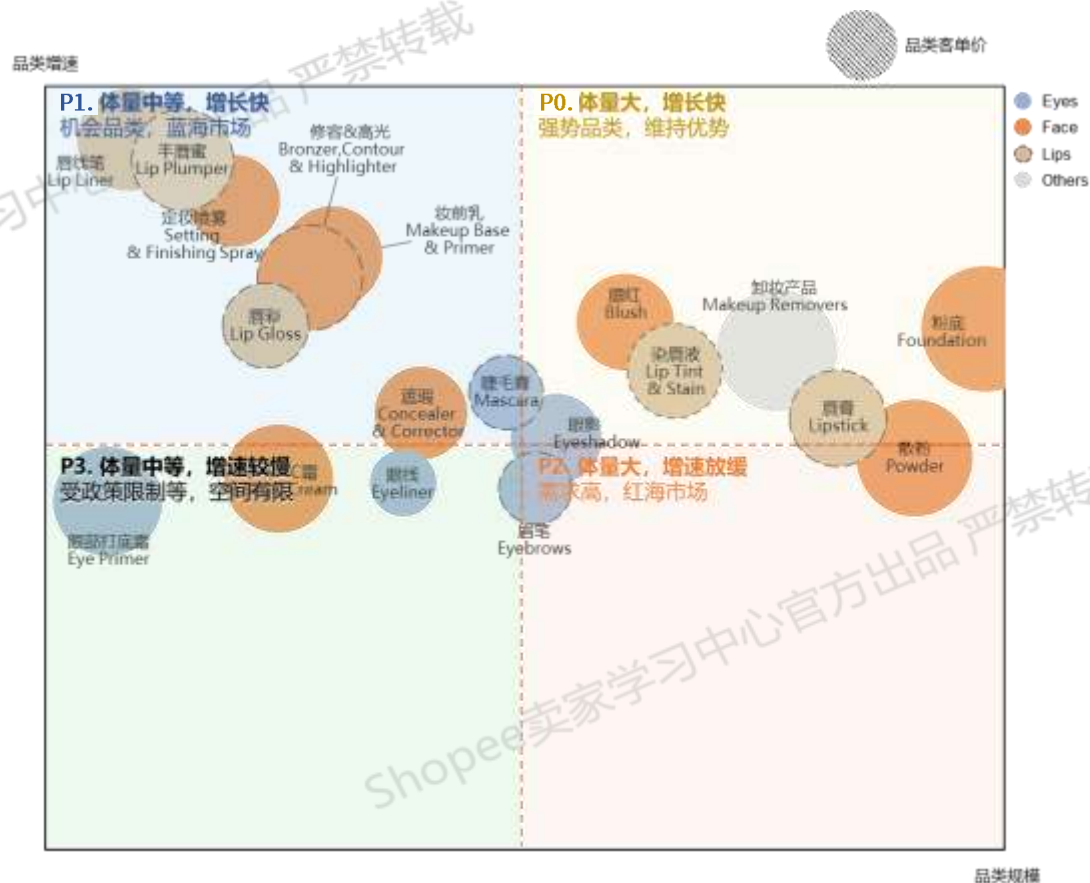
[彩妆]菲律宾站点细分品类机会：整体高增长，可进一步挖掘面部及唇部彩妆类目机会



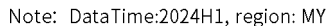
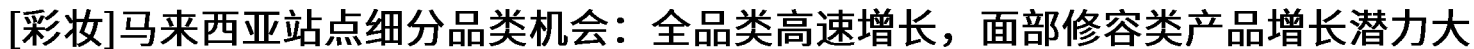
Note: DataTime:2024H1, region: PH



[彩妆]泰国站点细分品类机会：全品类高增长，面部彩妆、眼部及唇部类目市场需求旺盛

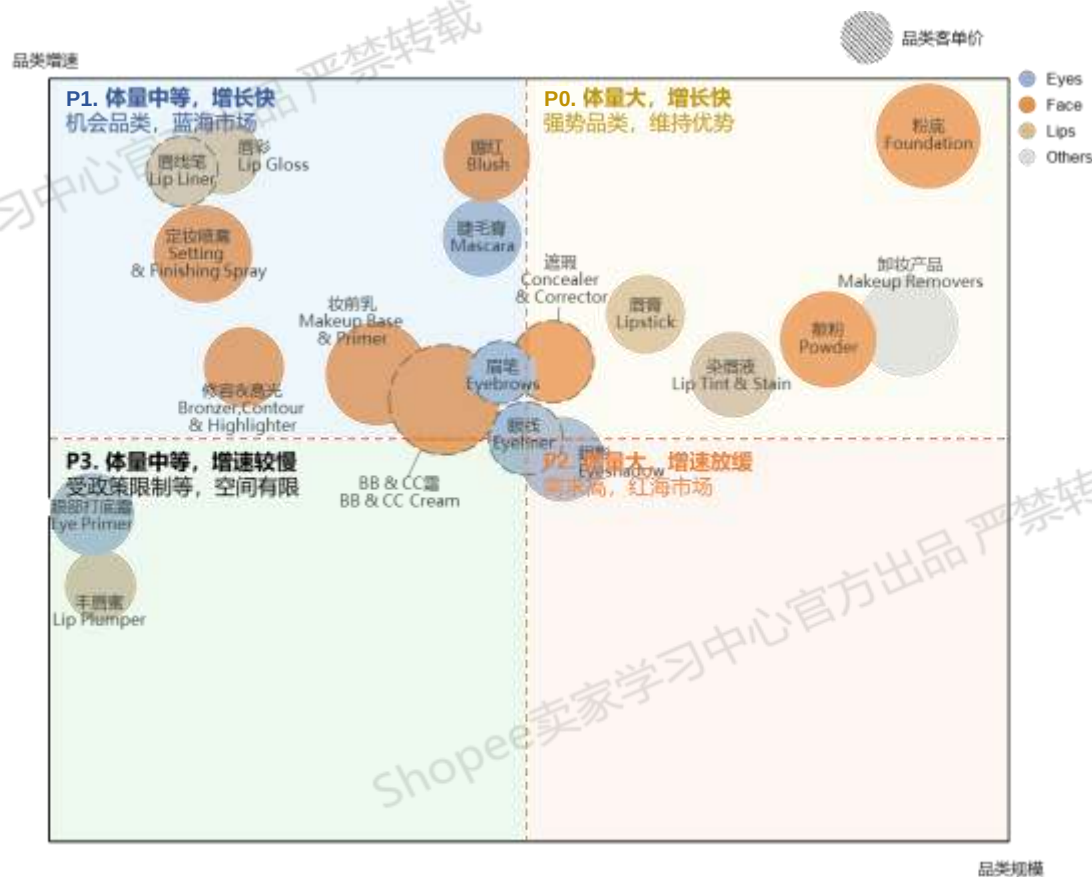


Note: DataTime:2024H1, region: TH





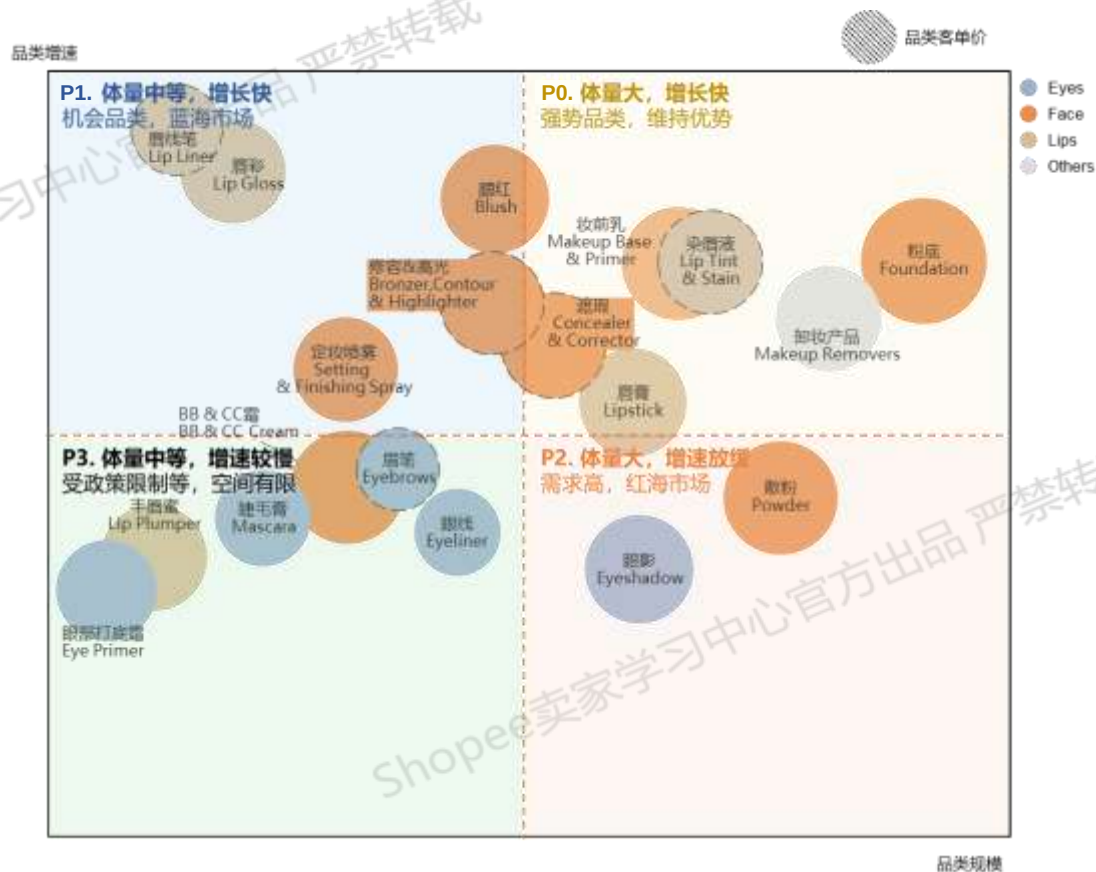
[彩妆]新加坡站点细分品类机会：整体增速快，客单价较高，需挖掘高增长面部彩妆类目机会



Note : DataTime:2024H1, region: SG



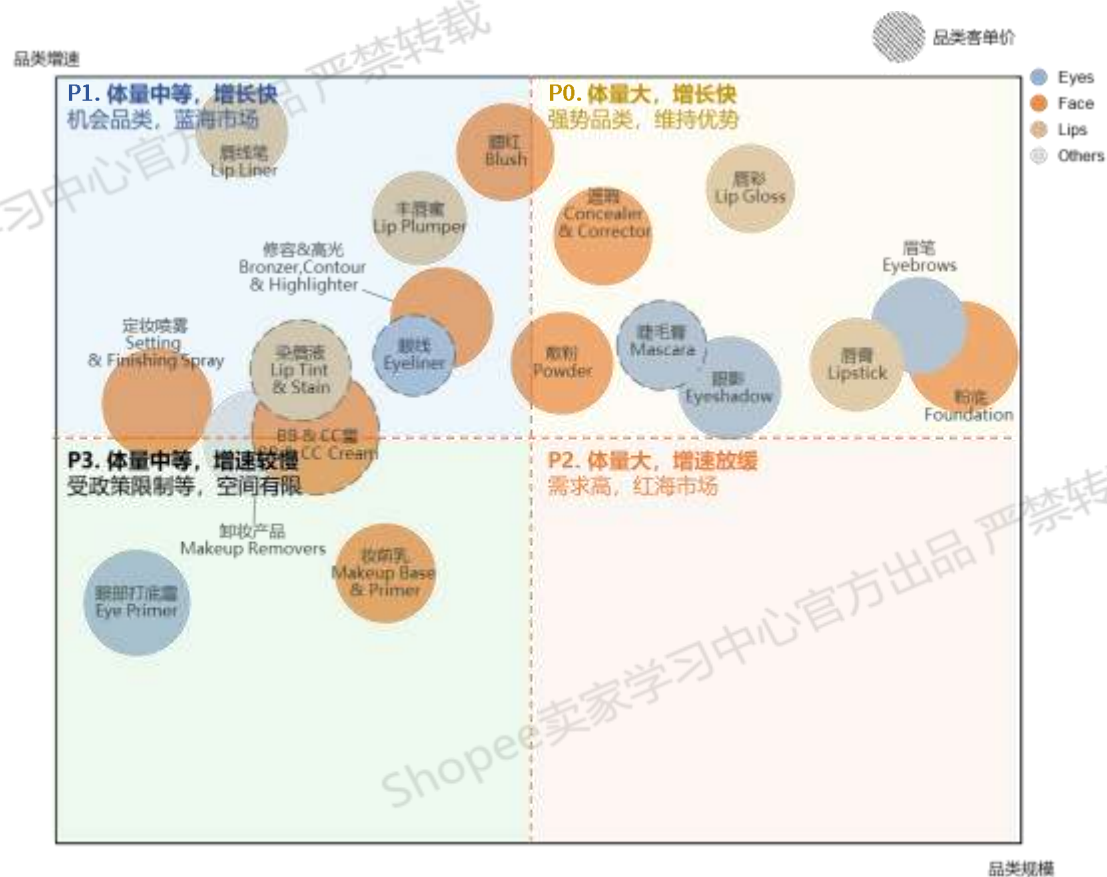
[彩妆]台湾站点细分品类机会：彩妆市场增长放缓，面部底妆及唇部类产品机会较大



Note: DataTime:2024H1, region: TW



[彩妆]巴西站点细分品类机会：拉美市场彩妆增速快，市场需求旺盛，彩妆新蓝海



Note: DataTime:2024H1, region: BR

【附录】彩妆品类售卖规则



SLS运输规则

商品类目	特殊产品	SLS									
		东南亚及台湾站点						拉美			
		SG	MY	TH	PH	VN	TW	BR	MX	CO	CL
液体限制（同一包裹内，液体最高不得超于该限制）		200ml	200ml	500ml	200ml	500ml	100ml	30ml	100ml（特货渠道）	50ml（特货渠道）	100ml（特货渠道）
化妆品	含液体类，如粉底液、遮瑕液	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y（限特货渠道）	Y（限特货渠道）	Y（限特货渠道）
	粉类化妆品如散粉、眼影盘	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y（限特货渠道）	Y（限特货渠道）	Y（限特货渠道）
	固体类化妆品，如唇膏、口红、遮瑕膏	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y（限特货渠道）	Y（液体口红需走特货）	Y（限特货渠道）

* ID跨境严禁销售化妆品；

* MX\CO\CL需要提前申请特货渠道才可销售化妆品；

* 液体限制如无特殊标记，默认为SLS普货渠道液体限制。运输含液体产品时，请注意不要超过液体限制。

实时的物流限制，请参考[卖家大学跨境物流手册](#)及[AB类违禁品限制说明](#)



彩妆认证规则

市场	Shopee 物流服务(SLS)认证需求 - 化妆品			
	需求证书	证书名称	如果没有证书是否有风险	证书注册详情link
越南	不需要	-	-	-
马来西亚	需要	NPRA(马来药监局认证) HALA (清真认证)	中 (目前查验率不高, 默认可卖) HALA - 仅影响买家选择	化妆品: http://inspcs.com/malaysiaNPRArenzheng/061692.html
菲律宾	需要	当地FDA	中 (目前查验率不高, 默认可卖)	FDA Firms and FAQs 菲律宾
泰国	需要	当地FDA	高 (封店、删除listing, 海关通关问题, 目前来看查验率较低)	需要提供FDA/TISI的产品请查看表格。含紫外线灯美妆工具产品需要OCPB认证 https://docs.google.com/spreadsheets/d/1b3KcvWJNRhZzzoZwi0xfqmKwODR0Ky8T/e/dit?usp=sharing&ouid=106433986094205923574&rtpof=true&sd=true
台湾站点	不需要	-	-	-
新加坡	需要	HSA	中 (平台不会主动查, 如被机构查到则需提供证书或下架商品)	-
巴西	需要	ANVISA	中 (平台不会主动查, 如被机构查到则需提供证书或下架商品)	ANVISA详情: https://baijiahao.baidu.com/s?id=1771111286183672922&wfr=spider&for=pc 官方网站: http://www.anvisa.gov.br
墨西哥	不需要	-	-	-



Thank You!



祝您大卖!

运营有疑问? 上卖家学习中心!

点击进入>><https://shopee.cn/edu/home>