

美妆行业 周度市场观察

行业环境 | 跨境出海 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

雅诗兰黛看好中国香水市场;
“以油养肤”带火了哪些品牌?

行业环境:

1. “以油养肤”带火了哪些品牌?

关键词: [V]未来迹FutureBeauty

概要: 本文分析了沐浴油在护肤市场的火爆趋势, 包括其悠久历史、明星效应和社交媒体声量, 以及市场销售额的显著增长。文中还介绍了沐浴油市场竞争激烈, 以欧舒丹为首的头牌品牌占据较大市场份额, 国货品牌从功效成分入手, 掘金新商机。此外, 文章还分析了沐浴油的主要使用人群为女性, 以年轻女性为主力军, 以及消费者对保湿、清洁和香氛疗愈等功能的需求。最后, 文中还提出了沐浴油市场的新趋势, 包括“分肤养护”和“小众香型”, 认为这为产品升级提供了新的机遇。

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/10982418.html): <https://www.jiemian.com/article/10982418.html>

2. 雅诗兰黛为何看好中国香水市场

关键词: [V]青眼

概要: 雅诗兰黛集团执行总裁对香水市场持看好态度, 认为全球范围内消费者对香水的偏好是一个高涨的态势。其香水业务在稳步前进, 连续11个季度保持高增长, 并通过收购小众香氛品牌、法国殿堂级沙龙香氛品牌以及高端香水品牌, 提升消费者对香氛产品的认知, 增加他们的使用频次和拥有的产品数量。雅诗兰黛集团还将加大创新力度, 实施推出本土化的策略, 以适应中国消费者的需求, 进一步提升品牌的影响力和竞争力。

[原文链接](https://www.sohu.com/a/768089432_329832?scm=1102.xchannel:325:100002.0.6.0): https://www.sohu.com/a/768089432_329832?scm=1102.xchannel:325:100002.0.6.0

01

行业趋势

Industry Trends

3. 果本：护肤品从有效到高效的医研共创进阶之路

关键词：护肤

概要：果本联合世领制药成立医研共创联合创新实验室，旨在利用制药的产品开发理念，实现天然功效成分从“有效”到“高效”的高倍赋能，打造真正的天然高效护肤产品。果本从大自然珍稀果实中提取的果油，具有亲肤性更好、安全性更高的特点，能迅速补充皮肤脂质，帮助皮肤形成油脂膜，更好地锁住水分，同时能抵御外界环境变化和刺激，修护皮肤屏障。果本科研团队首创研发出一项独家专研专利成分——MSC-622果油仿生皮脂，该成分能激发自身修护机制，使用一次后，皮肤屏障恢复率达95%以上。果本始终以科学之力激发自然潜能，开创独家“果油养肤”研发体系，为消费者寻找科技护肤最优解。

[原文链接](https://www.c2cc.cn/news/10010173.html)：https://www.c2cc.cn/news/10010173.html

4. 3.5亿！美丽田园投了这家公司

关键词：[V]青眼

概要：美丽田园医疗健康产业有限公司以3.5亿元战略投资奈瑞儿健康科技有限公司，美丽田园将拥有奈瑞儿品牌核心资产的70%股份。奈瑞儿成立于2007年，是中国市场占有率第二的美容品牌，主要集中于粤港澳大湾区，辐射全国9大一线城市。美丽田园此次投资是完成大湾区布局的重要举措，目前已在23个一线和新一线城市的黄金地段开设门店，构筑全国经营网络。美丽田园在收购整合领域有丰富的经验，去年5月投资成都幽兰品牌，次年便开设成都地区医疗美容和亚健康医疗诊所；同年6月收购三家湖南长沙加盟门店，将长沙升级为直营区域；8月收购杭州妍工房，进一步加强在杭州地区的直营布局和市场地位。

[原文链接](https://www.sohu.com/a/767172704_329832?scm=1102.xchannel:325:100002.0.6.0)：https://www.sohu.com/a/767172704_329832?scm=1102.xchannel:325:100002.0.6.0

03

投资运营

Investment Operation

投资运营：

5. 这个香水品牌获数千万融资！

关键词：[V]青眼

概要：近日，苏州梵鑫雨念化妆品有限公司（梵鑫雨念）旗下的香水香氛品牌拂若里 INSIDEFLOW（拂若里）宣布完成数千万级人民币Pre-A轮融资，由昌赛基金独家投资。梵鑫雨念成立于2023年，致力于打造符合当代语境的中国文化香氛体验。拂若里品牌在售的香水有两款，定价在100—300元之间。拂若里已与全球顶尖香精公司奇华顿达成战略合作，与二十多国的经销商达成长期稳定合作，在荷兰香氛市场占有率已超50%。拂若里创始人杨洁如表示，希望在未来几年内达到1亿的销售体量，并在三年内达到五亿元左右。她期待与产业链上下游优秀企业、投资机构、投资人深度交流，一起赢在品类增速的好时机。

[原文链接](https://www.sohu.com/a/767514353_329832?scm=1102.xchannel:325:100002.0.6.0)：https://www.sohu.com/a/767514353_329832?scm=1102.xchannel:325:100002.0.6.0

6. 扭亏为盈，丽人丽妆自有品牌营收同比大涨超40%

关键词：[V]青眼

概要：丽人丽妆发布2023年年度报告，营业收入为27.62亿元，归属于上市公司股东的净利润为0.30亿元，实现扭亏为盈。公司新兴渠道业务增长迅速，自有品牌进展顺利，存货结构改善，整体费用得到控制。美妆洗护品类营收为27.10亿元，新兴渠道业务收入占比持续提升。公司孵化的自有品牌营收较去年同期增长超40%，部分品牌正在研发新产品、拓展新品类。展望未来，公司将继续加强核心竞争力，实现高效营销，探索新平台的可持续业务模式，品牌孵化方面，部分品牌将会扩充产品线，预计自有品牌战略将取得阶段性成果。

[原文链接](https://www.sohu.com/a/767693572_329832?scm=1102.xchannel:325:100002.0.6.0)：https://www.sohu.com/a/767693572_329832?scm=1102.xchannel:325:100002.0.6.0

7. 曾收购协瑞和帝科，这家原料公司又有新动作

关键词：[V]青眼

概要：全球领先的特种化学品和配料分销商IMCD N.V宣布收购荷兰知名化妆品及个护成分分销商Gova Ingredients 100%的股份。Gova成立于1999年，提供3000多种化妆品成分产品组合和技术配方支持。IMCD集团是一家专注于特种化学品和食品原料的全球领先分销公司，其业务涉及涂料、塑料、医药、食品与营养、个人护理等多个领域。IMCD集团董事总经理Lodewijk Mellema表示，Gova是荷兰、比利时及卢森堡地区专业的化妆品及个护成分经销商，能进一步加强我们在化妆品和个护市场的地位。Gova董事总经理Patrick Gonry表示，很高兴能成为IMCD的一部分，期待IMCD的影响

[原文链接](https://www.sohu.com/a/767494111_329832?scm=1102.xchannel:325:100002.0.6.0)：https://www.sohu.com/a/767494111_329832?scm=1102.xchannel:325:100002.0.6.0

03

投资运营

Investment Operation

投资运营：

8. 科丝美诗中国区换帅，持续加码中国市场

关键词：[V]化妆品财经在线CBO

概要：科丝美诗集团宣布对调任命，任命科丝美诗代表理事沈相培为科丝美诗中国CEO，任命科丝美诗中国CEO崔京为韩国科丝美诗代表理事（集团副会长）。此次调整旨在将两位副会长的成功经验移植到韩国市场和中国市场，以实现两位数的增长。2023年，科丝美诗销售额为17775亿韩元（约合人民币95.27亿元），同比增长11%，营业利润达1157亿韩元（约合人民币6.20亿元）

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/10983520.html)：https://www.jiemian.com/article/10983520.html

9. 2024开年最大美业收购案来了

关键词：[V]青眼

概要：美丽田园以3.5亿元收购奈瑞儿健康科技有限公司70%的股权，奈瑞儿成为美丽田园的间接非全资附属公司。奈瑞儿是中国美业第二大传统美容服务提供商，而美丽田园是中国最大的传统美容服务提供商之一。此次收购有助于美丽田园提升健康业务能力，提高市占率，增强行业龙头地位。美丽田园2023年年报显示，公司实现营收21.45亿元，同比增长31.2%，净利润2.3亿元，同比增长108.2%，净利润率上升4个百分点至10.7%。未来，美丽田园将继续积极探索收购并购机会，横向拓展门店覆盖范围，并探索保健类等行业的发展新机遇。

[原文链接](https://www.sohu.com/a/767478680_329832?scm=1102.xchannel:325:100002.0.6.0)：https://www.sohu.com/a/767478680_329832?scm=1102.xchannel:325:100002.0.6.0

04

产品技术

Product Technology

新品上市：**10. 24篇论文！麦吉丽获IFSCC重磅表彰了**

关键词：[V]青眼

概要：在刚刚闭幕的第三届IFSCC国际化妆品技术交流会上，中国美妆品牌麦吉丽凭借其开创性科研成果——“皮肤屏障与抗老-皮肤微生态多组学研究”获得了广泛关注和高度荣誉。这一成果不仅展示了麦吉丽在全球化妆品科学研究领域的领先地位，也彰显了其在推动中国美妆品牌科研能力和对科学研究的坚持。麦吉丽还荣获了由IFSCC所颁发的荣誉奖项，这不仅是对麦吉丽卓越贡献的肯定，更是对其在国际化妆品领域影响力的有力证明。麦吉丽供应链副总裁郭阳先生表示，麦吉丽将继续加大科研投入，推动化妆品行业的科技发展。

[原文链接](https://www.sohu.com/a/767480040_329832?scm=1102.xchannel:325:100002.0.6.0)：https://www.sohu.com/a/767480040_329832?scm=1102.xchannel:325:100002.0.6.0

11. 国际大牌渐失时尚领导力，本土彩妆能否靠科技与文化合力突围？

关键词：[V]未来迹FutureBeauty

概要：一季度接近尾声，彩妆品牌完成了开年新品发布。共有30个中外美妆品牌发布约55款新品，其中底妆和唇妆新品占据80%，“原生”和“健康”成为关键词。品牌竞争激烈，科技属性成为新的营销话术。然而，尽管彩妆市场回归产品价值本质，时尚度却成为普遍难题。本土品牌在视觉和内容创造上面临同质化和断层，需要加强设计力和内容力。

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/10974950.html)：https://www.jiemian.com/article/10974950.html

12. 诺奖得主点赞的黑科技，被OLAY用在升级后的第三代淡斑特护小白瓶

关键词：[V]化妆品财经在线

概要：OLAY推出了第三代淡斑特护小白瓶，搭载OLAY实验室12年匠心专研的黑色素母体科技，以更快、更强的功效从源头稳住黑色素母体，帮助亚洲女性从根源抑黑，突破美白瓶颈。相较于第二代淡斑小白瓶，第三代淡斑特护小白瓶实现了四大突破性升级，成为OLAY品牌产品创新与科技研发的又一里程碑之作。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IUF48BB305534K99.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IUF48BB305534K99.html?spss=dy_author

05

营销活动

Marketing Campaign

营销案例盘点：

13. 真防晒不怕“烤”验，MISTINE蜜丝婷抖音超品双类目榜单TOP1！

关键词：[V]聚美丽

概要：MISTINE蜜丝婷在抖音商城超级品牌日活动中，通过携手防晒代言人赵露思和打造音乐剧式创意TVC，结合酷热极端场景的测试，如在火焰山实景自播，成功吸引了大量关注和互动，实现了品牌声量和产品销量的双增长。这一案例展示了品牌在防晒市场竞争中，通过创新营销手段和优质内容，成功提升品牌知名度和市场占有率。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IUG38KPM0518L346.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IUG38KPM0518L346.html?spss=dy_author

14. 与彩棠一同入画颐和，探索中式美学的三重境

关键词：[V]化妆品财经在线

概要：3月25日，彩棠品牌携观颐系列亮相颐和园，以中式美学为基础，展现中国妆容之美。观颐系列灵感源自颐和园，融合自然美与建筑美，实现“妆人合一”的妆效。颐和园作为皇家园林博物馆，以昆明湖为依托，依山造园，依水布局，展现了丰富的层次和诗画意境。彩棠观颐系列汲取颐和园园林布局，演绎彩棠观颐美学三重境：形合生境、景合画境、人合意境。未来，彩棠将继续深耕产品力，传承与探索中式美学，为中国女性带来专业的彩妆解决方案。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IUC2JHNA05534K99.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IUC2JHNA05534K99.html?spss=dy_author

15. 将品牌价值融入TVC，百雀羚开辟传播新思路！

关键词：[V]聚美丽

概要：百雀羚通过《开场前一小时》TVC营销案例，成功展现了其百年品牌形象和东方美学形象，同时传达了品牌价值观和产品卖点。通过老上海场景的再现，百雀羚成功吸引了消费者的关注，并在故事情节中自然地植入产品价值。同时，百雀羚还通过拍摄花絮、品牌代言人辛芷蕾的专业态度等，进一步巩固了品牌影响力。此次营销活动不仅为百雀羚带来了流量，还深化了其在消费者心智中的东方美学形象和东方草本护肤科技力。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IUG38BSA0518L346.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IUG38BSA0518L346.html?spss=dy_author

关于艾瑞/法律声明

关于艾瑞

艾瑞是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。