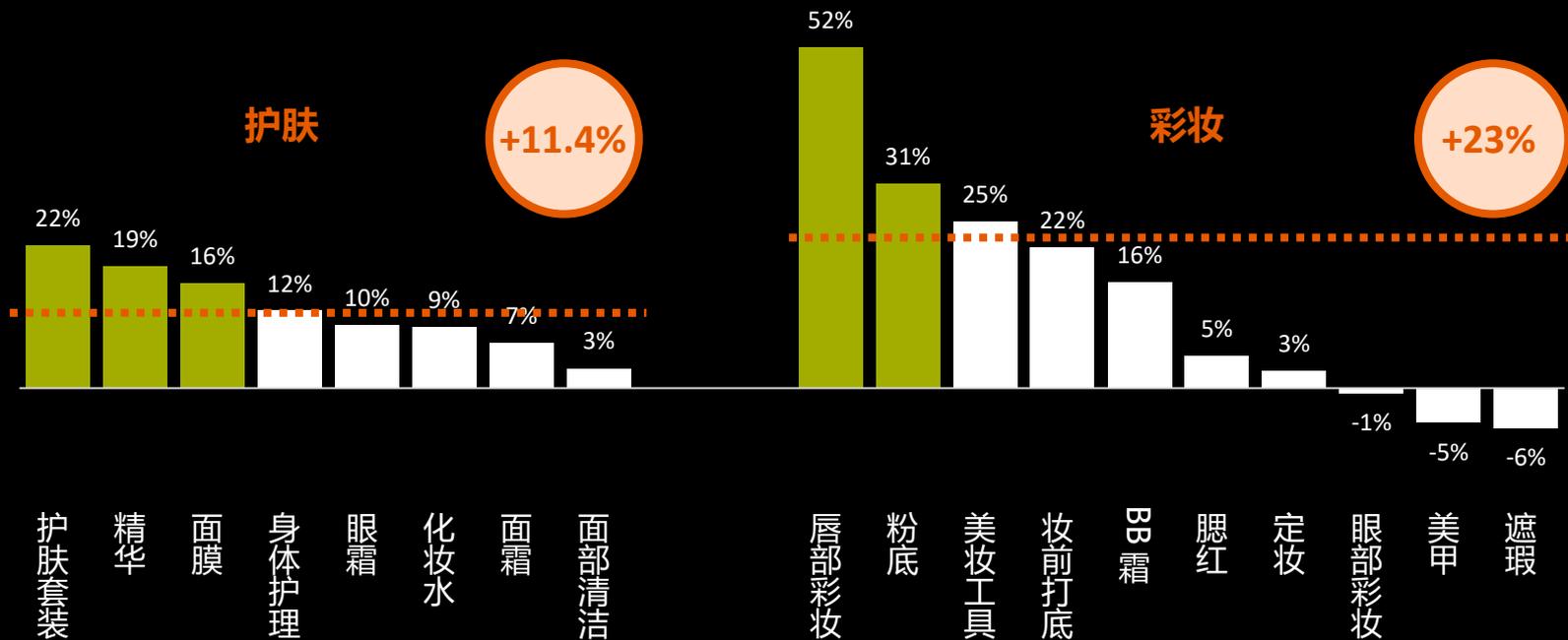
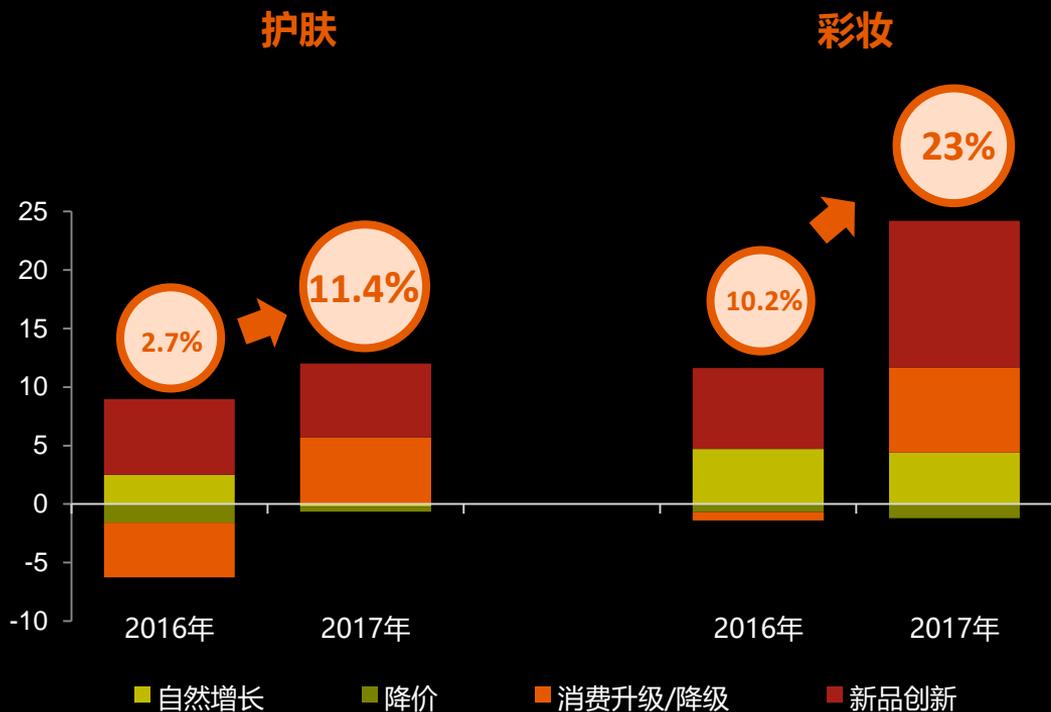


传统百货和购物中心渠道：2017年化妆品市场涨幅为14.2%， 超过整体零售渠道水平，保持活跃态势，彩妆表现尤为突出

传统百货和购物中心渠道 | 销售额增长率



化妆品市场迎来消费升级的新常态



新品

2016年 4301个新品上市
销售贡献：6.3%

2017年 4562个新品上市
销售贡献：9.5%

产品发展趋势应建立于健康上强调细分市场以及情景化消费

强调成分

- 减少化学添加
- 回归自然
- 有机成分



“减”之有理

“加”之有道

- + 多功能
- + “十全大补”
- + “以一抵百”



强调细分

“油皮亲妈” “干皮救星”
 “拯救痘痘肌”
 “敏感肌可用”
 “持久不晕染”

细分消费诉求

直击新兴人群

“孕妇可用”
 “学生党”
 “贵妇”

强调情景



“熬夜神油” “早安面膜”



展望未来

大众品牌：抓住紧俏品类，提升产品“品质”

