



时趣洞察引擎数据研究 -美妆行业分析

2021年05月 时趣数据研究中心

PREFACE | 前言

现如今美妆行业品牌不论是官宣代言或是新品发售，通过话题战役在各大社交平台抢占热度高地，进而收割流量已是必备营销手段。同时随着社交媒体平台的发展以及疫情因素加持，美妆行业也涌现众多新趋势：一方面用户不再盲目购买，对产品的了解需求日益加深，成分、科技、安全性等成为购买决策的重要因素；另一方面，品牌形象备受关注，此次疫情让消费者生态保护的意识觉醒，越来越多的品牌强调环保、天然与健康方面的沟通宣传。为了迎合消费者多样化趋势，美妆话题战役更以丰富多样的形式吸引用户关注。

本报告将从微博美妆话题为切入点，洞察21年至今美妆行业话题整体趋势，深入分析其中亮点话题的营销策略，进而帮助品牌挖掘更多营销战役玩法。

报告数据说明

- 平台覆盖：微博平台
- 监测时间：2021年1月~2021年5月
- 数据量：15万+



CONTENTS | 目录

1. 美妆行业战役整体洞察分析
2. 热门战役传播策略洞察



整体战役洞察

- **热门战役洞察**：21年众多美妆护肤品牌热门战役阅读量突破亿级大关，其中多个明星代言或助力宣传相关话题热度较高，在美妆品牌战役名列前茅
- **战役类型分布洞察**：明星代言是各大品牌战役的首选，利用明星影响力，提升品牌曝光，扩展用户圈层，其中男明星更受美妆品牌青睐；国际品牌在美妆战役中占据主要阵地，其中雅诗兰黛战役话题占据首位
- **战役传播影响力洞察**：明星代言相关话题传播力均较高，借势明星影响力和号召力，增加品牌曝光；百年护肤潮牌科颜氏周年庆典凸显品牌精神，兴趣度领先优势突出；悦木之源通过品牌战役矩阵与消费者沟通，并借助环保话题增强用户好感，强化用户认知

热门战役传播洞察

- **#科颜氏170周年#**：利用明星代言人影响力将“粉丝经济”利用最大化为品牌获取较高热度，并借势宣传品牌悠久历史与天然环保理念，同时推出具收藏价值限量款礼盒种草用户购买；周年庆典的开幕，将战役热度掀起新一波高潮，使得战役实现热度兴趣度双高
- **#悦木之源弹力小绿瓶#**：借助环保时间节点，将品牌环保理念与新品宣传结合，增加用户好感，强化产品口碑，并借助专业性强KOL精准触达目标用户；同时多话题联动宣传，使得品牌在传播度、热度都有极大提升

01

整体战役洞察分析



热门战役话题传播分布

21年众多美妆护肤品牌热门战役涌现，阅读量突破亿级大关；其中多个明星官宣代言或助力宣传相关话题热度较高，同时较多品牌在这一时期以功效为战役关键词推出新品，美白抗老、持妆类产品备受关注



1. #时代少年团花西子#

讨论：284.1万 阅读：7.3亿 KLA：997.3



2. #春日娃娃回来了#

讨论：205.2万 阅读：4.6亿 KLA：992.6



3. #全新美白双弹精华#

讨论：67.7万 阅读：8亿 KLA：987.2



4. #持妆锁水无「锁」不能#

讨论：141万 阅读：2.6亿 KLA：986.9



1. #科颜氏170周年#

讨论：608.5万 阅读：5.2亿 KLA：996.6



2. #自然爱在一起#

讨论：306.1万 阅读：3.1亿 KLA：992.9



3. #蔡徐坤代言cpb肌肤之钥#

讨论：163.4万 阅读：7.1亿 KLA：987.9



4. #张哲瀚妮维雅面部防晒代言人#

讨论：51.4万 阅读：1.5亿 KLA：965.7

1月

2月

3月

4月

5月



1. #暗皮救星#

讨论：170.7万 阅读：5.1亿 KLA：989.6



2. #黄子韬小奥汀潮玩合伙人#

讨论：69万 阅读：4.5亿 KLA：978.3



3. #美白密码4msk#

讨论：26.6万 阅读：4.5亿 KLA：973.6



4. #奥伦纳素品牌大使小鬼#

讨论：59.8万 阅读：2.2亿 KLA：958.4



1. #胶原全开#

讨论：156.1万 阅读：4.1亿 KLA：992.0



2. #欧莱雅太空霜#

讨论：82.4万 阅读：2.3亿 KLA：977.0



3. #悦木之源弹力小绿瓶#

讨论：177.3万 阅读：1.8亿 KLA：974.9



4. #张哲瀚一叶子命运般代言#

讨论：67.4万 阅读：2.3亿 KLA：972.0



5. #美肤宝防晒代言人杨洋#

讨论：141.3万 阅读：4亿 KLA：969.5



1. #城野医生轻酸瓶#

讨论：31.6万 阅读：1281.5万 KLA：887.2



2. #luna露粉世家#

讨论：39.4万 阅读：2997万 KLA：674.5



3. #去发现欣世界#

讨论：5767 阅读：2201.6万 KLA：591.3





TOP100战役类型分布（一）

- 粉丝经济盛行的当下，明星代言是各大品牌战役的首选，利用明星影响力提升品牌曝光，扩展用户圈层；同时男明星更受美妆品牌青睐，其中时代少年团及蔡徐坤官宣多个品牌代言，依托耽美剧新晋热门CP龚俊与张哲瀚均有代言斩获
- 国际品牌在美妆战役中占据主要阵地，其中雅诗兰黛战役话题较多，以产品宣传、功效宣传为主，并借势热门综艺提升产品热度；国产品牌花西子积极借助流量明星进行品牌与产品宣传
- 夏季临近，多个防晒品牌相关战役掀起高潮，代言人官宣或产品宣传活动层出不穷

TOP100战役类型分布

明星代言
新品宣传
功效宣传
节日营销
综艺宣传
打卡挑战
福利抽奖
天猫超品
公益活动
周年庆典
直播活动
成分宣传
店铺促销
京东超品
联名宣传

排名	战役名称	战役分类	KLA指数
1	#全新美白双弹精华#	新品宣传	987.19
2	#上妆即定妆#	功效宣传	965.00
3	#余景天孙亦航双弹出招#	综艺宣传	957.68
4	#速战速白#	功效宣传	947.96
5	#戏精唇膏#	新品宣传	944.23
6	#冻龄白金面霜#	产品宣传	934.56
7	#914波子杨梅#	新品宣传	932.59
8	#罗一舟唐九洲限时公演#	综艺宣传	930.49

排名	战役名称	品牌	KLA指数
1	#时代少年团花西子#	花西子	997.34
2	#蔡徐坤代言cpb肌肤之钥#	肌肤之钥	987.92
3	#suncut全球代言人蔡徐坤#	高丝	985.01
4	#黄子韬小奥汀潮玩合伙人#	小奥汀	978.32
5	#时代少年团泉能治愈#	理肤泉	977.59
6	#张哲瀚一叶子命运股代言#	一叶子	972.01
7	#美肤宝防晒代言人杨洋#	美肤宝	969.47
8	#张哲瀚妮维雅面部防晒代言人#	妮维雅	965.70
9	#fresh品牌大使龚俊#	馥蕾诗	965.17
10	#娜丽丝parasola防晒品牌代言人邓伦#	娜丽丝	963.87

TOP100品牌战役数量排名

雅诗兰黛
欧莱雅
悦木之源
资生堂
科颜氏
芭比波朗
花西子
馥蕾诗
碧欧泉
屈臣氏
奥伦纳素

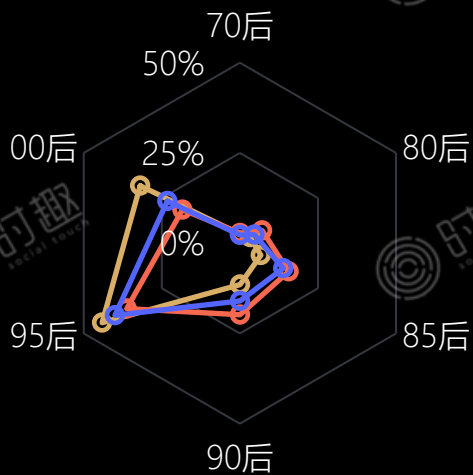
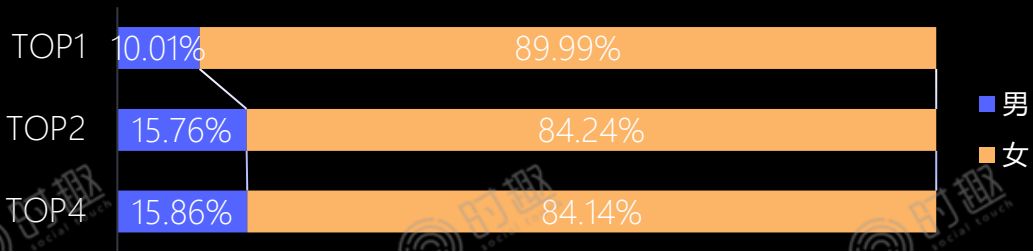


TOP100战役类型分布（二）

- 明星代言呈现年轻化，吸引年轻女性粉丝受众，在明星代言类TOP5的战役中时代少年团和蔡徐坤代言均占据2席，粉丝影响力较大，时代少年团更受年轻女性欢迎
- 在功效宣传方面，彩妆类持妆力方面的功效备受关注，同时妆效细腻清透方面功效热度也较高；护肤类美白提亮、淡纹除皱、水润保湿功效关注热度较为集中

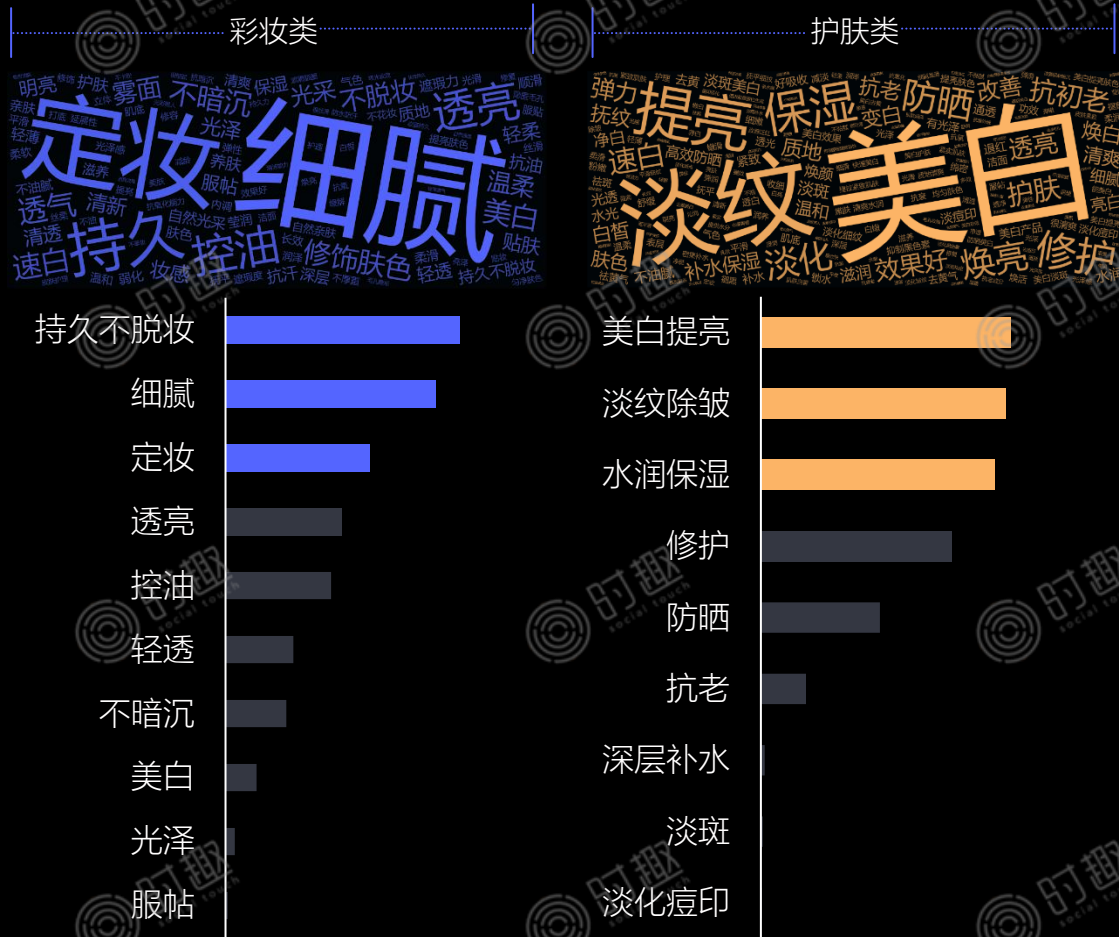
明星代言战役话题TOP3互动人群分布

◆ 女性群体占主导，95后、00后年轻群体互动热度高



注：TOP1: #时代少年团花西子#
TOP2: #蔡徐坤代言cpb肌肤之钥#
TOP3: #suncut全球代言人蔡徐坤#
TOP4: #黄子韬小奥汀潮玩合伙人#

功效宣传战役话题TOP10功效提及

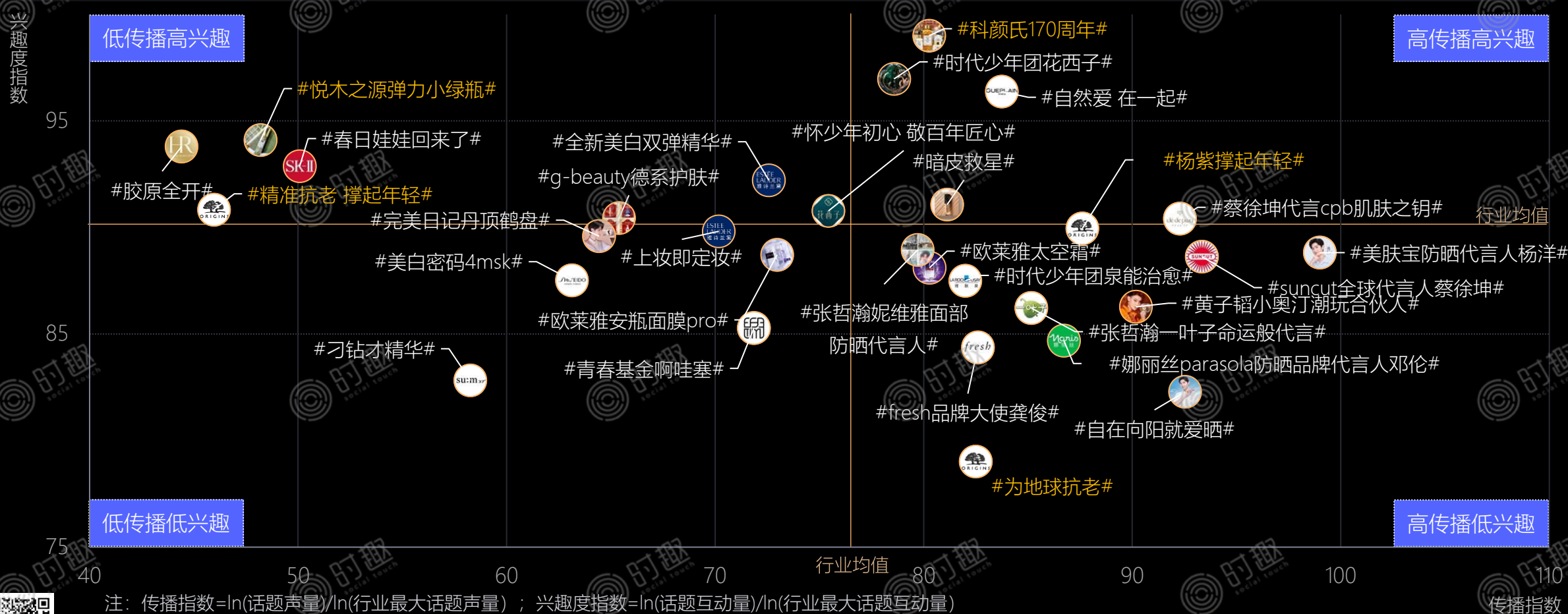




热门战役TOP30传播表现评估

- 明星代言相关话题传播力均较高，借势明星影响力和号召力，增加品牌曝光，提升品牌知名度
- 百年护肤潮牌科颜氏周年庆典凸显品牌精神，兴趣度领先优势突出，国货品牌花西子携手当红流量男团时代少年团强势出圈
- 悦木之源构建品牌战役矩阵，以#精准抗老 撑起年轻##杨紫撑起年轻##悦木之源弹力小绿瓶#等话题助力新品宣传，凸显年轻功效，强化用户认知，同时借助植树节、地球日等发起相关话题，传递品牌天然环保理念，加深用户好感

2021上半年美妆行业TOP30热门品牌战役传播表现矩阵





营销战役品牌热度排行

在同期战役中，悦木之源在话题战役矩阵带动下，品牌整体声量位居首位，整体传播效果较好

21年Q2战役品牌声量排行



悦木之源



完美日记



碧欧泉



兰蔻



肌肤之钥



YSL



倩碧



OLAY



欧莱雅



雅诗兰黛

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10



02

战役传播策略洞察

#科颜氏170周年#战役传播 —— 明星助阵+公益宣传+复古典藏礼盒=提升品牌形象，加深用户连结



时趣洞察引擎

优秀歌手毛不易为品牌170周年演唱主题曲，以音乐诠释品牌精神更易引发共鸣，同时多位明星助阵庆典为品牌带来高曝光与高互动；周年限量典藏产品礼盒以高颜值与收藏性深受用户喜爱，配合母亲节、520等节点并通过KOL种草宣传提升销量；战役宣传配合多种活动，促进天然、环保、温和等品牌形象传播

4月11日



#科颜氏170周年#预热
官方借助限量版产品预告、互动活动发起等活动进行铺垫预热，同时借助代言人影响力吸引用户关注

4月20日

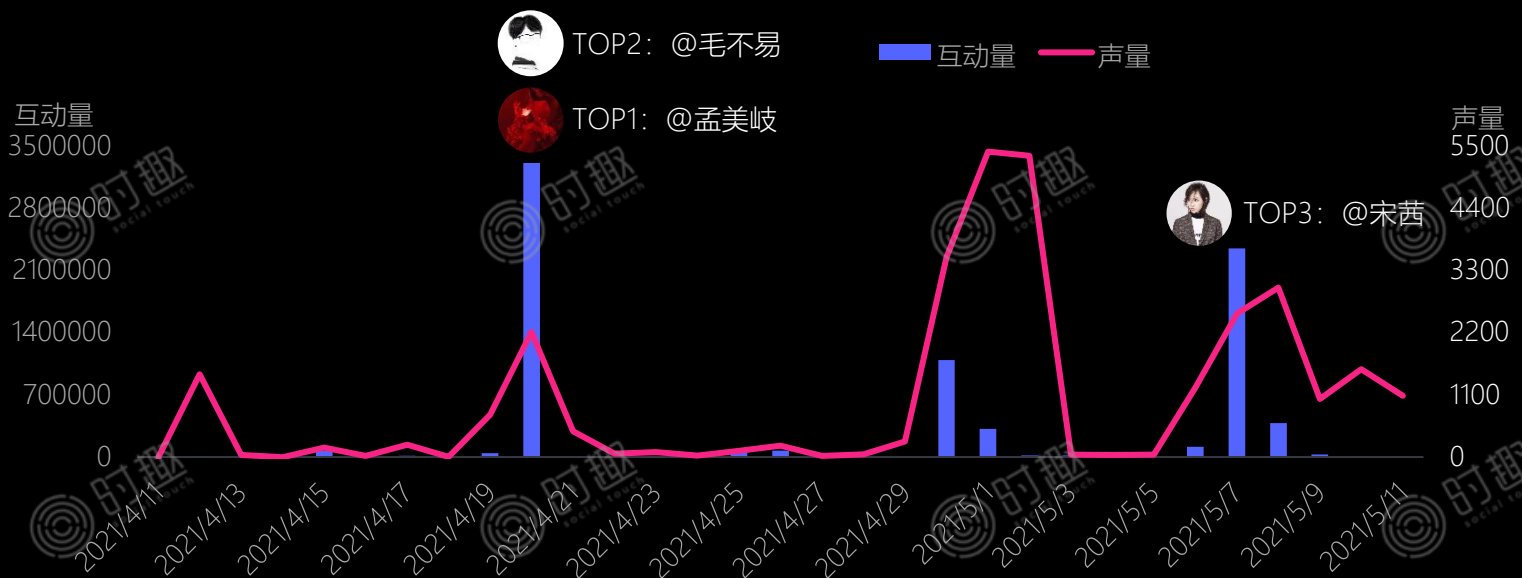


科颜氏170周年庆主题曲
与优秀音乐人毛不易合作，多位明星助力宣传以动人MV传递品牌精神，加深用户与品牌情感共鸣联结；同时开启天猫超级品牌日预售限定版产品

5月7日



170周年庆典活动开幕
众多明星参与，为战役掀起一波小高潮；整场庆典活动将品牌公益形象、火花精神最大化展现



品牌印象

修护 舒缓 滋润 清爽 温和 美好 高档 天然

美肤传奇 精致 健康 高级 环保

#科颜氏170周年#战役热门内容分析

明星加持品牌战役及产品推广，主题曲演唱、MV参演、直播参与等方式助阵宣传，同时录制多个趣味视频吸引关注并传播品牌历史及精神理念；电商直播、线下商城活动以及众多KOL安利限定高颜值礼盒，深度种草用户，促进转化

明星助阵

明星宋茜、毛不易、孟美岐、刘昊然等助阵宣传#科颜氏170周年#，包括**主题曲演唱**、**MV拍摄**、**庆典直播**等。[Link1](#)、[Link2](#)、[Link3](#)



趣味视频

多位明星带话题#科颜氏170号商店#录制170周年趣味视频，彰显品牌历史，传递品牌理念；[Link1](#)、[Link2](#)



线上线下促销

多位明星及KOL参与线上电商直播带货或亮相线下商城。[Link1](#)、[Link2](#)



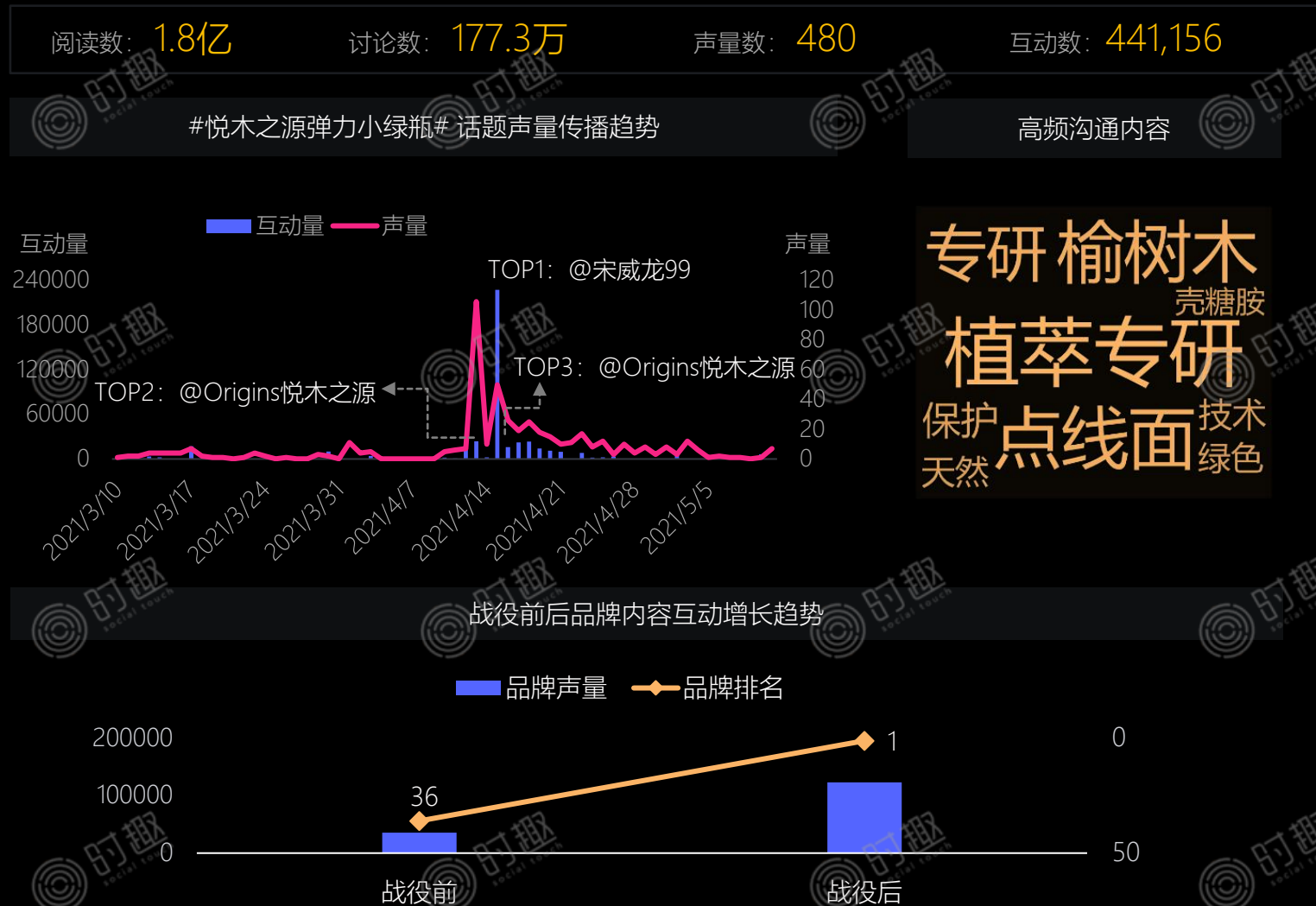
礼盒/产品种草

多位KOL通过公益合作、成分科普、医学专家背书等方式安利科颜氏170周年限定复古金礼盒，凸显品牌专业性与公益形象，同时强调礼盒高颜值与收藏意义。[Link1](#)、[Link2](#)、[Link3](#)



#悦木之源弹力小绿瓶#战役传播 ——多话题联动+明星代言+技术加持=增加产品热度，强化产品口碑

品牌以#精准抗老 撑起年轻#吸引网友关注为新品预热，地球月期间发起环保话题#为地球抗老#持续为新品加热，同时代言人杨紫、宋威龙助阵宣传，提升产品关注度；多话题联动宣传使得品牌整体热度获得巨大提升；注重产品抗老技术沟通，提升品牌专业性，强化产品口碑



#悦木之源弹力小绿瓶#战役热门内容分析

明星加持提高品牌热度，同时通过投放KOL精准触及目标受众；安利产品的同时突出品牌理念，进一步的增强用户好感，强化产品口碑；功效/成分科普彰显产品科技含量高增强安利说服力，提升销售转化

明星加持

明星@杨紫、宋威龙等通过话题参与、视频宣传等方式助阵宣传#悦木之源弹力小绿瓶#，结合品牌理念通过自身影响力呼吁环保。[Link1](#)、[Link2](#)



精准触达目标受众

品牌投放瑜伽达人、舞者等领域KOL，从而精准触及支持天然、健康、环保等相关理念的用户。[Link1](#)、[Link2](#)、[Link3](#)



环保&天然理念宣传

宣传品牌环保理念，提及在全球植树达185万棵，并强调品牌在中国的绿化贡献。[Link1](#)、[Link2](#)



功效/成分科普

多位KOL从痛点出发，对产品功效及成分进行科普，称其为同类产品天花板，凸显产品科技含量。[Link1](#)、[Link2](#)



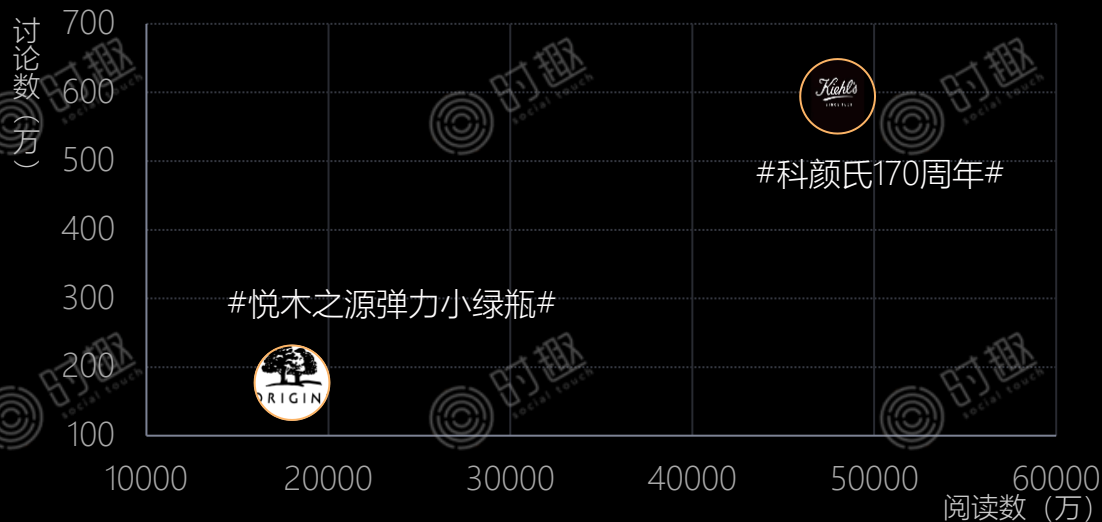


战役效果对比

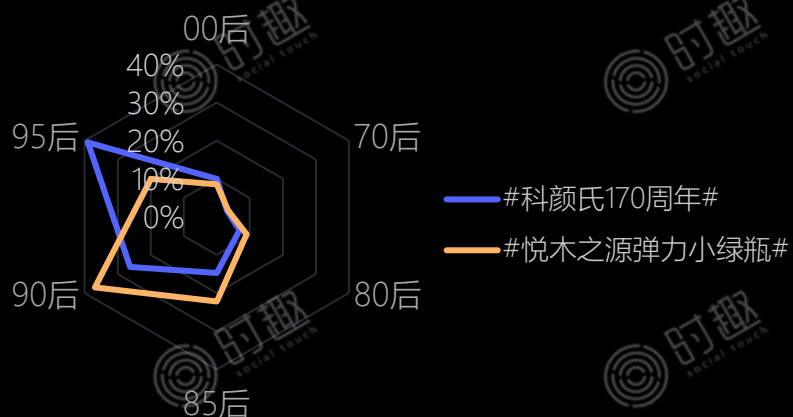
悦木之源与科颜氏皆是主打“天然成分”的护肤品牌，两项战役营销效果各有不同

- 从战役传播热度来看，#科颜氏170周年#由于参与明星较多传播热度更高，且从年龄分布来看，互动人群年龄结构更年轻化
- 从品牌形象来看，#悦木之源弹力小绿瓶#战役传播效果较好，在宣传新品得同时突出品牌健康、环保、天然等理念，深入用户心智

战役传播表现对比



战役传播人群年龄分布对比



“健康”提及热门品牌



“环保”提及热门品牌



“天然”提及热门品牌



时趣洞察引擎^T_M 数据研究中心

时趣数据研究中心是专注于品牌营销的数据咨询团队，致力于营销趋势、消费者洞察、行业趋势等研究，基于时趣洞察引擎，结合具有丰富营销视野的分析师观点，输出有洞察力、行动力的研究报告，同时构建定制化数据模型和数据营销解决方案，已经为上百家国内外知名中大型品牌客户提供科学营销决策、产品解决方案、商业评估模型等服务。

时趣数据洞察引擎是用数据AI赋能营销创造力的智能数字化平台，我们面向营销决策应用场景，整合优化AI智能算法，构建营销知识图谱且持续更新，实现跨周期、多维度、多场景的数据洞察，为品牌主、专业营销人员、内容创造者等营销生态伙伴，提供智能探索新洞察、掌握新趋势、应用新解决方案、深度挖掘新价值、预测营销成功率等数据软件，目前已向时趣服务客户，时趣外部合作伙伴开放。

数据赋能 帮助客户构建伟大品牌



扫码免费使用
洞察引擎小程序



扫码添加客服
开启洞察引擎专业版

Tel:

400-6911-961

Email:

insight@social-touch.com

洞察引擎免费注册使用:

<https://i.social-touch.com>



关注时趣洞察引擎
获取更多营销洞察