

[趨勢報告] 2016/9 月 UrCosme 熱門排行和新品分析

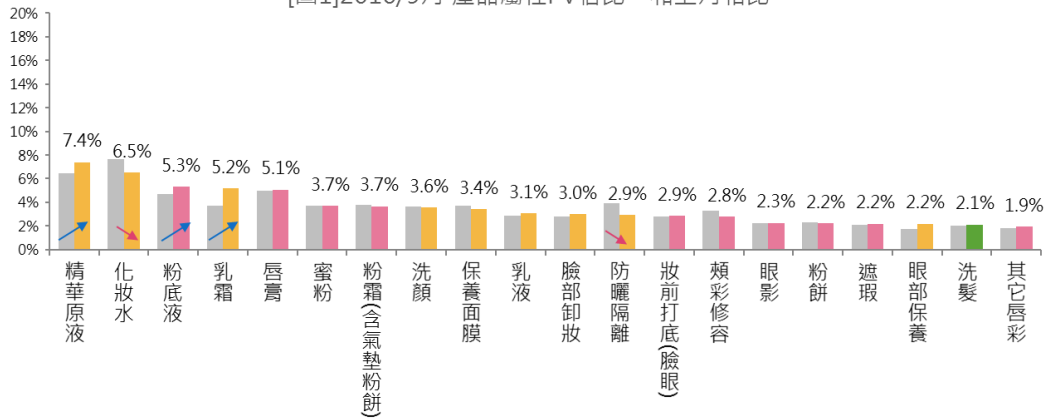
9 月美妝市場競爭激烈，除了百貨公司、電商相互廝殺周年慶外，藥妝店的醫美節也摻一腳，炒熱也影響著整體 9 月的美妝市場趨勢。

在一年一度促銷最深的周年慶，各大廠為搶下網友目光紛紛推出旗下經典商品組合，隨著 9 月商品組合陸續發布，9 月產品屬性趨勢大受周年慶銷售組合影響。

其中，精華原液、粉底液和乳霜就屬周年慶帶動成長最多的品項，可說是網友在周年慶期間較關注的品項了，一方面許多大廠主推之經典明星商品不脫離這三種品項，另一方面也說明了周年慶期間網友對於較高單價商品是較有興趣的。

長期來看，雖然醫美市場的成長漸漸遲緩，但醫美節效應對於 9 月美妝市場也有一定的影響力。醫美節活動同時也幫助了臉部保養品在 9 月的重要性成長，特別是單價較高的精華原液和乳霜類產品。

[圖1]2016/9月 產品屬性PV佔比，和上月相比



資料來源：UrCosme PV tracking sys from CMRI美妝行銷總研

本月熱門關注品牌

臉部保養和化妝產品網友關注排行主要受到周年慶影響，許多專櫃品牌來勢洶洶，和上月相比在熱門關注品牌排名中大躍進，如 Whoo 后、Estee Lauder 雅詩蘭黛和 LANEIGE 蘭芝的臉部保養品，M.A.C、SOFINA 蘇菲娜、BOBBI BROWN、CHANEL 和 GIORGIO ARMANI 亞曼尼的化妝產品。臉部保養品其次也受醫美節影響，表現較好的品牌為 Neogence 霓淨思和 Curel 珂潤，Neogence 霓淨思前進到第三名，Curel 珂潤排名急遽攀升。

競爭激烈的週年慶與醫美節臉部保養市場，要脫穎而出主推商品不僅要經典，更

要符合季節並維持曝光度

周年慶和醫美節期間，網友趁著這促銷期間，多關注促銷下殺較深的高單價經典商品。除了商品組合要夠優惠又經典外，網友因季節因素在這段促銷期間也會多尋找抗老、加強保濕之商品，以迎接即將來臨的秋冬季節，如 Whoo 后祕帖循

環精華、Estee Lauder 年輕肌密無敵霜、SK-II R.N.A.超肌能緊緻活膚霜、Neogence 霓淨思肌滲透前導菁露、Curel 珂潤潤浸保濕深層乳霜等商品皆贏得大量關注。另外，較特別的是 LANEIGE 蘭芝唇部保養產品-晚安唇膜也有相當明顯的成長，顯示隨著網友對於唇膏需求增加，許多消費者也開始注重唇部的加強保養。

而周年慶的化妝市場，掌握市場潮流為抓住網友目光最大關鍵

和臉部保養產品相比，化妝產品單價相對較低且更快速時尚，網友選購上會較偏好跟隨潮流之產品。跟隨市場的趨勢，網友關注唇膏、粉底液和氣墊粉餅的現象反應在周年慶的化妝市場，如 YSL 情挑誘光水唇膏、CHANEL 香奈兒時尚裸光水慕絲粉底 SPF25/PA++、BOBBI BROWN 精萃修護唇膏、金治奢華唇膏、彈潤提拉精華粉底，M.A.C 智慧溫感潤唇膏、亮白 C 美白氣墊粉餅，SOFINA 輕妝綺肌長效粉底液(升級版)等商品就在本月吸引大量網友目光。

[圖2] 2016/9月熱門關注品牌TOP20 | 臉部保養 & 化妝產品

排名	臉部保養	排行變化VSLM	排名	化妝產品	排行變化VSLM
1	KIEHL'S契爾氏	▲1	1	MAYBELLINE媚比琳	-
2	Whoo后	▲6	2	KATE TOKYO凱婷	▲1
3	Neogence霓淨思	▲2	3	YSL聖羅蘭	▼1
4	SHISEIDO資生堂-專櫃	-	4	LANCOME蘭蔻	▲1
5	L'OREAL PARIS巴黎萊雅	▲1	5	CHANEL香奈兒	▲5
6	SK-II	▲4	6	media媚點	▲3
7	Estee Lauder雅詩蘭黛	▲7	7	ETUDE HOUSE	▼3
8	DR.WU達爾膚醫美保養系列	▼1	8	GIORGIO ARMANI亞曼尼	▲5
9	LA ROCHE-POSAY理膚寶水	▼6	9	CANMAKE	▼1
10	Hada-Labo肌研	▼9	10	M.A.C	▲9
11	LANCOME蘭蔻	-	11	SHISEIDO資生堂-專櫃	▼5
12	Avene雅漾	▲1	12	SOFINA蘇菲娜	▲9
13	ORBIS	▼4	13	Za	▼2
14	DHC	▼2	14	BOBBI BROWN	▲10
15	Kanebo佳麗寶-專櫃	-	15	BOURJOIS妙巴黎	▲1
16	LANEIGE蘭芝	▲6	16	VISEE	▼9
17	SOFINA蘇菲娜	▼1	17	MISSHA	▼6
18	Neutrogena露得清	▲5	18	L'OREAL PARIS巴黎萊雅	▼3
19	innisfree	▼1	19	MAKE UP FOR EVER	▲3
20	Curel珂潤	▲18	20	Dior迪奧	▼3

資料來源：UrCosme PV tracking sys from CMRI美妝行銷總研

身體和美髮產品周年慶，經典商品較吸睛

除了臉部保養和化妝兩大市場外，周年慶活動也深深影響網友看美體健康和美髮市場，品牌中如 L' OCCITANE 歐舒丹、CLARINS 克蘭詩、The Body Shop 美體小舖、Seba med 施巴和 Crabtree & Evelyn 瑰珀翠的美體健康產品與 AVEDA 肯夢和 KIEHL'S 契爾氏的美髮產品就受到周年慶效應在本月關注排名大幅成長。而網友多關注這些品牌的經典商品，如 L' OCCITANE 歐舒丹乳油木護手霜、CLARINS 比基尼美體霜、Seba med 潔膚露、Crabtree & Evelyn 春回大地護手霜、AVEDA 蘊活菁華洗髮精。

[圖3] 2016/9月熱門關注品牌TOP20 | 美體健康 & 美髮美甲

排名	美體健康	排行變化VSLM	排名	美髮美甲	排行變化VSLM
1	DHC	-	1	L'OREAL PARIS巴黎萊雅	-
2	NIVEA妮維雅	▲1	2	AVEDA肯夢	▲3
3	L'OCCITANE歐舒丹	▲4	3	PANTENE潘婷	▲3
4	SHISEIDO資生堂-專櫃	▼2	4	Ryo呂	▼2
5	專科	▼1	5	MA CHERIE瑪宣妮	▼1
6	Vaseline凡士林	▼1	6	UNT	▲1
7	Curel珂潤	▲3	7	美吾髮	▲1
8	CLARINS克蘭詩	▲4	8	PHYTO髮朵	▲2
9	The Body Shop美體小舖	▲9	9	KERASTASE卡詩	▲2
10	PALMER'S帕瑪氏	▲5	10	mise en scene魅尚萱	▼7
11	FANCL	▲6	11	TSUBAKI思波綺	▼2
12	Seba med施巴	▲7	12	LUX麗仕	-
13	Crabtree & Evelyn瑰珀翠	▲9	13	Vidal Sassoon沙宣	▲8
14	Cellina雪芙蘭	▼3	14	Liese莉婕	▼1
15	Biore蜜妮	▼6	15	Moist Diane黛絲恩	▲2
16	TS6護一生	-	16	LUSH	▼2
17	Neutrogena露得清	▼11	17	KIEHL'S契爾氏	▲16
18	ORBIS	▼10	18	Rene Furterer荷那法蕊	▼2
19	MENTHOLATUM曼秀雷敦	▼6	19	fino	▼4
20	Johnson's嬌生	▲6	20	50惠	▲10

資料來源：UrCosme PV tracking sys from CMRI美妝行銷總研

新品表現和即時訴求趨勢

唇彩、乳霜新品網路熱度高漲，唇彩熱度還有望持續延燒

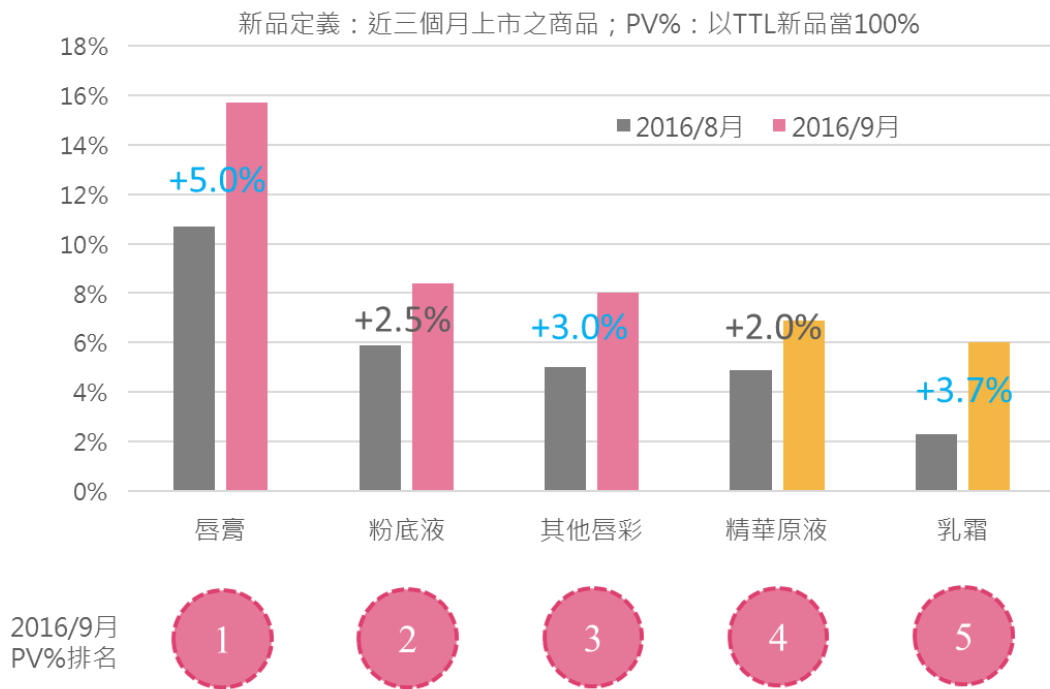
因應市場趨勢和周年慶檔期，廠商們在新品經營上多著重於趨勢上的唇彩、粉底液和周年慶消費者較關注的精華原液和乳霜，使得最受關注新品前五名依序為唇膏、粉底液、其他唇彩、精華原液和乳霜。

其中最值得注目新品品項為唇彩類(含唇膏和其他唇彩)，隨著唇彩氣勢高漲，廠商紛紛投入唇膏市場打團體戰，甚至進一步推出唇釉新品延續唇彩市場熱度，使

得唇膏榮登成長最多且維持最受關注的新品品項、其他唇彩新品(特別是唇釉)重要性也有明顯成長。

另外,受周年慶/醫美節和季節影響的乳霜新品在網路上受關注程度也不容小覷,和上月相比,9月乳霜新品成長3.7個百分點,亦是新品中關注成長較多的品項。

[圖4]新品*-熱門關注屬性



資料來源：UrCosme PV tracking sys from CMRI美妝行銷總研

針對本月氣勢高漲的唇彩和乳霜新品,透過探討消費者關注的新品及使用者喜歡的原因,了解消費者需求及挖掘新品市場機會點,供廠商開發新品及選擇溝通訴求時參考。探討結果整理如下表-

[圖5] 熱門新品及新品訴求

熱門新品	網友喜歡之訴求	新商品機會點
唇膏		
MAYBELLINE媚比琳 好氣色CC輕唇膏(升級版)	舒服氣味和味道、滋潤不黏膩、水潤透亮、自然好氣色、改善唇紋、豐唇效果、滑順好塗抹	加強顏色持久度
MAYBELLINE媚比琳 好氣色漸層三色CC輕唇膏		
M.A.C 智慧溫感潤唇膏		
其他唇彩		
KATE TOKYO凱婷 幻色持久唇釉	刷頭容易使用、滋潤保濕、自然好氣色、顏色持久	加強保濕持久度，打破消費者對於唇釉黏膩感認知
BOURJOIS妙巴黎 舒芙蕾粉霧糖霜唇彩	保濕、水潤透明、霧面妝感、包裝可愛	
Za 艷澤漆光唇釉	刷頭容易使用、滋潤保濕、顏色持久、豐唇效果	
乳霜		
Estee Lauder雅詩蘭黛 年輕肌密無敵霜	保濕、清爽不黏膩、好推勻吸收快、多效合一、抗老消除細紋	淡化香味、加強保濕持久度
Avene雅漾 全效活泉保濕水凝霜	保濕、清爽不黏膩、好推勻吸收快、多效合一、溫和不刺激、保濕持久	

資料來源：UrCosme PV tracking sys from CMRI美妝行銷總研

因應網友的喜好，唇膏新品之溝通和開發，可朝**自然好氣色、豐唇、水潤透亮妝感**出發，產品本身需達**滋潤不黏膩、不顯唇紋、滑順好塗抹**訴求。而**顏色持久度**是目前市面上受歡迎新品較難兼顧的訴求，若能更進一步延長顏色持久度，將更有機會贏得網友青睞。

其他唇彩部分就屬唇釉類商品為近期新品亮點，當品牌廠商做相關新品之溝通或開發時，可朝**水潤豐唇、顏色持久妝感**出發，產品使用上須講究讓消費者**好塗抹好上手的刷頭**，且同唇膏需求一樣要能**保濕不黏膩**。若能達到**保濕不黏膩**，做到不需搭配護唇膏仍可維持**保濕**，且**打破消費者對於唇釉賦有黏膩感**印象，將有助於提升商品於市面上的能見度。

乳霜新品基本訴求需達到保濕不黏膩、好推勻、吸收快、溫和不刺激，乳霜產品功能不僅是乳霜效果，因應許多消費者看重其可省去複雜的保養步驟，乳霜可朝多合一功效發展吸引消費者。若要進一步和市場做出區隔，可著重在淡化香味及加強保濕持久度以吸引消費者目光。

本次報告根據消費者在 UrCosme 站上瀏覽美妝保養品的行為分析，資料量每月約有 200 萬造訪人次 (含 PC 約 110 萬 ; mobile 約 90 萬) ，資料期間為 2016 年 9 月份(2016 年 9 月 1 日至 2016 年 9 月 30 日)·新品定義為近三個月上市之商品。