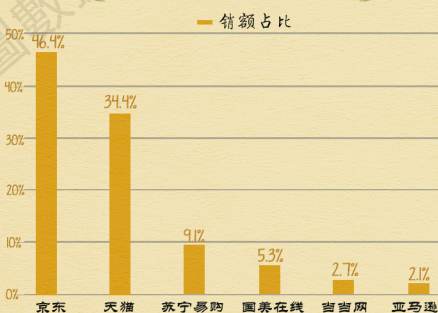


大数据抢先看之 线上美妆 大数据

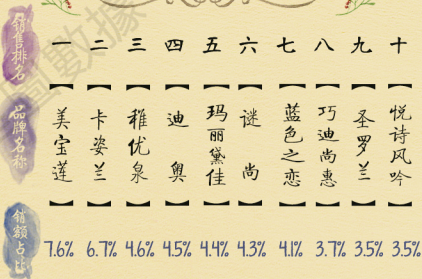
数据周期：2018.01.01-2018.12.31

比销额各平台谁先谁后



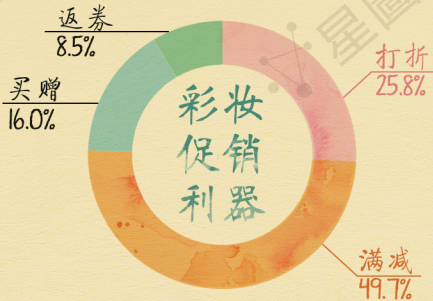
星图数据在对6家主流B2C电商平台的2018年彩妆销售进行统计后发现，京东以46.4%的占比领先天猫34.4%，二者合计份额超过80%。

论排名品牌十强落谁家



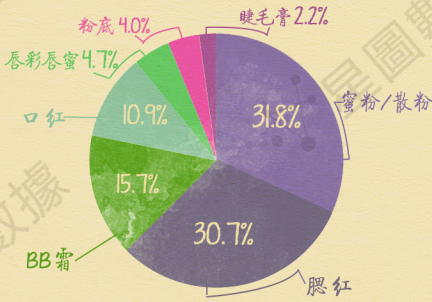
2018年国产彩妆品牌线上销售势头不错，虽然品牌冠军被美宝莲收入囊中，不过卡姿兰和雅优泉分别以6.7%和4.6%占比分列二、三位。

彩妆促销两大利器： “打折” & “满减”



此促销方式占比的统计方式为有促销并且有销量的sku数量占比，而“打折”与“满减”为线上彩妆的两种主流促销手段，占比7成以上。

细分市场“粉、红”登场



本次彩妆数据统计仅包含以上7个细分品类，其中份额较大的两个品类为蜜粉/散粉以及腮红，前两年大热的BB霜占比只有15.7%。



扫一扫,看更多有趣数据(微信:SYNTUN)
SkyScope(天镜)线上渠道巡检系统
申请试用: www.syntun.com.cn