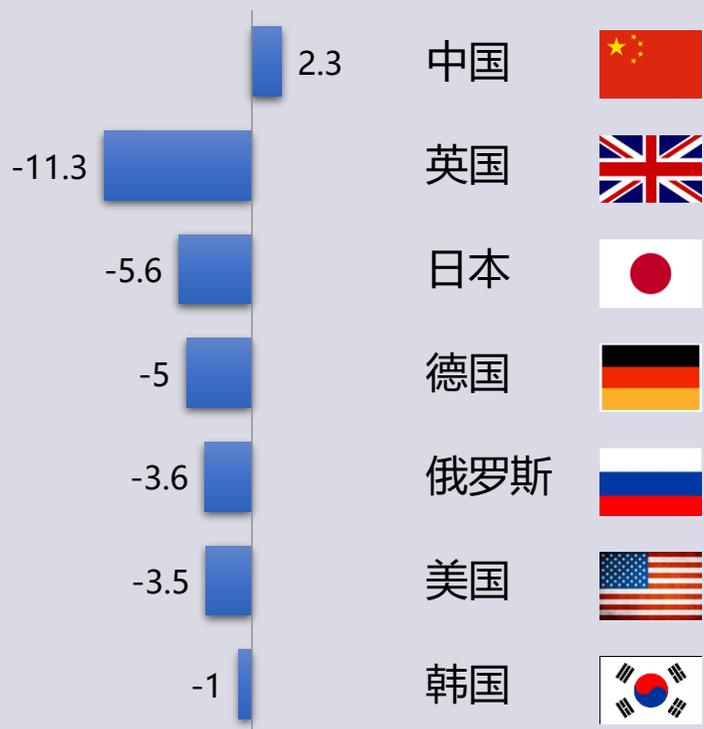


顺势而起 造势而立

凯度消费者指数大中华区总经理 虞坚

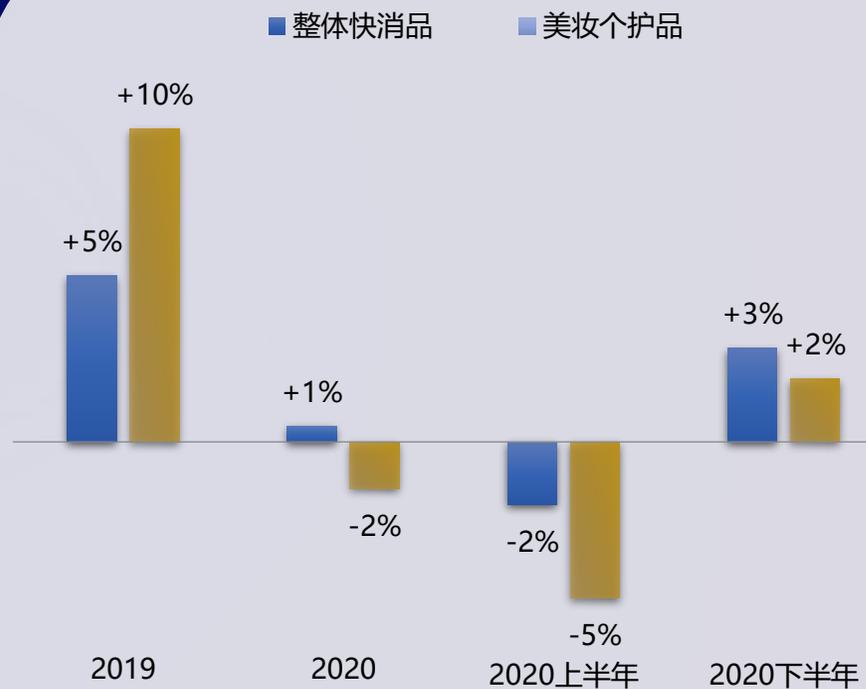
疫情下中国市场风景独好

主要经济体2020GDP增长预测



*数据来源：
全球预测来源于IMF 20年6月份预测国家数据来自于各国政府部门的预测

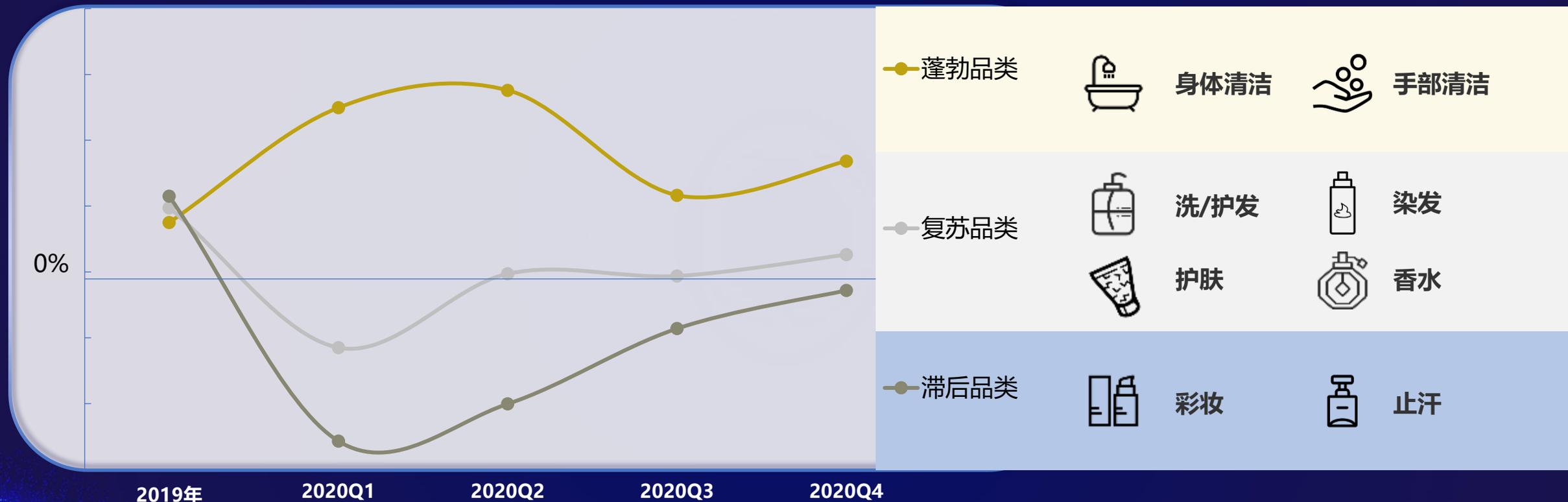
品类销额增幅%



数据来源：凯度消费者指数，美妆个护购买样组，15-64岁消费者，全国一到五线城市，

回归、反弹是主旋律

不同品类增长率%金额



把握护肤市场反弹节奏，聚焦六大趋势机会

Jahwa 上海家化

全面调理为本



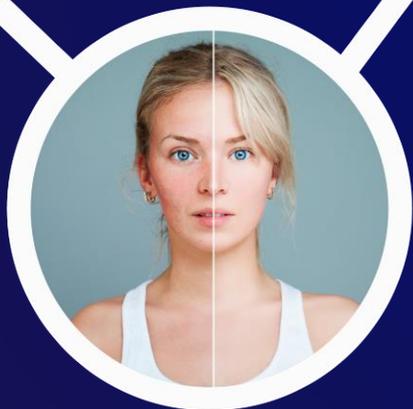
定位独特价值



下沉广阔市场



年轻引领个性化趋势



功效产品为王

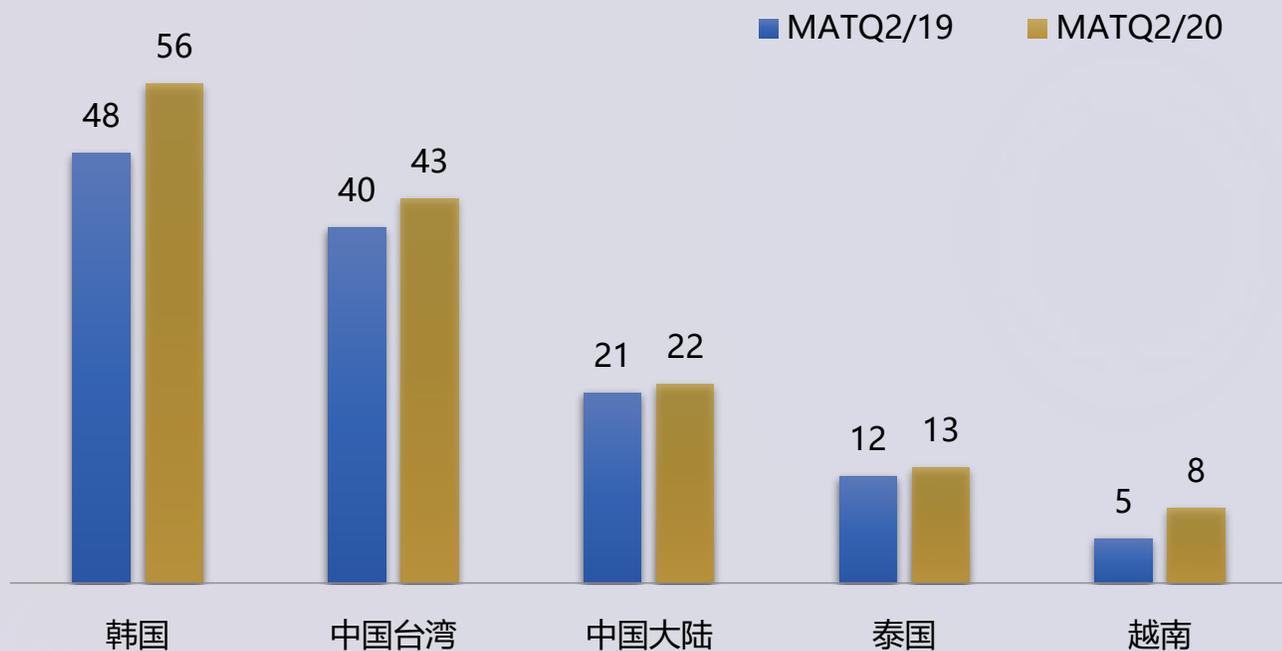


专属国货之光

TO BEAUTY
OF THE FUTURE
致美·致未来
上海家化战略发布会
2021

健康肌肤、科学调理为本

渗透率%



5/销额增量前20的护肤品牌为**主打修复抗敏**
的敏感肌护肤品牌，**玉泽**位列其中*

健康疗愈，安全绿色，老需求生新意

Jahwa 上海家化

全面调理为本

健康修复

出于“**修复肌肤**”使用护肤品的女性消费者数量同比增加**1300万***



玉泽
Dr. Yu

安全安心

天然植物成分，
问题肌也能安心用



舒压疗愈

“芳疗治愈，舒缓心灵”



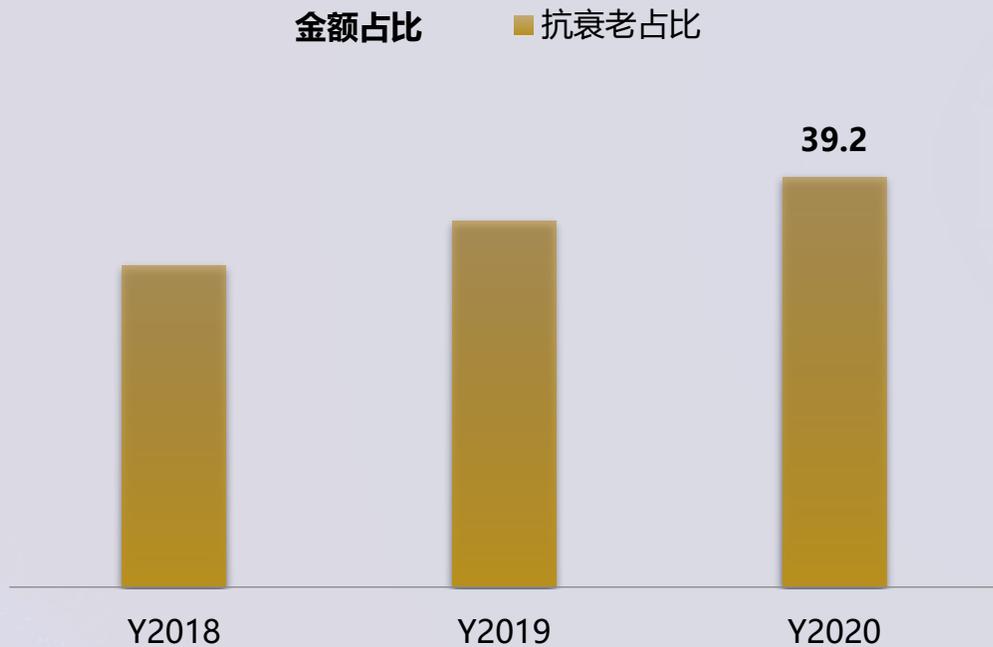
TO BEAUTY
OF THE FUTURE

致美·致未来

上海家化战略发布会
2021

抗衰老成主旋律，高效子类飞速增长

抗衰老功能占比快速提升，其中修护功能增长最快
(金额增长率：修护+16% Vs. 抗衰老+8%)



疫后高效子类快速增长

疫后：2020P4-P13

精华水

+19%



精华

+12%



功效产品为王

TO BEAUTY OF THE FUTURE
致美·致未来

上海家化战略发布会
2021

成分安心，科技加持功效

Jahwa 上海家化

功效产品为王

“我认为含有使人年轻的**有效成分**的产品是值得购买的”

71%

化学技术

多肽类



蓝铜胎肽
寡肽等

生物科技

发酵科技



中草药古方发酵液
二裂酵母等

TO BEAUTY
OF THE FUTURE
致美·致未来
上海家化战略发布会
2021

寻求品类和营销差异化彰显自身价值

疫后大增量化妆品品牌-主要驱动品类

高端品牌



精华水



核心科技
更新迭代
持续跟进
高阶需求



高奢SPA沙龙
专享服务提供疗
愈体验



面部精华

平价品牌



洗面奶



散粉



社媒热点, 文化内核
花样玩法引领潮流



乳液/面霜



眼影

权威加持，安全高效，专业化

Jahwa 上海家化

肌理教育，专注敏感



致力屏障修护 专注敏感肌肤

国内外专家
联合研制

植物学·生物学
科技力量加持

臻选云南特有植物
国家药典收录

大咖献策，直击刚需



德国汉堡大学化学博士 三甲医院皮肤科

医院研发，专家共创



皮肤科学护肤品
玉泽官方旗舰店

上海交通大学医学院
附属瑞金医院联合研制

玉泽皮肤健康
48小时问诊平台

扫一扫关注玉泽健康
即可参与免费咨询

医美概念，术后修复



定位独特价值

TO BEAUTY
OF THE FUTURE
致美·致未来
上海家化战略发布会
2021

本土品牌专注细分市场做大做强

疫情下

70%

获得增长的美妆品牌为本土品牌



本土品牌创意吸睛、引领风尚

Jahwa 上海家化

专属国货之光

承古纳今
打造**国潮品牌**

创意无限
持续**营销出新**

TO BEAUTY
OF THE FUTURE
致美·致未来
上海家化战略发布会
2021

精准定位，细分需求



“Z世代妹妹”
15-24 岁 女性

精益求精，集中高效护理

精华水 + 面部精华

疫后驱动产品



都市“白领”
1-3线城市 25-34 岁 女性

全身都美，延伸新旧需求

面部精华 + 染发剂
眼部护理 + 香水

市场主力族群

				
都市白领 1-3线城市 25-34岁	都市GenZ 1-3线城市 95/00后	精致妈妈 1-3线城市 小孩12岁以下	小镇青年 4-5线城市 20-29岁	都市中产 1-3线城市 35-44岁



数据来源：凯度消费者指数，美妆个护购买群组，15-39女性消费者，全国一到三线城市，MAT19Q2 VS MAT20Q2；具体的品类需求变化中，呈现的品类的选择标准为20Q2的渗透率增幅是否高于疫情前（Y2019）
*美妆个护品类包含：头发护理、脱毛、身体及私处清洁、护肤、彩妆、香水；平均美妆个护购买步骤指在67个美妆个护细分分子类中，消费者在MAT19Q2和MAT20Q2平均购买的品类数量

年轻无极限，场景与时机价值凸显

Jahwa 上海家化

年轻引领潮流

现代都市生活

场景定制

早晨时间宝贵

晨间面膜



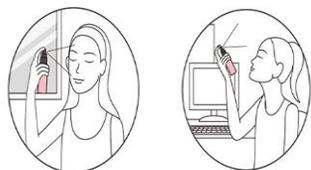
懒人面膜

长时间带妆在外

面部定妆喷雾

妆前使用 全天任意时间使用

· 迅速补水，改善肌肤状态 · 双重补水保湿
· 使肌肤更易上妆，妆容更加透亮 · 妆容更透亮，随身不花妆



定妆喷雾

熬夜加班

熬夜必备
蓝光损伤



防蓝光、黑眼圈

重要场合前

社交场合
容光焕发



婚纱面膜

旅途中

出差旅行
便于携带



旅行七日套装

不同妆容

妆容浓淡
不同清洁力



卸妆乳/水/油

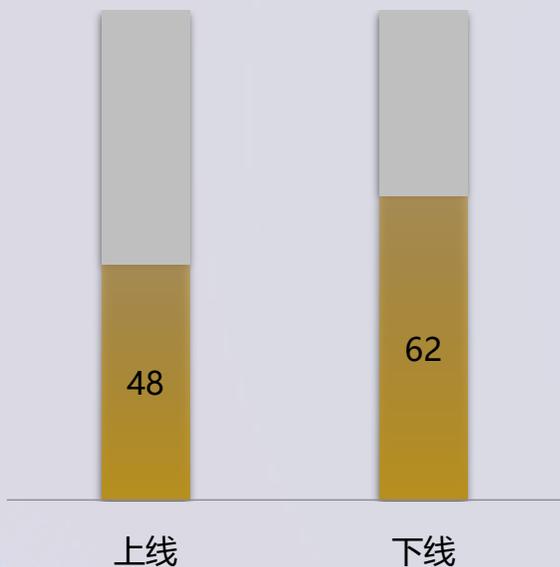
TO BEAUTY
OF THE FUTURE

致美·致未来

上海家化战略发布会
2021

国货之光闪耀下线城市

国产品牌金额占比%

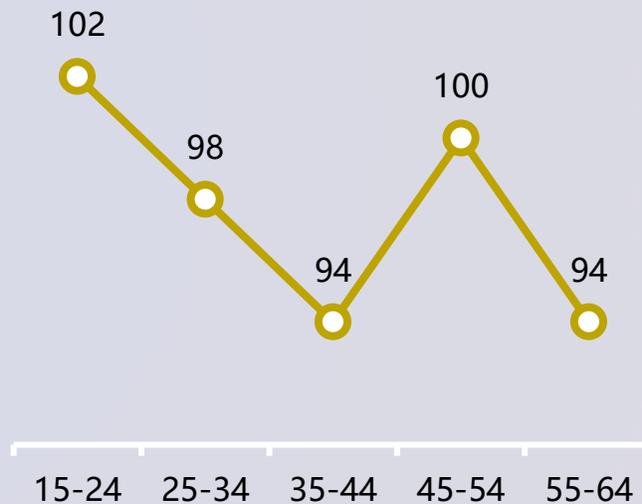


*护肤+彩妆女性消费者

国产品牌均价指数 下线 Vs. 上线



人均美妆*花费系数 下线 Vs. 上线



下线关注社交电商及新兴渠道

下沉广阔市场

社交电商：下线 Vs. 上线

美妆：Y2020



渗透率

19%

Vs.
15%

线上销额占比

36%

Vs.
24%

O2O：下线 Vs. 上线

美妆：Y20 Vs. Y19

渗透率增长率：

+86%

Vs.
+51%



TO BEAUTY
OF THE FUTURE

致美·致未来

上海家化战略发布会
2021

借势而动，造势而立

Jahwa 上海家化

全面调理为本



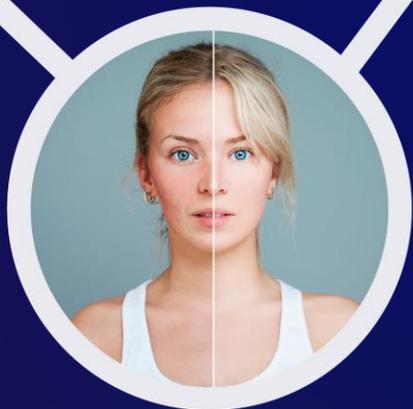
定位独特价值



下沉广阔市场



年轻引领个性化趋势



功效产品为王



专属国货之光

TO BEAUTY
OF THE FUTURE
致美·致未来
上海家化战略发布会
2021

Jahwa
上海家化

TO BEAUTY
OF THE FUTURE
致美·致未来