

CMRI 

COSMETIC MARKETING RES. INST.

網路口碑趨勢報告書

「**UrCosme** 2016年5月熱門關注品牌與新品分析」

CMRI美妝行銷總研  
[cmri.itrue.com.tw](http://cmri.itrue.com.tw)

## 資料概要

- 資料來源：UrCosme 口碑資料庫系統
- 資料量：每月約有200萬造訪人次 (其中PC約105萬；mobile約95萬)
- 調查對象：2016年05月01日~2016年05月31日瀏覽UrCosme 之網友
- 資料時間：2016年05月01日~2016年05月31日

## 報告內容

- UrCosme2016年5月熱門關注焦點 (區分臉部保養、化妝產品、美體健康、美髮美甲)



- ① **本月熱門關注品牌**—瞭解本月品牌受關注表現(那些品牌成長的多、由哪幾支單品帶動和那些品牌須注意關注量衰退的狀況)。
- ② **新品SKU指數表現(近2個月上市之商品於2016/5月的表現)**—了解當紅新品各指數表現，幫助品牌抓住最即時有效的訴求趨勢。

## 關於 CMRI

CMRI全名為COSMETIC MARKETING RES. INST. 美妝行銷總研，隸屬於i-TRUE艾思網絡股份有限公司 (<http://www.itrue.com.tw/>)

CMRI運用「UrCosme化妝品使用心得分享網站」長期累積的化妝品產業消費者行為資料庫，以多元觀點進行消費者洞察分享，旨在協助美妝業者的決策顧問與最佳的行銷夥伴。

目前主要分享的報告有：

1. 趨勢報告(月、季、年報)--根據UrCosme化妝品使用心得分享網站資料庫，挖掘美妝市場的網路口碑趨勢，幫助美妝業者掌握市場最新動態，做出即時有效的行銷決策。
2. 消費者洞察--邀請UrCosme會員，以線上問卷調查方式了解消費者對於美妝產品使用型態、購買行為、態度面想法等，幫助美妝業者更貼近消費者需求，制定有效行銷溝通方式。

CMRI美妝行銷總研: <http://cmri.itrue.com.tw/>

# 月報告 重點摘要

## 第一部分：整體市場趨勢

- 美體健康隨著進入夏季身體防曬需求增加而重要性成長。
- 因季節變換，首當其衝的屬性為**精華原液和粉霜**，有**明顯下滑趨勢**，相反地，**防曬隔離**和能幫助控油不脫妝的**蜜粉**重要性明顯提升。

	臉部保養	化妝產品	美體健康	美髮美甲
<b>第二部分-①本月熱門關注品牌</b>				
關注排行榜	No. 1 KIEHL'S契爾氏 No. 2 Hada-Labo肌研 No. 3 理膚寶水	No. 1 MAYBELLINE No. 2 KATE No. 3 CANMAKE	No. 1 DHC No. 2 專科 No. 3 SHISEIDO-專櫃	No. 1 L'OREAL PARIS No. 2 AVEDA肯夢 No. 3 瑪宣妮
排名進步最多品牌	Kanebo佳麗寶-專櫃 Biore蜜妮 曼秀雷敦	MAJOLICA MAJORCA戀 愛魔鏡 CANMAKE M.A.C.	Biore蜜妮 Banana Boat香蕉船 Neutrogena露得清 Fasio菲希歐	50惠 UNT KLORANE蔻蘿蘭
須注意排名衰退的品牌	Estee Lauder雅詩蘭黛 Paula's Choice寶拉珍選 Freshel膚蕊 ALBION艾倫比亞 SOFINA 蘇菲娜 Whoo后	shu uemura植村秀 LANEIGE蘭芝 GIORGIO ARMANI L'OREAL PARIS巴黎萊雅	MEDIMIX美黛詩 CLARINS 克蘭詩 TS6護一生 FANCL	MOROCCANOIL Kao花王 Keyra奇拉專業髮品 LUSH Elastine
<b>② SKU指數表現</b> (回推2個月上市之商品於2016/5月的表現)				
新品表現、即時訴求趨勢	煥膚、美白和防曬新品較受關注。煥膚、美白產品以 <b>精華類</b> 產品較易升火， <b>溫和低刺激/不引起過敏、用量省和好吸收</b> 為重要訴求。防曬類產品則講求 <b>好推勻、溫和低刺激和不黏膩</b> 。	符合夏季需求持妝控油長效的 <b>妝前、粉底精華或蜜粉</b> 較受矚目。引起網友生火的產品有共同的訴求為 <b>好推勻、不油膩、薄透、服貼和妝感自然</b> 。	沐浴乳和防曬新品吸引較多網友目光。	L'OREAL PARIS金緻護髮精油系列洗髮和潤髮、 <b>瑪宣妮莓果珍珠洗髮精</b> 為本月新品焦點。香氣怡人、易沖淨、柔順不糾結和起泡容易為重要的訴求。

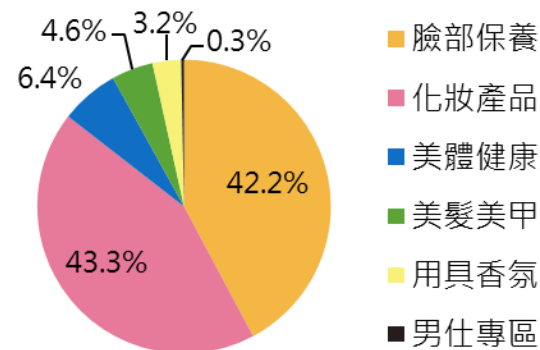
CMRI  美妝行銷總研-COSMETIC MARKETING RES. INST.-

## 第一部分：整體市場趨勢

## 整體市場產品屬性佔比總覽

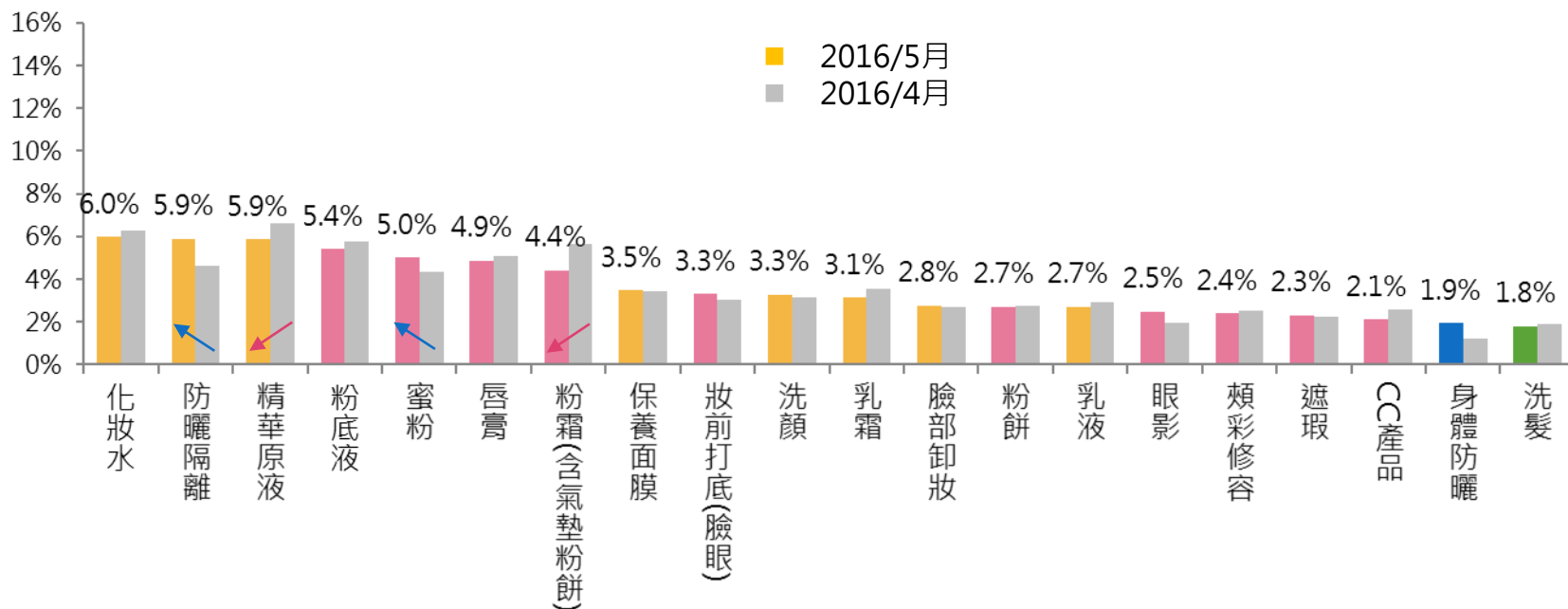
- 2016年5月化妝產品和臉部保養維持第一、二名關注屬性，較值得注意的是，美體健康隨著進入夏季**身體防曬**需求增加而重要性成長。
- 因季節變換，首當其衝的屬性為精華原液和粉霜，有明顯下滑趨勢，相反地，防曬隔離和能幫助控油不脫妝的蜜粉重要性明顯提升。

產品屬性整體佔比



備註：資料數據為UrCosme2016年5月各大產品屬性PV數 / 全屬性產品總PV數

產品屬性佔比



# CMRI 美妝行銷總研-COSMETIC MARKETING RES. INST.-

第二部分--分臉部保養 | 化妝產品 | 美體健康 | 美髮美甲

①本月熱門關注品牌

②新品SKU指數表現(近2個月上市之商品於2016/5月的表現)

## 熱門關注品牌TOP20 | 臉部保養

排名	臉部保養	排行變化VSLM
1	KIEHL'S契爾氏	-
2	Hada-Labo肌研	-
3	LA ROCHE-POSAY理膚寶水	▲2
4	SHISEIDO資生堂-專櫃	-
5	ORBIS	▲5
6	Biore蜜妮	▲9
7	Neogence霓淨思	▲4
8	DR.WU達爾膚醫美保養系列	▼1
9	L'OREAL PARIS巴黎萊雅	-
10	DHC	▲7
11	LANCOME蘭蔻	▼5
12	Whoo后	▼9
13	Kanebo佳麗寶-專櫃	▲12
14	WHITE FORMULA自白肌	▲5
15	Avene雅漾	▼1
16	Neutrogena露得清	▲7
17	LANEIGE蘭芝	▲5
18	SK-II	▼6
19	SOFINA蘇菲娜	▼11
20	MENTHOLATUM曼秀雷敦	▲9

■ KIEHL'S和肌研分別以解決夏日肌膚問題撐起品牌關注度，其中KIEHL'S主要以加強保養精華液和清潔面膜支撐，但須注意雖居第1但瀏覽率有明顯下滑趨勢，而肌研以極潤健康化妝水舒緩換季造成的負擔來贏得關注。理膚寶水則主要以最近主打防曬黑防曬老的全護清爽防曬液UVA PRO 潤色SPF50/PPD33提升關注度進入第3名。

■ 排名成長最多前3名:

No.1

Kanebo佳麗寶-專櫃  
EX UV高效防曬凝乳(礦物柔膚型)  
SPF50+/PA++++

No.2

Biore蜜妮  
含水防曬保濕水凝乳SPF50+/PA++++

No.3

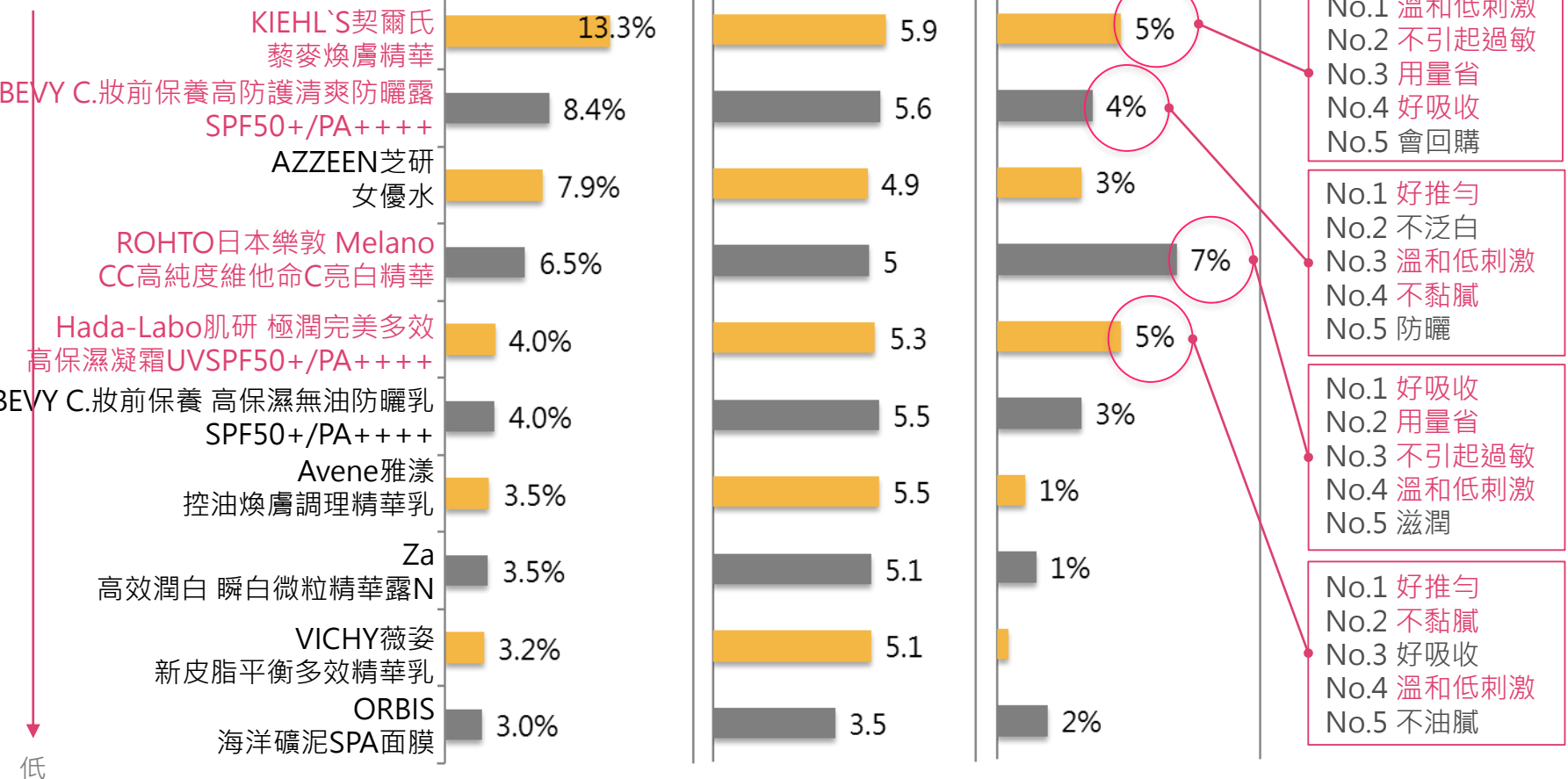
MENTHOLATUM曼秀雷敦  
水潤肌瞬間清爽防曬露SPF50+/PA++++

■ 「Estee Lauder雅詩蘭黛」、「Paula's Choice寶拉珍選」、「Freshel膚蕊」、「ALBION艾倫比亞」、「SOFINA蘇菲娜」、「Whoo后」須注意關注量有較明顯衰退的情況。  
(紅色標示為本月跌出TOP20榜外的品牌)

## TOP10新品\*本月指數表現 | 臉部保養

- 因進入夏季，新品中**煥膚、美白和防曬**產品較受關注。
- 訴求方面，**煥膚、美白**產品以**精華類**產品較易升火，**溫和低刺激/不引起過敏、用量省和好吸收**是網友在乎的訴求。而**防曬**類產品則講求**好推勻、溫和低刺激和不黏膩**。

瀏覽佔比高



低

## 熱門關注品牌TOP20 | 化妝產品

排名	化妝產品	排行變化VSLM
1	MAYBELLINE媚比琳	-
2	KATE TOKYO凱婷	▲2
3	CANMAKE	▲7
4	YSL聖羅蘭	▼2
5	LANCOME蘭蔻	▼2
6	SOFINA蘇菲娜	-
7	media媚點	-
8	ETUDE HOUSE	▲1
9	SHISEIDO資生堂-專櫃	▲3
10	CHANEL香奈兒	▲1
11	VISEE	▲3
12	GIORGIO ARMANI	▼7
13	MAJOLICA MAJORCA戀愛魔鏡	▲15
14	Estee Lauder雅詩蘭黛	▼1
15	L'OREAL PARIS巴黎萊雅	▼7
16	1028	▼1
17	Miss Hana花娜小姐	▲2
18	innisfree	▲2
19	Za	▼2
20	M.A.C	▲5

■ MAYBELLINE以新品眼彩盤和控油透潤持妝乳吸引目光，穩居最受關注化妝品牌。KATE和CANMAKE以符合夏季需求底妝無痕美顏粉底液和棉花糖蜜粉餅持續累積關注進到第2、3名。

■ 排名成長最多前3名:

**No.1** MAJOLICA MAJORCA戀愛魔鏡  
水感透顏粉底精華SPF50/PA++++  
魔幻天使肌蜜粉櫻花限定組

**No.2** CANMAKE  
棉花糖蜜粉餅

**No.3** M.A.C  
棒棒糖唇釉  
親吻潤唇膏

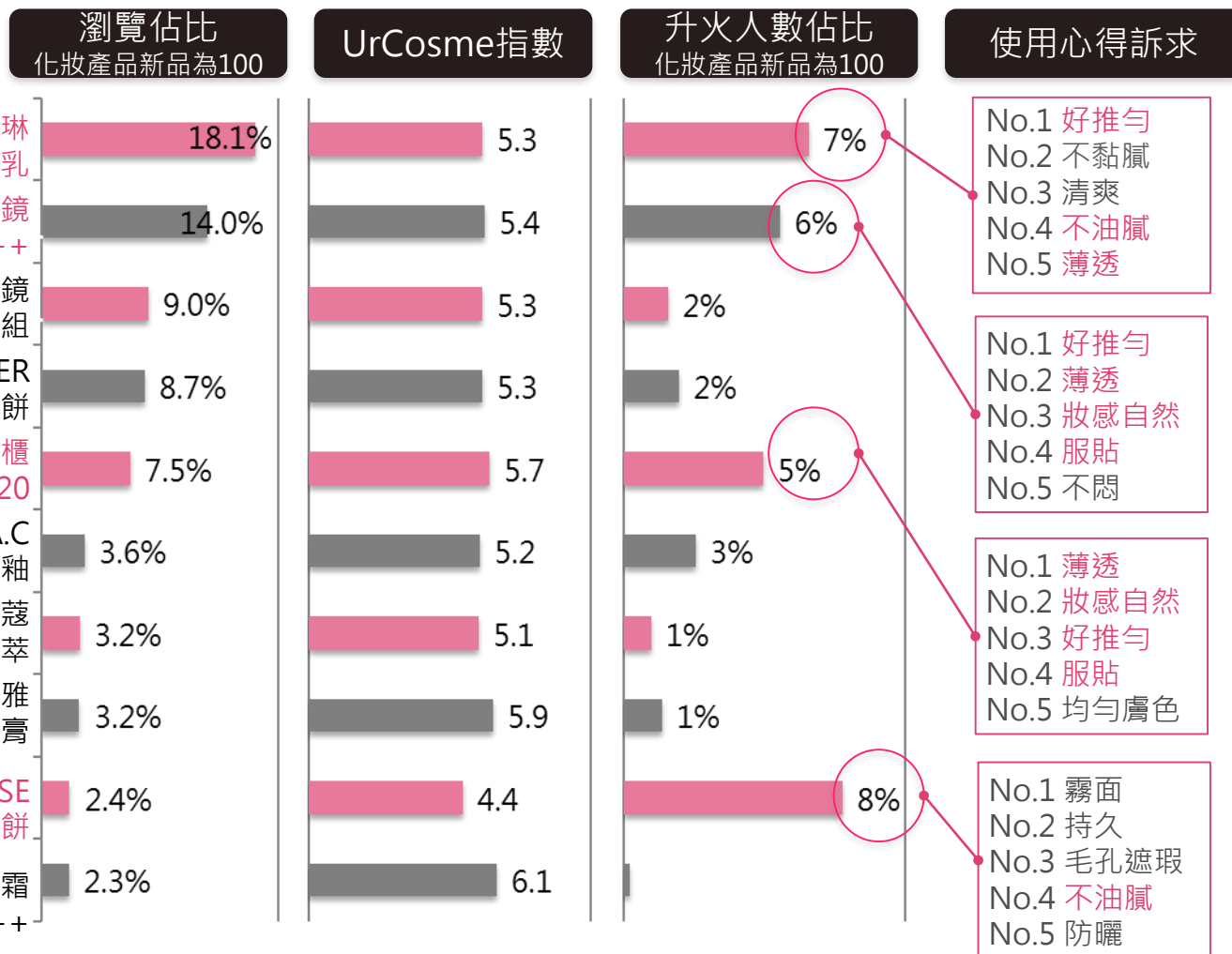
■ 「shu uemura植村秀」、「LANEIGE蘭芝」、「GIORGIO ARMANI」和「L'OREAL PARIS巴黎萊雅」須注意關注量有較明顯衰退的情況。  
(紅色標示為本月跌出TOP20榜外的品牌)

## TOP10新品\*本月指數表現 | 化妝產品

- 5月新品以符合夏季需求持妝控油長效的**妝前**、**粉底精華**或**蜜粉**較受矚目，特別是**MAYBELLINE**的**妝前**和**戀愛魔鏡的粉底精華**成功吸引網友目光和購買慾望。
- 引起網友生火的產品有共同的訴求為**好推勻**、**不油膩**、**薄透**、**服貼**和**妝感自然**。

瀏覽佔比高

低



## 熱門關注品牌TOP20 | 美體健康

排名	美體健康	排行變化VSLM
1	DHC	-
2	專科	▲1
3	SHISEIDO資生堂-專櫃	▲2
4	NIVEA妮維雅	-
5	Neutrogena露得清	▲5
6	Curel珂潤	▲1
7	ORBIS	▼1
8	TS6護一生	▼6
9	Za	-
10	Banana Boat香蕉船	▲6
11	MENTHOLATUM曼秀雷敦	▲3
12	Cellina雪芙蘭	-
13	Fasio菲希歐	▲5
14	Vaseline凡士林	▼2
15	Seba med施巴	▲4
16	FANCL	▼5
17	CLARINS克蘭詩	▼9
18	PALMER'S帕瑪氏	▼3
19	L'occitane歐舒丹	▼2
20	Biore蜜妮	▲11

■ DHC主要以吃的保養膠原蛋白和薏仁精華，次之以海洋SPA去角質沐浴鹽贏得較多關注；第2、3名皆主要由防曬產品帶動成長，分別由防曬專科礦泉水感防曬乳 SPF50/PA+++ (戶外型) 和安耐曬系列 贏得關注。

■ 排名成長最多前3名:



**Biore蜜妮**

玩美清透防曬噴霧SPF50+/PA++++  
含水防曬清透水凝露SPF50+/PA++++



**Banana Boat香蕉船**

運動防曬乳液SPF50 PA+++



**Neutrogena露得清**

極透氣清爽運動防曬乳SPF50+/PA++++

**Fasio菲希歐**

超護UV舒潤防曬凝露  
超護UV舒涼防曬噴霧

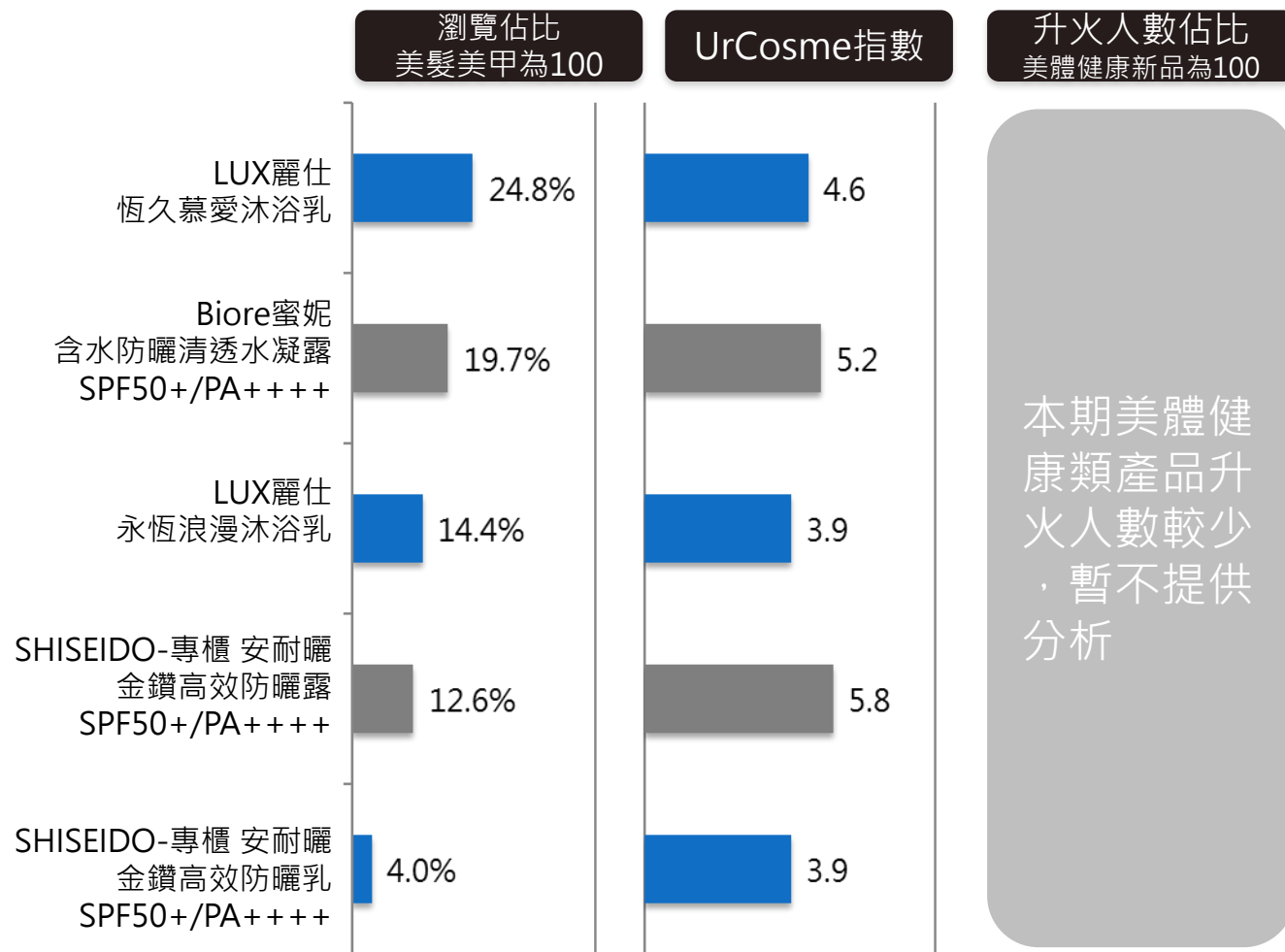
■ 「**MEDIMIX美黛詩**」、「**CLARINS克蘭詩**」、「**TS6護一生**」和「**FANCL**」須注意關注量有較明顯衰退的情況。  
(紅色標示為本月跌出TOP20榜外的品牌)

## TOP5新品\*本月指數表現 | 美體健康

- 沐浴乳和防曬新品吸引較多網友目光。

瀏覽佔比高

低



## 熱門關注品牌TOP20 | 美髮美甲

排名	美髮美甲	排行變化VSLM
1	L'OREAL PARIS巴黎萊雅	-
2	AVEDA肯夢	-
3	MA CHERIE瑪宣妮	▲6
4	美吾髮	▼1
5	fino	▲2
6	LUX麗仕	▼1
7	50惠	▲83
8	TSUBAKI思波綺	▼4
9	Liese莉婕	▲1
10	Moist Diane黛絲恩	▼4
11	UNT	▲12
12	KERASTASE卡詩	▲3
13	KLORANE蔻蘿蘭	▲7
14	LUCIDO-L樂絲朵-L	▲3
15	Elastine	▼7
16	PANTENE潘婷	▼3
17	LUSH	▼12
18	Dr's Formula台塑生醫	▼6
19	KA'FEN卡氛	▲2
20	Rene Furterer荷那法蕊	▼6

■ 巴黎萊雅和AVEDA主要還是由金緻護髮精油和蘊活菁華洗髮精維持關注。瑪宣妮主要以新品莓果珍珠洗髮精(蓬鬆感)帶起關注，在本月進入到第3名。

■ 排名成長最多前3名:



No.1 50惠

養潤豐澤養髮精華  
養潤豐澤洗髮乳(滋養型)、(清爽型)



No.2 UNT

太陽感光指彩釉



No.3 KLORANE蔻蘿蘭

養髮洗髮精

■ 「MOROCCANOIL」、「Kao花王」、「Keyra奇拉專業髮品」、「LUSH」和「Elastine」須注意關注量有較明顯衰退的情況。

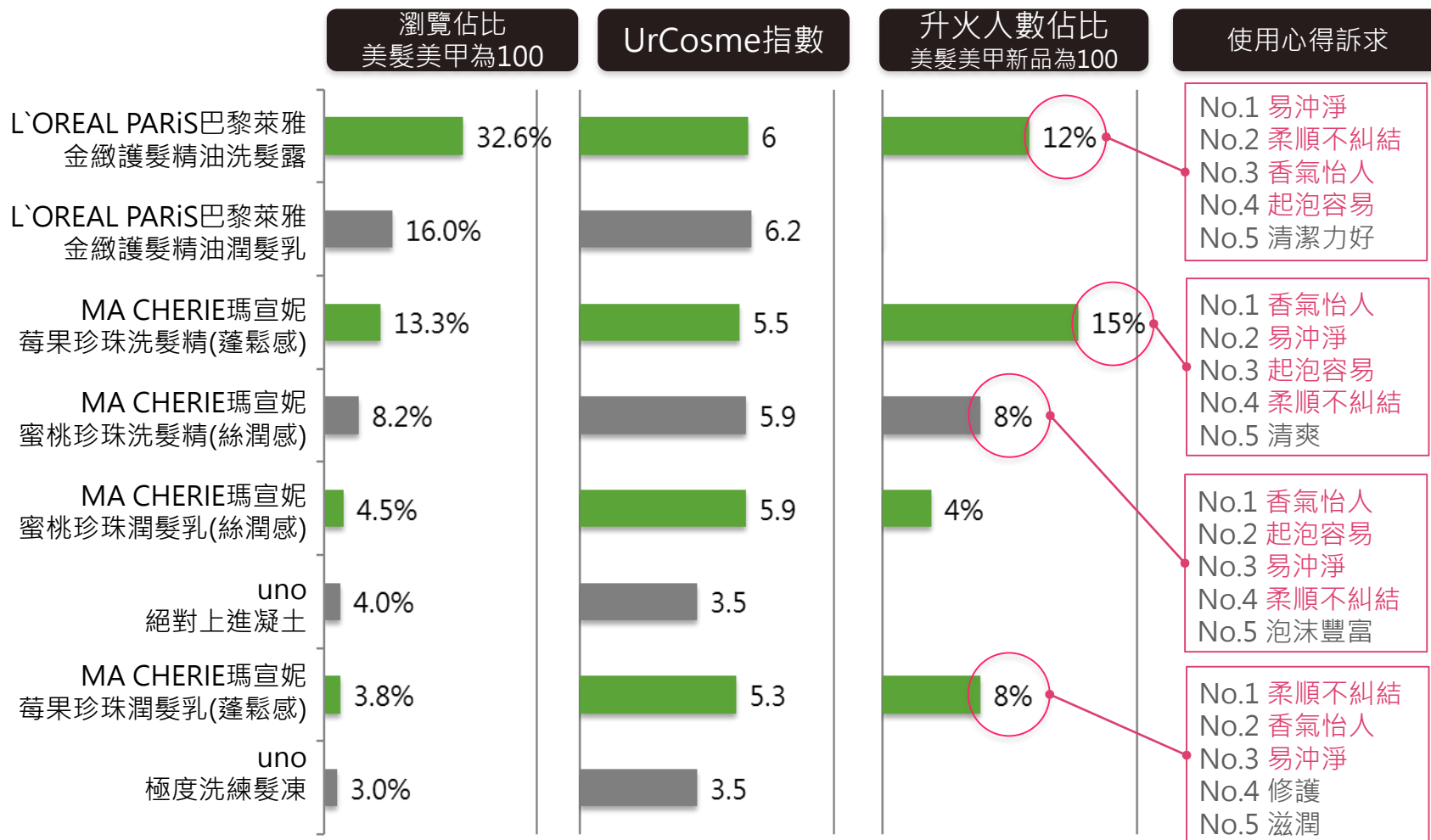
(紅色標示為本月跌出TOP20榜外的品牌)

## TOP5新品\*本月指數表現 | 美髮美甲

- L'OREAL PARiS金緻護髮精油系列的洗髮和潤髮在本月熱力依舊，另外瑪宣妮為近期的新星，特別是其**莓果珍珠洗髮精(蓬鬆感)**吸引較多的目光和慾望。
- **香氣怡人**在髮類產品中持續被重視，另外**易沖淨**、**柔順不糾結**和**起泡容易**也是重要的訴求。

瀏覽佔比高

低





Thank you!!

COSMETIC MARKETING RES. INST.

網路口碑趨勢報告書

「**UrCosme** 2016年5月熱門關注品牌與新品分析」

CMRI美妝行銷總研  
[cmri.itrue.com.tw](http://cmri.itrue.com.tw)

或上FB搜尋  
美妝行銷總研