



美丽修行

化妆品行业数字化趋势解读

徐红 | 美丽修行

合伙人 & 产业数字化创新部总监

2021.12.04

CONTENT

01 化妆品新规当下

02 国家数字化战略

03 企业数字化转型



BEBD
美修大数据

Part 1

化妆品新规当下

国家层面首次针对化妆品监管信息化建设出台系统文件



国家对化妆品行业的监督管理进入了数字化、信息化的新阶段



国家药品监督管理局

National Medical Products Administration

中 En

请输入关键字





索引号	FGWJ-2021-10001	主题分类	法规文件 / 征求意见
标题	关于公开征求《化妆品生产许可管理基本数据集（征求意见稿）》等5个化妆品信息化标准意见的通知		
发布日期	2021-09-24		

关于公开征求《化妆品生产许可管理基本数据集（征求意见稿）》等5个化妆品信息化标准意见的通知



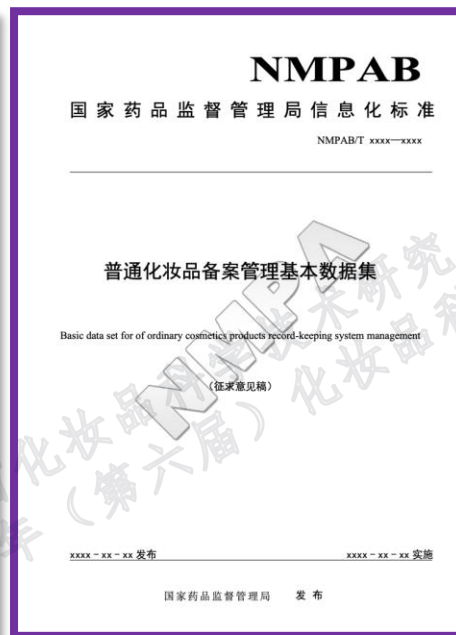
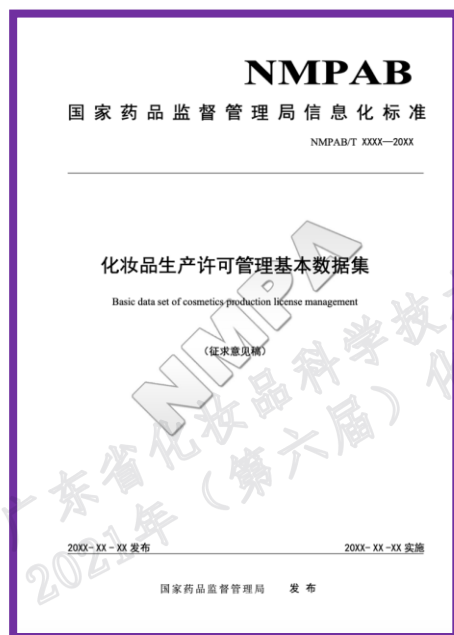
发布时间：2021-09-24

为推进化妆品监管信息化建设与数据共享，国家药监局组织编制完成《化妆品生产许可管理基本数据集》《普通化妆品备案管理基本数据集》《特殊化妆品注册管理基本数据集》《化妆品监管信息基础数据元（注册备案及生产许可部分）》《化妆品监管信息基础数据元值域代码（注册备案及生产许可部分）》等5个征求意见稿（附件1~5）。现向社会公开征求意见。请填写标准征求意见反馈表（附件6），于2021年10月23日前以电子邮件形式反馈国家药监局信息中心。

电子邮箱：yyjc@nmpa.org.cn

化妆品行业：数字化监管覆盖生产到经营各个环节

规范化妆品生产许可、备案注册，以及监管信息的基本数据集标准，有利于后续处罚标准统一，做到意见一致、尺度统一，行业监管全国一盘棋



化妆品行业：数字化监管覆盖生产到经营各个环节

今年上线的新系统，也是在为化妆品监管信息标准化做准备



在新系统上线之前，企业备案注册都是填写纸质资料，再扫描为PDF文件上传，需要填写的信息也较少。

新系统则按单独模块填写，将信息结构化收集管理，方便日后的查找，比如产品的标签样稿填写就从图片变为文字，方便查询。

中国化妆品行业数字化时代到来



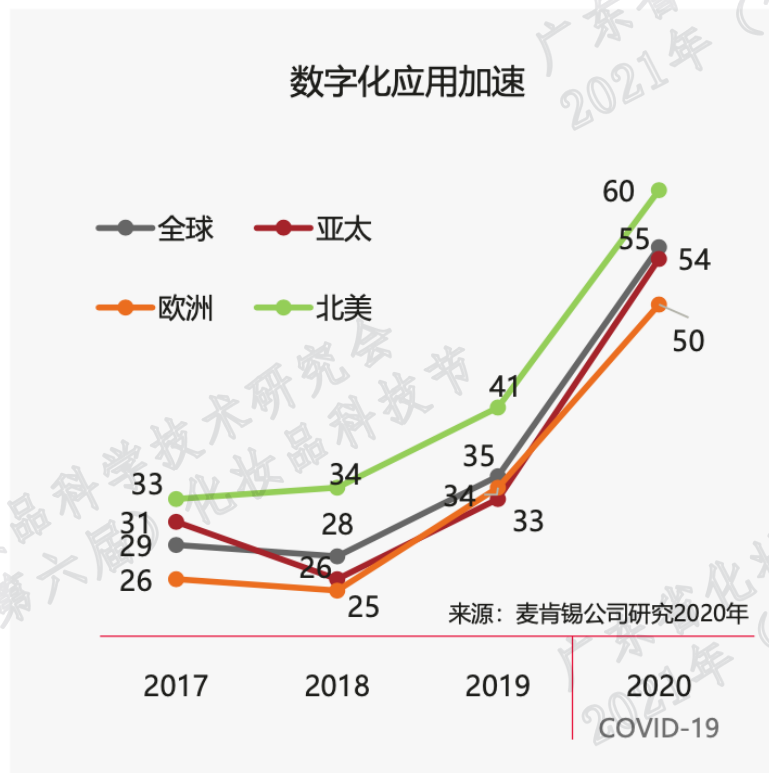
BEBD
美修大数据

Part 2

国家数字化战略

疫情加速数字化进程

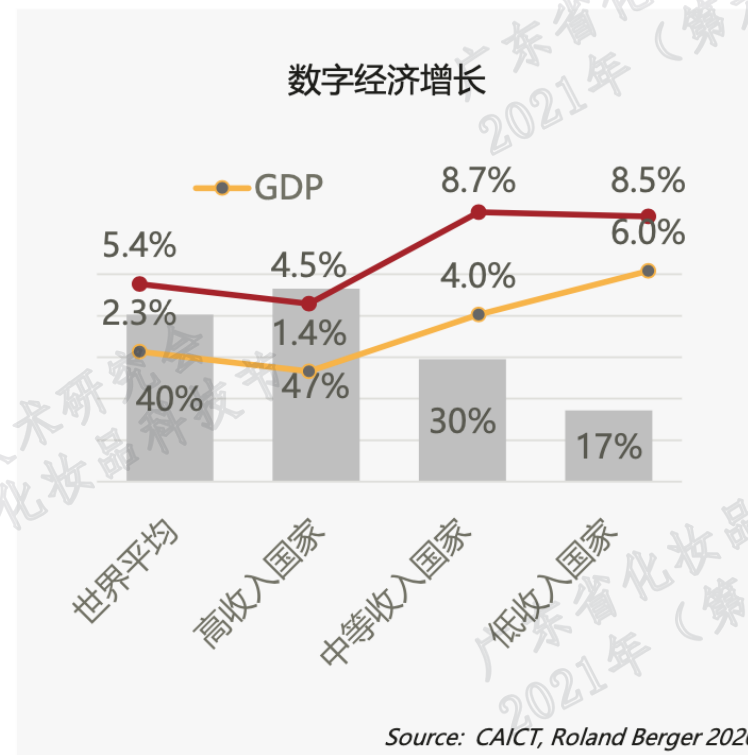
全球数字化进程整体提前7年



部分或完全数字化的产品和/或服务的平均占比，%

数字化成为经济增长引擎

数字经济增速达到GDP增速的2倍以上



不同收入国家数字经济占GDP的比例

数字化，新变化

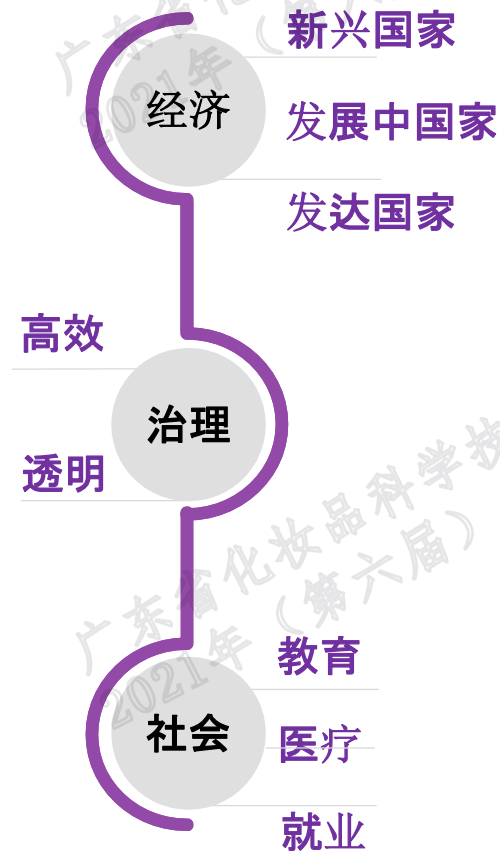
个人



企业



国家



国家：数字化助力高效发展，赋能各行各业

发展中国家：赋能各行各业



印尼

3.7
mn

利用电子商务、金融技术等
技术为中小型企业提供支持

新兴国家：提升要素生产率



马来西亚

30%

到2030年提高所有部门的生产率

发达国家：形成产业竞争力



英国

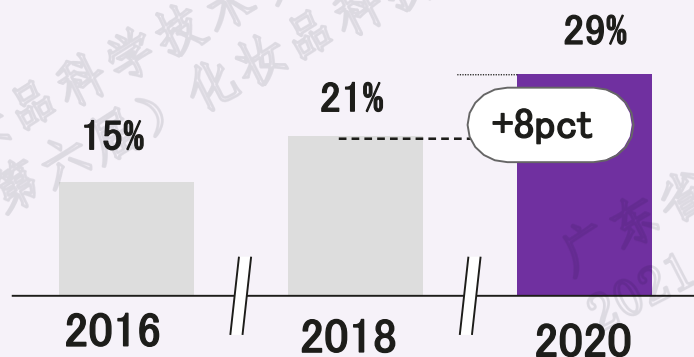
£200
亿

9.7%

到2025年，数字部
门对经济的贡献

高效：政务数字化成为全球趋势

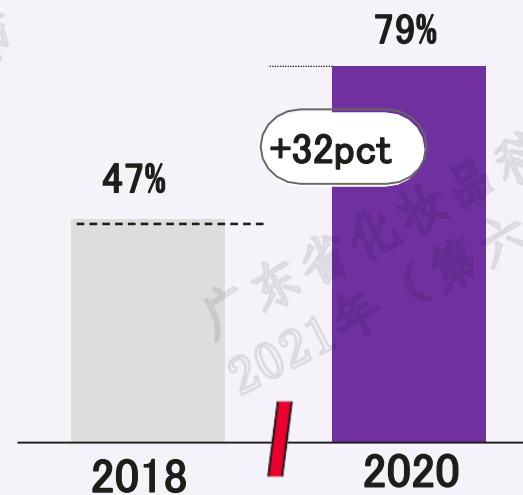
全球电子政务发展指数评分为高和极高国家占比



资料来源：联合国

透明：政府开放度水平越来越高

具有国家开放政府数据门户的国家/地区占比



资料来源：联合国

国家：重点推进政务数字化，并着力优势行业数字化转型



党的十九大提出建设“网络强国、数字中国、智慧社会”战略部署；《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出“加快数字化发展，建设数字中国”的规划发展目标，并提出“加快建设数字经济、数字社会、数字政府，以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式变革”。

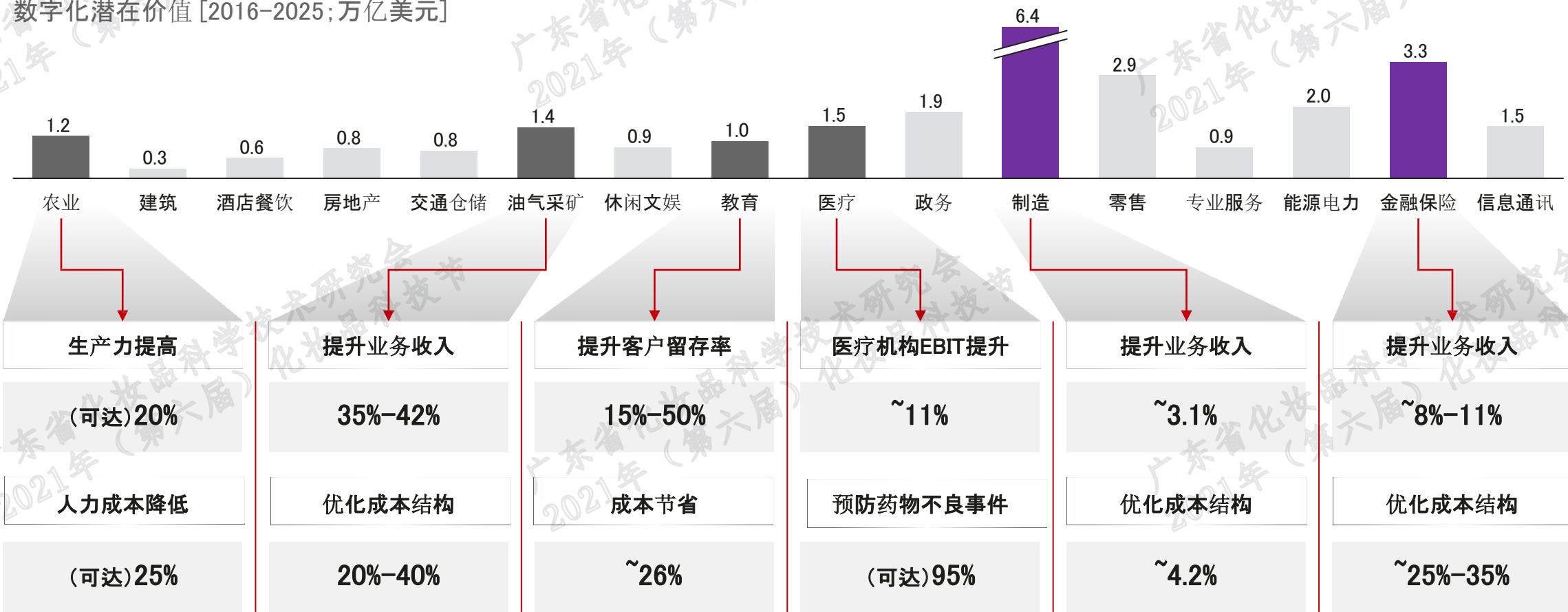


资料来源：文献研究，案头研究；罗兰贝格

数字化带动行业收入提升、成本节约，潜在创造高价值

数字化带动产业优化、规模增长

数字化潜在价值 [2016-2025; 万亿美元]



资料来源:案头研究;罗兰贝格

化妆品行业：高数字化应用潜能的消费与服务行业

消费与服务：C端需求驱动，政府在信息监管、基础设施、创新生态等方面有重要作用

阶段特征

C端需求驱动，应用丰富，数据潜力强

- **应用丰富**：数字化意识强，创新性应用场景多，行乐于投资
- **数据潜力**：面向消费者、数据量大但非结构化，AI等技术有望激发行业数字化应用潜能

行业数字化发展的前景

- 疫情后，娱乐、教育、医疗、出行等场景加速线上化，催生众多领域开始商业模式的变革
- AI/VR/云等技术融合应用场景，突破性创新到落地应用进程显著加快
- 全球范围内网络安全和隐私保护监管增强，成为消费和服务产业数字化转型必须应对的问题



BEBD
美修大数据

Part 3

企业数字化转型

疫情加速化妆品企业数字化转型

后疫情时代可预见的三大永久变化

客户互动
数字优先

运营模式
技术使能

数据驱动
商业模式

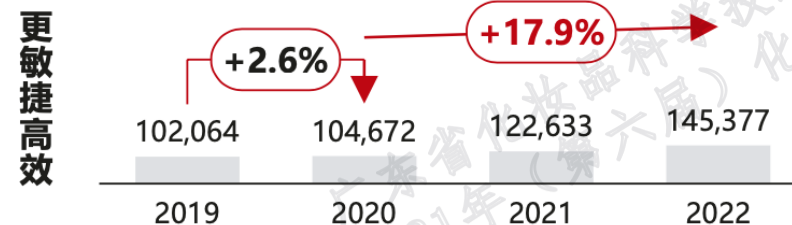
企业：数字化使企业的工作流程更加高效敏捷



资料来源：案头研究；罗兰贝格

更敏捷
更高效

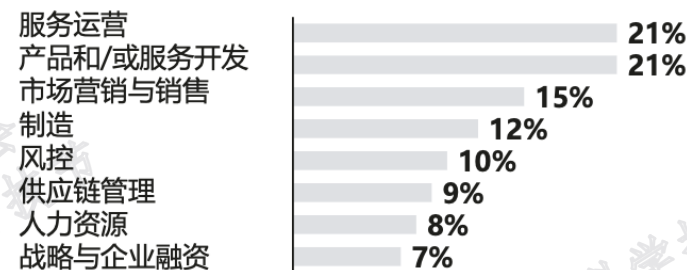
全球云SaaS市场增速显著加快[百万美元]



来源：Gartner

更智能
更互联

AI已渗透到价值链各个环节[各环节AI采用情况]



来源：斯坦福

更平台化

平台经济在全球经济中的重要性愈加凸显

全球市值超百亿平台化企业市场价值额[美元]

2019年：69家

2020年：76家



来源：IDC

企业：数字化使企业的工作流程更加高效敏捷

典型的客户交互+产品/服务流程



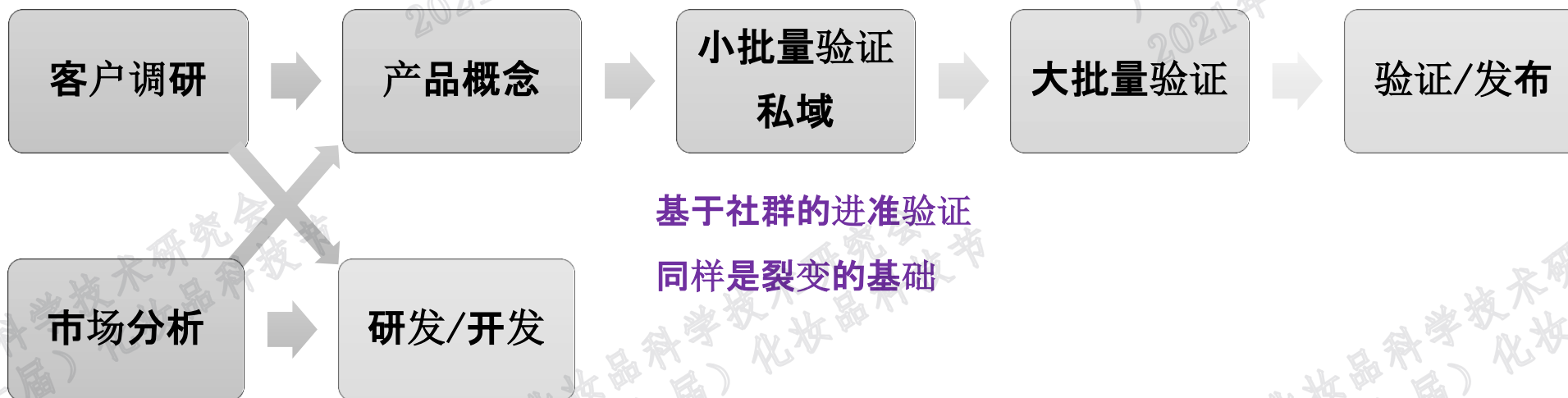
欧莱雅新产品 1.5-2 年

资料来源：崔晓明

企业：数字化使企业的工作流程更加高效敏捷

数字化的客户交互+产品/服务流程

人脸数据
审美数据
习惯数据
场景数据



欧莱雅新产品 1.5-2 年 ➡ 2-6个月

面对数字化大潮， 化妆品企业如何实现转型？

企业数字化：夯实业务核心系统及数据体系构建

深挖数字化深度



点

场景



线

流程



面

业务



体

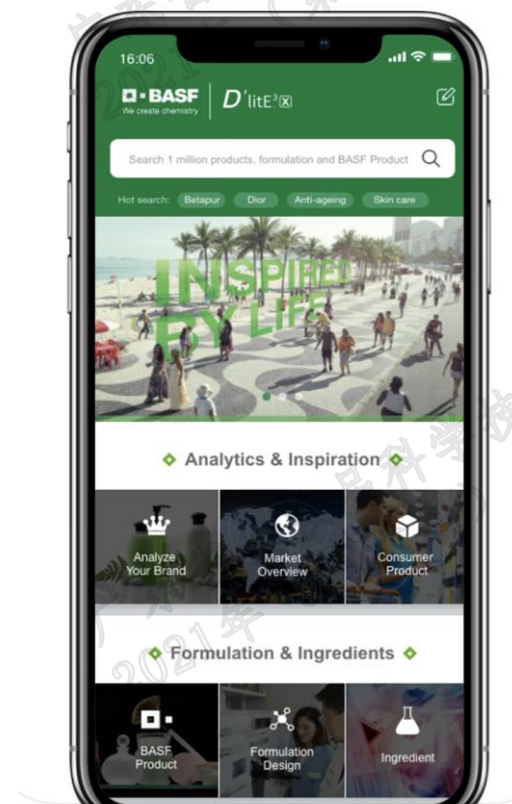
集团

扩展
数字化
广度

国际巨头：深化数字化应用，搭建数字化平台矩阵

巴斯夫全球高级副总裁莫立森：在巴斯夫，我们认为数字化对企业发展至关重要，它贯穿我们业务的整个价值链体系，包括研发、生产、供应链以及客户合作等。

巴斯夫中国数字化中心：亚洲首个，也是全球第二个数字化中心



国际巨头：深化数字化应用，搭建数字化平台矩阵

欧莱雅前全球CEO安玢：数字化带来行业根本性变革，美妆的新黄金时代开启了



在中国市场中，欧莱雅和阿里巴巴、京东等平台建立合作，尝试与全球合作伙伴共同建立一个数字化生态系统。

国内企业：紧随数字化潮流，积极探索数字化转型

完美日记：汇聚4800万私域流量的7个秘密

来自 人称T客的雪球专栏



以数字化能力打造用户互动和价值体系

四年成为国内首个美股上市的美妆集团，三年打造天猫历史上首个销量登顶的国

林清轩创始人孙来春：数字化助力品牌从小清新升级中高端

林清轩

2019-12-09 17:18

分享到：

12月4日，中国连锁经营协会（CCFA）新消费论坛-2019中国国际时尚零售产业峰会在上海召开。林清轩创始人孙来春受邀出席，并发表“数字化助力品牌/高端”的主题演讲，向与会嘉宾深度解密林清轩从小清新走向中高端护肤品牌的革新历程。

上海2019年12月9日/美通社/ -- 12月4日，中国连锁经营协会（CCFA）新消费论坛-2019中国国际时尚零售产业峰会在上海召开。本届峰会以“打链，协同时尚零售生态圈”为主题，聚焦时尚零售发展趋势、模式创新探索、传统品牌转型升级、渠道革新变革等议题，打造全品类、跨业态、全零售峰会。

作为最具潜力的中国高端护肤品牌代表之一，林清轩在时尚零售创新方面颇有建树，本次峰会，林清轩创始人孙来春也受邀出席，并发表“数字化新升级中高端”的主题演讲，向与会嘉宾深度解密林清轩从小清新走向中高端护肤品牌的革新历程。



林清轩创始人孙来春现场分享中

伽蓝集团数字化转型结新果：自然堂美妆外卖“美”不停歇

2021-11-15 15:20 · 稿源：站长之家用户

Z传媒：一站式软文推广发布平台 发稿快收录好

“万物皆可送”的外卖行业在后疫情时代发展速度惊人，从初始的“送外卖”发展到现在的“送万物”，其市场版图不断扩大，这其中也包括去年兴起的美妆外卖。伽蓝集团旗下的自然堂品牌今年也正式加入“美妆外卖”赛道，为众多用户带来更为便捷的美妆购买服务，以便于用户能“美”不停歇。

美妆外卖推进数字化转型大迈进

为万千女性带来“你本来就很美”理念的自然堂品牌，是伽蓝集团旗下二十多年前就推出的实力品牌，在这二十多年间给无数用户带来许多高质量的护肤产品，其线下市场零售网点已遍地开花，超过四万余家。

这些年来，伽蓝集团与时俱进密切关注时代变化下消费者行为方式的改变。在 2019 年伽蓝集团为实现可持续发展制定了数字化转型战略，其在化妆品行业推出的“一盘货”模式就是实施此战略的“先锋”，随后实行的云店2.0 系统则是充分整合线上线下销售资源，实现销量大增，现如今自然堂品牌率先开启“美妆外卖”模式，进一步推动数字化转型的深入实施，使得伽蓝集团的科技美妆及数字美妆之路走的更坚实。



美丽修行助力化妆品企业数字化升级

国内首个化妆品数字化开放平台



开放

连接

共创

共享

美丽修行开放平台

开放连接、赋能、洞察能力

m 美丽修行 开放平台

首页

企业合作

特色服务

美修榜单

行业报告

资讯动态

关于我们



登录

BEBD数据平台

共创化妆品产业数字化新生态

建设世界级的化妆品资源共享平台，推动产业数字化转型

引领中国化妆品产业升级，走向世界

搜商品、成分、备案号



美丽修行信息补录

商品补录 | 成分补录 | 品牌认证



上传安全评估与检测报告

一键上传



美修盒入驻

查看详情



美丽修行整合营销

查看详情



新上线

安全评估报告

免费使用



开放平台：赋能化妆品行业高质量发展

连接消费者

自主上传商品、成分、品牌、安全评估、检测报告等信息

连接

连接行业

一键连接各类商业服务

美妆榜单

品类、成分榜单信用背书

开放平台

行业报告

深度行业研究报告分享

工具集合

安全评估报告自主生成包装计算器...

洞察

实时资讯

行业新闻资讯聚合平台

大数据搜索

看清化妆品全产业链，创造连接机会

查商品

查品牌

查成分

查原料供应商

查工厂

化妆品



查找化妆品

搜索



当前备案有效商品



全部商品

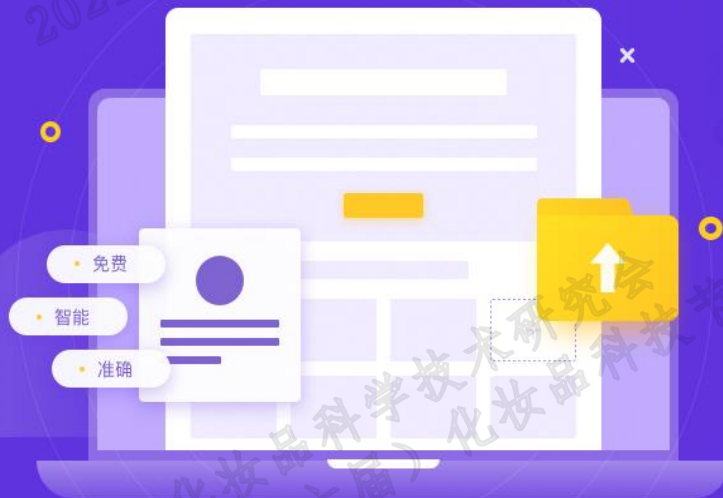


安全评估报告

3分钟生成安全评估报告，备案更快捷

安全评估报告

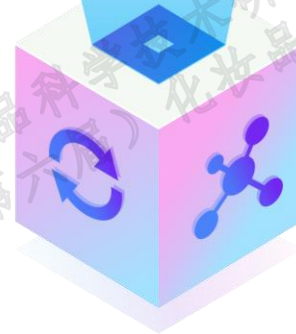
化妆品备案不用愁，
美修安评报告一键有
免费 | 智能 | 准确



新上线

安全评估报告

免费使用



包装计算器

一键计算产品包装成本和空隙率，合法合规了如指掌

化妆品包装成本限制

包装成本条件

* 包装成本:

元

* 商品售价:

元

重置

计算

!

包装成本条件不符合要求

工具仅供参考，初次使用请自行根据标准文件进行验证 如有疑问请联系客服

提示：规定包装成本只能在商品售价的20%以内！
根据您的商品售价30元您的包装成本应该控制在6.00元以内。

化妆品包装空隙率限制

包装尺寸条件

* 商品单元:

* 商品类别:

* 净含量:

ml/g

* 长:

cm(厘米)

* 宽:

cm(厘米)

* 高:

cm(厘米)

重置

计算

✓

产品销售包装尺寸合格

工具仅供参考，初次使用请自行根据标准文件进行验证 如有疑问请联系客服

更多工具集合

数字化工具赋能产业升级

更多功能开发中...

开放接入第三方工具，合作联系：

bd@bevol.com

立即体验

bebd.bevol.com