

「9·8」国货美妆品牌集中“出圈”优惠力度加码



5月26日晚，2022年天猫618预售活动开启后，“90后”成都市民叶婷婷在微信朋友圈晒出了自己的购物清单。

转眼又到六月，各电商平台相继开启618大促预售。其中有很多平台于五月底就提前开启预售，抢先一步进入618“大战”之中。618电商购物节作为年中重要大促活动，各大电商平台纷纷加码优惠力度。618不只是上半年消费市场的“晴雨表”，更被赋予了提振社会消费的重要意义。

规则弃繁从简 优惠力度加码

当下，平台及商家紧密筹备，平台规则、打法等趋势和变化备受关注。

“不用再熬夜蹲守，也不用再研究优惠计算规则。”今年，以淘宝、天猫、京东、抖音为主的电商平台统统简化组合算法，降低了消费门槛，付款时间更加人性化，优化购物体验，跨店满减加码。叶婷婷告诉记者，5月27日，她在一平台直播间购入了活动价199元15ml的雅诗兰黛特润修护精华眼霜以及活动价268元的薇诺娜极润水乳套装。“这两件商品都是在大主播直播间买的，有国际大品牌专场，也有优质的国货品牌，价格机制都很不错。”

“皮肤变亮秘诀！618大促！珀莱雅双抗精华，提亮肤色，下单立减70。”“这样的羊毛你还不薅吗？欧莱雅玻色因水乳，买就送晶莹水，再加4个太空霜，再加旅行装，还有两片面膜，直接实现护肤自由。”记者打开某电商平台发现，无论是国际大牌还是国货新秀，其活动力度较往年都有所加大。

每年购物节期间，消费者最关注的是价格是否有所降低。

相较于往年，部分商家的折扣力度略高。据相关数据显示，对比天猫旗舰店的活动价格，本次618部分化妆品核心单品的折扣力度大于去年618，一般化妆品在“双11”的折扣力度大于618，而在今年活动力度加码的情形下，部分核心商品的让利幅度已超过2021年的“双11”。

记者发现，今年取消了过去的“定金立减”玩

法，改为“参与预售价格直降”。以天猫为例，天猫618跨店满减力度提升至每满300减50，较去年天猫“双11”促销的每满200减30进一步提升。在不叠加红包、消费券等其他优惠的情况下，仅计算跨店满减就约等于打了8.3折。

京东平台满减券也从2021年的“满200减30”升级为“满299减50”，优惠力度与天猫类似。

国货与国际品牌“拼杀”

不止国货品牌，国际品牌也逐渐放下“架子”，加入到618促销的大军之中。

在美妆市场中，近几年是国货与国际品牌“拼杀”，尤其在今年618国际化妆品品牌参与程度增强，在国货品牌的冲击下，部分国际品牌折扣力度较以往有很大的增加，其中不乏一些热门明星产品。

“我是干敏肌，尤其是在冬夏两季选择美妆护肤品上很注意。”叶婷婷告诉记者，国货品牌薇诺娜对干敏肌很友好，之前使用下来鼻翼、脸颊泛红的情况也有所缓解，趁着现在优惠力度大，便购入了一整套护肤品。

记者注意到，“成分”“功效”已然成为美妆市场的热词，这在一定程度上表明国内消费者对产品功效有了更高的要求。据相关数据显示，53.2%的美妆消费者最为看重产品成分与功效，而非过去将“品牌是否来自国外”作为购买决策的重要因素。

这对美妆企业的研发投入提出了新的要求，“成分”也成为企业竞争的关键。

“我是干