

提到爱茉莉太平洋集团旗下的美妆品牌“伊蒂之屋”(ETUDE HOUSE)，很多90后学生党肯定印象深刻。作为平价韩国美妆品牌，很多人第一次化妆选的就是这个牌子。然而这个品牌眼下的日子并不好过。据多家媒体报道，2020年中旬以来，伊蒂之屋陆续关闭了广州、上海、武汉等地的门店。近日，有记者致电伊蒂之屋客服，对方表示，伊蒂之屋在中国内地已无线下门店，顾客可通过伊蒂之屋天猫官方旗舰店、微信官方商城、小红书官方旗舰店等线上渠道购买商品。

撑不住了

伊蒂之屋关闭中国内地全部线下门店

据红星新闻报道，伊蒂之屋官网显示其在北京、上海等城市有35家门店，但随机拨打了几个城市的门店服务电话，均提示为空号。

伊蒂之屋天猫官方旗舰店客服表示，目前线上销售没有受到任何影响，一些优惠促销活动也在正常进行。伊蒂之屋属于韩国美妆巨头爱茉莉太平洋集团旗下品牌，后者还拥有大众品牌悦诗风吟、梦妆，中端品牌IOPE亦博、兰芝，以及高端品牌赫拉、雪花秀等。2013年，ETUDE HOUSE正式进驻中国市场，在上海吴江路四季坊开出首家直营门店，品牌中文名为“伊蒂之屋”。此后，随着韩剧《来自星星的你》、《继承者们》、《太阳的后裔》等韩剧在中国热播，剧中主人公的同款妆容以及代言化妆品，被许多中国消费者追捧。伊蒂之屋也受益于此，一跃成为网红美妆品牌。巅峰时期，该品牌在北京、广州、成都、天津、南京、杭州、深圳、重庆、长沙等25个城市，开出了58家门店。可谁也没想到，才几年的时间，这样一个备受年轻人追捧的品牌就挺不住了。

根据爱茉莉太平洋集团发布的2020年财报，集团营业收入下滑21.5%，营业利润下滑69.8%，其中伊蒂之屋业绩最为难看，营业收入下降38%，还有大额亏损。爱茉莉太平洋集团曾公开表示，伊蒂之屋目前有566亿韩元(约合3.25亿元人民币)的负债和负66亿韩元(约合3793万元人民币)的净资产值。在中国市场，伊蒂之屋的业绩也不好看。根据财报，2017年至2020年，伊蒂之屋销售额均在下滑，且2020年下滑幅度最大。

韩妆式微

国产美妆品牌崛起

实际上，伊蒂之屋在中国市场的败退，也是韩妆式微的一个缩影。据《金融时报》

2019年9月披露的报告，韩国化妆品2018年对中国的出口额增长仅为20%，远低于它过去五年里平均每年66%的增长数字。

伊蒂之屋并不是首个在中国市场受挫的韩妆品牌。2017年，以菲诗小铺、伊蒂之屋、自然乐园等为代表的韩国化妆品在中国市场陷入发展困局，业绩均下滑，其中菲诗小铺早就关闭了中国市场的线下门店，悦诗风吟的闭店计划也在进行中。与此同时，在“国潮”兴起的背景之下，国内的一些化妆品牌正在受到年轻一代的消费者的喜爱。2019年腾讯发布的《国货美妆洞察报告》曾提到，国产美妆品牌已占据国内56%的市场份额；2014-2018年本土品牌在内容营销、品牌影响力、广告曝光增长比分别为88%、59%、46%。