

面膜 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 中国面膜市场的概述与竞争格局
- 不同形态的面膜的使用趋势
- 消费者对面膜品牌、成分和膜布材质的偏好
- 有助于鼓励消费者试用面膜的特质
- 消费者对面膜的支出意愿
- 消费者对购买和使用面膜的态度

60%的面膜使用者表示有兴趣尝试肤感好的面膜，由此可见肤感对于面膜产品市场的重要性。因此，水洗式面膜可以强调产品的质地，而贴片式面膜也可以利用膜布材质来提供更好的肤感。

然而，53%的消费者认为，敷面膜的方法或频率不对会伤害皮肤。这种观点可能会导致消费者减少敷面膜的频率，并对面膜品类构成威胁。品牌可以继续面膜的科学使用方面开展市场教育，或者加大对材料或成分的研发投入，以减轻潜在的副作用。

好消息是，在新冠疫情防控政策“松绑”后，消费者的消费信心逐渐回升。对自己未来3个月的财务状况“非常有信心”或“比较有信心”的消费者比例从2023年1月的64%上升至4月的74%。同时，大多数消费者希望面膜既能具备护肤功效，又能带来情绪价值，这有助于推动面膜品类的发展。



“为了鼓励消费者尝试面膜产品，品牌需要围绕产品的肤感讲好故事，既可以从产品质地和膜布材质入手，也可以从创新的产品形态入手。此外，敏感肌消费者是面膜品类中极具潜力的消费群体。品牌需迎合他们的需求，打造专业、高端的形象，以保持竞争力。”

— 柴静彦，高级研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

目录

概述

- 报告关键议题
- 定义

综述

- 市场
- **2022年市场低迷**
数据1: 面膜市场零售销售额预测（最好和最差情形），中国，2017-2027年
- 公司与品牌
数据2: 面膜市场领先生产商的销售额市场份额，中国，2021-2022年
- 消费者
- 总体使用情况较**2022年**保持稳定
数据3: 使用变化——“用过面膜”，2022 vs 2023年
- 主打面膜的品牌和专业针对皮肤问题的护肤品牌是主流
数据4: 品牌选择，2023年
- 玻尿酸/透明质酸和胶原蛋白是面膜产品中消费者最常用的成分
数据5: 使用过的成分，2023年
- 蚕丝是最受欢迎的膜布材质
数据6: 膜布偏好，2023
- 良好的肤感有助于鼓励消费者尝试敷面膜
数据7: 感兴趣的特质，2023年
- 消费者对面膜的消费意愿在后疫情时代依然坚挺
数据8: 对面膜的态度，2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 打造良好的肤感以提升用户体验
数据9: 米蓓尔舒缓保湿安肤冻膜，中国，2022年
数据10: 创福康活性胶原保湿涂抹面膜，中国，2023年
数据11: 润百颜玻尿酸抚纹靓透发酵面膜，中国，2022年
- 迎合敏感肌消费者对面膜的需求
数据12: 薇诺娜清痘净肤面膜，中国，2022年
数据13: 知识分享贴示例，中国，2023年

市场规模与预测

- **2022年是艰难的一年**
数据14: 面膜市场零售销售额预测（最好和最差情形），中国，2017-2027年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

市场因素

- 疫情的持续影响
- 消费者期望面膜能同时带来功效和情绪上的益处
- 国产品牌在面膜市场崛起
- 膜布材质方面的技术进步

数据15: 创新膜布材质示例，中国，2022年

市场份额

- 欧莱雅在压力下表现稳定

数据16: 面膜市场领先生产商的销售额市场份额，中国，2021-2022年

- 华熙生物积极抢占市场份额

营销活动

- 提供针对不同场景和肤质的使用说明

数据17: 针对不同场景的使用说明示例，中国，2022年

数据18: 针对不同肤质的使用说明示例，中国，2022年

- 与O2O平台联合营销

数据19: 自然堂面膜节，中国，2023年

- 携手潮流活动，触达特定圈层

数据20: 旨在触及特定消费者群体的促销活动示例，中国，2022-2023年

新产品趋势

- 纯净美容宣称快速发展

数据21: 面膜新品中增速最快的前十大宣称，中国，2021-2022年

数据22: 带有“纯净美容”宣称的新品示例，中国，2022年

- “适合敏感肌肤”对于面膜具有重要意义

数据23: 适合敏感肌肤的面膜新品示例，中国，2023年

- 打造丰富的肤感

数据24: 一叶子玻色因肌肤弹嫩紧致面膜和蓝铜胜肽舒缓水润面膜，中国，2022年

- 创新产品形态，提升护肤功效

数据25: 植美村胶原蛋白紧致抗皱面膜，中国，2022年

使用变化

- 总体渗透率保持稳定

数据26: 使用变化——“用过面膜”，2022 vs 2023年

- 女性消费者乐于尝试各种面膜，而男性消费者则专注于贴片式面膜

数据27: 使用变化，2023年

数据28: 使用变化——“用得更多了”，女性，2022 vs 2023年

数据29: 使用变化——“用得更多了”，男性，2022 vs 2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 富裕消费者对水洗式面膜和多步骤面膜感兴趣
数据30: 使用变化——“用得更多了”（按个人月收入区分），2023年

品牌选择

- 专业针对皮肤问题的护肤品牌与主打面膜的品牌表现相当
数据31: 品牌选择，2023年
数据32: 品牌选择（按品牌选择区分），2023年
- 富裕消费者优先选择专业针对皮肤问题的护肤品牌的面膜
数据33: 品牌选择（按个人月收入区分），2023年
- 敏感肌消费者信任专业和高端品牌
数据34: 品牌选择（按皮肤敏感性区分），2023年

使用过的成分

- 玻尿酸/透明质酸和胶原蛋白得到广泛使用
数据35: 使用过的成分，2023年
- 女性消费者更注重美白修护成分
数据36: 使用过的成分（按性别区分），2023年
- 18-24岁消费者对美白面膜表现出强烈需求
数据37: 使用过的成分（按年龄区分），2023年
- 敏感肌用户更积极尝试各种成分
数据38: 使用过的成分（按皮肤敏感性区分），2023年
- 混合性皮肤消费者愿意尝试各种成分
数据39: 使用过的成分（按肤质区分），2023年

膜布偏好

- 蚕丝是最受欢迎的膜布材质
数据40: 膜布偏好，2023
- 富裕消费者更看重亲肤的膜布材质
数据41: 膜布偏好（按个人月收入区分），2023年

感兴趣的特质

- 良好的肤感是最具吸引力的特质
数据42: 感兴趣的特质，2023年
- DIY面膜有助于触及更多潜在消费者
数据43: TURF（累积无重复到达率和频次）分析——感兴趣的特质，2023年
- 创新质地对富裕消费者有吸引力
数据44: 感兴趣的特质（按个人月收入区分），2023年

对面膜的态度

- 消费者需要高阶的护肤功效和科学指导

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据45: 对使用面膜的态度（所有和按部分人口统计特征区分），
2023年

数据46: 对使用面膜的态度，2023年

- 消费者愿意在面膜上花钱

数据47: 对面膜支出的态度，2023年

数据48: 对面膜的态度，2023年

- 新的面膜购买渠道

数据49: 对面膜购买渠道的态度（所有和按城市线级区分），2023
年

美容人群画像

- 他们是谁？
 - 美容达人尝试各种面膜，热情尝鲜者偏好贴片式面膜
- 数据50: 使用变化——“用得更多了”（按美容人群画像区分），
2023年
- 美容达人和全身心健康关注者优先选择专业针对皮肤问题的护肤品牌
- 数据51: 品牌选择（按美容人群画像区分），2023年

附录——市场规模与预测

数据52: 面膜市场销售额，中国，2017-2027年

附录——研究方法与缩写

- 消费者研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。