

抗衰老产品 - 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

- 消费者所使用的抗衰老解决方案和过去两年各类抗衰产品使用情况的变化
- 消费者偏好的抗衰老护肤品类型以及一些热度正在上升的产品
- 消费者对新兴抗衰老产品概念（包括医美概念产品）的看法和态度
- 消费者对抗衰老产品有效性的认知和偏好
- 消费者最感兴趣的抗衰老产品特质
- 基于消费者对衰老的态度以及对抗衰老解决方案的偏好所进行的细分人群分析

消费者正积极寻求抗衰老解决方案；不同抗衰老产品的使用率继续走高，其中美容仪器的增长势头尤其强劲，相比两年前增长了9个百分点。身体护理和洗护发产品等曾是抗衰老市场的小众品类，但其使用率也在增长。具体来说，形态新颖的抗衰老面部护肤品（包括面部精油和喷雾）的渗透率也有所增长，表明消费者乐于看到该品类的创新。

尽管大多数受访者倾向于认为健康的生活方式和情绪健康与抗衰密切相关，但他们也依靠使用护肤品来对抗衰老。目前，人们对美容仪器和美容保健品等抗衰解决方案的采用尚未撼动护肤品的重要地位，因为所有人口特征群体都高度认可护肤品在抗衰老方面的作用；尽管如此，品牌仍有机会推出与这些解决方案一同使用的配套护肤品来增强抗衰老效果。

精明的消费者也开始更加关注品牌的自主创新和专利明星成分；他们在寻找可靠功效依据的同时，也重视产品的肤感；未来，品牌通过创新寻找高功效成分的温和替代物，以及开发适合不同皮肤状况的产品形态以解决皮肤衰老问题将变得更加主流。



“消费者正采取各种解决方案来对抗衰老，但面部护肤品仍是最主流的抗衰老对策，其地位没有被美容仪器和美容保健品过多蚕食。然而，品牌仍需要仔细考虑升级有效、不刺激的成分以迎合不同皮肤状况的消费者，并在产品形态和质地上创新，以维持消费者的兴趣。此外，随着消费者采取全方位抗衰老方案来维持年轻外表，抗衰老概念不仅局限于面部肌肤，也正扩展至身体肌肤和头皮。”

— 靳尧婷，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

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.

目录

概述

- 报告关键议题
- 定义

综述

- 市场与竞争
- 消费者
- 抗衰老美容仪的使用率增长显著
数据1: 抗衰老产品的使用情况——“最近正在用”,女性,2021 vs 2023年
- 消费者开始使用小众形态的抗衰老护肤品
数据2: 抗衰老面部护肤品的使用情况,2021 vs 2023年
- 消费者对美容保健品最为熟悉
数据3: 对不同抗衰老产品的看法——18-49岁女性,2023年
- 专研高功效成分是品牌的宝贵资产
数据4: 有效的抗衰老产品的特质,2023年
- 消费者在挑选适合其肤质的抗衰老产品时首先考虑肤质
数据5: 感兴趣的抗衰老产品的特质,2023年
- 从不同方面寻找抗衰老对策
数据6: 对衰老和抗衰老的态度,2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 进一步细分产品以满足消费者的特定需求
数据7: 依科美推出具有屏障修护功效的抗衰老面霜,中国,2023年
数据8: 香奈儿抗衰老产品,中国,2022年
- 讲述有吸引力的故事,向消费者科普产品功效
数据9: 伊诗贝格专利三重活性分子配方体系,中国,2022年
数据10: 慕拉得自研3A技术精华,中国,2022年

市场因素

- 补骨脂酚在中国备案成功,允许用于化妆品
数据11: 含补骨脂酚的产品,中国,2022年
- 防疫政策“松绑”后,消费信心有所回升
数据12: 对未来3个月改善经济状况的信心,2022-2023年
- 在后疫情时代,消费者愿意在美容产品上进行消费升级
数据13: 未来12个月的购买计划,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

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。

营销活动

- 线下体验回归正轨
数据14: Achmique新品发布会，中国，2023年
- 敏感肌护肤品牌推出抗衰老产品
数据15: 薇诺娜、珂润、理肤泉、雅漾推出的抗衰老产品，中国，2023年
- 针对特定皮肤状况推出不同版本的产品
数据16: 娇韵诗双萃精华——轻盈版，中国，2023年
- 头皮抗衰老护理
数据17: 具有抗衰老宣称的头皮护理产品，中国，2023年

新产品趋势

- 盈润和增加胶原蛋白在抗衰老宣称中不断增长
数据18: 护肤品新品（按抗衰老相关宣称区分），中国，2020-2022年
- 紧致功效在亚洲更受欢迎，抗氧化宣称在英美更盛行
数据19: 护肤品新品（按抗衰老相关宣称区分），中国、日本、韩国、英国、美国，2022年
- 抗氧化宣称升级
数据20: 珀莱雅双抗精华（第三代），中国，2023年
- 将视黄醇升级为视黄醛
数据21: 慕拉得视黄醛塑颜焕夜精华，中国，2023年
- 同样适合敏感肌的新一代视黄醇替代成分
数据22: 用于代替视黄醇的植物成分，中国，2023年
- 精华和油类形态创新稳定增长
数据23: 抗衰老新品（按形态和质地区分），中国，2020-2022年
数据24: 油类形态抗衰老护肤品新品，中国，2022年
- 为不同肤质量身定制具有不同肤感的油类产品
数据25: 纽西之谜精华身体油，中国，2023年
- 将油类与不同质地相结合，提供进阶抗衰老功效
数据26: 丸美奶油霜，中国，2023年
数据27: PMPM格拉斯千叶玫瑰脂质修护舒润油霜，中国，2022年
- 喷雾形态产品主打即时见效和便利的使用体验
数据28: Moritek抗衰老面部喷雾，中国，2023年
数据29: 葆丽美和德美乐嘉推出的抗衰老面部喷雾，中国，2023年
- 身体护理细分中的抗衰老新品有所增长
数据30: 抗衰老新品（按部分品类区分），中国，2021-2022年
数据31: 带有针对具体部位宣称的身体护理新品，中国，2022年

抗衰老产品的使用情况

- 使用面部护肤品是最主流的抗衰老解决方案，其次是服用美容保健品和使用美容仪器

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32: 抗衰老产品的使用情况——女性，2023年

- 美容仪器的使用率飙升

数据33: 抗衰老产品的使用情况——“最近正在用”，女性，2021 vs 2023年

数据34: 抗衰老产品的使用情况——“美容仪器”，“最近正在用”（按年龄区分），2021 vs 2023年

- 面部护肤品是男性最常用的抗衰老产品，男士美容保健品显露潜力

数据35: 抗衰老产品的使用情况——男性，2023年

数据36: 奥适宝男士美容口服液，德国，2023年

抗衰老面部护肤品的使用情况

- 小众面部护肤品正在崛起

数据37: 抗衰老面部护肤品的使用情况，2021 vs 2023年

数据38: 醉象视黄醇精华油，中国，2022年

- 男性消费者倾向于使用基础面部护肤品

数据39: 抗衰老面部护肤品的使用情况——男性，2023年

- 油性皮肤消费者使用更多乳液和面膜

数据40: 抗衰老面部护肤品的使用情况（按肤质区分），2023年

- 敏感肌消费者使用更多面部精油

数据41: 抗衰老面部护肤品的使用情况（按皮肤敏感性区分），2023年

- 南方地区消费者更有可能使用面部精油

数据42: 抗衰老面部护肤品的使用情况（按地区区分），2023年

对不同抗衰老产品的看法

- 美容保健品在女性中的认可度很高

数据43: 对不同抗衰老产品的看法——18-49岁女性，2023年

- 品牌需要在年长女性中进一步宣传更年期护肤理念以培养用户群

数据44: 对不同抗衰老产品的看法——50-59岁女性，2023年

- 男性消费者对家用水光仪持积极态度

数据45: 对不同抗衰老产品的看法——男性，2023年

有效的抗衰老产品的特质

- 专利和针对不同肤质定制是功效的依据

数据46: 有效的抗衰老护肤品的特质，2023年

- 25-29岁男性看重医美概念

数据47: 有效的抗衰老护肤品的特质——男性（按年龄区分），2023年

数据48: 抗衰老产品的使用情况——“面部护肤品”，男性（按年龄区分），2023年

数据49: 抗衰老产品的使用情况——“医美”，男性（按年龄区分），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

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。

- 年轻女性不会将厚重的质地与产品有效性挂钩
数据50: 有效的抗衰老护肤品的部分特质——女性（按年龄区分），2023年
- 敏感肌消费者对更多宣称感兴趣
数据51: 有效的抗衰老护肤品的部分特质（按皮肤敏感性区分），2023年

感兴趣的抗衰老产品的特质

- 肤感是最重要的使用特征
数据52: 感兴趣的抗衰老产品的特质，2023年
数据53: SK-II赋能焕采精华霜（两种质地）
- 年轻的消费者寻求屏障修护功效
数据54: 感兴趣的抗衰老产品的特质（按年龄区分），2023年
- 富裕消费者会被最新科技所吸引
数据55: 感兴趣的抗衰老产品的部分特质（按个人月收入区分），2023年
- 迎合不同肤质需求
数据56: 感兴趣的抗衰老产品的部分特质（按肤质区分），2023年
- 敏感肌消费者在选择抗衰老护肤品时更加谨慎
数据57: 感兴趣的抗衰老产品的特质（按皮肤敏感性区分），2023年

对抗衰老的态度

- 消费者重视生活方式解决方案，但也热衷于探索产品，以获得最佳的抗衰老效果
数据58: 对衰老和抗衰老的态度，2023年
数据59: Maxclinic时光倒流褪黑素护肤霜，韩国，2023年
- 对医美的拥簇随年龄而增长
数据60: 对美容护理的态度——“非常同意”（按年龄区分），2023年

消费者细分

- 数据61: 消费者细分，2023年
数据62: 对衰老和抗衰老的态度（按消费者细分区分），2023年
- 精准功效追求者寻求可满足其对肤感的需求的产品
数据63: 感兴趣的抗衰老产品的部分特质（按消费者细分区分），2023年
- 全方位抗老追求者使用多种方式保持年轻外表
数据64: 抗衰老产品的使用情况——“最近正在用”（按消费者细分区分），2023年

美容人群画像

- 他们是谁？

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。

- 美容达人更关注高科技合成成分
数据65: 感兴趣的抗衰老产品的部分特质（按美容人群画像区分），2023年
- 热情尝鲜者在寻求抗衰老解决方案方面最为积极
数据66: 对抗衰老和衰老的部分态度——“非常同意”（按美容人群画像区分），2023年

附录——研究方法与缩写

- 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)。