

对高端美容产品的态度 - 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

- 影响中国高端护肤品市场的营销活动和新品发布。
- 国外和国产高端护肤品之间的品牌选择。
- 购买国产高端护肤品的阻碍因素。
- 对高端护肤品的功效诉求和品牌价值期待。
- 消费者对高端产品成分的态度和偏好。

在高端护肤品牌提供的不同价值中，消费者最渴望“安全性极高”（如无负面新闻、过敏风险低），有62%的被访者选择，远远超过其他价值（如排名第二的价值“产品创新先人一步”有45%的被访者选择）。这表明，产品安全性看似是一项基础需求，但仍然是消费者的首要关注，高端护肤品牌在不断提升功效的同时也务必要确保安全性。

疫情之下，高端护肤品的新品研发活动依然强劲，但在后疫情时代，持续的经济压力导致消费者在高端护肤品上的消费支出受到限制。随着消费者对产品价值的意识越来越强，高端护肤品需要加大力度证明其溢价的合理性，因而在功效、成分、技术甚至服务方面掀起激烈竞争。

尽管国产高端护肤品不如国外高端护肤品受欢迎，但消费者有兴趣将其纳入自己的护肤流程中。此外，中国的（即源自本土的）天然珍稀成分更受高端护肤品用户青睐，尤其是在那些更偏爱国产高端护肤品牌的用户中，品牌可以进一步利用这一点来推广国产高端护肤品。



“极高安全性是高端护肤品牌的首要价值，品牌必须为不断进阶的功效提供安全保障。国产高端品牌可以利用本土属性（如成分、概念、品牌视觉、身心疗愈项目）与成熟的外国品牌竞争，并专注于提高品牌知名度和巩固产品功效。”

– 何雨婷，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

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义
- 细分群体定义（按家庭月收入区分）

综述

- 市场
- 消费者
- 精华类产品和眼部护理产品在美容产品预算中占较大比重
数据1: 护肤品购买价格，2023年
- 国外品牌更受青睐，而国产品牌也逐渐获得认可
数据2: 选购高端护肤品的品牌类型，2023年
- 品牌知名度和产品功效是国产品牌扩大受众的关键
数据3: 购买国产高端护肤品的阻碍因素，2023年
- 高端护肤品的用途广泛，并且消费者更期待预防而非解决衰老迹象
数据4: 高端vs普通产品的功效诉求，2023年
- 安全性、创新性和身心疗愈项目能够赢得大多数消费者的好感
数据5: 期待的品牌价值，2023年
- 天然、珍稀和源自本土的成分是潜在的发展方向
数据6: 对产品成分的态度，2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 国产高端护肤品牌需要通过创新提升功效
数据7: 以强大功效为特点的国产高端护肤品牌示例，2022年
- 挖掘中国天然珍稀成分的潜力
数据8: 中国天然护肤成分推广示例，中国，2023年
数据9: 采用中国天然珍稀成分的高端护肤品示例，中国，2023和2022年
- 以贴心的服务赢得低线城市消费者的兴趣
数据10: 国产品牌和本地美容院提供的贴心服务示例，中国

市场因素

- 后疫情时代，美容消费支出受限
- 2022年高端护肤品重新上市和升级多见
数据11: 面部护肤品新品上市类型（按美容产品价格定位区分*），中国，2021和2022年
- 国产高端护肤品牌逐渐获得认可

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。

营销活动

- 利用内行视角下的研究背景的打动消费者
数据12: 领先的护肤品牌举办峰会以展示研究背景的示例，中国，2023年
- 高端护肤品牌提供专业性更强的美容护理服务
数据13: 高端护肤品牌提供的专业美容服务项目示例，中国，2023年
- 增加产品系列的多样性
数据14: 高端护肤品牌推出的美容仪示例，中国，2023年
- 体现社会主张的品牌与消费者的核心价值观产生共鸣
数据15: 高端护肤品牌组织体现社会主张的活动示例，中国，2023年
- 通过深思熟虑的跨品类合作渗透到生活方式层面
数据16: 高端护肤品牌的跨品类合作示例，中国，2023年

新产品趋势

- 对高端护肤品新品的投资不断增长
数据17: 面部护肤品市场的新品（按美容产品价格定位区分），中国，2018-2022年
- 在功效、安全性和生态友好方面不断进步的高端护肤品
数据18: 高端面部护肤品新品中增速最快的前十名宣称，中国，2018-2022年
- 高性价比的多功能产品
数据19: 高端多功能精华产品示例，中国，2022和2023年
- 基于品牌的最新研究提供面部分区抗衰老护理
数据20: 以面部分区护理为特点的高端抗衰老产品示例，2023年
- 配有涂抹头的高端眼部护理产品再度回归
数据21: 带有涂抹头的高端眼部护理产品示例，2023年
- 艺术品级的包装设计彰显品牌传承
数据22: 高端护肤品艺术品级别的包装示例，2023年

护肤品购买价格

- 面部精华乳/精华液/精华油和眼霜/眼部精华引领单品均价
数据23: 护肤品购买价格，2023年
- 敏感肌消费者比正常皮肤的消费者花费更多
数据24: 护肤品平均购买价格，敏感皮肤vs正常皮肤，2023年
- 各城市线级之间的消费支出模式相似
- 高端护肤品购买者倾向于25-49岁、中等或高家庭收入、已婚有孩的女性
数据25: 购买高端面部护肤品*消费者（按部分人口统计特征区分），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

选购高端护肤品的品牌类型

- 国产品牌在消费者的高端护肤品选择中崭露头角
数据26: 选购高端护肤品的品牌类型，2023年
- 较年轻的消费者和三线或以下城市的消费者对国产高端品牌的接受度更高
数据27: 选购高端护肤品的品牌类型——“国外品牌为主，少量国产品牌”或“只有国外品牌”（按部分人口统计特征区分），2023年
数据28: 选购高端护肤品的品牌类型——“国内品牌为主，少量国外品牌”或“只有国产品牌”（按部分人口统计特征区分），2023年

购买国产高端护肤品的阻碍因素

- 品牌知名度、产品功效和研究背景是需要提升的关键领域
数据29: 购买国产高端护肤品的阻碍因素，2023年
- 年长消费者和一线城市消费者更担心产品功效，而年轻消费者对包装更挑剔
- 购买阻碍因素在不同收入水平消费者中一致

高端护肤品的功效诉求

- 高端护肤品不局限于特定的功效
数据30: 高端vs普通产品的功效诉求，2023年
数据31: 高端vs普通产品（作为基准）的功效诉求差距，2023年
- 成熟女性的突出需求
数据32: 高端vs普通产品的功效诉求——“高端产品”（按年龄区分），2023年
- 敏感肌消费者希望通过高端护肤品修护肌肤屏障
- 衰老和色素沉着是国产高端护肤品减轻购买障碍的关键触点
数据33: 高端vs普通产品的功效诉求——“高端产品”，所有被访者vs认为“产品效果不明显”是购买国产高端护肤品的阻碍因素的被访者，2023年

期待的品牌价值

- 极高安全性是高端护肤品牌的首要价值
数据34: 期待的品牌价值，2023年
数据35: TURF（累积无重复到达率和频次）分析——期待的品牌价值，2023年
- 年轻消费者注重体验，三线或以下城市的消费者渴望贴心服务
数据36: 高端护肤品牌的独特品牌视觉示例，加拿大和中国，2021和2022年
- 中等和高家庭收入的消费者对品牌价值有更多期待
数据37: 期待的品牌价值（按家庭月收入区分），2023年
- 安全性对于国外品牌的忠实用户而言是关键，而国产品牌可以在本土特色和身心疗愈项目上吸引消费者

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



数据38: 期待的品牌价值（按选购高端护肤品的品牌类型区分），
2023年

对于产品配方/成分的态度

- 天然、珍稀和源自本土的成分受到青睐
数据39: 对产品成分的态度，2023年
数据40: 纯净美容品牌的可持续实践示例，美国和英国
- 消费者对升级经典成分表现出兴趣
数据41: 升级经典成分示例，中国，2023年
数据42: 对成分升级和成分组合的态度，2023年

美容人群画像

- 她们是谁？
- 功效为王者注重极高的安全性，新奇体验则可以吸引热情尝鲜者和美容达人
数据43: 期待的品牌价值（按美容人群画像区分），2023年
- 功效为王者对整体配方的认知度更高，而全身身心健康关注者更偏爱源自本土的成分
数据44: 对于产品配方/成分的态度（按美容消费人群画像区分），
2023年

附录——研究方法缩写

- 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)。