

彩妆——唇部 - 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

- 中国唇部彩妆市场概述与预测
- 中国唇部彩妆市场的竞争格局及领先企业
- 消费者对彩妆的态度
- 唇部彩妆使用情况
- 消费者希望通过唇部彩妆解决的唇部问题
- 唇感好的唇部彩妆的重要特质

除了16%没有唇部问题的女性以外，仅2%的唇部彩妆用户认为唇部彩妆不能解决唇部问题。由此可见，消费者希望借助唇部彩妆产品解决各种唇部问题，特别是嘴唇干燥起皮、唇色浅、唇纹深、唇峰不明显的问题。这为唇部彩妆品牌提供了一个新赛道，除了让唇色变得更好看，唇部彩妆还可为消费者提供唇部问题的解决方案。

然而，消费者对彩妆的使用和消费态度保守。相比去年，更多消费者降低了化妆频率、削减了美容及个人护理（以下简称“美容个护”）品类的预算，并减少了使用的彩妆产品种类。虽然2022年底，新冠疫情防控措施放宽，消费者仍保持审慎消费，并将消费重点转向日用品，并且口红效应在艰难时期给经济带来的增势不及从前。这说明市场的复苏会是个循序渐进的过程。

消费者未来将继续购买融入了更多进阶护肤功效并且唇感更好的高品质唇部彩妆产品。同时，若品牌能进行足够多的市场教育，唇线笔等小众细分也有望吸引更多消费者。



“在审慎消费的大背景下，唇部彩妆必须设法证明其价值，例如可提供更好的唇感、解决困扰消费者的唇部问题、进行全面的市场教育。同时，品牌可在新生活方式下重新定义自然妆感，引起消费者的共鸣。”

— 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
- 后疫情时代，市场逐渐复苏
数据1: 唇部彩妆市场销售总额预测（最好和最差情形），中国，2018-2028年
- 公司与品牌
- 唇部彩妆市场变得更加分散化
数据2: 排名前十的唇部彩妆品制造商，中国，2021和2022年
- 消费者
- 审慎消费仍主导市场
数据3: 使用彩妆的变化——“对彩妆的态度”，2022 vs 2023年
- 唇釉/唇彩呈增势，并且正在缩小与有色润唇膏之间的差距
数据4: 唇部彩妆使用情况，2022 vs 2023年
- 大多数被访者希望唇部彩妆能解决唇部问题，而嘴唇干燥起皮是首要问题
数据5: 希望解决的唇部问题，2023年
- 长效保湿是唇感好的必备特质
数据6: 唇部彩妆唇感好的特质，2023年
- 色号淡雅可打造自然的唇妆风格，但显气色对自然风格而言更重要
数据7: 自然风格的唇妆具备的特质，2023年
- 女性希望通过彩妆来打造优雅形象
数据8: 希望打造的形象，2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 利用产品质地招募用户
数据9: Out Of Office唇水，中国，2022年
数据10: 酵色“唇部家族”，中国，2022年
- 通过加强市场教育推广小众细分
数据11: Out Of Office线雕阴影唇线笔，中国，2023年
- 理解不断变化发展的自然妆容风格
数据12: 花西子不同年龄段的品牌大使，中国，2023年

市场规模与预测

- 疗愈之年，但速度较慢

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13: 彩妆市场销售总额和增长率（按市场细分区分），中国，2022-2023年（预估）

- 口红效应不断演进

数据14: 疫情后的购买意愿，女性，2022年

数据15: 唇部彩妆市场销售总额预测（最好和最差情形），中国，2018-2028年

市场细分

- 液态唇部彩妆继续驱动市场

数据16: 唇部彩妆市场销售总额（按细分市场区分），中国，2019-2023年

市场因素

- 消费者持观望态度

数据17: 对未来3个月改善财务状况的信心（按部分信心水平区分），2020-2023年

- 出台新规，以规范化市场

- 国内企业为唇部彩妆市场注入活力

数据18: 对国产美容个护品牌的态度，女性，2022年

- 相比上唇妆，消费者更重视化妆流程中上底妆的步骤

数据19: 重要的化妆步骤，2023年

市场份额

- 整体市场受挫

数据20: 排名前十的唇部彩妆品制造商，中国，2021和2022年

- 丽知和橘宜逆势增长

数据21: INTO YOU心慕与你关于音乐节的推广，中国，2022年

数据22: 酵色的“Open Talk有来有往”栏目，中国，2022年

- 线上值得关注的新兴品牌

数据23: 天猫中除领先制造商之外的前十大新兴品牌，中国，2023年（1-6月）

数据24: 花知晓在社交媒体上的关键词搜索词云，中国，2023年1月1日-6月30日

数据25: 朱棣在社交媒体上的关键词搜索词云，中国，2023年1月1日-6月30日

营销活动

- 重新定义“裸色”，打造自然妆容

数据26: 圣罗兰美妆（YSL Beauty）的新裸色，中国，2023年

数据27: 阿玛尼美妆（Armani Beauty）的新裸色，中国，2023年

- 打造3D色号，丰富使用体验

数据28: INTO YOU心慕与你和得宝合作，中国，2022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

- 借助国潮与消费者共鸣
数据29: 花西子从中国传统文化中汲取灵感的新色号，中国，2022年
- 通过数字化工具实现定制化推荐
数据30: 酵色肤色ID测试，中国，2022年
- 通过突出质地，推广唇部彩妆

新产品趋势

- 保湿/补水宣称不断减少
数据31: 唇部彩妆上市新品中的前十大宣称，中国，2020-2023年（1-5月）
- 唇部彩妆新品中增速最快的宣称——适合所有肤色
数据32: 唇部彩妆上市新品中增速最快的十大宣称，中国，2020-2023年（1-5月）
- 借助护肤概念和功效
数据33: 梵蜜琳魅惑印记哑光唇膏，中国，2023年
数据34: 利用护肤品概念的唇部新品示例，中国，2023年
数据35: 海外市场中借助护肤品概念的唇部彩妆新品示例，日本和越南，2023年
- 采用创新质地，打造更好的唇感
数据36: INTO YOU心慕与你凝雾唇釉，中国，2022年
- 中国市场在道德宣称上滞后
数据37: 唇部彩妆上市新品中的前十大宣称，美国、韩国、日本、中国和英国，2023年（1-5月）
数据38: 具有道德宣称的唇部彩妆示例，英国和法国，2023年
- 针对特殊需求的口红/唇膏辅助工具上市
数据39: 兰蔻HAPTA，美国，2023年
- 多用途彩妆热潮
数据40: 多用途化妆品新品示例，美国，2022年

使用彩妆的变化

- 疫情过后，继续保持审慎消费
数据41: 使用彩妆的变化——“对化妆品整体的态度”，2022 vs 2023年
- 自然风格仍是主流
数据42: 使用彩妆的变化——“对唇妆风格的态度”，2022 vs 2023年

唇部彩妆使用情况

- 唇釉/唇彩的使用率提升，主要因为年轻女性的使用率提高
数据43: 唇部彩妆使用情况，2022 vs 2023年
- 虽然唇泥属于新兴质地，但已有近三分之一的女性尝试过

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44: 唇部彩妆使用情况（按年龄区分），2023年

数据45: 美容个护产品的购买因素——“彩妆”，女性，2023年

- 不同收入水平的消费者对唇釉/唇彩的兴趣差异最大

数据46: 唇部彩妆使用情况（按个人月收入区分），2023年

- 自然风格追求者多用常规的唇部彩妆

数据47: 过去6个月内使用过的唇部彩妆产品种类数量（按对唇妆风格的态度区分），2023年

数据48: 唇部彩妆使用情况（按使用唇部彩妆的变化区分），2023年

希望解决的唇部问题

- 消费者最希望通过唇部彩妆解决的唇部问题：嘴唇干燥起皮

数据49: 希望解决的唇部问题，2023年

- 有唇部问题的消费者不仅使用口红/唇膏，还用更多种类的唇部彩妆

数据50: 唇部彩妆使用情况（按希望解决的唇部问题区分），2023年

- 25-29岁消费者的唇部问题最多，其最大的困扰是嘴唇干燥起皮和唇纹深

数据51: 希望解决的唇部问题（按年龄区分），2023年

唇部彩妆唇感好的特质

- 唇感好的产品必须能长效保湿

数据52: 唇部彩妆唇感好的特质，2023年

- 唇部彩妆的理想质地——质地轻盈

- 年轻一代青睐成膜快的唇部彩妆

数据53: 唇部彩妆唇感好的特质（按年龄区分），2023年

- 富裕消费者比中低收入者更青睐不粘腻和易推开/易涂抹的质地

数据54: 唇部彩妆唇感好的特质（按个人月收入区分），2023年

- 唇釉/唇彩和唇泥用户认为唇感好的唇部彩妆应该易推开/易涂抹

数据55: 唇部彩妆唇感好的特质（按唇部彩妆使用情况区分），2023年

自然风格的唇妆具备的特质

- 自然风格不等于妆感弱

数据56: 自然风格的唇妆具备的特质，2023年

- 水润光泽妆效比哑光雾面妆效更自然

- 25-29岁消费者最倾向于认为自然风格的唇妆应显气色

数据57: 自然风格的唇妆具备的特质（按年龄区分），2023年

希望打造的形象

- 进入优雅时代

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。

- 数据58: 希望打造的形象，2023年
- 数据59: 希望打造的形象（按年龄区分），2023年
- 数据60: 希望打造的形象——排序（按年龄区分），2023年
- 自然唇妆帮助打造优雅和有亲和力的形象
- 数据61: 希望打造的形象（按对唇妆风格的态度区分），2023年

美容人群画像

- 她们是谁？
- 美容达人转向浓郁唇妆
- 数据62: 使用彩妆的变化——“对唇部彩妆的态度”（按美容人群画像区分），2023年
- 功效为王者和全身心健康关注者尤其关注长效保湿
- 数据63: 唇部彩妆唇感好的特质（按美容人群画像区分），2023年

附录——市场规模与预测

数据64: 唇部彩妆市场销售额，中国，2018-2028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)。