

男性美容护理流程 - 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

- 中国男士面部护肤品市场概述与预测。
- 中国男士面部护肤品市场的竞争格局及新产品趋势。
- 男士美容护理市场的关键影响因素。
- 男性过去6个月的美容护理频率。
- 男性最常使用的面部护肤品牌。
- 男性对不同面部护肤品和彩妆产品能接受的价格区间。
- 男士面部护肤套装的理想特质。
- 男性对美容个护产品种草、使用和购买行为的态度。

分别有41%的男性消费者会购买高功效的面部护肤品，以及购买美容个人护理（以下简称“美容个护”）产品时总是会关注成分相关信息。经过数年的市场教育后，男性消费者越来越了解自己的皮肤状况，并且掌握了一定的护肤知识，这让男士护肤品牌更有信心推广进阶的护肤功效，并采用推广女性护肤品时使用的类似沟通信息。

然而，大多数男性使用面部护肤品和彩妆的频率仍较低，分别仅有17%和9%的男性每天使用面部护肤品和面部底妆产品。由于高频用户较少，男士专用的美妆品牌的发展颇具挑战性。

品牌需继续探索男性消费者的潜力，以驱动男士美容护理市场的增长。例如，品牌可推出专为特定肤质设计的面部护肤品套装；18-24岁的年轻男性更可能接触彩妆，并且更愿意在面部底妆产品和防晒产品上支付更多，这也是品牌可探索的方向。



“能轻易提升颜值或个人魅力的产品仍然深受男性消费者的青睐，如头发造型产品和香水，而面部护肤品的使用渗透率和使用频率较低。但经过不断的市场教育，并且积累了一定的护肤知识后，男性开始逐渐养成查看成分和购买高功效产品的习惯。因此，他们愿意与配偶分享使用护肤品，并偏好男性特质较弱的品牌。”

—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

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
- 不包括
- 细分群体定义

综述

- 市场
- 疫情过后，恢复缓慢
数据1: 男士面部护肤品市场零售额预测（最好和最差情形），中国，2018-2028年
- 公司与品牌
- 领先生产商逆势增长
数据2: 男士面部护肤品市场领先生产商的销售份额，中国，2021和2022年
- 抗衰老和植物/草本宣称大有潜力
- 消费者
- 男士美容护理市场中，女性仍是重要购买力
数据3: 购物决策者（按部分人口统计特征区分），2023年
- 近30%的男性使用彩妆，其中半数是新用户
数据4: 对彩妆的态度（按部分人口统计特征区分），2023年
- 仅17%的男性每天使用面部护肤品
数据5: 美容护理频率，2023年
- 国际品牌在男士面部护肤品市场中占主导地位
数据6: 使用的面部护肤品牌，2023年
- 面部护肤品和彩妆的主要价格区间为101-200元人民币
数据7: 价格区间，2023年
- 最理想的男士面部护肤套装组合：包括洁面产品在内的2-3种产品
数据8: 最受青睐的包含2种产品的面部护肤品套装，2023年
- 面部护肤套装最具吸引力的特质：针对不同肤质设计
数据9: 愿意购买的护肤套装的特质，2023年
- 近半数男性已养成在选择美容个护产品时查看成分和功效的习惯
数据10: 对美容个护的态度，2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 为男性打造理想的面部护肤套装
数据11: 含防晒产品的男士面部护肤套装示例，中国，2023年
数据12: 针对不同肤质和不同使用场景设计的男士面部护肤套装示例，中国，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

- 如何吸引男性彩妆用户
数据13: 提供成分和功效信息的男士彩妆示例，中国，2022年
数据14: 社交媒体上的产品测评/推荐示例，中国，2023年
- 利用女性在男士美容护理市场中的影响力
数据15: 男士专用品牌开展市场教育的示例，中国，2022年

市场规模与预测

- 市场几乎处于停滞状态
数据16: 男士面部护肤品总体市场的销售额与增长率，中国，2018-2023年
数据17: 男士面部护肤品市场零售额预测（最好和最差情形），中国，2018-2028年

市场因素

- 审慎消费是当前市场中的主流
- 男士专用护肤品也面临来自男女通用护肤品的竞争
- 护肤和化妆仍是低频习惯
- 美容个护产品能为男性带来积极情绪

市场份额

- 欧莱雅集团捍卫了其市场地位
数据18: 男士面部护肤品市场领先生产商的销售额份额，中国，2021和2022年
- 仁和集团以独特的方式迅速崛起
- 资生堂转让个人护理业务
- 小品牌的表现值得关注
数据19: “理然”在社交媒体上的关键词搜索词云，中国，2022年
数据20: “珂岸”在社交媒体上的关键词搜索词云，中国，2022年

营销活动

- 利用礼赠场景鼓励女性决策者购买
数据21: 男士专用产品针对女性营销的示例，中国，2022-2023年
- 跨界合作仍有效
数据22: 男士美容护理市场的跨界合作示例，中国，2022-2023年
- 与多种日常生活场景建立联系
数据23: 与日常生活场景关联的营销推广示例，中国，2022-2023年
- 开展渠道布局创新，以驱动流量增长
数据24: 男士专用产品与新兴渠道合作的示例，中国，2022-2023年
- 肩负起市场教育的责任，助力长期发展
数据25: 男士专用品牌开展市场教育的示例，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

新产品趋势

- 截至**2022年**，中国比其他市场更重视男士专用产品
数据26: 男士面部护肤品新品在总体面部护肤品中的占比，中国、日本、韩国、英国和美国，2020-2023年（1-6月）
- 2023年**，中国市场出现更多新品种/系列延伸和新配方
数据27: 男士面部护肤品市场的新品（按新品类型区分），中国，2020-2023年（1-6月）
数据28: 欧莱雅男士全新水能保湿系列，中国，2023年
- 面部/颈部护理在新品中占半数以上
数据29: 男士面部护肤品市场的新品（按子品类区分），中国，2020-2023年（1-6月）
数据30: 男士防晒新品示例，中国，2022-2023年
数据31: 易于使用的男士防晒新品示例，英国，2023年
- 2023年**上半年的明星：精华素
数据32: 男士面部护肤品市场新品（按形态和质地区分），中国，2020-2023年（1-6月）
数据33: 男士面部护肤新品中的精华素示例，中国，2023年
- 抗衰老宣称在男士面部护肤新品中排名靠后
数据34: 男士面部护肤新品的热门宣称，中国，2020-2023年（1-6月）
数据35: 男士面部护肤新品中具有抗衰老宣称的产品占比，中国、日本、韩国、英国和美国，2020-2023年（1-6月）
数据36: 具有抗衰老宣称的男士面部护肤新品示例，韩国和英国，2023年
- 2023年**中国市场的植物/草本宣称增速快
数据37: 具有植物/草本宣称的男士面部护肤品示例，中国，2023年
数据38: 具有植物宣称的男士面部护肤新品示例，日本和英国，2022-2023年
数据39: 男士面部护肤新品中增速最快的宣称，中国，2020-2023年（1-6月）
- 新手友好型彩妆取得更大进展
数据40: 易上妆的男士彩妆示例，日本和韩国，2022年

购物决策者

- 三分之一以上男士的美容个护产品由女性购买
数据41: 购物决策者，2022 vs 2023年
- 对女性购物决策者的依赖随着男性年龄和收入的提升而增加
数据42: 购物决策者（按部分人口统计特征区分），2023年

对彩妆的态度

- 近**30%**的男性使用彩妆，其中半数是新手用户

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43: 对彩妆的态度（按部分人口统计特征区分），2023年

美容护理频率

- 对男性而言，头发造型产品和香水比洁面产品更重要
数据44: 美容护理频率，2023年
- 年轻男性专注于洗发护发，中年男性有更多头发造型需求
数据45: 美容护理频率——洗发护发和头发造型产品（按年龄区分），2023年
数据46: 价格区间——洗发水（按年龄区分），2022年
- 防晒产品渗透率低于其他面部护肤品，但有多人每天使用
数据47: 美容护理频率——面部护肤品（按年龄区分），2023年
数据48: 皮肤问题（按年龄区分），2022年
- 30-39岁男性中有更多每天使用香水，而18-29岁男性中低频用户更多
数据49: 购买香水的目的（按年龄区分），2023年
数据50: 美容护理频率——香水（按年龄区分），2023年

使用的面部护肤品牌

- 国际品牌在男士面部护肤品中占主导地位
数据51: 使用的面部护肤品牌，2023年
- 巴黎欧莱雅尤其受年轻男性青睐
数据52: 使用的面部护肤品牌（按年龄区分），2023年
- 自己购买美容个护产品的男性偏好女性特质较弱的男女通用面部护肤品牌
数据53: 使用的面部护肤品牌（按购物决策者区分），2023年
- 每天使用面部护肤品的群体偏好巴黎欧莱雅和妮维雅
数据54: 使用的面部护肤品牌（按面部护肤品的使用频率区分），2023年

价格区间

- 男性对面部底妆产品和面霜/乳液的预算相近
数据55: 价格区间，2023年
- 30多岁的男性在面部护肤品和彩妆上花销最大
数据56: 价格区间（按年龄区分），2023年
- 化妆新手对底妆产品的预算上限略微更高
数据57: 价格区间——面部底妆产品（按对彩妆的态度区分），2023年
数据58: 价格区间——面部护肤品（按对彩妆的态度区分），2023年

面部护肤套装

- 洁面是男士面部护肤套装的必备产品

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59: 面部护肤套装应包含的产品，2023年

- 理想的面部护肤套装包含2种产品，但产品组合的偏好较为分散

数据60: 面部护肤套装应包含的产品数量（按年龄区分），2023年

数据61: 最受青睐的包含2种产品的面部护肤品套装，2023年

愿意购买的护肤套装的特质

- 吸引购买面部护肤套装的特质：根据不同肤质细分化

数据62: 愿意购买的护肤套装的特质，2023年

- 多元的护肤功效优于单一功效

数据63: 使用过面部护肤品功效，2022年

- 30-49岁消费者选择面部护肤套装时，重视定制化体验

数据64: 愿意购买的护肤套装的特质（按年龄区分），2023年

对美容个护的态度

- 和女性消费者一样，成分与功效对男性是最重要因素

数据65: 美容个护产品的购买因素——面部护肤品（按性别区分），2023年

数据66: 对美容个护的态度，2023年

- 代言人和IP可驱动销售

数据67: 对代言人的偏好——面部护肤品，2022年

数据68: 对美容个护的态度——购买行为（按年龄区分），2023年

- 30-39岁的男性更关注功效，而年轻男性更注重肤感

数据69: 对美容个护的态度——种草和使用（按年龄区分），2023年

- 富裕男性更关注功效和成分

数据70: 对美容个护的态度（按个人月收入区分），2023年

- 在与配偶分享使用面部护肤品的男性中，兰蔻和雅诗兰黛是热门选择

数据71: 使用的面部护肤品牌（按是否与配偶分享使用面部护肤品区分），2023年

- 男性彩妆关注者对产品推荐和测评感兴趣

数据72: 对美容个护的态度——种草和使用（按对彩妆的态度区分），2023年

数据73: 对美容个护的态度——购买行为（按对彩妆的态度区分），2023年

附录——市场规模与预测

数据74: 男士面部护肤品总体市场的销售额与增长率，2018-2028年（预估）

附录——研究方法 with 缩写

- 消费者研究方法

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。

- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

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)。