

身体护理用品 - 中国 - 2021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

- 身体护理用品市场概述与竞争格局
- 消费者在美容及个人护理品类的消费优先级
- 过去一年身体护理产品使用情况变化
- 身体护理用品的购买动因与品牌偏好
- 使用足部护理产品的原因
- 体现身体乳液功效的重要因素

女性消费者中，40%的被访者表示，和6个月前相比她们在身体护理产品上花费更多，该比例仅次于面部护肤品和洗发护发产品。这表明女性十分重视身体皮肤，愿意在此品类升级消费。

然而，相比前一年，身体护理产品的使用率滞不前，身体磨砂产品与足部护理产品等较新的细分仍属小众，这表明大多数消费者没有增加日常身体护理步骤。对品牌来说，进一步扩大消费者群体具有挑战性。

同时，46%的被访消费者期待身体护理用品有更多新的功效，这表明他们对高质量的身体护理产品需求很大。因此，身体护理产品应紧跟面部护肤品的发展趋势，借此机会开发更多面部护理级别的产品。例如，将只含一种明星成分的配方升级为多种成分的组合，以提供卓越功效，并针对特定身体部位开发专门的护理产品。



“2021年，身体护理用品市场主要由健康趋势与高端化驱动。尽管消费者基本没有增加日常身体护理流程，但他们以面部护肤的标准对待其他部位的皮肤。因此，结合明星成分的高级配方与特定部位的精细护理产品能够引起消费者的共鸣。而在足部护理细分，满足消费者对放松的需求，用产品组合扩充消费者的购物车十分重要。”

——柴静彦，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

- 本报告涵盖的关键议题
- 定义

综述

- 市场
数据1: 身体护理用品市场总销售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年
- 公司与品牌
数据2: 身体护理用品领先制造商的销售额市场份额，中国，2019和2020年
- 消费者
- 身体护理产品的使用停滞不前
数据3: 过去6个月内使用过的身体护理产品，2020年 vs 2021年
- 女性为身体护理用品花费更多，男性则不太重视
数据4: 美容及个人护理产品的消费变化趋势，女性，2021年
数据5: 美容及个人护理产品的消费变化趋势，男性，2021年
- 足部护理与健康密切相关
数据6: 使用足部护理产品的原因，2021年
- 有效或创新的功效是身体护理产品的购买动因
数据7: 身体/手部/足部护理产品的购买动因，2021年
- 滋润效果持久是衡量有效性的重要指标
数据8: 体现身体滋润乳/霜/膏功效的因素，2021年
- 专业品牌在身体护理品类中受到欢迎
数据9: 身体/手部/足部护理产品的品牌偏好，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 以面部护理级别呵护身体各部位肌肤
数据10: 玉兰油焕亮系列新品，中国，2021年
数据11: 多芬身体精华与手部精华新品，中国，2021年
数据12: 针对特定身体部位的新产品，印度尼西亚和日本，2021年
- 足部护理产品的下一步发展
- 强调“放松”主题
数据13: 宣称具有放松功效的足部护理产品，美国和德国，2020-2021年
数据14: Spa Ceylon绿薄荷足部清新喷雾，斯里兰卡，2021年
- 通过产品组合扩充消费者的购物车
数据15: Voesh舒缓薰衣草足部护理套装，美国，2021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。

市场规模与预测

- 2020年后逐渐复苏

数据16: 身体护理用品市场销售额和增长率，中国，2017-2021年

数据17: 身体护理用品市场总销售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年

市场细分

- 身体护理细分仍是关键驱动力

数据18: 身体护理用品市场的销售额细分份额，中国，2017-2021年

市场因素

- 身体护理与健康趋势紧密相关
- 面部护肤功效持续发展并扩展至身体护理
- 卫生习惯对身体护理用品的推动作用或将逐渐消失
- 身体护理产品的使用率停滞不前

市场份额

- 联合利华凭借凡士林巩固了其领导地位
数据19: 身体护理用品领先制造商的销售额市场份额，中国，2019和2020年
数据20: 凡士林全系列护手霜产品，中国，2021年
数据21: 凡士林新产品，中国，2021年
- 上海薇度化妆品有限公司进入前十
- 高端品牌保持平稳表现
数据22: 欧舒丹与娇韵诗的推广强调居家SPA，中国，2021年
- 专业针对皮肤问题的护肤品牌广受欢迎
- 新锐个人护理品牌发展势头强劲
数据23: 摇滚动物园嘟嘟润肤身体乳，中国，2020年

营销活动

- 结合特定日常生活场景
数据24: 结合特定日常生活场景的产品推广，中国，2021年
- 与跨品类产品共同推广
数据25: 与跨品类产品共同推广的身体护理产品，中国，2021年
- 利用皮肤科专业背景赢取信任
数据26: 专业针对皮肤问题的护肤品牌的身体护理产品，中国，2020-2021年
- 联手化妆品店，开辟新销售渠道
数据27: 身体护理品牌进入线下渠道，中国，2021年

新产品趋势

- 新品发布向手部护理倾斜

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28: 身体护理产品上市新品（按细分区分），中国，2019-2021年（截至6月）

数据29: 手部护理新品发布，中国，2021年

- 去角质身体护理产品增长迅速

数据30: 身体护理产品新品前十个宣称，中国，2019-2021年（1-6月）

- 抗衰老宣称在手部护理用品中受到欢迎

数据31: 手部/指甲护理产品新品的前十个宣称，中国，2019-2021年（1-6月）

- 健康仍然是流行概念

数据32: 含有舒缓香味的身体护理新产品，韩国和巴西，2021年

数据33: Selfmade“砾”练磨砂膏，美国，2021年

- 创新的环保产品兴起

数据34: 创新生态产品，匈牙利和新加坡，2021年

产品使用情况

- 身体护理产品使用停滞

数据35: 过去6个月内使用过的身体护理产品，2020年 vs 2021年

- 更多女性使用手部及足部护理产品，而男性则关注身体护理产品

数据36: 过去6个月内使用过的身体护理产品（按性别区分），2021年

数据37: 女性过去6个月内使用过的身体护理产品——手膜和足贴（按年龄区分），2020年 vs 2021年

数据38: 男性过去6个月内使用的身体护理产品——身体乳液与身体磨砂产品（按年龄区分），2020年 vs 2021年

- 18-24岁消费者更多使用身体磨砂产品和足膜

数据39: 过去6个月内使用过的身体护理产品（按年龄区分），2021年

- 25岁及以上消费者对身体护理精油的接受度更高

消费变化趋势

- 女性为身体护理产品花费更多

数据40: 美容及个人护理产品的消费变化趋势，女性，2021年

- 男性不重视身体护理产品

数据41: 美容及个人护理产品的消费变化趋势，男性，2021年

- 30-39岁的女性最为活跃，25-29岁的男性表现突出

数据42: 消费变化趋势——身体护肤品（按性别和年龄区分），2021年

使用足部护理产品的原因

- 养生比护肤更重要

数据43: 使用足部护理产品的原因，2021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。

- 女性更关心护肤功效，男性将足部护理与整体健康相联系
数据44: 使用足部护理产品原因（按性别区分），2021年
- **18-24岁的消费者也是养生达人**
数据45: 使用足部护理产品的原因（按年龄区分），2021年
- 年轻一代对足部美白产品需求更多
- 成熟群体用足部护理产品犒劳自己

购买动因

- 消费者在购买身体护理产品时以功效为导向
数据46: 身体/手部/足部护理产品的购买动因，2021年
- 身边人推荐比名人效应更重要
- 成熟群体更愿意尝试新功效与新品牌
数据47: 身体护理产品的购买动因（按年龄区分），2021年

体现功效的因素

- 长期改善比即时见效更重要
数据48: 体现身体滋润乳/霜/膏功效的因素，2021年
- 一款有效的身体乳液应持久保湿
- 女性期待长期改善，男性需要即时见效
数据49: 体现身体滋润乳/霜/膏功效的因素（按性别区分），2021年
- 成熟群体格外注重滋润功效
数据50: 体现身体滋润乳/霜/膏功效的因素（按年龄区分），2021年
- **18-24岁群体更信任消费者反馈与权威机构**

品牌偏好

- 专门的身体护理品牌最受欢迎
数据51: 对身体/手部/足部护理产品的品牌偏好，2021年
- 不同细分中受青睐的品牌类型各异
- **18-24岁消费者偏爱医药品牌，25岁及以上人群信任专业针对皮肤问题的护肤品牌**
数据52: 对身体/手部/足部护理产品的品牌偏好（按年龄区分），2021年

附录——市场规模与预测

数据53: 身体护理产品的市场销售额，中国，2016-2026年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 扇形图预测
- 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)。