

男性美容护理流程 - 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

- 过去3年男性使用面部护肤品的变化
- 男性消费者对面部护肤品的使用习惯和态度
- 男性消费者对化妆品的使用习惯和态度
- 男性消费者最担忧的外表问题以及对品牌的启发
- 男性消费者眼中理想的美容与个人护理品牌

男性对面部护肤品的使用继续呈两极化趋势。中国部分男性消费者不断丰富其面部护肤流程，使用除了洁面产品以外的更多产品。比如面膜的渗透率稳步攀升，从2019年的22%上升至2021年的28%。但同时，不再使用面部护肤品的男性比例也逐年攀升。过去3年此类消费者的比例从21%上升至28%。

品牌可把握机遇，进一步培养对面部护肤持积极态度的现有用户。男性消费者越来越关注皮肤黑/肤色暗沉和皮肤衰老等问题，品牌不妨迎合此类需求，丰富男士护肤流程所用的产品系列。

但持续的两极化现象表明，该市场将出现越来越多不使用或偶尔使用面部护肤品的男性消费者，这将不可避免地对未来增长构成负面影响。



“即使疫情的影响不断减弱，男性对面部护肤品的使用仍然呈两极化趋势，这是一把双刃剑。一方面，该市场迎来更多男性美容爱好者，将带动更多高阶面部修护产品的使用；另一方面，不使用或偶尔使用面部护肤品的男性消费者数量不断增加，说明男性消费者对面部护肤品的需求不如女士消费者普遍，限制了该市场的未来发展潜力。”

— 李玉梅，研究副总监

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

- 本报告涵盖的关键议题
- 报告定义
- 细分群体定义（按个人月收入区分）

综述

- 市场
数据1: 男士面部护肤品市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年
- 公司与品牌
数据2: 男士面部护肤品领先企业的销售额份额，中国，2019和2020年
- 消费者
- 产品使用继续呈两极化趋势，面膜产品有所增长
数据3: 过去6个月内用过的面部护肤品，2019-2021年
- 男性希望通过女士或不区分性别的品牌丰富产品选择
数据4: 面部护肤品的品牌偏好（按年龄区分），2021年
- 化妆在男性消费者中仍然小众
数据5: 过去6个月用过的化妆品，2021年
- 面部遮瑕并非男性化妆的唯一原因
数据6: 对化妆的态度，2021年
- 男性对肌肤暗沉和衰老问题表现出明显担忧
数据7: 对外表的担忧，2021年
- 男性消费者在美容品类中也重视品牌专业性
数据8: 理想的男士美容个护品牌的特质，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 从“男士专用”到“适合我用”，男性已准备好接受中性美容
数据9: Malin+Goetz) 每日护肤精华系列，美国，2021年
- 了解男士化妆现状
数据10: 资生堂男士面部上妆图，日本，2020年

市场规模与预测

- 男士面部护肤品市场呈缓慢增长态势
数据11: 男士面部护肤品市场销售额及年增长率，中国，2017-2021年（预估）
数据12: 男士面部护肤品市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026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。

市场因素

- 对外表的关注度提升促使男性消费者寻求高阶护肤功效
- 年长男性消费者在面部护肤品的使用方面与年轻男性消费者持平
- 男性对面部护肤品的使用继续呈两极化趋势
- 面部护肤品并非男性用于提升外表形象的首选

数据13: 美容个护产品消费支出变化, 2021年

市场份额

- 大量新兴本土品牌崛起，挑战市场头部玩家
数据14: 男士面部护肤品领先企业的销售份额, 中国, 2019和2020年
数据15: 完美日记男士系列产品, 中国, 2021年
- 女士护肤品牌推出的高端产品广受欢迎
数据16: 资生堂男士焕能肌活精华露, 中国, 2021年

营销活动

- 品牌合作仍是关键，且品牌正进一步丰富合作形式
数据17: 理然与其他品牌的联名新品, 中国, 2020-2021年
数据18: 蓝系 X 灵笼 L2-Box 联名限定礼盒, 中国, 2021年
- 品牌借助快闪店吸引男性消费者
数据19: 妮维雅男士“实力型男研究所”, 中国, 2021年
数据20: 欧莱雅“型男颜值便利店”, 中国, 2021年
- 哔哩哔哩成为营销新战场
数据21: 欧莱雅男士在哔哩哔哩网站赞助的猛男舞团 (IconX) 视频, 中国, 2021年

新产品趋势

- 从全球范围来看，疫情导致男士面部护肤品新品下滑
数据22: 男士面部护肤品新品占比, 中国、日本、韩国、英国和美国, 2017-2021年 (截至2021年6月)
- 中国男士面部护肤品市场进一步聚焦洁面产品
数据23: 男士面部护肤品新品 (按子品类区分), 中国, 2017-2021年 (截至2021年6月)
数据24: 妮维雅男士HydraMax深海原力水活紧致精华眼膜, 中国, 2021年
- 提亮/焕彩宣称出现显著增长
数据25: 男士面部护肤品新品中的部分热门宣称, 中国, 2016-2021年 (截至6月)
- 男士面部护肤品市场推出更多贴片式面膜
数据26: 男士面部护肤品新品 (按形态与质地区分), 中国, 2017-2021年 (截至6月)
数据27: 男士贴片式面膜新品, 中国, 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。

- 品牌推出更多进阶祛痘解决方案
数据28: 曼秀雷敦男士控油系列，中国，2021年
数据29: 妮维雅男士喜马拉雅岩盐深抗痘精华，中国，2021年
- 主流品牌入局男士底妆产品市场
数据30: 男士底妆新品，中国，2021年
- 多功能产品迎合男士对便利性的需求
数据31: JACB可物保湿醒活面膜，中国，2021年
- 男士化妆品采用街头服饰销售模式
数据32: Faculty指甲油和美甲贴（SS2021），美国，2021年

面部护肤品使用情况

- 产品使用继续呈两极化趋势
数据33: 过去6个月内用过的面部护肤品，2019-2021年
数据34: 过去6个月内用过的面部护肤品种类的数量，2020vs2021年
- 面膜和面部防晒的使用有所增长
数据35: 过去6个月内用过的面部护肤品：面膜与面部防晒（按年龄区分），2020vs2021年
- 25-29岁男性消费者使用的面部护肤品种类最多**
数据36: 过去6个月内用过的面部护肤品种类的数量（按年龄区分），2021年
数据37: 男性消费者对视频/节目的兴趣（按年龄区分），2021年

面部护肤品使用习惯与态度

- 大部分男性并非面部护肤品新用户
数据38: 面部护肤品的使用年限，2021年
数据39: 对使用更多面部护肤品的态度（按使用年限区分），2021年
数据40: 面部护肤品的使用习惯（按使用年限区分），2021年
- 更多成熟男性消费者可能会转向女士面部护肤品
数据41: 面部护肤品的品牌偏好（按年龄区分），2021年
数据42: 面部护肤品的品牌偏好（按使用年限区分），2021年
数据43: 过去6个月内用过的面部护肤品（按品牌偏好区分），2021年
- 较年长的男性倾向于去网上搜索面部护肤品知识
数据44: 偏好的了解面部护肤品的方式（按年龄区分），2021年
- 男性消费者同样渴望了解更多的面部护肤品知识
数据45: 对产品信息的态度（按年龄区分），2021年

化妆品使用情况

- 约14%的被访者使用过化妆品
数据46: 过去6个月用过的化妆品，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

数据47: 过去6个月内用过的化妆品，化妆品用户，2021年

- 较年轻男性消费者的使用率与年轻男性消费者旗鼓相当

数据48: 过去6个月内用过的底妆产品（按年龄区分），2021年

化妆品的使用习惯与态度

- 男士不介意展示自身对化妆的积极态度

数据49: 对化妆的态度，2021年

- 男性消费者愿意发掘尝试更多的化妆品

数据50: 对化妆品的态度，2021年

- 化妆品性别因素的重要性更低

数据51: 对化妆品的品牌偏好（按个人月收入区分），2021年

- 逾半数男性化妆者去网上搜索化妆知识

数据52: 偏好的了解化妆品的方式（按年龄区分），2021年

对外表的担忧

- 男士对外表的担忧不再局限于皮肤出油和长痘

数据53: 对外表的担忧，2021年

- 皮肤黑/肤色暗沉是所有年龄段男性消费者最担忧的问题之一

数据54: 对外表的担忧排名（按年龄区分），2021年

理想的男士美容个护品牌

- 专业和高性价比是理想品牌的必备特质。

数据55: 理想的男士美容个护品牌的特质，2021年

- 关注重点因年龄而异

数据56: 理想的男士美容个护品牌的特质（按年龄区分），2021年

- 创意成为吸引高个人月收入消费者的关键

数据57: 理想的男士美容个护品牌的特质（按个人月收入区分），2021年

- 线上消费者更青睐专业和有科技感的品牌

数据58: 理想的男士美容个护品牌的特质（按偏好的了解面部护肤品的方式区分），2021年

附录——市场规模与预测

数据59: 男士面部护肤品市场销售额及年增长率，中国，2016-2026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)。