

# 抗衰老产品 - 中国 - 2021年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

- 抗衰老市场的市场概况与竞争趋势
- 消费者对于衰老的看法以及她们对抗衰老产品的使用情况
- 消费者对于肌肤衰老原因的认知
- 重要的抗衰老宣称相比2019年有哪些变化
- 按对衰老与抗衰老的态度划分的消费群体

品牌需要了解消费者对衰老的看法有哪些变化，以及她们如何应对衰老问题。皮肤松弛和皱纹等明显的衰老迹象仍然是中国女性最关心的问题，但她们同时也越来越关注改善肤色和修复肌肤屏障——这反映了她们对肌肤健康的重视。此外，头发/头皮和身体肌肤的衰老也得到了消费者的关注。未来几年，心理健康将成为愈发重要的抗衰老话题。

同时，消费者开始更全面地应对衰老问题，并将目光投向了护肤品以外的解决方案。尽管美容保健品、美容仪器甚至医疗美容都是不错的选择，但健康的生活方式才是终极抗衰老解决方案。



“中国女性仍然追求更年轻的容貌，改善皮肤松弛和皱纹等明显的肌肤衰老迹象依然是其首要需求。同时，消费者对衰老的看法以及应对衰老问题的方法更趋多样化。如今，消费者在应对肌肤问题时，开始将目光投向护肤品以外的解决方案。在这一趋势下，头发和头皮的衰老以及心理健康将成为未来几年的重要话题。抗衰老产品需要成为消费者日常健康流程的一部分，并与她们的生活方式和生活环境产生协同效应。” - 李玉梅，副总监

## 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://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
- 定义

### 综述

- 市场与竞争
- 旺盛的消费需求利好抗衰老市场
- 产品宣传仍然围绕成分，但采用新的营销故事
- 本土品牌开始参与技术创新竞争
- 中国市场关注肌肤需求，面向更年期女性的产品在西方国家越来越重要
- 消费者
- 消费者仍然关注明显的衰老迹象  
数据 1: 衰老的迹象，2020年vs2021年
- 生活方式因素最为显著  
数据 2: 肌肤衰老的原因，2021年1月
- 抗衰老关乎各种品类  
数据 3: 抗衰老产品的使用情况，2021年1月
- 防晒是抗衰老的第一步  
数据 4: 抗衰老面部护肤品的使用情况，2021年1月
- 消费者更加关注肤色和肌肤屏障  
数据 5: 抗衰老面部护肤品最重要的宣称，2019年vs2021年
- 仍然强烈希望自己看起来比实际年龄更年轻  
数据 6: 对抗衰老的态度，2021年1月
- 蕴藏商机的四大消费群体  
数据 7: 消费者细分，2021年1月
- 我们的观点

### 议题与洞察

- 开拓抗头发与头皮衰老市场
- 针对敏感或受损肌肤的抗衰老解决方案  
数据 8: 薇姿实验室玻尿酸充盈抚纹精华液，中国，2021年  
数据 9: 雪花秀滋盈生人参密集修护精华液，中国，2020年
- 从抗衰老护肤品到抗衰老生活方式  
数据 10: 倩碧肌肤饮品系统，美国，2020年  
数据 11: FANCL x 超级猩猩“年轻，弹回来”活动，中国，2020年  
数据 12: 飞利浦“#Don'tSleepOnIt”营销战役示例，印度，2020年

### 市场与竞争——关键点

- 市场表现良好，消费需求旺盛

## 报告内容

### 综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

## 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](https://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

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 品牌正在升级关于成分的产品宣传
- 针对更年期女性的产品在西方国家蓬勃发展

### 市场增长动力

- 中国女性仍然强烈希望自己看起来更年轻
  - 成熟女性蕴藏商机
  - 消费者寻求整体抗衰老解决方案
  - 抗衰老护肤继续推动高端美容的发展
- 数据 13: 本土品牌抗衰老护肤品新品示例，中国，2020年  
 数据14: 高端品牌抗衰老面部护肤品新品示例，中国，2021年

### 竞争策略

- 本土品牌开始在技术创新方面向国外品牌发起竞争  
 数据 15: 美丽法则产品示例，中国，2021年
- 产品宣传升级，突出明星成分组合  
 数据 16: 含有玻色因的抗衰老护肤品新品示例，中国，2020年
- 详细介绍原料供应商，以彰显自身的质量和可信性  
 数据 17: Mixx Laboratory关于成分和供应商的宣传，中国，2020年

### 新品发布与创新

- 中国市场的抗衰老新品以护肤品为主  
 数据 18: 具有抗衰老宣称的美容产品新品（按品类区分），中国、日本、韩国、美国和英国，2020年  
 数据 19: 抗衰老彩妆新品，中国，2020年
- 颈部护理市场规模较小，但呈现新的上升趋势  
 数据 20: 抗衰老护肤品新品（按子品类区分），中国，2016-2020年  
 数据 21: 抗衰老颈部护理产品\*新品，中国，2016-2020年  
 数据22: 抗衰老颈部护理产品新品，中国，2020年
- 精华乳和精华液新品显著增长  
 数据 23: 抗衰老护肤品新品（按形式和质地区分），中国，2016-2020年  
 数据24: 巴黎欧莱雅复颜玻尿酸水光充盈导入精华面霜，中国，2021年
- 提亮宣称的重要性超过抗皱  
 数据 25: 抗衰老护肤品新品的主要宣称，中国，2016-2020年  
 数据 26: 雅诗兰黛白胶原系列，中国，2021年
- 海外市场的创新亮点
- 适合所有年龄段的美容品牌  
 数据 27: LaMaria产品示例，美国，2021年  
 数据 28: Kindra产品示例，美国，2019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

同主题过往报告

## 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 29: State Of产品示例，美国，2020年

数据 30: 雅芳Adapi更年期护肤套装，英国，2021年

### 消费者——关键点

- 皮肤松弛和皱纹意味着肌肤衰老，但消费者更加关注肤色和肌肤屏障
- 缺乏睡眠已取代年龄增大，成为导致肌肤衰老的首要因素
- 消费者对整体抗衰老解决方案持开放态度，不过面部护肤品仍是首选
- 关注4个消费群体

### 衰老的迹象

- 皮肤松弛和皱纹意味着肌肤衰老  
数据 31: 衰老的迹象，2020年vs2021年
- 头发问题的关注度略高于去年  
数据 32: 衰老的迹象——头发问题（按个人月收入区分），2021年1月
- 心理健康问题仅次于肌肤衰老

### 肌肤衰老的原因

- 缺乏睡眠问题受到普遍关注  
数据 33: 肌肤衰老的原因，2021年1月  
数据 34: 可口可乐尊选28睡醒颜，中国，2020年  
数据 35: Moonlit Skincare终极好眠套装（The Ultimate Sleep Kit），美国，2019年
- 帮助消费者改善压力和不健康饮食成为商机
- 不同年龄段的人群需要不同的解决方案来对抗外部侵害  
数据 36: 肌肤衰老的原因——外部因素（按年龄区分），2021年1月

### 抗衰老产品的使用情况

- 面部护肤品是首选，但消费者对整体解决方案持开放态度  
数据 37: 抗衰老产品的使用情况，2021年1月
- 从身体内部改善肤色  
数据 38: 衰老的迹象（按美容保健品的使用情况区分），2021年1月
- 年轻消费者对抗衰老品类仍持观望态度  
数据 39: 抗衰老产品的使用情况——最近正在用（按年龄区分），2021年1月

### 抗衰老面部护肤品的使用情况

- 防晒和洁面是最重要的步骤

### 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

## 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

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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 40: 抗衰老面部护肤品的使用情况，2021年1月

数据 41: 怡思丁臻维光护时光修复水感防晒液SPF50，中国，2020年

- 25-29岁的消费者倾向于关注眼霜和面部精华乳

数据 42: 抗衰老面部护肤品的使用情况（按年龄区分），2021年1月

- 一线城市抗衰老护肤品使用率最高，尤其是面部精油

数据 43: 抗衰老面部护肤品的使用情况（按城市线级区分），2021年1月

数据 44: 高个人收入和低个人收入消费者在抗衰老面部护肤品使用情况方面的差别，2021年1月

### 抗衰老宣称

- 消费者可能转而采用其他抗皱解决方案

数据 45: 抗衰老面部护肤品最重要的宣称，2019年vs2021年

数据 46: 抗衰老面部护肤品最重要的宣称（按美容仪器的使用情况区分），2021年1月

- 改善肤色和修复肌肤屏障与抗衰老的联系日益紧密

- 年龄较长的女性对改善肤色的需求正在增长

数据 47: 抗衰老面部护肤品最重要的宣称（按年龄区分），2019年vs2021年

数据 48: HR赫莲娜至美琉光恒采密集焕颜精华液的产品介绍，中国，2020年

### 对衰老与抗衰老的态度

- 对年轻外表的强烈渴望促使人们积极采取抗衰老措施

数据 49: 对抗衰老的态度，2021年1月

### 消费者细分

- 抗衰老是一项普遍需求，但消费者采取的抗衰老方法不尽相同

数据 50: 消费者细分，2021年1月

- “拥抱健康者”：抗衰老关乎实现整体健康

- 她们是谁？

数据 51: 对抗衰老的态度——非常同意部分说法（按消费者细分区分），2021年1月

数据 52: 衰老的迹象——部分迹象（按消费者细分区分），2021年1月

数据 53: 抗衰老产品的使用情况——最近正在用（按消费者细分区分），2021年1月

- 商业机会

- “积极对抗者”：为了看起来更年轻，在各种美容产品上投入重金

- 她们是谁？

## 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

## 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](https://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 54: 对抗衰老的态度——非常同意部分说法（按消费者细分区分），2021年1月

数据 55: 抗衰老面部护肤品的使用情况——部分面部护肤品（按消费者细分区分），2021年1月

数据 56: 重要的抗衰老宣称——部分宣称（按消费者细分区分），2021年1月

- 商业机会
- “自信面对者”：走自己的抗衰老之路
- 她们是谁？

数据 57: 对抗衰老的态度——非常同意或同意部分说法（按消费者细分区分），2021年1月

- 商业机会
- “焦虑观望者”：害怕变老，但还没准备好在抗衰老上花很多钱
- 她们是谁？

数据 58: 肌肤衰老的原因——部分原因（按消费者细分区分），2021年1月

- 商业机会

#### 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

同主题过往报告

## 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](https://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

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

## 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)。