

美容仪器 - 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

- 市场概况与美容仪器细分市场的增长率
- 全球视野下的美容仪器创新与中国市场的营销活动
- 不同美容仪器的使用情况的变化
- 频繁使用壁垒
- 眼部护理仪的购买因素
- 消费者对美容仪器产品/服务的期望

由于消费者有更好地管理皮肤状况的需求，且正积极探索各种美容仪器，因此，几乎每种产品类型的使用率在2021年都有增长。尽管消费者变得越来越成熟，但她们对补水等基础护肤需求仍然显著（脸部蒸汽仪的使用率从2020年的18%增长至2021年的25%）。并且，在所有城市线级中，该需求的显著程度并无差异，这表明基础护肤功效是一种不能被忽略的普遍需求。

虽然消费者最重视产品安全性和有效性，但是她们的这一需求仍未被满足。此外，尽管使用美容仪器已经成为部分消费者的固定习惯，但一旦发现产品没有效果或不安全，她们仍然很有可能不再使用美容仪器。在产品类型方面，按摩仪必须向消费者证明其有效性，而洁面仪则必须处理温和性问题，以防消费者流失。

由于消费者认为美容仪器是解决特定皮肤问题的方法，因此满足消费者的独特需求，并提供合适的解决方案会对她们有吸引力，而先进技术将成为实现这件事情的重要工具。

“由于消费者希望靠美容仪器解决特定的皮肤问题，她们对美容仪器的需求因此有所增长，这使得去年各种产品类型的使用率上升。其中，洁面仪及补水保湿仪等基础产品的用户群增长最明显。这表明，消费升级并非美容仪器市场的唯一趋势，因为消费者在使用美容仪器时，已变得更理智和实际。”

– 蒋亚利，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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

美容仪器 - 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.

目录

概述

- 报告关键议题
- 定义
- 细分群体定义（按个人月收入区分）

综述

- 市场与竞争
- 美容仪器本年度继续增长
  数据1: 总体美容仪器市场及其细分市场的销售额与增长率，2020-2021年
- 高阶功效与基础功效都是消费者需求
- 激烈的竞争加速了多功能仪器的增长
- 精确护理与定制化正在流行
- 消费者
- 对基础护肤功效的需求仍需被重视
  数据2: 过去6个月使用过的美容仪器，2021年vs2020年
- 超过一半的女性在护肤步骤中使用美容仪器
  数据3: 美容仪器的使用习惯——部分习惯，2021年
- 太过耗时是频繁使用的障碍
  数据4: 频繁使用美容仪器的壁垒，2021年
- 材质安全报告能够说服超过**60%**的消费者
  数据5: 美容仪器体现安全的因素，2021年
- 一个针对眼部护理问题的细分市场
  数据6: 眼部护理仪的购买因素，2021年
- 定制化的美容仪器备受欢迎
  数据7: 美容仪器的配套产品和服务，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 避免"滥用"KOL
- 真正意义上的定制化正在袭来
  数据8: 定制化的美容仪器示例，中国与日本，2021年
- 越早行动，获利越多
  数据9: 针对年轻女性的美容仪器示例，中国，2021年

市场与竞争 – 市场规模

- **2021**年消费者使用种类的增加推动了美容仪器市场的快速增长
  数据10: 总体美容仪器市场的销售额与增长率，2020-2021年

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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

美容仪器 - 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.

市场因素

- 中国市场的美容仪器缺乏具体规范
- 资本持续注入市场

  数据11: 本土美容仪器品牌融资情况，中国，2021年
- 消费者的投资也在增加

  数据12: 美容个护产品消费支出变化——"花费得更多"，2021年
- 对于广告/宣传更加严格的监管

市场细分

数据13: 总体美容仪器市场及其细分市场的销售额与增长率，2020-2021年

- 对紧致抗衰的需求仍然坚挺
- 清洁净透细分市场规模略微下滑
- 多功能产品提供高性价比

  数据14: 多功能美容仪器示例，中国
- 创新的产品形式维持补水保湿细分市场的增长

  数据15: 注氧仪示例，中国
- 皮肤护理细分市场规模缩小
- 眼部护理仪正在流行

营销活动

- 美容仪器品牌扩展产品组合，将护肤产品与美容保健品纳入门下

  数据16: 黎珐产品组合，中国
- 针对医美爱好者

  数据17: 针对医美整形爱好者的美容仪器示例，中国
- 家电品牌进军眼部护理细分市场

  数据18: 具备双重功效的眼部护理仪示例，中国
- 虽然进军男性市场，但产品与女性市场的产品供应并无显著差异

  数据19: 斐珞尔露娜3男性与女性专用款背后的原理/技术支撑，中国

新产品趋势

- 从脸部到全身

  数据20: 身体美容仪示例，中国
- 从护肤到彩妆与护发

  数据21: 高科技彩妆和护发设备，美国与法国，2021年
- 打造无接触的护肤流程

  数据22: 无接触美容仪器示例，韩国，2021年
- 可穿戴美容仪器让消费者可随时随地使用

  数据23: 可穿戴美容仪器，日本
- 搭载科技的面膜

  数据24: 科技赋能的面膜示例

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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

美容仪器 - 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.

消费者 – 产品使用情况

- 基础产品的使用率仍占据高地
  数据25: 过去6个月内使用过的美容仪器，2021年vs2020年
- 超过一半的女性至少使用**3**种美容仪器
  数据26: 过去6个月内消费者使用的美容仪器的数量，2020年vs2021年
- **25-39**岁的女性最热衷使用美容仪器
  数据27: 过去6个月内使用过的美容仪器（按年龄区分），2021年
- 不同城市线级的使用率呈两极化
  数据28: 过去6个月内使用过的美容仪器（按城市线级区分），2021年
- 敏感肌消费者积极尝试各种美容仪器
  数据29: 过去6个月内使用过的美容仪器（按皮肤状况区分），2021年

使用习惯

- 接近**6**成是“高频消费者”
  数据30: 美容仪器的使用习惯——部分习惯，2021年
- 将**40**岁以上的女性转化为高频消费者是有必要的
  数据31: 美容仪器的使用习惯（按年龄区分），2021年
- **40%**女性只使用同一种品牌
  数据32: 美容仪器的使用习惯——部分习惯，2021年
- 医美爱好者积极行动
  数据33: 美容仪器的使用习惯——“用得多/用得更多”（按对美容与时尚的行为/态度区分），2021年
  数据34: 美容仪器的使用习惯——“用得多/用得更多”（按护肤产品或服务的使用情况区分），2021年

频繁使用壁垒

- 太耗时间是频繁使用的最大壁垒
  数据35: 可即时使用的美容仪器示例，日本
  数据36: 频繁使用美容仪器的壁垒，2021年
- **18-24**岁女性是要求最高的消费者
  数据37: 频繁使用美容仪器的壁垒（按年龄区分），2021年
- 缺乏有效性导致人们更少使用按摩仪
  数据38: 频繁使用美容仪器的壁垒（按产品使用情况区分），2021年

体现安全的因素

- 最担忧材质安全
  数据39: 美容仪器体现安全的因素，2021年
- 女性随着年龄渐长而不断增加投资

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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

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.

数据40: 美容仪器体现安全的因素（按年龄区分），2021年
- 三线城市的消费者需要指引
  数据41: 美容仪器体现安全的因素（按城市线级区分），2021年
- 来自真实消费者与专业人士的声音同样重要
  数据42: 对美容仪器体现安全的因素的TURF分析，2021年

眼部护理仪的购买因素

- 一个极度以功能为导向的产品
  数据43: 眼部护理仪的购买因素，2021年
- “贪婪”的18-24岁女性
  数据44: 眼部护理仪的购买因素（按年龄区分），2021年
- 一线城市消费者重视微小却具体的细节
  数据45: 眼部护理仪的购买因素（按个人月收入区分），2021年
- 有眼周皮肤问题的消费者更加功能导向
  数据46: 眼部护理仪的购买因素（按眼周皮肤问题区分），2021年

配套产品与服务

- 有效性仍然至关重要
  数据47: 美容仪器的配套产品和服务，2021年
  数据48: 使用手机应用程序分析皮肤状况并提供个性化解决方案的美容产品示例，韩国，2021年
- 定制化产品/服务可吸引25-29岁的消费者
  数据49: 美容仪器的配套产品和服务（按年龄区分），2021年
- 免费试用品吸引低收入消费者
  数据50: 美容仪器配套产品和服务（按个人月收入区分），2021年
- 结合多种功能性效益将有效性最大化
  数据51: 对美容仪器配套产品和服务的TURF分析，2021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

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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

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.** 。

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有