



个人护理小家电 - 中国 - 2021年3月

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

- 了解自我，管理健康
- 赋能消费者成为“产消合一者”
- 除了产品外，还提供体验

尽管受到新冠疫情的冲击，个人护理小家电市场仍保持两位数的增长，并且有望在未来5年内继续增长。主要市场参与者通过电商、实体店和直达消费者模式，将服务范围扩展到低线城市。品牌商需要灵活地响应消费者的新兴需求，包括专业级效果，个人护理方面的指导和培训。

消费者非常热衷于个人护理小家电。优化用户体验并提供情绪助益对于刺激进一步增长具有重要意义。亲身体验对于刺激消费者购买至关重要，这样可以减轻安全顾虑并消除学习障碍，品牌商可以通过实体店或“先试后买”模式提供亲身体验。同时，消费者正在树立科学的消费观，并在做出购买决策时采取谨慎的态度。获得权威机构颁发的认证可以有效赢得消费者信任。提供专业级的效果是实现高端化的关键。通过在销售产品的同时提供知识和指导，品牌商有机会成为消费者信赖的健康顾问。



“得益于消费者对更健康生活方式和更便捷个人护理的不懈追求，中国个人护理小家电市场在过去几年蓬勃发展，并且有望继续稳步向前。电商加速了产品在市场上的渗透，并降低了新产品进入市场的门槛，尤其是随着直播带货的兴起和全渠道购物体验的提高，个人护理小家电市场欣欣向荣。随着“她经济”的兴起，个人护理小家电市场已开发出更加多样化的产品来满足女性的新兴需求，例如专业级的效果，这促使品牌创新设计出更可靠和强大的功能，并打造更人性化的产品。”

**购买此报告
吴梦莹，研究分析师**

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

- 您所需要了解的
- 报告定义

综述

- 市场
- 个人护理小家电市场呈现强劲增长势头
数据1: 个人护理小家电市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2015-2025年（预测）
- 新兴细分正在抢占市场份额

数据2: 个人护理小家电细分市场销售额占比，中国，2016-2020年（预估）

- 公司与品牌
- 品牌通过深入联系吸引更广泛的受众
- 重点企业快速响应新兴的消费者需求
- 消费者

- 个人护理小家电成为消费者普遍接受的健康解决方案

数据3: 个人护理小家电的拥有情况和购买兴趣，2021年1月

- 通过线上和线下渠道打造全面的品牌体验

数据4: 个人护理小家电的购买渠道，2021年1月

- 消费者会自行研究，同时参考不同的信息渠道

数据5: 购买个人护理小家电之前参考的信息渠道，2021年1月

- 内在价值在购买决策中为优先考虑因素

数据6: 吸引消费者购买个人护理小家电的因素，2021年1月

- 聚焦“她经济”

数据7: 与高品质女性美容/美发小家电产品相关的特点，2021年1月

- 赋能消费者成为“产消合一者”

数据8: 对于个人护理小家电的态度，2021年1月

- 我们的观点

议题与洞察

- 了解自我，管理健康
- 现状
- 启示
- 赋能消费者成为“产消合一者”
- 现状
- 启示
- 除了产品外，还提供体验
- 现状
- 启示

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

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——您所需要了解的

- 个人护理小家电市场保持强劲的增长势头
- 新兴细分市场增长迅速
- 消费者对优质生活和个人健康的渴望表明市场前景乐观

市场规模与预测

- 个人护理小家电行业增长势头依然强劲
数据9: 个人护理小家电市场销售额和增长率，中国，2014-2020年（预估）
数据10: 个人护理小家电市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2015-2025年（预测）

市场细分

- 新兴细分市场迅速赶上
数据11: 个人护理小家电细分市场销售额占比，中国，2016-2020年（预估）

市场增长动力

- 电商的蓬勃发展带动市场的增长
数据12: 网购用户规模以及在互联网用户中的占比，2016年12月-2020年12月
- 人们对高品质生活解决方案的追求带动长期增长
数据13: 人均可支配收入和增长率，2014-2020年
- 对个人健康的日益关注带来了巨大的增长潜力

重点企业——您所需要了解的

- 深耕低线城市
- 运用多元思维，打造个人健康解决方案
- 重新审视品牌与消费者之间的关系

竞争战略

- 在低线城市提高渗透率
- 从个人护理到科技加持的健康解决方案
数据14: 飞利浦产品采用的SenselQ和SkinIQ技术，2021年3月
- 跨品类策略流行
数据15: 海尔的新型电动按摩仪，2021年3月

谁在创新？

- 戴森与沙龙合作巩固其领先地位
数据16: 戴森与发型师和美发沙龙合作，2021年1月
- 布谷成立研究所与消费者共同创造价值
数据17: 用户对布谷研究所共创体验的评论，2019年12月

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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 飞利浦为消除学习障碍推出指导性App
数据18: 飞利浦推出指导性App，为激光脱毛仪消费者提供指导
- AWE回顾：新品牌正在跳出思维定势

消费者——您所需要了解的

- 个人护理小家电成为被消费者广泛接受的健康解决方案
- 亲身体验对促成购买至关重要
- 赋能消费者成为“产消合一者”

产品拥有情况

- 个人护理小家电成为公认的健康解决方案
数据19: 个人护理小家电的拥有情况和购买兴趣，2021年1月
- “她经济”的重要性日益提高
数据20: 部分个人护理小家电的拥有情况（按性别区分），2021年1月
- 针对产品生命周期的不同阶段采用差异化增长策略
数据21: 个人护理小家电的拥有情况，2020-2021年
- 个人护理的高阶需求带来巨大潜力
- 未来增长前景乐观
数据22: 频度分析——个人护理小家电拥有情况，2021年1月
- 数据23: 频度分析——个人护理小家电拥有情况（按家庭月收入区分），2021年1月

购买渠道

- 线上和线下渠道缺一不可
数据24: 个人护理小家电购买渠道，2021年1月
- 利用品牌的官方触点建立客户关系
- 年轻人为生活方式而消费
数据25: 从生活方式零售商处购买个人护理小家电的情况（按年龄区分），2021年1月
- 通过超市/大卖场吸引男性消费者
数据26: 个人护理小家电的部分购买渠道（按性别区分）2021年1月

信息获取渠道

- 综合性购物平台占主导地位
数据27: 购买个人护理小家电之前参考的信息渠道，2021年1月
- 数据28: 直白在淘宝上的店铺首页，2021年4月
- 利用社交媒体吸引低线城市的消费者
数据29: 在购买个人护理小家电之前参考的部分信息渠道（按城市线级区分），2021年1月
- 数据30: 戴森官方微信小程序，2021年4月
- 消费咨询备受关注

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

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31: 在购买个人护理小家电之前选择产品推荐网站/论坛作为信息渠道的人群（按家庭月收入区分），2021年1月

购物决策因子

- 内在价值对购物更有影响力

数据32: 吸引消费者购买个人护理小家电的因素，2021年1月

- 产品生命周期的阶段不同，消费者期望也不同

数据33: 购买个人护理小家电的因素——用户评价好（按品类区分），2021年1月

数据34: 购买个人护理小家电时的部分因素（按品类区分），2021年1月

- 亲身体验对于购买决策至关重要

数据35: 购买个人护理小家电的因素——良好的线下门店体验（按个人月收入区分），2021年1月

数据36: 由技术媒体ifanr.com提供支持的众测平台——糖纸众测

- 年轻消费者重视意见领袖的意见

数据37: 吸引消费者购买个人护理小家电的因素（按年龄区分），2021年1月

女士美容/美发小家电的重要性

- 安全仍是首要关注

数据38: 与高品质女性美容/美发小家电相关的特点，2021年1月

- 对使用效果的高期望值

数据39: 与高品质女性美容/美发小家电相关的特点，2021年1月

- 消费者看重内在价值，为新兴品牌带来机会

- 年轻消费者需要官方指导

数据40: 与高品质女性美容/美发产品相关的特点（按性别和年龄区分），2021年1月

数据41: 丁香医生发表的关于脱毛原理的文章

对于个人护理小家电的态度

- 成为“产消合一者”

数据42: 对于个人护理小家电的态度，2021年1月

- 消费者并不仅仅注重品牌本身

数据43: 老板电器的短片《家宴》，2021年2月

认识英敏特城市精英人群

- 城市精英人群往往最先尝试新兴产品

数据44: 部分个人护理小家电的拥有情况（按消费者分类区分），2021年1月

数据45: 频度分析——产品拥有情况（按消费者分类区分），2021年1月

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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 越成熟，越自信

数据46: 女士美容/美发小家电的重要性（按消费者分类区分），
2021年1月

附录——市场规模与预测

数据47: 个人护理小家电市场销售额预测（最好和最差情形），
中国，2015-2025年（预测）

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



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。