

低线城市：美容与个护 - 中国 - 2021年

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

- 美容学问的积累体现在对肤质适合度的追求
- 通过亮色系妆容和风格提升日常精神状态
- 留香型个护产品满足对“日常感”香氛的期待
- 长期补充美容成分以实现由内而外的保养效果
- 新概念形态创新帮助消费者“进阶”护肤习惯

低线城市消费者对于新的美容概念和美容个护产品有了更多的接触，并享受摸索学习的过程，从中不断更新自己的美容知识储备。他们会结合对自己肤质的了解，去积极尝试新产品，试图找到更适合自己的美容个护产品。

除了产品成分和功效性，他们也开始关注美容个护产品在质地、颜色、香味和形态包装上的差异化特征。在选购产品的过程中，这些因素能帮助他们判断这款产品是否符合自己的需求、风格和审美。

对低线城市消费者来说，美容个护产品可以带来的不仅是外在形象的提升，更能让他们拥有一种由内而外的自信气场。



“大量新的美容概念和美容个护产品正在不断刷新低线城市消费者在美容美妆方面的认知。除了成分和功效，他们开始更多注意到产品质地、香型、色彩效果和形态创新所能带来的新奇体验，并容易为之所吸引。美容个护品牌可以通过创建形象的产品昵称、扩大产品和服务的结合，来提高品牌的曝光度。”

— 邵愉茜，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

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
- 报告关键议题
- 报告范围
- 目标和研究方法
- 定量研究方法
数据1: 每个城市的取样结构如下所示：
- 定性研究方法
数据2: 定性研究采访城市
数据3: 定性研究中的受访者属性一览

综述

- 美容学问的积累：肤质适合度的表词达意
数据 4: 美妆护肤产品质地的相关访谈节选，2021年
数据 5: 增加可信度的因素（按年龄区分），2021年
- 色彩和风格的偏好：通过化妆和着装提升精神状态
数据 6: 色彩偏好的相关访谈节选，2021年
数据 7: 使用唇部彩妆的变化（按年龄区分），2021年
- 香味的接受度和选择：留香型的“日常感”香氛
数据 8: 香水和个护产品香味选择的相关访谈节选，2021年
数据 9: 购买香水的关注因素（按年龄区分），2021年
- 对美容成分和功效的理解：慢速调理与快速介入
数据 10: 内服保健品的相关访谈节选，2021年
数据 11: 医美服务的相关访谈节选，2021年
- 对品牌产品创新的态度：新概念形态创新是小众突破口
数据 12: 尝试新概念的相关访谈节选，2021年
数据 13: 对产品形态/质地的态度（按年龄区分），2021年
- 我们的观点

中国低线城市简介

- 消费信心回升快，消费承受能力加速
数据14: 对未来财务状况信心，非常有信心-比较有信心（按城市线级区分），2020-2021年
数据15: 消费信心与消费能力相关的专家访谈语录，2021年
- 性价比意识强烈，促销影响力大
数据16: 全国居民消费价格，2021年
数据17: 对物价变化的态度（按城市线级区分），2021年
数据18: 消费习惯相关的专家访谈语录，2021年
- 本土品牌接受度高，新兴品牌市场潜力大

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19: 本土高端化品牌与国外品牌的形象对比（按城市线级区分），2020年

数据20: 品牌选择相关的专家访谈语录，2021年

- 视频直播带货向“品效合一”转变

数据21: 对直播买货的态度，非常同意-比较同意（按城市线级区分），2020年

数据22: 直播带货相关的专家访谈语录，2021年

- 对皮肤保养的投入持续升温

数据23: 改善皮肤的方法（按城市线级区分），2021年

美容学问的积累：肤质适合度的表词达意

- 大量推荐信息激发不断尝新和升级的意欲

数据 24: 护肤美妆产品选择的变化的相关访谈节选，2021年

- 更注重通过质地和使用感受来“意会”适合与否

数据 25: 美妆护肤产品质地的相关访谈节选，2021年

- 专业机构和专业博主的背书得到年轻消费者的信任

数据 26: 增加可信度的因素（按年龄区分），2021年

- 借助质地“昵称”和专业背景来沟通产品功效

数据 27: COLOURPOP土豆泥高光和悦慕心情羊绒卸妆膏，2021年

数据 28: 玉泽皮肤屏障修护系列，2021年

色彩和风格的偏好：通过化妆和着装提升精神状态

- “提亮”是一种时髦和出挑的表现

数据 29: 色彩偏好的相关访谈节选，2021年

- 追求舒适大方的整体形象

数据 30: 风格偏好的相关访谈节选，2021年

- 疫情下的自然唇色大趋势和亮色系心态

数据 31: 使用唇部彩妆的变化（按年龄区分），2021年

- 美妆产品的沟通重点在于自信气场

数据 32: 完美日记成为中国体操队官方合作伙伴，2021年

数据 33: 稚优泉液体眼影，2021年

香味的接受度和选择：留香型的“日常感”香氛

- 对留香型个护产品的期待等同于入门级香水

数据 34: 香水和个护产品香味选择的相关访谈节选，2021年

- 护肤彩妆产品的香味带来成分安全和香味抵触的顾虑

数据 35: 护肤彩妆产品香味的相关访谈节选，2021年

- 低线城市年轻消费者享受香水的“可玩性”

数据 36: 购买香水的关注因素（按年龄区分），2021年

- 年轻消费者对面部护肤品的香味更敏感

数据 37: 面部护肤品的购买因素（按年龄区分），2020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。

- 香氛产品的品类延申与香味“新玩法”
数据 38: 歌露白漱口水，2021年
数据 39: 麦咖啡x多芬咖啡泡泡联名，2021年

对美容成分和功效的理解：慢速调理与快速介入

- 内服美容产品在于长期调理
数据 40: 内服保健品的相关访谈节选，2021年
- 美容保健品对整体身体机能也有益处
数据 41: 对保健品的态度（按年龄区分），2020年
- 轻医美服务口碑尚未建立
数据 42: 医美服务的相关访谈节选，2021年
数据 43: 低线城市的医美店铺和广告，2021年
- 医美效果对30-39岁消费者最有吸引力
数据 44: 想要尝试医美的原因（按年龄区分），2021年
- 有效成分的休闲食品跨界促成“有颜有品”
数据 45: 自然堂与乐乐茶的跨界联名，2019年
- 护肤彩妆品牌涉足线下美容保养服务
数据 46: 低线城市护肤品专柜的美容服务，2021年

对品牌产品创新的态度：新概念形态创新是小众突破口

- 找到新品类突破口的小众品牌大有机会
数据 47: 尝试新品牌的相关访谈节选，2021年
- 新概念的形态创新足够吸引“一次性顾客”
数据 48: 尝试新概念的相关访谈节选，2021年
- 便携性和肤感变化带给年轻消费者新奇的护肤体验
数据 49: 对产品形态/质地的态度（按年龄区分），2021年
- 通过形态创新帮助消费者“进阶”护肤习惯
数据 50: 毕生之研早C晚A眼霜，2021年
数据 51: 芙芙泥膜两部曲，2021年
数据 52: 黑龙江齐齐哈尔实体店的美容产品陈列，2021年

附录

- 缩写
- 被访者照片
- 被访者1：女，33岁，山西晋城
- 被访者2：女，28岁，山东聊城
- 被访者3：女，29岁，安徽蚌埠
- 被访者4：女，39岁，江西吉安
- 被访者5：女，34岁，湖北荆门
- 被访者6：女，25岁，河南驻马店
- 被访者7：女，25岁，陕西宝鸡
- 被访者8：女，33岁，广东韶关

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。

- 被访者9：女，26岁，黑龙江齐齐哈尔
- 被访者10：女，38岁，云南玉溪

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

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font. The letters are contained within a bright yellow speech bubble shape that has a tail pointing downwards and to the right. Below the main bubble, there are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

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)。