

皮肤管理 - 中国 - 2021年5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

- 消费者皮肤管理行为的变化
- 消费者了解皮肤情况、解决皮肤问题的方式偏好
- 针对皮肤敏感的专业护肤品的使用场景
- 针对皮肤敏感的专业护肤品的最重要宣称
- 专业针对皮肤问题的护肤品牌区别于普通护肤品牌的特质

在专业针对皮肤问题护肤品的使用者中，57%的被访者增加了使用产品的数量，普通护肤品使用者中该比例为32%。虽然专业针对皮肤问题的护肤品牌渗透率相对较低，但他们比普通护肤品牌拥有更高的消费者粘度。因此，专业针对皮肤问题的护肤品牌有潜力与消费者建立更紧密的关系。

随着普通护肤品牌不断加入竞争，为问题皮肤/敏感皮肤提供解决方案，专业针对皮肤问题的护肤品牌将在差异化方面面临挑战。此外，就应对皮肤敏感而言，消费者更倾向于偶尔（如换季时或日晒后）而非日常使用专业针对皮肤问题的护肤品。

消费者对于更多护肤功效的需求让专业针对皮肤问题的护肤品牌有机会提高其在消费者护肤流程中的重要性。除皮肤敏感外，消费者还使用专业针对皮肤问题的护肤品牌解决肤色暗沉、细纹等各式皮肤问题。因此，专业针对皮肤问题的护肤品牌不必局限于修护问题肌/敏感肌，可以试水更多多功能或进阶功效的产品。



“新冠疫情爆发后人们对健康的关注与日俱增，为专业针对皮肤问题的护肤品牌带来商机。然而，随着更多品牌的加入，竞争也愈发激烈。想要在竞争中更胜一筹，专业针对皮肤问题的护肤品牌应当充分利用其更高的消费者粘度，提供更多增值服务，化身消费者日常生活中专业且值得信赖的伙伴。此外，开发更多功效的产品、抓住逐渐觉醒的男性消费者也同样重要。”

— 柴静彦，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

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 定义

综述

- 市场与竞争
- 消费者
- 女性投入时间和金钱，男性只花钱
数据 1: 皮肤管理行为的变化，女性，2021年3月
数据 2: 皮肤管理行为的变化，男性，2021年3月
- 女性重视线下渠道提供的个性化服务，男性不在意皮肤情况
数据 3: 了解皮肤情况的方式（按性别区分），2021年3月
- 在解决皮肤问题时，女性优先考虑调整生活方式和普通护肤品，男性则少有行动
数据 4: 解决皮肤问题的方式偏好，女性，2021年3月
数据 5: 解决皮肤问题的方式偏好，男性，2021年3月
- 针对皮肤敏感护肤品只用于特定场景需求
数据 6: 针对皮肤敏感护肤品的使用场景，女性，2021年3月
- 即刻缓解比长期改善更重要
数据 7: 针对皮肤敏感的护肤品最重要的宣称，2021年3月
- 成分更有效是专业针对皮肤问题的护肤品应该具备的特质
数据 8: 专业针对皮肤问题的护肤品的特质，2021年3月
- 我们的观点

议题与洞察

- 化身专业可信的伙伴，融入消费者生活
- 现状
- 启示
数据 9: 玉泽科普贴文，中国，2020年
- 扩展产品系列，迎合多样需求
- 现状
- 启示
数据 10: 雅漾塑颜紧致焕采智能透明质酸精华（Eau Thermale Avène PhysiLift Smart Hyaluronic Serum），韩国，2020年
- 把握机遇，锁定觉醒男性
- 现状
- 启示

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

市场与竞争——关键点

- 新冠疫情带来机遇
- 更多品牌入局，竞争日趋激烈

市场因素

- 新冠疫情后消费者需求增加
 - 新兴本土品牌加剧竞争
 - 觉醒的男性消费者带来机遇
 - 渠道发展推动新需求
- 数据 11: O2O平台上雅漾和森田的产品，中国，2021年
- 跨品类竞争挑战护肤品牌
 - 更严格的化妆品功效宣称评价规范可能在短期内造成压力

竞争策略

- 借势日益增长的医美行业
- 数据 12: 修丽可和专业美容机构推出超光子联合护理项目，中国，2020年
- 与医护健康专业人士合作，赢取信任
- 数据 13: 雅漾肌诊室，中国，2021年
- 数据 14: 薇诺娜与皮肤科医生直播答疑，中国，2021年
- 帮助消费者快速明确需求、匹配产品
- 数据 15: 修丽可定制化护肤方案，中国，2021年
- 拓展产品系列，面向新消费群体
- 数据 16: 薇诺娜宝贝和薇诺娜男士，中国，2020年
- 数据 17: 玉泽婴幼儿，中国，2021年

新品发布与创新

- 中国市场新品更注重敏感肌护理
- 数据 18: 面部护肤品类中新品的部分宣称，中国vs全球，2020年
- 数据 19: 面部护肤品类中新品的部分宣称，中国，2018-2020年
- 普通护肤品牌逐渐加入竞争
- 数据 20: 雅诗兰黛产品针对皮肤问题的产品，中国，2019年
- 本土品牌发挥械字号优势
- 数据 21: 薇诺娜械字号新产品，中国，2020年
- 卫生清洁类产品扩展至敏感肌护理品类
- 数据 22: Beauty Kitchen敏感方案SOS皮肤防护屏+ (Beauty Kitchen Sensitive Solutions SOS Skin Shield+)，英国，2020年
- 跨品类解决方案有所增加
- 数据 23: 针对皮肤问题的美容保健品，法国和英国，2020年

消费者——关键点

- 消费者对专业针对皮肤问题的护肤品牌粘性更高

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

- 线下个性化服务和线上自学
- 专业针对皮肤问题的护肤品并不局限于敏感肌护理
- 消费者只在特定场景下使用专业针对皮肤问题的护肤品
- 即刻缓解优先于长期改善
- 有效成分让专业针对皮肤问题的护肤品与众不同

皮肤管理行为的变化

- 女性为皮肤管理投入时间和金钱
数据 24: 皮肤管理行为的变化，女性，2021年3月
- 专业针对皮肤问题护肤品牌的使用者更有可能增加使用的产品
数据 25: 皮肤管理行为变化——使用专业针对皮肤问题的护肤品牌的护肤品数量，女性，2021年3月
- 25-29岁消费者最可能增加在护肤上的消费
数据 26: 皮肤管理行为变化，女性（按年龄区分），2021年3月
- 男性更愿意花钱而不是花时间
数据 27: 皮肤管理行为的变化，男性，2021年3月
- 年轻男性更可能扩展流程
数据 28: 皮肤管理行为的变化，男性（按年龄区分），2021年3月

了解皮肤情况的方式

- 女性在线上自学，在线下寻求个性化服务
数据 29: 了解皮肤情况的方式，女性，2021年3月
- 美妆网红比专业人士更重要
- 年轻女性首选美妆网红/博主的网上科普
数据 30: 了解皮肤情况的方式，女性（按年龄区分），2021年3月
- 普及度限制了女性对皮肤测试的兴趣
数据 31: 了解皮肤情况的方式，女性（按城市线级区分），2021年3月
- 男性消费者并不在意自己的皮肤情况
数据 32: 了解皮肤情况的方式，男性，2021年3月

解决皮肤问题的方式偏好

- 女性使用普通护肤品应对皱纹和皮肤干燥
数据 33: 解决皮肤问题的方式偏好，女性，2021年3月
- 专业针对皮肤问题的护肤品不局限于敏感皮肤
- 男性鲜少采取行动解决皮肤问题
数据 34: 解决皮肤问题的方式偏好，男性，2021年3月
- 25-29岁的消费者最有可能使用美容服务
数据 35: 解决皮肤问题的方式偏好——使用美容服务（按年龄区分），2021年3月
- 一线城市引领专业针对皮肤问题护肤品的使用

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 36: 解决皮肤问题的方式偏好（按城市线级区分），2021年3月

针对皮肤敏感护肤品的使用场景

- 换季和日晒是最重要的动因
- 数据 37: 针对皮肤敏感护肤品的使用场景，女性，2021年3月
- 消费者只出于特定场景需求而使用专业针对皮肤问题的护肤品

针对皮肤敏感护肤品最重要的宣称

- 消费者既需要即刻缓解，也需要长期改善
- 数据 38: 针对皮肤敏感的护肤品最重要的宣称，2021年3月

专业针对皮肤问题的护肤品的特质

- 有效性胜过天然性
- 数据 39: 专业针对皮肤问题的护肤品的特质，2021年3月
- 消费者将皮肤敏感与专业针对皮肤问题的护肤品牌紧密联系在一起
- 男性与女性有相似的期望
- 数据 40: 专业针对皮肤问题的护肤品的特质（按性别区分），2021年3月
- 成熟女性更重视有效成分
- 数据 41: 专业针对皮肤问题的护肤品的特质，女性（按年龄区分），2021年3月
- 年轻男性更关注有效成分和科学测试
- 数据 42: 专业针对皮肤问题的护肤品的特质，男性（按年龄区分），2021年3月
- 富裕消费者对产品成分有更深入、更全面的理解
- 数据 43: 专业针对皮肤问题的护肤品的特质（按个人月收入区分），2021年3月

附录——研究方法和缩写

- 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

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)。