

# 彩妆——眼部和眉部 - 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

- 新冠疫情后女性化妆行为变化
- 日常和特殊场合妆容中眼/眉部彩妆品不同的使用情况
- 不同场合眼影质地偏好
- 不同场合采用的眼妆以及消费者未来对眼妆的兴趣
- 非用户首次购买以及现有用户再次购买眼影的驱动力

2020年，中国眼部和眉部彩妆市场虽然受到新冠疫情的影响，但仍实现正增长。尽管19%的被访化妆女性在疫情爆发后降低了化妆频率，但16%增加了了解化妆教程和产品的时间，表明女性对彩妆品仍抱有浓厚兴趣。

眉部彩妆的首要需求依然是填补稀疏眉毛和加深眉色，从而确保了眉笔/眉粉的消费量——而这是眼眉部彩妆渗透率最高的产品。此外，女性（尤其是年轻女性）逐渐倾向精致的眼部妆容，即使在日常也是如此，并且使用化妆品修饰卧蚕和眼头，为眼线笔等成熟品类带来扩展空间。这些都有助市场销售额和增长基线。

与此同时，2019-2020年，眼影品类领衔市场增长。然而，12%的被访化妆女性在疫情爆发后降低了购买眼影产品的频率。考虑到“适合日常使用”是眼影产品的首要购买动因之一，外加产品出新频繁（本土品牌尤甚），预计未来市场产品将更加趋于同质化，尤其对于眼影盘而言更是如此。因此，短期内刺激购买难度将上升。



“女性对美的兴趣、她们不断发展变化的妆容，以及本土品牌的崛起，共同促进中国眼部和眉部彩妆市场繁荣。然而，相比面部和唇部化妆品，该品类吸引的消费者预算较少。此外，有限的定价区间和白炽化竞争促使品牌寻找新视角和新领域以求增长。未来机会在于填补眼周安全方面的差异化空白，以及对单色眼影等尚未同质化的小单品在颜色方面进行有趣的沟通宣传。”

- 尹昱力，研究分析师

## 购买此报告

网址 [store.mintel.com](http://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
- 报告不包括：

### 综述

- 市场
- 疫情之下仍引领市场  
数据1: 眼部和眉部彩妆市场销售总额预测（最好和最差情形），中国，2015-2025年
- 公司与品牌  
数据2: 排名前十的眼部和眉部彩妆品制造商，中国，2019-2020年
- 消费者
- 消费者苦恼各种眼部和眉部问题  
数据3: 眼眉部的困扰，2021年
- 11%即使在特殊场合也不画眼妆  
数据4: 产品的使用和场合，2021年
- 虽然使用中断，但学习继续  
数据5: 化妆行为变化，2021年
- 大胆运用不同质地  
数据6: 眼影质地偏好，2021年
- 安全需求尚未得到满足  
数据7: 眼影的购买驱动力，2021年
- 眼周妆容对日常造型很重要  
数据8: 对不同眼妆的兴趣，2021年
- 我们的观点

### 议题与洞察

- 是时候谈谈眼周安全了  
数据9: 无刺激成分眼影产品示例，法国和荷兰，2021年
- 适合敏感皮肤的眼部产品示例，白罗斯和美国，2021年  
数据10: 适合敏感皮肤的眼部产品示例，白罗斯和美国，2021年
- 眼部打底产品示例，美国和加拿大，2021年  
数据11: 眼部打底产品示例，美国和加拿大，2021年
- 通过单色眼影拉动销售
- 单色眼影为眼妆加入独特光芒
- 以色号为导向的营销沟通或打造下一“爆款”  
数据12: 将单色眼影作为锦上添花款的示例，中国，2021年

### 市场规模与预测

- 2021年继续正增长

### 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](http://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13: 眼部和眉部彩妆市场销售总额预测（最好和最差情形）,  
中国, 2015-2025年

## 市场细分

- 眼影品类领跑市场增长
- 眉部品类变成熟，新品牌入局
- 色彩帮助眼线笔和睫毛膏品类持续增长

## 市场因素

- 即使面对外部干扰，消费者兴趣依然强烈
- 即使在日常场合也追求精致眼妆
- 探索颜色的消费者
- 对过期的态度影响购买周期

## 市场份额

- 新兴本土品牌的丰收年
- 数据14: 排名前十的眼部和眉部彩妆品制造商，中国，2019-2020年

- 橘朵凭借不断出新取胜
- 数据15: 橘朵新品，中国，2021年

- 完美日记通过延伸明星产品继续扩张
- 数据16: 动物系列眼影盘系列延伸，中国，2020-2021年

- 花西子迅速对电商新趋势做调整
- 数据17: 花西子眉笔，中国，2021年

- 国际公司引入新高端品牌

## 营销活动

- 向全渠道发展
- 通过设计做到与众不同

数据18: 视觉设计别具一格的眼影盘示例，中国，2021年

- 为色彩增添感官元素
- 数据19: 彩妆ASMR视频，中国，2021年

## 新产品趋势

- 眼影和眼线笔愈发活跃

数据20: 彩妆的上市新品（按子品类区分），中国，2019-2020年

- 眼影进一步强化美妆珠宝属性
- 数据21: 设计为装饰品的眼影盘示例，中国，2021年

- 香气带来额外的吸引力
- 数据22: 调香眼影盘示例，意大利和美国，2020年

- 选择或添加成分以提高安全性
- 加入更多抗氧化剂

## 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](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23: 含抗氧化剂的眼部彩妆品示例，美国、法国和中国，  
2020-2021年

- 彩色眼线笔

数据24: 彩色眼线笔示例，中国，2021年

## 眼眉部的困扰

- 需要填补和加深眉毛与睫毛

数据25: 眼眉部的困扰，2021年

- 逐渐学习适合的眉部妆容

数据26: 眼眉部困扰的变化，2021年vs2018年（作为基准）

- 频繁画眼妆，暴露更多睫毛问题
- 针对年轻女性的定制化指引

数据27: 眼眉部的困扰（按年龄区分），2021年

## 产品的使用和场合

- 20%女性在日常不使用眼部和眉部化妆品

数据28: 产品的使用和场合，2021年

- 日常妆容也保持精致

- 年轻女性在使用眼影方面最活跃

数据29: 眼影产品的使用和场合（按年龄区分），2021年

- 用单色眼影为特殊场合妆容带来灵动色彩

数据30: 眼影产品的使用和场合（按个人月收入区分），2021年

## 化妆行为变化

- 降低频率但加大探索力度

数据31: 化妆行为变化，2021年

- 改变颜色是探索眼妆的重点

数据32: 曾尝试过眼部、唇部和面部彩妆新颜色的使用者比例，  
2021年

- 年轻消费者优先考虑教程而非产品

数据33: 化妆行为变化（按年龄区分），2021年

## 眼影质地偏好

- 不同质地适合不同场合

数据34: 眼影质地偏好，2021年

- 25岁以上的女性更青睐珠光/缎光而非偏光

数据35: 眼影质地偏好——珠光/缎光和偏光（按年龄区分），  
2021年

## 眼影的购买驱动力

- 强调安全性，迎合消费者未被满足的需求

数据36: 眼影的购买驱动力，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](http://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。

- 品牌吸引力对推动当前用户下次购买的影响较小

数据37: 眼影的购买驱动力——眼影使用者vs非眼影使用者，2021年

年

- 收藏流行色始于**25岁左右**

数据38: 眼影的购买驱动力（按年龄区分），2021年

#### 对不同眼妆的兴趣

- 日常场合精致眼周妆容

数据39: 对不同眼妆的兴趣，2021年

数据40: 采用的部分眼部妆容（按年龄区分），2021年

- 适用性促使消费者远离烟熏妆

#### 附录——市场规模与预测

数据41: 眼部和眉部彩妆总销售额，中国，2015–2025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](http://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](http://mintel.com)。