



彩妆——面部 - 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

- 面部彩妆市场概览及新产品趋势
- 面部彩妆市场的竞争格局和头部厂商
- 面部彩妆流程的变化
- 面部彩妆产品的购买路径
- 面部底妆产品的使用痛点
- 消费者对护肤底妆的期望和态度

中国消费者对具有护肤功效的彩妆产品展现出了很高的接受度。调查显示，高达76%的被访者认为养肤粉底确实有护肤的效果，相比之下，仅12%的被访者认为这只是一个营销噱头。这表明护肤型彩妆在中国市场具有极大潜力，在未来几年将继续推动面部彩妆品类的发展。品牌可巧妙利用产品的护肤功效促进消费升级。除了基础的滋润/保湿功效外，抗衰老等更高阶的护肤功效也颇受消费者欢迎。

然而，消费者对面部彩妆使用情况已经进入一个相对稳定的阶段。其中，底妆产品，尤其是粉底，是消费者重点关注的品类。消费者不会轻易改变或者增加其面部化妆流程，也不会轻易更换品牌，这意味着消费者在面部彩妆这一品类上的花费也将趋于稳定。因此，如果品牌希望进一步增加消费者对产品的使用，或者开发小众细分市场，可能会颇具挑战。



“在面部彩妆市场，消费者的关注点主要集中在基本品类，尤其是粉底，很少增加化妆流程或更换品牌。该市场的下一个增长机遇存在于护肤型面部彩妆之中。一方面，品牌可解决当前消费者在使用底妆产品方面的痛点，比如凭借保湿功效解决不贴合皮肤、容易卡粉的问题；另一方面，也符合消费者对皮肤健康日益增长的关注。”

– 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

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
- 不包括

综述

- 市场

数据1: 面部彩妆市场总销售额预测（最好和最差情形），中国，2015-2025年

- 公司与品牌

数据2: 面部彩妆头部生产商销售额市场份额，中国，2019和2020年

- 消费者

- 产品使用已进入稳定阶段

数据3: 过去6个月内使用过的面部彩妆产品，2021vs2020年

- 消费者很少改变面部化妆流程

数据4: 和6个月之前相比，面部彩妆流程的变化，2021年

- 网络信息对购买决策影响很大

数据5: 面部彩妆购买路径，2021年

- 伤害皮肤是消费者使用面部底妆产品最担忧的问题之一

数据6: 面部底妆使用痛点，2021年

- 除基本的滋润/保湿功效以外，底妆产品的其他护肤功效也受到欢迎

数据7: 对面部底妆护肤功效的兴趣，2021年

- 养肤粉底广受认可

数据8: 对护肤底妆的态度，2021年

- 我们的观点

议题与洞察

- 消费者已形成固定的面部化妆流程，注重基本产品

数据9: 植村秀粉底刷，中国，2021年

- 护肤功效将为底妆产品带来宝贵的附加价值

数据10: 欧莱雅金致臻颜养肤粉底霜，中国，2020年

数据11: 作为护肤品延伸线的面部彩妆新品，中国，2020年

数据12: 具有护肤功效的修容和遮瑕产品，韩国和德国，2020-2021年

市场规模与预测

- 2020年增长稳健

数据13: 面部彩妆市场的销售额和增长率，中国，2016-2020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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- “护肤化”趋势将继续推动面部彩妆品类增长

数据14: 面部彩妆市场总销售额预测（最好和最差情形），中国，2015-2025年

市场因素

- 对化妆品护肤功效的需求
- 口罩友好型面部彩妆产品迎合消费者需求
- 国产品牌继续保持强劲发展势头
- 眼妆可能吸引更多消费者的关注

市场细分

- 粉底占据最大份额，在护肤化趋势的推动下继续发展

数据15: 面部彩妆市场的细分市场份额，中国，2019和2020年

数据16: 面部彩妆市场的销售额和增长率（按细分市场区分），中国，2019-2020年

- 妆前乳增长势头强劲
- 在本土品牌的带动下，蜜粉销售额继续增长

市场份额

- 疫情期间各大品牌表现坚挺

数据17: 面部彩妆头部生产商销售额市场份额，中国，2019和2020年

- 欧莱雅实现稳步增长

数据18: 美宝莲纽约5G+AI直播，中国，2021年

数据19: 欧莱雅集团旗下宣称口罩友好和护肤功效的粉底液产品，中国，2021年

- 花西子不断赢得市场份额

营销活动

- 和护肤产品一同推广

数据20: 将面部彩妆产品与护肤产品一同推广的帖子，中国，2020-2021年

- 通过持续创新和扩展产品组合提高竞争力

数据21: 花西子新版蜜粉，中国，2020年

数据22: 花西子新款养肤粉底，中国，2020年

- 在底妆产品中加入高阶护肤功效

数据23: 珀莱雅双抗奢养粉底液，中国，2020年

- 丰富品牌故事以吸引更多消费者

数据24: 花西子最新主题曲，中国，2020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

新产品趋势

- 妆前乳和蜜粉的市场份额不断增长

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25: 面部彩妆新品 (按子品类区分) , 中国, 2019-2020年

数据26: 妆前乳新品, 中国, 2020-2021年

数据27: 蜜粉新品, 中国, 2021年

- 粉底创新方面中国稍有落后

数据28: 新上市的面部彩妆产品 (按子品类区分) , 中国、韩国、日本、英国和美国, 2020年

- 中国粉底产品缺乏防紫外线宣称

数据29: 新上市粉底/液体高光产品的热门宣称, 中国、韩国、日本、英国和美国, 2020年

数据30: 薇诺娜针对干性肌肤和敏感肌的粉底, 中国, 2020年

- 2020年重新上市活动有所增加

数据31: 新上市的面部彩妆产品 (按上市类型区分) , 中国, 2019-2020年

数据32: 肌肤之钥新版妆前乳, 中国, 2020年

- 中国的新品上市活动

- 面部彩妆类护肤化趋势继续扩展

数据33: 赫莲娜至美琉光恒采粉底液, 中国, 2020年

- 底妆的持妆解决方案

数据34: 具有持妆宣称的底妆新品, 中国, 2020-2021年

- 乳霜/水凝质地的粉底产品

数据35: 乳霜/水凝质地的粉底产品, 中国, 2020年

- 创新亮点

- 将玩趣主题融入面部彩妆产品

数据36: 趣味腮红品, 中国, 2021年

- 防护型彩妆产品亮相市场

数据37: 防护型面部彩妆产品, 美国和意大利, 2020年

- 天然和环保宣称数量正在增加

数据38: 具有天然环保宣称的面部彩妆产品, 意大利和韩国, 2020年

- 为面部彩妆产品加入身心疗愈元素

数据39: 瑰柏翠园艺大师日光浴液体高光 (Crabtree & Evelyn The Gardeners Sunbeam Glow Drops) , 美国, 2020年

面部彩妆产品使用

- 面部彩妆产品使用稳定

数据40: 过去6个月内使用过的面部彩妆产品, 2021vs2020年

- 25-29岁的消费者在面部化妆过程中使用的产品种类最多

数据41: 过去6个月内使用过的面部彩妆产品种类数 (按年龄区分) , 2021年

- 30-39岁消费者使用的面部彩妆种类不断增加

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42: 2021年和2020年（作为基准）30-39岁女性消费者在过去6个月内面部彩妆产品使用情况方面的差距，2021年

- 成熟女性更偏爱气垫粉底

数据43: 过去6个月内使用过的面部彩妆产品（按年龄区分），2021年

- 富裕消费者更关注定妆和补妆产品

数据44: 高个人收入和低个人收入消费者（作为基准）在过去6个月内面部彩妆产品使用情况方面的差距，2021年

面部彩妆流程的变化

- 女性面部彩妆流程相对固定

数据45: 和6个月之前相比，面部彩妆流程的变化，2021年

- 专业上妆工具获得更多关注

数据46: 小红书上对不同化妆刷的介绍，中国，2020年

- 消费者追求更好妆效或新风格，将改变面部彩妆流程
- 18-24岁的消费者更有可能改变面部彩妆流程

数据47: 和6个月之前相比，面部彩妆流程的变化（按年龄区分），2021年

- 一线城市消费者更喜欢追逐潮流

数据48: 和6个月之前相比，面部彩妆流程的变化（按城市线级区分），2021年

面部彩妆购买路径

- 线上是购买面部彩妆的主要路径

数据49: 面部彩妆购买路径，2021年

- “成分党”趋势扩展至面部彩妆领域

- 试用体验是影响购买决策的重要因素

数据50: 天猫U先试用平台上的消费者试用报告，中国，2021年

- 博主/明星的推荐值得信任

- 18-24岁的消费者优先考虑产品口碑而非成分

数据51: 面部彩妆购买路径（按年龄区分），2021年

- 富裕消费者看重店内体验

数据52: 面部彩妆购买路径（按个人月收入区分），2021年

面部底妆使用痛点

- 不贴合皮肤/容易卡粉和妆效不够持久最令人烦恼

数据53: 面部底妆使用痛点，2021年

- 消费者希望彩妆产品具备更多护肤功效

- 18-24岁消费者拥有更多困扰，尤其是不贴合皮肤/容易卡粉

数据54: 面部底妆使用痛点（按年龄区分），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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

对面部底妆护肤功效的兴趣

- 滋润/保湿是最基本的底妆护肤功效

数据55: 对面部底妆护肤功效的兴趣，2021年

- 消费者希望通过更好的底妆提升气色

- 不同年龄群体的护肤需求扩展至彩妆

数据56: 对面部底妆护肤功效的兴趣 (按年龄区分) , 2021年

- 年轻女性更关注敏感肌彩妆

对护肤底妆的态度

- 消费者更喜欢护肤品牌而不是彩妆品牌推出的底妆产品

数据57: 对底妆品牌的偏好 (按年龄区分) , 2021年

- 成熟消费者更信任高端品牌

数据58: 对底妆品牌的偏好 (按年龄区分) , 2021年

- 养肤粉底广受消费者认可.....

数据59: 对护肤底妆的态度 (按年龄和个人月收入区分) , 2021年

-但护肤品仍然是消费者的优先选择

数据60: 对养肤粉底和高端护肤品的态度 , 2021年

- 18-24岁的消费者更注重化妆手法和步骤

数据61: 对养肤粉底和化妆手法及步骤的态度 (按年龄区分) , 2021年

2021年

附录——市场规模与预测

数据62: 面部彩妆市场销售额 , 中国 , 2015-2025年

数据63: 面部彩妆市场销售额 (按细分市场区分) , 中国 , 2019-2020年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 扇形图预测
- 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。