

彩妆——面部 - 中国 - 2022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

- 面部彩妆产品市场格局和领先企业
- 面部彩妆产品市场创新和流行趋势
- 新冠疫情后不同面部彩妆产品的使用情况和行为变化
- 面部彩妆产品的重要购买动因
- 有效养肤粉底的特点
- 感兴趣的面部妆容解决方案
- 消费者对面部彩妆产品的态度

与去年相比，消费者面部彩妆产品使用情况保持稳定，粉底产品占据最大市场细分份额，不过，妆前乳/隔离霜和定妆喷雾等有助于持妆更久的产品渗透率也有所提高。有意思的是，虽然养肤功效是目前面部底妆产品品类的热门宣称，却未能跻身前五大重要选择因素，在选择粉底产品时，持妆效果久（57%）是最重要的因素，排名远高于含有养肤功效（45%）。这表明消费者仍将妆容美感需求放在首位，而不是强调额外的养肤功效。

这为注重养肤功效但持妆表现力欠佳的产品敲响了警钟：养肤对于彩妆产品来说是锦上添花，而非关键宣称。

展望未来，考虑到贴合皮肤和妆容持久是消费者对面部彩妆产品的两大诉求，妆前乳/隔离霜和定妆产品等小众细分市场有望增长。此外，疫情导致佩戴口罩成为新常态，商家不妨重点聚焦服贴、延长底妆以及不花妆等效果，这将有助于吸引消费者的兴趣。



“选择底妆产品时，消费者更注重妆效持久和贴合皮肤的宣称，这为起辅助作用的妆前乳/隔离霜和定妆产品带来发展机会。在满足服贴妆容要求的基础上，额外的养肤功效对于某些肤质的消费者（如干性或受损敏感性皮肤）可谓是加分项，对成熟女性也具有吸引力。”

——靳尧婷，高级研究分析师

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

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。

目录

概述

- 报告关键议题
- 定义

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，2017-2027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，2020和2021年
- 消费者
 - 妆前乳/隔离霜和定妆喷雾展现增长潜力
 - 数据3: 使用过的面部彩妆产品，2021年vs2022年
 - 自然妆容正当红
 - 数据4: 疫情后使用面部彩妆的变化，2022年
 - 娴熟的消费者善于遮盖皮肤瑕疵，但也渴望了解更多信息
 - 数据5: 感兴趣的化妆手法和产品，2022年
 - 消费者追求贴合皮肤的持妆粉底
 - 数据6: 面部底妆产品重要的选择因素，2022年
 - 对宣称含有养肤功效的粉底产品抱有实际期望
 - 数据7: 有效养肤粉底的特点，2022年
 - 化妆和护肤流程都重要
 - 数据8: 对使用多种产品的态度（所有和按肤质区分），2022年
 - 数据9: 对使用面部彩妆的态度（所有和按年龄区分），2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 讲述令人信服的故事，宣传滋养型底妆对打造更持久妆容的重要性
 - 数据10: 花西子粉底液宣传海报，中国，2022年
- 针对不同肤质开发更多细分产品
 - 数据11: 薇诺娜保湿精华粉底液，中国，2022年
 - 数据12: 带有抗衰老宣称的面部彩妆产品，美国，2022年

市场规模与预测

- 疫情复发对彩妆品类造成打击
 - 数据13: 彩妆市场总销售额和增长（按市场细分区分），中国，2021-2022年（预估）
- 后疫情时代的增长潜力

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

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。

数据14: 面部彩妆市场总销售额预测（最好和最差情形），中国，2017-2027年

市场细分

- 粉底仍是面部彩妆市场最大细分
- 数据15: 面部彩妆市场的细分市场份额，中国，2020和2021年

市场因素

- 社交媒体APP令某些妆容风靡一时
- 数据16: 社交媒体平台上带有“纯欲妆”关键词的妆容，2022年
 - 继续佩戴口罩
 - 消费信心下降
 - 原料和成分的成本增加
 - 本土和外国品牌渗透率相当

数据17: 新冠疫情后美容及个人护理产品的品牌选择——彩妆，2022年

市场份额

- 广州逸仙和爱茉莉太平洋集团失去市场份额
- 数据18: 面部彩妆头部生产商销售额市场份额，中国，2020和2021年
- 欧莱雅多样化品牌矩阵满足不同需求
- 数据19: 美宝莲和欧莱雅新推出的粉底产品，中国，2021年
- 数据20: 欧莱雅集团的高端粉底产品，中国，2021年
- 花西子继续增长
- 数据21: 花西子空气蜜粉系列产品，中国，2022年
- 珀莱雅因明星产品而广为人知
- 数据22: 彩棠升级大师修容盘，中国，2021年

营销活动

- 拓展使用场合
- 数据23: 雅诗兰黛邀请运动员作为代言人，中国，2022年
- 新兴本土品牌升级品牌形象
- 数据24: 完美日记和玛丽黛佳的粉底产品，中国，2022年
- 数据25: 卡姿兰粉底产品，中国，2022年
- 数据26: 玛丽黛佳的艺术展以及卢浮宫的合作款
- 科普妆前和定妆产品的重要性
- 数据27: 品牌推荐的产品搭配，中国，2022年

新产品趋势

- 过去3年粉底新品减少，但遮瑕和妆前产品增加
- 数据28: 面部彩妆新品（按子品类区分），中国，2019-2021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

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。

数据29: 具有养肤功效的妆前乳/隔离霜新品，中国，2021年

数据30: 遮瑕膏/液/笔新品，中国，2021和2022年

- 持久宣称继续增加

数据31: 粉底液/液体高光新品部分宣称，中国，2019-2021年

数据32: 宣称持妆效果久的粉底产品，中国，2022年

- 小众细分产品的新颖形态

数据33: 腮红形态创新，美国和英国，2022年

- 底妆含高级护肤成分

数据34: 欧莱雅金致臻颜柔光无暇精华粉底液，中国，2022年

数据35: Oddity魔术柔肤积雪草散粉，中国，2022年

- 打破妆前乳/隔离霜与面霜的界限

数据36: 妆前乳/隔离霜/保湿霜，中国，2022年

彩妆产品使用变化

- 近四分之一的消费者对使用彩妆产品持审慎态度

数据37: 使用彩妆的变化，2022年

- 面部彩妆产品忠诚度不高

数据38: 面部底妆使用行为变化，2022年

面部彩妆使用情况

- 妆前乳/隔离霜和定妆喷雾小幅增长

数据39: 使用过的面部彩妆产品，2021年vs2022年

- 增加或减少气垫粉底和妆前乳/隔离霜花费的消费者差异显著

数据40: 使用过的面部彩妆产品（按消费变化区分），2022年

疫情后使用面部彩妆的变化

- 消费者在疫情后寻求更自然的妆容

数据41: 疫情后使用面部彩妆的变化，2022年

- 年轻消费者寻找合适的定妆产品，成熟消费者则追求更自然的底妆妆效

数据42: 疫情后使用面部彩妆的部分变化（按年龄区分），2022年

数据43: 欧莱雅金致臻颜精华粉底液，美国，2022年

- 较低线城市消费者更注重补妆产品

数据44: 疫情后使用面部彩妆的部分变化（按城市线级区分），2022年

应对面部妆容问题的知识

- 消费者熟知遮盖皮肤瑕疵的手法，想要了解如何改善面部五官分布

数据45: 感兴趣的化妆手法和产品，2022年

重要的选择因素

- 消费者追求服贴的面部底妆

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

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。

数据46: 面部底妆产品重要的选择因素，2022年

- 混合性皮肤要求更多

数据47: 面部底妆产品重要的选择因素（按肤质区分），2022年

- 敏感肌消费者寻找满足自己需求的产品

数据48: 面部底妆产品重要的选择因素（按肤质敏感度区分），2022年

- 更少化妆的消费者担心卡粉和闷痘

数据49: 面部底妆产品部分重要的选择因素（按使用行为变化区分），2022年

- 养肤功效吸引成熟女性，而年轻消费者更担心产品弊端

数据50: 面部底妆产品部分重要的选择因素（按年龄区分），2022年

- 气候和环境也影响消费者的底妆选择

数据51: 面部底妆产品部分重要的选择因素（按区域区分），2022年

有效养肤粉底的特点

- 安全性是首要考虑

数据52: 有效养肤粉底的特点，2022年

- 选择含有养肤功效产品的消费者更注重特定特点

数据53: 有效养肤粉底的特点（按部分特点区分），2022年

- 年长消费者更重视成分安全，年轻消费者则担心产品是否适合问题肌

数据54: Amplitude粉底液，日本，2022年

数据55: 有效养肤粉底的部分特点（按年龄区分），2022年

- 富裕消费者重视先进技术

数据56: 有效养肤粉底的部分特点（按个人月收入区分），2022年

对面部彩妆的态度

- 新手和成熟用户态度两极分化

数据57: 对使用面部彩妆的态度（所有和按年龄区分），2022年

数据58: 对产品测评的态度（所有和按年龄区分），2022年

数据59: 对产品测评的态度（所有和按年龄区分），2022年

- 约有三分之二的消费者清楚哪些底妆产品适合自己的皮肤

数据60: 对产品了解的态度（所有和按年龄区分），2022年

- 混合肌消费者倾向使用更多底妆产品类型

数据61: 对使用多种产品的态度（所有和按肤质区分），2022年

美容人群画像

- 她们是谁？

- 美容达人对天然成分更有兴趣

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

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。

数据62: 有效养肤粉底的部分特点（按美容人群画像区分），2022年

- 在挑选产品时，上进学徒有更高期待

数据63: 面部底妆产品部分重要选择因素（按美容人群画像区分），2022年

附录——市场规模与预测

数据64: 面部彩妆市场总销售额，中国，2017-2027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

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 consists of the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of decreasing size, suggesting a trail or a thought process.

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)。