

彩妆 —— 眼部和眉部 - 中国 - 2022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

- 眼部和眉部彩妆的市场概述与创新
- 眼部和眉部彩妆市场的竞争格局与头部企业
- 眼部和眉部彩妆使用情况
- 眼影使用痛点和最有吸引力的宣称
- 眼部和眉部彩妆信息来源
- 消费者对眼部和眉部彩妆的态度

52%的消费者认同，眼妆是表达个性的一种方式，而不只是修饰眼部的一种技巧。这表明，眼妆已经超越日常美容及个人护理流程的范畴，成为个性的标志。

2022年初，新型冠状病毒肺炎（以下简称“新冠肺炎”）确诊病例大规模复发。受此影响，消费者对彩妆的使用和花费表现出谨慎的态度。随着消费重心持续向日常必需品转移，眼眉部彩妆短期内或许会面临挑战。36%的消费者会先用完囤货再购买新的彩妆产品。

然而，眼眉部彩妆仍具备反弹的潜力。根据消费者调查，41%的消费者比起最终效果更注重眼妆过程中的乐趣，并且有59%的消费者常常学习新流行的眼妆画法。考虑到消费者对眼部彩妆的热情，以及新冠疫情的影响在逐渐减弱，市场预计将保持稳定增长。



“化眼妆已经不仅是女性日常化妆流程一部分，还成为自我表达的一种方式。在产品层面，质地可能会是品牌与消费者，特别是年轻女性沟通时下一个重点关注的领域，而在针对成熟女性时，品牌应充分把握美妆护肤化的趋势。在精神层面，品牌不妨为产品附加更多的情感价值，比如增加定制或个性化元素，从而吸引消费者。”

— 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

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。

目录

概述

- 报告关键议题
- 定义

综述

- 市场
- 疫情反弹导致市场销售额大幅下跌
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，2017-2027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，2020-2021年
- 消费者
- 消费者转向自然的眼妆风格
数据3: 眼妆行为变化，2022年
- 基础眼部彩妆产品的使用率略有下降
数据4: 眼部、眉部彩妆使用情况，2018 vs 2022年
- 维持眼妆妆效是主要顾虑
数据5: 眼影使用痛点，2022年
- 质地好是一款眼影最具吸引力的特点
数据6: 感兴趣的眼影宣称，2022年
- 打造多个触点，触达更多消费者
数据7: 信息来源，2022年
- 眼眉部彩妆可搭乘护肤化趋势
数据8: 对创新的兴趣，2022年
- 将眼眉部彩妆与满足消费者的情感需求联系起来
数据9: 对眼部和眉部彩妆的态度，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 质地可以成就出色的品牌故事
数据10: 眼影产品与质地相关的沟通，中国，2021年
- 为消费者提供情感价值
数据11: Hana Organic化妆盘，日本，2021年
数据12: 不同人格专属眼妆示例，中国，2022年

市场规模与预测

- **2022年市场低迷**
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）

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

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。

- 不久的将来可能出现反弹
数据14: 眼部和眉部彩妆市场销售总额预测（最好和最差情形），中国，2017-2027年

市场细分

- 眼影仍是焦点
- 小众细分异军突起

市场因素

- 消费者对彩妆持谨慎态度
- 供应端压力重重
- 自然妆容风格成为主流
- 成熟女性开始涉猎更多种类的眼妆产品
- 本土和外国品牌渗透率相当

数据15: 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

- 欧莱雅巩固了其在眼妆市场的地位
- 逸仙电商在激烈竞争中流失市场份额
- 花西子继续强劲增长
- 新秀崛起，各有所长

数据16: 排名前十的眼部和眉部彩妆品制造商，中国，2020-2021年

营销活动

- 以东方故事激发消费者的共鸣
数据17: 花西子营销活动主打东方故事，中国，2021年
- 为消费者提供线下增值服务
数据18: 植村秀线下服务，中国，2022年
- 用年轻世代的语言讲故事
数据19: 完美日记携手王者荣耀推出联名眼影盘，中国，2022年

新产品趋势

- 眼影和眼线笔依然是创新的焦点
数据20: 彩妆的上市新品（按子品类区分），中国，2020-2021年
- 添加新步骤，提升眼妆效果
数据21: 衰败城市 (Urban Decay) 长效持妆眼部打底霜，中国，2022年
- 以具有未来科技感的产品吸引消费者注意
数据22: 衰败城市 (URBAN DECAY) 赛博偏光十二色眼影盘，中国，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

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: £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。

数据23: The Unseen Spectra变色眼霜，英国，2021年

- 新兴细分——卧蚕笔

数据24: 卧蚕笔新品示例，中国，2022年

- 哑光成眼妆新焦点

数据25: 低饱和度配色新品示例，韩国，2022年

- 多用途产品受欢迎

数据26: 艾蓓拉素哑六色眼影盘，中国，2022年

彩妆产品使用变化

- 约四分之一的消费者对彩妆持谨慎态度

数据27: 使用彩妆的变化，2022年

- 自然的妆容风格在当下更为流行

数据28: 眼妆行为变化，2022年

眼部、眉部彩妆使用情况

- 基础眼妆产品的使用略有减少

数据29: 眼部、眉部彩妆使用情况，2018 vs 2022年

- 眉笔是50-59岁消费者关注的焦点

数据30: 眼部、眉部彩妆使用情况（按年龄区分），2022年

眼影使用痛点

- 难以维持妆效是消费者最关注的问题之一

数据31: 眼影使用痛点，2022年

- 消费者担忧眼周肌肤

- 18-24岁消费者渴望防脱色解决方案；25-29岁消费者受质地困扰

数据32: 眼影使用痛点（按年龄区分），2022年

- 为富裕消费者提供含附加价值的选择

数据33: 眼影使用痛点（按个人月收入区分），2022年

感兴趣的眼影宣称

- 质地可以成就有吸引力的品牌故事

数据34: 感兴趣的眼影宣称，2022年

- 持久而精致的妆效有助触达更多消费者

数据35: TURF（累积无重复到达率和频次）分析——感兴趣的眼影宣称，2022年

- 应用广泛也很重要

- 护肤功效是宝贵的加分项

数据36: 感兴趣的眼影宣称（按年龄区分），2022年

信息来源

- 综合性购物网站是主要的信息来源

数据37: 信息来源，2022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

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: £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。

- 实体店也是关键接触点
- 美妆达人/网红是有影响力的信息渠道
数据38: TURF分析——信息来源，2022年
- 美妆达人/网红受年轻女性欢迎；中年群体偏爱线下门店
数据39: 信息来源（按年龄区分），2022年

对创新的兴趣

- 有护肤功效的眼影引起最多兴趣
数据40: 对创新的兴趣，2022年
数据41: 姬玫星辰璀璨/哑光丝绒眼蜜，中国，2021年
- 个性化有助刺激消费者购买，尤其是富裕消费者
- 三分之一的消费者对双重现实眼妆产品感兴趣

对眼部和眉部彩妆的态度

- 眼妆能够提供情感价值
数据42: 对眼部和眉部彩妆的态度，2022年
数据43: 感兴趣的眼影宣称（按对眼部和眉部彩妆的态度区分），2022年
- 消费者积极关注最新眼妆趋势
数据44: 眼部和眉部化妆风格的变化，2022年
- 大约三分之一的消费者采用其他方法替代眉部和睫毛美妆
数据45: 画眉毛与画睫毛的偏好，2022年
数据46: 画睫毛的偏好（按画眉毛的偏好区分），2022年
- 画眉毛的重点不同导致使用的产品各异
数据47: 画眉毛的重点（按画眉毛的偏好区分），2022年
数据48: 眉部彩妆使用情况（按画眉毛的偏好区分），2022年

美容人群画像

- 她们是谁？
- 美容达人和热情尝鲜者勇于使用更浓郁的眼妆风格
数据49: 眼妆行为变化（按美容人群画像区分），2022年
- 上进学徒是KOL的积极拥护者；美容达人和全身心健康关注者会听取美妆产品集合店的意见
数据50: 信息来源（按美容人群画像区分），2022年
- 美容达人享受化眼妆的过程；上进学徒沉迷于化眼妆的手法
数据51: 化眼部和眉部彩妆的重点（按美容人群画像区分），2022年

附录——市场规模与预测

数据52: 眼部和眉部彩妆市场销售额，中国，2017-2027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

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。



附录——研究方法与缩写

- 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

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)。