

美容仪器 - 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

- 市场概况与美容仪器细分市场的增长率
- 不同美容仪器的拥有及使用情况
- 不同美容仪器的使用频率
- 使用美容仪时搭配护肤品情况
- 与美容仪配套使用护肤品应有的特质
- 美容仪频繁使用壁垒
- 驱动频繁使用的因素

在经历数年的强劲增长后，美容仪器市场的规模出现萎缩。同样值得注意的是，流失用户在当前美容仪器用户中占据相当大的比例（各种美容仪器的这一比例从23%到34%不等），说明美容仪器的利用率低下。

流失用户转向护肤品或面部护理等替代方案的原因主要有两点：一是对效果不满意；二是使用麻烦。这提醒品牌不能安于过去的成就，而是应该想办法吸引消费者继续使用，并提供更多护肤品或医美无法替代的益处。

为了重新吸引这些消费者，美容仪器品牌需要设法提升美容仪器的使用效果，例如利用配套护肤品增强功效、完善解决方案工具箱，并创造持续的收入来源。此外，美容仪器品牌还可以将自身定位从产品供应商扩大为全面的美容解决方案提供商，提供全方位解决方案以培养消费者的品牌忠诚度。



“在经历了几年的快速增长后，美容仪器市场首次出现下滑，这反映了消费者对大额消费持保留态度，并且不愿意购买仅带有基础功能（如补水保湿或清洁等）的美容仪器。美容仪器品牌需要持续探索如何说服用户继续使用或改善当前用户的美容仪器使用体验，如利用配套护肤品增强功效。”

— 古丹阳，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

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

- 您所需要了解的
- 报告定义
- 报告关键议题
- 定义
- 不包括

综述

- 市场与竞争
数据1: 总体美容仪器市场及各细分市场的销售额与增长率，2021-2022年（预估）
- 消费者
- 流失用户占据相当大的比例
数据2: 美容仪器的产品拥有及使用情况，2022年
- 提供补水保湿与清洁功能的美容仪器使用频率更高
数据3: 美容仪器的使用频率，2022年
- 补水保湿与抗衰老产品是最常搭配美容仪器使用的护肤品
数据4: 使用美容仪时搭配护肤品的情况，2022年
- 护肤品能够为美容仪器的使用助一臂之力
数据5: 与美容仪配套使用护肤品应有的特质，2022年
- 美容仪器效果不明显导致消费者寻求替代方案
数据6: 频繁使用壁垒，2022年
- 配套产品与更多的效力证明有助于提高使用频率
数据7: 驱动频繁使用的因素，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 完善产品组合，提供全方位美容解决方案
数据8: FLES提供的产品，日本，2020年
- 寻求使用同好
数据9: Whoop app中的团队和社群功能，美国，2022年
数据10: 希思黎的推荐计划，英国，2022年

市场规模

- 疫情期间市场规模萎缩
数据11: 总体美容仪器市场的销售额与增长率，2021-2022年（预估）

市场因素

- 监管预计将收紧，准入门槛将提高

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

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。

- 租赁服务面市
数据12: 租赁服务，中国，2022年
- 疫情导致人们花费大量金钱购买美容仪器的意愿降低

市场细分

数据13: 总体美容仪器市场及各细分市场的销售额与增长率，2021-2022年

- 紧致抗衰仍然是最重要的细分市场
- 消费者防止过度清洁的意识增强，导致洁面仪细分市场进一步下滑
- 多功能细分市场销售大幅下跌
- 补水保湿类美容仪或已失去对潜在新用户的吸引力
- 皮肤护理细分市场呈增长趋势
- 眼部护理仪持续增长

营销活动

- 将美容仪器变成装饰品
数据14: 觅光射频美容仪V&A礼盒，中国，2022年
- 强调专业技术
数据15: 初普天猫产品页面，中国，2022年
- 以旧换新与技术升级
数据16: 雅萌以旧换新计划，中国，2022年
- 线下门店需提供更全面的体验
数据17: 雅萌线下门店提供的护理服务，中国，2022年

新产品趋势

- 通过产品与美容仪器完善产品组合
数据18: RÉDUIT Spa美肤仪，法国，2022年
- 从运动恢复扩展至美容领域
数据19: Therabody TheraFace Pro面部健康护理仪，中国，2022年
- 融合皮肤分析功能，帮助消费者更好地了解自己的皮肤状况
- 利用一项技术提供双重功效
数据20: 丝可天猫产品页面，中国，2022年

产品拥有及使用情况

- 提供基础功能的美容仪器使用率最高
- 然而，流失用户在美容仪器用户中占据相当大的比例
数据21: 美容仪器的产品拥有及使用情况，2022年
- 眼部护理仪更吸引年轻一代
数据22: 美容仪器的产品拥有及使用情况——“拥有，且过去6个月内使用过”（按年龄区分），2022年
- 超过60%的女性消费者使用过3种以上的美容仪器

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: 拥有且过去6个月内使用过的美容仪器种类，2022年

使用频率

- 大多数消费者每周都会使用美容仪器
数据24: 美容仪器的使用频率，2022年
- 年轻消费者勤用眼部护理仪，而中年女性消费者经常使用按摩仪
数据25: 部分美容仪器的使用频率（按年龄区分），2022年

使用美容仪时搭配护肤品的情况

- 补水保湿与抗衰老产品是消费者最常搭配的护肤品
数据26: 使用美容仪时搭配护肤品的情况，2022年
- 25-29岁消费者注重改善肤质
数据27: 使用美容仪时搭配护肤品的情况（按年龄区分），2022年
- 三线城市的消费者对于修护皮肤的需求强烈
数据28: 使用美容仪时搭配护肤品的情况（按城市线级区分），2022年

与美容仪配套使用护肤品应有的特质

- 消费者要求更显著的功效
数据29: 与美容仪配套使用护肤品应有的特质，2022年
数据30: 易美肌家用点阵激光美容仪的配套产品，中国，2022年
- 满足重度用户的更多特定需求
数据31: 与美容仪配套使用护肤品应有的特质（按使用的美容仪器的数量区分），2022年
数据32: 样美时空水光美容仪，中国，2022年

频繁使用壁垒

- 使用麻烦仍然是阻碍消费者频繁使用的最大壁垒
数据33: 频繁使用壁垒，2022年
- 年轻消费者较没耐心
数据34: 频繁使用壁垒（按年龄区分），2022年
- 用户流失的原因因美容仪类型而异
数据35: 频繁使用壁垒（按美容仪的使用情况区分），2022年

驱动频繁使用的因素

- 消费者寻求更多的证据以及提升效果的配套产品
数据36: 驱动频繁使用的因素，2022年
- 富裕的消费者寻求更专业的帮助
数据37: 驱动频繁使用的因素（按个人月收入区分），2022年
- 消费者使用激光美容仪后需要更多的护理
数据38: 驱动频繁使用的因素（按过去6个月内没用过的美容仪器区分），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。

美容人群画像

- 她们是谁？
- 美容达人热衷于使用美容仪器
数据39: 过去6个月内使用过的美容仪器种类（按美容人群画像区分），2022年
- 热情尝鲜者追求更多的修护功效以及更顺畅的使用体验
数据40: 使用美容仪时搭配护肤品的情况（按美容人群画像区分），2022年
- 美容达人寻求专家来说服她们提高使用频率
数据41: 驱动频繁使用的因素（按美容人群画像区分），2022年

附录——研究方法 with 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

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 features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

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)。