纯净美容消费者 - 中国 - 2023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

- 海外市场与本土市场的市场概述
- 中国和海外市场的营销活动
- 购买过的具有环保/可持续宣称的品牌类型
- 购买过的具有环保/可持续宣称的美容个护产品品类
- 可持续成分认知
- 基于对美容个护领域可持续的不同态度进行的消费者细分

近两年，纯净美容市场逐渐发展。先锋品牌，尤其是国内品牌在经过长时间评估后，开始宣传纯净美容概念。随着消费者对可持续理念兴趣渐浓，一些纯净美容产品（具有环保/可持续宣称的产品），特别是洗发护发和口腔护理等日用品的品类已广泛渗透到消费者之中。。

英敏特趋势《审慎消费》（Intentional Spending）指出，消费者会从产品中寻求安全性和功效等真正的价值，而不太愿意为没有具体价值的产品买单；因此，品牌需审视其价值链，并迅速进行相应调整，同时采取行动填补消费者的意识与实际行动之间的差距，推动可持续事业的进步。

品牌可以在纯净美容的范畴内通过成分创新来强调功效（在安全和透明得到保障的前提下），如果他们依然希望利用纯净美容概念作为加持。

> “纯净美容作为一个概念，仍对消费者具有吸引力，尽管他们对于这个抱有疑惑。无论美容及个人护理（以下简称“美容个护”）品牌是否打算采用纯净美容定位，都需要切实留意在竞争空前激烈的市场中，确保自身在产品安全性和功效上具有足够的竞争力。”
> **– 蒋亚利，美容个护品类副总监**

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

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

纯净美容消费者 - 中国 - **2023**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.

目录

概述

- 报告关键议题
- 定义
- 不包括
- 细分群体定义（按个人月收入区分）：

综述

- 市场
- 纯净美容的内涵回归原本
- 消费者
- 安全相关的产品特征仍是重中之重，值得关注和投资
  数据1: 纯净美容认知，2019年 vs 2022年
- 包装可作为切入点，但成分创新将进一步带动增长
  数据2: 购买过的具有环保/可持续宣称的品牌类型，2022年
- 纯净概念或将从日用品品类转向小众品类
  数据3: 购买过的具有环保/可持续宣称的美容个护品类，2022年
- 以健康和情感益处倡导可持续性不失为明智之举
  数据4: 购买具有可持续包装宣称的美容个护产品的原因，2022年
- 纯天然因为消费者对于安全性的重视被最多地被与可持续成分相联系
  数据5: 可持续成分认知，2022年
- 需要通过消费者教育和互动，填补消费者在可持续意识和实践之间的差距
  数据6: 对美容个护领域可持续的态度，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 在纯净美容的范畴内利用可持续成分推动业务增长
  数据7: 护肤品品牌通过可持续成分进行差异化，美国
- 将可持续纳入美容个护生活方式之中
  数据8: 纯净美容个护品牌融入消费者生活方式，中国，2021和2023年
  数据9: 男性美容护理品牌推广户外生活方式示例，中国，2022年

市场概述

- 纯净美容的内涵正在回归本源
  数据10: 关键词——纯净美容的不同含义
- 海外市场的纯净美容拥有不同的发展重点
- 美国市场发布更多具有纯净美容宣称的新品

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

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

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11: 主要美容个护品类**的纯净美容新品*占比，美国、英国、日本、韩国和中国，2020-2022年
- 美国市场引领觉知美容，日本极有可能跟随其后.....
- .....而英国市场更关注环保和可持续性

数据12: 主要美容个护品类的新品占比（按宣称类别区分），美国、英国、日本、韩国和中国，2020-2022年
- 纯净美容在中国
- 过去：品牌利用概念的混乱脱颖而出
- 如今：通过品牌重塑推动商业的可持续发展
- 未来：通过贯穿整个产品生命周期的全方位可持续策略制胜

市场因素
- 中国在联合国可持续发展标准方面排名中等，许多指数有待提升

数据13: 中国在联合国可持续发展目标方面的排名，2022年
- 践行**ESG**将加速美容个护领域的可持续发展
- 小众品牌有机会引领可持续变革
- 消费者细分指明了将更多人转化成环保受众的路线图
- 消费者重新定义价值，审慎消费成为主流

营销活动
- 以纯净美容重塑品牌定位

数据14: 一叶子以纯净美容重塑品牌定位，中国，2022年

数据15: 花皙蔻品牌定位主张，中国
- 制定法规，助力更多消费者做出可持续的选择

数据16: EcoBeautyScore联盟的初始成员，2022年
- 提供优惠奖励以提升参与度

数据17: 提供优惠奖励来推广可持续的活动示例，香港

新产品趋势
- 纯净概念在中国尚未普及

数据18: 主要美容个护品类**的纯净美容新品*占比，美国、英国、日本、韩国和中国，2020-2022年
- 护肤品和彩妆是宣称纯净的主要品类

数据19: 纯净美容新品*占比（按主要的美容个护品类区分），中国，2020-2022年
- 可持续与无添加宣称在过去三年间连续增长

数据20: 在主要美容个护品类*中的新品占比（按宣称类别区分），中国，2020-2022年

数据21: 在主要美容个护品类中的新品占比（按宣称类别区分），中国，2020-2022年
- 环保包装、环保产品与可持续类宣称进一步渗透

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

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

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22: 在主要美容个护品类*中的新品占比（按道德和环保宣称区分），中国，2020-2022年

- 以多种方式为可持续包装增添乐趣

数据23: 美容个护领域定制包装颜色产品示例，英国

数据24: 包装形状有助于增进产品功效的示例，美国

- 无水美容产品兼具环保与护肤益处

数据25: 无水美容个护产品示例，2022和2023年，英国和韩国

纯净美容认知

- 尽管排名略有变化，与安全相关仍是高居榜首的特征

数据26: 纯净美容认知，2019年 vs 2022年

- **18-24**岁的消费者认为环保包装和更省水与纯净美容的关联较弱

数据27: 纯净美容认知（按年龄区分），2022年

- 消费者如今追求产品的核心价值，而非看重外在因素

数据28: 纯净美容认知的百分比变化（按年龄区分），2022年 vs 2019年

购买过的具有环保/可持续宣称的品牌类型

- 包装是践行可持续行为的切入口

数据29: 购买过的具有环保/可持续宣称的品牌类型，2022年

- 无水产品的渗透率将有更多的发展空间

购买过的具有环保/可持续宣称的美容个护品类

- 洗发护发产品、口腔护理产品和面部护肤品最易搭载纯净美容概念

数据30: 购买过的具有环保/可持续宣称的美容个护品类，2022年

- 除了彩妆和洁面卸妆产品之外，女性还推动了具有纯净概念的面部护肤品、身体护理产品和防晒产品的购买

数据31: 购买过的具有环保/可持续宣称的美容个护品类（按性别区分），2022年

数据32: 购买过的具有环保/可持续宣称的美容个护品类——女性（按年龄区分），2022年

- 高收入者更倾向于购买纯净美容产品，尤其是高价位的商品

数据33: 购买过的具有环保/可持续宣称的美容个护品类（按个人月收入区分），2022年

购买具有可持续包装宣称的美容个护产品的原因

- 环保益处是购买具有可持续包装宣称的美容个护产品的最强动因
- 健康和情感益处对推广可持续也起到了重要的作用

数据34: 购买具有可持续包装宣称的美容个护产品的原因，2022年

数据35: 面部护肤品的创意可持续包装示例，中国

- 高收入者为价值观和生活方式等卖点买单

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

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

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36: 购买具有可持续包装宣称的美容个护产品的原因（按个人月收入区分），2022年

- 具有强烈"美"容特征的品类可以将时尚的包装设计与可持续相结合
  数据37: 购买具有可持续包装宣称的美容个护产品的原因（按购买过的具有环保/可持续宣称的美容个护产品品类区分），2022年

可持续成分认知

- 纯天然是首要的可持续成分特征联想
  数据38: 可持续成分认知，2022年
- 美容个护不同品类得消费者对可持续成分的理解不同
  数据39: 可持续成分认知（按购买过的具有环保/可持续宣称的美容个护品类区分），2022年

对美容个护领域可持续的态度

- 多数消费者自行践行环保举措的意愿较低
  数据40: 对美容个护领域可持续的态度，2022年

消费者细分

- 三类消费者
- 他们的态度是什么？
- 环保漠视者
- 被动践行者
- 功效环保践行者
  数据41: 按对美容个护领域可持续的态度划分的消费群体，2022年
  数据42: 对美容个护领域可持续的态度——"非常同意"（按消费者细分区分），2022年
- 他们是谁？
  数据43: 人群分布（按消费者细分区分），2022年
- 功效环保践行者认为纯净美容更关乎"减少"
  数据44: 纯净美容认知（按消费者细分区分），2022年
- 功效环保践行者寻求社会价值
  数据45: 购买具有可持续包装宣称的美容个护产品的原因（按消费者细分区分），2022年
- 被动践行者寻求可持续成分的安全性
  数据46: 可持续成分认知（按消费者细分区分），2022年

美容人群画像

- 他们是谁？
- 可持续标签在美容达人中渗透较广泛
  数据47: 购买过的具有环保/可持续宣称的品牌类型（按美容人群画像区分），2022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

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

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.

- 热情尝鲜者为了让自己感觉紧跟潮流而购买可持续包装的美容个护产品

  数据48: 购买具有可持续包装宣称的美容个护产品的部分原因（按美容人群画像区分），2022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
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

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

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.** 。

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有