

皮肤管理 - 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

- 消费者的肤质与敏感性
- 消费者的皮肤问题和所用面部护肤品的功效
- 敏感肌适用的高功效护肤品特质
- 皮肤敏感或长痘时的护肤行为
- 消费者在不同场景下对护肤品牌的偏好

46%的被访消费者认为敏感肌适用的高功效护肤品应具有专研的高功效成分，42%认为植物替代成分温和不刺激。该数据表明，对功效性护肤品而言，成分在平衡高功效和温和性方面发挥着重要作用。

同时，由于在过去的一年里，认为自己属于敏感肌的中国消费者数量增加，越来越多的品牌加入了敏感肌护肤赛道，以抓住商机。“适合敏感肌肤”已成为面部护肤品类新品中增长最快的宣称。这一过去专门面向敏感肌消费者的独特宣称，如今在人们眼中已变得更加常见，并对专业针对皮肤问题的护肤品牌构成了挑战，让其更难脱颖而出。

然而，新冠疫情防控政策“松绑”后，消费信心开始回升。与此同时，消费者已经广泛使用具有美白、提亮肤色、抗衰老/抗氧化等进阶功效的护肤品，即使是敏感肌消费者也在追求这些进阶功效。消费者日渐恢复的消费信心以及他们对进阶护肤功效的追求是拉动市场增长的引擎。



“除舒缓和维稳外，敏感肌适用护肤品也需要具备抗衰老和美白等进阶功效。品牌可利用专研成分或植物替代成分等特殊成分，来说服那些既想获得进阶功效，又希望产品温和不刺激的消费者。此外，当消费者遇到皮肤问题时，为他们提供精简护肤解决方案有助于鼓励消费者试用并吸引潜在用户。”

— 柴静彦，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

目录

概述

- 报告关键议题
- 定义

综述

- 市场与竞争
- 消费者
- 敏感肌消费者比例上升至**41%**
数据1: 肤质与敏感性，2021vs2022年
- 女性比男性更在意肤色问题
数据2: 皮肤问题（按性别区分），2022年
- 对肤色管理的需求比抗衰老/抗氧化更强烈
数据3: 使用过的面部护肤品功效（按性别区分），2022年
- 产品细分和特殊成分能有效证明产品适合敏感肌肤
数据4: 敏感肌适用的高功效护肤品特质，2022年
- 精简护肤是皮肤敏感时的首选
数据5: 皮肤敏感时对护肤品功效的偏好，2022年
- 消费者偏爱带有抗痘功效的多效合一护肤品
数据6: 长痘时如何使用功效性护肤品，2022年
- 消费者长痘时青睐专业针对皮肤问题的品牌
数据7: 不同场景下的品牌偏好，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 成分故事是平衡高功效和温和性的关键
数据8: 欧诗漫珍白因Pro，中国，2022年
数据9: 薇诺娜紧致系列多元肽紧致精华液，中国，2022年
- 迎合消费者遇到皮肤问题时的精简护肤需求
数据10: 芙丽芳丝推广精简护肤理念，中国，2022年

市场因素

- 防疫政策“松绑”后，消费信心有所回升
数据11: 对未来3个月改善经济状况的信心，2022-2023年
- 规范行业的新规出台
- 团体标准定义纯净美容
- 国产护肤品牌的高端化
- 消费者寻求功效性护肤品

营销活动

- 为不同肤质定制专门的产品推荐

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

数据12: 理肤泉针对不同肤质提供产品搭配推荐，中国，2022年

数据13: 米蓓尔针对不同肤质的精华推荐，中国，2022年

- 通过跨品类合作强调功效

数据14: 修丽可与专业美容服务合作，中国，2022年

数据15: 润百颜与美容仪的跨品类合作，中国，2022年

- 搭乘精简护肤潮流

- 迎合年轻一代的情感需求

数据16: 薇诺娜的“特护行动”，中国，2022年

新产品趋势

- 肤色管理和抗衰老产品是面部护肤新品的主流

数据17: 护肤品新品前15大宣称，中国，2021-2022年

- “适合敏感肌肤”是面部护肤品类增长最快的宣称

数据18: 面部护肤新品中增速最快的宣称，中国，2021-2022年

- 植物/草本宣称在敏感肌护肤领域的人气继续上升

数据19: 宣称“适合敏感肌肤”的面部护肤新品中的前几大宣称，中国，2021-2022年

数据20: 含有补骨脂酚的本土护肤品，中国，2022-2023年

数据21: 宣传植物鞘氨醇的新品，英国和中国，2023年

- 改善肌肤泛红和减少细纹/皱纹在敏感肌护肤领域变得更加重要

数据22: 结合了其他护肤功效的“敏感肌适用”产品，中国，2023年

- 抗痘产品正在整合去角质功效

数据23: 带有“祛痘”宣称的面部护肤新品中的前几大宣称，中国，2021-2022年

数据24: 带有“抗痘”和“去角质”宣称的产品，中国，2022年

肤质与敏感性

- 越来越多的消费者自我诊断为敏感肌

数据25: 皮肤敏感性，2021vs2022年

数据26: 皮肤敏感性（按性别和年龄区分），2022年

- 混合性皮肤的消费者有所增长

数据27: 肤质，2021vs2022年

数据28: 肤质（按性别和年龄区分），2022年

皮肤问题

- 女性比男性更在意肤色问题

数据29: 皮肤问题（按性别区分），2022年

数据30: 皮肤问题——女性（按年龄区分），2022年

- 肤色暗沉是18-24岁男性最容易出现的第二大皮肤问题

数据31: 皮肤问题——男性（按年龄区分），2022年

- 混合性皮肤消费者存在各种皮肤问题

数据32: 皮肤问题（按肤质区分），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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 敏感肌并不会引发更多常见的皮肤问题
数据33: 皮肤问题（按皮肤敏感性区分），2022年

使用过的面部护肤品功效

- 男性和女性的美白需求都比抗衰老需求更强烈
数据34: 使用过的面部护肤品功效（按性别区分），2022年
- 男性对护肤功效的需求因年龄而迥异
数据35: 使用过的面部护肤品功效——男性（按年龄区分），2022年
- 年轻女性探索多种功效；成熟女性专注于抗老
数据36: 使用过的面部护肤品功效——女性（按年龄区分），2022年
- 消费者根据自己的肤质和皮肤敏感性选择护肤功效
数据37: 使用过的面部护肤品功效（按肤质区分），2022年
数据38: 使用过的面部护肤品功效（按皮肤敏感性区分），2022年
- 消费者根据皮肤问题选择适当的产品
数据39: 使用过的面部护肤品功效（按皮肤问题区分），2022年

敏感肌适用的高功效护肤品特质

- 高功效产品有必要进一步细分
数据40: 敏感肌适用的高功效护肤品特质，2022年
- 利用植物提取物平衡功效和温和性
数据41: TURF分析——敏感肌适用的高功效护肤品特质，2022年
- 富裕消费者根据品牌的研发能力判断产品温和性
数据42: 敏感肌适用的高功效护肤品特质（按个人月收入区分），2022年
- 低线城市消费者信任专业针对皮肤问题的品牌和皮肤测试结果
数据43: 敏感肌适用的高功效护肤品特质（按城市线级区分），2022年
- 敏感肌消费者需要全面依据来判断产品温和性
数据44: 敏感肌适用的高功效护肤品特质（按皮肤敏感性区分），2022年

皮肤敏感时的护肤行为

- 消费者在皮肤敏感时会转向价格更贵的精简型护肤方式
数据45: 皮肤敏感时对护肤品功效的偏好，2022年
数据46: 皮肤敏感时对护肤品成分的偏好，2022年
数据47: 皮肤敏感时对护肤品价格的偏好，2022年
- 用专门针对皮肤敏感问题的产品代替现有护肤品是皮肤敏感时的首选
数据48: 皮肤敏感时对护肤品的偏好，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。

长痘时如何使用功效性护肤品

- 多效合一护肤品是首选
数据49: 长痘时如何使用功效性护肤品，2022年
- 容易长痘的消费者倾向于使用专门的抗痘产品
数据50: 长痘时如何使用功效性护肤品（按肤质区分），2022年

不同场景下的品牌偏好

- 消费者长痘时青睐专业针对皮肤问题的品牌
数据51: 不同场景下的品牌偏好，2022年
- 多达27%的消费者在日常护肤中使用专业针对皮肤问题的品牌

美容人群画像

- 他们是谁？
- 美容达人使用更多控油和提拉紧致类产品；全身心健康关注者偏爱修护和抗衰老产品
数据52: 使用过的面部护肤品功效（按美容人群画像区分），2022年
- 更多美容达人即使在皮肤敏感期也仍然使用不同功效的产品
数据53: 皮肤敏感时的护肤行为（按美容人群画像区分），2022年

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



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)。