

脸部护理 - 女士vs男士 - 中国 - 2015年7月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



中国女性认为更健康和愉快的生活方式能带来持久美丽的肌肤，因此品牌应该放眼更宽，抓住全天24小时生活方式呈现的机会。而对于男性用户，短期策略更能事半功倍。品牌信息应该以帮助男性消费者摒弃不良习惯或提供产品解决方案为主，比如帮助修复“坏习惯”对皮肤造成的伤害。

— 陈文文，高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 普及率仍是释放未来增长的关键
- 维持客户群，产品创新是关键
- 用更健康和愉快的生活方式打造美丽肌肤
- 以不同方式吸引男性消费者

英敏特估计，2014年底，中国女士面部护肤品市场销售额约为800亿元人民币，比2013年高出10.8%。而同期中国男士面部护肤品市场销售额约为66亿元人民币，同比增长12.3%。

经济增速下滑的大环境让中国购物者在日用品（如乳液）上的支出更为谨慎。不过，护肤品仍然是增长最为强劲的美容和个人护理类细分市场之一。消费者更加注重在社交和工作环境的自我形象，这将支撑市场强劲增长，尤其是在低线城市。

未来，在消费者抗衰老和防污保护意识增强的推动下，市场将继续强势攀升。

购买 这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

脸部护理 - 女士vs男士 - 中国 - 2015年7月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

引言

报告所研究的面部护肤产品

研究方法

局限性

摘要

未来仍有增长空间——女性市场

数据 1: 中国女士面部护肤品市场零售销售额预测 (最好和最差情形), 2010-2020年

未来仍有增长空间——男性市场

数据 2: 中国男士面部护肤品市场零售销售额预测 (最好和最差情形), 2010-2020年

市场份额

数据 3: 女士面部护肤品市场公司份额 (按销售额区分), 2014年

皮肤状况

数据 4: 消费者皮肤状况, 2015年3月

皮肤满意度

数据 5: 消费者皮肤满意度, 2015年3月

主要类别渗透率高

数据 6: 消费者护肤品使用情况, 2015年3月

护肤品使用频率

数据 7: 消费者护肤品使用频率, 2015年3月

护肤品花费

数据 8: 消费者护肤品花费, 2015年3月

品牌忠诚度

数据 9: 护肤品品牌使用情况, 2015年3月

用更健康和愉快的生活方式打造美丽肌肤

数据 10: 消费者未来12个月对待护肤的态度, 2015年3月

我们的观点

议题与洞察

普及率仍是释放未来增长的关键

现状

启示

维持客户群, 产品创新是关键

现状

启示

用更健康和愉快的生活方式打造美丽肌肤

现状

启示

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

脸部护理 - 女士vs男士 - 中国 - 2015年7月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

以不同方式吸引男性消费者

现状

启示

趋势与应用

给出证据

专家去哪儿了？

品牌延伸

市场规模及预测

要点

市场推动因素

认识英敏特城市精英人群

追求更健康的生活方式

监管改革

进口关税变化

女士面部护肤品市场现状

数据 11: 中国女士面部护肤品市场销售额, 2010-2014年

未来仍有增长空间

数据 12: 中国女士面部护肤品市场零售销售额预测 (最好和最差情形), 2010-2020年

男士面部护肤品市场现状

数据 13: 中国女士面部护肤品市场销售额, 2010-2014年

增长依然强劲

数据 14: 中国男士面部护肤品市场零售销售额预测 (最好和最差情形), 2010-2020年

预测方法

市场份额

要点

国际品牌仍然领导市场, 国内品牌获取竞争优势

数据 15: 公司在女性面部护肤品市场的份额 (按销售额区分), 2012-2014年

谁在创新？

要点

创新

美容仪器风暴

智能清洁

数据 16: 科莱丽美足SPA焕活霜 (Clarisonic Pedi-Balm Sonic Foot Softening Treatment), 2015年第二季度

数据 17: 倩碧声波净肤仪, 2014年第二季度

清洁和提亮

数据 18: 科莱丽动力焕白声波洁面仪, 2015年第一季度

数据 19: 露娜洁面仪

导入仪

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

脸部护理 - 女士vs男士 - 中国 - 2015年7月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

抗衰老

微电流

数据 20: NUFACE TRINITY面部紧肤仪+眼唇护理头

二极管光疗

激光

数据 21: Tria抗衰老激光美容仪

数据 22: ILLUMINAGE激光美容仪

新护肤理念

肌肤节食

睡前面膜

皮肤“开胃酒”，精华前的新步骤

数据 23: 兰蔻精华肌底液 (Lancôme Génifique Advanced Youth Activating Concentrate) , 2014年第一季度

数据 24: 欧莱雅活颜精华肌底液, 2012年第四季度

数据 25: 羽西灵芝生机焕活精华肌底液, 2102年第一季度

数据 26: 澳尔滨细胞修护基底精华, 2013年第四季度

数据27: 悦诗风吟绿茶籽精萃水分菁露

数据 28: 细白晶透肌底液, 2015年第一季度

修复英雄产品即刻焕颜

数据 29: 倩碧宛若新生气色早安乳, 2015年第一季度

数据 30: 资生堂红妍肌活精华露, 2014年第四季度

数据 31: 莱珀妮抗衰老产品

数据 32: 博尼BB全能液 (Vonin BB Action One-Shot Fluid) , 2015年第一季度

数据 33: 碧欧泉男士焕能润泽修颜露, 2015年第二季度

公司与品牌

欧莱雅

欧莱雅在中国

最新营销动态

主打产品

数据 34: 兰蔻气垫粉底SPF 23/PA+, 2015年第一季度

资生堂

资生堂在中国

近期活动

主打产品

数据 35: 资生堂全效无痕美白系列产品

宝洁

宝洁在中国

近期活动

数据 36: SK-II神仙水紫色浪漫绣球花限量版, 2014年第四季度

主打产品

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

脸部护理 - 女士vs男士 - 中国 - 2015年7月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 37: SK-II环采臻皙炫亮霜 (CC霜), 2015年第一季度

雅诗兰黛

雅诗兰黛在中国

近期活动

主打产品

数据 38: 海蓝之谜赋活提亮眼部凝露, 2015年第一季度

数据 39: 雅诗兰黛极致黑钻系列, 2014年第二季度

数据 40: 倩碧宛若新生精华油, 2015年第一季度

伽蓝

伽蓝在中国

近期活动

主打产品

数据 41: 雪域精粹纯粹滋润冰肌水, 2014第二季度

数据 42: 美素瑰蜜凝颜娇嫩滋养乳液, 2015年第一季度

消费者——皮肤状况

要点

皮肤状况

数据 43: 消费者皮肤状况, 2015年3月

2014-2015年女性护肤趋势对比

数据 44: 女性皮肤状况对比, 2014年和2015年

数据 45: 肌光极效超净斑精华, 2014年第三季度

数据 46: 兰蔻Genifique睛采眼部肌底精华液

性别差异

男女需要不同的解决方案

数据 47: 皮肤状况 (按人口统计区分), 2015年3月

数据 48: 皮肤状况的频度分析 (按人口统计区分), 2015年3月

皮肤满意度

30%以上不满意目前的皮肤状况

数据 49: 消费者皮肤满意度, 2015年3月

潜在男性用户

数据 50: 皮肤满意度 (按人口统计区分), 2015年3月

高收入群体市场潜力更大

消费者——使用习惯

要点

渗透率

主要类别渗透率高

数据 51: 消费者护肤品使用情况, 2015年3月

性别差异

数据 52: 消费者护肤品使用情况 (按人口统计区分), 2015年3月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

脸部护理 - 女士vs男士 - 中国 - 2015年7月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 53: 契尔氏洁面泡沫 (Close Shavers Squadron Sky Flyin Foaming), 2013年第四季度

数据 54: 水芝澳海洋水润男士多效面部喷雾, 2015年第二季度

频度分析

数据 55: 消费者护肤品使用情况的频度分析, 2015年3月

护肤品使用频率

数据 56: 消费者护肤品使用频率, 2015年3月

护肤流程 (女性)

数据 57: 消费者护肤品使用频率 (按人口统计区分), 2015年3月

数据 58: 圣罗兰明彩CC霜SPF50/ PA +++++, 2015年第一季度

数据 59: 兰蔻城市奇迹修颜CC霜SPF 50/PA+++

数据 60: Somoon黑色水凝胶眼贴 (Somoon Black Hydrogel Eye Patch), 2015年第二季度

护肤流程 (男性)

数据 61: 消费者护肤品使用频率 (按人口统计区分), 2015年3月

所有收入/年龄消费者显示出类似使用模式

数据 62: 消费者护肤品使用频率 (按人口统计区分), 2015年3月

数据 63: 消费者护肤品使用频率 (按人口统计区分), 2015年3月

消费者——购买行为

要点

护肤品花费

数据 64: 消费者护肤品花费, 2015年3月

数据 65: 丸美弹力蛋白凝时紧致眼精华

女性护肤品花费

数据 66: 消费者护肤品花费 (按人口统计区分), 2015年3月

男性护肤品花费

数据 67: 消费者护肤品花费 (按人口统计区分), 2015年3月

数据 68: 碧欧泉焕能润泽眼部精华露, 2015年第一季度

品牌忠诚度

数据 69: 护肤品品牌使用情况, 2015年3月

女性品牌忠诚度趋势

数据 70: 女性护肤品品牌使用情况, 2015年3月

数据 71: 女性护肤品品牌使用情况, 2015年3月

男性品牌忠诚度趋势

数据 72: 男性护肤品品牌使用情况, 2015年3月

数据 73: 护肤品品牌使用情况, 2015年3月

数据 74: 护肤品品牌使用情况 (按人口统计区分), 2015年3月

消费者——对待护肤的态度

要点

用更健康和愉快的生活方式打造美丽肌肤

数据 75: 消费者未来12个月对待护肤的态度, 2015年3月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

脸部护理 - 女士vs男士 - 中国 - 2015年7月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 76: La Nuit Douce面部美容油 (La Nuit Douce Frankincense d'Oman Face Beauty Oil) , 2015年第一季度

数据 77: Kiss the Moon黑暗之爱面油 (Love After Dark Face Oil) , 2015年第一季度

情绪修复法

数据 78: 娇兰帝皇蜂姿系列, 2015第二季度

数据 79: 馥蕾诗黑茶面膜 (Fresh Black Tea Instant Perfecting Mask)

健康方案

数据 80: 资生堂红妍肌活果汁, 2015年第一季度

超前护肤——早期防护和在家做护理**性别差异**

数据 81: 消费者未来12个月对待护肤的态度 (按人口统计区分) , 2015年3月

数据 82: 思亲肤扁豆美肌面膜 (Skin Food Everyday Lentil Facial Mask) , 2015年第二季度

数据 83: 北大荒推出的东北膜样五谷丰登系列: 大豆倍嫩保湿面膜, 2014年5月

数据 84: 碧欧泉男士焕能润泽系列

全方位护肤

数据 85: 消费者未来12个月对待护肤态度的频度分析, 2015年3月

数据 86: 消费者未来12个月对待护肤态度的频度分析 (按人口统计区分) , 2015年3月

数据 87: 消费者未来12个月对待护肤态度的频度分析 (按人口统计区分) , 2015年3月

现在购买这篇报告网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com