

皮肤管理 - 中国 - 2018年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



" 轻微的皮肤状况对中国消费者而言似乎无关紧要。大多数人不会采用专门的产品或药品来处理皮肤问题。为扩大消费者基数及使用频率，药妆产品可以定位为维持肌肤健康的全面性产品，又或是针对不良生活方式（如高压生活、睡眠不足等）等造成肌肤问题的主因。 "

- 李玉梅，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 针对生活方式引起的皮肤问题仍需解方
- 好的成分故事是双向的
- 重心转为预防

皮肤状况（如粉刺和斑点）是现代中国消费者的常见问题，而消费者会自行采取处理措施。服用药物并非常见的皮肤状况处理办法。

这让所谓的药妆品有机会于中国蓬勃发展。鉴于消费者认为药妆品温和、有效，药妆品可往更广泛的消费群体拓展（像没有皮肤状况的消费者），并推广其预防性作用。

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

中国
+86 (21) 6032 7300

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

皮肤管理 - 中国 - 2018年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

概述

您所需要了解的

报告定义

综述

市场与竞争

消费者

毛孔问题为最常见皮肤状况

数据1: 过去6个月的皮肤状况，2017年11月

生活方式造成皮肤问题

数据2: 引起皮肤状况的原因，2017年11月

治疗皮肤问题，药妆品非第一选择

数据3: 过去6个月处理皮肤状况的方式，女性，2017年11月

雅漾、薇姿、理肤泉、李医生皆有最高渗透率

数据4: 过去6个月使用过的药妆品牌，2017年11月

未添加不受欢迎的化学成分至关重要

数据5: 对化学成分的态度，2017年11月

发展预防性功能商机可期

数据6: 对药妆的态度，2017年11月

我们的观点

议题与洞察

针对生活方式引起的皮肤问题仍需解方

现状

启示

数据7: Oltana高速效修护晚霜（Oltana Skin Meditation Overnight Repair High Function Night Cream），日本，2017年

数据8: Nia不夜眼霜（Nia Fake Awake Triple-Eye Gel），美国，2017年

数据9: 58 Lifestyle Hygge套装组，英国，2016年

好的成分故事是双向的

现状

启示

数据10: 美丽修行成分分析实例

重心转为预防

现状

启示

数据11: 高姿焕白修斑精华露，中国，2017年

市场与竞争——您所需要了解的

历史悠久，近年蓄势待发

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

皮肤管理 - 中国 - 2018年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

重点企业切入角度不同

市场概述

市场增长动力

获益于整体美妆市场的增长

日益多样化的产品

数据12: 新上市的西班牙药妆品牌，中国，2017-2018年

专门的零售渠道提供产品选择方针

数据13: 欧莱雅皮肤中心，中国

数据14: eSkin在线购物网站，中国

担心环境恶化

化妆品的安全问题可能使消费者转向药妆产品

重点企业

法国品牌：可舒缓过敏肌的温泉水

数据15: 雅漾舒缓活泉水相关信息，中国

日本品牌：美白功效显著

数据16: 日本药妆品牌的美白产品，中国，2017年

美国品牌：含活性成分的强效配方

数据17: 新上市的美妆药妆品牌，中国，2017年

韩国品牌：诊所开发

数据18: 新上市的南韩药妆品牌，中国，2017年

德国品牌：大众市场中的平价选择

数据19: 新上市的德国药妆品牌，中国，2017-2018年

中国品牌：利用传统中药和医院认证

数据20: 中国制药公司的药妆范例，中国，2016-2017年

数据21: 薇诺娜产品实例，中国，2017年

数据22: 玉泽产品实例，中国，2018年

谁在创新？

护肤产品

中国品牌可多加利用皮肤科宣称

数据23: 新上市护肤品具“经皮肤科测试”宣称，中国、日本、南韩、法国、德国、美国，2015-2017年

过敏肌宣称于亚洲推陈出新

数据24: 新上市护肤产品（按宣称区分），中国、日本、南韩，2017年

数据25: 具“低敏”和“经过过敏性测试”宣称的产品实例，日本和南韩，2017年

韩国美妆以医学护肤让积雪草再次活跃

数据26: Cica乳霜实例，南韩，2017年

沃尔格林（Walgreens）与消费者携手合作开发产品

数据27: YourGoodSkin产品实例，美国，2017年

彩妆

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

皮肤管理 - 中国 - 2018年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

气垫粉饼采用皮肤科宣称

数据28: 具皮肤科宣称的气垫粉饼实例，中国及南韩，2017年

美容仪及美容科技

露得清 (Neutrogena) 推出诊所型光疗治痘

数据29: 露得清光疗治痘面膜仪，英国，2017年

用手机轻松在家做皮肤检测

数据30: 美图美妆皮肤检测实例，中国，2017年

数据31: 露得清肤质检测仪实例，美国，2018年

消费者——您所需要了解的

肌肤类型男女不同

三分之二受访者将皮肤问题归咎于生活方式

法国品牌享最高渗透率

防腐剂、色素和酒精最不讨喜

药妆的不同之处在于活性成分

皮肤类型

男女皮肤类型不同

数据32: 皮肤类型 (按性别区分)，2017年11月

25岁是转换点

数据33: 皮肤类型 (按年龄区分)，2017年11月

一线城市的消费者更可能有油性皮肤

数据34: 皮肤类型 (按城市级别区分)，2017年11月

皮肤状况

男女性所需的处理方式不同

数据35: 过去6个月的皮肤状况 (按性别区分)，2017年11月

年轻消费者最易有毛孔粗大及粉刺问题

数据36: 过去6个月的皮肤状况 (按年龄区分)，2017年11月

皮肤类型决定皮肤状况

数据37: 过去6个月的皮肤状况 (按皮肤类型区分)，2017年11月

有混合性皮肤的女性表示有更多皮肤问题

数据38: 过去6个月皮肤状况的频率分析 (按皮肤类型和性别区分)，2017年11月

引起皮肤状况的原因

生活方式为主因

数据39: 引起皮肤状况的原因，2017年11月

性别差异

数据40: Reversa紧肤凝霜，加拿大

数据41: 引起皮肤状况的原因 (按性别区分)，2017年11月

数据42: 抗衰老和防晒化妆品举例，中国，2016-2017年

高收入者更在意外界因素

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

皮肤管理 - 中国 - 2018年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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43: 引起皮肤状况的原因（按个人月收入区分），2017年11月

处理方式

天然便宜的方式优先

数据44: 过去6个月处理皮肤状况的方式，女性，2017年11月

低线城市消费者采取更多措施

数据45: 过去6个月处理皮肤状况的方式（按城市级别），女性，2017年11月

皮炎和皮肤薄促进药妆品用量

数据46: 过去6个月使用过药妆产品的20-49岁的互联网用户，女性，2017年11月

皮肤小状况不足以驱策男性采取行动

数据47: 过去6个月处理皮肤状况的方式，男性，2017年11月

品牌渗透率

一线品牌：法国三巨头和李医生

数据48: 过去6个月使用过的药妆品牌，2017年11月

数据49: 李医生吸黑头护理套组，中国，2017年

品牌可多放心力于30岁男性

数据50: 过去6个月未曾使用任何药妆产品的消费者（按性别和年龄区分），2017年11月

雅漾和理肤泉有一批年轻消费群

数据51: 过去6个月使用过的药妆品牌前四名（按年龄区分），女性，2017年11月

油性皮肤偏好李医生

数据52: 过去6个月使用过的药妆品牌前四名（按皮肤类型区分），女性，2017年11月

对化学成分的态度

对防腐剂印象最差

数据53: 对化学成分的态度，2017年11月

数据54: 新上市护肤产品中的未添加宣称，中国，2015-2017年

消费者需更了解硫酸盐

数据55: 表示“我不了解这个成分”的消费者（按年龄区分），2017年11月

一线城市消费者表示对成分所知有限

数据56: 表示“我不了解这个成分”的消费者（按城市级别区分），2017年11月

对药妆的态度

身体皮肤问题需更多照护

数据57: 非常同意“我希望看到更多专门针对身体皮肤问题*的药妆产品”的消费者（按人口统计区分），2017年11月

数据58: 专门针对身体皮肤问题的药妆品，法国和日本，2018年

消费者看重药妆产品中的有效成分

数据59: 对药妆的态度，2017年11月

药妆品可每日使用，但产生的依赖性让消费者忧心

数据60: 对药妆的态度，2017年11月

认识英敏特城市精英人群

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

皮肤管理 - 中国 - 2018年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

英敏特城市精英人群与非英敏特城市精英人群的皮肤状况差异？

数据61: 过去六个月内，英敏特城市精英人群与非英敏特城市精英人群的皮肤状况及其差异（以非英敏特城市精英人群为参照基准）（按性别区分），2017年11月

为英敏特城市精英人群男性群体的生活方式提供处理办法

数据62: 认为是生活方式引起皮肤问题的消费者（按年龄和消费者分类区分），2017年11月

某些本地品牌于英敏特城市精英人群中有更高渗透率

数据63: 过去六个月内，英敏特城市精英人群与非英敏特城市精英人群的使用过的药妆品牌（以非英敏特城市精英人群为参照基准），女性，2017年11月

酒精可为必要之恶

数据64: 表示“我不会购买含有这个成分的护肤品”的消费者（按消费者分类区分），2017年11月

附录——研究方法和缩写

研究方法

缩写

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com