

身体护理用品 - 中国 - 2019年8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



“比起其他美容及个人护理品类，消费者不太认为身体护理是必需品，因此该市场依赖于产品创新，以吸取消费者的注意力，带动尝试和使用。将面部护肤品中的常见功效、成分或质地引入到身体护理中，能帮助品牌提升参与度和销售。”

— 李玉梅，高级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 跟随面部护肤趋势提振市场
- 手部护理需要额外功效
- 整体健康和护肤趋势能否力挽足部护理颓势？

身体护理用品市场规模（包括全身护理、手部/指甲护理和足部护理）近年来稳定增长，2015-2019年年均复合增长率为8.9%，2019年将达到101.59亿元人民币。全身护理品类是主要增长动力，在成分、功效和形态等方面都有活跃的产品创新，尤其是紧跟面部皮肤护理趋势的创新。20-39岁的年轻女性对这一强劲的消费者需求做出了大量贡献，男士品类也值得开发。

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@intel.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

身体护理用品 - 中国 - 2019年8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

数据1: 中国身体护理用品市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

公司与品牌

数据2: 身体护理用品领先制造商的销售额市场份额，中国，2017-2018年

消费者

滋润是呼声最高的身体皮肤改善诉求

数据3: 改善身体皮肤，2019年4月

品类用户专一于基础产品

数据4: 过去6个月内使用过的身体护理、手部护理和足部护理产品，2019年4月

强调“功效+成分”是制胜之法

数据5: 身体乳和护手霜的购买因素，2019年4月

花香味目前仍是人气之王

数据6: 身体乳香味偏好，2019年4月

抗衰老宣称收获最多关注

数据7: 对身体乳宣称的兴趣，2019年4月

形态创新吸引广泛兴趣

数据8: 对身体乳形态的兴趣，2019年4月

我们的观点

议题与洞察

跟随面部护肤趋势提振市场

现状

启示

手部护理需要额外功效

现状

启示

数据9: 带有抗衰老宣称的护手霜示例，新加坡和西班牙，2018年

数据10: 悦诗风吟济州生活护手霜示例，中国，2018年

整体健康和谐趋势能否力挽足部护理颓势？

现状

启示

市场——您所需要了解的

未来增长需一臂之力

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

身体护理用品 - 中国 - 2019年8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

全身护理品类领跑

跨品类竞争加剧

市场规模与预测

增长持续，但长期有可能放缓

数据11: 身体护理用品市场销售额，中国，2015-2019年（预估）

数据12: 中国身体护理用品市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

市场因素

女性投资美容意愿强烈

新产品研发成功吸引消费者

沐浴用品持续给身体护理品类带来挑战

数据13: ON: THE BODY去角质沐浴露示例，中国

数据14: REVER沐浴油和消费者评价示例，中国

激活身体乳与护手霜以外的子品类仍是挑战

数据15: 多步骤身体护理用品示例，中国

市场细分

全身护理品类持续引领市场增长

数据16: 身体护理用品市场销售额（按品类区分），中国，2015-2019年（预估）

重点企业——您所需要了解的

联合利华与高端品牌份额均有提升

产品创新对于吸引注意力至关重要

“提亮/焕彩”在全身护理与手部护理均有增长

市场份额

联合利华摘得市场头魁

数据17: 身体护理用品领先制造商的销售额市场份额，中国，2017-2018年

数据18: 凡士林美白身体乳示例，中国

数据19: 多芬DermaSpa抗氧化护手霜与身体乳示例，中国

高端品牌表现良好

数据20: 赛斯德玛身体乳示例，中国

竞争策略

借用面部护肤成分趋势提供更多功效

数据21: 强调成分的身体护理用品示例，中国

数据22: 玉兰油Body Cellscience烟酰胺A醇身体乳示例，中国，2019年

探索创新形态与质地以推动使用率

数据23: 身体乳喷雾示例，中国

数据24: 玉兰油浴用身体乳示例，中国

数据25: 质地轻盈的身体护理用品示例，中国

沐浴露品牌积极踏足身体护理品类

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

身体护理用品 - 中国 - 2019年8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26: 沐浴露和身体乳套装示例，中国

谁在创新？

全身护理领跑新品开发.....

数据27: 全身护理、手部/指甲护理与足部护理新品（按品类区分），中国，2015-2018年

.....但该类真实创新正在下降

数据28: 全身护理新品（按新品类型区分），中国，2016-2018年

“保湿/补水”仍是头号宣称，“适合敏感肌肤”和“提亮/焕彩”正在上升

数据29: 全身护理新品的热门宣称，中国，2016-2018年

手部/指甲护理品类“提亮/焕彩”持续增长

数据30: 手部/指甲护理新品的热门宣称，中国，2016-2018年

值得注意的创新产品

搭乘“慢美容”趋势，使用解压、愉悦与助眠宣称

数据31: 带有解压、愉悦、助眠功效的身体护理用品示例，英国和波兰，2018年

特定身体部位产品是有增长潜力的小众领域

数据32: 针对特定身体部位的身体护理用品示例，英国、法国、西班牙和日本，2018年

清凉创新主打夏季

数据33: 带有清凉功效的身体护理用品示例，德国和罗马尼亚，2018年

混合打造定制香味

数据34: 妮维雅Soft Mix Me滋润乳液（NIVEA Soft Mix Me Moisturising Cream），全球，2018年

消费者——您所需要了解的

滋润仍是首要诉求

护手霜与身体乳被看做必须

功效是首要购买因素

花香仍受欢迎

抗衰老宣称激发兴趣

形态创新受品类用户欢迎

理想的皮肤状况

滋润仍是重中之重

数据35: 改善身体皮肤，2019年4月

女性对改善身体皮肤需求更多

数据36: 改善身体皮肤（按性别区分），2019年4月

20-29岁女性视美白和光滑为优先

数据37: 改善身体皮肤（按年龄区分）——女性，2019年4月

产品使用情况

仅身体乳与护手霜使用广泛

数据38: 过去6个月内使用过的身体护理、手部护理和足部护理产品，2019年4月

数据39: 过去6个月内使用过的身体护理、手部护理和足部护理产品数量，2019年4月

女性比男性更多投资身体护理

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

身体护理用品 - 中国 - 2019年8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40: 过去6个月内使用过的身体护理、手部护理和足部护理产品（按性别区分），2019年4月

成熟女性更有可能使用身体护理精油，年轻女性使用身体磨砂

数据41: 过去6个月使用过的身体护理用品（按年龄区分）——女性，2019年4月

购买因素

功效是该品类最重要因素

数据42: 身体乳和护手霜的购买因素，2019年4月

香味在护手霜品类更重要，对年轻消费者尤为如此

数据43: 护手霜的购买因素（按年龄区分），2019年4月

女性更关注香味和质地，男性更看重品牌和价格

数据44: 身体乳和护手霜的购买因素（按性别区分），2019年4月

香味偏好

花香味在身体乳品类仍最受欢迎

数据45: 身体乳香味偏好，2019年4月

男性偏好绿叶与木质香味

数据46: 身体乳香味偏好（按性别区分），2019年4月

柑橘与果香味受到年轻女性喜爱

数据47: 身体乳香味偏好（按年龄区分）——女性，2019年4月

对产品宣称的兴趣

抗衰老功效优先

数据48: 对身体乳宣称的兴趣，2019年4月

男性对放松减压与辅助睡眠功效更感兴趣

数据49: 对身体乳宣称的兴趣（按性别区分），2019年4月

大多数功效的主要受众为25-39岁女性

数据50: 对身体乳宣称的兴趣（按年龄区分）——女性，2019年4月

对产品形态的兴趣

形态创新引发广泛兴趣

数据51: 对身体乳形态的兴趣，2019年4月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群专注于必需品

数据52: 英敏特城市精英人群与非英敏特城市精英人群（作为基准）产品使用率差异，2019年4月

英敏特城市精英人群在选择身体乳时更受功能驱动

数据53: 身体乳的购买因素（按消费者分类区分），2019年4月

英敏特城市精英人群对多种身体乳宣称更感兴趣

数据54: 英敏特城市精英人群与非英敏特城市精英人群（作为基准）对身体乳宣称的兴趣差异，2019年4月

附录——市场规模和预测

数据55: 身体护理用品市场销售额，中国，2014-2024年（预测）

附录——研究方法 与 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

身体护理用品 - 中国 - 2019年8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

研究方法

扇形图预测

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