

面部护肤品 - 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



“面部基础护肤品的使用率比2017年时有所上升，其中洁面产品和面部防晒的使用率增幅更大。尽管这些不是精华等高价产品，但洁面产品仍有着高端化的契机，洁面产品可提供更多高阶功效，例如为成熟女性提供抗衰老功效和为年轻女性提供舒缓功效。”

— 蒋亚利，高级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 纯净美容的兴起
- 从成分介绍向全面讲故事转变
- 洁面产品的未来

2018年，面部护肤品品类继续以强势增长扩张，增长率为13.1%，这得益于持续高端化与女性日益增强的护肤意识。消费者使用率的提升更集中在基础产品上。他们对寻找产品功效背后的根源因素更感兴趣，并且更加关注由消费而带来的环境问题。这表明，消费者在护肤和消费上都逐渐变得理性并成熟。消费者对被证实的功效和保护环境有所需求，如此一来，品牌所面临的挑战即为另辟蹊径来满足消费者的这些需求。

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

面部护肤品 - 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

消费者调研覆盖的面部护肤品包括：

市场规模包括：

细分群体定义（按个人月收入区分）：

综述

市场

数据1: 中国面部护肤品市场销售总额预测（最好和最差情形），2014-2024年

公司与品牌

数据2: 领先制造商在面部护肤品市场的销售额份额，中国，2017-2018年

消费者

女性更在意抗衰老与皮肤健康

数据3: 过去6个月内的皮肤烦恼（按性别区分），2019年5月

使用情况上巨大的性别差异

数据4: 消费者在过去6个月内使用的面部护肤品（按性别区分），2019年5月

消费者对纯净美容感兴趣

数据5: 选择面部护肤品时重视的因素，2019年5月

日常护肤流程在皮肤改善上占主导地位

数据6: 改善皮肤的方法（按性别区分），2019年5月

护肤品成分在消费者中渗透率高

数据7: 成分的认知度和购买率，2019年5月

除基础功能外，消费者对洗面奶的高阶功效也有所期待

数据8: 理想的洗面奶功效，2019年5月

我们的观点

议题与洞察

纯净美容的兴起

现状

启示

数据9: 百雀羚品牌的东方草本宣称，中国

数据10: 岚舒零包装产品，中国

数据11: 岚舒塑胶回收计划，中国

从成分介绍向全面讲故事转变

现状

启示

数据12: 朵梵的营销沟通故事

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

面部护肤品 - 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

洁面产品的未来

现状

启示

数据13: 资生堂盼丽风姿抗皱洁面膏，中国

数据14: 宝丽B.A.洁面膏，中国

数据15: 雅诗兰黛鲜活亮采红石榴二合一洁面乳，中国

市场——您所需要了解的

销售额强势扩张

不断增强的护肤意识与持续高端化是增长的两架马车

市场规模与预测

2018年，面部护肤品市场持续进一步增长

数据16: 中国面部护肤品市场销售总额预测（最好和最差情形），2014-2024年

市场增长动力

基础护肤品举足轻重

生活方式平台与线上直播的发展提升了消费者在面部护肤方面的知识

持续高端化加速了增长

数据17: 新上市面部护肤品产品的价格定位，中国，2017-2018年

重点企业——您所需要了解的

跨国品牌受益于其高端的品牌形象

定制化指日可待

有效成分含量更高的护肤品反映了快速起效的需求

市场份额

重点企业排名与2018年基本相同

数据18: 领先制造商在面部护肤品市场的销售额份额，中国，2017-2018年

跨国制造商受益于持续升温的高端化与线上平台销售的增加

欧莱雅

资生堂

雅诗兰黛 (Estée Lauder)

新品研发、市场营销活动与线上销售是本土品牌增长的三驾马车

百雀羚

数据19: 百雀羚北纬30度的概念，中国

伽蓝

数据20: 春/夏，中国

上美

数据21: 韩束高档系列，中国

数据22: 赞助娱乐节目《明日之子》，中国

竞争策略

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

面部护肤品 - 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

对抗有害蓝光

数据23: 雅诗兰黛抗蓝光眼霜, 中国, 2018年

数据24: 肌肤未来眼霜, 中国, 2018年

以定制化竞争

数据25: 海蓝之谜定制服务, 中国, 2018年

数据26: 倩碧定制化乳液, 中国, 2019年

瞄准年轻客群

数据27: WASO品牌上市新品, 中国, 2018年

数据28: 春/夏品牌上市新品, 中国, 2018年

谁在创新?

保湿/补水进一步巩固了其在面部护肤品中的主导地位

数据29: 面部护肤品上市新品的首要宣称, 中国, 2017和2018年

提亮/焕彩宣称蒸蒸日上

数据30: 提亮/焕彩产品的上市新品, 中国, 2018和2019年

凭借有效成分含量更高的护肤品快速起效

数据31: 有效成分含量更高的护肤品上市新品, 中国与美国, 2018和2019年

冻干粉提供多重功效

数据32: 冻干粉上市新品, 日本、韩国和中国, 2018和2019年

海外流行新成分CBD

数据33: 使用CBD的上市新品, 美国和英国, 2018和2019年

具有高级功效的洁面产品大有所需

数据34: 高级洁面产品的上市新品, 中国, 2018和2019年

消费者——您所需要了解的

女性认真对待皮肤问题, 而男性则听天由命

女性的使用率提升驱动了面部护肤品品类增长

消费者积极参与纯净美容趋势

消费者改善皮肤的方法各有不同

成分介绍刺激了美容成分在消费者中的渗透

基础功能是洁面产品的主要需求

皮肤烦恼

毛孔粗大与皮肤干燥是最大的皮肤烦恼, 不论性别

数据35: 过去6个月内的皮肤烦恼(按性别区分), 2019年5月

皮肤敏感被视为普遍问题

男性倾向于皮肤问题变得严重才采取行动

数据36: Brickell男士修护眼霜 (Brickell Men's Restoring Eye Cream)

对25岁以上的男性而言, 皮肤干燥比粉刺问题更严重

数据37: 过去6个月内的皮肤烦恼——男性(按年龄区分), 2019年5月

眼部护理对女性而言是重要问题, 尤其对20多岁的女性而言

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

面部护肤品 - 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38: 过去6个月内的皮肤烦恼——女性（按年龄区分），2019年5月

产品使用情况

女性使用了6.1种面部护肤品，而男性仅使用了1.7种

数据39: 消费者在过去6个月内使用的面部护肤品（按性别区分），2019年5月

25-29岁的女性最积极使用面部精华与眼部精华

数据40: 消费者在过去6个月内使用的面部护肤品——女性（按年龄区分），2019年5月

基础产品与高阶产品皆在女性中有着更高的渗透率

数据41: 消费者在过去6个月内使用的面部护肤品——女性，2017和2019年

过去2年内男性的使用率鲜有上升

数据42: 消费者在过去6个月内使用的面部护肤品——男性，2017和2019年

所有产品种类的渗透率中，30-39岁的女性贡献最大

数据43: 面部护肤品使用情况的变化（男女分开，每行进行数值排序，排序用不同颜色表示），（按性别与年龄区分），2019年5月vs2017年4月

购买因素

有机认证与资深研发人员研发同样重要

数据44: 选择面部护肤品时重视的因素，2019年5月

数据45: 蜜威特的有机认证，中国

过半消费者重视无伤害认证

数据46: 宜可诚进驻中国市场

纯素成分吸引了44%的消费者

由于中国的垃圾分类规定，消费者对于包装的要求或更高

数据47: 悦木之源的“3R”宣传，中国

数据48: Love Beauty and Planet的品牌目标

男性重视证据，女性则重视专业性与成分

数据49: 选择面部护肤品时重视的因素（按性别区分），2019年5月

25-29岁群体是纯净美容的最佳目标客群

数据50: 选择面部护肤品时重视的因素（按年龄区分），2019年5月

个人收入高的消费者注重品牌道德和环保

数据51: 选择面部护肤品时重视的因素（按个人月收入区分），2019年5月

改善皮肤的方法

消费者寻求速效并采取长期措施

数据52: 改善皮肤的方法（按性别区分），2019年5月

25-29岁的女性热情十足，穷尽方法让皮肤更好看

数据53: 改善皮肤的方法——女性（按年龄区分），2019年5月

护肤品与美容服务/医疗美容搭配使用，以达到最佳抗衰老效果

数据54: 改善皮肤的方法（每行进行数值排序，排序用不同颜色表示）（按皮肤烦恼区分），2019年5月

成分的认知度与购买率

氨基酸、益生菌与玻尿酸的认知度最高

数据55: 成分的认知度和购买率，2019年5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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

面部护肤品 - 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56: 玉兰油亮洁皙颜祛斑精华液，中国，2015年

数据57: 含有烟酰胺的美白产品，中国

数据58: 兰蔻精华肌底液，中国，2019年

数据59: VT CICA老虎抗痘面膜，中国，2019年

所有成分皆为女性使用得更多

数据60: 成分的认知度和购买率——“听说过，也买过”（按性别区分），2019年5月

烟酰胺最吸引20多岁的女性

数据61: 成分的认知度和购买率——“听说过，也买过”——女性（按年龄区分），2019年5月

理想的洗面奶功效

最大需求集中于深度清洁与补水保湿

数据62: 理想的洗面奶功效（按性别区分），2019年5月

数据63: TURF分析——理想的洗面奶功效，2019年5月

20多岁的男性对皮肤修复有所需求

数据64: 理想的洗面奶功效——男性（按年龄区分），2019年5月

数据65: 妮维雅男士修复洁面晶露，中国，2013年

30岁以上的女性对抗衰老的需求更大

数据66: 理想的洗面奶功效——女性（按年龄区分），2019年5月

一线城市的消费者对于洁面产品有着更高的期待值

数据67: 理想的洗面奶功效——男性（按城市线级区分），2019年5月

数据68: 理想的洗面奶功效——女性（按城市线级区分），2019年5月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群对其皮肤问题更敏感

数据69: 皮肤问题（按消费者分类区分），2019年5月

英敏特城市精英人群的需求不止于基础护肤品

数据70: 消费者在过去6个月内使用的面部护肤品（按消费者分类区分），2019年5月

英敏特城市精英人群从有机与纯素概念中寻求健康与保健

数据71: 选择面部护肤品时重视的因素（按消费者分类区分），2019年5月

英敏特城市精英人群不仅依赖于护肤品，还采取其他措施来改善皮肤

数据72: 改善皮肤的方法（按消费者分类区分），2019年5月

附录——市场规模与预测

数据73: 中国面部护肤品市场销售总额，2014-2024年

附录——研究方法与缩写

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