

对美容的态度- 中国 - 2019年11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



“过去1年中，消费者在不同品类的美容产品和服务的使用率皆有所提升，从中可见消费者对更完美容貌的渴望和追求。医美，包括护肤服务和真正的整形手术，被视作能实际有效改善面部皮肤的方法。由于消费者越来越看重护肤和化妆的效果，并日渐更了解护肤和化妆，他们对医美的利用率预计在近期将出现增长，包括基于医美概念的产品。”

— 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：

- 为“贪心”的消费者服务
- 为完美皮肤竭尽全力
- 医美产品与服务的潜力

消费者的美容产品使用率增长，尤其是面部护肤品品类使用率增长，这使得中国的美容市场持续扩张。但由于消费者对个人形象的意识增强，他们已养成全方位美容的习惯，其需求不仅在于基础护肤，还延伸到其他美容品类，如美妆、家用美容仪、美容服务和医美。这表明其他品类有望吸引消费者，尤其是20多岁的消费者，因为他们热衷于尝试不同方法以追求完美容颜。

虽然消费者认为在不正规的渠道做医美是有风险的，但医美仍得到逾半数消费者的支持。由此可见，该品类若能更好地满足消费者对健康又完美的容貌的强烈追求，并能保障安全，便将前景可观。

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

对美容的态度- 中国 - 2019年11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

细分群体定义（按个人月收入区分）：

综述

市场与竞争

该市场前景可观，扩张空间大

竞争趋于白热化

医美行业预计将进一步增长

消费者

成熟的消费者加剧竞争

数据1: 护肤/化妆技巧水平，2019年8月

面部护肤产品使用率最高

数据2: 去年美容产品/服务的使用变化，2019年8月

对更多护肤功效的渴求驱动使用率增长

数据3: 去年使用更多面部护肤产品的原因，2019年8月

消费者更喜欢更安全的医美项目

数据4: 过去1年内的医美利用情况，2019年8月

消费者虽担忧不正规渠道，但认同医美的效果

数据5: 对医美的态度，2019年8月

“有光泽”是健康皮肤的首选特点

数据6: 健康皮肤的定义，2019年8月

我们的观点

议题与洞察

为“贪心”的消费者服务

现状

启示

数据7: 迪奥未来新肌精华，中国

数据8: 迪奥定制化护肤方案，中国

数据9: Optune的定制化护肤服务，日本

为完美皮肤竭尽全力

现状

启示

数据10: 具有亮采功效的产品示例，中国

数据11: FENTY BEAUTY粉底液，中国

数据12: 高度遮瑕的粉底和遮瑕产品示例，中国

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

对美容的态度- 中国 - 2019年11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

医美产品与服务的潜力

现状

启示

数据13: 医美产品示例，中国

市场与竞争——您所需要了解的

强劲需求带来持续扩张

激烈竞争要求进一步差异化

市场因素

消费者个人形象意识、护肤化妆技巧与花费均有提升

KOL与KOC引领美容潮流

工具让护肤/化妆更高效方便

数据14: 护肤/化妆工具示例，中国

更严格的医美监管规定有助于规范该行业

竞争策略

成分故事将消费者的关注吸引回产品表现上

数据15: 娇韵诗双萃精华，中国，2019年

数据16: 雅诗兰黛特润密集修护浓缩精华素，中国，2019年

新推出跨品类融合美容产品

数据17: 跨品类融合的美容产品示例，中国

引起年轻消费者共鸣

数据18: 兰蔻和雅诗兰黛由年轻明星代言，中国

消费者——您所需要了解的

逾半数消费者护肤/化妆经验丰富

面部护肤产品的使用大幅增加

不同的需求促使消费者使用更多护肤产品

消费者倾向于尝试无创/微创型医美项目

部分消费者担忧，但大多数对医美效果持积极态度

“有光泽”占主导地位，但消费者对健康皮肤的观点各异

护肤/化妆技巧水平

逾半数消费者对自己的护肤/化妆技巧颇具信心

数据19: 护肤/化妆技巧水平，2019年8月

更多25-29岁的女性非常了解护肤/化妆技巧

数据20: 护肤/化妆技巧水平（按性别和年龄区分），2019年8月

北京消费者更了解护肤/化妆

数据21: 护肤/化妆技巧水平（按城市线级区分），2019年8月

数据22: 护肤/化妆技巧水平——一线城市（按性别区分），2019年8月

使用变化

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

对美容的态度- 中国 - 2019年11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

更多的花费在面部护肤产品上

数据23: 去年美容产品/服务的使用变化, 2019年8月

女性引领品类增长, 男性逐渐赶上

数据24: 去年美容产品/服务的使用变化(按性别区分), 2019年8月

25-29岁女性积极使用美容产品与服务

数据25: 去年美容产品/服务的使用变化——“用得更多”的女性(按年龄区分), 2019年8月

护肤/化妆“专家”引领使用率提升

数据26: 去年美容产品/服务的使用变化——“用得更多”(按护肤/化妆技巧水平区分), 2019年8月

使用更多面部护肤品的原因

对同种类产品的不同需求是使用更多的首要原因

数据27: 去年使用更多面部护肤产品的原因, 2019年8月

使用的场合与用量增加驱动男性使用更多面部护肤品

数据28: 去年使用更多面部护肤产品的原因(按性别区分), 2019年8月

20多岁的女性在使用更多护肤产品的消费者中占主导地位

数据29: 去年使用更多面部护肤产品的原因——女性(按年龄区分), 2019年8月

高收入消费者领跑“用得更多”的趋势

数据30: 去年使用更多面部护肤产品的原因(按性别和个人月收入区分), 2019年8月

医美利用情况

无创/微创型项目主导医美

数据31: 过去1年内的医美利用情况, 2019年8月

化妆/护肤技术水平并非消费者尝试抗衰老医美的阻碍

数据32: 去年医美利用情况变化(按护肤/化妆技巧水平区分), 2019年8月

男性使用医美祛痘祛疤的人数比例与女性相同

数据33: 过去1年内的医美利用情况(按性别区分), 2019年8月

30岁以上的女性为了抗衰老使用医美的比例高

数据34: 过去1年内的医美利用情况——女性(按年龄区分), 2019年8月

高收入女性是各种医美项目的尝鲜者

数据35: 过去1年内的医美利用情况——女性(按个人月收入区分), 2019年8月

对医美的态度

逾90%的消费者担忧在不正规渠道做医美带来的风险

数据36: 对医美的态度, 2019年8月

30多岁与40多岁的女性相信医美效果

数据37: 对医美的态度——“非常同意”的女性的百分比(按年龄区分), 2019年8月

3类消费者

他们的态度是什么?

数据38: 基于对医美的态度的消费者细分, 2019年8月

数据39: 对医美的态度——“非常同意”的百分比(按消费者细分区分), 2019年8月

成熟的消费者是医美的主要支持者

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

对美容的态度- 中国 - 2019年11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: 护肤/化妆技巧水平 (按消费者细分区分), 2019年8月

他们是谁?

数据41: 消费者的人口统计特征 (按消费者细分区分), 2019年8月

健康皮肤的定义

近30%的消费者认为健康皮肤与“有光泽”息息相关

数据42: 健康皮肤的定义, 2019年8月

男性视自然的皮肤为健康皮肤, 而女性认为健康皮肤要白皙并且没有痘痘/斑点

数据43: 健康皮肤的定义排序 (按性别区分), 2019年8月

数据44: 部分消费者关于自然皮肤的描述——男性, 2019年8月

数据45: 部分消费者关于皮肤白的描述——女性, 2019年8月

数据46: 部分消费者关于“没有痘痘/粉刺/痤疮”与“没有斑点”的描述, 女性, 2019年8月

不同年龄段群体对健康皮肤的观点不同

数据47: 健康皮肤的定义首选 (按年龄区分), 2019年8月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群的护肤/化妆经验丰富

数据48: 护肤/化妆技巧水平 (按消费者分类区分), 2019年8月

25-29岁的英敏特城市精英人群是美容品牌的核心目标客群

数据49: 护肤/化妆技巧水平 (按年龄区分), 2019年8月

英敏特城市精英人群与非英敏特城市精英人群做过祛痘祛疤医美项目的利用率相同

数据50: 过去1年内的医美利用情况 (按消费者分类区分), 2019年8月

附录: 中文词云

数据51: 健康皮肤的定义——中文, 2019年8月

附录: 研究方法与缩写

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