

孕期个人护理产品 - 中国 - 2020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



“妊娠纹和皮肤松弛是孕期和哺乳期最容易出现的皮肤问题。品牌有必要提供有效的解决方案，帮助肌肤回归孕前状态，提高消费者的自信。消费者在孕期仍看重外在形象，所以品牌的市场机遇在于推出丰富齐全的美妆护理产品系列，采用天然成分配方突显安全性，从而吸引消费者购买更多子品类产品，并鼓励其消费升级。”

— 靳尧婷，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 孕期形象依然重要，孕期美妆仍大有机遇
- 通过更多途径和消费者沟通
- 解决明显可见的孕期皮肤问题是关键卖点

2020年初，新冠疫情为孕期个人护理产品市场造成了最小程度的冲击。影响主要来自隔离措施，且局限于短期对线下渠道销售的影响。但是，消费者对解决孕期和哺乳期皮肤问题的产品仍有需求。50%以上的女性孕期出现了妊娠纹和色斑/色素沉积；46%在哺乳期出现了皮肤松弛。提供效果显著和值得信赖的解决方案，能帮助消费者应对这类问题，赢得其青睐。

长远而言，品牌可为妈妈群体打造更丰富齐全的产品系列，不仅局限于护肤产品线，也可推出吸引较年轻消费者的彩妆产品，因为该群更乐于在孕期使用化妆品。产品系列更广泛的品牌目前是市场份额的赢家。出生率和育龄女性人口可能将继续下滑，品牌保持盈利的关键在于满足消费者不断变化的需求，拉动人均消费。

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

孕期个人护理产品 - 中国 - 2020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

市场与竞争

新冠疫情对孕期个人护理产品市场的影响

新冠疫情的长期影响有限

数据1: 新冠疫情对孕期个人护理产品市场的短期、中期和长期影响，2020年8月

对安全性要求更高，天然成分更受关注

线上巨头品牌受益，小品牌和表现平平的品牌市场空间受挤压

消费者

针对显见的皮肤问题，提供有效解决方案

数据2: 孕期和哺乳期出现的皮肤问题，2020年4月

消费者通过多种渠道获取信息

数据3: 孕期使用的信息渠道，2020年4月

孕期彩妆有更多机遇

数据4: 孕期使用的产品类型，2020年4月

国产品牌产品系列更丰富，领跑市场竞争

数据5: 孕期使用的前十大品牌，2020年4月

含有天然成分是关键选择因素

数据6: 孕期产品的选择因素，2020年4月

孕期外在形象仍然重要

数据7: 对产后个人护理的态度，2020年4月

我们的观点

议题与洞察

孕期形象依然重要，孕期美妆仍大有机遇

现状

启示

数据8: 袋鼠妈妈化妆品套装

通过更多途径和消费者沟通

现状

启示

解决明显可见的孕期皮肤问题是关键卖点

现状

启示

市场与竞争——您所需要了解的

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

孕期个人护理产品 - 中国 - 2020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

推出更多宣称适合孕期的产品

出生率继续下滑

推出更丰富的产品系列

市场概述

护肤产品创新中“孕妇可用”宣称的占比仍小

数据9: 好莉卡蛋白面膜 (Haolika's protein mask), 中国, 2019年

数据10: 护肤品类新品发布中使用的宣称, 中国, 2019年

但仍高于全球占比

数据11: 护肤品类新品发布中使用的宣称, 全球, 2019年

在消费者的品牌选择中, 国产品牌袋鼠妈妈胜过国际品牌

数据12: 孕期使用的前十大品牌, 2020年4月

市场因素

育龄女性人口缩减

数据13: 出生率和新生儿数量, 中国, 2014-2019年

数据14: 中国0-3岁婴幼儿总数和增长率, 2020-2024年

敏感肌专用护肤产品是孕期的替代选择

竞争策略

推出更丰富的产品系列, 包括孕期化妆品

数据15: 袋鼠妈妈/澳兰黛产品列表

数据16: 袋鼠妈妈化妆品套装

天然美妆/有机美妆品牌向孕期美妆延伸

可食用成分用于孕期护肤品

数据18: 含有可食用成分的产品

谁在创新?

孕期专用安瓶精华

数据19: 启初安瓶精华, 中国, 2020年

数据20: 润熙禾安瓶精华, 中国, 2019年

新妈妈套装产品

数据21: 孕期套装产品, 英国, 2020年

作为天然成分的牛油果

数据22: 采用牛油果成分的产品, 中国, 2019年

专为具体皮肤问题打造的产品

数据23: 专为具体皮肤问题打造的产品, 英国, 2019年

改善妈妈皮肤状况的饮料

数据24: 亲润益生菌孕期饮料, 中国, 2020年

消费者——您所需要了解的

妊娠纹是孕期的首要顾虑; 皮肤松弛是哺乳期的首要问题

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

孕期个人护理产品 - 中国 - 2020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

母婴论坛是最常用的信息渠道

48%的消费者孕期仍使用彩妆

国产品牌赢得消费者青睐

天然成分是首要选择因素

消费者在哺乳期更加谨慎

孕期和哺乳期出现的皮肤问题

孕期出现最多的是妊娠纹，其次是色斑/色素沉积

数据25: 孕期和哺乳期出现的皮肤问题，2020年4月

年轻消费者的皮肤状况明显不同

数据26: 孕期出现的皮肤问题（按年龄区分），2020年4月

数据27: 哺乳期出现的皮肤问题（按年龄区分），2020年4月

孕期信息来源

专业渠道有更多订阅者

数据28: 孕期使用的信息渠道，2020年4月

较年轻一代更依赖线下教育

数据29: 孕期使用的信息渠道（按年龄区分），2020年4月

富裕消费者更倾向于通过服务获得信息

数据30: 孕期使用的信息渠道因素（按个人月收入区分），2020年4月

孕期使用的产品类型

“专为孕妇设计”是选择产品的触发因素

数据31: 孕期使用的产品类型，2020年4月

年轻群体接受度高

数据32: 孕期使用的产品类型——宣称孕妇可用产品（按年龄区分），2020年4月

使用孕妇可用产品的消费者提及的孕期皮肤问题更多

孕期使用的品牌

袋鼠妈妈获客最多

数据33: 孕期使用的前十大品牌，2020年4月

袋鼠妈妈和娇韵诗：赢得了注重专业性的消费者的份额

数据34: 孕期使用的前十大品牌（按用户类型区分），2020年4月

年龄较低的消费群偏爱国产品牌

数据35: 孕期使用的前七大品牌（按年龄区分），2020年4月

.....收入较高的消费者偏爱国际品牌

数据36: 孕期使用的前十大品牌（按收入区分），2020年4月

孕期产品的选择因素

优先考虑天然成分，而非认证

数据37: 孕期产品的选择因素，2020年4月

孕期女性希望产品有清晰明确的描述；经验妈妈对产品提出额外要求

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

孕期个人护理产品 - 中国 - 2020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: 孕期产品的选择因素（按家中孩子情况区分），2020年4月

对孕期个人护理产品的态度

多数消费者都关注产品成分

数据39: 对产后个人护理的态度，2020年4月

孕期专用产品的使用者在哺乳期更为谨慎

高收入者更有主见，且偏爱进口品牌

数据40: 对孕期个人护理的态度（按个人月收入区分），2020年4月

较年轻消费者更注重孕期形象

数据41: “在孕期出现的皮肤问题（如松弛、妊娠纹）使我失去自信”（按年龄区分），2020年4月

数据42: “我不相信宣称可供孕妇安全使用的彩妆”（按年龄区分），2020年4月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群比非英敏特城市精英人群有更多皮肤问题

数据43: 孕期出现的皮肤问题（按消费者分类区分），2020年4月

英敏特城市精英人群更渴望获得信息

英敏特城市精英人群更重视外在形象

数据44: “在孕期时我也很注重穿着打扮”（按消费者分类区分），2020年4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