美容服务 - 中国 - 2020年10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



“中国美容服务市场经历了宏观环境变化时期，监管更严格，信息更透明。消费者需求并未受新冠疫情抑制，但在这一效果驱动的市场，他们也需要切实证据来证明美容效果。消费者对技术创新的兴趣带来机会，而线上渠道的参与推动了对消费者的科普。”

– 周文棋，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题:

- 新冠疫情对美容服务市场的影响
- 中国市场美容服务提供商的营销策略和创新
- 消费者美容服务的使用情况和花费
- 美容服务市场中的消费升级机会
- 美容服务市场信息获取渠道的影响

女性不断追求美容更有效果，说明自生活恢复常态以来，女性对美容的兴趣并未受到疫情抑制。短视频和直播购物流行，能更多、更好地对消费者进行科普，这在某种程度上也推动了美容服务增长。但是，中国美容服务市场仍处在发展初期，有消费者感兴趣、愿意尝试，不过由于信息不对称，该市场也面临信誉问题。电商平台和公司对该市场进行投资，再加上这些公司的信誉度，有助于推动更健康的竞争，帮助该行业进一步发展。

尽管美容服务无可避免会与美容仪器和高端护肤品形成竞争，争夺消费者在美容上的花费，但在目前阶段，品牌瞄准这三个细分市场的爱好者相当重要。尽管这些消费者声称有所偏好，但她们的美容服务使用率仍明显高于没有明确偏好的消费者。

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

reports.mintel.com © 2020 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

美容服务 - 中国 - 2020年10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

报告主要议题

报告定义

报告不包括

细分群体定义（按个人月收入区分）

综述

新冠疫情对美容服务市场的影响

数据1: 新冠疫情对美容服务市场短期、中期和长期影响，2020年10月

多元化需求推动更多使用和花费

增加线上曝光度，吸引更多消费者

市场

消费者

过去3年手部护理发展最快

数据2: 过去12个月使用过的美容服务——一线城市，2020年9月vs2017年7月

不同人群的美容服务花费增长各不相同

数据3: 过去12个月特定美容服务的花费变化，2020年9月

花费更多的主要原因有尝试更多种美容服务、升级原有服务以及使用频率增加

数据4: 脸部美容或脸部医美服务花费更多的原因，2020年9月

权威认证和用户评价非常影响消费者认知度，而技术是不同城市线级消费者之间的主要差异

数据5: 影响脸部美容服务效果的特点，2020年9月

消费者从多个渠道了解信息

数据6: 美容服务的信息获取渠道，2020年9月

瞄准美容仪器和高端护肤爱好者仍很重要

数据7: 使用过的美容服务（按喜欢的美容服务、美容仪器和高端护肤品区分），2020年9月

我们的观点

议题与洞察

与家用美容仪器和护肤品竞争时突出技术优势

现状

启示

数据8: 美容服务中的基因技术示例，中国

数据9: 热玛吉FLX的介绍

消费升级有助于开发美容服务市场

现状

启示

数据10: 儿童和孕妇适用的安全美甲产品示例，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

美容服务 - 中国 - 2020年10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

线上渠道，尤其是短视频成为重要的消费者科普渠道

现状

启示

数据11: 美容服务市场的直播示例，中国，2020年

数据12: 美容服务科普直播示例，中国，2020年

数据13: 河狸家与美集匠盟的合作，中国，2020年

市场与创新——您所需要了解的

美容服务市场仍处于发展初期

新冠疫情的负面影响是短期的

多方努力刺激增长

公司正在尝试创新营销模式

市场概述

有各种玩家的分散市场

电商参与竞争

尽管微整形手术兴起，按摩和手部护理仍是最常见的美容服务种类

市场因素

短期的疫情管控并未改变对美容的消费热情

数据14: 社会消费品（包括餐饮）和化妆品零售总额的月变化，中国，2019-2020年8月

更多法规规范市场

技术创新推动市场增长

为消费者提供更透明的信息

短期内安全问题不会消失

竞争策略与创新

主动贴近消费者，而不是等消费者上门

数据15: 欧莱雅"移动美容院"服务，中国，2020年

合力竞争

美容服务平台与美妆护肤品牌联手

开拓新的消费场景

消费者——您所需要了解的

美容服务使用率的整体增长

不同年龄群体和城市线级对美容服务的着重点不同

高端化和使用频率有助于增加花费

需要真正的证据

不同信息获取渠道的使用率相似

美容仪器和护肤品消费者都具备潜力

使用美容服务的趋势

按摩和手部护理目前仍最受欢迎

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

美容服务 - 中国 - 2020年10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16: 过去12个月使用过的美容服务，2020年9月

手部护理最受欢迎

数据17: 过去12个月使用过的美容服务——一线城市，2020年9月vs2017年7月

30-39岁女性对脸部和身体关注说明这类人群值得关注

数据18: 过去12个月使用过的美容服务（按年龄区分），2020年9月

一线城市女性更为活跃

数据19: 过去12个月使用过的美容服务（按城市线级区分），2020年9月

花费变化

尽管受新冠疫情影响，仍对美容服务有兴趣

数据20: 过去12个月特定美容服务的花费变化，2020年9月

30岁以下的女性在脸部护理上花费更多

数据21: 过去12个月在美容服务上花费更多的比例（按年龄区分），2020年9月

40-49岁的女性寻求更有效的解决方案

年轻女性想要更快捷的解决方案来改善身材

不同城市线级对脸部美容服务的着重点不同

数据22: 过去12个月在美容服务上花费更多的比例（按城市线级区分），2020年9月

花费更多的原因

消费升级和使用频率的增加都推动花费

数据23: 脸部美容或脸部医美服务花费更多的原因，2020年9月

70后和90后女性更可能把护肤品上的花费转用到美容服务之上

数据24: 脸部美容或脸部医美服务花费更多的原因（按代际区分），2020年9月

效果影响因素

由于用户知识有限，权威机构认证和用户评价好仍是最重要的影响因素

数据25: 影响脸部美容服务效果的特点，2020年9月

美妆博主推荐的影响力较弱

数据26: 影响脸部美容服务效果的特点（按年龄和个人月收入区分），2020年9月

高收入者更重视家人朋友的推荐

数据27: 影响脸部美容服务效果的特点（按年龄和个人月收入区分），2020年9月

独特的技术推动一线城市的消费信心

数据28: 影响脸部美容服务效果的特点（按城市线级区分），2020年9月

信息获取渠道

没有单个信息渠道主领市场

数据29: 美容服务的信息获取渠道，2020年9月

美丽修行、美丽说和Keep是瞄准高频用户的重要APP

数据30: 每天使用的APP（按所使用的美容服务种类区分），2020年9月

年轻女性比年长女性对线下渠道的反应更灵敏

数据31: 美容服务的信息获取渠道（按年龄区分），2020年9月

高收入者在信息获取渠道上更积极主动

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

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32: 美容服务的信息获取渠道（按个人月收入区分），2020年9月

对美容服务的态度

推出新服务时，消除消费者疑虑仍然很重要
数据33: 尝试新的美容项目的意愿（按年龄区分），2020年9月

消费者还未准备好使用美容院自有品牌
数据34: 对美容院自有品牌的态度，2020年9月

专业的连锁美容院更受欢迎
数据35: 美容院的偏好（按个人月收入区分），2020年9月

技术有助于品牌打造竞争优势
数据36: 对美容服务技术的态度（按个人月收入和城市线级区分），2020年9月

与高端护肤品和美容仪器的竞争不可避免，但仍处于初期
数据37: 对美容服务和高端护肤品的态度，2020年9月

瞄准同时使用美容服务和高端护肤用户的机会
数据38: 使用过的美容服务（按喜欢的美容服务、美容仪器和高端护肤品区分），2020年9月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群使用过更多种美容服务项目
数据39: 过去12个月使用过的美容服务（按消费者分类区分），2020年9月

英敏特城市精英人群美容花费增加更可能是因为更常前往美容院/水疗店
数据40: 脸部美容或脸部医美服务花费更多的原因（按消费者分类区分），2020年9月

英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群之间对独特技术的态度有所不同
数据41: 影响脸部美容服务效果的特点，2020年9月

英敏特城市精英人群更可能使用垂直美妆信息渠道
数据42: 美容服务的信息获取渠道——百分比差异（按消费者分类区分），2020年9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