

## 抗衰老产品 (应对新冠疫情之后) - 中国 - 2020年5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



“成熟女性消费者基数庞大，更好地满足30岁以上女性消费者的需求是市场机遇所在。品牌要想在市场竞争中凭借差异化脱颖而出，不仅可凭借显著的产品功效，也可通过支持成熟女性的生活方式，并关爱其情感需求。年轻消费者（尤其是18-24岁的消费者）使用抗衰老产品主要是为了预防而非解决衰老问题。该群体的财务信心受新冠疫情的冲击最大，因此有可能会推迟消费抗衰老产品的步伐。”

— 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：

- 新冠疫情对消费者行为和抗衰老产品市场的影响
- 市场如何应对后新冠疫情时代
- 抗衰老产品细分定位不同需求的新品创新
- 消费者的抗衰老意识
- 消费者对抗衰老产品的功效认知

抗衰老产品一直以来把希望避免或减缓衰老的较年轻的消费者作为核心营销客群。但本报告发现，更多市场机遇在于延伸触及30多岁和40多岁的消费者，因为该群体（到2024年将占总人口的30%）中很大部分消费者对更好的抗衰老解决方案大有需求。

这些需求属于刚需，受新冠疫情的影响较小——对该品类的核心客群而言尤其如此。核心客群即30-49岁的、有中高个人月收入的、生活在一线城市的、已经形成了抗衰老护肤流程习惯的女性群体，因为该群体的财务状况受新冠疫情的影响最小。

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

## 抗衰老产品 (应对新冠疫情之后) - 中国 - 2020年5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

报告范围

细分群体定义 (按个人月收入区分):

细分群体定义 (按居民类型区分)

## 概述

市场与竞争

新冠疫情对抗衰老产品市场的影响

数据1: 新冠疫情对抗衰老产品市场的短期、中期和长期影响, 2020年5月

消费者

消费者最关注皮肤松弛

数据2: 衰老的迹象, 2020年2月

防晒产品可成为教育18-24岁消费者抗衰老概念的切入点

数据3: 开始抗衰老的时间, 2020年2月

证明抗衰老的老效果: 科学胜过天然

数据4: 效果影响因素, 2020年2月

新冠疫情后, 消费者仍十分愿意为抗衰老产品花更多钱

数据5: 价格区间, 2020年2月

消费者从多种渠道获得信息, 社交媒体的网红是领先渠道

数据6: 信息来源, 2020年2月

消费者对减退和预防色斑的满意度最低

数据7: 对功效的看法, 2020年2月

我们的观点

## 新冠疫情对抗衰老产品市场的影响

数据8: 新冠疫情对抗衰老产品市场的短期、中期和长期影响, 2020年5月

疫情期间消费者有更多时间投入抗衰老护理

拥抱线下服务转型带来的机遇

对市场的影响

新冠疫情的短期影响较小

截至目前我们所见

消费者行为的转变

核心客群继续积极探索护肤产品

数据9: 面部护肤产品的使用情况变化, 2020年3月25日至4月1日

更加依赖线上口碑

新冠疫情将如何影响关键消费者细分

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://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](mailto:reports@mintel.com)

## 抗衰老产品 (应对新冠疫情之后) - 中国 - 2020年5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

### 不同年龄群的女性都重拾财务信心

数据10: 新冠疫情期间美容产品消费变化趋势——女性 (按年龄区分), 中国, 2020年2-6月

### 新冠疫情将如何重塑行业

#### 重新思考品牌建设重点

#### 探索品牌营销沟通的合适渠道

#### 对市场营销组合的影响

#### 坚守原价,同时提供更多功效和更佳服务

数据11: 宣称抗衰老或减少细纹/皱纹的面部/颈部护肤品的定价, 中国, 2018-2019年

#### 除了功能性功效之外,提供更多情感益处

#### 借助小包装产品和赠品,吸引入门级消费

#### 更看重数字/线上工具,助力销售和营销沟通

### 新冠疫情:在中国市场情况简述

数据12: 中国新冠疫情累计确诊病例, 2020年1月至5月

数据13: 复工情况, 中国, 2020年3月至5月

## 议题与洞察

### 着眼具体问题的精准抗衰

#### 现状

#### 启示

数据14: 针对局部抗衰老产品实例, 中国

### 将提升/紧致与祛皱区分开

#### 现状

#### 启示

数据15: 具有提升/紧致和减退皱纹的抗衰老产品实例, 中国

### 转向服务成熟消费者

#### 现状

#### 启示

数据16: 瞄准成熟消费者的抗衰老产品实例, 波兰和日本

## 市场与竞争——您所需要了解的

### 内外兼顾的抗衰老意识不断增强

#### 展示功效的不同方式

#### 新形态/质地和高科技功能值得关注

## 市场因素

### 庞大的成熟消费群体追求全面抗衰老

数据17: 人口结构预测 (按年龄区分), 中国, 2020-2024年

### 抗衰老市场正在扩张但变得更细分化

数据18: 不同衰老类型的关键词

### 对心理健康和年轻的渴望

## 竞争策略

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://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](mailto:reports@mintel.com)

## 抗衰老产品 (应对新冠疫情之后) - 中国 - 2020年5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

### 提亮/均匀肤色,焕活年轻

数据19: 具有提亮/均匀肤色宣称的护肤品, 中国

### 减少不健康生活方式引起的衰老迹象

数据20: 瞄准不健康生活方式的护肤品示例, 中国

### 多年研究成果

数据21: 具有长年的研究结果的抗衰老产品示例, 中国

### 用网红和专家的口碑来展示功效

数据22: 用网红和专家口碑来证明功效的产品实例, 中国

### 有数据证明的速效?

数据23: 速效抗衰老产品示例, 中国

## 谁在创新?

### 抗衰老相关宣称呈上升趋势

数据24: 面部护肤品上市新品的抗衰老相关宣称, 中国, 2017-2019年

### 眼部和唇部护理创新层出

数据25: 抗衰老护肤品新品(按子品类区分), 中国, 2017-2019年

### 2019年乳霜和精华质地的新品呈下降趋势

数据26: 具有抗衰老宣称面部/颈部产品的前15大形式和质地, 中国, 2018-2019年

### 使用精油以获得更好抗衰老效果

数据27: 精油质地的抗衰老产品新品, 法国、西班牙和德国, 2020年

### 利用先进技术提升抗衰老效果

数据28: 具有先进技术的抗衰老产品示例, 中国, 2020年

## 消费者——您所需要了解的

### 成熟女性更关注皮肤松弛的问题

向18-24岁的消费者营销抗衰老概念: 为时不早

高科技受到消费者的青睐, 特别是年长女性和高收入消费者

面部精华和眼霜的高端化机会

口碑相传在所有信息来源中占主导地位

消费者对减退皱纹/色斑和预防皱纹/色斑的功能不太满意

## 衰老的迹象

### 皮肤松弛是位列榜首的衰老迹象

数据29: 衰老的迹象, 2020年2月

### 2020年, 皮肤松弛问题的重要性将超过细纹

数据30: 衰老的迹象, 2017年vs2020年

### 不同年龄群体对衰老迹象的看法不同

数据31: 衰老的迹象(按年龄区分), 2020年2月

### 一线城市的女性更关注细纹

数据32: 衰老的迹象(按城市级别区分), 2020年2月

## 开始抗衰老的时间

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://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](mailto:reports@mintel.com)

## 抗衰老产品 (应对新冠疫情之后) - 中国 - 2020年5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

可从瞄准18-24岁的消费者开始

数据33: 开始抗衰老的时间, 2020年2月

逃离都市居民: 在18-24岁时积极使用抗衰老产品

数据34: 开始抗衰老的时间——“18-24岁”(按居民类型区分), 2020年2月

高收入消费者更早开始抗衰老

数据35: 开始抗衰老的时间——“30岁之前和之后”(按个人月收入区分), 2020年2月

## 效果影响因素

证明专业性和功效的不同方式

数据36: 效果影响因素, 2020年2月

数据37: 有特定使用步骤的抗衰老产品实例, 中国

尖端技术+活性成分浓度高+资深研发人员: 吸引近90%的消费者

数据38: 效果影响因素TURF分析, 2020年2月

成熟女性信赖高科技, 但不相信特定的使用步骤

数据39: 效果影响因素(按年龄区分), 2020年2月

高收入消费者对高科技和珍稀原材料感兴趣

数据40: 效果影响因素(按个人月收入区分), 2020年2月

应对暗淡无光的皮肤问题, 产品需提供更多功效证明

数据41: 效果影响因素(按衰老的迹象区分), 2020年2月

## 价格区间

面部精华和眼霜看到进一步高端化的机遇

数据42: 价格区间, 2020年2月

18-24岁的女性最愿意为眼霜/眼部精华多花费

数据43: 价格区间——“面部精华乳/精华液”和“眼霜/眼部精华”(按年龄区分), 2020年2月

## 信息来源

近60%的女性通过社交媒体的口碑效应来获取抗衰老信息

数据44: 信息来源, 2020年2月

成熟女性从家人或朋友处获得信息; 年轻女性从线上渠道获取信息

数据45: 信息来源(按年龄区分), 2020年2月

高线城市城市的消费者受知识驱动

数据46: 信息渠道(按城市线级区分), 2020年11月

## 对功效的看法

消费者最满意保湿的功效

数据47: 对功效的看法, 2020年2月

一线城市消费者对抗衰老效果的满意度较低

数据48: 对功效的看法——“有明显效果”以及“有一点效果”(按城市线级区分), 2020年2月

## 认识英敏特城市精英人群

对衰老的迹象更敏感

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://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](mailto:reports@mintel.com)

## 抗衰老产品 (应对新冠疫情之后) - 中国 - 2020年5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49: 衰老的迹象 (按消费者分类区分), 2020年2月

开始抗衰老的时间与非英敏特城市精英人群相似

数据50: 开始抗衰老的时间 (按消费者分类区分), 2020年2月

重视与抗衰老效果直接相关的真凭实据

数据51: 英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群 (作为基准) 效果影响因素方面的差异, 2020年2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](https://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](mailto:reports@intel.com)