面部清洁和卸妆产品 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 2021年线上竞争者的表现
- 消费者的肤质及敏感性
- 面部清洁和卸妆产品的使用情况及不同场景的清洁流程
- 面部清洁产品的所需特质
- 面部清洁和卸妆产品的溢价因素
- 有助于打造温和产品形象的特质
- 卸妆产品的花费情况

得益于女性和男性消费者广泛使用面部清洁产品，并保持稳定的日常使用频率，2020年新冠疫情对面部清洁市场的负面影响有限，2020-2021年该市场继续保持快速增长，但增速放缓，预计2021年底销售额突破200亿元人民币。针对额外护肤功效的潜在消费升级趋势带动了该市场高端化；此外消费者转向更温和的清洁产品，既促进了"敏感肌"定位宣称的蓬勃发展，也促使品牌重新调整配方，推出氨基酸为基础的清洁产品。相比之下，卸妆产品受新冠疫情的影响更大，但有望迅速恢复，其复苏动力来自于女性稳固的化妆兴趣，以及消费者为获得更好的清洁效果、更多护肤功效和更温和的产品进行消费升级。卸妆产品市场已恢复两位数的增长率，预计于2021年底销售额突破100亿元人民币。然而，虽然品牌广泛采用"敏感肌适用"宣称以吸引敏感肌群体（2020年以前该群体数量持续增长），并推广产品的温和特质以吸引非敏感肌群体，但自认是敏感肌的女性和男性消费者比例分别从2020年的43%和37%下降至2021年的37%和33%。随着自我诊断为敏感皮肤的消费者日益减少，它呼吁品牌重新审视产品的温和性信息。

同时，随着新《化妆品监督管理条例》的出台，额外护肤功效面临挑战，这意味着品牌在可采用的宣称方面受到越来越多的限制。

> “额外护肤功效及更温和的产品将继续推动面部清洁和卸妆产品市场的销售额增长。然而，面对红海竞争，品牌推广产品的温和性时，不妨走出单调的“敏感肌适用”宣称，并通过产品解决方案，提供切实可行的必备护肤功效，以激发消费升级兴趣。”
>
> **– 尹昱力，研究分析师**

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

面部清洁和卸妆产品 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

目录

概述

- 本报告涵盖的关键议题
- 定义
- 不包括

综述

- 市场
- 预计两大市场将在2021年快速增长
  数据1: 中国面部清洁和卸妆产品市场的总销售额，中国，2019-2021年
- 公司与品牌
- 温和性推动新兴洁面品牌的增长
  数据2: 洁面产品前十名品牌（按线上*销售额占比区分），中国，2021年
- 天然、安全且敏感肌适用的品牌正在兴起
  数据3: 卸妆产品前十名品牌（按线上*销售额占比区分），中国，2021年
- 消费者
- 拥有混合性皮肤的男性数量增长
  数据4: 肤质与敏感性（按性别区分），2021年
- 75%男性曾使用洁面产品
  数据5: 面部清洁和卸妆产品的使用情况（按性别区分），2021年
- 83%男性用户在日常护肤流程中使用洁面产品
  数据6: 洁面洁面流程，男性，2021年
  数据7: 洁面流程，女性，2021年
- 女性看重二次清洁
  数据8: 洁面需求（按性别区分），2021年
- 清洁力、护肤功效及温和性引发消费升级
  数据9: 溢价因素，2021年
- 通过"纯净"和肤感打造温和性
  数据10: 温和特质，2021年
- 100元人民币以下的狭窄价格范围
  数据11: 卸妆产品的价格范围，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 洁面产品功效："锦上添花"和"必不可少"
- 为女性增添更多基础护肤功能
- 为男性开发涵盖高阶护肤功效的产品解决方案
- 在肤感方面的商机

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据12: 具有连贯性的肤感沟通示例，中国，2021年

市场

市场规模

- 增长于**2020**年受到冲击
  数据13: 面部清洁和卸妆产品市场的总销售额，中国，2019-2021年
- 市场预计于**2021**年迎来反弹，回到增长快车道

市场因素

- 洁面产品拥有坚实的客群，包括男性
- 对美的"刚性"需求促使化妆品使用频率恢复
- 二次清洁保护两块市场免于互相蚕食
- 护肤功效与温和性继续推动消费升级
- 新规要求出示护肤功效宣称的相关证据

公司与品牌

线上市场份额

- 洁面产品市场的前三大品牌保持不变
  数据14: 洁面产品前十名品牌（按线上*销售额占比区分），中国，2021年
- 男性正在探索新品牌
  数据15: 本土男性护理品牌洁面产品示例，中国，2021年
- 追求温和性的消费者支持新兴"纯净"品牌
  数据16: 本土专业品牌洁面产品示例，中国，2021年
- 新晋人气卸妆品牌在网络崛起
  数据17: 卸妆产品前十名品牌（按线上*市场份额占比区分），中国，2021年
- 通过明星产品收获增长
  数据18: 植村秀将产品线扩展至天然形象卸妆油，中国，2021年
- 敏感肌群体以及追求温和性的消费者支持专业品牌
  数据19: 倩碧卸妆膏，中国，2021年
- 精油品牌扩张布局，推出具有天然形象的卸妆产品
  数据20: 精油品牌卸妆油示例，中国，2020-2021年

营销活动

- 跨界科技品类以吸引男性
  数据21: 洁面跨界科技圈示例，中国，2020-2021年
- 本土企业收购进口高端品牌

新产品趋势

- "便于使用"和"适合敏感肌肤"是增速最快的宣称

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据22: 洁面产品新品中增速最快的前十名宣称，中国，2019-2020年

- “巾”形态的洁面产品增多

数据23: 湿巾形态的洁面产品示例，中国，2020-2021年

- 益生元/益生菌为护肤功效带来新前景

数据24: 洁面新品10项美容及功能宣称的变化，中国，2019-2020年

数据25: 带有益生元/益生菌宣称的洁面产品示例，中国，2020-2021年

- 质地厚重形态的新品在**2021**年复苏

数据26: 卸妆新品的前十大形态，中国，2019-2021年

- 具有高阶护肤功效的卸妆产品数量正在增长

数据27: 卸妆新品中增速最快的前六名美容宣称，中国，2019-2021年

数据28: 抗衰老卸妆产品示例，中国，2021年

- 经皮肤测试的卸妆产品

数据29: 敏感肌适用的卸妆产品示例，中国和英国，2021年

消费者

肤质与敏感性

- “自我诊断”为皮肤敏感的比例停滞不前

数据30: 肤质与敏感性（按性别区分），2021年

- 混合性皮肤的男性增多

数据31: 肤质，男性，2020年vs2021年

面部清洁和卸妆产品的使用情况

- 男性在产品形态多样性方面落后

数据32: 面部清洁和卸妆产品的使用情况（按性别区分），2021年

- 年轻女性较不愿意尝试多样化的卸妆产品形态

数据33: 卸妆产品的使用情况，女性（按年龄区分），2021年

洁面流程

- **83%**男性已养成使用洁面产品的习惯

数据34: 洁面流程，男性，2021年

- 即便只涂抹防晒霜，使用卸妆产品仍然是女性必不可少的一步

数据35: 洁面流程，女性，2021年

洁面需求

- 近乎半数消费者重视二次清洁，尤其是女性

数据36: 洁面需求，2021年

- 男性对额外护肤功效更感兴趣

数据37: 洁面需求（按性别区分），2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据38: 洁面需求 – TURF分析（累积无重复到达率和频次分析），男性，2021年
数据39: 洁面需求，男性（按年龄区分），2021年

溢价因素

- 优先提升卸妆产品的清洁力
  数据40: 溢价因素，2021年
- 沟通洁面产品的切实护肤功效以吸引女性
  数据41: 购买洁面产品的溢价因素（按性别区分），2021年

温和特质

- 消费者重视成分层面的温和性
  数据42: 温和特质，2021年
  数据43: 温和特质 – TURF分析 ，2021年
- 对于愿意溢价购买更温和产品的消费者，肤感是首要吸引因素
  数据44: 温和特质——愿意为更温和产品支付溢价的消费者（以不愿意支付溢价的消费者作为基准），2021年
- 基于配方的温和性更能引起年轻女性的共鸣
  数据45: 温和特质，女性（按年龄区分），2021年

卸妆产品的价格范围

- 主要价格范围为**20-100**元人民币
  数据46: 卸妆产品的价格范围，2021年
- 一线城市使用者带动卸妆产品消费升级
  数据47: 部分卸妆产品的价格范围（按城市线级区分），2021年

附录——市场规模

数据48: 中国洁面产品市场总销售额，2018-2021年
数据49: 中国卸妆产品市场总销售额，2018-2021年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快 做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我 们如何实现这一目标，请点击**mintel.com.** 。

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有