

女士面部护肤品 - 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

- 中国面部护肤品市场的竞争概览及新产品趋势
- 面部护肤品的使用情况和护肤流程的变化
- 面部精华油的使用情况及使用这类油性形态产品的原因
- 消费者对产品形态、质地和包装的态度
- 消费者对面部护肤品可持续包装的兴趣

中国女性进一步增加面部护肤流程中所使用的产品数量，与极简护肤趋势背道而驰。值得注意的是，防晒产品已取代洁面产品，成为中国女性最广泛使用的面部护肤品，其渗透率高达80%。此外，包括面部精华、眼霜/眼部精华及面部精华油等高效产品的使用率也快速提升。例如，面部精华的使用率从2020年的66%增长至2021年的74%。

中国女性的护肤流程步骤多，再加上对高效产品的需求强劲，这两个因素将持续驱动中国面部护肤品市场的增长。品牌需提供更多兼顾功效和使用体验的专业家用方案，以保持对消费者的吸引力；此外，产品形态和质地的创新将在增加护肤流程方面扮演更重要的角色。

随着产品使用增加，消费者对可持续性议题的关注也将会增加，因此品牌可提供包括可重复利用的包装及回收服务等更可持续的包装选择，助力女性确保她们的护肤流程尽可能可持续。然而，消费者的支付意愿在不同年龄群体中也有差异。例如，18-24岁的年轻女性较不愿意为可持续包装支付溢价。



“中国女性的多步骤护肤流程及对高效产品的强劲需求驱动市场增长。为了保持对消费者的吸引力，以及降低她们转向极简护肤的风险，品牌需持续升级消费者的居家护肤流程，提供更多专业方案，如利用SPA和医美宣称，并探索产品形态/质地的创新。此外，DIY（自己动手）概念不仅能把面部护肤流程转化为一种体验，也能让消费者打造专属配方，因此具备发展潜力。”

- 李玉梅，副总监

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

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

- 报告关键议题
- 定义

综述

- 市场
数据1: 女士面部护肤品销售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年
- 公司与品牌
数据2: 女士面部护肤品市场领先企业的销售额份额，中国，2019和2020年
- 消费者
- 高功效面部护肤品的增速最快
数据3: 过去6个月用过的面部护肤品，2019-2021年
- 功效是促使消费者使用更多产品的主要驱动力，但形态/质地也是重要因素
数据4: 部分面部护肤品的使用习惯，2021年
- 油性形态与滋润/保湿密切相关
数据5: 使用面部精华油的原因，2021年
- 大多数女性正在拓展护肤流程
数据6: 晚间护肤流程的变化（按年龄区分），2021年
- 新形态/质地可改善产品功效与使用体验
数据7: 对面部护肤品的新形态/质地/包装的兴趣，2021年
- 相较于回收与续装，可重复利用的包装更受消费者青睐
数据8: 对面部护肤品可持续包装的兴趣，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 升级中国女性的居家面部护肤流程
- 提供美容院/医美等级的效能
数据9: 欧莱雅臻白晶透淡斑系列，中国，2021年
- 探索DIY与可定制化概念
数据10: Opulus Beauty Labs The Starter System组合套装，美国，2021年
- 教育消费者打造多步骤流程
数据11: The Inkey List Recipe Builder，美国，2021年
- 丰富形态/质地选择以推动产品使用率
数据12: 波波瑞反重力紧致淡纹双生颈霜，中国，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

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

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。

市场规模与预测

- 面部护肤品依然是中国美容市场最具活力的品类
数据13: 女士面部护肤品销售额和年同比增长率，中国，2017-2021年
- 数据14: 女士面部护肤品销售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年

市场增长动力

- 市场受益于中国女性的多步骤护肤流程
- 对高功效的需求驱动消费升级
- 线上与数字化策略的成功促进市场增长
- 面部护肤品迎合消费者的健康关注点

市场份额

- 拥有强势高端品牌的国际企业表现亮眼
数据15: 女士面部护肤品市场领先企业的销售额份额，中国，2019和2020年
- 领先本土品牌的势头逊于新玩家
数据16: 科瑞肤新品示例，中国，2021年

营销活动

- 聚焦女性运动员以推广多元美与女性赋权
数据17: 自然堂“自然而燃”宣传片，中国，2021年
数据18: SK-II STUDIO《VS》动画系列，全球，2021年
- 美容营销活动涵盖不同年龄群体
数据19: 欧莱雅“我值得拥有”宣传活动示例，中国，2021年
数据20: HBN《每条皱纹，都是勋章》宣传短片示例，中国，2021年
- 与中国航天联名，迎合高涨的民族自豪感
数据21: 珀莱雅x中国航天联名产品示例，中国，2021年
数据22: 羽西“火星皮”产品营销宣传示例，中国，2020年

新产品趋势

- 中国市场更专注于洁面产品，眼部护理的趋势也值得留意
数据23: 女士面部护肤新品（按子品类区分），中国、韩国、日本、英国和美国，2020年7月-2021年6月
数据24: 作为面部护理系列延伸的眼部护理新品示例，中国，2021年
数据25: 含视黄醇的眼部护理新品示例，中国，2021年
- 新品种/系列延伸持续驱动新品发布
数据26: 女士面部护肤新品（按发布形式区分），中国，2017-2021年

报告内容

- 综述
- PDF格式完整报告
- 演示文稿
- 交互式数据手册

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

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。

- 精华乳/精华液与精华油新品显著增长
数据27: 女士面部护肤新品(按形态和质地区分), 中国, 2017-2021年
数据28: 本土品牌面部精华乳/精华液新品示例, 中国, 2021年
数据29: 兰以及雏菊的天空产品示例, 2020-2021年
数据30: 面部护理精华油新品示例, 中国, 2021年
- 主要功能性宣称开始趋于平缓
数据31: 女士面部护肤新品的主要宣称, 中国, 2017-2021年
数据32: 针对色斑和色素沉积的面部护肤新品示例, 中国, 2021年
- 本土品牌尝试利用天然成分突围
数据33: 含有天然成分的本土品牌面部护肤新品示例, 中国, 2021年
- 创新亮点
- 韩国棉片新品持续增长
数据34: 面部护肤棉片新品示例, 韩国, 2020年
- 日本类肝素护肤品与日俱增
数据35: 含类肝素的面部护肤新品示例, 日本, 2020-2021年
- 品牌持续探索功能性成分的天然替代品
数据36: 含有燕麦神经酰胺、补骨脂酚和美藤果肽的面部护肤新品示例, 美国和法国, 2021年

皮肤问题

- 肤色暗沉已成为最受关注的皮肤问题
数据37: 过去6个月内的皮肤问题, 2020年vs2021年
- 所有年龄群体都在意肤色状况
数据38: 过去6个月内的皮肤问题(按年龄区分), 2021年
数据39: 过去6个月内的皮肤问题——肤色暗沉(按年龄和城市线级区分), 2020年vs2021年

面部护肤品使用情况

- 防晒成为最常用的面部护肤品
数据40: 过去6个月用过的面部护肤品, 2019-2021年
数据41: 过去6个月内用过的面部护肤品——防晒产品(按年龄和城市线级区分), 2020年vs2021年
- 高阶面部护理产品的渗透率快速上涨
- 产品种类恢复增长趋势
数据42: 过去6个月内使用过的面部护肤品种类的数量, 2019-2021年
- 18-24岁群体偏爱面膜; 25-29岁群体其他面部护理的使用率领先
数据43: 过去6个月内使用过的面部护肤品(按年龄区分), 2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

面部护肤品的使用习惯

- 大多数使用者同时使用多种面膜
数据44: 部分面部护肤品的使用习惯，2021年
数据45: 韩束净透弹润精选套组，中国，2021年
数据46: 眼部护理组合新品示例，中国和法国，2021年
- 25-29岁**更有可能在功效与形态的驱动下同时使用多种产品
数据47: 洁面产品的使用习惯（按年龄区分），2021年
- 一线城市的消费者更可能受形态/质地驱动
数据48: 面膜和面部精华乳/精华液的使用习惯（按城市线级区分），2021年

使用面部精华油的原因

- 面部精华油与滋润功效的关联紧密
数据49: 使用面部精华油的原因，2021年
- 年长消费者更可能重视面部精华油的天然性
数据50: 使用面部精华油的原因（按年龄区分），2021年
- 调节皮肤油脂分泌的功效可吸引有毛孔粗大困扰的消费者
数据51: 使用面部精华油的原因（按皮肤问题区分），2021年
数据52: 针对油性和容易长粉刺的皮肤的面部精华油新品示例，美国和英国，2021年

面部护肤流程的变化

- 大多数女性增加了晚间面部护肤流程
数据53: 晚间护肤流程的变化（按年龄区分），2021年
数据54: 面部护肤品使用情况：增加与减少（作为基准）晚间护肤步骤的消费者差距，2021年
数据55: 夜间去角质新品示例，美国及法国，2021年
- 18-24岁**群体略微显露减少晨间/日间护肤流程的倾向
数据56: 晨间/日间护肤流程的变化（按年龄区分），2021年
数据57: 护肤流程时间的变化（按年龄区分），2021年
- 30-39岁**群体最有可能进行特殊面部护理
数据58: 特殊面部护理的行为（按年龄区分），2021年

对产品形态/质地/包装的态度

- 功效和体验都是推介新产品形态的重点
数据59: 对面部护肤品的新形态/质地/包装的兴趣，2021年
- 便于携带是最吸引**18-24岁**群体的产品特点
数据60: 对面部护肤品的新形态/质地/包装的兴趣（按年龄区分），2021年
- 新兴使用体验吸引高收入消费者
数据61: 对新产品形态/质地/包装的兴趣：高个人收入和低个人收入消费者（作为基准）的差距，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

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

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。

对可持续包装的兴趣

- 相较于回收与续装服务，消费者更偏好可重复利用的包装
数据62: 对面部护肤品可持续包装的兴趣，2021年
- **18-24岁**群体较不重视可持续包装
数据63: 对面部护肤品可持续包装的兴趣——“我愿意付比普通产品更多的钱购买”（按年龄区分），2021年

附录——市场规模与预测

数据64: 女士面部护肤品市场销售额和年同比增长率，中国，2016-2026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

交互式数据手册

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

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

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](https://www.mintel.com)。