孕期个人护理产品 - 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

- 孕期护肤产品使用情况
- 对孕期面部护肤功效的兴趣
- 购买行为和购买路径
- 对孕期个人护理的态度
- 产品成分偏好与高端产品溢价因素
- 新产品创新和竞争策略

与去年类似，相比普通产品，消费者更愿意信任宣称孕期专用的个人护理产品。但出人意料的是，相比成熟女性，年轻消费者在孕期使用更多面部精华乳/精华液产品（平均14%的消费者在孕期不使用任何精华，而年轻消费者中这一比例为9%）。精华类产品通常宣称具有高端护肤功效，如面部提升等抗衰老功效，并通常采用高端价格定位，是消费者开支最大的品类。消费者数据解释了这一结果。数据显示，年轻消费者更有可能对宣称抗衰老功效的孕期面部护肤产品感兴趣，并且在孕期往往会经历更多的皮肤问题（58%vs均值52%）。因此，在孕期个人护理产品市场，品牌有机会针对年轻消费群体推出具有抗衰老功效的高端面部护肤产品。现在90后消费者正逐渐成为孕期个人护理市场的消费主力。调整营销和产品创新策略以迎合该群体的需求将有助于品牌增长。

持续下降的出生率是威胁孕期个人护理产品市场的主要因素。由于各种社会压力和忙碌的生活方式，现在的女性不愿意考虑生育孩子，导致孕期个人护理市场无法依靠人口扩大实现未来增长。为促进增长，相比依靠目标消费群体的扩大，品牌不妨着眼于产品的高端化，并通过推出更细分的产品增加产品的使用场景，从而提高人均支出。

“孕期女性挑选个人护理产品时，安全是首要考虑因素，重要性远超功效、价格等其他因素。从查看成分到研究产品评价，精明的消费者更倾向于相信自己的判断，让自己更加安心。天然成分是实现温和效果的基本要素，此外品牌还可通过展示自身专业性、利用权威机构颁发的证书和认证突显高端特质，从而在激烈的竞争中脱颖而出。”

– 靳尧婷，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

孕期个人护理产品 - 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

综述

- 市场与竞争
- 消费者
- 消费者偏好宣称孕期适用的产品
  数据1: 孕期产品使用情况，2021年
- 消费者在孕期主要寻求基础护肤功效
  数据2: 挑选孕期面部护肤产品时，消费者最感兴趣的功效，2021年
- 无论何种个人护理产品，查看成分都是必要步骤
  数据3: 孕期/哺乳期个人护理产品购买路径，2021年
- 相比功效，消费者更注重安全性
  数据4: 溢价因素，2021年
- 消费者仍然青睐天然成分
  数据5: 孕期对产品成分的偏好，2021年
- 瞄准年轻消费者的孕期护肤需求
  数据6: 孕期对皮肤护理的态度，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 瞄准拥有更多护肤需求的年轻新手妈妈
  数据7: 澳兰黛面向90后孕妈推出的BB霜
  数据8: 贝德美在小红书上的营销推广，中国，2021年
- 通过减轻安全顾虑打造高端品牌形象
  数据9: 壁丽营销海报，中国

市场与竞争 – 市场因素

- 出生率持续下降，政府出台三孩政策
- 90后妈妈崛起
- 国产孕期护理品牌正在崛起
- 动物测试政策放宽
- 产后恢复服务兴起，竞争加剧
  数据10: 市面上针对孕产期客户提供的美容服务，中国，2021年

营销活动

- 婴幼儿个护品牌推出孕期护理产品
  数据11: 婴幼儿护理品牌推出孕期护理产品，中国，2021年
- 推出主题成分的产品套装

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: 孕期个人护理产品套装，中国，2021年
-]高端护肤品牌瞄准孕期皮肤调理
  数据13: 海蓝之谜面向新妈妈的护肤精华，中国，2021年

新产品趋势
- 护肤品创新中"孕妇可用"宣称的占比仍较小
- 孕期适用的彩妆产品范围继续扩大
  数据14: 新上市的孕期彩妆产品，中国，2020年
- 出示权威证书，减轻安全性方面的顾虑
  数据15: 植物主义经认证的孕期护肤套装
- 更细分的产品品类
  数据16: 新上市的孕妇专用护手霜产品，中国，2020年

消费者 – 孕期产品使用情况
- 孕妇可用的彩妆产品有机会增长
  数据17: 孕期产品使用情况，2021年
- 相比去年，更多消费者选择使用孕期专用产品
  数据18: 孕期产品使用情况——"宣称孕妇可用产品"，2020vs2021年
  数据19: 孕期产品使用情况——"不使用"，2020vs2021年
- 年轻消费者对精华和防晒产品更谨慎
  数据20: 孕期产品使用情况——"宣称孕妇可用产品"（按年龄区分），2021年

对孕期护理功效的兴趣
- 基础补水是必要功效，其次是抗氧化
  数据21: 挑选孕期面部护肤产品时，消费者最感兴趣的功效，2021年
- 年轻妈妈对抗衰老更感兴趣
  数据22: 挑选孕期面部护肤产品时，消费者最感兴趣的功效（按年龄区分），2021年

购买路径
- 查看成分是必要步骤，彩妆也不例外
  数据23: 孕期/哺乳期个人护理产品购买路径，2021年
- 在孕期/哺乳期，消费者比平时更重视网上的产品评价
- 网上的推荐比真人推荐更重要
- 年轻女性更依赖线下帮助
  数据24: 孕期/哺乳期面部护肤品购买路径（按年龄区分），2021年
  数据25: 品牌与专业信息渠道合作

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

孕期个人护理产品 - 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.

成分偏好

- 天然成分和维他命赢得消费者关注
  数据26: 孕期对产品成分的偏好，2021年
- 有机成分和矿物油更受富裕家庭欢迎
  数据27: 孕期对产品成分的偏好（按家庭月收入区分），2021年

溢价因素

- 安全相关特征是高端化的关键，重要性超过功效
  数据28: 溢价因素，2021年
- 年轻消费者更倾向于信任专业人士

对孕期个人护理的态度

- 年轻消费者在孕期有更多护肤需求
  数据29: 孕期护肤需求的改变，2021年
- 不同于其他护肤品，孕期个护产品功效的重要性较低
  数据30: 对孕期个人护理产品功效的态度，2021年
- 预防还是解决问题，消费者态度存在分歧
  数据31: 对使用孕期个人护理产品的态度，2021年
  数据32: 孕期和哺乳期出现的皮肤问题，2021年
- 专业品牌对低收入人群更有吸引力
  数据33: 孕期个人护理产品的品牌偏好（按个人月收入区分），2021年
- 消费者恢复孕前护肤流程需要时间
  数据34: 对孕期后恢复孕前护肤流程的态度，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