

女性美容护理流程 - 中国 - 2018年8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



“中国女性在面部护肤品上的投资意愿日益增强，这促使她们换用更高价的品种，加入更多的护肤步骤，特别是之前的小众品类。下一步可以是基于季节、皮肤状况或日夜场合扩充更多的细分护肤品，从而刺激体验试用和多种类产品使用。”

— 李玉梅，高级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 护肤产品进一步细分的时代已经到来
- 护肤并不仅和外貌有关，也是身心健康的一部分
- 如何拓展外出美妆

中国女性正在建立成熟的美容护肤流程。一方面，她们增加护肤步骤，早晚分别平均使用4种和5种类型的面部护肤品。另一方面，她们根据季节或皮肤状况调整护肤流程，寻求专门针对不同皮肤需求的产品。

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@intel.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

女性美容护理流程 - 中国 - 2018年8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

报告定义

综述

市场

数据1: 中国面部护肤品零售市场销售额预测 (最好和最差情形), 2013-2023年

公司与品牌

数据2: 前十大面部护肤品公司市场份额, 中国, 2016和2017年

消费者

面部护理仍是支出重心

数据3: 过去6个月的消费变化趋势 (按品类区分), 2018年6月

季节性产品的商机

数据4: 面部护肤产品使用习惯, 2018年6月

精华乳晨用率迎头赶上

数据5: 消费者在过去6个月使用过的面部护肤产品, 2018年6月

毛孔和肤色是消费者的现有关注焦点

数据6: 促使消费者更换或升级护肤品的皮肤问题, 2018年6月

防晒和彩妆是外出随身必备美容单品

数据7: 过去6个月外出时使用的产品, 2018年6月

睡眠对护肤至关重要

数据8: 对美容护理的态度, 2018年6月

我们的观点

议题与洞察

护肤产品进一步细分的时代已经到来

现状

启示

数据9: 修丽可夜间精华和日用精华, 中国, 2017年

数据10: 贝露芙红景天能量修护面霜 (Vprove Rhodiola Power Cream), 韩国, 2018年

护肤并不仅和外貌有关, 也是身心健康的一部分

现状

启示

数据11: W=Hb²能量双瓶精华 (W=Hb² Power Duo Face Serum), 英国, 2018年

数据12: REMIX心灵净化洁面 (REMIX Spirit Cleanse Face Wash), 美国, 2017年

如何拓展外出美妆

现状

启示

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

女性美容护理流程 - 中国 - 2018年8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13: 头发护理棒和棉片示例,韩国和美国,2017年

数据14: qii口腔护理茶饮料(qii oral care tea drinks),加拿大,2018

市场——您所需要了解的

销售额稳步增长

市场规模与预测

增速小幅提升

数据15: 面部护肤品零售市场销售额和年增速,中国,2014-2018年(估计)

数据16: 中国面部护肤品零售市场销售额预测(最好和最差情形),2013-2023年

市场因素

关税削减继续造福国内市场销售

社交媒体是产品和营销信息的有力渠道

美容服务可能成为消费热点

重点企业——您所需要了解的

本土企业新增份额

换种方式谈论衰老

市场份额

国内品牌崛起

数据17: 前十大面部护肤品公司市场份额,中国,2016和2017年

数据18: 百雀羚x钟华限量版产品示例,中国,2017年

卷土重来

数据19: 玉兰油菁醇青春及微磁导入系列示例,中国,2018年

竞争策略

各原产国的策略概述

换个方式谈论衰老

数据20: 玉兰油“无惧年龄”营销活动,中国,2018年

数据21: 兰蔻精华肌底液(Lancôme Advanced Génifique Youth Activating Concentrate),全球,2017年

数据22: Allure杂志9月号封面,2017年8月

韩国美妆品牌扩大综合品牌美妆店的影响力

数据23: Nature Collection的品牌,中国,2018年

介绍天然成分的来源

数据24: 百雀羚北纬30度——向天然致敬》纪录片示例,中国,2018年

数据25: 养生堂x蔡徐坤的芬兰直播示例,中国,2018年

谁在创新?

真正的面部护肤品新品发布下滑

数据26: 面部护肤品新品*(按上市类型区分),中国,2016-2018年6月

数据27: 面部护肤品新品(按子品类区分),中国,2016-2018年6月

数据28: 有色润唇护唇新品,中国,2018年

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

女性美容护理流程 - 中国 - 2018年8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

海洋成分继续发力

数据29: 含海洋成分的面部护肤品新品，中国，2017-2018年

益生菌/发酵护肤品受瞩目

数据30: 主打益生菌或益生元的护肤新品，韩国和法国，2017年

数据31: 含康普茶红茶菌成分的面部护肤品新品，英国和中国，2017-2018年

保护数码原住民

数据32: 主打防蓝光的护肤新品，韩国和英国，2017-2018年

创新美容仪器协同增效

数据33: 含有创新美容仪器的护肤品产品示例，韩国，2018年

棒状为新兴形式

数据34: 棒状形式的护肤新品，韩国和美国，2017-2018年

聆听并回应消费者

数据35: Glossier产品示例，美国，2017年

消费者——您所需要了解的

面部护理仍是支出重心

三分之二根据季节调整面部护肤品

晚上平均使用5种面部护肤品

毛孔粗大刺激面部护肤品升级

防晒产品和彩妆是外出时最常使用的产品

睡眠是不可或缺的护肤品

外貌满意度

越来越自信的中国女性

数据36: 外貌满意度，中国，2016 vs 2018年

消费变化趋势

何时精打细算，何时奢侈一把

数据37: 过去6个月的消费变化趋势（按品类区分），2018年6月

自信的消费者继续投入

数据38: 过去6个月的消费变化趋势——花费增加（按对外貌满意度和品类区分），2018年6月

彩妆：花费增加的焦点

数据39: 部分品类过去6个月的消费变化趋势——花费增加（按品类区分），2017 vs 2018年

头发：要护理，不要造型

数据40: 部分品类过去6个月的消费变化趋势（按品类区分），2018年6月

不同年龄，不同重点

数据41: 过去6个月的消费变化趋势——花费增加（按年龄和品类区分），2018年6月

面部护肤产品使用习惯

还不是“看心情”决定

数据42: 面部护肤产品使用习惯，2018年6月

年轻女性关注皮肤状态.....

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

女性美容护理流程 - 中国 - 2018年8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43: 面部护肤产品使用习惯(按年龄区分), 2018年6月

数据44: 芭比波朗肌肤疗法示例, 全球, 2017年

.....年长女性根据日程更换产品

日常面部护肤流程

晚间护肤步骤更多

数据45: 早晨及晚上使用的面部护肤产品的种类数, 2018年6月

数据46: 消费者在过去6个月使用过面部护肤产品, 2018年6月

晨间面部护理主攻年长女性

数据47: 过去6个月内使用过眼霜/眼部精华(按年龄区分), 2018年6月

更换护肤品的动机

为了轻微皮肤问题改变

数据48: 促使消费者更换或升级护肤品的皮肤问题, 2018年6月

毛孔问题是年轻女性面临的首要皮肤困扰; 年长的女性更关注明显可见的问题

数据49: 促使消费者更换或升级护肤品的皮肤问题(按年龄区分), 2018年6月

高收入消费者关注眼周问题

数据50: 促使消费者更换或升级护肤品的皮肤问题(按个人月收入区分), 2018年6月

外出时的美容护肤流程

防晒和彩妆是外出随身必备美容单品

数据51: 过去6个月外出时使用的产品, 2018年6月

舒缓皮肤对高收入消费者更重要

数据52: 过去6个月外出时使用的部分产品(按个人月收入区分), 2018年6月

对美容护理的态度

睡眠美容

数据53: 对美容护理的态度, 2018年6月

数据54: 德美乐嘉焕彩助眠晚安面霜(Dermalogica Sound Sleep Cocoon), 英国, 2018年

向25-39岁的消费者传达情感益处

数据55: 对美容护理的态度——情感益处(按年龄区分), 2018年6月

四大美容消费群体

数据56: 基于美容护理态度的消费者细分, 2018年6月

数据57: 对美容护理的态度——非常同意(按消费者分类区分), 2018年6月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群是否对外貌更自信?

数据58: 外貌满意度(按消费者分类区分), 2018年6月

数据59: 外貌满意度——非常满意(按年龄和消费者分类区分), 2018年6月

愿意为服务买单, 且不局限于面部

数据60: 英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群过去6个月的消费变化趋势差异——花费增加(按品类区分), 2018年6月

随身携带更多美容护理产品, 但不是全副武装

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

女性美容护理流程 - 中国 - 2018年8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61: 过去6个月外出时使用的产品（按消费者分类区分），2018年6月

附录——市场规模与预测

数据62: 中国面部护肤零售市场销售额，2013-2023年

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

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@intel.com