

新消费

颜值经济

2021 “颜值经济” 新消费趋势报告

CBNDATA × 
第一财经商业数据中心 新零售智库
NEW RETAIL

© 2021 CBNDATA. All rights reserved.

TABLE OF CONTENTS 目录

第一部分： 颜值经济概述

- 1.1 国民容貌焦虑与颜值经济话题兴起
- 1.2 颜值经济发展概览

第二部分： 颜值新阶段

- 2.1 美妆新主张
- 2.2 美颜新科技
- 2.3 生活新方式

第三部分： 消费新升级

- 3.1 产品新选择
- 3.2 服务新体验
- 3.3 消费新链接

01 02 03

ONE 颜值经济概述

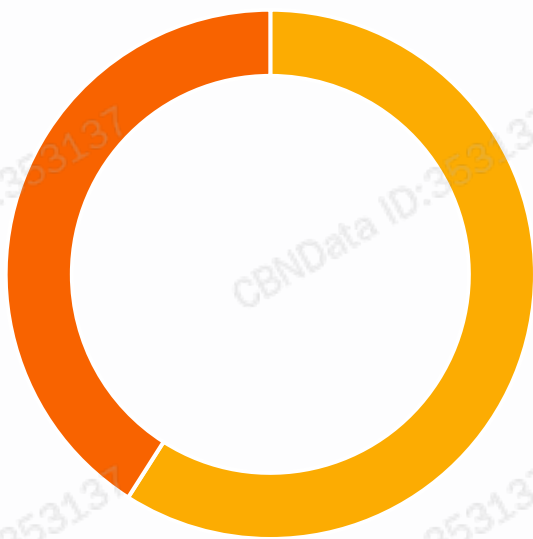
容貌焦虑引发颜值消费走高，消费者全面拓展对颜值经济的认知，新兴概念受到认可。

“美”是追求也是困扰，近6成大学生有容貌焦虑

颜值焦虑呈现年轻化态势。据调查，59%的大学生存在一定程度的容貌焦虑，其中女生更容易对此感到敏感，而更多男生为容貌非常焦虑。据高德数据显示，消费者愿意为变美跑得更远，2021年Q1季度全国核心城市用户去往线下美容体验店的平均路程相比2020年Q4季度增长了2.4%。

近6成大学生有容貌焦虑

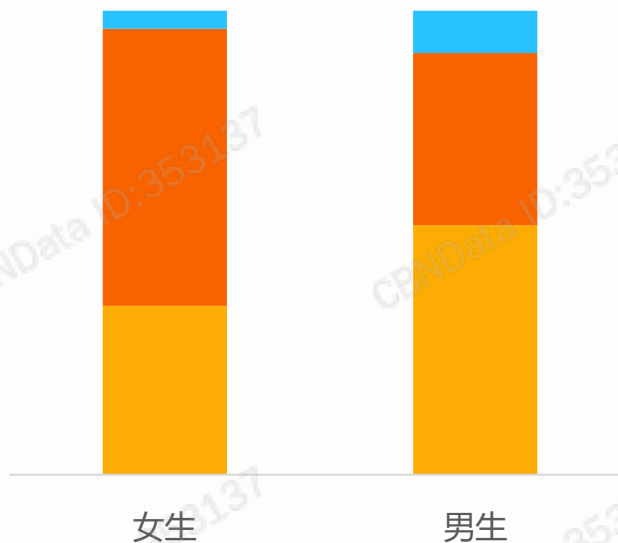
■ 为容貌焦虑 ■ 不为容貌焦虑



来源：中国日报网《近六成大学生有容貌焦虑》，N=2063

大学生分性别容貌焦虑情况

■ 无感 ■ 比较敏感 ■ 非常焦虑



来源：中国日报网《近六成大学生有容貌焦虑》，N=2063

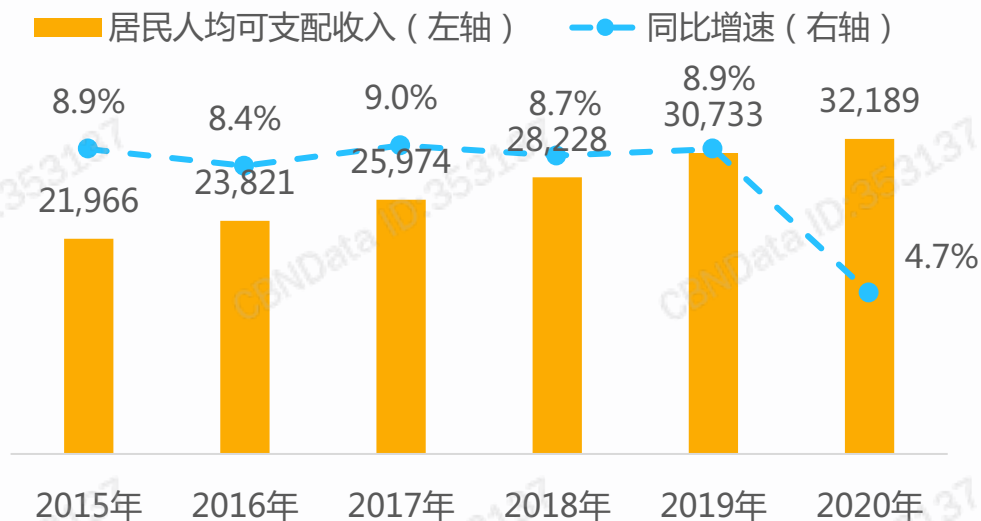
2021Q1对比
2020Q4
线下美业消费路程
环比增长2.4%

来源：高德数据

国民消费力稳步提升，颜值消费投入促进颜值经济相关产业持续发展

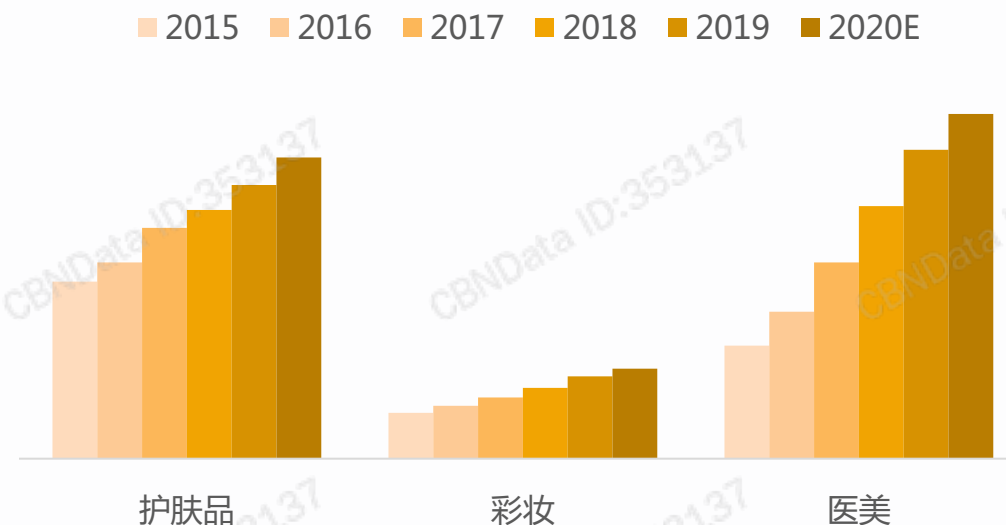
近年来，中国居民人均可支配收入稳定增长，增速维持在9%左右，2020年受疫情影响增速有所回落；以护肤、彩妆、医美行业为代表的颜值经济产业市场规模不断扩大，展现出颜值经济强劲增长潜力。

2015-2020年中国居民人均可支配收入趋势（单位：元，%）



来源：国家统计局

2015-2020年美妆及医美行业市场规模（单位：亿元）

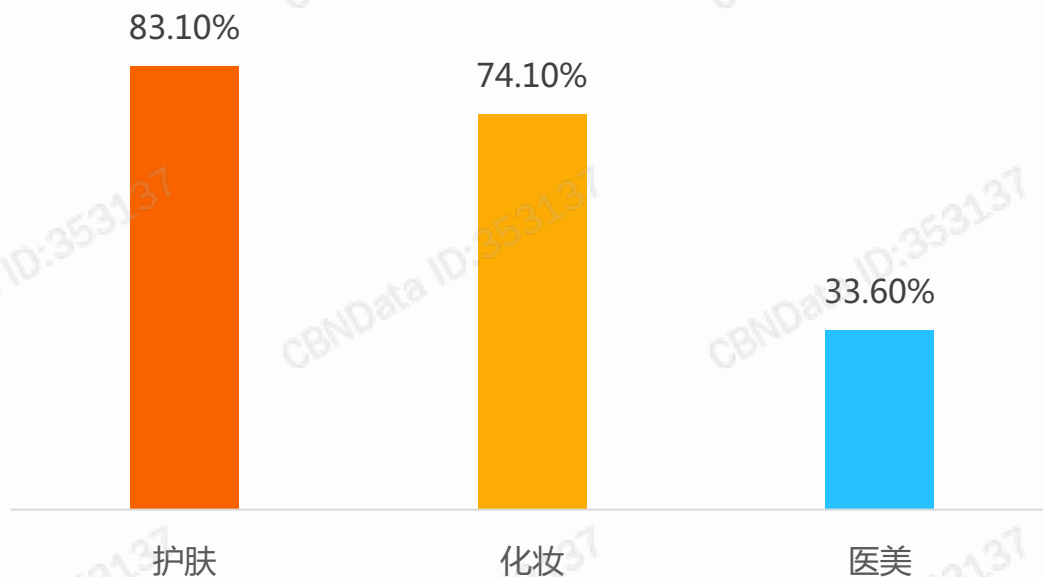


来源：头豹研究院《2020年中国化妆品行业深度报告》& 艾瑞咨询《中国医疗美容行业洞察白皮书》

消费者对于颜值经济认知拓展，颜值消费从单纯的关注容貌转为美体、美容等全方位服务需求

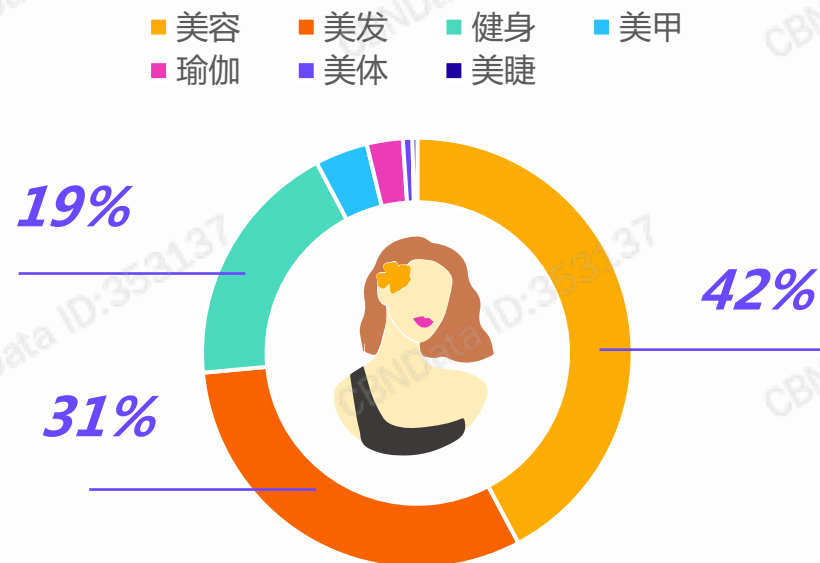
医美在女性面部颜值改善的选择认知已超过三成。同时，大众对于颜值打造要求日益全面，从面部到躯体都注重颜值打造，健身、瑜伽、美体等行业都吸引了爱美人士的关注。

当代中国女性面部颜值改善方式



来源：CBNData x 艾尔建《中国女性立体颜值洞察报告》

消费者颜值体验性消费偏好占比



来源：高德数据，全国9大核心城市近6个月用户至线下美业门店导航次数

TWO

颜值新阶段

颜值经济中，消费者在如何变化？

从使用更加个性化的美妆产品，到借力科技仪器与医美手段，再到形成健康的生活方式，消费者层层进阶，多层次、全方位焕新颜值。

2.1

阶段1：美妆新主张

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_18895

