

以油抗老

东方成分

生物技术

2023油类精华 消费趋势洞察报告

林清轩

山茶花抗老修护专家



CBN DATA

第一财经商业数据中心

© 2023 CBNData. All rights reserved.





目录

01 | 精华油市场发展情况

02 | 精华油市场消费趋势洞察

03 | 精华油市场总结与展望

PART 01

精华油市场 发展情况



线上精华油消费市场保持增长态势，消费者对于精华油关注热度不减

数据显示，过去一年线上淘宝天猫及京东平台精华油市场规模超过11亿元，且仍保持较高增长态势，消费同比增速近64%。同时，从小红书、抖音等社交媒体表现来看，消费者对#精华油#，#以油养肤#等话题仍保持较高关注热度。

线上精华油消费市场
发展态势良好

2021.02 vs.2022.02 线上
淘宝天猫及京东平台精华油
销售额同比增速



数据来源：中研普华产业研究院

数据来源：中研普华产业研究院

消费者对精华油仍保持较高关注

小红书平台相关话题浏览量

#以油养肤#话题历史浏览总量超过**1.2亿**

#抗老精华油#话题历史浏览总量超过**160万**

抖音平台“精华油”关键词搜索指数变化

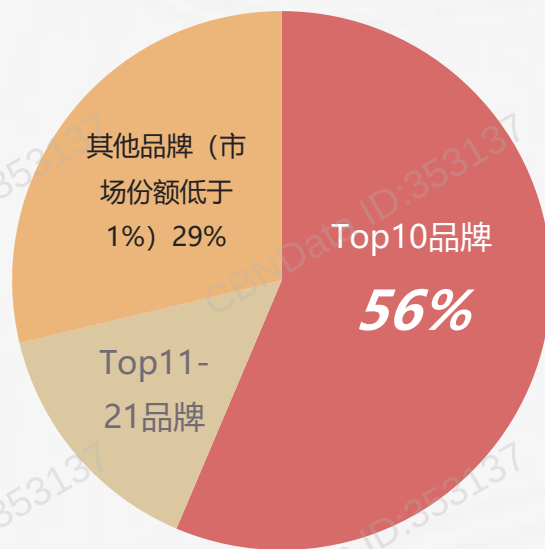


数据来源：千瓜、巨量算数

以林清轩为代表的精华油国货品牌占头部品牌八席，国际品牌纷纷入局

整体精华油市场，Top10品牌占据超50%的市场份额，其中国货品牌占据Top10中的8位。国际品牌香奈儿、希思黎、纪梵希等也纷纷推出高端化产品以打开精华油市场。

2022年1-11月线上天猫精华油市场
品牌分布



数据来源：魔镜数据、德邦研究所

2022年1-11月线上天猫精华油
市场TOP10品牌国别分布

■ 国产品牌 ■ 国际品牌



以林清轩为代表的国货
品牌占头部品牌八席

数据来源：品牌国别分布由top10品牌拆分国别所得

国际高端品牌布局精华油市场



数据来源：天猫官方品牌旗舰店

PART 02

精华油市场 消费趋势洞察

场景 洞察

功效 洞察

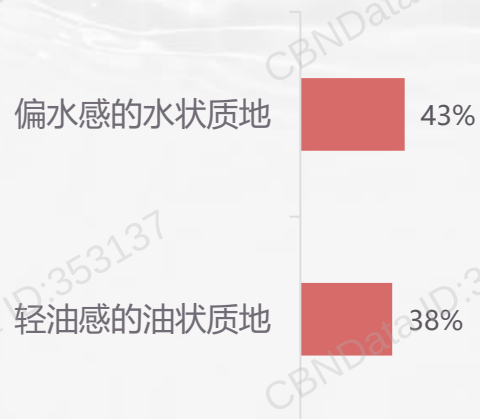
成分 洞察

科技 创新

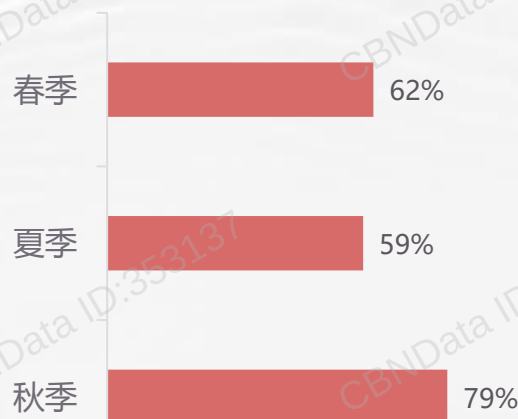
场景洞察 | 精华油适用季节仍存痛点，水状质地更受消费者偏爱

在精华油质地偏好调研中，现阶段偏水感质地的精华油更受到消费者的青睐。其中，秋冬仍是主要使用场景，同时也有部分用户打破秋冬以油养肤固有认知，在夏季开启精华油护肤之旅。但对于多数消费者而言，“夏季易出油、出汗后肤感不好、容易闷痘”等仍是消费者的痛点所在。

消费者精华油质地偏好情况



消费者精华油使用季节偏好情况



消费者夏季使用精华油
痛点词云



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_52811

