

成分平衡

中国精华产品NPS用户体验研究

2021年



海量行研报告免费读

精华行业概览

1

精华消费行为研究

2

精华产品NPS用户体验研究

3

未来启示

4

01. 精华市场概览

护肤市场稳步增长 成分/功效、性价比、品牌及使用感是重要考虑因素

- “颜值经济”推动护肤市场增长
- 随着中国跨入新消费时代，消费者开始注重以实现自我和发展自我为出发点的个体性，强调树立与众不同的形象。对自我感受的关注度提升
- 护肤品的使用感是TOP考虑因素之一

01.

02.

精华关注热度高 补水保湿、美白、修复、玻尿酸、维C、烟酰胺是热议功能和成分

- 精华和面膜作为密集修护型产品，吸引消费者较多关注
- 除基础保湿功能外，消费者对于精华抗氧化、抗皱、淡斑、控油的深层修复功能存在期待

精华在25-34岁的轻熟龄人群的渗透率较高

- 精华在25-29岁的男性群体中渗透度较高
- 58%的男性会优先选择男性专用精华品牌

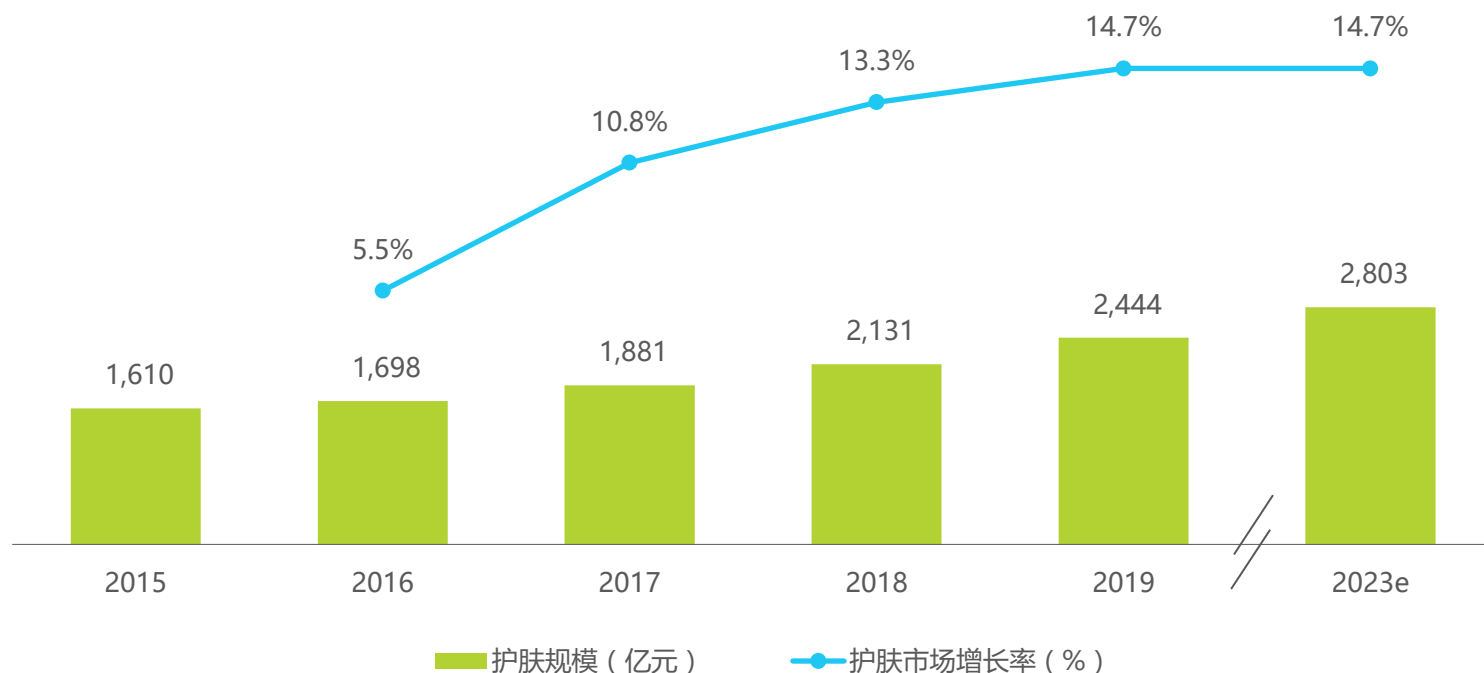
03.



“颜值经济”推动下，护肤市场规模及增长率呈双增长。预计中国护肤市场规模2023年将达到2,803亿元

中国护肤市场呈稳步增长，2019年同比增长14.7%。

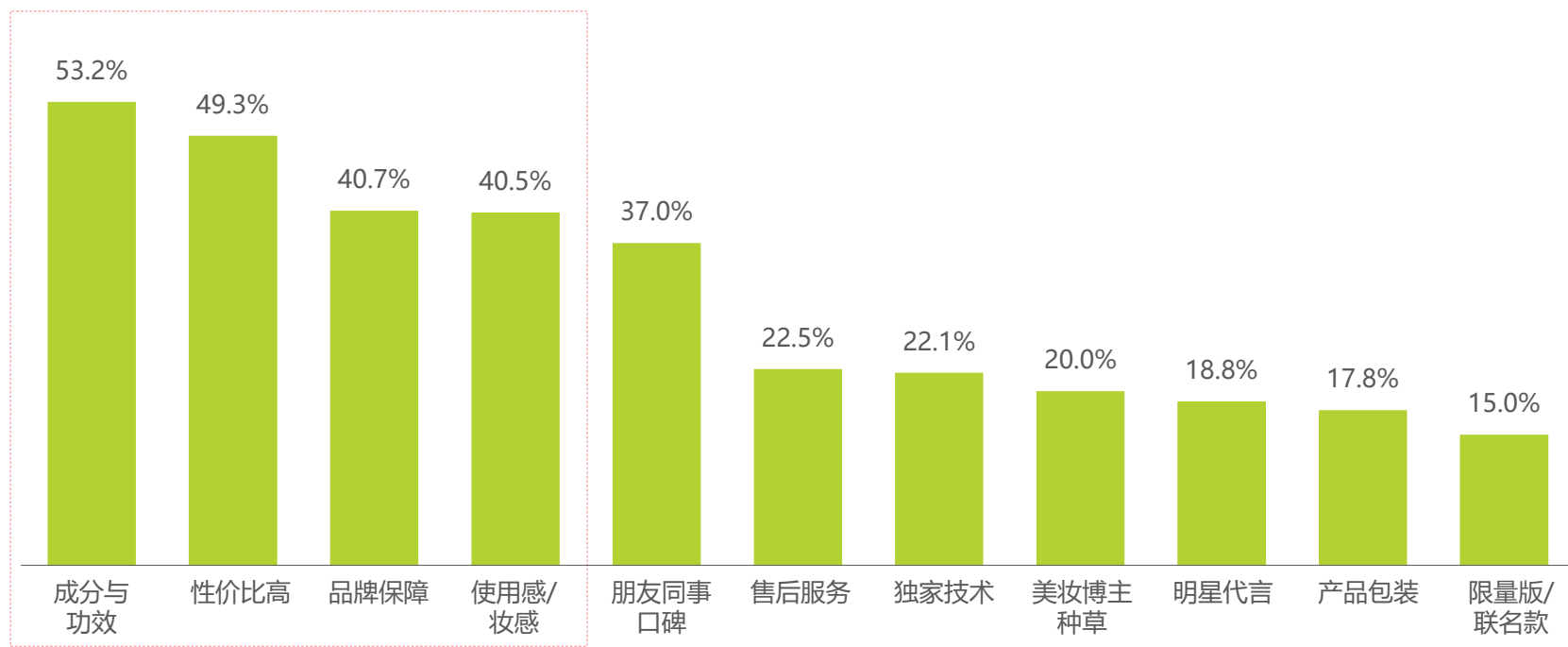
2015-2023年中国护肤市场规模及增长率



成分与功效、性价比、品牌、使用感/妆感是消费者购买美妆护肤品的主要考虑因素

消费者对于使用感的关注亦较高，位列购买考虑的TOP因素之一。

2020年中国美妆护肤消费者美妆护肤品购买考虑因素

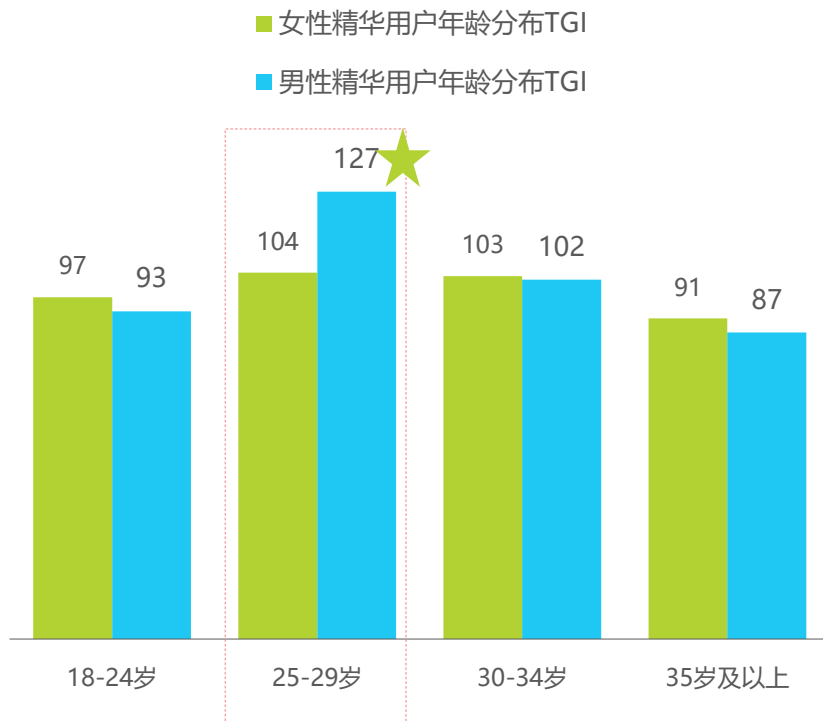


来源：《2020年中国本土及国际美妆护肤品牌及营销研究报告》艾瑞咨询。

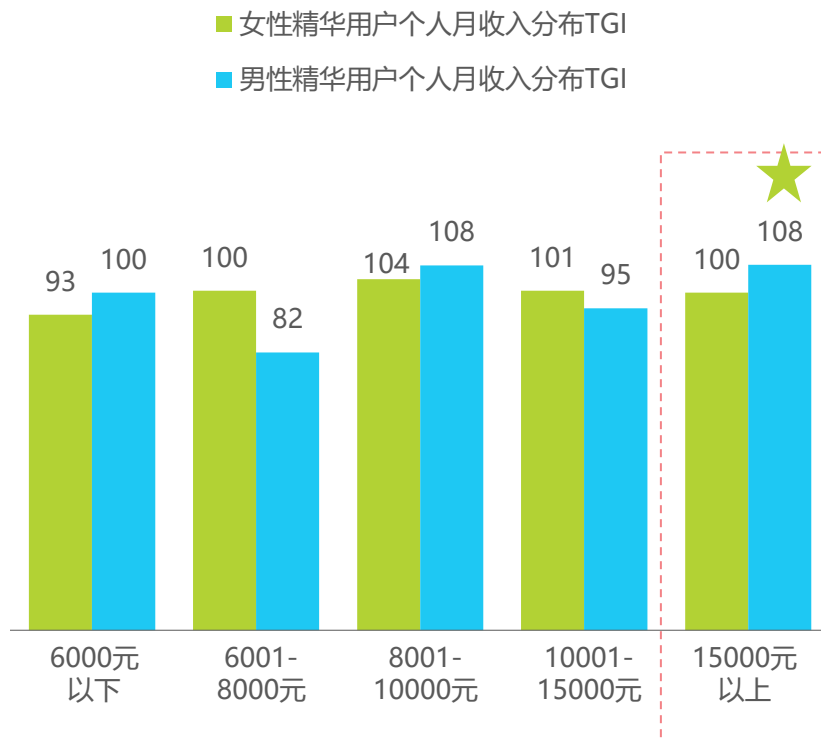
男性精华消费者的个人收入较高，在25-29岁的占比亦较明显。

精华在25-34岁的轻熟龄人群的渗透率较高。

不同性别精华用户TGI-年龄段分布



不同性别精华用户TGI-个人月收入分布



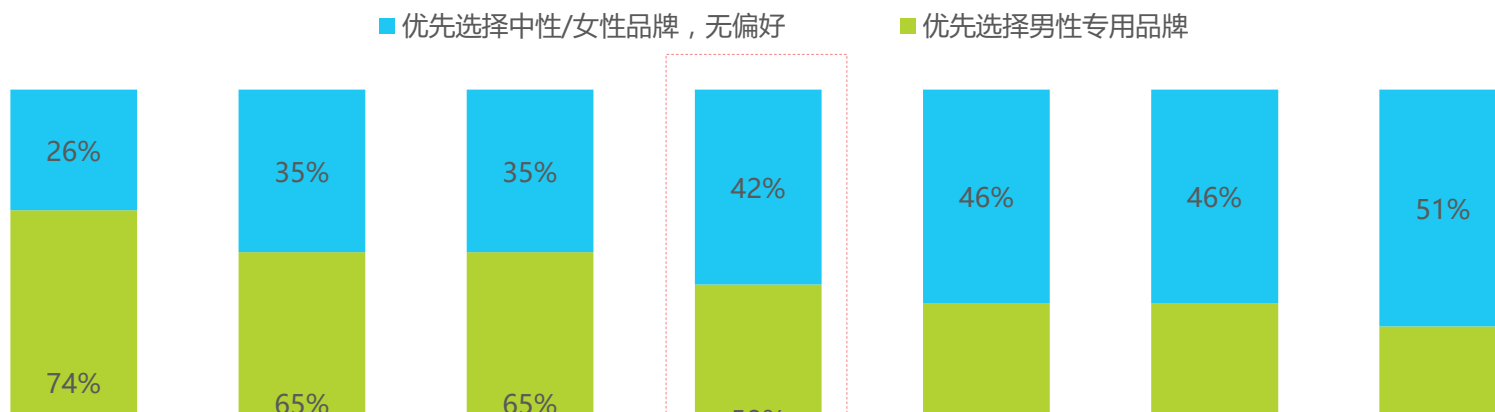
来源：艾瑞2021年通过I-click网络调研获得。TGI=女性精华用户年龄分布/整体女性年龄分布，以此类推。
样本：在过去的6个月，您购买并使用过下列哪些产品？您的年龄和个人月收入？
N=1,457。

来源：艾瑞2021年通过I-click网络调研获得。TGI=女性精华用户收入分布/整体女性收入分布，以此类推。
样本：在过去的6个月，您购买并使用过下列哪些产品？您的年龄和个人月收入？
N=1,457。

58%的男性会优先选择男性专用的精华品牌

在大部分皮肤护理产品上，男性均会优先选择男性专用品牌。

2019男性分护肤品类品牌选择偏好



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_20719

