

为颜值“剁手”的精致Boy们——

2021年 “男颜经济” 研究报告



Mob研究院 ♥ 出品

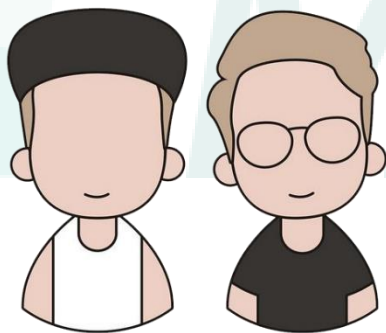
2021年6月

精致Boy三部曲：脸上精致—穿着潮young—身材健硕

当今时代，为颜值“剁手”不再是女性的专利，从美妆护肤、潮流穿搭到运动健身，“男颜时代”来临。
颜值即正义，颜值即生意

精致Boy进阶之路

1.0 脸上精致，护肤化妆，颜值UPUPUP



3.0 身材健硕，腹肌胸肌马甲线，向“油腻”说拜拜~



2.0 穿着潮young，做整条街上最靓的仔

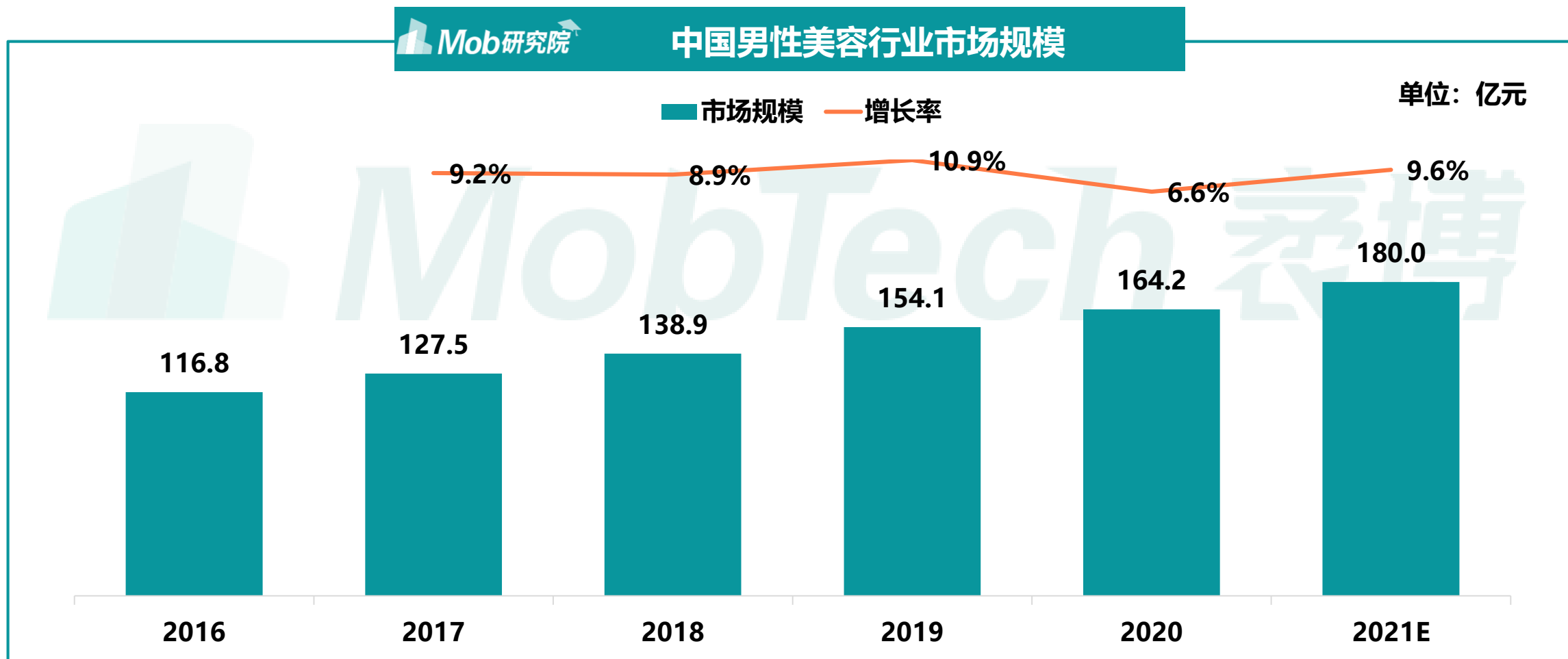


1.0 “男颜经济” 青铜阶段

脸上精致，装扮“面子工程”

男士美容市场规模突破180亿，保持稳定增长

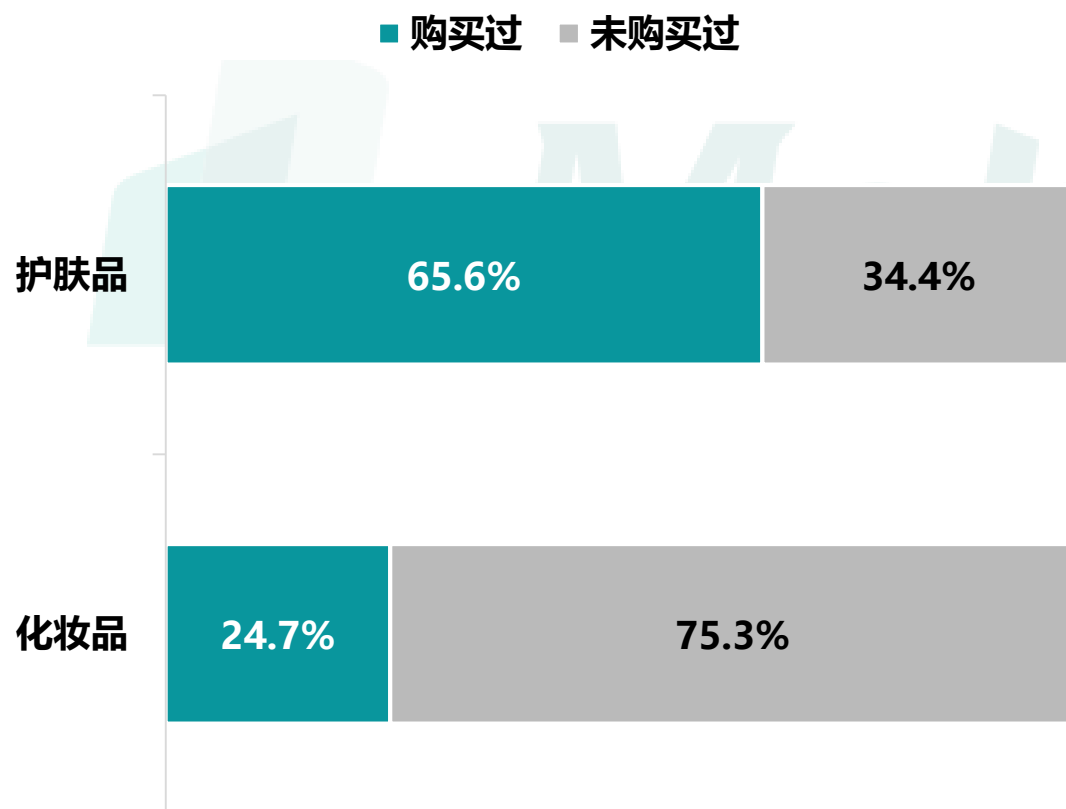
男士美容市场持续火爆，近几年，男士美容行业市场规模增速明显，2021年预计突破180亿元



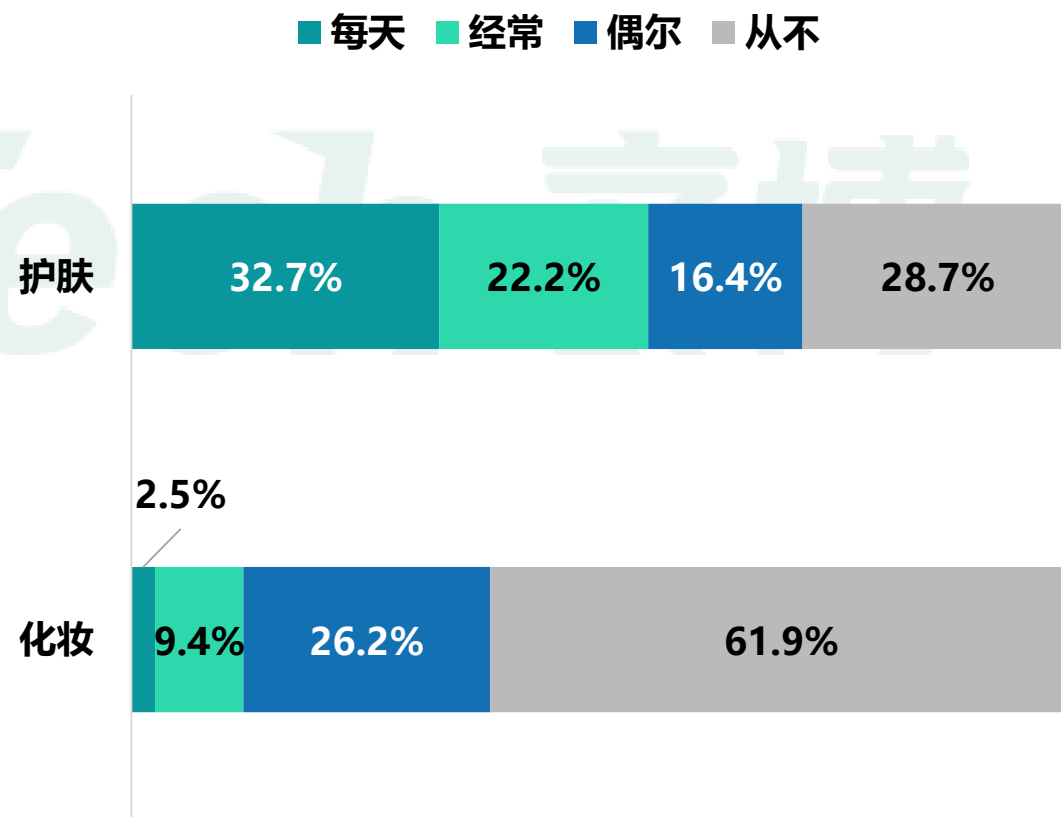
超6成护肤达人，仅2成购买化妆品

超6成的男性会为自己购买护肤品，且超7成男性会有护肤的习惯。而男性美妆习惯尚未养成，只有近2成男性为自己购买过化妆品，超6成男性从不化妆

Mob研究院 男性为自己购买护肤品/化妆品占比分布



Mob研究院 男性护肤/化妆频次分布



护肤品：85后敷面膜，年轻一代重防晒

洗面奶为各个代际男性必不可少的护肤单品，其次，95后、00后男性防晒意识强，防晒单品为日常必备

男性护肤品品类购买偏好



75后

洗面奶 66.7%

水乳 43.2%

面霜 32.1%



85后

洗面奶 83.3%

面膜 55.6%

水乳 43.1%



95后

洗面奶 82.8%

水乳 51.3%

防晒 36.2%



05后

洗面奶 52.1%

水乳 31.1%

防晒 22.8%

化妆品：成熟大叔爱香水，95后为发际线担忧

75后、85后的成熟男性最偏爱购买的化妆品为香水，而发际线粉出现在95后的偏爱单品中，他们已经开始为头秃问题而烦恼



75后

香水 45.9%

唇膏 31.6%

粉底 21.9%



85后

香水 58.5%

眉笔 40.4%

唇膏 39.6%



95后

眉笔 52.3%

粉底 43.6%

发际线粉 33.2%



05后

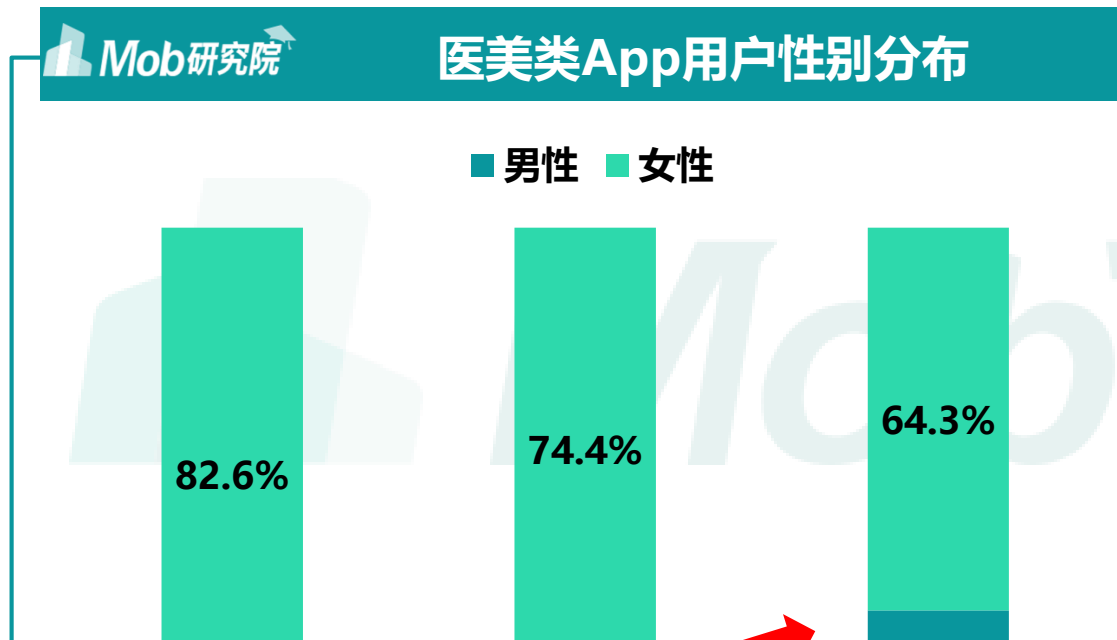
唇膏 42.1%

素颜霜 29.2%

粉底 22.3%

医美：美容方式进阶，医美撬动“男颜市场”

虽然目前医美市场仍然被女性用户主导，但近年来医美类App男性用户占比明显上升，且男性医美平均客单价高于女性，医美市场是“男颜经济”新的掘金点



男性医美消费者的平均客单价是女性的**2.75倍**

——新氧



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_38034

