

彩妆——眼部和眉部 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 中国的眼部和眉部彩妆市场概述与增长情况。
- 竞争格局和值得关注的营销活动。
- 眼部和眉部彩妆品类中各个细分领域的新产品趋势。
- 重要的化妆步骤和眉眼妆产品使用情况。
- 期待的眼眉妆效果以及理想的眼眉妆效果。
- 眼影颜色选择和对眼眉部彩妆的态度。

在所有细分品类中，唯有眼影的渗透率呈正增长，达到32%（该数值在2022年为30%），而其余的3个细分品类（即眉部产品、眼线产品和睫毛产品）的使用率均与2022年持平。

在所有的化妆步骤中，消费者对于眼眉妆的重视度相对较低，因此当他们控制整体预算时，该品类有极高的几率被放弃或被消费降级。从供应端来看，保守的创新策略、低价以及转向布局面部彩妆的战略将降低眼眉妆市场今年的增速。

消费者对于通过整体风格塑造来追求美的热情的恢复，以及她们对借由眼妆彰显个性逐渐增长的需求将成为推动眼眉部彩妆品类增长的引擎；同时，将浓郁的眼影色彩推广至更广泛的日常场景至关重要，这是因为渗透率趋近饱和的自然色彩已达到增长上限。



"虽然面临挑战，但眼部和眉部彩妆品类仍可通过搭乘‘多巴胺美妆’趋势，以及将大胆的眼影色彩推广至更多日常使用场景，在2023年实现正增长。然而，作为着色属性最为强烈的品类，眼部和眉部彩妆可打造、引领和推广整体性的美的理念以及未来的时尚趋势，进一步拉动市场增长。"

—— 蒋亚利，美容个护品类副总监

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +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



目录

概述

- 报告关键议题
- 定义
- 细分群体定义（按个人月收入区分）：

综述

- 市场
- 眼部和眉部彩妆品类迎来复苏的一年
数据1: 眼部和眉部彩妆市场零售销售额预测（最好和最差情形），中国，2018-2028年
- 公司与品牌
数据2: 眼部和眉部彩妆市场领先制造商的销售额市场份额，中国，2021和2022年
- 消费者
- 消费者追求的形象多样化，其中优雅形象最受欢迎
数据3: 希望打造的形象，2023年
- 相较于面部和唇部，眼部和眉部化妆的优先级被降低
数据4: 重要的化妆步骤，2023年
- 大多数眼眉部彩妆的渗透率略有提高，但整体市场渗透率与2022年持平
数据5: 过去6个月的眉眼妆产品使用情况，2022 vs 2023年
- “使眼睛更加有神”是消费者最期望的眼眉妆效果
数据6: 期待的眼眉妆效果，2023年
- 学习化妆技巧是实现理想的眼眉妆效果的首要因素
数据7: 理想的眼眉妆效果，2023年
- 自然色系占据主导地位，而浓郁色系进一步驱动眼影的渗透率
数据8: 眼影颜色选择，2023年
- 眼影盘的表现优于单色眼影，眉毛造型比眉毛形状更受重视
数据9: 对眼影颜色的态度，2023年
数据10: 对眉妆的态度，2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 开展围绕整体形象打造的营销和教育以推动品类增长
数据11: “堕仙妆”形象，中国，2023年
数据12: 品牌通过整体风格的打造和教学宣传新眼影盘示例，中国，2023年
- 使用短期和长期策略引领色彩趋势以释放眼影的机遇
- 短期内在更多场景中支持消费者利用大胆色彩彰显个性
- 利用个人风格分析工具系统化地配色作为长期策略

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据13: 四季色彩分析介绍，中国

- 增加步骤以扩大眉部产品和睫毛膏的规模

数据14: 画“野生眉”所需的眉部彩妆品示例，中国

市场规模与预测

- 经历前一年的重创后，市场于**2023年**缓慢回暖

数据15: 彩妆市场总销售额（按品类区分），中国，2019-2023年

数据16: 彩妆市场增长率（按子品类区分），中国，2019-2023年

- 情绪益处将引领未来增长

数据17: 眼部和眉部彩妆市场零售额预测（最好和最差情形），中国，2018-2028年

市场因素

- 彩妆的消费信心低于去年

- 眼部和眉部彩妆在需求端和供应端的优先顺序都较低

数据18: 重要的化妆步骤，2023年

- 大众产品在眼部和眉部彩妆市场的占比有所提高

数据19: 眼部和眉部彩妆新品的价格定位，中国，2019-2023年

- 眼影可以提供更多情绪价值

数据20: 社交媒体渠道上“多巴胺美妆”相关的线上互动量（以“多巴胺美妆”作为搜索关键词），中国，2022-2023年

市场份额

- 市场集中度低于唇部和面部

数据21: 眼部和眉部彩妆市场领先制造商的销售额市场份额，中国，2021和2022年

- 在多品牌策略下推广专注特定领域的品牌可更好地拉动业务增长

- 更多资源转移至面部彩妆，导致眼眉部彩妆的扩展受限

- 缺乏创新导致市场份额的萎缩

- 后发者通过丰富且多样的产品线、低价和拥抱新兴渠道的策略颠覆市场

数据22: 花洛莉亚的抖音旗舰店以及畅销商品示例，中国

营销活动

- 线上教育吸引消费者试用眼眉部彩妆

数据23: 品牌推出的眼妆教学示例，中国，2023年

数据24: KOC（关键意见消费者）推出的眉妆教学示例，中国，2023年

- 提供整体解决方案以打造理想的妆容

数据25: 通过产品组合的推荐推广整体妆容的示例，中国，2023年

- 巧用艺术品宣传眼妆产品

数据26: 利用艺术概念营销眼影的示例，中国，2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +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

- 彩妆品牌提供专业培训以进一步提升其业界知名度
数据27: 提供专业培训课程的彩妆品牌示例，中国
- 系统化地推出眼影色系以突显其季节属性
数据28: 以四季为主题成体系地推出眼影产品的示例，中国，2023年
- 搭乘时尚潮流以引领眼影产品的新业务增长
数据29: 宣传“多巴胺美妆”的品牌示例，中国，2023年

新产品趋势

- 在中国市场的彩妆新品中，唇部和面部彩妆占比大于眼眉部彩妆
数据30: 彩妆新品（按子品类区分），中国、日本、韩国、法国、英国和美国，2023年（1-6月）
- 过去3年，中国的眼眉部彩妆新品数量持续下滑
数据31: 彩妆新品（按子品类区分），中国，2019-2023年
- 彩妆市场的新品发布策略偏向保守
数据32: 彩妆新品上市类型（按品类区分），中国，2023年（1-6月）
- 自2022年以来，新品种/系列延伸的占比已超越新产品
数据33: 眼眉部彩妆新品的上市类型，中国，2019-2023年
- 在2023年的眉部彩妆新品中，“防水”是下滑幅度最大的宣称
数据34: 眉部彩妆新品的热门宣称，中国，2019-2023年
- 铅笔/蜡笔在所有眉部彩妆新品中进一步巩固其位置
数据35: 眉部彩妆新品的热门形态和质地，中国，2019-2023年
数据36: 水眉笔示例，中国，2022年
数据37: 双头眉笔示例，中国，2023年
数据38: 三资堂四叉水眉笔示例，中国，2023年
- 眼影新品更强调便利和省时
数据39: 眼影新品的热门宣称，中国，2019-2023年
- “省时/快速”和“便于使用”宣称有助于提升眼线产品的使用体验
数据40: 眼线新品的热门宣称，中国，2019-2023年
数据41: 带有“防水”宣称的眼线液新品，中国，2023年
数据42: 含有护肤成分的眼线产品示例，中国，2023年
- 防水/抗水宣称对睫毛膏至关重要
数据43: 睫毛膏新品的热门宣称，中国，2019-2023年
数据44: 带有特殊刷头设计的睫毛膏示例，中国，2023年
数据45: 带有双刷头设计的睫毛膏示例，中国，2023年
- AR技术赋能的眉毛打印解决方案
数据46: 利用AR和先进打印技术的“眉毛打印机”示例，2023年

希望打造的形象

- 优雅和有亲和力是消费者最希望通过彩妆产品打造的形象
数据47: 希望打造的形象，2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

- 年轻女性追求甜美可爱和潮酷，而成熟女性追求优雅
数据48: 希望打造的形象（按年龄区分），2023年
- 通过更浓郁的眼妆风格打造多样化眼妆
数据49: 希望打造的形象（按对眼妆风格的态度区分），2023年

重要的化妆步骤

- 面部是最重要的部位，其次是唇部
数据50: 重要的化妆步骤，2023年
- 重视眼部和眉部妆容的消费者更有可能是40岁以上、低个人收入和居住在二线城市的人群
数据51: 重要的化妆步骤（按部分人口统计特征区分），2023年
- 打造甜辣、复古和潮酷的形象更依赖眼眉妆
数据52: 重要的化妆步骤（按希望打造的形象区分），2023年

眉眼妆产品使用情况

- 眉笔/水眉笔、眼线笔/眼线胶笔和睫毛膏是使用率最高的3种单品
数据53: 过去6个月的眉眼妆产品使用情况，2022 vs 2023年
- 眼部和眉部彩妆产品的使用情况与2022年持平
数据54: 过去6个月的眉眼妆产品使用情况（按子品类区分），2022 vs 2023年
- 25-29岁女性的眉眼妆产品使用率领先
数据55: 过去6个月眉眼妆产品使用情况（按年龄区分），2023年
- 眼影和睫毛类产品的使用率高度相关
数据56: 过去6个月眉眼妆产品使用情况（按重要的眼眉妆步骤区分），2023年
- 眼影可以搭配多种单品来打造多样化的形象风格
数据57: 过去6个月的眉眼妆产品使用情况（按期待的眼眉妆效果区分），2023年

期待的眼眉妆效果

- 使眼睛更加有神是首要的眼眉妆使用目的
数据58: 期待的眼眉妆效果，2023年
- 调整眼周肤色的不同方法
数据59: 关键动因分析（层次回归分析）——“调整眼周肤色”，2023年
- 25-29岁的消费者对眼妆的要求最高
数据60: 期待的眼眉妆效果（按年龄区分），2023年
- 中高收入者对眼眉妆有更多期待
数据61: 期待的眼眉妆效果（按个人月收入区分），2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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



理想的眉眼妆效果

- 学习化妆技巧、结合穿搭风格化眉眼妆以及利用不同的化妆工具是打造理想妆容的关键
数据62: 理想的眉眼妆效果，2023年
- 25-29岁消费者积极采取行动打造理想的眉眼妆
数据63: 理想的眉眼妆效果（按年龄区分），2023年
- 富裕的消费者最渴望学习特定的眼部化妆技巧
数据64: 理想的眉眼妆效果（按个人月收入区分），2023年
- 消费者为实现某种特定的眉眼妆效果采取不同方法
数据65: 理想的眉眼妆效果（按眼部和眉部化妆目的区分），2023年

不同场景的眼影颜色选择

- 低饱和度色系是眼影的首选.....
数据66: 眼影颜色选择，2023年
数据67: 社交媒体渠道上“低饱和色系”的声量（以“低饱和色系”作为关键词搜索），中国，2022-2023年
-但消费者在夜间外出娱乐时倾向于使用更大胆的颜色
数据68: 眼影颜色选择（按场景区分），2023年
- 重视眼妆的消费者在任何场景都喜欢大胆的颜色
数据69: 不同场景的眼影颜色选择——通勤（按重要的化妆步骤区分），2023年
数据70: 不同场景的眼影颜色选择——打卡/探店（按重要的化妆步骤区分），2023年
数据71: 不同场景的眼影颜色选择——旅游（按重要的化妆步骤区分），2023年
数据72: 不同场景的眼影颜色选择——约会/派对/聚餐（按重要的化妆步骤区分），2023年

对眼部和眉部彩妆的态度

- 大众产品在眼部彩妆品类中更常见.....
数据73: 对眼妆价格的态度，2023年
-尤其受年轻消费者的青睐
数据74: 对眼妆价格的态度（按年龄分区），2023年
- 近半数消费者选择固定色彩搭配的眼影盘
数据75: 对眼影颜色的态度，2023年
- 毛流感分明的眉毛比轮廓分明的眉毛更受欢迎
数据76: 对眉妆的态度，2023年
数据77: “野生眉”在社交媒体上的关键词搜索词云，中国，2022-2023年
- 逾半数消费者愿意紧跟眉形潮流
数据78: 对眉形的态度，2023年

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- **25-29岁的消费者最热衷于紧跟眉形潮流**
数据79: 对眉形的态度（按年龄区分），2023年
- **令人满意的眼眉妆效需要使用多种产品**
数据80: 对眉妆产品使用的态度，2023年
- **趋势探索者更愿意使用多种眉部产品和额外工具**
数据81: 对眉眼部化妆工具的态度，2023年

美容人群画像

- 她们是谁？
- 美容达人降低眉妆的优先级
数据82: 部分重要的化妆步骤——重要（按美容人群画像区分），2023年
- 美容达人更常使用眼线膏和卧蚕笔，上进学徒更偏好探索眼影盘
数据83: 过去6个月内部分眼部和眉部彩妆产品的使用情况（按美容人群画像区分），2023年
- 热情尝鲜者在通勤时使用大胆色彩，功效为王者则抱持保守态度
数据84: 眼影颜色选择（按美容人群画像区分），2023年

附录——市场规模与预测

数据85: 眼部和眉部彩妆市场的总销售额与预测，中国，2018-2028年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。