

彩妆——面部 - 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

- 中国面部彩妆市场概述以及细分市场表现。
- 中国面部彩妆市场的竞争格局以及市场赢家/颠覆者分析。
- 面部彩妆使用情况和需求及其与皮肤问题之间的关系。
- 遮瑕和修容的主要目的。
- 底妆产品的关键购买因素。
- 消费者对彩妆工具和彩妆替换装的态度。

敏感皮肤的女性消费者是各类面部彩妆产品的活跃用户，这可能有助于她们解决肤色不均等皮肤问题。相较于正常皮肤的人群，敏感皮肤的女性对阴影修容和高光等小众产品的使用率更高，体现出她们探索彩妆的热情。

由于竞争激烈，面部彩妆市场的集中度较低。一方面，彩妆巨头纷纷加码面部彩妆市场；另一方面，新晋品牌不断涌现，它们或是提供高性价比的选择，或是提供以化妆师创始人为特色的专业产品。品牌需要通过强有力的产品创新来说服保守的消费者并驱动未来的增长，尤其是解决特定皮肤状况的产品创新。

底妆是面部彩妆品类中最大的细分市场，除此之外，妆前乳/隔离霜也展现出巨大潜力。根据英敏特报告《彩妆——眼部和眉部——中国，2023年》，妆前打底被认为是最重要的化妆步骤，甚至超过了底妆。随着护肤化趋势在底妆产品中的盛行，妆前乳/隔离霜也在改善对不同肤质/肤色的适用性，并以护肤成分为加持，在短期内呈现出增长势头。



“品牌可以通过解决敏感肌的皮肤问题，开发适合敏感肤质的面部彩妆，从而提高面部彩妆的增长曲线。此外，妆前乳/隔离霜可以通过升级护肤功效来增强其重要性，而修容产品则可以降低使用门槛以获得更多受众。”

何雨婷，研究分析师

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。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义
- 细分群体定义（按个人月收入区分）：

综述

- 市场
数据1: 面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
- 消费者
- 面部彩妆可以帮助消费者解决常见的皮肤问题，尤其是敏感肌肤的特定诉求
数据2: 皮肤问题，2023年
- 底妆产品和妆前乳/隔离霜是主要的面部彩妆产品
数据3: 面部彩妆使用情况，2023年
- 消费者对遮瑕兴趣浓厚，其中底妆产品用于大面积修饰、遮瑕产品用于点状遮盖
数据4: 使用的遮瑕产品类型，2023年
- 改善气色和鼻型是修容的首要目标，需要通过产品组合来实现
数据5: 修容需求，2023年
- 消费者看重持久妆效和轻盈肤感，而敏感混合性皮肤和有粉刺问题的人群要求更多
数据6: 底妆购买因素，2023年
- 彩妆工具可提升化妆效率和效果，并在当下以性价比取胜
数据7: 对彩妆工具的态度，2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 开发适合敏感肌肤的面部彩妆解决方案
数据8: 适合敏感肌使用和专为敏感肌开发的底妆产品示例，中国和美国，2023年
数据9: 针对粉刺的遮瑕产品示例，中国，2022年
- 升级妆前乳/隔离霜的护肤功效，以巩固其在化妆流程中的优先地位
数据10: 具备护肤功效的妆前乳/隔离霜示例，中国和英国，2022和2023年
- 通过实用的修容盘推广进阶修容
数据11: 修容盘示例，中国，2022和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。

市场规模与预测

数据12: 面部彩妆市场零售销售额预测（最好和最差情形），中国，2018-2028年

市场因素

- 疫情后的彩妆消费意愿偏低.....
数据13: 使用彩妆的部分变化，2022vs2023年
-但线下渠道复苏并驱动整体增长
数据14: 彩妆产品的购买渠道，2023年
- 面部彩妆引领整体彩妆市场的增长
数据15: 重要的化妆步骤，2023年

市场细分

- 底妆和妆前产品从护肤化趋势中获得增长
- 腮红和修容/高光表现出较强的增长势头，而散粉/蜜粉和遮瑕产品的增长率较低
数据16: 整体面部彩妆市场销售额（按细分市场区分），中国，2018-2023年
数据17: 整体面部彩妆市场增长率（按细分市场区分），中国，2019-2023年

市场份额

- 市场竞争环境更加激烈，少数本土颠覆者展露头角
数据18: 面部彩妆市场领先制造商的销售份额，中国，2021和2022年
- 产品创新是国际高端品牌保持市场份额的关键
- 国产大众品牌和专业品牌获得增长

营销活动

- 化妆师品牌以创始人的影响力和独创的面部化妆理论为特色
数据19: 毛戈平在李佳琦直播间展示修容化妆法，中国，2023年
数据20: 推广面部化妆理论的面部彩妆品牌示例，中国，2022年
- 利用AR技术提升私域流量，并支持进一步的产品创新
数据21: 面部彩妆品牌提供线上皮肤测试并利用测试结果研发新品的示例，中国，2023年
- 国货品牌在线下空间弘扬中国文化传统
数据22: 国产面部彩妆品牌弘扬中国文化起源的示例，中国，2022和2023年

新产品趋势

- 相较于其他主要市场，粉底、遮瑕和修容的新品发布活跃度较低

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

数据23: 面部彩妆市场新品（按子品类区分），中国、日本、韩国、美国和英国，2023年（1-6月）

- 粉底和腮红新品自2021年以来不断增多

数据24: 面部彩妆市场新品（按子品类区分），中国，2019-2023年

- 在粉底产品中，控油/哑光、防水和抗氧化宣称日益增多

数据25: 粉底/液体高光新品中的主要宣称，中国，2019-2023年

数据26: 带有哑光/控油宣称的粉底产品示例，中国，2023年

数据27: 带有抗氧化宣称的粉底产品示例，中国，2023年

- 气垫粉底让使用更加方便，而粉底霜/膏和粉饼/散粉分别呼应了滋润保湿和哑光/控油宣称的兴起

数据28: 粉底/液体高光新品中的主要形态和质地，中国，2019-2023年

数据29: 粉底霜/膏和粉饼/散粉产品示例，中国，2023年

- 与粉底新品的宣称趋势整体一致，此外妆前乳/隔离霜新品中的护肤宣称也有所增长

数据30: 妆前乳/隔离霜新品中的主要宣称，中国，2019-2023年

数据31: 带有护肤宣称的妆前乳/隔离霜产品示例，中国，2023年

数据32: 适合不同肤质的妆前乳/隔离霜系列示例，中国，2022和2023年

- 透明质酸钠、乙酸生育酚和泛醇是妆前乳/隔离霜中的流行护肤成分

- 多合一彩妆盘打造高性价比的精致妆容

数据33: 多合一面部彩妆盘示例，中国，2023年

皮肤问题

- 肤色暗沉是首要问题，需要用彩妆来应对

数据34: 皮肤问题，2023年

- 混合性和油性皮肤的女性有更多皮肤问题

数据35: 皮肤问题（按肤质区分），2023年

- 敏感皮肤伴随着皮肤过敏、肤色不均和皮肤干燥的问题，而敏感混合性皮肤和敏感油性皮肤的担忧最多

数据36: 皮肤问题（按肤质区分），2023年

- 突出的皮肤问题因年龄而异，25-29岁的女性最受皮肤问题困扰

数据37: 皮肤问题（按年龄区分），2023年

面部彩妆使用情况

- 粉底和妆前乳/隔离霜是消费者最主要使用的面部彩妆

数据38: 面部彩妆使用情况，2023年

- 后疫情时代社交场景的激增以及消费者对妆容风格的追求，使得2022-2023年面部彩妆使用率有所上升

数据39: 部分面部彩妆使用情况，2022vs2023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

数据40: 部分面部彩妆使用情况（按妆容类型区分），2023年

- 25-29岁女性是最活跃的面部彩妆用户群体

数据41: 面部彩妆使用情况（按年龄区分），2023年

- 敏感皮肤的女性热衷于面部彩妆，其中阴影修容和高光的使用率甚至更高

数据42: 面部彩妆使用情况——敏感皮肤vs正常皮肤，2023年

- 粉刺和细纹可能需要妆前乳/隔离霜的帮助

数据43: 妆前乳/隔离霜的使用率（按皮肤问题区分），2023年

- 腮红、阴影修容、高光和定妆喷雾齐头并进

数据44: 修容产品使用情况（按部分产品的使用情况区分），2023年

使用的遮瑕产品类型

- 遮盖各种面部瑕疵是普遍需求

数据45: 使用的遮瑕产品类型，2023年

- 底妆产品针对面部较大面积进行遮瑕，遮瑕产品针对点状部位和眼下区域

数据46: 使用的遮瑕产品类型（按遮瑕方式区分），2023年

- 敏感肌消费者有更强的遮瑕需求，尤其是针对红血丝和痘痘

数据47: 使用的遮瑕产品类型（按底妆产品和遮瑕产品区分）——敏感皮肤vs正常皮肤，2023年

修容需求

- 改善气色和鼻型是首要的修容需求

数据48: 修容需求，2023年

数据49: 带有修容效果的腮红产品示例，中国，2023年

- 30-49岁的女性追求局部更饱满，25-29岁的女性对调整面部比例更感兴趣

数据50: 修容需求（按年龄区分），2023年

数据51: 使用修容盘调整面部五官的分布比例的产品示例，中国，2023年

- 修容需求与所使用产品并非一一对应

底妆购买因素

- 轻薄透气、持久不脱妆和粉质细腻是关键因素

数据52: 底妆购买因素，2023年

数据53: TURF分析——粉底购买因素，2023年

- 18-39岁的消费者注重遮瑕力好和不闷痘

数据54: 底妆购买因素（按年龄区分），2023年

- 敏感混合性皮肤的消费者要求最高

数据55: 底妆购买因素（按不同的敏感皮肤类型区分），2023年

- 皮肤问题不同的消费者优先考虑因素不同，尤其是痘肌人群

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56: 底妆购买因素（痘肌vs非痘肌），2023年
- 含有养肤成分仍受到高收入者青睐

彩妆态度

- 化妆工具因效率高和好效果而受到认可
- 数据57: 对彩妆工具的态度，2023年
- 数据58: “化妆工具”的线上互动量，2021年1月-2022年12月
- 数据59: 社交媒体上的流行化妆工具示例，中国，2022年- 性价比推动了化妆工具的崛起，未来该品类有望进一步细分化

数据60: 化妆工具销量占比（按价位区分），2022年1月-2023年6月

数据61: 主打美妆工具的品牌及其明星产品示例，中国

数据62: 高端彩妆品牌推广化妆工具新品示例，中国，2023年- 消费者倾向于购买替换装，尤其是高端彩妆产品

数据63: 对彩妆替换装的态度，2023年

美容人群画像

- 她们是谁？
 - 美容达人在意妆容效果，对定妆喷雾和高光产品的使用率更高
- 数据64: 面部彩妆使用情况（按美容人群画像区分），2023年
- 底妆产品的护肤成分由于不同原因而受到重视，上进学徒正在兴起的妆效持久度有所察觉
- 数据65: 部分底妆购买因素（按美容人群画像区分），2023年

附录——市场规模与预测

数据66: 面部彩妆市场总销售额与预测，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)。