

春雷社 2023产品经理沙龙

Cosmetics product manager Salon

主办方：春雷社 中国·广州 Sat 12:00-18:45

赞助商：西安绿天、小鱼亲测、迪克曼

10月21日

不同场景下的
皮肤屏障科学修护

文章标题：2023皮肤屏障修护市场及产品洞察分析

演讲人：魔镜洞察

Contents 目录

01 美容护肤市场概览

- 一. 整体市场规模
- 二. 热门话题趋势
- 三. 消费需求洞察

02 屏障修护市场趋势盘点

- 一. 细分市场研究
- 二. 消费者洞察研究
- 三. 产品洞察

01 美容护肤市场概览

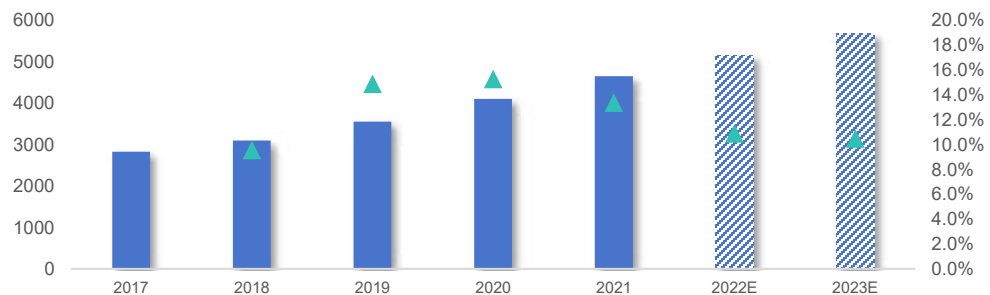
- 整体市场持续走高，增长趋缓；
- 公式护肤、以油养肤、屏障修护等话题热度持续高增；
- 消费需求聚焦保湿、修护，防晒、精华、面膜品类的市场关注高；

美容护肤市场规模 | 增速放缓，线上渠道占比扩大，健康、绿色是未来核心趋势

- 综合市场调研数据，国内美妆护肤市场预计2023年市场规模将达到**5696亿元**，线上销额占比达**53.2%**，线上渠道销售占比逐渐增大；
- 疫情的出现提升了**健康**在所有产品领域的优先地位，消费者对社会和环境的关注以及对情感、精神健康的重视延伸到美容护肤领域，转化成对于全方位健康舒适体验的追求。将**养生、绿色、自然、环保**等概念融入产品理念的打造和设计成为趋势。

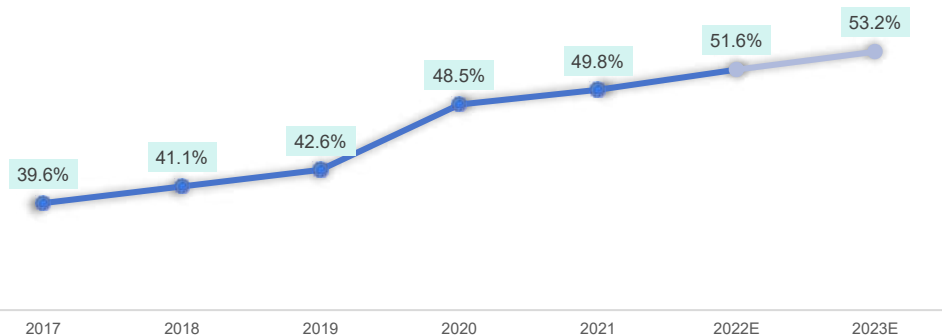
美容护肤市场销售额及增速 (2017-2023E) 单位: 亿元

CAGR: 12.4%

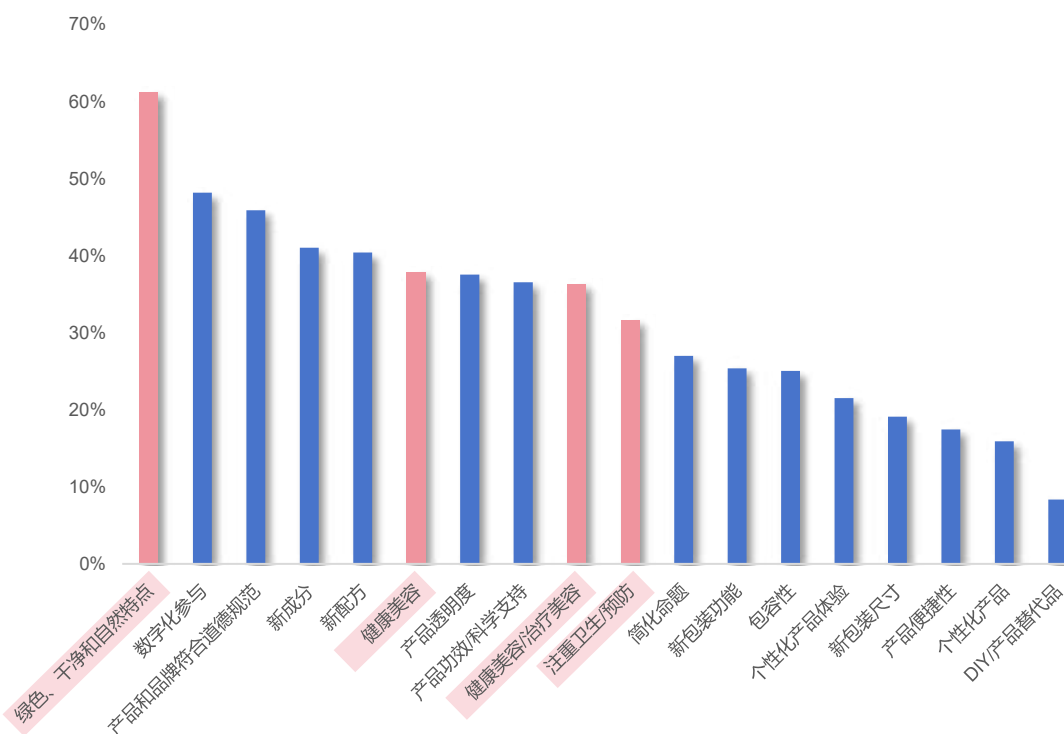


美容护肤线上销售额占比 (2017-2023E)

CAGR: 5.0%



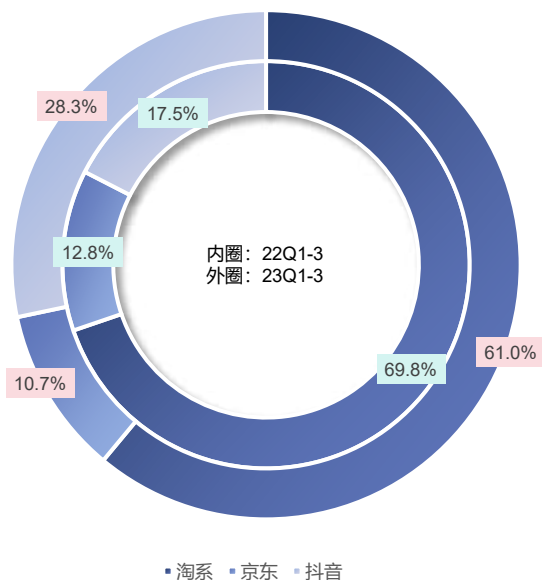
业内专家之声：全球护肤产品创新策略 (2021年)



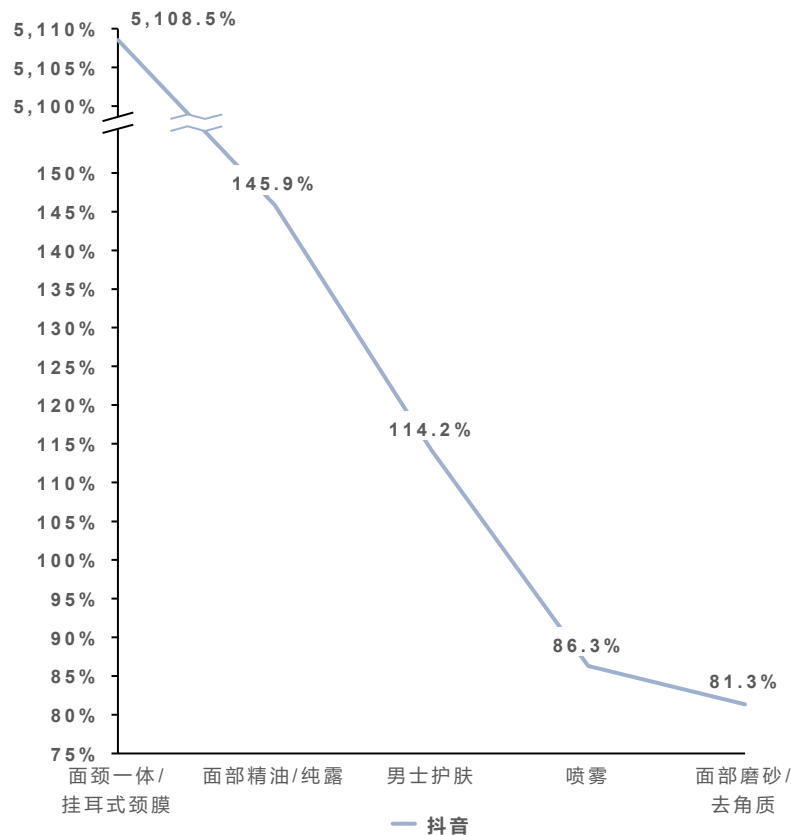
美容护肤市场概况 | 淘系增速稍缓，抖音小众新兴品类&“国潮”品牌增长迅速

- 淘宝天猫是主要线上销售渠道但市场份额有所下滑，抖音平台在2023年前三季度销售额同比增长63.1%，市场份额扩张10.8pct。
- 淘系平台各主要品类增速趋稳，抖音平台如挂耳式颈膜等小众新奇品类和徐海莉、谷雨等小众国货品牌增长迅速。

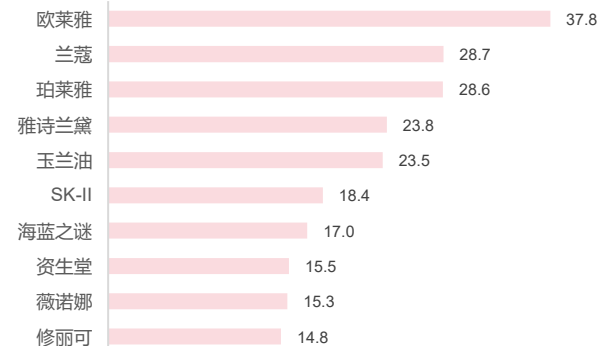
各电商平台销售额占比 (2022Q1-3,2023Q1-3)



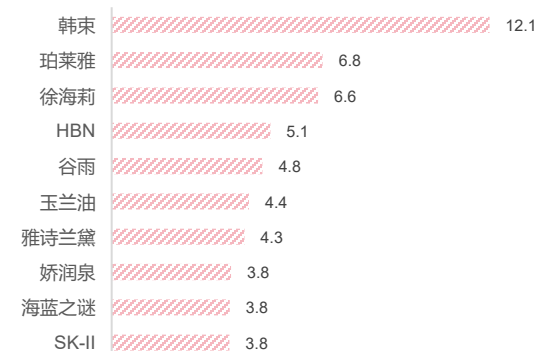
抖音个别品类增速 (2022Q1-3,2023Q1-3)



淘系平台美容护肤TOP10品牌销售额 (2023Q1-3) 单位: 亿元



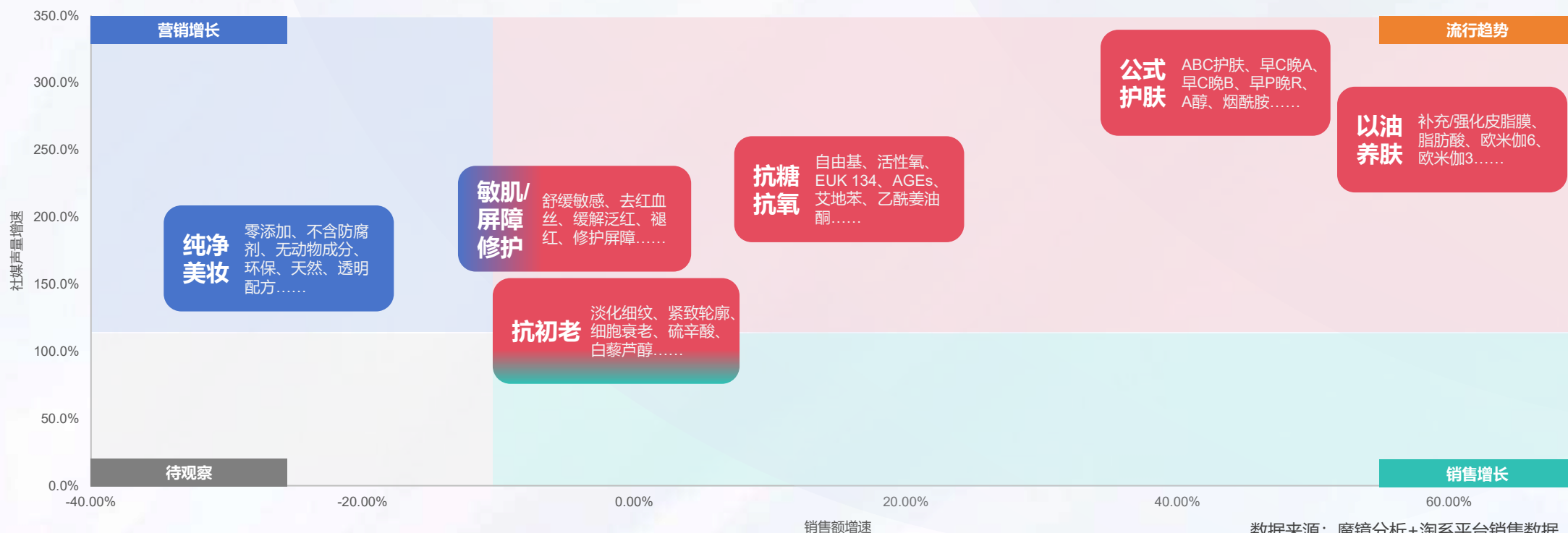
抖音平台美容护肤TOP10品牌销售额 (2023Q1-3) 单位: 亿元



美容护肤热门话题及趋势 | “公式护肤”增长迅猛，抗老话题持续热议

- 当有效成分已经成为护肤人群的“必修课”，消费者开始卷向更为进阶的护肤理念。近年大火的“早C晚A”早晚分时护理概念衍生出了“ABC护肤”“早P晚R”等诸多护肤组合，**公式护肤**、**以油养肤**等成为社媒端火热、销售端承接的热门趋势。
- 同时随着“健康”衰老（以更科学、及时的方式干预衰老）理念的持续渗透，抗衰老产品向低龄化消费群体渗透，90后和00后成为抗老产品消费主力，如何科学抗衰、预防衰老是他们最关心的问题，与之相关的“**抗初老**”“**抗糖抗氧**”话题受到持续热议。

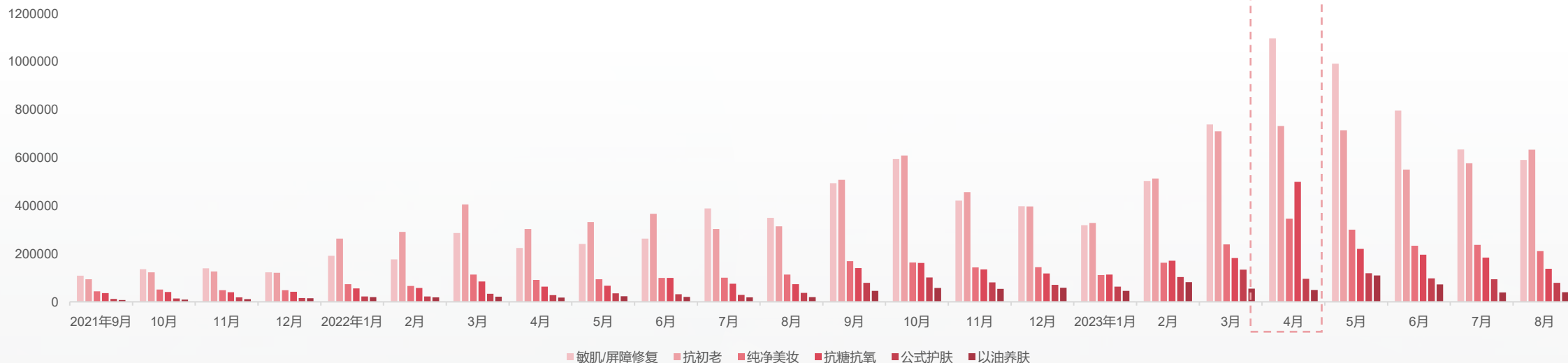
美容护肤热门话题声量增速及相关产品淘系平台销售额增速 (2023MAT)



美容护肤热门话题及趋势 | 23年以来屏障修护讨论基数最高，是当下最热议题

- 我国大部地区受季风气候影响，季节温湿度变化明显，每逢换季皮肤状态不稳定，带动市场整体声量随季节呈现周期性变化规律。今年4月，佰草集邀请成毅作为代言人、娇兰与时代少年团合作、自然堂携手王一博.....各大品牌抓住消费者换季护肤焦虑、大促节点集中发力社媒营销，将美容护肤话题声量拉上一个新高度。
- 近年“屏障修护”和“抗初老”话题热度最高，随着不当护肤等原因导致敏感肌人群比例扩大、长期佩戴口罩带来的肌肤隐患在后疫情时代大爆发、社会压力和不良生活习惯的负面影响体现在肌肤状态上.....消费者对“屏障受损”概念接受迅速，开始重视屏障护理，“屏障修护”超越“抗初老”成为当下讨论声量最高话题。

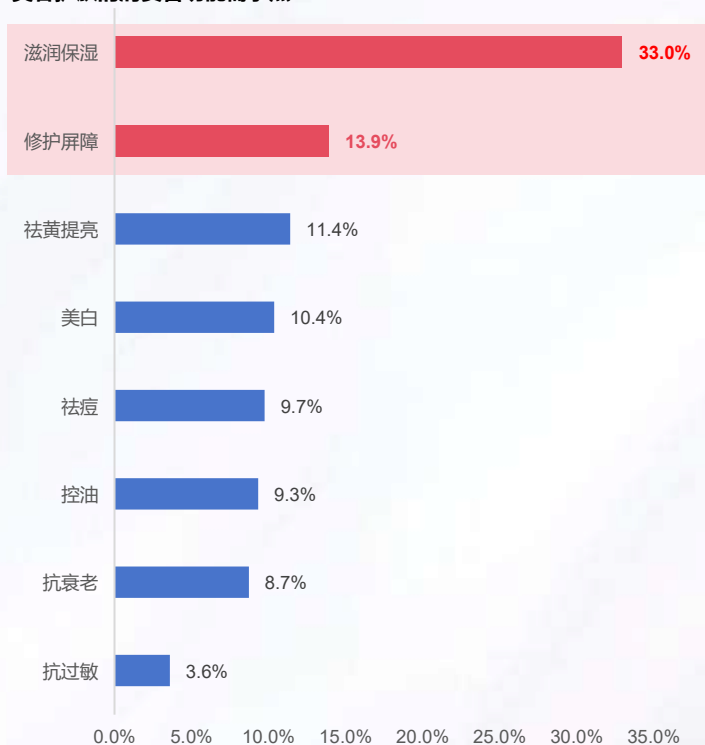
美容护肤热门话题声量 (2022MAT-2023MAT)



消费需求洞察 | 关注天然有机成分，滋润保湿、屏障修护需求高，防晒是热门品类

- 从消费者角度而言，中国美容护肤消费者更关注性价比、实际功效和成分配方。从购买护肤产品动机角度而言，滋润保湿、修护屏障的提及声量最高，消费者追求肌肤内在状态而非外在表现的改善。在成分需求方面，消费者越来越关注产品植物提取、有机、不含防腐剂等特点，希望借此避免对肌肤和健康的伤害。在品类需求方面，防晒、精华、面膜等起到针对性防护/保养作用的产品受到消费者青睐。

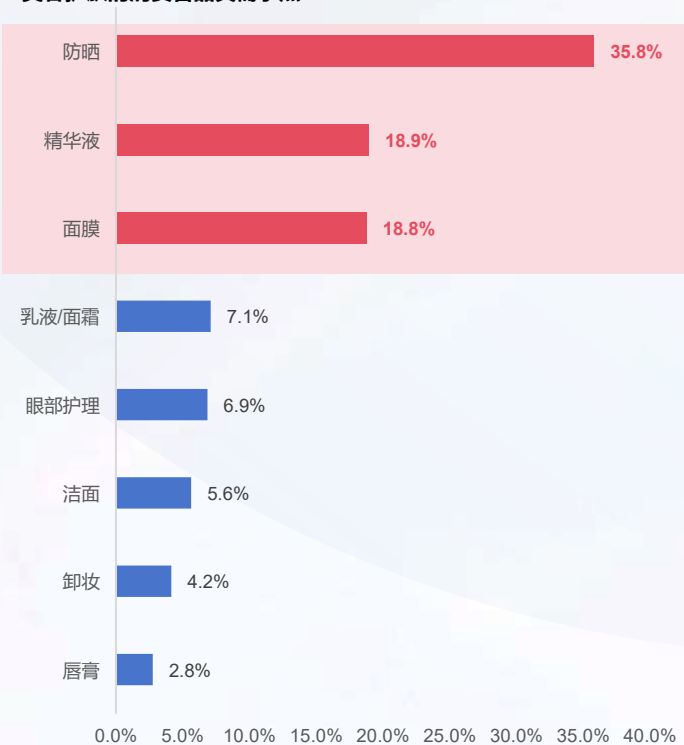
美容护肤的消费者功能需求点



美容护肤的消费者成分概念需求点



美容护肤的消费者品类需求点



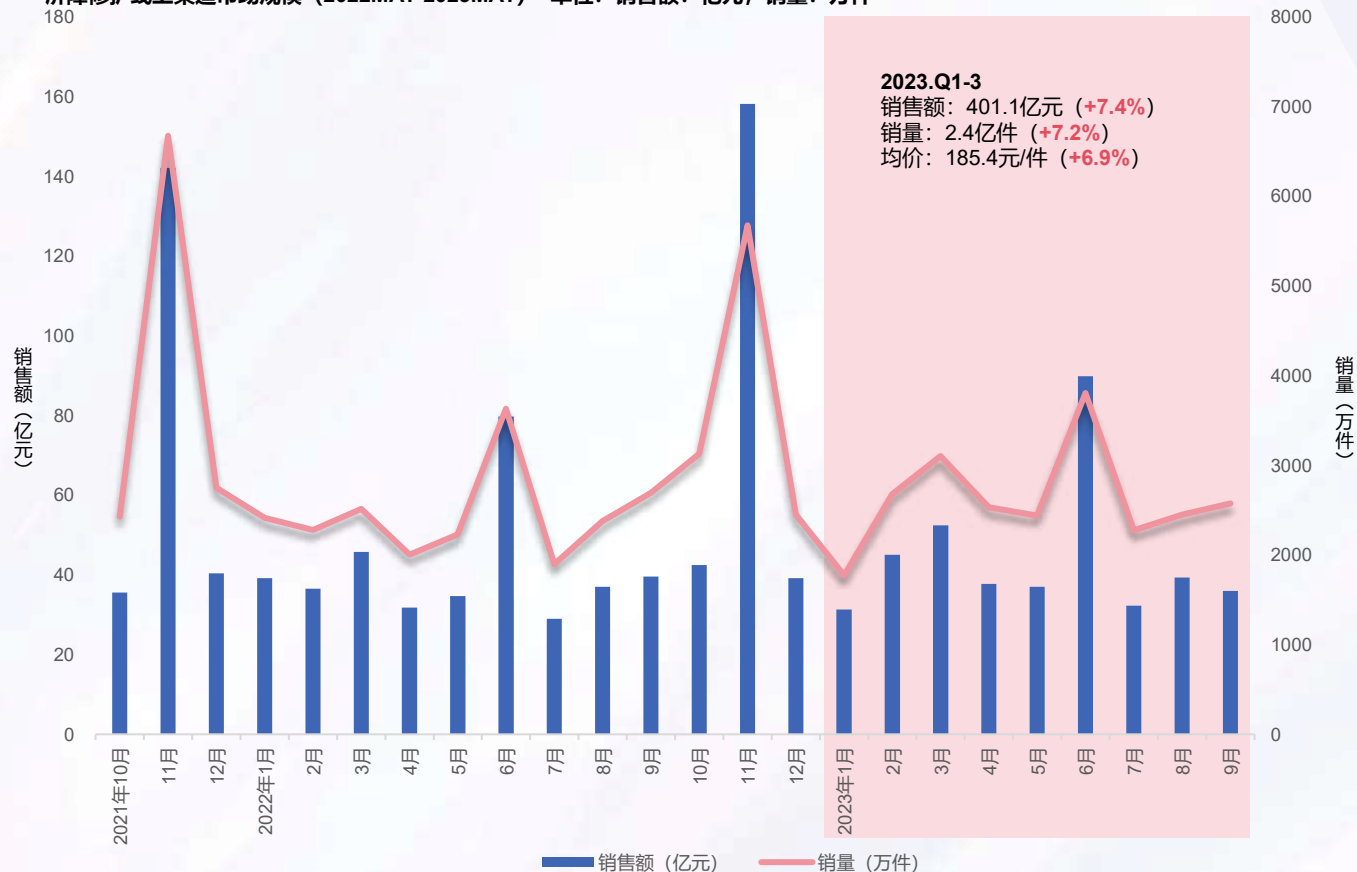
02 屏障修护市场趋势盘点

- 屏障修护市场同比增长接近2位数，其中抖音平台拉动明显；
- 消费和对屏障修护的认知还有增长空间，轻熟肌和熟龄肌需求更高；
- 新品趋势：或凭创新成分，或凭专利技术升级产品形态和使用方法，在使用便捷、肤感、水油平衡、复合抗老功效等角度创新

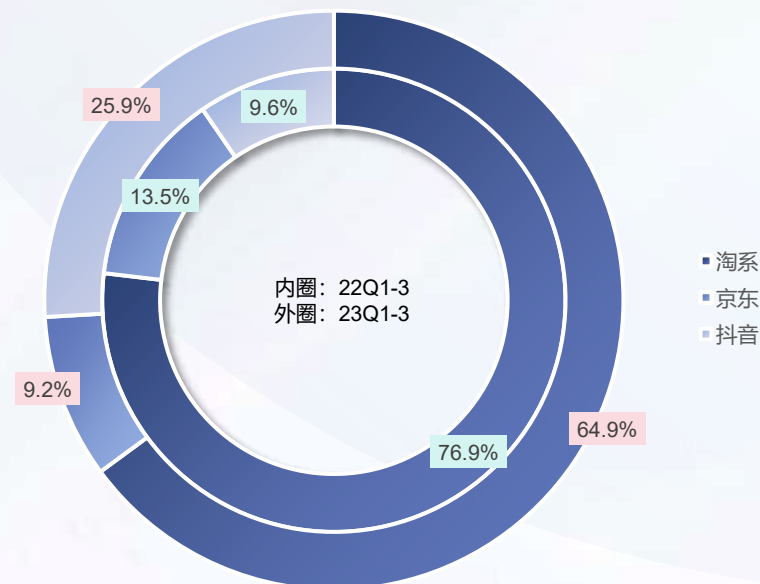
屏障修护市场概况 | 抖音平台占比增长明显，增速远超美容护肤市场大盘

- 2023前三季度敏肌/屏障修护市场线上销售额**401.1亿元**，销量**2.4亿件**，分别同比上升**7.4%**，**7.2%**，远超整体大盘增速；均价同比增长**6.9%**，呈现量价齐升状态。随着人们对肌肤健康的关注上升，满足不同肤质、不同年龄段精细化需求的屏障修护市场稳步扩大。
- 淘系平台仍是主要线上销售渠道但增长放缓，抖音2023年前三季度销售额增长**1.9倍**，对整体市场起拉动作用。

屏障修护线上渠道市场规模 (2022MAT-2023MAT) 单位: 销售额: 亿元, 销量: 万件



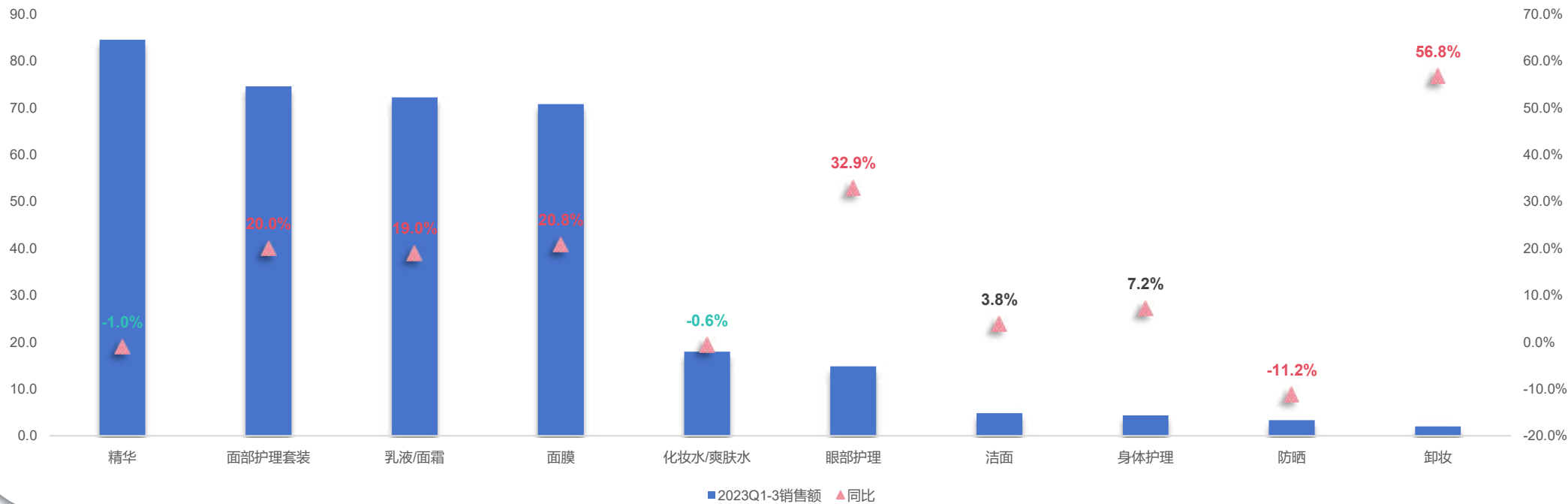
各电商平台销售额占比 (2022Q1-3, 2023Q1-3)



屏障修护细分市场概况 | 卸妆和眼部护理细分市场涨势突出

- 从细分市场的规模来看，精华、面部护理、乳液/面霜、面膜是屏障修护的主要消费品类，合计市场份额占比83.2%；
- 从各细分市场的增速看，除精华略降1.0%外，面部护理套装、乳液/面霜、面膜等主流品类涨幅均在20%左右；
- 随着“科学护肤”普及，品牌/护肤KOL带动自上而下认知教育加深，卸妆是做好护肤第一步成为通识，消费者追求保护屏障温和不刺激的卸妆产品，眼周皮肤最为娇嫩敏感是屏障受损重灾区，“分区护理”等概念广泛为消费者所接受，促进眼部护理和卸妆市场飞速增长。

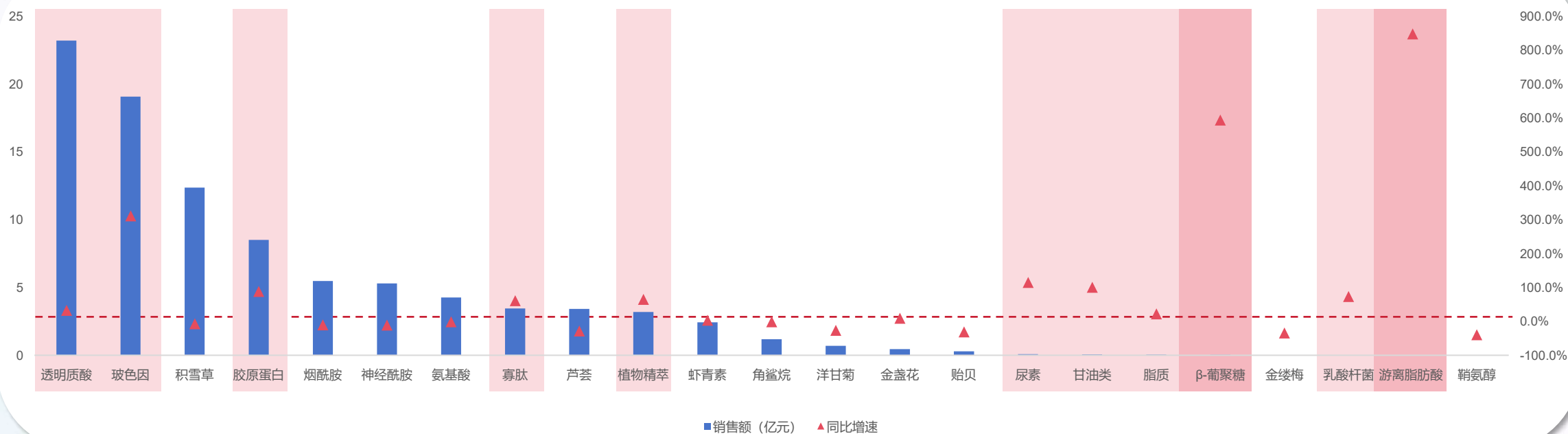
敏肌/屏障修护淘系+抖音渠道Top10细分市场规模及增速 (2022MAT-2023MAT) 单位：销售额：亿元



屏障修护产品成分分析 | 复合功效成分受青睐，游离脂肪酸和β-葡聚糖成为新潜力

- 结合屏障修护线上市场各成分产品销售额规模和增速，发现消费者青睐同时具有屏障修护、抗衰老等**复合功效**的成分，例如销售额靠排名靠前的透明质酸、玻色因、胶原蛋白相比整体市场都增速较快。
- 消费者对一些熟悉的传统成分产生厌倦，转而寻求一些**具有较好口碑的新兴成分**。今年前三季度，热门成分如积雪草、烟酰胺、神经酰胺、氨基酸等增速都开始放缓，一些销售额较低的小众成分如**游离脂肪酸**、**β-葡聚糖**迎来爆发式增长。

屏障修护市场淘系+抖音渠道各成分产品销售额及增速 (2023Q1-3) 单位: 销售额: 亿元



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/707165011022006103>