

男性

护肤

2019

2019男性护肤 消费趋势报告

CBNDATA

第一财经商业数据中心

× 天猫美妆

MEI.TMALL.COM

© 2019 CBNDATA. All rights reserved.

TABLE OF CONTENTS 目录

- 第一部分：线上男性护肤市场趋势总览
 - 1.1 新男色时代已经降临 3

- 第二部分：线上男性护肤消费者洞察
 - 2.1 男士护肤秘密大起底 8

- 第三部分：男性护肤升级趋势
 - 3.1 功能进阶 15
 - 3.2 无谓性别 19
 - 3.3 高端大牌 22
 - 3.4 科技仪器 25

- 第四部分：趣味榜单
 - 4.1 你不知道的男性护肤秘密 27

01

线上男性护肤市场 趋势总览

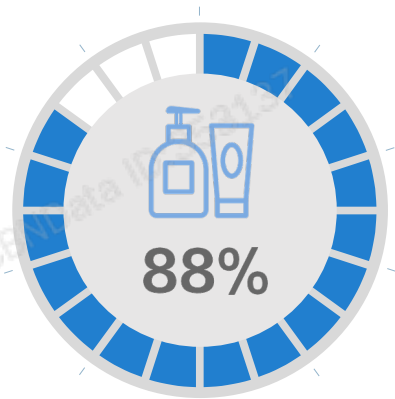


“他”经济加速发展，新男色时代降临

在求美流行文化、品牌教育以及消费升级的影响下，男性护肤已然成为一个成熟发展的市场。近九成的男性表示护肤应该作为日常护理来对待，他们会自主地去选购符合自己需求的护肤产品。当下，不论是娱乐节目中的小鲜肉们，还是活跃在社交媒体的男性美妆博主们，都暗示着更精致优雅的“新男色时代”已经降临。

2019 男性护肤态度

■ 需要，应该作为日常护理 ■ 无所谓，偶尔使用即可



数据来源：2019年8月CBNData调研数据

数据说明：您觉得男生需要护肤吗？ N=2000

选秀节目



美妆博主

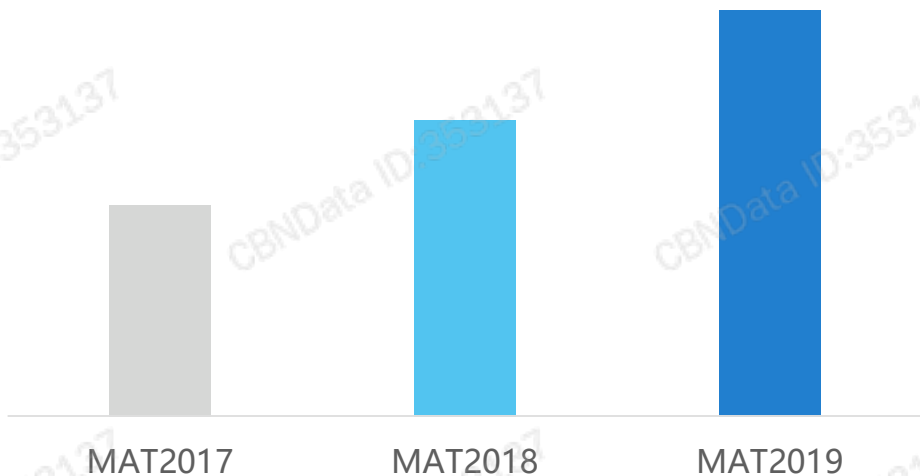


图片来源于网络

新时代型男，展现强劲购物潜力

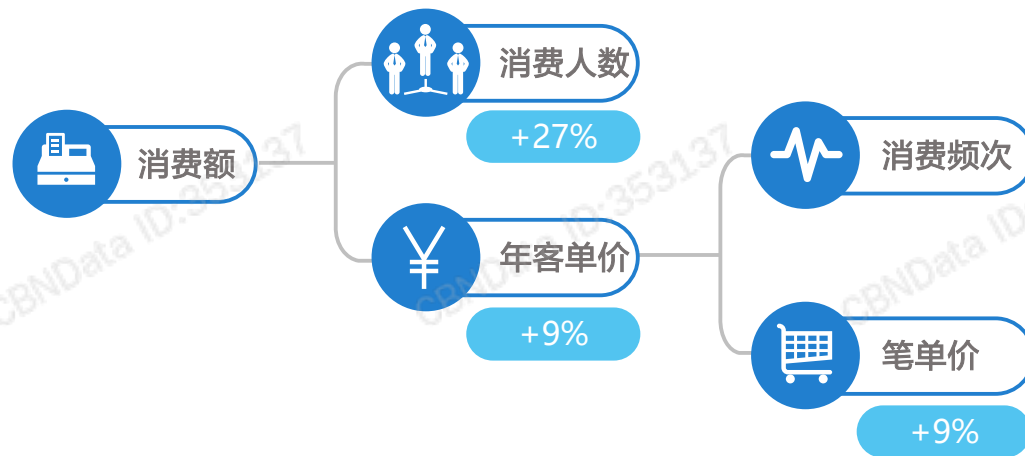
线上男性专用护肤市场稳定高速增长，不仅得益于消费者数量的快速提升，也得益于客单价的提升。稳定增长的人均消费更表现出了男性专用护肤市场的消费升级趋势。

MAT2017- 2019 线上男性护肤品市场规模



数据来源：CBNDData消费大数据

MAT2017-2019 线上男性护肤市场增长因素拆分



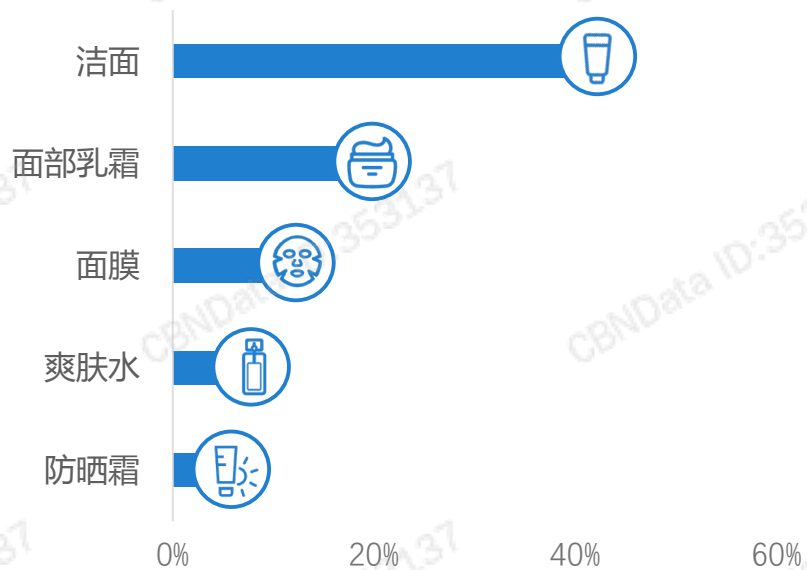
数据来源：CBNDData消费大数据

数据说明：增速为复合增长率

基础护肤稳步增长，高阶品类繁荣绽放

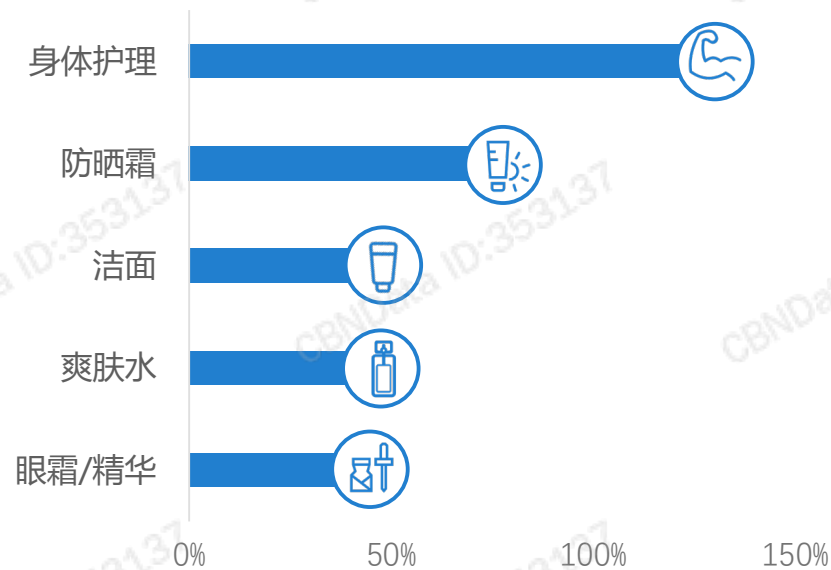
基础洁面和面部乳霜是男性主要消费品类，且逐年保持稳定的增长。爽肤水、眼霜、防晒霜、身体护理等高阶品类，型男们也不忽视，细心呵护每一寸肌肤。高阶品类的快速增长推动着整体男性专用护肤市场的消费升级。

MAT2019 线上男性护肤品类规模Top5



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 男性护肤品类规模增速Top 5



数据来源：CBNData消费大数据

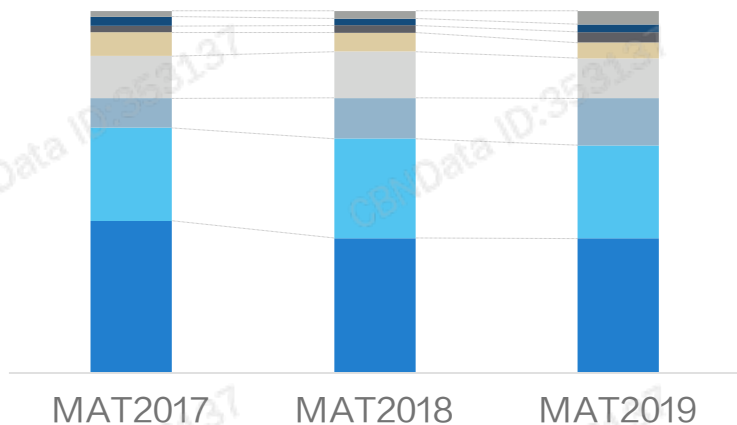
男用品牌百花争放，选择更加国际化

更多国际品牌聚焦中国男性专用护肤市场，引入高端产品、新功能、新概念来满足型男们的多元化消费升级需求。

MAT2017-2019 线上男性护肤

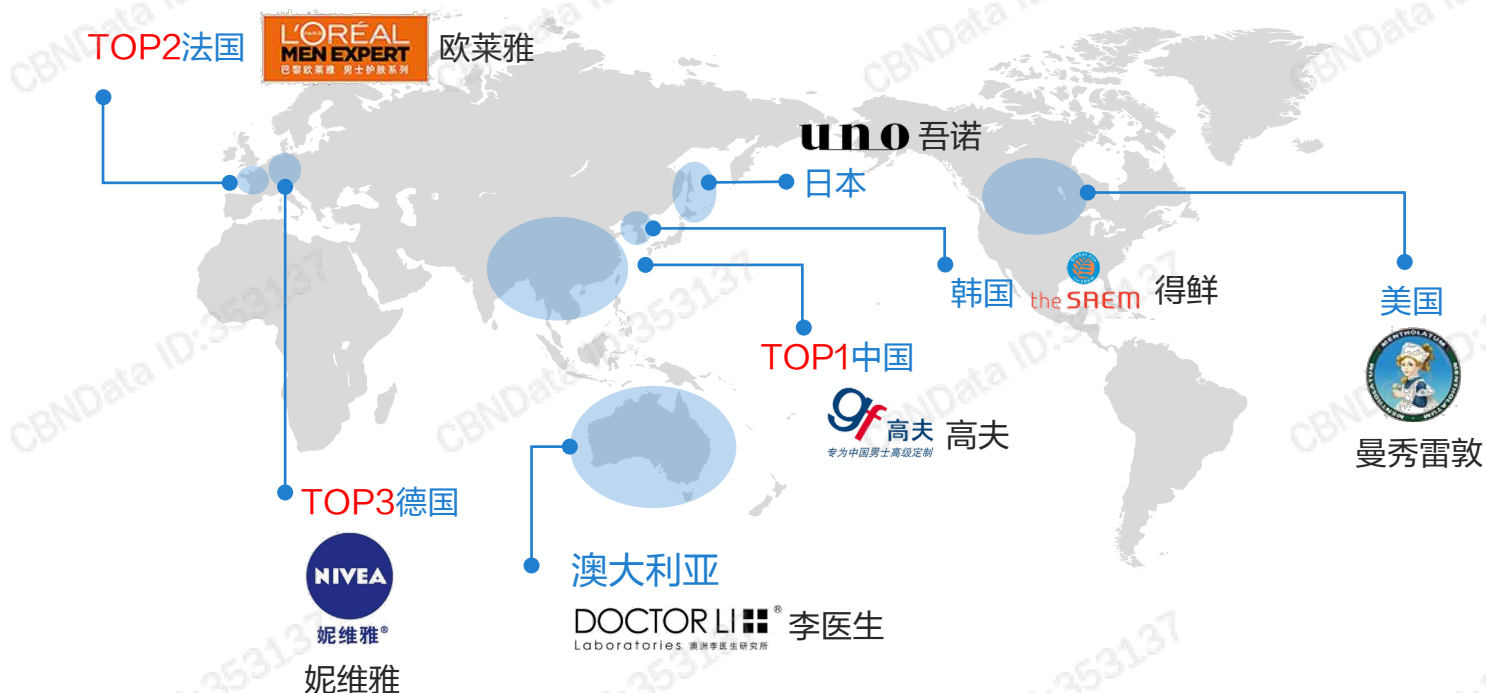
分国别销售额比重

- 中国
- 法国
- 德国
- 美国
- 日本
- 韩国
- 澳大利亚
- 其他



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019 线上各国销售额TOP1品牌



数据来源：CBNDATA消费大数据

越来越多品牌入局“他”经济，瞄准新时代男性的精致生活

国货品牌的崛起

天猫V榜 推荐

天猫官方榜单 让选择更简单



明星主理人的加持



奢侈品品牌的扩张



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_17035

