

CBNDATA
第一财经商业数据中心



TMALL GLOBAL
天猫国际
原装进口全世界

2020 线上家用美容仪 消费洞察报告

© 2019 CBNDATA. All rights reserved.



TABLE OF CONTENTS 目录



01 线上家用美容仪发展概览 3

02 线上家用美容仪消费趋势 7



线上家用美容仪 发展概览

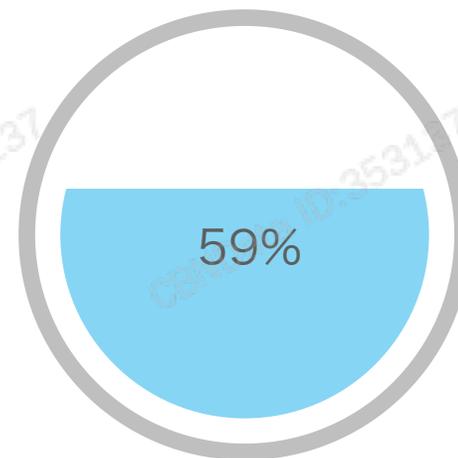
大众对美容护肤的诉求不断进阶，家用美容仪成为新刚需

消费升级背景下，大众对容的呵护、貌的管理和身的清洁有了更多元的诉求，对美容护肤产品的需求也愈加进阶。黑科技在美容护肤用品上的加持，使得家用美容仪的接受度不断提高，后者成为消费者打造“面子工程”的新刚需。

消费者对美容护肤的新诉求



59%的20-49岁中国女性城市消费者表示曾经至少使用过一种家用美容仪



资料来源：网络公开资料

数据来源：Mintel《中国美容与个人护理报告-对美容仪器的态度》

家用美容仪市场潜力可观，天猫国际成为线上重要增长渠道

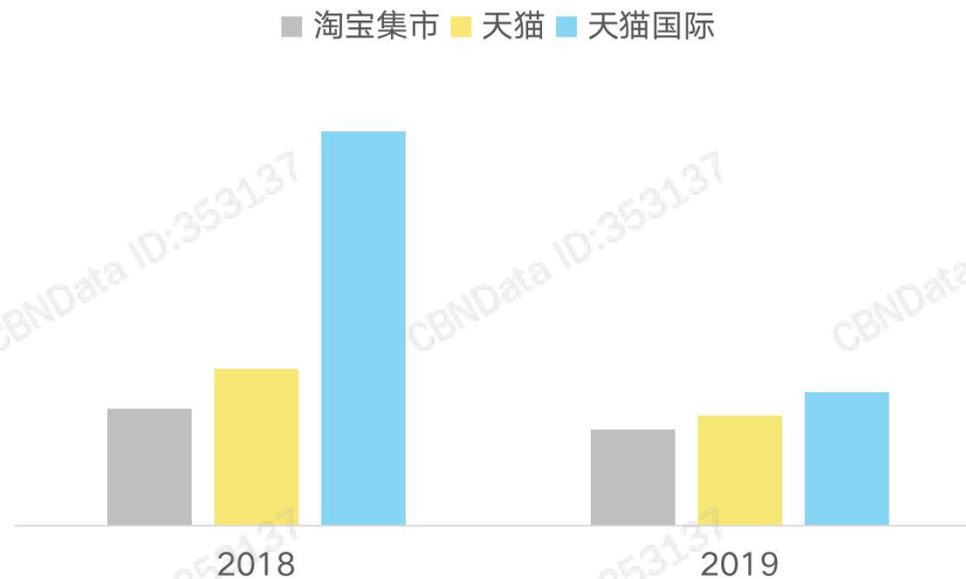
对标欧美、日本等其他国家，国内家用美容仪器的渗透率提升空间较大，消费潜力广阔，未来发展前景较为可观。而近三年线上家用美容仪品类迅速发展，消费规模不断增长，其中天猫国际的规模增长尤为突出，是品类成长的重要渠道。

2017-2019 淘系家用美容仪消费规模



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018-2019 淘系不同渠道家用美容仪的消费规模增速

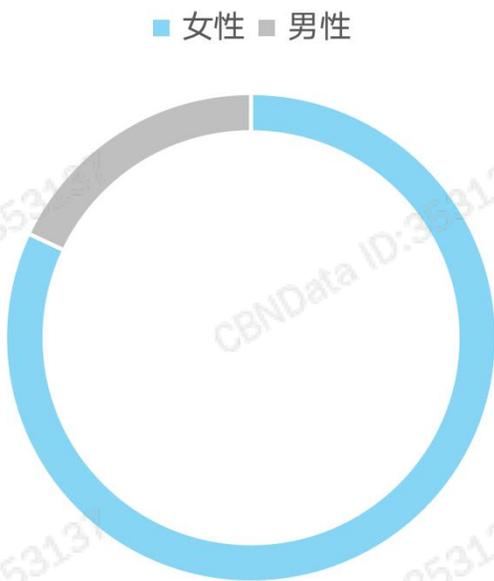


数据来源：CBNDATA消费大数据

精致女孩和精贵女王是天猫国际家用美容仪主要拥趸

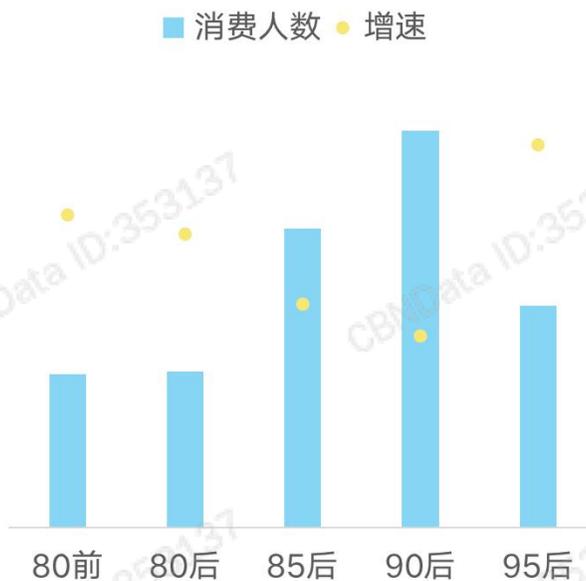
从消费者构成来看，女性是天猫国际家用美容仪的主要购买族群；分代际拆分，80、90后是该行业的重要中坚力量，而以95后为代表的Z世代消费群体在逐步崛起。综合来看，精致女孩和精贵女王是天猫国际家用美容仪主要消费群体。

2019 天猫国际家用美容仪不同性别消费者人数分布



数据来源：CBNDATA消费大数据

2019 天猫国际家用美容仪不同代际消费者人数和增速



数据来源：CBNDATA消费大数据
 数据说明：此处95后包括出生时间在1995-2002年的已成年消费者

天猫国际家用美容仪的典型消费群体

精致女孩

人群特征：95后、00后女性
 人群占比：15%

精贵女王

人群特征：80后、90后女性
 人群占比：58%

数据来源：CBNDATA消费大数据
 数据说明：精贵女王和精致女孩是天猫国际家用美容仪消费人数Top 2的人群



线上家用美容仪 消费趋势

线上家用美容仪行业两大消费趋势



全身护理更精细



家庭医美更专业

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_17073

