

Z世代

男性

美颜经济

# Z世代男性美颜 趋势报告

CBNDATA

第一财经商业数据中心

× Z世代研究组

© 2021 CBNDATA. All rights reserved.



# 目录 TABLE OF CONTENTS



01

## Part1:

Z世代男性美颜市场  
趋势总览



02

## Part2:

Z世代男性美颜消费  
趋势洞察



## Part3:

Z世代男性美颜消费  
趋势总结与预测

# PART 01 Z世代男性美颜 市场趋势总览

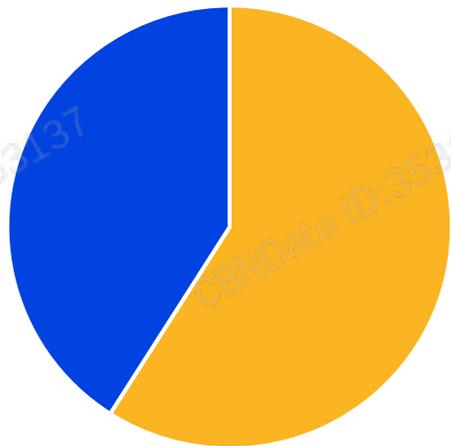


## “颜值经济”到来，容貌焦虑正在影响年轻人

随着颜值经济的到来，容貌焦虑问题也逐渐影响年轻消费者。据调查，有将近60%的大学生存在容貌焦虑问题，其中男生严重容貌焦虑的比例比女生更高。据数据显示，有超过六成的男性会为自己购买护肤品。

近六成大学生有容貌焦虑

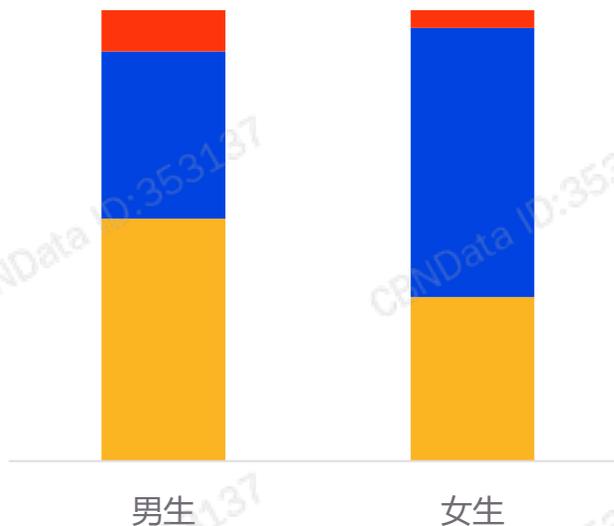
■ 为容貌焦虑 ■ 不为容貌焦虑



数据来源：中国日报网《近六成大学生有容貌焦虑》，N=2,063

大学生分性别容貌焦虑情况

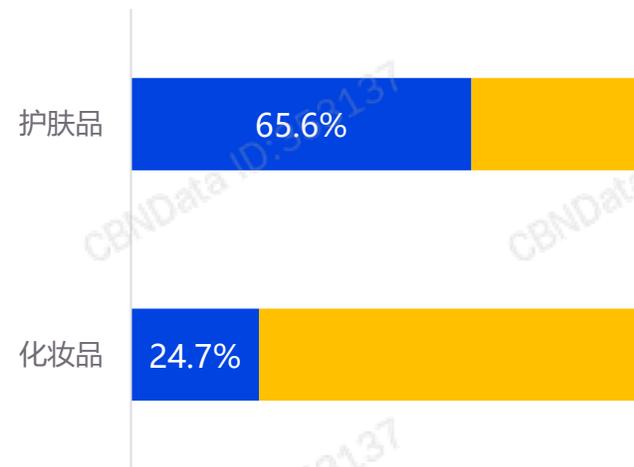
■ 无感 ■ 比较敏感 ■ 非常焦虑



数据来源：中国日报网《近六成大学生有容貌焦虑》，N=2,063

2021男性为自己购买护肤品/化妆品占比分布

■ 购买过 ■ 未购买过



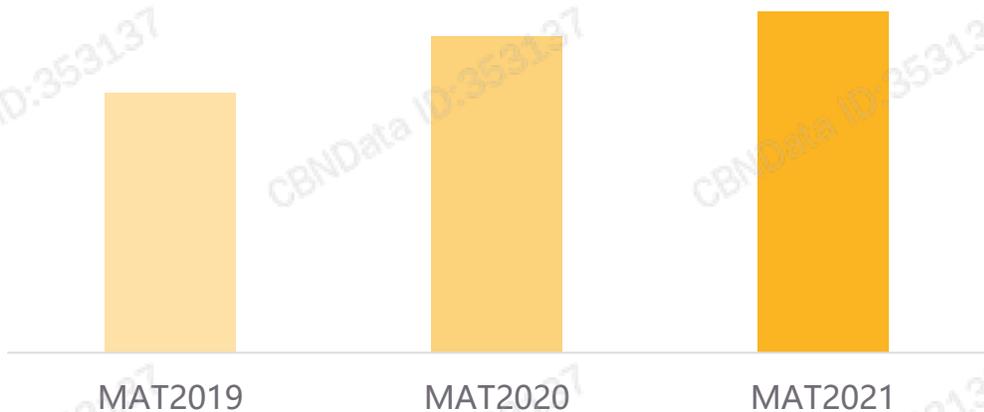
数据来源：Mob研究院《2021“美颜经济”研究报告》

## 美颜经济崛起，男性美颜消费市场逐步成熟

近三年线上男性美颜市场消费规模呈稳定增长态势，其中消费人数的增长及笔单价的提高是男性美颜市场增长的主导因素，越来越多的男性加入“美颜大军”，并且愿意为之投入更多的花费。

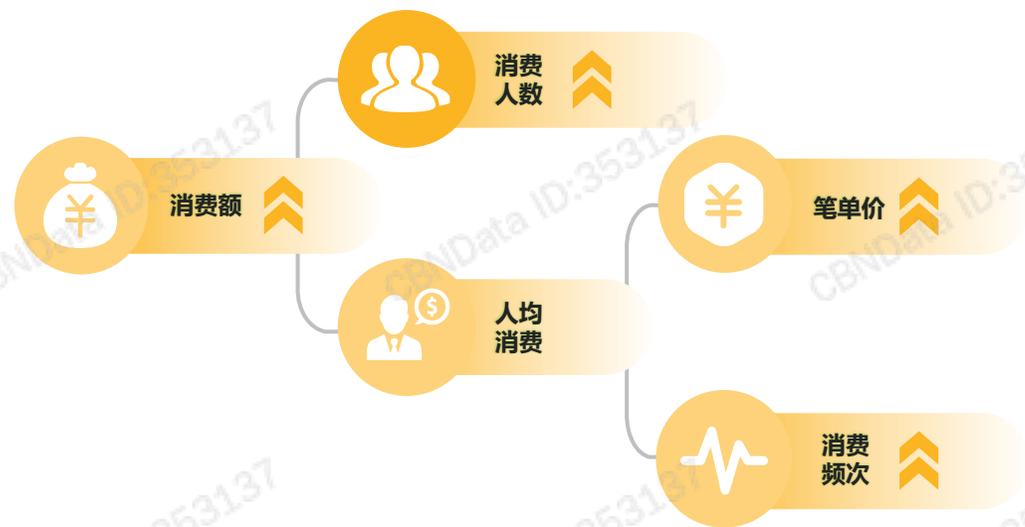
MAT2019-MAT2021线上男性美颜市场消费人数变化

MAT2019 MAT2020 MAT2021



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021线上男性美颜市场增长因素分析



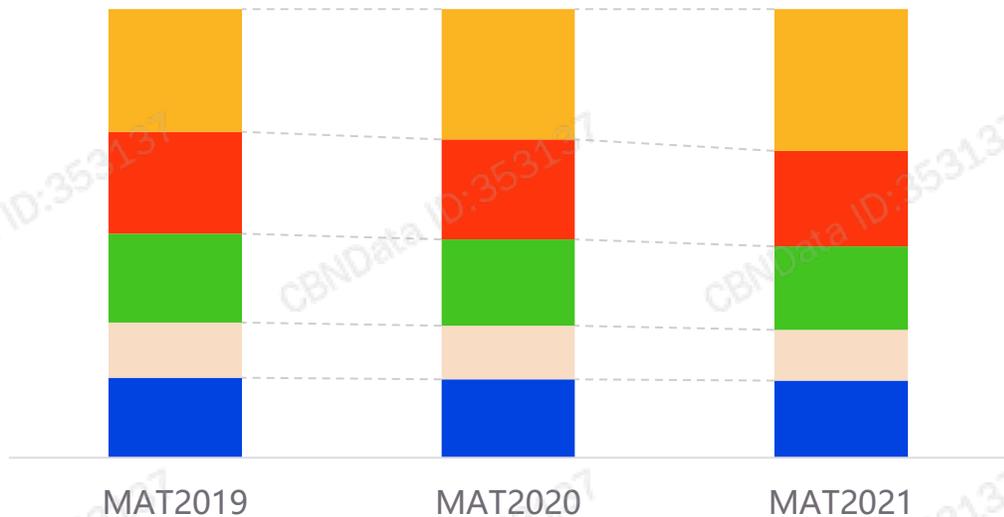
数据来源：CBNDATA消费大数据

## Z世代成美颜先锋，消费力持续增长

从代际分布来看，Z世代男性的线上美颜消费份额扩张明显，并逐渐占据主导地位，尽管目前其人均消费水平相对偏低，但人均消费保持高速增长状态，消费潜力较大。

MAT2019-MAT2021精致男孩美容整体投入

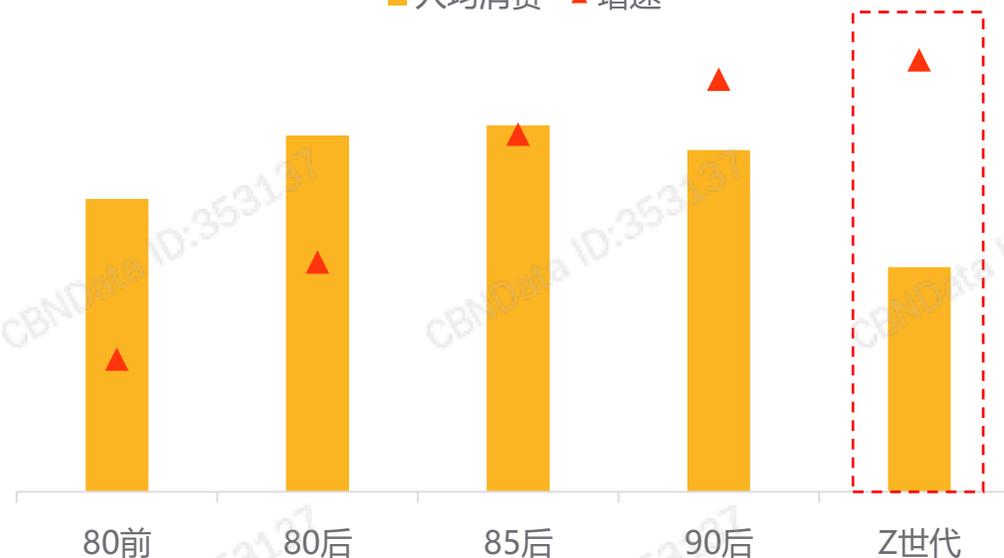
■ 80前 ■ 80后 ■ 85后 ■ 90后 ■ Z世代



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021线上精致男孩美容投入

■ 人均消费 ▲ 增速



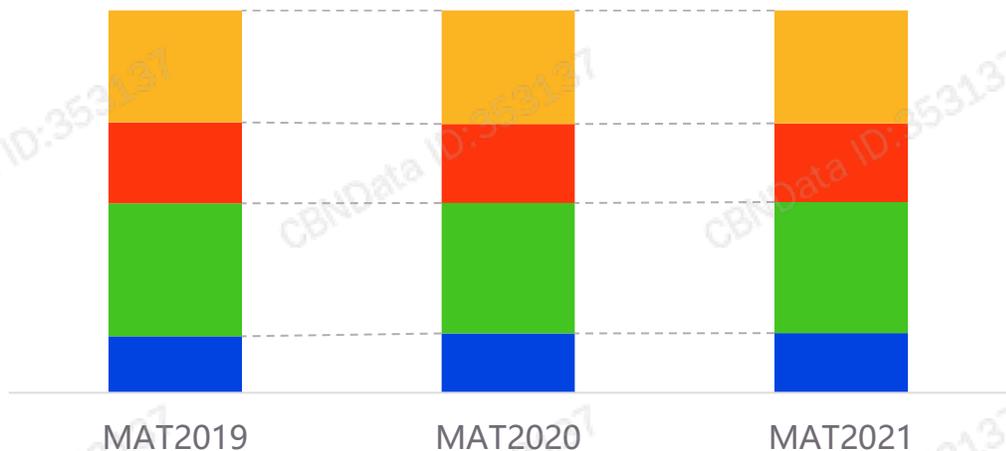
数据来源：CBNDATA消费大数据

## 一二线引领男性美颜新浪潮，消费市场稳步扩大

来自一二线城市的新潮男性凭借其人均消费的高增长及较高的消费力，成为当前美颜经济市场中的领跑者。下沉市场虽凭借其强大的人口基数，占据一定的市场份额，但其人均消费及增速仍处于较低水平，消费者“美颜”意识仍薄弱。

MAT2019-MAT2021线上美颜市场不同城市线级Z世代男性消费规模占比

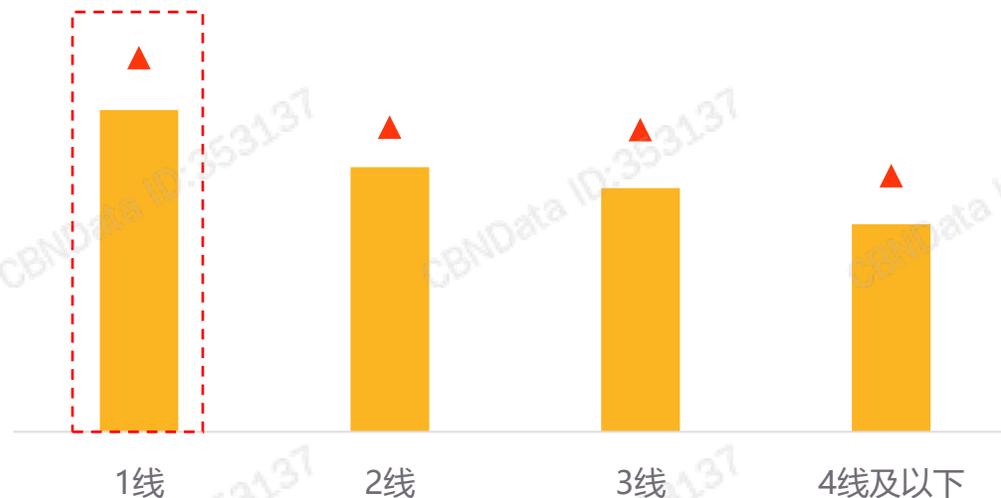
■ 1线 ■ 2线 ■ 3线 ■ 4线及以下



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021线上美颜市场不同城市线级Z世代男性人均消费及增速

■ 人均消费 ▲ 增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

## 瞄准Z世代，新锐国货品牌接连入局

随着民族文化认同感的不断加强，Z世代以更加开放的心态拥抱国产品牌。近几年国内男性美颜市场规模的不断扩大，吸引不少新锐国货品牌进入赛道，同时资本的接连入局助推赛道发展，为男性美颜市场带来持续的波澜。

MAT2019-MAT2021线上男性美颜市场  
国产品牌消费规模

▲ MAT2019 ▲ MAT2020 ▲ MAT2021



男性美颜市场新锐国货品牌



- 亲爱男友(2020年成立)  
- 专业男士一站式理容生活品牌  
- 融资情况：第二轮融资



- 理然(2019年成立)  
- 男士综合个护品牌  
- 融资情况：第四轮融资



- 薇诺娜男士(2020年成立)  
- 专注男士消费群体的功效性护肤产品  
- 融资情况：已上市



- 蓝系(2019年成立)  
- 年轻、高品质、高性价比的  
男生护理品牌

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\\_29654](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_29654)

