天然安全 强修护 抗初老

后疫情时代
护肤热点白皮书

CBNDATA × 林清轩®

第一财经商业数据中心 肌肤发光的秘密

© 2020 CBNData. All rights reserved.

TABLE OF CONTENTS

目录

- 第一部分：后疫情时代护肤消费概览
- 第二部分：后疫情时代护肤消费热点

2.1 成分天然，安心护肤、、、、、、、09

2.2 强效修护，健康护肤、、、、、、、14

2.3 抗击初老，超前护肤、、、、、、、20



01

后疫情时代护肤消费概览

CBNData ID:14053

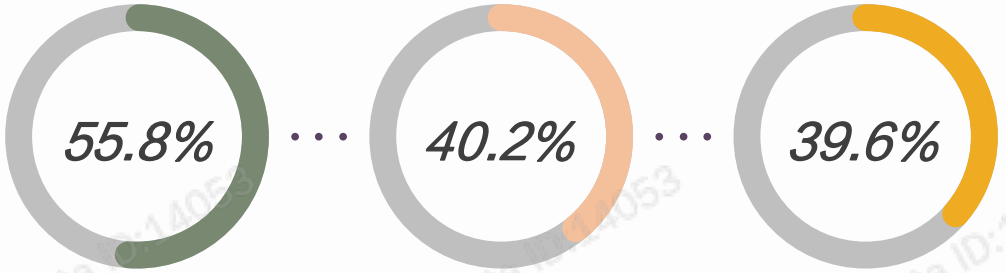
疫情过后，理性、安全、性价比成三大消费关键词

随着疫情的突然爆发到逐渐得到控制，人们的生活节奏和心理状态都发生了一定的转变，进入到“新常态”。疫情所带来的焦虑、谨慎、孤独感，使得国民的消费观念发生极大改变，理性消费、产品安全、性价比等消费观的重要性比以往更加突出。

后疫情时代的心理状态导致的三大消费理念

后疫情时代的心理状态	从焦虑到从容	谨慎	孤独
消费关键词	理性消费	健康安全	悦己，直播 互动性和参与度高
新消费理念	炫耀型消费减弱， 消费更加理性， 注重性价比	健康安全为 首要驱动因素	涌现出一系列 新的沟通和渠道机遇

疫情后年轻人的消费观



年轻人表示消费时倾向于“只买生活必需品”

年轻人选择“少买点，买好点”

年轻人表示“购买决定比之前更慎重”

资料来源：《后疫情时代的美妆新机遇》

数据来源：《2019-2020中国青年消费报告》

口罩引发各种肌肤问题，肌肤健康引起大众关注

进入疫情“新常态”后，口罩成为生活中必不可少的物品。长期佩戴口罩给皮肤带来的损伤，导致超过六成的消费者产生了佩戴口罩引发的皮肤敏感、屏障受损等问题，肌肤健康、肌肤屏障修护更受消费者重视，线上护肤消费增速更快。

戴口罩引起的皮肤问题成因举例

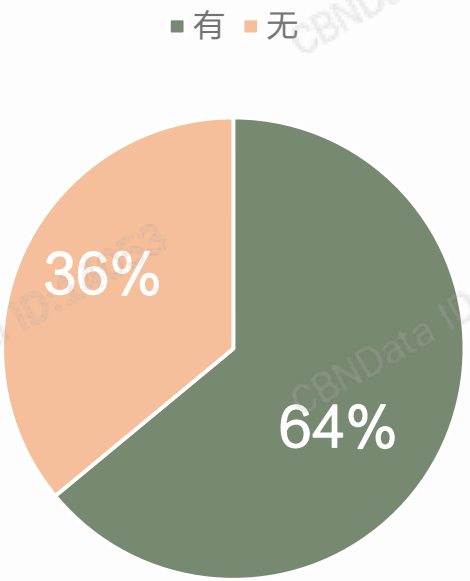
口罩与皮肤之间存在摩擦，导致皮肤不适，外界刺激物更易透过皮肤屏障。

口罩覆盖区域闷热潮湿，皮肤水合程度增加，微生物生长环境改变，微生态受到影响。

戴口罩区域局部温度升高，血流速度加快，血管扩张加重，红斑、瘙痒加重。

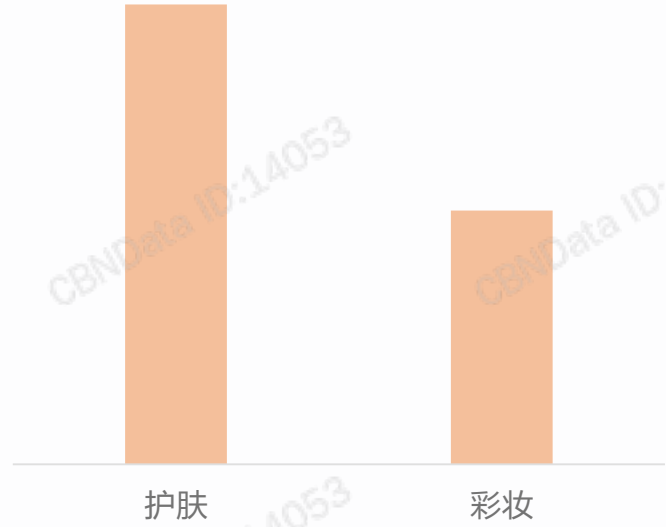
数据来源：CBNData《后口罩时代理性护肤白皮书》

戴口罩后是否有皮肤问题



资料来源：CBNData《后口罩时代理性护肤白皮书》

MAT2020 线上护肤及彩妆品类消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

功效性强、具有修护能力的护肤品类更受消费者喜爱

肌肤问题的出现使得精华等更具针对性、功效性更强的品类更受大众青睐，消费增长迅速；同时像油类护肤等具有肌肤修护功效的细分品类开始崛起，增速表现亮眼。

MAT2020 线上不同护肤品类消费规模及增速

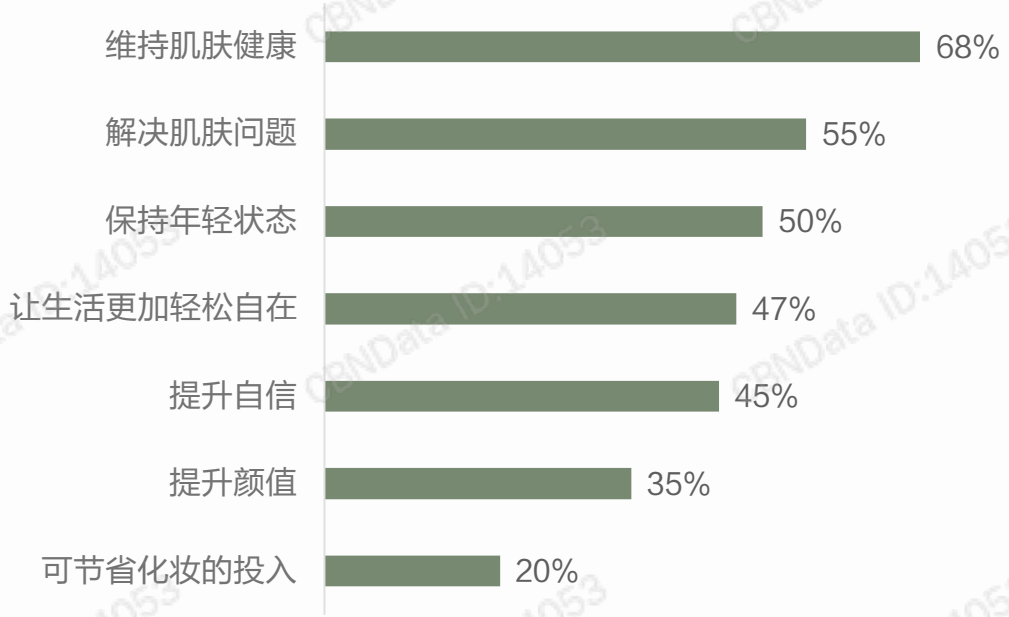


数据来源：CBNData消费大数据

后疫情时代，消费者对肌肤修护、紧致抗老的需求更加突出

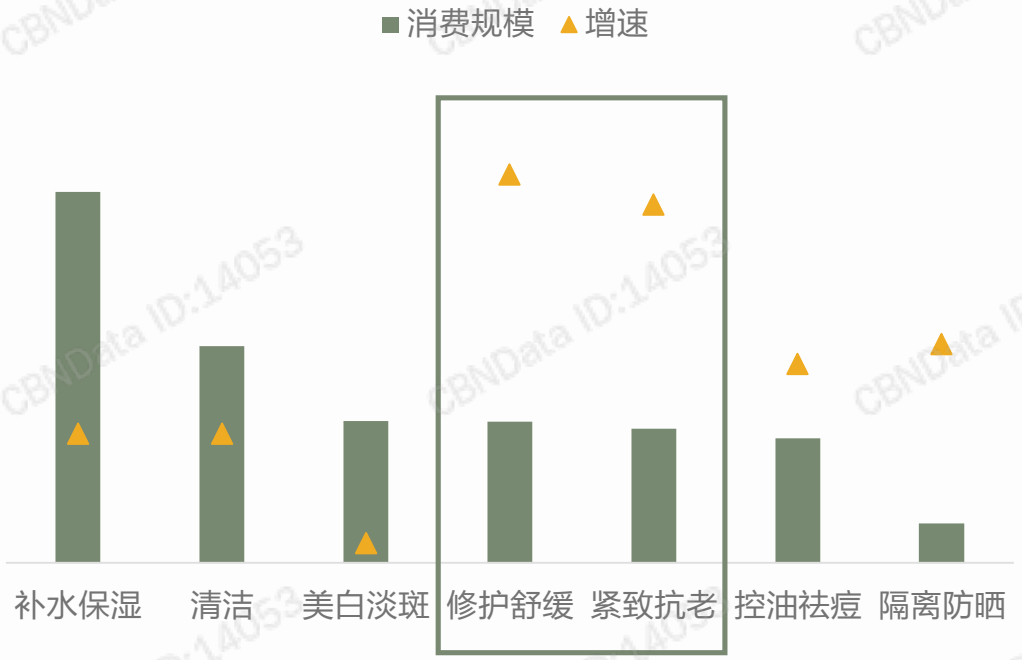
后疫情时代，维持肌肤健康、解决肌肤问题等护肤诉求更加突出，保持肌肤年轻态也成为更多消费者的追求，因此在不同功效的护肤品消费上，具有修护、抗老功能的护肤品增速遥遥领先，成为新的消费热点。

后口罩时代护肤的意义



数据来源：CBNData《后口罩时代理性护肤白皮书》

MAT2020 线上不同功效护肤品消费规模及增速



数据来源：CBNData消费大数据

02.

后疫情时代护肤消费三大热点



CBNData ID:14053



2.1 成分天然，安心护肤

产品安全至上，大众对护肤品成分关注度提升

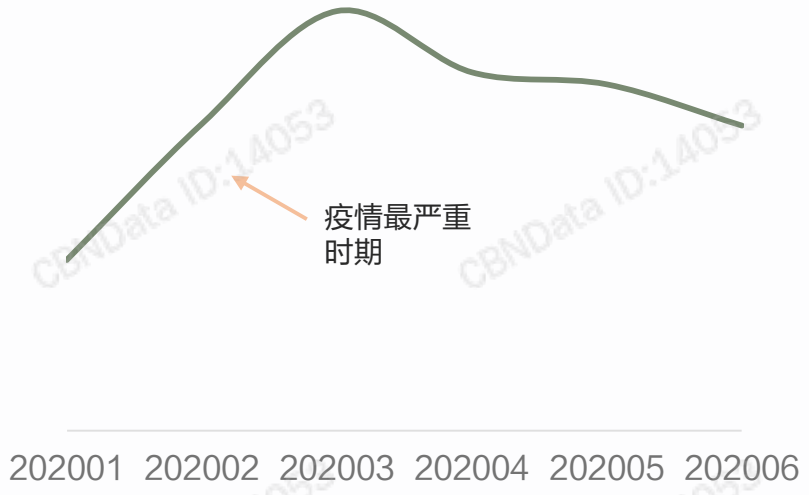
经历疫情后，消费者对护肤品的安全性关注度显著提升，成为选择护肤品的首要考虑因素。疫情期间，线上购买护肤品时搜索成分关键词的人数爆发式增长，相比整体消费者，90/95后等年轻一代对成分的关注的更高。

疫情前/后选择护肤品的关键考因素

疫情前	疫情后
产品功效	产品安全性
产品安全性	产品功效
性价比	产品成分

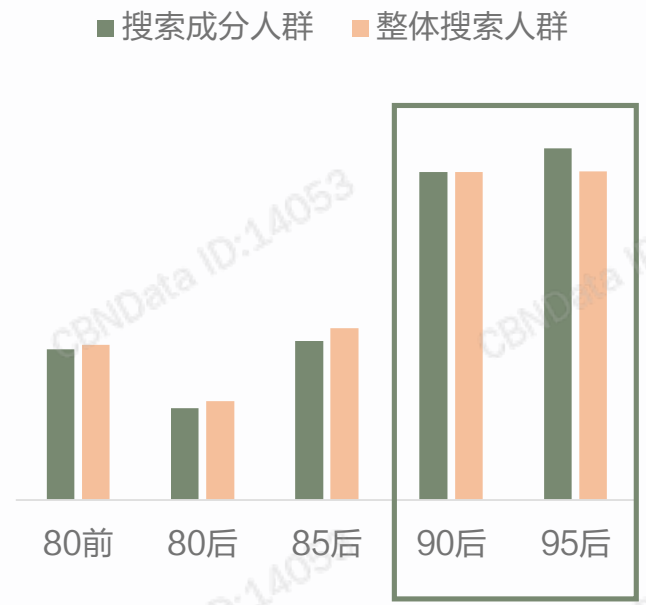
数据来源：CBNData《后口罩时代理性护肤白皮书》

2020年1-6月 线上护肤品成分搜索人数走势



数据来源：CBNData消费大数据

2020年1-6月 线上护肤品成分搜索人数代际分布



数据来源：CBNData消费大数据

追求安心感，天然安全的品牌受到消费者认可

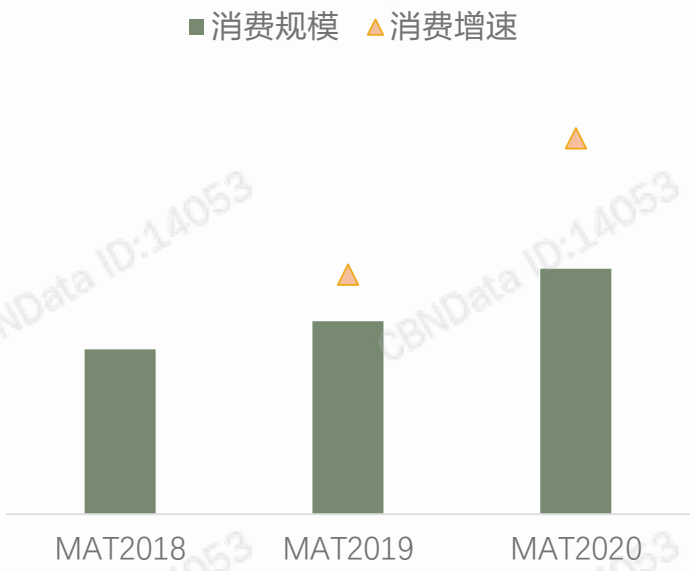
天然、安全的成分可以为消费者带来安心感，因此消费者更愿意为其买单。主打天然、植物成分的护肤品消费加速增长，注重产品安全、成分天然的品牌更易获得消费者认可。

天然或草本原料偏好



数据来源：英敏特《2018全球护肤品四大趋势》

MAT2018-2020 线上主打天然或草本成分护肤品消费走势



数据来源：CBNData消费大数据

2020年 林清轩天猫旗舰店双十一预售同比增长920%



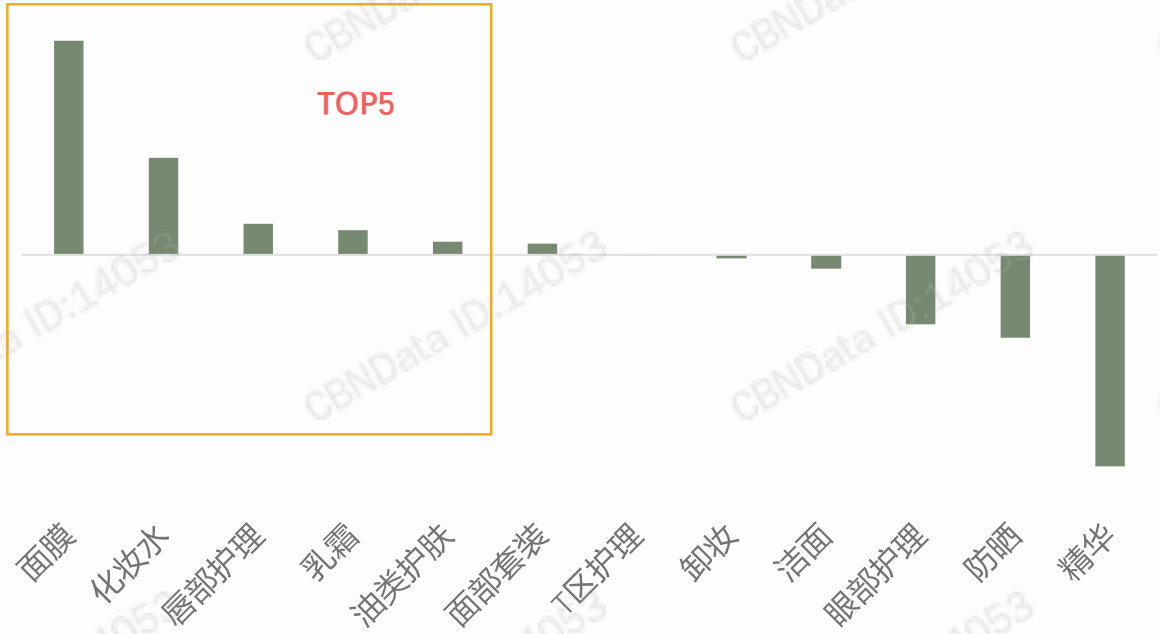
以林清轩为例，其明星产品山茶花润肤油获欧盟ECOCERT天然化妆品认证，受到消费者认可，两年双十一预售同比增长***920%***。

数据来源：林清轩

油类护肤品受到天然成分消费者偏爱，线上占比持续扩大

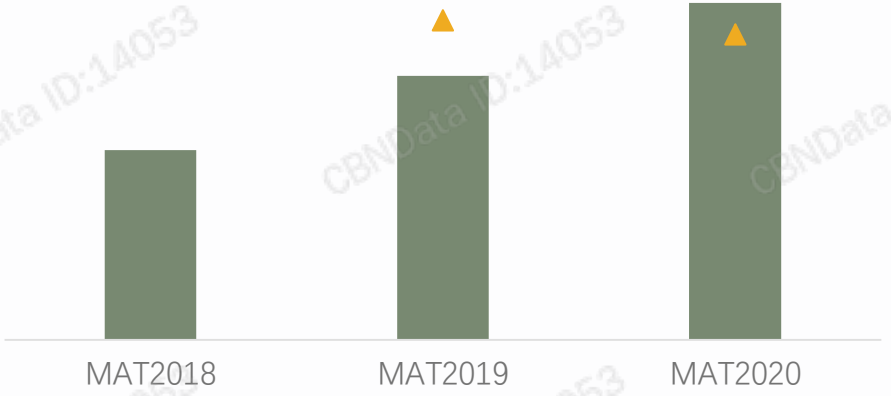
对于钟爱天然成分的消费来说，面膜、化妆水、乳霜、油类护肤等品类更受他们偏爱。其中油类护肤品的重要性不断提升，消费占比逐年增长。

MAT2020 线上天然或草本成分护肤品消费者品类偏好



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：品类偏好=线上天然或草本成分护肤品类消费占比-线上整体护肤品类消费占比

MAT2020 线上天然或草本成分护肤品中油类护肤品消费占比及增速

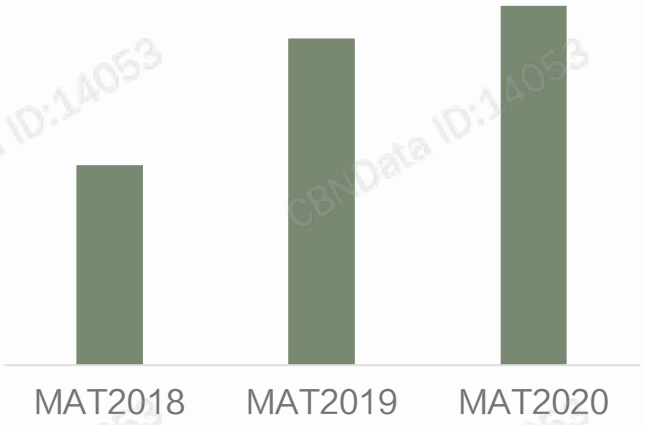


数据来源：CBNData消费大数据

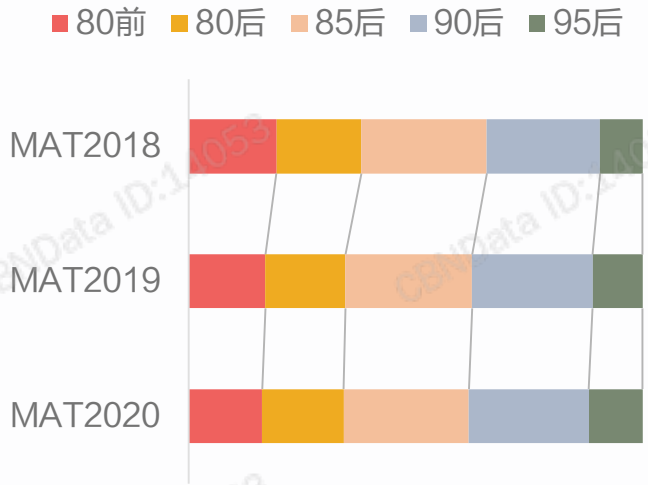
油类护肤消费不断渗透，受到更多年轻人青睐

油类护肤品消费逐渐年轻化，90后、95后等年轻一代的消费占比持续提升。其中国产中高端品牌崛起，林清轩因其成分天然安全受到年轻人的喜爱，占比遥遥领先。

MAT2018-2020 线上主打天然植物成分天然油类护肤品消费者渗透率



MAT2018-2020 线上主打天然植物成分天然油类护肤品不同代际消费占比



MAT2020 90/95后主打天然植物成分油类护肤消费品牌TOP5

1. 林清轩
2. AUDACE
3. 希思黎
4. 优姿婷
5. 娇韵诗

数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：消费者渗透率=天然植物成分油类护肤消费者人数/天然植物成分消费者人数

2.2 强效修护，健康护肤



修复“口罩脸”，肌肤修护成为护肤消费新热点

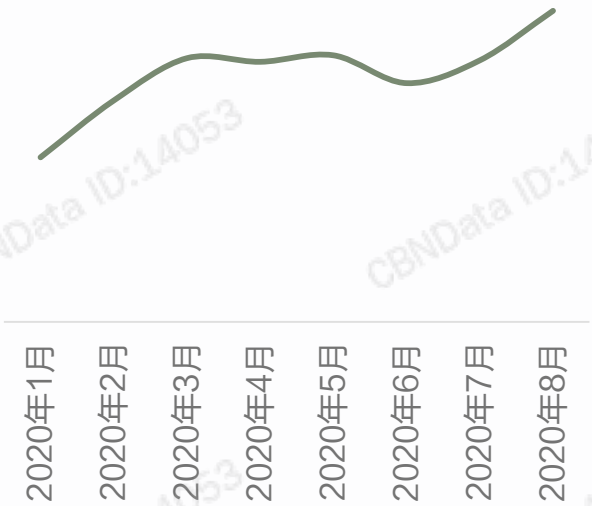
长期佩戴口罩引发皮肤敏感、泛红、致痘、毛孔粗大等一系列肌肤问题，引起消费者高度关注，从2020年初开始线上“口罩脸”护肤关键词搜索量迅速上升，肌肤修护相关产品消费增速超过60%。

戴口罩引起的皮肤问题举例



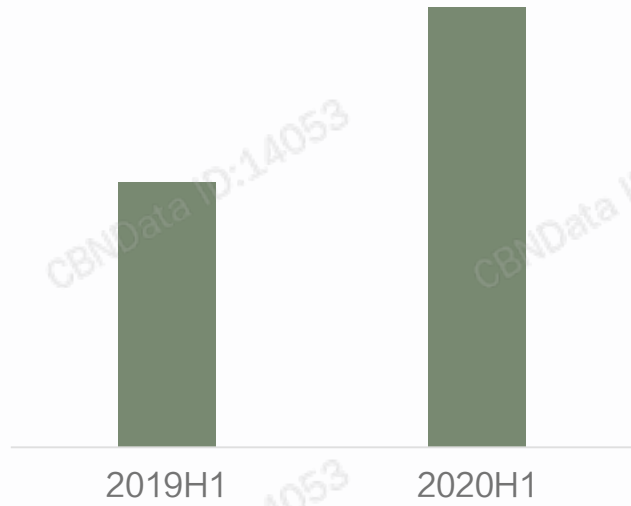
资料来源：网络公开资料整理

2020年1-8月 线上“口罩脸”相关护肤搜索词的浏览量



数据来源：CBNData消费大数据

2019H1 VS 2020年H1 线上肌肤修护相关产品消费规模

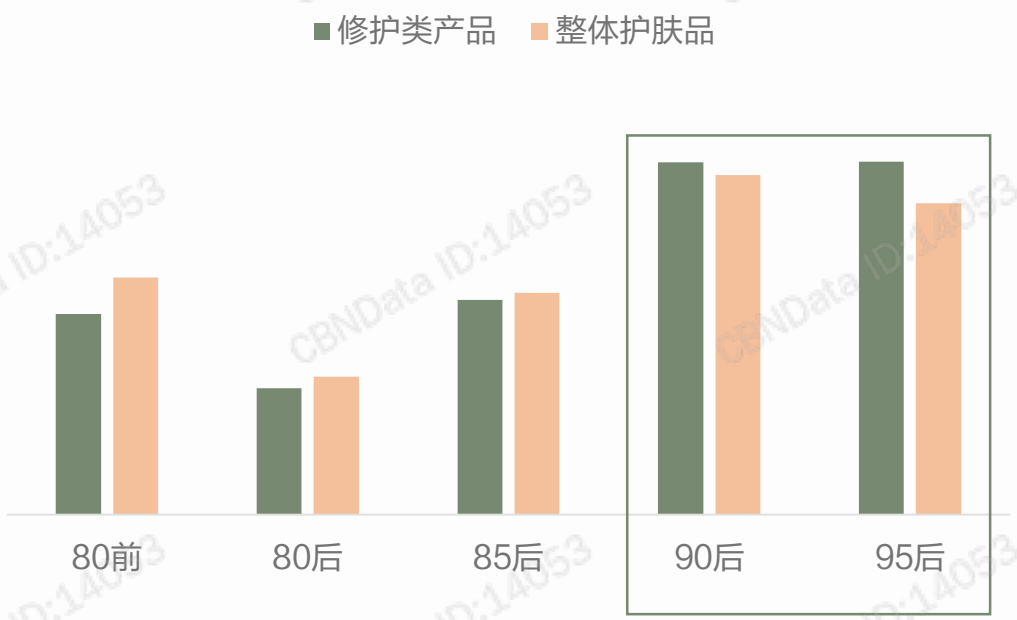


数据来源：CBNData消费大数据

年轻人对肌肤修护更加重视，相关花费提升迅速

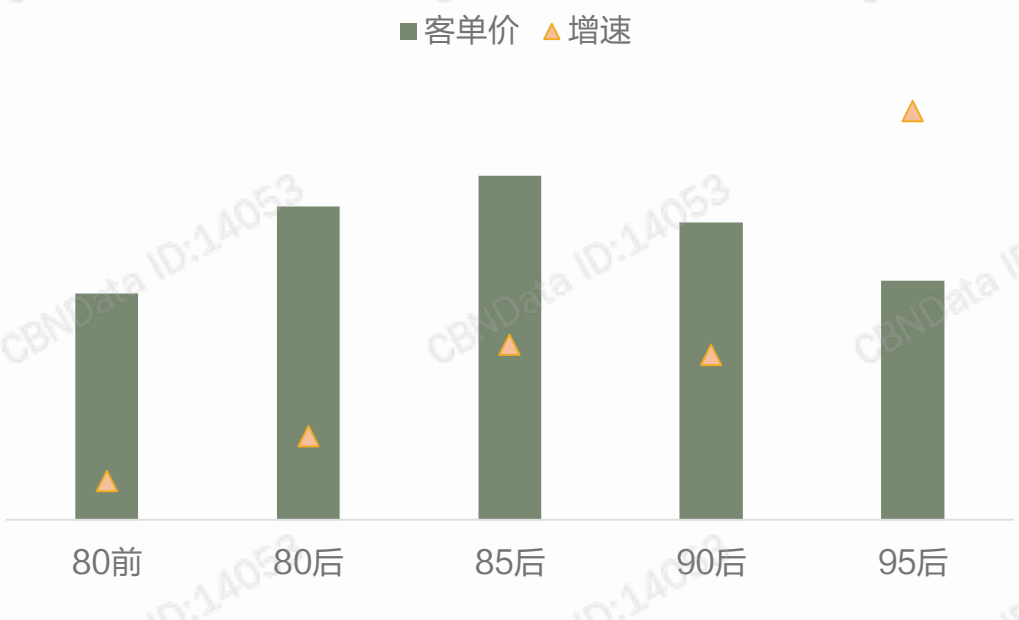
消费者对肌肤修护关注度不断提升，其中年轻一代对肌肤修护的需求更加迫切和强烈，修护产品消费中90/95后占比显著高于整体护肤，同时95后在修护类产品上的花费增速显著高于其他代际，关注度更高。

MAT2020 线上购买修护类产品消费代际分布VS整体护肤品消费代际分布



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020 线上不同代际购买修护类护肤品人均花费及增速

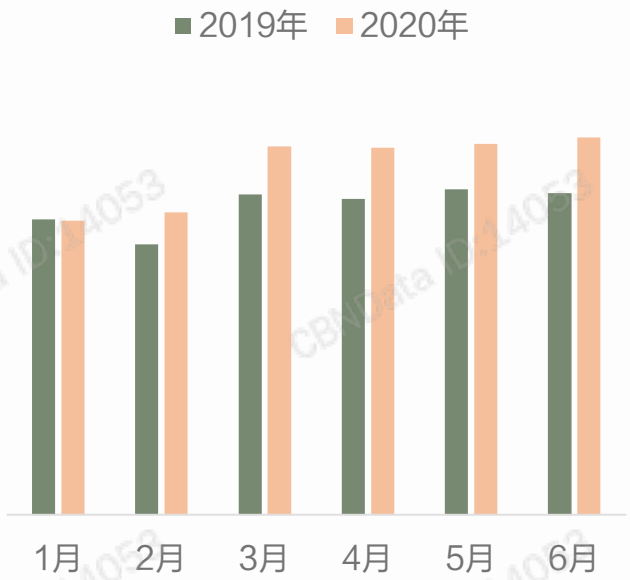


数据来源：CBNData消费大数据

肌肤修护相关产品层出不穷，油类护肤增长显著

面对肌肤修护需求的爆发，3月起市面上相关的产品数量骤增，渗透到各个护肤品类。其中油类护肤品以其卓越的修复能力受到大众的喜爱，年度间高速增长。

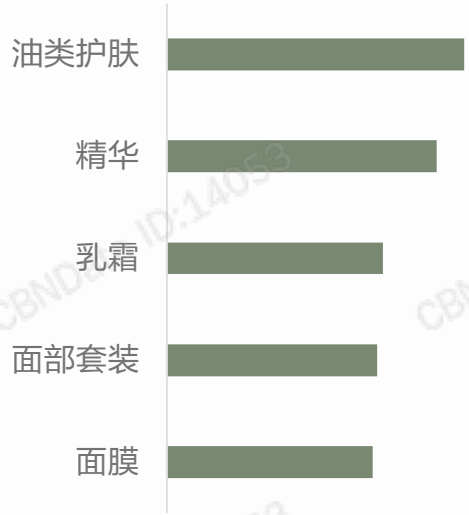
2019及2020年 1-6月 线上修护类护肤品产品数量



MAT2020 线上修护类护肤品类表现



MAT2020 线上修护类护肤品消费增速top5

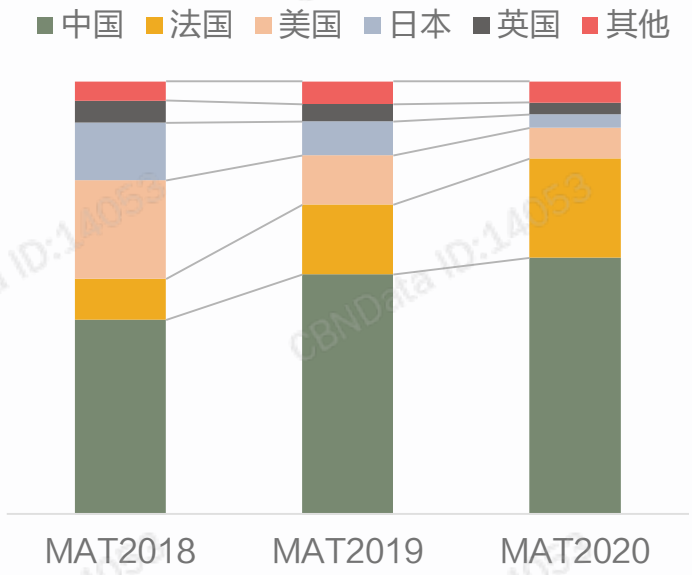


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：研究修护品类，因此未将卸妆等清洁品类计算在内

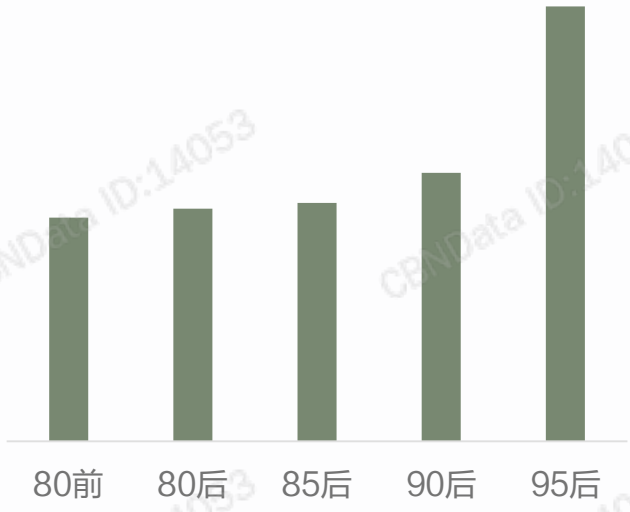
国产油类护肤崛起，深受年轻消费者喜爱

随着近两年国货风潮在美妆护肤品类愈演愈烈，国产油类护肤备受关注，消费占比持续扩大。其中90后、95后的年轻消费者更偏爱国货，消费增速远高于其他代际。

MAT2018-2020 线上具有修护功效的油类护肤品不同国别消费占比



MAT2020 线上国产修护功效油类护肤品不同代际消费增速



MAT2020 修护功效油类护肤品牌TOP5



数据来源：CBNData消费大数据

修护类润肤油TOP品牌明星单品

在具有修护功效的油类护肤品中，林清轩MAT2020销量超过众多国际知名品牌，国产中高端品牌开始崛起。

油类护肤TOP单品					
产品图片					
产品名称	林清轩山茶花润肤油3.0	娇兰帝帝皇蜂姿复原蜜	AUDACE兰花精粹油	海蓝之谜臻璨焕活精华油	馥蕾诗海莓面部修护精华油
主要成分	清轩萃：山茶籽油、山茶花和山茶叶活性精萃,富含油酸、VE、角鲨烯、植物甾醇、黄酮、多酚等成分	天然黑蜂蜂蜜及蜂皇浆	兰花原液	神奇活性精萃，新生酵素，酸橙茶精华	海莓油，蔓越莓籽油，葡萄籽油，山茶花籽油，甜扁桃油
主要功效	修护肌肤屏障，抗击初老，深层滋养	改善细纹，滋润，修护	增加皮肤弹性，改善局部暗沉	补水 保湿 修护	滋养润泽，水润匀肤，光滑柔嫩，细致嫩肤

资料来源：根据网络公开资料整理

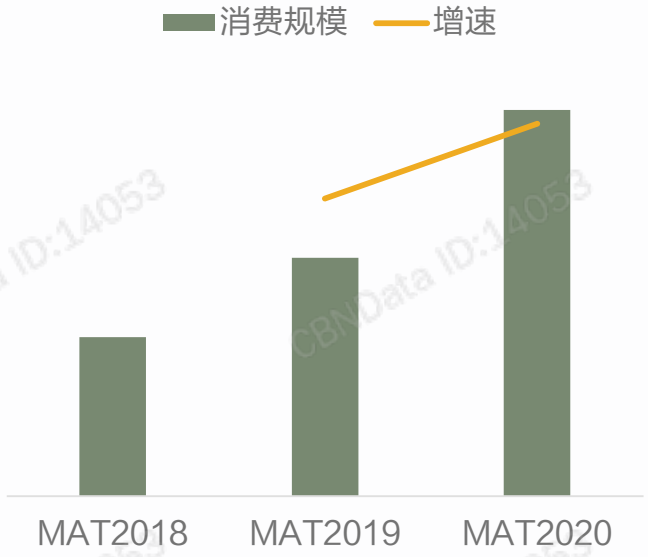


2.3 抗击初老，超前护肤

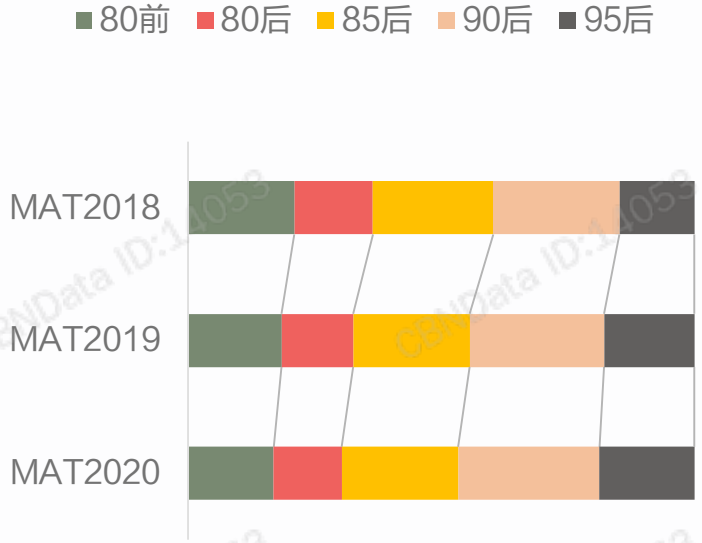
年轻人对肌肤抗老需求前移，抗初老概念大热

随着“冻龄”、“逆龄”等概念兴起，保持肌肤年轻已经成为所有年龄阶段的人共同的追求，抗老相关护肤品消费年度间加速增长。而“抗初老”概念的大热也让90后、95后对肌肤抗老的需求前移，在其护肤消费中抗初老产品占比不断提升。

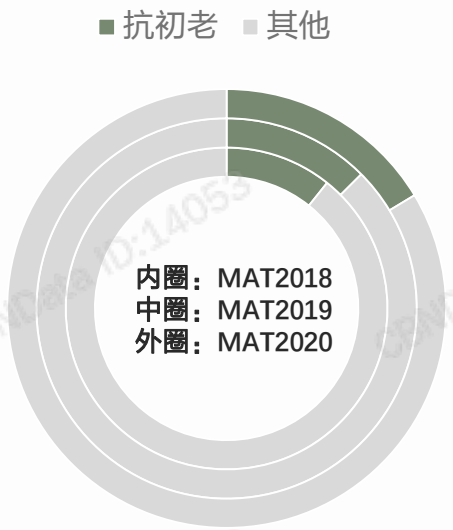
MAT2018-2020 线上抗老产品消费规模及增速



MAT2018-2020 线上抗老产品消费代际分布



MAT2018-2020 线上90/95后护肤产品中抗初老产品消费占比

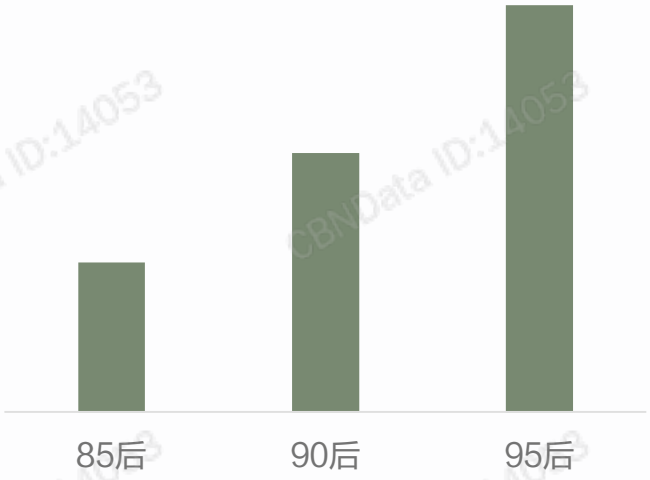


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：抗初老产品消费渗透率=90/95后抗初老产品消费人数/90/95后护肤品消费人数

年轻一代是抗初老主力军，需求更加细分

年轻一代对抗老的需求更加细分和进阶，从面部到眼部，从淡化细纹到抗糖抗氧。其中90后、95后年轻人中搜索“抗初老”的占比高于85后，成为抗初老主力军，淡化细纹、提拉紧致以及熬夜导致的眼部问题是他们的主要关注点。

2020H1 线上不同代际消费者中搜索“抗初老”关键词人数比例



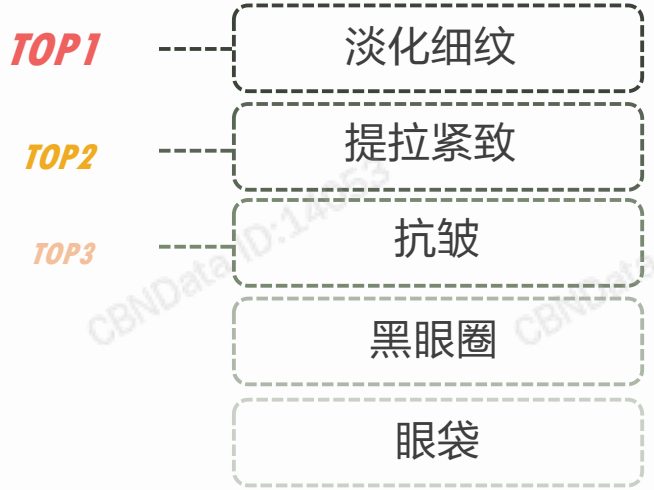
数据来源：CBNData消费大数据

2020H1 线上护肤品类抗初老相关搜索词



数据来源：CBNData消费大数据

2020H1 90/95后线上护肤品类抗初老相关搜索词TOP5

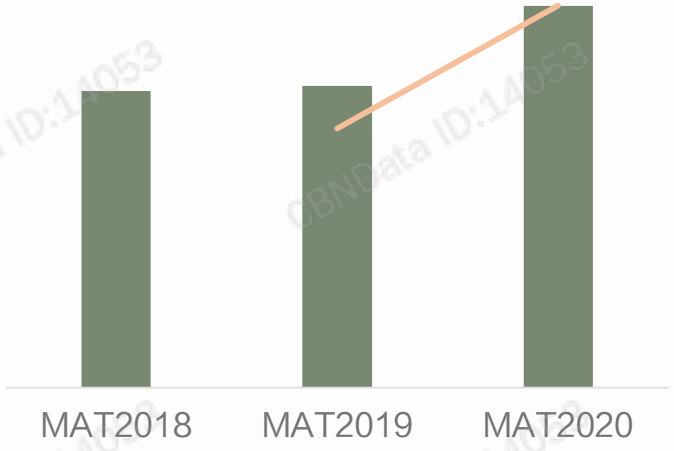


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：按搜索人数排序

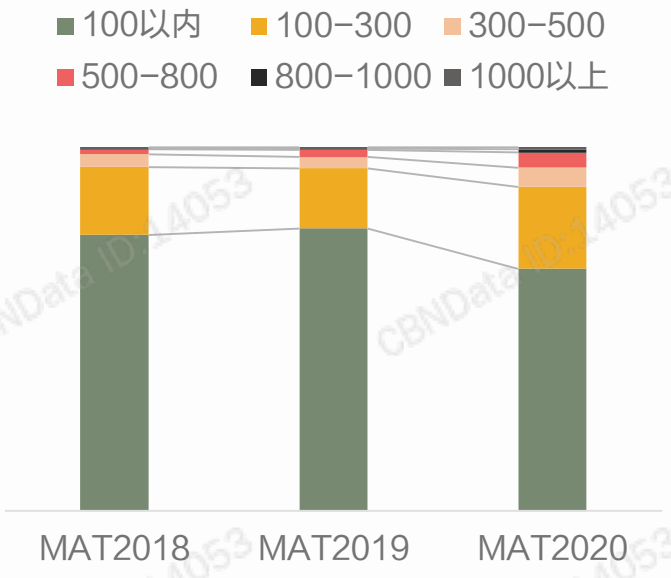
抗初老产品消费不断升级，中高价位段产品受追捧

90后、95后在抗初老的道路上不断消费升级，购买产品件单价加速增长。其中，中高端价位段抗初老产品更受年轻人追捧，销量占比不断提升，消费增长更加迅速。

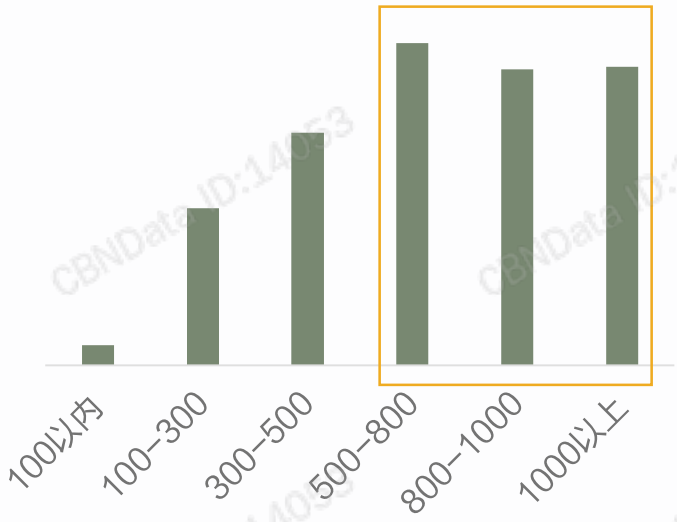
MAT2018-2020 90/95后线上抗初老护肤品平均件单价及增速



MAT2019-2020 90/95后线上抗初老产品不同价格段销量分布



MAT2020 90/95后线上抗初老产品不同价格段消费增速

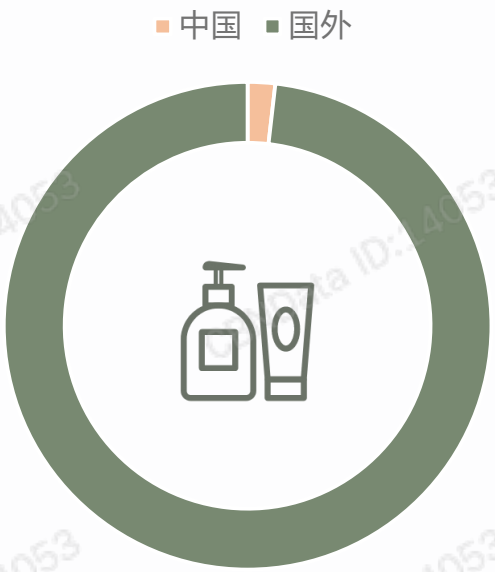


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：因不同品类间单价差异较大，价格段分布限定在精华、乳霜、爽肤水、油类护肤、眼霜、眼部精华等品类当

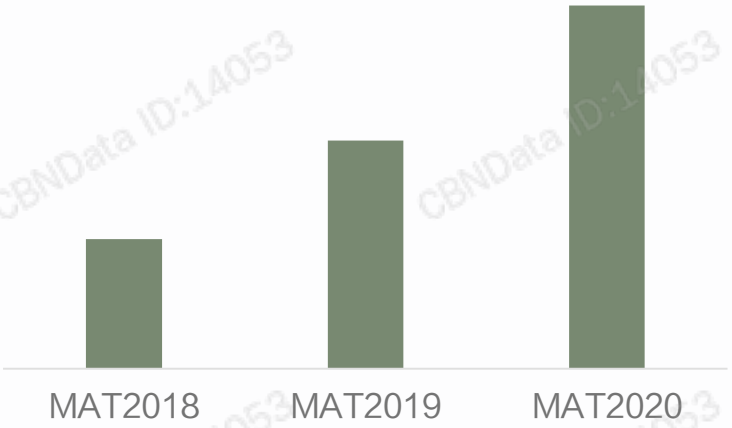
中高端抗初老市场以欧美品牌为主，国产品牌蓬勃发展

在中高端抗初老市场中，90%以上的消费集中在欧美产品，国产品牌消费规模及消费渗透率连年提升，拥有巨大的增长潜力。

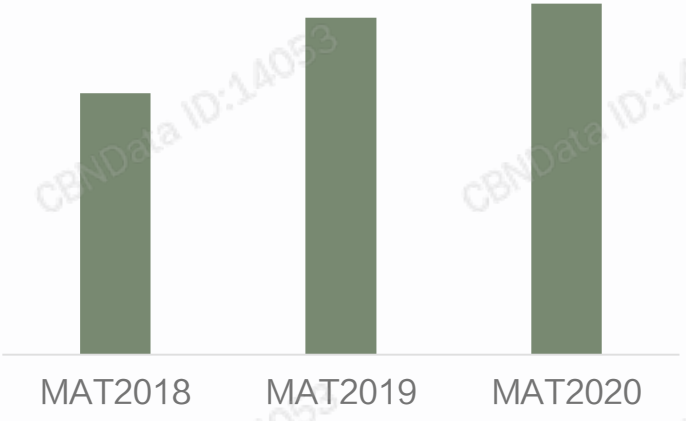
MAT2020 90/95后线上中高端抗初老护肤品国别分布



MAT2018-2020 90/95后线上国产中高端抗初老护肤品消费规模走势



MAT2020 90/95后线上国产中高端抗初老护肤品消费渗透率走势

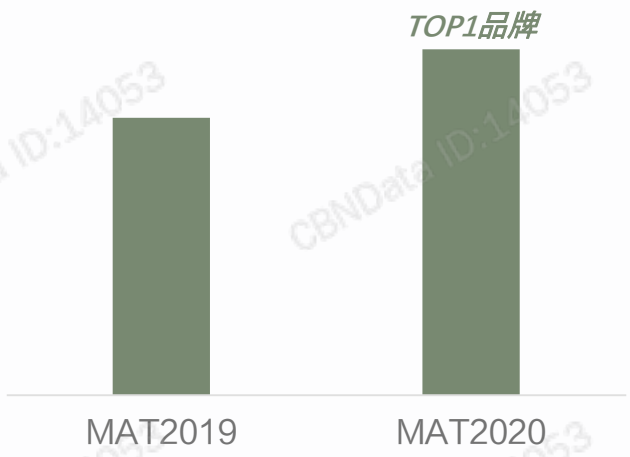


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：本页将单价高于500的产品定义为中高端产品；
消费者渗透率=9095后国产中高端抗初老消费人数/9095后抗初老消费人数

国产中高端品牌崛起，林清轩山茶花润肤油抗初老功效显著

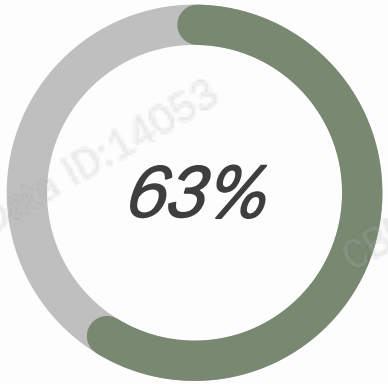
在国产中高端抗初老赛道中，林清轩年度间占比提升，2020年排名第一，表现优异。其明星产品山茶花润肤油证实在强修护、抗初老方面有显著功效，贡献品牌主要消费。

MAT2019-2020 线上90/95后
国产中高端抗初老市场中
林清轩消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020 线上90/95后中高端
抗初老市场中林清轩山茶花润肤油
贡献品牌消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

山茶花润肤油抗初老功效显著



实验证实，参与肌肤测试的中国女性在每日早晚使用两次，坚持使用**6周**后

脸部的抬头纹减少 ***16.53%***
法令纹减少 ***11.13%***
鱼尾纹减少 ***18.91%***
肌肤水分含量提升 ***48.67%***
屏障功能增强 ***20.81%***
肌肤弹性提高 ***9.25%***
紧致度提高 ***4.86%***
光泽度提升 ***43.1%***

资料来源：林清轩

DATA COVERAGE
数据说明

数据来源： CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：
数据时间段: 2017.07.01-2020.06.30

人群标签：基于消费者在平台上一年消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION

版权声明

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US

关于我们

报告作者：尹春慧
视觉设计：林瑶
联系我们：Data@dtcj.com
商务合作：BD@dtcj.com
加入我们：JOB@dtcj.com

第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）成立于2015年，是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的消费大数据研究机构、数据传播服务商和金融资讯运营服务商。

依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，CBNData以科技为驱动，以场景为延展，面向市场全面输出数据服务、内容服务、整合营销服务、MCN整合运营服务四大核心能力。

CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

FOLLOW US
关注我们

更多数据 扫码关注

CBNData官网

CBNData官方微信号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察

CBNData ID:14053