

天猫美妆

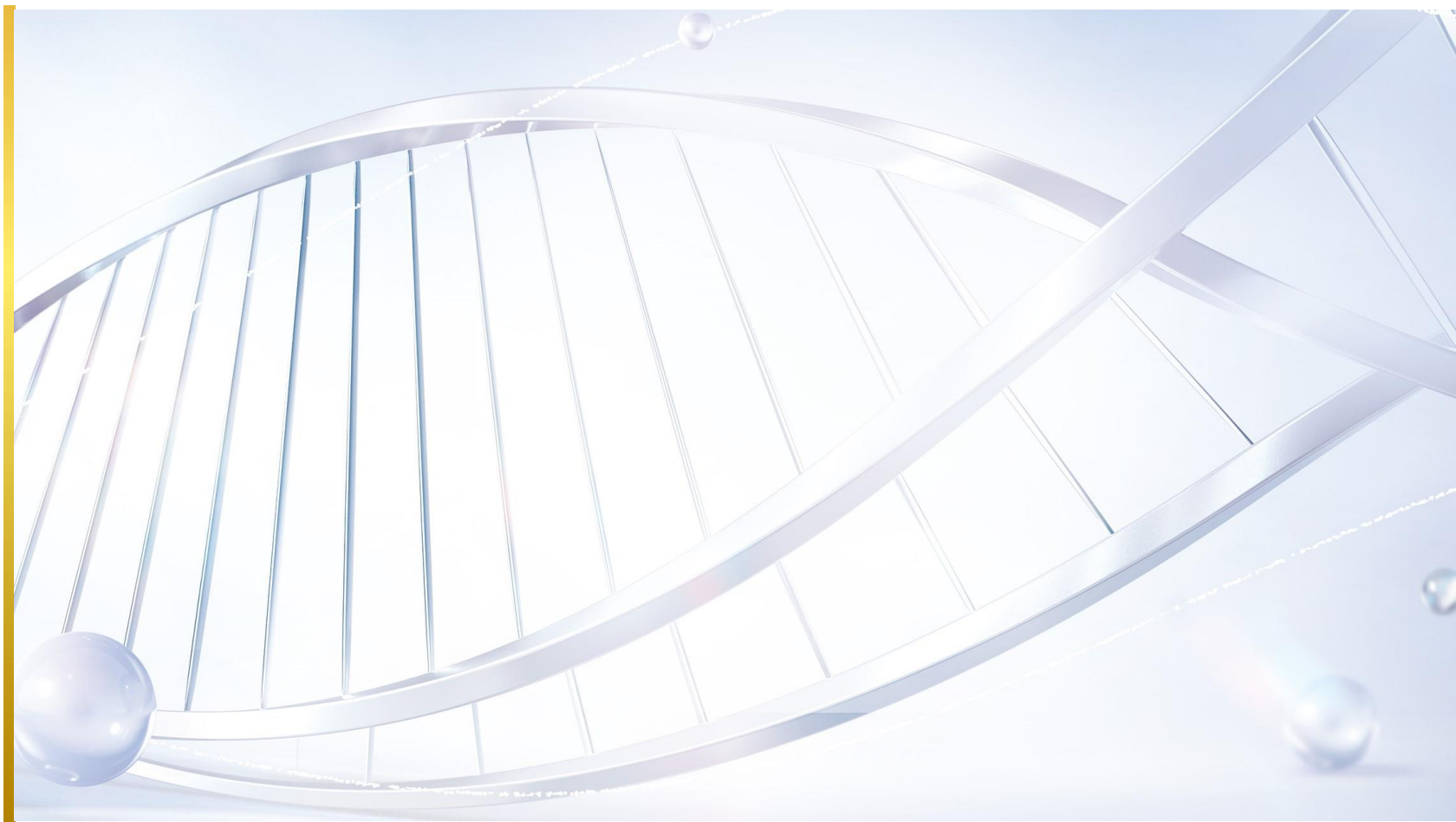


天猫新品创新中心
黑马工厂

MARUBI 丸美 KANTAR

抗衰老功效护肤 趋势白皮书

/ 天猫美妆 X TMIC X 丸美 X 凯度 /



目录 CONTENTS



01 抗老市场整体扫描



02 抗老市场趋势洞察



03 抗老市场机会总结

抗衰老市场整体扫描

抗衰老市场现状

- ✓ 抗衰老赛道对比美容护肤市场增速
- ✓ 抗衰老核心类目市场情况

抗衰老竞争态势

- ✓ 面部抗衰老
以液态精华为代表
- ✓ 眼部抗衰老
以眼霜为代表

抗老用户搜索偏好

- ✓ 功效描述
- ✓ 成分
- ✓ 剂型

抗衰老 市场现状

销售额同比增长率 (%)

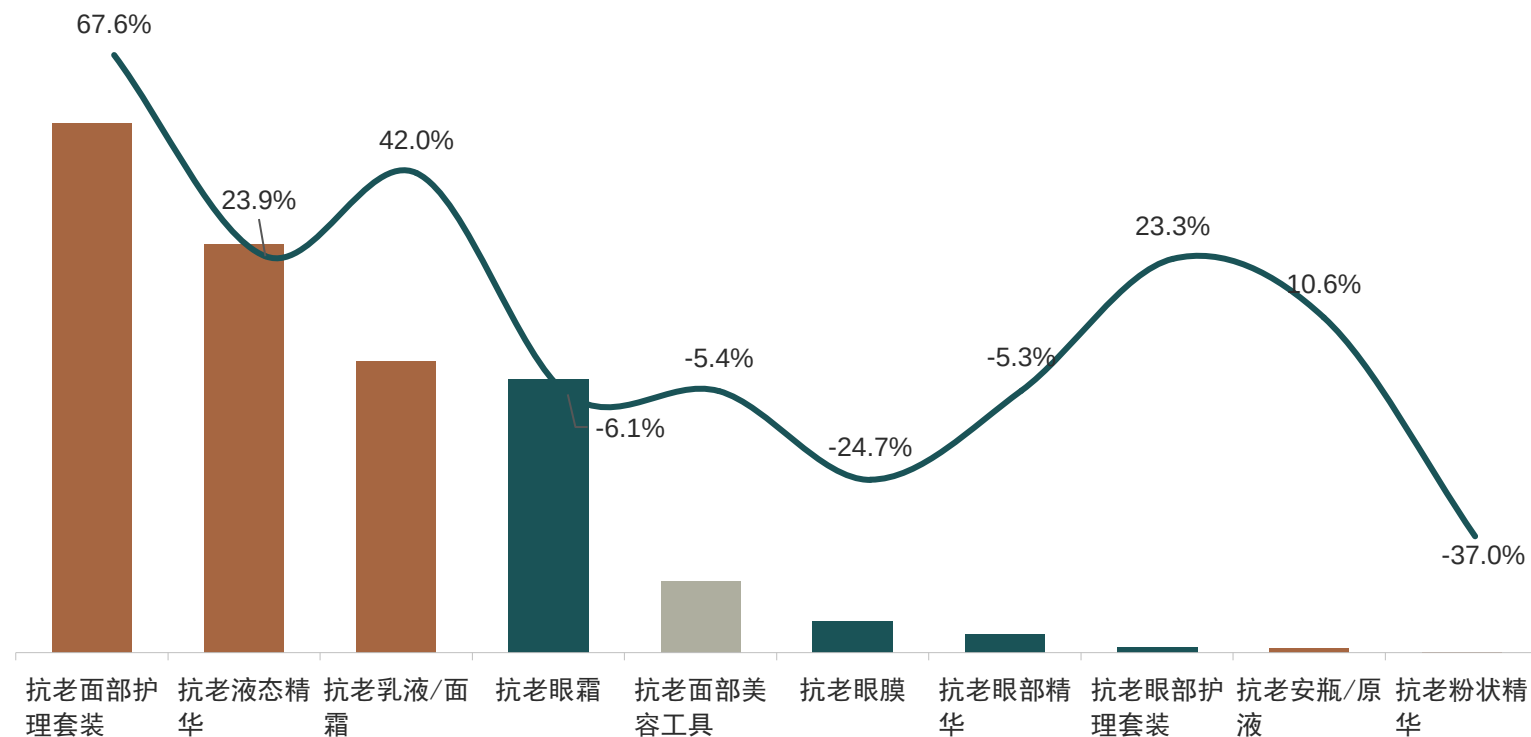
vs 美容护肤AVG 4%

抗老护肤市场
同比增长

27%

美容护肤市场整体趋稳，抗衰老赛道增长亮眼，稳定大盘。

抗衰老核心类目销售规模与增速



抓住抗衰老浪潮，面部护理中精华类产品更受消费者欢迎，而抗老眼霜依旧是眼部护理市场主力。

 **+53%**
消费者搜索“抗衰老”
关键词UV增速

	消费者心目中与抗衰老联系最密切的护肤品 Top 5	占比
TOP	面部精华	80%
2 nd	眼部精华	64%
3 rd	眼霜	54%
4	防晒/隔离	52%
5	安瓶/原液	34%

31%

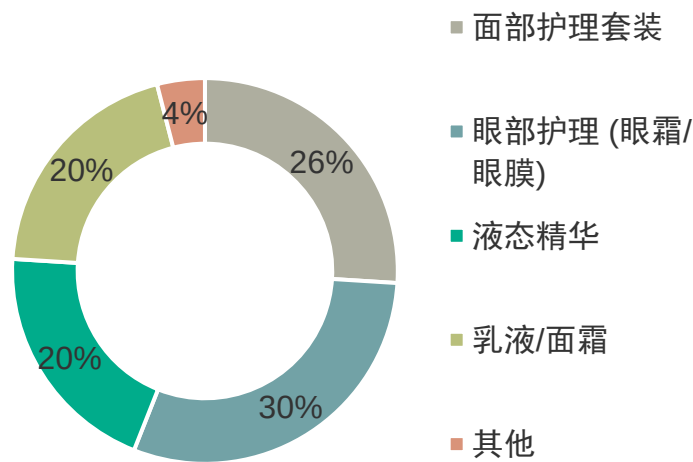
抗老液态精华市场占抗老面部
护理市场（近一年销售规模）

81%

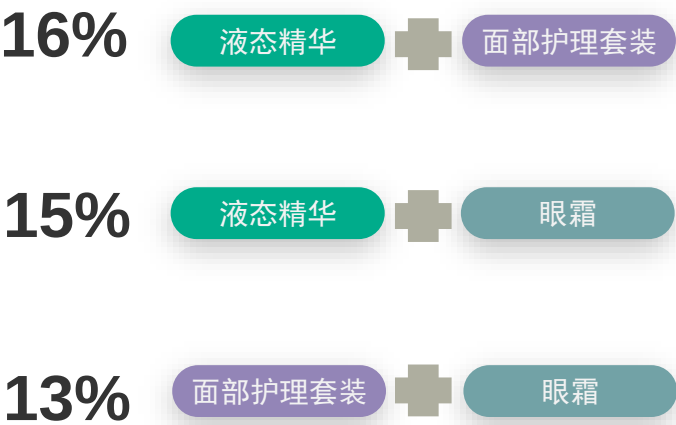
抗老眼霜市场占抗老眼部护理
市场（近一年销售规模）

消费者在购买抗老护肤品时，偏爱以液态精华搭配面部护理套装或眼霜产品。

单类目购买用户占比 (%)



跨类目购买用户占比 (%)



抗老赛道里液态精华市场集中度不高，头部品牌增长快。

液态精华和眼霜市场头部品牌主要是欧美国际大牌，一些国货品牌也占据部分消费者心智，如珀莱雅、优时颜、丸美等。

抗老液态精华

TOP10 品牌集中度



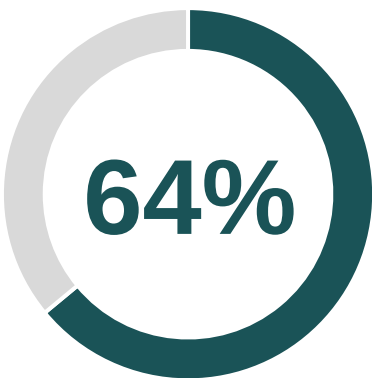
↑ 增速 +23%

Top 10 品牌

- 1 Estee Lauder/雅诗兰黛
- 2 PROYA/珀莱雅
- 3 SK-II
- 4 Olay/玉兰油
- 5 Clarins/娇韵诗
- 6 L'oreal/欧莱雅
- 7 SKINCEUTICALS/修丽可
- 8 HR/赫莲娜
- 9 Kiehl's/科颜氏
- 10 LA MER/海蓝之谜

抗老眼霜

TOP10 品牌集中度



增速 -0.7%

Top 10 品牌

- 1 Estee Lauder/雅诗兰黛
- 2 Lancome/兰蔻
- 3 L'oreal/欧莱雅
- 4 Shiseido/资生堂
- 5 LA MER/海蓝之谜
- 6 PROYA/珀莱雅
- 7 优时颜
- 8 Marubi/丸美
- 9 Clarins/娇韵诗
- 10 Elixir/怡丽丝尔

政策帮扶

“鼓励和支持原因现代科学技术，结合我国传统优势项目和特色植物资源研究开发化妆品”——2020年6月通过国务院《化妆品监督管理条例》

国货品牌通过独有技术，自研核心成分，在同类细分成分赛道中形成突破性优势，并持续进行技术研究和迭代，保证核心竞争力

丸美



珀莱雅



优时颜



部分消费者对国货的态度

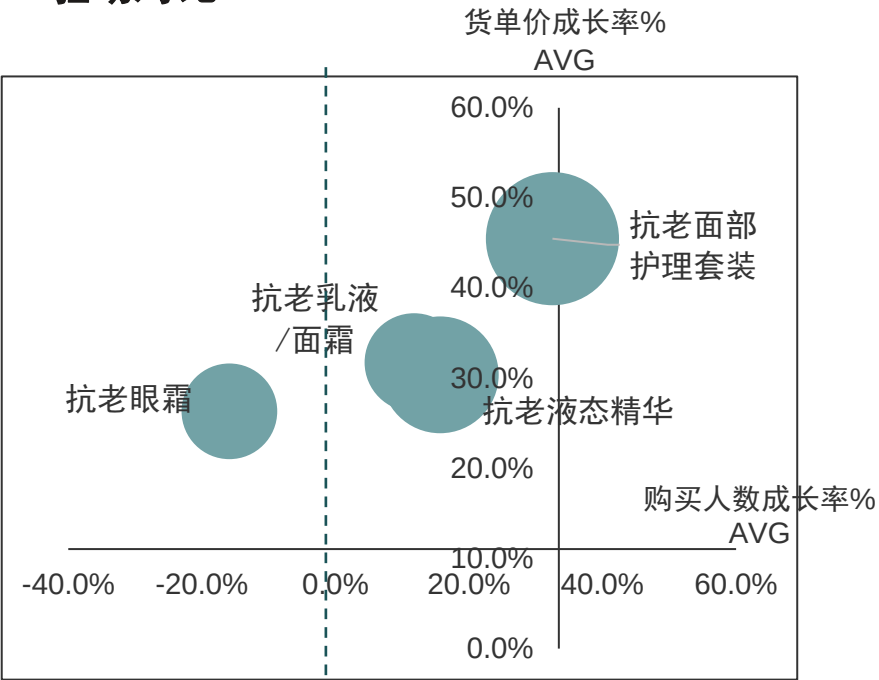
！大牌又贵又踩雷！看看良心国货护肤品吧！我经常买大牌护肤品并且相信越贵越好，干敏皮的踩雷过很多雷，皮肤越用越敏感，不过近几年开始注重成分，因为对于敏感肌来讲功能性不重要，重要的是安全温和！国际品牌配方成分复杂，防腐用料多，而且越是贵妇品牌越爱添加香料来营造出高级香味，香料和一些防腐剂会导致肌肤敏感，近些年我都用一些无添加的小众护肤品，皮肤确实好了，不再那么敏感了！加上最近国货崛起，我也慢慢注意到了国产护肤品，跟着买了很多，所以推荐大家几款好用的国货！是我自掏腰包亲自测试了很久才总结出来的几个良心国货！！！！

国货护肤！它们让我感叹“国货真的崛起了！”作为90后护肤党，我们护肤启蒙时，国内的护肤市场其实接近于空白状态，主要接触的海外护肤品牌的灌输，我们自己的本土护肤品牌还停留在妈妈们用的“雪花膏”的印象，所以也不怪我们成为“护肤门外汉”了，对于国货护肤品牌的接受度远远不如90后们。不过自从18、19年国内护肤品牌的翻身与觉醒，一大批优秀的国货护肤品牌都起来了，我自己自从18年尝试过我们自己的国货护肤品后，开始不断挖掘国货好物，今天说的这三个品牌我觉得可以代表目前国货的行列水平，我自己是会重复购买并不断回购的产品。

消费者护肤意识与搜索行为偏好

“初抗老” “敏感肌也可以抗老” 这些心智使得适用年龄和肤质范围扩大，高增长的抗老护肤品市场受购买人数拉动明显。护肤用户更倾向于直接搜索品牌名称来寻找需要的护肤品，功效、剂型、成分也是常见的消费者搜索词。

四大抗老护肤市场货单价与购买人数驱动对比



销售额=购买人数*购买频次*单次购买量*货单价

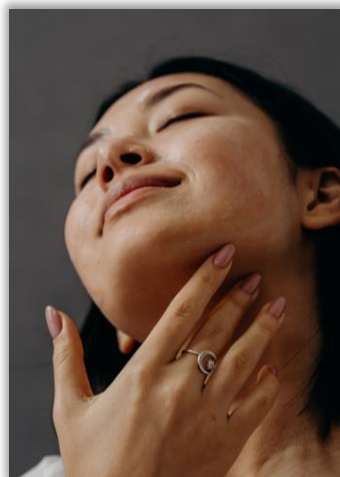
搜索词属性		搜索量级排序	
品牌名		54,649,354	
面部护肤品成分词引导支付人数增速	功效描述	36,591,629	抗老功效引导支付人数增速: +57%
	包装形式/规格	19,645,159	
	成分	17,952,171	
TOP 1	剂型	17,230,379	次抛剂型引导支付人数增速: +166%
微晶 702%	产品昵称	14,528,501	
TOP 2	适用部位	6,472,510	
胶原蛋白 425%	适用人群	2,856,168	
TOP 3	场景描述	848,999	
小分子 281%	肤质	705,727	敏感肌肤质引导支付人数增速: +18%

抗老市场趋势洞察

01
抗老新群体



02
抗老新肤质



03
抗老新成分



04
抗老新形式



01

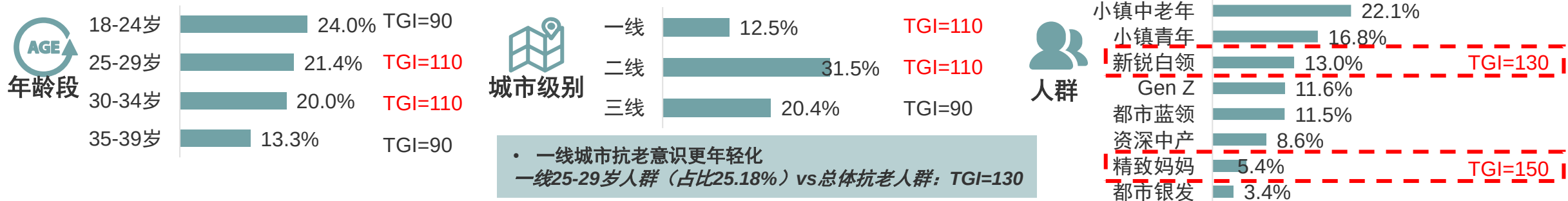


抗老新群体

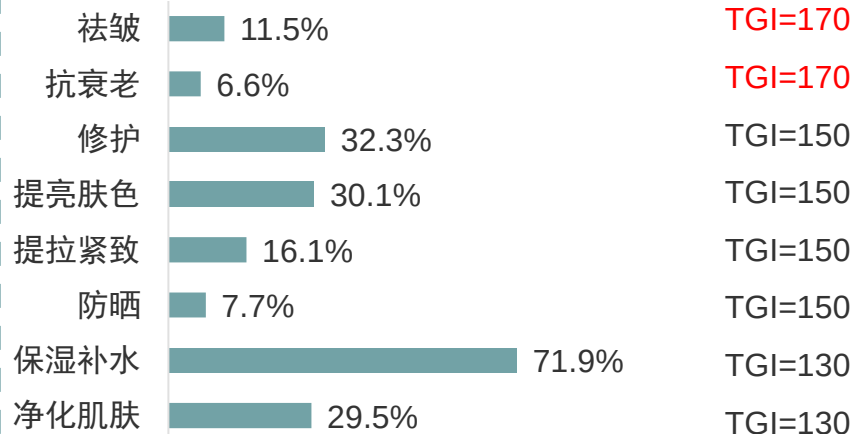
- 抗老意识年轻化，23-28岁就开始抗老
- 随着年龄上升护肤意识更为专业，更加注重肤质适宜性和功效针对性
- 年轻群体注重抗氧化等“不可见”科学概念，熟龄消费者则更注重对“可见”皱纹的改善
- 眼周问题备受关注，对眼周紧致和保湿的需求增长尤为明显

抗老人群中25-34岁的消费者较为突出，且一线城市抗老意识更年轻化。总体来说，抗老人群首要关注的是抗衰老和祛皱问题，除此之外她们还关注防晒、提拉紧致、提亮肤色和皮肤修护等问题。

抗老用户以25-34岁高线城市人群为主，多精致妈妈或新锐白领



护肤品功效偏好



细分人群功效差异

一线除抗老外，关注“皮肤健康度”相关功效（增加皮肤活力和去角质），三线更追求“肤白貌美”（如美白、淡斑、提亮肤色、去黑眼圈），同时关注肌肤敏感

一线
城市

增加皮肤活力

TGI=150

去角质

TGI=150

三线
城市

去黑眼圈

TGI=170

抗过敏

TGI=150

淡斑

TGI=150

美白

TGI=150

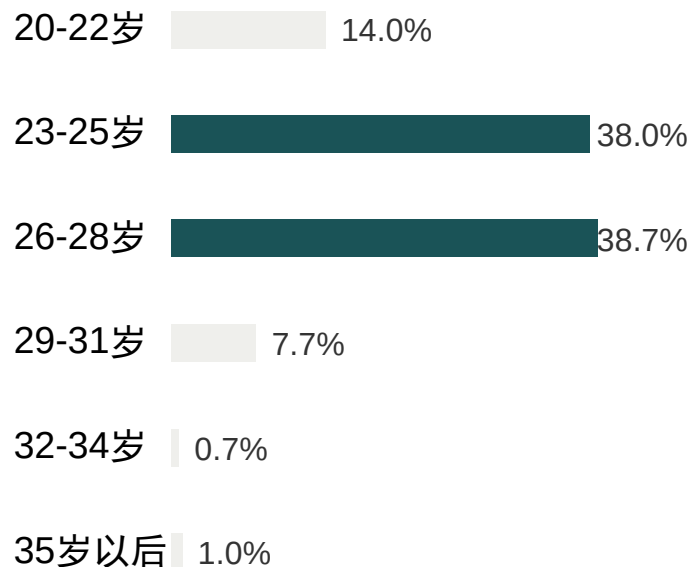
提亮肤色

TGI=150

TGI：对比美容护肤人群，TGI指数越高表示对比美容护肤人群拥有更显著的特征

抗老意识年轻化趋势凸显，23-28岁就开始抗老。

抗老人群开始有初老意识的年龄 (%)



更多23-25岁消费者最先购买/
更换眼部精华/眼霜

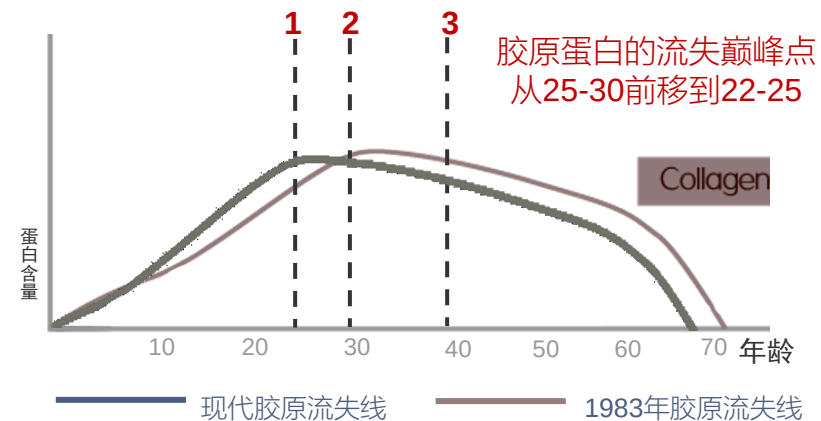


更多26-28岁消费者最先购买/
更换面部精华

“

皮肤衰老的本质，是胶原蛋白的流失

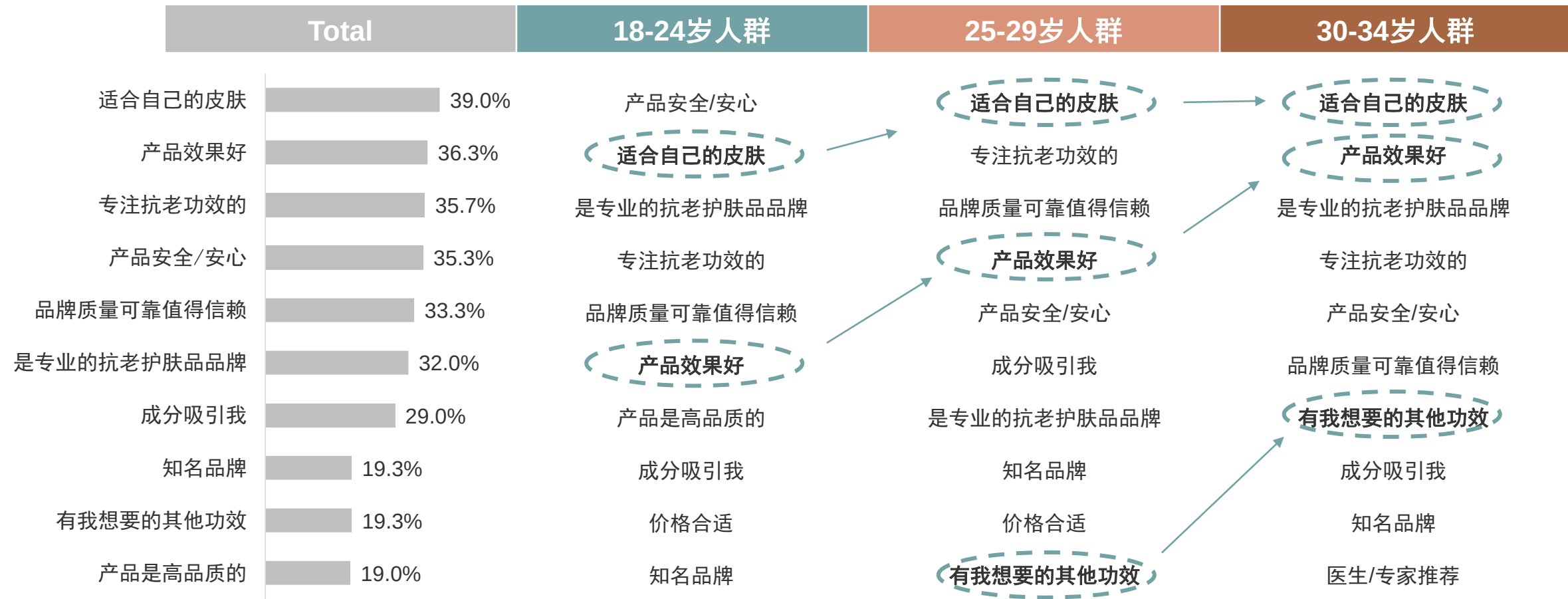
”



对抗老效果的追求随年龄上升进阶，越成熟越会有功效叠加的需求。

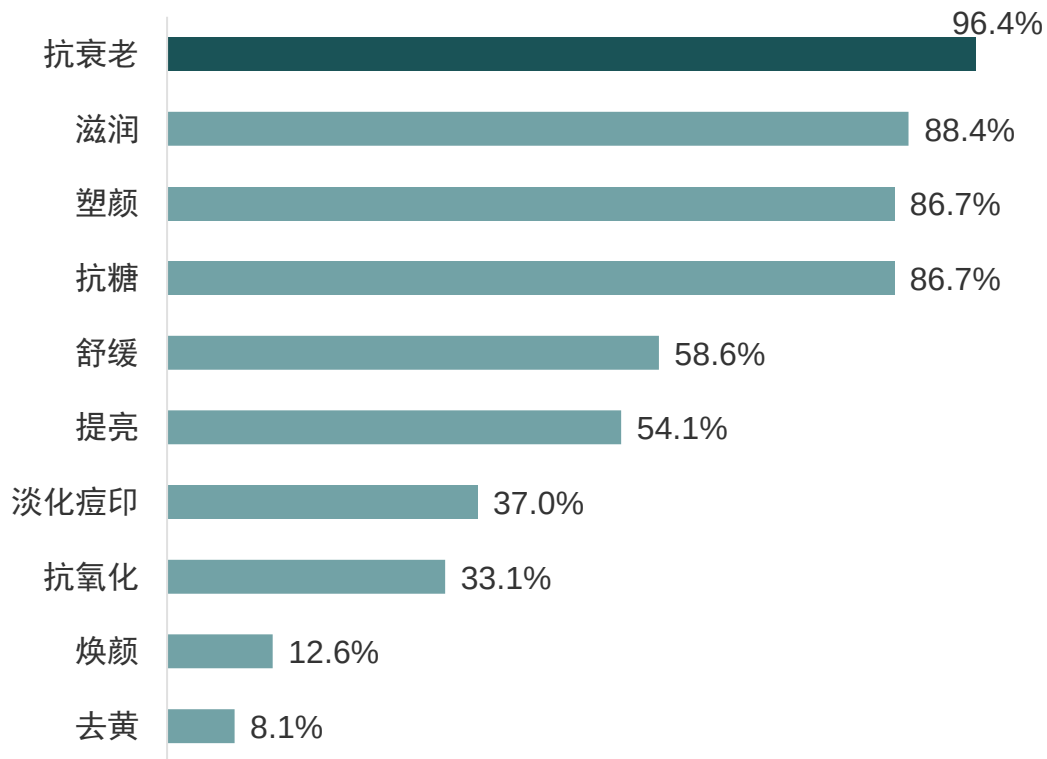
抗老人群在考虑购买抗老功效的产品时，是否适合自己肤质、产品效果好、是否是专注抗老的产品对他们购买决策影响最为明显。随着年龄上升，她们的护肤观念越来越专业，对功效关注度越来越高，抗老产品的肤质适宜性、效果和其他功效组合对她们的的重要性上升。

抗老产品购买决策因素Top10



抗衰老功效护肤诉求突出，年轻群体注重抗氧化等“不可见”科学概念，熟龄消费者则更注重对“可见”皱纹的改善。

面部护理功效搜索词引导支付人数增速



不同年龄对液态精华产品抗老功效需求

18-24岁功效需求Top 3

改善暗沉、抗氧化、
修护

25-34岁功效需求Top 3

提升光泽、修护、
抗氧化

35岁+功效需求Top 3

淡化皱纹、抗敏感、
紧致



“淡化皱纹”增速高达
+466%

抗老人群大多追求全方位的年轻化，分区抗老更精致。

“人老眼先老”，黑眼圈最困扰眼部护肤用户，25-29岁人群更想要解决眼部细纹问题，而肌肤松弛/缺乏弹性、肤色不均则是30-34岁人群较为关注的肌肤问题。

眼部护理搜索UV热度 Top 3部位

TOP 1

黑眼圈

TOP 2

细纹

TOP 3

眼袋

熬夜场景引导
支付人数增速

430%

抗老人群需要解决的肌肤问题

xx 面部肌肤问题

xx 眼部肌肤问题

	总体	18-24岁	25-29岁	30-34岁
肌肤暗沉/缺乏光泽	54.0%	50.7%	54.5%	57.1%
肌肤泛油/油脂分泌旺盛	41.0%	42.7%	43.2%	40.0%
肌肤松弛/缺乏弹性	40.0%	37.3%	34.1%	51.4%
肌肤干燥缺水	38.3%	34.7%	36.4%	37.1%
法令纹	37.7%	34.7%	40.9%	34.3%
肌肤粗糙	37.3%	38.7%	38.6%	35.7%
长色斑/肤色不均	34.3%	29.3%	31.8%	41.4%
眼下暗沉	27.0%	28.0%	28.0%	24.3%
眼周纹	24.3%	17.3%	28.8%	22.9%
眼角纹	24.0%	20.0%	24.2%	22.9%
眼下纹	23.3%	20.0%	26.5%	20.0%
抬头纹	20.7%	26.7%	19.7%	17.1%

注：仅出示占比“20%”以上的数据

与总体相比index>110

眼周问题备受关注，对眼周紧致和保湿的需求增长尤为明显。

现代人生活习惯催生更多眼周问题

+39%

消费者搜索“眼周”
关键词增速



熬夜通宵
憔悴不堪



重要会议
关键场合



各种眼部
问题困扰

+17%

消费者搜索“眼纹”
关键词增速



关注



眼部肌肤是最脆弱娇嫩的。作为当代年轻人，因为工作需求，难免经常是一边熬着夜一边又非常担心眼部肌肤干燥、黑眼圈加重、整体眼部状态不好。想要眼部肌肤有健康的状态，最基本的一步当然是要坚持和耐心，勤勤恳恳的护理好我们的眼部呀。



关注



拒绝眼部干纹细纹，紧致抗老全靠它！！

25岁以后护肤要求不仅仅是保湿了，对于抗老抗衰也开始重视起来💪
尤其是眼部护理，长时间熬夜眼周皮肤松弛很显老，干纹细纹越来越明显，上妆很容易卡粉💔

消费者对于眼部抗老需求上行

消费者在眼部护理产品下功效
搜索UV热度Top 5

- 1 淡化
- 2 紧致
- 3 抗皱
- 4 提拉
- 5 保湿

+72%

眼霜抗老功效产品中
胜肽成分同比增速

—— 丸美第二代小红笔眼霜 ——



1 功效更强

2 配方更猛

3 更加温和

4 肤感更优

25%高浓度多重胜肽，协同重组双胶原蛋白，针对多种场景快速急救



搜索UV增速大于均值（+8.5%）

02

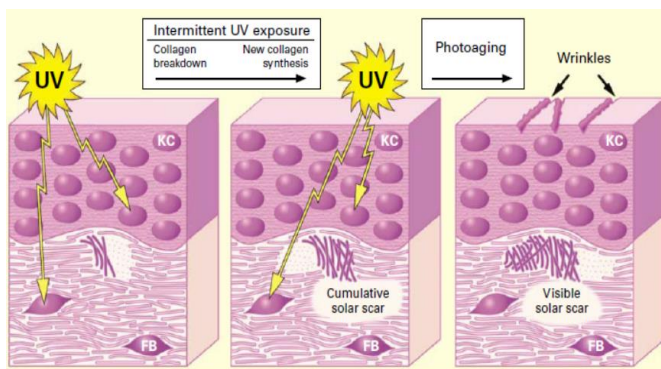


抗老新肤质

- 敏感肌抗衰老需求凸显，敏肌适宜性的抗老产品较少
- 专业敏感肌品牌和0致敏成分更能打动抗老人群

敏感肌抗衰老需求呼声显现

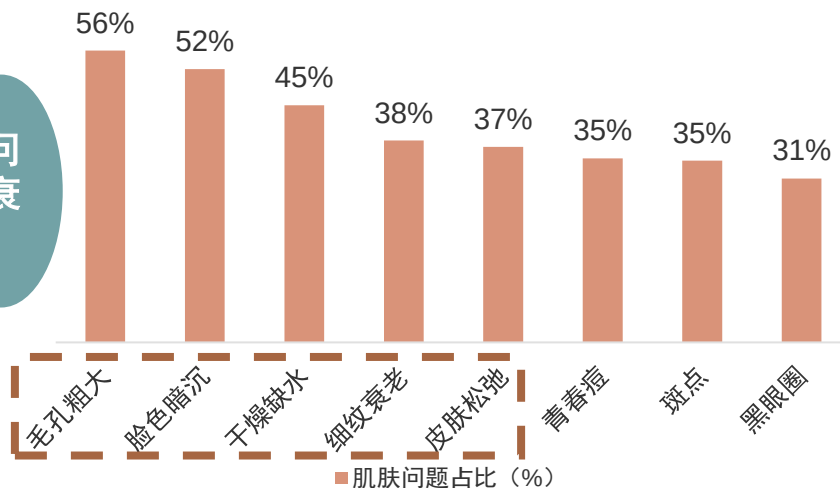
2大衰老成因：光老化、胶原蛋白流失，已进入消费者心智。



紫外线照射引发敏感肌衰老最多进入消费者心智

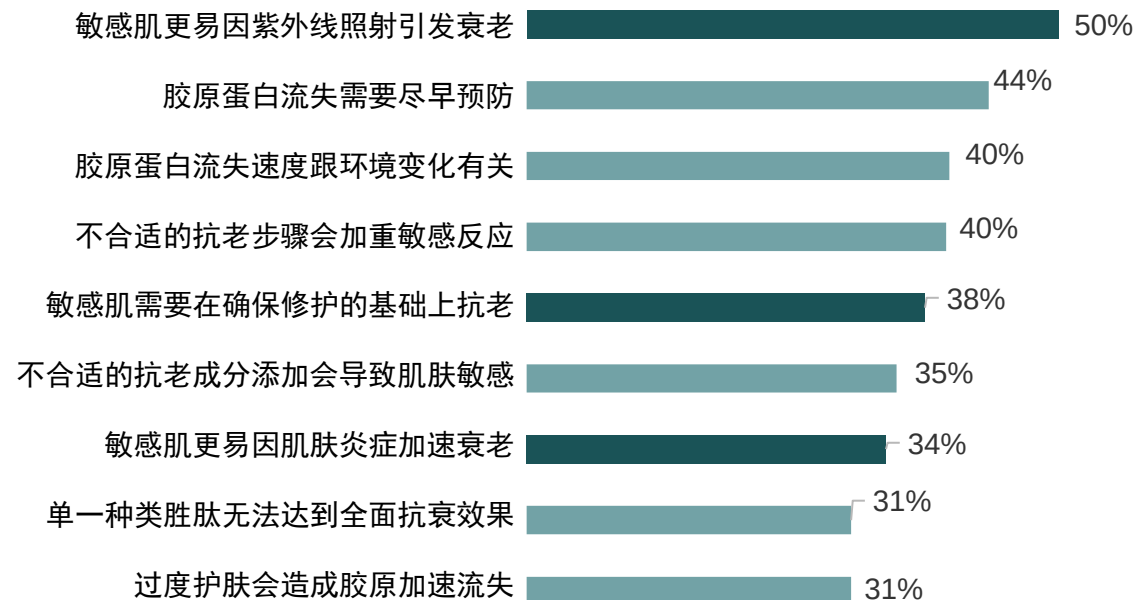
2020年中国敏感肌女性的其他肌肤问题

胶原加速流失，问题叠加，是更易衰老的肌肤



敏感肌更易因紫外线照射引发衰老受到消费者认同。

消费者对抗老的认知 (%)



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/418003110014006071>