

# “医学级” 护肤品 市场趋势和消费者洞察

CONTENTS

# 目录

01 「医学级护肤品」市场概况（定义，认知，类型，市场）

Market Situation

02 「医学级护肤品」消费者洞察（敏感肌，成分白皮书，医美）

Consumer Insight

03 「医学级护肤品」产品创新趋势及案例

Innovation Trend & Cases

# 「医学级护肤品」整体市场概况

Market Situation

---

功效性、安全性和经过实验及临床验证是「医学级护肤品」的主要特征。「医学级护肤品」整体规模较小，但增速快，是潜力赛道。

01

PART ONE

# 国内外对「医学级护肤品」的定义

不但是我国，世界大多数的国家在法规层面均不存在“药妆品”的概念。避免化妆品和药品概念的混淆，是世界各国（地区）化妆品监管部门的普遍共识。

—— 国家药品监督管理局（2019年）

## 国外

美国：注册为药品的化妆品

欧洲：接受药品级别监督的化妆品

日本：医药部外品

## 国内

能达到恢复皮肤屏障功能，辅助治疗一些皮肤病的护肤品，其本质是化妆品而不是药物，不能替代药物治疗。产品兼具**功效性**及良好的**安全性**，且其功效性及安全性均**经过实验及临床验证<sup>1)</sup>**。

# 消费者对「医学级护肤品」的理解

## 医用敷料品牌



## 国内功效型护肤品牌

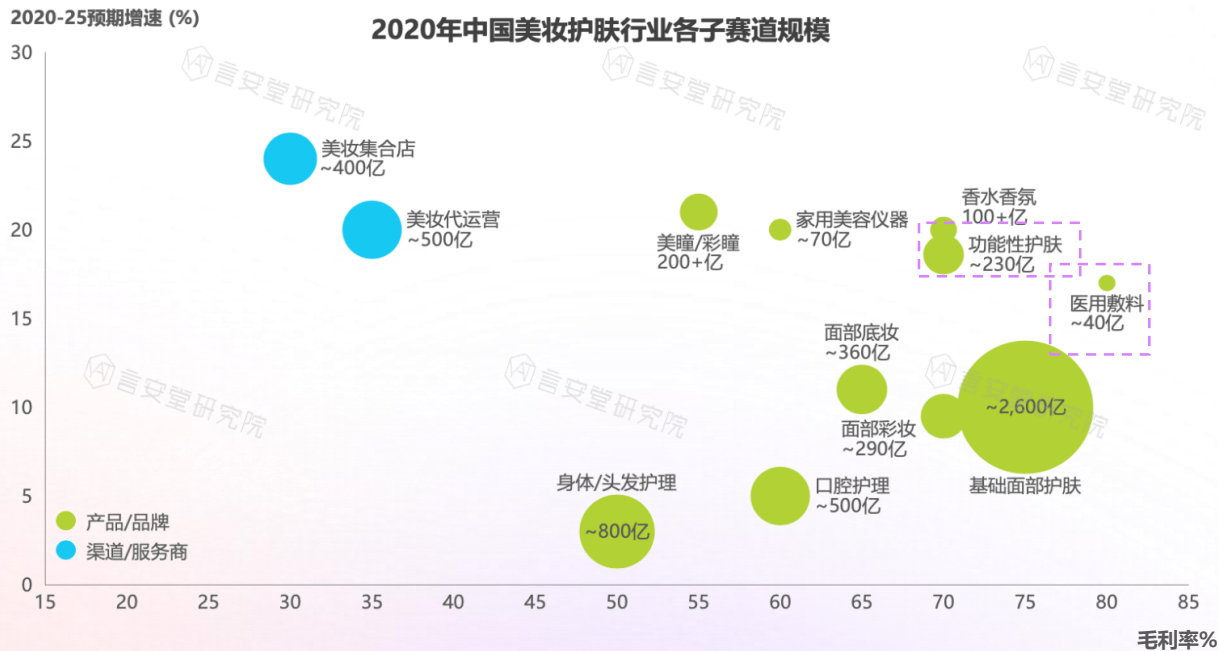


## 国外皮肤学背景品牌



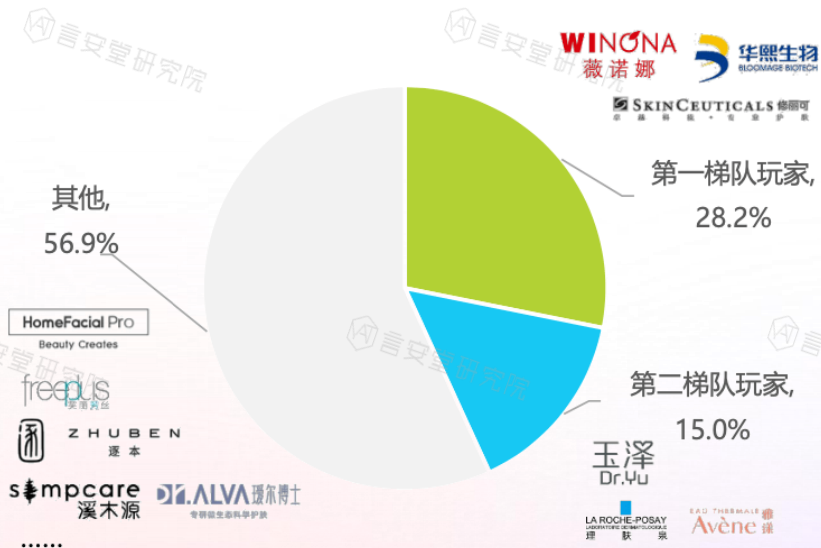
# 「医学级护肤品」市场规模小，但增速快，是潜力赛道

■ 功效型护肤品和医用敷料市场2020年的市场规模分别约为230亿和40亿，功效型护肤品市场2020年-2025年的预期增速为15-20%，医用敷料市场2020年-2025年的预期增速为17%。相比基础面部护肤，功效型护肤品和医用敷料市场规模还小，但增速快，或许是有潜力的赛道。

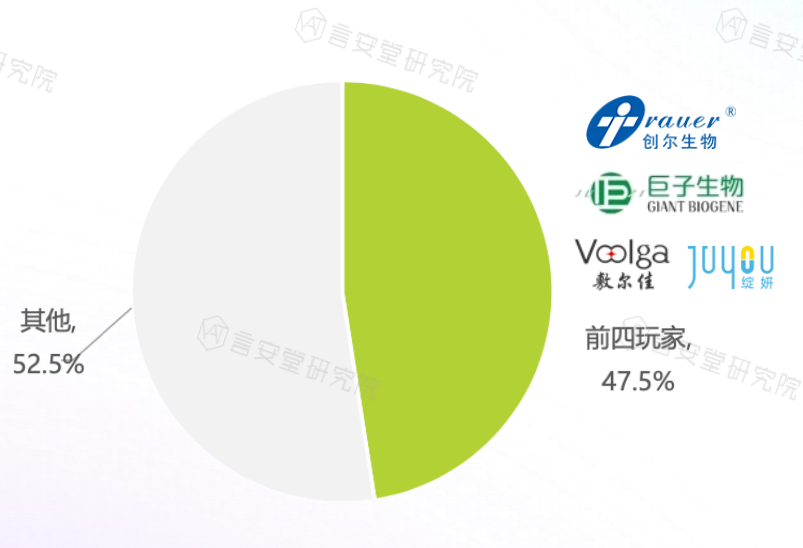


# 功能性护肤品市场集中度低，竞争相对激烈；医用敷料市场集中度相对较高，新玩家入场受限

2021年功能性护肤品市场竞争格局 (CR4=34%)



2021年医用敷料市场竞争格局 (CR4=48%)

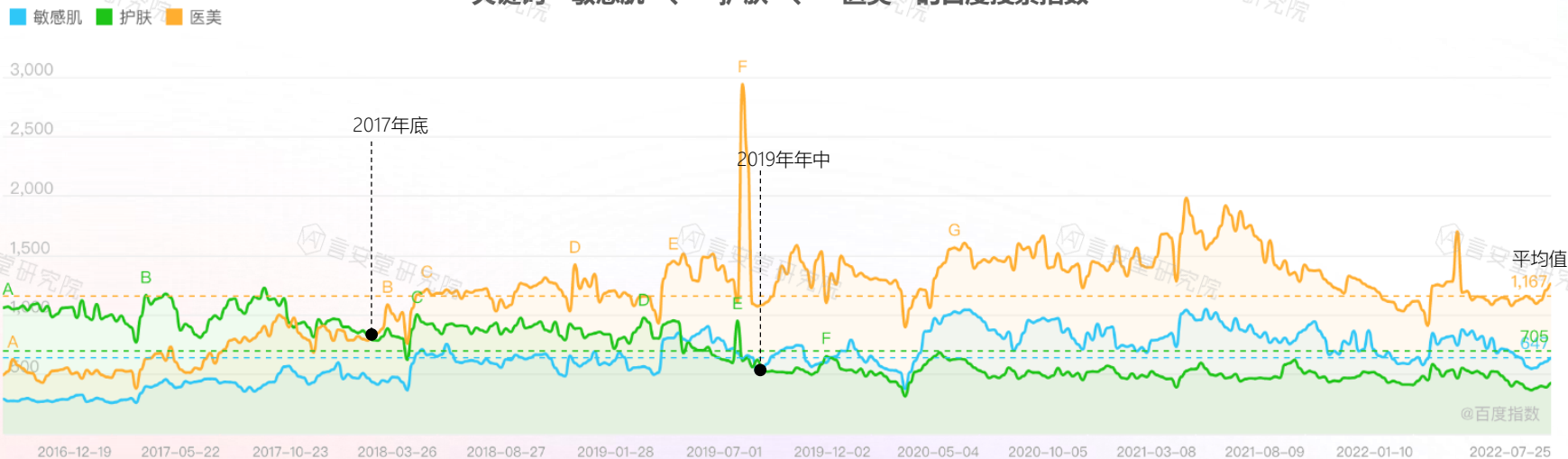




# 消费者对“医美”关注度靠新闻资讯带动蹿升，对“敏感肌”关注度来源于自身对敏感肌护理意识的觉醒

- 消费者对“医美”关注度自2017年年底超越关键词“护肤”，对“敏感肌”关注度自2019年年中起超越“护肤”。消费者对“医美”的关注度主要靠新闻资讯带动蹿升，而在“敏感肌”搜索指数曲线上很少没有出现新闻热点，这或许意味着，消费者对于“敏感肌”的关注度来源于自身对敏感肌护理意识的觉醒

关键词“敏感肌”、“护肤”、“医美”的百度搜索指数





# 「医学级护肤品」消费者洞察

Consumer Insight

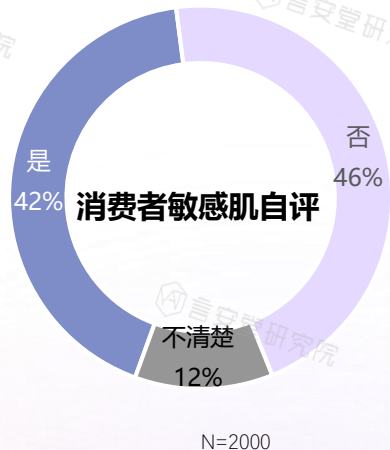
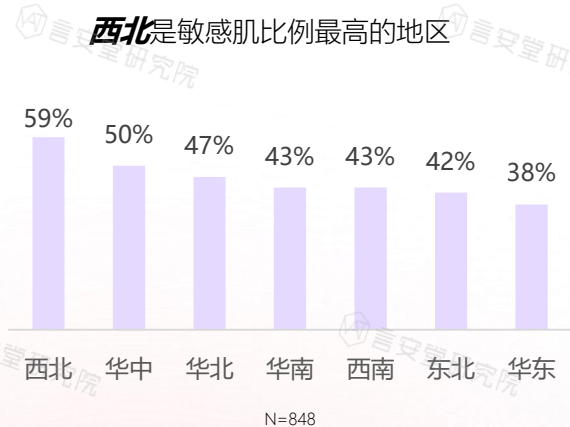
---

- 敏感肌人群
- 轻医美人群

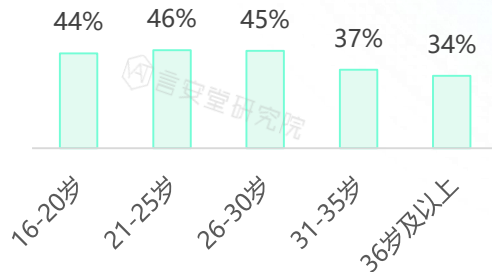
# 02

PART TWO

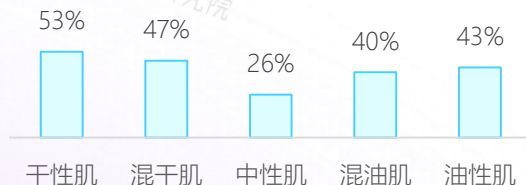
# 42%的受访者自诉属于敏感肌，实际人群中敏感肌比例可能更高



**30岁以下**受访者中的敏感肌占比更高



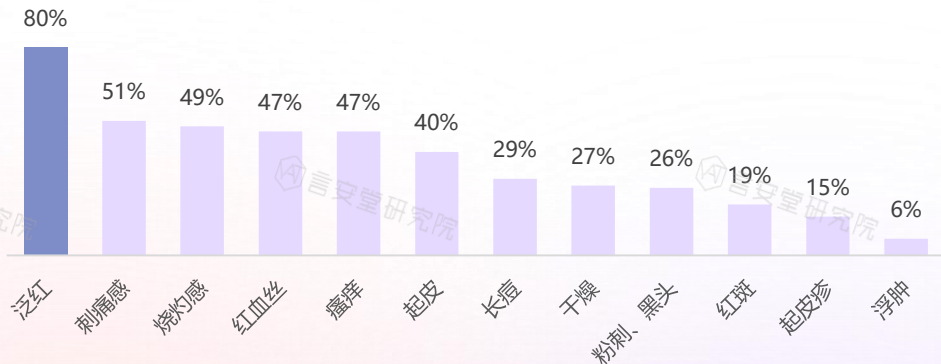
**偏干肤质**的受访者中敏感肌占比更高



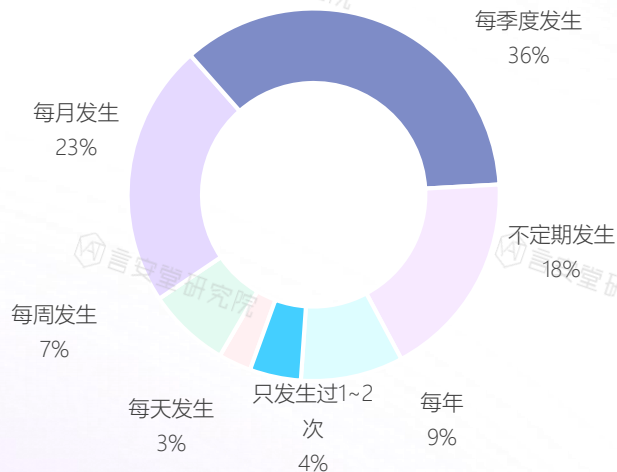
# 泛红是最常见的敏感肌症状；大多数消费者至少每季度会出现敏感症状

- 泛红是最常见的敏感肌症状，发生的比例远超其他症状；其他常见的敏感症状还有刺痛、灼烧感、红血丝和瘙痒等。
- 70%的受访者至少每季度都会有敏感症状出现，其中，每季度发生的消费者人数占总比的36%，每月发生的消费者人数占总比的23%。另外，有18%的消费者会不定期出现敏感症状

## 敏感肌人群易出现的症状

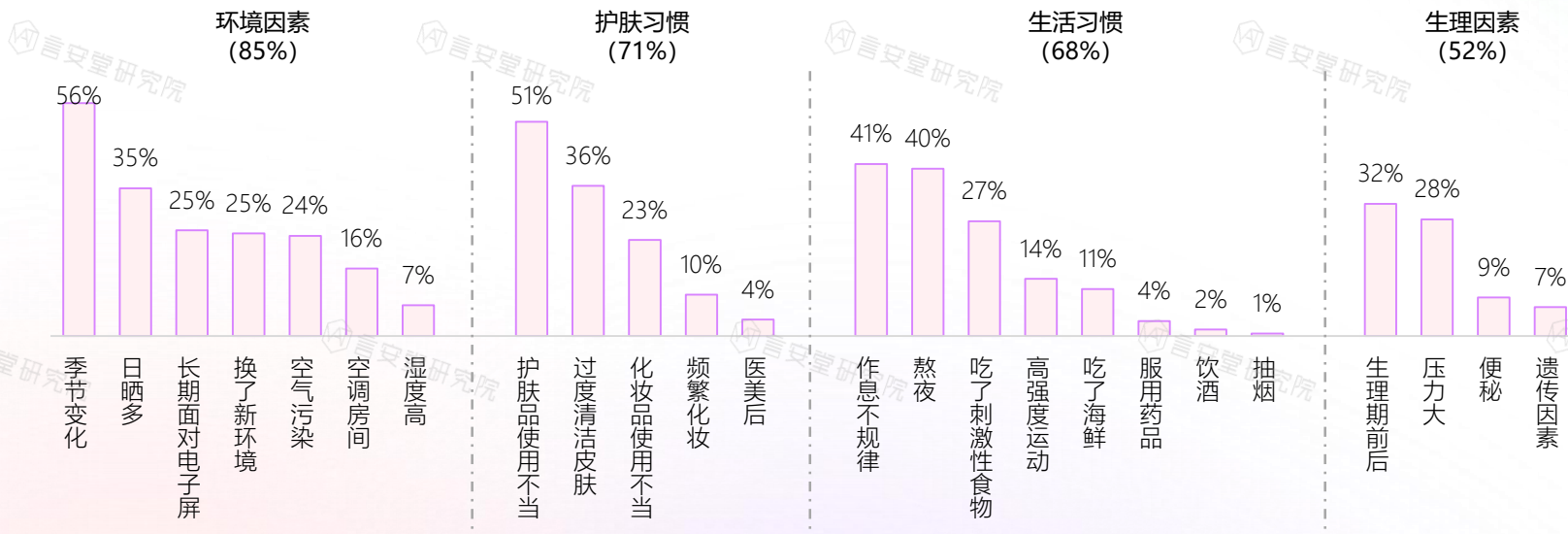


## 敏感肌症状出现频率



# 外部环境是最大的致敏原因，尤其是换季；有半数的受访对象认为自己的致敏原因是护肤品使用不当

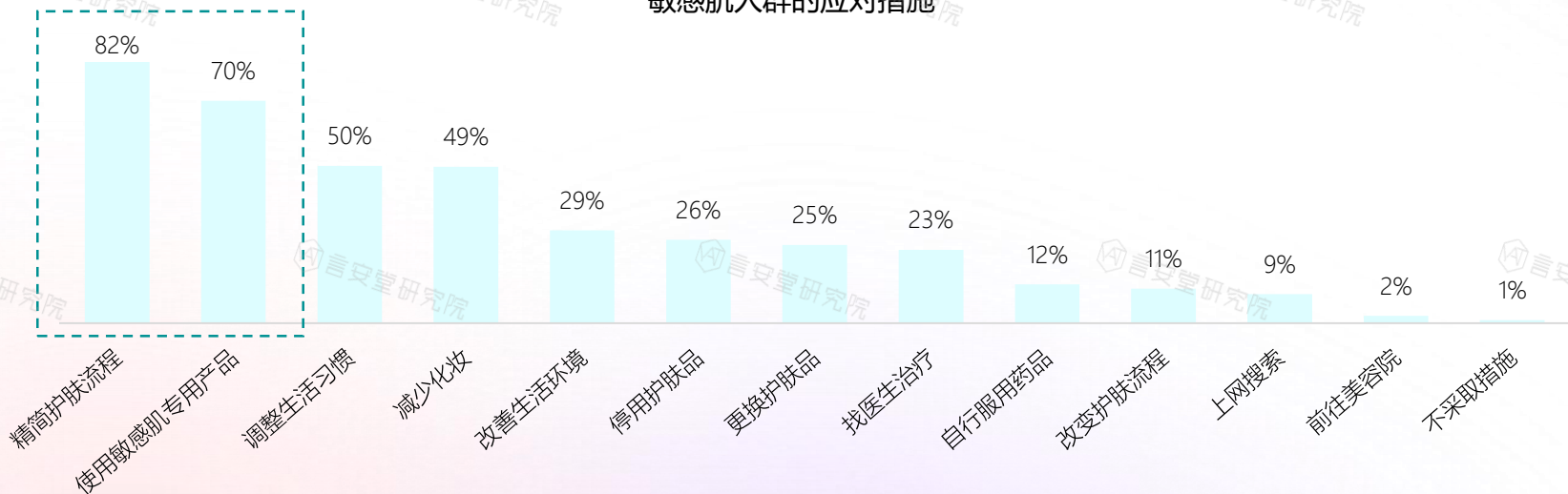
## 受访者认为导致皮肤敏感的原因



# 少用和专用是敏感肌消费者的主要应对措施

- 精简护肤流程（82%）和使用敏感肌专用产品（70%）是敏感肌消费者的主要应对措施，可以概括为少用和专用
- 改变习惯是消费者其次会考虑的措施，调整生活习惯和减少化妆的消费者都在50%左右

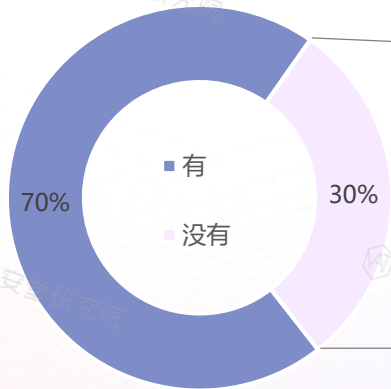
敏感肌人群的应对措施



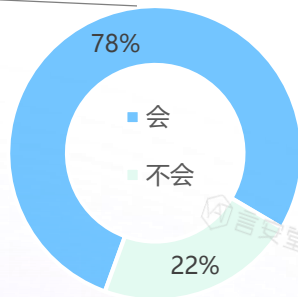
# 敏感肌人群对敏感肌专研产品有较强的使用意识，敏感肌专研有市场

- 70%的敏感肌受访者已使用专门针对敏感肌的产品，敏感肌人群对敏感肌专用产品有较强的使用意识。
- 即使在目前没有使用敏感肌专研产品的人群中，也有78%的受访者打算使用敏感肌专研产品，敏感肌专研产品有市场

是否已使用专门针对敏感肌的产品？



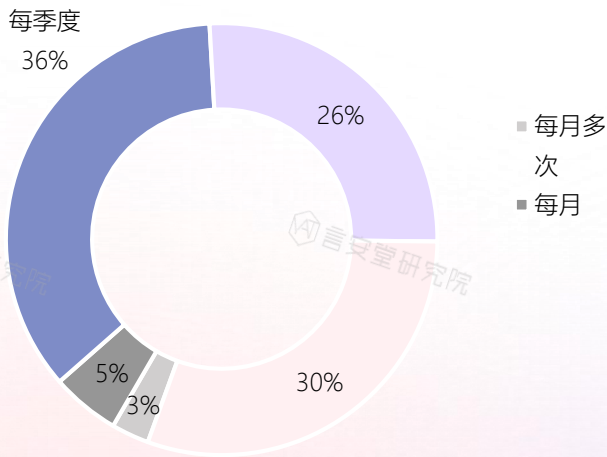
是否打算使用专门针对敏感肌的产品？



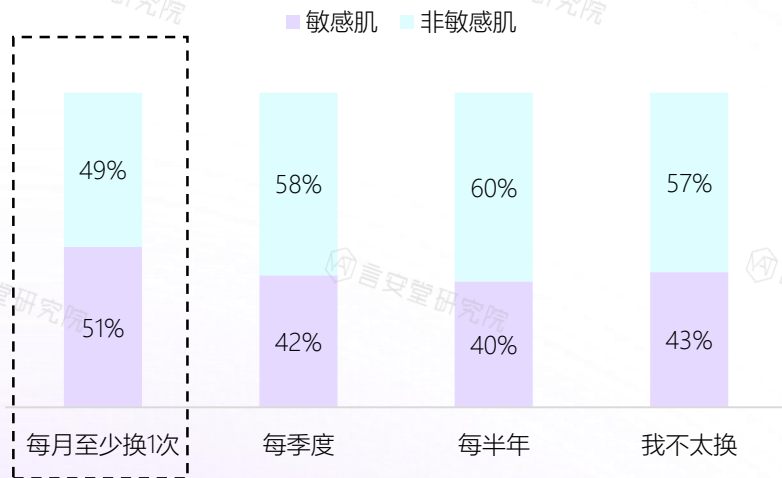
# 相比非敏感肌，敏感肌人群更换护肤品频次更高

- 44%的受访者至少每季度更换一次护肤品，其中，每月会更换一次的消费者占总比的5%
- 在每月至少会更换一次护肤品（每月一次和每月多次）的人群中，敏感肌人群占比略高于非敏感肌

## 更换护肤品的频率



## 不同更换护肤品频率下敏感肌/非敏感肌受访者占比





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/568003064123007001>