

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

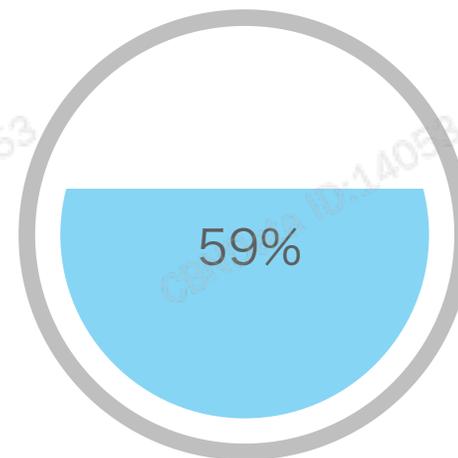
大众对美容护肤的诉求不断进阶，家用美容仪成为新刚需

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



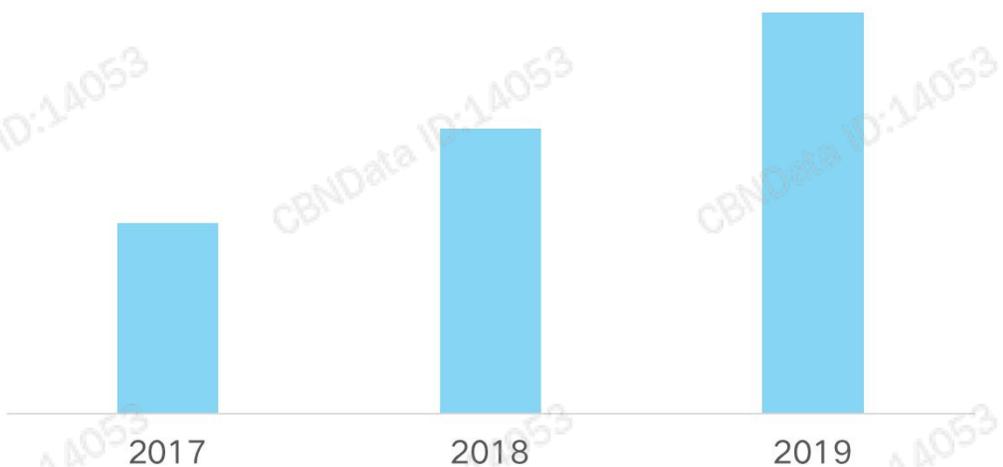
资料来源：网络公开资料

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

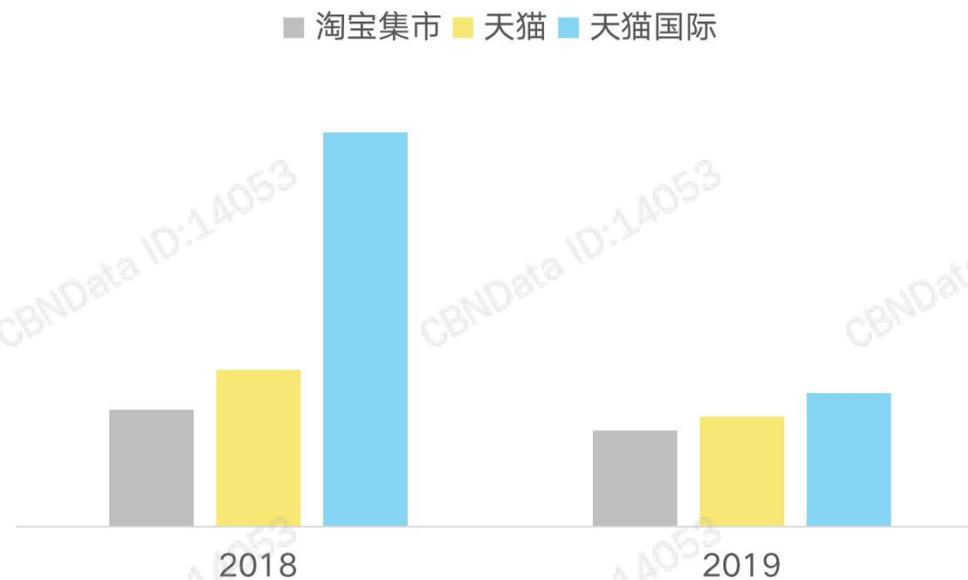
对标欧美、日本等其他国家，国内家用美容仪器的渗透率提升空间较大，消费潜力广阔，未来发展前景较为可观。而近三年线上家用美容仪品类迅速发展，消费规模不断增长，其中天猫国际的规模增长尤为突出，是品类成长的重要渠道。

2017-2019 淘系家用美容仪消费规模



数据来源：CBNDData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

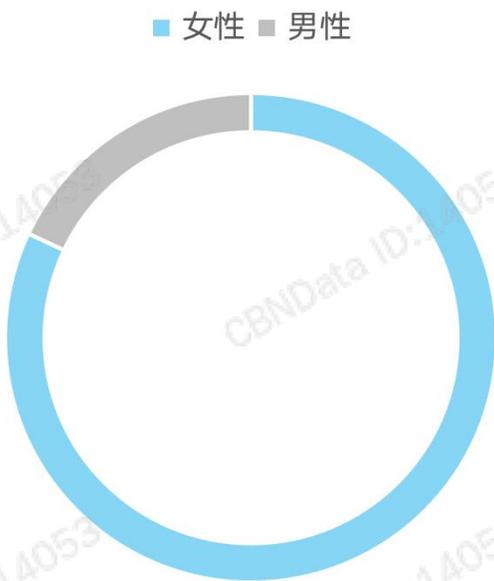


数据来源：CBNDData消费大数据

精致女孩和精贵女王是天猫国际家用美容仪主要拥趸

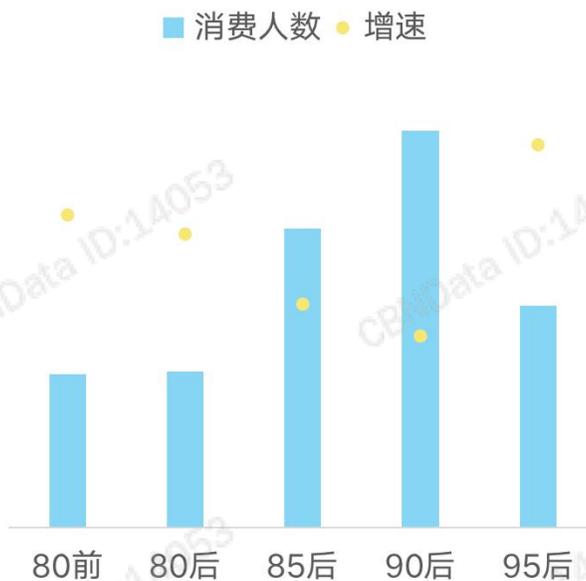
从消费者构成来看，女性是天猫国际家用美容仪的主要购买族群；分代际拆分，80、90后是该行业的重要中坚力量，而以95后为代表的Z世代消费群体在逐步崛起。综合来看，精致女孩和精贵女王是天猫国际家用美容仪主要消费群体。

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：CBNDData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：CBNDData消费大数据
数据说明：此处95后包括出生在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：CBNDData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

美无巨细，注重细节
对美的“武装”已然到毛孔



家庭医美更专业

为美发烧和投资
在家也能轻松医美

美护需求更全面精细，精致女孩对美的极致追求不断延展

从脸部到全身，从头部到脚部，现代人对美的追求呈现全面化、极致化发展，线上眼部、口腔、美发和身体等非面部美容仪的消费规模高速增长。除了基础脸部的护理，追求完美的精致女孩对其他部位的美容诉求也在不断延展，其在非面部美容仪的消费占比高于整体人群的占比。

2019 天猫国际不同部位家用美容仪的消费规模和消费增速

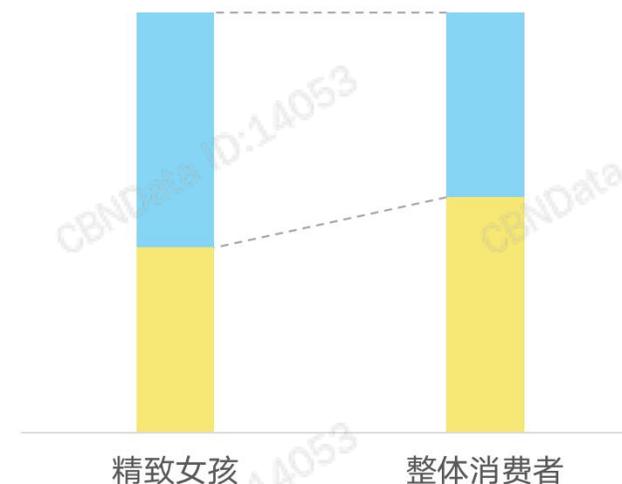
消费规模 增速



数据来源：CBNData消费大数据
 数据说明：为数据可呈现，眼部美容仪的增速缩小了10倍

2019 精致女孩在天猫国际不同部位家用美容仪的消费占比

面部美容仪 非面部美容仪



数据来源：CBNData消费大数据

全身护理更精细

家庭医美更专业

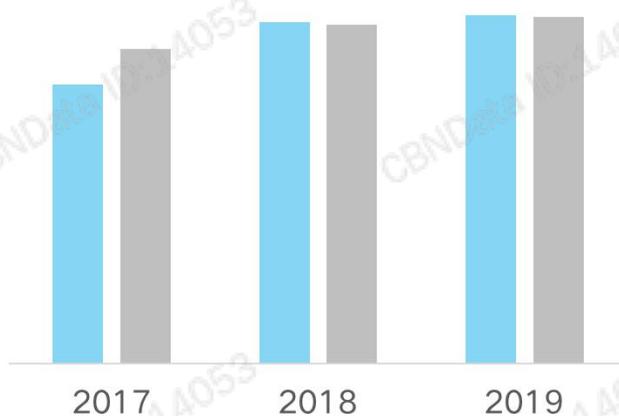
去毛不用鼓起勇气，无痛脱毛助力“怕痛星人”轻松追求光滑

当代精致女孩是典型的“怕痛星人”，她们对仪器使用疼痛感的关切程度仅次于脱毛效果。从“猕猴桃”变身到“水煮蛋”，精致女孩往往愿意一掷千金，数据显示她们在脱毛仪器的人均消费金额不断攀升，目前已经超过整体消费者的水平。

脱毛效果和有无疼痛感是精致女孩购买/使用脱毛仪器的主要关注点

2017-2019 精致女孩在天猫国际脱毛仪器品类的人均消费金额

■ 精致女孩 ■ 整体消费者



数据来源：CBNDATA消费大数据

脱毛仪器列举

Ulike



蓝宝石冰点脱毛仪Air+

痛感 味道
脱毛效果
声音 外观 脱毛速度

数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：词云根据精致女孩在天猫国际脱毛仪器品类的评论语句分类整理而成，字号大小对应评论人数的多少

回到熬夜前，精致女孩借由美眼仪重唤眼眸光彩

95后是典型的夜猫族，“熬最晚的夜，敷最贵的面膜”是当代精致女孩的真实写照。眼部是最易暴露年龄的部位，为了去眼袋、去黑眼圈、去眼纹以及去浮肿，钟爱熬夜的精致女孩不断在美眼仪加码消费，以期捍卫眼周年轻、保持双眸光彩。

以95后为代表的年轻人，
夜间活动集中在

22:00-02:00

尽管多数大学生受到熄灯制度的约束，
但熬夜到1点的95后

仍有三成

资料来源：阿里文娱《95后夜猫子报告》

2017-2019 精致女孩在天猫国际美眼仪品类的消费规模

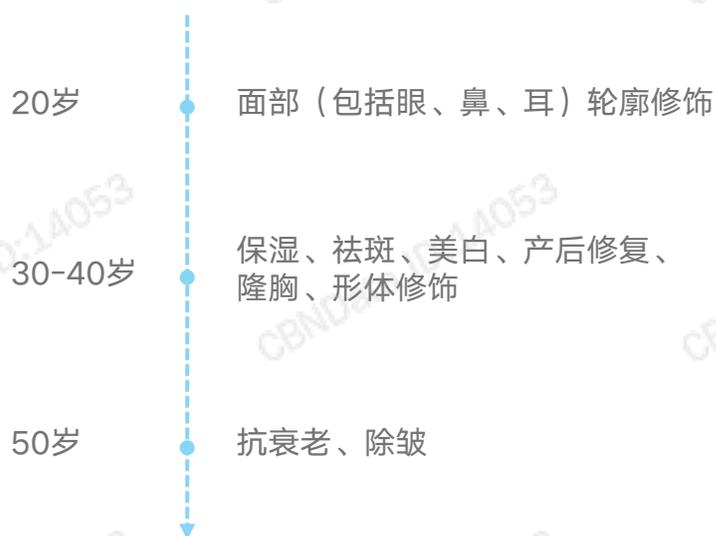


数据来源：CBNDATA消费大数据

解开冻龄奥义，医疗美容“心机”帮助重塑女性“新肌”

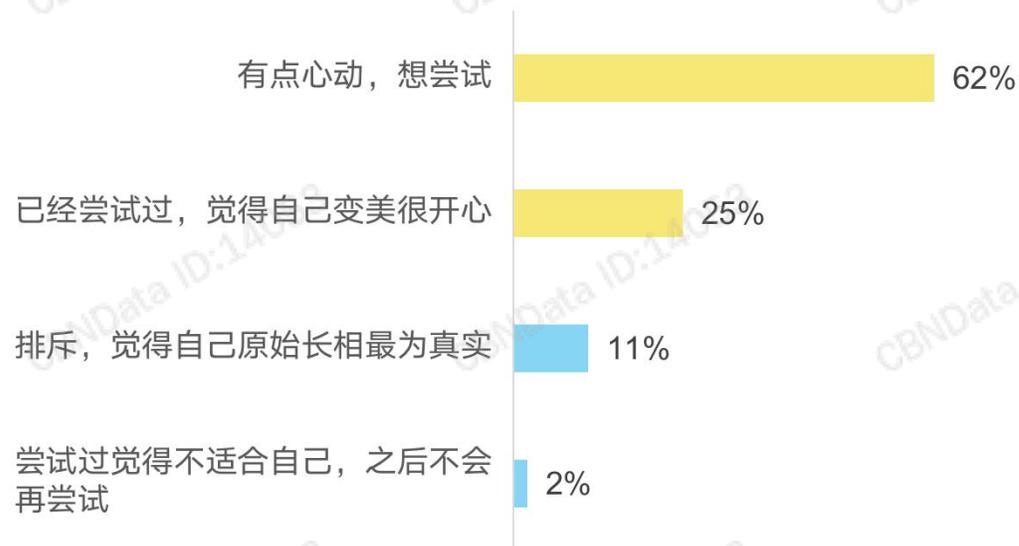
新时代女性对于岁月造成的面部痕迹非常警惕，为了驻颜焕肤，弥补面容遗憾，她们紧跟“童颜”科技——医疗美容的脚步，数据显示两成女性已经尝试过医美且效果良好，而六成则对于医美项目表示“很心动”。

不同年龄阶段女性的典型医疗美容诉求



资料来源：国元证券《医疗美容深度报告》

女性对医疗美容的看法

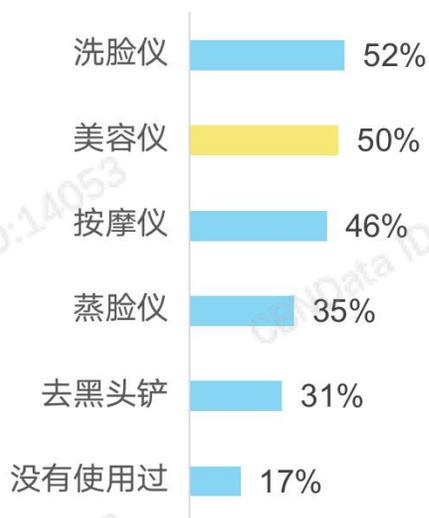


数据来源：CBNDATA《2020女性品质生活趋势洞察报告》

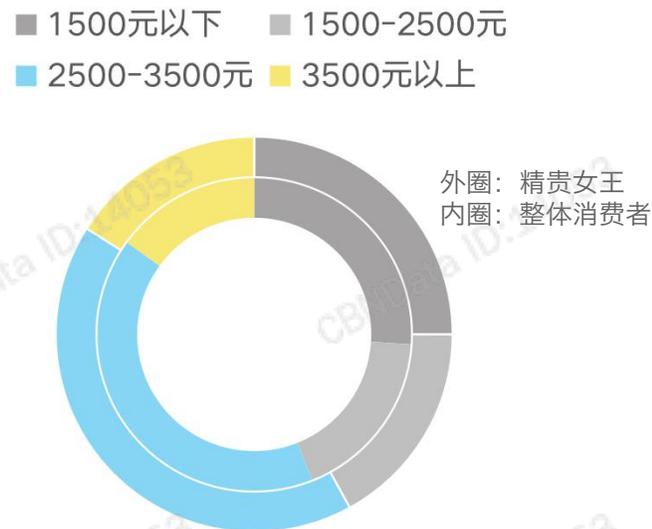
医美家用场景不断扩展，精贵女王为轻医美御龄黑科技买单毫不手软

不同于传统医美科技，面部美容仪由于兼具轻医美、轻侵入、可携带、操作简单等特点，使得在家医美成为可能，面部美容仪已经成为消费者“御龄保卫战”的重要武器。数据显示目前面部美容仪的女性普及率仅次于洗脸仪，而相对于整体消费者，精贵女王更愿意入手更贵价、更高端的产品。

不同美容仪器的普及率



2019 天猫国际电子美容仪不同件单价区间的消费人数分布



高端电子美容仪列举

Dr.Arrivo



Dr.Arrivo宙斯 II 代美容仪

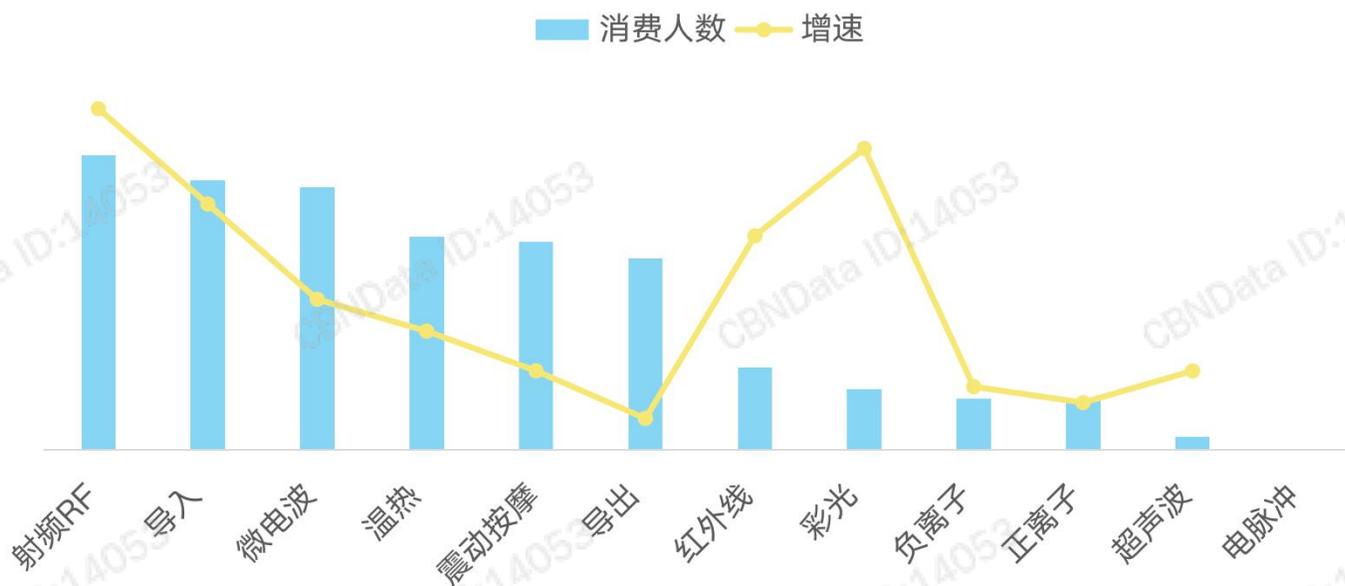
数据来源：CNBData《2020女性品质生活 趋势洞察报告》
数据说明：普及率为过去使用或购买过该类产品的
人数占比

数据来源：CBNDATA消费大数据

技术不断升级，多类型面部美容仪总有一款量身打造

面部美容仪技术不断升级，多类型产品全面开花，消费者总能从中选到适合自己肤质、符合个人美肤诉求的那一型。从消费人数来看，射频RF、导入、微电波是精贵女王最青睐的三类面部美容仪技术类型，而射频RF、彩光、导入则是增速最快的细分品类。

2019 精贵女王在天猫国际不同技术类型家用美容仪的消费人数和增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：根据商品属性和商品标题圈选某种类型的产品；由于单一商品可能具备多种技术类型，因此不同类型的消费者会重复计算；电脉冲的增速为NA

射频美容仪列举

Silk'n



FaceTite2.0美容仪

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：2017.1.1-2019.12.31；

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

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

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) 是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源, 拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心, 构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品; 「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景, 为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。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

CBN DATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察