

2025 问题肌抗衰 白皮书

—
WHITE PAPER ON ANTI-AGING
OF PROBLEM MUSCLES

CONTENTS

目录

01

研究说明 04-07

02

研究结果 13-99

- **问题肌与抗衰人群消费行为洞察：**

痘肌人群与抗衰人群存在超50%的高度重合

- **痘肌人群医美消费行为分析：**

痘肌人群对于肌肤修护与改善有着更强烈、更持续的诉求

- **抗衰人群医美消费行为分析：**

抗衰人群的医美消费行为正在呈现出更明确的“价值导向型”特征

「卷首语： 于皮肤之下，窥见趋势之上」

远想生物

今天，“问题肌”与“抗衰老”不再是割裂的两种肌肤议题，而正成为消费者认知中的一体两面——构成一个持续存在、层层递进的肌肤焦虑闭环。

远想生物，专注于问题肌修护18年的专业品牌，敏锐洞察到：当“修护”成为通往“抗衰”的前提，医美消费的逻辑也正在深度重塑。

经济环境趋于理性，求美者开始摆脱“外观改善”的表层动因，转向对皮肤本质健康、科学抗衰路径、情绪疗愈价值的深层关注。消费行为的重构，正在倒逼行业从技术供给向用户理解跃迁。

作为行业公认的问题肌修护权威，远想生物不仅要持续引领产品与技术的专业升级，更要承担起推动肌肤科学认知进化的责任。我们不只关注症状的消解，更关注心智的共建。

因此，我们联合顶响伟智营销顾问有限公司，启动《2025问题肌抗衰白皮书》项目，横跨7大核心城市，收集2500份深度问卷，展开一次面向行业的真实数据调研。只为清晰印证一个关键趋势：问题肌人群与抗衰人群存在超50%的高度重合，肌肤问题与抗衰焦虑正构成消费演化的连续轨迹。

这份白皮书，不仅是数据呈现，更是一场行业对话，以及关于未来皮肤管理范式的预判与参与。

真正的抗衰，从看见问题肌开始；真正的行业引领，始于对求美者未来的理解与兑现。

未来已来，始于足下。以真实洞察启幕，远想生物也将持续为皮肤医学美学注入新生力量。

■ 顶响伟智营销顾问有限公司

问题肌与抗衰的行为交集，正成为市场关注的新焦点。本次调研依托我们在大中华区超过四十年的市场研究积累，以客观、严谨的研究方法，深入剖析皮肤问题与医美行为之间的潜在结构关系。

自1983年创立于台北，1995年进入大陆市场以来，顶响伟智持续聚焦中国消费者的语言、心理与行为习惯，致力于从多角度提供更具洞察力的数据解读。此次调研覆盖7大核心城市、2500份定量样本、结合全国超200个地区的数据网络，结合消费者视角、市场视角与通路视角，以期还原当下问题肌人群的真实面貌，以及其与抗衰需求之间的行为迁移通道。

我们相信，真实、精准的数据不仅是策略的起点，更是连接品牌与市场之间的桥梁。本次研究不仅为远想生物及伊肤泉品牌制定更贴近需求的产品与营销策略提供有力支撑，也希望为更多医美机构提供系统化的用户洞察与市场启发。

PART ONE



01 / 研究说明

RESEARCH PLAN

RESEARCH METHOD

研究方法



洞察来源

采用定性与定量点面相结合的方法

覆盖北京、上海、广州、成都、昆明、长沙、西安 6个城市

从深度和广度两方面深入了解问题肌以及抗衰人群



研究方法

定性



IN-DEPTH INTERVIEW
(线上1对2)

定量



ONLINE SURVEY



样本规模

问题肌样本容量N=1250, 抗衰样本容量N=1250;

覆盖年龄: 18-44岁 女性

覆盖城市: 超一线至五线城市

医美经历: (1) 有痘痘、色斑、敏感、衰老等问题肌的困扰

(2) 过去1年在医美机构做过祛痘类或者防衰/抗衰类医美项目

ABSTRACT

摘要

本白皮书聚焦于问题肌与抗衰人群两大核心消费群体，基于远想联合调研机构对7大核心城市共计2500份样本的深度调研，系统梳理其消费行为、心理动因与未来趋势，形成以下三大核心洞察：

- **问题肌 × 抗衰人群：80%的肌肤问题都是皮肤早衰预警**

问题肌与抗衰人群存在超50%的行为重合，尤以油脂失衡、毛孔粗大、松弛初现等表现最为显著。消费者不再满足于单点修复，而是更关注肌肤质量的整体跃升——从抗炎、抗老到防复发，一种更深层的“质变型护肤观”正悄然成型。

- **问题肌人群医美消费画像：每2个长痘/敏感的姐妹里，就有1个在偷偷焦虑皱纹**

痘肌人群因长期肌肤困扰，更早产生求美意识，并展现出高决策、高转化的消费特征。他们不再只满足于“控油祛痘”，而是追求从痘印、痘坑修复，到美白、紧致的全周期肌肤改善。“无痘 - 健康皮肤”的观念正在觉醒，而“祛痘+抗衰”的双重修护，正成为她们新的护肤标配。

- **抗衰人群医美消费画像：修护做不好，用再贵的抗老精华都白搭**

抗衰人群展现出更高的年消费能力与更长的项目生命周期，尤其集中于北上广高线城市与30+人群。他们深知单靠“填充拉提”难以抗衡衰老的系统性问题，越来越倾向于从皮肤屏障、炎症修复、代谢调节等底层机制入手，先打好“基础”，再追求“逆龄”。“表面抗老”正让位于“结构性焕活”，肌肤根基越稳，抗衰才真正有效。



PART TWO



02 / 研究结果

RESEARCH RESULTS

①

问题肌与抗衰人群 消费洞察



痘肌人群与抗衰人群存在超50%的高度重合，肌肤问题与抗衰焦虑正构成消费演化的连续轨迹。

痘肌人群和抗衰人群在肌肤问题的关注点上既有交叉（如毛孔粗大、痘印、松弛），又因核心需求不同而存在差异，痘肌重“治痘”，抗衰重“抗老”。

痘肌人群长痘痘是首要困扰，且是其他问题（如痘印、毛孔）的根源；痘肌人群优先解决痘痘和痘印，同时开始关注松弛问题，这与年龄增长或者炎症后老化有关。

抗衰人群面部皮肤松弛是最大的问题，暗沉是第二大困扰；核心需求以抗衰为主（松弛、暗沉），但对痘印/痘坑的修复需求凸显，可能因为早年痘痘遗留问题。



皮肤类型整体状况分析

皮肤状况
与医美行为

所有人群中，油性皮肤比例最高，其次是混合型，痘肌人群与抗衰老人群皮肤类型存在差异。

痘肌人群皮肤类型集中
油性和混合型，两者占比达

83%

抗衰老人群
油性和混合型只有

62%

抗衰老人群皮肤
类型更为分散

中性皮肤占 **17%**

干性皮肤占 **12%**

敏感性皮肤也接近 **10%**

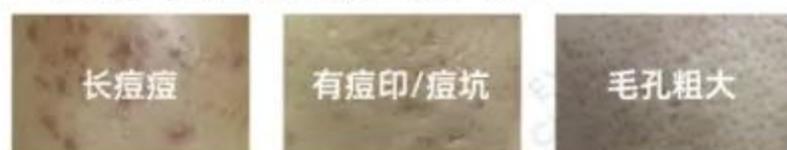


肌肤问题需求分析

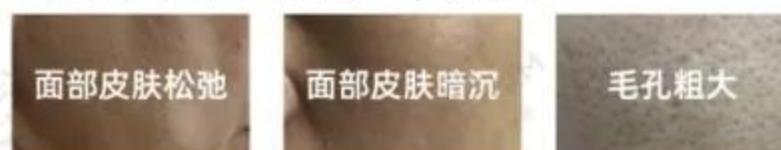
皮肤状况与医美行为

毛孔粗大是痘肌和抗衰人群共同的困扰问题；面部皮肤松弛、痘印/痘坑是都最想解决的问题。

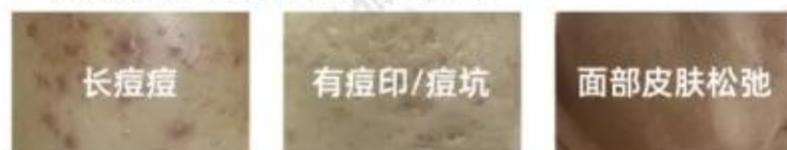
● 痘肌人群困扰的前三大问题



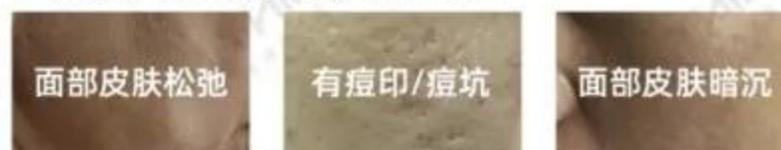
● 抗衰人群困扰的前三大问题



● 痘肌人群最想解决的问题



● 抗衰人群最想解决的问题



目前困扰的肌肤问题%			
	所有人群	痘肌人群	抗衰人群
面部皮肤松弛	56.25	48.70	69.64
毛孔粗大	55.89	57.93	57.76
面部皮肤暗沉	53.57	49.86	60.73
长痘痘	52.14	68.88	41.58
有痘印/痘坑	50.54	62.54	39.27
细纹	46.25	42.65	54.13
皮肤粗糙暗黄	44.11	41.50	49.83
皱纹	40.36	35.73	49.17
出油多	38.57	42.94	33.33
面部下垂	33.75	26.51	44.88
面部敏感	29.82	30.84	26.40
水分流失/皮肤干燥	26.96	22.19	33.66
泛红/红血丝	18.57	18.44	19.47
有色斑/黑色素沉淀	17.68	14.41	25.74

最想解决的肌肤问题%			
	所有人群	痘肌人群	抗衰人群
长痘痘	19.46	26.22	8.58
有痘印/痘坑	16.61	19.02	12.21
面部皮肤松弛	15.89	14.41	19.47
面部皮肤暗沉	7.32	5.76	9.90
细纹	5.71	4.32	6.60
毛孔粗大	5.18	4.90	5.28
有色斑/黑色素沉淀	4.82	2.88	6.93
皱纹	4.82	4.61	6.93
水分流失/皮肤干燥	4.64	4.90	5.94
皮肤粗糙暗黄	3.75	4.61	3.63
面部下垂	3.75	2.02	5.61
出油多	3.39	2.88	3.96
面部敏感	3.39	3.17	2.97
泛红/红血丝	1.25	0.29	1.98

护肤需求的重要程度分析

皮肤状况
与医美行为

所有人群对紧致/抗衰老、嫩肤/收缩毛孔、补水保湿的护肤需求程度高。



所有人群%	补水保湿	美白亮肤	抗敏感	紧致/抗衰老	祛痘
均分值	4.32	4.29	4.08	4.55	4.21
重要程度	91.79	89.11	79.11	95.89	83.39
非常重要	40.7	41.4	33.2	59.6	43.6
比较重要	51.1	47.7	45.9	36.3	39.8
一般	7.9	9.8	17.5	3.8	12.0
不重要	0.4	0.9	2.9	0.4	3.8
非常不重要	0.0	0.2	0.5	0.0	0.9

所有人群%	祛痘坑/祛痘印	祛斑	抗炎	屏障修复	嫩肤/收缩毛孔
均分值	4.23	4.12	4.01	4.21	4.39
重要程度	83.57	80.36	77.32	90.54	93.21
非常重要	44.6	36.3	26.4	32.3	47.1
比较重要	38.9	44.1	50.9	58.2	46.1
一般	12.3	15.9	19.6	8.0	5.9
不重要	3.2	3.2	2.9	1.1	0.5
非常不重要	0.9	0.5	0.2	0.4	0.4

痘肌人群护肤需求的重要程度分析

皮肤状况
与医美行为

痘肌人群对紧致/抗衰老、祛痘、祛痘坑/痘印的护肤需求程度最高。



痘肌人群%	补水保湿	美白亮肤	抗敏感	紧致/抗衰老	祛痘
均分值	4.32	4.32	4.13	4.48	4.46
重要程度	91.93	90.49	81.56	93.37	94.52
非常重要	40.09	42.4	34.6	54.8	52.2
比较重要	51.0	48.1	47	38.6	42.4
一般	7.5	8.4	15.6	6.1	4.3
不重要	0.6	1.2	2.3	0.6	1.2
非常不重要	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0

痘肌人群%	祛痘坑/祛痘印	祛斑	抗炎	屏障修复	嫩肤/收缩毛孔
均分值	4.44	4.09	4.08	4.26	4.41
重要程度	93.37	78.39	82.71	92.80	93.66
非常重要	53.0	34.9	26.8	34.6	48.7
比较重要	40.3	43.5	55.9	58.2	45.0
一般	4.6	17.9	16.1	6.1	5.5
不重要	2.0	3.2	1.2	0.6	0.9
非常不重要	0.0	0.6	0.0	0.6	0.0

抗衰人群护肤需求的重要程度分析

皮肤状况
与医美行为

抗衰人群对**紧致/抗衰老、嫩肤/收缩毛孔、补水保湿**的护肤需求程度最高。



抗衰人群%	补水保湿	美白亮肤	抗敏感	紧致/抗衰老	祛痘
均分值	4.33	4.27	4.03	4.68	4.01
重要程度	92.41	88.12	76.9	100.00	74.26
非常重要	40.6	40.3	29.4	67.7	35.3
比较重要	51.8	47.9	47.5	32.3	38.9
一般	7.6	10.9	19.8	0.0	18.5
不重要	0.0	0.7	3.0	0.0	5.6
非常不重要	0.0	0.3	0.3	0.0	1.7

抗衰人群%	祛痘坑/祛痘印	祛斑	抗炎	屏障修复	嫩肤/收缩毛孔
均分值	4.05	4.20	3.95	4.17	4.41
重要程度	75.91	84.82	73.27	88.12	93.73
非常重要	36.0	38.3	26.4	30.7	49.2
比较重要	39.9	46.5	46.9	57.4	44.6
一般	18.8	12.5	22.1	10.6	5.3
不重要	3.6	2.3	4.3	1.3	0.3
非常不重要	1.7	0.3	0.3	0.0	0.7

所有护肤需求的重要程度总分析

皮肤状况
与医美行为

痘肌人群和抗衰人群都将紧致/抗衰老的护肤需求放在第一位。

- 痘肌人群祛痘、祛痘坑/痘印；抗衰人群嫩肤/收缩毛孔、补水保湿分列二、三位。

%	补水保湿			美白亮肤			抗敏感			紧致/抗衰老			祛痘		
	所有人群	痘肌人群	抗衰人群	所有人群	痘肌人群	抗衰人群	所有人群	痘肌人群	抗衰人群	所有人群	痘肌人群	抗衰人群	所有人群	痘肌人群	抗衰人群
均分值	4.32	4.32	4.33	4.29	4.32	4.27	4.08	4.13	4.03	4.55	4.48	4.68	4.21	4.69	4.01
重要程度	91.79	91.93	92.41	89.11	90.94	88.12	79.11	81.56	76.90	95.89	93.37	100.00	83.39	94.52	74.26
非常重要	40.7	40.9	40.6	41.4	42.4	40.3	33.2	34.6	29.4	59.6	54.8	67.7	43.6	52.2	35.3
比较重要	51.1	51.0	51.8	47.7	48.1	47.9	45.9	47.0	47.5	36.3	38.6	32.3	39.8	42.4	38.9
一般	7.9	7.5	7.6	9.8	8.4	10.9	17.5	15.6	19.8	3.8	6.1	0.0	12.0	4.3	18.5
不重要	0.4	0.6	0.0	0.9	1.2	0.7	2.9	2.3	3.2	0.4	0.6	0.0	3.8	1.2	5.6
非常不重要	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.3	0.5	0.6	0.3	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	1.7

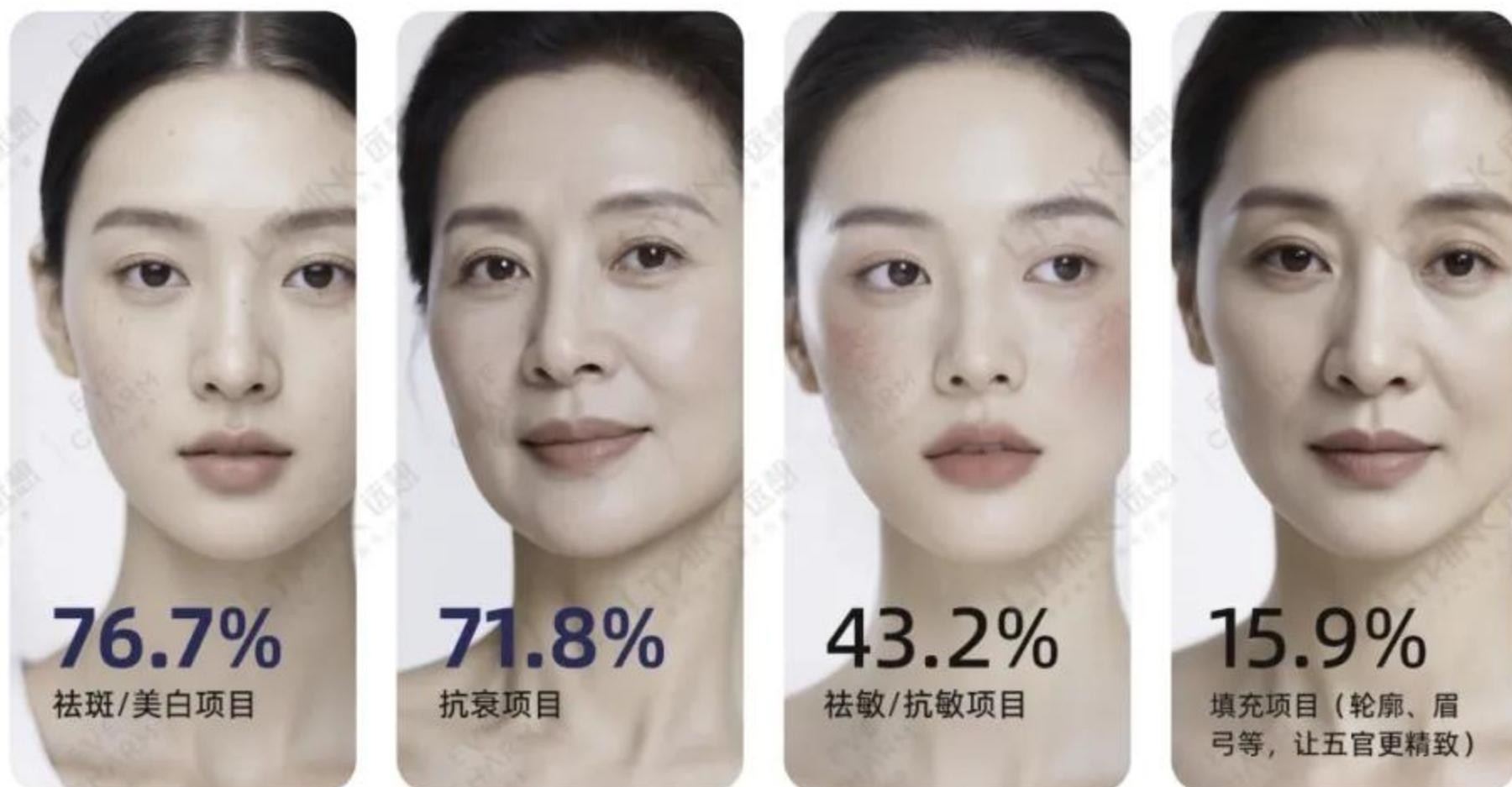
%	祛痘坑/祛痘印			祛斑			抗炎			屏障修复			嫩肤/收缩毛		
	所有人群	痘肌人群	抗衰人群	所有人群	痘肌人群	抗衰人群	所有人群	痘肌人群	抗衰人群	所有人群	痘肌人群	抗衰人群	所有人群	痘肌人群	抗衰人群
均分值	4.23	4.44	4.05	4.12	4.09	4.20	4.01	4.08	3.95	4.12	4.26	4.17	4.39	4.41	4.41
重要程度	83.57	93.37	75.91	80.36	78.39	84.82	77.32	82.71	73.27	90.54	92.80	88.12	93.21	93.66	93.73
非常重要	44.6	53.0	36.0	36.3	34.9	38.3	26.4	26.8	26.4	32.3	34.6	30.7	47.1	48.7	49.2
比较重要	38.9	40.3	39.9	44.1	43.5	46.5	50.9	55.9	46.9	58.2	58.2	57.4	46.1	45.0	44.6
一般	12.3	4.6	18.8	15.9	17.9	12.5	19.6	16.1	22.1	8.0	6.1	10.6	5.9	5.5	5.3
不重要	3.2	2.0	3.6	3.2	3.2	2.3	2.9	1.2	4.3	1.1	0.6	1.3	0.5	0.9	0.3
非常不重要	0.9	0.0	1.7	0.5	0.6	0.3	0.2	0.0	0.3	0.4	0.6	0.0	0.4	0.0	0.7

祛痘后项目需求分析

皮肤状况
与医美行为

约**77%**的痘后需求转向美白与祛斑，约**72%**的需求转向抗衰，反映出“**祛痘-美白-抗衰**”逐步递进的消费路径。

解决完祛痘问题后，下一步想做的项目 (%)



- 北京、上海、长沙下一步想做**抗衰项目**的比例最高

	城市占比 (%)							年龄占比 (%)			
	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
祛斑/美白项目	67.8	85.7	77.8	75.6	65.9	70.7	89.1	72.1	82.1	76.4	74.5
抗衰项目	74.6	71.4	79.6	73.2	58.5	75.6	67.3	67.6	70.9	76.4	76.6
祛敏/抗敏项目	45.8	44.6	38.9	43.9	41.5	34.2	50.9	48.7	42.7	44.4	29.8
填充项目（轮廓、眉弓等，让五官更精致）	6.8	17.9	20.4	22.0	24.4	7.3	14.6	20.7	15.4	12.5	10.6

医美项目年总花费分析

皮肤状况
与医美行为

抗衰人群年总花费显著高于问题肌人群，呈现更强的持续性与高客单趋势。



所有人群%

N=2500

医美项目年总花费

28,926^元



痘肌人群%

N=1250

医美项目年总花费

27,562^元



抗衰人群%

N=1250

医美项目年总花费

51,046^元

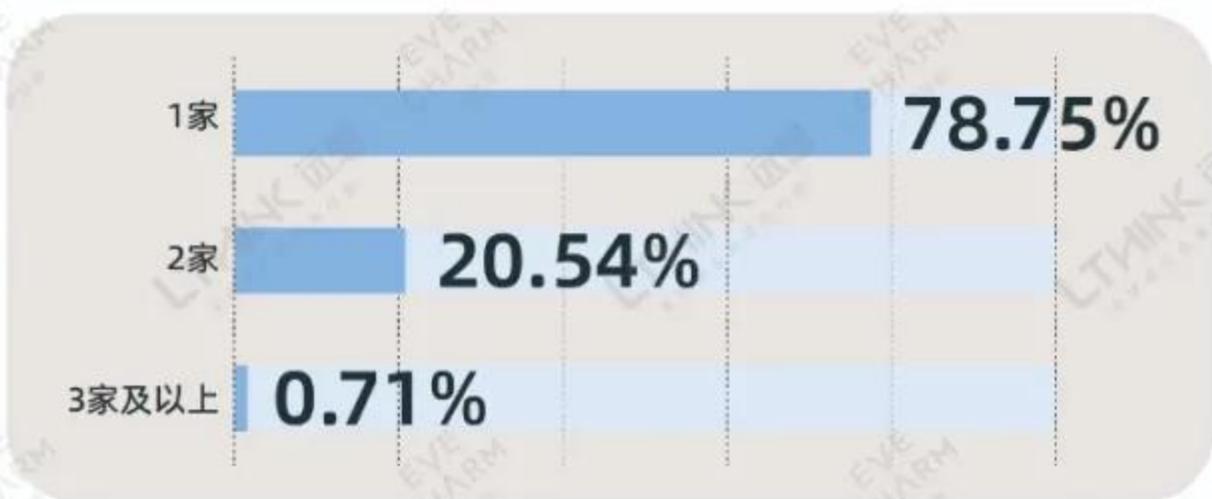
医美机构选择数量偏向分析

皮肤状况
与医美行为

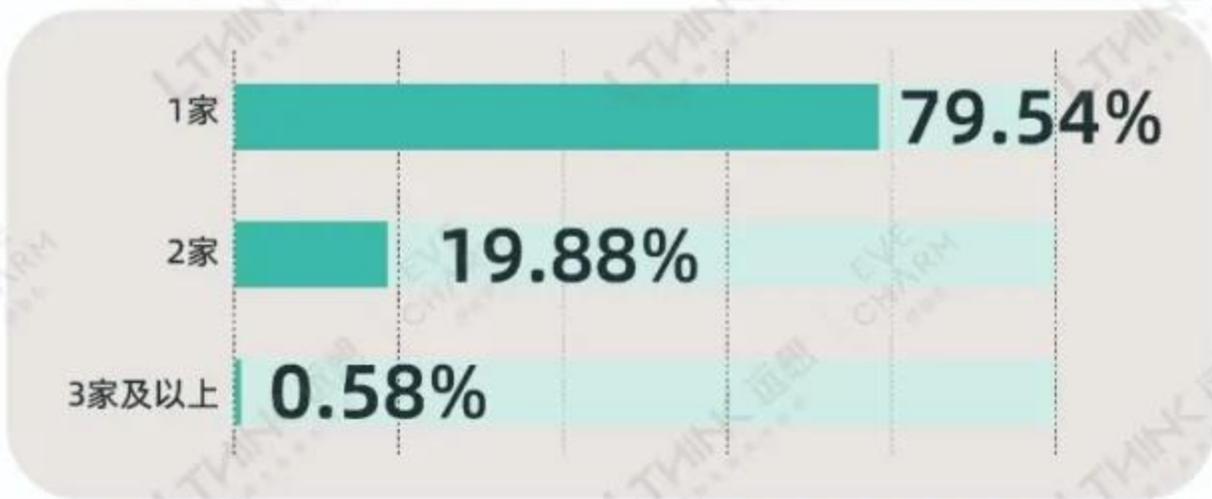
约80%的痘肌消费者经常选择在1家医美机构做项目，抗衰人群经常在2家医美机构做项目的比例高于痘肌人群。



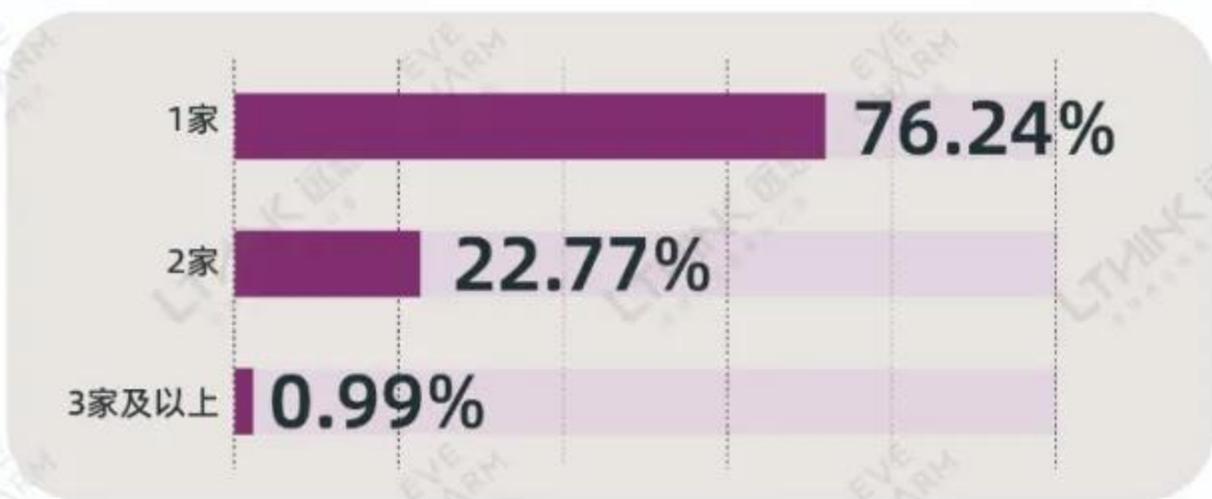
所有人群 (%)
N=2500



痘肌人群 (%)
N=1250



抗衰人群 (%)
N=1250



消费者获取医美信息的渠道分析

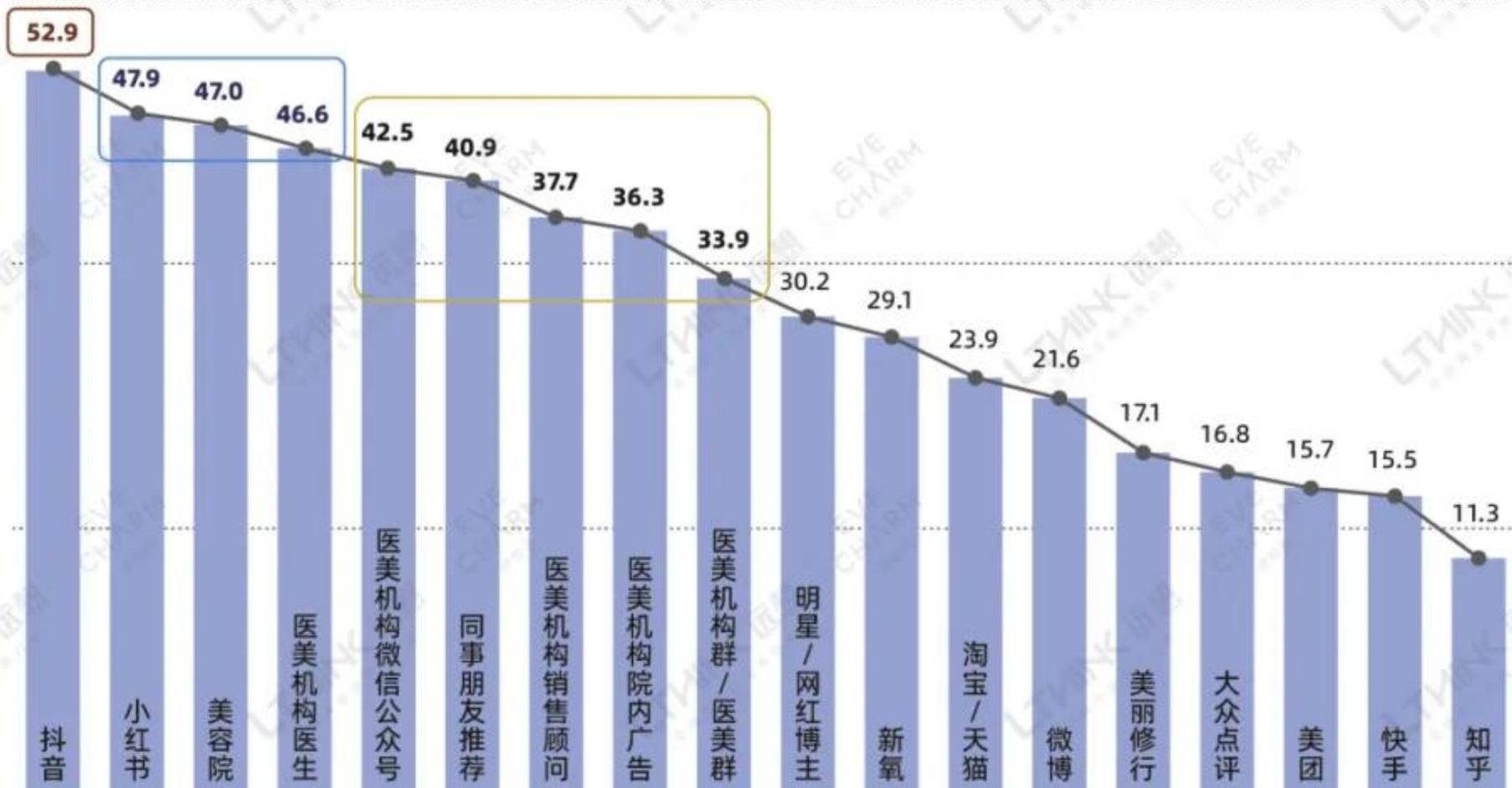
皮肤状况
与医美行为

抖音是消费者获取医美相关信息最主要的媒介渠道，小红书、美容院、医美机构的医生咨询紧随其后。

- 通过医美机构微信公众号、同事朋友推荐、医美机构销售顾问、医美机构群/医美群等渠道获取医美信息位列第三阵营。



所有人群 (%) N=2500



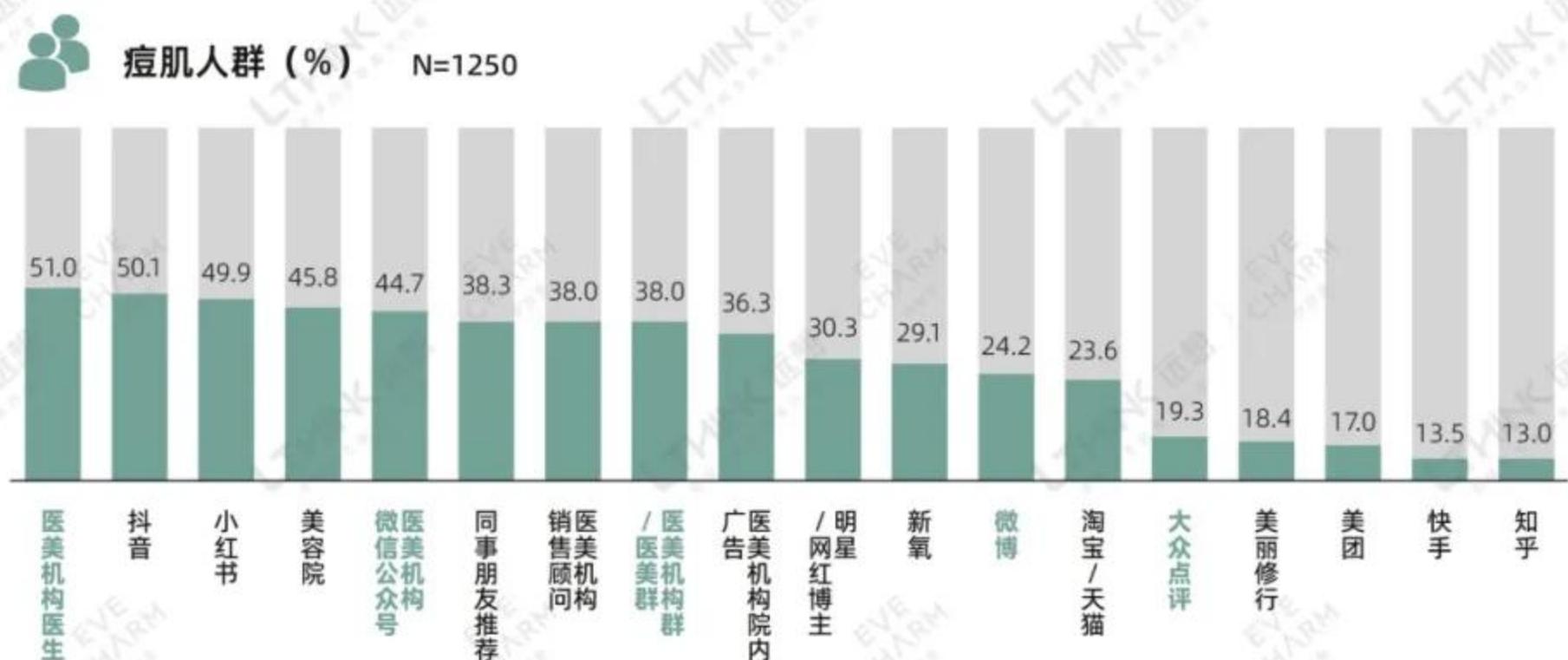
消费者获取医美信息的渠道分析

皮肤状况
与医美行为

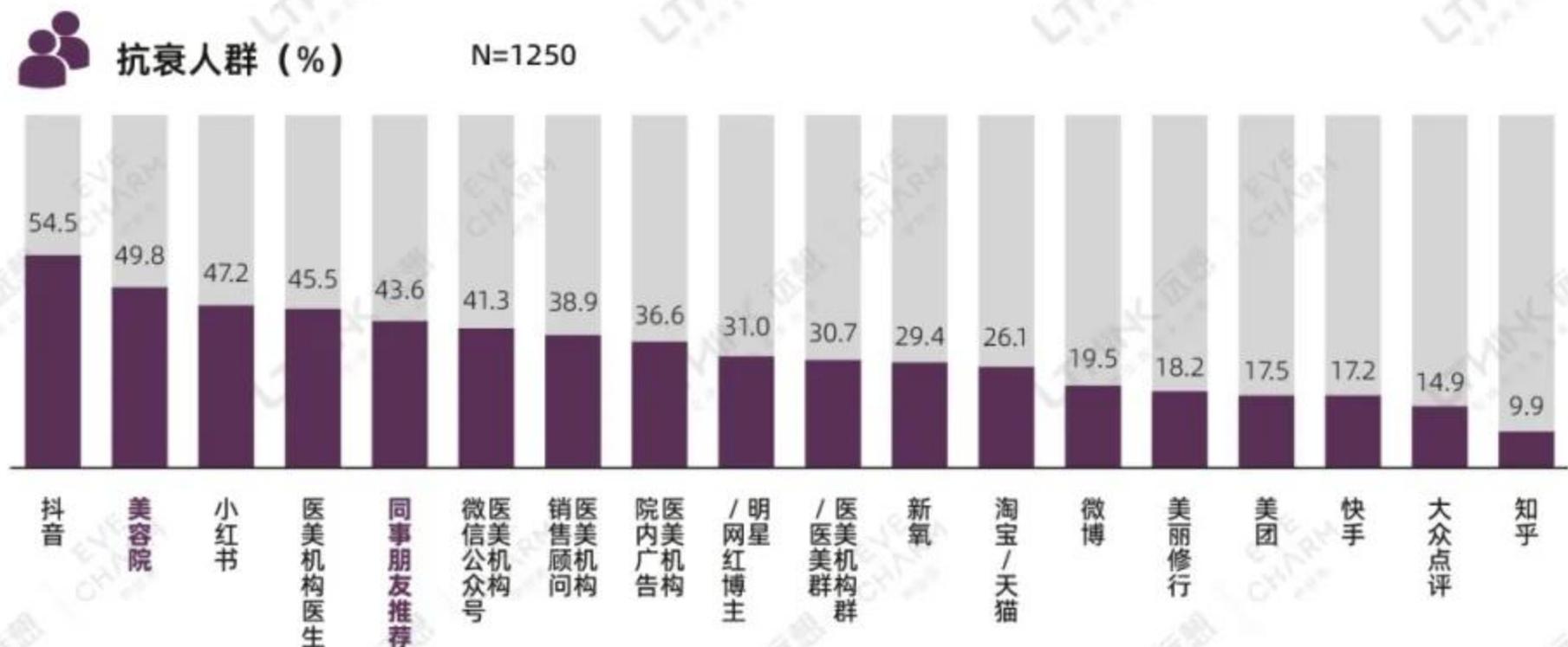
痘肌人群医美信息获取渠道中：医美机构医生排第一，抖音、小红书排第二。

抗衰人群医美信息获取渠道中：抖音排第一，美容院排第二。

- 痘肌人群通过医美机构微信公众号、医美机构群/医美群、微博、大众点评获取信息的比例高于抗衰人群。



- 抗衰人群受同事朋友推荐获取医美信息的比例高于痘肌人群。



②

痘肌人群

医美消费行为分析



痘肌人群对于肌肤修护与改善有着更强烈、更持续的诉求；在医美项目选择上也表现出鲜明的高频次、高信任、重修护特征

痘肌人群饱受生理与心理双重困扰，核心痛点包括担心后遗症、痘痘反复发作和效果与安全性的平衡；主要需求则是效果显著且安全的产品、完整的痘后修复方案；同时期望有更丰富和细分的产品线，体现出消费者对个性化解决方案的迫切需求。

痘肌人群已从单一“祛痘功能”的需求，升级为追求安全无痕、长效稳定、身心兼顾的综合解决方案；痘肌问题已从“祛痘”向“祛痘+修复”全链路延伸。

祛痘需求起源及核心痛点分析

痘肌人群医美消费行为分析

痘肌人群祛痘动机和痛点来自疼痛不适、不敢社交、影响妆容、自卑作祟。



痘肌人群医美消费行为分析

痘肌心态带来的影响分析

痘肌人群表示，痘痘带来的心里负担大于生理痛感，各种担心层出不穷。

焦虑

自卑

纠结

沮丧

烦躁

绝望



担心上妆后痘痘恶化

担心留下痘坑、痘印

“忍不住要挤，一瞬间好爽，但会留下痘坑”

担心周围人的眼光

广州痘肌组

“工作需要接触各种人，身边人会恐惧，觉得有皮肤病、传染病，很尴尬”

家人担心身体健康出现问题

担心后遗症

上海痘肌组

“用过祛痘药膏，担心变激素脸，皮肤检测时会有荧光，易变成敏感肌”

痘痘对生活方式的影响

痘肌人群医美消费行为分析

痘肌人群表示为了不长痘不得不改变原有的生活习惯,但收效甚微。

饮食改变

- 牛奶都断了
- 不吃甜食
- 少吃辣、少油
- 不吃煎炸食物
- 减少喝饮料



拒绝社交



作息改变

早睡 ——
“但还是有痘痘”



不化妆、少化妆



用很贵的护肤品化妆品

“高端护肤品,至少不刺激”

彻底解决痘痘后心理预期变化分析

痘肌人群医美
消费行为分析

“无痘肌”在痘肌人群眼中，
是健康的象征、重建自信的
支点、以及跨入社交舒适区
的钥匙。

希望我的痘痘好了，
永远不要再长。

『无痘肌』是健康标签、自信来源、
社交资本；让我更加自信、无所顾
忌、自由生活、享受生活。



投射理想自我

自信

爱自拍 爱分享生活
爱出去旅游 爱化妆

认真工作，认真生活（广州痘肌组）

“努力工作是因为注意力不在抗痘上”
“加班熬夜也不再担心长痘”

不用忌口，大口吃饭

牛奶 奶茶 辛辣 羊肉

想去做其它医美项目（上海痘肌组）

去做填充项目，让五官更精致
去做抗衰项目

素颜也会很自信

“没有炎症才能做医美，爆痘的时候不适合做医美”
“皮肤底层问题没解决时其它先不考虑，没心情做了也没人夸你”

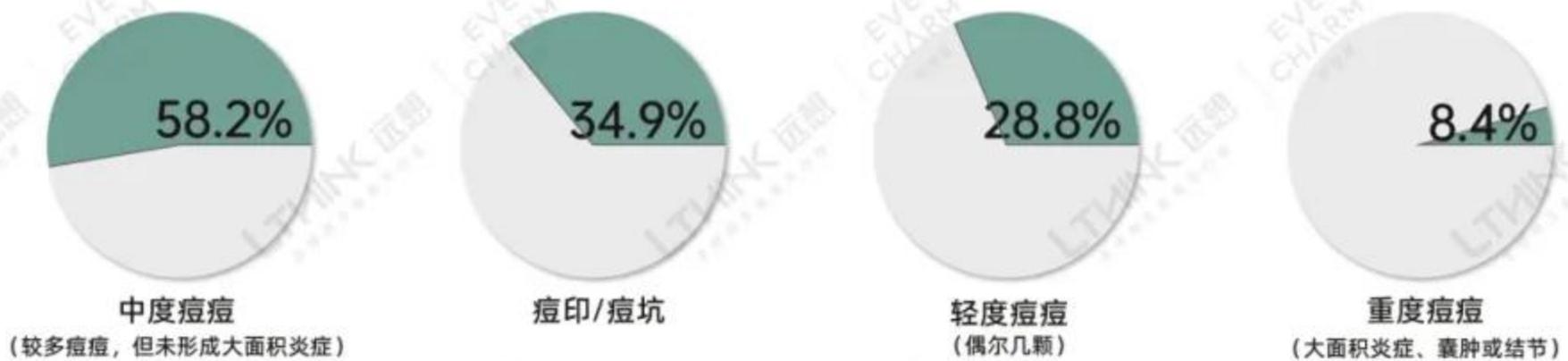
痘肌程度的情况分析

痘肌人群医美
消费行为分析

痘肌人群中，中度痘痘的比例约60%，痘印/痘坑的比例约35%，重度痘痘比例为8.4%。

目前痘痘的情况 (%)

■ N=1250 ■ 痘痘的情况



● 上海被访者中痘印/痘坑的比例最高,北京重度痘痘的比例高于其它城市。

城市占比 (%)	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
中度痘痘 (较多痘痘, 但未形成大面积炎症)	58.21	61.02	67.86	44.44	43.90	68.29	63.41	58.18
痘印/痘坑	34.87	22.03	39.29	46.30	31.71	24.39	46.34	34.55
轻度痘痘 (偶尔几颗)	28.82	20.34	25.00	42.59	39.02	21.95	21.95	30.91
重度痘痘 (大面积炎症、囊肿或结节)	8.36	16.95	1.79	11.11	9.76	7.32	4.88	5.45

● 30-34岁被访者中痘印/痘坑的比例高。

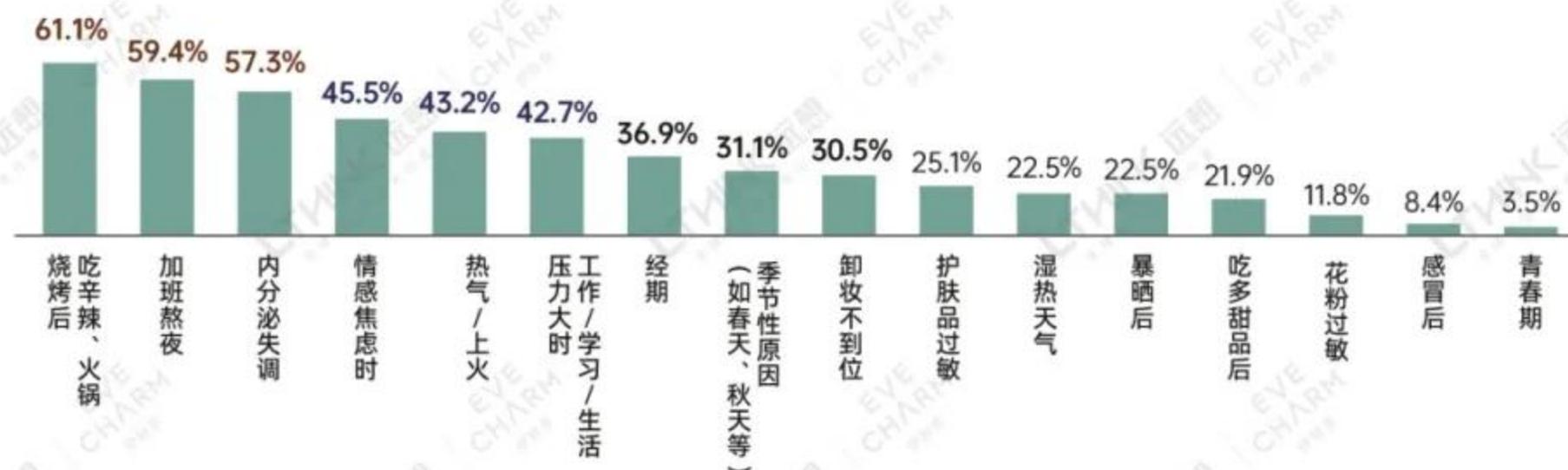
年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
中度痘痘 (较多痘痘, 但未形成大面积炎症)	59.46	58.12	56.94	57.45
痘印/痘坑	37.84	34.19	41.67	19.15
轻度痘痘 (偶尔几颗)	27.93	26.50	31.94	31.91
重度痘痘 (大面积炎症、囊肿或结节)	9.91	9.40	5.56	6.38

痘肌人群医美消费行为分析

爆痘场景分析

爆痘前三大诱因：**辛辣刺激、加班熬夜、内分泌失调**，占比均在60%上下。

爆痘的诱因 (%) N=1250



- 30-44岁人群都将内分泌失调易爆痘排在第一位；30-34岁由于季节性原因爆痘的比例高；35-44岁因为经期爆痘的排位居前。

年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
吃辛辣、火锅、烧烤后	64.86	58.12	59.72	61.70
加班熬夜	61.26	55.56	62.50	59.57
内分泌失调	54.05	52.14	68.06	61.70
情感焦虑时	51.35	47.01	40.28	36.17
热气/上火	45.95	41.88	44.44	38.30
工作/学习/生活压力大时	45.95	46.15	41.67	27.66
经期	37.84	36.75	33.33	40.43
季节性原因 (如春天、秋天等)	29.73	26.50	45.83	23.40
卸妆不到位	34.23	31.62	31.94	17.02
护肤品过敏	31.53	26.50	20.83	12.77

痘痘易发区域的主要部位分析

痘肌人群医美
消费行为分析

痘痘易发区在额头的比例高达61%；下巴占55%；双颊占39%排第三

痘痘易发区域主要部位(%)
N=1250



- 受湿热气候与情绪影响, 广州、35-44岁被访者痘痘易发区域在下巴的比例排在第一位。北京: 双颊易发的比例高; 昆明: T区易发比例高; 上海: 眉间易发比例高; 成都: 耳根到下巴比例高。
- 18-24岁: 太阳穴易发的比例高; 25-29岁: 眉间易发比例高。

	城市占比 (%)								年龄占比 (%)			
	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
额头	61.38	59.32	50.00	68.52	60.98	68.29	63.41	61.82	66.67	60.68	65.28	44.68
下巴	54.47	44.07	67.86	61.11	41.46	58.54	58.54	49.09	49.55	53.85	56.94	63.83
双颊	38.62	47.46	39.29	37.04	39.02	31.71	39.02	34.55	43.24	38.46	40.28	25.53
T区部位	33.72	27.12	39.29	25.93	39.02	46.34	31.71	30.91	34.23	34.19	34.72	29.79
嘴唇边	32.85	38.98	30.36	35.19	31.71	31.71	24.39	34.55	27.93	35.90	34.72	34.04
鼻子	19.31	10.17	23.21	18.52	19.51	31.71	12.20	21.82	14.41	23.08	23.61	14.89
发际线边缘	19.31	15.25	21.43	22.22	24.39	21.95	17.07	14.55	23.42	21.37	13.89	12.77
眉间	17.29	16.95	14.29	25.93	7.32	19.51	14.63	20.00	9.91	28.21	12.50	14.89
耳根到下巴	13.54	13.56	14.29	9.26	24.39	9.76	4.88	18.18	10.81	14.53	16.67	12.77
太阳穴	11.53	6.78	19.64	7.41	19.51	12.20	9.76	7.27	18.02	11.11	4.17	8.51

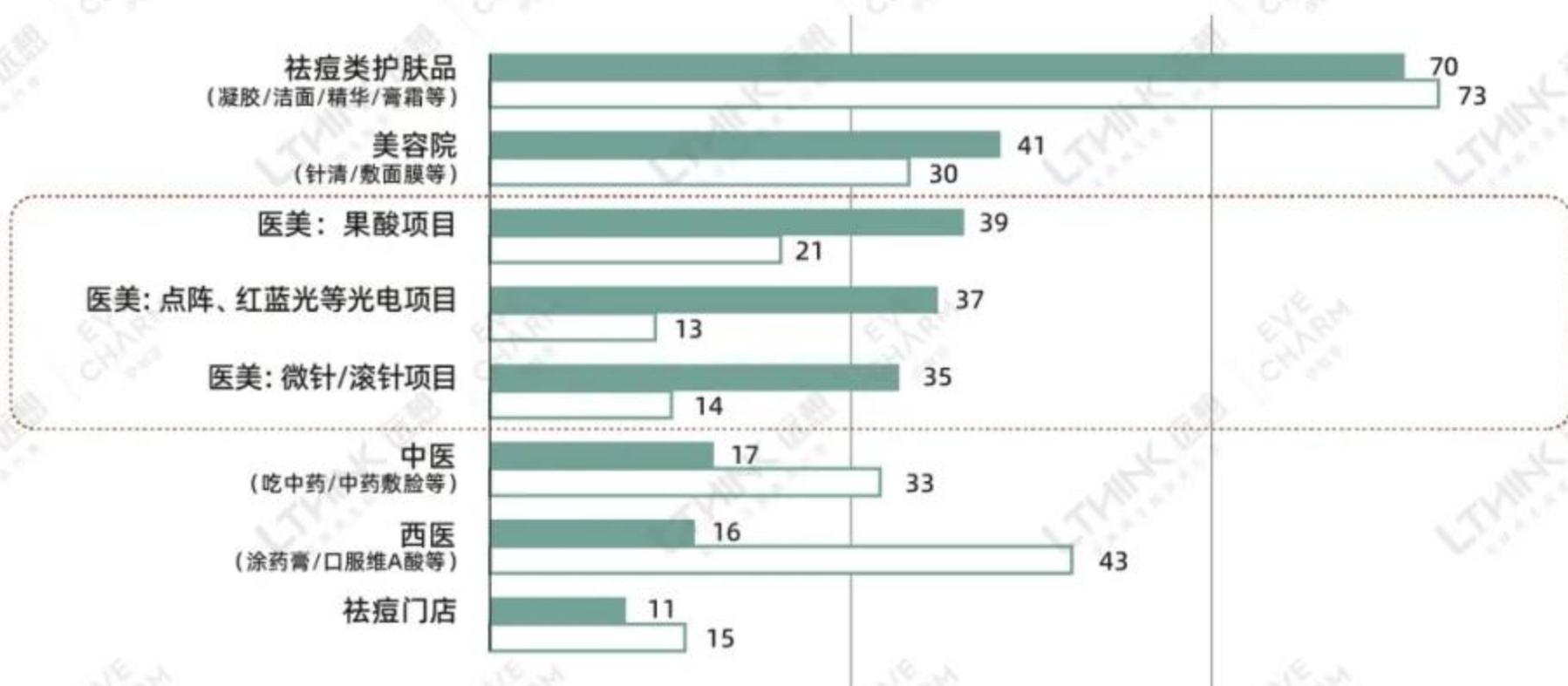
解决痘痘问题采取的治疗方式分析

痘肌人群医美消费行为分析

护肤品依然是祛痘首选，**医美祛痘已跃居第二**，果酸、光电、微针较2021年均有大幅提升；治疗心智正从“表面护肤”向“精准修护”进化。

解决痘痘问题，采取过的治疗方式 (%)

N=1250 2025年 2021年



- 成都被访者将微针/滚针排在第二位。昆明和长沙把果酸项目列在第二位。广州去祛痘门店的比例远高于其它城市。西安选择去美容院的比例高于其它城市。

城市占比 (%)

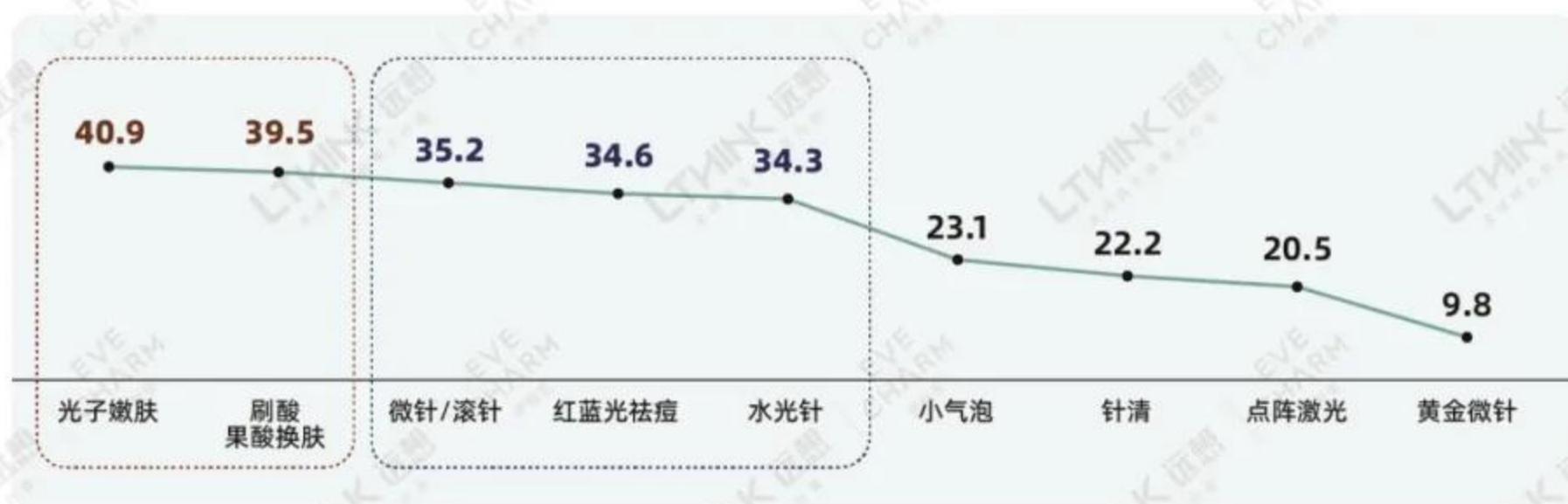
2025年	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
祛痘类护肤品 (凝胶/洁面/精华/膏霜等)	70.32	71.19	75.00	70.37	58.54	73.17	73.17	69.09
美容院 (针清/敷面膜等)	41.50	49.15	51.79	40.74	31.71	29.27	21.95	54.55
医美：果酸项目	39.48	37.29	35.71	51.85	34.15	43.90	51.22	25.45
医美：点阵、红蓝光等光电项目	37.46	40.68	41.07	24.07	34.15	36.59	39.02	45.45
医美：微针/滚针项目	34.58	37.29	35.71	29.63	41.46	26.83	19.51	47.27
中医 (吃中药/中药敷脸等)	17.00	15.25	12.50	18.52	21.95	19.51	19.51	14.55
西医 (涂药膏/口服维A酸等)	16.43	16.95	8.93	9.26	21.95	19.51	17.07	23.64
祛痘门店	11.24	6.78	26.79	1.85	17.07	17.07	7.32	3.64

医美机构祛痘项目分析

痘肌人群医美
消费行为分析

医美机构祛痘项目中，光子嫩肤和刷酸排在第一阵营（40%）；微针、红蓝光、水光针排第二阵营（35%）。

在医美机构做过的祛痘项目 (%) N=1250



- 成都做过微针/滚针的比例最高；上海、昆明、长沙刷酸的比例最高；长沙、西安做过光子嫩肤的比例最高。成都做过点阵激光的比例高于其它城市。

城市占比 (%)	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
光子嫩肤	40.92	42.37	39.29	24.07	36.59	39.02	51.22	54.55
刷酸/果酸换肤	39.48	37.29	35.71	51.85	34.15	43.90	51.22	25.45
微针/滚针	35.16	37.29	35.71	29.63	43.90	29.27	19.51	47.27
红蓝光祛痘	34.58	33.90	39.29	37.04	29.27	26.83	29.27	41.82
水光针	34.29	35.59	35.71	33.33	43.90	17.07	29.27	41.82
小气泡	23.05	27.12	12.50	33.33	26.83	9.76	21.95	27.27
针清	22.19	33.90	25.00	14.81	12.20	12.20	31.71	21.82
点阵激光	20.46	22.03	21.43	7.41	34.15	24.39	19.51	18.18

购买祛痘产品/项目时的考虑因素分析

痘肌人群医美消费行为分析

从“只看疗效”走向“全维评估”，购买祛痘产品/项目时最主要的考虑因素是**祛痘效果**，其次是**安全性**。

在医美机构购买祛痘产品/项目时，通常考虑的因素 (%) N=1250



- 效果维持时间、口碑/评价排在第二阵营；性价比、术后维稳、解决多种肌肤问题、成分排在第三阵营。
- 18-24岁、30-34岁考虑术后维稳便捷性的比例高于其它人群；35-44岁考虑项目操作时间的比例高。
- 昆明、长沙、西安将安全性放在首位；北京认为安全性与效果并重；西安对解决多种肌肤问题和品牌知名度的考虑比例高于其它城市。

	城市占比 (%)							年龄占比 (%)			
	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
安全性	72.88	67.86	62.96	53.66	70.73	68.29	65.45	69.37	63.25	66.67	65.96
术后维稳便捷性	32.20	46.43	27.78	39.02	31.71	29.27	34.55	39.64	33.33	40.28	17.02
可以解决多种肌肤问题	38.98	32.14	37.04	17.07	24.39	29.27	47.27	32.43	29.91	41.67	31.91
品牌知名度	23.73	30.36	33.33	24.39	21.95	21.95	45.45	24.32	28.21	41.67	25.53
项目操作时间	8.47	8.93	5.56	0.00	14.63	2.44	18.18	9.01	8.55	1.39	19.15

痘肌人群祛痘外护肤需求分析

痘肌人群医美消费行为分析

除祛痘外，有24%的人最关注祛除痘印/痘坑问题，表明问题肌修护需求正向深层化转变。

N=1250 ■ 除了祛痘外，还关注的护肤问题 □ 除了祛痘外，最关注的护肤问题



- 上海、西安关注抗衰的比例更高；35-44岁关注抗衰比例最高。
- 广州将收缩毛孔/平滑肌肤、北京将美白/淡斑、长沙以及30-34岁被访者将淡化暗沉/提亮肤色排在第二位。
- 最关注祛除痘印/痘坑问题的人群以18-24岁比例最高，其次是25-29岁。
- 最关注抗衰/抗老的比例为15%；还有10%的人最关注收缩毛孔/平滑肌肤。

	城市占比 (%)								年龄占比 (%)			
	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
祛除痘印/痘坑	23.92	30.51	25.00	14.81	19.51	31.71	34.15	14.55	33.33	28.21	6.94	17.02
抗衰/抗老	14.70	8.47	1.79	29.63	9.76	19.51	7.32	25.45	4.50	14.53	20.83	29.79
收缩毛孔/平滑肌肤	10.37	11.86	17.86	11.11	9.76	9.76	4.88	5.45	8.11	14.53	12.50	2.13
美白/淡斑	8.07	13.56	7.14	9.26	7.32	2.44	9.76	5.45	9.01	7.69	8.33	6.38
淡化暗沉/提亮肤色	6.92	1.69	7.14	1.85	9.76	2.44	14.63	12.73	4.50	5.13	12.50	8.51

祛痘诉求分析

痘肌人群医美
消费行为分析

76%痘肌用户更重视改善痘印/痘坑，祛痘诉求并不单一。

对医美祛痘产品/项目的主要需求 (%) N=1250



- 对减少痘痘复发、快速消除痘痘的需求并列排在第二位。
- 对医美祛痘产品/项目的需求，上海和西安将减少痘痘复发放在第一位。

城市占比 (%)

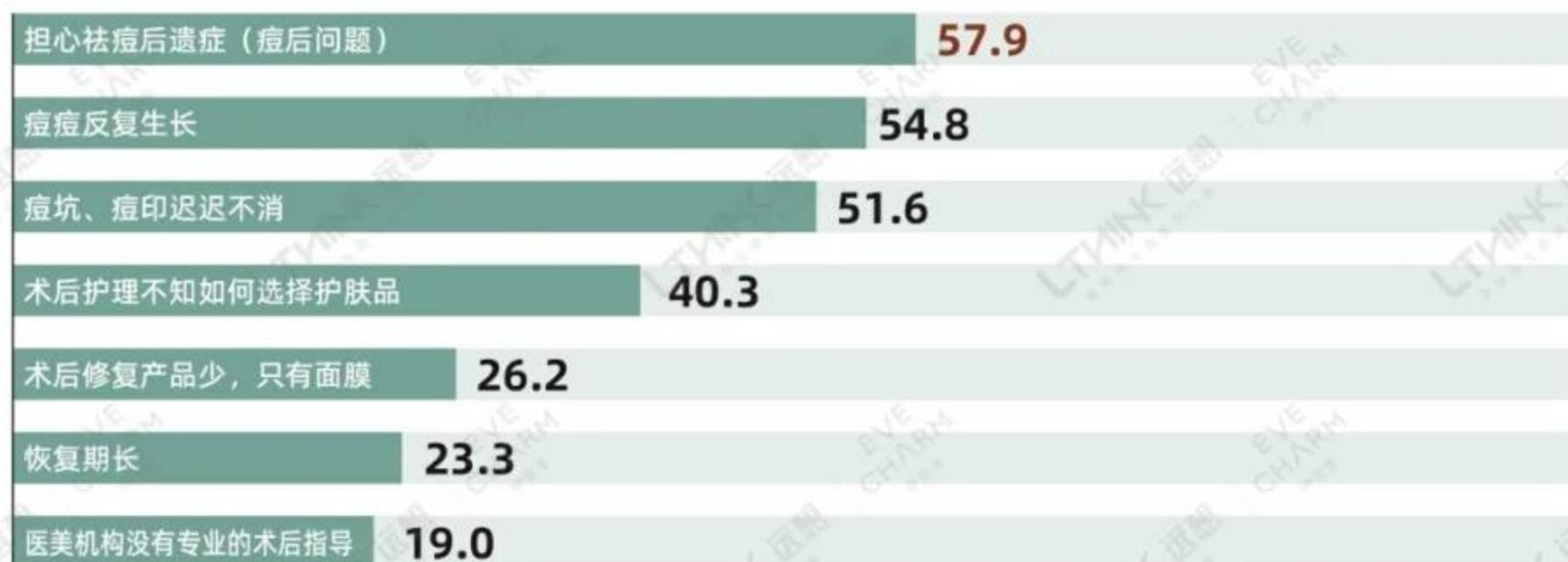
	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
改善痘印/痘坑	81.36	78.57	74.07	73.17	65.85	87.80	72.73
快速消除痘痘	74.58	66.07	68.52	73.17	60.98	70.73	65.45
减少痘痘复发	69.49	75.00	75.93	63.41	58.54	58.54	72.73
控油和收缩毛孔	55.93	60.71	55.56	58.54	51.22	39.02	65.45
快速抑制炎症, 减少红肿疼痛	66.10	58.93	57.41	53.66	39.02	43.90	60.00

医美机构做祛痘产品/项目时的主要痛点分析

痘肌人群医美消费行为分析

祛痘后遗症与反复性构成焦虑主要来源，缺乏系统化术后修护正成为医美消费的隐性阻碍。

医美机构做祛痘产品/项目时的主要痛点 (%) N=1250



- 北京最主要的痛点是痘坑、痘印不消; 西安、35-44岁是痘痘反复生长。
- 上海对于术后修复产品少, 只有面膜表示不满的比例最高。

城市占比 (%)	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
担心祛痘后遗症 (痘后问题)	55.93	64.29	59.26	56.10	56.10	56.10	56.36
痘痘反复生长	57.63	60.71	51.85	56.10	41.46	51.22	60.00
痘坑、痘印迟迟不消	66.10	57.14	51.85	41.46	48.78	43.90	45.45
术后修复产品少, 只有面膜	30.51	16.07	48.15	14.63	19.51	19.51	29.09

年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
担心祛痘后遗症 (痘后问题)	61.26	58.97	65.28	36.17
痘痘反复生长	47.75	58.97	55.56	59.57

祛痘后最担心的问题分析

痘肌人群医美消费行为分析

解决祛痘问题后，**66%**的人最担心痘印；**58%**的人最担心痘坑。
 “可持续性效果”与“修护能力”正成为消费新焦点。

解决祛痘问题后，最担心的问题 (%) N=1250



● 祛痘后最担心的问题中, 长沙担心痘坑排在第一位; 30-34岁担心毛孔粗大排在第一位。

城市占比 (%)	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
痘印	69.49	66.07	57.41	65.85	68.29	58.54	72.73
痘坑	62.71	62.50	55.56	63.41	48.78	63.41	49.09
毛孔粗大	49.15	58.93	48.15	56.10	48.78	41.46	58.18

年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
痘印	64.86	72.65	61.11	57.45
痘坑	58.56	61.54	58.33	46.81
毛孔粗大	45.95	57.26	66.67	29.79

理想中的医美祛痘品牌需求分析

痘肌人群医美
消费行为分析

差异化产品力需求高：近七成消费者期待医美品牌产品线能更丰富，功能更细分。

对理想中的医美祛痘品牌的需求 (%) N=1250



- 产品线细分中，根据痘痘类型搭配有针对性产品更受欢迎。
- 昆明对于针对痘痘严重程度不同的产品组合最有需求。广州、西安对于赠送同品牌护肤品的需求度最高。

城市占比 (%)	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
产品线更丰富（有祛痘、淡痘印、消炎、修复等多种产品）	62.71	71.43	64.81	70.73	58.54	63.41	76.36
产品线更细分（根据痘痘类型搭配有针对性的产品）	57.63	58.93	55.56	58.54	41.46	53.66	69.09
产品线更细分（针对痘痘严重程度有不同的产品组合）	49.15	53.57	53.70	41.46	58.54	41.46	41.82
术后修复产品全（除面膜外还有面霜、精华等护肤产品配合使用）	35.59	55.36	44.44	46.34	43.90	29.27	43.64
购买医美祛痘项目，赠送同品牌祛痘护肤品	42.37	53.57	44.44	21.95	36.59	26.83	50.91

- 35-44岁对于根据痘痘类型搭配不同产品的需求度最高。

年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
产品线更丰富（有祛痘、淡痘印、消炎、修复等多种产品）	72.07	68.38	68.06	51.06
产品线更细分（根据痘痘类型搭配有针对性的产品）	55.86	56.41	62.50	53.19

医美祛痘品牌营销活动喜好分析

痘肌人群医美消费行为分析

营销内容更偏好信任建立：约72%的消费者更倾向于专业型营销。

- 高科技型（58%）、沉浸式体验型（54%）的喜好度分别排在二、三位。



- 上海、昆明、18-24岁、35-44岁对于沉浸式体验型营销活动喜好度高。

城市占比 (%)	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
专业型的	79.66	78.57	70.37	56.10	65.85	73.17	70.91
高科技型的	69.49	58.93	53.70	56.10	39.02	53.66	69.09
沉浸式体验型的	61.02	46.43	64.81	48.78	51.22	34.15	65.45

年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
专业型的	71.17	73.50	76.39	59.57
高科技型的	56.76	60.68	61.11	51.06
沉浸式体验型的	58.56	49.57	52.78	57.45

医美祛痘品牌营销活动喜好分析

痘肌人群医美消费行为分析

营销活动更偏好“一对一”式服务，对专家面诊类活动表现强烈信赖。

- 直播互动、AI/VR数字体验也有40%以上的人喜欢。

医美祛痘品牌营销活动中, 喜欢的形式 (%) N=1250



- 北京对专家诊疗喜好度最高; 西安对电商促销喜好度最高; 广州对AI/VR数字体验喜好度高。

城市占比 (%)	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
专家诊疗	54.76	64.41	60.71	57.41	51.22	41.46	53.66	49.09
直播互动	42.65	35.59	44.64	42.59	43.90	41.46	39.02	50.91
到店AI/VR数字体验	40.92	42.37	51.79	42.59	41.46	36.59	34.15	34.55
电商促销	34.87	33.90	33.93	22.22	34.15	41.46	21.95	54.55
校园活动	8.36	15.25	5.36	7.41	4.88	7.32	12.20	5.45

- 18-24岁对于校园活动的喜欢度高。

年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
专家诊疗	54.05	52.99	56.94	57.45
直播互动	41.44	41.88	48.61	38.30
到店AI/VR数字体验	45.95	38.46	48.61	23.40
电商促销	36.04	37.61	30.56	31.91
校园活动	15.32	7.69	1.39	4.26

去医美机构进行祛痘项目的频率分析

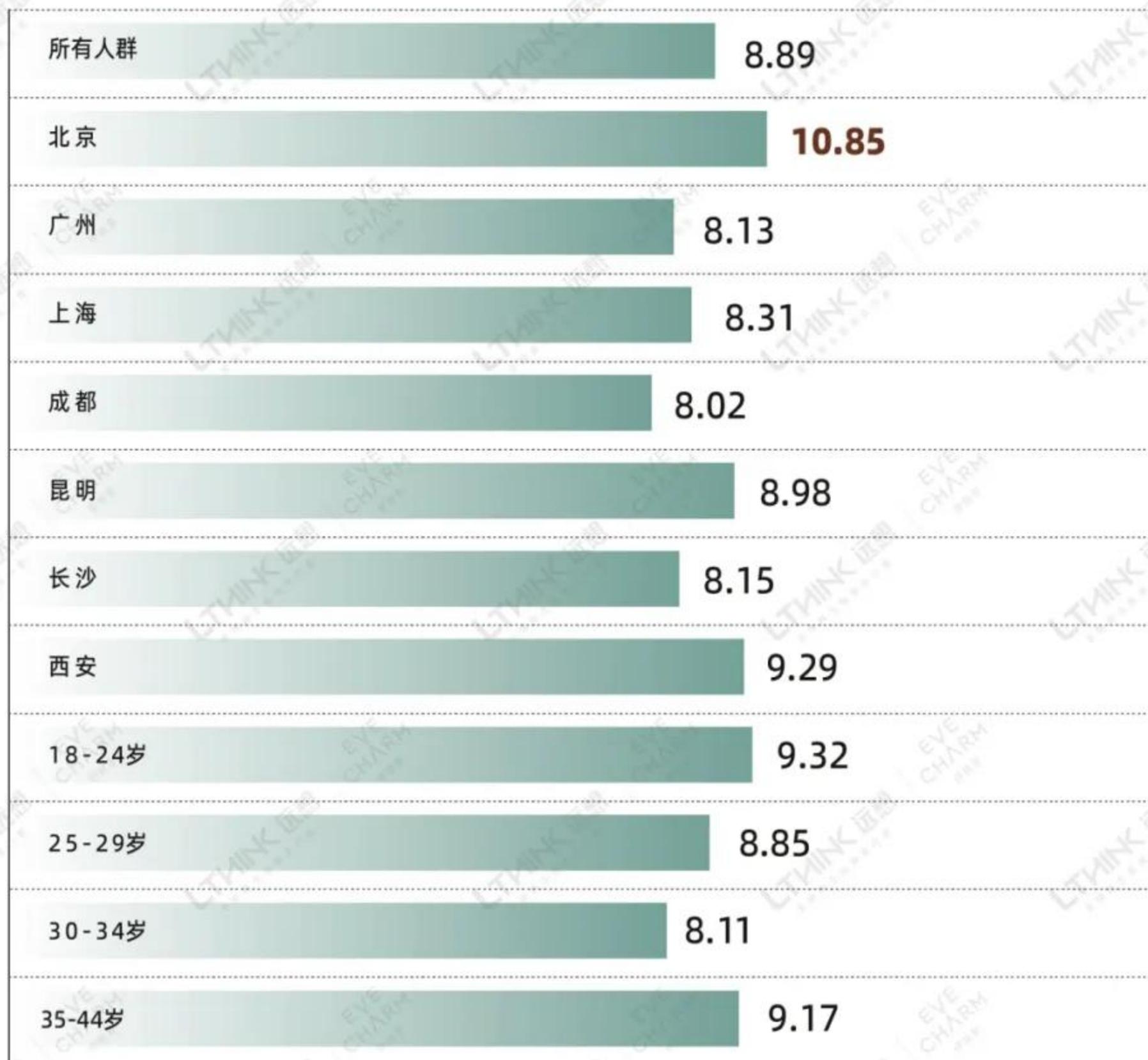
痘肌人群医美消费行为分析

消费者在医美机构做祛痘项目的年均频次为**8.9次**。

- 北京祛痘项目年均频次最高, 近11次; 18-24岁年轻人祛痘项目的年均频次高于其他人群。

在医美机构做祛痘项目的频率 N=1250

Mean (次/年)



购买医美祛痘产品/项目的 单次花费分析

痘肌人群医美
消费行为分析

痘肌人群医美祛痘项目单次平均花费为**1293元**。

- 上海单次平均花费最高; 30-34岁单次平均花费最高。

医美祛痘产品/项目的单次平均花费 N=1250

Mean (元)



单次医美祛痘项目可接受价格分析

痘肌人群医美消费行为分析

痘肌人群能够接受的医美祛痘项目单次平均花费为**1767元**。

- 北京、上海、30-34岁人群可接受的单次平均花费最高。

单次医美祛痘项目可接受的价格范围 N=1250



医美祛痘产品提示前后知名度分析

痘肌人群医美
消费行为分析

在痘肌人群中，伊肤泉品牌认知度遥遥领先于其他品牌。

- 伊肤泉第一提及率高达52%，在25-29岁人群中第一提及率最高（66%）；护肤线品牌在30-34岁第一提及率最高（26%）。
- 提示前品牌总知名度，伊肤泉63%，护肤线品牌32.7%，院线品牌14.4%；伊肤泉在25-29岁被访者中提示前总知名度达到70%。
- 伊肤泉提示后知名度近80%，各城市、各年龄段已无明显差异；护肤线品牌在30-34岁提示后知名度高，院线品牌在35-44岁提示后知名度高。

品牌知名度第一提及（%） N=1250

品牌知名度提示前（%） N=1250

32.7%
护肤线

14.4%
医美线

52%
伊肤泉

62.8%
伊肤泉

53%
护肤线

25.1%
医美线

年龄占比（%）	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
伊肤泉	46.85	65.81	34.72	53.19
护肤线品牌	16.22	9.40	26.39	12.77

年龄占比（%）	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
Base	111	117	72	47
伊肤泉	63.96	70.09	45.83	68.09
护肤线品牌	27.03	15.38	36.11	14.89
院线品牌	9.91	7.69	1.39	19.15

医美祛痘产品广告提示前知名度分析

痘肌人群医美消费行为分析

伊肤泉在提示前广告知名度的比例约25%。

广告知名度提示前 (%) N=1250



- 提示前广告知名度, 伊肤泉在西安的比例高达40%;
- 提示后广告知名度, 伊肤泉在昆明的比例最高 (73%), 北京最低 (49%)。

城市占比 (%)	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
伊肤泉	18.64	25.00	12.96	36.59	29.27	12.20	40.00
护肤线品牌	10.17	12.50	9.26	12.20	12.20	4.88	12.73
院线品牌	3.39	7.14	1.85	4.88	2.44	2.44	0.00

- 提示前广告知名度, 伊肤泉在35-44岁认知比例最高 (32%)。
- 护肤线品牌在30-34岁中广告认知比例最高; 院线品牌在35-44岁广告认知比例最高。

年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
伊肤泉	25.23	22.22	23.61	31.91
护肤线品牌	9.91	7.69	18.06	8.51
院线品牌	1.80	0.85	0.00	17.02

伊肤泉品牌认知途径分析

痘肌人群医美
消费行为分析

伊肤泉品牌的认知途径主要来自小红书、抖音和品牌直播间。

伊肤泉品牌的认知途径 (%) N=1250



● 北京、上海、长沙通过抖音认知比例排在第一位；成都、西安通过品牌直播间认知比例最高。

城市占比 (%)	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
小红书	45.26	34.04	59.09	51.35	38.24	65.63	40.00	33.33
抖音	44.53	42.55	52.27	51.35	35.29	40.63	54.29	35.56
伊肤泉品牌直播间	44.53	36.17	45.45	45.95	50.00	46.88	34.29	53.33
医美/美容博主推荐	38.69	36.17	45.45	37.84	29.41	43.75	28.57	46.67
医美机构医生推荐	35.77	29.79	43.18	32.43	32.35	34.38	40.00	37.78
医美机构咨询师/顾问推荐	31.75	19.15	31.82	37.84	38.24	31.25	25.71	40.00
伊肤泉企业公众号	24.45	19.15	36.36	37.84	23.53	21.88	17.14	15.56

● 25-29岁通过医美机构医生认知的比例高；30-34岁通过抖音认知的比例高，同时关注企业公众号的比例也高于其它年龄段。

年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
小红书	50.00	44.33	34.62	51.22
抖音	46.43	37.11	57.69	41.46
伊肤泉品牌直播间	38.10	48.45	50.00	41.46
医美/美容博主推荐	35.71	39.18	40.38	41.46
医美机构医生推荐	29.76	45.36	36.54	24.39
医美机构咨询师/顾问推荐	25.00	37.11	40.38	21.95
伊肤泉企业公众号	11.90	24.74	40.38	29.27

伊肤泉品牌满意度评价分析

痘肌人群医美
消费行为分析

购买使用过伊肤泉的人，对伊肤泉满意度均值评分**最高4.31**（满分为5），品牌综合满意度达到**92%**。



● 伊肤泉在广州地区的综合满意度：满意（4分）+非常满意（5分）的比例达到100%。

伊肤泉满意度%	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
平均分	4.31	4.24	4.49	4.13	4.40	4.27	4.11	4.46
综合满意度	92.04	84.21	100.00	87.10	96.00	93.33	92.86	91.89
非常满意	39.38	39.47	48.65	32.26	44.00	33.33	17.86	54.05
满意	52.65	44.74	51.35	54.84	52.00	60.00	75.00	37.84

● 伊肤泉在25-29岁、35-44岁人群中的综合满意度比例均在97%及以上。

伊肤泉满意度%	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
平均分	4.21	4.38	4.19	4.45
综合满意度	86.36	97.62	86.05	96.97
非常满意	34.85	42.86	32.56	48.48
满意	51.52	54.76	53.49	48.48

使用伊肤泉品牌最多的原因分析

痘肌人群医美
消费行为分析

使用伊肤泉最多的原因是**祛痘效果显著且安全、专业性强、口碑好、成分独特、高性价比。**

- 使用护肤线品牌最多的原因除了祛痘效果好外,有国家权威机构认证的比例也较高。

伊肤泉使用最多的原因 (%) N=1250



伊肤泉最近
1年购买使用率

65%

购买并使用
最多比例

56%

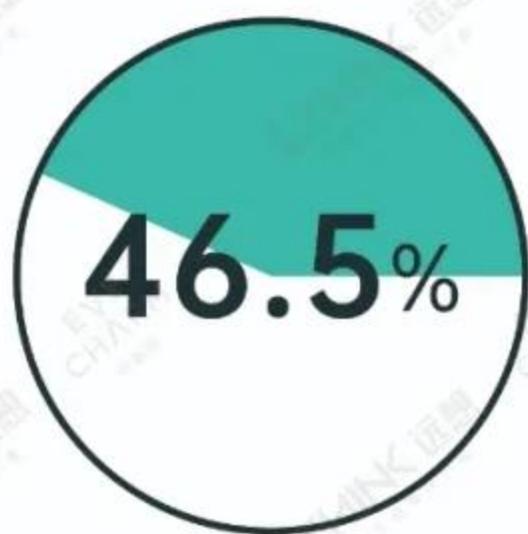
伊肤泉
忠诚度高达

86%

使用伊肤泉品牌最多的原因分析

痘肌人群医美
消费行为分析

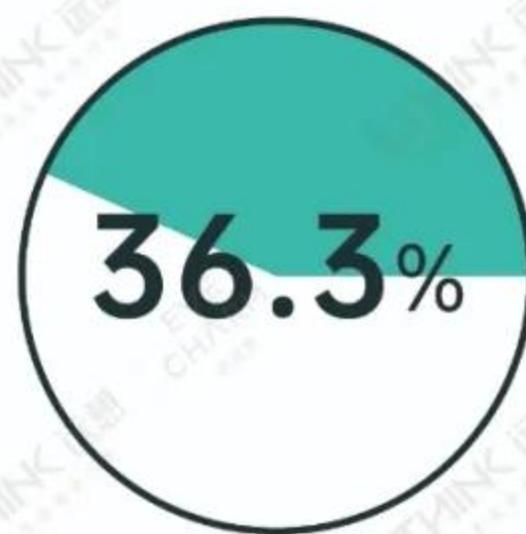
伊肤泉产品使用率最高 TOP3



战痘益生瓶



战痘小绿瓶



舒缓益生瓶

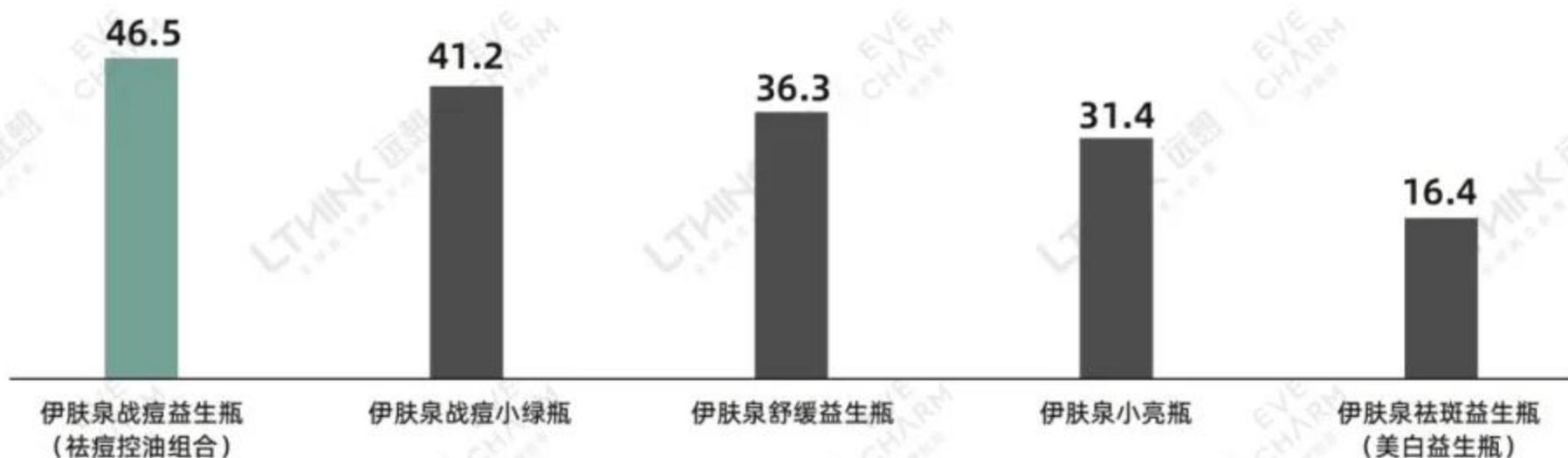


最近1年伊肤泉产品的购买使用率分析

痘肌人群医美消费行为分析

伊肤泉战痘益生瓶使用率最高，其次是战痘小绿瓶。

购买并使用过伊肤泉的产品 (%) N=1250



● 西安使用伊肤泉战痘益生瓶比例最高 (70%)

城市占比 (%)	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
伊肤泉战痘益生瓶 (祛痘控油组合)	44.74	24.32	61.29	44.00	46.67	32.14	70.27
伊肤泉战痘小绿瓶	44.74	45.95	41.94	48.00	40.00	46.43	24.32
伊肤泉舒缓益生瓶	34.21	54.05	32.26	40.00	30.00	32.14	29.73
伊肤泉小亮瓶	26.32	32.43	35.48	32.00	30.00	39.29	27.03
伊肤泉祛斑益生瓶 (美白益生瓶)	5.26	24.32	9.68	24.00	26.67	14.29	13.51

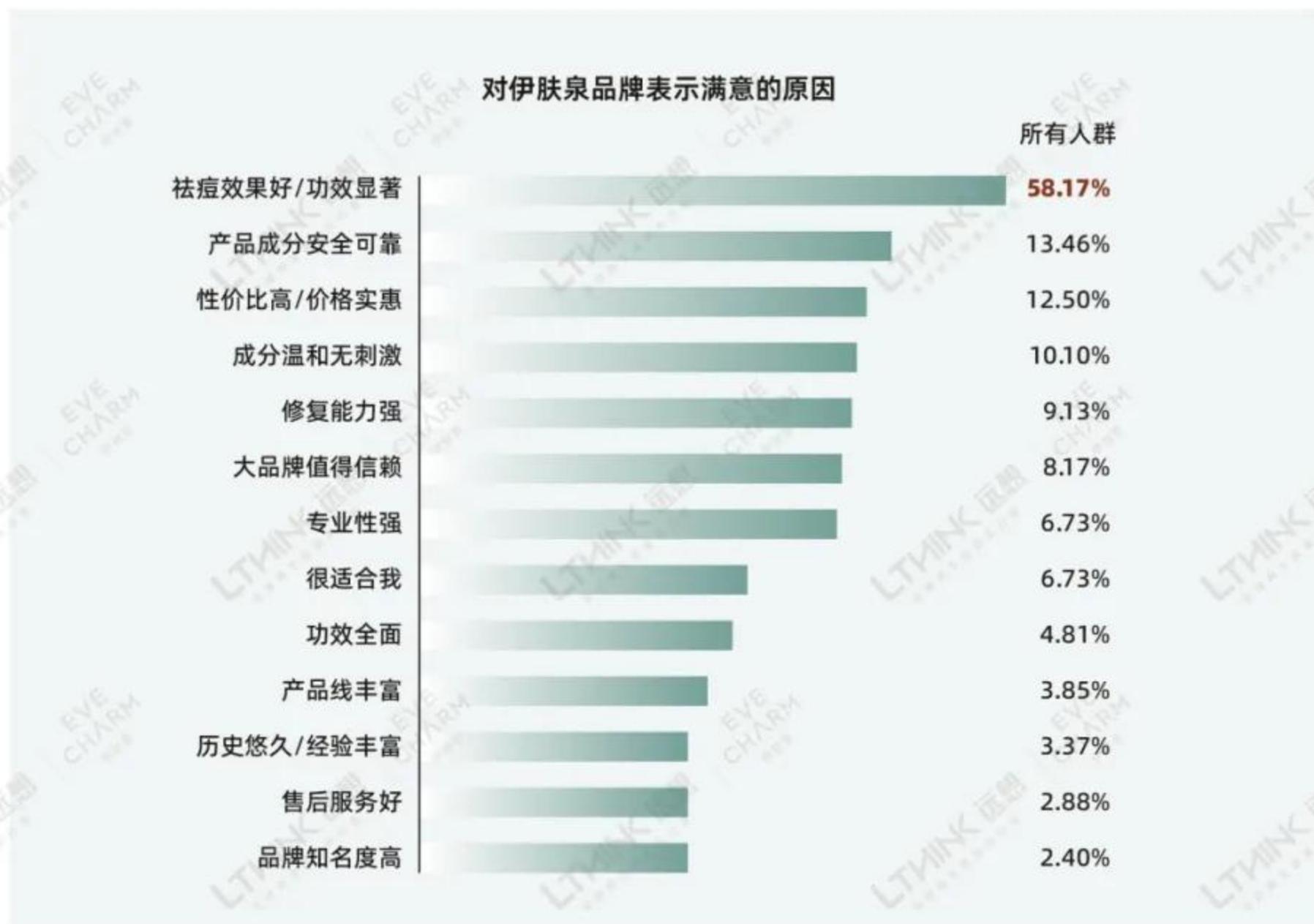
● 25-34岁使用战痘益生瓶的比例超过50%。

年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
伊肤泉战痘益生瓶 (祛痘控油组合)	37.88	54.76	55.81	30.30
伊肤泉战痘小绿瓶	48.48	38.10	34.88	42.42
伊肤泉舒缓益生瓶	39.39	29.76	46.51	33.33
伊肤泉小亮瓶	31.82	25.00	41.86	33.33
伊肤泉祛斑益生瓶 (美白益生瓶)	21.21	15.48	11.63	15.15

祛痘人群对伊肤泉的品牌满意度分析

痘肌人群医美消费行为分析

伊肤泉品牌满意的原因中, 祛痘效果好/效果显著的比例高达**58%**。



满意的原因 (%)

城市	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
产品成分安全可靠	3.13	13.51	14.81	12.50	14.29	3.85	29.41
性价比高/价格实惠	9.38	5.41	14.81	8.33	7.14	19.23	23.53
成分温和无刺激	25.00	13.51	11.11	0.00	3.57	3.85	8.82
专业性强	9.38	10.81	0.00	4.17	7.14	7.69	5.88

祛痘人群对伊肤泉的品牌满意度分析

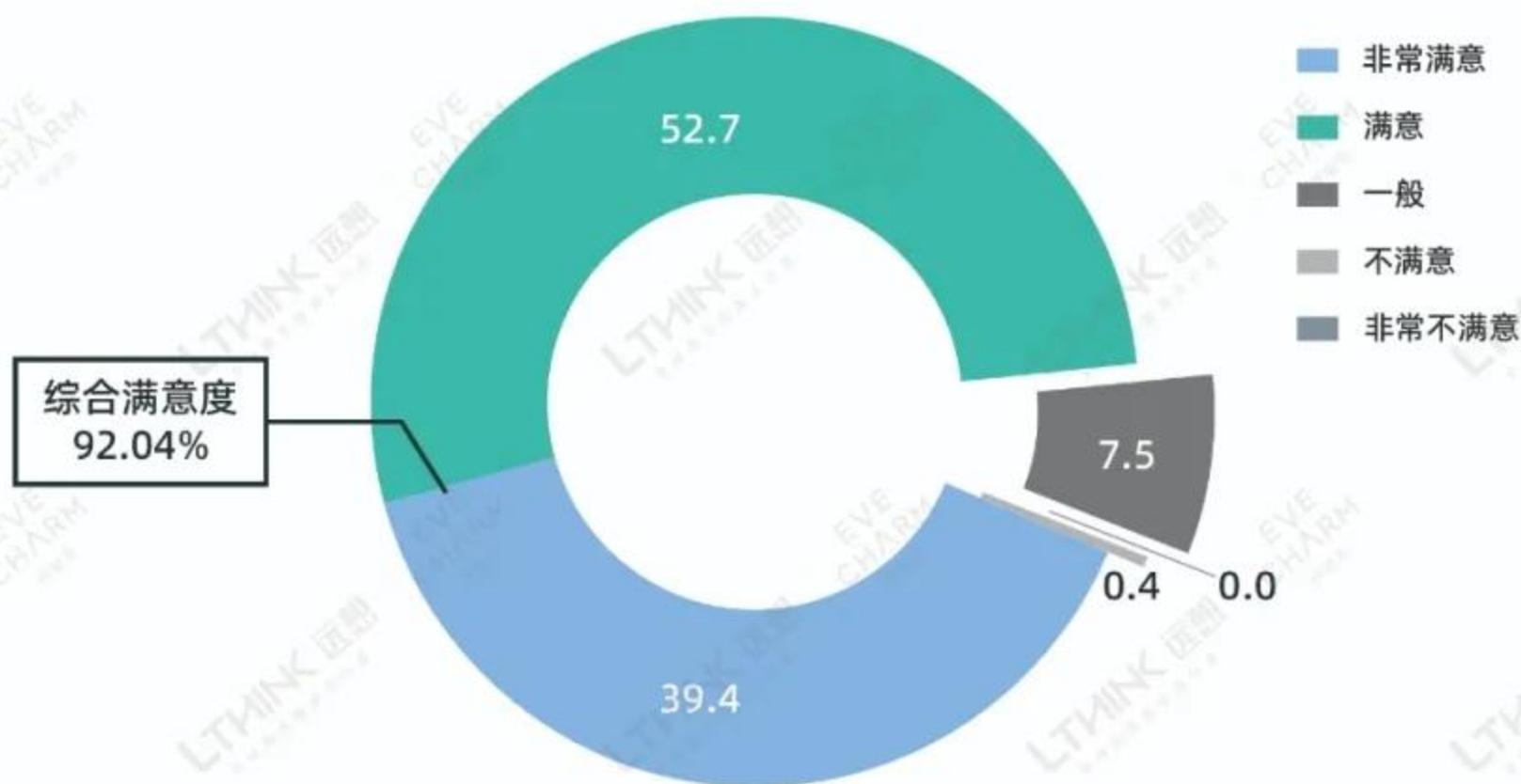
痘肌人群医美
消费行为分析

伊肤泉凭借其强大的产品力使其满意度均值达到**4.31**（满分为5）。

- 痘肌人群对其安全性、成分、专业度均给予肯定，以及明星单品效能持续突出，成就产品力稳固核心。

对伊肤泉品牌满意度（%）

N=1250 均分值=4.31



满意的原因（%）

年龄	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
产品成分安全可靠	17.54	13.41	10.81	9.38
性价比高/价格实惠	7.02	10.98	18.92	18.75
成分温和无刺激	8.77	6.10	21.62	9.38
专业性强	10.53	7.32	2.70	3.13

伊肤泉祛痘产品使用人群深度访谈

痘肌人群医美
消费行为分析

中重度痘痘患者对伊肤泉祛痘产品的使用效果给予充分的肯定。



朱小姐

30岁，IT公司美术总监

婚姻状况：未婚

业余生活：运动、写书法

医美时长：10年

年均医美花费：3-4万

痘痘成因：遗传性，内分泌紊乱，持续长痘，自认问题肌（酒糟鼻、皮肤发红）

使用产品：伊肤泉的战痘益生瓶

用过很多祛痘类产品，和其它产品相比，伊肤泉确实好用

● 维稳，让整个皮肤状态很稳定

我有时候会敏感，有时候会持续性一片一片爆痘；伊肤泉维稳好，使用后1-2个月之内都不会持续性的爆痘没有敏感，也不会爆皮。

● 不会持续性的闷痘

之前用过别的大牌或专门的祛痘的产品，还是会反复闷痘

● 控油效果好

我是油性皮肤，什么都不用的情况下，到下午额头上全是油；但做了伊肤泉祛痘项目后，到下午会有油，但不会是一片，不会很明显的油光，我觉得这个体验感明显不同



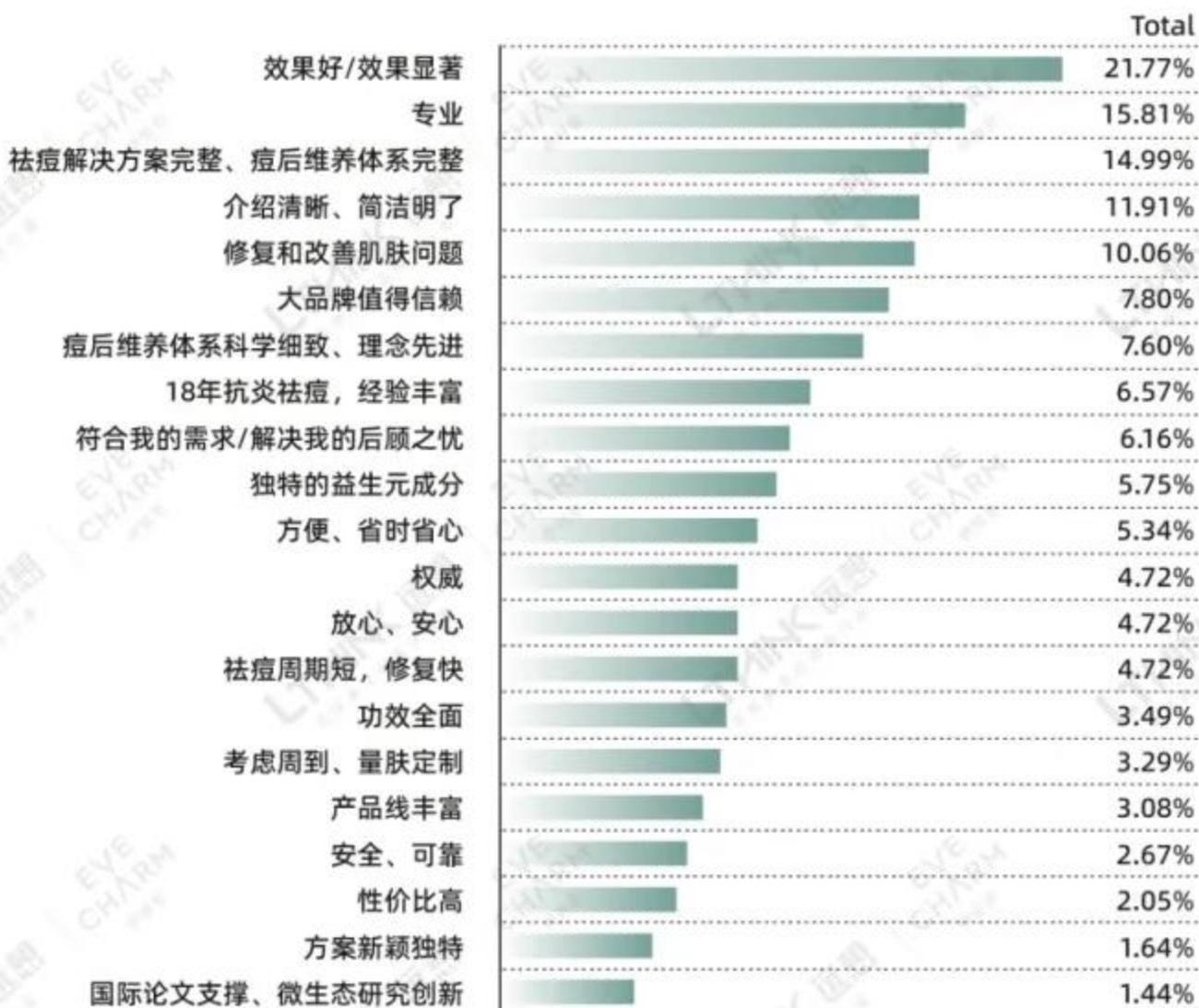
伊肤泉
战痘益生瓶

“伊肤泉泛祛痘一体化解决方案”的喜好程度分析

痘肌人群医美消费行为分析

87%的人群表示喜欢。

- 喜欢的原因是有伊肤泉品牌专业性与权威性背书、有全周期全链路对痛点的精准解决、祛痘方案完整，痘后维养体系科学细致、理念先进，消费者预期效果显著。



“一体化解决方案”的喜好程度 (%)

N=1250 均分值=4.30



“伊肤泉泛祛痘一体化解决方案” 的喜好程度分析

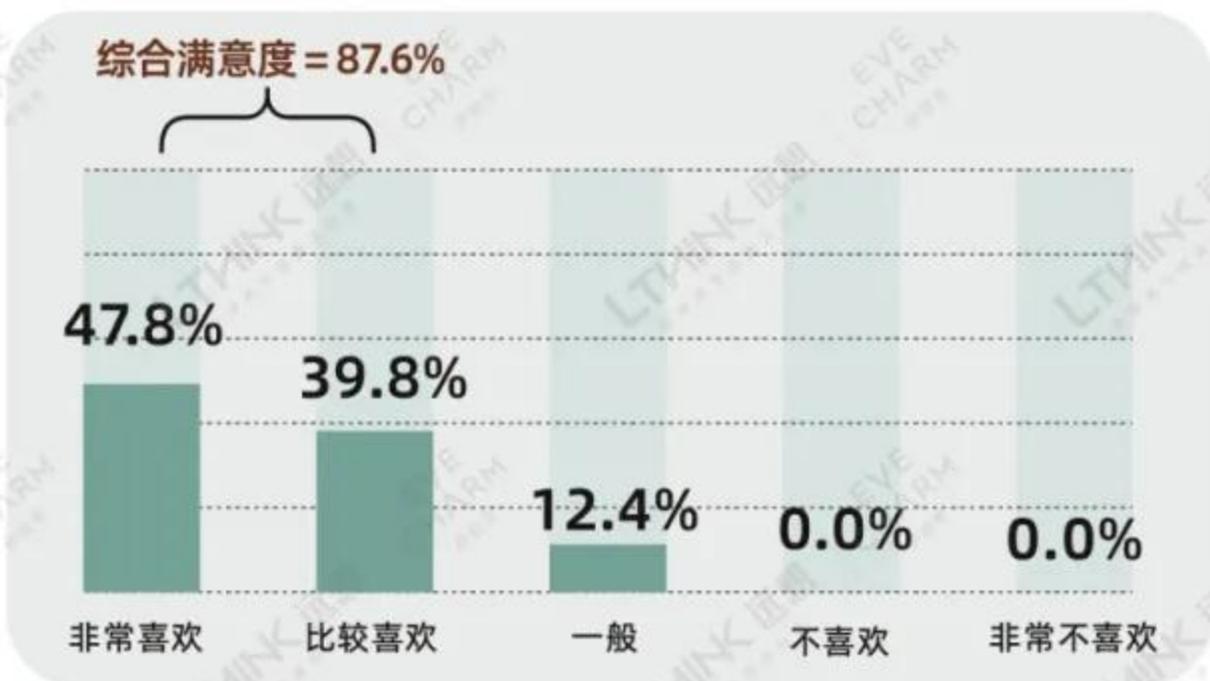
概念测试



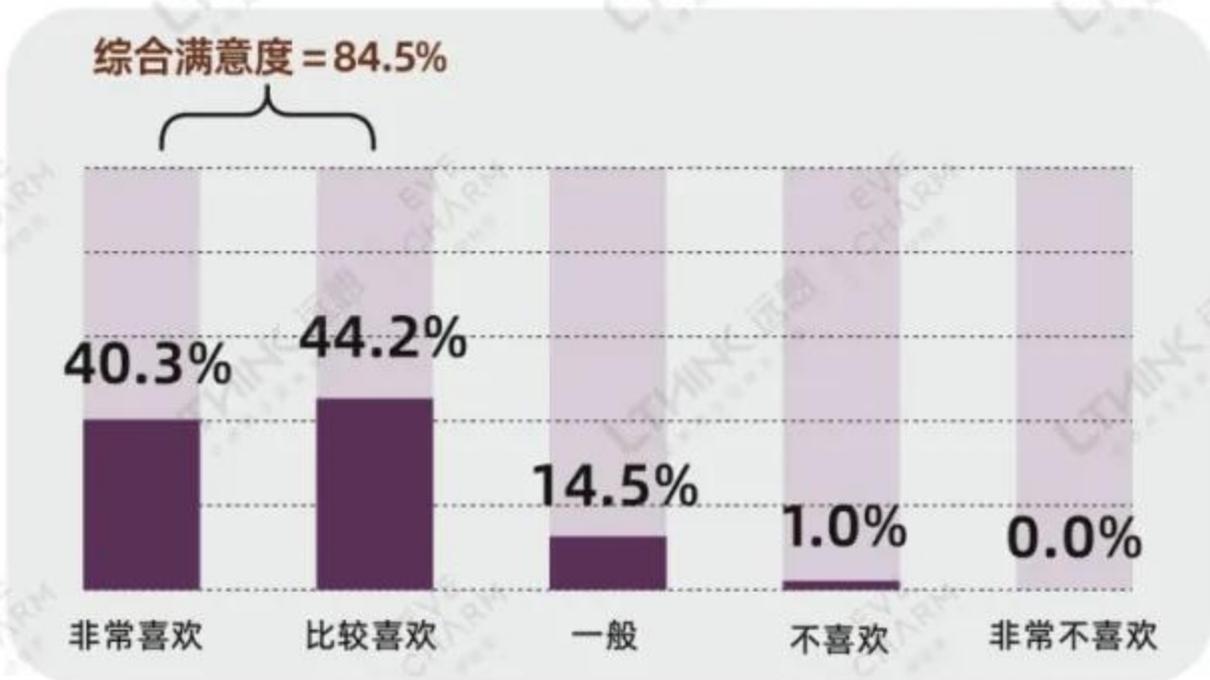
所有人群 (%)
N=2500
均分值=4.30



痘肌人群 (%)
N=1250
均分值=4.35



抗衰人群 (%)
N=1250
均分值=4.24

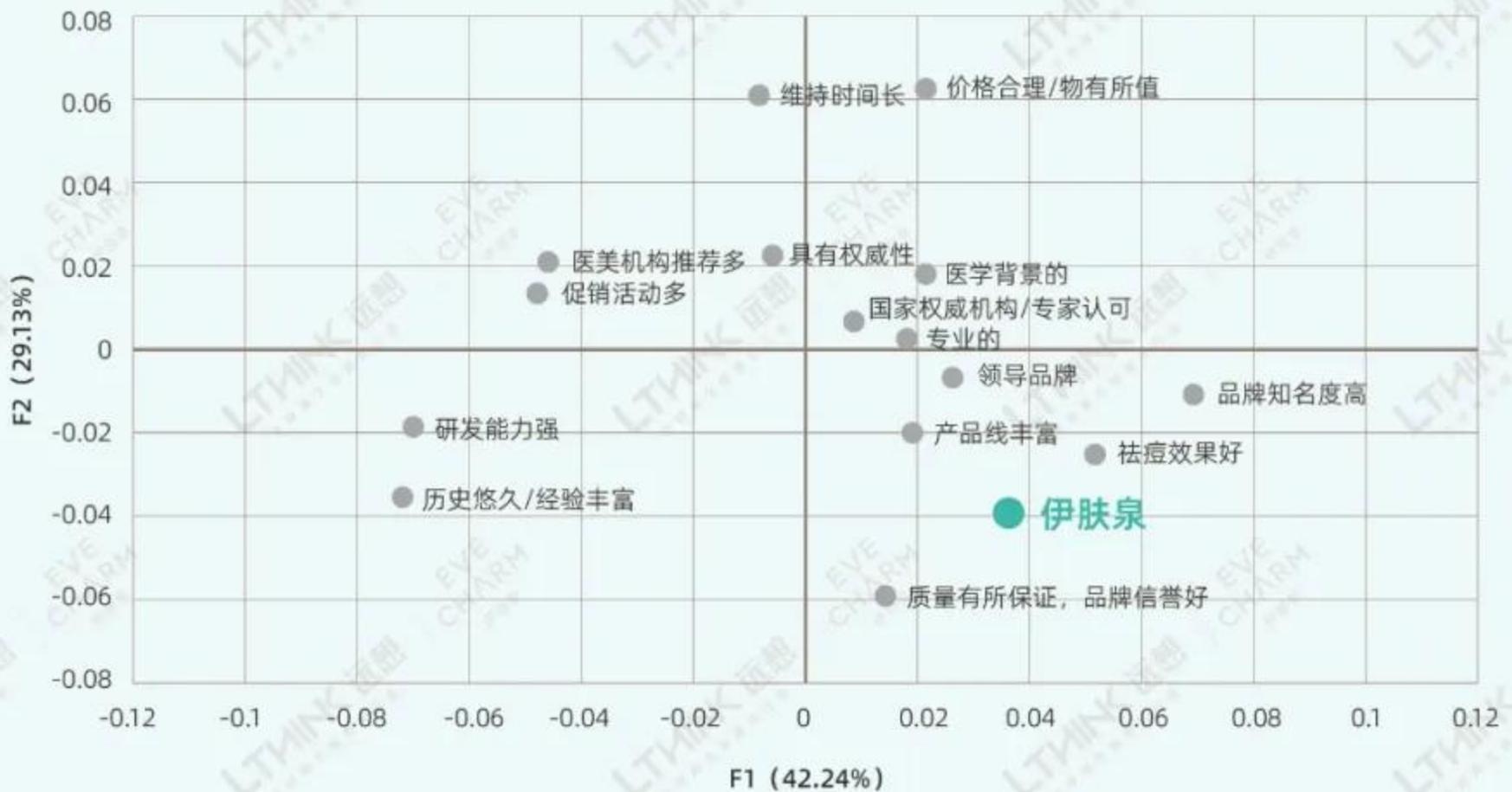


医美祛痘品牌形象与个性定位图

痘肌人群医美
消费行为分析

以专业口碑占领市场高地, 伊肤泉的品牌形象集中表现为产品力强、品牌力强、产品线丰富。

Symmetric plot
(axes F1 and F2: 71.37%)



产品力强



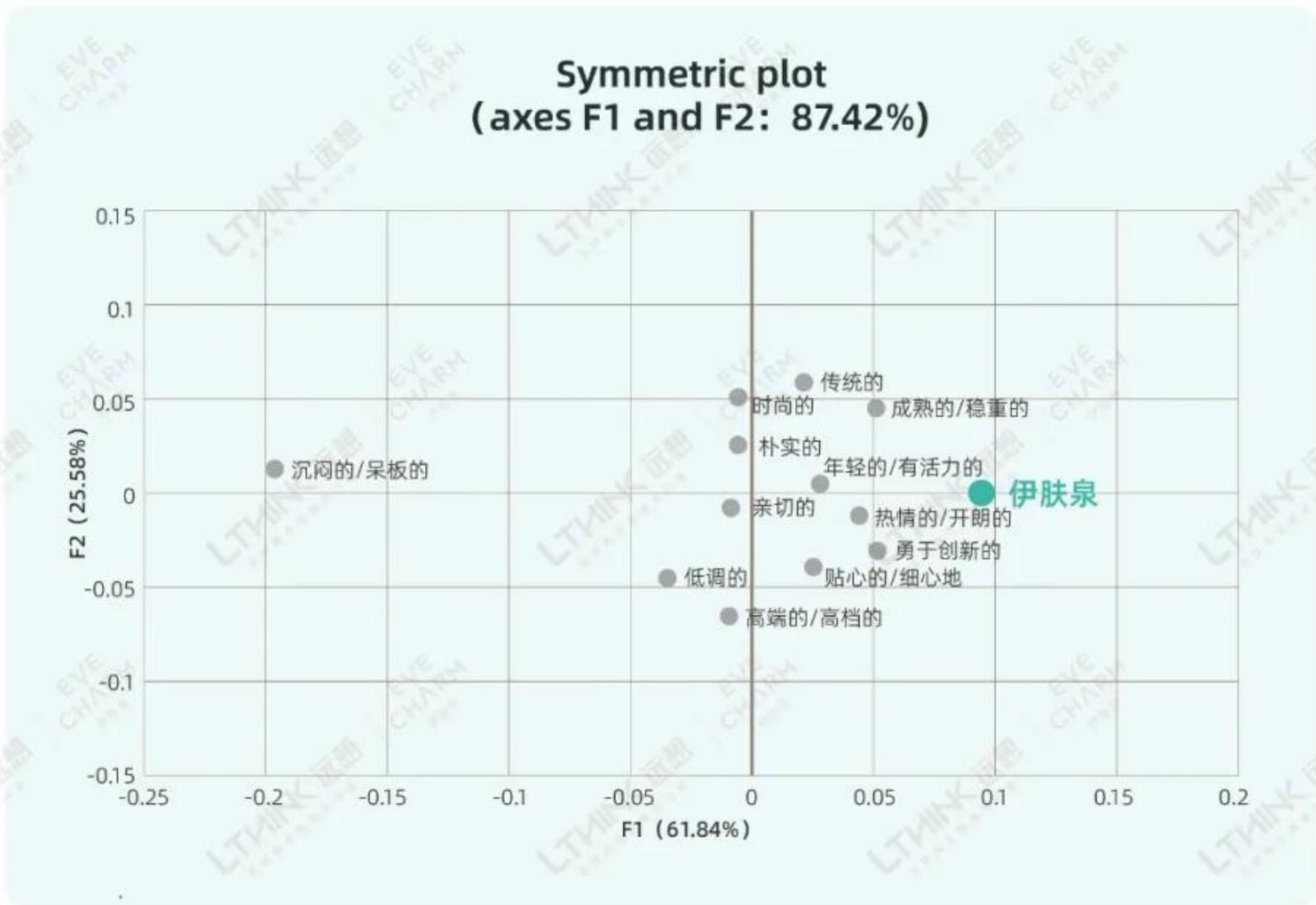
品牌力强



产品线丰富

医美祛痘品牌形象与个性定位图

痘肌人群医美消费行为分析



年轻



有活力



热情



勇于创新

③

抗衰老人群

医美消费行为分析



抗衰老人群的医美消费行为正在呈现出更明确的“价值导向型”特征，他们更关注疗效与安全性的平衡，更在意项目是否能够“系统性、全周期”地解决肌肤老化问题。

抗衰老人群对医美抗衰老项目最迫切的需求是通过短时、安全的治疗，实现多维度长效抗衰，且效果自然可持续；开发“多效合一+长效维持+低损伤”的抗衰老项目，并配套效果可视化和便捷化服务是明确的发展方向。

抗衰老人群认为伊肤泉有实力进入抗衰老赛道，受伊肤泉品牌信任资产驱动，医疗级安全形象形成了对伊肤泉跨品类信任的迁移；她们将伊肤泉祛痘效果良好的口碑投射到抗衰老产品上，对抗衰产品功效预期值高。

选择医美抗衰老的动机分析

抗衰老人群医美
消费行为分析

抗衰老医美的需求并非源自单一的“变年轻”目标，而是情绪、社交、自我认同等多重动因交织的结果。



容颜焦虑
与形象管理

- 动态纹与静态纹的改善
- 面部轮廓的提升
- 预防性抗衰

“在还没形成静态纹之前先去掉动态纹”



社交媒体
与美容院的影响

- 社交平台流行最新的抗衰项目
- 美容院美容师灌输抗衰观念



社交
与外界的比较

- 社交场合的需求
- 朋友的影响
- 与同龄人或年轻一代的比较

“朋友做了脸小一圈，提升明显”（上海抗衰组）
“90后比我年龄小很多的人都去做了抗衰项目，自己不做就亏了”（上海抗衰组）

选择
医美抗衰
的动机



自信心
受打击

- 化妆已无法遮挡黑眼圈、细纹
- 裸装拍照时发现皮肤问题



皮肤问题
的显性化

- 肉眼可见的衰老迹象
- 皮肤干燥、易长纹，容易显老

抗衰老人群医美消费行为分析

选择医美抗衰老的动机分析

选择医美抗衰老最核心的动机是**取悦自己**。

- 医美抗衰老另一个重要的动机是满足社交需求，占比为63%。

选择医美抗衰老的动机 (%) N=1250



- 医美抗衰老动机中，北京因为“夫妻和谐”的比例高于其它人群。

城市占比 (%)	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
取悦自己 (提升自我, 增强自信)	86.80	93.75	97.22	90.00	85.42	76.36	80.00	92.86
社交需求 (重要场合, 收获赞美)	63.04	71.88	63.89	72.50	64.58	60.00	70.00	40.48
夫妻和谐 (增进夫妻之间的感情)	38.61	62.50	55.56	32.50	43.75	18.18	38.00	33.33

- 医美抗衰老动机中，30-34岁因为“夫妻和谐”的比例高于其它人群。
- 35-44岁被访者抗衰老动机为了取悦自己的比例最高。

年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
取悦自己 (提升自我, 增强自信)	85.29	73.81	83.84	93.75
社交需求 (重要场合, 收获赞美)	61.76	69.05	69.70	56.25
夫妻和谐 (增进夫妻之间的感情)	8.82	35.71	50.51	38.28

“迫不及待”的抗衰老场景分析

抗衰老人群医美消费行为分析

被访者表示，被“衰老信号”突然击中的生活场景无处不在。

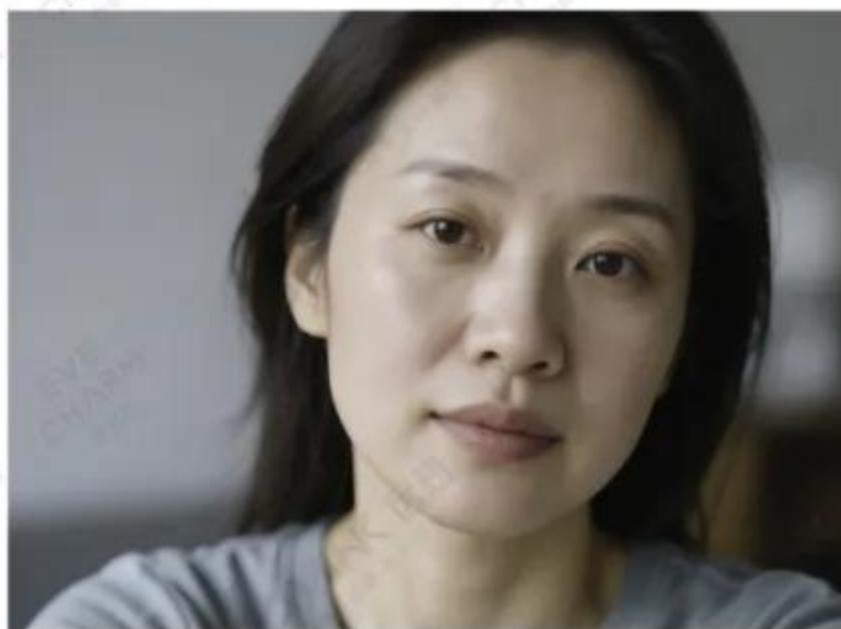
照镜子时

“熬夜后第二天照镜子法令纹很深，老了好几岁”
“照镜子时：发现脸垮了，苹果肌下垂、嚙嚙肉、脸大了”
(上海抗衰老组)



看原相机照片时

“微笑时、抬头时有纹，没形成静态纹之前得先去掉动态纹”
(上海、成都抗衰老组)



化妆时

“没自信，化妆遮挡不了黑眼圈、细纹”
(广州抗衰老组)



出席重要的社交场合前

参加发布会、同行交流、上讲台等场合，需要保持年轻、紧致
的面容。参加同学会、婚礼等社交对比场合。



“迫不及待”的抗衰老场景分析

抗衰老人群医美消费行为分析

看到朋友越来越好看时

“赶紧去问朋友最近做了什么项目”
(广州抗衰老组)



看到小红书最新流行的抗衰老项目时

“特别想去尝试，最新流行打卧蚕祛细纹，用胶原+玻尿酸，把卧蚕抬起来，细纹就没有了”
(成都抗衰老组)



在医美机构或美容院受人诟病

- 医美机构素颜拍照时
“在医美机构素颜拍照时，顾问说眼角有皱纹，要除皱”
(成都抗衰老组)
- 在美容院做护理时
“美容师说脸垮了，灌输抗衰老观念，推荐去医美机构”
(广州抗衰老组)



更迫切的想要选择医美抗衰老的场景分析

抗衰老人群医美消费行为分析

更迫切的想要选择医美抗衰老的场景中，最看重同龄比较，“同龄落后感”加速消费决策启动。

- 医美抗衰老迫切性的场景主要来自“容貌焦虑”、“同龄外貌竞争”以及重要场合获得认可及赞美；还有34%的人想尝新。



- 上海人希望比同龄人年轻的比例最高；广州人想获得别人赞美的比例最高。
- 25-29岁想要尝新的比例最高，她们出席重要会议/上台演讲的比例高、受明星/网红博主影响大，是重要的被营销人群。

	城市占比 (%)							年龄占比 (%)			
	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
希望比同龄人年轻	43.75	50.00	82.50	52.08	49.09	68.00	54.76	47.06	47.62	55.56	64.84
照片/镜子中意外发现皱纹	68.75	44.44	70.00	54.17	49.09	46.00	38.10	52.94	26.19	55.56	57.81
看到朋友/同事做了抗衰项目效果好	56.25	50.00	60.00	50.00	38.18	48.00	45.24	44.12	40.48	46.46	54.69
想获得别人的赞美	37.50	55.56	37.50	20.83	36.36	44.00	42.86	41.18	42.86	37.37	37.50
紫外线暴晒后需要修复	43.75	33.33	37.50	37.50	38.18	32.00	42.86	47.06	35.71	37.37	35.94
被误认年龄大	43.75	50.00	37.50	31.25	25.45	36.00	23.81	23.53	35.71	31.31	39.06
想尝试最新流行的医美抗衰项目	25.00	38.89	30.00	37.50	40.00	30.00	33.33	20.59	40.48	38.38	32.03
出席重要会议/上台演讲	43.75	22.22	35.00	35.42	21.82	34.00	16.67	35.29	42.86	29.29	23.44
受明星/网红博主影响	6.25	22.22	22.50	18.75	29.09	20.00	16.67	26.47	33.33	19.19	14.84

医美抗衰的主要需求分析

抗衰人群医美消费行为分析

医美抗衰最主要的需求是**提拉紧致**。

- 医美抗衰次要需求是减少皱纹以及提亮肤色/改善暗沉，占比在65%左右。



- 城市差异上，长沙将美白、祛斑，西安将减少皱纹排在医美抗衰需求的首位。
- 人群差异上，35-44岁对于提拉紧致、减少皱纹的需求比例明显高于其它人群。

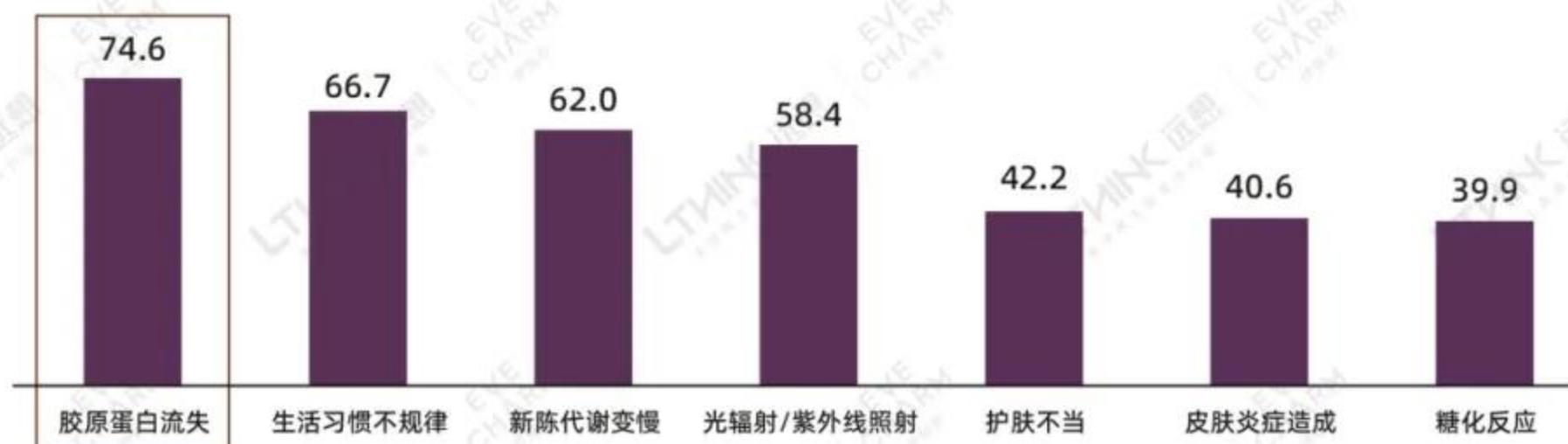
城市占比 (%)	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
提拉紧致	72.61	81.25	77.78	77.78	68.75	65.45	68.00	66.67	70.59	54.76	69.70	81.25
减少皱纹	65.35	71.88	66.67	66.67	62.50	54.55	66.00	71.43	29.41	64.29	61.62	78.13
提亮肤色/改善暗沉	64.03	75.00	69.44	69.44	56.25	63.64	66.00	57.14	58.82	59.52	60.61	69.53
改善皮肤弹性	58.75	71.88	69.44	69.44	52.08	56.36	46.00	64.29	55.88	54.76	59.60	60.16
美白、祛斑	52.157	62.50	38.89	38.89	43.75	41.82	70.00	59.52	47.06	57.14	56.57	48.44

皮肤衰老的诱因分析

抗衰老人群医美
消费行为分析

抗衰老心智迭代，皮肤衰老最主要的认同原因是**胶原蛋白流失**；有41%的人认为是**皮肤炎症造成**。

皮肤衰老的主要原因 (%) N=1250



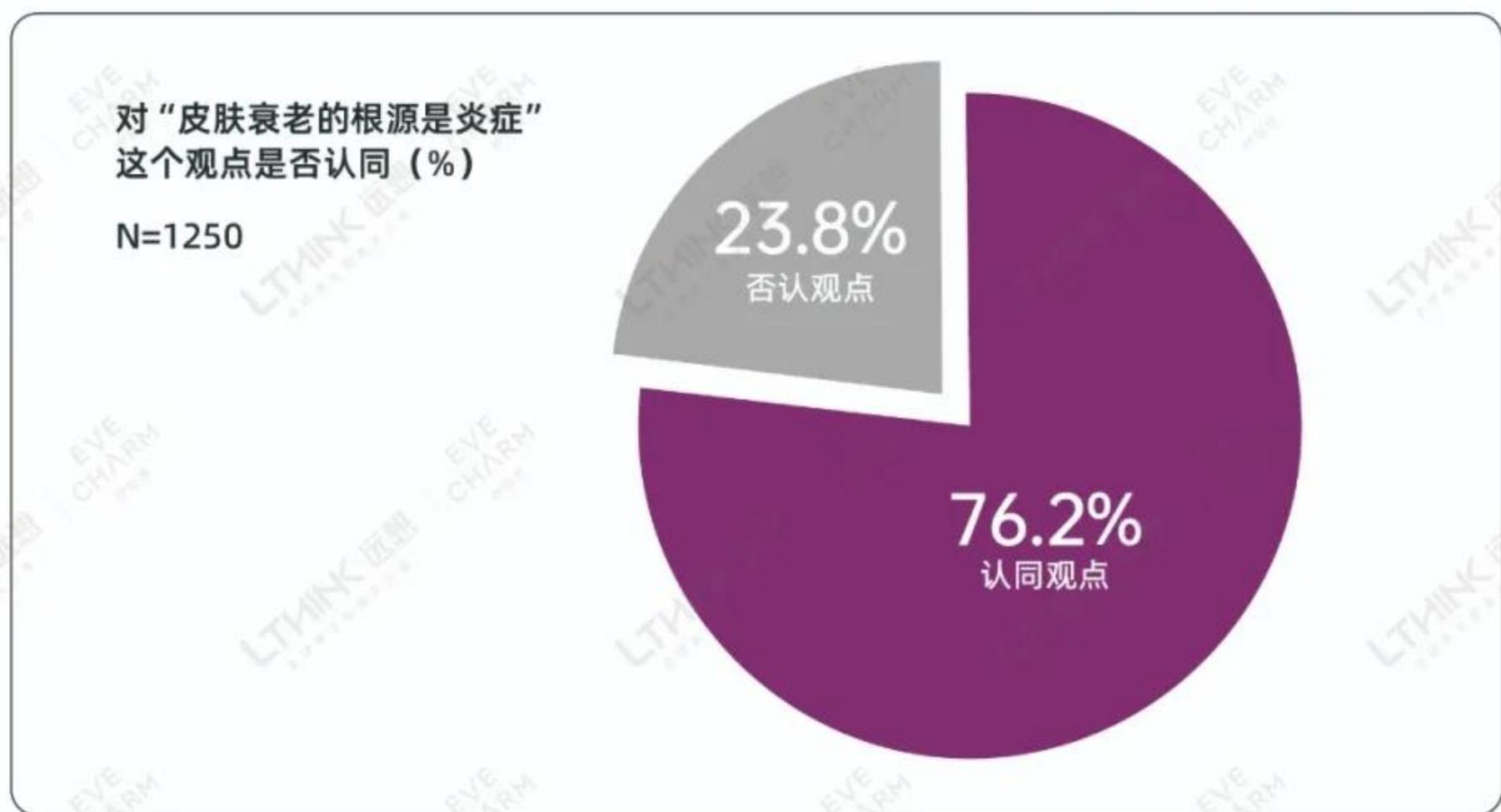
- 广州认为是“新陈代谢变慢”造成皮肤衰老的比例高于其它城市；北京认为光辐射造成衰老的比例高。
- 18-29岁认为是“皮肤炎症造成”的比例明显高于30岁以上人群；30-44岁认为胶原蛋白流失造成的比例高。

	城市占比 (%)								年龄占比 (%)			
	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
胶原蛋白流失	74.59	84.38	72.22	85.00	81.25	60.00	72.00	73.81	50.00	71.43	76.77	80.47
生活习惯不规律	66.67	71.88	69.44	72.50	58.33	58.18	68.00	73.81	64.71	59.52	69.70	67.19
新陈代谢变慢	62.05	68.75	83.33	75.00	56.25	47.27	58.00	57.14	50.00	57.14	56.57	71.09
光辐射/紫外线照射	58.42	78.13	55.56	67.50	64.58	49.09	54.00	47.62	44.12	47.62	60.61	64.06
护肤不当	42.24	50.00	47.22	52.50	37.50	38.18	34.00	42.86	50.00	40.48	38.38	43.75
皮肤炎症造成	40.59	34.38	47.22	40.00	37.50	43.64	40.00	40.48	50.00	54.76	43.43	31.25
糖化反应	39.93	40.63	33.33	45.00	54.17	38.18	36.00	30.95	55.88	33.33	45.45	33.59

“皮肤衰老的根源是炎症” 概念 认同分析

抗衰人群医美
消费行为分析

76%的被访者认同“皮肤衰老的根源是炎症”这一观点，“**炎性抗衰**”
认知趋势年轻化。



● 上海的认同度明显低于其它城市。

城市占比 (%)	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
认同观点	76.24	84.38	75.00	62.50	70.83	80.00	72.00	90.48
否认观点	23.76	15.63	25.00	37.50	29.17	20.00	28.00	9.52

● 18-29岁对这个观点的认同度最高，35-44岁认同度最低。

年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
认同观点	88.24	88.10	79.80	66.41
否认观点	11.76	11.90	20.20	33.59

对医美抗衰老项目起效需求分析

抗衰老人群医美
消费行为分析

对医美抗衰老起效的要求是“长期做，长期保养，效果持续”的比例接近**80%**。

对医美的抗衰老起效要求 (%)
N=1250

长期做，长期保养，效果持续

79.2%

一周见效

43.2%

按疗程做才会有效果

51.8%

做完后立竿见影

21.1%

- 广州被访者希望“一周内见效”的比例高。
- 18-24岁被访者希望“一周内见效”的比例高；25-29岁希望做完后立竿见影的比例明显高于其它人群。

	城市占比 (%)								年龄占比 (%)			
	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
长期做，长期保养，效果持续	79.21	90.63	61.11	80.00	85.42	78.18	80.00	78.57	67.65	71.43	82.83	82.03
按疗程做才会有效果	51.82	53.13	33.33	52.50	47.92	60.00	58.00	52.38	50.00	47.62	58.59	48.44
一周内见效	43.23	40.63	55.56	47.50	41.67	49.09	38.00	30.95	55.88	35.71	47.47	39.06
做完后立竿见影	21.12	21.88	25.00	15.00	12.50	23.64	24.00	26.19	32.35	35.71	20.20	14.06

抗衰老人群医美消费行为分析

医美抗衰老项目分析

医美抗衰老项目的体验中, **光电仪器**的比例最高, 其次是**水光针**。

在医美机构做过的抗衰老项目 (%) N=1250



● 北京、上海做过水光针的比例超过光电项目, 二线城市光电项目第一。

城市占比 (%)	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
光电仪器	43.75	58.33	42.50	42.50	54.55	66.00	66.67
水光针	53.13	50.00	45.00	45.00	40.00	42.00	42.86
抗衰老仪器	34.38	41.67	30.00	30.00	32.73	40.00	38.10
胶原蛋白针注射	34.38	36.11	27.50	27.50	25.45	18.00	30.95
玻尿酸填充	25.00	22.22	25.00	25.00	10.91	20.00	14.29
微针/滚针	6.25	16.67	27.50	27.50	14.55	12.00	11.90

医美抗衰老项目主要需求分析

抗衰老人群医美
消费行为分析

“皱纹”是衰老最直观、最显性的表现，医美抗衰老最想解决的问题主要是各种皱纹。

医美抗衰老项目主要想解决的问题 (%) N=1250



- 上海医美抗衰老项目最想解决法令纹、下颌线松弛的比例高于其它城市。
- 西安、18-24岁最想解决毛孔粗大的比例高; 35-44岁对于解决皱纹的需求最为强烈。

	城市占比 (%)							年龄占比 (%)			
	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
眼周细纹/眼下纹	56.25	52.78	62.50	58.33	60.00	68.00	38.10	44.12	54.76	48.48	67.97
法令纹	62.50	55.56	70.00	64.58	38.18	52.00	47.62	47.06	30.95	58.59	61.72
抬头纹/川字纹/鱼尾纹	59.38	41.67	75.00	58.33	56.36	50.00	42.86	35.29	52.38	52.53	62.50
毛孔粗大	53.13	52.78	42.50	37.50	41.82	50.00	57.14	55.88	52.38	52.53	39.06
下颌线松弛	34.38	41.67	60.00	41.67	32.73	36.00	38.10	38.24	50.00	30.30	45.31

选择医美抗衰老项目的考虑因素分析

抗衰老人群医美消费行为分析

抗衰老效果、安全性是消费者选择医美抗衰老项目最主要的两大考虑因素。

- 排在第二阵营的考虑因素更侧重于效果维度和技术层面, 可以通过量化的科学指标来降低决策的不确定性。

医美机构选择抗衰老项目/产品时的考虑因素 (%) N=1250



不同地域选择医美抗衰项目的考虑因素分析

抗衰人群医美
消费行为分析

- 北京、昆明、长沙对安全性的考量排第一位；广州对抗衰效果、上海对维持时间、北京对抗衰部位、西安对产品合规性的考虑比例都较高。

城市占比 (%)	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
抗衰效果	59.74	65.63	61.11	72.50	60.42	47.27	56.00	61.90
安全性	59.74	71.88	52.78	60.00	56.25	49.09	72.00	59.52
技术含量	38.94	46.88	50.00	37.50	37.50	41.82	34.00	28.57
维持时间	37.95	31.25	38.89	50.00	39.58	38.18	38.00	28.57
见效时间	36.30	34.38	55.56	40.00	27.08	36.36	32.00	33.33
产品合规性	35.97	37.50	30.56	45.00	31.25	36.36	26.00	47.62
抗衰部位	35.64	53.13	36.11	32.50	39.58	25.45	34.00	35.71
性价比	24.75	37.50	27.78	17.50	20.83	20.00	24.00	30.95

- 18-24岁考虑产品合规性、性价比的比例明显高；25-29岁对安全性最为重视；35-44岁最看重抗衰效果。

年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
抗衰效果	50.00	40.48	55.56	71.88
安全性	55.88	57.14	54.55	65.63
技术含量	41.18	40.48	35.35	40.63
维持时间	32.35	28.57	35.35	44.53
见效时间	38.24	30.95	39.39	35.16
产品合规性	58.82	30.95	30.30	35.94
抗衰部位	35.29	28.57	38.38	35.94
性价比	41.18	14.29	23.23	25.00

对医美抗衰老项目/产品不满的主要原因分析

抗衰老人群医美消费行为分析

抗衰老人群对医美抗衰老项目的不满主要来自**产品、效果以及服务**三个方面。



产品维度

维持时间短

- 普遍反馈效果持续时间只有1-2个月，希望维持时间长，可以维持3-6个月（上海、成都抗衰老组）

术后副作用明显

- 术后恢复期体验差，术后‘关公脸’太丑了（成都抗衰老组）

效果滞后性

- 见效慢，至少2-3周左右能看到效果（上海抗衰老组）

功能单一性

现有针对祛黄、去色沉产品少（广州抗衰老组）

没有搭配使用的术后医美类护肤品

搭配专业护肤品，有针对性，功能强，滋润度、适配性更佳（广州抗衰老组）



效果维度

效果可视化不足

缺乏胶原吸收量等客观数据佐证效果，最好有个检测仪器，打完以后测试吸收了多少胶原量（上海抗衰老组）

肤质适配性问题

- 产品滋润度、刺激性未能匹配敏感肌需求

综合抗衰老体验弱

嘭弹、胶原感的效果不明显（成都抗衰老组）
祛斑产品项目不明显（上海抗衰老组）



服务维度

术后关怀缺失

- 缺乏术后修复指导及进度跟踪，没人定期发消息提醒该做什么项目了（上海抗衰老组）

项目组合设计不足

希望提供针对敏感肌人群的抗炎+修复+抗衰老整合方案（成都抗衰老组）

医美顾问信任危机

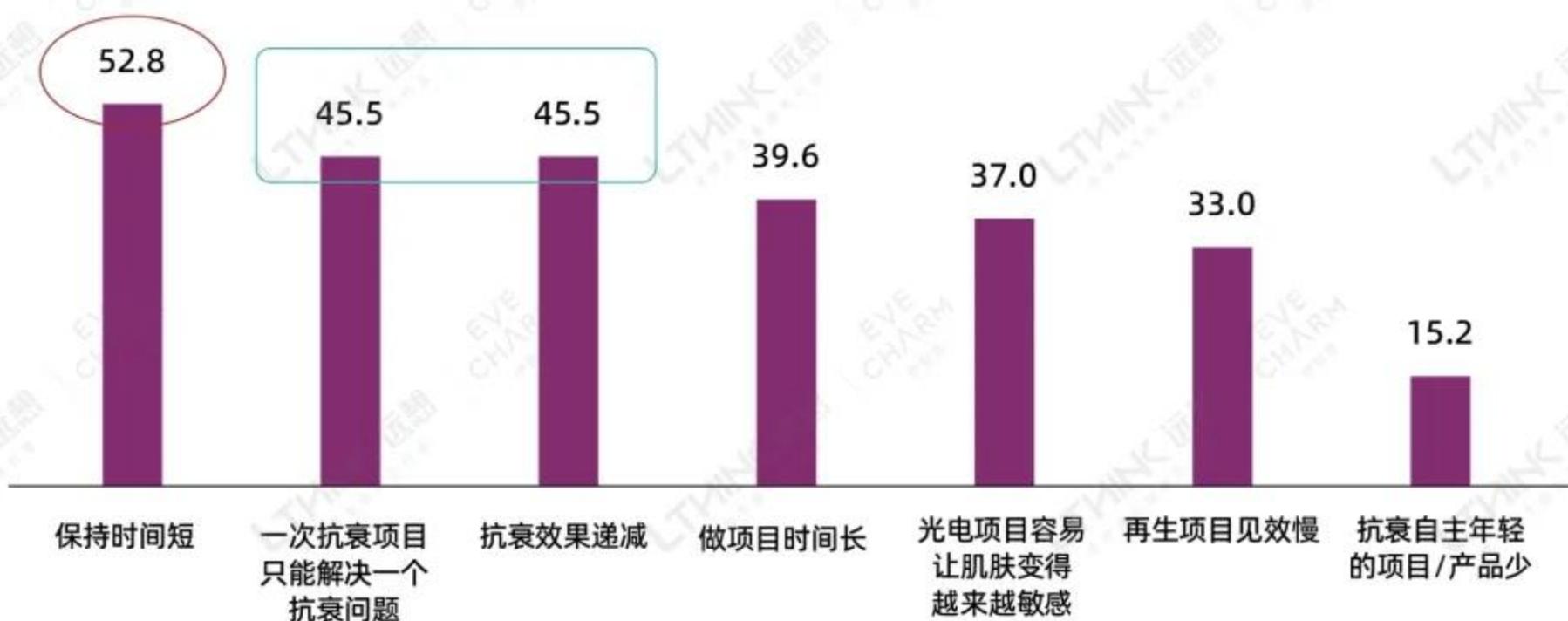
- 消费者担忧顾问过度推销而非个性化建议，希望她们站在消费者角度考虑问题（成都抗衰老组）

医美机构抗衰项目主要痛点分析

抗衰人群医美
消费行为分析

医美抗衰项目最主要痛点**保持时间短**；其次是一次只能解决一个抗衰问题以及效果递减。

在医美机构做抗衰项目时的主要痛点 (%) N=1250



- 北京、昆明、西安的被访者认为医美抗衰项目最大的痛点是“一个项目只能解决一个抗衰问题”，其中北京的比例高达63%。

城市占比 (%)	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
保持时间短	52.81	46.88	52.78	62.50	64.58	47.27	52.00	42.86
一次抗衰项目只能解决一个抗衰问题	45.54	62.50	50.00	27.50	31.25	50.91	50.00	50.00
抗衰效果递减	45.54	37.50	55.56	45.00	45.83	50.91	42.00	40.48
做项目时间长	39.60	43.75	44.44	42.50	35.42	41.82	30.00	42.86
光电项目容易让肌肤变得越来越敏感	36.96	40.63	36.11	40.00	41.67	34.55	24.00	45.24
再生项目见效慢	33.00	31.25	25.00	40.00	41.67	21.82	30.00	42.86
抗衰自主年轻的项目/产品少	15.18	9.38	8.33	17.50	12.50	16.360	26.00	11.90

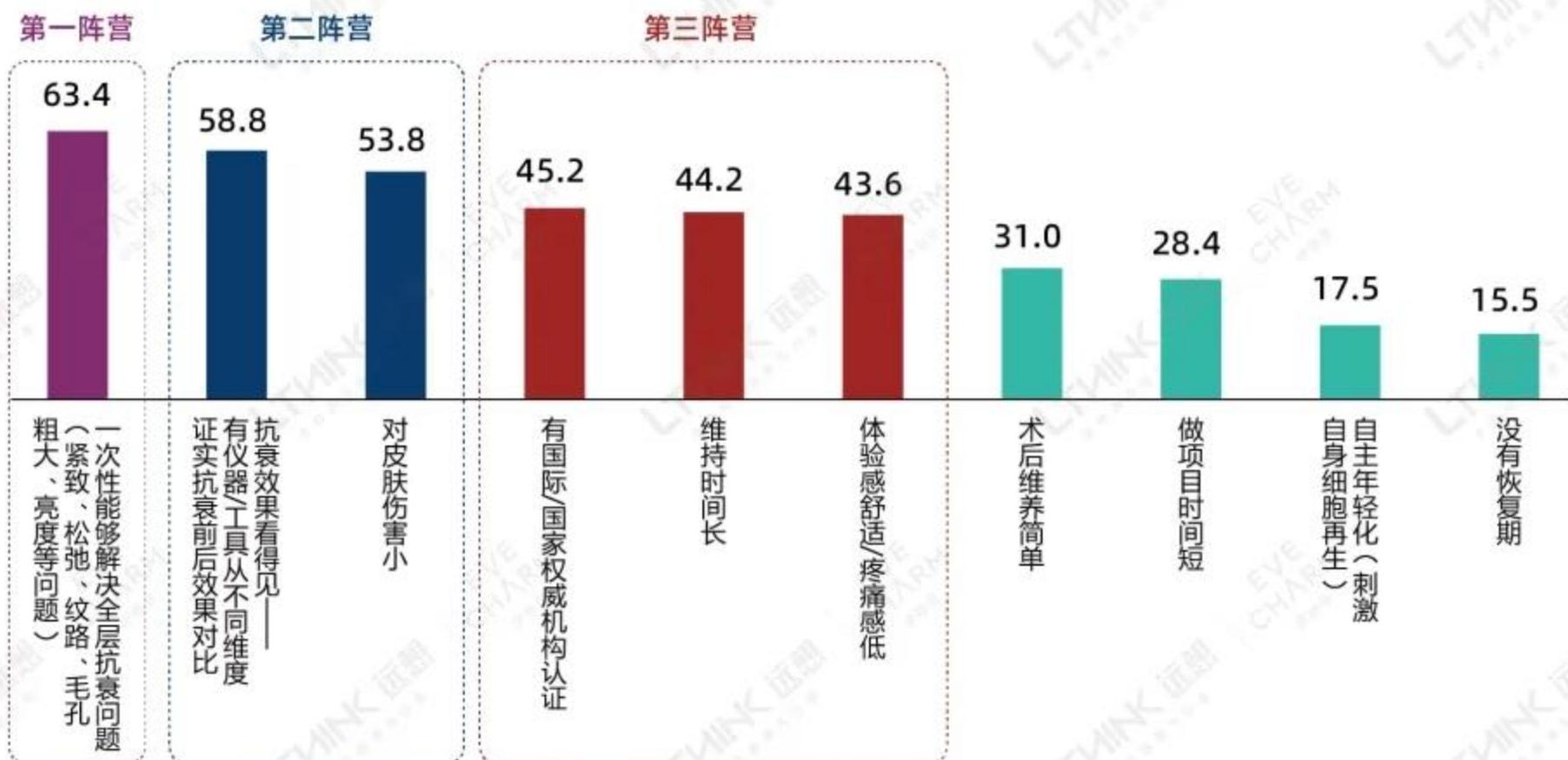
理想中的医美抗衰项目/抗衰产品需求分析

抗衰人群医美消费行为分析

由“局部改善”升级为“整体重构”，63.4%的消费者对于理想的医美项目需求是能够一次性解决全层抗衰问题。

- 抗衰效果看得见、对皮肤伤害小分别排在第二、三位，同属第二阵营。
- 权威机构认证、维持时间长、疼痛感低的需求比例接近，属于第三阵营。

理想中的医美抗衰项目/抗衰产品 (%) N=1250



	城市占比 (%)							年龄占比 (%)			
	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
抗衰效果看得见 (有仪器/工具从不同维度证实抗衰前后效果对比)	71.88	50.00	75.00	54.17	56.36	62.00	45.24	61.76	59.52	59.60	57.03
对皮肤伤害小	65.63	66.67	57.50	60.42	30.91	56.00	50.00	47.06	50.00	51.52	58.59
有国际/国家权威机构认证	43.75	50.00	40.00	35.42	41.82	46.00	61.90	50.00	54.76	37.37	46.88
没有恢复期	25.00	5.56	20.00	12.50	7.27	20.00	21.43	26.47	14.29	12.12	15.63

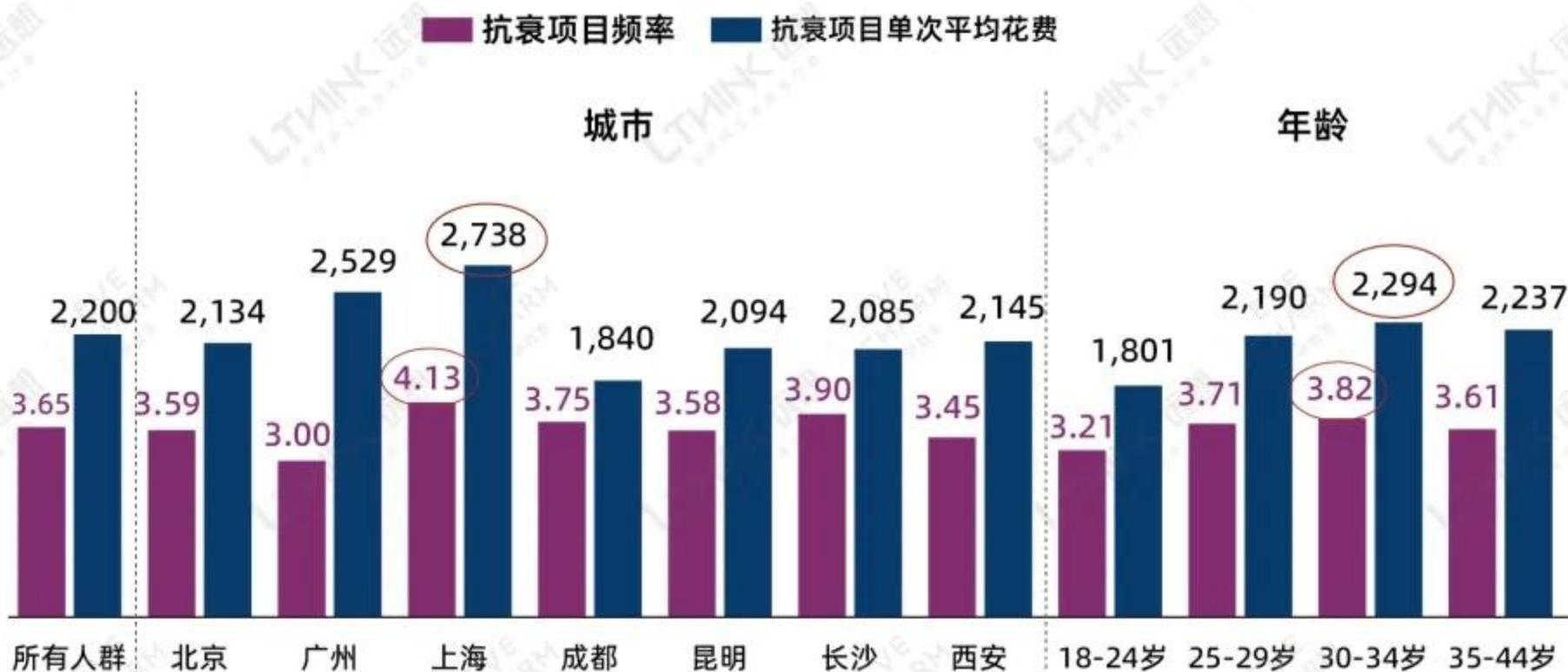
医美抗衰项目频率及单次花费分析

抗衰人群医美
消费行为分析

一线城市人群与30-34岁人群在医美抗衰项目上展现出**更高频、更高额、更规律**的投入节奏。

- 做抗衰项目的频率及项目单次平均花费以30-34岁人群最高。

抗衰项目频率和抗衰项目单次平均花费
N=1250 Mean (次/年)



医美抗衰老项目频率分析

抗衰老人群医美消费行为分析

北上广抗衰老人群医美抗衰老月均频率更稳定，周期性高投入成新常态。

- 医美抗衰老项目做的频次，北京虽然每月1次的比例最高，但每半年1次的比例也高，两级分化拉低了年均频次。



	城市占比 (%)								年龄占比 (%)			
	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
频次 (次/年)	3.65	3.59	3.00	4.13	3.75	3.58	3.90	3.45	3.21	3.71	3.82	3.61
每半年1次	31.35	43.75	22.22	27.50	37.50	25.45	26.00	40.48	20.59	35.71	28.28	35.16
每3个月1次	25.41	15.63	25.00	25.00	27.08	23.64	36.00	21.43	20.59	21.43	31.31	23.44
不定期做	13.86	9.38	25.00	12.50	12.50	16.36	8.00	14.29	32.35	7.14	11.11	13.28
每2个月1次	12.54	6.25	8.33	20.00	8.33	16.36	18.00	7.14	14.71	23.81	14.14	7.03
每月1次	8.58	12.50	5.56	10.00	10.42	7.27	6.00	9.52	5.88	4.76	8.08	10.94
每年1次	8.25	12.50	13.89	5.00	4.17	10.91	6.00	7.14	5.88	7.14	7.07	10.16

抗衰人群医美消费行为分析

医美抗衰项目接受价格分析

抗衰项目可接受平均价格：单次近6000元；每季度近2万元；每年近8万元。

- 35-44岁人群单次可接受的价格最高。



医美抗衰老项目接受价格分析

抗衰老人群医美消费行为分析

- 广州每年可接受的价格最高，其次是上海，昆明、长沙、西安在一个档次。
- 25-34岁全年可接受的价格的价格最高。



	城市占比 (%)							年龄占比 (%)				
	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
Mean (元)	77155	77078	82431	81750	79375	72173	73770	66929	71735	79679	79333	73957



上万元抗衰项目需要提供的服务分析

抗衰人群医美
消费行为分析

对于高价值抗衰项目最核心的需求是**机构权威性>医生权威性>舒适性/低痛感**。

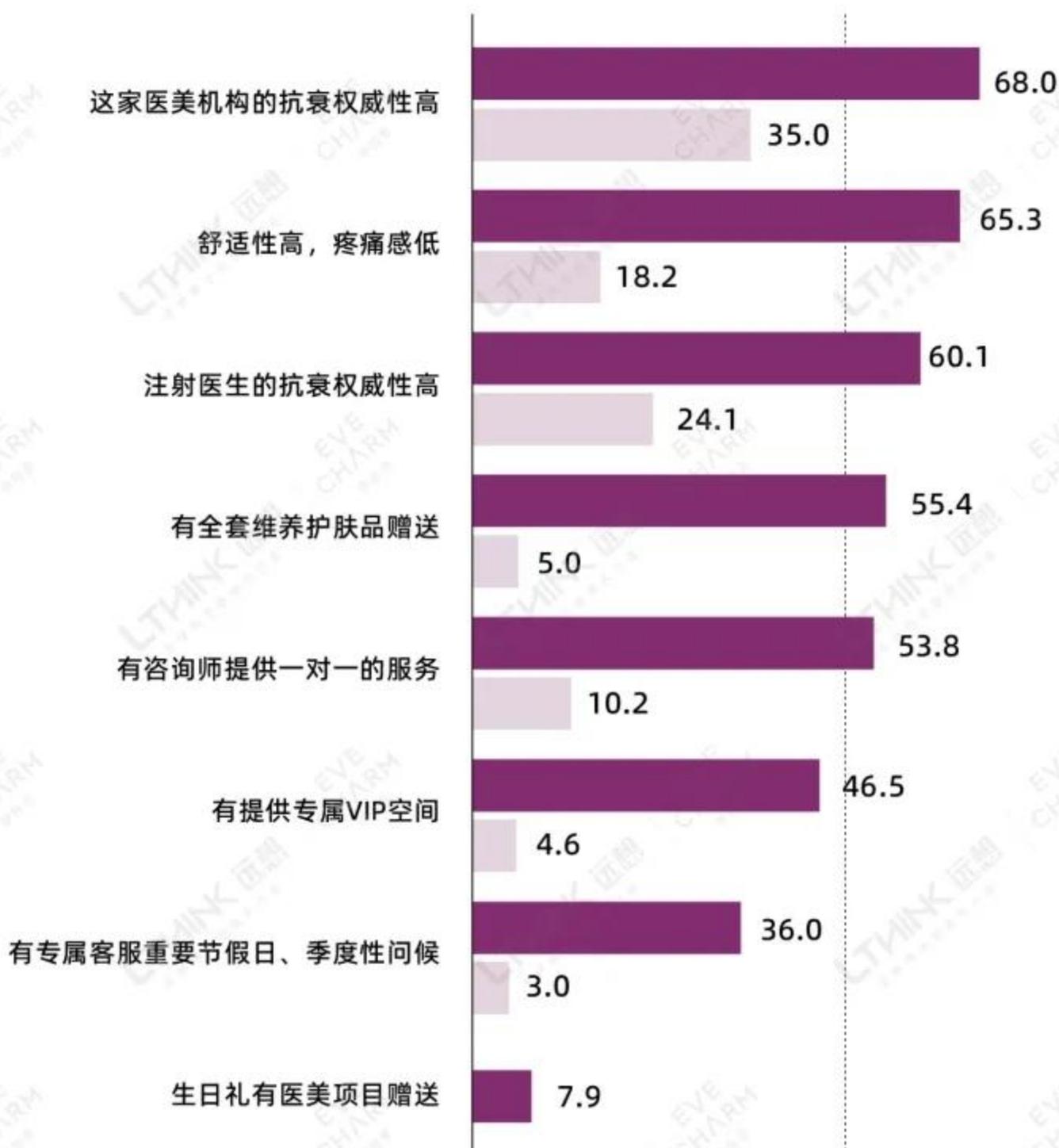
- 医美抗衰人群对抗衰项目存在“安全信任优先”与“体验感升级”的双重需求,从理性层面依赖权威背书确保安全性(机构资质)和效果性(医生技术),从感性层面追求无压力舒适体验。

项目需要提供的服务 (%)

N=1250

■ 上万元抗衰项目需要提供的服务

■ 最需要的服务



上万元抗衰老项目需要提供的服务分析

抗衰老人群医美
消费行为分析

一线城市人群及35-44岁人群对**注射医生的权威性高最为看重。**

- 北京对于痛感低、上海对于提供一对一服务、西安对于注射医生权威性的比例最高。

上万元抗衰老项目 需要提供的服务	城市占比 (%)								年龄占比 (%)			
	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
这家医美机构的抗衰老权威性高	67.99	59.38	63.89	70.00	79.17	70.91	70.00	57.14	76.47	66.67	68.69	65.63
舒适性高, 疼痛感低	65.35	96.88	72.22	62.50	62.50	52.73	66.00	57.14	61.76	59.52	60.61	71.88
注射医生的抗衰老权威性高	60.07	65.63	58.33	65.00	54.17	52.73	62.00	66.67	58.82	64.29	52.53	64.84
有全套维养护肤品赠送	55.45	53.13	63.89	67.50	58.33	38.18	56.00	57.14	50.00	45.24	55.56	60.16
有咨询师提供一对一的服务	53.80	59.38	63.89	75.00	54.17	38.18	48.00	47.62	41.18	47.62	47.47	64.06
有提供专属VIP空间	46.53	43.75	41.67	60.00	47.92	60.00	40.00	28.57	38.24	52.38	52.53	42.19
有专属客服重要节假日、 季度性问候	35.97	28.13	36.11	37.50	43.75	30.91	42.00	30.95	50.00	42.86	35.35	30.47
生日礼有医美项目赠送	7.92	18.75	2.78	20.00	4.17	3.64	6.00	4.76	0.00	9.52	4.04	12.50

- 最需要的服务选择中, 北京和上海选择了医生的权威性, 西安选择了机构的权威性, 说明消费者对抗衰老项目存在安全信任优先的原则。

最需要的服务	城市占比 (%)								年龄占比 (%)			
	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
这家医美机构的抗衰老权威性高	34.98	25.00	30.56	27.50	41.67	38.18	42.00	33.33	52.94	45.24	31.31	29.69
注射医生的抗衰老权威性高	24.09	40.63	27.78	32.50	12.50	18.18	24.00	21.43	14.71	21.43	21.21	29.69
舒适性高, 疼痛感低	18.15	15.63	22.22	17.50	22.92	18.18	12.00	19.05	20.59	16.67	18.18	17.97
有咨询师提供一对一的服务	10.23	6.25	11.11	20.00	6.25	1.82	16.00	11.90	2.94	7.14	12.12	11.72
有全套维养护肤品赠送	4.95	9.38	5.56	0.00	4.17	3.64	2.00	11.90	0.00	2.38	7.07	5.47
有提供专属VIP空间	4.62	0.00	2.78	2.50	2.08	16.36	2.00	2.38	5.88	2.38	8.08	2.34
有专属客服重要节假日、 季度性问候	2.97	3.13	0.00	0.00	10.42	3.64	2.00	0.00	2.94	4.76	2.02	3.13

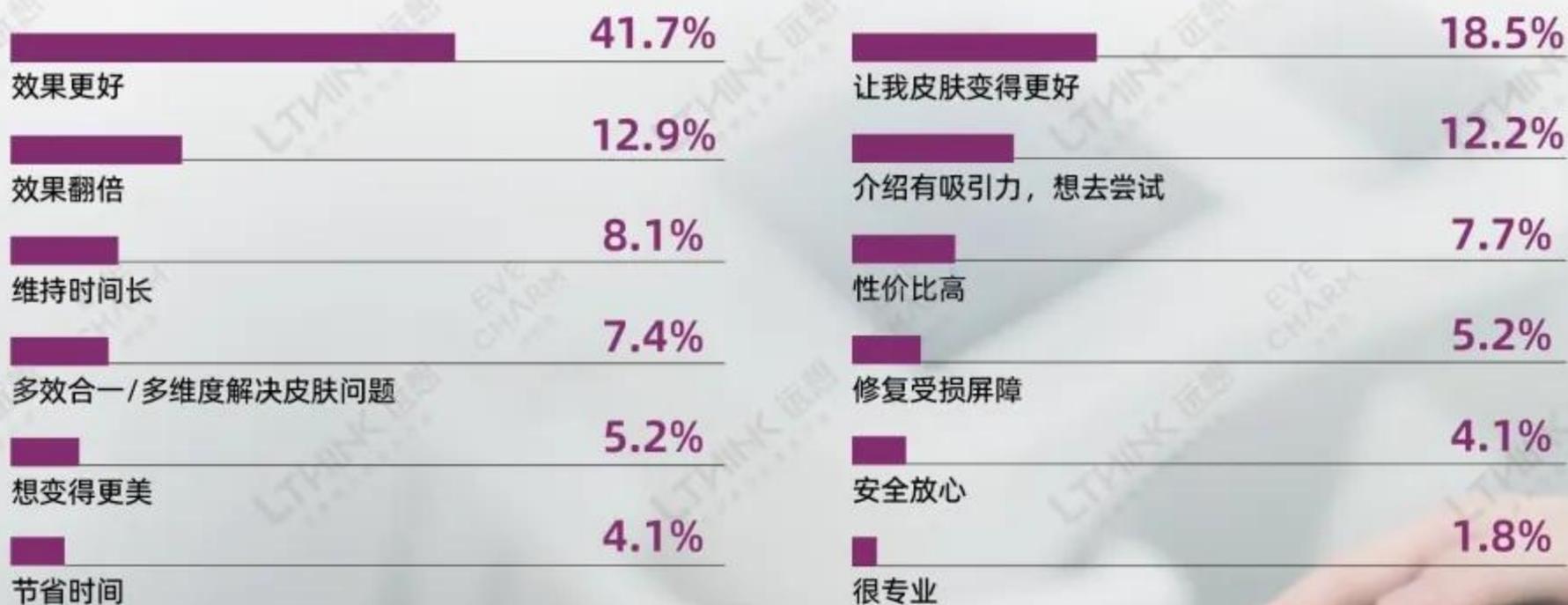
光电项目后配微针或水光针抗衰项目的接受意愿分析

抗衰人群医美
消费行为分析

光电项目后配微针或水光针抗衰项目**正向接受意愿接近九成**，诱因是**效果驱动**。

- 消费者最看重的是强功效与全面改善；其次性价比和时效性。

接受的原因% N=1118

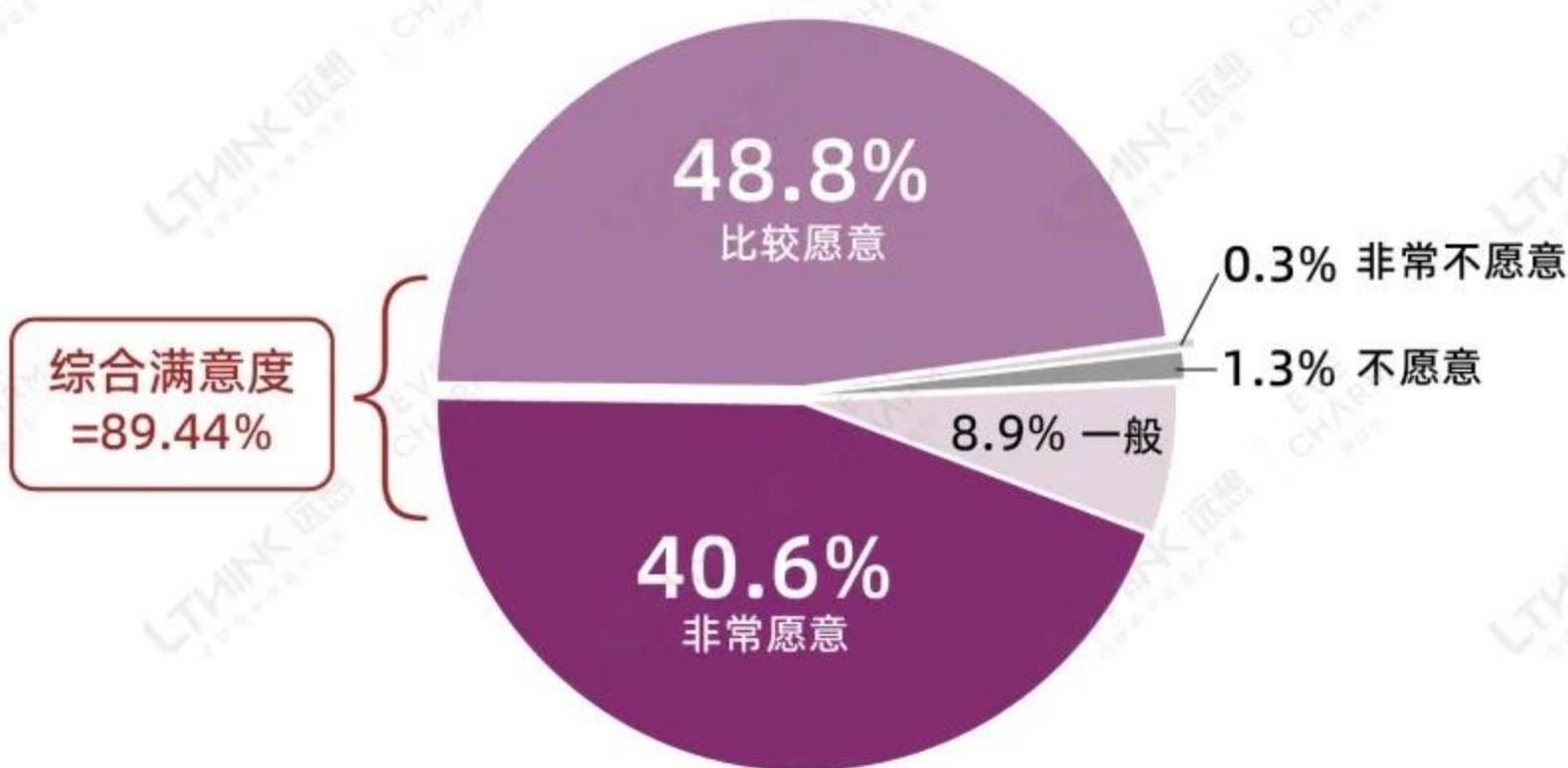


光电项目后配微针或水光针抗衰老项目的接受意愿分析

抗衰老人群医美消费行为分析

- 不接受的比例占11%，主要原因是信任缺失，来自对效果的不确定性和机构的不信任，是风险规避的表现。

对光电项目+（微针或水光针）抗衰老项目的接受意愿（%）
N=1250 均分值=4.28



不接受的原因（%） N=69



	城市占比 (%)								年龄占比 (%)			
	所有人群	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
均分值	4.28	4.47	4.39	4.18	4.19	4.25	4.26	4.31	4.26	4.19	4.35	4.26

抗衰老人群对伊肤泉的品牌认知分析

抗衰老人群医美消费行为分析

65%的抗衰老人群认识伊肤泉。

- 使用过伊肤泉战痘小绿瓶的比例最高43%；伊肤泉战痘、舒缓、祛斑益生瓶以及小亮瓶的使用率在36-38%；使用最多的产品是战痘益生瓶占到24%，是战痘小绿瓶的比例为16%。



伊肤泉品牌认知 N=1250



- 对伊肤泉品牌最主要的认知是产品力和品牌力卓越，专业性高。

知道伊肤泉品牌的人群对伊肤泉的认知 (%) Base=813



抗衰老人群对伊肤泉的品牌认知分析

抗衰老人群医美消费行为分析

购买并使用过伊肤泉的人群，满意比例达到**91%**。

- 使用过伊肤泉战痘小绿瓶的比例最高43%；伊肤泉战痘、舒缓、祛斑益生瓶以及小亮瓶的使用率在36-38%；使用最多的产品是战痘益生瓶占到24%，是战痘小绿瓶的比例为16%。



90.67%
伊肤泉品牌整体满意度



对伊肤泉品牌整体满意度%	
受访样本量	740
均分值	4.27
综合满意度	90.67
非常满意	38.67
满意	52.00
一般	8.00
不满意	0.00
非常不满意	1.33



伊肤泉做抗衰老产品的接受意愿分析

抗衰老人群医美消费行为分析

所有抗衰老人群中, 有**86%**的人对伊肤泉做抗衰老产品表示愿意接受。

伊肤泉做抗衰老产品的接受意愿 (%)
N=1250 均分值=4.23



城市占比 (%)	北京	广州	上海	成都	昆明	长沙	西安
均分值	4.13	4.28	4.43	4.02	4.25	4.14	4.43

年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
均分值	4.38	4.26	4.25	4.17

抗衰老人群医美消费行为分析

伊肤泉做抗衰产品的接受意愿分析

- 接受意愿高最主要的原因是品牌信任资产驱动。
- 大品牌信赖、专业可靠、研发能力强、医学背景权威等强化了医疗级安全形象，形成了消费者对伊肤泉跨品类信任的迁移。
- 次要原因是消费者将伊肤泉祛痘效果良好的口碑投射到抗衰产品上，对抗衰产品功效预期值高。

接受的原因% N=1073



年龄占比 (%)	18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-44岁
祛痘抗炎经验丰富	12.50	5.00	2.44	1.89

伊肤泉抗衰产品使用人群深度访谈

抗衰人群医美消费行为分析

对使用过的凝好·17的利益认知清晰。



高女士

36岁，物流公司行政

婚姻状况：已婚

业余生活：旅行、看艺术展、逛街

医美时长：8-9年

年均医美花费：6万左右

抗衰需求：皮肤更年轻，状态更好，脸不会很垮；
肤色提亮，维持白皙度和细腻度，不想变成黄脸婆

“凝好·17 — 抗衰的多边形战士”

● 凝光A.R.T

凝光有一点舒敏的效果，还附加其他功能，抗老、美白，很全面，有点类似像艾维岚这种感觉，促进胶原还带舒敏的效果”

它是四边战士的感觉，面很广——舒敏、提亮肤色、促进胶原、抗老



凝光A.R.T

● 胶原小17

胶原小17很独特，市面上没有17型胶原，只有伊肤泉是17型的，在1、2、3、5型里面它是最先进的、最好的一个；可以帮你细胞进化、促进胶原生长，这个最有优势

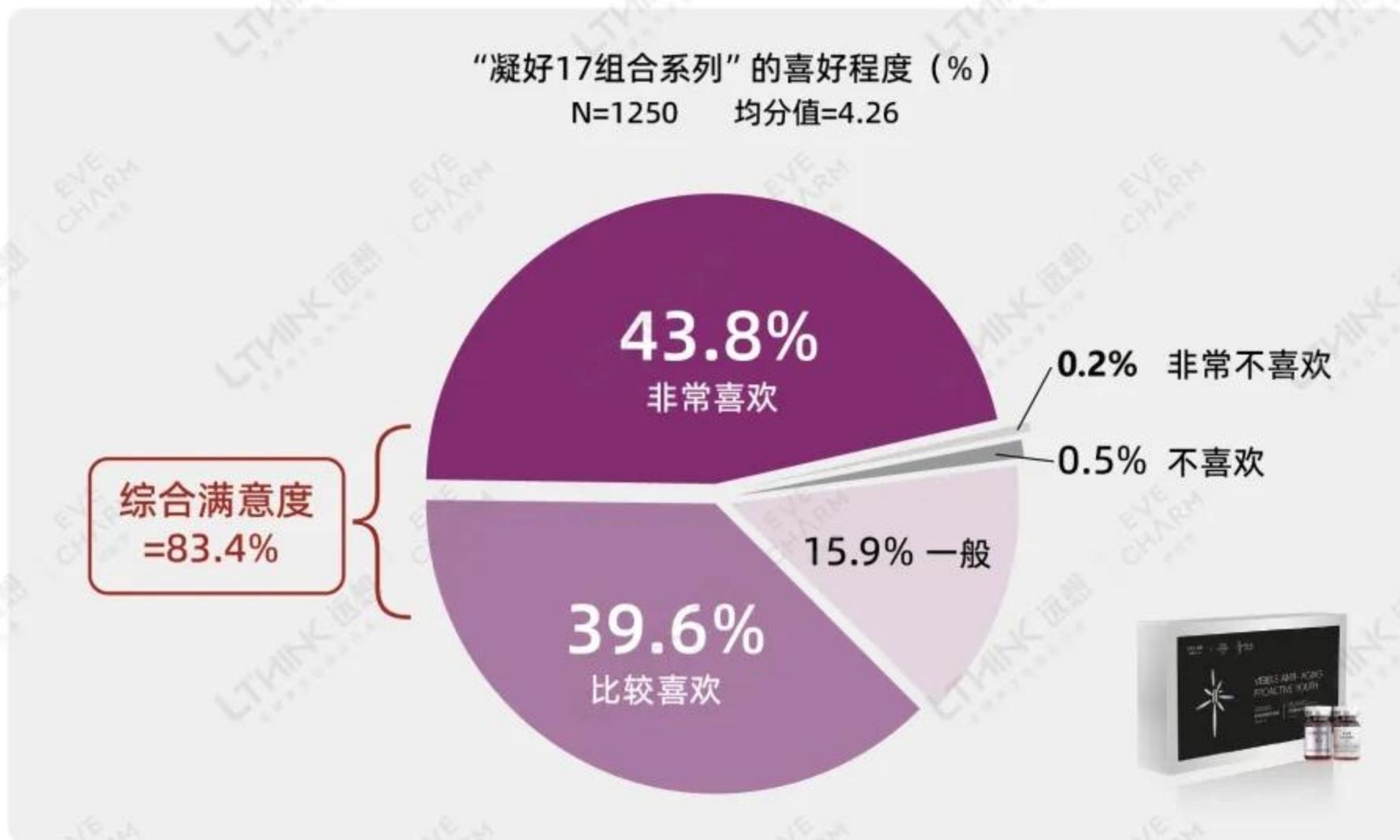


胶原小17

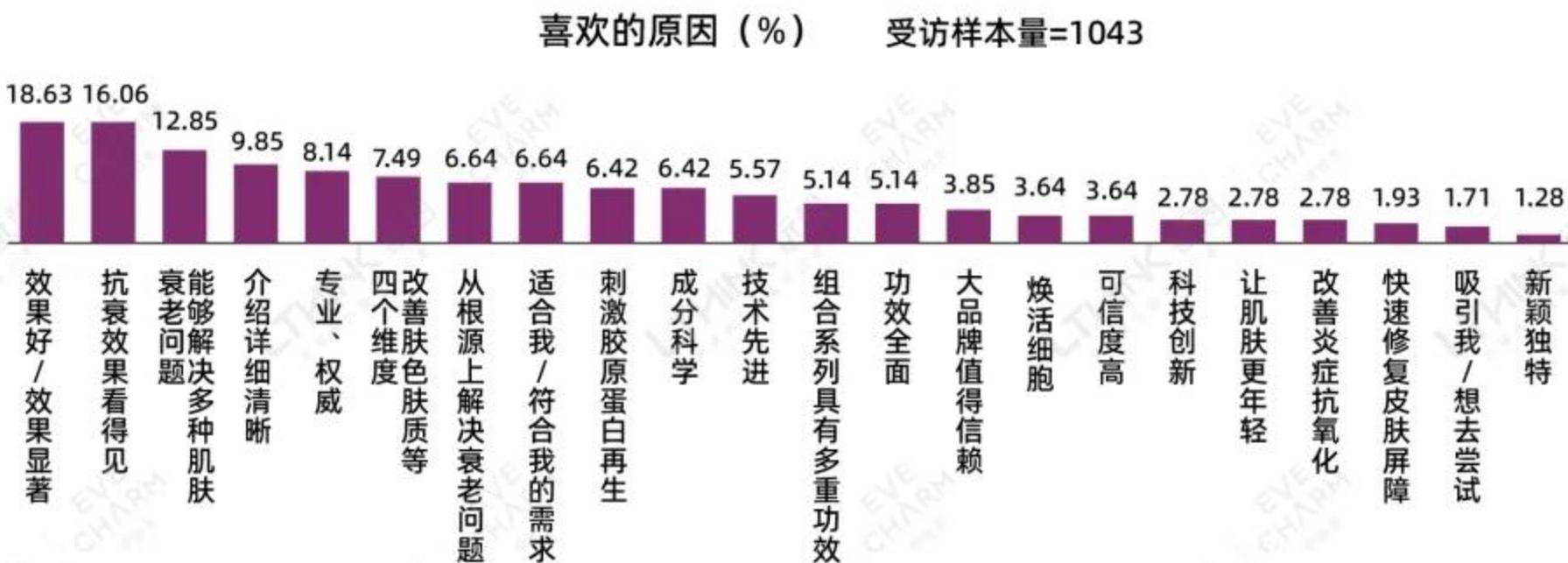
“凝好17组合系列”的喜好程度分析

凝好·17高端
抗衰组合品项

83%的人群表示喜欢。



- 喜欢的原因是：品牌信任、专业，权威、技术先进、成分科学、协同增效、多维抗衰，构建了“科学抗衰”的品牌定位。



“凝好17组合系列”的喜好程度分析

凝好·17高端
抗衰组合品项

抗衰与痘肌人群喜欢的比例接近。



所有人群 (%)
N=2500
均分值=4.26

综合满意度 = 83.4%



痘肌人群 (%)
N=1250
均分值=4.27

综合满意度 = 84.4%



抗衰人群 (%)
N=1250
均分值=4.20

综合满意度 = 84.9%





DISCOVER MORE

发现更多



@远想微信公众号



@伊肤泉微信公众号