

在这里读懂中国消费

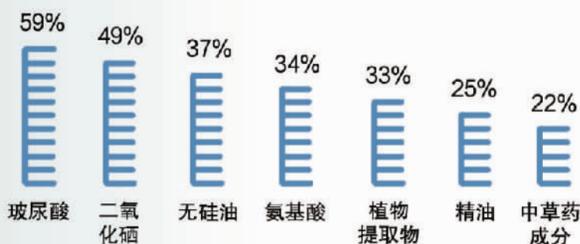
消费者选购个人护理产品日趋精细



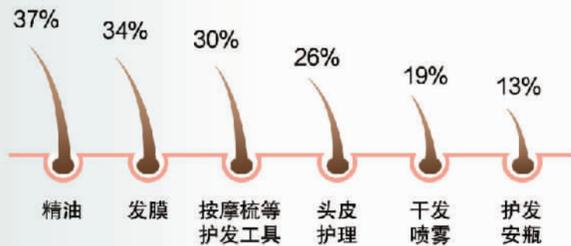
消费者调查

头发护理产品

购买洗发护发产品时关注的成分关键词(多选)

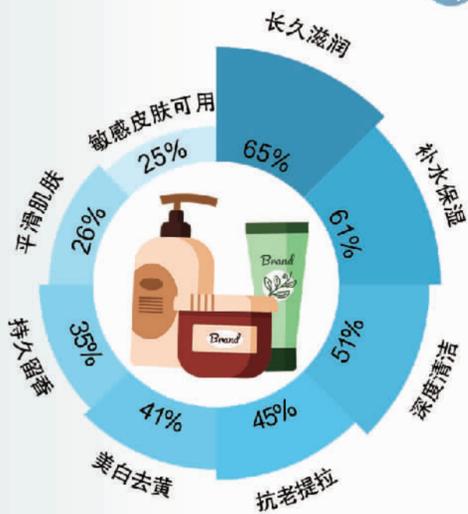


最常购买和使用的洗发护发产品(多选)

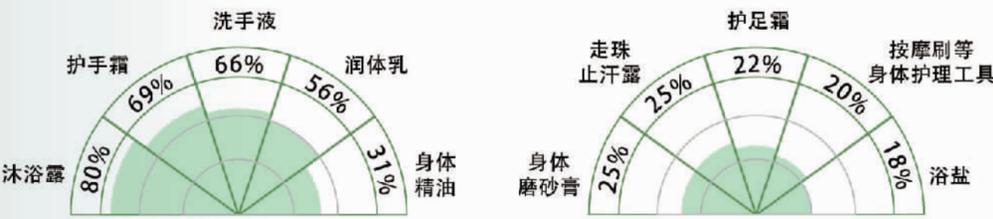


身体护理产品

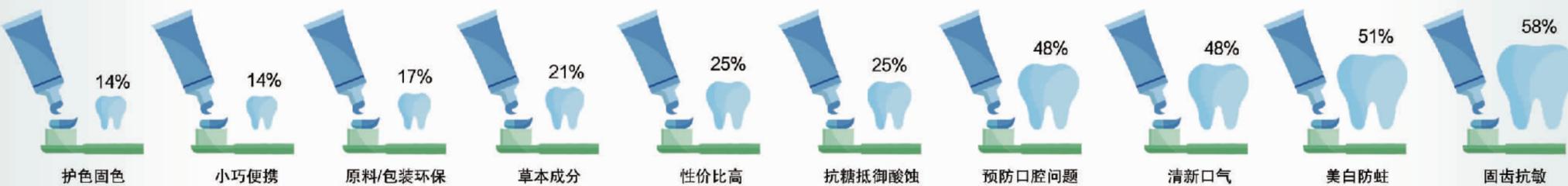
购买身体护理产品时关注的功效(多选)



最常购买和使用的身体护理产品TOP10(多选)

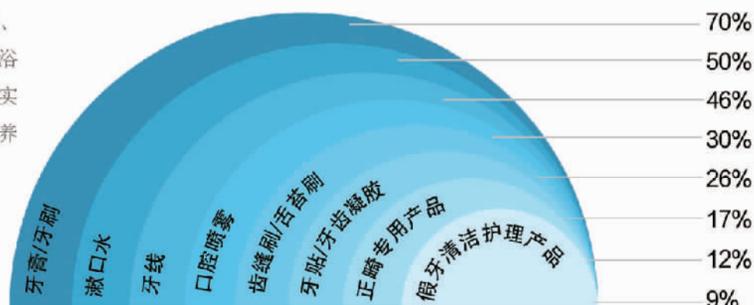


选购口腔护理产品时关注的产品特点TOP10(多选)



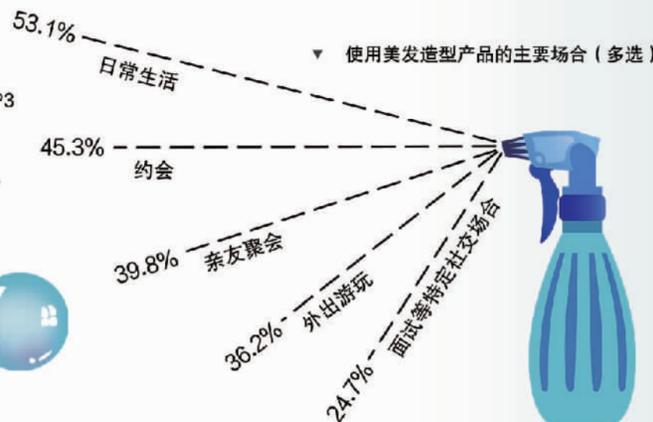
调查显示,超过60%的消费者认为头部、手部和口腔护理与面部皮肤护理同样重要,超过65%的消费者会对不同身体部位分区护理。蛋白霜、护发精油喷雾、身体精油、除氯沐浴露、口腔安瓶等细分品类的搜索量实现数倍增长,个人护理分区化、保养流程精细化,细分品类不断涌现。

愿意增加消费的口腔护理产品(多选)

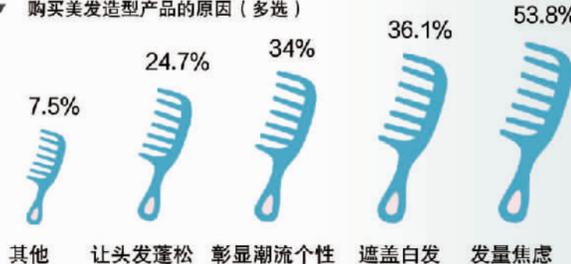


总体消费情况

2024年上半年个护产品细分品类搜索增长率TOP3



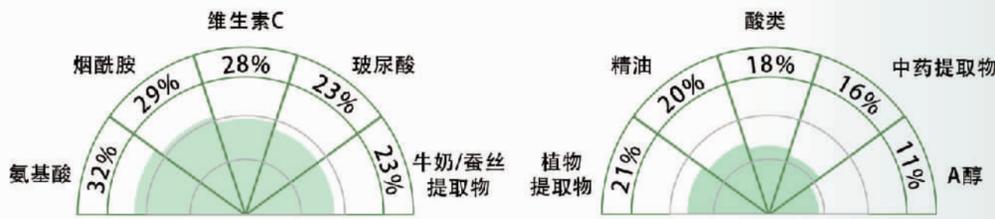
购买美发造型产品的原因(多选)



消费者多元化的个人护理需求催生丰富多样的个护细分产品市场。许多人开始像呵护面部肌肤一样选择个人护理产品,越来越多的头部、身体和口腔护理产品吸收了面部护理产品的专业成分,为消费者带来更精细的使用体验和更优质的使用效果。



选购身体护理产品时关注的成分关键词TOP10(多选)



说数

本期点评 董菲

消费者对高品质与健康生活的追求日益增强,“护肤”概念已从面部拓展到全身,个人护理正向更加个性化与注重细分功效、产品成分转变。从基础清洁到深层滋养再到香氛疗愈,全方位满足消费者对精致生活的追求。

更高品质、更专业化、更精细的护理体验。同时,这一趋势不仅体现在面部护理上,更延伸至全身每一个细节,从头到脚,无处不体现着消费者对精致生活的追求。以头部护理为例,超过70%的受访者表示,在基础的洗发护发流程之外,他们还增加了润发精油、发膜等护理步骤,以全面提升头部护理体验。

消费者对产品成分认知不断深化,美妆理念引领行业新方向,高端美容护肤成分在个人护理领域的广泛应用已成定势。数据显示,消费者在选购个护产品时最在意的3项产品特性依次是功效、口碑评价、成分,有近95%的消费者认可主打“成分、科学养肤”的身体护理产品。具体来看,玻尿酸、氨基酸、烟酰胺、玻色因等是消费者在选购洗发护发、身体护理等个护产品时普遍关注的成分关键词。

此外,嗅觉体验作为一大情绪价值主题,让个人护理产品成为传递情感、缓解压力的有效方式。数据显示,55%的消费者表示,香氛身体护理产品能帮助放松情绪,缓解紧张焦虑情绪。在消费者对情感需求日益重视的当下,香氛个护产品帮助消费者实现情绪调节,迅速成为市场新宠。

个人护理需求日益升级,基础功能已经难以满足消费者期待。数据显示,消费者对于个人护理的需求不再满足于基本的清洁功能,而是追求

随着科技进步与消费者需求的日益多样化,个人护理产品市场将持续探索创新,为消费者带来更健康、舒适、专业、科学的护理体验。



数据周期: 2024年9月