

涂抹面膜

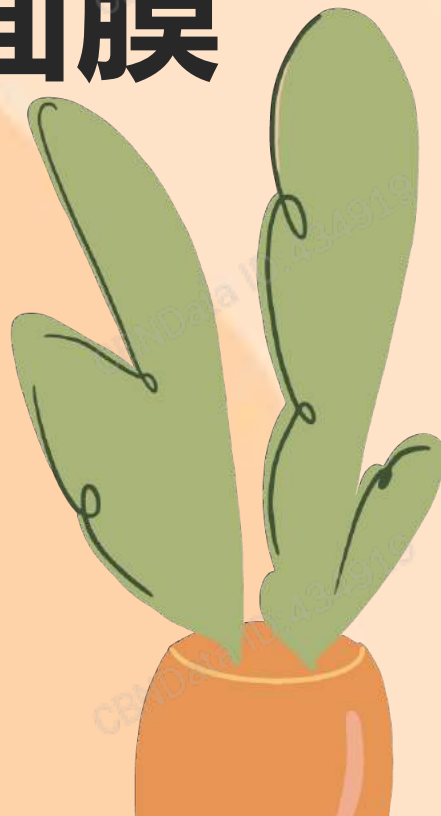
美容护肤

2021

# 2021 天猫涂抹面膜 消费洞察白皮书

CBNDATA × 天猫美妆洗护

第一财经商业数据中心



# TABLE OF CONTENTS 目录

- **PART1**  
天猫涂抹面膜品类消费概览
- **PART2**  
天猫涂抹面膜品类消费趋势
- **PART3**  
涂抹面膜市场趋势总结与展望



# 01

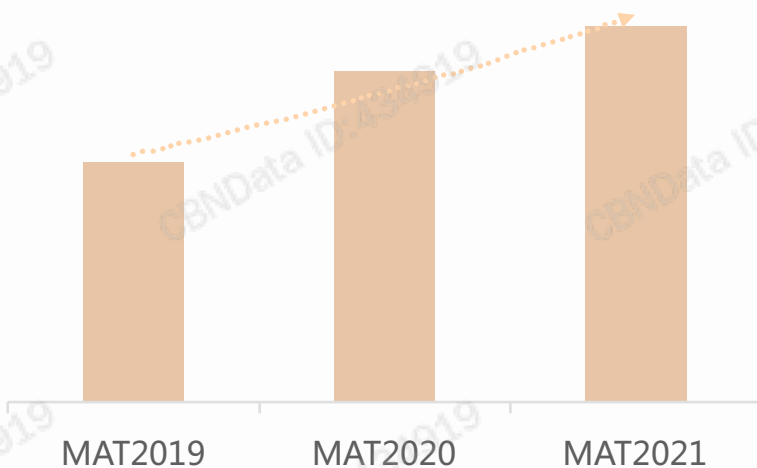
## 天猫涂抹面膜品类 消费概览

## 面膜市场潜力仍在释放，涂抹面膜占比逐渐攀升

面膜作为美容护肤市场的重要品类，销售规模仍在稳步上涨。后疫情时代，伴随着宅家美容趋势，涂抹面膜在面膜品类中的消费占比也逐渐攀升。

MAT2019-2021 天猫面膜市场规模趋势

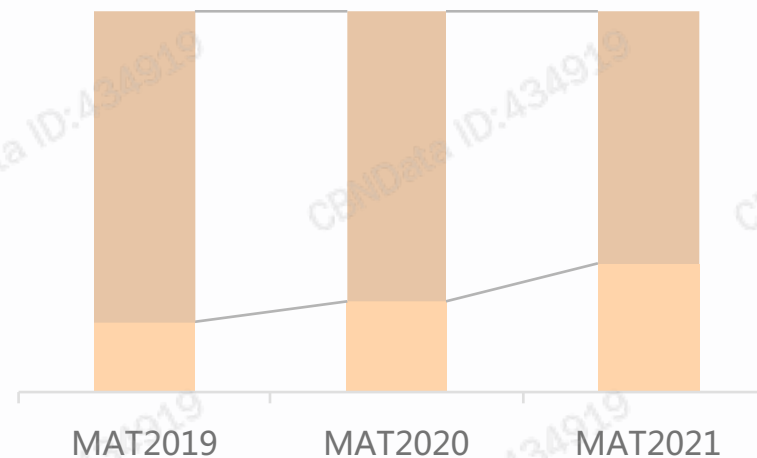
■ 面膜市场规模    .....▶ 市场规模趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-2021 天猫面膜市场  
分面膜形态消费占比

■ 涂抹式    ■ 贴片式

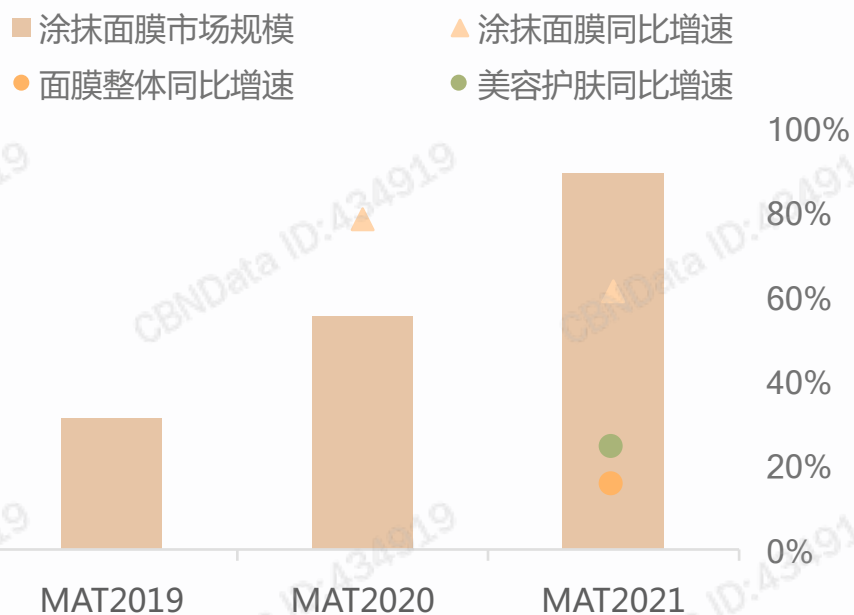


数据来源：CBNData消费大数据

## 涂抹面膜增速显著，购买人数与频次双重驱动，引领面膜品类整体增长

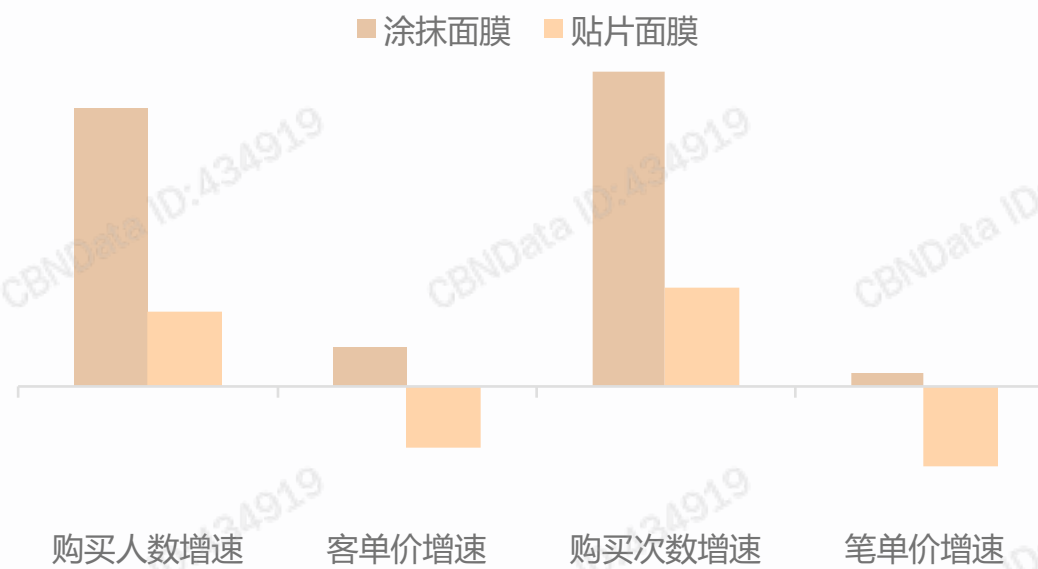
涂抹面膜增长显著，增速远超面膜品类整体和美容护肤大类。MAT2021购买人数和购买次数增加约五成，是涂抹面膜最关键的驱动因素。

MAT2019-2021 天猫涂抹面膜市场规模趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020-2021 天猫涂抹面膜 Vs. 贴片面膜增长驱动因素增速

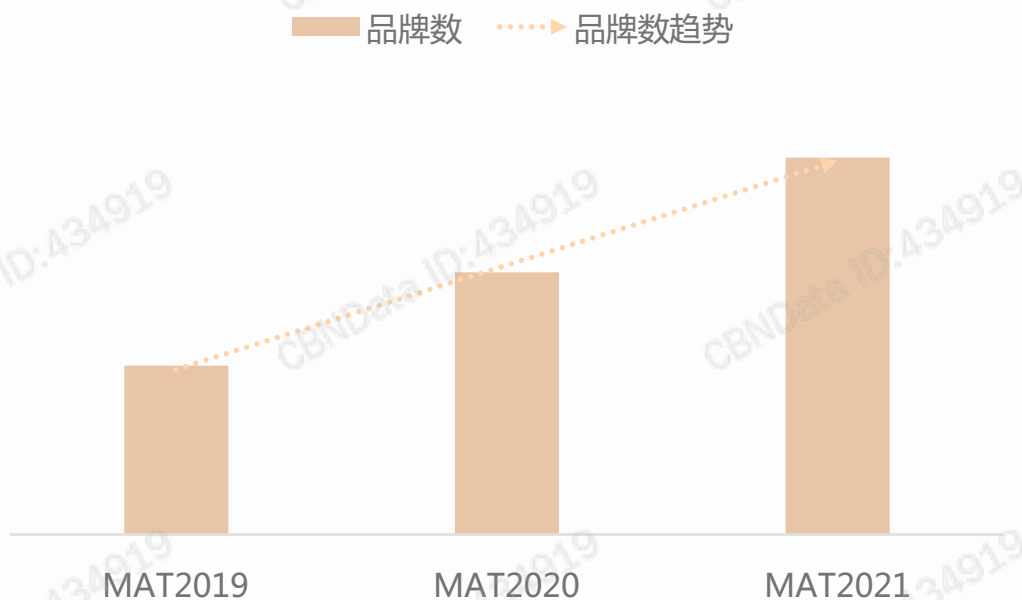


数据来源：CBNData消费大数据

## 供给侧入局品牌增多，国货品牌整体市场份额升高

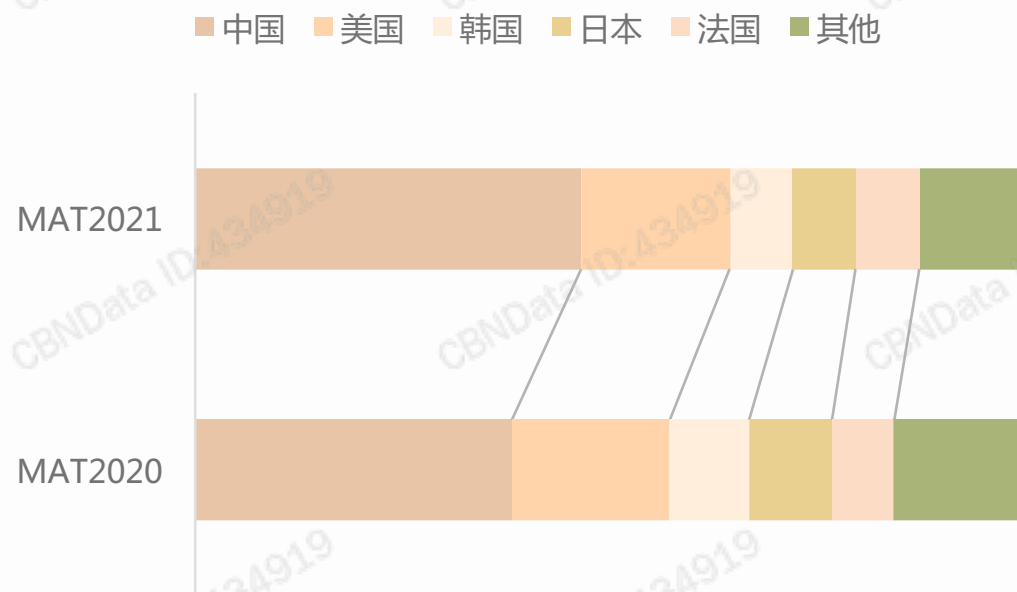
从供给侧来看，越来越多品牌纷纷加入涂抹面膜市场，MAT2021天猫涂抹面膜品牌数同比增长近4成，并且国货品牌整体市场份额进一步升高。

MAT2019-2021 天猫涂抹面膜品牌数趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020-2021 天猫涂抹面膜品牌分国别占比



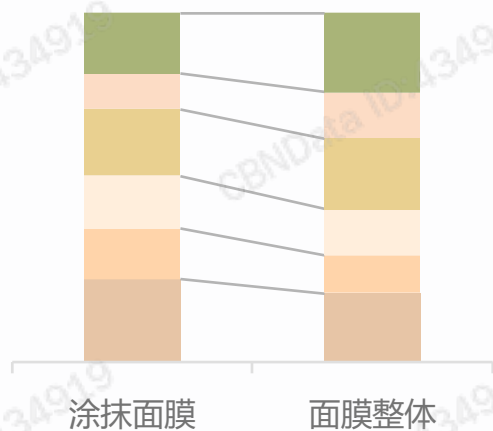
数据来源：CBNData消费大数据

## 品牌集中度高于行业整体，头部国货品牌竞争力提升

涂抹面膜TOP10品牌市场集中度高于面膜品类整体，头部品牌表现更加强势，但头部品牌的更迭率更高，竞争较为激烈。同时Top10品牌中国货品牌消费占比升高，竞争力提升。

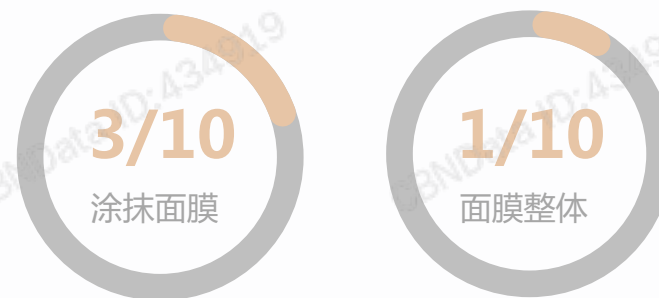
MAT2021 天猫涂抹面膜品牌消费占比集中度

TOP1-5 TOP6-10 TOP11-20  
TOP21-50 TOP51-100 其他



数据来源：CBNData消费大数据

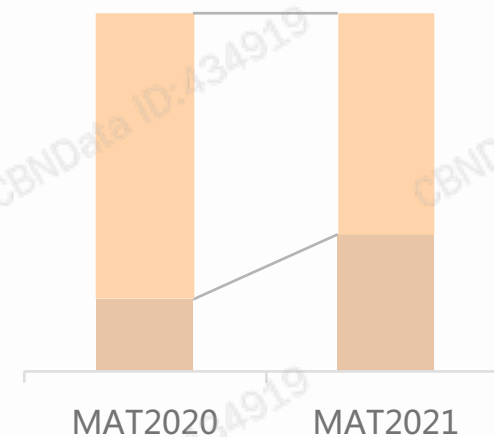
MAT2020-2021天猫涂抹面膜 Vs.面膜整体 TOP10品牌的更迭轮替品牌数



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020-2021 天猫涂抹面膜 TOP10品牌中国货Vs.国际品牌 消费占比

国货品牌 国际品牌



数据来源：CBNData消费大数据

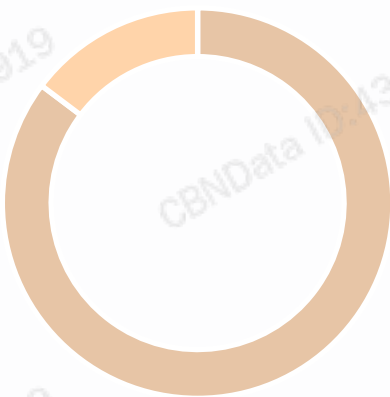


## 95后、90后及二线城市的女性人群主导涂抹面膜消费

与面膜市场整体人群分布相似，95后、90后，以及主要来自二线城市的女性消费者是天猫涂抹面膜的核心买家。同时，00后购买人数增速迅猛，预计未来也将成为主力人群。

MAT2021天猫涂抹面膜分性别  
消费分布

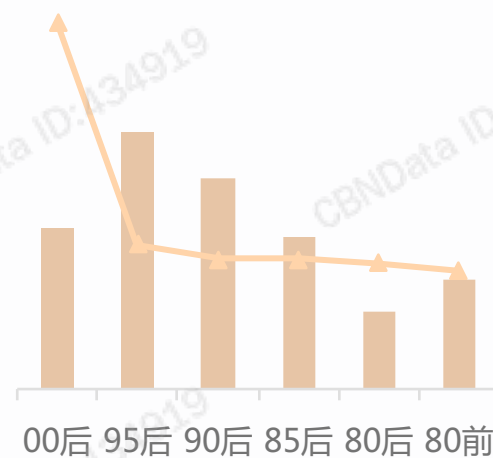
■ 女性 ■ 男性



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021 天猫涂抹面膜分代际  
购买人数占比及同比增速

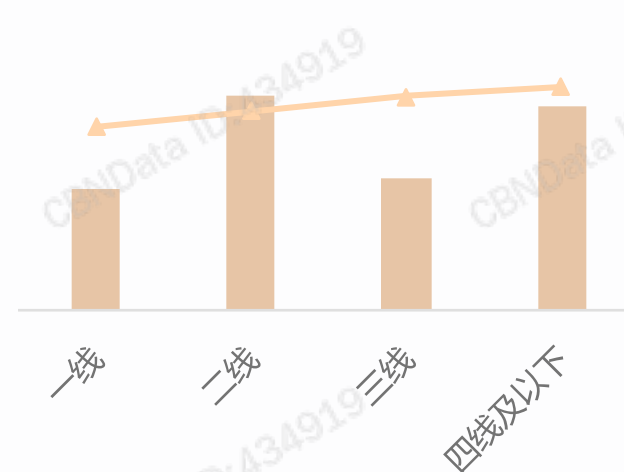
■ 购买人数占比 ▲ 购买人数增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021 天猫涂抹面膜分城市  
线级消费分布及同比增速

■ 消费占比 ▲ 消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

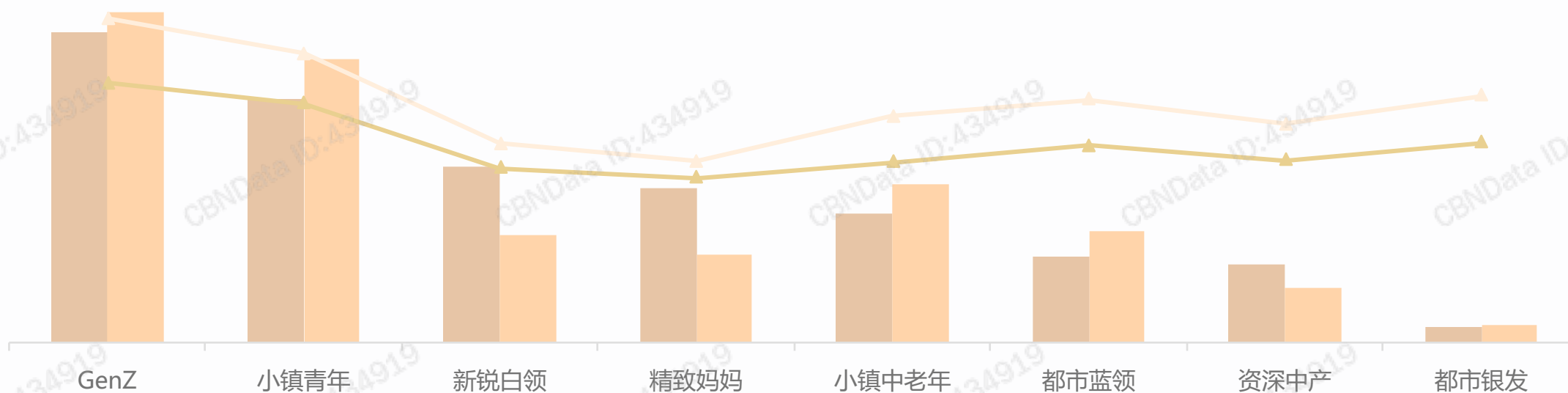


## Z世代、小镇青年不仅是消费主力军还是潜力股

Z世代、小镇青年是目前涂抹面膜的消费主力军，消费规模及购买人数占比都遥遥领先，同时仍在快速增长，具有巨大的消费潜力。

MAT2021 天猫涂抹面膜分八大人群消费占比及同比增速

消费规模占比 购买人数占比 消费规模增速 购买人数增速



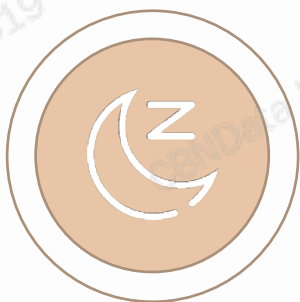
数据来源：CBNData消费大数据



# 02

## 天猫涂抹面膜品类 消费趋势

## 涂抹面膜品类四大消费趋势



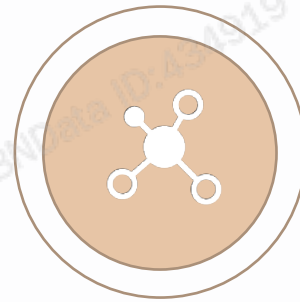
### 睡眠修护

让肌肤“一夜回春”



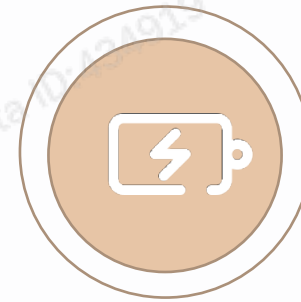
### 熬夜抛光

睡眠困难一族的补偿式护肤



### 成分升级

成分党的黑科技养肤



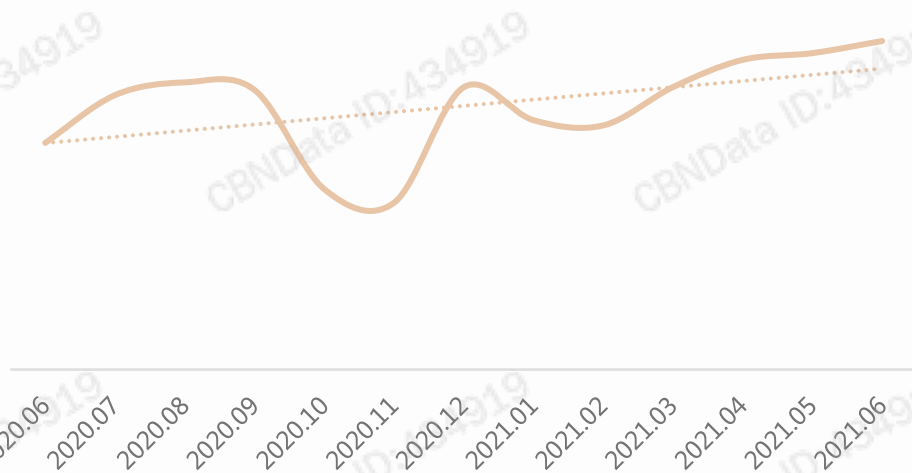
### 快速急救

效率至上的美肤诉求

## 消费者对于修护功效的需求呈上升趋势

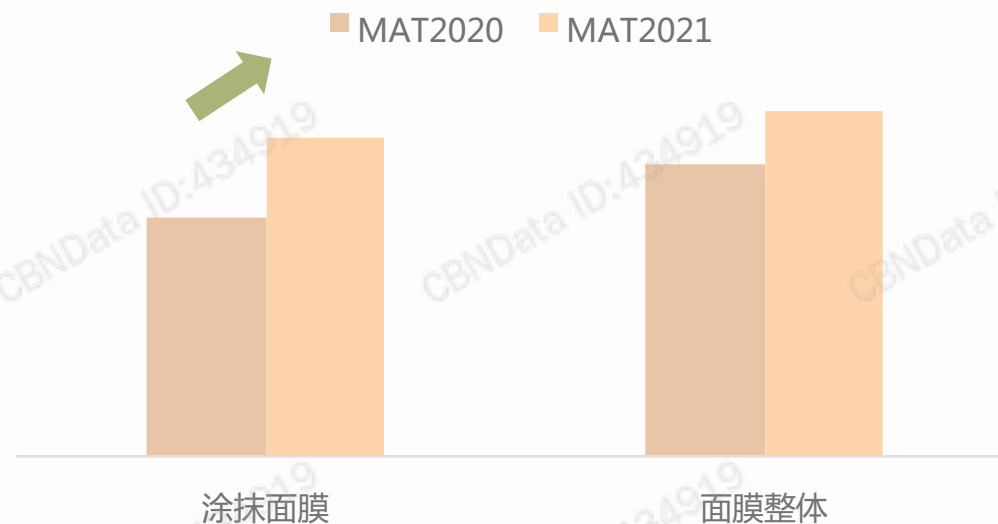
消费者对于线上面膜品类舒缓修复功效的搜索量占比呈上升趋势，说明消费者对于修护功效的需求日渐攀升。从消费端来看，修复功效在涂抹面膜的渗透率增长明显，但仍低于面膜品类整体，因此还有增长空间。

线上面膜品类舒缓修复功效搜索量占比趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020-2021 天猫涂抹面膜Vs.面膜整体  
主打修复功效的产品消费渗透率



数据来源：CBNData消费大数据

## 主打夜间修护的睡眠面膜帮助消费者“一夜回春”

夜间是护肤的黄金时间，修复功效的涂抹面膜产品中主打夜间/睡眠面膜的占比较高，可见不少产品抓住了夜间修复这一肌肤修复的重要场景。

### 夜间是护肤的黄金时间

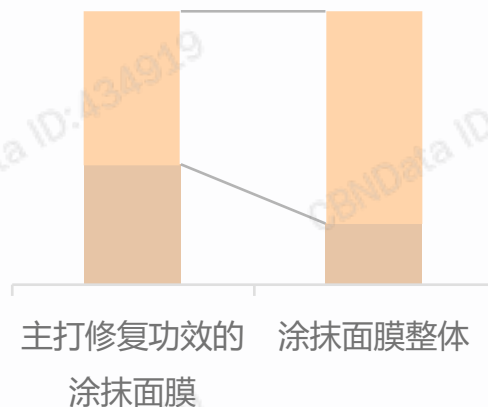
夜间细胞进行恢复、再生与重建等活动，更新速率比白天快8倍左右。

对护肤品、滋养品的吸收率高

夜间皮肤细胞活跃时使用护肤品修复白天所受的损伤。

### MAT2021 天猫修复功效涂抹面膜中夜间/睡眠面膜的消费占比

■ 夜间/睡眠面膜 ■ 其他



资料来源：公开资料整理

数据来源：CBNData消费大数据

### “夜间修复”产品举例



#### 高姿 积雪草修护舒润面膜

- 修护成分：积雪草、复活草、4D玻尿酸
- 舒缓修护强韧肌肤屏障



#### 纽西之谜 温泉水炸弹睡眠面膜

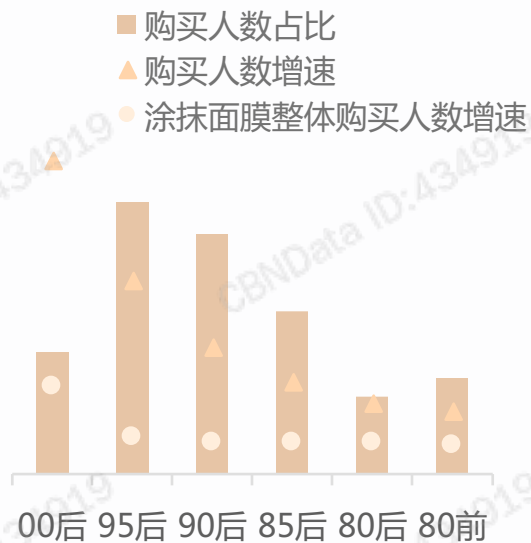
- 3种水源：温泉水、阿尔卑斯山冰川水、加拿大海泥水
- 夜间多效补水

资料来源：cogi高姿天猫旗舰店，geoskincare纽西之谜天猫旗舰店

## 90后、85后人群青睐更具性价比的夜间修护面膜

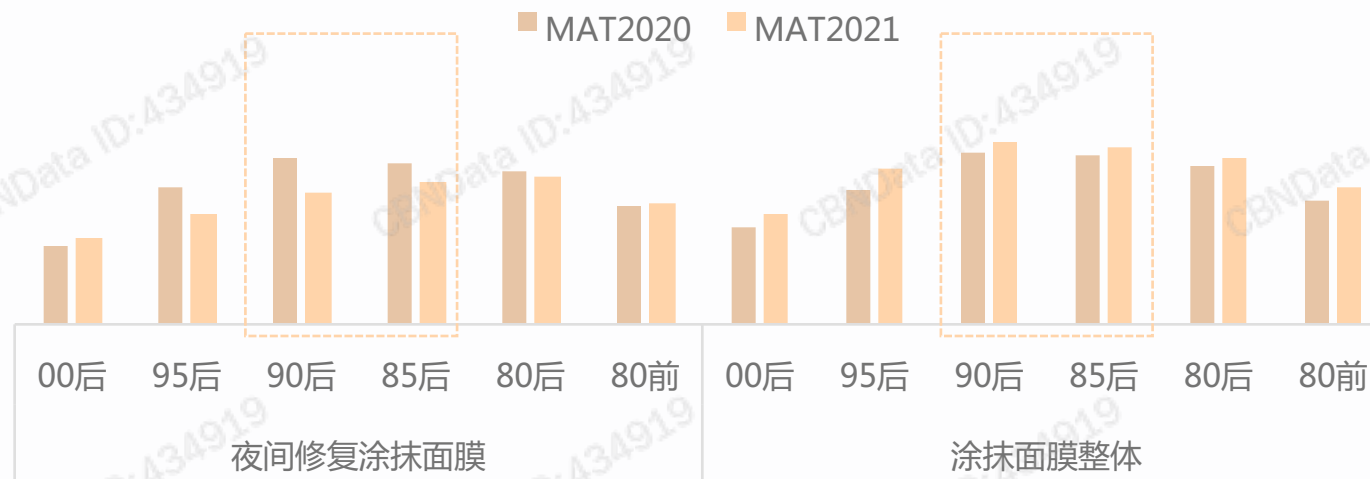
夜间修复涂抹面膜以95后、90后消费者为主，购买人数增速远高于涂抹面膜整体。从客单价来看，90后、85后购买涂抹面膜的客单价高，但他们在夜间修复涂抹面膜上的客单价在降低，青睐更具性价比的夜间修护产品。

MAT2021 天猫夜间修复涂抹面膜分代际购买人数占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020-2021天猫夜间修复涂抹面膜Vs.涂抹面膜整体分代际客单价



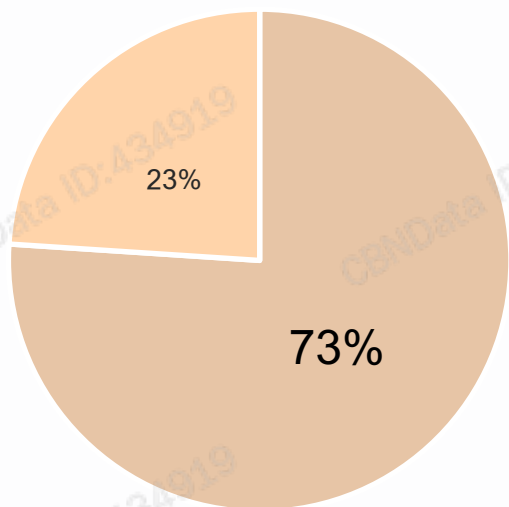
数据来源：CBNData消费大数据

## 习惯性熬夜、报复性熬夜带来一系列肌肤问题

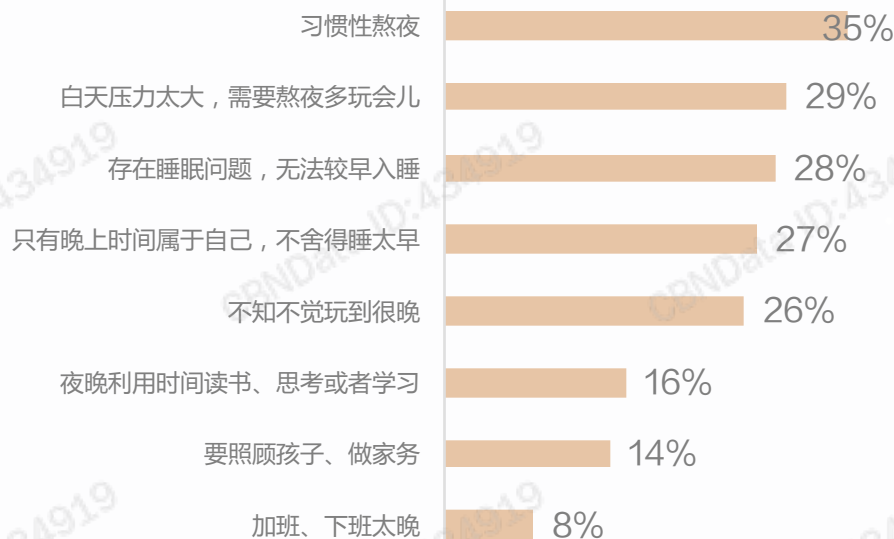
从睡眠健康趋势调查来看，超两成国民在午夜24点后入睡，习惯性熬夜、报复性熬夜成为熬夜的主要原因。熬夜一族主要面临干燥缺水、肤色暗黄等肌肤问题。

国民熬夜情况

■ 24点之前入睡 ■ 24点之后入睡



熬夜背后的主要原因



熬夜造成的主要肌肤问题

**干燥缺水**

角质代谢速度缓慢，  
皮肤锁水能力降低

**肤色暗黄**

黑色素沉淀，肌肤  
暗沉，缺乏光泽感

**闭口痘痘**

皮脂腺分泌异常，  
油脂分泌旺盛，造  
成毛囊口堵塞

**黑眼圈**

眼周血管持续紧张  
收缩，眼皮下组织  
血管淤血水肿，黑  
色素沉淀

数据来源：CBNData《国民睡眠健康趋势洞察》

数据来源：CBNData《国民睡眠健康趋势洞察》

资料来源：公开资料整理

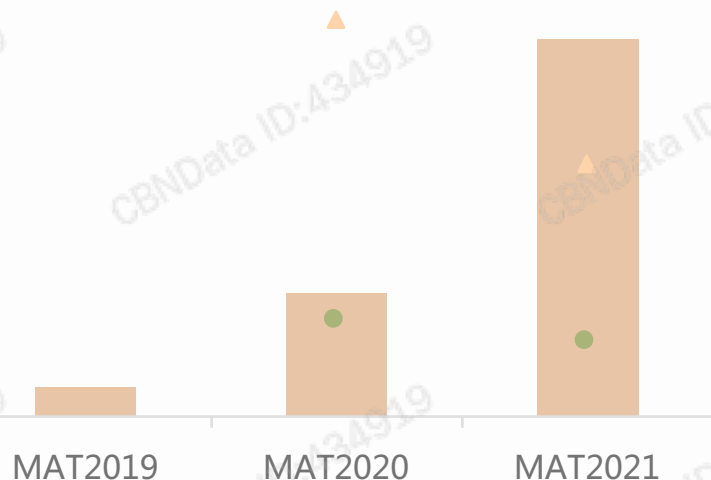


## 主打针对熬夜场景的涂抹面膜高速增长

针对解决熬夜场景下肌肤问题的涂抹面膜近年来高速增长，虽然目前在涂抹面膜品类中占比仍较小，但MAT2021消费者购买人数和购买频次增速均高于涂抹面膜整体，具有一定的增长潜力。

MAT2019-2021 天猫主打熬夜场景的涂抹面膜市场规模趋势及同比增速

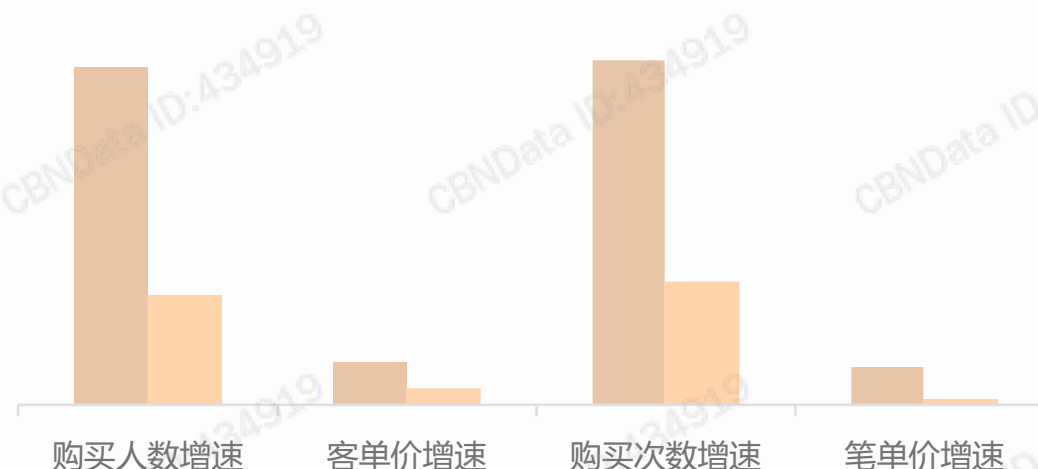
■ 市场规模 ▲ 同比增速 ● 涂抹面膜整体同比增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020-2021 天猫熬夜场景涂抹面膜 Vs. 涂抹面膜整体增长驱动因素对比

■ 熬夜场景涂抹面膜 ■ 涂抹面膜整体

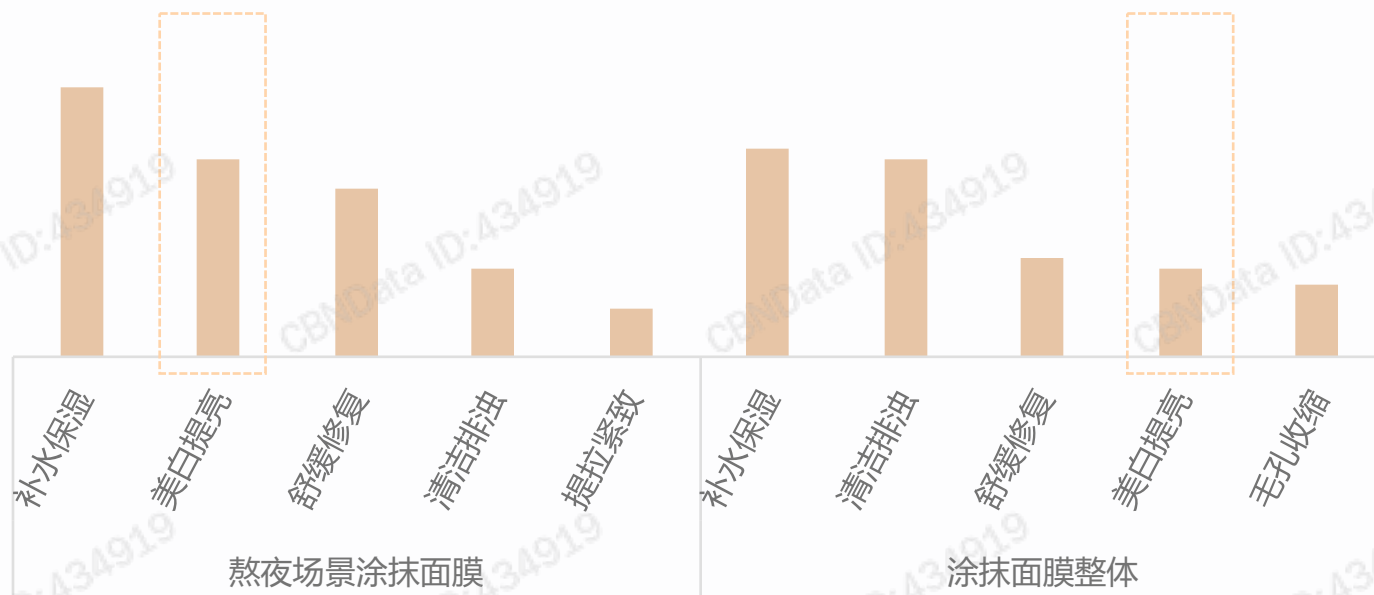


数据来源：CBNData消费大数据

## 扫除熬夜倦容，补水保湿外更要美白提亮

针对熬夜场景的涂抹面膜除补水保湿功效外，美白提亮占比较高。可见针对熬夜倦容，不仅需要补充肌肤水分，同时还需要改善肤色暗沉暗黄的问题。

MAT2021天猫熬夜场景涂抹面膜 vs. 涂抹面膜整体Top功效消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

“熬夜场景涂抹面膜”产品举例

### 菲洛嘉 十全大补面膜



- 核心成分 NCEF
- 缓解熬夜带来的肤色暗沉、皱纹、毛孔粗大、肤感粗糙，无光泽

### OLAY 抛光面膜



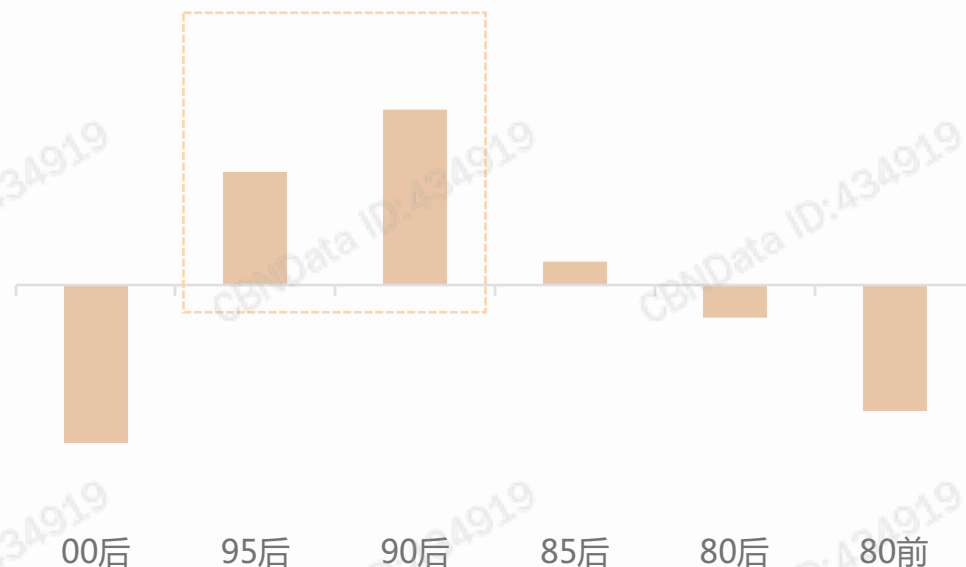
- 抛光暗沉：专利烟酰胺+酰本胺
- 抛光粗糙：二裂酵母+日本矿物泥
- 抛光干燥：经典海藻糖+泛醇

资料来源：filorga菲洛嘉天猫旗舰店，OLAY天猫旗舰店

## 95后、90后及一二线城市人群边熬夜边护肤

95后、90后更偏好购买针对熬夜场景的涂抹面膜，他们也是熬夜的主要人群。随着城市线级越高，国民生活节奏越快，入睡时间较晚，一线及二线城市人群更偏爱购买熬夜涂抹面膜。

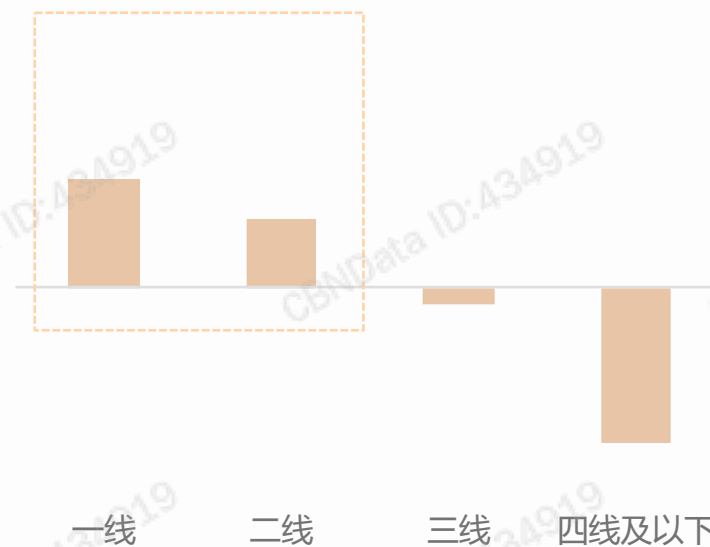
MAT2021 天猫熬夜场景涂抹面膜各代际偏好度



数据来源：CBNData消费大数据

偏好度：熬夜场景涂抹面膜各代际购买人数占比-涂抹面膜整体各代际购买人数占比

MAT2021 天猫熬夜场景涂抹面膜各城市线级偏好度



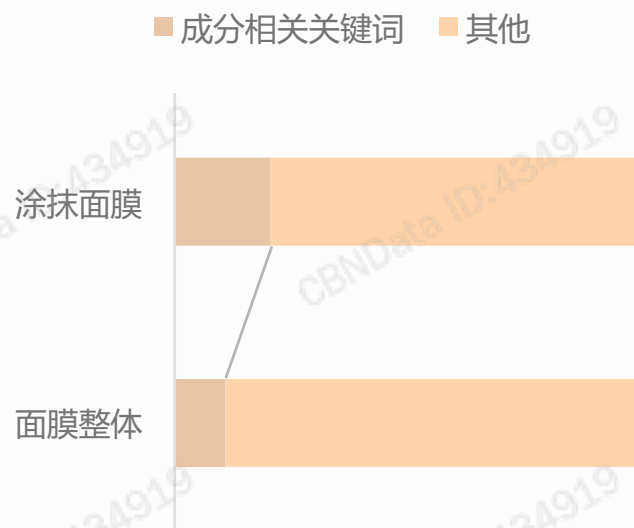
数据来源：CBNData消费大数据

偏好度：熬夜场景涂抹面膜各城市线级消费占比-涂抹面膜整体各城市线级消费占比

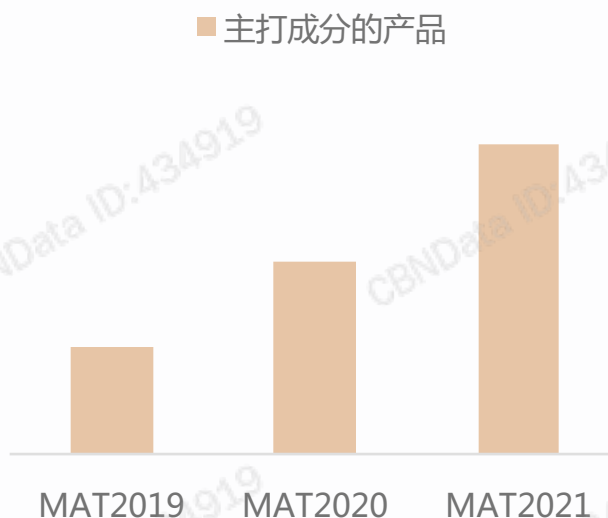
## 涂抹面膜“成分党”壮大，主打成分的面膜仍有增长空间

涂抹面膜品类成分相关关键词搜索量占比已超面膜整体，反映出成分党对于涂抹面膜成分的需求。天猫涂抹面膜中主打成分的产品消费逐年增长，但是占比仍小于面膜整体，因此仍有增长空间。

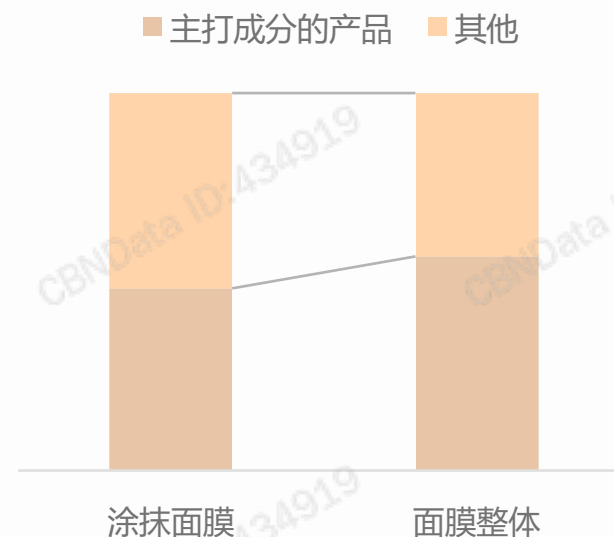
线上涂抹面膜搜索词中成分相关  
关键词搜索量占比



MAT2019-2021 天猫涂抹面膜  
中主打成分的产品消费趋势



MAT2021 天猫涂抹面膜中主打  
成分的产品消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：成分相关关键词主要指水杨酸、氨基酸、复活草等护肤品成分词；搜索量数据时间范围为近400天。

数据来源：CBNData消费大数据

数据来源：CBNData消费大数据

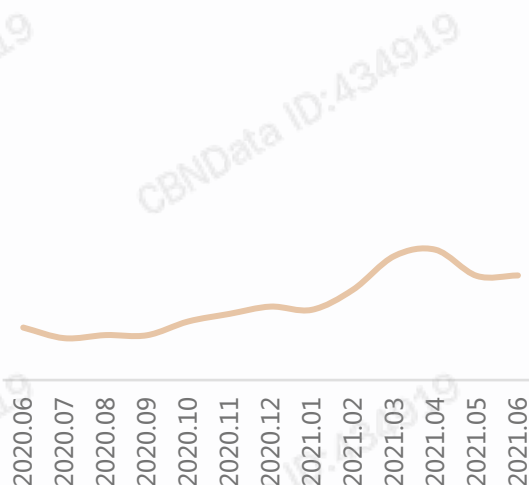
## 成分升级趋势一：针对问题肌肤需求，黑科技助力成分进阶

由于环境污染、医美术后、护肤不当等种种问题，造成肌肤不稳定、肌肤敏感人群增多，“敏感肌”的搜索量占比呈上升趋势。针对问题肌肤的诉求，消费者不再满足于补水清洁等基础功效，对于祛痘、舒缓修复等功效也提出了需求。基于此，黑科技在成分上的创新促进功效升级，帮助消费者改善问题肌肤。

造成肌肤不稳定的因素



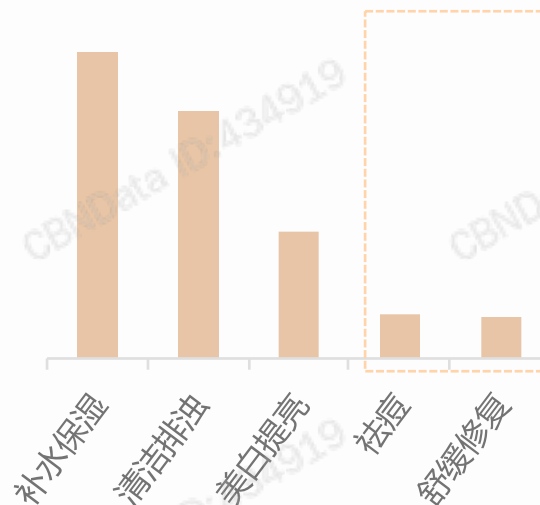
天猫面膜品类“敏感肌”搜索量占比趋势



资料来源：公开资料整理

数据来源：CBNData消费大数据

线上面膜品类分功效搜索量



数据来源：CBNData消费大数据  
数据说明：搜索量数据时间为近400天。

黑科技成分改善问题肌产品举例

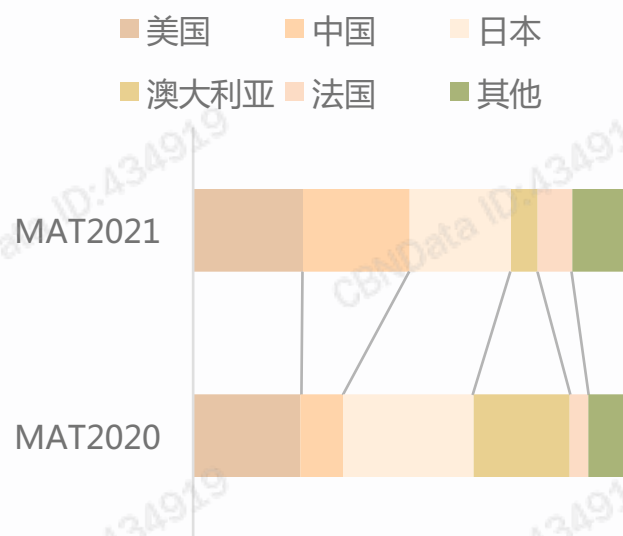


资料来源：broda博乐达天猫旗舰店

## 成分升级趋势二：国际高端品牌促进成分品质化提升

国际院线级品牌的入场促使涂抹面膜成分的进一步品质化升级。目前线上高均价成分(高端成分)的消费仍主要以国际进口品牌为主，但也带动了国货品牌的成分升级。

MAT2020-2021 天猫涂抹面膜高端成分品牌分国别占比



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：高均价成分(高端成分)界定范围为MAT2021主打该成分的商品平均件单价大于120元

MAT2021 天猫Top高均价成分消费占比及均价分布



数据来源：CBNData消费大数据

品质化成分产品举例



Medspa美帕 壳聚糖修护面膜

- 95%高纯度高活性壳聚糖
- 修护屏障，细腻提亮肌肤
- 可用于美容项目后修护

资料来源：medspa天猫旗舰店

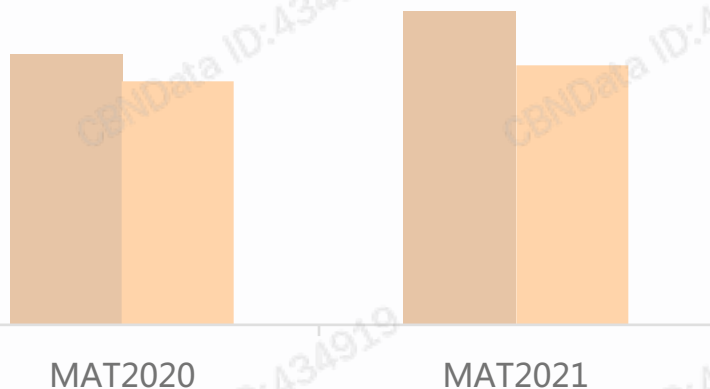


## Z世代、新锐白领和精致妈妈偏爱高端成分面膜

消费者愿为高端成分面膜“氪金”，客单价高于涂抹面膜整体。Z世代、新锐白领和精致妈妈更偏好购买高端成分涂抹面膜。

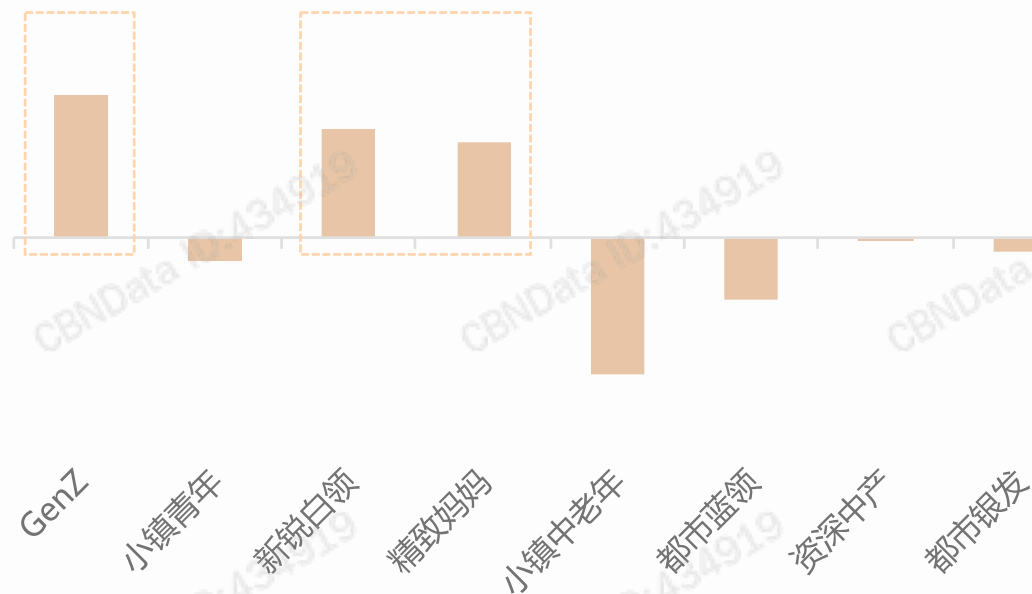
MAT2020-2021 天猫高端成分涂抹面膜 Vs. 涂抹面膜整体客单价对比

■ 高端成分涂抹面膜 ■ 涂抹面膜整体



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021 天猫高端成分涂抹面膜分八大人群偏好度



数据来源：CBNData消费大数据

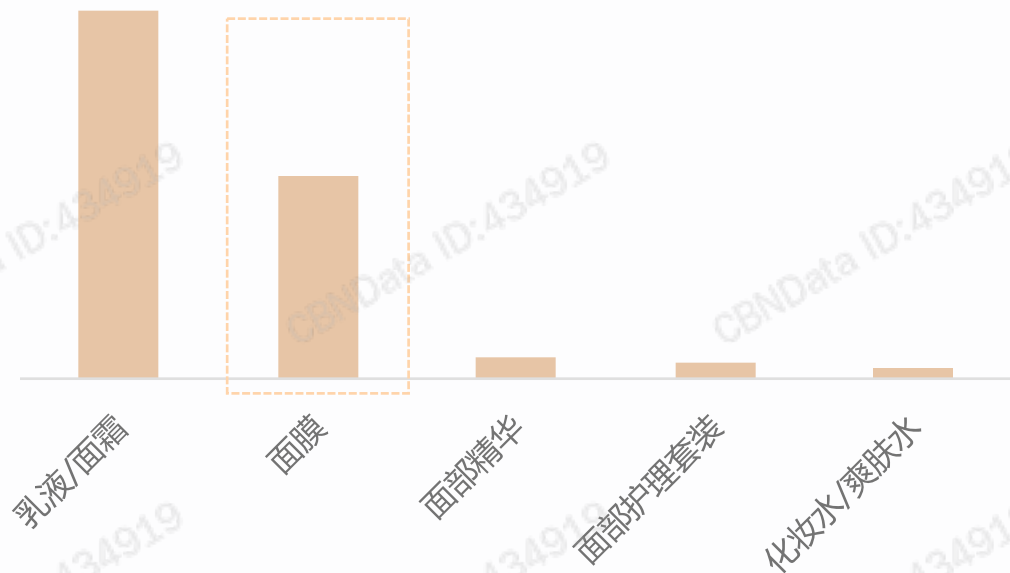
偏好度：高端成分涂抹面膜各人群购买人数占比-涂抹面膜整体各人群购买人数占比



## 效率至上的美肤诉求催生急救面膜增长

面膜成为除乳液面霜外“急救”搜索词占比较高的面部护理品类，承担起急救护理的需求。消费者对于急救面膜的需求，不仅仅是补水修复等功效的需求，同时对护肤效率提出了更高要求，“3分钟急救”“8分钟急救”“快速补水”无不体现消费者的急迫。

线上“急救”搜索词在面部护理品类的搜索量占比



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：搜索量数据时间范围为近400天。

数据说明：“快速急救”章节未包含急救熬夜的数据部分。

线上“急救面膜”相关搜索词词云

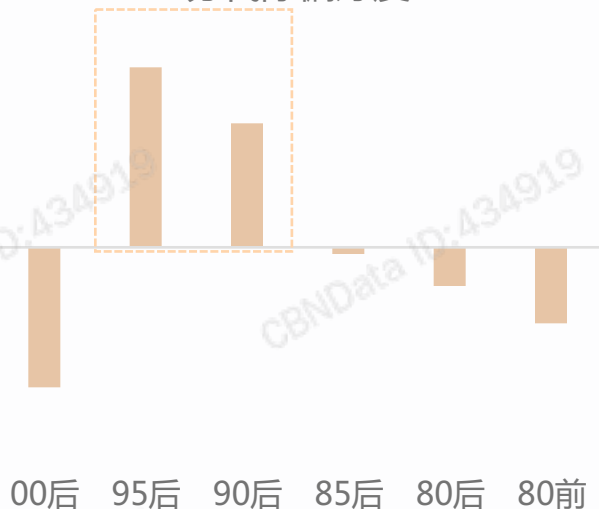


数据来源：CBNData消费大数据

## 95后、90后，一二线城市及高购买力人群偏好急救面膜

从“急救”涂抹面膜搜索人群来看，95后、90后，高线城市及相对较高购买力的人群在需求上更偏好“急救”面膜，可能由于这部分人群遇到的紧急护肤场景相对更多，在急救护肤需求上更加迫切。

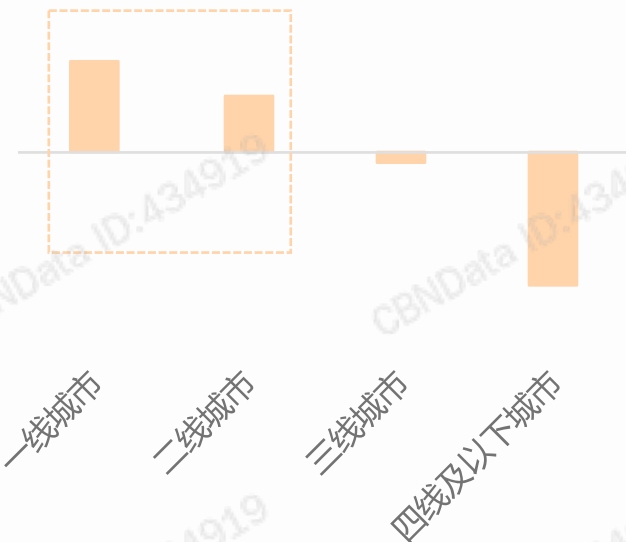
天猫涂抹面膜“急救”搜索人群  
分代际偏好度



数据来源：CBNData消费大数据

偏好度：搜索“急救”关键词的各代际搜索量占比-涂抹面膜整体各代际搜索量占比

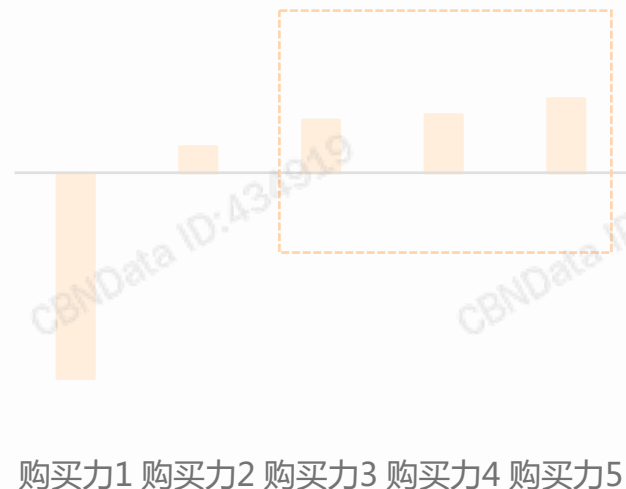
天猫涂抹面膜“急救”搜索人群  
分城市线级偏好度



数据来源：CBNData消费大数据

偏好度：搜索“急救”关键词的各城市线级搜索量占比-涂抹面膜整体各城市线级搜索量占比

天猫涂抹面膜“急救”搜索人群  
分购买力偏好度



数据来源：CBNData消费大数据

偏好度：搜索“急救”关键词的各购买力人群搜索量占比-涂抹面膜整体各购买力人群搜索量占比  
数据说明：购买力等级划分基于消费者线上大数据，购买力1至5代表购买力由低到高，最高为购买力5

## 急救面膜抓住了消费者紧急场景下的需求满足

急救面膜从细分场景入手占据消费者心智，抓住了消费者在晒后、爆痘、妆前等紧急场景下遇到的肌肤问题，以及快速满足消费者的护肤需求。

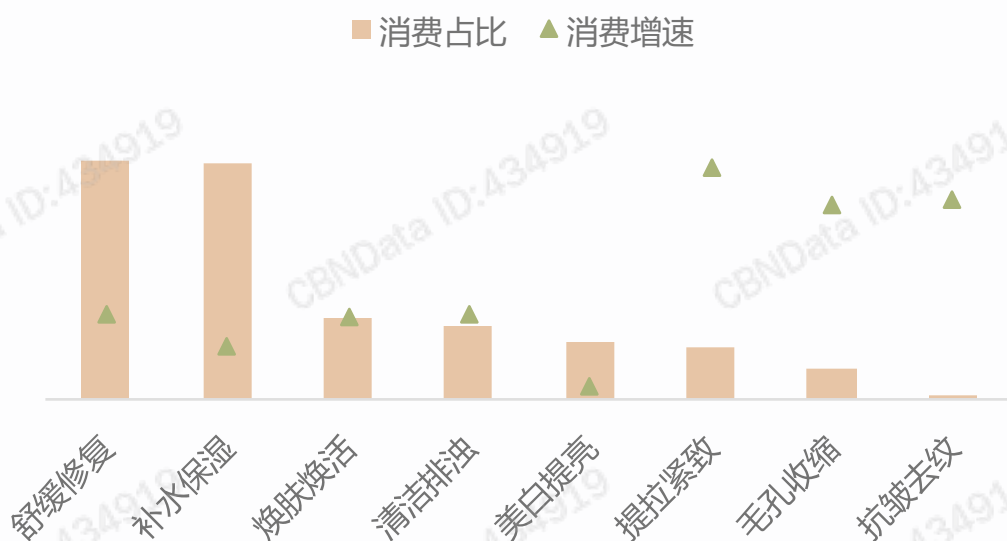
主要急救场景下的护肤需求			
主要场景	肌肤问题	护肤需求	消费者评价举例
 晒后急救	晒红晒伤，晒黑，脱皮等	晒后补水，修复褪红，美白提亮	补水效果是真的好，用起来冰冰凉凉，很舒服， <b>最近晒的脸有点干燥，用这个很清爽</b>
 爆痘急救	上火，姨妈期，熬夜等导致的皮肤长痘	祛痘，舒缓修复	有镇定效果，也很舒缓皮肤， <b>有颗痘痘第二天明显瘪下去了</b> ，感觉是夏天必备物
 妆前急救	肌肤缺水，底妆卡粉不服帖 脸色差，肌肤暗沉	急救补水，肌肤清洁 去黄提亮，改善暗沉	确实很补水，如果脸上很干可以急救或者 <b>妆前可以敷一下</b> 非常好。
 换季急救	冬季、换季等导致的肌肤敏感、过敏、干燥、粗糙	补水，镇静祛红，修复肌肤屏障	<b>换季肌肤敏感干到起皮</b> ，敷上去吸收很快，敷完脸马上就水润了

资料来源：公开资料整理

## 舒缓修复，补水保湿成应对急救场景的主要功效

舒缓修复、补水保湿成为主打“急救”的涂抹面膜消费占比最高的功效，以应对急救护肤场景。同时提拉紧致、毛孔收缩、抗纹去皱等功效的消费也在高速增长。

MAT 2021 天猫“急救”涂抹面膜主打功效消费占比及同比增速



数据来源：CBNData消费大数据

### “急救”涂抹面膜产品举例



#### 法儿曼 幸福面膜

- 5分钟焕活肌肤
- 深度修护肌肤，促进肌肤活性多效补湿、修护、抗衰老。



#### innisfree 柔酸火山泥膜

- 5分钟净澈舒缓
- 舒缓修护肌肤，净澈吸附油脂，缓解毛孔堵塞，补屏障更利于补水



#### 科颜氏 亚马逊白泥面膜

- 5-8分钟深层清洁
- 去黑头，去油脂，去角质，细腻毛孔，去彩妆残留，平滑、光泽肌肤

资料来源：VALMONT法儿曼天猫旗舰店，innisfree天猫旗舰店，科颜氏天猫旗舰店



# 03

## 涂抹面膜市场趋势 总结与展望



## 涂抹面膜市场将基于消费者的场景化需求，继续进行成分和功效升级

### 消费者需求

- 场景细分

消费者对于涂抹面膜的使用场景愈加精细化。一方面受疫情影响，消费者重视居家护肤，另一方面，也存在熬夜、晒后、换季等特殊场景下的护肤需求

- 快速见效

“心急的”95后、90后们对于面膜的护肤效率和效果提出了更高要求

### 产品迭代

- 功效升级

面对造成肌肤不稳定的种种因素，补水保湿等基础功效已不再能够满足消费者的护肤需求，用于进一步改善问题肌的舒缓修复、祛痘等功效受到青睐

- 成分升级

国际院线级品牌的入场促进了线上涂抹面膜成分的高端化、品质化提升。目前部分国货品牌开始跟上，将进一步促进整个品类的成分升级

### 科技升级

- 成分创新

针对问题肌肤，黑科技成分创新将助力成分升级和功效升级。掌握硬核科技和高性价比的产品会帮助品牌打造爆款，提升品牌认知度，从而占据消费者心智

# 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: 2018.6-2021.6

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

报告作者：庞琪

视觉设计：王佳玲

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：

**关于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

**CBNDATA**

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察