

CBN DATA

第一财经商业数据中心



TMIC 趋势发布

AliResearch
阿里研究院

2021美眼仪 品类趋势报告

目录

01

美眼仪品类市场概况

02

美眼仪品类消费趋势



TMIC 趋势发布

AliResearch
阿里研究院



TMIC 趋势发布

AliResearch
阿里研究院

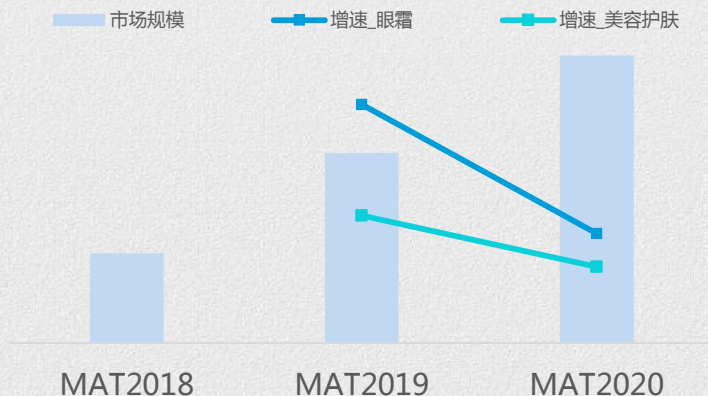
01 美眼仪品类市场概况

美眼仪市场强势增长

眼部受到消费者的更多关注，天猫美眼仪品类强势增长

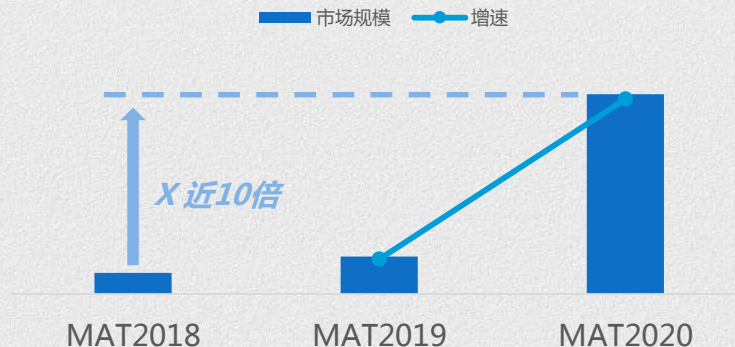
近两年天猫眼霜品类的市场规模不断扩大，销售增速远高于美容护肤整体品类；消费者对于眼部的护理也不再局限于护肤品，眼部美容仪器备受瞩目；近两年天猫美眼仪品类的市场规模不断扩大，2020年美眼仪的市场规模已达到2018年的近10倍。

MAT2020天猫眼霜品类市场规模及增速



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

MAT2018-MAT2020天猫美眼仪品类市场规模及增速



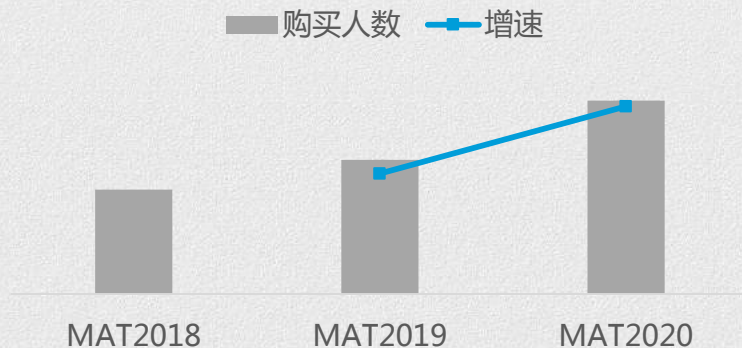
数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

美眼仪市场强势增长

消费人数和人均年消费的增长共同推动美眼仪品类发展

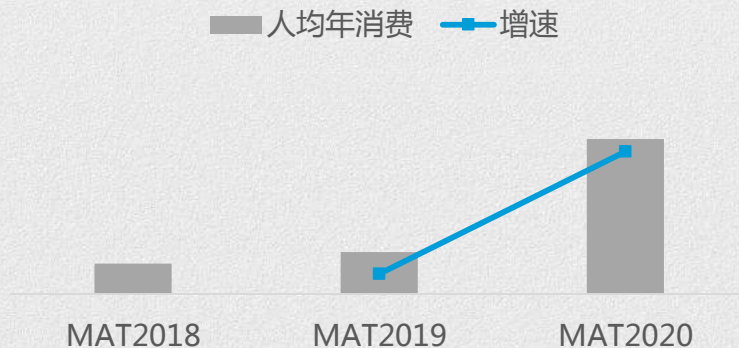
2020年天猫美眼仪品类的消费人数增长近50%，同时人均年消费增长近3倍，推动天猫美眼仪市场强势增长。

MAT2018-MAT2020天猫美眼仪品类购买
人数及增速



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

MAT2018-MAT2020天猫美眼仪品类人均
年消费及增速



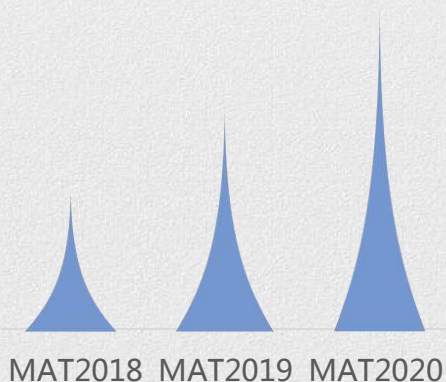
数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

市场品牌不断增加，品牌聚集化趋势明显

天猫市场美眼仪品类的品牌逐年增多；品牌聚集化趋势显著，2020年市场Top5品牌的销售额总和已占到整体市场的近90%；来自于专业的美容美体仪器品牌占领TOP美眼仪市场，这些品牌注重专业化升级，为消费者带来更加专业的眼部护理。

MAT2018-MAT2020天猫

美眼仪品类品牌数量



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

MAT2019-MAT2020天猫

美眼仪品类Top5品牌市场



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

MAT2020天猫美眼仪品类TOP品牌

品牌
Miss.Arrivo
NUFACE
TriPollar/初普
雅萌
Hitachi/日立

数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

品类市场高端化趋势明显，中高价格商品美眼仪销售增长强劲

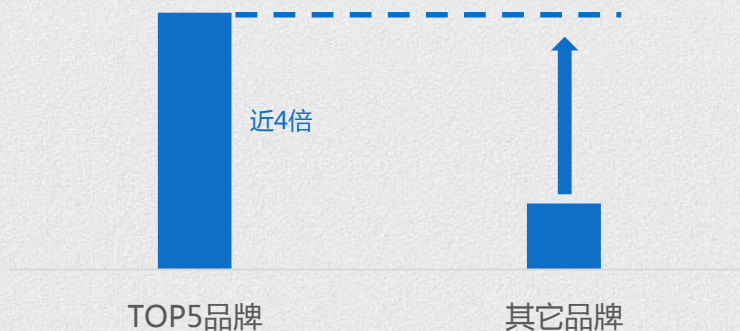
近两年，中高价格带的商品的销量占比逐年攀升，1000以上的商品销量占比在两年间增长了超50倍；头部品牌的客单价远高于其它品牌近4倍，整体市场呈现出高端升级的趋势。

MAT2018-MAT2020天猫美眼仪品类不同
价格商品销量占比



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

MAT2020天猫美眼仪品类不同品牌客单价

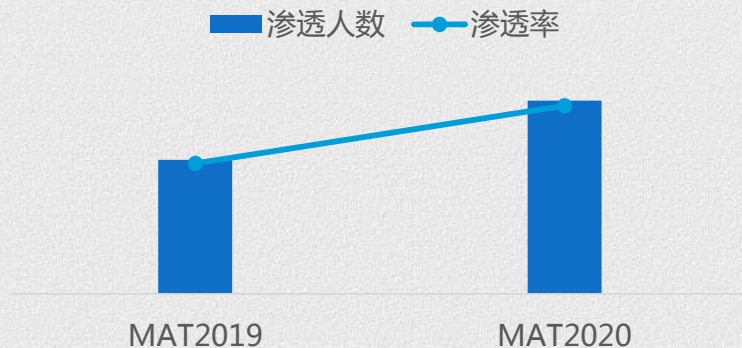


数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

美眼仪在消费者中的认知度越来越高

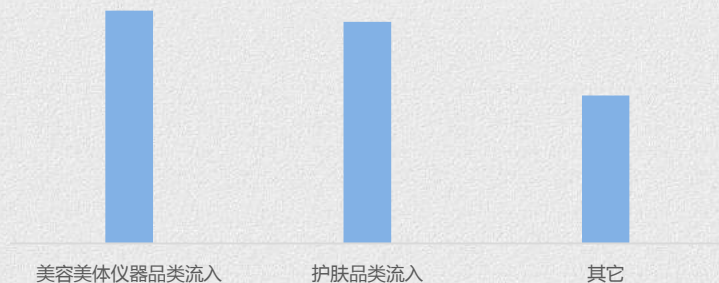
美眼仪在美容美体仪器品类消费者中逐渐渗透，越来越多的美容美体仪器品类消费者进入美眼仪市场；从美容美体仪器品类流入的消费者以及从护肤品类流入的消费者人均年消费也高于其它消费者，消费力不容小觑。

MAT2019-MAT2020美眼仪在美容美体仪器品类消费者的渗透人数及渗透率



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

MAT2020美眼仪品类不同消费者人均年消费

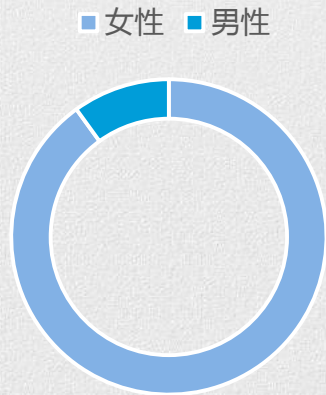


数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

女性是市场主力，一二线城市市场广阔

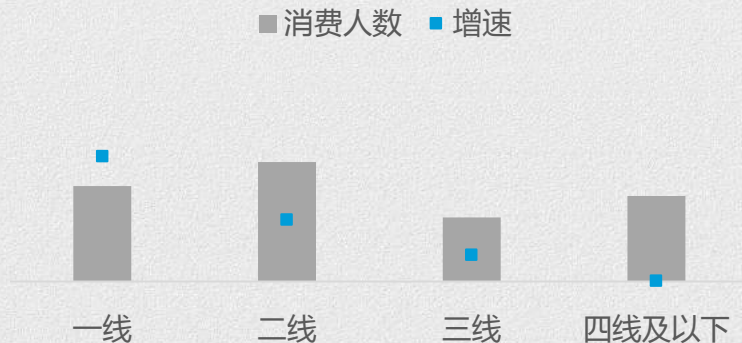
女性是天猫美眼仪品类中坚力量，人数占比近70%；一二线城市是消费贡献的主力，且增速在持续扩大。

MAT2020天猫美眼仪品类消费者性别分布



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

MAT2020天猫美眼仪品类分城市线级消费
人数占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

80后及90后是市场主力，中高购买力消费者占比提升明显

80后、85后以及90后是市场中的主力消费人群，并且人数仍在高速增长；中高购买力的消费者人数占比显著提升。

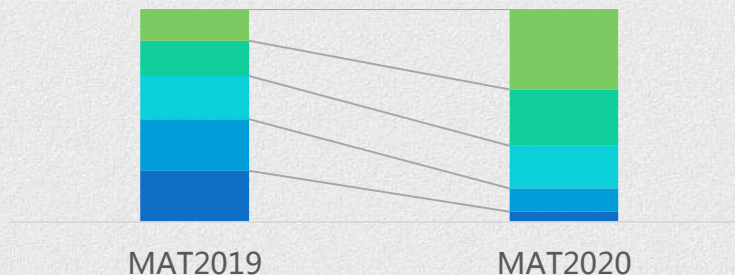
MAT2020天猫美眼仪品类不同代际消费人数占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

MAT2019-MAT2020天猫美眼仪品类不同购买力消费人数占比

■ 购买力1 ■ 购买力2 ■ 购买力3 ■ 购买力4 ■ 购买力5

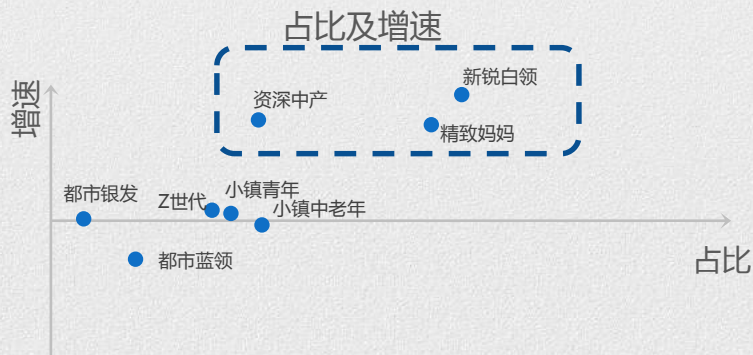


数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

新锐白领消费力持续释放

新锐白领人数占比大，人数增速领跑市场，并且人均消费也高于其它消费群体，在美眼仪品类中展现出强大的消费力；精致妈妈和资深中产也表现出亮眼的增速和消费力。

MAT2020天猫美眼仪品类不同消费者人数



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

MAT2020天猫美眼仪品类不同消费者人均
年消费



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心



TMIC 趋势发布

AliResearch
阿里研究院

02 美眼仪品类消费趋势

消费者对于美眼仪品类的认识不断深入，商品品牌、使用技术以及功效是消费者在搜索商品时的重要关注点，提拉、紧致、减轻眼袋/黑眼圈/细纹是消费者的主要诉求。

MAT2020天猫美眼仪品类搜索热词



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

品类趋势

美眼仪品类发展新趋势

“护肤品+仪器”
一体化

可穿戴设备
解放双手

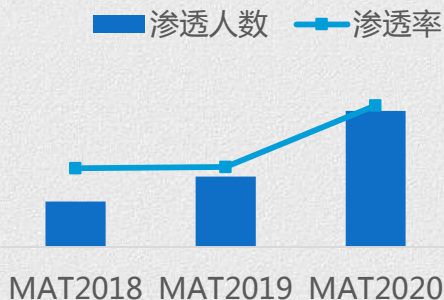
新科技加持

“仪器+护肤品”一体化

“仪器+护肤品”一体化商品销售增长显著

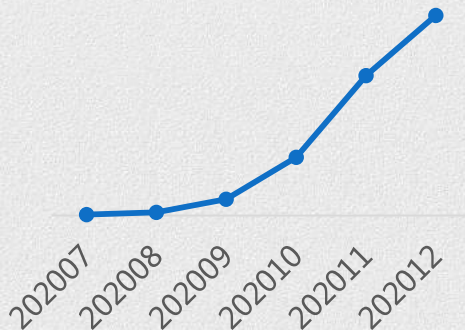
美眼仪在眼霜品类消费者的渗透率逐年提升，一些美眼仪品牌也推出“仪器+护肤品”的组合，使美眼仪与护肤品共同作用，多方面协同护理眼部。“美眼仪+护肤品”组合商品在市场中的占比强势增长，2020年12月的销售已近整体美眼仪品类市场的10%。

MAT2018-MAT2020美眼仪在眼霜品类消费者的渗透人数及渗透率



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

“仪器+护肤品”组合商品在美眼仪品类的市场占比



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心



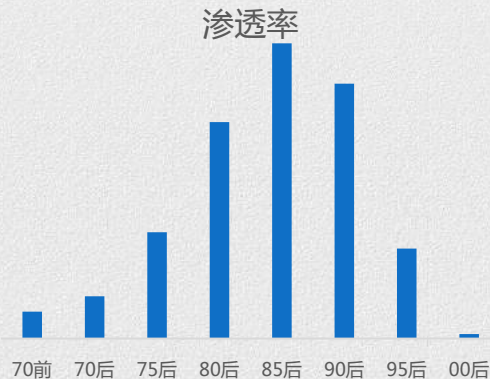
图片来源于品牌天猫旗舰店

“仪器+护肤品”一体化

多重护理更加受到75后和80后的认同

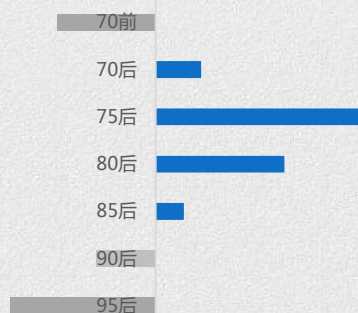
85后和90后是“仪器+护肤品”组合商品的重要拥趸，而75后和80后则对于“仪器+护肤品”组合商品有更高的偏好度。

“仪器+护肤品”组合商品
不同代际消费者人数占比及



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

“仪器+护肤品”组合商品
不同代际消费者偏好度



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

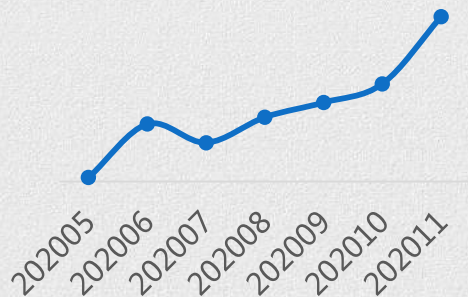


图片来源于品牌天猫旗舰店

可穿戴式设备深受市场欢迎，解放双手让眼部护理更加便捷

在美眼仪的设计上，品牌也在不断迭代创新。可穿戴式的美眼仪商品在上市之后，80后、85后以及90后尤为偏好此类商品。

天猫美眼仪品类可穿戴式设备销售趋势



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

MAT2020天猫美眼仪品类可穿戴式设备不同代际消费者占比



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心



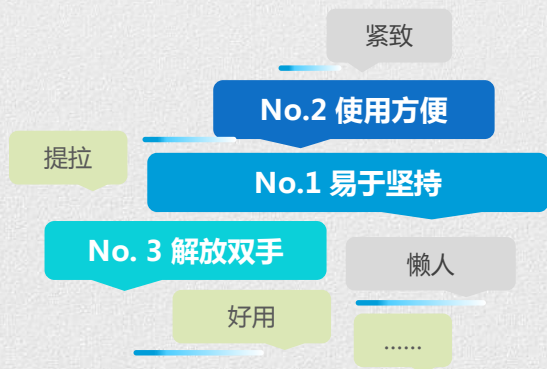
图片来源于品牌天猫旗舰店

可穿戴设备解放双手

“懒人”的美眼助手，解放消费者双手

可穿戴式的设备以其使用便捷、省时省力的特点，提升了消费者的使用体验，深受市场的青睐。

MAT2020天猫可穿戴式美眼仪商品评论热点



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

MAT2020天猫可穿戴式美眼仪商品评论词



易于坚持

这是用到的最好坚持的美容仪器了~
使用率很高 不会闲置



使用方便

使用太方便了，敷着面膜戴上眼罩，刷手机看剧两不误，清洁也很方便



好用

两种模式，五档强度，一般贴面膜用2档就够了，第二天眼周就没有浮肿、细纹也肉眼可见平了很多



解放双手

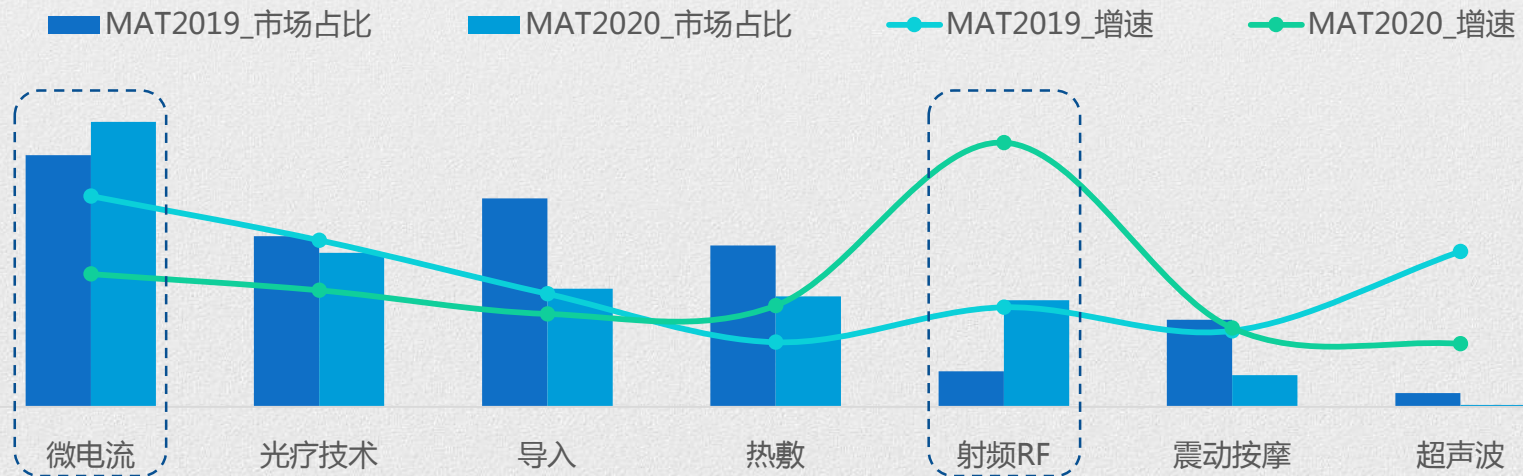
这款眼部按摩仪解放了双手，一边按摩一边看追剧，美容娱乐两不误

数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

科技助力品类升级，微电流和射频RF技术相关商品近年来备受青睐

美眼仪品类技术持续升级，商品类型更加多样化；MAT2019，使用微电流技术的商品销售增长了近10倍，抢占第一市场规模；MAT2020，使用射频RF技术的商品强势增长，成为消费者的新宠。

MAT2018-MAT2020天猫美眼仪品类不同技术产品的市场占比及销售增速

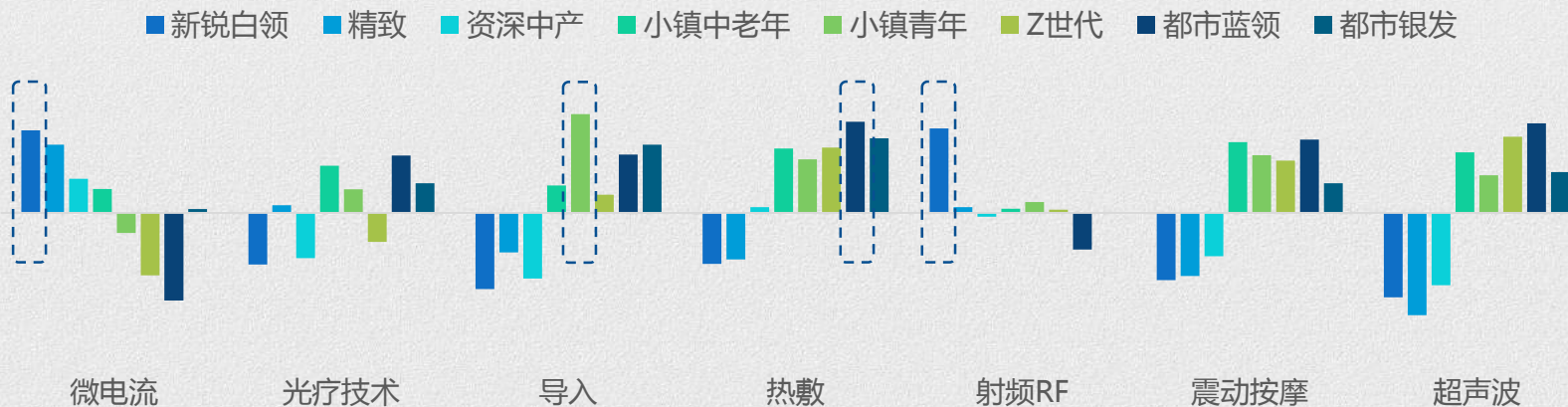


数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

新锐白领更加偏好微电流以及射频RF功能

新锐白领对于微电流以及射频RF功能的商品有很强的偏好，显示出他们在提拉、淡纹方面的强烈需求；而Z世代则更偏好导入功能的商品，都市蓝领对热敷功能和超声波功能更有兴趣。

MAT2020天猫美眼仪品类不同人群对不同技术产品的偏好度



数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

不同品牌聚焦细分技术领域

不同品牌各有长处，TriPollar/初普在射频RF技术上深受市场认可，NUFACE主要聚焦于微电流技术，Miss.Arrivo和雅萌在微电流、光疗技术、导入和射频RF等多项技术上表现突出。

MAT2020天猫美眼仪品类不同技术销售金额TOP5品牌

	微电流	光疗技术	导入	热敷	射频RF	震动按摩	超声波
1	Miss.Arrivo	Miss.Arrivo	Miss.Arrivo	雅萌	TriPollar/初普	雅萌	svk
2	NUFACE	雅萌	雅萌	Hitachi/日立	雅萌	svk	BoSidin
3	雅萌	JUJY	JUJY	SOULINK/宣伊	SOULINK/宣伊	ROZO	BELLISIMA
4	SOULINK/宣伊	ROZO	marasil	Philips	JUJY	ECOBLING	Syneron
5	JUJY	Aderans	Hitachi/日立	JUJY	Miss.Arrivo	NUFACE	SKG

数据来源：CBNData消费大数据和天猫新品创新中心

CBN DATA

第一财经商业数据中心



TMIC 趋势发布

AliResearch
阿里研究院

谢谢聆听