

Z世代

护肤

颜值

Z世代“颜”究之道

——一二线女性护肤进阶白皮书

CBN'DATA

第一财经商业数据中心



丽妍雅集

— Ruby SPA —

© 2020 CBNData. All rights reserved.



TABLE OF CONTENTS 目录



Z世代护肤概况

- 1.1 后浪来袭-Z世代正成长为社会新消费主力
- 1.2 颜值为王-Z世代偶像包袱更重，追求精致
- 1.3 超前意识-Z世代护肤意识提前，更舍得剁手



Z世代护肤进阶三部曲

- 2.1 护肤三部曲之一-专注产品，精准护肤不含糊
- 2.2 护肤三部曲之二-装备升级，超前护肤初抗老
- 2.3 护肤三部曲之三-需求进阶，专业护肤更安心



Z世代护肤概况

后浪来袭 —— Z世代正成长为社会新消费主力

随着社会经济及互联网的高速发展，从小被移动互联网环绕的Z世代逐渐成长为消费主力。据估计，2020年Z世代人群将贡献40%消费力，成为世界人口的重要组成。

Z世代

Z世代定义：1995–2009年出生一代人，他们是互联网原住民，享受着中国经济发展的红利，除了物质需求外，对生活有着更高的追求

2.6亿

国家统计局数据显示，中国Z世代出生人口共计2.6亿

40%

2020年，Z世代将占据整体消费力的40%

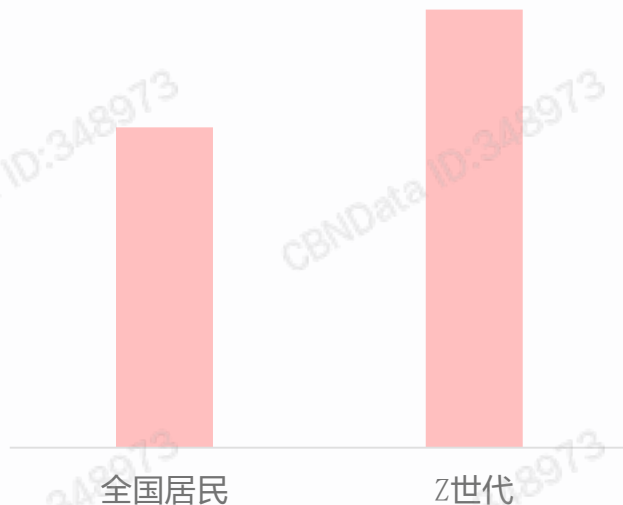
数据来源：企鹅智库《2019年Z世代消费力白皮书》

数据来源：kantar&QQ广告《Z世代消费力白皮书》

经济高速发展下Z世代拥有更强的消费力，尤其注重颜值消费

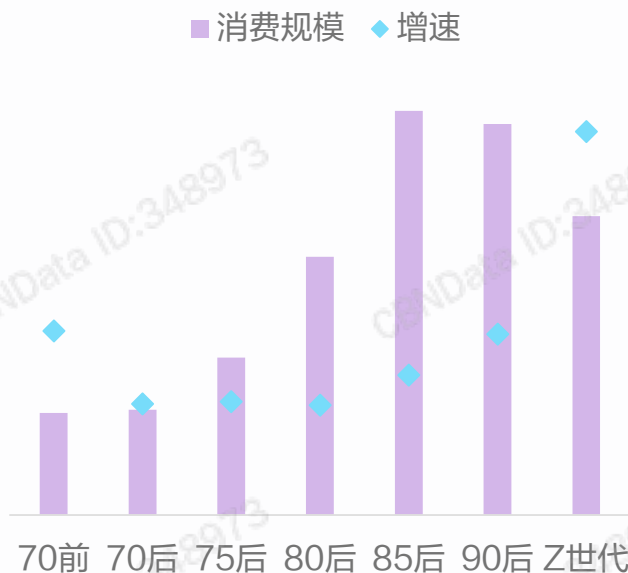
中国经济的飞速发展下，Z世代从小生长在衣食无忧的环境中，物质条件优渥的他们拥有更强的消费意愿和消费能力，其中颜值相关支出占据了大部分。在线上，服装、美妆、鞋等与颜值息息相关的品类贡献了Z世代近五成的消费。

2019年不同人群月均可支配收入情况



数据来源：国家统计局，kantar&QQ广告《Z世代消费力白皮书》

2018年9月-2019年8月 线上不同代际消费规模及增速



数据来源：CBNDATA《2019中国互联网消费生态大数据报告》

MAT2020 线上Z世代消费品类TOP5



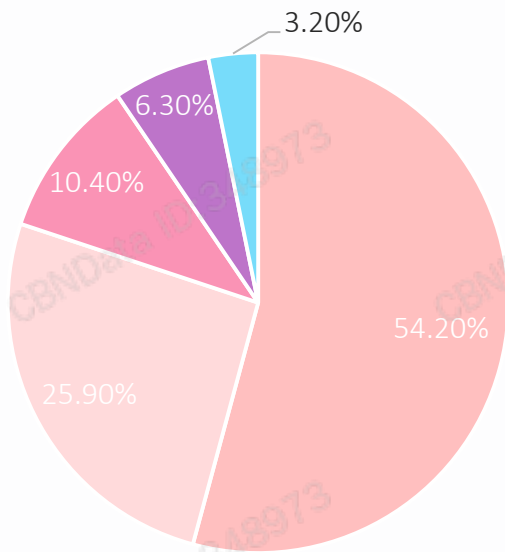
数据来源：CBNDATA消费大数据

颜值为王，Z世代在社交网络中注重美颜

作为互联网原住民的Z世代，在彰显自我的社交网络中，他们十分重视自己的颜值，是美颜美妆类APP的主要使用人群，带有“美容美妆”标签的人群中，Z世代占据五成以上；在Z世代偏爱的TOP20 APP里，美颜类APP占据了五个席位。

“美容美妆”标签用户年龄分布

■ 24岁以下 ■ 25-30岁 ■ 31-35岁 ■ 36-40岁 ■ 41岁以上



数据来源：QuestMobile《Z世代洞察报告》2018年数据

Z世代偏爱TOP20 APP（活跃渗透率TGI）



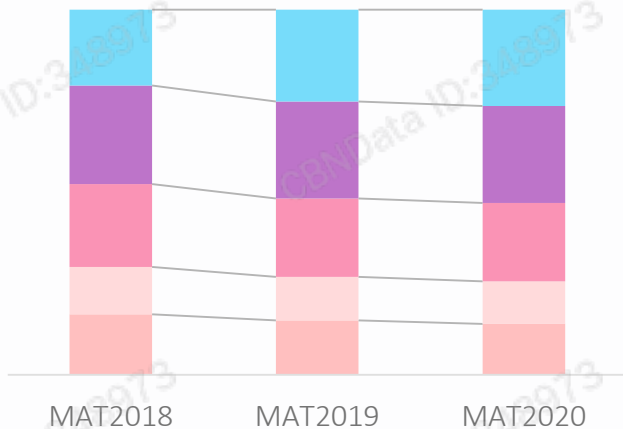
数据来源：QuestMobile《Z世代洞察报告》

现实中爱美也不松懈，一二线城市Z世代女性尤为精致

不仅在社交平台上，现实生活中爱美也毫不松懈，Z世代在线上护肤消费占比持续提升，其中一二线城市Z世代女性尤为精致，是线上护肤的消费主力，人均花费及增速远超下线城市。

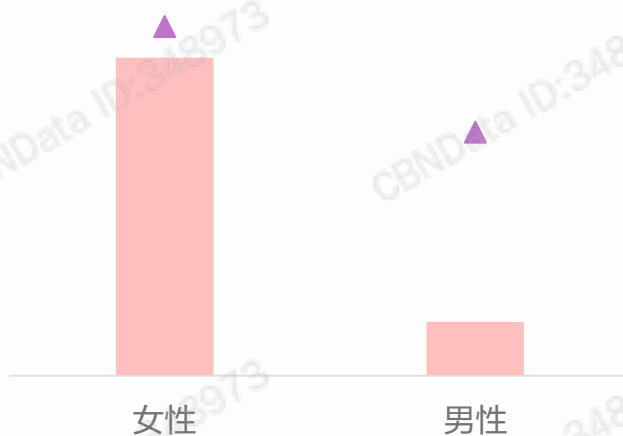
MAT2018-2020 线上护肤消费不同代际占比走势

80前 80后 85后 90后 Z世代



MAT2020 线上护肤消费不同性别Z世代消费者消费占比及增速

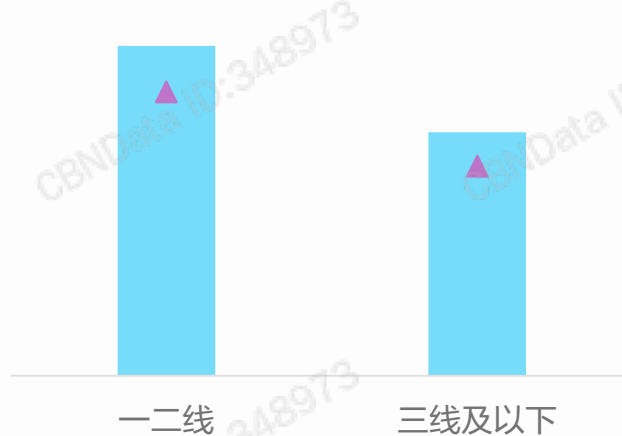
消费占比 ▲ 增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020 线上护肤消费不同城市级别Z世代消费者人均花费及增速

人均花费 ▲ 增速

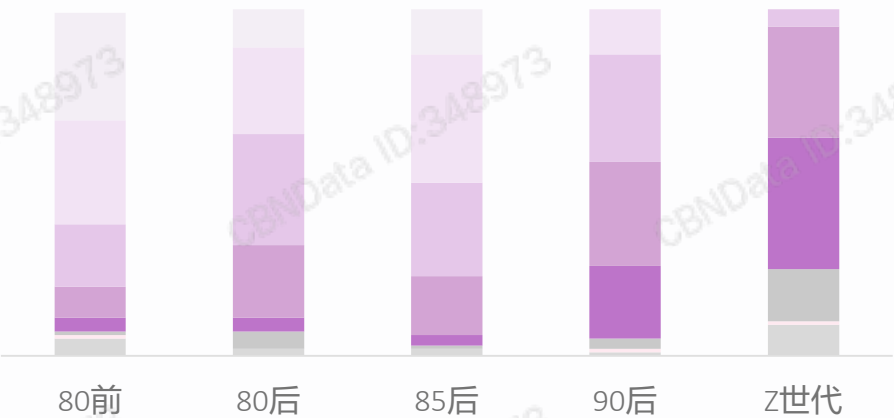


Z世代护肤日程上提，消费毫不手软

相比其他代际，Z世代开始护肤的年龄整体提前，近四成Z世代开始护肤年龄集中在16-18岁，相比90后的23-25岁和85后集中在25岁以后，Z世代的护肤年龄有近10年的前移。同时Z世代的护肤品消费单价逐年升高，年度间加速增长，她们为美丽剁手毫不心软。

一二线城市不同代际女性开始护肤年龄分布

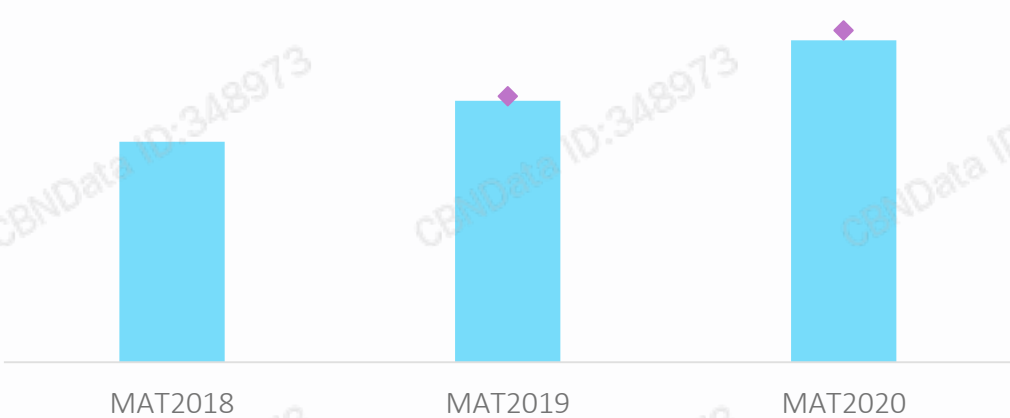
■ 从未 ■ 12岁以前 ■ 12-15岁 ■ 16-18岁
■ 19-22岁 ■ 23-25岁 ■ 26-30岁 ■ 30岁以后



数据来源：CBNData X 丽妍雅集Rubis SPA调研数据
Q：您是从何时开始护肤的？ N=1526

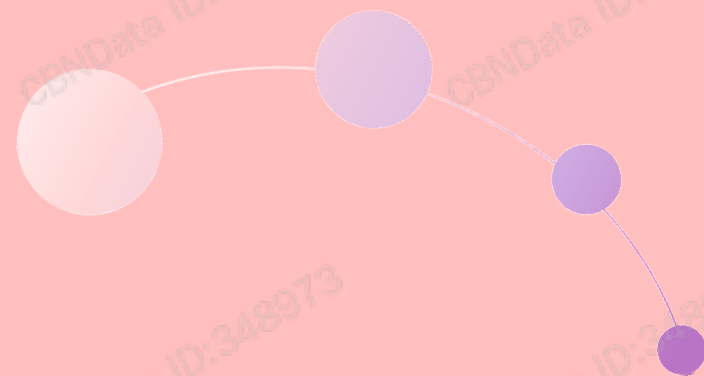
MAT2018-2020 线上一二线城市护肤Z世代女性
消费件单价及增速

■ 件单价 ◆ 增速



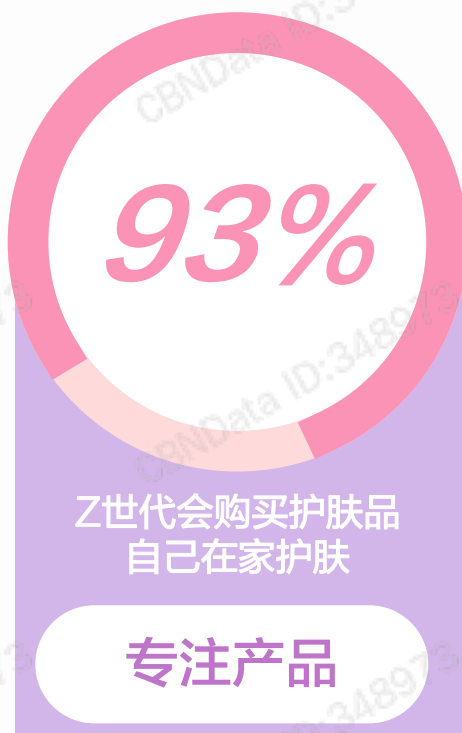
数据来源：CBNData消费大数据

Z世代护肤进阶三部曲



处于不同护肤阶段的Z世代

对于一二线城市Z世代女性来说，护肤已然成为生活的一部分，但不同Z世代处于不同的护肤阶段。93%的Z世代都会购买护肤品进行护肤，部分进阶的Z世代选择使用美容仪提升护肤效果，而21%更加高阶的Z世代会到spa馆进行专业的皮肤护理。在大部分护肤意识超前的Z世代中，已经有不少人追求更科技更专业的护肤渠道。



数据来源：CBNData X 丽妍雅集Rubis SPA调研数据

Q：您日常会从事哪些类型的护肤？ N=623



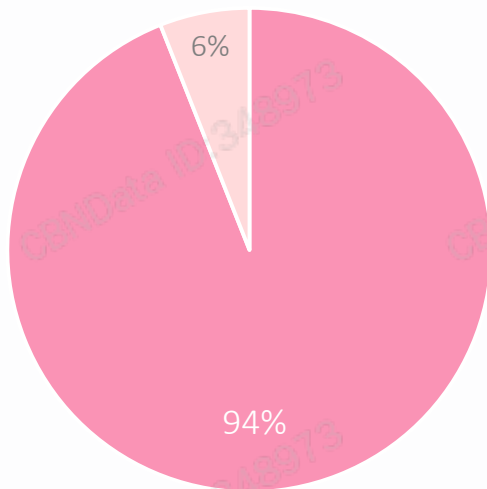
专注产品
精准护肤不含糊

Z世代购买护肤产品态度谨慎，功课先行

Z世代护肤态度严谨，94%的Z世代在购买护肤品前会先做功课对产品进行了解。其中产品功效、产品安全性和产品是否适合自己是他们最关注的前三大问题。

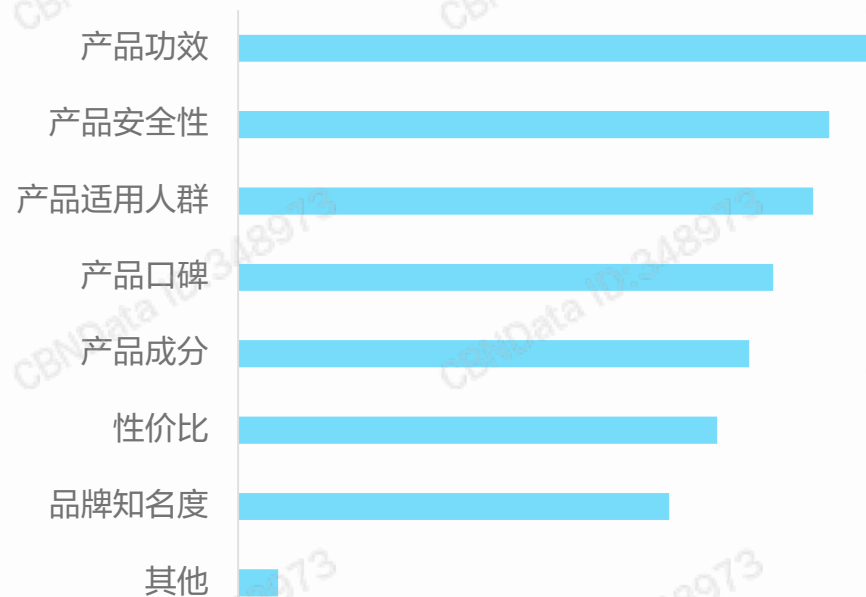
一二线城市Z世代女性购买护肤品前做功课
人数占比

■ 是 ■ 否



数据来源：CBNData X 丽妍雅集Rubis SPA调研数据
Q：您在购买护肤品前，是否会做相关功课对产品进行了解？N=581

一二线城市Z世代女性购买护肤品关注点

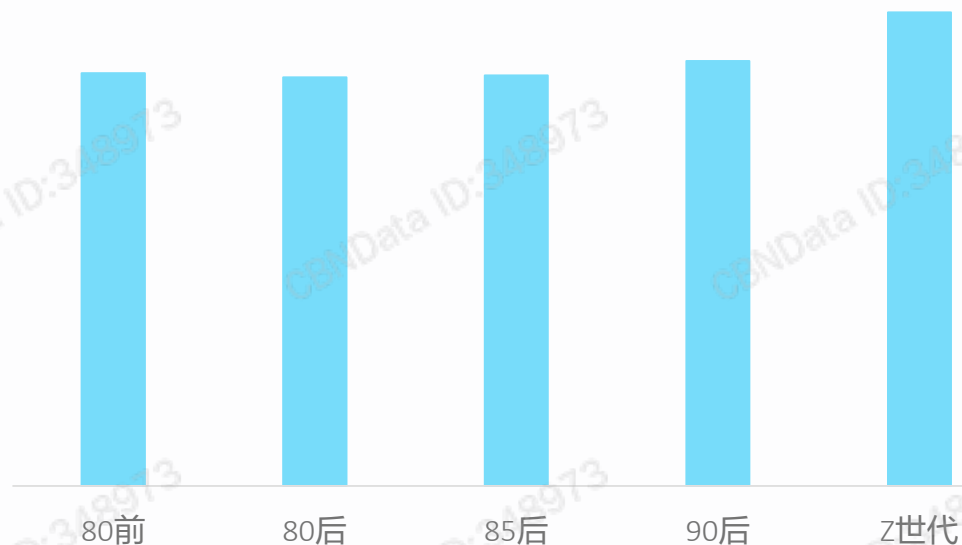


数据来源：CBNData X 丽妍雅集Rubis SPA调研数据
Q：您会对产品的哪些方面进行了解？N=546

护肤需求明确，Z世代对产品功效的关注度高于其他代际

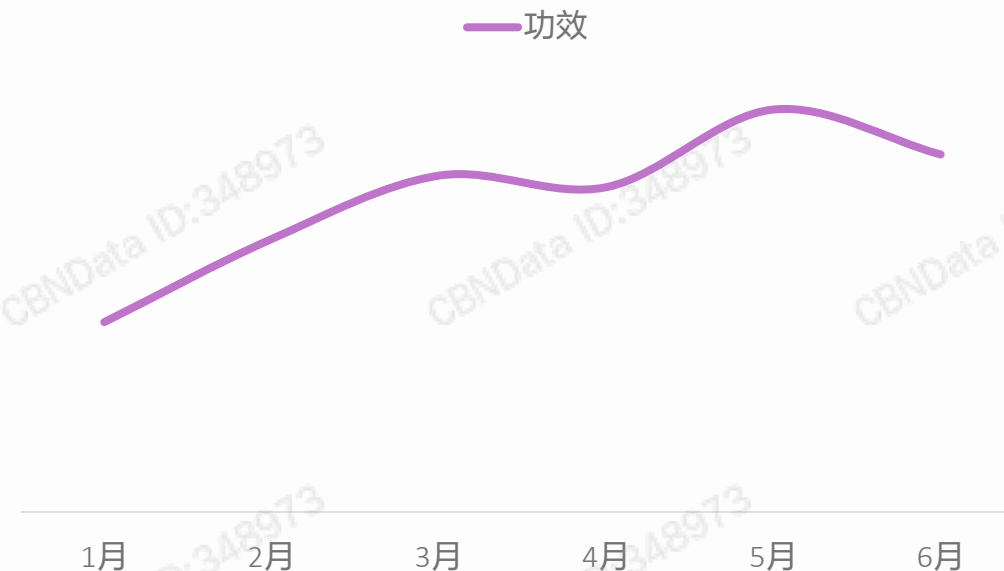
相比其他代际，Z世代对自己护肤需求更明确，因此购买护肤品时关注功效的人数比例高于其他代际。他们倾向于从功效切入去寻找能解决自己皮肤问题的产品，功效相关关键词的搜索浏览量持续上升。

MAT2020 线上一二线城市不同代际女性搜索护肤品
功效人数占比



数据来源：CBNData消费大数据

2020年1-6月 线上一二线城市Z世代女性护肤品功效
搜索浏览量

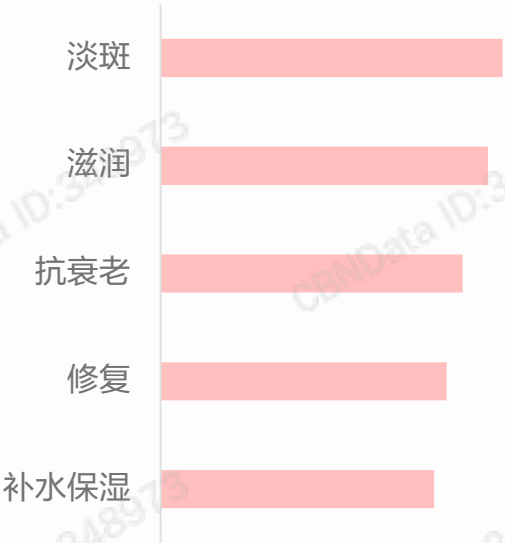


数据来源：CBNData消费大数据

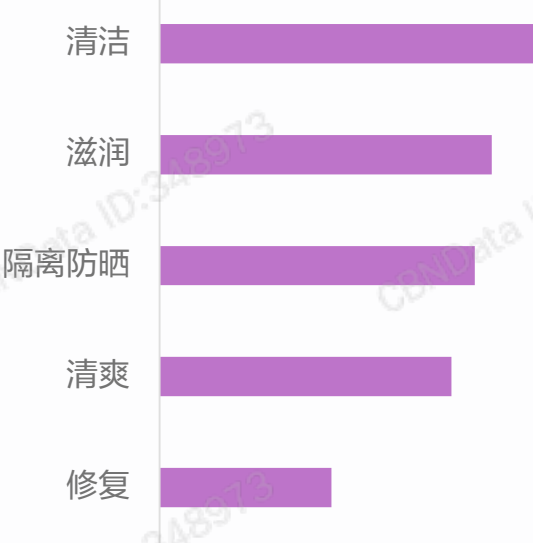
Z世代对产品功效的需求集中在青春期问题，以控油祛痘为主

不同人生阶段的护肤需求不尽相同。相比85后、90后的淡斑、滋润、抗老等一系列复杂的护肤需求，处于青春期或二十刚出头的Z世代对护肤品功效的需求则相对基础，以控油、祛痘、清洁为主。

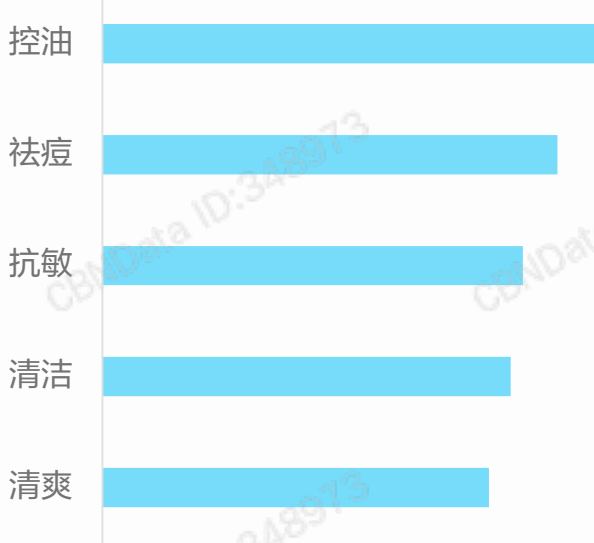
MAT2020 线上一二线城市85后
女性护肤功效搜索偏好



MAT2020 线上一二线城市90后
女性护肤功效搜索偏好



MAT2020 线上一二线城市Z世代
女性护肤功效搜索偏好

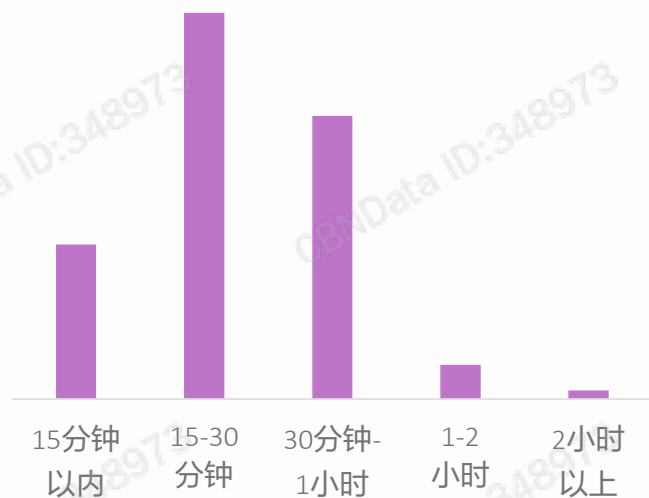


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：搜索偏好=各代际搜索不同功效人数占比/整体一二线女性搜索不同功效占比，若大于1则视为偏好

Z世代护肤注重仪式感流程，产品功能齐全

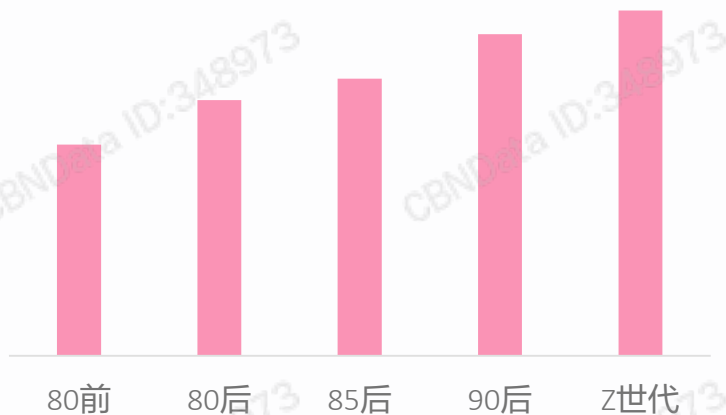
Z世代护肤流程精细，超过三成的Z世代每天花费将近一小时在护肤上；与其他代际相比，Z世代购买的护肤品种类更加丰富，从卸妆洁面到面膜眼霜，功能齐全，注重护肤的仪式感。

一二线城市Z世代女性每天护肤
花费时长分布



数据来源：CBNData X 丽妍雅集Rubis SPA调研数据
Q：您平均每天在护肤上花费多长时间？N=581

MAT2020 线上一二线城市不同代际
女性消费者人均购买护肤品种类数



数据来源：CBNData消费大数据

大数据·全洞察

MAT2020 线上一二线城市Z世代女性
消费者购买护肤品类销量TOP10

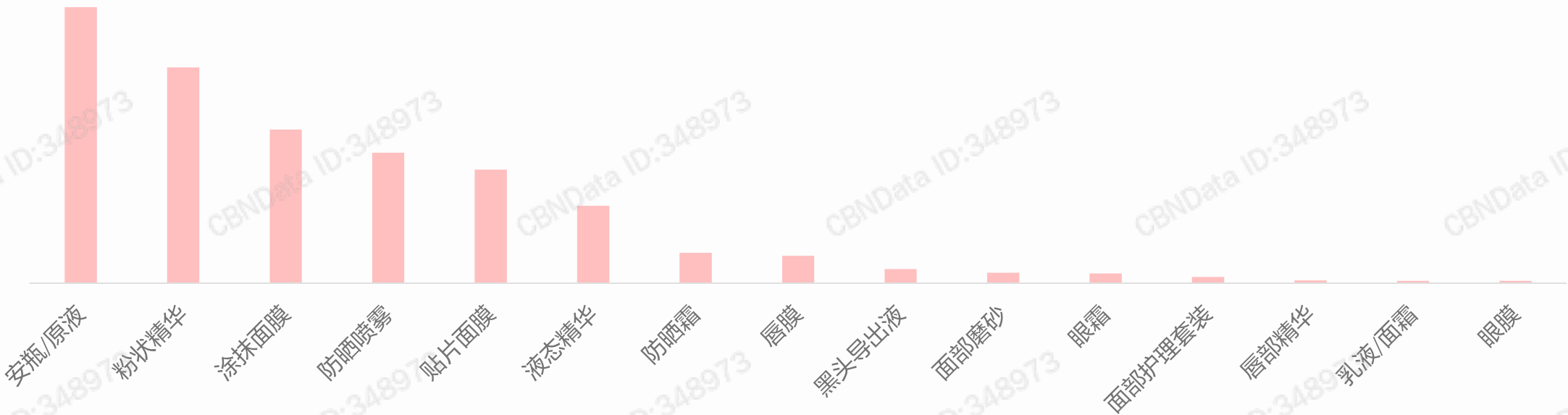


数据来源：CBNData消费大数据

护肤需求升级，功效性护肤产品受Z世代追捧

Z世代对护肤品的需求不再局限于洁面、水乳、精华、面膜等必备的基础护肤品类，随着护肤需求升级，安瓶、粉状精华等更具针对性、功效性更强的产品成为Z世代的新宠。

MAT2020 线上一二线城市Z世代女性消费者购买护肤品类销量增速TOP15



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：为了图表显示，图中安瓶/原液的增速数值缩放为原来的十分之一，粉状精华、涂抹面膜的增速数值缩放为原来的二分之一

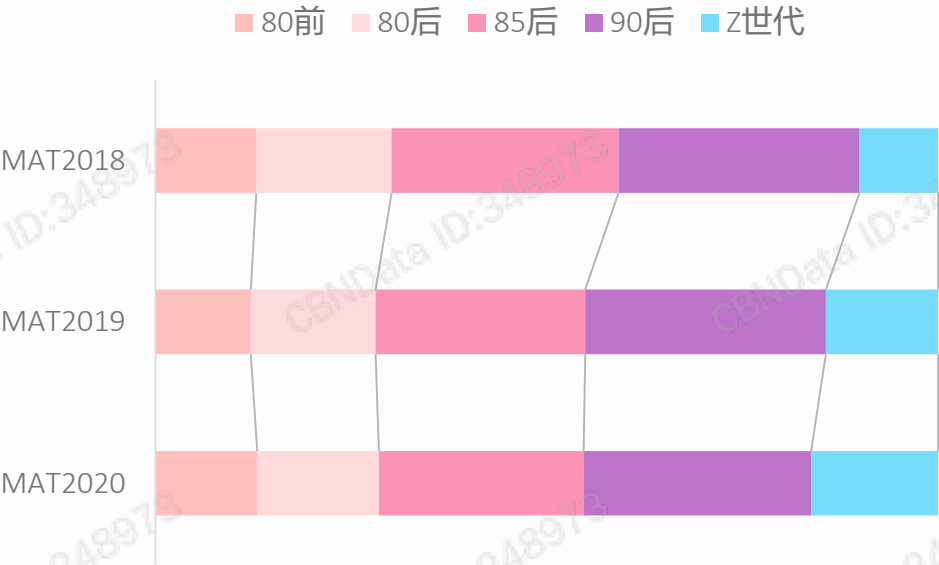
装备升级 超前护肤抗初老



工具升级 | 科技美容备受瞩目，满足更深层的护肤需求

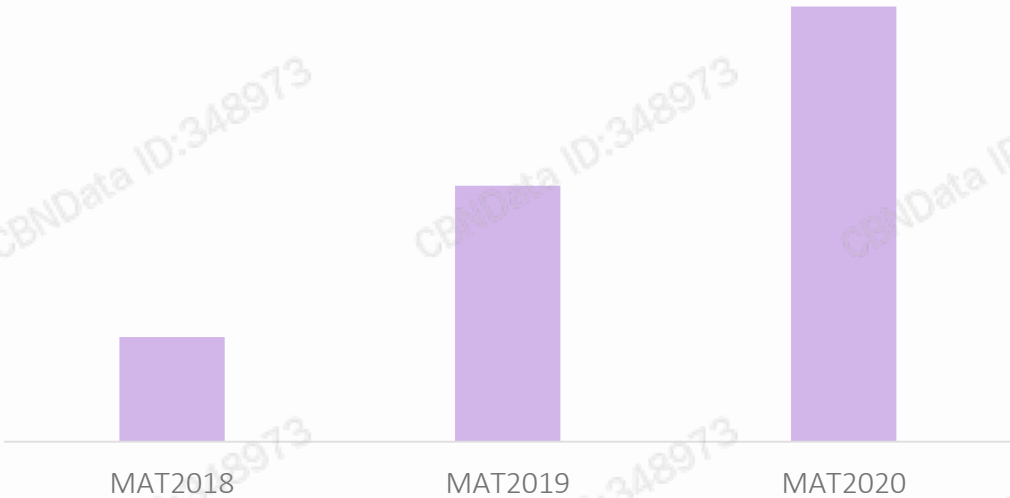
随着Z世代对肌肤关注度提升，她们不再满足于护肤品所呈现的护肤效果，需要科技和专业的工具来完成深层诉求。三年间美容仪消费渗透不断加深，越来越多Z世代开始利用科技进一步强化护肤效果、满足更深层的皮肤护理需求。

MAT2018-2020 线上美容仪一二线城市不同代际女性消费占比走势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018-2020 线上美容仪一二线城市Z世代女性消费渗透率



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：消费渗透率=线上一二线城市Z世代女性购买美容仪的人数/线上一二线城市Z世代女性购买护肤相关产品总人数

工具升级 | 护肤意识超前，瘦脸提拉需求增长迅速

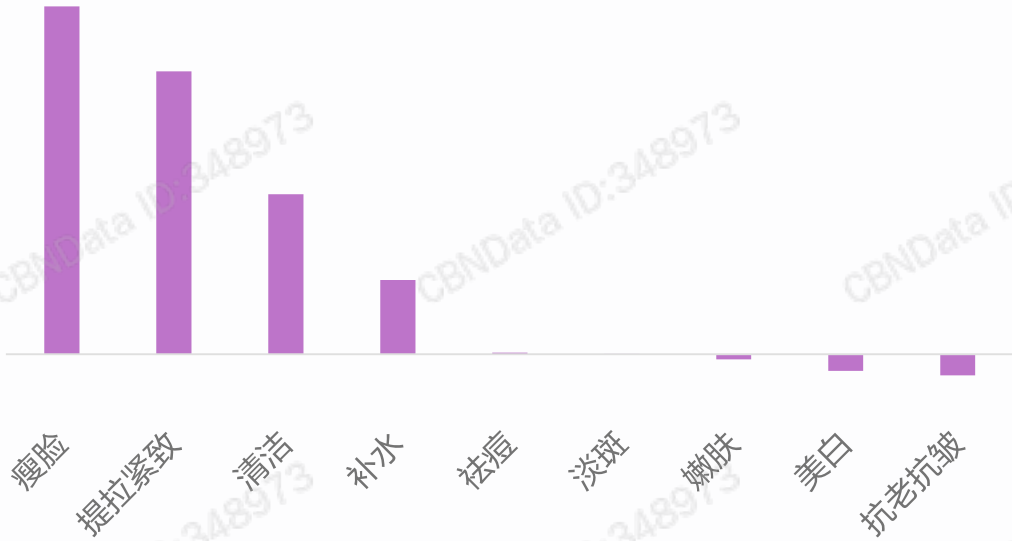
清洁祛痘仍是Z世代最基本的护肤诉求，此外，超前的护肤意识让Z世代护肤需求不断进阶，瘦脸、提拉紧致也成为Z世代关注的重要功能，相关消费快速增长。

MAT2020 线上一二线城市不同代际女性购买美容仪功能偏好



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020 线上一二线城市Z世代女性不同美容仪功能消费增速

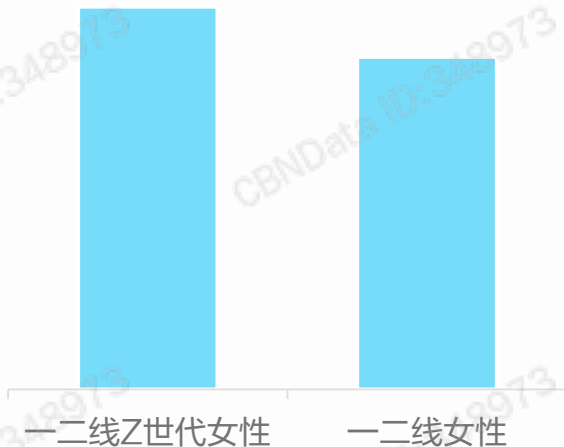


数据来源：CBNData消费大数据

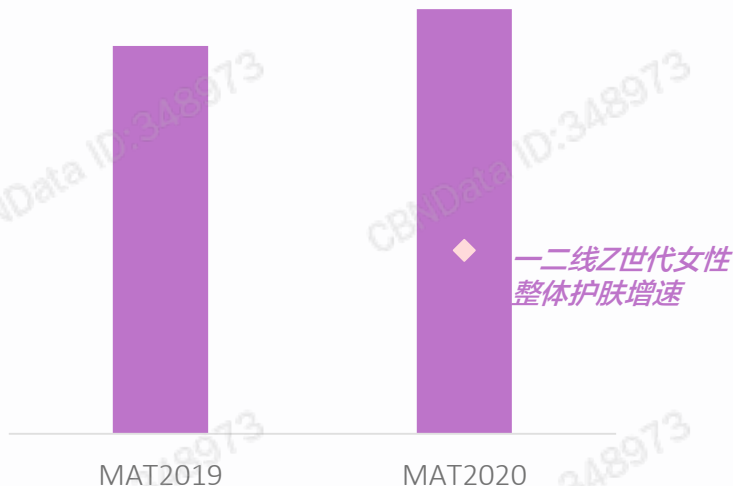
功效升级 | 自我关注度超前，Z世代注重肌肤修复

由于受到环境污染、长时间佩戴口罩等因素的影响，皮肤更加敏感和脆弱。Z世代已然开始注重皮肤的修复，购买修复类产品的人数占比高于其他代际，同时增速也远超整体人群。其中修复类精华、面膜和乳霜最受他们喜爱。

MAT2020 线上一二线城市Z世代女性购买修复类产品人数占比



MAT2020 线上一二线城市Z世代女性购买修复类产品消费增速



MAT2020 线上一二线城市Z世代女性购买修复类护肤品TOP3



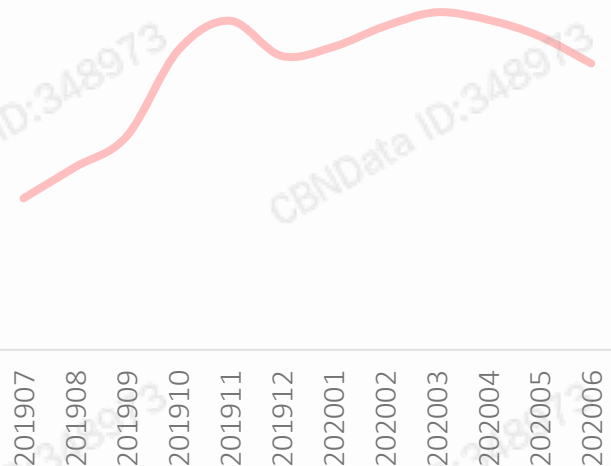
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：修复类产品为商品标题中包含修护、修复、强韧、屏障修复、敏感等关键词的护肤品

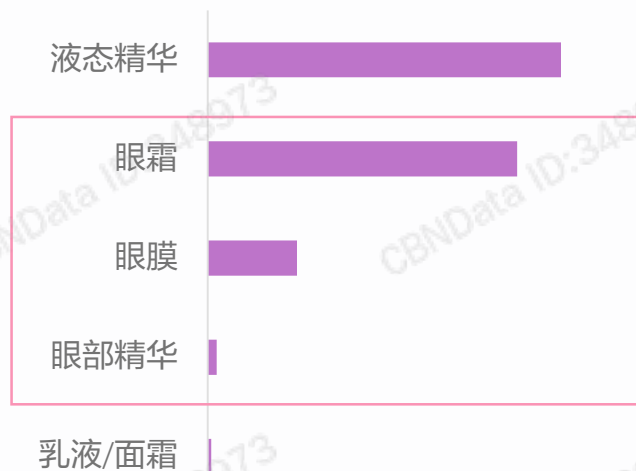
功效升级 | “抗初老”意识崛起，对眼部和颈部尤为重视

蓝光、辐射、“光老化”等概念的传播催生了Z世代抗初老的意识，线上搜索抗老关键词的人数占比不断提升。在抗老相关的产品中，眼部防护产品尤为受Z世代偏爱，此外颈部护肤品的消费也高速增长，颈部抗老意识正在崛起。

2019年7月-2020年6月 线上
一二线城市Z世代女性搜索
“抗老”相关人数占比

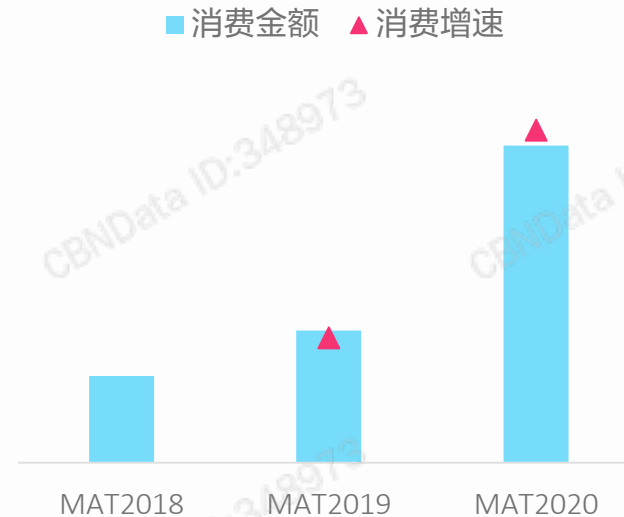


MAT2020 线上一二线城市
Z世代女性“抗老”护肤品类
偏好TOP5



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018-2020 线上一二线城市Z世代女性颈部护肤品
消费趋势





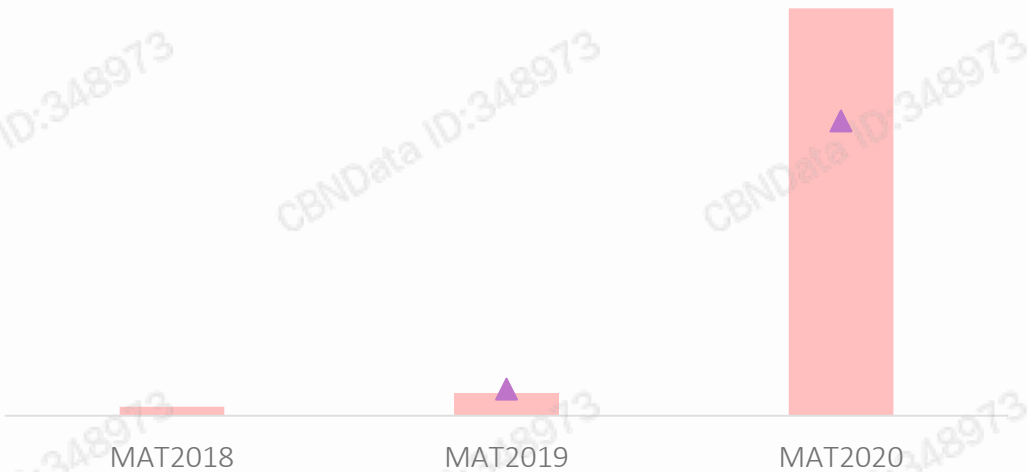
需求进阶 专业护肤更安心

护肤服务类消费持续增长，更多Z世代人群加入专业护肤行列

随着消费者触达皮肤管理机构、spa馆的渠道变多，线上成为消费者购买护肤美容服务的渠道之一，相关消费高速增长。其中Z世代人群消费人数迅速扩张，越来越多Z世代人群开始寻求SPA馆提供的专业皮肤护理。

MAT2018-2020 线上一二线城市女性购买美容护肤服务消费人数走势

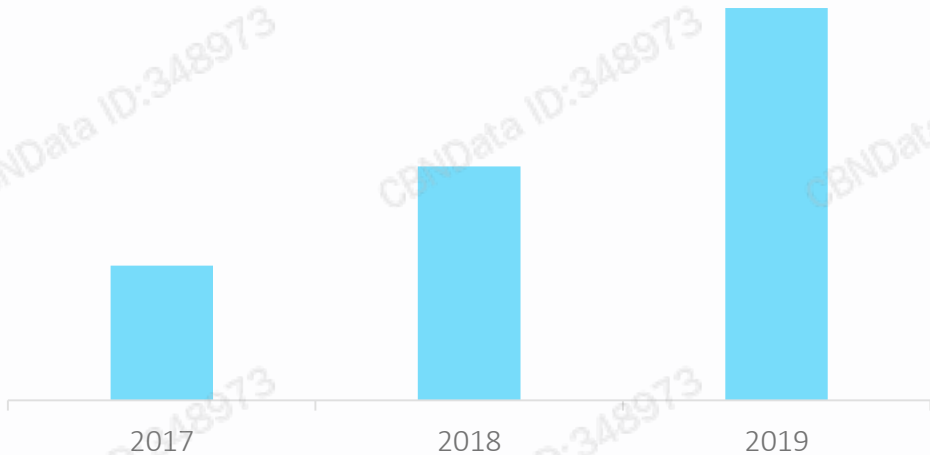
■ 消费人数 ▲ 增速



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：线上美容护肤服务包含项目为美容/SPA/纤体、美容SPA、面部护理服务三个叶子类中面部护理相关项目

2017年-2019年 一二线城市Z世代女性美容护肤服务消费人数占比走势

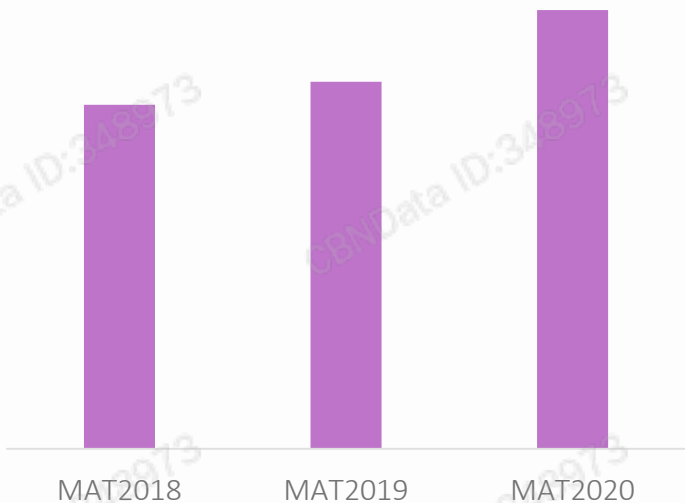


数据来源：丽妍雅集Rubis SPA

SPA馆护肤已成为Z世代生活的一部分，消费频率和投入不断提升

Z世代去SPA馆进行专业护肤越来越频繁，超过六成Z世代保持每周或两周一次的护肤频率。同时，虽然Z世代在美容护肤服务上的人均投入与其他代际存在一定差距，但增速远远超过其他代际，拥有极大潜力。

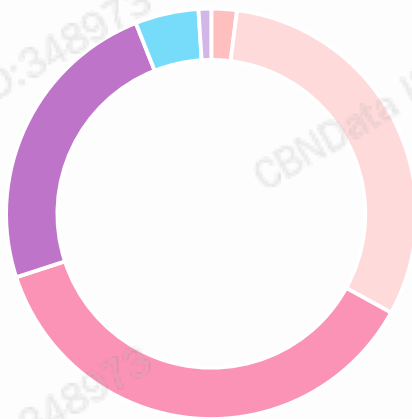
MAT2020 线上一二线城市Z世代女性美容护肤服务消费频次走势



数据来源：CBNData消费大数据

一二线城市Z世代女性去SPA护肤频率分布

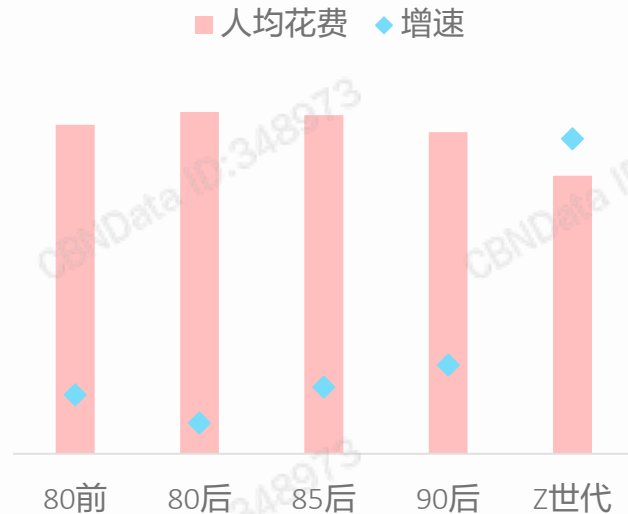
一周多次 每周一次 两周一次
每月一次 三个月一次 半年一次



数据来源：CBNData X 丽妍雅集Rubis SPA调研数据
Q：您去美容院进行专业护肤的频率大约为？N=131

大数据·全洞察

MAT2020 线上一二线城市不同代际女性购买美容护肤服务人均花费及增速



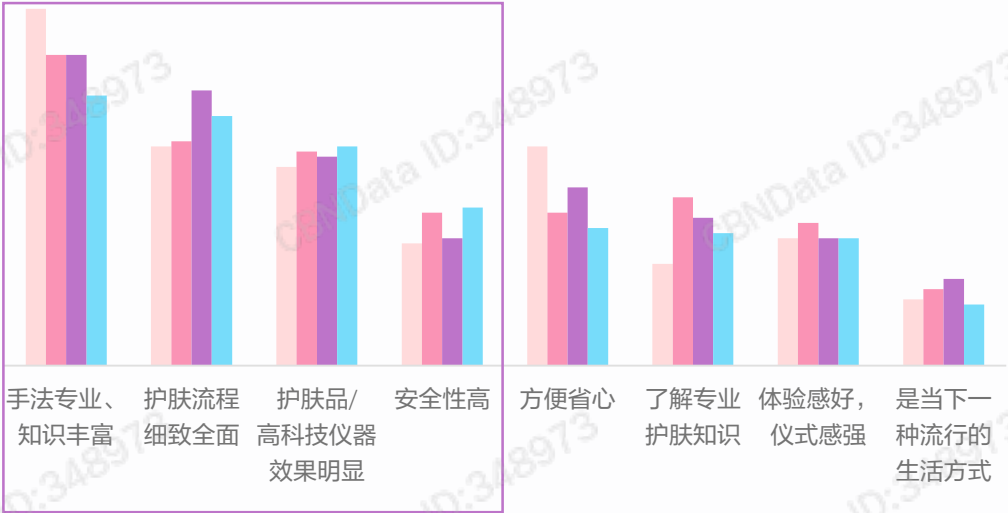
数据来源：CBNData消费大数据

追求专业与细致的同时，Z世代也讲求护肤效率

SPA馆的专业性和细致全面是Z世代选择去护肤的主要原因，同时相比其他代际，高科技仪器和安全性两大优势也是吸引Z世代的重要因素。在护肤时长上，Z世代更注重护肤效率，大多数Z世代在SPA馆护肤时长集中在1小时以内。

一二线城市不同代际女性
选择美容院/SPA馆护肤原因

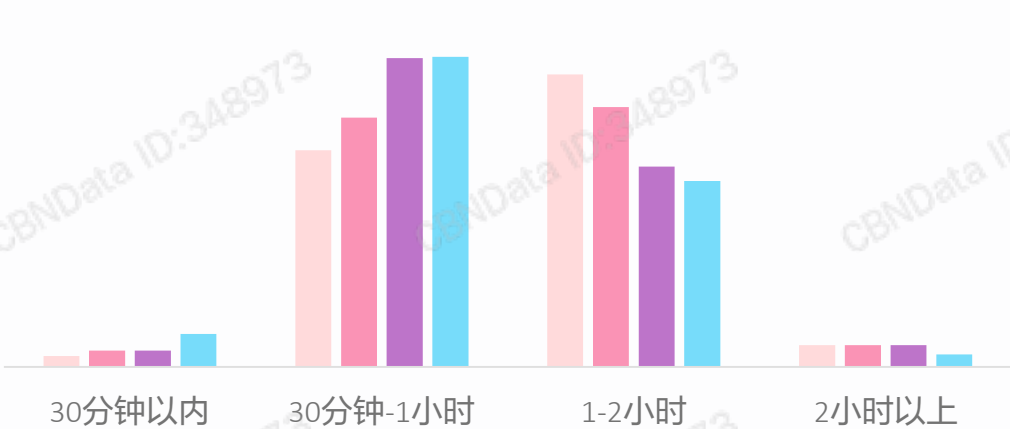
80后 85后 90后 Z世代



数据来源：CBNData X 丽妍雅集Rubis SPA调研数据
Q：您选择去美容院进行专业护肤的原因是？ N=548

一二线城市不同代际女性
美容院/SPA馆护肤时长分布

80后 85后 90后 Z世代



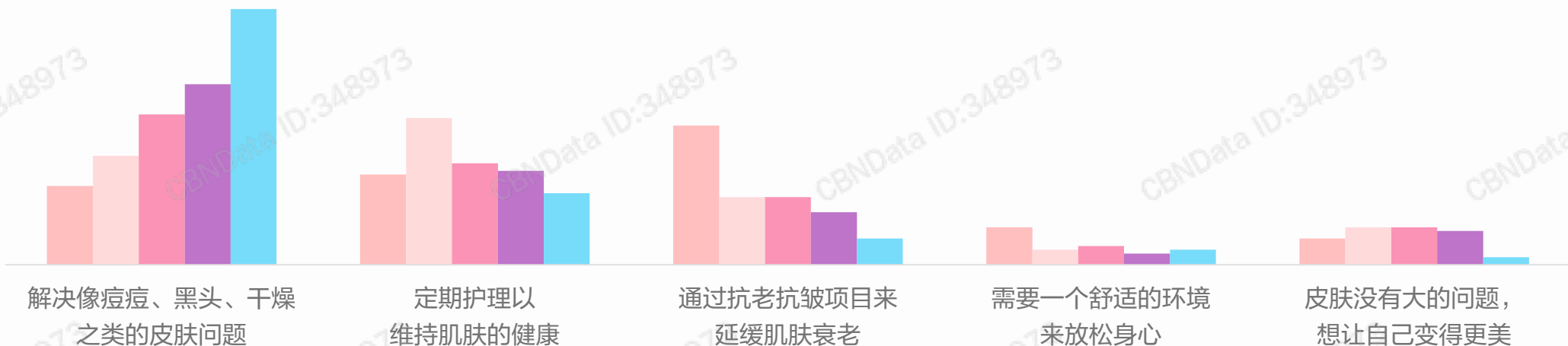
数据来源：CBNData X 丽妍雅集Rubis SPA调研数据
Q：您去美容院进行护肤的每次时长大约为？ N=548

以专业渠道解决皮肤问题是众多Z世代走入SPA馆的主要诉求

与其他代际相比，Z世代解决皮肤问题的需求更加强烈与突出，她们信赖于专业渠道，近七成的Z世代去SPA馆护肤是为了解决皮肤问题，此外，随着大众对肌肤健康越来越重视，肌肤维稳也成为Z世代女性消费者的重要诉求。

一二线城市Z世代女性去美容院/spa馆护肤的主要诉求

80前 80后 85后 90后 Z世代



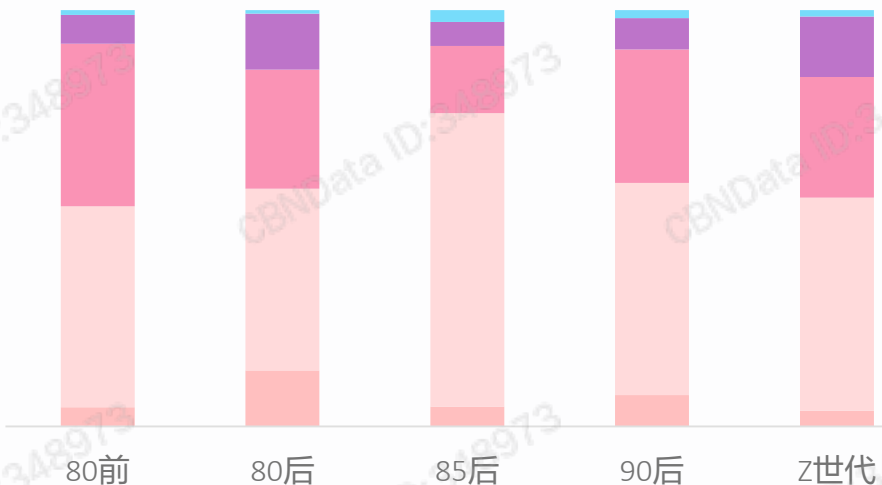
数据来源：CBNData X 丽妍雅集Rubis SPA调研数据
Q：您选择去美容院进行专业护肤的最主要诉求是？ N=548

中价位清洁项目是主流选择，也有不少Z世代愿为护肤一掷千金

200-500元的中价位段项目是Z世代去SPA馆的主流选择，也有15%Z世代会选择800-1000元之间的项目，比例高于其他代际。相比80后、85后以抗老项目为主，Z世代更偏爱清洁祛痘、美白祛黄等项目。

一二线城市不同代际女性在美容院/spa馆购买护肤项目价格分布

200元以下 200-500 500-800元 800-1000元 1000元以上



数据来源：CBNData X 丽妍雅集Rubis SPA调研数据

Q：通常您在美容院/spa馆消费一次护肤项目的价格区间为？ N=548

一二线城市Z世代女性去美容院/spa馆护肤项目偏好



数据来源：CBNData X 丽妍雅集Rubis SPA调研数据

Q：您去美容院会选择哪些类型的护肤项目？ N=548

Z世代护肤进阶之路

专注产品，精准护肤

Z世代女性对颜值尤为关注，93%的一二线城市Z世代女性会购买护肤品，她们护肤态度严谨，注重功效，对护肤品的功效要求不断升级。

护肤品



美容仪



意识超前，深层护肤

部分Z世代不再满足于护肤品所能达到的护肤效果，选择使用具有科技型、更专业的护肤工具。同时她们的护肤诉求更超前，开始注重肌肤的修复和抗老。

需求进阶，专业护肤

21%的一二线城市Z世代女性的护肤需求更加进阶，走入SPA馆进行护肤。她们享受SPA馆带来的专业细致的护肤流程，同时也注重护肤效率，信赖SPA馆能更好的帮她们解决肌肤问题。

Spa馆





DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：CBNData消费大数据&丽妍雅集Rubis SPA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：2017.07.01-2020.06.30

CBNData调研数据：

投放对象：一二线城市女性消费者

样本数量：N=1526

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

视觉设计：张称

联系我们：Data@cbndata.com

商务合作：BD@cbndata.com

加入我们：JOB@cbndata.com

■ 丽妍雅集Rubis SPA:

丽妍雅集Rubis SPA于1999年在上海成立，现已在全球拥有20家直营门店，足迹遍及中国、瑞士、加拿大。作为中国奢护美容SPA品牌，多年来，荣获国内外业界奖项多达28次。致力于为中国女性引入全球前沿护肤理念和美肌技术，分别于中国和瑞士设立R&D研发中心，每年与欧美多国美容专家联袂创新研发，创造高品质的护肤SPA体验，全方位悉心呵护女性肌肤与身心灵健康之美。

第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）成立于2015年，是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的消费大数据研究机构、数据传播服务商和金融资讯运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，CBNData以科技为驱动，以场景为延展，面向市场全面输出数据服务、内容服务、整合营销服务、MCN整合运营服务四大核心能力。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

