

功能

洗护

趋势

2021 功能洗护消费 趋势洞察

CBNDATA × **上海药皂®**
第一财经商业数据中心

© 2021 CBNDATA. All rights reserved.

TABLE OF CONTENTS

目录

- 第一部分：
肌肤清洁护理成当代国民关注焦点
- 第二部分：
功能洗护消费新风尚
- 第三部分：
肌肤清洁小贴士

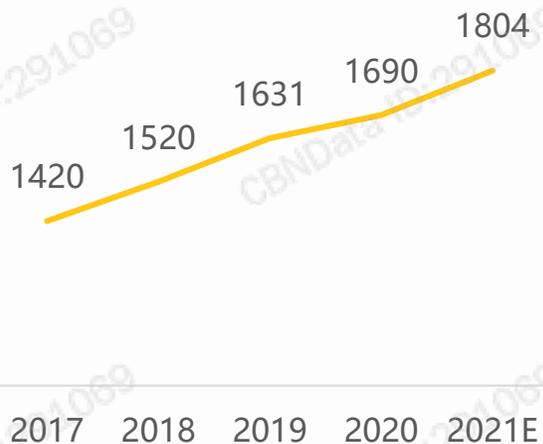
01

「肌肤清洁护理成 当代国民关注焦点」

超八成消费者重视自身肌肤状态，洗护市场消费规模持续走高

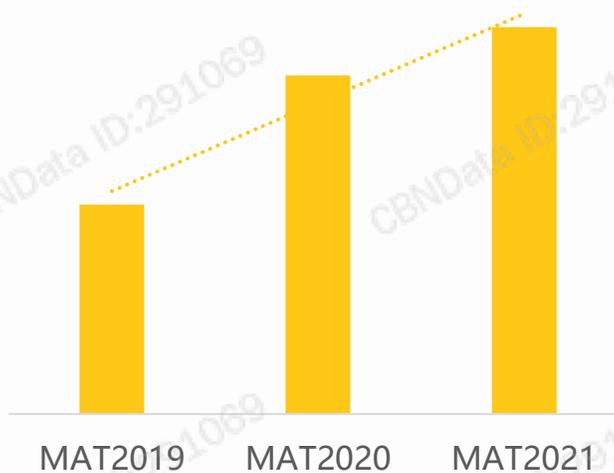
近年来，洗护行业消费规模稳步提升，预计在2021年将达到1804亿元，线上细分洗护市场同样高歌猛进。调研数据显示，超八成消费者非常重视或比较重视自己的身体肌肤状态，消费者身体肌肤健康意识觉醒。

2017-2021中国洗护市场
规模统计及预测（亿元）



数据来源：中商产业研究院整理

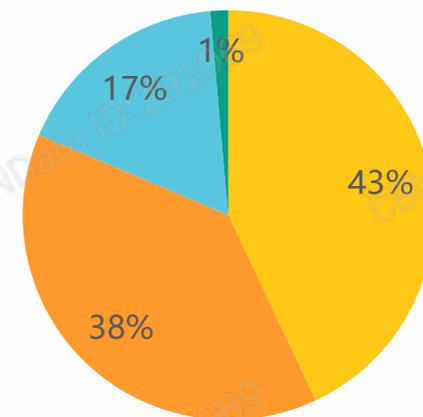
MAT2019-2021线上洗护市场
消费规模趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

消费者对于身体肌肤的关注度

■ 非常重视 ■ 比较重视
■ 一般重视 ■ 不太重视

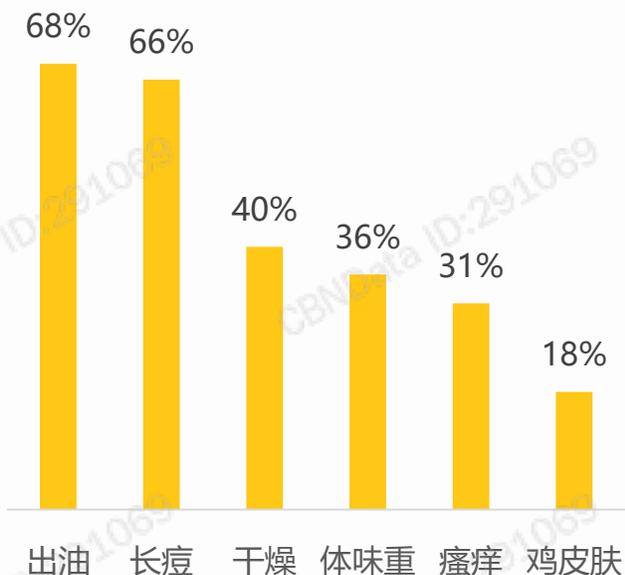


数据来源：CBNDATA数据调研
Q：您是否关注自己的身体肌肤状态？ N=1000

多种肌肤问题困扰之下，功能清洁型洗护愈受消费者重视

在以出油、长痘为主的多种身体肌肤困扰之下，消费者对于洗护产品的需求不再局限于基础清洁力，能够深度清洁肌肤并解决多项肌肤问题的功效，如控油、除螨、抑菌、祛痘等到消费者重视，具有此类功效的功能清洁型洗护愈发受到消费者青睐，线上消费规模显著提升，增速高于整体洗护市场。

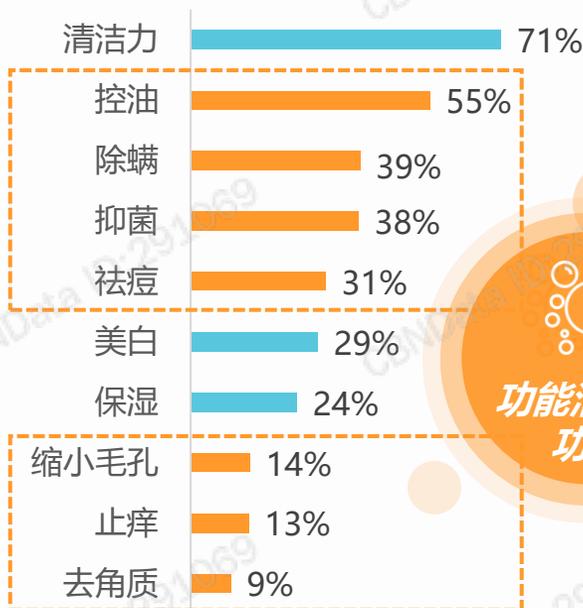
消费者最易出现的身体肌肤问题



数据来源：CBNDATA数据调研

Q：您是否出现过以下身体肌肤问题？N=1000

消费者关注的洗护产品功效



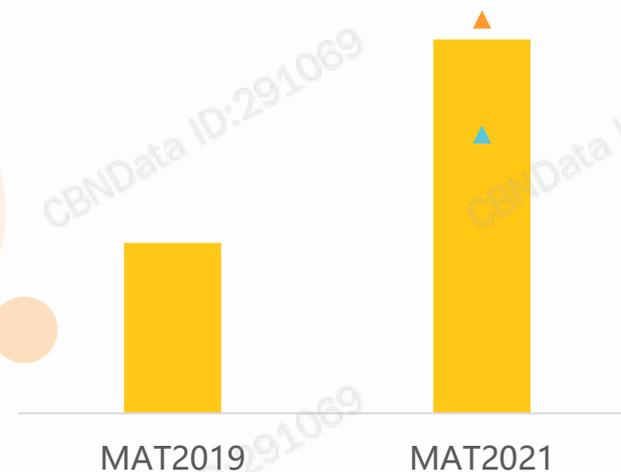
数据来源：CBNDATA数据调研

Q：您在选择洗护产品时，较为关注哪种功效？N=1000

大数据·全洞察
官方微信：zhituquan

MAT2019-2021线上 功能清洁型洗护消费情况

■ 消费规模 ▲ 消费增速 ▲ 整体洗护增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：功能清洁型洗护包括具有祛痘、除螨、止痒、控油、去角质、去鸡皮肤、去死皮、抑菌、消炎等深度清洁功效的洗护产品

消费者肌肤清洁意识增强，功能清洁型洗护复购心智逐渐养成

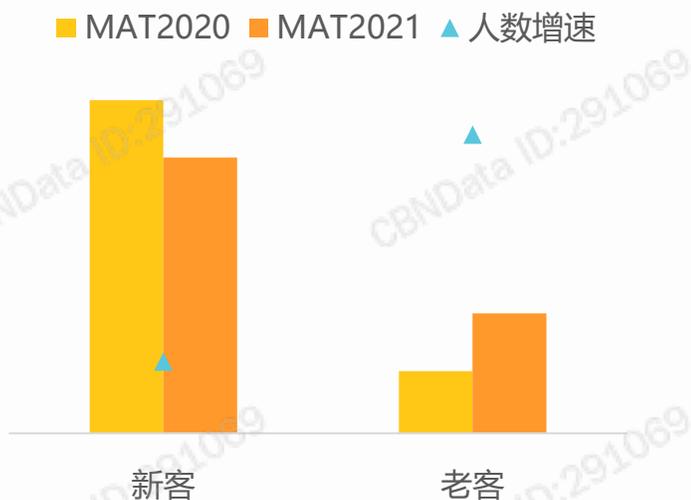
消费者的涌入及购买频次的增长是功能清洁型洗护市场蓬勃发展的主要驱动因素，越来越多人认识到了肌肤清洁的重要性且消费者复购心智逐渐成熟，老客留存比重提升，且一年内出现复购行为的消费者占比进一步提升。

MAT2021线上功能清洁型洗护 增长驱动因素拆解



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020-2021线上 功能清洁型洗护新老客消费人数 占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-2021线上 功能清洁型洗护各购买频次 消费者人数占比



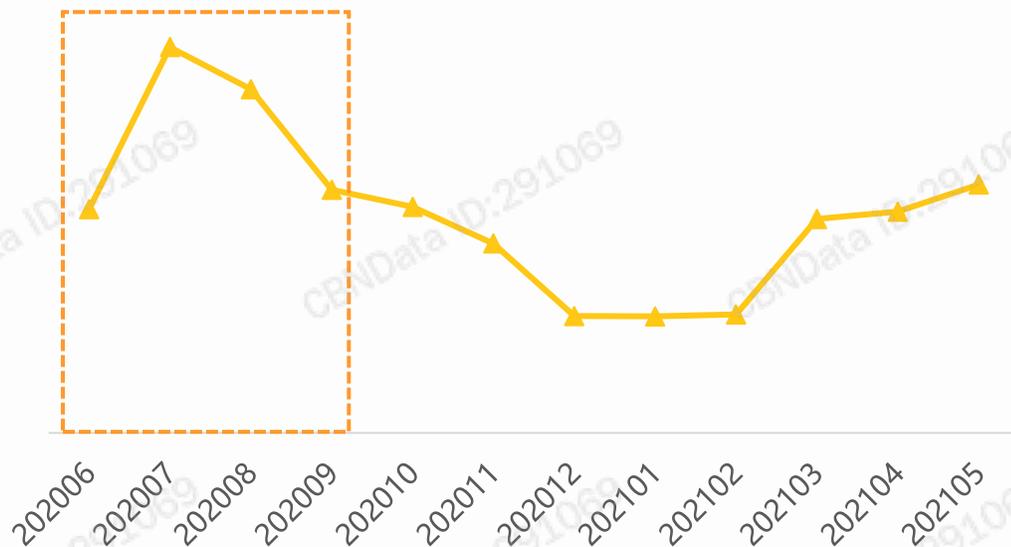
数据来源：CBNData消费大数据

2021功能洗护消费趋势洞察

夏季各类肌肤问题频发，功能清洁型洗护需求更盛

正值炎炎夏日，消费者面临出油、冒痘、出汗、细菌滋生等各类肌肤问题，寻求功能清洁型洗护产品保护肌肤健康。6-9月功能洗护相关搜索词热度明显高于平均，其消费贡献全年近四成销售，夏季消费者对于功能洗护的需求显然更旺盛。

2020.06-2021.05线上洗护“功能清洁”相关
搜索词热度



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：搜索词热度指搜索过“功能清洁”相关关键词的累积PV量；功能清洁包括：祛痘、除螨、止痒、控油、去角质、去鸡皮肤、去死皮、抑菌、消炎等深度清洁功效的洗护产品

MAT2021线上功能清洁型洗护夏季消费占比

■ 6-9月 ■ 其他月份



数据来源：CBNDATA消费大数据

女性和90、95后年轻一代均贡献近六成消费，为功能洗护消费主力军

女性消费者以近六成的消费占比成为线上功能洗护市场的核心买家；但随着男性消费者肌肤清洁护理意识渐渐提升，其消费潜力将不断释放。Z世代贡献逾四分之一功能洗护消费，是当下功能洗护最大的消费群体；90后的消费潜力也不容小觑，他们客单价最高，更愿氪重金守卫肌肤健康。

MAT2019-MAT2021线上

功能清洁型洗护分性别消费情况



MAT2019 MAT2020 MAT2021

数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021线上功能清洁型洗护

分代际消费规模占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021线上功能清洁型洗护

分代际客单价趋势



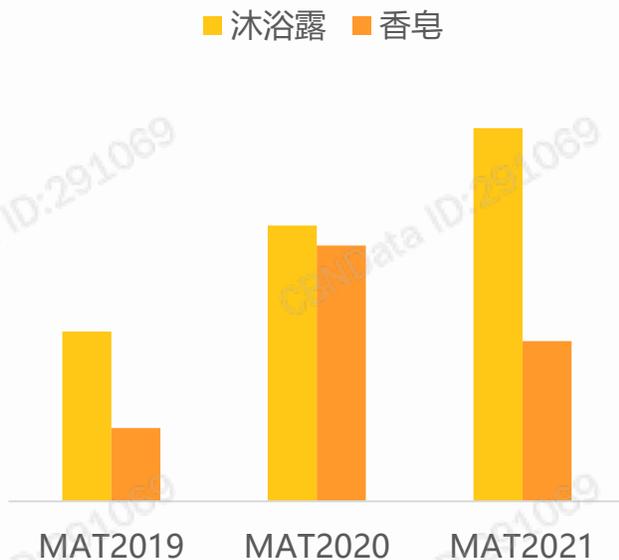
95后 90后 85后 80后 80前

数据来源：CBNDATA消费大数据

细分品类，沐浴露香皂各有所好，沐浴露因其便利性更受消费者青睐

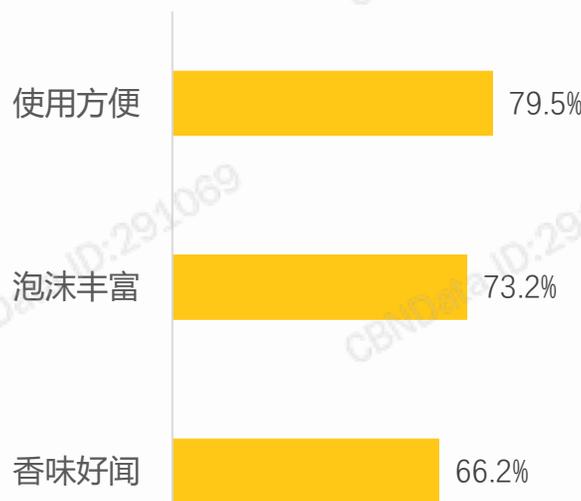
功能清洁型洗护主要细分沐浴露和皂类两大品类，沐浴露线上消费持续升温，超八成受访消费者表示因沐浴露使用方便、泡沫丰富且香味好闻的特点更偏好沐浴露；另一方面，香皂在经历疫情原因短暂暴涨后，于2021年趋于平稳，偏好香皂的消费者追求其清洁力强且成分简单。

MAT2019-2021线上功能清洁型洗护主要品类消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

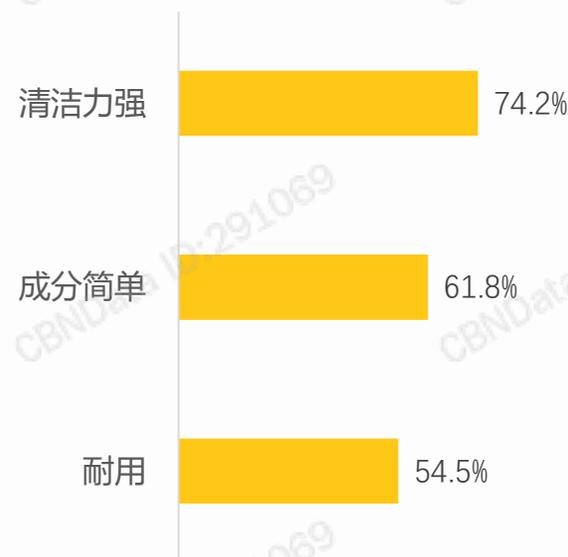
消费者喜欢沐浴露原因TOP3



数据来源：CBNDATA数据调研
Q：您喜欢沐浴露的原因是？ N=884

官方微信：zhituquan

消费者喜欢香皂原因TOP3

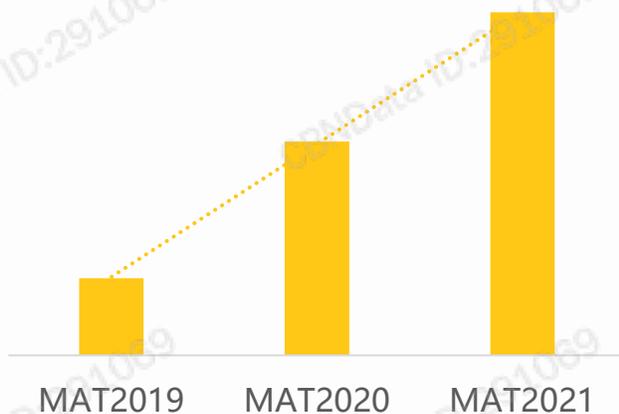


数据来源：CBNDATA数据调研
Q：您喜欢香皂的原因是？ N=233

多种沐浴产品新形态横空出世，其中液体香皂消费增长迅猛

除了常规沐浴露和香皂，沐浴产品创新形态近年来不断涌现，消费占比节节攀升。其中，液体香皂消费增速迅猛，品类上新，百花齐放，逐渐吸引消费者群体。

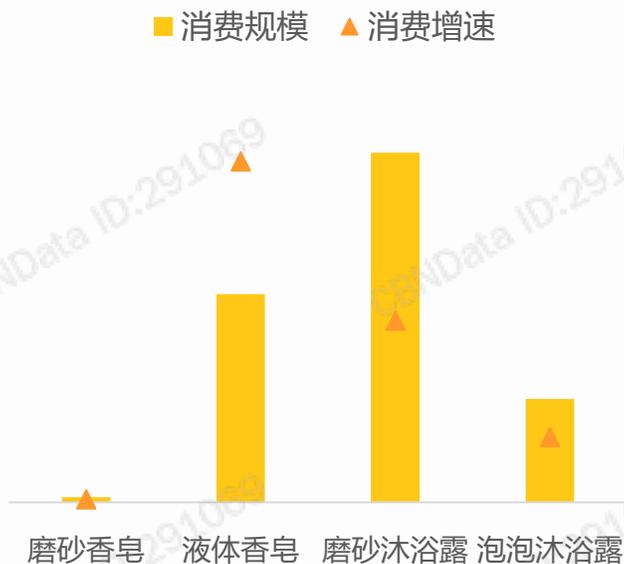
MAT2019-2021线上功能清洁型洗护创新品类消费占比趋势



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：创新品类包括磨砂香皂、液体香皂、磨砂沐浴露、泡泡沐浴露等新型功能清洁型洗护产品品类

MAT2021线上功能清洁型洗护细分创新品类消费情况



数据来源：CBNData消费大数据

液体香皂产品举例



上海药皂硫磺温泉/海盐净肤液体香皂



蜂花檀香液体香皂



欧舒丹马鞭草乳果木液体香皂

数据来源：公开资料整理

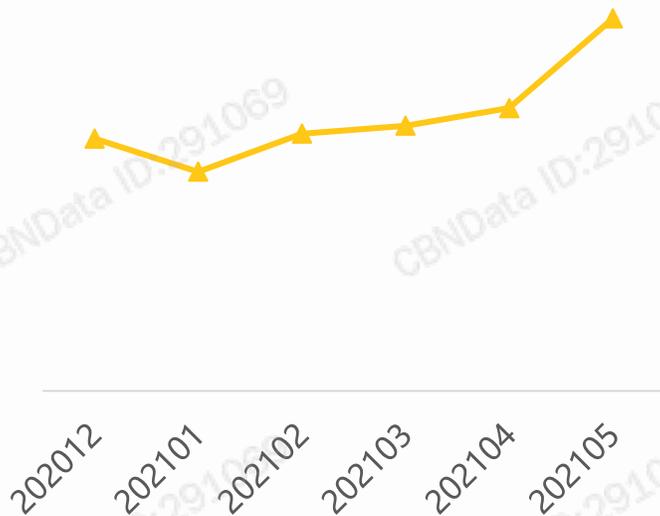
液体香皂扬长避短，融合香皂和沐浴露的优点，产品升级受欢迎

液体香皂保留香皂的清洁力和有效成分，融合沐浴露的便利，扬长避短，优势凸显。作为液体香皂的鼻祖，上海药皂于今年5月上市液体香皂新升级产品，一上市便带动“液体香皂”相关搜索词热度提升和自身销售大涨，为消费者提供更高端的产品选择。



上海药皂新升级硫磺温泉/海盐净肤液体香皂

2020.12-2021.05线上洗护“液体香皂”相关搜索词热度



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：搜索词热度指搜索过“液体香皂”相关关键词的累积PV量

官方微信：zhituquan

新品上市成绩单

一发布，助力上半年销售达到20年全年销售 **近9成**

带动整体销售增长，贡献天猫店铺6月销售 **近10%**

数据来源：上海药皂

The background features a soft gradient from light yellow to light blue. It is decorated with several translucent, colorful bubbles in shades of green and yellow. On the left side, there is a cluster of yellow, glass-like strands. A large, prominent bubble in the center-left contains the stylized number '02'.

「功能洗护消费新风尚」

当代功能清洁型洗护四大消费新风尚

面对多重肌肤问题的困扰，消费者越发关注能解决肌肤问题的沐浴产品。功能清洁型洗护品类逐渐呈现“需求细分、成分天然、体验升级、国货当道”四大新风尚。



需求细分



成分天然



体验升级



国货当道

消费者清洁需求多元化，年轻一代有祛痘的青春烦恼，成熟一代有止痒诉求

消费者对于清洁型洗护的功能需求不断细分，除螨、祛痘及控油是核心功能需求。功能护肤消费主力军95后对祛痘功效有明显偏好，而成熟一代85前则更中意止痒、抑菌、去角质功效。

需求细分

成分天然

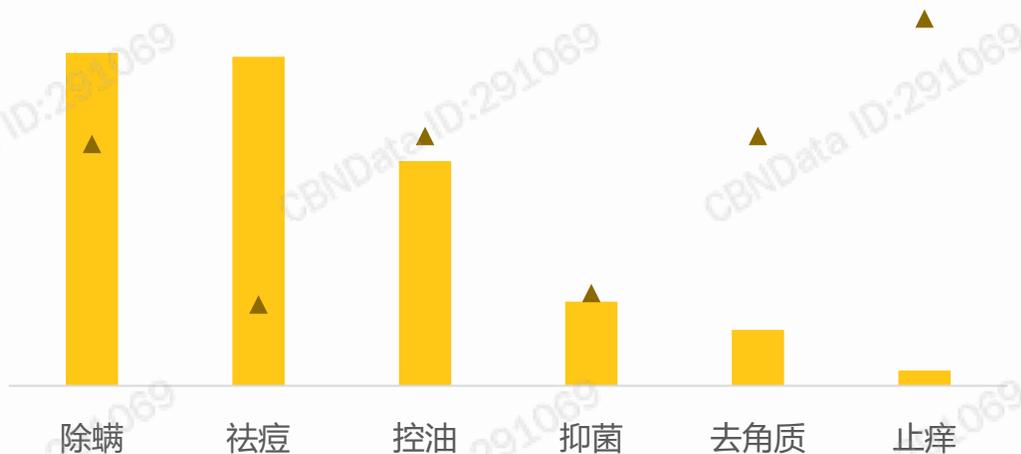
体验升级

国货当道

MAT2021线上功能清洁型洗护

细分功效消费情况

■ 消费规模 ▲ 消费增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021线上功能清洁型洗护

细分功效各代际偏好

■ 80前 ■ 80后 ■ 85后 ■ 90后 ■ 95后



数据来源：CBNDATA消费大数据

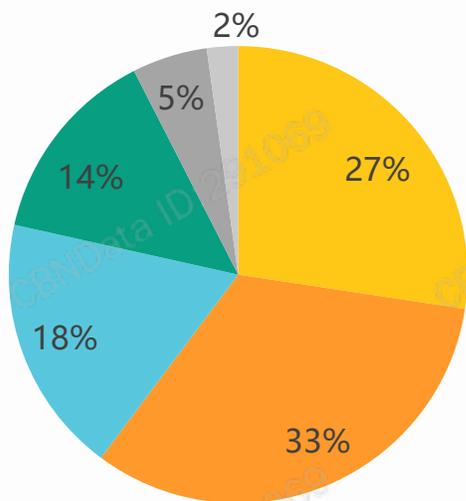
数据说明：偏好度=各代际各功效消费占比/整体人群各功效消费占比-1；偏好度>0为偏好，否则为不偏好

肤质差异带来不同肌肤问题，催生消费者需求细分

油性/混合偏油肌肤消费者占受访者六成，他们有明显的控油、祛痘诉求；干性/混合偏干肌肤消费者则注重保湿和去角质；其中，存在鸡皮肤问题的消费者对去角质功效尤为偏好，去角质直击鸡皮肤困扰的心智已根植于消费者心中。

消费者不同身体肤质占比

■ 油性肌肤 ■ 混合偏油 ■ 中性肌肤 ■ 混合偏干 ■ 干性肌肤 ■ 不清楚



数据来源：CBNDATA数据调研

Q：您属于哪种肤质（身体肌肤）？ N=1000

不同身体肤质易出现的肌肤问题及其偏好功效

身体肤质	易出现的肌肤问题	偏好功效
油性/混合偏油肌肤	出油、长痘	控油、祛痘、除螨
干性/混合偏干肌肤	干燥、鸡皮肤	保湿、去角质
中性肌肤	鸡皮肤、瘙痒	去角质、止痒、抑菌

数据来源：CBNDATA数据调研

数据说明：偏好度=各身体肤质各功效关注人数占比/整体人群各功效关注人数占比-1；偏好度>0为偏好，否则为不偏好

弱酸性配方助力温和净肤，满足敏感肌肤需求

当代社会人面临生活压力、空气污染、不良生活习惯等多种问题，皮肤越发容易敏感。弱酸性配方的功能清洁型洗护产品近年来热度攀升，消费规模不断走高，其在解决肌肤问题的同时，助力温和净肤，维稳肌肤pH值，保护敏感肌肤。

酸碱 (pH值) 对皮肤的影响

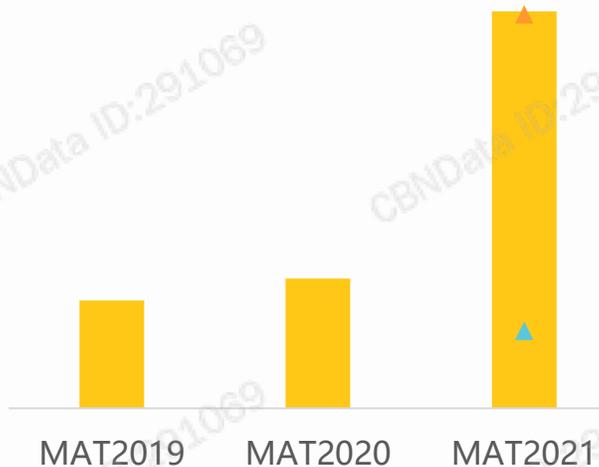
健康成年人的皮肤表面呈**弱酸性**，平均pH值为**4.1-5.8**。弱酸性的环境对于皮肤的健康至关重要，皮肤表面有一层**弱酸性保护膜**，这层膜具有调整表皮屏障稳态、保持角质层的完整性、调节皮肤表面微生物菌群平衡的功能。若经常使用碱性较高的产品洗护，容易造成肌肤干燥甚至敏感。故接近皮肤自身pH值的**弱酸性配方产品更加温和，能减少肌肤负担**。

——《言安堂》

数据来源：公开资料整理

MAT2019-2021线上弱酸性配方的功能清洁型洗护消费情况

■ 消费规模 ▲ 消费增速 ▲ 整体功能洗护增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

弱酸性配方洗护产品举例



上海药皂硫磺温泉液体香皂



花王碧柔弱酸性沐浴露



上海药皂清痘洁面皂

数据来源：公开资料整理

温和有效的天然成分为健康洗护保驾护航

超85%受访消费者表示倾向选择含有天然成分的洗护产品，追求健康、温和、不刺激的洗护体验成为趋势，以天然成分为主的功能洗护产品受到消费者青睐。

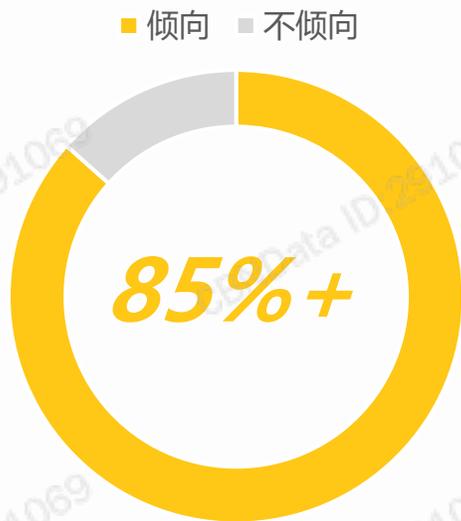
需求细分

成分天然

体验升级

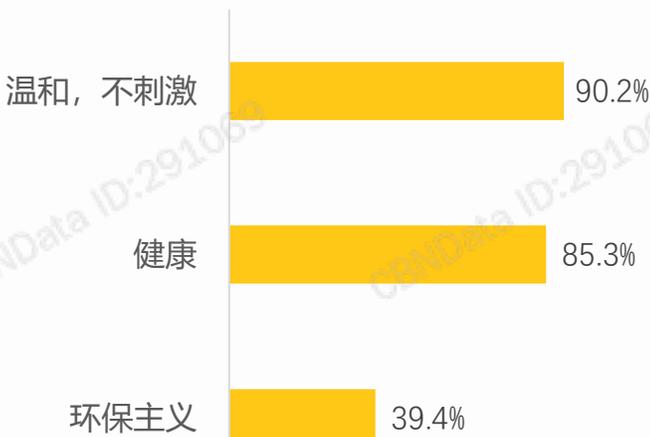
国货当道

消费者选择含天然成分产品的倾向



数据来源: CBNDATA数据调研
Q: 您在选择洗护产品时, 会倾向选择天然成分吗?
N=1000

消费者倾向选择含天然成分产品的原因TOP3



数据来源: CBNDATA数据调研
Q: 您在选择洗护产品时, 倾向选择天然成分的原因是?
N=866

官方微信: zhituquan

MAT2020-2021线上含天然成分的功能清洁型洗护消费情况



数据来源: CBNDATA消费大数据

Z世代率先拥有天然成分洗护心智，为天然成分洗护中坚力量

聚焦八大人群细分，Z世代以高消费占比和高增速，成为含天然成分的功能清洁型洗护中坚力量；而新锐白领和精致妈妈两大人群则为新势力人群，以高增速助推“天然”细分行业继续壮大，潜力十足。

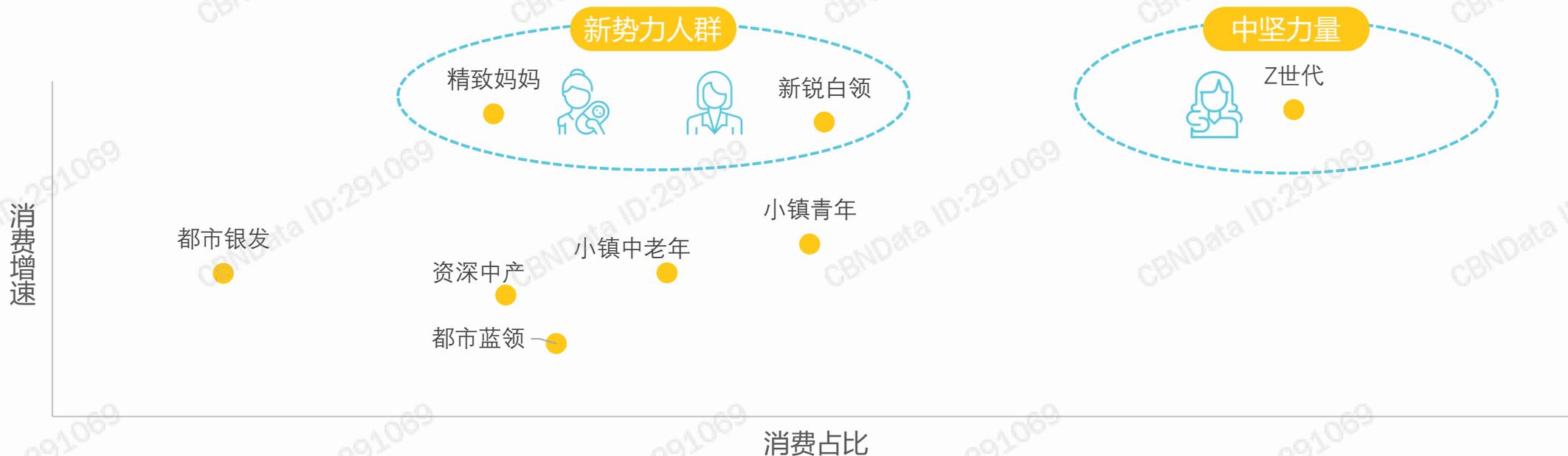
需求细分

成分天然

体验升级

国货当道

MAT2021线上含天然成分的功能清洁型洗护八大人群消费占比及增速

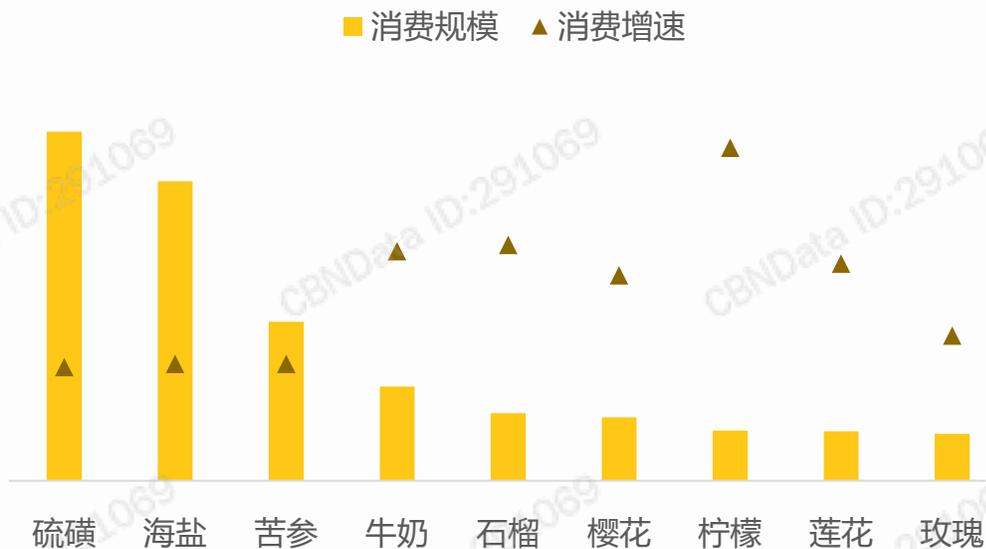


数据来源：CBNDATA消费大数据

硫磺强效除螨，海盐深层清洁，两大天然萃取元素经久不衰

硫磺和海盐稳居消费者挚爱的功能清洁型洗护天然萃取成分第一二名；上海药皂不仅对硫磺温泉液体香皂有所升级，同时推出了新品海盐净肤液体香皂，满足成分党们的不同偏好。

MAT2021线上功能清洁型洗护
细分天然萃取成分消费情况



数据来源：CBNDATA消费大数据

上海药皂硫磺温泉液体香皂



- **成分**：萃取天然硫磺温泉，精选陈年广藿香精油，萜类植物香精，温和灭螨，强效抑菌，控油祛痘
- **香味**：全新研发的阿拉伯树胶小分子包裹技术，避免产品出现异味，另添加清爽馥郁草本香
- **功效**：深层去除油性污垢，维持肌肤清洁，有效驱螨、祛痘，抑制皮肤红、痒、油

上海药皂海盐净肤液体香皂

- **成分**：添加死海精纯提炼海盐，选用悬浮颗粒技术，使产品具有轻微的按摩感
- **香味**：清新干净的空气香，清雅的茉莉和柔美的依兰花香中，点缀着绿叶清香和醛香
- **功效**：深层清洁肌肤，驱螨抑菌，调节水油平衡，改善皮肤粗糙、鸡皮肤，在家即享海盐SPA



数据来源：上海药皂

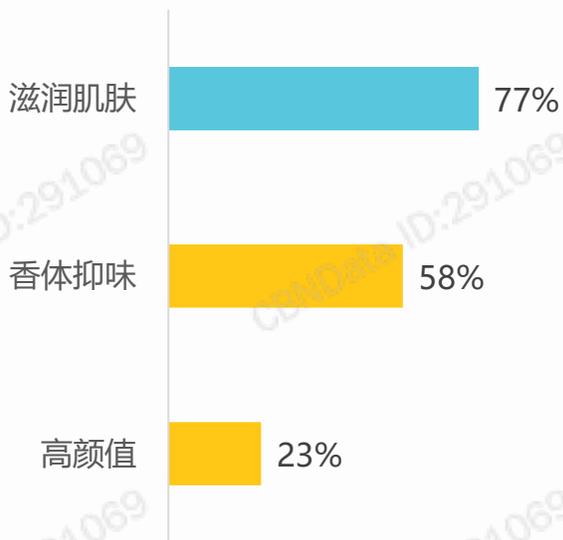
附加功能诉求愈加丰富，不拔干、不假滑的润肤效果最受关注

精明的消费者已经难以被传统的商品所取悦，他们追求多样的附加功能；其中77%消费者重视润肤功效，功能清洁型洗护因以清洁功效为主，具有深度清洁特质，拔干、假滑等成为消费者主要痛点。蕴含植物精油、成分柔和，且亲肤无残留的产品受到消费者偏爱。

需求细分
成分天然
体验升级
国货当道

消费者关注的洗护产品

附加功能TOP3



数据来源：CBNDATA数据调研

Q：您在选择洗护产品时，除了清洁功能还会关注哪些附加功能？ N=1000

“润肤”相关消费者痛点及评价



“这个产品清洁力挺强的，可以把防晒霜洗得很干净，但是洗完感觉皮肤很干燥。”
——消费者评价



“洗完澡觉得身上滑滑的，不是皮肤表面的光滑感，有种没洗干净的感觉。”
——消费者评价

数据来源：CBNDATA消费大数据

上海药皂新升级的液体香皂解决消费者痛点



胶束载体包裹技术，使硫磺更柔和
植物精油，滋润肌肤
弱酸性配方，温和不刺激

不拔干

椰油表活复配，亲肤无残留

不假滑



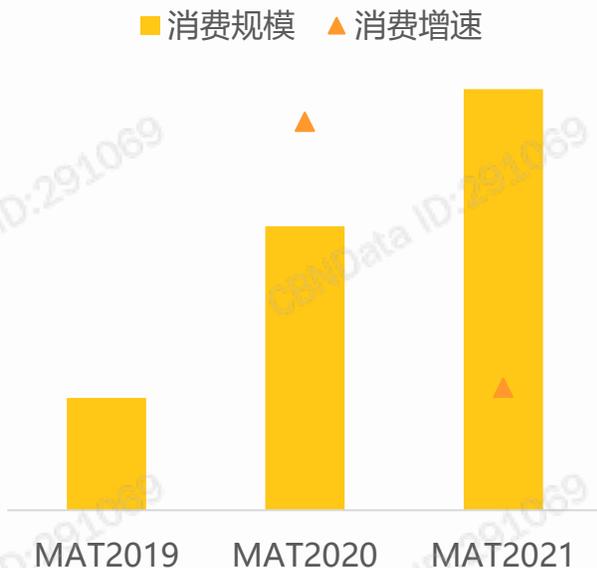
数据来源：上海药皂

嗅觉享受，香体抑味，助力功能洗护体验升级

调研显示，58%消费者关注“香味”附加功能，线上含香氛的功能清洁型洗护产品消费热度持续升温；Z世代对沐浴时的嗅觉享受格外在意，其偏好度一马当先于其他代际。

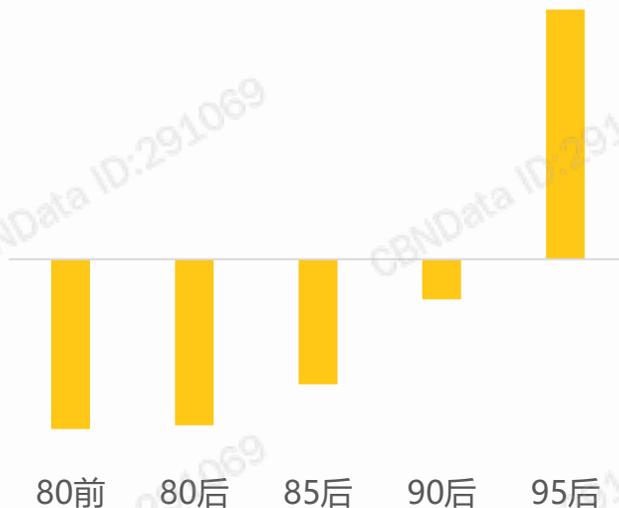
需求细分
成分天然
体验升级
国货当道

MAT2019-2021线上功能清洁型香氛洗护消费情况



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021线上功能清洁型香氛洗护各代际偏好度



数据来源：CBNDATA大数据

香氛洗护产品举例



蔻斯汀草莓果酱磨砂沐浴露



上海药皂海盐净肤液体香皂



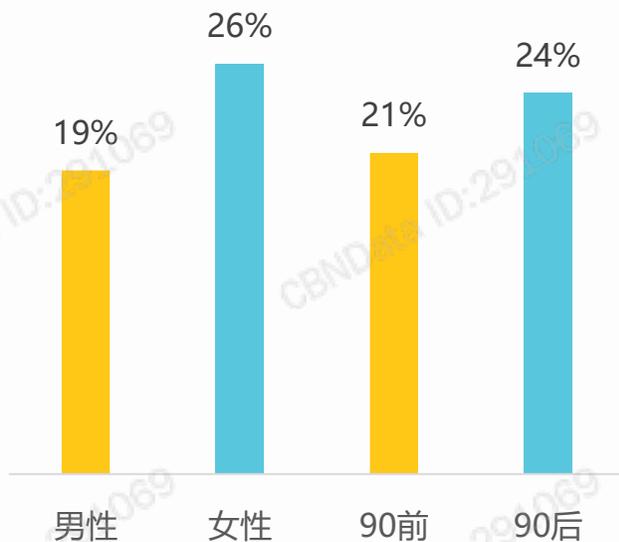
蜂花沉香液体香皂

数据来源：公开资料整理

“颜值”成为女性及90后消费者重要考量标准

网红、种草经济之下，新一代消费者关注产品颜值，遵循“颜值即正义”，“好看”的包装也成为了消费者，尤其是女性及90后选购洗护产品的重要考量标准；“高颜值”的IP/联名款产品受到青睐，增速显著。

不同性别及代际消费者对于洗护产品“高颜值”的关注度

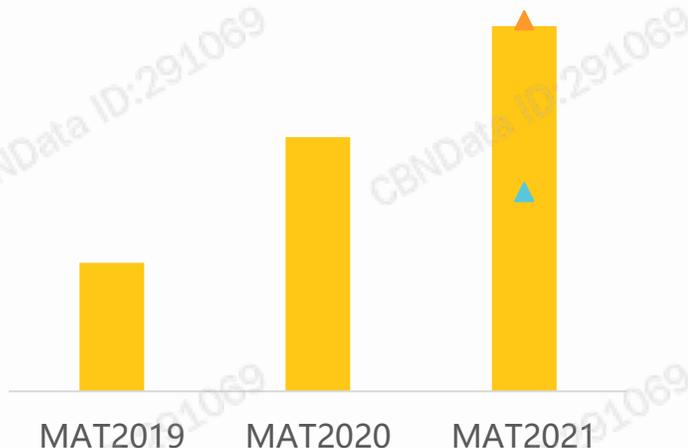


数据来源：CBNDATA数据调研

Q：您在选择洗护产品时，除了清洁功能还会关注哪些附加功能？ N=1000

MAT2019-2021线上功能清洁型洗护IP联名款消费情况

■ 消费规模 ▲ 消费增速 ▲ 整体功能洗护增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

大数据·全洞察
官方微信：zhituquan

热门IP/联名洗护产品举例



上海药皂 X 北京故宫文创
联名液体香皂



上海药皂 X Sugar半塘少女
联名液体香皂礼盒



蜂花 X 北京故宫文创
联名檀香皂礼盒

数据来源：公开资料整理

需求细分

成分天然

体验升级

国货当道

国货热度攀升，老字号消费如火如荼进行时

线上功能清洁型洗护的国货品牌占比已超六成，成为主流，其中老字号功能洗护的热度也持续攀升，逾八成消费者愿意选择老字号洗护产品，其线上消费占比走高。

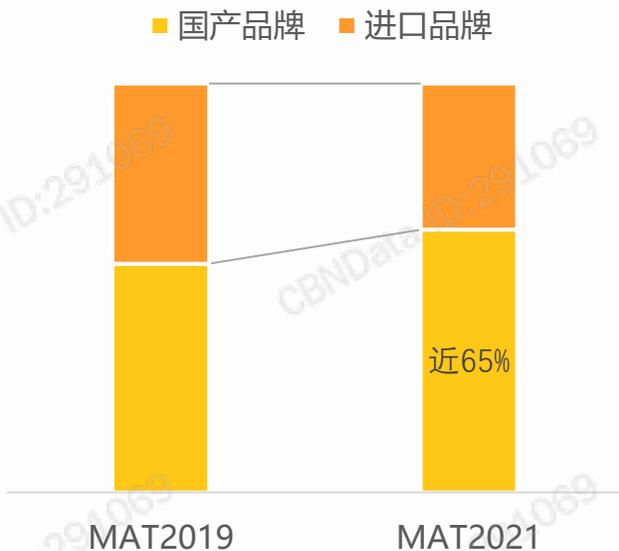
需求细分

成分天然

体验升级

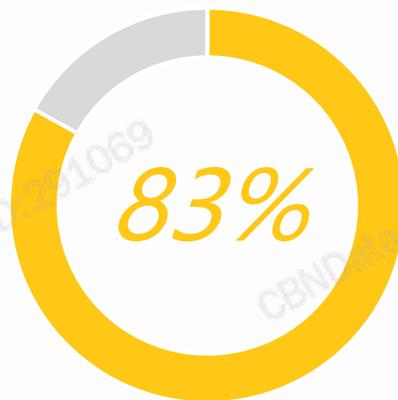
国货当道

MAT2019-2021线上功能清洁型洗护不同产地品牌消费占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

消费者对于国产老字号品牌购买倾向



消费者会选择国产老字号品牌

数据来源：CBNDATA数据调研

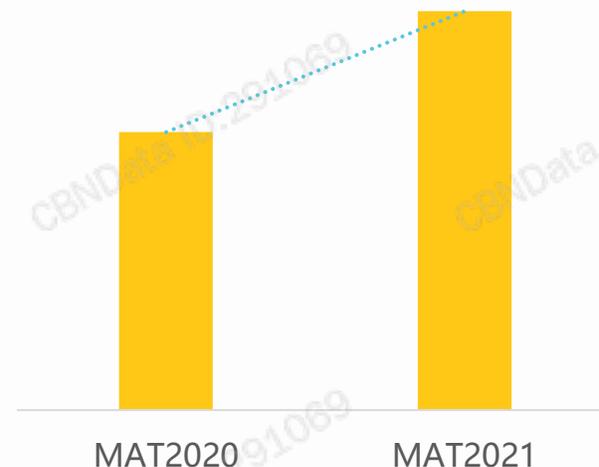
Q：您在挑选洗护产品时，会选择购买老字号产品吗？

N=1000

大数据·全洞察

官方微信：zhituquan

MAT2020-2021线上功能清洁型洗护老字号品牌消费占比趋势

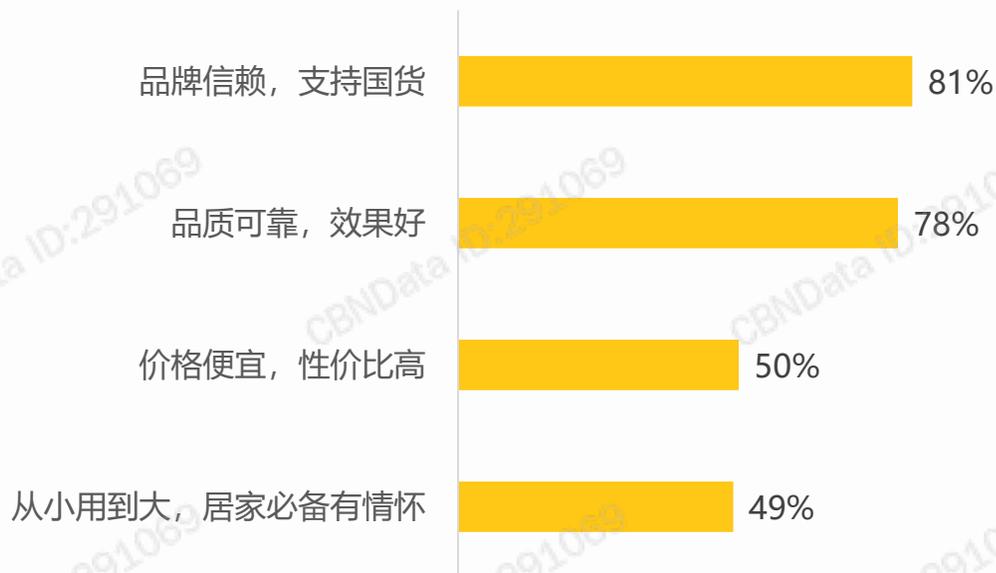


数据来源：CBNDATA消费大数据

老字号品牌受到消费者青睐，作为老字号代表，上海药皂表现抢眼

品牌值得信赖、品质可靠是消费者选择老字号品牌的主要原因，上海药皂作为老字号品牌代表，以一己之力挤进功能清洁型洗护国货品牌榜单前三，并勇夺功能清洁型洗护老字号品牌榜单第一名，深受消费者喜爱。

消费者选择老字号洗护产品的主要原因



数据来源：CBNDATA数据调研

Q：您在挑选洗护产品时，选择老字号产品的原因是？ N=831

MAT2021线上功能清洁型洗护品牌榜单

排名	国货品牌	排名	老字号品牌
01	 半亩花田 以花护肤	01	 上海药皂
02	 满婷	02	 六神
03	 上海药皂	03	 蜂花
04	 韩婵	04	 片仔癀
05	 蔻斯汀	05	 美加净

数据来源：CBNDATA消费大数据

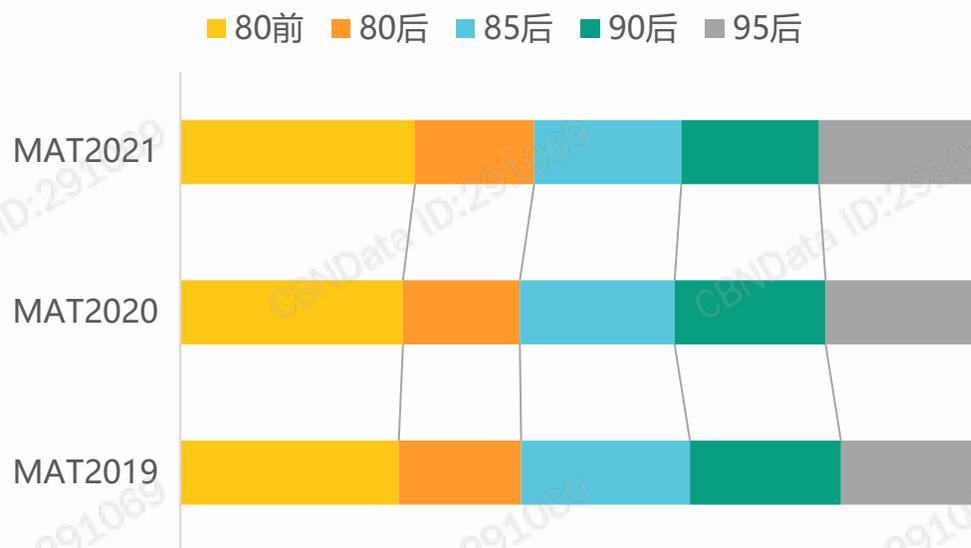
数据说明：按照消费规模排名

老字号强化年轻基因，不断焕新吸引年轻消费者关注

老字号产品不仅受到成熟一代85前的欢迎，在95后消费者中也颇具人气，其消费占比近年来持续上涨。越来越多的老字号品牌以创新方式与年轻人互动，驱动品牌焕发新活力。

MAT2019-2021线上功能清洁型洗护老字号品牌

分代际消费占比趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

老字号焕新案例



上海药皂运用**新营销手段**，抓住直播风口，与年轻人互动。在李佳琦直播间**5分钟**售出**14406套**；刘涛直播间达成**近百万**销售额。



上海药皂**跨界综艺**，赞助播出《爆款星主播》，国内**首档**聚焦直播电商生态的职场真人秀网络综艺节目，看点十足，引爆网络。



上海药皂液体香皂新品外观包装由知名产品包装设计师**潘虎设计**，**复古国潮**更符合年轻人审美。装饰浮雕便于掌握且优雅精致。

数据来源：公开资料整理



「肌肤清洁小贴士」

肌肤清洁小贴士

01

选择适合自己肤质的沐浴产品



- 油性肌肤、混合性肌肤、经常泛红发痒且有痘痘困扰的肌肤，推荐使用上海药皂硫磺温泉液体香皂，帮助温和灭螨祛痘，强效抑菌，维持肌肤的长时间清洁。
- 皮肤粗糙、黑头严重、出油较多，有鸡皮肤困扰的肌肤，推荐使用上海药皂海盐净肤液体香皂，助力深层清洁肌肤，调节水油平衡，改善鸡皮肤。
- 清洁类产品并不是泡沫越多越好，泡泡和清洁力无关。

02

正确的沐浴姿势



- 每天沐浴的时候均可使用液体香皂，按压1-2泵到沐浴球上，轻揉出泡沫，直接涂抹上身按摩即可。

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：

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：唐昭玮 王颖佳

视觉设计：

联系我们：Data@cbndata.com

商务合作：BD@cbndata.com

加入我们：JOB@cbndata.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）隶属于上海文化广播影视集团（SMG），是国内领先的消费研究机构及数字化增长服务商，致力于洞察消费行业前沿动态，提升企业品牌的运营及决策效率。

CBNData以跨领域数据库为核心竞争优势，充分发挥全媒体势能，以AI技术为驱动，以多元场景为延展，面向品牌企业全面输出数据应用、内容运营、整合营销、销售转化等数字化增长服务。业务场景已覆盖传统零售与电商、互联网消费、内容社交、医疗教育、金融理财等多领域。

CBN DATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察