

Marketing data

29 января 2020

5 основных тенденций на рынке красоты в 2020 году



Индустрия косметики и средств личной гигиены может быть огромной, но она все еще находится на восходящей траектории с возможностями роста во многих различных категориях продуктов, от ухода за кожей до макияжа.

По данным Euromonitor International, в 2018 году мировой рынок косметики и средств личной гигиены продемонстрировал самый высокий рост с 2015 года. Хотя в некоторых регионах мира, таких как Западная Европа, наблюдается постоянный рост стоимости, другие регионы рынка, такие как Латинская Америка и Азия, расширяются быстрыми темпами.

Заглядывая в будущее до 2020 года и далее, аналитики исследования рынка определили пять влиятельных тенденций, которые, как ожидается, изменят рынок красоты.

1. Различное восприятие премии

То, как косметические бренды продают товары потребителям, меняется. Здоровье и этические требования являются новыми символами статуса, затмевая устаревший акцент на тщеславии и роскоши. Ожидается, что категории, приведенные в соответствие с тенденциями благосостояния, будут получать прибыль в будущем, поскольку все больше и больше потребителей стремятся улучшить свое общее благосостояние во многих различных областях своей жизни.

2. Смещение в фокусе по уходу за кожей

Приоритетность целей в области здоровья и хорошего самочувствия изменила продажи продукции в США. Уход за телом извлек выгоду из тенденции здорового образа жизни, в то время как цветная косметика все больше отходит на второй план. Рост объема средств по уходу за кожей в 2018 году превысил ожидаемый, включая двузначные показатели роста масок для лица, тоников, базовых увлажнителей и моющих средств.

3. Подъем «географических точек»

Стремление к красоте под брендом страны также набирает обороты, а штамп «сделано в» на косметических продуктах позволяет брендам извлекать выгоду из своих культурных

ассоциаций. Глобализация и возрождение интереса к путешествиям и культуре способствуют развитию этого влиятельного направления красоты.

Корейская красавица, также известная как «К-красавица», изначально лидировала с режимом ухода за кожей с 10 шагами. Аналитики Euromonitor отмечают, что другие горячие точки также становятся все более популярными, в том числе в Скандинавии, Австралии и Японии.

4. Новый акцент на мужской сегмент

По данным Euromonitor, на долю женщин приходится 90% продаж в сфере красоты и личной гигиены. Тем не менее, ожидается, что рост ухода за мужчинами в ближайшие годы ускорится, и косметические компании работают над тем, чтобы охватить этот сегмент, выпуская новые линии по уходу за кожей, ориентированные на эту демографию.

Один из маркетинговых подходов - привести бренды в соответствие с ценностями, связанными с психическим здоровьем, профилактикой и самообслуживанием. Мужчины считают психическое благополучие наиболее важным фактором здоровья, в отличие от отсутствия болезней. В то время, когда стресс считается одной из самых серьезных угроз для здоровья человека, устранение этой болевой точки является большой возможностью для маркетологов выделиться.

5. Спор о натуральных и синтетических ингредиентах

Потребители поглотили модные слова и ярлыки, которые все больше поляризуют натуральные и синтетические ингредиенты. Хотя натуральные ингредиенты часто позиционируются как более здоровый и лучший выбор, эксперты по рецептурам понимают, что обе категории ингредиентов необходимы для создания эффективных и безопасных косметических средств и средств личной гигиены.

По данным Frost & Sullivan, около 24-30% рынка средств личной гигиены и косметики составляют натуральные ингредиенты, а 70-75% - синтетические. В настоящее время задача состоит в том, чтобы устранить путаницу среди потребителей в отношении различных типов ингредиентов и рассказать об уникальной роли, которую синтетические и натуральные ингредиенты играют для эффективности и безопасности продуктов.

Здесь вы можете ознакомиться с нашими последними отчетами о косметической промышленности от ведущих исследовательских фирм, таких как Euromonitor, Mintel, IBISWorld, MarketLine и Frost & Sullivan. Найдите экспертную информацию о размерах рынка, рыночных прогнозах, доле рынка, тенденциях, возможностях, проблемах и ведущих компаниях.

Ссылка на статью: [5 основных тенденций на рынке красоты в 2020 году](#)