



2020年 保養品使用特性 調查報告

調查時間
2020.1.5~2020.1.15

調查方法

此次調查透過網路調查之方式

網路調查透過本公司之線上調查平台(CMISI-DBS)，由樣本庫中篩選符合受訪條件之樣本，邀請填寫網路問卷。CMISI-DBS累積龐大會員資料已超過30年，為目前市面上累積最久且最完整的資料庫。CMISI-DBS採用實名認證制，要求註冊提供真實樣本資料，並於會員註冊時透過簡訊驗證確認會員身份。此外，線上調查平台有精確定位、甄別、IP防重複等功能。

調查對象

- ◆ 調查對象為20歲以上的台灣民衆

調查樣本數

- ◆ 調查有效樣本數為1,104筆

調查時間

- ◆ 2020年1月5日至1月15日

樣本配置

- ◆ 樣本依照性別、年齡、地區之母體進行配置

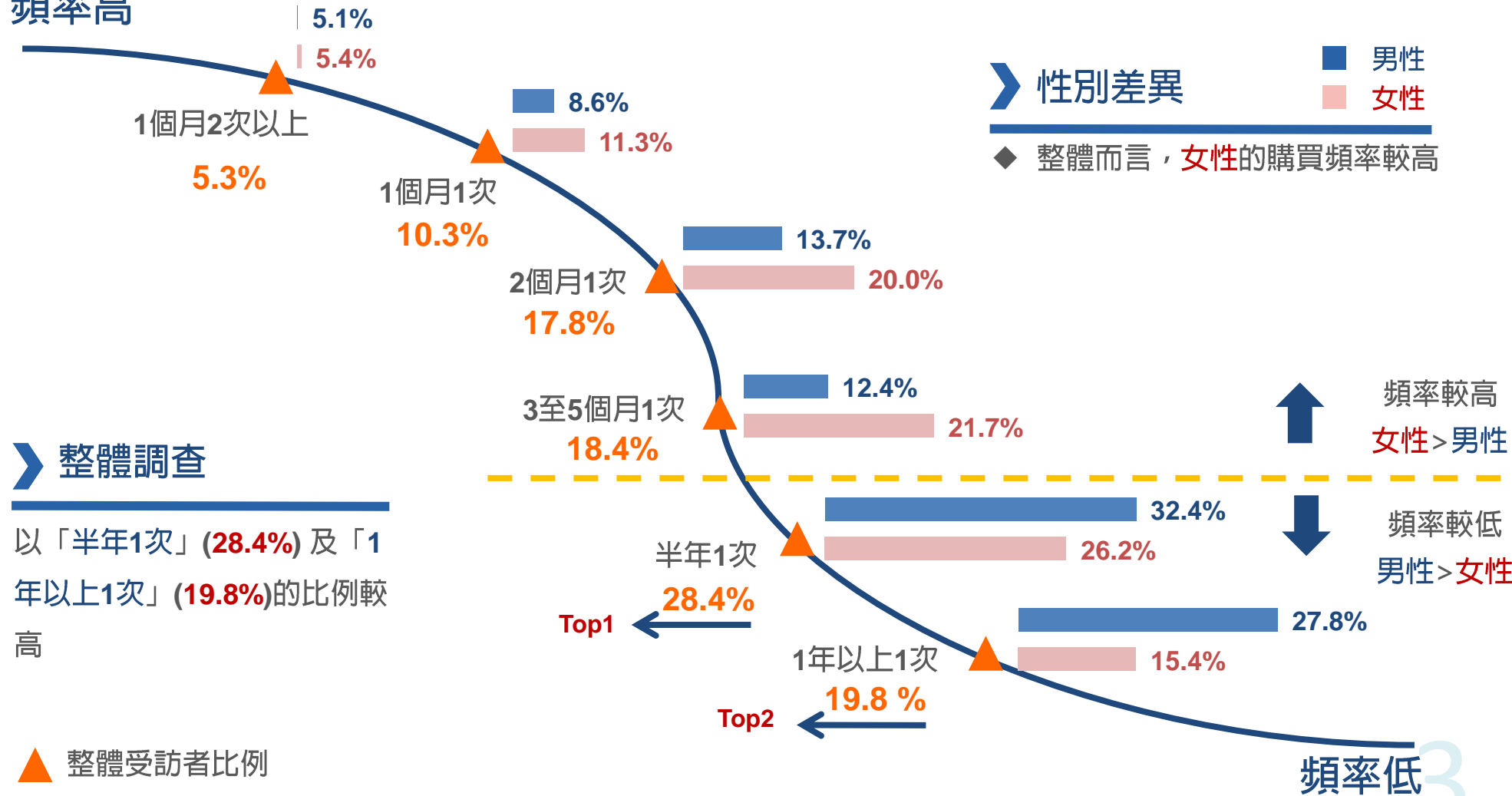
隨著現代人對於外表的重視，不僅內在要充實，「面子」更是重要，因此，台灣已進入美妝保養品的競爭時代，各種品牌及功能的產品紛紛攻佔民衆的生活。此外，以往認為美妝保養品為「女性」使用的產品，然而隨著日系、韓系、甚至歐美的風潮影響台灣，「男性」對於美妝保養品的需求也日益增加，2020年儼然成為美妝保養品的戰國元年。因此，本次CMISI調查主要了解台灣民衆對於保養品的使用特性，以及選擇保養品的品牌偏好，尤其會著重於不同性別的差異性，以快速掌握2020保養品市場的最新動態。

購買頻率

(n=1104)

詢問受訪者多久購買一次保養品？(單選)

頻率高



整體調查

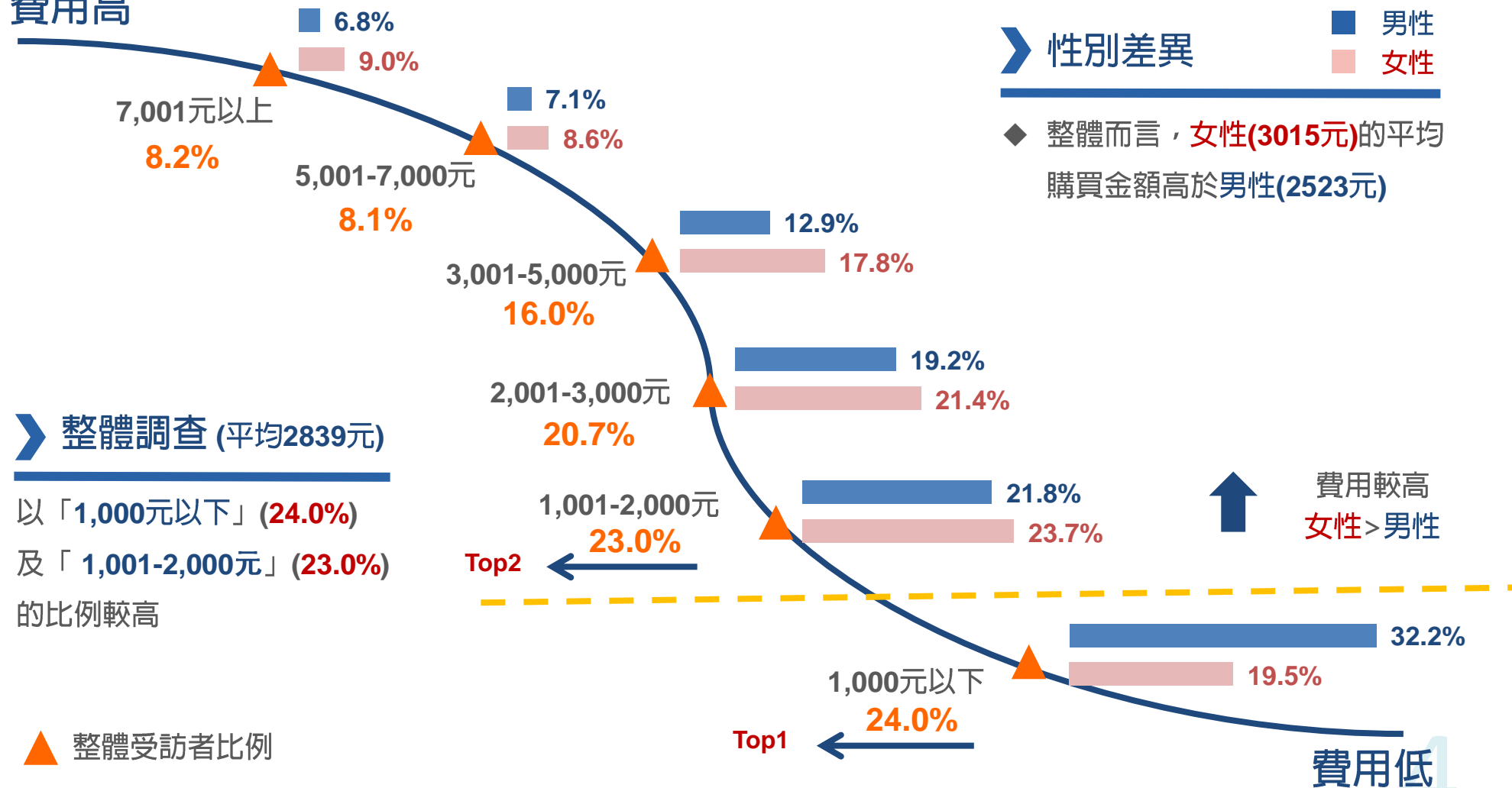
以「半年1次」(28.4%)及「1年以上1次」(19.8%)的比例較高

花費金額

(n=1104)

詢問受訪者，通常花費多少金額購買此品牌的保養品？(單選)

費用高



性別差異

■ 男性
■ 女性

◆ 整體而言，女性(3015元)的平均購買金額高於男性(2523元)

整體調查 (平均2839元)

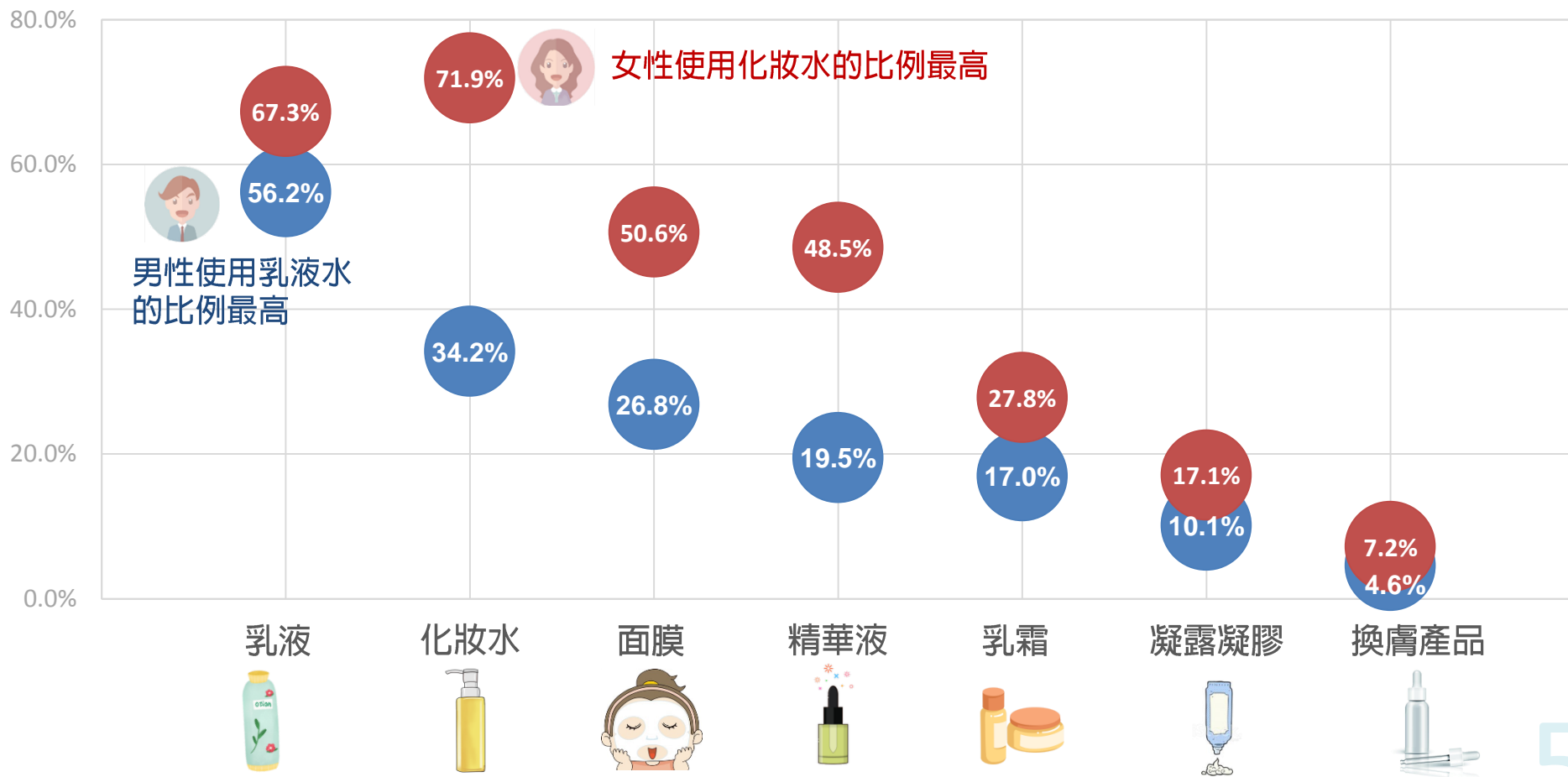
以「1,000元以下」(24.0%)及「1,001-2,000元」(23.0%)的比例較高

常使用的保養品類型 (n=1104)

詢問受訪者，目前較常使用以下保養品的品項？

(本題為複選題，比例加總超過100%)

■ 男性 ■ 女性





重視的保養品功效

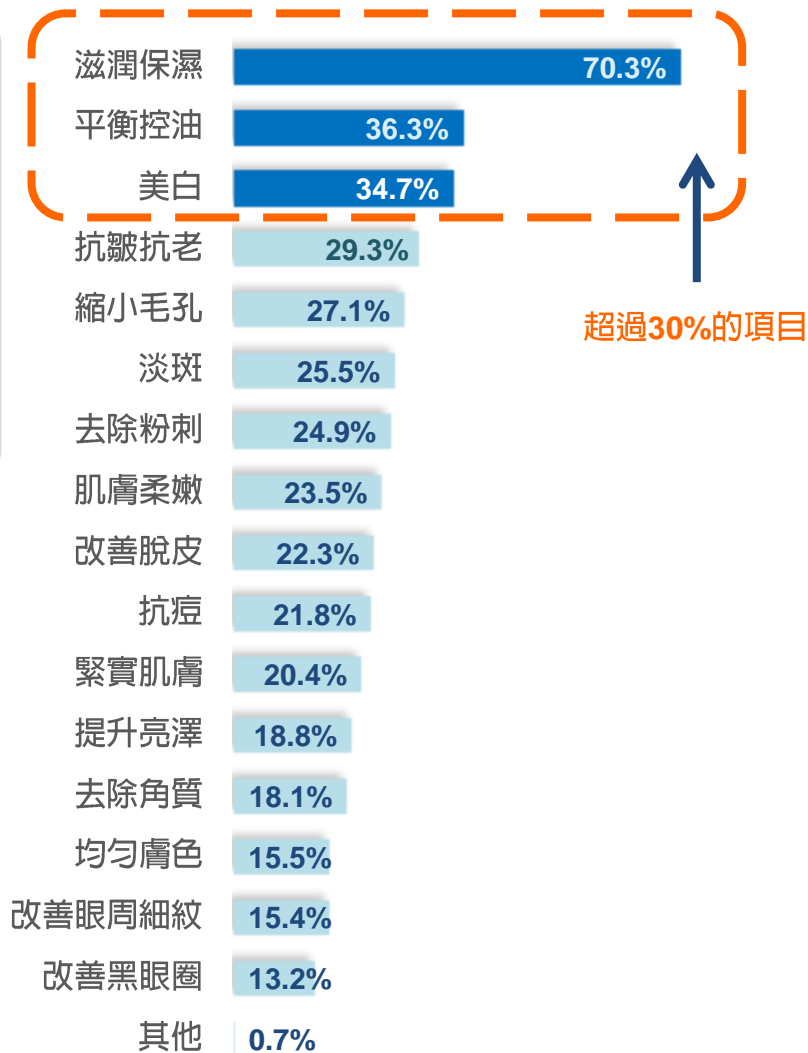
(n=1104)

詢問受訪者，請問注重以下哪些保養品的功效？

(本題為複選題，比例加總超過100%)

■ 男性 ■ 女性

整體調查結果



女性

TOP1

滋潤保濕

76.3%

TOP2

美白

42.9%

TOP3

平衡控油

35.3%



男性

TOP1

滋潤保濕

59.3%

TOP2

平衡控油

38.1%

TOP3

抗痘

26.1%

偏好的保養品特性 (n=1104)

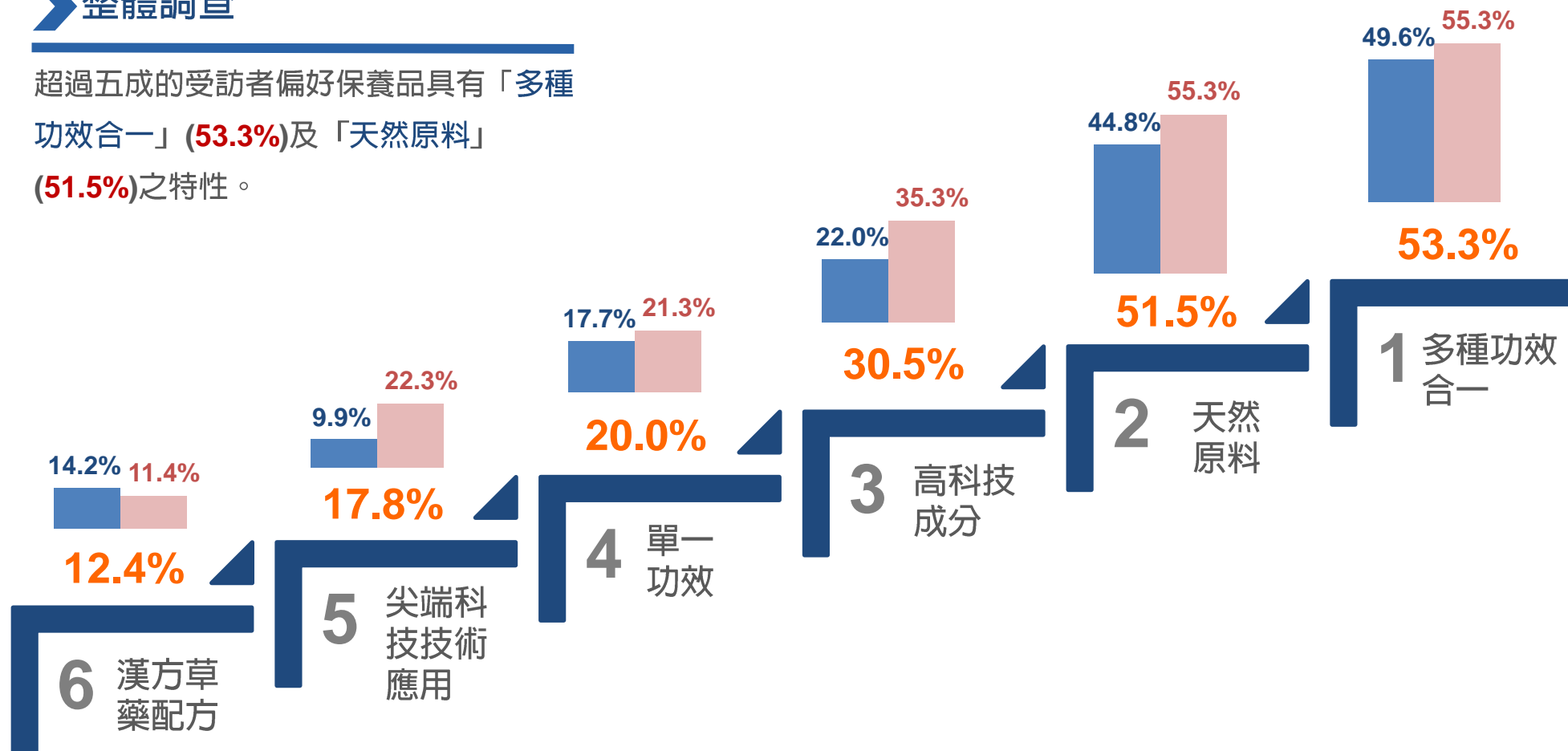
詢問受訪者，偏好以下哪些保養品的特性？

(本題為複選題，比例加總超過100%)

■ 男性 ■ 女性

整體調查

超過五成的受訪者偏好保養品具有「多種功效合一」(53.3%)及「天然原料」(51.5%)之特性。



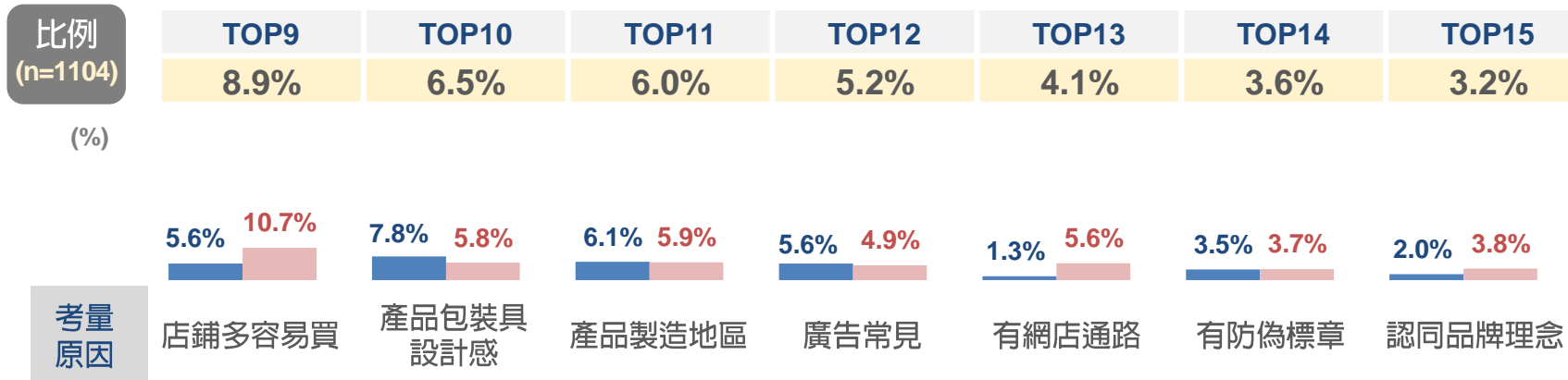
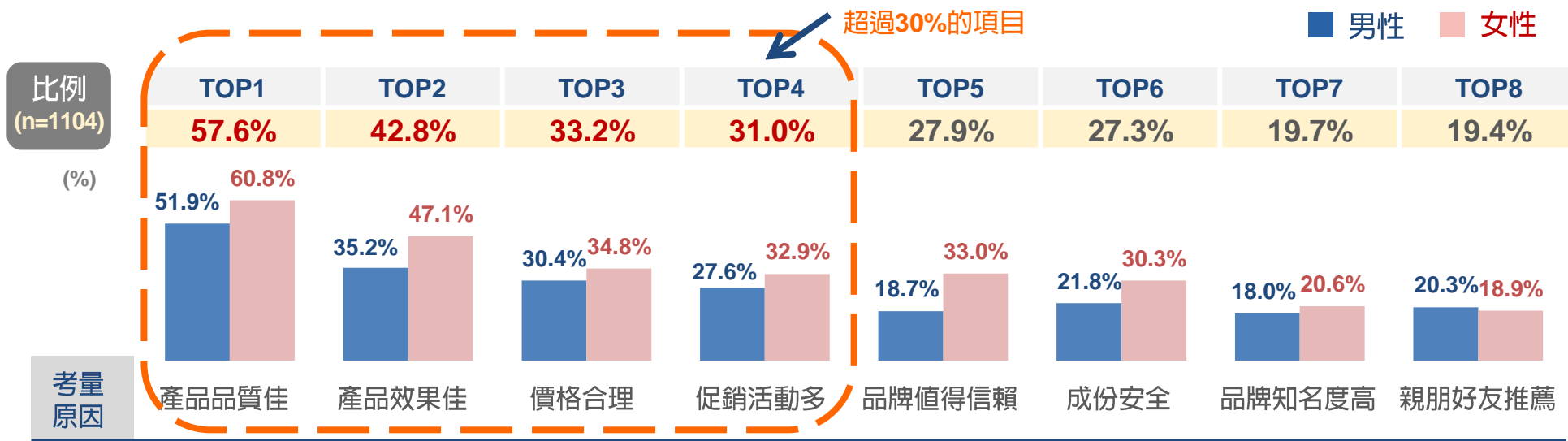
▲ 整體受訪者比例

購買原因

(n=1104)

詢問受訪者，選購此品牌保養品的考量原因？

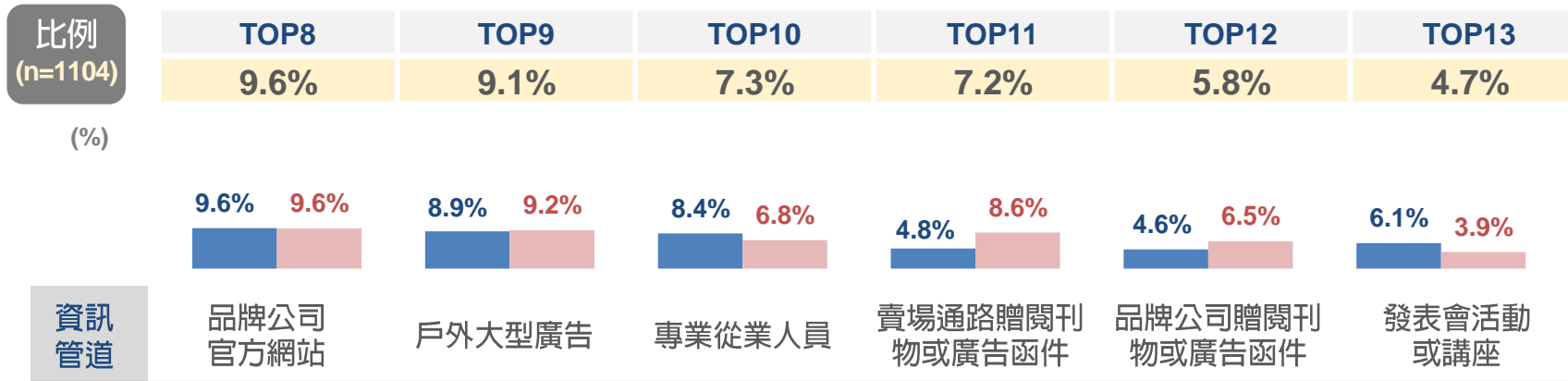
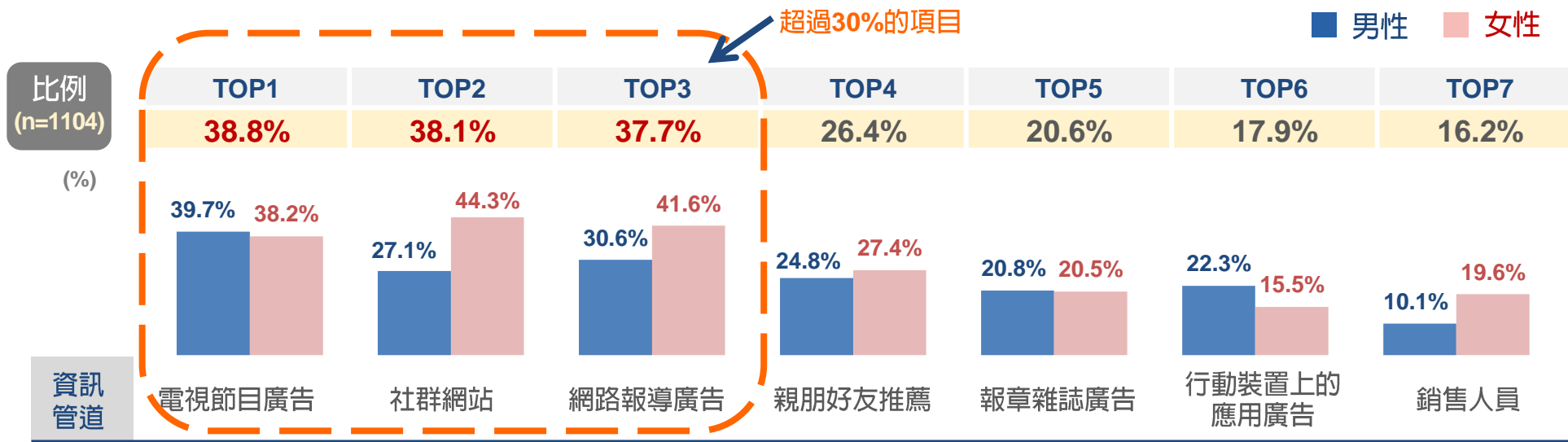
(本題為複選題，比例加總超過100%)



獲取保養品的資訊管道 (n=1104)

詢問受訪者，最常在哪些媒體管道獲取保養品的相關訊息？

(本題為複選題，比例加總超過100%)



CMISI

上華市場研究顧問(股)公司
上佳行銷顧問(股)公司

phone

02-2959-9018

www.cmisi.com.tw

Mail: service@cmisi.com.tw

