



天猫数据告诉你：男士高消费美妆成趋势

学学怎么给“90后”小鲜肉买护肤品

■专家

追剧热潮，助推男性护肤意识

“男士不但买洗面奶和润肤乳，对抗衰老产品、面膜等化妆品的需求也在增加，其中电视剧同款是每年寒暑假期间销量最高的。”天猫网工作人员告诉记者，洗面奶、爽肤水、面霜这护肤三部曲，是大多数男士护肤的

护肤开端。此外，美白、防紫外线等功能性化妆品，精华素与面膜的销售比重也较高。多数男士买护肤品，目的性很明确，控油、收缩毛孔，甚至是BB霜，很清楚自己想要的是什么。

“我们天猫网曾做过消费分析，韩剧、美剧的风靡或是中国男性护肤意识大大提高的一大原因。”该工作人员介绍，2013年底，韩剧《来自星星的你》热播，掀起气垫BB狂潮，曾创造了天猫美妆行业2014年第一季度的成交增速峰值；下一个峰值出现在2015年天猫“双11”期间，韩剧的热播让悦诗风吟同比增幅最高超过了200%；而SK-II神仙水单日销量达到了上年同期的3倍等。

今日女报/凤网记者 李诗韵
“今天，你妆了吗？”闺蜜见面，我们总不忘打探她的妆容，可随着“90后”、“00后”时代的到来，这样的见面语不仅限于女人之间，越来越多的女人开始关注男人的妆容。进入3月，随着各种节日的陆续登场，各大电商纷纷打出美妆节活动，如果你认为化妆品和男人关系不大，那就错了。近日，记者从天猫网获得的数据显示，每四个“90后”小鲜肉中，就有一个购买过男士护理产品。据天猫网介绍，“90后”男生对护理套装、面膜、爽肤水、乳液等专业护肤产品的要求超乎想象。BB霜成为男士最爱彩妆用品，购买占比超过90%，也就是说，化妆的男士几乎人手一支BB霜。难道，真有一大拨“90后”小鲜肉杀入化妆品网购市场？



■现象

长沙“花美男”越来越多

有资料显示，近年来，美妆产品线上渠道交易规模保持快速增长，从2011年的384亿增至2015年的1767亿元，预计到2018年规模将接近2011年的10倍。而线上美妆B2C行业中，天猫美妆拥有高达69.8%的市场占有率。

3月8日，记者在天猫网的宣传广告中，发现一句有趣的宣传语——“长得好不好，先看消费表”。在该网站年度消费账单中看到，除了女性消费者，天猫美妆还聚集了大批热衷护肤美妆的“小鲜肉”。无论是购买美妆产品的单笔订单价格，还是消费档次，他们都是不可忽视的美妆消费新势力。

值得注意的是，数据显示湖南购买化妆品“小鲜肉”以“90后”居多，长沙、岳阳等城市盛产“护肤男闺蜜”，他们最爱购买男士护理产品、香水、面霜、面膜等。

数据还显示，从2014年起，男士对彩妆产品的需求越来越高，BB霜、眉笔等彩妆用品不再是女性专属。BB霜成为男士最爱彩妆用品，购买占比超过90%，也就是说，化妆的男士几乎人手一支BB霜。“花美男”催生了新的消费趋势，成为品牌布局男性业务线的指引之一。

■调查

男士高消费美妆成为趋势

女性护肤不是新鲜话题，而随着时代的变化，越来越多的男性开始有了护肤观念。不仅如此，记者从长沙市多家高端护肤品专柜了解到，如今越来越多的湖南男性愿意花大价钱购买化妆品以改善皮肤和容貌，塑造较完美的“型男”形象。

3月7日，记者采访了20名来自湖南省不同城市、不同职业的男性。其中18名男性表示平时会定期为自己添置护肤品，2名男性表示护肤品由女朋友代买。

“我不会像女人那样买‘数量’，但每买一款产品，品牌质量一定有讲究。”长沙某电视台导演邓先生告诉记者，因为职业的需要，经常暴露在强烈的灯光下，肌肤老化较快，所以每隔1—2个月，他就会选择一款高端化妆品。在他的消费清单中，排行第一的消费品是BB霜，价格一般在500—1000元/支。

那么，一般在哪里购买呢？邓先生直言，尽管如今男士护肤已不是一个羞于言齿的话题，但为避免别人觉得“娘炮”，自己更愿意在网上购买正价商品。而除了自己，身边也有越来越多的男性朋友开始网购化妆品。

邓先生的说法也得到了长沙市友谊商店内不少护肤品专柜店长的认可。自2012年起，该商场每年都有品牌陆续推出男士系列。以迪奥为例，该品牌专柜代购李娇告诉记者，仅一个专柜，男士护肤品、彩妆品的销量就在3年内翻了几倍，“门店的增长率还算不明显，但网

店的销量很可观”。

随后，记者走访长沙市区多家百货商场、超市了解到，每到换季，店面顾客会明显增多，其中不乏男士身影。在长沙市黄兴路王府井百货内，记者看到CPB、迪奥、资生堂等国际大牌都设有男士化妆品专柜，而且品种齐全，剃须膏、须后水、洗面奶、防晒润肤露、控油保湿露等一应俱全。

“这些男士专区都是新开的，公司根据产品的网络销售开设了专柜，方便更多男顾客前来试用体验。”CPB专柜导购小妮介绍，从销量和价格上看，男性比女性更舍得为面子花钱。



资深“颜控”更爱护肤

“跟整容整形行业类似，美妆护肤行业的主要消费者也更多是资深‘颜控’。”长沙美容美发协会专家王薇认为，“90后”小鲜肉成为化妆品市场消费的主力军是一种行业的发展趋势。随着经济消费能力、国外护肤理念的普及等，越来越多的人了解护肤的益处，所以更愿意将心思花在皮肤上。而从历年的数据上分析，确实长得越好看的人越重视自己

的形象，所以，这一类人群也是化妆品市场的主力军。

不过，小鲜肉热衷护肤的同时，并不建议盲目选购热销产品。王薇提醒，在皮肤类型上男女都是一样的，只有干性皮肤、油性皮肤、中性皮肤和混合性皮肤的区别。相较之下，男性皮脂分泌比女性旺盛，毛孔易堵塞，所以男士护肤应选择清爽型，以尽量减轻皮肤负担。

■美容资讯

长沙商场启动2016春夏时尚大秀 运达美美“真会玩”

今日女报/凤网(记者 李诗韵)爱美大计在于春。伴着暖阳，星城的爱美女性开始计划着新一年的潮流着装。3月5日，运达美美开启一年一度的“女士节”特别活动——“美美旅程·春天启程 C'est la vie (这就是生活)！”2016运达美美春夏时尚大秀，各大主流媒体以及社会名流纷纷落席秀场。

活动现场被装点成了经典的伦敦街景，模特们身着PINKO、STEFANEL等七大国际一线品牌最新服装，演绎了一幕幕有关美美的旅程。活动当日，受邀前来的VIP嘉宾与媒体朋友一同分享了这一场视觉盛宴，并且纷纷拍照分享，与好友交流时尚心得。

据悉，本次发布会中绝大部分秀款，都同步于品牌在各大时装周中所发布新款，其目的就是要让星城爱美女士第一时间拥有最新的时尚单品，尊享高端品质生活。另外，商场内各品牌的新品都已经全面上新，至此，本场新品预览也正式开启了运达美美国际名品商场2016春夏新品推广系列活动。

