

基于消费者心理的男性化妆品包装设计分析

蒋永华

(北京工商大学, 北京 100048)

摘要: **目的** 从男性消费者心理的角度来分析化妆品包装设计。**方法** 通过调研分析男性消费者选购化妆品品牌的关注因素, 皮肤关注点和困扰, 购买化妆品的原因, 以及男性消费者偏爱的化妆品包装设计。**结论** 男性化妆品包装应展现出更强劲的视觉冲击力, 令消费者感到使用产品后可以精神饱满, 更有男士魅力。男性消费者偏爱的化妆品包装设计中, 包装造型偏向简洁大方和稳重有力的风格, 包装材质以玻璃和塑料为主, 包装色彩倾向以黑白灰为主, 以少量鲜艳色彩搭配, 或冷色系为主, 装饰图形崇尚简洁风格。

关键词: 男性化妆品; 包装设计; 消费者心理; 品牌

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)08-0207-04

The Analysis of Male Cosmetics Packaging Design Based on Consumer Psychology

JIANG Yong-hua

(Beijing Technology and Business University, Beijing 100048, China)

ABSTRACT: It analyzes cosmetics packaging design from the perspective of the male consumer psychology. Through the investigation, it analyzes the male consumers' concern factors to buy cosmetics brands, skin concerns and problems, the reasons for the purchase of cosmetics, as well as the male consumer preferences of cosmetics packaging design. The male cosmetic packaging should show a more powerful visual impact, so that consumers feel the use of products can be full of spirit, more men's charm. For the male consumers preference of cosmetics packaging design, packaging model prefers concise generous and steady powerful style, packaging material mainly use glass and plastic, packaging color prefers mainly use black, white and gray, match small amounts of bright colors, or mainly use cool colors, decorative graphics advocating concise style.

KEY WORDS: Male cosmetics; packaging design; consumer psychology; brand

从历史上看, 大多数化妆品和医疗化妆品的研究一直集中在女性消费者身上。修饰工具的进步也改变了消费者对男性化妆品护肤需要的习惯和态度, 这支持了男性皮肤生物学更深入研究的发展, 这些的确可以用于提高与社会交流有关的生活质量^[1]。在新时代, 男性与女性的传统观念发生了很大转变, 相对于以往时代来说, 男人在化妆品方面花费得更多。生活标准的提高允许男人可以在美容产品上花费更多, 这促进了中国、印度尼西亚和泰国市场^[2]。在如今的中国, 年轻男士比以往更注重仪容, 男士化妆品的消费趋势在近些年引起了较大的关注。男性化妆品包装应遵循该品牌的 VI 形象系统进行设计, 体现出品牌视

觉形象, 同时, 还应区分男士与女士化妆品包装的侧重点, 使产品包装符合男性消费者的心理预期, 基于男性消费者心理来进行包装设计, 因此, 这里对男性化妆品的消费者心理进行了调研和分析, 基于消费者心理来分析男性化妆品包装设计的侧重点。

1 男性消费者选购化妆品品牌的关注因素

当人们听到“化妆品”这个词时, 所想到的是为女士设计的化妆品或香水, 实际上, 化妆品涵盖了很大范围的产品包括任何面部化妆品、乳液或化妆水、洗发剂、除臭剂、发胶等等, 这些产品的客户并不能被

收稿日期: 2017-01-11

基金项目: 校级协同创新中心——中国化妆品协同创新研究中心(19008001060)

作者简介: 蒋永华(1977—), 女, 湖南人, 硕士, 北京工商大学副教授, 主要研究方向为艺术设计与广告摄影。

限定在成年女士。化妆品企业的新市场是年轻女性和男性^[3]。

男性化妆品主要有发用化妆品、面部化妆品和芳香制品 3 个类别。发用化妆品主要包括洗发香波、发乳和发蜡等产品,面部化妆品主要有面霜、润肤蜜、剃须膏、剃须后用水等,芳香制品则有古龙香水、花露水等产品。比较著名的男士化妆品品牌有欧莱雅(L'oreal)、妮维雅(Nivea)、碧欧泉(BIOTHERM)、曼秀雷敦(MENTHOLATUM)、高夫(gf)等。

这里做了一个关于“中国男性化妆品消费者的皮肤特点和消费心理调查”,有 129 位男性参与了本次调研。在回答“您购买过男性化妆品吗?”这个单选题时,有 40.31%的人选择了“购买过 2 个品牌”,24.81%的人选择了“购买过 3 个以上品牌”,24.03%的人选择了“购买过 1 个品牌”,10.85%的人选择了“没有购买过”,可见在参与调研的男性中,绝大多数人购买过男性化妆品。这里选择了购买过男性化妆品的 115 位男性作为研究对象,分析其消费心理。在回答“如果您购买男性化妆品,首选品牌是?”的单选题时,有 30.43%的人选择了“欧莱雅 L'oreal”,15.65%选择了“曼秀雷敦 Mentholatum”,13.04%的人选择了“大宝”,10.43%的人选择了“妮维雅 NIVEA”,6.96%选择了“相宜本草 INOHERB”,这说明了欧美品牌在中国男性消费者心目中占有重要位置,但国产品牌也占据着一定分量。在接下来回答“选择首选品牌原因”的多选题时,有 73.04%的人选择了“该品牌产品质量好”,60%的人选择了“产品特点符合需要”,51.3%的人选择了“该品牌形象好”,可见产品质量、产品特点和品牌形象这 3 个方面是男性消费者选购化妆品品牌时最关注的因素。在回答“您认为在选购男性化妆品时,产品包装设计的影响大吗?”单选题时,有 72.17%的人认为“有一定影响”,因此,男士化妆品品牌应重视包装设计的作用,使包装设计符合消费者的心理预期,发挥应有的展示和促销作用。

2 男性消费者的皮肤关注点和困扰

在本次调研中,面对“您最关心您的皮肤哪方面?”的单选题时,有 43.48%的人选择了“皮肤别太油腻”,26.09%的人选择了“缩小皮肤的毛孔”,13.91%的人选择了“消除倦容”,9.57%的人选择了“消除皮肤的炎症”。在回答“您的皮肤最大的困扰是什么?”单选题时,有 43.48%的人选择了“油腻”,19.13%的人选择了“毛孔大”,14.78%的人选择了“上火有痘痘”,13.04%的人选择了“有倦容”。可以分析得出,在男性消费者的皮肤关注点和皮肤困扰方面,油腻和毛孔大是最关心的两点,而倦容和上火炎症紧随其后,最关心皮肤哪方面见图 1。

与女性皮肤相比,男性皮肤具有一些普遍性的生理特点。男性的皮肤比较粗厚、结实,一般比女性皮肤厚约 25%。男性皮肤的酸度比女性高,皮肤的皮脂腺分泌多,毛孔多而大,细菌感染的几率大,容易引发炎症和感染;男性皮肤的黑色素含量一般高于女性,所以光保护功能更强些。男性皮肤的血管收缩与舒张调节机制更强。口、鼻周围的“危险三角区”长有胡须,容易沾上细菌、尘埃,而且,剃须后的护理也很重要。另外,男性的皮肤敏感性受到环境压力的负面影响更大,尤其是紫外线辐射^[4],因此,针对男性的皮肤特点,男性化妆品包装设计应展现出更强劲的视觉冲击力,使男性消费者感觉到对皮肤油腻、毛孔大、倦容、炎症的强有力效果,基于产品的具体功能来进行包装创意。

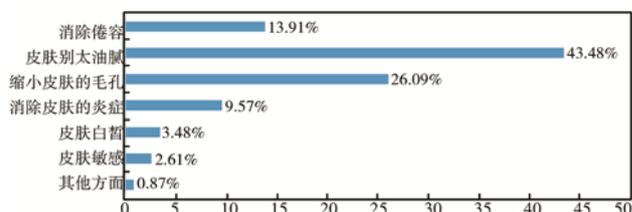


图 1 最关心皮肤哪方面

Fig.1 What is the most concerned about skin

3 男性消费者购买化妆品的原因

消费者在回答“您购买男性化妆品的原因有?”多选题时,有 76.52%的人选择了“保持皮肤健康”,55.65%的人选择了“清爽感受,去掉倦容”,32.17%的人选择了“品位的象征,彰显个性魅力”。在回答“如果您购买男性化妆品,关注的是?”多选题时,有 66.96%的人选择“产品的质量很好”,65.22%的人选择“产品能保持皮肤健康”,50.43%的人选择“产品能去掉倦容”。可以看出,产品质量很好、保持皮肤健康、去掉倦容是男性消费者购买化妆品最关注的 3 个因素,购买男性化妆品的原因见图 2。

男性和女性这两个群体的产品吸引力是截然不同的,男性寻求的是保健和健康,而女士追求的是健康和美容^[5]。男人购买化妆品一般有几个方面的原因,首先是保持肌肤健康。不少男士使用洁面乳、护肤霜等用品来保护皮肤,使皮肤在夏天不会太油腻,在秋冬天不会太干,保持皮肤的良好状态。其次是清爽感受,去掉倦容。男士希望工作中始终保持着良好的外在状态,即使加班熬夜,也期望通过使用洁面乳等清洁用品得到一个良好的外在形象。第三,是品位的象征,可以彰显个性魅力。一些男士认为使用国际大品牌的产品可以展现品位,使用清雅的男士香水也可以带来独特的个性魅力。第四,工作的需要。有些工作与化妆品、时尚行业相联系,如主持人、演艺人

员、模特、造型师、化妆师等，这部分男士在生活中需要一定数量的男士化妆品，以带给别人更好的工作印象。第五，针对皮肤问题购买。一些男士的皮肤有炎症、痤疮，使用适合的化妆品可以缓解皮肤的不良状况，使皮肤更为健康。第六，其他原因，如为别人代买，或购买后送人等。一般来说，男人购买化妆品是为了让自己的形象看上去更有精神，展现男士魅力，因此，男性化妆品包装设计要理解其购买化妆品的原因，基于男性消费心理来进行包装设计。

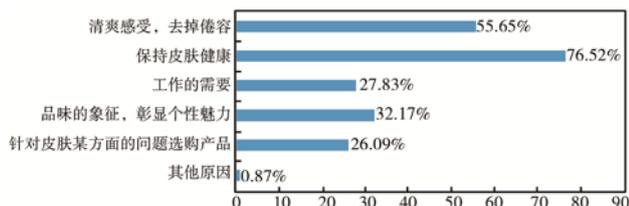


图 2 购买男性化妆品的原因

Fig.2 Reasons for buying male cosmetics

4 男性消费者偏爱的化妆品包装设计

4.1 包装造型偏向简洁大方和稳重有力的风格

对于本身涉及明显性别差异的产品，其包装设计也需要考虑如何满足消费者由生理及心理差异所产生的不同消费需求，通过针对性的包装设计来实现吸引消费者眼球和提升消费者满意度的目的^[6]。在本调研中，面对“关于男性化妆品的包装造型，您喜欢的是？”多选题时，喜欢的男性化妆品包装造型见图 3，有 66.96%的人选择了“造型简洁大方”，55.65%的人选择了“造型稳重有力”。男性化妆品的包装造型应偏向简洁大气、稳重和力量感的风格，突显男士气质和个性。如图 4 是相宜本草黑茶男士控油系列产品包装设计，其包装造型简洁稳重，有着优美的直线、弧线外轮廓，整个套装的包装造型带来简约、沉稳的视觉感受，令使用该套装的消费者有稳重男士的感觉。

4.2 包装材质以玻璃和塑料为主

塑料和玻璃是化妆品包装使用的主要材料。此外，还有纸、金属以及各种复合材料等。玻璃和塑料在制造护肤品、香水、防晒霜等化妆品容器时扮演着重要的角色^[7]。在回答“关于男性化妆品包装设计的材质，您喜欢的是？”多选题时，有 36.52%的人选择了“玻璃”，31.3%的人选择了“塑料”，可见，这两种材质是男性消费者更为喜欢的化妆品包装材质。男性化妆品包装很多都以塑料、玻璃作为包装材质，塑料包装重量轻、价格便宜，容易做成各种规格的瓶子，便于印刷，因此大量用于化妆品包装；玻璃材质也因为材质透彻，有一定重量感而被男性

消费者所喜爱。

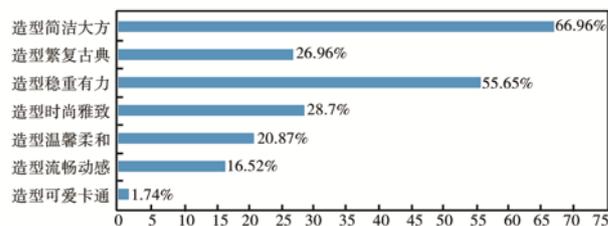


图 3 喜欢的男性化妆品包装造型

Fig.3 Favorite male cosmetics packaging modeling



图 4 相宜本草黑茶男士控油系列

Fig.4 Sinoway herb dark tea oil free series

4.3 包装色彩倾向以黑白灰为主，以少量鲜艳色彩搭配，或冷色系为主

不断创新色彩理念，把握消费者的心理需求，将色彩的审美价值与消费引导作用结合起来，能够更好地辅助化妆品产业打开一条灿烂缤纷的发展之路^[8]。有 64.35%的人在面对“关于男性化妆品包装设计的色彩，您喜欢的是？”多选题时，选择了“以黑白灰为主，以少量鲜艳色彩搭配”，喜欢的男性化妆品包装设计色彩见图 5，可见，这类色彩搭配是多数男性消费者喜欢的化妆品包装色彩配色。32.17%的人选择了“冷色系（蓝、蓝绿、蓝紫）”，相较于 6.09%的人选择“暖色系（红、橙、黄）”来说，冷色系的色彩配色显然更为男性消费者所喜爱。化妆品的包装是个五彩缤纷的世界，各种品牌的化妆品都根据自己产品的特点，选用各种不同的色彩符号来表达^[9]。如图 6 是高夫（gf）锐智多效套装产品包装设计，以蓝灰色为主要色调，搭配小面积红色，展现出了一种简洁、冷静、稳重的视觉效果。

4.4 装饰图形崇尚简洁风格

在回答“关于男性化妆品包装设计的装饰图形，您喜欢的是？”多选题时，有 53.04%的人选择了“简洁的装饰图形”，可以看出，简洁风格的化妆品包装装饰图形仍然是男性消费者的首选，与其选择简洁大方的包装造型是相一致的。

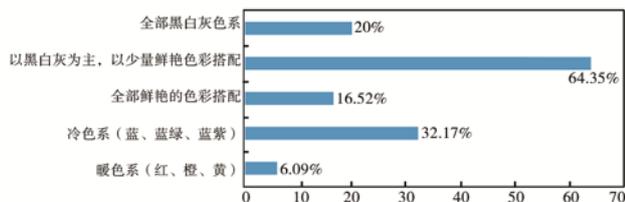


图5 喜欢的男性化妆品包装设计色彩

Fig.5 Favorite male cosmetics packaging design color



图6 高夫 (gf) 锐智多效套装

Fig.6 Gf Wise Multi-Care Sets

5 结语

随着中国经济的发展,消费观念的不断转变,男人对于化妆品的需求处于不断上升的趋势。在化妆品的包装领域,随着技术水平的提高,化妆品包装发展正在逐步地成熟起来。化妆品包装因此更应该重视和消费者情感上的交流^[10]。男性化妆品包装设计不仅应遵循其品牌形象系统,塑造良好的品牌视觉形象,而且还应基于男性消费者心理来进行设计。与女士化妆品包装设计的侧重点不同,男性化妆品包装应展现出更强劲的视觉冲击力,令消费者感到使用产品后可以精神饱满,更有男士魅力。男性消费者偏爱的化妆品包装设计中,包装造型偏向简洁大方和稳重有力的风格,包装材质以玻璃和塑料为主,包装色彩倾向以黑白灰为主,以少量鲜艳色彩搭配,或冷色系为主,装饰图形崇尚简洁风格。男性化妆品包装设计应充分考虑到男性消费者的心理需求,只有这样,才会有更多的消费者购买该品牌产品,男士化妆品品牌才能

稳步立足于中国市场,在不断发展的化妆品行业中获得更大的品牌发展空间。

参考文献:

- [1] OBLONG J. Male Skin Care: Shaving and Moisturization Needs[J]. *Dermatologic Therapy*, 2012, 25 (3): 238.
- [2] GRUBOW. Evolving Gender Stereotypes Drive Growth in Asian Men's Personal Care[J]. *Global Cosmetic Industry*, 2011, 11(179): 24—25.
- [3] HOSSEIN Nezakati. Antecedents Impact on Brand Loyalty in Cosmetics Industry[J]. *Journal of Applied Sciences*, 2013, 13(1): 126—132.
- [4] OBLONG J. Comparison of the Impact of Environmental Stress on Male and Female Skin[J]. *The British Journal Of Dermatology*, 2012, 2(166): 41.
- [5] 安进芳. 男性皮肤的特点以及男性化妆品[J]. *日用化学品科学*, 2011(12): 9—12.
AN Jin-fang. Male Skin and Male Cosmetics[J]. *Detergent & Cosmetics*, 2011(12): 9—12.
- [6] 张野, 纪托. 香水包装设计中的性别差异化研究[J]. *包装工程*, 2014, 35(24): 91—94.
ZHANG Ye, JI Tuo. Gender Differences in Perfume Packaging Design[J]. *Packaging Engineering*, 2014, 35(24): 91—94.
- [7] 杜博, 尹章伟. 浅谈化妆品包装的材料选择与造型设计[J]. *广东印刷*, 2004(6): 50—51.
DU Bo, YIN Zhang-wei. Discussion of Material Selection and Modeling Design of Cosmetic Packaging [J]. *Guangdong Printing*, 2004(6): 50—51.
- [8] 王振华, 万青. 浅析色彩意象在化妆品包装设计中的应用[J]. *装饰*, 2012(5): 84—85.
WANG Zhen-hua, WAN Qing. The Application of Color Image in Package Design of Cosmetics[J]. *Zhuangshi*, 2012(5): 84—85.
- [9] 邬琦姝. 化妆品包装设计中的符号应用[J]. *包装工程*, 2008, 29(8): 108—110.
WU Qi-shu. Symbol Application in Cosmetics Packaging [J]. *Packaging Engineering*, 2008, 29(8): 108—110.
- [10] 王昕霞, 刘维浩. 女性化妆品包装容器造型设计的特性研究[J]. *南昌大学学报*, 2010(12): 108—110.
WANG Xin-xia, LIU Wei-hao. Research on the Characteristics of Female Cosmetic Packaging Container Design[J]. *Journal of Nanchang University*, 2010(12): 108—110.