

疫情下環顧不同美妝產品的市場

撰文：蔡泳渝、劉曉雯

美妝—最受現代人歡迎的美容產品之一，不單女性，男性化妝都越為普遍。以下我們會討論底妝、眼妝和定妝噴霧這三類美妝產品，為何在疫情下的市場需求和供應都上升。

疫情對美妝產品需求面的影響

首先，在新冠疫情爆發後，「口罩不離身」成了常態，導致人們的美妝習慣改變。先論底妝，長期佩戴口罩會出現許多如粉刺增加等的面部問題。現在就有底妝產品(例如：**Sisley Paris** 系列)能夠遮瑕之餘，亦能減少皮膚受損，達到護膚之效。這令很多本身皮膚敏感但愛美的人都開始嘗試底妝產品。

其次是眼妝，戴著口罩時面部輪廓大部份都被遮蓋，只能看到眼睛，眼妝將會很大程度影響個人氣色。故此人們發明了「口罩妝」，讓美妝的重點轉移為眼妝，人們就需購買更多如眼線、眼影等的眼部美妝，這使得相關產品的需求上升。

最後則是定妝噴霧，即加入了「成膜劑」的保濕噴霧(例如：**benefit**、植村秀等)，它們能夠將底妝更加貼合肌膚。人們配戴口罩時，唇膏及底妝等很容易蹭在口罩上，這不但讓妝容變得骯髒，亦很容易悶出痘痘。定妝噴霧的存在能夠解決以上問題，這使定妝噴霧的需求上升。

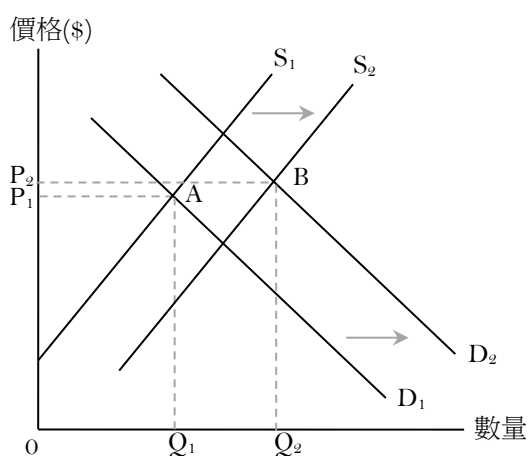
疫情對美妝產品供應面的影響

疫情持續蔓延令市民減少外出，導致實體美妝店舖營業額減少，所以大多美妝集團也乘機進行縱向擴張，前向發展網上銷售平台，減少租店或裝修等生產成本；後向亦同時研發新技術，用以生產自家品牌的美妝產品(例如：礦物粉底等)，這些改變將使美妝產品的供應上升。

疫情對美妝產品市場的綜合影響

利用比較靜態分析，我們可知若人們對美妝的需求上升幅度大於廠商的供應上升幅度，市場的價格將會上升。在交易量必然上升的前提下，相關廠商的總收益也必然上升。(圖 1)

圖 1 (在疫情下底妝、眼妝及不脫妝的唇膏等三類美妝產品的供需圖)



(註：總收益上升的位置為 $P_2P_1AQ_1Q_2B$ 的面積)

(字數：正文 600 字，不連標點符號及附圖備註)