

逆勢出擊？Simplism簡單保養創辦人戴育旻：4個原因，保養儀式永續不敗

刊出日期：2021/12/17 | 文字：洪苡閔 | 責任編輯：張雲筑

全文共2987字，閱讀大約需要5分鐘

2019年新肺炎肆虐全球，各國漸施封城政策，台灣也無法倖免於難。然而，疫情的影響對經濟的衝擊已經遠超出了傳染病本身，不只民眾外出意願的降低、防疫政策的全面升級也大大影響了觀光、零售、旅遊、餐飲的內需市場。疫情初期，還貴為疫情新寵兒的純淨保養品牌，也因為整體環境嚴苛，導致消費者購買預算降低而面臨許多挑戰，Simplism簡單保養戴育旻經理卻說：「保養的需求其實是亙古不變的，因為保養這件事很特別。」深知業界多重困境的他，為什麼會保持如此樂觀的態度？保養需求真的那麼強勁嗎？根據《嗒報》2021疫情保養習慣調查，發現有58.3%的人還是保持著每天的護膚、保養習慣。戴育旻接受《嗒報》獨家專訪進一步指出，「疫情期間保養的兩個重點主要是抗痘、跟修護。」



▲ 簡單保養化粧品有限公司戴育旻經理（圖片來源 / 簡單保養）

戴育旻 Davin Dai

- 現職 | 簡單保養化粧品有限公司 總經理
- 出生 | 1982/8/28
- 學歷 | 政治大學廣告系碩士班
- 經歷 |

2007-2008 媒體庫傳播股份有限公司 媒體企劃

2008-2014/5 普羅生化科技股份有限公司 行銷企劃

2014/6 創立簡單保養化粧品有限公司 迄今

- 品牌經營理念 | 科學、實用、簡單



▲ 簡單保養乳液 (圖片來源 / 簡單保養)

遭逢「疫」變，更要把握宏觀環境的現狀

麥肯錫管理顧問公司去年發表了一篇洞察報告 [《How COVID-19 is changing the world of beauty》](#)，並提出兩大趨勢將成為美妝保養潛藏動能，首先是寵愛自己熱潮 (pampering trends)，接著是自己做美容趨勢 (DIY beauty care)

在面對疫情所帶來的各種經濟損失都來不及了，保養品牌業者又該如何消化以上資訊與潮流，並且做出相對應的改變？戴育旻在受訪時，提及疫情實質上「改變了什麼」、「不能改變什麼」，才是業者在面對產業變革前需要思考的命題。唯有這麼做，才可以陪伴消費者走過好幾個年頭，而非只是名震一時。有了上述的思考框架，戴育旻分析，護膚、保養產業永續不敗的原因大體上可以分為四點。

雖然「愛漂亮」的強勁需求本身就是產業推進的一大動能，但「還原真實」才是保養市場的實質價值。

第一、是「習慣」本身

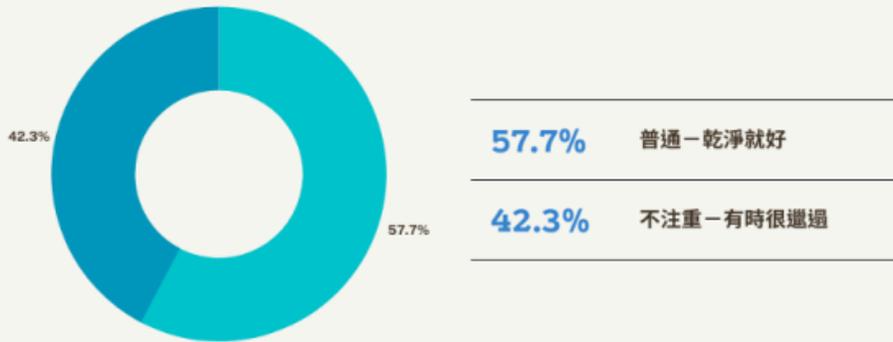
戴育旻分享，簡單保養的受眾大概落在15歲到45歲，從青春期到40歲中年族群，甚至媽媽還會幫自己的子女添購保養品以從小為其建立護膚習慣。

在這樣穩定、強勁的需求之下，疫情嚴峻，簡單保養的消費者輪廓可以說是幾乎沒有變動，在疫情最嚴峻的5~6月期間，業績下滑比例也控制在10%以內。

戴育旻也表示，業績上的變動不會只是因為疫情這單一因素，也跟品牌的經營與理念溝通有關。如果能將消費者心中期盼的效果落地，護膚儀式將永續不敗，因為消費者知道：這些習慣一堅持就終身受益。

疫情期間保持護膚保養習慣之比例

超過半數的人在疫情下都持續保有保養習慣



▲ 疫情期間保有護膚習慣之受眾比例。(圖片來源 / 喀報2021疫情保養習慣調查問卷)

第二、「口罩痘痘肌、敏感肌」效應

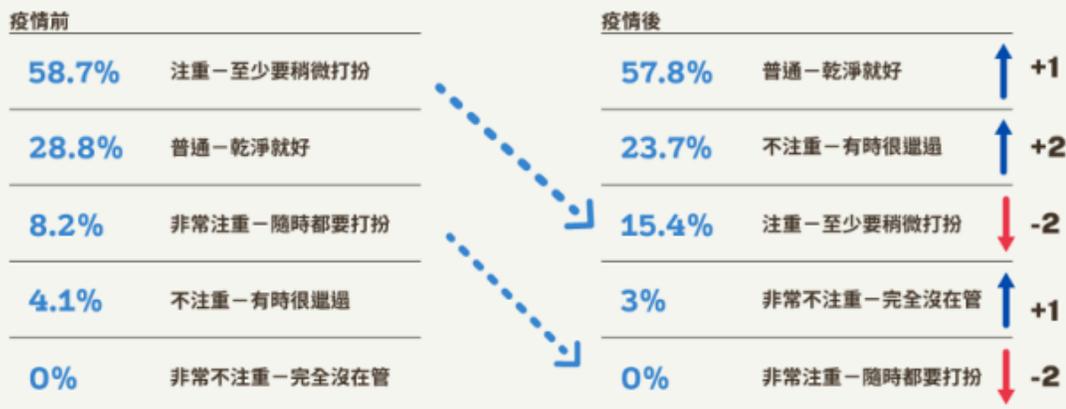
根據《喀報》2021疫情保養習慣調查，發現約有14.4%的受眾在疫情期間開始採用新的護膚品牌，部分民眾表示單純想換個產品用用看，但在多數願意採用新護膚品牌的消費者當中，多半是受疫情所趨，才開始尋找更「精準高效」、「簡單純淨」的護膚產品，「戴口罩悶痘，考慮調理膚況的產品」、「居家時間變長，遇到爆痘期就開始用酸類」、「前一個品牌感覺沒效果了」。

除此之外，更有人表示因為待在家的時間拉長，護膚程序可以比較完整進而添購新的保養品，值得一提的是也有消費者表示正是因為居家時間拉長，不需要過度滋潤的保養品，成分單純、無酒精、無添加的產品正符合這些居「疫」人的需求。

簡單保養正是搭上這股消費熱浪，應證了科學、實用、簡單的產品才是後疫情時代的關鍵市場，在家也要莊重的對待自己、精心護膚以能提升整體生活質量與格調。

疫情前後 對外表的注重程度大不相同？！

大多數的人在疫情下都認為打理外表普通乾淨就好



▲ 疫情前後人們對外表注重程度之轉變。(圖片來源 / 喀報2021疫情保養習慣調查問卷)

第三、自媒體的發達與興盛

其實在社群媒體蔚為當道的時代，容貌焦慮就已經成為一種新興的文明病了，為了展露自己最美好的一面，「膚況」是十分關鍵的因素，戴育旻玩笑道：「雖然說現在有濾鏡這東西，但我相信大家還是渴望「真實」，畢竟內與外相符是很重要的事情。」

因此，簡單保養會在粉專中教育消費者：肌膚的健康除了生理因素以外，心理因素也佔了一大部份，人天生都愛漂亮，適度的追求是正常的行為，但無須過度，因為最好的肌膚狀態，生理心理都必須被照顧到，畢竟，情緒壓力也是影響膚況的一個重要因素。

第四、護膚的實質意義

回到根本，人就是想要看起來美美的。

你的皮膚狀況

隱藏著你人生的原貌

日益商業化的現代社會裡，時常看到這句話：「你的膚質，決定你80%的顏值。」先不論身外這層皮囊對人生會帶來多少影響，一個人的膚況，其實還能體現人體的生理情況。

舉例來說，出現雀斑、暗沈、粗糙的皮膚，背後代表的是熬夜、營養不足、生活不規律；而討論到更棘手的狀況時，例如痘痘肌、敏乾肌、酒糟肌，背後的成因更可以細分為遺傳因素、心理因素、內科疾病、藥物反應及外界變化，不可否認地，上述這些因素讓我們微笑著、流淚著度過每一分鐘，迎接事業、財富、智慧與快樂。

當世人討論到所謂「乾淨的外貌」時，不會再說「執著美貌」是一種淺見，因為疏於保養，可能顯示著對生活的疏忽、飲食的不均衡及健全心智的消彌。

優秀的人不是因為有一個好的習慣，而是一種紮根於內心深處的精神氣息、自然而然的生活模式。

保養之所以是一種儀式，是因為它需要飽含意義去做。關於護膚，有些人在沐浴完、有些人則在更衣後，不只是護膚時機，護膚程序也因人而異。然而，眾多形式中還是具備某一共通點，那就是「期待」，保養儀式一定程度上承載著消費者對未來生活的想像。長期的習慣，背後都代表著一種嚮往，不管是期望達到的皮膚水準、憧憬健康的膚況所帶來的生活氣息以及隨之而來的自信飽滿、氣質翩翩的生活想像，對於消費者來說，護膚保養已經不是一種可有可無的睡前活動，而是一種毋庸置疑的人生投資。

© 2021 All rights Reserved

[更多文章](#)