

中国底妆产品市场现状规模与销售渠道分析报告2023-2029年

产品名称	中国底妆产品市场现状规模与销售渠道分析报告 2023-2029年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（ 注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国底妆产品市场现状规模与销售渠道分析报告2023-2029年【报告编号】：407455【出版时间】：2023年8月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元
免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

第1章：中国底妆产品发展综述1.1 底妆产品概述1.1.1 底妆产品的概念及分类1.1.2 底妆产品的特性分析1.2 底妆产品发展环境分析1.2.1 行业政策环境分析（1）行业相关标准（2）行业相关政策1.2.2 行业经济环境分析（1）中国经济增长情况（2）经济形势发展展望（3）中国居民收支情况1.2.3 行业社会环境分析（1）受众消费升级，一线dapai地位攀升（2）科技融合，强调光感调节&智能概念（3）个性小众，限量&定制款走红（4）从“她”到“他”，“男色”大行其道1.2.4 行业技术环境分析（1）隔离霜（2）粉底液（3）BB霜（4）粉饼（5）蜜粉/散粉（6）遮瑕膏/液/乳1.3 底妆产品发展机遇与威胁第2章：全球底妆产品市场发展状况分析2.1 全球底妆产品市场发展状况与前景趋势分析2.1.1 全球底妆产品发展现状分析2.1.2 全球底妆产品市场规模分析2.1.3 全球底妆产品市场品牌格局2.1.4 全球底妆产品发展前景预测2.1.5 全球底妆产品发展趋势分析（1）产品功效更加融合（2）底妆产品天然成分增加（3）产品市场竞争加剧2.2 日本底妆产品市场发展状况分析2.2.1 日本底妆产品市场现状分析2.2.2 日本底妆产品配方技术特点及代表品牌分析2.2.3 日本底妆产品市场发展趋势分析2.3 韩国底妆产品市场发展状况分析2.3.1 韩国底妆产品市场现状分析2.3.2 韩国底妆产品配方技术特点及代表品牌分析2.3.3 韩国底妆产品市场发展趋势分析2.4 法国底妆产品市场发展状况分析2.4.1 法国底妆产品市场现状分析2.4.2 法国底妆产品配方技术特点及代表品牌分析2.4.3 法国底妆产品市场发展趋势分析2.5 美国底妆产品市场发展状况分析2.5.1 美国底妆产品市场现状分析2.5.2 美国底妆产品配方技术特点及代表品牌分析2.5.3 美国底妆产品市场发展趋势分析2.6 澳洲底妆产品市场发展状况分析2.6.1 澳洲底妆产品市场现状分析2.6.2 澳洲底妆产品配方技术特点及代表品牌分析2.6.3 澳洲底妆产品市场发展趋势分析第3章：中国底妆产品市场发展现状分析3.1 中国底妆市场发展概况分析3.1.1 中国底妆市场发展总况3.1.2 中国底妆产品发展历程3.1.3

2019-2023年中国底妆大事记3.2 中国底妆市场发展规模分析3.2.1 中国底妆产品市场规模分析3.2.2 中国底妆市场产品结构分析3.3 中国底妆产品竞争现状分析3.3.1 中国底妆市场竞争层次分析3.3.2 中国底妆产品市场品牌格局3.3.3 中国草本/植物/精油底妆产品配方技术特点及代表品牌3.4 中国底妆市场技术现状与研发分析3.4.1 中国底妆产品技术现状分析3.4.2 中国底妆产品研发现状分析第4章：中国底妆产品营销与消费者需求分析4.1 中国境内市场底妆产品包装现状与趋势分析4.1.1 中国底妆产品包装分析4.1.2 主要底妆产品包装特色汇总4.1.3 中国底妆产品包装趋势分析4.2 中国境内市场底妆产品价格及营销渠道分析4.2.1 中国底妆产品市场价格分析（1）底妆产品价格变化趋势（2）底妆产品价格区间分布4.2.2 中国底妆产品市场销售现状分析（1）底妆产品销售渠道分析（2）底妆产品销售趋势分析4.3 中国境内市场底妆产品消费者需求特征分析4.3.1 消费者特征调研（1）消费者年龄构成（2）消费者收入情况（3）消费者学历构成（4）消费者性别比例4.3.2 消费者购mai特征分析（1）消费者购mai渠道（2）消费者消费频次（3）消费者消费金额（4）消费者购mai影响因素4.3.3 消费者产品偏好分析（1）消费者对产品功效需求（2）消费者特别偏好分析4.3.4 底妆产品成分消费者调研分析4.4 中国跨境市场底妆产品消费者需求分析4.4.1 跨境市场TOP5产品分析4.4.2 跨境市场消费者特征调研（1）消费者年龄构成（2）消费者收入情况（3）消费者职业构成（4）消费者性别比例4.4.3 跨境市场消费者购mai特征分析（1）消费者购mai方式（2）消费者消费金额（3）消费者购mai影响因素4.4.4 跨境市场消费者产品品类偏好分析第5章：底妆产品细分市场发展状况分析5.1 隔离霜/妆前乳市场发展分析5.1.1 隔离霜/妆前乳在底妆中的作用5.1.2 隔离霜/妆前乳市场规模分析5.1.3 隔离霜/妆前乳市场品牌格局5.1.4 隔离霜市场发展前景与趋势5.2 粉底液市场发展分析5.2.1 粉底液在底妆中的作用5.2.2 粉底液市场规模分析5.2.3 粉底液市场品牌格局5.2.4 粉底液市场发展前景与趋势5.3 BB霜市场发展分析5.3.1 BB霜在底妆中的作用5.3.2 BB霜市场规模分析5.3.3 BB霜市场品牌格局5.3.4 BB霜市场发展前景与趋势5.4 粉饼市场发展分析5.4.1 粉饼在底妆中的作用5.4.2 粉饼市场规模分析5.4.3 粉饼市场品牌格局5.4.4 粉饼市场发展前景与趋势5.5 蜜粉/散粉市场发展分析5.5.1 蜜粉/散粉在底妆中的作用5.5.2 蜜粉/散粉市场规模分析5.5.3 蜜粉/散粉市场品牌格局5.5.4 蜜粉/散粉市场发展前景与趋势5.6 遮瑕膏/液/乳/笔市场发展分析5.6.1 遮瑕膏/液/乳/笔在底妆中的作用5.6.2 遮瑕膏/液/乳/笔市场规模分析5.6.3 遮瑕膏/液/乳/笔市场品牌格局5.6.4 遮瑕膏/液/乳/笔市场发展前景与趋势第6章：国内外底妆产品重点企业案例分析6.1 国际lingxian底妆产品品牌业务布局分析6.1.1 L'Orealoulaiya集团（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业底妆产品业务布局分析（4）企业销售区域分布（5）企业在华竞争分析6.1.2 P&G宝洁集团（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业底妆产品业务布局分析（4）企业销售区域分布（5）企业在华竞争分析6.1.3 Estee Lauderyashilandai集团（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业底妆产品业务布局分析（4）企业销售区域分布（5）企业在华竞争分析6.1.4 LVMH集团（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业底妆产品业务布局分析（4）企业销售区域分布（5）企业在华竞争分析6.1.5 zishengtang集团（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业底妆产品业务布局分析（4）企业销售区域分布（5）企业在华竞争分析6.1.6 aimoli太平洋集团（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业底妆产品业务布局分析（4）企业销售区域分布（5）企业在华竞争分析6.2 国内底妆产品lingxian品牌案例分析6.2.1 kazilan（1）品牌发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业主要产品分析（4）企业底妆产品业务分析（5）企业销售渠道与网络分析（6）企业发展优劣势分析6.2.2 韩束（1）品牌发展简况分析（2）企业发展历程分析（3）企业经营情况分析（4）企业底妆产品业务分析（5）企业销售渠道与网络分析（6）企业发展优劣势分析6.2.3 玛丽黛佳（1）品牌发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业底妆产品业务分析（4）企业销售渠道与网络分析（5）企业发展优劣势分析6.2.4 polaiya（PROYA）（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业彩妆产品业务分析（4）企业销售渠道与网络分析（5）企业发展优劣势分析6.2.5 巧迪尚惠（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业主营产品分析（4）企业底妆产品业务分析（5）企业销售渠道与网络分析（6）企业发展优劣势分析第7章：中国底妆产品市场投资潜力与策略规划7.1 中国底妆产品市场发展前景预测7.1.1 底妆产品市场发展动力分析7.1.2 底妆产品市场发展前景预测7.2 中国底妆产品市场发展趋势预测7.2.1 市场整体趋势预测7.2.2 品牌竞争格局预测7.2.3 产品发展趋势预测（1）产品包装发展趋势（2）产品功效发展趋势（3）产品价格发展趋势（4）产品品类发展趋势7.2.4

渠道发展趋势预测 (1) 零售渠道发展趋势 (2) 跨境渠道发展趋势7.3

中国底妆产品市场投资策略规划7.3.1 投资价值分析7.3.2 投资机会分析7.3.3 投资策略与建议 (1) 品牌策略 (2) 产品策略 (3) 渠道策略

图表目录

图表1：底妆产品分类

图表2：底妆产品的特性简析

图表3：实施日期自2018-2023年彩妆行业的相关标准汇总

图表4：2014-2023年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表5：中国社科院2020年1月发布主要经济指标增长预测（单位：%）

图表6：2023年全国两会公布经济发展目标（单位：%）

图表7：2016-2023年全国居民人均可支配收入情况（单位：元）

图表8：2016-2023年全国居民人均消费支出情况（单位：元）

图表9：2023年化妆品细分行业全网信息量对比情况（单位：亿条）

图表10：2007-2023年中国隔离霜产品相关技术专利申请数量变化图（单位：项）

图表11：2007-2023年中国隔离霜产品相关技术专利公开数量变化图（单位：项）

图表12：截至2023年中国隔离霜产品相关技术专利申请人构成情况（单位：项）

图表13：2007-2023年中国粉底液产品相关技术专利申请数量变化图（单位：项）

图表14：2007-2023年中国粉底液产品相关技术专利公开数量变化图（单位：项）

图表15：截至2023年中国粉底液产品相关技术专利申请人构成情况（单位：项）

图表16：2018-2023年中国BB霜产品相关技术专利申请数量变化图（单位：项）

图表17：2018-2023年中国BB霜产品相关技术专利公开数量变化图（单位：项）

图表18：截至2023年中国BB霜产品相关技术专利申请人构成情况（单位：项）

图表19：2008-2023年中国粉饼产品相关技术专利申请数量变化图（单位：项）

图表20：2008-2023年中国粉饼产品相关技术专利公开数量变化图（单位：项）

图表21：截至2023年中国粉饼产品相关技术专利申请人构成情况（单位：项）

图表22：2009-2023年中国蜜粉/散粉产品相关技术专利申请数量变化图（单位：项）

图表23：2009-2023年中国蜜粉/散粉产品相关技术专利公开数量变化图（单位：项）

图表24：截至2023年中国蜜粉/散粉产品相关技术专利申请人构成情况（单位：项）

图表25：2008-2023年中国遮瑕膏/液/乳产品相关技术专利申请数量变化图（单位：项）

图表26：2007-2023年中国遮瑕膏/液/乳产品相关技术专利公开数量变化图（单位：项）

图表27：截至2023年中国遮瑕膏/液/乳产品相关技术专利申请人构成情况（单位：项）

图表28：中国底妆产品发展机遇与威胁分析

图表29：2018-2023年全球底妆产品市场规模（单位：亿美元）

图表30：全球底妆产品市场品牌格局

图表31：2023-2029年全球底妆产品市场规模预测（单位：亿美元）

图表32：日本代表性底妆品牌及产品

图表33：日本代表性品牌及产品技术特点分析

图表34：韩国代表性底妆品牌及产品

图表35：韩国代表性品牌及产品技术特点分析

图表36：法国代表性底妆品牌及产品

图表37：法国代表性品牌及产品技术特点分析

图表38：美国代表性底妆品牌及产品

图表39：美国代表性品牌及产品技术特点分析

图表40：澳洲主要底妆品牌

图表41：澳洲草本/植物/精油底妆产品配方技术特点及代表品牌

图表42：中国底妆产品市场发展状态描述总结

图表43：中国底妆产品发展历程分析

图表44：2019-2023年中国底妆大事记汇总

图表45：2018-2023年中国底妆产品市场规模（单位：亿元）

图表46：2023年中国底妆产品结构（单位：%）

图表47：2023年中国底妆市场分级品牌竞争情况

图表48：全球底妆产品市场品牌格局

图表49：底妆产品主要技术特点及代表品牌

图表50：化妆品原料供应商分布情况

图表51：化妆品研发介绍

图表52：2012-2023年oulaiya研发投入增长情况（单位：亿欧元，%）

图表53：底妆产品主要包装材质

图表54：代表性品牌底妆产品采用环保材料案例汇总

图表55：主要品牌底妆产品包装特色汇总

图表56：消费者对化妆品包装满意度情况（单位：%）

图表57：底妆产品包装趋势

图表58：粉底液产品消费价格区间分布（单位：%）

图表59：隔离霜/妆前乳产品消费价格区间分布（单位：%）

图表60：BB霜/CC霜产品消费价格区间分布（单位：%）

图表61：粉饼/蜜粉/散粉产品消费价格区间分布（单位：%）

图表62：中国消费者购mai底妆产品渠道分布情况（单位：%）

图表63：2018-2023年线上渠道彩妆细分品类销售额占比（单位：%）

图表64：2018-2023年中国底妆线上成交额情况（单位：亿元）

图表65：消费者年龄构成（单位：%）

图表66：消费者收入构成（月收入）（单位：%）

图表67：消费者学历构成（月收入）（单位：%）

图表68：消费者性别构成（单位：%）

图表69：消费者购mai渠道分布（单位：%）

图表70：消费者年消费频次（单位：%）

图表71：消费者年度消费金额（单位：%）

图表72：消费者购mai影响因素（单位：%）

图表73：消费者对BB霜功效需求（单位：%）

图表74：消费者对粉底液功效需求（单位：%）

图表75：消费者对粉饼/散粉/蜜粉功效需求（单位：%）

图表76：消费者对妆前乳/隔离霜功效需求（单位：%）

图表77：消费者底妆偏好分析（单位：%）

图表78：底妆产品成分消费者调研（单位：%）

图表79：跨境市场TOP5底妆产品

图表80：跨境市场消费者年龄构成（单位：%）

图表81：跨境市场消费者收入区间构成（单位：%）

图表82：跨境市场消费者职业构成（单位：%）

图表83：跨境市场消费者性别构成（单位：%）

图表84：跨境市场消费者购mai方式构成（单位：%）

图表85：跨境市场消费者消费金额构成（单位：%）

图表86：跨境市场消费者购mai影响因素（单位：%）

图表87：2023年妆产品类检索份额（单位：%）

图表88：2018-2023年中国隔离霜/妆前乳市场规模（单位：亿元）

图表89：中国隔离霜/妆前乳市场品牌格局

图表90：2023年天猫电商renqi最高隔离霜/妆前乳TOP10（单位：元）

图表91：2023-2029年中国隔离霜市场规模预测（单位：亿元）

图表92

：粉底液的作用分析图表93：2018-2023年中国粉底液市场规模（单位：亿元）图表94：2023年天猫电商renqi最高粉底液TOP10（单位：元）图表95：2023-2029年中国粉底液市场规模预测（单位：亿元）图表96：2018-2023年中国BB霜市场规模（单位：亿元）图表97：2023年天猫电商renqi最高BB霜TOP10（单位：元）图表98：2023-2029年中国BB霜市场规模预测（单位：亿元）图表99：粉饼的作用分析图表100：2018-2023年中国粉饼市场规模（单位：亿元）图表101：2023年天猫电商renqi最高粉饼TOP10（单位：元）图表102：2023-2029年中国粉饼市场规模预测（单位：亿元）图表103：蜜粉/散粉的作用分析图表104：2018-2023年中国蜜粉/散粉市场发展规模（单位：亿元）图表105：2023年天猫电商renqi最高蜜粉/散粉TOP10（单位：元）图表106：2023-2029年中国蜜粉/散粉市场规模预测（单位：亿元）图表107：2018-2023年中国遮瑕膏/液/乳市场规模（单位：亿元）图表108：2023年天猫电商renqi最高遮瑕膏/液/笔TOP10（单位：元）图表109：2023-2029年中国遮瑕膏/液/笔市场规模预测（单位：亿元）图表110：oulaiya集团发展历程图表111：2018-2023年oulaiya集团营业收入情况（单位：亿欧元，%）图表112：2018-2023年oulaiya集团营净利润情况（单位：亿欧元，%）图表113：2017-2023年oulaiya集团彩妆业务收入及占全集团比重变化（单位：亿欧元，%）图表114：oulaiya集团旗下涉及底妆的品牌汇总图表115：oulaiya集团2019年销售额超过“十亿欧元”的超级品牌图表116：oulaiya旗下代表性底妆品牌产品汇总图表117：2023年oulaiya集团营业收入区域构成（单位：亿欧元，%）图表118：2018-2023年oulaiya集团在华销售额变化情况（单位：亿元，%）图表119：2018-2023年oulaiya集团在华业绩增速与oulaiya集团业绩增速和中国化妆品市场增速对比（单位：%）图表120：2019-2023年oulaiya集团主要彩妆品牌淘系销售额（单位：亿元）