

中国底妆行业投资分析与发展前景预测报告2023-2030年

产品名称	中国底妆行业投资分析与发展前景预测报告2023-2030年
公司名称	鸿晟信合（北京）信息技术研究院有限公司
价格	7000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区日坛北路19号楼9层(08)(朝外孵化器0530)（注册地址）
联系电话	010-84825791 15910976912

产品详情

【全新修订】：2023年9月

《出版单位》：鸿晟信合研究院

【内容部分有删减·详细可参鸿晟信合研究院出版完整信息！】

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：顾言

中国底妆行业投资分析与发展前景预测报告2023-2030年

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31：2023-2030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表

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高隔离霜/妆前乳TOP10（单位：元）

图表91：2023-2030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高粉底液TOP10（单位：元）

图表95：2023-2030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高BB霜TOP10（单位：元）

图表98：2023-2030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高粉饼TOP10（单位：元）

图表102：2023-2030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高蜜粉/散粉TOP10（单位：元）

图表106：2023-2030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高遮瑕膏/液/笔TOP10（单位：元）

图表109：2023-2030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）