

# 中国底妆产品市场深度的调研及投资品牌竞争力研究报告2024-2030年

产品名称	中国底妆产品市场深度的调研及投资品牌竞争力研究报告2024-2030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	品牌:智信中科研究网 型号:报告 产地:北京
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

中国底妆产品市场深度的调研及投资品牌竞争力研究报告2024-2030年

【内容部分省略，可点击网站搜索标题查看全文】

《官网链接》：【<https://www.zxiti.com>】

《对接人员》：【张炜】

《修订日期》：【2024年3月】

《撰写单位》：【智信中科(北京)信息科技有限公司】

《报告格式》：【word文本+电子版+定制光盘】

《服务内容》：【提供数据调研分析+一年更新】

《报告价格》：【纸质版6500元 电子版6800元 纸质+电子版7000元 (来电咨询有优惠)】

《全天邮箱》：【[zxzkiti@163.com](mailto:zxzkiti@163.com)】

目录

## 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2019-2023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7：2017-2023年全国居民人均可支配收入情况（单位：元）

图表8：2017-2023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16：2013-2023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17：2013-2023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29：2019-2023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31：2024-2030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45：2019-2023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63：2019-2023年线上渠道彩妆细分品类销售额占比（单位：%）

图表64：2019-2023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88：2019-2023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91：2024-2030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93：2019-2023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95：2024-2030年中国粉底液市场规模预测（单位：亿元）

图表96：2019-2023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98：2024-2030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100：2019-2023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102：2024-2030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104：2019-2023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106：2024-2030年中国蜜粉/散粉市场规模预测（单位：亿元）

图表107：2019-2023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109：2024-2030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111：2013-2023年oulaiya集团营业收入情况（单位：亿欧元，%）

图表112：2013-2023年oulaiya集团营净利润情况（单位：亿欧元，%）

图表113：2018-2023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118：2013-2023年oulaiya集团在华销售额变化情况（单位：亿元，%）

图表119：2013-2023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）