

2022-2028年中国底妆产品 市场发展趋势与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2022-2028年中国底妆产品市场发展趋势与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/N038279ZH4.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国底妆产品市场发展趋势与行业竞争对手分析报告》共六章。首先介绍了底妆产品行业市场发展环境、底妆产品整体运行态势等，接着分析了底妆产品行业市场运行的现状，然后介绍了底妆产品市场竞争格局。随后，报告对底妆产品做了重点企业经营状况分析，最后分析了底妆产品行业发展趋势与投资预测。您若想对底妆产品产业有个系统的了解或者想投资底妆产品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

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) 国家引导防晒类护肤品消费

2) 国家规范化妆品产品技术要求

3) 国家完善化妆品安全风险评估

4) 国家调控化妆品检验机构建设

5) 国家规范化妆品相关产品的命名

6) 国家规范非特殊用途化妆品的管理

7) 国家推进化妆品安全风险控制体系建设

8) 《化妆品安全技术规范（2019年版）》

9) 化妆品消费税调整

1.2.2 行业经济环境分析

(1) 中国经济增长情况

(2) 中国居民人均收入

1.2.3 行业社会环境分析

(1) 从“节约”到“时尚”;

(2) 从“关注质量”到“关注品牌文化”;

(3) “她经济”已经成为一种经济现象

1.2.4 行业技术环境分析

(1) 隔离霜

1) 行业专利申请分析

2) 行业专利公开分析

3) 技术领先企业分析

(2) 粉底液

1) 行业专利申请分析

2) 行业专利公开分析

3) 技术领先企业分析

(3) BB霜

1) 行业专利申请分析

2) 行业专利公开分析

3) 技术领先企业分析

(4) 粉饼

1) 行业专利申请分析

2) 行业专利公开分析

3) 技术领先企业分析

(5) 蜜粉/散粉

1) 行业专利申请分析

2) 行业专利公开分析

3) 技术领先企业分析

(6) 遮瑕膏/液/乳

1) 行业专利申请分析

2) 行业专利公开分析

3) 技术领先企业分析

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及消费者需求分析

3.1 中国底妆产品市场发展状况分析

3.1.1 中国底妆产品市场发展总况

3.1.2 中国底妆产品市场规模分析

3.1.3 中国草本/植物/精油底妆产品配方技术特点及代表品牌

3.2 中国境内市场底妆产品包装、价格及营销渠道分析

3.2.1 中国底妆产品包装分析

(1) 底妆产品包装材质

(2) 底妆产品包装趋势

3.2.2 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

1) 粉底液

2) 隔离霜/妆前乳

3) BB霜/CC霜

4) 粉饼/蜜粉/散粉

3.2.3 中国底妆产品市场销售渠道分析

3.3 中国境内市场底妆产品消费者需求特征分析

3.3.1 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

3.3.2 消费者购买特征分析

(1) 消费者购买渠道

(2) 消费者消费频次

(3) 消费者消费金额

(4) 消费者购买影响因素

3.3.3 消费者产品偏好分析

(1) 消费者对产品功效需求

1) BB霜

2) 粉底液

3) 粉饼/散粉/蜜粉

4) 妆前乳/隔离霜

(2) 消费者特别偏好分析

3.3.4 底妆产品成分消费者调研分析

3.4 中国跨境市场底妆产品消费者需求分析

3.4.1 跨境市场TOP5产品分析

3.4.2 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

3.4.3 跨境市场消费者购买特征分析

(1) 消费者购买方式

(2) 消费者消费金额

(3) 消费者购买影响因素

3.4.4 跨境市场消费者产品品类偏好分析

第4章：底妆产品细分市场发展状况分析

4.1 隔离霜/妆前乳市场发展分析

4.1.1 隔离霜/妆前乳在底妆中的作用

4.1.2 隔离霜/妆前乳市场发展规模分析

4.1.3 隔离霜/妆前乳市场品牌格局

4.1.4 隔离霜市场发展前景与趋势

4.2 粉底液市场发展分析

4.2.1 粉底液在底妆中的作用

4.2.2 粉底液市场发展规模分析

4.2.3 粉底液市场品牌格局

4.2.4 粉底液市场发展前景与趋势

4.3 BB霜市场发展分析

4.3.1 BB霜在底妆中的作用

4.3.2 BB霜市场发展规模

4.3.3 BB霜市场品牌格局

4.3.4 BB霜市场发展前景与趋势

4.4 粉饼市场发展分析

4.4.1 粉饼在底妆中的作用

4.4.2 粉饼市场发展规模

4.4.3 粉饼市场品牌格局

4.4.4 粉饼市场发展前景与趋势

4.5 蜜粉/散粉市场发展分析

4.5.1 蜜粉/散粉在底妆中的作用

4.5.2 蜜粉/散粉市场发展规模

4.5.3 蜜粉/散粉市场品牌格局

4.5.4 蜜粉/散粉市场发展前景与趋势

4.6 遮瑕膏/液/乳市场发展分析

4.6.1 遮瑕膏/液/乳在底妆中的作用

4.6.2 遮瑕膏/液/笔市场发展规模

4.6.3 遮瑕膏/液/笔市场品牌格局

4.6.4 遮瑕膏/液/笔市场发展前景与趋势

第5章：国内外底妆产品领先企业案例分析

5.1 国际领先底妆产品品牌业务布局分析

5.1.1 L'Oreal欧莱雅集团

(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

5.1.2 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

5.1.3 Estee Lauder雅诗兰黛集团

- (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

5.1.4 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

5.1.5 资生堂集团

- (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

5.1.6 爱茉莉太平洋集团

- (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

5.2 国内底妆产品领先品牌案例分析

5.2.1 卡姿兰

- (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

5.2.2 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

5.2.3 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

5.2.4 植美村

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业资质能力分析
- (4) 企业底妆产品业务布局分析
- (5) 企业销售渠道与网络分析
- (6) 企业发展优劣势分析

5.2.5 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6章：中国底妆产品市场投资潜力与策略规划

6.1 2022-2028年中国底妆产品市场发展前景预测

6.1.1 底妆产品市场发展动力分析

6.1.2 底妆产品市场发展前景预测

6.2 2022-2028年中国底妆产品市场发展趋势预测

6.2.1 市场整体趋势预测

6.2.2 品牌竞争格局预测

6.2.3 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

6.2.4 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

6.3 中国底妆产品市场投资策略规划

6.3.1 投资价值分析

6.3.2 投资机会分析

(1) 消费升级带来的投资机会

(2) 技术发展带来的投资机会

(3) 互联网发展带来的投资机会

6.3.3 投资策略与建议

(1) 品牌策略

(2) 产品策略

(3) 渠道策略

部分图表目录：

图表1：底妆产品分类（按作用）

图表2：底妆产品的特性简析

图表3：中国底妆产品相关标准汇总

图表4：中国化妆品行业相关标准汇总（2019年即将实施）

图表5：2016-2020年中国GDP增长趋势分析（单位：万亿元，%）

图表6：2016-2020年主要经济指标增长及预测（单位：%）

图表7：2016-2020年中国城乡居民收入水平（单位：元）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/N038279ZH4.html>