

m 美丽修行 × ZELEN S

养肤底妆市场趋势洞察

BEAUTY EVOLUTION BIG DATA 2023.09

CONTENTS

- 01 养肤底妆现状概览
- 02 养肤底妆消费者洞察
- 03 养肤底妆产品洞察
- 04 养肤底妆趋势前瞻

数据说明

➤ 美丽修行大数据挖掘市场趋势

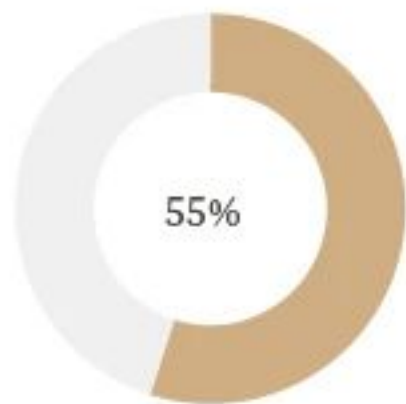
本报告将养肤底妆定义为功效宣称报告或者商品描述包含养肤功效的底妆产品，期望通过美丽修行大数据，从产品角度对养肤底妆市场进行现状和趋势分析。数据统计时间截至2023年8月16日。

➤ 定量调研洞察人群需求

针对报告，美丽修行联合知名护肤品牌ZELENS发起调研，以更好了解消费者对养肤底妆的需求。本报告调研时间为2023年8月，针对化妆人群进行调研，共回收了1054份有效问卷，具体人群画像见下一页：

养肤底妆人群画像

整体来看，本次调研的人群中，50%以上消费者使用过养肤底妆；针对养肤底妆人群，敏感肌，特别是干敏肌肤，25-40岁的熟龄肌，白领人群是养肤底妆的核心消费群体。



本次共计调研了1054名化妆消费者
其中55%
577名消费者表示使用过养肤底妆

养肤底妆消费者画像 (N=577)

性别

男: 21% TGI 0.96
女: 79% TGI 1.01

年龄

TGI 0.77
1.07
1.08
0.66

年龄	占比
18~24	11%
25~29	32%
30~40	52%
40岁以上	5%

肌肤类型

24% 49% 12% 14%

肌肤类型	占比	TGI
干敏肌肤	24%	1.13
油敏肌肤	49%	1.00
干耐肌肤	12%	0.82
油耐肌肤	14%	0.99

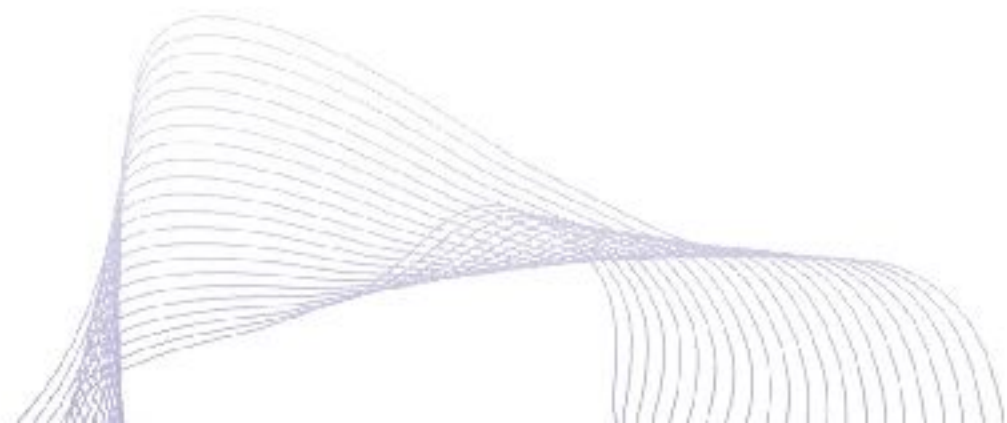
职业细分

6% 77% 9% 7%

职业	占比	TGI
学生	6%	0.81
都市白领	77%	1.03
都市蓝领	9%	1.00
自由职业者	7%	0.95

Part one

养肤底妆现状概览



养肤底妆定义

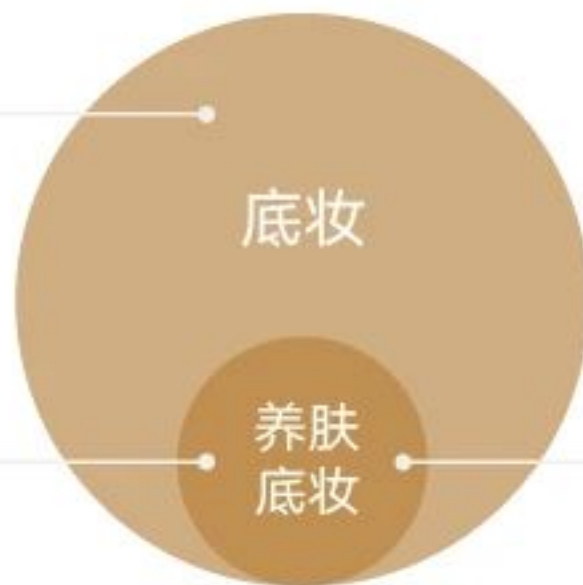
养肤底妆指功效宣称报告或者商品描述包含养肤功效的底妆产品，据统计，目前备案有效的底妆产品中有28.8%属于养肤底妆。

底妆品类范围

粉底液/粉底霜、粉底膏/棒
BB/CC霜、气垫BB/CC霜

养肤底妆范围

功效检测报告或者商品描述包含养肤功效的底妆产品（其中养肤功效包含：保湿、祛斑美白、滋养、修护、控油、抗皱、紧致、舒缓、祛痘、适用敏感皮肤、无刺激、宣称原料功效、宣称量化指标等）



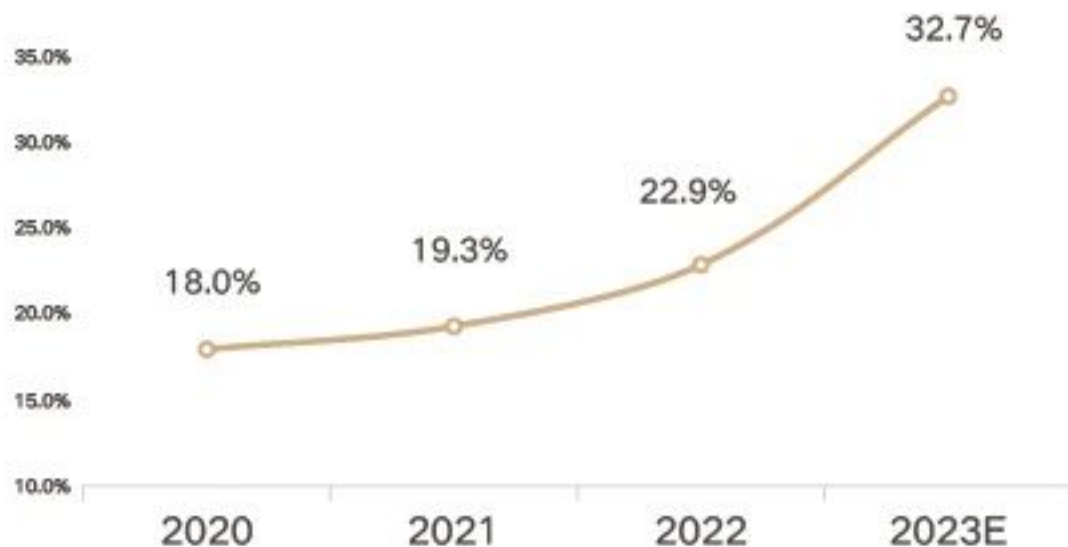
28.8%

养肤底妆在底妆中的占比

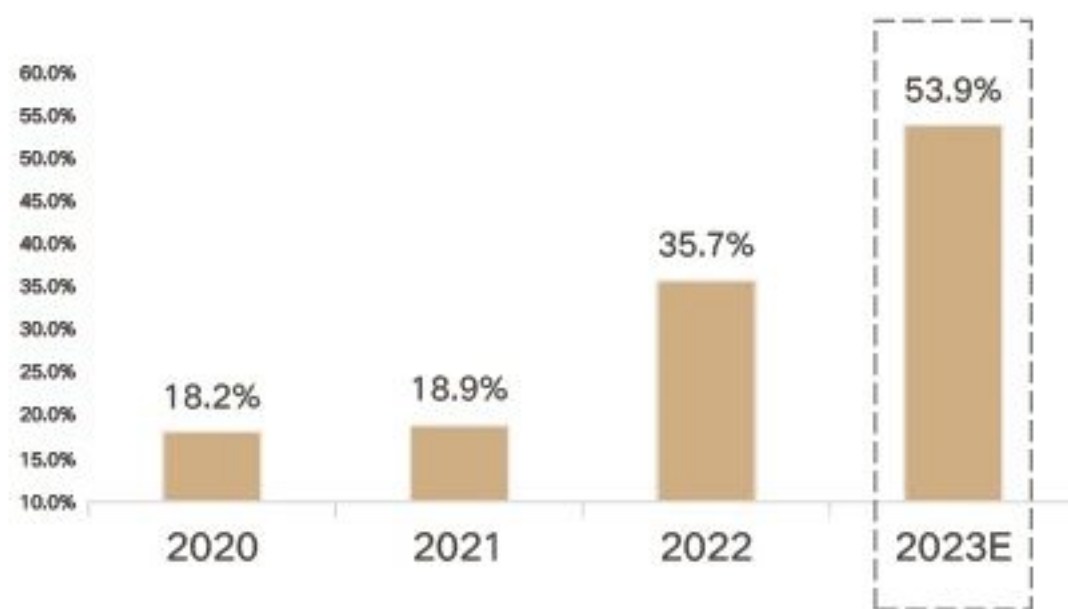
消费者需求持续攀升，品牌加速赛道布局

养肤底妆逐渐占据消费者心智，随着消费者关注度的逐年攀升，越来越多品牌进入养肤底妆赛道，预计2023年养肤底妆的产品数量在底妆市场中的占比将超过一半。

养肤底妆在底妆市场的关注度占比趋势



养肤底妆在底妆市场的备案占比趋势



政策助力公信力，养肤有据可依

据调研，不使用养肤底妆的用户近一半担忧功效成分是概念添加，没有实际作用，但是《化妆品监督管理条例》政策的发布与实施将会不断加码养肤底妆公信力，宣称养肤变得有据可依。

养肤底妆没有实际功效的认同比例
(不使用养肤底妆的用户)

44.9%

《化妆品监督管理条例》部分内容

01

产品功效划分
不同

根据规定特殊化妆品由9类缩减至5类。美乳、健美等品类预计将不再作为特殊化妆品管理，增加宣称新功效化妆品为特殊化妆品

02

设定功效宣称
条件

将功效宣称要求细化，其中特殊化妆品须按照规定方法实施最为严格的人体功效评价试验，其他功效产品也须按要求实施人体功效评价试验，消费者使用测试或实验室试验

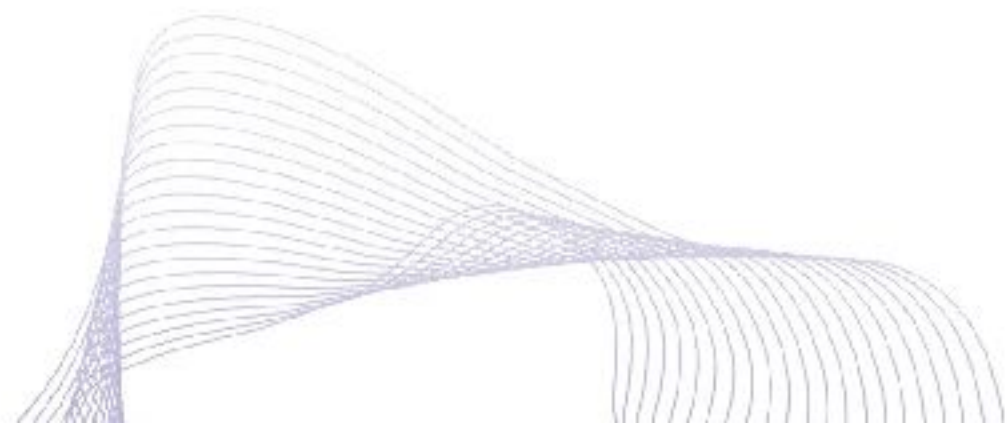
03

制定负责及惩
罚办法

要求应有化妆品注册人、备案人对化妆品的质量安全和功效宣称负责，另外惩罚范围由5种扩大至40多种，惩罚力度也更大

Part two

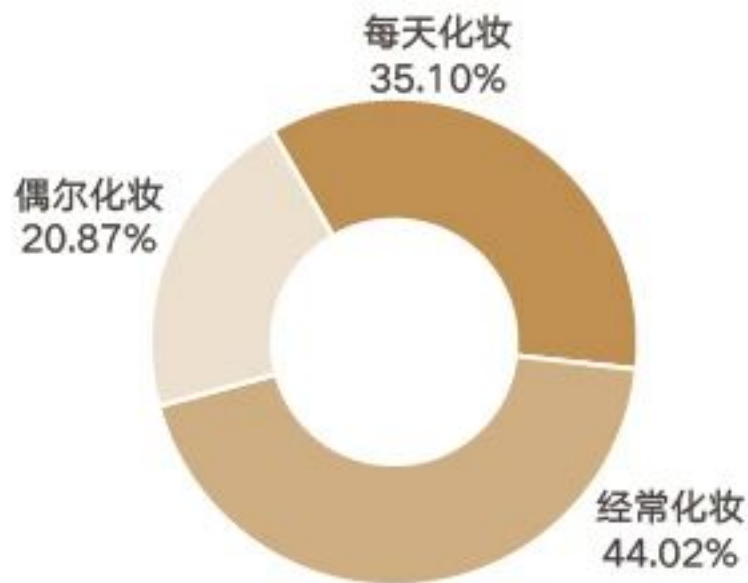
养肤底妆消费者洞察



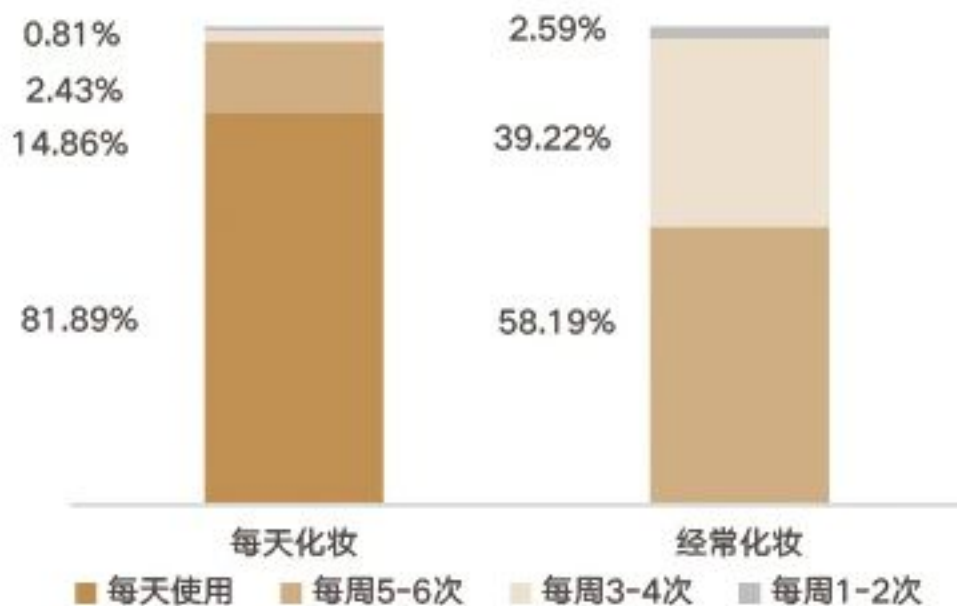
日常上妆成为趋势，底妆作为上妆第一步必不可少

近年来，随着社会发展和消费者生活水平的提高，精致化的生活方式逐渐蔓延，“悦己消费”的观念也更加受到推崇，越来越多的消费者愿意在日常生活中整“妆”待发，调研显示，有化妆习惯的消费者近八成会频繁化妆，底妆作为上妆的第一步成为了必不可少的环节。

化妆消费者的化妆频率



高频化妆消费者使用底妆产品频率



底妆产品痛点众多，妆效不好是主要困扰

调研结果显示，底妆的频繁运用，给消费者带来了诸多痛点，有六成以上消费者认为当前底妆产品最大的痛点是容易卡粉，其次是妆面厚重，不持久易脱妆，遮盖力差，氧化暗沉、拔干闷痘等同样给消费者带来困扰。

消费者使用底妆产品存在的痛点



底妆导致多种皮肤问题，敏感肌对底妆养护要求更高

随着底妆产品广泛运用，消费者随之面临的皮肤问题也多样，调研显示，消费者认为使用底妆带来最首要的皮肤问题是厚重闷痘，占比高达55%，此外毛孔变粗大，皮肤变敏感等；细分消费者肌肤敏感程度来看，底妆给敏感肌肤带来的肌肤问题主要是屏障的损伤，更值得重视。

消费者认为日常使用底妆产品带来的皮肤问题

敏感肌人群

耐受肌人群

角质层变薄
TGI:1.12

未导致明显问题
TGI:1.13

皮肤变得敏感
TGI:1.09

容易浮油
TGI:1.09

色素沉着
TGI:1.03

拔干起皮
TGI:1.03

厚重闷痘
TGI:1.02

滋生细菌
TGI:1.02



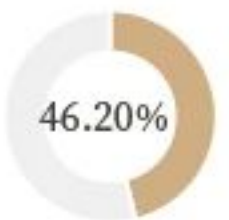
厚重闷痘长闭口



毛孔粗大



皮肤变得敏感



容易浮油



角质层变薄易泛红

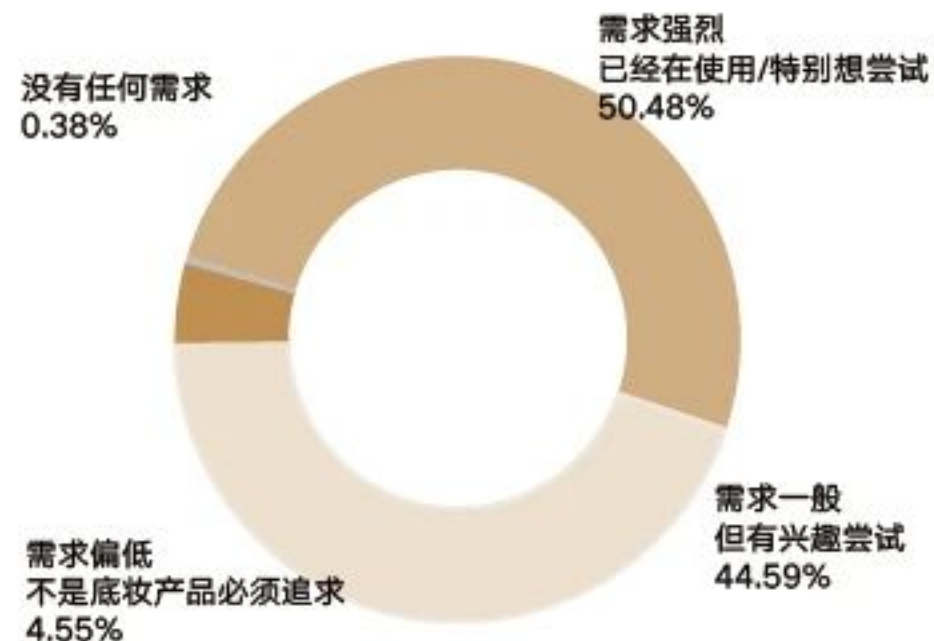


皮肤暗沉泛黄

养肤底妆需求强烈，追求妆效、肤感、安全和养护

九成以上消费者对养肤底妆有需求，其中一半以上需求强烈，由此可见养肤底妆的需求是有很大的潜力的；探究消费者追求养肤底妆的原因，七成以上认为最重要的因素是养肤底妆更加滋润妆效好，其次，肤感好，成分安全，改善皮肤问题也是消费者选择养肤底妆的主要原因。

消费者对养肤底妆需求程度



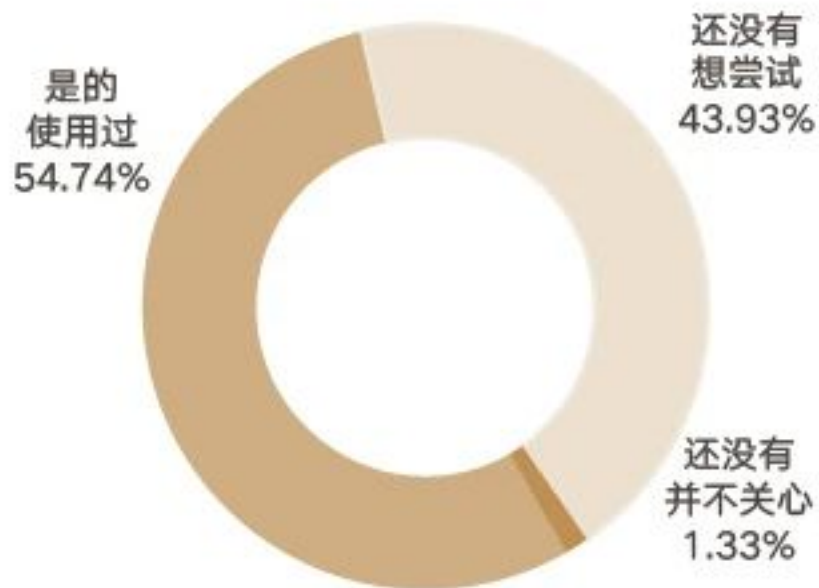
消费者偏爱养肤底妆的原因



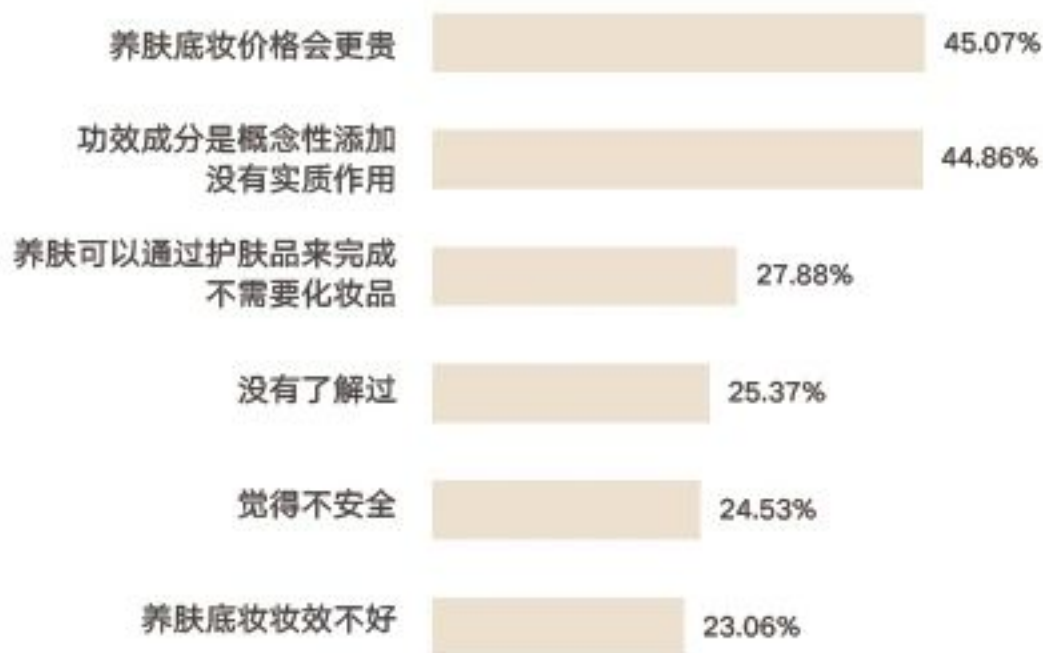
养肤底妆使用意愿强，四成担忧价格高、无实际功效

本次调研人群中，五成以上消费者已经使用过养肤底妆，四成左右没有使用过但表示愿意尝试，由此可见，养肤底妆已经具有较大的普及率并还有继续扩展的潜力；询问暂时还未使用过养肤底妆的原因，消费者认为最主要的原因是觉得养肤底妆价格会更贵，其次是觉得功效成分添加是噱头，没有实质作用。

消费者使用养肤底妆的情况



消费者没有使用过养肤底妆的原因



养肤底妆被多场景运用，渗透消费者生活工作多方面

养肤底妆已经被消费者多场景运用，包括日常的场景，上班、朋友聚会等，也涉及一些重要的外出活动，比如旅游出行、约会、出席活动、拍照出镜等；细分不同消费人群，学生党除了偏好上学使用外更青睐拍照出镜，突发皮肤问题来使用，都市白领则除了上班外更喜欢熬夜后、出席重要活动来使用。

消费者使用养肤底妆的场景

上班	朋友聚会	旅游出行	约会	出席重要活动	拍照出镜	熬夜后	突发皮肤问题
74.10%	68.98%	63.85%	63.76%	56.45%	51.61%	32.16%	21.63%

学生党偏爱场景

上学/拍照出镜/突发皮肤问题

都市白领偏爱场景

上班/熬夜后/出席重要活动

养肤底妆购买决策因素多，安全、功效和妆感最重要

随着消费者对养肤底妆的需求提高，在选择产品时考量因素也是多方面的，消费者最看重的还是成分安全，敏感肌友好，占比近7成，其次产品的养肤效果和妆效也是消费看重的。细分肌肤敏感程度不同的人群来看，敏感肌人群更在意成分和肤感，耐受肌更看重品牌知名度和性价比。

消费者选择养肤底妆产品的决策点

敏感肌人群

耐受肌人群

包含植萃成分TGI:1.05

品牌知名度高TGI:1.12

成分安全TGI:1.04

性价比高TGI:1.10

肤感轻薄TGI:1.02

温和不刺激TGI:1.02

01

成分安全敏感肌友好
67.17%

06

肤感轻薄细腻
61.95%

02

养肤效果好
66.51%

05

温和不刺激
55.98%

03

妆效自然
66.51%

04

性价比高
42.41%

期待多重养肤功效，滋润保湿、修护皮肤需求高

功效期待方面，消费者表示最看重的是底妆具有滋润保湿和修护肌肤的效果，占比高达六成，其次底妆能够抗氧化防暗沉，舒缓镇定肌肤，增强皮肤屏障，抑制油脂等功效也是消费者的主要需求点。

消费者对养肤底妆产品的功效期待



不同群体养肤底妆功效诉求差异

学生党关注舒缓镇定，减少泛红、抑制油脂分泌和抗氧化，值得注意的是，女大学生比男大学生更注重控油

敏感肌倾向最多，其中干敏比油敏更注重抗氧化和修护

18-24岁 (TGI:1.14)
最注重舒缓镇定，减少泛红

自由职业者 (TGI:1.25&1.11)
最注重提亮肤色和修护肌肤

追求原生自然妆感，同时关注持妆、滋润和遮瑕

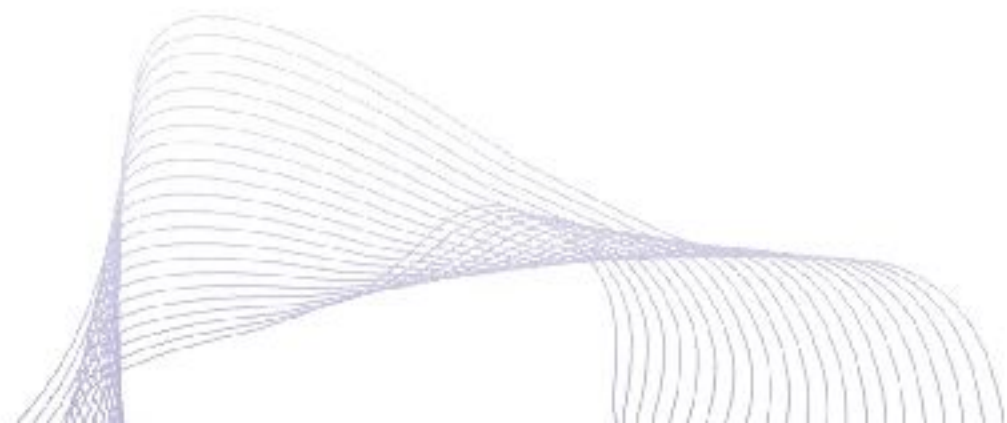
妆效期待方面，自然清透仍然是养肤底妆最强需求点，这也和消费者偏好养肤底妆的是妆效好的原因相对应，此外持妆力好，能保持肌肤长效滋润也是消费者对养肤底妆妆效的期待点。

消费者对养肤底妆的妆效期待



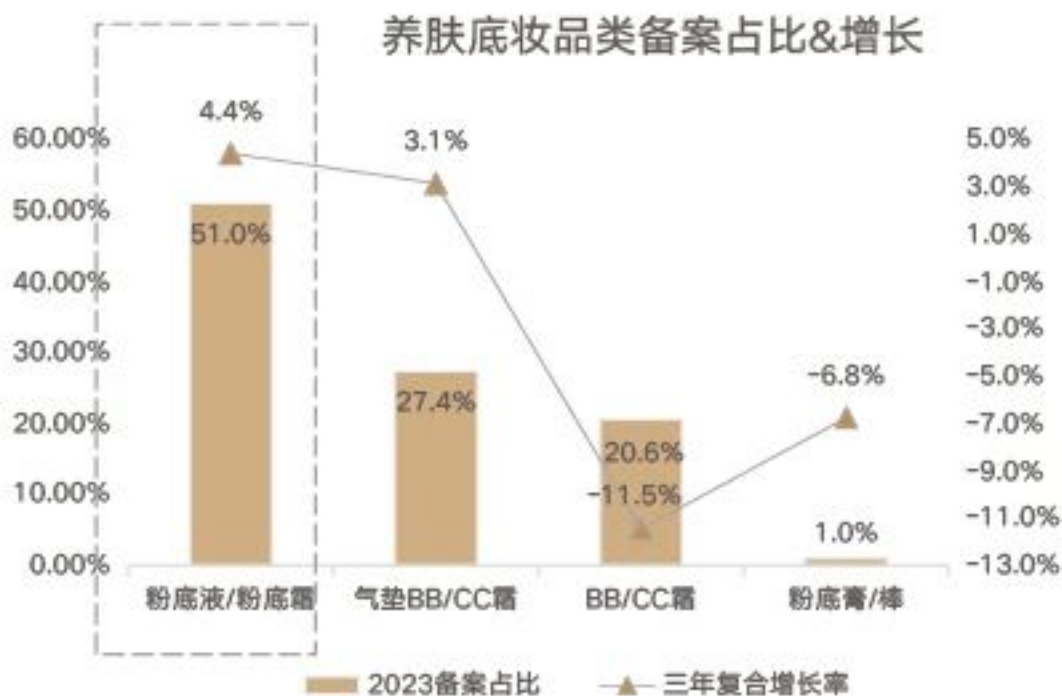
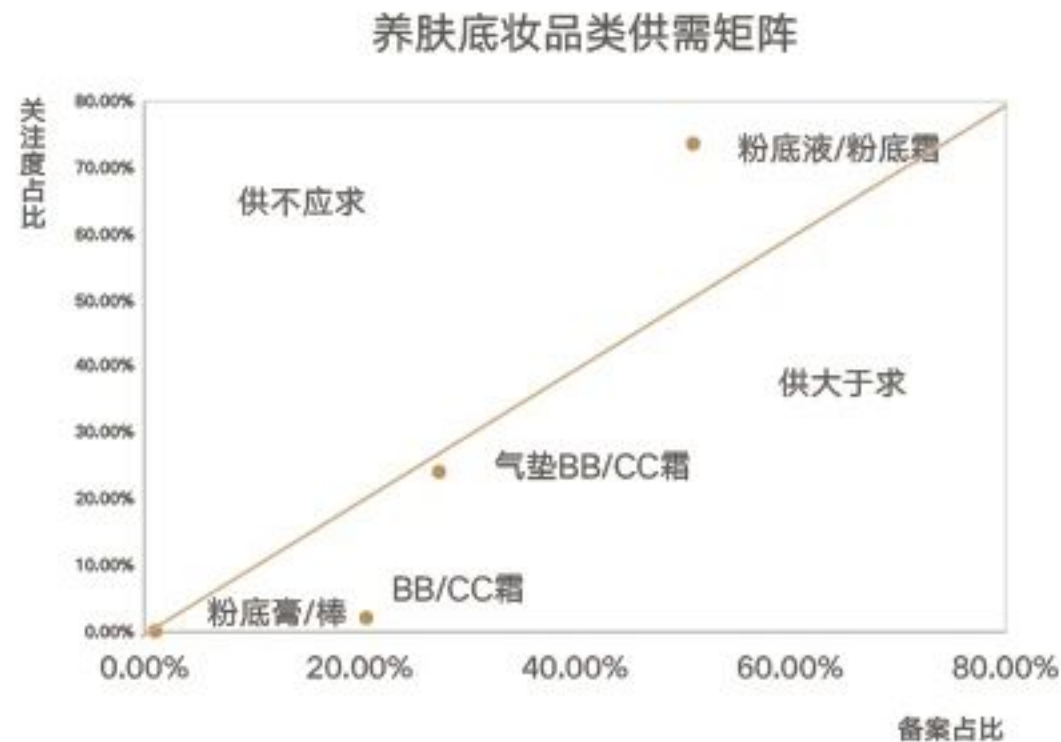
Part three

养肤底妆产品洞察



养肤粉底液占据主流，产品布局增长快

从细分品类上看，养肤粉底液/粉底霜在备案和关注度上的占比都远远高于其他品类，不仅如此，关注度的占比要远高于备案占比，即使这个品类已经是市场主流，仍旧没能满足消费者的需求，品牌开始加速布局该赛道，2023年养肤粉底液/粉底霜的备案占比已经达到一半以上，近三年复合增长率也最高，达到了4.4%。



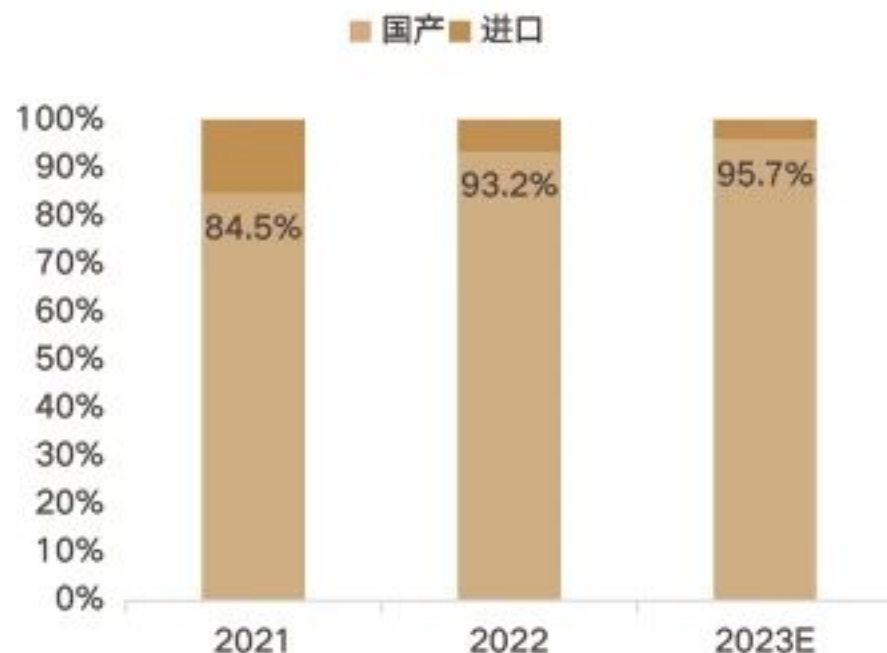
进口品牌引领用户心智，国产品牌加速入局

护肤底妆进口产品以不到20%的产品占比撬动了65.4%的消费者关注度，进口产品牢牢占据消费者心智，同时国产品牌不断加码投入，预计2023年国产产品备案占比将达到95.7%。

护肤底妆国别关注度占比



护肤底妆国别备案占比趋势



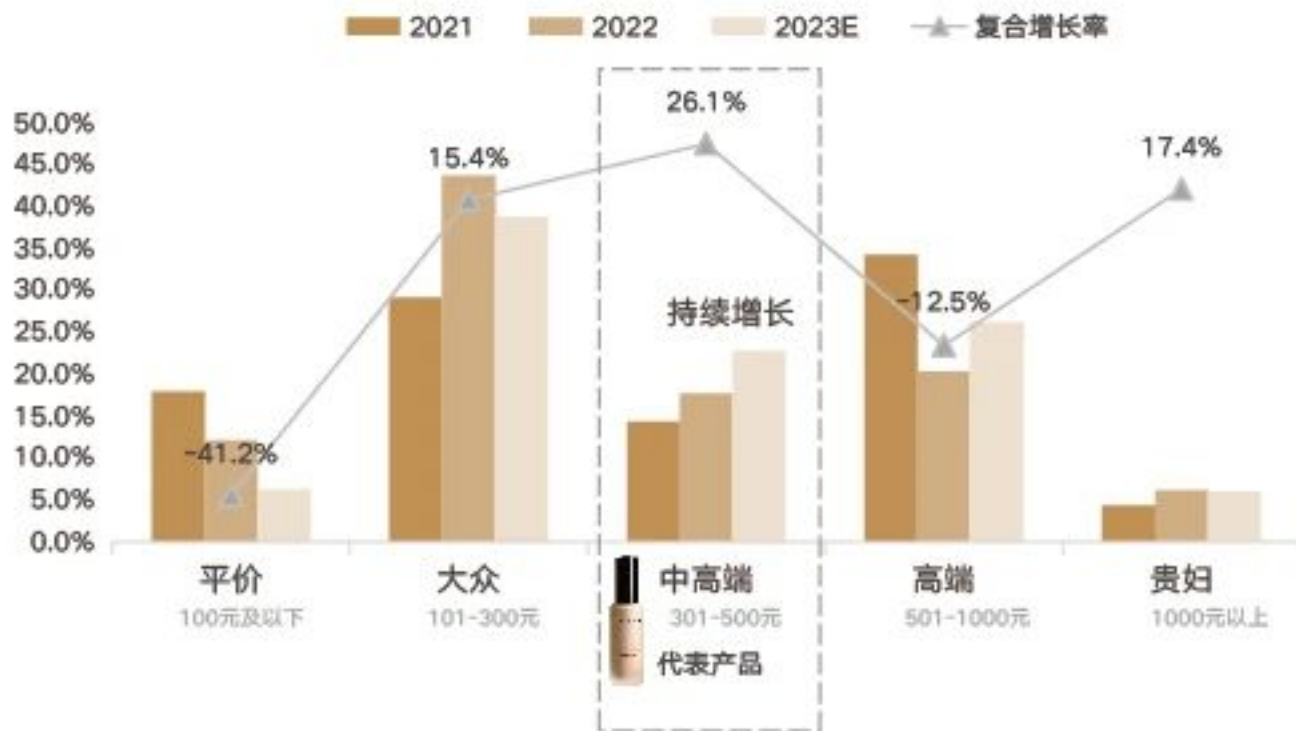
101-300元占据市场主流，中高端产品热度增长

目前养肤底妆产品集中于101-300价格段，从消费者关注度来看，各价格段关注度波动较大，仅中高端价格段301-500元的产品关注度近三年持续增长，相对于产品集中于中端价格段，消费者已经消费升级。

养肤底妆产品价格分布



养肤底妆产品价格关注度占比变化



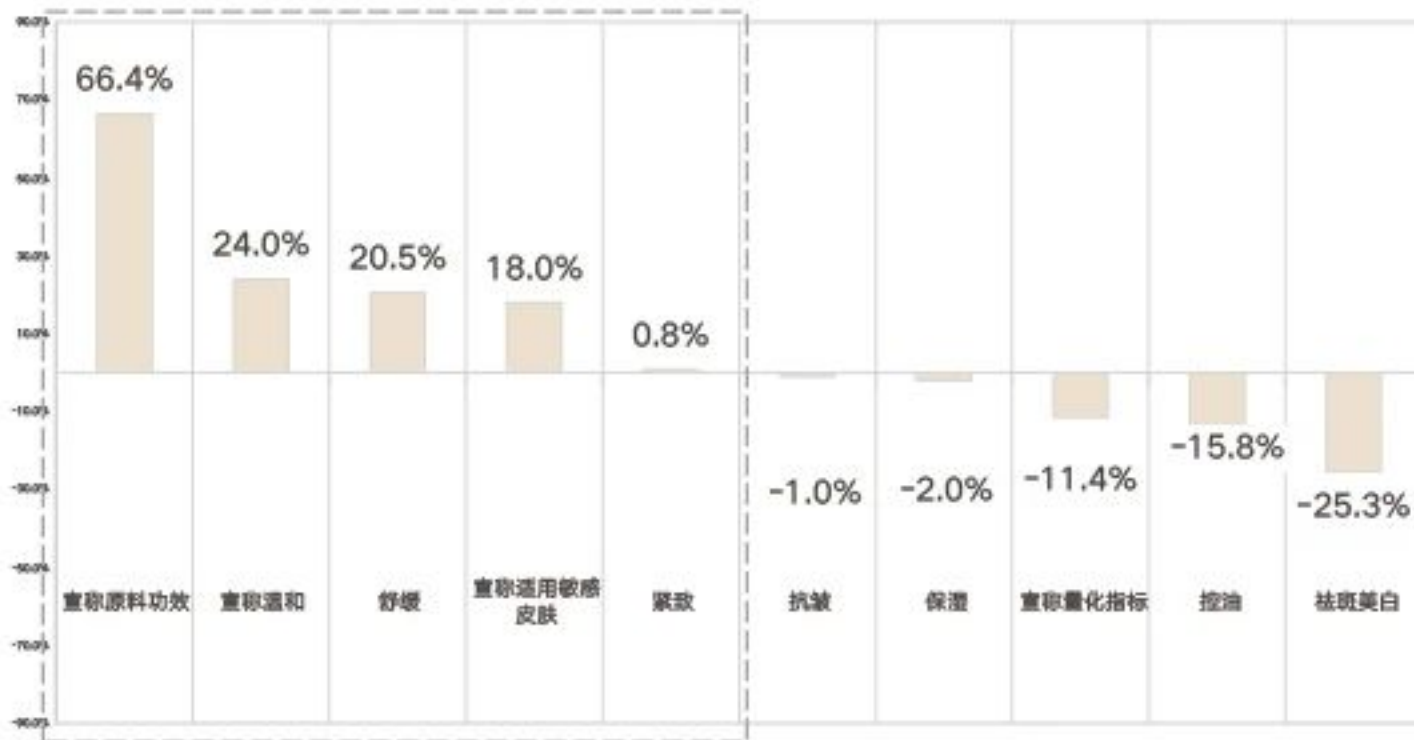
重视原料的使用，功效和温和宣称热度高涨

养肤底妆尤其重视原料的使用，不仅是备案占比还是近三年增长均处于前列，另外，从近三年的备案增长来看，仅5种功效实现正增长，集中于代表产品功效与温和安全类功效。

养肤底妆功效备案TOP5

- 01 保湿
- 02 宣称原料功效
- 03 宣称量化指标
- 04 控油
- 05 抗皱

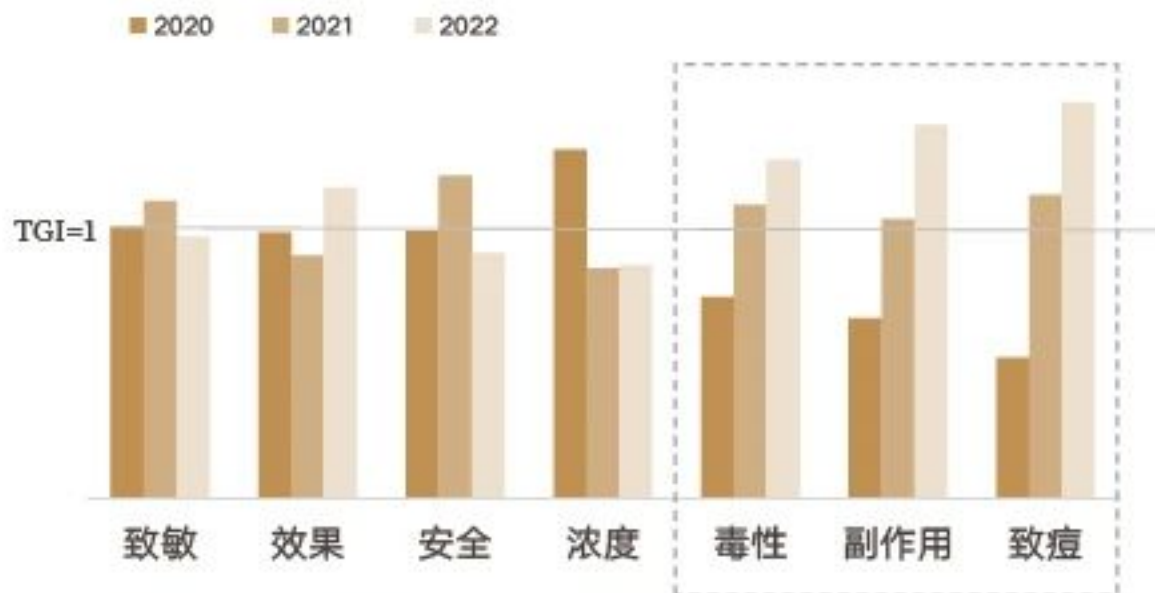
养肤底妆功效备案三年复合增长率TOP10



消费者愈发关注成分安全，但风险成分仍在广泛应用

养肤底妆驻留面部时间较久，追求功效的同时，消费者越来越关注成分安全，消费者最在意是否致敏，另外，消费者越来越倾向于提及成分的毒性和副作用，但是养肤底妆对于风险成分的使用率并不低，像尼泊金防腐剂、矿物油、甲醛释放体防腐剂、酒精等高风险成分仍有一定的使用率。

成分关注点倾向变化趋势



*按提及次数降序从上到下排序
TGI=当年提及频次占比 / 三年累计提及频次占比

*按提及次数降序从左至右排序

养肤底妆成分风险类型使用率

一般风险成分



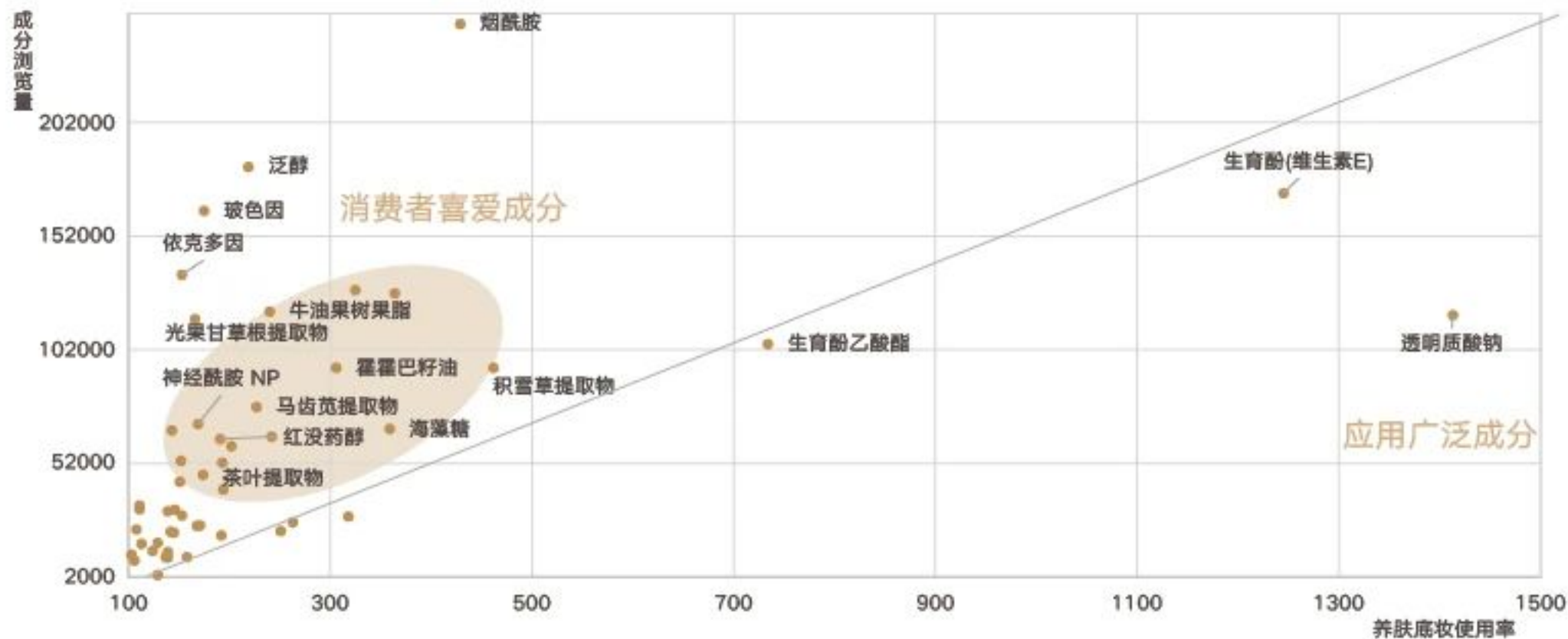
高风险成分



VE、透明质酸钠广泛应用，植物类成分潜力巨大

品牌更倾向于使用VE、透明质酸钠类万金油保湿成分，使用率高达40%，但是仍有许多小众成分待挖掘，其中植物提取物类成分占多数，他们备受消费者喜爱但是在护肤底妆中应用率较低，不足10%。

2023消费者成分认知 & 成分在护肤底妆中使用次数



养肤粉底液代表产品：ZELENS光泽冻龄粉底液

ZELENS粉底液自2019年进入中国市场，4年期间收获中国消费消费者无数好评。产品专研平衡配方，添加25种活性养肤精粹，让粉底液兼顾水润、妆效、持妆、养肤功效。



ZELENS专研平衡配方，通过精准成分有效配比针对性解决底妆难题，添加25种活性养肤精华，让粉底液兼顾水润、妆效、持妆、养肤。

产品核心卖点

养



25种活性养肤精华，上妆及养肤，带妆不紧绷，整日带妆不干燥

细



细腻粉霜质地，如第二层肌肤均匀提气色

亮



植酸+VC+VE，三大抗氧化成分，底妆整日持色不暗沉

热门评论



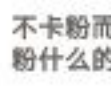
作为一个经常化妆的人，我对粉底液的要求是比较高的，首先就是妆效要自然，其次是不能闷痘，在选到适合自己的粉底液这条道路上也踩过不少坑，终于买到了适合自己的粉底液，ZELENS的这款粉底液妆效非常自然，奶油肌妆感，后续搭配散粉，妆感无敌，其次含有养肤成分，卸妆后发现自己的皮肤也不会变差，能够保持肌肤的健康状态，很满意啦~



ZELENS不愧是传说中的养肤粉底液啊，本干皮长痘女孩暴风哭泣，上妆10小时还是超级服帖，不起皮不卡粉不暗沉！



第二瓶回购了 对于干敏皮的我来说很友好 粉底液很轻薄 非常水润 对得起价格 奶油肌妆效 卸妆后肌肤比上妆前甚至更好（好像有养肤的功效~）总之干皮非瑕疵闭眼入吧（会给你惊喜的！）

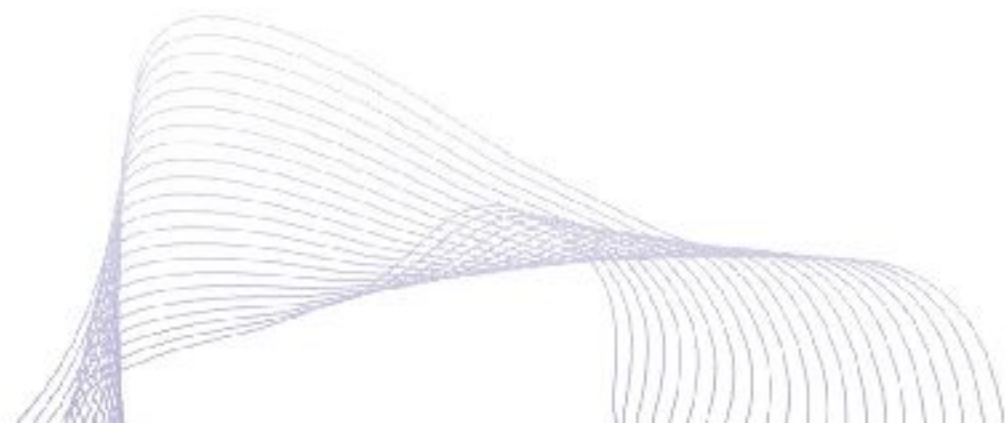


不卡粉而且比较贴肤，冬天也不会担心卡粉，干皮用也不会说卡粉什么的，就是那种奶油肌肤感很好，痘痘肌也可以妈生好皮肤



Part four

养肤底妆趋势前瞻

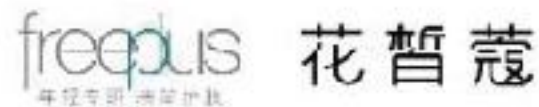


养肤底妆“纯净”化，天然安全更加分

目前国内纯净美妆产品主要集中于护肤赛道，随着消费者对养肤底妆关注度的增加，也提出了更高要求，养肤底妆逐渐向纯净美妆标准对齐。近几年品牌也逐渐向纯净彩妆品类延申，专业护肤品牌ZELENS秉承研发有颜色的护肤品的理念，养肤底妆独树一帜。

纯净美妆定位的品牌

集中于护肤赛道



向底妆品类拓展的品牌



ZELENS

医学界权威学霸医生创立

创始人Dr. Lens是国际公认的抗衰老领域权威，拥有哈佛大学硕士学位与牛津大学博士学位。同时是具有临床经验近20年的专业医生。

极致配方

不“唯成分论”，而是基于前沿科学研究而调配的精准配方，全球精选天然植物原料并搭配前沿技术实现协同作用与平衡性，不计成本力求极致效果。

真实有效

秉承“Visible, Proven results, Not just Promise”的研发标准，从不虚构美丽童话，只用实际功效与消费者对话，每款产品都是有实验数据报告支撑功效。

科创底妆新配方，多效合一成分复配

伴随着“妆养合一”的底妆新概念风靡，“科技护肤”、“智能美妆”的趋势也在逐步加深。各大品牌纷纷切入“养肤彩妆”的赛道，通过科技创新研发新成分的热潮正在掀起。从国际视野来看，有机天然、抗氧抗衰的“养肤成分”正是当前主流趋势，正逐渐席卷美妆护肤行业。

“科技创新”研发趋势

创新原料



升级配方



优化流程



布局智能制造



养肤成分复配

有机/天然成分



抗氧/抗衰成分



美白/提亮成分



保湿/滋润成分



ZELENS



光泽冻龄粉底液
ZELENS Age Control
Foundation

25种 活性养肤精粹

持久水润

- 8种氨基酸
- 4种植物油脂

温和0负担

- 日本紫苏精粹等天然舒敏成分

持色抗氧

- 植酸+VC+VE
- 3大抗氧成分

肤质诉求细分化，妆感、肤感都追求

从社交平台来看，消费者对于底妆产品的诉求越来越精细化，只区分“干皮/油皮”的产品已不能满足市场需求，消费者需要针对细分肤质、因肤制宜的底妆产品；此外，“完美无瑕”的虚假感妆面已不是大众需求，“原生”“裸感”“零粉”等更加轻盈自然、舒适贴肤的妆感和肤感是当今的热门趋势。

细分肤质、因肤制宜

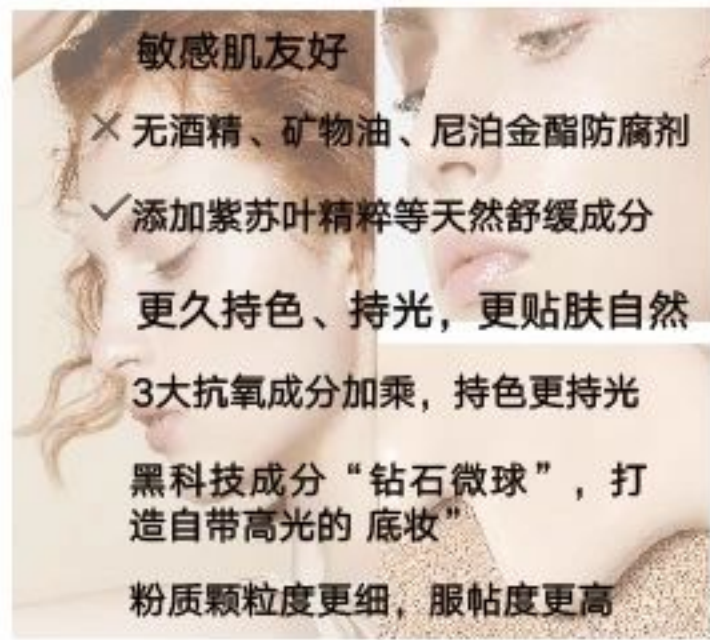


只区分“干皮/油皮”已不能满足市场，敏感肌、痘肌等精细化诉求涌现，细分肤质、因肤制宜的底妆才能与消费者产生共鸣

追求原生妆感、舒适肤感



ZELENs光泽冻龄粉底液
ZELENs Age Control
Foundation





扫码商务合作
获取更多数据

