




HBN[®]

真“相”大白



卷首语

从青涩离乡，
到步入繁复职场，
直至阅尽人生百态，
每一步成长，皆是风雨兼程。

但我心向阳，誓要破浪闯荡，
活出自我，拒绝被定义的模样。
时光悠悠，青春与智慧并蓄无妨，
真我追求，何须羞于言讲？

在这场揭秘真我的旅途中，
HBN是你我最坚实的后盾。
用真功效共同见证，
每一个“大白”的瞬间，
让世界看见，你我最耀眼的光彩真相。



IP形象设计

IP形象符号



莉莉

姓名：莉莉

星座：双子座

爱好：研究各种植物、自然美的探索者

性格：灵动多变、好奇心旺盛、热情探索

设计说明：

莉莉的形象设计中融入了精致的熊果苷图案作为特色花纹，这些图案以优雅的形状勾勒，散布于她轻盈的裙摆和发间，象征着HBN产品中纯净而高效的美白成分。她的服装主色调选取清新的珠光白搭配自然绿，既体现了品牌的美白主题，又不失生机与活力。



IP三视图

目录

1

洞察真“相”

宏观环境分析 竞品分析
品牌分析 消费者分析
产品分析 消费者画像

2

真我行动

策略链路
导入期（探“白”秘案）
爆发期（探“白”谜题）
延热期（焕“白”庆典）

3

创意演绎

IP形象设计 探案视频脚本
活动宣发海报 活动周边礼品
UGC互动H5 活动概览图

4

媒介预算

媒介预算与排期

5

附件

调查问卷



宏观环境分析

P

- 1.“十三五”国家药品安全规划等政策推动美白护肤品行业的**技术创新和产业升级**；
- 2.《化妆品监督管理条例》政策促使护肤行业规范化，保障**功效型护肤行业**良性健康发展。

E

1.消费升级下，精致高品质的护肤品消费需求提升。消费者日常护肤**从基础保湿转向功效型护肤**转变，**功效型护肤品**市场发展广阔。

S

- 1.随着社会消费观念和审美观念的变化，科学健康美白，**原生白**成为**审美趋势**。
- 2.在**功效型护肤品**选择中，消费者更加注重**产品成份和功效**，**追求高质价比**和**个性健康化护肤**。

T

- 1.高新技术的发展推动企业在**研发和生产上不断创新**，推动产业持续升级。
- 2.随着**电商平台和新媒体技术**的发展，企业销售渠道拓宽，营销方式更加**多样化**，运用**大数据进行个性化推广**，增强消费者互动体验。

品牌分析

品牌定位

中端市场，专业研发，高效护肤

品牌理念

“让真功效名副其实”

品牌形象

“专业、安全、高效”

品牌情感构建

HBN在品牌故事叙述、价值观传达以及与消费者建立深层次情感连接方面相对薄弱

产品分析

- 自然配方 → 安全
- 28天见效 → 高效
- 根源抑黑 → 专业

优势

权威认证，专业可靠
高效、中端定位，性价比高
根源抑黑，科研技术领先

劣势

知名度低
与消费者缺乏深层链接



竞品分析

品牌	HBN美白水乳套装	欧莱雅雪颜美白水乳	珂润浸润美白水乳	玉兰油水感透白水乳
产品理念	原生白	深层美白	修复美白	水光透白
核心成分和功效	α -熊果苷、传明酸 美白提亮	烟酰胺 美白淡斑	安定型VC诱导体 抗氧化滋养	烟酰胺 美白淡斑
卖点	安全、高效	多重功效	专注敏感肌	科技补水美白
营销方式	成分营销	内容营销	内容营销	差异化营销
销售平台	  	   	  	  
品牌及产品优势	安全性高	知名度高	性价比高	科技前沿
品牌及产品劣势	知名度低 与消费者缺乏链接	价格昂贵 无个性化	产品系列少 认知度低	不利纵向拓展
价格	150元/100ml	174元/100ml	119元/100ml	160元/100ml

优势

权威认证，专业可靠

高效、中端定位，性价比高

根源抑黑，科研技术领先

劣势

知名度低

与消费者缺乏深层链接

修护作用较少





消费者分析



人群特点

个性特征：理性消费群体、成分党、追求和独立自我

触媒习惯：各大社交媒体冲浪大人、社交达人、易受KOL影响

生活特征：易被种草、注重功效

人群痛点

皮肤暗沉、熬夜肌、追求性价比与高见效

小结

HBN美白产品聚焦功效的原生白与健康白、实效、经济，能够有效解决人群痛点

消费者画像



十九岁大学生小易

美白需求，重视性价比

学习压力大、生活作息不规律

25岁职场小白雪雪

经济实力有限、追求高见效

注重个人形象塑造



35岁都市白领甄女士

注重护肤安全性、追求真功效

高压熬夜皮肤暗沉

喜欢享受真我





营销概览



探“白”谜题

2025.03.01

2025.04.01

阶段目标

引入原生白概念
引发消费者共鸣

阶段活动

线上“侦白奇案：美白真相大侦探篇”

线下“春日奇遇：美白秘境快闪店”

投放平台



揭“秘”白皙

2025.04.29

阶段目标

学会甄别美白产品
迈出勇敢面对真实自我的第一步

阶段活动

①线下讲座，线上问答

②视频赛道大比拼，解码美白奥秘

③智慧挑战，砍价赢大礼

投放平台



焕“白”庆典

阶段目标

加深科学护肤理念
深层链接消费者

阶段活动

线上云颁奖典礼

线下真相摄影展

投放平台



HBN®

营销推广：01

探“白”谜题：肌肤之秘的初露端倪

2025.03.01. -2025.03.31

线上“侦白奇案：美白真相大侦探篇”

线下“春日奇遇：美白秘境快闪站”

美白品牌的本质在于成分的科学探索，
我们跟随探“白”秘案与探“白”奇遇的线索。

去找到HBN品牌原生白的秘密，

通过品牌的真功效，

去唤醒内在的力量，

拥抱真实的自我



探“白”秘案

侦白奇案：美白真相大侦探

活动时间：预告片发布：2025年3月1日

联名活动启动：2025年3月5日

活动持续：至2025年3月31日

活动平台：芒果TVAPP官网、品牌官网及社交媒体账号（微博、抖音、小红书等）

创意阐述：将热门综艺《大侦探》的悬疑元素与美白护肤品的科学探索相结合增加了产品的趣味性和神秘感与自在。

借助了《大侦探》的高人气提升品牌曝光度，制造了强大的市场预热效应。

预热方案与内容：

此次“侦白奇案：美白真相大侦探篇”活动，巧妙地将热门综艺《大侦探》的悬疑元素与美白护肤品的科学探索相结合，通过故事情节化的预告片 and 互动解谜游戏，不仅增加了产品的趣味性和神秘感，也使消费者在参与过程中自然而然地学习到美白知识，加深对品牌的记忆点。联名活动不仅借助了《大侦探》的高人气提升品牌曝光度，更通过创意互动提升了消费者的参与感和品牌忠诚度，为产品上市制造了强大的市场预热效应。



任务一：神秘预告片发布



2025年3月1日

内容创意：预告片以《大侦探》经典场景为背景，结合美白护肤品的主题，模拟一次“美白真相”的调查案件。何炅等嘉宾化身美白侦探，穿梭在充满线索的“甄白”侦探局，逐一揭露美白成分的秘密。预告片中穿插神秘代码和暗号，引导观众参与解谜互动。

预告片在3月1日通过各大视频平台及社交网络同步首映，随后每日释出一段**嘉宾揭秘成分**的小视频，持续加热话题。

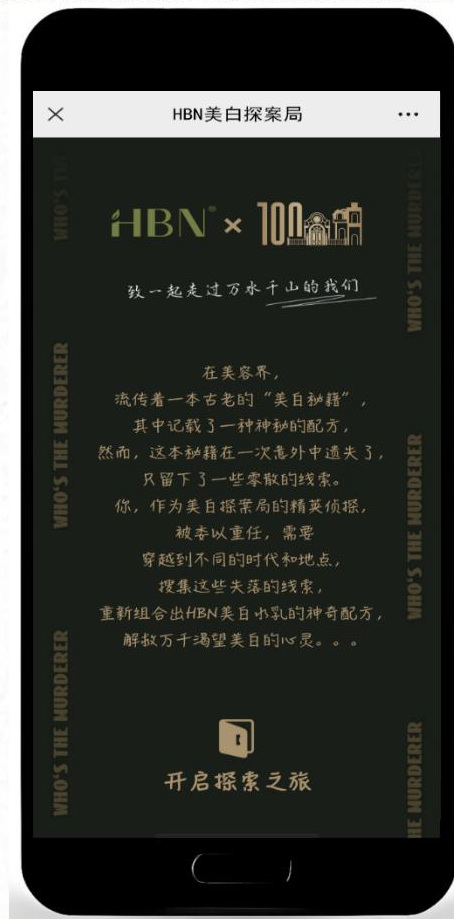


任务二 互动解谜游戏(H5)



2025年3月5日

内容创意：通过观看预告片和后续视频收集线索，解开美白成分的“案件”。在线上平台设立“美白侦探局”的**H5互动活动**，参与者输入解谜答案，有机会获得联名礼盒、节目录制门票等大奖。



探“白”奇遇

春日奇遇，美白秘境快闪站

活动时间：2025年3月1号到3月31号

(每周六日的上午10点至晚上8点)

活动地点：线下

二三线大型购物中心的中庭、时尚街区或是高端百货商场的一楼入口处。

创意阐述：通过这些线下体验活动，活动不仅能有效预热并促进美白系列产品的认知度，同时也能加深消费者的品牌忠诚度，提升品牌形象。使感兴趣者在社交媒体上打卡，引起更多人的关注。

预热方案与内容：

方案：1.社交媒体话题挑战 2.KOL合作预热 3.早鸟票与预约制

内容：**科技互动体验区**：利用AR技术，让参与者“虚拟试妆”，即时展现不同美白产品的使用效果，同时设立肌肤测试站，通过专业仪器分析肤质，定制**个性化**美白方案。

打卡艺术装置：打造线下快闪站的装置设置，吸人人来参与打卡，成为拍照打卡热点。



活动一：社交媒体话题挑战



2025年3月1号

内容创意：在小红书平台发起#美白挑战#话题，邀请美妆博主和素人分享自己的美白前后对比照或使用美白产品的体验视频，最优秀的内容可获得线下体验站的VIP体验资格及产品套装。



HBN美白挑战28天

#美白挑战#HBN

活动二：KOL合作预热



2025年3月8号

内容创意：与美容、时尚领域的知名KOL合作，给每个KOL一定数量的线下免预约体验名额，提前一周在其社交媒体平台上发布活动预告，包括体验站的特色介绍、活动时间地点和参与福利，利用KOL的影响力吸引粉丝关注。



活动三：早鸟票与预约制



2025年3月15号

内容创意：通过品牌官网或小程序开启早鸟票预约通道，前100名预约者可享受专属美白礼盒，同时通过邮件或短信发送活动提醒，确保参与度。



HBN[®]

营销推广：02

揭秘“白”皙：科技实验室的**自我发现**

2025.04.01—2025.04.28

线下讲座、线上问答
视频赛道大比拼，解码美白奥秘
智慧挑战，砍价赢大礼

通过科普和学习，
能够让消费者**学会甄别**适合自己的美

白产品和方法，
鼓励大家**勇敢面对**并接受肌肤的真实状态，
迈出**直面自我**的第一步。



原白乳



原白水

揭秘白皙

科技解码—美白奥秘

活动一

活动时间：2025.04.01-2025.04.04

活动平台：抖音、快手、淘宝

活动目的：向大众科普HBN的核心成分、核心功效。

活动内容：线下开展**讲座**和**试用点**，参与讲座人员会获得试用品礼品。线上知名主播讲解，线上随时可以与主播连麦，对HBN的核心成分和功效、价值互问互答，积极参与者可获得**抽奖机会**，奖品是一整套原装HBN的美白**水乳套装**，仅限前100名。

活动二

活动时间：报名：2025.04.02-2025.04.06 提交：2025.04.16-2025.04.22 公布：2025.04.28

活动平台：线上抖音、快手

活动目的：让大众主动学习HBN的核心成分、**核心功效**相关知识，树立专业的品牌形象。

活动内容：参与**线上或线下答题者**，可以参与**后期**的科普视频**比赛**，要求视频能够具有创意性的将HBN的美白水乳套装的核心成分、核心功效、价值、情感等多个角度呈现出来，视频的点赞量、浏览量作为考量标准之一。参赛者获得前三名的人员均可获得**HBN护肤品牌的终身会员卡**，购买所有商品都能打6.9折，且会给予19999元的现金奖励和全套美白水乳系列。



揭秘白哲

智慧挑战-砍价赢大礼

活动时间：2025.04.01- 2025.04.28

活动平台：线上抖音、快手、淘宝

活动目的：促销商品，同时赢得更多的忠诚用户

创意阐述：熟人之间的裂变传播，可以快速高效的获得更多用户，创造了HBN获得更大市场的机会

预热方案：线上线下购买商品可参与答题从而获得“砍一刀”奖励，成功砍一刀，商品就可以打九折，砍两刀打八折，以此类推。一共设为五题，一题为“一刀”，如果全部答对可多送两刀，最高可砍七刀，每题答题机会只有一次，答对了就可以砍一刀，答错了可以转发给好友从而复活，得到重新答题的机会。



焕白庆典：真“我”绽放派对

2025.04.29-2025.06.15

线上云颁奖典礼，大偵探×真我礼盒
线下，真“相”摄影展

美白焦虑是HBN一直以来最关心的问题，
近年美白护肤品良莠不齐加之用户过分追求
美白，导致出现各种皮肤和心理问题。

此次，HBN联合大偵探一起走进
科学美白真功效，
探寻真实的自我。



原白乳



原白水

焕白庆典

HBN × 大侦探

活动时间：2025.04.29-2025.05.15

活动平台：微博，抖音同步展示

活动目的：打造“原生白”科学护肤理念，关爱肌肤，关爱自己树立“美丽源自真实，自信成就非凡”的观念。

创意阐述：在追求外在美的旅程中，我们总是忽略最重要的一课

美丽源自真实

是自我接纳与内在自信的闪耀

为此，我们举办真“相”大“白”之夜

为所有在美白道路上探索的勇士

提供舞台分享他们的故事

展现从内而外的美丽蜕变，

共同见证并庆祝

每个人独一无二的美丽真“相”。

明信片



礼盒内含：

- 1.HBN与明星大侦探联名明信片
- 2.HBN原白水
- 3.HBN原白乳
- 4.抗皱晚霜小样



原白水乳套组

焕白庆典

真“相”摄影展

活动时间：2025.05.15-2025.06.15

活动地点：线下 郑州美术馆、海汇港艺术街区

线上 小红书

活动目的：延续真“相”探白热度，打造HBN专属社群，化公域为私域流量。

创意阐述：展示活动前后用户照片对比，不仅限于外貌变化，更重要的是捕捉他们眼神、笑容中流露出的自信，与自在。展现他们在探白过程中，变化与心路历程。

活动机制：邀请用户参展，为他们拍摄真实的自己，愿意展示或分享的用户可获得HBN的惊喜礼包，参展用户均可获得HBN与大侦探联名的钥匙扣与明信片。同时，邀请用户进入HBN组建的小红书真“相”社群，分享以后自己的美丽历程，以及科学护肤理念。



活动宣发海报

HBN® 大侦探

2025/3/1 - 2025/3/31

捕捉美丽

Capturing Beauty



春日奇遇
神秘探白，等你来寻

每周六/日与你不见不散
地址：郑州正弘城A口处



阶段一 快闪店及宣传海报



HBN® 大侦探

捕捉美丽

春日奇遇

科学美白等你体验



2025/3/1 - 2025/3/31

每周六/日与你不见不散
地址：郑州正弘城A口处

Capturing Beauty



活动宣发海报



HBN
Honeytime Beauty Naturation

线下讲座

报名

- 活动时间：2025.04.01-2025.04.04
- 活动地点：各高校组织部
- 活动内容：参与HBN的线下产品讲座，将有机会获得礼品



线上问答

报名

- 活动时间：2025.04.01-2025.04.06
- 活动地点：线上抖音、快手、淘宝官方账号直播
- 活动内容：参与HBN的线上产品知识问答，排名前100名将免费获得HBN的美白水乳套装。



视频比赛

报名

HBN
Honeytime Beauty Naturation

你知道HBN品牌理念是什么吗？

你知道HBN主攻哪些方面吗？

你知道HBN的与众不同吗？

HBN?

来！让你的视频给观众一个答案！

参赛详情：



参赛赢大礼啦！

阶段二 活动宣传海报

幸运大转盘 答题赢好礼

(活动时间：4月4日-4月28日)



抽题记录

剩余次数：0

活动介绍

线上线下购买商品可参与答题从而获得“砍一刀”奖励，成功砍一刀，商品就可以打九折，砍两刀打八折，以此类推。一共设为五题，一题为“一刀”，如果全部答对可多送两刀，最高可砍七刀，每题答题机会只有一次，答对了就可以砍一刀，答错了可以转发给好友从而复活，得到重新答题的机会。

注意：本次活动时间为4月4号-4月28号，每次下单抽题机会只有三次



活动宣发海报



阶段三 活动宣传海报



活动概览+礼品



真我

原生白

寻找真我

摄影展

5.15

郑州美术馆
海汇港艺术街区

前后用户照片对比

SEARCHING FOR THE TRUE SELF

第一届“我”风采摄影展

HBN 真“相”摄影展

向上滑动

扫码关注



礼盒详情图

阶段三 摄影展现场及活动海报



文创产品



手提包



卡套



好喜欢



傲娇



九转大肠



水杯



钥匙扣



镜子



生气



开心



无奈

莉莉表情包

探案视频脚本

镜号	画面内容	景别	摄法	时间	声音
1	片头动画，HBN与大侦探LOGO交相辉映，背景音乐渐起	近景至远景	动画过渡	00:00-00:03	神秘而动感的背景音乐
2	何员站在“甄白”嘿嘿嘿侦探社门前，对着镜头眨眼，背景是实验室。	中景	平移镜头	00:03-00:06	何灵：“真相只有一个，美白也不例外。”
3	张若昀在嘿嘿嘿侦探社实验室内研究美白成分报告桌上散落着各种化学瓶	近景	固定镜头	00:06-00:09	张若昀：“这些成分藏着怎样的美白秘密？”
4	大张伟在实验室中夸张的戴着护目镜，手持试管做实验	特写至中景	跟摄	00:09-00:12	大张伟：“这可不是普通的试剂，这是美白的魔法！”
5	三人聚在一起，围着一张线索图，指指点点的讨论	全景	固定镜头+特写切换	00:12-00:15	背景音：“低沉的对话声，暗示讨论激烈。”
6	画面快速切换，展示嘿嘿嘿侦探社内的各种线索，放大镜下的成分标签、隐藏的日记页、密室的钥匙。	快剪，特写	快切	00:15-00:18	急促的鼓点，营造紧张气氛
7	何灵发现一面镜子上的神秘代码，镜头对准代码特写	特写	固定机位	00:18-00:21	何灵：“这串代码是解开美白真相的关键吗？”
8	屏幕上出现互动提示：“你，也是美白大侦探，解码参与互动，赢取美白大奖！”	全景	镜头淡出	00:21-00:24	清晰的旁白指引，背景音乐减弱
9	三人自信微笑，背对镜头走向嘿嘿嘿侦探社深处，暗示即将揭开更多秘密	中景至远去背影	镜头淡出	00:24-00:27	轻松愉快的背景音乐回归，渐弱
10	结束画面，显示“敬请期待”字样及播出日期	全景	无（黑屏+文字）	00:27-00:30	背景音乐结束，简短的悬念音效

阶段一 预告片视频脚本

UGC互动H5

× HBN美白探索局 ...

HBN × 100

致一起走过万水千山的我们

在美容界，
流传着一本古老的“美白秘籍”，
其中记载了一种神秘的配方，
然而，这本秘籍在一次意外中遗失了，
只留下了一些零散的线索。
你，作为美白探索局的精英侦探，
被委以重任，需要
穿越到不同的时代和地点，
搜集这些失落的线索，
重新组合出HBN美白水乳的神奇配方，
解救万千渴望美白的心灵。。。

开启探索之旅

WHO'S THE MURDERER

× HBN美白探索局 ...

仙绿昔昔

透亮室室

绿明传酸酸

焕白真真

锁白迷踪

致力于美白真功效的HBN
研究过很多美白成分和技术，
请点击不同场景进行收集吧！

× HBN美白探索局 ...

全都对了！

点击继续

α-熊果苷

377

传明酸

乙基VC

相信原型VC，
更加稳定，
不易氧化失效，
稳定渗透，抗氧化，
抑制黑色素，提亮肤色

美白效果
是曲酸的22倍
有效阻止黑色素合成
抗氧化，稳定肌肤

高安全性
适合各种肤质
阻止黑色素的生成
美白效果更强
减少色素沉积
淡化色斑和雀斑

温和
防止黑色素聚集
保湿
维持皮肤屏障

既然打开了成分宝箱
那么请选出
以下四种成分所对应的效果
(连线题)

× HBN美白探索局 ...

HBN
揭秘HBN美白报告

亲爱的 花仙 侦探
在HBN探索局的
线索找寻中

共参与 7 个案件

🕵️ 侦探	🔍 探秘	🗳️ 投票
1 次	2 次	6 票

找到线索的成功率为 66.67%

在《锁白迷踪》场景中
靠直觉点出成分目标
成功组合出HBN的水乳
与HBN共同走过万水千山的花仙侦探获得称号
“信念感满分侦探”

高光时刻回顾 抽取纪念卡 再玩一次

长按保存大侦探百案报告并分享

WHO'S THE MURDERER

媒介排期及预算

阶段	排期	主题	用途	预算	合计
导入期	2025年3月1日—2025年3月31日	侦“白”奇案：美白真相大侦探篇	预告片 and h5制作及平台宣发	125万	450万
	2025年3月1日—2025年3月31日（月份里的每周六周日）	“春日奇遇，美白秘境快闪站”	快闪店与话题挑战和KOL合作结合	100万	
爆发期	2025年4月1日—2025年4月28日	科技解码：美白奥秘	线下讲座，抖音，快手直播问答、视频投赛	110万	
	2025年4月4日—2025年4月28日	智慧挑战：砍价赢大礼	抖音，快手，淘宝购物答题赢优惠	25万	
延热期	2025年4月29日—2025年5月15日	HBN X 大侦探	微博，抖音宣发	20万	
	2025年5月15日—2025年6月15日	真“相”摄影展	美术馆、海汇港艺术街区展示，小红书宣发	70万	

HBN[®]

真“相”大白



附件

尊敬的受访者：

我们是一家专注于护肤产品研发的企业，现正对一款已上市的美白化妆水乳套组进行市场调研。您的反馈将对我们的产品优化及市场策略制定产生重要影响。本问卷采用匿名形式，所有信息仅用于研究目的，敬请安心填写。非常感谢您抽出宝贵时间参与本次问卷调查！

1. 性别 [单选题]

A.男 B.女

2. 年龄范围 [单选题]*

A.18-22 B.23-27 C.28-34 D.35岁以上

3. 肤质类型 [单选题]*

A.干性 B.油性 C.混合性 D.敏感性 E.中性 F.不清楚

4. 你是否护肤 [单选题]*

A.是 B.否 (请跳至第21题)

5. 您是否有使用美白产品的倾向 [单选题]*

A.是 B.否 (请跳至第21题)

6. 您每天会使用美白水乳的频率是 [单选题]*

A.早晚各一次 B.每天一次 (早晨或晚上) C.一周几次
D.偶尔使用 E.从未使用过

7. 您通常在哪些季节更倾向于使用美白水乳 [多选题]*

A.春季 B.夏季 C.秋季 D.冬季 E.四季皆用

8. 您目前使用的美白水乳品牌是什么 [多选题]*

A.悦诗风吟 (白牡丹水乳系列) B.兰芝 (臻白净晶透水乳系列)
C.HBN (原生白水乳套组系列) D.玉兰油 (水感透白水乳)
E.欧莱雅 (雪颜美白系列) F.珂润 (润浸美白柔和乳液系列)
G.其他 (请具体说明) _____*

9. 您选择美白水乳时最看重哪些因素 [多选题]*

A.品牌信誉 B.成分安全性 C.美白效果
D.用户口碑 E.价格 F.产品包装 G.促销活动
H.专业推荐 (如皮肤科医生、美妆博主等)
I.其他 (请具体说明) _____*

10. 您通常通过哪些渠道购买美白水乳产品 [多选题]*

A.实体店 (百货商场、专卖店、药店等)
B.电商平台 (淘宝、京东、品牌官网等)
C.社交电商平台 (微信小程序、抖音、小红书等)
D.直播购物 E.海外代购 F.其他 _____*

11. 您对当前使用的美白水乳整体满意度如何 [单选题]*

A.非常满意 B.满意 C.一般 D.不满意 E.非常不满意

12. 您是否会考虑更换现有的美白水乳品牌 [单选题]*

A.是 B.否

13. 您是否了解或使用过HBN的美白产品 [单选题]*

A.了解,但没有使用过 B.了解并使用过
C.不了解,但使用过 D.未了解,没有使用过

14. 您是否想要尝试HBN品牌最近上市的美白水乳套组 [单选题]*

A.是 B.否 (请跳至第20题)

15. 您希望新上市的美白水乳套组能够有效解决以下哪些肌肤问题 [多选题]

A.肤色不均 B.暗沉 C.色素沉着/痘印 D.黄气
E.其他 _____*

16. 您能接受的美白乳单瓶含量 (90ml-110ml) 价格范围是多少 [单选题] A.50元以下

B.50-100元 C.100-200元

D.200-300元 E.300元以上

17. 对于美白水乳的质地,您更偏好哪种 [单选题] A.轻薄易吸收 B.丰润滋养

C.无特定要求,只要效果好即可

D.其他 _____*

18. 您是否有特定的美白成分偏好 [多选题]*

A.熊果苷 B.维生素 C.及衍生物 D.果酸
E.积雪草苷 F.壬二酸 G.曲酸
H.无 I.其它 _____*

19. 如果您曾使用过HBN原白水乳套组,请评价其以下方面的表现 (1分表示非常差,5分表示非常好) [矩阵量表题]*

	1	2	3	4	5
A.美白效果	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B.保湿能力	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C.温和性 (对肌肤无刺激)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D.吸收速度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E.味道与质地	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*填写完该题,请跳至第21题。

20. 您不愿意尝试HBN美白水乳的原因是 [多选题]*

A.孕期限制
B.皮肤敏感与耐受性问题
C.会影响化妆的妆效
D.不信任美白产品的效果
E.更加倾向于精简护肤
F.其他 _____*

21. 是否愿意接受HBN品牌关于原白水乳套组的后续调研或试用邀请 [填空题]*
