

2017-2022年中国面膜行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国面膜行业市场运营态势及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/299968.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

面膜是美容保养品的一种载体，敷贴在脸上15~30分钟，当保养品的养分缓缓被皮肤吸收后，即卸下来的膜，面膜的材质有粉末调和的、高岭土、无纺布、及蚕丝面膜，目前高科技、载体细致、容易被皮肤吸的是蚕丝面膜，一般活性成份为2.5-22%左右。面膜的原理，就是利用覆盖在脸部的短暂时间，暂时隔离外界的空气与污染，提高肌肤温度，皮肤的毛孔扩张，促进汗腺分泌与新陈代谢，使肌肤的含氧量上升，有利于肌肤排除表皮细胞新陈代谢的产物和累积的油脂类物质，面膜中的水分渗入表皮的角质层，皮肤变得柔软，肌肤自然光亮有弹性。

近年来，随着廉价的单片面膜这种新的概念出现，打破了面膜高级护肤品的定位，产品细分加快，新的品牌不断出现。目前，市场上的面膜产品质量良莠不齐，产品也是五花八门。据业内知情人士透露，制作片状面膜的成本非常低廉。现在的面膜市场都在卖包装和概念，红酒、蚕丝、胶原蛋白、燕窝等等这些噱头，其实成分大致相同。有些不良厂家甚至用一种原液调配成各种功效不同的面膜，进行多样化销售。整个面膜市场在我国还处于一种刚刚起步、快速发展的阶段，只不过现阶段由于行业进入门槛低、竞争厂商以及品牌众多，导致了一种略显混乱的局面，再加上一些不良厂商的伪劣产品给消费者造成危害的曝光，这就导致了面膜市场一种"早熟"的现象。在面膜品类迅速崛起的当下，质量安全再次成为面膜企业的掣肘问题，甚至可能引发新一轮的市场洗牌。

2001年至2013年，我国面膜销售年平均增幅达31%，是护肤品各子品类中增速最快的，近两年里，面膜品牌数量更是激增了6倍，71.5%的市场份额被200多个品牌所瓜分。但伴随着行业的高速发展，负面新闻也频频而来，例如近期被曝光的面膜产品中含有荧光剂、重金属等，不仅给消费者使用带来心理阴影，也影响了面膜行业的健康发展。2011-2014年，中国面膜市场规模从80亿元增长到164亿元，翻了一番，预计2015年市场规模将达到194亿元，同比增长17.04%。中国面膜市场之所以规模盛大与空间无限，主要原因在于两点：其一面膜产品较其他化妆品价格相对较便宜；其二，面膜产品的见效快速且显著。此外，掺有中草药配方的化妆品近年来越来越受到消费者的青睐，口碑与市场销量均急速攀升。预计到2020年，中国面膜市场规模将从194亿元增长到342亿元。

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：

第一部分 面膜行业发展分析

第一章 面膜行业发展基本概述

第一节 面膜相关知识

一、面膜简介

二、面膜原理

三、面膜优点

四、面膜材质

第二节 面膜按材质分类概述

一、泥膏型面膜

二、撕剥型面膜

三、冻胶型面膜

四、乳霜型面膜

五、绵布式保养面膜

第二章 2015年全球面膜市场发展形势分析

第一节 2015年国际护肤品市场发展分析

一、国际护肤品市场概述

二、全球天然护肤品需求量分析

三、金融风暴下护肤品需求分析

四、2015年全球顶级品牌护肤品皮肤亮白策略

五、2015年国际十大护肤品集团旗下品牌盘点

六、2015年全球护肤品消费格局预测

七、2015年全球化妆品市场趋势分析

第二节 2015年国际面膜市场发展分析

一、面膜发展历史

二、面膜发展阶段

三、世界面膜生产工艺分析

第三节 2015年主要国家地区面膜市场分析

一、2015年美国面膜市场情况分析

二、2015年英国面膜市场情况分析

三、2015年韩国面膜市场情况分析

四、2015年意大利面膜市场情况分析

五、2015年法国面膜市场情况分析

六、2015年日本面膜市场情况分析

第三章 2015年中国面膜行业投资环境分析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

- 一、经济发展总体数据
- 二、规模以上工业增加值
- 三、固定资产投资
- 四、社会消费品零售总额
- 五、进出口贸易
- 六、物价水平
- 七、居民收入
- 八、货币供应
- 九、全球经济总体运行概况
- 十、美国经济

第二节 2015年中国面膜社会发展环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、中国城镇化率

第三节 2015年中国面膜产业政策环境分析

- 一、中国化妆品的管理与监督的特点
- 二、《化妆品标识管理规定》
- 三、化妆品卫生标准规划

第二部分 面膜行业深度分析

第四章 2015年中国面膜行业运行态势分析

第一节 化妆品、护肤品、面膜市场销售情况

- 一、2013-2015年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额
- 二、2017-2022年化妆品、护肤品、面膜市场销售预测

第二节 2014-2015年中国面膜行业发展概述

- 一、面膜新概念
- 二、面膜市场现状分析
- 三、面膜价格影响因素
- 四、面膜销售额及增长情况
- 五、2015年面膜市场发展形势

第三节 面膜市场新的看点

- 一、剪裁
- 二、质地

三、手法

四、亮点

第四节 四大主流面膜的功效剖析

一、保湿面膜

二、美白面膜

三、紧致/抗衰老面膜

四、各类专效面膜

第五章 2015年中国面膜消费市场深度调查分析

第一节 2015年国内外面膜品牌汇总

一、欧美面膜品牌

二、中国面膜品牌

第二节 2015年中国面膜品牌排行

一、面膜品牌排行

二、眼膜品牌排行

三、十大受欢迎护肤面膜

第三节 2015年面膜市场不同功能面膜市场需求

一、2015年男性面膜市场不同功能面膜市场需求调查

二、2015年女性面膜市场不同功能面膜市场需求调查

第四节 2015年面膜市场主要品牌及价格

一、2015年市场美白面膜主要品牌及价格

二、2015年市场保湿面膜主要产品及价格

第五节 台湾美白面膜市场消费行为及竞争策略

一、调研背景

二、各名牌美白面膜市场简介

三、消费者行为研究调查统计

四、美白面膜市场消费行为及竞争策略分析

五、研究结论

第六章 2015年中国化妆品行业市场走势分析

第一节 2015年中国化妆品市场特点

一、2015年化妆品市场新特点

二、2015年化妆品市场特征及渠道盘点

第二节 2015年中国化妆品市场规模分析

一、中国化妆品行业增长率

二、最近三年中国化妆品销售额

三、2015年化妆品网络销售额情况

第三节 2015年中国化妆品行业发展现状分析

一、化妆品行业品牌发展现状

二、化妆品行业消费市场现状

三、化妆品市场消费层次分析

四、中国化妆品市场走向分析

第四节 2015年化妆品行业发展分析

一、2015年化妆品农村市场潜力

二、中低端化妆品增长预期

三、高档化妆品征收消费税

四、化妆品行业结构化调整形势

第七章 2015年中国护肤品行业运行态势分析

第一节 2015年护肤品市场现状分析

一、国内护肤品市场状况分析

二、护肤品市场销售情况分析

三、2015年护肤品市场热点分析

第二节 2015年中国护肤品市场的发展态势

一、护肤品品牌市场发展态势

二、专业护肤品企业发展态势

三、高档护肤品发展情况分析

第三节 2015年中国护肤品市场品牌分析

一、2015年中国十大护肤品品牌情况

二、2015年护肤化妆品品牌比较分析

三、2015年护肤品市场品牌突围分析

第四节 2015年护肤品企业积极调整战略部署

一、2015年护肤品市场增长分析

二、2015年中高端品牌战略部署

三、2015年三、四线品牌的战略

第八章 2011-2015中国化妆品制造行业主要数据监测分析

第一节 2011-2015中国化妆品制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2011-2015中国化妆品制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

第三节 2011-2015中国化妆品制造行业成本费用

一、销售成本统计

二、费用统计

第四节 2011-2015中国化妆品制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第九章 2013-2015年中国化妆品进出口贸易分析

第一节 2013-2015年中国化妆品进出口数据监测

一、化妆品进口数据分析

二、化妆品出口数据分析

第二节 2010-2015年化妆品进出口国家及地区分析

一、化妆品进口来源国家及地区

二、化妆品出口国家及地区

第三节 2010-2015年化妆品进出口省市分析

一、化妆品主要进口省市分析

二、化妆品主要出口省市分析

第三部分 面膜行业竞争分析

第十章 2015年中国面膜行业市场竞争格局分析

第一节 2015年中国面膜行业竞争结构分析

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 2015年中国面膜市场竞争现状分析

一、产品价格竞争

二、品牌竞争分析

三、生产工艺分析

四、药企进军面膜市场

第三节 2015年国内护肤品生产企业提高竞争力的途径

- 一、进行准确的市场定位
- 二、提高产品质量及加强品牌塑造
- 三、运用多种营销手段形成独到的营销策略
- 四、加强终端服务建设
- 五、开发男性护肤品市场

第十一章 2015年国外面膜重点企业竞争里分析

第一节 联合利华

- 一、公司概况
- 二、2015年公司竞争优势
- 三、2015年公司的销售策略

第二节 P&G（宝洁）

- 一、公司概况
- 二、公司品牌战略
- 三、2015年经营状况分析

第三节 雅芳公司

- 一、雅芳在中国
- 二、公司直销转型分析
- 三、2015年经营状况分析

第四节 欧莱雅公司

- 一、公司概况
- 二、2015年公司经营情况
- 三、公司成功经营的秘诀

第十二章 2015年国内面膜重点企业竞争财务数据分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、公司主要财务指标分析

第二节 上海自然美化妆品有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、公司主要财务指标分析

第三节 北京大宝化妆品有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、公司主要财务指标分析

第四节 雅芳(中国)制造有限公司

一、企业基本概况

二、公司主要财务指标分析

第五节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

一、企业基本概况

二、公司主要财务指标分析

第六节 资生堂丽源化妆品有限公司

一、企业基本概况

二、公司主要财务指标分析

第七节 妮维雅(上海)有限公司

一、企业基本概况

二、公司主要财务指标分析

第八节 联合利华(中国)有限公司

一、企业基本概况

二、公司主要财务指标分析

第九节 江苏东洋之花化妆品有限公司

一、企业基本概况

二、公司主要财务指标分析

第十节 中山市嘉丹婷日用品有限公司

一、企业基本概况

二、公司主要财务指标分析

第十一节 索芙特股份有限公司

一、企业基本概况

二、公司主要财务指标分析

第十二节 广州市浪奇实业股份有限公司

一、企业基本概况

二、公司主要财务指标分析

第十三节 柳州两面针股份有限公司

一、企业基本概况

二、公司主要财务指标分析

第四部分 面膜行业趋势分析

第十三章 2017-2022年中国化妆品行业发展趋势分析

第一节 2017-2022年中国化妆品行业前景与机遇分析

一、中国化妆品行业发展前景

二、中国化妆品发展机遇分析

第二节 2017-2022年中国化妆品市场趋势分析

一、化妆品市场发展空间

二、化妆品技术革新趋势

三、化妆品价格走势分析

第三节 化妆品市场十五大趋势解析

第十四章 2017-2022年中国面膜行业发展趋势分析

第一节 2017-2022年中国面膜产品趋势分析

一、面膜产品种类齐全

二、面膜产品不断创新

三、面膜功效不断增强

四、面膜产品市场进一步细分

第二节 2017-2022年世界面膜行业发展趋势分析

一、真功效型

二、生产工艺领先

三、科学的配方

第三节 2017-2022年中国面膜营销策略趋势分析

一、网络营销

二、品牌营销

三、连锁营销

第十五章 2017-2022年中国面膜行业投资机会与风险分析

第一节 2017-2022年中国面膜行业投资机会分析

一、面膜投资潜力分析

二、面膜投资吸引力分析

第二节 2017-2022年中国面膜行业风险分析

一、技术风险

二、政策风险

三、竞争风险

四、其他风险

第三节 我国本土化妆品生产企业的SWOT分析

第十六章 2017-2022年中国面膜行业投资战略研究

第一节 中小型化妆品公司护肤品的对策分析

- 一、护肤品的产品定位及市场定位
- 二、中小型化妆品公司护肤品的操作手法探析
- 第二节 2017-2022年中国护肤品行业品牌营销战略案例分析
 - 一、上海家化化妆品品牌的振兴之路
 - 二、国际知名面膜品牌西南销售计划
- 第三节 2017-2022年中国护肤品营销策略分析
 - 一、护肤品广告心理策略
 - 二、护肤品广告市场分析
 - 三、护肤品包装色彩营销
- 第四节 2017-2022年中国面膜市场营销策略分析
 - 一、把面膜当保健品
 - 二、为产品找好嫁衣
 - 三、避实就虚取市场
 - 四、广告软文炒概念
 - 五、超市商场创佳绩
- 第五节 2017-2022年中国面膜企业发展策略
 - 一、坚守核心主业
 - 二、构建优质渠道
 - 三、整合优质资源
 - 四、提升经营能力
 - 五、明确品牌形象
 - 六、调整市场策略

图表目录

- 图表：2010-2015年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2010-2015年全部工业增加值及其增长速度
- 图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度
- 图表：2015年中国固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表：2015年中国固定资产投资到位资金同比增速
- 图表：2010-2015年社会消费品零售总额
- 图表：2010-2015年货物进出口总额
- 图表：2015年货物进出口总额及其增长速度
- 图表：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表：2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表：2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2015年居民消费价格比2014年涨跌幅度

图表：2015年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

图表：四大机构对世界及主要经济体GDP增长率的预测

图表：2015年年末人口数及其构成

图表：2010-2015年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/299968.html>