

2016-2022年中国面膜产业现状调查与发展前景分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国面膜产业现状调查与发展前景分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/238217238217.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国面膜产业现状调查与发展前景分析报告》首先介绍了面膜行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

第一章 面膜行业发展基本概述 15

第一节 面膜相关知识 15

一、面膜简介 15

二、面膜原理 15

三、面膜优点 15

四、面膜材质 15

第二节 面膜按材质分类概述 16

一、泥膏型面膜 16

二、撕剥型面膜 16

三、冻胶型面膜 16

四、乳霜型面膜 16

五、绵布式保养面膜 16

第二章 2015年全球面膜市场发展形势分析 17

第一节 2015年国际护肤品市场发展分析 17

一、国际护肤品市场概述 17

二、天然护肤品需求分析 17

三、全球顶级品牌护肤品皮肤亮白策略 18

四、国际十大护肤品集团旗下品牌盘点 18

（一）欧莱雅集团 18

（二）宝洁公司 19

（三）雅诗兰黛 19

（四）资生堂集团 20

（五）联合利华 21

（六）lvmh集团 21

（七）chanel(香奈儿)集团 22

（八）韩国爱茉莉太平洋集团 22

（九）lg集团 22

（十）kanabo嘉娜宝与美伊娜多 23

五、全球护肤品市场驱动因素	23
六、全球护肤品消费格局预测	25
七、全球化妆品市场趋势分析	25
第二节 2015年国际面膜市场发展分析	26
一、面膜发展历史	26
二、面膜发展阶段	27
三、面膜生产工艺分析	28
四、全球面膜市场规模	29
第三节 2015年主要国家地区面膜市场分析	30
一、2015年美国面膜市场情况分析	30
二、2015年欧盟面膜市场情况分析	31
三、2015年韩国面膜市场情况分析	31
四、2015年意大利面膜市场情况分析	32
五、2015年法国面膜市场情况分析	33
六、2015年日本面膜市场情况分析	33
第三章 2015年中国面膜行业投资环境分析	35
第一节 2015年中国宏观经济环境分析	35
一、中国GDP增长情况分析	35
二、工业经济发展形势分析	36
三、社会固定资产投资分析	37
四、全社会消费品零售总额	38
五、城乡居民收入增长分析	40
六、居民消费价格变化分析	41
七、对外贸易发展形势分析	42
第二节 2015年中国面膜社会发展环境分析	43
一、中国人口及分布总体情况	43
二、中国城镇化发展进程分析	45
三、女性化妆品消费观念变革	45
四、男性化妆品消费观念分析	49
第三节 2015年中国面膜产业政策环境分析	51
一、化妆品行业管理体制分析	51
二、化妆品的管理与监督的特点	53
三、《化妆品标识管理规定》分析	54
四、化妆品成分必须全部标识	55
五、“十三五”化妆品行业战略及目标	56

第四章 2015年中国面膜行业运行态势分析	59
第一节 化妆品、护肤品、面膜市场销售情况	59
一、2015年化妆品市场销售总额	59
二、2015年护肤品市场销售总额	60
三、2015年面膜市场销售总额	60
第二节 中国面膜行业发展概述	61
一、面膜市场渗透率	61
二、面膜市场现状分析	62
三、面膜市场发展态势	63
四、面膜市场格局分析	64
五、面膜价格影响因素	64
第三节 2015年面膜市场新的看点	65
一、剪裁	65
二、质地	66
三、手法	66
四、亮点	66
第四节 2015年四大主流面膜的功效剖析	67
一、保湿面膜	67
二、美白面膜	67
三、紧致/抗衰老面膜	67
四、各类专效面膜	68
第五章 中国面膜消费市场深度调查分析	69
第一节 国内外面膜品牌汇总	69
一、国外面膜品牌	69
二、中国面膜品牌	70
第二节 中国面膜品牌排行	71
一、面膜品牌排行	71
二、眼膜品牌排行	72
三、十大受欢迎护肤面膜	73
四、2014年面膜市场排名分析	74
第三节 2015年面膜市场不同功能面膜市场需求	76
一、男性面膜市场不同功能面膜市场需求调查	76
二、女性面膜市场不同功能面膜市场需求调查	77
第四节 2015年面膜市场主要品牌及价格	78
一、市场美白面膜主要品牌及价格	78

- 二、市场保湿面膜主要产品及价格 79
- 三、市场深层洁净面膜品牌及价格 80
- 第五节 2015年度淘宝全网面膜销售数据分析 82
 - 一、面膜淘宝全网销售排行榜 82
 - 二、冬季成面膜全年销售高峰 83
 - 三、保湿补水美白仍是主要需求 84
 - 四、东部沿海为面膜重点销售区域 85
- 第六节 美白面膜市场消费行为及竞争策略 85
 - 一、调研背景 85
 - 二、各名牌美白面膜市场简介 86
 - 三、消费者行为研究调查统计 87
 - 四、美白面膜市场竞争策略分析 89
 - 五、研究结论 90
- 第七节 八款优质品牌面膜之“最”盘点 90
 - 一、最迷人香气 90
 - 二、最高精华含量 90
 - 三、最优抗氧化效果 90
 - 四、最贴合面型 91
 - 五、最多矿物元素 91
 - 六、最新鲜保养原液 91
 - 七、最佳分区保养 91
 - 八、最周到呵护 91
- 第六章 2015年中国化妆品行业市场走势分析 92
 - 第一节 2015年中国化妆品市场特点 92
 - 一、当今化妆品市场新特点 92
 - 二、中国化妆品行业市场特点 92
 - 三、化妆品市场特征及渠道盘点 94
 - 第二节 2015年中国化妆品市场规模分析 97
 - 一、中国化妆品行业增长率 97
 - 二、中国化妆品细分产品结构 98
 - 三、中国化妆品网络销售额情况 99
 - 第三节 2015年中国化妆品行业发展现状分析 99
 - 一、化妆品行业品牌发展现状 99
 - 二、化妆品行业消费市场现状 101
 - 三、化妆品市场消费层次分析 104

四、中国化妆品市场走向分析	104
第四节 化妆品行业发展形势分析	105
一、2015年化妆品行业增速分析	105
二、农村化妆品市场的潜力分析	105
三、国产化妆品牌高端化压力大	105
四、面膜行业拥有较大增长潜力	106
五、化妆品行业结构化调整形势	106
第七章 2015年中国护肤品行业运行态势分析	108
第一节 中国护肤品市场现状分析	108
一、中国护肤品市场状况分析	108
二、护肤品市场结构特点分析	109
三、高档护肤品市场发展情况	109
四、护肤品市场发展热点分析	111
第二节 中国护肤品市场品牌分析	113
一、中国十大护肤品品牌情况	113
二、护肤品品牌竞争状况分析	114
三、护肤品品牌市场发展态势	115
四、护肤品市场品牌突围分析	117
第三节 中国护肤品主要消费市场分析	118
一、女性护肤品	118
二、男士护肤品	120
三、老年护肤品	120
四、儿童用护肤品	121
五、婴幼儿护肤品	123
第四节 护肤品企业积极调整战略部署	125
一、护肤品企业发展策略	125
二、中高端品牌战略部署	128
三、国内外护肤品牌竞争	128
第八章 2013-2015年中国化妆品制造行业主要数据监测分析	130
第一节 2013-2015年中国化妆品制造行业发展分析	130
一、2013年中国化妆品制造行业发展概况	130
二、2014年中国化妆品制造行业发展概况	131
三、2015年中国化妆品制造行业发展概况	133
第二节 2013-2015年中国化妆品制造行业规模分析	134
一、企业数量增长分析	134

- 二、资产规模增长分析 134
- 三、销售规模增长分析 135
- 四、利润规模增长分析 136
- 第三节 中国化妆品制造行业结构分析 137
 - 一、企业数量结构分析 137
 - 二、资产规模结构分析 139
 - 三、销售规模结构分析 140
 - 四、利润规模结构分析 142
- 第四节 中国化妆品制造行业产值分析 143
 - 一、产成品增长分析 143
 - 二、工业销售产值分析 144
 - 三、出口 交货值分析 145
- 第五节 2013-2015年中国化妆品制造行业成本费用分析 145
 - 一、销售成本统计 145
 - 二、主要费用统计 146
- 第六节 2013-2015年中国化妆品制造行业运营效益分析 147
 - 一、偿债能力分析 147
 - 二、盈利能力分析 147
 - 三、运营能力分析 149
- 第九章 2013-2015年中国美容品或化妆品及护肤品进出口贸易分析 151
 - 第一节 2013-2015年美容品或化妆品及护肤品进口情况分析 151
 - 一、美容品或化妆品及护肤品进口数量情况 151
 - 二、美容品或化妆品及护肤品进口金额情况 151
 - 三、美容品或化妆品及护肤品进口来源分析 152
 - 四、美容品或化妆品及护肤品进口均价分析 153
 - 第二节 2013-2015年美容品或化妆品及护肤品出口分析 154
 - 一、美容品或化妆品及护肤品出口数量情况 154
 - 二、美容品或化妆品及护肤品出口金额情况 154
 - 三、美容品或化妆品及护肤品出口流向分析 155
 - 四、美容品或化妆品及护肤品出口均价分析 157
- 第十章 2015年中国面膜行业市场竞争格局分析 158
 - 第一节 2015年中国面膜行业竞争结构分析 158
 - 一、行业内现有企业的竞争 158
 - 二、新进入者的威胁 158
 - 三、替代品的威胁 159

- 四、供应商的讨价还价能力 159
- 五、购买者的讨价还价能力 159
- 第二节 2015年中国面膜市场竞争现状分析 160
 - 一、产品价格竞争 160
 - 二、品牌竞争分析 160
 - 三、生产工艺竞争 161
 - 四、药企进军面膜市场 161
- 第三节 2015年国内护肤品生产企业提高竞争力的途径 162
 - 一、进行准确的市场定位 162
 - 二、提高产品质量及加强品牌塑造 162
 - 三、运用多种营销手段形成独到的营销策略 162
 - 四、加强终端服务建设 163
 - 五、开发男性护肤品市场 163
- 第十一章 国外面膜重点企业竞争力分析 165
 - 第一节 联合利华 165
 - 一、公司概况 165
 - 二、联合利华在华发展策略分析 165
 - 三、联合利华多品牌营销战略分析 171
 - 第二节 P&G (宝洁) 172
 - 一、公司简介 172
 - 二、宝洁旗下面膜品牌分析 174
 - 三、宝洁在中国迅速发展的成功经验 175
 - 四、宝洁公司多品牌策略的分析 176
 - 五、宝洁品牌广告的四大绝招 178
 - 六、宝洁公司“4C”营销策略分析 180
 - 第三节 雅芳公司 182
 - 一、企业简介 182
 - 二、雅芳营销模式转型分析 183
 - 三、雅芳在上海建最大海外研发中心 184
 - 四、雅芳在华经营情况及其前景分析 184
 - 第四节 欧莱雅公司 188
 - 一、企业简介 188
 - 二、欧莱雅在华发展情况 188
 - 三、欧莱雅在华经营策略分析 190
 - 四、欧莱雅收购美即面膜情况 191

五、欧莱雅收购美即面膜前景分析	192
第十二章 国内面膜重点企业竞争力及财务数据分析	195
第一节 上海家化联合股份有限公司	195
一、企业发展基本情况	195
二、企业主要产品分析	195
三、企业经营情况分析	196
四、企业销售网络分布	198
五、企业竞争优势分析	199
六、企业发展策略分析	199
第二节 美即控股国际有限公司	200
一、企业发展基本情况	200
二、企业主要产品分析	200
三、企业经营情况分析	200
四、企业销售网络分布	2011
五、企业发展策略分析	202
第三节 上海相宜本草化妆品股份有限公司	202
一、企业发展基本情况	202
二、企业主要产品分析	203
三、企业经济指标分析	205
四、企业竞争优势分析	205
五、企业战略规划分析	207
第四节 雅芳（中国）制造有限公司	211
一、企业基本情况	211
二、企业主要产品分析	212
三、企业经营情况分析	213
四、企业竞争优势分析	214
第五节 玫琳凯（中国）化妆品有限公司	214
一、企业基本情况	214
二、企业主要产品分析	215
三、企业经营情况分析	215
四、企业竞争优势分析	216
第六节 资生堂丽源化妆品有限公司	216
一、企业基本情况	216
二、企业主要产品分析	217
三、企业经营情况分析	217

四、企业竞争优势分析 218

第七节 妮维雅（上海）有限公司 218

- 一、企业基本情况 218
- 二、企业主要产品分析 219
- 三、企业经营情况分析 219
- 四、企业竞争优势分析 220

第八节 联合利华（中国）有限公司 220

- 一、企业基本情况 220
- 二、企业主要产品分析 222
- 三、企业经营情况分析 223
- 四、企业竞争优势分析 223
- 五、企业发展策略分析 223

第九节 江苏东洋之花化妆品有限公司 224

- 一、企业基本情况 224
- 二、企业主要产品分析 224
- 三、企业经营情况分析 225
- 四、企业竞争优势分析 225

第十节 中山市嘉丹婷日用品有限公司 225

- 一、企业基本情况 225
- 二、企业主要产品分析 226
- 三、企业经营情况分析 226
- 四、企业竞争优势分析 226

第十三章 2016-2022年中国化妆品行业发展趋势分析 228

第一节 2016-2022年中国化妆品行业前景与机遇分析 228

- 一、中国化妆品行业发展前景 228
- 二、本土化妆品发展机会分析 228
- 三、中低端化妆品发展机遇分析 229
- 四、化妆品市场投资存在的商机 230

第二节 2016-2022年中国化妆品市场趋势分析 231

- 一、化妆品市场发展空间 231
- 二、化妆品技术革新趋势 232
- 三、化妆品行业发展影响因素 234
- 四、药妆市场的发展潜力巨大 235

第三节 化妆品市场五大趋势解析 236

第十四章 2016-2022年中国面膜行业发展趋势分析 239

第一节 2016-2022年中国面膜产品趋势分析	239
一、面膜产品种类齐全	239
二、面膜产品不断创新	240
三、薄是未来面膜发展趋势	240
四、贴膜价格走低成新趋势	241
五、免洗及中药型渐成面膜新宠	241
第二节 2016-2022年面膜行业发展趋势分析	242
一、真功效型	242
二、科学的配方	243
三、品类竞争加剧	243
第三节 2016-2022年中国面膜营销策略趋势分析	244
一、网络营销	244
二、品牌营销	245
三、连锁营销	245
第十五章 2016-2022年中国面膜行业投资机会与风险分析	247
第一节 2016-2022年中国面膜行业投资环境预测分析	247
第二节 2016-2022年中国面膜行业投资机会分析	247
一、面膜投资潜力及规模预测	247
二、面膜行业投资吸引力分析	248
第三节 2016-2022年中国面膜行业风险分析	248
一、技术风险	248
二、政策风险	249
三、竞争风险	249
四、其他风险	249
第十六章 2016-2022年中国面膜行业投资战略研究	251
第一节 中小型化妆品公司护肤品的对策分析	251
一、护肤品的产品定位及市场定位	251
二、中小型化妆品公司护肤品战略分析	252
第二节 中国护肤品行业品牌营销战略案例分析	253
一、上海家化化妆品品牌的振兴之路	253
二、国际知名面膜品牌西南销售计划	254
第三节 2016-2022年中国护肤品营销策略分析	256
一、护肤品广告心理策略	256
二、护肤品广告市场分析	256
三、护肤品包装色彩营销	259

第四节 2016-2022年中国面膜市场营销策略分析 259

- 一、把面膜当保健品 259
- 二、为产品找好嫁衣 260
- 三、避实就虚取市场 260
- 四、广告软文炒概念 260
- 五、超市商场创佳绩 260

第五节 2016-2022年中国面膜企业发展策略 261

- 一、坚守核心主业 261
- 二、构建优质渠道 261
- 三、整合优质资源 262
- 四、提升经营能力 262
- 五、明确品牌形象 263
- 六、调整市场策略 265

图表目录

- 图表 1 欧莱雅集团旗下品牌一览 18
- 图表 2 宝洁公司旗下品牌一览 19
- 图表 3 雅诗兰黛集团旗下品牌一览 20
- 图表 4 资生堂集团旗下品牌一览 20
- 图表 5 联合利华集团旗下品牌一览 21
- 图表 6 lvmh集团旗下品牌一览 21
- 图表 7 韩国爱茉莉太平洋集团旗下品牌一览 22
- 图表 8 lg集团旗下品牌一览 22
- 图表 9 撕除式面膜生产工艺流程图 28
- 图表 10 水洗式面膜生产工艺流程图 29

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/238217238217.html>