

2020年中国面膜行业分析报告- 行业竞争现状与未来规划分析

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《2020年中国面膜行业分析报告-行业竞争现状与未来规划分析》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/478715478715.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

【报告大纲】

第一章 面膜行业发展基本概述

1.1 面膜相关知识

1.1.1 面膜简介

1.1.2 面膜原理

1.1.3 面膜优点

1.1.4 面膜按性状分类

1.2 面膜按材质分类概述

1.2.1 泥膏型面膜

1.2.2 撕剥型面膜

1.2.3 冻胶型面膜

1.2.4 乳霜型面膜

1.2.5 绵布式保养面膜

1.2.6 蚕丝面膜

1.2.7 生物纤维面膜

第二章 全球面膜市场发展形势分析

2.1 国际化妆品市场发展分析

2.1.1 化妆品市场概述

2.1.2 化妆品市场规模

2.1.3 化妆品市场格局

2.1.4 有机护肤品市场

2.1.5 化妆品市场趋势

2.2 国际面膜市场发展分析

2.2.1 面膜发展历史

2.2.2 面膜发展阶段

2.2.3 面膜市场规模

2.2.4 面膜市场格局

2.3 主要国家地区面膜市场分析

2.3.1 美国面膜市场情况分析

2.3.2 韩国面膜市场情况分析

2.3.3 日本面膜市场情况分析

2.3.4 欧洲面膜市场情况分析

第三章 中国面膜行业宏观环境分析

3.1 行业政策环境分析

3.1.1 行业管理体制分析

- (1) 行业监管机构
- (2) 行业管理特点

3.1.2 行业相关政策与管理规定

- (1) 行业相关政策
- (2) 《化妆品标识管理规定》
- (3) 化妆品全成分标识解读

3.1.3 行业相关标准

3.1.4 行业相关发展规划

- (1) 行业规模规划
- (2) 行业企业规划
- (3) 行业品牌规划
- (4) 行业产品规划

3.1.5 政策环境对行业的影响

3.2 行业经济环境分析

3.2.1 宏观经济形势分析

- (1) 国际宏观经济形势分析
- (2) 国内宏观经济形势分析
- (3) 产业宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

- (1) 经济对行业的影响
- (2) 货币政策对行业的影响
- (3) 区域规划对行业的影响

3.3 行业社会环境分析

3.3.1 面膜行业社会环境

- (1) 人口环境分析
- (2) 教育环境分析
- (3) 文化环境分析
- (4) 中国城镇化率

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.3.3 面膜行业发展对社会发展的影响

3.4 行业技术环境分析

3.4.1 面膜行业专利技术总体态势

3.4.2 面膜行业专利技术申请人结构

3.4.3 面膜行业专利技术构成分析

第四章 中国面膜行业运行态势分析

4.1 中国面膜行业特点分析

4.1.1 面膜行业总体发展特点分析

- (1) 增速领跑其他主要化妆品品类
- (2) 面膜在电子商务平台的渠道优势更为明显

4.1.2 面膜行业消费特点分析

- (1) 大众面膜品牌市场关注度更高
- (2) 国内美白功效的面膜消费需求最大
- (3) 片状即用型面膜更受消费者欢迎
- (4) 消费群体年轻化

4.1.3 面膜行业产品价格特点分析

4.2 中国面膜行业市场现状分析

4.2.1 中国面膜行业市场规模分析

4.2.2 中国面膜行业市场规模预测

4.3 四大主流面膜的功效剖析

4.3.1 保湿补水面膜

- (1) 面膜功效
- (2) 面膜布材质
- (3) 保湿补水面膜品牌

4.3.2 美白面膜

- (1) 面膜功效
- (2) 面膜品牌

4.3.3 紧致/抗衰老面膜

- (1) 面膜功效
- (2) 面膜原理
- (3) 面膜品牌

4.3.4 专效面膜

第五章 中国面膜消费市场深度调查分析

5.1 面膜需求因素影响因素

5.2 国内外面膜品牌汇总

5.2.1 国外面膜品牌

5.2.2 中国面膜品牌

5.3 中国面膜品牌排行

5.4 面膜市场需求调查

5.4.1 区域需求情况

5.4.2 功效需求情况

5.4.3 价格需求情况

5.4.4 市场渗透率情况

5.4.5 市场占有率情况

5.5 面膜市场发展趋势调查

5.5.1 药妆面膜市场

5.5.2 植物面膜市场

5.5.3 男士面膜市场

第六章 中国化妆品行业市场走势分析

6.1 中国化妆品市场特点

6.1.1 当今化妆品市场新特点

- (1) 天然、安全、环保的化妆品受到追捧
- (2) 全效形抗衰老化妆品大行其道
- (3) 类医学护肤品成为市场热点
- (4) 生物科技日趋受宠

6.1.2 中国化妆品行业市场特点

- (1) 行业市场分布情况
- (2) 行业生产企业分布情况

6.1.3 化妆品市场特征及渠道盘点

6.2 中国化妆品市场规模分析

6.2.1 中国化妆品销售额

6.2.2 中国化妆品行业增长率

6.2.3 化妆品网络销售额情况

6.3 中国化妆品行业发展现状分析

6.3.1 化妆品行业品牌发展现状

6.3.2 化妆品行业消费市场现状

6.3.3 化妆品市场消费层次分析

- (1) 从“节约”到“时尚”

(2) 从“关注质量”到“关注品牌文化”

(3) 从“整齐划一”到“追求个性与自我”

6.3.4 中国化妆品市场走向分析

6.4 化妆品行业发展分析

6.4.1 化妆品行业增速分析

6.4.2 化妆品农村市场潜力

6.4.3 中低端化妆品市场分析

(1) 我国中低端化妆品市场发展特点

(2) 中低端产品市场广阔

6.4.4 高档化妆品征收消费税

6.4.5 化妆品行业结构化调整形势

(1) 强化本土品牌的本土特色

(2) 注重跟踪研发和合作研发策略

(3) 从趋势性技术寻找市场机会

(4) 面向80、90后客户群体、开发00后市场

(5) 行业规模化

第七章 中国护肤品行业运行态势分析

7.1 护肤品市场现状分析

7.1.1 国内护肤品市场状况分析

7.1.2 护肤品市场销售情况分析

(1) 全国护肤品行业销售收入分析

(2) 2017-2020年全国护肤品行业产销率分析

7.1.3 护肤品市场热点分析

(1) 男性护肤市场潜力巨大

(2) 抗衰老和防晒将成主要趋势

(3) 纳米技术深入利用

(4) 药效产品受欢迎

7.2 中国护肤品市场的发展态势

7.2.1 护肤品品牌市场发展态势

7.2.2 护肤品企业发展态势

7.2.3 高档护肤品发展情况分析

(1) 高端护肤品发展分析

(2) 高端护肤品市场分析

7.2.4 护肤品的发展趋势

7.3 中国护肤品市场品牌分析

7.3.1 中国十大护肤品品牌情况

7.3.2 护肤化妆品品牌比较分析

7.3.3 护肤品市场品牌突围分析

(1) 价格策略

(2) 产品细分，把握本土优势

7.4 护肤品企业积极调整战略部署

7.4.1 护肤品市场增长分析

7.4.2 中高端品牌战略部署

(1) 品牌形象战略

(2) 市场地位打造战略

7.4.3 三四线品牌的战略

(1) 阶位战略

(2) 渠道创新战略

(3) 锁住大众护肤品定价权

第八章 中国化妆品制造行业主要数据监测分析

8.1 中国化妆品制造行业规模分析

8.1.1 企业数量分析

8.1.2 资产规模分析

8.2 中国化妆品制造行业产值分析

8.2.1 产成品分析

8.2.2 进出口分析

(1) 行业进出口总情况

(2) 行业出口整体情况

(3) 行业进口整体情况

8.3 中国化妆品制造行业成本费用分析

8.3.1 销售成本统计

8.3.2 销售费用统计

8.4 中国化妆品制造行业盈利能力分析

8.4.1 经营效益指标分析

8.4.2 主要盈利能力指标分析

第九章 中国面膜行业市场竞争格局分析

9.1 中国面膜行业竞争结构分析

- 9.1.1 行业内现有企业的竞争
- 9.1.2 新进入者的威胁
- 9.1.3 替代品的威胁
- 9.1.4 供应商的议价能力
- 9.1.5 购买者的议价能力
- 9.1.6 竞争情况总结
- 9.2 中国面膜市场竞争因素分析
 - 9.2.1 产品价格竞争
 - 9.2.2 品牌竞争分析
 - 9.2.3 生产工艺分析
 - 9.2.4 产品概念
- 9.3 国内护肤品生产企业提高竞争力的途径
 - 9.3.1 进行准确的市场定位
 - 9.3.2 加强品牌塑造
 - 9.3.3 运用多种营销手段形成独到的营销策略
 - 9.3.4 加强终端服务建设
 - 9.3.5 开发男性护肤品市场

第十章 国外面膜行业重点企业经营情况分析

- 10.1 联合利华
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业发展现状分析
 - (4) 企业竞争优势分析
- 10.2 P&G (宝洁)
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业发展现状分析
 - (4) 企业竞争优势分析
- 10.3 雅芳公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业发展现状分析
 - (4) 企业竞争优势分析
- 10.4 欧莱雅公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

10.5 强生公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

10.6 其他面膜重点企业

10.6.1 法国LVMH

10.6.2 法国香奈儿

10.6.3 雅诗兰黛

10.6.4 日本资生堂

- (1) 经营状况
- (2) 化妆品品牌
- (3) 发展战略
- (4) 渠道策略
- (5) 在华业务

10.6.5 韩国爱茉莉

10.6.6 美国玫琳凯公司

10.6.7 拜尔斯道夫

10.6.8 露华浓

第十一章 中国面膜行业重点企业经营情况分析

11.1 上海家化联合股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

11.2 上海相宜本草化妆品股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

11.3 上海自然美生物科技有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

11.4 统一（上海）保健品商贸有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

11.5 御家汇股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

11.6 贝佳斯（北京）化妆品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

11.7 广州西婷美容保健有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

11.8 资生堂丽源化妆品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

11.9 玫琳凯（中国）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

11.10 珀莱雅化妆品股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

11.11 江苏东洋之花生物科技股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

11.12 中山市嘉丹婷日用品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

11.13 北京大宝化妆品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

11.14 雅芳（中国）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

11.15 联合利华（中国）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

第十二章 中国化妆品行业发展趋势分析

12.1 中国化妆品行业前景分析

12.1.1 中国化妆品行业发展机遇分析

- (1) 电商增长迅速

(2) 行业洗牌势不可挡，品牌黑马或将出现。

(3) 政策落地助推行业升级

(4) 药妆崛起

12.1.2 中国化妆品行业面临挑战分析

(1) 销售渠道多元化与两极化加剧

(2) 本土企业地位尴尬

(3) 化妆品零售业态变革冲击

(4) 相关利润者矛盾加剧

12.1.3 中国化妆品的发展前景分析

(1) 中国的高消费时代到来

(2) 县城和农村市场成为新的增长点

12.2 中国化妆品市场趋势分析

12.2.1 化妆品市场发展空间

12.2.2 化妆品技术革新趋势

(1) 纯天然高效能产品

(2) 高科技技术集中美容化妆品

12.2.3 化妆品价格走势分析

(1) 高端产品价格继续走高

(2) 中低端产品竞争激烈，持续微调

12.2.4 国际环境对行业的影响

第十三章 中国面膜行业发展趋势分析

13.1 中国面膜产品趋势分析

13.1.1 面膜产品种类趋势

13.1.2 面膜材质趋势

13.1.3 面膜功效趋势

13.1.4 面膜产品市场划分趋势

13.1.5 面膜产品市场价格趋势

13.2 中国面膜行业技术趋势分析

13.2.1 行业产品功效技术趋势

13.2.2 行业材质技术趋势

13.2.3 产品设计技术趋势

13.3 中国面膜营销渠道趋势分析

13.3.1 网络营销渠道呈现燎原趋势

13.3.2 微电商成为面膜营销新战场

13.3.3 连锁专营店异军突起，渐成主流终端

第十四章 中国面膜行业投资机会与风险分析

14.1 中国面膜行业投资机会分析

14.1.1 面膜行业投资潜力分析

(1) 行业目前处于快速成熟期

(2) 面膜产品品牌忠诚度较低，新进入者发展空间较大

14.1.2 面膜行业投资吸引力分析

14.2 中国面膜行业投资风险分析

14.2.1 技术风险

14.2.2 政策风险

14.2.3 竞争风险

14.2.4 其他风险

14.3 中国面膜行业投资壁垒分析

14.3.1 规模化经营壁垒

14.3.2 产品质量壁垒

14.3.3 品牌壁垒

14.3.4 人才壁垒

14.3.5 市场渠道壁

14.3.6 资金壁垒

14.4 中国面膜行业投资环境预测

第十五章 中国面膜行业投资战略研究

15.1 中小型化妆品公司护肤品的对策分析

15.1.1 中小型化妆品公司护肤品的产品定位及市场定位

(1) 价格及市场定位

(2) 产品功能卖点定位

15.1.2 中小型化妆品公司护肤品的操作手法探析

15.2 中国护肤品行业品牌营销战略案例分析

15.2.1 上海家化品牌营销战略分析

15.2.2 国际知名面膜品牌西南销售计划

(1) 对西南地区市场的分析

(2) 具体的销售策略

15.3 中国护肤品营销策略分析

15.3.1 护肤品产品营销策略分析

- 15.3.2 护肤品广告营销策略分析
- 15.3.3 护肤品目标客户营销
- 15.4 中国面膜市场企业营销策略分析
 - 15.4.1 美即面膜营销策略分析
 - (1) 准确的市场定位
 - (2) 创新的生活理念
 - (3) 开创单片销售模式
 - 15.4.2 京润珍珠面膜营销策略分析
 - 15.4.3 其他面膜营销策略
- 15.5 中国面膜企业经营策略建议
 - 15.5.1 坚守核心主业
 - 15.5.2 构建优质渠道
 - 15.5.3 充分挖掘细分市场
 - 15.5.4 调整市场策略

图表目录

- 图表1：面膜按性状分类
- 图表2：2017-2020年全球化妆品市场规模（单位：亿美元，%）
- 图表3：2020年全球化妆品细分产品占比（单位：%）
- 图表4：2020年全球化妆品消费国市场份额TOP10统计情况（单位：%）
- 图表5：2020年全球有机护肤品各地区市场规模分布（单位：%）
- 图表6：2021-2026年各地区有机护肤品市场规模预测（单位：亿美元）
- 图表7：全球面膜发展历程
- 图表8：2017-2020年全球面膜市场规模（单位：亿美元，%）
- 图表9：2020年全球面膜市场格局（单位：%）
- 图表10：2020年美国化妆品行业结构（单位：%）
- 图表11：2020年美国女性首选面膜成分（单位：%）
- 图表12：2020年韩国品牌知名度TOP10
- 图表13：2020年韩国最受欢迎面膜TOP10
- 图表14：2020年日本最受欢迎面膜TOP15
- 图表15：2020年欧洲最受欢迎面膜TOP10
- 图表16：我国化妆品的监管部门职责简介
- 图表17：2017-2020年我国面膜行业主要相关政策列表
- 图表18：《化妆品标识管理规定》的标识内容

图表19：《化妆品标识管理规定》的标识形式

图表20：化妆品成分简介

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国面膜行业分析报告-行业竞争现状与未来规划分析》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/478715478715.html>