

# 2018年中国面膜行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国面膜行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/340255340255.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

随着我国全民面膜时代的来临，“多品牌差异化”的行业格局已初步形成。目前市场上面膜的品牌商主要可分为两类：一类是欧美化妆品大牌，单片面膜价格在 30-100 元。对于化妆品大牌而言，面膜品类通常挂靠在现有品牌之下，不单独设立新品牌，核心业务仍以打造水乳霜膏为主，面膜最初通常作为赠品切入，和原有产品一起布局线下渠道（百货、CS 为主）主攻高端市场。另一类是专注做面膜的品牌，其中韩国品牌较成熟，单片价格在 10-30 元，国货新品牌多布局 5-15 元。该类品牌主要布局 CS 和电商渠道，快速广泛接触消费者，实现弯道超车。韩国如 L&P 旗下的美迪惠尔、丽得姿等面膜品牌，大量进驻 CS 渠道，海淘和代购也一度十分火热。国货如：御泥坊、膜法世家、一叶子等均以前面膜为核心品类。通过电商渠道在大众市场迅速下沉，新媒体营销抓住年轻群体，迅速打造品牌知名度。

图表：多品牌差异化格局已形成，欧美大牌价位略高，国产新品牌多布局 5-15 元大众市场

图表来源：公开资料整理

### 一、城镇化叠加消费升级，大众市场扩容，高端需求激增

我国的全民面膜时代已经来临。一方面，随着我国城镇化地不断深入，开始接触面膜这类便捷又平价的护肤品的人数正在增加，大众市场持续扩容。凯度消费者针对中国消费者的连续性使用研究指出，在过去两年中，20 至 35 岁的年轻女性每周使用面膜的渗透率从 16% 增长至 19%。另一方面，在消费升级的驱动下，我国民众特别是一二线城市的消费者，在消费时比起精打细算更强调品质，这在一定意义上加大了中高端市场的需求。许多一二线城市的消费者不再满足于廉价的护肤品，而是更注重使用效果，愿意花高价购买一些真正对自己有用的产品。大众市场扩容+高端需求激增，共同推进行业快速发展。

图表：我国购买高端产品的人数比例上升

图表来源：公开资料整理

### 二、KOL 口碑助力市场多元化，各价位市场全面开花

面膜品类的品牌客户粘性不高，在社交网络 KOL 口碑传播下，消费者通常会选择购买多个品牌的产品。基于颜值经济的社会背景及东方强调群体的思维模式，国内的年轻消费者大多喜欢跟随各类社交媒体 KOL 美妆达人的功效测评，来选购所需的护肤或彩妆用品。在 KOL 口碑传播中，选择性购买战术的心理极大影响了现在国内的年轻消费者。一位学生或者白领可能同时购买日常使用的普通价位面膜和重要场合前使用的高端面膜；一个消费者桌面上可能摆放着多个品牌的明星单品。在社交网络 KOL 口碑传播下产品的功效和性价比而非单纯的品牌，逐渐成为许多消费者选择的标准，这使得只要保证品质，无论新晋品牌还是国际大牌都能在面膜市场中分得一杯羹。

### 三、化妆品大牌打造同名爆品，主攻高端面膜市场

许多日韩欧美大牌打造高端爆品切入面膜市场，体现品牌号召力。近几年，各化妆品大牌纷纷打造见效神速的面膜爆品，SK-II 莎莎护肤面膜、雅诗兰黛特润双层修护面膜，

CPB三部曲面膜都因效果好、见效快被尊称为“前男友面膜”，即使每片价格过百元也依旧受市场热捧。有些大牌直接将面膜打造成奢侈品，给予消费者贵妇级别的体验，定价极高。纪梵希的黑藻珍萃黑金蕾丝面膜，整片面膜就是一张美丽的黑色蕾丝，高贵又优雅，每片超过500元；英国奢侈牌Asprey品牌本身已是高贵气质和顶尖品质的代名词，推出的同名面膜每片近2000元。利用自己本身的线下渠道和品牌知名度优势，化妆品大牌主攻高端市场，顺利切入高端面膜市场。

图表：纪梵希的黑藻珍萃黑金蕾丝面膜，整片面膜就是一张美丽的黑色蕾丝

图表来源：公开资料整理

#### 四、搭上电商顺风车，借力新媒体，国货品牌弯道超车

##### 1、国货品牌线上发力，专注挖掘大众市场

本土面膜品牌主攻大众市场，面膜渗透率提升驱动下得以迅速扩大规模站稳脚跟。随着我国消费升级，接触面膜这类便捷又平价的护肤品的人数正逐年攀升。相比高端市场，国货品牌针对的大众市场人口基数很大，民众对美和对品质生活的追求下，大众市场的扩容速度也有所保障。正因如此，御泥坊、膜法世家、一叶子等面膜品牌，都在近几年发展迅猛。

图表：线下渠道国际大牌依旧占优

图表来源：公开资料整理

图表：线上面膜冠亚季军均为国货品牌

图表来源：公开资料整理

国货新品牌借助电商渠道打开大众市场，目前线上市场份额很高，成果亮眼。据星图数据显示，2016年线上面膜市场，本土品牌一叶子占据7.1%的份额，排行第一；本土淘品牌膜法世家和御泥坊分别占有6.8%和5.4%，打败一众大牌分列二三位。根据Euromonitor统计，化妆品电商渠道销售额占比从2011年的5.2%上升到2016年的20.6%，成为继超市、百货后的第三大流通渠道，并且有不断上升的趋势。而本土面膜品牌大多由线上起家，几乎都以完成线上渠道的布局。相比近年才入驻电商渠道的国际大牌，本土新晋品牌已借力电商，完成了品牌塑造的第一枪。

##### 2、流量明星加持+新媒体营销，知名度不输大牌

近年来品牌抓住新媒体的契机，通过影视剧与热门综艺广告植入、当红明星代言等营销手段，不断打开国内市场，提升品牌知名度。御泥坊自2010年登上知名综艺《天天向上》后，与湖南卫视紧密合作，先后在《咱们结婚吧》、《楚乔传》等多部现象级热播剧中软植入。据Euromonitor数据库显示，2016年御泥坊母公司御家汇在护肤品市场中市占率已达1%，远高于其他同期公司。膜法世家邀请薛之谦和吴磊两位当红流量小生为其代言，力求通过粉丝经济带动产品销售打入年轻大众群体市场，实现连续三年业绩增速超200%。

图表：御泥坊植入热播剧《楚乔传》

图表来源：公开资料整理

图表：当红流量小生吴磊为膜法世家代言

图表来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国面膜行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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、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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2018年中国面膜行业发展概述

#### 第一节 面膜行业发展情况概述

- 一、面膜行业相关定义
- 二、面膜行业基本情况介绍
- 三、面膜行业发展特点分析

#### 第二节 中国面膜行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
  - 二、面膜行业产业链条分析
  - 三、中国面膜行业产业链环节分析
- 1、上游产业

## 2、下游产业

### 第三节 中国面膜行业生命周期分析

#### 一、面膜行业生命周期理论概述

#### 二、面膜行业所属的生命周期分析

### 第四节 面膜行业经济指标分析

#### 一、面膜行业的赢利性分析

#### 二、面膜行业的经济周期分析

#### 三、面膜行业附加值的提升空间分析

### 第五节 国中面膜行业进入壁垒分析

#### 一、面膜行业资金壁垒分析

#### 二、面膜行业技术壁垒分析

#### 三、面膜行业人才壁垒分析

#### 四、面膜行业品牌壁垒分析

#### 五、面膜行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球面膜行业市场发展现状分析

### 第一节 全球面膜行业发展历程回顾

### 第二节 全球面膜行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲面膜行业地区市场分析

#### 一、亚洲面膜行业市场现状分析

#### 二、亚洲面膜行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲面膜行业市场前景分析

### 第四节 北美面膜行业地区市场分析

#### 一、北美面膜行业市场现状分析

#### 二、北美面膜行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美面膜行业市场前景分析

### 第五节 欧盟面膜行业地区市场分析

#### 一、欧盟面膜行业市场现状分析

#### 二、欧盟面膜行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟面膜行业市场前景分析

### 第六节 2018-2024年世界面膜行业分布走势预测

### 第七节 2018-2024年全球面膜行业市场规模预测

## 第三章 中国面膜产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品面膜总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国面膜行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国面膜产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国面膜行业运行情况

第一节 中国面膜行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国面膜行业市场规模分析

第三节 中国面膜行业供应情况分析

第四节 中国面膜行业需求情况分析

第五节 中国面膜行业供需平衡分析

第六节 中国面膜行业发展趋势分析

第五章 中国面膜所属行业运行数据监测

第一节 中国面膜所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国面膜所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

### 三、负债分析

### 四、利润规模分析

### 五、产值分析

## 第三节 中国面膜所属行业财务指标分析

### 一、行业盈利能力分析

### 二、行业偿债能力分析

### 三、行业营运能力分析

### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2016-2018年中国面膜市场格局分析

### 第一节 中国面膜行业竞争现状分析

#### 一、中国面膜行业竞争情况分析

#### 二、中国面膜行业主要品牌分析

### 第二节 中国面膜行业集中度分析

#### 一、中国面膜行业市场集中度分析

#### 二、中国面膜行业企业集中度分析

### 第三节 中国面膜行业存在的问题

### 第四节 中国面膜行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国面膜行业竞争力分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2016-2018年中国面膜行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国面膜行业消费特点

### 第二节 中国面膜行业消费偏好分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 面膜行业成本分析

### 第四节 面膜行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国面膜行业价格现状分析

第六节 中国面膜行业平均价格走势预测

一、中国面膜行业价格影响因素

二、中国面膜行业平均价格走势预测

三、中国面膜行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国面膜行业区域市场现状分析

第一节 中国面膜行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地面膜市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区面膜市场规模分析

四、华东地区面膜市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区面膜市场规模分析

四、华中地区面膜市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区面膜市场规模分析

第九章 2016-2018年中国面膜行业竞争情况

第一节 中国面膜行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国面膜行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国面膜行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 面膜行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国面膜行业发展前景分析与预测

第一节 中国面膜行业未来发展前景分析

一、面膜行业国内投资环境分析

二、中国面膜行业市场机会分析

三、中国面膜行业投资增速预测

第二节 中国面膜行业未来发展趋势预测

第三节 中国面膜行业市场发展预测

一、中国面膜行业市场规模预测

二、中国面膜行业市场规模增速预测

三、中国面膜行业产值规模预测

四、中国面膜行业产值增速预测

五、中国面膜行业供需情况预测

第四节中国面膜行业盈利走势预测

一、中国面膜行业毛利润同比增速预测

二、中国面膜行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国面膜行业投资风险与营销分析

第一节 面膜行业投资风险分析

一、面膜行业政策风险分析

二、面膜行业技术风险分析

三、面膜行业竞争风险分析

四、面膜行业其他风险分析

第二节 面膜行业企业经营发展分析及建议

一、面膜行业经营模式

二、面膜行业销售模式

三、面膜行业创新方向

第三节 面膜行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国面膜行业发展策略及投资建议

第一节 中国面膜行业品牌战略分析

一、面膜企业品牌的重要性

二、面膜企业实施品牌战略的意义

三、面膜企业品牌的现状分析

四、面膜企业的品牌战略

五、面膜品牌战略管理的策略

第二节 中国面膜行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国面膜行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

## 第十四章 2018-2024年中国面膜行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国面膜行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国面膜行业定价策略分析

### 第三节 中国面膜行业营销渠道策略

- 一、面膜行业渠道选择策略
- 二、面膜行业营销策略

### 第四节 中国面膜行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国面膜行业重点投资区域分析
- 二、中国面膜行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/340255340255.html>