

2018年中国面膜行业分析报告- 市场运营态势与发展前景预测

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《2018年中国面膜行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/344150344150.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

面膜是美容保养品的一种载体，目前粉末调和、高岭土、无纺布、蚕丝面膜、天丝面膜、生物纤维面膜、不织布面膜材质的面膜使用十分广泛。超导膜面膜为最新一代创新的技术。面膜，是护肤品中的一个类别。其最基本也是最重要的目的是弥补卸妆与洗脸仍然不足的清洁工作，在此基础上配合其它精华成分实现其它的保养功能，例如补水保湿、美白、抗衰老、平衡油脂等等。

面膜是皮肤清洁、护理、营养面部的重要化妆品之一。它是一类以成膜材料、植物和有机溶剂等为基质，辅以营养成分和药物，涂敷于面部，在皮肤上形成一层膜或不成膜的覆盖物，从而达到护肤、美容目的的现代化化妆品。

其实面膜在我国很早就有，古老的面膜常以粘土或小麦粉以及其它的植物研成细粉后，加入水或其它溶剂调匀后直接涂于皮肤表面形成覆盖物，从而达到洁肤护肤美容目的，现代面膜多引入一些高分子有机化合物为成膜剂，加入适量的增塑剂，以提高成膜效果。

面膜使用方法简单，既节省护理时间，又可以轻松享受美容院式的护理，已成为美容市场越来越占据主动地位的品类。对于现代女性快节奏的生活模式来说，面膜更易于让她们所接受。随着社会的发展，环境污染越来越严重，皮肤衰老问题更快，面膜的使用频率将越高，这股时尚美容趋势必将造就一个前景广阔的新美容产业。

由于城镇居民基数扩大且居民生活水平的提高，仪容整洁习惯亦逐步改变，消费者愈加注重个人外表，消费力度加大，令中国化妆品行业销售额近年显著增长。2017年我国化妆品行业市场规模为3592亿元，近几年的年均复合增长率达到7.7%，到2020年国内化妆品行业市场规模预计达4112亿元。

线上面膜市场以贴片式面膜为主，其份额年均保持在七成左右，消费者对面膜功效的需求集中于补水保湿。在品牌重新布局、美妆用户消费升级的背景下，贴片式面膜凭借使用方便的特性受到消费者的普遍欢迎，线上市场占比在七成左右。当下消费者对面膜功效的需求仍然主要集中于补水保湿，份额超过半数，未来消费者对化妆品的诉求将越来越细分且多元，除了传统的保湿美白，消费者期待更具针对性功能的面膜，解决其特定的肌肤问题，如细致毛孔、晒后修复等。

近几年以来，面膜类产品在国内护肤品细分市场上是发展的如火如荼，绝大部分的品牌都拥有面膜类产品，并且市场上也渐渐出现很多如美即这样专注于面膜这一细分市场的化妆品品牌。目前，中国面膜市场上的著名品牌主要有美即、玉兰油、佰草集、相宜本草等。据有关机构统计，在面膜销售前十位品牌中，玉兰油的市场综合占有率为第一，为6.35%;美即第二，为6.14%;欧莱雅第三，为5.4%。前十大面膜品牌市场份额合计占到49%。

十大面膜品牌市场占有率(%)

资料来源：观研天下数据中心整理

观研天下发布的《2018年中国面膜行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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管数据库。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。

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2016-2017年全球面膜市场发展形势分析

第一节2016-2017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、2016-2017年全球顶级品牌护肤品皮肤亮白策略

五、2016-2017年国际十大护肤品集团旗下品牌盘点

六、2016-2017年全球护肤品消费格局预测

七、2016-2017年全球化妆品市场趋势分析

第二节2016-2017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

四、世界面膜价格的影响因素

第三节2016-2017年主要国家地区面膜市场分析

一、2016-2017年美国面膜市场情况分析

二、2016-2017年英国面膜市场情况分析

三、2016-2017年韩国面膜市场情况分析

四、2016-2017年意大利面膜市场情况分析

五、2016-2017年法国面膜市场情况分析

六、2016-2017年日本面膜市场情况分析

第三章2016-2017年中国面膜行业投资环境分析

第一节2016-2017年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节2016-2017年中国面膜社会发展环境分析

第三节2016-2017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、2015-2017年1日起施行《化妆品标识管理规定》

三、2016-2017年化妆品成分必须全部标识

四、化妆品卫生标准“十三五”规划

第四章2016-2017年中国面膜行业运行态势分析

第一节化妆品、护肤品、面膜市场营销情况

一、2014年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额

二、2016-2017年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额

三、2016-2017年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额

四、2018-2024年化妆品、护肤品、面膜市场销售预测

第二节2016-2017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、2016-2017年夏季面膜市场发展形势

第三节2016-2017年面膜市场新的看点

一、剪裁

二、质地

三、手法

四、亮点

第四节2016-2017年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2016-2017年中国面膜消费市场深度调查分析

第一节2016-2017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2016-2017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2016-2017年面膜市场不同功能面膜市场需求

一、2016-2017年男性面膜市场不同功能面膜市场需求调查

二、2016-2017年女性面膜市场不同功能面膜市场需求调查

第四节2016-2017年面膜市场主要品牌及价格

一、2016-2017年市场美白面膜主要品牌及价格

二、2016-2017年市场保湿面膜主要产品及价格

第五节2016-2017年北京7大商场美白面膜销量

一、双安商场、中友百货

二、当代商城

三、SOGO

四、翠微百货、新世界商场

五、赛特购物中心

第六节2016-2017年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

第七节2016-2017年八款优质品牌面膜之“最”盘点

一、最迷人香气

二、最高精华含量

三、最优抗氧化效果

四、最贴合面型

五、最多矿物元素

六、最新鲜保养原液

七、最佳分区保养

八、最周到呵护

第六章2016-2017年中国化妆品行业市场走势分析

第一节2016-2017年中国化妆品市场特点

一、当今化妆品市场新特点

二、2010年中国化妆品行业市场特点

三、2011化妆品市场特征及渠道盘点

第二节2016-2017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、2015-2017年化妆品网络销售额情况

第三节2016-2017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2016-2017年化妆品行业发展分析

- 一、2016-2017年化妆品行业增速分析
- 二、2016-2017年化妆品农村市场潜力
- 三、2016-2017年中低端化妆品增长预期
- 四、2016-2017年高档化妆品征收消费税
- 五、2016-2017年化妆品行业结构化调整形势

第七章2016-2017年中国护肤品行业运行态势分析

第一节2016-2017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、2016-2017年护肤品市场热点分析

第二节2016-2017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2016-2017年中国护肤品市场品牌分析

- 一、2016-2017年中国十大护肤品品牌情况
- 二、2016-2017年护肤化妆品品牌比较分析
- 三、2016-2017年护肤品市场品牌突围分析

第四节2016-2017年护肤品企业积极调整战略部署

- 一、2016-2017年护肤品市场增长分析
- 二、2016-2017年中高端品牌战略部署
- 三、2016-2017年三、四线品牌的战略

第八章2015-2017年中国化妆品制造行业主要数据监测分析

第一节 2015-2017年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2016-2017年中国化妆品制造行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、销售收入结构分析

第三节2015-2017年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

三、出口交货值分析

第四节2015-2017年中国化妆品制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节2015-2017年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2015-2017年中国精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品进出口贸易分析

第一节2015-2017年中国精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品进出口数据监测

一、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品进口数据分析

二、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品出口数据分析

第二节2015-2017年精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品进出口国家及地区分析

一、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品进口来源国家及地区

二、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品出口国家及地区

第三节2015-2017年精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品进出口省市分析

一、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品主要进口省市分析

二、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品主要出口省市分析

第九章2016-2017年中国面膜行业发展销售预测分析

第一节2016-2017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2016-2017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2016-2017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

第十章2016-2017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、2016-2017年公司竞争优势

三、2016-2017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、2016-2017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、2016-2017年经营状况分析

第四节欧莱雅公司

一、公司概况

二、2016-2017年公司经营情况

三、2016-2017年公司应对金融危机的策略

四、公司成功经营的秘诀

第五节世界十大面膜厂商情况分析

第十一章2016-2017年国内面膜重点企业竞争竞争财务数据分析

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

三、企业成本费用指标

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

三、企业成本费用指标

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

三、企业成本费用指标

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

三、企业成本费用指标

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

三、企业成本费用指标

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

三、企业成本费用指标

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

三、企业成本费用指标

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

三、企业成本费用指标

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

三、企业成本费用指标

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

三、企业成本费用指标

第十二章2018-2024年中国化妆品行业发展趋势分析

第一节2018-2024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

三、2016-2017年化妆品的发展机遇分析

四、金融危机对化妆品行业的影响分析

第二节2018-2024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

四、国际环境对行业的影响

第三节2016-2017年化妆品市场十五大趋势解析

第十三章2018-2024年中国面膜行业发展趋势分析

第一节2018-2024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2018-2024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2018-2024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

第十四章2018-2024年中国面膜行业投资机会与风险分析

第一节2018-2024年中国面膜行业投资环境预测分析

第二节2018-2024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

第三节2018-2024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

第十五章2018-2024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2018-2024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2018-2024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2018-2024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2018-2024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

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/344150344150.html>