

2019年中国面膜行业分析报告- 市场供需现状与发展动向研究

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《2019年中国面膜行业分析报告-市场供需现状与发展动向研究》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/429307429307.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

新加坡《联合早报》报道，世界首个“人工皮肤”面膜产品问世，这种高科技保湿面膜由直径只有千分之一毫米的纤维制成，通过专用仪器喷涂在皮肤后使用，能长时间附在人体肌肤表面，从而起到保湿作用。由于纤维结构具有良好的透气性，即使整夜敷脸也不会影响皮肤正常呼吸。然而，这款高科技面膜价格不菲，每罐售价高达5万日元(约合3239元)。该产品还有望达到为伤口保湿促进愈合和遮盖疤痕的功能，因此在医学领域存在开发潜力。若成功开发医疗领域，有望达到千亿日元的市场规模。

作为护肤品中的重要细分产品，面膜在我国已有近20年的发展时间。随着民众越来越注重在“面子”的消费，我国面膜行业市场规模得以不断扩大。2018年我国面膜市场规模为251.1亿元，同比增长21%。基于我国庞大的人口基数，以及面膜尚待被挖掘的空间，我国面膜行业市场规模将持续增长，到2020年市场规模达315.8亿元。

2012-2020年我国面膜行业市场规模及预测

数据来源：商务委

面膜便捷的使用性兼有效性，加上价格的多方选择性，获得广大女性消费者的喜爱。基于我国的消费国情，我国面膜的价格较为平民化。从目前市场上面膜产品的整体定价来看，单片面膜的价格大多在20元以下，占比达73.5%。

单片面膜固定价格区间

数据来源：商务委（TC）

【报告大纲】

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、面膜按性状分类

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 全球面膜市场发展形势分析

第一节 国际护肤品市场发展分析

一、护肤品市场概述

二、护肤品市场规模

三、护肤品市场格局

四、有机护肤品市场

五、护肤品市场趋势

第二节 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、面膜市场规模

四、面膜市场格局

五、面膜排行情况

第三节 主要国家地区面膜市场分析

一、美国面膜市场情况分析

二、韩国面膜市场情况分析

三、日本面膜市场情况分析

四、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

第一节 行业政策环境分析

一、行业管理体制分析

（一）行业监管机构

（二）行业管理特点

二、行业相关政策与管理规定

（一）行业相关政策

（二）《化妆品标识管理规定》

（三）化妆品全成分标识解读

三、行业相关标准

四、行业相关发展规划

（一）行业规模规划

（二）行业企业规划

（三）行业品牌规划

（四）行业产品规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

（一）国际宏观经济形势分析

（二）国内宏观经济形势分析

（三）产业宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

（一）经济对行业的影响

（二）货币政策对行业的影响

（三）区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析

一、面膜行业社会环境

（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

二、社会环境对行业的影响

三、面膜行业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析

一、面膜行业专利技术总体态势

二、面膜行业专利技术申请人结构

三、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

第一节 中国面膜行业特点分析

一、面膜行业总体发展特点分析

二、面膜行业消费特点分析

三、面膜行业产品价格特点分析

第二节 中国面膜行业市场现状分析

一、中国面膜行业市场规模分析

二、2021-2026年中国面膜行业市场规模预测

第三节 面膜市场新的看点

一、剪裁

二、质地

三、功效

第四节 四大主流面膜的功效剖析

一、保湿补水面膜

二、美白面膜

三、紧致/抗衰老面膜

四、专效面膜

第五章 中国面膜消费市场深度调查分析

第一节 面膜需求影响因素

第二节 国内外面膜品牌汇总

一、国外面膜品牌

二、中国面膜品牌

第三节 中国面膜品牌排行

一、中国十大面膜品牌排行

二、中国十大畅销面膜产品

第四节 面膜市场需求调查

一、区域需求情况

二、功效需求情况

三、价格需求情况

四、市场渗透率情况

五、市场提及率情况

第五节 面膜市场发展趋势调查

第六章 中国化妆品行业市场走势分析

第一节 中国化妆品市场特点

一、当今化妆品市场新特点

二、中国化妆品行业市场特点

三、化妆品市场特征及渠道盘点

第二节 中国化妆品市场规模分析

一、中国化妆品行业增长率

二、中国化妆品销售额

三、化妆品网络销售额情况

第三节 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 化妆品行业发展分析

一、化妆品行业增速分析

二、化妆品农村市场潜力

三、中低端化妆品市场分析

四、高档化妆品征收消费税

五、化妆品行业结构化调整形势

第七章 中国护肤品行业运行态势分析

第一节 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、护肤品市场热点分析

第二节 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、护肤品企业发展态势

三、高档护肤品发展情况分析

四、护肤品的发展趋势

第三节 中国护肤品市场品牌分析

一、中国十大护肤品品牌情况

二、护肤化妆品品牌比较分析

三、护肤品市场品牌突围分析

第四节 护肤品企业积极调整战略部署

一、护肤品市场增长分析

二、中高端品牌战略部署

三、三、四线品牌的战略

第八章 中国化妆品制造行业主要数据监测分析

第一节 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 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 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、进出口分析

第四节 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 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 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 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，化妆盥洗品进出口总体状况

二、精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品进口数据分析

（一）精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品进口总体情况

（二）精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品进口变化情况

三、精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品出口数据分析

（一）精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品出口总体情况

（二）精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品出口变化情况

第二节 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

（一）进口金额分析

（二）进口数量分析

二、精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品出口国家及地区

（一）出口金额分析

（二）出口数量分析

第三节 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

（一）进口金额分析

（二）进口数量分析

二、精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品主要出口省市分析

（一）出口金额分析

（二）出口数量分析

第十章 中国面膜行业市场竞争格局分析

第一节 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、供应商的议价能力

五、购买者的议价能力

第二节 中国面膜市场竞争因素分析

一、产品价格竞争

二、品牌竞争分析

三、生产工艺分析

四、产品概念

第三节 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、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 国外面膜行业重点企业经营情况分析

第一节 联合利华

- 一、集团发展概况
- 二、总体经营情况
- 三、品牌经营状况
- 四、销售区域分布
- 五、企业经营战略
- 六、企业在华竞争

第二节 P&G（宝洁）

- 一、集团发展概况
- 二、总体经营情况
- 三、品牌经营状况
- 四、销售区域分布
- 五、企业经营战略
- 六、企业在华竞争

第三节 雅芳公司

- 一、集团发展概况
- 二、产品定位情况
- 三、渠道策略分析
- 四、雅芳直销模式分析

第四节 欧莱雅公司

- 一、集团发展概况
- 二、总体经营情况
- 三、品牌经营状况
- 四、销售区域分布
- 五、企业在华竞争

第五节 强生公司

- 一、集团发展概况
- 二、总体经营情况

三、品牌经营状况

四、企业在华竞争

第六节 其他面膜重点企业

一、法国LVMH

二、法国香奈儿

三、雅诗兰黛

四、日本资生堂

五、韩国爱茉莉

六、美国玫琳凯公司

七、拜尔斯道夫

八、露华浓

第十二章 中国面膜行业重点企业经营情况分析

第一节 美即控股国际有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

（一）主要经济指标分析

（二）企业盈利能力分析

（三）企业运营能力分析

（四）企业偿债能力分析

（五）企业发展能力分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营优劣势分析

六、企业成功原因分析

七、企业最新发展动向

第二节 上海家化联合股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

（一）主要经济指标分析

（二）企业盈利能力分析

（三）企业运营能力分析

（四）企业偿债能力分析

（五）企业发展能力分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营优劣势分析

六、企业最新发展动向

第三节 上海相宜本草化妆品股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业研发能力分析

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营优劣势分析

七、公司最新发展动向分析

第四节 上海自然美化妆品有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营优劣势分析

第五节 统一（上海）保健品商贸有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营优劣势分析

第六节 湖南御泥坊生物科技有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营优劣势分析

第七节 贝佳斯（北京）化妆品有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

三、企业销售渠道与网络

五、企业经营优劣势分析

第八节 广州西婷美容保健有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

三、企业销售渠道与网络

五、企业经营优劣势分析

第十三章 中国化妆品行业发展趋势分析

第一节 中国化妆品行业前景分析

一、中国化妆品行业发展机遇分析

二、中国化妆品行业面临挑战分析

三、中国化妆品的发展前景分析

第二节 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

第十四章 中国面膜行业发展趋势分析

第一节 中国面膜产品趋势分析

一、面膜产品种类趋势

二、面膜材质趋势

三、面膜功效趋势

四、面膜产品市场划分趋势

五、面膜产品市场价格趋势

第二节 中国面膜行业技术趋势分析

一、行业产品功效技术趋势

二、行业材质技术趋势

三、产品设计技术趋势

第三节 中国面膜营销渠道趋势分析

一、网络营销渠道呈现燎原趋势

二、微电商成为面膜营销新战场

三、连锁专营店异军突起，渐成主流终端

第十五章 2021-2026年中国面膜行业投资机会与风险分析

第一节 2021-2026年中国面膜行业投资机会分析

一、面膜行业投资潜力分析

二、面膜行业投资吸引力分析

第二节 2021-2026年中国面膜行业投资风险分析

一、技术风险

二、政策风险

三、竞争风险

四、其他风险

第三节 中国面膜行业投资壁垒分析

一、市场准入壁垒

二、技术壁垒

三、品牌壁垒

四、人才壁垒

五、市场渠道壁

六、资金壁垒

第四节 2021-2026年中国面膜行业投资环境预测

第十六章 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、中小型化妆品公司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 中国护肤品行业品牌营销战略案例分析

一、上海家化品牌营销战略分析

二、国际知名面膜品牌西南销售计划

第三节 中国护肤品营销策略分析

一、护肤品产品营销策略分析

二、护肤品广告营销策略分析

三、护肤品目标客户营销

第四节 中国面膜市场企业营销策略分析

一、美即面膜营销策略分析

二、京润珍珠面膜营销策略分析

三、其他面膜营销策略

第五节 中国面膜企业经营策略建议

一、坚守核心主业

二、构建优质渠道

三、充分挖掘细分市场

四、调整市场策略

图表目录

图表 1：面膜按性状分类

图表 2：全球化妆品细分产品占比（单位：%）

图表 3：全球化妆品市场各区域占比（单位：%）

图表 4：2020年全球男性护肤品市场格局（单位：%）

图表 5：2017-2020年有机个人护理产品市场增长速度预测（单位：%）

图表 6：2017-2020年全球面膜市场规模（单位：亿美元）

图表 7：2020年全球面膜市场格局（单位：%）

图表 8：2020年全球最畅销面膜排行榜

图表 9：2017-2020年美国面膜市场规模（单位：亿美元）

图表 10：九大美国面膜品牌

图表 11：2017-2020年韩国面膜市场规模变化（单位：亿美元）

图表 12：日本护肤品市场消费结构（单位：%）

图表 13：2017-2020年日本面膜市场规模（单位：亿美元）

图表 14：2017-2020年日本面膜产量变化（单位：吨）

图表 15：2017-2020年日本面膜销量变化（单位：千个）

图表 16：2017-2020年欧洲面膜市场规模（单位：亿美元）

图表 17：十大法国面膜品牌

图表 18：我国化妆品的监管部门职责简介

图表 19：近年来国内化妆品行业相关政策列表

图表 20：《化妆品标识管理规定》的标识内容

图表 21：《化妆品标识管理规定》的标识形式

图表 22：化妆品成分简介

图表 23：面膜的感官、理化、卫生指标标准

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。《2021年中国面膜行业分析报告-市场供需现状与发展动向研究》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。

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/429307429307.html>