



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国面膜产业发展 现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国面膜产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/282404.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

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、及蚕丝面膜、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。

中国面膜产业发展正处于快速增长期。近年来面膜市场异军突起，不断有新的竞争者加入，但竞争格局远没有护肤膏霜和清洁皮肤产品激烈，目前来看，市场尚没有垄断面膜的领导者。由于目前面膜市场尚没有出现垄断型、标杆性的品牌领导者，未来中国面膜市场将有更大的发展空间。

2013年国内面膜零售市场规模在94亿元左右，2014年市场规模在118亿元左右。中国面膜销售规模及同比增长分析

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。

报告目录：

第一章 面膜行业发展基本概述 24

第一节 面膜相关知识 24

一、面膜简介 24

二、面膜原理 24

三、面膜优点 25

四、面膜材质 26

第二节 面膜按材质分类概述 27

一、泥膏型面膜 27

二、撕剥型面膜 27

三、冻胶型面膜 27

四、乳霜型面膜 28

五、绵布式保养面膜 28

第二章 2016年全球面膜市场发展形势分析 29

第一节2016年国际护肤品市场发展分析	29
一、国际护肤品市场概述	29
二、全球天然护肤品需求量分析	29
三、金融风暴下护肤品需求分析	30
四、2016年全球顶级品牌护肤品皮肤亮白策略	31
五、2016年国际十大护肤品集团旗下品牌盘点	35
六、2016年全球护肤品消费格局预测	38
七、2016年全球化妆品市场趋势分析	40
第二节2016年国际面膜市场发展分析	42
一、面膜发展历史	42
二、面膜发展阶段	43
三、世界面膜生产工艺分析	44
四、世界面膜价格的影响因素	45
第三节2016年主要国家地区面膜市场分析	45
一、2016年美国面膜市场情况分析	45
二、2016年英国面膜市场情况分析	46
三、2016年韩国面膜市场情况分析	46
四、2016年意大利面膜市场情况分析	47
五、2016年法国面膜市场情况分析	48
六、2016年日本面膜市场情况分析	49
第三章2016年中国面膜行业投资环境分析	51
第一节 2016年中国宏观经济环境分析	51
一、中国GDP分析	51
二、消费价格指数分析	52
三、城乡居民收入分析	58
四、社会消费品零售总额	58
五、全社会固定资产投资分析	63
六、进出口总额及增长率分析	68
第二节2016年中国面膜社会发展环境分析	69
第三节2016年中国面膜产业政策环境分析	74
一、中国化妆品的管理与监督的特点	74

- 二、2014年9月1日起施行《化妆品标识管理规定》 74
- 三、2016年化妆品成分必须全部标识 75
- 四、化妆品卫生标准"十三五"规划 76

第四章2016年中国面膜行业运行态势分析 83

第一节 化妆品、护肤品、面膜市场销售情况 83

- 一、2016年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额 83
- 二、2016年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额 83
- 三、2016年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额 83
- 四、2014-2016年化妆品、护肤品、面膜市场销售预测 84

第二节2016年中国面膜行业发展概述 84

- 一、面膜新概念 84
- 二、面膜市场现状分析 84
- 三、面膜价格影响因素 85
- 四、面膜销售额及增长情况 86
- 五、2016年夏季面膜市场发展形势 87

第三节 2016年面膜市场新的看点 88

- 一、剪裁 88
- 二、质地 88
- 三、手法 89
- 四、亮点 89

第四节 2016年四大主流面膜的功效剖析 90

- 一、保湿面膜 90
- 二、美白面膜 91
- 三、紧致/抗衰老面膜 91
- 四、各类专效面膜 92

第五章2016年中国面膜消费市场深度调查分析 93

第一节2016年国内外面膜品牌汇总 93

- 一、欧美面膜品牌 93
- 二、中国面膜品牌 94

第二节 2016年中国面膜品牌排行 94

一、面膜品牌排行	94
二、眼膜品牌排行	95
三、十大受欢迎护肤面膜	96
第三节2016年面膜市场不同功能面膜市场需求	98
一、2016年男性面膜市场不同功能面膜市场需求调查	98
二、2016年女性面膜市场不同功能面膜市场需求调查	99
第四节2016年面膜市场主要品牌及价格	99
一、2016年市场美白面膜主要品牌及价格	99
二、2016年市场保湿面膜主要产品及价格	101
第五节 2016年9月北京7大商场美白面膜销量	102
一、双安商场、中友百货	102
二、当代商城	102
三、SOGO	103
四、翠微百货、新世界商场	103
五、赛特购物中心	103
第六节2016年台湾美白面膜市场消费行为及竞争策略	104
一、调研背景	104
二、各名牌美白面膜市场简介	104
三、消费者行为研究调查统计	106
四、美白面膜市场消费行为及竞争策略分析	112
五、研究结论	113
第七节2016年八款优质品牌面膜之"最"盘点	113
一、最迷人香气	113
二、最高精华含量	114
三、最优抗氧化效果	114
四、最贴合面型	114
五、最多矿物元素	114
六、最新鲜保养原液	115
七、最佳分区保养	115
八、最周到呵护	115
第六章2016年中国化妆品行业市场走势分析	116

第一节2016年中国化妆品市场特点	116
一、当今化妆品市场新特点	116
二、2016年中国化妆品行业市场特点	119
2015年我国化妆品市场构成情况	
三、2014化妆品市场特征及渠道盘点	120
第二节2016年中国化妆品市场规模分析	123
一、中国化妆品行业增长率	123
二、最近三年中国化妆品销售额	123
三、2016年化妆品网络销售额情况	123
第三节2016年中国化妆品行业发展现状分析	124
一、化妆品行业品牌发展现状	124
二、化妆品行业消费市场现状	124
三、化妆品市场消费层次分析	126
四、中国化妆品市场走向分析	126
第四节2016年化妆品行业发展分析	127
一、2016年化妆品行业增速分析	127
二、2016年化妆品农村市场潜力	128
三、2016年中低端化妆品增长预期	128
四、2016年高档化妆品征收消费税	130
五、2016年化妆品行业结构化调整形势	131
第七章2016年中国护肤品行业运行态势分析	133
第一节2016年护肤品市场现状分析	133
一、国内护肤品市场状况分析	133
二、护肤品市场销售情况分析	136
三、2014年护肤品市场热点分析	137
第二节2016年中国护肤品市场的发展态势	142
一、护肤品品牌市场发展态势	142
二、专业护肤品企业发展态势	142
三、高档护肤品发展情况分析	143
第三节2016年中国护肤品市场品牌分析	144
一、2016年中国十大护肤品品牌情况	144

二、2016年护肤化妆品品牌比较分析 145

三、2016年护肤品市场品牌突围分析 146

第四节 2016年护肤品企业积极调整战略部署 147

一、2016年护肤品市场增长分析 147

二、2016年中高端品牌战略部署 148

三、2016年三、四线品牌的战略 152

第八章2012-2016年中国化妆品制造行业主要数据监测分析 158

第一节 2012-2016年中国化妆品制造行业规模分析 158

一、企业数量增长分析 158

二、从业人数增长分析 158

三、资产规模增长分析 159

第二节2016年中国化妆品制造行业结构分析 160

一、企业数量结构分析 160

二、销售收入结构分析 161

第三节2012-2016年中国化妆品制造行业产值分析 162

一、产成品增长分析 162

二、工业销售产值分析 163

三、出口货值分析 164

第四节2012-2016年中国化妆品制造行业成本费用分析 164

一、销售成本统计 164

二、费用统计 165

第五节2012-2016年中国化妆品制造行业盈利能力分析 166

一、主要盈利指标分析 166

二、主要盈利能力指标分析 166

第九章 2001-2016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 168

第一节 2001-2016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 168

一、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品进口数据分析 168

二、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品出口数据分析 168

第二节 2012-2016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 169

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 169

二、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品出口国家及地区	169
第三节2012-2016年精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品进出口省市分析	170
一、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品主要进口省市分析	170
二、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品主要出口省市分析	171
第十章2016年中国面膜行业市场竞争格局分析	172
第一节2016年中国面膜行业竞争结构分析	172
一、行业内现有企业的竞争	172
二、新进入者的威胁	173
三、替代品的威胁	173
四、供应商的讨价还价能力	174
五、购买者的讨价还价能力	175
第二节2016年中国面膜市场竞争现状分析	175
一、产品价格竞争	175
二、品牌竞争分析	176
三、生产工艺分析	177
四、药企进军面膜市场	179
第三节2016年国内护肤品生产企业提高竞争力的途径	180
一、进行准确的市场定位	180
二、提高产品质量及加强品牌塑造	180
三、运用多种营销手段形成独到的营销策略	180
四、加强终端服务建设	181
五、开发男性护肤品市场	181
第十一章2016年国外面膜重点企业竞争里分析	183
第一节 联合利华	183
一、公司概况	183
二、2016年公司竞争优势	183
三、2016年公司的销售策略	184
第二节 P&G (宝洁)	184
一、公司概况	184
二、公司品牌战略	185

三、2016年经营状况分析 186

第三节 雅芳公司 187

一、雅芳在中国 187

二、公司直销转型分析 189

三、2016年经营状况分析 190

第四节 欧莱雅公司 192

一、公司概况 192

二、2016年公司经营情况 193

三、2016年公司应对金融危机的策略 193

四、公司成功经营的秘诀 194

第五节 世界十大面膜厂商情况分析 195

第十二章2016年国内面膜重点企业竞争财务数据分析 198

第一节 上海家化联合股份有限公司 198

一、企业基本概况 198

二、公司主要财务指标分析 199

三、企业成本费用指标 202

第二节 上海自然美化妆品有限公司 205

一、企业基本概况 205

二、公司主要财务指标分析 206

三、企业成本费用指标 209

第三节 北京大宝化妆品有限公司 212

一、企业基本概况 212

二、公司主要财务指标分析 213

三、企业成本费用指标 216

第四节 雅芳(中国)制造有限公司 219

一、企业基本概况 219

二、公司主要财务指标分析 220

三、企业成本费用指标 223

第五节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司 226

一、企业基本概况 226

二、公司主要财务指标分析 226

三、企业成本费用指标	229
第六节 资生堂丽源化妆品有限公司	232
一、企业基本情况	232
二、公司主要财务指标分析	233
三、企业成本费用指标	236
第七节 妮维雅(上海)有限公司	239
一、企业基本情况	239
二、公司主要财务指标分析	241
三、企业成本费用指标	244
第八节 联合利华(中国)有限公司	247
一、企业基本情况	247
二、公司主要财务指标分析	248
三、企业成本费用指标	251
第九节 江苏东洋之花化妆品有限公司	254
一、企业基本情况	254
二、公司主要财务指标分析	254
三、企业成本费用指标	258
第十节 中山市嘉丹婷日用品有限公司	261
一、企业基本情况	261
二、公司主要财务指标分析	261
三、企业成本费用指标	264
第十三章 2017-2022年中国化妆品行业发展趋势分析	268
第一节 2017-2022年中国化妆品行业前景与机遇分析	268
一、中国化妆品行业发展前景	268
二、中国化妆品发展机遇分析	269
三、2016年化妆品的发展机遇分析	270
四、金融危机对化妆品行业的影响分析	270
第二节 2017-2022年中国化妆品市场趋势分析	274
一、化妆品市场发展空间	274
二、化妆品技术革新趋势	274
三、化妆品价格走势分析	276

四、国际环境对行业的影响 278

第三节 2016年化妆品市场十五大趋势解析 279

第十四章 2017-2022年中国面膜行业发展趋势分析 285

第一节 2017-2022年中国面膜产品趋势分析 285

一、面膜产品种类齐全 285

二、面膜产品不断创新 286

三、面膜功效不断增强 287

四、面膜产品市场进一步细分 288

第二节 2017-2022年世界面膜行业发展趋势分析 289

一、真功效型 289

二、生产工艺领先 289

三、科学的配方 290

第三节 2017-2022年中国面膜营销策略趋势分析 290

一、网络营销 290

二、品牌营销 291

三、连锁营销 292

第十五章 2017-2022年中国面膜行业投资机会与风险分析 294

第一节 2017-2022年中国面膜行业投资环境预测分析 294

第二节 2017-2022年中国面膜行业投资机会分析 294

一、面膜投资潜力分析 294

二、面膜投资吸引力分析 295

第三节 2017-2022年中国面膜行业风险分析 295

一、技术风险 295

二、政策风险 295

三、竞争风险 297

四、其他风险 298

第十六章 2017-2022年中国面膜行业投资战略研究 299 (AK WZY)

第一节 中小型化妆品公司护肤品的对策分析 299

一、护肤品的产品定位及市场定位 299

二、中小型化妆品公司护肤品的操作手法探析	299
第二节2017-2022年中国护肤品行业品牌营销战略案例分析	302
一、上海家化化妆品品牌的振兴之路	302
二、国际知名面膜品牌西南销售计划	307
第三节2017-2022年中国护肤品营销策略分析	309
一、护肤品广告心理策略	309
二、护肤品广告市场分析	312
三、护肤品包装色彩营销	312
第四节2017-2022年中国面膜市场营销策略分析	314
一、把面膜当保健品	314
二、为产品找好嫁衣	314
三、避实就虚取市场	315
四、广告软文炒概念	315
五、超市商场创佳绩	316
第五节2017-2022年中国面膜企业发展策略	316
一、坚守核心主业	316
二、构建优质渠道	317
三、整合优质资源	317
四、提升经营能力	318
五、明确品牌形象	319
六、调整市场策略	319

部分图表目录：

图表 1 2016年全球化妆品市场所占比例	40
图表 2 2016年3季度国内生产总值初步核算数据	51
图表 3 2014-2016年3季度GDP环比增长速度	51
图表 4 2016年1-9月居民消费价格指数CPI	52
图表 5 2016年1-9月工业品出厂价格指数(PPI)	52
图表 6 2014-2016年全国居民消费价格涨跌幅	53
图表 7 2016年9月份居民消费价格分类别同比涨跌幅	55
图表 8 2016年9月份居民消费价格分类别环比涨跌幅	56
图表 9 2016年9月居民消费价格主要数据	56

图表 10 2012-2016年社会消费品零售总额 59

图表 11 2012年-2016年9月社会消费品零售额增长率 60

图表 12 2014-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速 64

图表 13 2014-2016年分地区投资相邻两月累计同比增速 65

图表 14 2014-2016年固定资产投资到位资金同比增速 66

图表 15 2016年1-9月份固定资产投资（不含农户）主要数据 66

图表 16 2016年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额 83

图表 17 2016年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额 83

图表 18 2016年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额 83

图表 19 2017-2022年化妆品、护肤品、面膜市场销售预测 84

图表 20 2016年1-9月我国面膜产品市场不同因素的价格影响力对比 86

图表 21 2016年中国面膜品牌排行 94

图表 22 2016年中国面膜品牌排行 95

图表 23 2016年男性面膜市场不同功能面膜市场需求调查 98

图表 24 2016年女性面膜市场不同功能面膜市场需求调查 99

图表 25 消费者之性别 107

图表 26 消费者之年龄 107

图表 27 消费者婚姻状态 107

图表 28 消费者职业 108

图表 29 可支配收入 / 月 108

图表 30 平常是否使用美白面膜 108

图表 31 喜欢的美白面膜品牌 109

图表 32 使用该面膜的原因 109

图表 33 是否使用固定品牌 109

图表 34 一个月平均花费多少钱在美白面膜上 110

图表 35 喜欢何种美白面膜包装 110

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282404.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。