



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2012年中国面膜行业市场 深度调研及发展趋势市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008-2012年中国面膜行业市场深度调研及发展趋势市场分析及发展趋势研究报告》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重要参考的重要依据。

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/44785.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

近几年，护肤品的品种越来越多，含中药成分的护肤品将异军突起，面贴膜、眼贴膜以添加20多种名贵中草药成分吸引了众人的眼光，迅速占领了市场。护肤用品仍是主流产品，防皱、美白、抗衰老等化妆品因其使用后的效果受到限制所以仍处于徘徊阶段。从2008年中国面膜市场来看，总体上女性面膜供需平衡，商家基本按季节等变化，相继推出不同的促销活动。由于经济危机影响，2008年高档化妆品需求下降，中低档商品保持较好销售情况。总体来看，供应略大于市场需求。男性面膜的发展受制于男性美容市场的发展，目前我国男性美容品市场还未发展成熟，男性对于面膜的认知度还很低。目前中国市场上的男士面膜基本为一些大的国际品牌推出的产品，价格较为昂贵，因此消费群也较多集中在具有一定经济实力的年轻消费者，且多为影视、艺术类从业人员。从市场供需上来看，存在产品结构矛盾，一方面我国男士面膜市场需求将孕育发展起来，但是目前尚未有国产公认度好的男士面膜。

女性面膜

女性面膜市场中美白、保湿，淡斑、抗皱、字样累的面膜比较有市场，需求潜力较大，近年随着电脑利用率的提高，女性在电脑前工作的时间越来越长，加入防辐射的护肤品越来越多，有防辐射功能的面膜逐渐走俏市场。男性面膜市场相较于女性功能需求较单一，由于男性大部分油脂分泌旺盛，容易长痘，所以保湿、祛痘累的产品被大多数男性消费者所钟爱。其他功能相较而言要低得多。

本报告详尽描述了中国面膜行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对面膜需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对面膜行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助面膜企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、中国化妆品行业协会等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。这是我中心经过市场调查和数据采集后，由专家小组历时一年时间精心制作而成。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，具有重要的参考价值！

【 目 录 】

第一章 面膜产品基本概述

第一节 面膜基本概念

第二节 面膜原理及特点

第三节 面膜发展历史

第四节 面膜产品的分类及功能

第二章 2007-2008年世界面膜行业市场运行现状分析

第一节 2007-2008年世界面膜行业市场运行概况

一、世界十大面膜厂商情况分析

二、世界面膜生产工艺分析

三、世界面膜价格走势分析

第二节 2007-2008年世界面膜主要国家运行情况分析

一、美国

二、英国

三、韩国

四、意大利

五、法国

六、日本

第三节 2008-2012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

第三章 2007-2008年重点合资企业面膜在华投资运营分析

第一节 联合利华

一、产品介绍

二、价格定位

三、市场营销模式

四、产品销售及竞争能力分析

第二节 P&G（宝洁）

- 一、产品介绍
- 二、价格定位
- 三、营销模式
- 四、产品销售及竞争能力分析

第三节 雅芳公司

- 一、产品介绍
- 二、价格定位
- 三、市场营销模式
- 四、产品销售及竞争能力分析

第四节 欧莱雅公司

- 一、产品介绍
- 二、价格定位
- 三、市场营销模式
- 四、产品销售及竞争能力分析

第四章 2007-2008年中国面膜行业运行环境分析

第一节 2007-2008年中国面膜经济环境分析

- 一、GDP分析
- 二、物价分析
- 三、进出口贸易分析

第二节 2007-2008年中国面膜行业政策环境分析

- 一、相关行业政策分析
- 二、相关行业政策影响
- 三、进出口政策分析

第三节 2007-2008年中国面膜行业社会环境分析

- 一、零售市场分析
- 二、居民消费水平分析

第五章 2007-2008年中国面膜的发展现状分析

第一节 2007-2008年中国面膜生产工艺现状分析

- 一、天然面膜配比

二、中药面膜配比

三、绿色面膜配比

四、祛斑美白面膜配比

五、水果面膜配比

第二节 2007-2008年中国面膜营销模式分析

一、网络营销模式

二、连锁营销模式

三、品牌营销模式

第三节 2007-2008年原材料按时、按量、按质供应情况分析

一、主要原材料种类及价格分析

二、主要原材料供应情况分析

第六章 2007-2008年中国各类面膜的供需平衡分析

第一节 2007-2008年中国各类面膜市场需求分析

一、深层洁净面膜

二、保湿面膜

三、美白面膜

四、排毒面膜

五、防晒面膜

第二节 2007-2008年中国各类面膜市场供应情况

一、深层洁面面膜

二、保湿面膜

三、美白面膜

四、排毒面膜

五、防晒面膜

第三节 2007-2008年中国面膜市场供需平衡

一、2007-2008年女性各类面膜市场供需平衡分析

二、2007-2008年男性各类面膜市场供需平衡分析

第七章 2007-2008年中国面膜市场消费者调查

第一节 不同性别消费者市场调查

一、女性面膜

二、男性面膜

第二节 不同年龄面膜消费者市场调查

一、青年消费者

二、中年消费者

三、老年消费者

第三节 不同地区消费者市场调查

一、北京

二、上海

三、广州

四、成都

第四节 不同收入水平消费者调查

第八章 2007-2008年中国面膜市场竞争格局

第一节 2007-2008年中国面膜市场占有率

第二节 2007-2008年中国面膜市场竞争现状

一、产品价格竞争

二、品牌竞争

三、生产工艺

第三节 2007-2008年中国各地区面膜竞争格局

一、上海

二、北京

三、广东

四、南京

第九章 2007-2008年中国面膜重点企业发展现状分析

第一节 上海家化

一、企业概况

二、企业收入及盈利指标

三、企业资产状况分析

四、企业收入分布情况

四、企业产品分析

第二节 自然美

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

五、企业产品情况

第三节 北京大宝

一、企业概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

五、企业产品情况

第四节 雅丽洁（广东）精细化工有限公司

一、产品分析

二、营销策略分析

三、盈利情况分析

四、产品竞争力分析

第十章 2008-2012年中国面膜行业发展前景预测分析

第一节 2008-2012年中国面膜的技术发展趋势分析

第二节 2008-2012年中国面膜的营销策略趋势分析

一、网络营销

二、品牌营销

三、连锁营销

第三节 2008-2012年中国面膜的产品趋势分析

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

第十一章 2008-2012年中国面膜行业投资及风险预测分析

第一节 2008-2012年中国面膜行业投资环境分析

第二节 2008-2012年中国面膜行业投资机会分析

一、成本-收益分析

二、机会分析

第三节 2008-2012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

图表目录部分

图表 1 2006-2007年联合利华（中国）有限公司销售收入情况

图表 2 2006-2007年联合利华（中国）有限公司盈利指标情况

图表 3 2006-2007年联合利华（中国）有限公司盈利能力情况

图表 4 2006-2007年联合利华（中国）有限公司资产运行指标状况

图表 5 2006-2007年联合利华（中国）有限公司资产负债能力指标分析

图表 6 2006-2007年联合利华（中国）有限公司成本费用构成情况

图表 7 2006-2007年广州宝洁有限公司销售收入情况

图表 8 2006-2007年广州宝洁有限公司盈利指标情况

图表 9 2006-2007年广州宝洁有限公司盈利能力情况

图表 10 2006-2007年广州宝洁有限公司资产运行指标状况

图表 11 2006-2007年广州宝洁有限公司资产负债能力指标分析

图表 12 2006-2007年广州宝洁有限公司成本费用构成情况

图表 13 2006-2007年雅芳（中国）有限公司销售收入情况

图表 14 2006-2007年雅芳（中国）有限公司盈利指标情况

图表 15 2006-2007年雅芳（中国）有限公司盈利能力情况

图表 16 2006-2007年雅芳（中国）有限公司资产运行指标状况

图表 17 2006-2007年雅芳（中国）有限公司资产负债能力指标分析

图表 18 2006-2007年雅芳（中国）有限公司成本费用构成情况

图表 19 2003-2008年第三季度我国GDP总量及增长趋势图 6

图表 20 2008年前三季度中国国内生产总值及增幅情况

图表 21 2008年前后宏观经济景气指数预警信号图

图表 22 2006-2008年10月我国CPI月度增长情况

图表 23 2008年1-9月我国各类商品CPI指数情况

图表 24 2008年1-9月中国各类别商品及原材料价格分析图

图表 25 2003-2008年第三季度我国货物出口额走势图

图表 26 2003-2008年第三季度我国货物进口总额走势图

图表 27 2008年1-9月我国出口各国贸易额增长对比图

图表 28 2008年国家“重大新药创制”科技重大专项实施进程

图表 29 2003-2008年上半年中国社会消费品零售总额变化情况

图表 30 2008年前三季度居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）

图表 31 2008年市场深层洁净面膜品牌及价格

图表 32 2008年市场保湿面膜主要产品及价格

图表 33 2008年市场美白面膜主要品牌及价格

图表 34 女性面膜市场不同功能面膜市场需求调查

图表 35 男性面膜市场不同功能面膜市场需求调查

图表 36 青年消费者面膜市场不同功能面膜市场需求调查

图表 37 中年消费者面膜市场不同功能面膜市场需求调查

图表 38 老年消费者面膜市场不同功能面膜市场需求调查

图表 39 北京地区面膜市场不同功能面膜市场需求调查

图表 40 上海地区面膜市场不同功能面膜市场需求调查

图表 41 广州地区面膜市场不同功能面膜市场需求调查

图表 42 成都地区面膜市场不同功能面膜市场需求调查

图表 43 不同收入的消费者对于面膜市场价格的接受程度调查

图表 44 2008年中国美白护肤类产品市场不同品牌份额情况

图表 45 2008年华北主要城市美白护肤品牌份额情况

图表 46 2008年东北主要城市美白护肤品牌份额情况

图表 47 2007年上海生产面膜的主要化妆品公司竞争格局分析 单位：千元

图表 48 2007年北京生产面膜的主要化妆品公司竞争格局分析 单位：千元

图表 49 2007年广东生产面膜的主要化妆品公司竞争格局分析 单位：千元

图表 50 2007年南京生产面膜的主要化妆品公司竞争格局分析 单位：千元

图表 51 2002-2008年上海家化联合股份有限公司主营业务收入状况

图表 52 2002-2008年上海家化联合股份有限公司净利润状况

图表 53 2002-2008年上海家化联合股份有限公司利润率状况

图表 54 2005-2008年上海家化联合股份有限公司资产状况

图表 55 2005-2008年上海家化联合股份有限公司资产负债率状况

图表 56 2002-2008年上海家化不同地区营业务收入状况

图表 57 2006-2007年上海自然美化妆品有限公司销售收入情况

图表 58 2006-2007年上海自然美化妆品有限公司盈利指标情况

图表 59 2006-2007年上海自然美化妆品有限公司盈利能力情况

图表 60 2006-2007年上海自然美化妆品有限公司资产运行指标状况

图表 61 2006-2007年上海自然美化妆品有限公司资产负债能力指标分析

图表 62 2006-2007年上海自然美化妆品有限公司成本费用构成情况

图表 63 2006-2007年北京大宝化妆品有限公司销售收入情况

图表 64 2006-2007年北京大宝化妆品有限公司盈利指标情况

图表 65 2006-2007年北京大宝化妆品有限公司盈利能力情况

图表 66 2006-2007年北京大宝化妆品有限公司资产运行指标状况

图表 67 2006-2007年北京大宝化妆品有限公司资产负债能力指标分析

图表 68 2006-2007年北京大宝化妆品有限公司成本费用构成情况

图表 69 北京大宝化妆品有限公司美容面膜

图表 70 北京大宝化妆品有限公司全国各地区专柜分布图

图表 71 2007-2008年度雅丽洁（广东）精细化工有限公司销售状况 单位：千元

图表 72 2007-2008年度雅丽洁（广东）精细化工有限公司利润状况 单位：千元

图表 73 2007-2008年度雅丽洁（广东）精细化工有限公司盈利指标状况 单位：%

图表 74 2007-2008年度雅丽洁（广东）精细化工有限公司资产结构状况 单位：千元

图表 75 2007-2008年度雅丽洁（广东）精细化工有限公司偿债指标状况 单位：%

图表 76 2007-2008年度雅丽洁（广东）精细化工有限公司成本费用状况 单位：千元

图表 77 2008年11月27日人民币利率调整表

图表 78 2003-2008年中国城镇居民可支配收入及其增长趋势

图表 79 2003-2008年中国农村人均收入及其增长趋势

图表 80 2006-2008年8月中国化妆品制造行业成本费用利润率变化走势

图表 81 略。。。。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44785.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提供专业投资咨询报告、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。