

# 2009-2012年中国面膜行业 投资策略分析及竞争战略研究咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2009-2012年中国面膜行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/104382792V.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2009-2012年中国面膜行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告 内容介绍：

面膜是一种敷在脸上的美容护肤品，有的敷后经过20-30分钟，便会形成一层紧绷在脸上的薄膜，所以称做面膜。但是，有的面膜干燥后不形成膜；不能整块地掀起来，只能用水把它洗掉，准确地说，这些面膜应该叫做敷面涂剂，但习惯上，因为操作和效果跟做面膜是一样的，也就笼统地归到一起叫面膜了。面膜的原理是采用厚厚一层不同作用和成分的敷料敷在脸上，阻隔肌肤与空气的接触。当这一层敷料紧紧地贴在肌肤上时，会因抑制皮脂的分泌与汗水的蒸发而使肌肤温度上升；肌肤温度上升之后，便会促进血液循环，使渗入肌肤的营养在细胞间更深更广地扩散开。肌肤表面那些无法蒸发的水分则会留存在表皮层，表皮层的水分饱满起来，肌肤看起来就会比较光滑紧绷，细纹也会变得浅淡；另外，温度和温热会使角质软化，毛细孔扩张；毛细孔一扩张，堆积在里面的污垢便可乘机排除，这也正是为什么面膜具备彻底清洁肌肤功能的原因。面膜是一个特殊的化妆品类。由于使用方便、安全不刺激肌肤，可频繁使用，面膜已成为护肤市场中越来越占据主动地位的品类。2001-2008年之间，面膜是护肤品各子类增速中最高中的一个，增速高达31%。2008年市场份额已超过13亿元，预计未来仍将快速发展，2012年有望达到30亿元。虽然近年来面膜市场异军突起，新的从业者加入，但竞争格局远没有护肤膏霜和洁肤类激烈，目前来看，面膜市场尚没有垄断型的领导者。

2008-2009年1季度，中国化妆品市场现状、中国面膜行业发展概述

### 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 世界面膜市场发展分析

## 第一节 国外护肤品市场趋势分析

### 第二节 国外面膜市场分析

一、2008年美国面膜市场调研市场情况分析

二、2008年英国面膜市场调研市场情况分析

三、2008年韩国面膜市场调研市场情况分析

四、2008年意大利面膜市场情况分析

五、2008年法国面膜市场调研市场情况分析

六、2008年日本面膜市场情况分析

七、2008年台湾面膜市场情况分析

### 第三章 中国面膜发展分析

#### 第五节 2009年化妆品行业发展分析

一、2009年化妆品行业增速分析

二、2009年化妆品农村市场潜力

三、2009年中低端化妆品增长预期

四、2009年高档化妆品征收消费税

五、2009年化妆品行业结构化调整形势

#### 第六节 2007-2010年化妆品进出口分析

一、2007年中国化妆品行业发展分析

#### 第一节 护肤品市场现状分析

一、国内护肤品行业竞争格局分析

#### 第一节 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 国内护肤品生产企业的SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

#### 第三节 2008年中国面膜行业发展趋势分析

## 第一节 中国化妆品发展机遇分析

### 三、2009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 2009-2012年中国化妆品行业的影响

## 第三节 2009年化妆品市场十五大趋势解析

### 一、美白

### 二、中草药护肤

### 三、抗污染

### 四、无添加护肤

### 五、绿色化妆品

### 六、香熏世界将大放异彩

### 七、美塑疗法

### 八、形象、色彩设计成热潮

### 九、产后修复术是热点

### 十、美容保健用品的风靡

### 十一、净颜祛斑大升级

### 十二、中医美容势不可挡

### 十三、面部修饰持续走俏

### 十四、概念美容

### 十五、男士关注美容化妆品项目

## 第十二章 面膜行业发展趋势分析

### 第一节 面膜市场发展前景

### 第二节 2009-2012年世界面膜行业投资环境分析

#### 第一节 经济发展环境分析

##### 一、2008年宏观经济发展情况分析

##### 二、2008-2009年居民消费价格分类指数分析

##### 三、2009年我国宏观经济运行分析

##### 四、2009-2010年中国经济增长分析预测

#### 第二节 社会发展环境分析

##### 一、2009年全国居民收入情况分析

##### 二、2009年全国社会消费品零售总额

##### 三、2009年全国百家重点大型零售企业销售情况

## 四、2009年全国居民消费价格分析

### 第三节 产业政策环境分析

- 一、我国化妆品的管理与监督的特点
- 二、2008年9月1日起施行《化妆品标识管理规定》
- 三、2010年化妆品成分必须全部标识
- 四、化妆品卫生标准“十一五”规划

## 第十四章 面膜行业投资机会与风险

### 第一节 2009-2012年中国面膜发展机遇分析

## 第十五章 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战略分析

### 第二节 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 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 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 2009-2012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

## 图表目录

图表：2006-2010年世界化妆品市场所占比例

图表：2006-2010年全球各类产品零售额增长情况

图表：2006年十大公司占据全球市场50%以上的市场份额

图表：2006-2008年面膜市场销售额增长情况

图表：2008-2010年面膜市场销售额预测

图表：面膜使用频率调查

图表：使用面膜种类调查

图表：面膜制作使用面膜方式

图表：影响消费者购买的因素

图表：2008年10大面膜品牌榜中榜/名牌面膜

图表：2008年知名（著名）面膜品牌

图表：2008年10大眼膜品牌榜中榜/名牌面膜

图表：2008年知名（著名）眼膜品牌

图表：男性面膜市场不同功能面膜市场需求调查

图表：女性面膜市场不同功能面膜市场需求调查

图表：2008年市场美白面膜主要品牌及价格

图表：2008年市场保湿面膜主要产品及价格

图表：2008年市场深层洁净面膜品牌及价格

图表：2007年世界化妆品市场主要国别份额对比

图表：欧莱雅中国历年业绩和增长率

图表：2007年消费者最关注的天然护肤/活性健康品牌

图表：2005-2008年化妆品市场销售额增长情况

图表：中国互联网用户化妆品品牌占有率

图表：中国互联网用户化妆品品牌占有率与预购度对比

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2006-2007年度中国美容品或化妆品及护肤品的进出口数据

图表：2007-2008年度中国美容品或化妆品及护肤品的进出口数据

图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年3季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年3季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年化妆品市场份额构成

图表：2005-2008年护肤品市场销售额情况



图表：2008年中国十大护肤品品牌

图表：消费者对不同国家的护肤化妆品的好感度分析

图表：美国消费者对护肤化妆品的好感度分析

图表：中国大陆消费者对护肤化妆品的好感度分析

图表：法国消费者对护肤化妆品的好感度分析

图表：日本消费者对护肤化妆品的好感度分析

图表：韩国消费者对护肤化妆品的好感度分析

图表：不同品牌化妆品形象比较分析

图表：行业市场竞争者地位结构

图表：2008年1-4季度上海家化联合股份有限公司主营构成

图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司每股指标

图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司获利能力

图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司经营能力

图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司偿债能力

图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司资本结构

图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司发展能力

图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司现金流量

图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司主营业务收入

图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司主营业务利润

图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司营业利润

图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司利润总额

图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司净利润

图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司财务和估值数据

图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司利润表

图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司资产负债表

图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司财务指标

图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司现金流量表

图表：自然美产品分类及市场定位

图表：2005-2009年中国化妆品发展情况

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析

图表：2008-2009年3月国房景气指数

图表：2008-2009年3月房地产开发投资指数

图表：2008-2009年2月国家货币供应量

图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资情况

图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资增长情况

图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率走势图

图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率情况

图表：2008-2009年2月社会消费品零售总额

图表：2008-2009年2月社会消费品零售增长率

图表：2008-2009年2月全国外商直接投资情况

图表：2008-2009年2月全国外商直接投资增长率

图表：2008-2009年3月全国GDP、CPI和PPI涨幅

图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数

图表：化妆品“十一五”制、修订标准项目

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/104382792V.html>