

# 2017-2022年中国有机面膜 行业全景调研及未来前景预测报告

## 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

《2017-2022年中国有机面膜行业全景调研及未来前景预测报告》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/4410439CP5.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

有机护肤品的两个级别：“有机”及“认证有机”。前者是护肤品的原材料经过专业机构认可其培育过程符合有机要求，世界主流且知名度较高的三大认证标准分别是：美国USDA农业部、欧盟ECOCERT、以及英国Soil Association。而后者则代表着目前有机产品的最高级别。它更需经过更专业严格的检测。

有机面膜品牌 排名 品牌 功效

- 1 法兰琳卡芦荟清透补水面贴膜 它强大的补水和控油能力。产品富含库拉索芦荟精华、玫瑰花水，改善皮肤干燥与粗糙现象，平衡肌肤水分，进一步促进营养吸收，使肌肤清透水润。对于缓解干燥、清洁毛孔紧致粗大的毛孔都有明显的效果，价格也很实惠~控油祛痘的不二之选，即使是天天敷也不会对皮肤有任何负担！
- 2 彼得罗清凉香蕉面膜 这是一款专门针对痘痘、粉刺的面膜哦，如果有严重的痘痘，用它敷一敷，可以消炎杀菌；毛孔大又有黑头的亲，敷一次效果也会比较显著；同时清除T区多余油脂，预防黑头粉刺滋生，还可以舒缓淡化暗疮痘印。特别适合混油及油性肌肤，易发痘痘或者正在长痘的肌肤，它特别添加了药物硫磺成分，能缓解痘痘的炎症。
- 3 茵芙纱ISPA黏土面膜 它不会像科颜氏亚马逊白泥面膜上脸那么干，算是一见钟情的清洁面膜了。它的膏体很润滑，在脸上延展性比较好，里面有细小的颗粒，按摩的时候就能够起到去角质的作用了，味道也比较清淡，不会刺鼻。
- 4 D.M.C竹炭清洁冻膜 一款祛痘去粉刺、黑头面膜，敷完以后一颗颗粉刺、黑头自动原形毕露。一周做一次就够了，夏天可以敷全脸，现在天气还好可以只敷在T区的位置；如果黑头比较顽固，最好敷25分钟以上，挂掉冻膜之后拿粉刺针压一压，黑头就出来啦。
- 5 DR.WU杏仁酸亮白焕肤面膜 这是台湾护肤教父的品牌，也是天王嫂昆凌的御用品牌哦~这款面膜真的非常的轻薄，敷上去感觉很舒服，而且换季的时候敏感肌也可以使用。此款面膜含有杏仁酸浓度为6%，杏仁酸对于痘痘、痘印等都有比较显著的效果，但是会有消费者反映有脱皮的现象。
- 6 Aesop伊索甘菊去瑕面膜 适合全年每个季节使用的甘菊去瑕面膜，能抑制和缩小轻微程度的粉刺。蕴含从洋甘菊萃取出来的活性成分，具有消炎的作用，即使是在非常干燥的冬季都可以使用。成分天然，敏感肌、痘痘肌什么的都可以放心的用，我个人是极力推荐这款面膜，对于祛痘的效果真的很好。
- 7 嘉娜宝肌美精绿茶精华祛痘面膜 喜欢日系的妹纸肯定知道这款宝贝，肌美精这一系列的面膜在明星、模特圈的流行度非常高。该品牌有很多款，每一款都很有针对性。这款绿茶的就是专门针对痘痘肌的，含有大量的维生素C和绿色保湿成分，不仅仅能够美白，保湿，还能控油从而抑制痘痘的生成
- 8 悦木之源泥娃娃活性炭面膜 长痘痘主要是毛孔不干净，油水不平衡，而泥娃娃主打深层洁净毛孔功效，活性炭成分能够有效清洁毛孔中的脏污，清理毛孔中的阻塞物。并且气味清新，内含丰富的活性炭，如同一块吸铁石，能吸收毛孔内的污垢，油脂，深层洁净

。把沉积在里面的废物统统吸出来，做完之后黑头白头全部byebye咯~ 9 lush薄荷面膜 作为lush家的当家产品，销量稳居lush家前三名!味道清新，薄荷味很浓，使用感觉很舒爽。打开就能闻到冰霜的薄荷味，放在冰箱里冰了之后拿出来用那感觉，真是爽的不要不要的~泥很有颗粒感，比较难推。。带点磨砂作用，所以小编建议一周一次就可以了。敷一会儿脸就很滑很嫩，毛孔有缩小，黑头也少了些。作为清洁类的面膜，他调节水油平衡的作用就像毛孔的吸尘器一样，把脏东西都清理出来了，这样痘痘粉刺就不会来烦你啦！

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国有机面膜行业全景调研及未来前景预测报告》共十六章。首先介绍了有机面膜相关概念及发展环境，接着分析了中国有机面膜规模及消费需求，然后对中国有机面膜市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国有机面膜面临的机遇及发展前景。您若想对中国有机面膜有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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：

第一部分 行业现状

第一章 有机面膜简介

第一节 有机护肤品（化妆品）

有机护肤品：天然有机护肤产品除了所含的植物成份，必须要由获得有机认证的有机植物提取物所组成外，产品中不能添加人工香料、色素及石油化学产品等对皮肤不利的成份，其中所添加的防腐剂及表面活性剂都须受到严格限制，而且制造过程中不能使用动物实验及利用放射线杀菌，其配方和工艺非常复杂。除此之外还要提供给消费者全成份标示及正确信息、所含成份的生物可分解性与否、包装的环保回收问题，还有厂商的社会公益及责任都在被规范的范围。

十大品牌有机护肤品排行榜 排名 品牌 简介 1 欧甘娜organic shop 欧甘娜organic shop 为有机护肤品,添加了名贵的有机牛油果油、有机荷荷芭油、有机橄榄油和有机澳洲昆士兰坚果油等等冷压萃取植物油成分，高性能的配方，有机植物天然活性成分让肌肤重新拥有修复、再生、活化的能力，呈现最好的状态。 2 OCCITANE欧舒丹 欧舒丹（L'OCCITANE），全称L'OCCITANE EN PROVENCE（法语发音：[lksitan pv s]，意即“普罗旺斯

的欧舒丹”），是一家专门制造及售卖个人护理产品及家居产品的国际零售企业，主要生产基地设于法国马诺斯克（Manosque）。公司成立于1976年，创办人为奥利维埃·博桑（Olivier Baussan），他希望建立一家保留并弘扬家乡普罗旺斯传统的公司。公司名字L'OCCITANE在法语中的意思是“来自欧西坦尼亚的女人”。欧舒丹希望“透过提供独特的个人护理及家居产品，成为提倡地中海式舒适安康感觉的国际模范”，并以“舒适愉悦”、“真实纯净”及“关怀尊重”等为企业理念。2010年5月7日，欧舒丹在香港联合交易所主板挂牌上市，成为首家在港上市的法国企业。

3 Flowery Land花肌粹 花肌粹（Flowery Land）是一种护肤产品名称，源自法国，由传统手工艺制作和100%的无添加萃取，制成蕴含大自然生命能量的系列护肤品。由法国繁花之地化妆品公司联合韩国科丝美诗化妆品有限公司，在中国建立唯一的有机化妆品制造车间，并通过欧盟ECOCERT有机认证，并在中国销售！

4 JURLIQUE茱莉蔻 JURLIQUE 08年新包装的最新中文命名。原名茱丽（中国大陆注册名）、茱丽蔻儿（中国台湾、香港、新加坡等地区命名）、茱莉蔻儿、茱莉（网友、部份用户译名）。由生物学家 Jurgen Klein 和他的妻子 Ulrike Knew 于1985年创建的纯天然护肤品牌，它或许是世界上唯一一家从植物的种植到产品研发生产一条龙的纯天然护肤品生产企业，产品中95%以上的原料都来自澳大利亚南部的阿德莱德山冈的 Mylor 活机农场种植的植物，被誉称地球上最精纯的护肤品。

5 Origins悦木之源 Origins悦木之源1990年诞生于美国纽约，它由傲居全球化妆品行业领先地位的雅诗兰黛集团创始人雅诗兰黛夫人之孙——威廉·兰黛（William Lauder）先生创立。Origins悦木之源隶属于全球高档化妆品集团雅诗兰黛集团，它由雅诗兰黛集团创始人雅诗兰黛夫人之孙——威廉·兰黛（William Lauder）创立，是面向男性和女性提供产品线的高效能、纯天然的高档护肤及化妆品牌。悦木之源在全新Origins品牌标志上，亦特别注明“Powered by Nature. Proven by Science.”「天然为本科学为证」的品牌宣言，清楚确立Origins悦木之源作为高效能、纯天然化妆品牌的领导地位。

6 Jurlique jurlique是世界知名的精油产品，在荣获奥运指定使用产品后名声大噪，在各个涉及精油讨论的论坛里面，都可以说是口碑相当不错的品牌！缺点是，该品牌下的精油产地不明。茱丽jurlique由德国自然疗法学家及生物化学家JURGEN KLEIN博士及其妻子——药草专家及园艺师ULRIK KLEIN共同创立。jurlique正是以他们的名字缩写而形成的，这代表了夫妇二人所结合的力量。经过多年的寻找，足迹遍及世界各地，一九八三年KLEIN一家从德国移民到澳洲，并选择了阿得雷德(ADELAIDE)南部一片无污染的土地定居，他们在蒙巴卡购买农场和厂房，希望实现他们的理想，生产最天然健康的护肤产品。传统的欧洲知识配合南澳洲未受污染的环境，JURLIQUE生产出“地球上最纯净的护肤品”。

7 Juice Beauty 果漾美颜产品不含任何刺激性化学成分、人工色素、化学防

腐剂、合成香料和化学防晒剂。有机护肤，营养润颜。果漾美颜的任何一款产品都不含刺激性防腐剂、化学合成物、人造色素或合成香料，取而代之的是100%天然有机成分——必需脂肪酸、植物萃取物、植物油和蜂蜜。所有的强效天然有机成分都提取于经美国农业部审批的有机农场。其洗面奶、精华、保湿乳和面膜的有机成分含量高达95%。

8 薇新(V-Skin)，源自澳洲的天然草本护肤品牌，崇尚以自然植物的力量保养肌肤，提升皮肤的天然防护机能，促进皮肤自身修复更新，更健康美丽。坚持每个环节的完美，薇新(V-Skin)打造出“天然化妆品(Natural cosmetics)”，以“天然、纯净、活性、有效”为品牌价值核心，坚持以“自然方法改善肤质”的护理方式实现您的皮肤健康，从简单的“改善皮肤问题”提升到“提升皮肤自身机能、预防问题”，以未雨绸缪的理念，尊崇天然规律护肤理念。

9 The Organic Pharmacy 英国有机护肤品牌欧嘉霓The Organic Pharmacy（简称TOP），从伦敦一间小铺发展成全球性的连锁专柜、专卖店，其优良品质获显赫的皇家药剂师协会殊荣，替纯朴美颜添上一抹贵族气质。创办人Margo Marrone，是一位英国天然疗法的专业药剂师。1998年怀孕时找遍市场，没有她要的“有机天然护肤品”，从而自己研发。2002年在伦敦开启了一间小铺，如今在全球拥有分店、专柜，更是好莱坞明星的最爱用的有机护肤品牌。香港Harvey Nichols专柜，出售最受欢迎的50款产品。近期开创了“有机护肤美容院”。

10 Kimberly Sayer of London Kimberly Sayer’s的对有机产品的热爱是从她们家的传统开始的。这个英国的家庭用自己花园种出来的可以吃的蔬菜和水果自制各种护肤护发和身体用品，于是，她把家庭传统变成了她的职业，于是诞生了这个品牌。

## 第二节 有机面膜定义及使用

### 第三节 有机产品发展情况

## 第二章 有机面膜经济、政策环境分析

### 第一节 2014-2016年宏观经济环境分析

### 第二节 2014-2016年美容、化妆品市场运行情况

### 第三节 2014-2016年面膜市场运行情况

### 第四节 2014-2016年国家经济政策影响分析

### 第五节 2014-2016年美容行业政策影响分析

## 第三章 2014-2016年我国有机面膜市场运行概况

### 第一节 我国化妆品市场整体运行趋势

## 第二节 我国化妆品市场运行特点

### 第三节 我国化妆品市场周期

### 第四节 2014-2016年我国面膜市场运行概况

### 第五节 2014-2016年我国有机面膜市场运行总结

## 第四章 2014-2016年全球有机面膜市场运行概况

### 第一节 全球化妆品市场整体运行趋势

### 第二节 全球化妆品市场运行特点

### 第三节 全球化妆品市场周期

### 第四节 2014-2016年全球面膜市场运行概况

### 第五节 2014-2016年全球有机面膜市场运行总结

## 第二部分 行业全景调研

### 第五章 全球有机面膜市场发展状况

#### 第一节 生产厂商

#### 第二节 消费者

#### 第三节 替代品

#### 第四节 原材料市场

#### 第五节 未来发展趋势预测

### 第六章 2014-2016年我国有机面膜市场运行分析

#### 第一节 2014-2016年我国有机面膜生产者变化趋势

#### 第二节 2014-2016年我国有机面膜消费者变化趋势

#### 第三节 2014-2016年我国有机面膜替代品发展情况

### 第七章 2014-2016年我国有机面膜供给需求分析

#### 第一节 2014-2016年我国有机面膜产量情况

#### 第二节 有机面膜潜在生产力

#### 第三节 2017-2022年有机面膜供给预测

#### 第四节 2014-2016年我国有机面膜需求量

#### 第五节 有机面膜潜在消费力

## 第八章 上游市场发展状况

### 第一节 上游原材料价格

#### 一、面膜主要原材料情况

#### 二、面膜主要原材料价格

### 第二节 上游原材料市场供给

#### 一、原材料市场规模

#### 二、原材料国内生产情况

#### 三、原材料进出口情况

### 第三节 2017-2022年上游市场规模预测

## 第九章 面膜细分市场发展

### 第一节 面膜折扣商城

### 第二节 面膜电子商务发展

### 第三节 面膜品牌发展

## 第十章 有机面膜销售渠道分析

### 第一节 销售渠道特征分析

#### 一、供需渠道定义

#### 二、供需渠道格局

#### 三、供需渠道形式

#### 四、供需渠道要素对比

### 第二节 销售渠道对面膜行业发展的重要性

### 第三节 面膜行业销售渠道的重要环节分析

#### 一、批发商

#### 二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

#### 三、代理商

### 第四节 中国面膜行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

#### 一、华东

#### 二、华中

#### 三、华南

#### 四、华北

#### 五、西部



## 第五节 销售渠道发展趋势分析

- 一、渠道运作趋势发展
- 二、渠道支持趋势发展
- 三、渠道格局趋势发展
- 四、渠道结构扁平化趋势发展

## 第六节 销售渠道策略分析

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略
- 二、长渠道或短渠道的营销策略
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

## 第七节 销售渠道决策的评估方法

- 一、销售渠道评估数学模型介绍
- 二、财务评估法介绍
- 三、交易成本评估法介绍
- 四、经验评估法介绍

## 第八节 面膜生产及渠道投资运作模式分析

- 一、国内生产企业投资运作模式
- 二、国内营销企业投资运作模式
- 三、外销与内销优势分析

## 第三部分 行业竞争格局

### 第十一章 有机面膜行业竞争格局

#### 第一节 有机面膜行业竞争结构

- 一、市场领导者
- 二、市场挑战者
- 三、市场追随者
- 四、市场弥缺者

#### 第二节 有机面膜行业竞争特点

#### 第三节 2017-2022年有机面膜行业竞争结构预测

- 一、产品产量分布格局
- 二、产品销售量的分布格局

### 三、产品行销区域格局

### 四、市场开拓要素构成的竞争格局

## 第十二章 有机面膜行业市场竞争策略

### 第一节 市场领先者的竞争策略

### 第二节 市场挑战者的竞争策略

### 第三节 市场追随者的竞争策略

### 第四节 市场补缺者的竞争策略

## 第十三章 优势品牌发展状况

### 第一节 茱莉蔻

### 第二节 欧雅顿

### 第三节 玛丽艳

### 第四节 卡米纳

### 第五节 澳洲 Grown

### 第六节 SILK WHITIA

### 第七节 欧雅集

### 第八节 Shylina 萱琳娜

### 第九节 白大夫

### 第十节 安娜菲拉

## 第四部分 行业趋势预测

## 第十四章 2017-2022年中国有机面膜行业发展趋势预测

### 第一节 2017-2022年有机面膜行业品牌市场财务数据预测

#### 一、2017-2022年有机面膜行业品牌市场规模预测

#### 二、2017-2022年有机面膜行业总产值预测

#### 三、2017-2022年有机面膜行业利润总额预测

#### 四、2017-2022年有机面膜行业总资产预测

### 第二节 2017-2022年有机面膜行业市场预测

#### 一、2017-2022年有机面膜产量预测

#### 二、2017-2022年有机面膜需求预测

#### 三、2017-2022年有机面膜供需平衡预测

## 五、2017-2022年主要有机面膜产品进出口预测

### 第三节 2017-2022年有机面膜行业投资机会

- 一、2017-2022年有机面膜行业主要领域投资机会
- 二、2017-2022年有机面膜行业出口市场投资机会
- 三、2017-2022年有机面膜行业企业的多元化投资机会

### 第四节 影响有机面膜行业发展的主要因素

- 一、2017-2022年影响有机面膜行业运行的有利因素分析
- 二、2017-2022年影响有机面膜行业运行的稳定因素分析
- 三、2017-2022年影响有机面膜行业运行的不利因素分析
- 四、2017-2022年我国有机面膜行业发展面临的挑战分析
- 五、2017-2022年我国有机面膜行业发展面临的机遇分析

### 第五节 有机面膜行业投资风险及控制策略分析

- 一、2017-2022年有机面膜行业市场风险及控制策略
- 二、2017-2022年有机面膜行业政策风险及控制策略
- 三、2017-2022年有机面膜行业经营风险及控制策略
- 四、2017-2022年有机面膜行业技术风险及控制策略
- 五、2017-2022年有机面膜行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2017-2022年有机面膜行业其他风险及控制策略

## 第五部分 投资战略研究

### 第十五章 2017-2022年中国有机面膜行业投资价值与投资策略分析

#### 第一节 行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、风险分析

#### 第二节 中国有机面膜行业发展的PEST分析

- 一、政治和法律环境分析
- 二、经济发展环境分析
- 三、社会、文化与自然环境分析
- 四、技术发展环境分析

#### 第三节 中国有机面膜行业投资价值分析

- 一、2017-2022年有机面膜市场趋势总结
- 二、2017-2022年有机面膜发展趋势分析
- 三、2017-2022年有机面膜市场发展空间
- 四、2017-2022年有机面膜产业政策趋向
- 五、2017-2022年有机面膜技术革新趋势
- 六、2017-2022年有机面膜价格走势分析

#### 第四节 有机面膜行业投资风险分析

- 一、宏观调控风险
- 二、行业竞争风险
- 三、供需波动风险
- 四、技术创新风险
- 五、经营管理风险
- 六、其他风险

#### 第五节 有机面膜行业投资策略分析

- 一、重点投资品种分析
- 二、重点投资地区分析
- 三、项目投资建议
  - 1、投资额度建议
  - 2、技术性风险建议
  - 3、项目可行性分析

### 第十六章 国内有机面膜行业总结及企业经营战略建议

#### 第一节 有机面膜行业问题总结

#### 第二节 2017-2022年有机面膜行业企业的标杆管理

- 一、国内企业的经验借鉴
- 二、国外企业的经验借鉴

#### 第三节 2017-2022年有机面膜行业企业的资本运作模式

- 一、有机面膜行业企业国内资本市场的运作建议
- 二、有机面膜行业企业海外资本市场的运作建议

#### 第四节 2017-2022年有机面膜行业企业营销模式建议

- 一、有机面膜行业企业的国内营销模式建议
- 二、有机面膜行业企业海外营销模式建议

## 第五节 有机面膜市场的重点客户战略实施

### 一、实施重点客户战略的必要性

### 二、合理确立重点客户

### 三、对重点客户的营销策略（ZYLT）

#### 图表目录：

图表：2015年1-12月我国有机面膜产量

图表：2015年1-12月北京市有机面膜产量

图表：2015年1-12月天津市有机面膜产量

图表：2015年1-12月河北省有机面膜产量

图表：2015年1-12月辽宁省有机面膜产量

图表：2015年1-12月吉林省有机面膜产量

图表：2015年1-12月黑龙江省有机面膜产量

图表：2015年1-12月浙江省有机面膜产量

图表：2015年1-12月江苏省有机面膜产量

图表：2015年1-12月上海市有机面膜产量

图表：2015年1-12月山西省有机面膜产量

图表：2015年1-12月山东省有机面膜产量

图表：2016年1-9月我国有机面膜产量

图表：2016年1-9月北京市有机面膜产量

图表：2016年1-9月天津市有机面膜产量

图表：2016年1-9月河北省有机面膜产量

图表：2016年1-9月辽宁省有机面膜产量

图表：2016年1-9月吉林省有机面膜产量

图表：2016年1-9月黑龙江省有机面膜产量

图表：2016年1-9月浙江省有机面膜产量

图表：2016年1-9月江苏省有机面膜产量

图表：2016年1-9月上海市有机面膜产量

图表：2016年1-9月山西省有机面膜产量

图表：2016年1-9月山东省有机面膜产量

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/4410439CP5.html>