

2009-2012年中国面膜行业 投资分析及深度研究咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2009-2012年中国面膜行业投资分析及深度研究咨询报告》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/C871618N9L.html>

报告价格：纸质版：7000元 电子版：7500元 纸质+电子版：8000元

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分析及深度研究咨询报告 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的一个，平均增幅高达31%。2008年市场份额已超过34亿元，预计未来仍将快速发展，2012年有望达到106亿元。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：2008年1-4季度国内生产总值

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格指数涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年1-12月中国PPI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/C871618N9L.html>