

2016-2022年中国面膜行业 发展分析及前景策略研究报告

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

《2016-2022年中国面膜行业发展分析及前景策略研究报告》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/M932712RAW.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

面膜是美容保养品的一种载体，敷贴在脸上15~30分钟。当保养品的养分缓缓被皮肤吸收后，即卸下来的膜，目前粉末调和、高岭土、无纺布、及蚕丝面膜、天丝面膜、生物纤维面膜材质的面膜使用十分广泛。

与日本、台湾等国高达60%-70%以上的面膜渗透率相比，中国面膜市场目前的渗透率仍处于较低的水平。同时随着中国女性消费者的收入水平提高，接受到的护肤的理念越来越丰富和成熟，面膜的消费概念也会日以继日地转变，使用面膜的频率也会随之提高。中国面膜市场未来的发展潜力仍是巨大的。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国面膜行业发展分析及前景策略研究报告》。内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业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。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 行业发展分析

第一章 面膜行业发展基本概述 1

第一节 面膜相关知识 1

一、面膜简介 1

二、面膜原理 1

三、面膜优点 1

四、面膜材质 2

第二节 面膜按材质分类概述 3

一、泥膏型面膜 3

二、撕剥型面膜 3

- 三、冻胶型面膜 3
- 四、乳霜型面膜 3
- 五、绵布式保养面膜 3

第二章 2015年全球面膜市场发展形势分析 4

第一节 2015年国际护肤品市场发展分析 4

- 一、国际护肤品市场概述 4
- 二、全球天然护肤品需求量分析 12
- 三、金融风暴下护肤品需求分析 18
- 四、2015年全球顶级品牌护肤品皮肤亮白策略 20
- 五、2015年国际十大护肤品集团旗下品牌盘点 22
- 六、2015年全球护肤品消费格局预测 26
- 七、2015年全球化妆品市场趋势分析 26

第二节 2015年国际面膜市场发展分析 30

- 一、面膜发展历史 30
- 二、面膜发展阶段 30
- 三、世界面膜生产工艺分析 31

第三节 2015年主要国家地区面膜市场分析 32

- 一、2015年美国面膜市场情况分析 32
- 二、2015年英国面膜市场情况分析 33
- 三、2015年韩国面膜市场情况分析 33
- 四、2015年意大利面膜市场情况分析 34
- 五、2015年法国面膜市场情况分析 35
- 六、2015年日本面膜市场情况分析 36

第三章 2014-2015年中国面膜行业投资环境分析 38

第一节 2014-2015年中国宏观经济环境分析 38

- 一、经济发展总体数据 38
- 二、规模以上工业增加值 38
- 三、固定资产投资 41
- 四、社会消费品零售总额 43
- 五、进出口贸易 44

六、物价水平	47
七、居民收入	49
八、货币供应	49
九、全球经济总体运行概况	50
十、美国经济	53
第二节 2014-2015年中国面膜社会发展环境分析	61
一、人口环境分析	61
二、教育环境分析	62
三、文化环境分析	62
四、中国城镇化率	64
第三节 2014-2015年中国面膜产业政策环境分析	65
一、中国化妆品的管理与监督的特点	65
二、2008年9月1日起施行《化妆品标识管理规定》	65
三、化妆品卫生标准“十二五”规划	71

第二部分 行业深度分析

第四章 2014-2015年中国面膜行业运行态势分析 79

第一节 化妆品、护肤品、面膜市场销售情况 79

- 一、2013-2015年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额 79
- 二、2016-2022年化妆品、护肤品、面膜市场销售预测 80

第二节 2014-2015年中国面膜行业发展概述 80

- 一、面膜新概念 80
- 二、面膜市场现状分析 81
- 三、面膜价格影响因素 82
- 四、面膜销售额及增长情况 83
- 五、2015年面膜市场发展形势 85

第三节 2014-2015年面膜市场新的看点 86

- 一、剪裁 86
- 二、质地 86
- 三、手法 87
- 四、亮点 87

第四节 2014年四大主流面膜的功效剖析 87

一、保湿面膜 87

二、美白面膜 88

三、紧致/抗衰老面膜 88

四、各类专效面膜 89

第五章 2014-2015年中国面膜消费市场深度调查分析 90

第一节 2014-2015年国内外面膜品牌汇总 90

一、欧美面膜品牌 90

二、中国面膜品牌 94

第二节 2014年中国面膜品牌排行 95

一、面膜品牌排行 95

二、眼膜品牌排行 96

三、十大受欢迎护肤面膜 97

第三节 2014-2015年面膜市场不同功能面膜市场需求 99

一、2014-2015年男性面膜市场不同功能面膜市场需求调查 99

二、2014-2015年女性面膜市场不同功能面膜市场需求调查 102

第四节 2014-2015年面膜市场主要品牌及价格 102

一、2014-2015年市场美白面膜主要品牌及价格 102

二、2014-2015年市场保湿面膜主要产品及价格 104

第五节 2014年台湾美白面膜市场消费行为及竞争策略 105

一、调研背景 105

二、各名牌美白面膜市场简介 106

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 108

五、研究结论 109

第六章 2014-2015年中国化妆品行业市场走势分析 110

第一节 2014-2015年中国化妆品市场特点 110

一、2014-2015年化妆品市场新特点 110

二、2014-2015年化妆品市场特征及渠道盘点 111

第二节 2015年中国化妆品市场规模分析 113

一、中国化妆品行业增长率 113

- 二、最近三年中国化妆品销售额 114
- 三、2015年化妆品网络销售额情况 114
- 第三节 2015年中国化妆品行业发展现状分析 114
 - 一、化妆品行业品牌发展现状 114
 - 二、化妆品行业消费市场现状 115
 - 三、化妆品市场消费层次分析 116
 - 四、中国化妆品市场走向分析 116
- 第四节 2014-2015年化妆品行业发展分析 117
 - 一、2014-2015年化妆品农村市场潜力 117
 - 二、2015年中低端化妆品增长预期 119
 - 三、2014年高档化妆品征收消费税 119
 - 四、2015年化妆品行业结构化调整形势 120

第七章 2015年中国护肤品行业运行态势分析 121

- 第一节 2015年护肤品市场现状分析 121
 - 一、国内护肤品市场状况分析 121
 - 二、护肤品市场销售情况分析 123
 - 三、2015年护肤品市场热点分析 125
- 第二节 2015年中国护肤品市场的发展态势 126
 - 一、护肤品品牌市场发展态势 126
 - 二、专业护肤品企业发展态势 128
 - 三、高档护肤品发展情况分析 128
- 第三节 2015年中国护肤品市场品牌分析 129
 - 一、2015年中国十大护肤品品牌情况 129
 - 二、2015年护肤化妆品品牌比较分析 131
 - 三、2015年护肤品市场品牌突围分析 132
- 第四节 2015年护肤品企业积极调整战略部署 133
 - 一、2015年护肤品市场增长分析 133
 - 二、2015年中高端品牌战略部署 133
 - 三、2015年三、四线品牌的战略 134

第八章 2011-2015中国化妆品制造行业主要数据监测分析 136

第一节 2011-2015中国化妆品制造行业规模分析	136
一、企业数量增长分析	136
二、从业人数增长分析	136
三、资产规模增长分析	137
第二节 2011-2015中国化妆品制造行业产值分析	138
一、产成品增长分析	138
二、工业销售产值分析	139
第三节 2011-2015中国化妆品制造行业成本费用	140
一、销售成本统计	140
二、费用统计	140
第四节 2011-2015中国化妆品制造行业盈利能力分析	141
一、主要盈利指标分析	141
二、主要盈利能力指标分析	142
第九章 2013-2015年中国化妆品进出口贸易分析	143
第一节 2013-2015年中国化妆品进出口数据监测	143
一、化妆品进口数据分析	143
二、化妆品出口数据分析	144
第二节 2010-2015年化妆品进出口国家及地区分析	145
一、化妆品进口来源国家及地区	145
二、化妆品出口国家及地区	145
第三节 2010-2015年化妆品进出口省市分析	146
一、化妆品主要进口省市分析	146
二、化妆品主要出口省市分析	146
第三部分 行业竞争分析	
第十章 2015年中国面膜行业市场竞争格局分析	147
第一节 2015年中国面膜行业竞争结构分析	147
一、行业内现有企业的竞争	147
二、新进入者的威胁	148
三、替代品的威胁	148
四、供应商的讨价还价能力	149

五、购买者的讨价还价能力 149

第二节 2015年中国面膜市场竞争现状分析 150

一、产品价格竞争 150

二、品牌竞争分析 150

三、生产工艺分析 152

四、药企进军面膜市场 152

第三节 2015年国内护肤品生产企业提高竞争力的途径 154

一、进行准确的市场定位 154

二、提高产品质量及加强品牌塑造 154

三、运用多种营销手段形成独到的营销策略 155

四、加强终端服务建设 157

五、开发男性护肤品市场 158

第十一章 2015年国外面膜重点企业竞争里分析 160

第一节 联合利华 160

一、公司概况 160

二、2015年公司竞争优势 161

三、2015年公司的销售策略 162

第二节 P&G（宝洁） 162

一、公司概况 162

二、公司品牌战略 163

三、2015年经营状况分析 164

第三节 雅芳公司 164

一、雅芳在中国 164

二、公司直销转型分析 165

三、2015年经营状况分析 165

第四节 欧莱雅公司 166

一、公司概况 166

二、2015年公司经营情况 167

三、公司成功经营的秘诀 169

第十二章 2015年国内面膜重点企业竞争竞争财务数据分析 171

第一节 上海家化联合股份有限公司	171
一、企业基本情况	171
二、公司主要财务指标分析	173
第二节 上海自然美化妆品有限公司	181
一、企业基本情况	181
二、公司主要财务指标分析	183
第三节 北京大宝化妆品有限公司	186
一、企业基本情况	186
二、公司主要财务指标分析	187
第四节 雅芳(中国)制造有限公司	188
一、企业基本情况	188
二、公司主要财务指标分析	188
第五节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司	189
一、企业基本情况	189
二、公司主要财务指标分析	190
第六节 资生堂丽源化妆品有限公司	197
一、企业基本情况	197
二、公司主要财务指标分析	197
第七节 妮维雅(上海)有限公司	198
一、企业基本情况	198
二、公司主要财务指标分析	199
第八节 联合利华(中国)有限公司	200
一、企业基本情况	200
二、公司主要财务指标分析	201
第九节 江苏东洋之花化妆品有限公司	202
一、企业基本情况	202
二、公司主要财务指标分析	204
第十节 中山市嘉丹婷日用品有限公司	207
一、企业基本情况	207
二、公司主要财务指标分析	208
第十一节 索芙特股份有限公司	208
一、企业基本情况	208

- 二、公司主要财务指标分析 210
- 第十二节 广州市浪奇实业股份有限公司 215
 - 一、企业基本情况 215
 - 二、公司主要财务指标分析 218
- 第十三节 柳州两面针股份有限公司 226
 - 一、企业基本情况 226
 - 二、公司主要财务指标分析 227

第四部分 行业趋势分析

- 第十三章 2016-2022年中国化妆品行业发展趋势分析 234
 - 第一节 2016-2022年中国化妆品行业前景与机遇分析 234
 - 一、中国化妆品行业发展前景 234
 - 二、中国化妆品发展机遇分析 234
 - 三、2015年化妆品的发展机遇分析 235
 - 第二节 2016-2022年中国化妆品市场趋势分析 236
 - 一、化妆品市场发展空间 236
 - 二、化妆品技术革新趋势 236
 - 三、化妆品价格走势分析 239
 - 第三节 2015年化妆品市场十五大趋势解析 240

第十四章 2016-2022年中国面膜行业发展趋势分析 246

- 第一节 2016-2022年中国面膜产品趋势分析 246
 - 一、面膜产品种类齐全 246
 - 二、面膜产品不断创新 247
 - 三、面膜功效不断增强 248
 - 四、面膜产品市场进一步细分 249
- 第二节 2016-2022年世界面膜行业发展趋势分析 250
 - 一、真功效型 250
 - 二、生产工艺领先 250
 - 三、科学的配方 251
- 第三节 2016-2022年中国面膜营销策略趋势分析 251
 - 一、网络营销 251

二、品牌营销 252

三、连锁营销 252

第十五章 2016-2022年中国面膜行业投资机会与风险分析 253

第一节 2016-2022年中国面膜行业投资机会分析 253

一、面膜投资潜力分析 253

二、面膜投资吸引力分析 254

第二节 2016-2022年中国面膜行业风险分析 255

一、技术风险 255

二、政策风险 255

三、竞争风险 255

四、其他风险 255

第三节 我国本土化妆品生产企业的SWOT分析 256

第十六章 2016-2022年中国面膜行业投资战略研究 259

第一节 中小型化妆品公司护肤品的对策分析 259

一、护肤品的产品定位及市场定位 259

二、中小型化妆品公司护肤品的操作手法探析 259

第二节 2016-2022年中国护肤品行业品牌营销战略案例分析 262

一、上海家化化妆品品牌的振兴之路 262

二、国际知名面膜品牌西南销售计划 267

第三节 2016-2022年中国护肤品营销策略分析 268

一、护肤品广告心理策略 268

二、护肤品广告市场分析 270

三、护肤品包装色彩营销 270

第四节 2016-2022年中国面膜市场营销策略分析 272

一、把面膜当保健品 272

二、为产品找好嫁衣 274

三、避实就虚取市场 275

四、广告软文炒概念 276

五、超市商场创佳绩 276

第五节 2016-2022年中国面膜企业发展策略 277

- 一、坚守核心主业 277
- 二、构建优质渠道 277
- 三、整合优质资源 278
- 四、提升经营能力 278
- 五、明确品牌形象 278
- 六、调整市场策略 279

图表目录：

- 图表：2010-2014年国内生产总值及其增长速度 38
- 图表：2010-2014年全部工业增加值及其增长速度 39
- 图表：2014年主要工业产品产量及其增长速度 39
- 图表：2014年中国固定资产投资（不含农户）同比增速 41
- 图表：2014年中国固定资产投资到位资金同比增速 43
- 图表：2010-2014年社会消费品零售总额 44
- 图表：2010-2014年货物进出口总额 45
- 图表：2014年货物进出口总额及其增长速度 45
- 图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度 46
- 图表：2014年主要商品进口数量、金额及其增长速度 46
- 图表：2014年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 47
- 图表：2014年居民消费价格月度涨跌幅度 48
- 图表：2014年居民消费价格比2013年涨跌幅度 48
- 图表：2014年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比 49
- 图表：四大机构对世界及主要经济体GDP增长率的预测 52
- 图表：2014年年末人口数及其构成 61
- 图表：2010-2014年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数 62
- 图表：2010-2014年研究与试验发展(R&D)经费支出 63
- 图表：2014年专利申请受理、授权和有效专利情况 63
- 图表：2011-2015年中国化妆品行业零售交易规模 79
- 图表：2016-2022年中国化妆品行业零售交易规模预测 80
- 图表：2011-2015年中国面膜市场规模 83
- 图表：2016-2022年中国面膜行业市场规模预测 85
- 图表：男性面膜市场不同功能面膜市场需求调查 101

图表：女性面膜市场不同功能面膜市场需求调查 102

图表：男女适用面膜比例 106

图表：购买面膜考虑因素 107

图表：消费者重视功能比例 107

图表：面膜使用 108

图表：2011-2015年中国化妆品行业增长率 113

图表：2012-2014年中国化妆品行业零售交易规模销售额 114

图表：2011-2015年中国化妆品行业从业人数 136

图表：2011-2015年中国化妆品行业资产规模 137

图表：2011-2015年中国化妆品行业产成品规模 138

图表：2011-2015年中国化妆品行业销售产值 139

图表：2011-2015年中国化妆品行业营业利润率 140

图表：2011-2015年中国化妆品行业营业成本 140

图表：2011-2013年中国化妆品行业销售毛利率 141

图表：2011-2015年中国化妆品行业制造成本 142

图表：2011-2015年中国化妆品行业进口额 143

图表：2011-2015年中国化妆品行业出口额 144

图表：2013年上海家化联合股份有限公司主营构成分析 173

图表：2014年上海家化联合股份有限公司主营构成分析 173

图表：2011-2014年上海家化联合股份有限公司成长能力指标 174

图表：2011-2014年上海家化联合股份有限公司盈利能力指标 174

图表：2011-2014年上海家化联合股份有限公司盈利质量指标 174

图表：2011-2014年上海家化联合股份有限公司运营能力指标 174

图表：2011-2014年上海家化联合股份有限公司财务风险指标 175

图表：2011-2014年上海家化联合股份有限公司资产负债表 175

图表：2011-2014年上海家化联合股份有限公司利润表 176

图表：2011-2014年上海家化联合股份有限公司现金流量表 176

图表：2015年上海家化联合股份有限公司资产百分比分析 177

图表：2011-2014年上海家化联合股份有限公司利润百分比分析 177

图表：2011-2014年上海自然美化妆品有限公司重要财务指标 183

图表：2011-2014年上海自然美化妆品有限公司资产负债表 184

图表：2011-2014年上海自然美化妆品有限公司现金流量表 185

图表：2011-2014年上海自然美化妆品有限公司综合损益表 186

图表：2013年索芙特股份有限公司主营构成分析 210

图表：2014年索芙特股份有限公司主营构成分析 210

图表：2011-2014年索芙特股份有限公司成长能力指标 211

图表：2011-2014年索芙特股份有限公司盈利能力指标 211

图表：2011-2014年索芙特股份有限公司盈利质量指标 211

图表：2011-2014年索芙特股份有限公司运营能力指标 211

图表：2011-2014年索芙特股份有限公司财务风险指标 212

图表：2011-2014年索芙特股份有限公司资产负债表 212

图表：2011-2014年索芙特股份有限公司利润表 213

图表：2011-2014年索芙特股份有限公司现金流量表 213

图表：2015年索芙特股份有限公司资产百分比分析 214

图表：2011-2014年索芙特股份有限公司利润百分比分析 214

图表：2013年广州市浪奇实业股份有限公司主营构成分析 218

图表：2014年广州市浪奇实业股份有限公司主营构成分析 218

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司成长能力指标 218

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司盈利能力指标 219

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司盈利质量指标 219

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司运营能力指标 219

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司财务风险指标 219

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司资产负债表 220

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司利润表 220

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司现金流量表 221

图表：2015年广州市浪奇实业股份有限公司资产百分比分析 222

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司利润百分比分析 222

图表：2013年柳州两面针股份有限公司主营构成分析 227

图表：2014年柳州两面针股份有限公司主营构成分析 228

图表：2011-2014年柳州两面针股份有限公司成长能力指标 228

图表：2011-2014年柳州两面针股份有限公司盈利能力指标 229

图表：2011-2014年柳州两面针股份有限公司盈利质量指标 229

图表：2011-2014年柳州两面针股份有限公司运营能力指标 229

图表：2011-2014年柳州两面针股份有限公司财务风险指标 229

图表：2011-2014年柳州两面针股份有限公司资产负债表 230

图表：2011-2014年柳州两面针股份有限公司利润表 230

图表：2011-2014年柳州两面针股份有限公司现金流量表 231

图表：2015年柳州两面针股份有限公司资产百分比分析 232

图表：2011-2014年柳州两面针股份有限公司利润百分比分析 232

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/M932712RAW.html>