

中国面膜产业深度调研及投资前景预测报告（2012-2016）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国面膜产业深度调研及投资前景预测报告（2012-2016）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/131153131153.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

面膜的原理，就是利用覆盖在脸部的短暂时间，暂时隔离外界的空气与污染，提高肌肤温度，皮肤的毛孔扩张，促进汗腺分泌与新陈代谢，使肌肤的含氧量上升，有利于肌肤排除表皮细胞新陈代谢的产物和累积的油脂类物质，面膜中的水份渗入肌肤表皮的角质层，皮肤变得柔软，增加弹性。肌肤自然光亮有弹性，呈现好气色。

中国报告网发布的《中国面膜产业深度调研及投资前景预测报告（2012-2016）》共十五章。首先介绍了面膜相关概述、中国面膜市场运行环境等，接着分析了中国面膜市场发展的现状，然后介绍了中国面膜重点区域市场运行形势。随后，报告对中国面膜重点企业经营状况分析，最后分析了中国面膜行业发展趋势与投资预测。您若想对面膜产业有个系统的了解或者想投资面膜行业，本报告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。

第一章 面膜行业发展基本概述

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 全球面膜市场发展形势分析

第一节 2011-2012年国际护肤品市场发展分析

一、国际护肤品市场概述

二、全球天然护肤品需求量分析

三、金融风暴下护肤品需求分析

四、2011-2012年全球顶级品牌护肤品皮肤亮白策略

五、2011-2012年国际十大护肤品集团旗下品牌盘点

六、2011-2012年全球护肤品消费格局预测

七、2011-2012年全球化妆品市场趋势分析

第二节 2011-2012年国际面膜市场发展分析

一、面膜发展历史

二、面膜发展阶段

三、世界面膜生产工艺分析

四、世界面膜价格的影响因素

第三节 2011-2012年主要国家地区面膜市场分析

一、2011-2012年美国面膜市场情况分析

二、2011-2012年英国面膜市场情况分析

三、2011-2012年韩国面膜市场情况分析

四、2011-2012年意大利面膜市场情况分析

五、2011-2012年法国面膜市场情况分析

六、2011-2012年日本面膜市场情况分析

七、2011-2012年台湾面膜市场情况分析

第三章 中国面膜行业发展环境分析

第一节 国内面膜经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国面膜经济发展预测分析

第二节 中国面膜行业政策环境分析

第四章 中国面膜行业市场分析

第一节 化妆品、护肤品、面膜市场销售情况

一、2006年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额

二、2007年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额

三、2008年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额

四、2009-2012年化妆品、护肤品、面膜市场销售分析

第二节 2011-2012年中国面膜行业发展概述

一、面膜新概念

二、面膜市场现状分析

三、面膜价格影响因素

四、面膜销售额及增长情况

五、2011-2012年夏季面膜市场发展形势

第三节 2011-2012年面膜市场新的看点

一、剪裁

二、质地

三、手法

四、亮点

第四节 2011-2012年四大主流面膜的功效剖析

一、保湿面膜

二、美白面膜

三、紧致/抗衰老面膜

四、各类专效面膜

第五章 中国面膜消费市场调研分析

第一节 2011-2012年国内外面膜品牌汇总

一、欧美面膜品牌

二、中国面膜品牌

第二节 2011-2012年中国面膜品牌排行

一、面膜品牌排行

二、眼膜品牌排行

三、十大受欢迎护肤面膜

第三节 2011-2012年面膜市场不同功能面膜市场需求

一、2011-2012年男性面膜市场不同功能面膜市场需求调查

二、2011-2012年女性面膜市场不同功能面膜市场需求调查

第四节 2011-2012年面膜市场主要品牌及价格

一、2011-2012年市场美白面膜主要品牌及价格

二、2011-2012年市场保湿面膜主要产品及价格

三、2011-2012年市场深层洁净面膜品牌及价格

第五节 2011-2012年4月北京7大商场美白面膜销量

一、双安商场、中友百货

二、当代商城

三、SOGO

四、翠微百货、新世界商场

五、赛特购物中心

第六节 2011-2012年台湾美白面膜市场消费行为及竞争策略

一、调研背景

二、各名牌美白面膜市场简介

三、消费者行为研究调查统计

四、美白面膜市场消费行为及竞争策略分析

五、研究结论

第七节 2011-2012年八款优质品牌面膜之“最”盘点

- 一、最迷人香气
- 二、最高精华含量
- 三、最优抗氧化效果
- 四、最贴合脸型
- 五、最多矿物元素
- 六、最新鲜保养原液
- 七、最佳分区保养
- 八、最周到呵护

第六章 中国化妆品行业市场走势分析

第一节 2011-2012年中国化妆品市场特点

第二节 2011-2012年中国化妆品市场规模分析

- 一、中国化妆品行业增长率
- 二、最近三年中国化妆品销售额

第三节 2011-2012年中国化妆品行业发展现状分析

- 一、化妆品行业品牌发展现状
- 二、化妆品行业消费市场现状
- 三、化妆品市场消费层次分析
- 四、中国化妆品市场走向分析

第四节 2011-2012年化妆品行业发展分析

- 一、2011-2012年化妆品行业增速分析
- 二、2011-2012年化妆品农村市场潜力
- 三、2011-2012年中低端化妆品增长预期
- 四、2011-2012年高档化妆品征收消费税
- 五、2011-2012年化妆品行业结构化调整形势

第七章 中国护肤品行业运行态势分析

第一节 2011-2012年护肤品市场现状分析

- 一、国内护肤品市场状况分析
- 二、护肤品市场销售情况分析
- 三、护肤品市场热点分析

第二节 2011-2012年中国护肤品市场的发展态势

- 一、护肤品品牌市场发展态势
- 二、专业护肤品企业发展态势
- 三、高档护肤品发展情况分析

第三节 2011-2012年护肤品企业积极调整战略部署

- 一、2011-2012年护肤品市场增长分析

二、2011-2012年中高端品牌战略部署

三、2011-2012年三、四线品牌的战略

第八章 2009-2011年中国化妆品制造行业数据分析

第一节 2009-2011年中国化妆品行业总体数据分析

一、2009年中国化妆品行业全部企业数据分析

二、2010年中国化妆品行业全部企业数据分析

三、2011年中国化妆品行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国化妆品行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国化妆品行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国化妆品行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国化妆品行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国化妆品行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国化妆品行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国化妆品行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国化妆品行业不同所有制企业数据分析

第九章 中国面膜行业市场竞争格局分析

第一节 2011-2012年中国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 2011-2012年中国面膜市场竞争现状分析

一、产品价格竞争

二、品牌竞争分析

三、生产工艺分析

四、药企进军面膜市场

第三节 2011-2012年国内护肤品生产企业提高竞争力的途径

一、进行准确的市场定位

二、提高产品质量及加强品牌塑造

三、运用多种营销手段形成独到的营销策略

四、加强终端服务建设

五、开发男性护肤品市场

第十章 国外面膜重点企业调研分析

第一节 联合利华

一、公司概况

二、2011-2012年公司竞争优势

三、2011-2012年公司的销售策略

第二节 P&G（宝洁）

一、公司概况

二、公司品牌战略

三、2011-2012年经营状况分析

第三节 雅芳公司

一、雅芳在中国

二、公司直销转型分析

三、2011-2012年经营状况分析

第四节 欧莱雅公司

一、公司概况

二、2008年公司经营情况

三、2011-2012年公司应对金融危机的策略

四、公司成功经营的秘诀

第五节 世界十大面膜厂商情况分析

第十一章 国内面膜重点企业调研分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 上海自然美化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 北京大宝化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 雅芳(中国)制造有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 资生堂丽源化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 妮维雅(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 联合利华(中国)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 江苏东洋之花化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 中山市嘉丹婷日用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十二章 2012-2016年中国化妆品行业发展趋势分析

第一节 2012-2016年中国化妆品行业前景与机遇分析

一、中国化妆品行业发展前景

二、中国化妆品发展机遇分析

三、2011-2012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 2012-2016年中国化妆品市场趋势分析

一、化妆品市场发展空间

二、化妆品技术革新趋势

三、化妆品价格走势分析

四、国际环境对行业的影响

第三节 2011-2012年化妆品市场十五大趋势解析

第十三章 2012-2016年中国面膜行业发展趋势分析

第一节 2012-2016年中国面膜产品趋势分析

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

第二节 2012-2016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

第三节 2012-2016年中国面膜营销策略趋势分析

- 一、网络营销
- 二、品牌营销
- 三、连锁营销

第十四章 2012-2016年中国面膜行业投资机会与风险分析

第一节 2012-2016年中国面膜行业投资环境预测分析

第二节 2012-2016年中国面膜行业投资机会分析

- 一、面膜投资潜力分析
- 二、面膜投资吸引力分析

第三节 2012-2016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

第十五章 2012-2016年中国面膜行业投资战略分析

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 2012-2016年中国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 2012-2016年中国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 2012-2016年中国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 2012-2016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（部分）：

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：上海家化联合股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司经营收入走势图

图表：上海家化联合股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司负债情况图

图表：上海家化联合股份有限公司负债指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司成长能力指标走势图

图表：上海自然美化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：上海自然美化妆品有限公司经营收入走势图

图表：上海自然美化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：上海自然美化妆品有限公司负债情况图

图表：上海自然美化妆品有限公司负债指标走势图

图表：上海自然美化妆品有限公司运营能力指标走势图

图表：上海自然美化妆品有限公司成长能力指标走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司经营收入走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司负债情况图

- 图表：北京大宝化妆品有限公司负债指标走势图
- 图表：北京大宝化妆品有限公司运营能力指标走势图
- 图表：北京大宝化妆品有限公司成长能力指标走势图
- 图表：雅芳(中国)制造有限公司主要经济指标走势图
- 图表：雅芳(中国)制造有限公司经营收入走势图
- 图表：雅芳(中国)制造有限公司盈利指标走势图
- 图表：雅芳(中国)制造有限公司负债情况图
- 图表：雅芳(中国)制造有限公司负债指标走势图
- 图表：雅芳(中国)制造有限公司运营能力指标走势图
- 图表：雅芳(中国)制造有限公司成长能力指标走势图
- 图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司主要经济指标走势图
- 图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司经营收入走势图
- 图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司盈利指标走势图
- 图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司负债情况图
- 图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司负债指标走势图
- 图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司运营能力指标走势图
- 图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司成长能力指标走势图
- 图表：资生堂丽源化妆品有限公司主要经济指标走势图
- 图表：资生堂丽源化妆品有限公司经营收入走势图
- 图表：资生堂丽源化妆品有限公司盈利指标走势图
- 图表：资生堂丽源化妆品有限公司负债情况图
- 图表：资生堂丽源化妆品有限公司负债指标走势图
- 图表：资生堂丽源化妆品有限公司运营能力指标走势图
- 图表：资生堂丽源化妆品有限公司成长能力指标走势图
- 图表：妮维雅(上海)有限公司主要经济指标走势图
- 图表：妮维雅(上海)有限公司经营收入走势图
- 图表：妮维雅(上海)有限公司盈利指标走势图
- 图表：妮维雅(上海)有限公司负债情况图
- 图表：妮维雅(上海)有限公司负债指标走势图
- 图表：妮维雅(上海)有限公司运营能力指标走势图
- 图表：妮维雅(上海)有限公司成长能力指标走势图
- 图表：联合利华(中国)有限公司主要经济指标走势图
- 图表：联合利华(中国)有限公司经营收入走势图
- 图表：联合利华(中国)有限公司盈利指标走势图
- 图表：联合利华(中国)有限公司负债情况图

图表：联合利华（中国）有限公司负债指标走势图

图表：联合利华（中国）有限公司运营能力指标走势图

图表：联合利华（中国）有限公司成长能力指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司经营收入走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司负债情况图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司负债指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司运营能力指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司成长能力指标走势图

图表：中山市嘉丹婷日用品有限公司主要经济指标走势图

图表：中山市嘉丹婷日用品有限公司经营收入走势图

图表：中山市嘉丹婷日用品有限公司盈利指标走势图

图表：中山市嘉丹婷日用品有限公司负债情况图

图表：中山市嘉丹婷日用品有限公司负债指标走势图

图表：中山市嘉丹婷日用品有限公司运营能力指标走势图

图表：中山市嘉丹婷日用品有限公司成长能力指标走势图

图表：略.....

《中国面膜产业深度调研及投资前景预测报告（2012-2016）》系统全面的调研了面膜的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/131153131153.html>