

# 2018-2023年中国面膜产业市场现状规划调查及发展商机分析研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国面膜产业市场现状规划调查及发展商机分析研究报告》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/302047302047.html>

报告价格：电子版: 7200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

面膜是美容保养品的一种载体，目前粉末调和、高岭土、无纺布、蚕丝面膜、天丝面膜、生物纤维面膜、不织布面膜材质的面膜使用十分广泛。超导膜面膜为最新一代创新的技术。

面膜，是护肤品中的一个类别。其最基本也是最重要的目的是弥补卸妆与洗脸仍然不足的清洁工作，在此基础上配合其它精华成分实现其它的保养功能，例如补水保湿、美白、抗衰老、平衡油脂等等。

### 功能

不要急着赶流行，只将重点放在除掉鼻头粉刺，使用完撕拉式面膜，随后就又忙着贴贴式保湿面膜。那种效果，绝对不等于到美容院去做脸。真正的做面膜，应当是先给肌肤做减法，即深层清洁、去角质、去除氧化油脂，再给肌肤做加法，即在补水保湿的基础上做美白、抗衰老、平衡油脂等保养工作。

### 原理

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，面膜中的水分渗入表皮的角质层，皮肤变得柔软，肌肤自然光亮有弹性。

### 形式

面膜的形式主要有泥膏型、撕拉型、冻胶型、湿纸巾型四种。泥膏型面膜常见的有海藻面膜、矿泥面膜等，撕拉型面膜最常见的就是黑头粉刺专用鼻贴，冻胶型以睡眠面膜最为出名，湿纸巾式一般就是单片包装的浸润着美容液的面膜纸。伴随着美容科技的发展，出现了一种以蚕丝制成的面膜，严格来说，应当归入湿纸巾型面膜中。

1、按成品分为：压缩的和不压缩的。

2、按材质分为：蚕丝、全棉、涤纶、混纺、天丝、生物纤维等。其中生物纤维面膜纸最好，混纺面膜纸最次。

湿纸巾型面膜纸分为棉布型、蚕丝型、其他类和最新的生物纤维型和天丝面膜。

### 压缩面膜

压缩面膜纸大小像五毛钱硬币一样，厚度为3毫米左右，使用时，只要放一粒在液体里，则自然膨胀，打开后即是一片适合大众脸型的面膜纸了。适合旅游的时候携带，方便美观。

使用方法：先清洁干净肌肤，再取出此面膜纸，将面膜纸置于容器中。用化妆水注满容器，面膜纸吸收水分，膨胀开来，几分钟后即变成和脸形一样大小的面膜纸。展开面膜，轻轻地敷在面部。静待10分钟面膜干透后，从下而上剥离，涂少许润肤霜，皮肤水嫩净白。可以根据自己的皮肤情况选择水来泡面膜。

## 不压缩面膜

使用方便，有各种不同的厚度、脸型大小，可供选择，经济实惠，即取即用，叠好放在面膜小碗里，倒进液体即可瞬间渗透；它的优点是液体分布均匀，且应用面较广。适合在寝室和家里休闲时光做面膜。

使用方法：洁面后，取出补水面膜贴，并揭去保护膜，依面形覆盖于脸部，20分钟后取下，待皮肤吸收2-3分钟后，以清水洗净。

## 面膜区分

百分百纯棉的面膜纸看上去是有种纯厚感。而含涤纶成分的虽然处理过，还会有亮亮的感觉。

百分百棉的面膜纸易撕拉，且撕拉后的纤维条较短，含涤纶化纤成分的不易拉断，且撕拉后的纤维条较长。

百分百纯棉的面膜纸烧后没有明显异味，边很平整，有稍许粉末。含涤纶成分的烧后有点异味，烧过的边会有稍许卷曲，有颗粒状物。

中国面膜行业专利申请情况 资料来源：公开资料整理

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国面膜产业市场现状规划调查及发展商机分析研究报告》主要研究行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

## 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 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、全球顶级品牌护肤品皮肤亮白策略

五、国际十大护肤品集团旗下品牌盘点

六、全球护肤品消费格局预测

七、全球化妆品市场趋势分析

第二节 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 主要国家地区面膜市场分析

一、美国面膜市场情况分析

二、英国面膜市场情况分析

三、韩国面膜市场情况分析

四、意大利面膜市场情况分析

五、法国面膜市场情况分析

六、日本面膜市场情况分析

七、台湾面膜市场情况分析

第三章 中国面膜行业投资环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

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、2017年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国面膜行业政策环境分析

一、中国化妆品的管理与监督的特点

二、2015年9月1日起施行《化妆品标识管理规定》

三、化妆品成分必须全部标识

#### 四、化妆品卫生标准“十三五”规划

#### 第四章 中国护肤品行业运行态势分析

##### 第一节 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 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 中国护肤品市场品牌分析

###### 一、中国十大护肤品品牌情况

###### 二、护肤化妆品品牌比较分析

###### 三、护肤品市场品牌突围分析

##### 第四节 护肤品企业积极调整战略部署

###### 一、护肤品市场增长分析

###### 二、中高端品牌战略部署

###### 三、三、四线品牌的战略

#### 第五章 2015-2017年中国化妆品制造行业主要数据监测分析

##### 第一节 2015-2017年中国化妆品制造行业总体数据分析

###### 一、2015年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

###### 二、2016年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

###### 三、2017年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

##### 第二节 2015-2017年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

###### 一、2015年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

###### 二、2016年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

###### 三、2017年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

##### 第三节 2015-2017年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

###### 一、2015年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

###### 二、2016年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

###### 三、2017年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

#### 第六章 中国面膜行业市场竞争格局分析

##### 第一节 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 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 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

第七章 国外面膜重点企业竞争力分析

第一节 联合利华

一、公司概况

二、公司竞争优势

三、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、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、经营状况分析

第四节 欧莱雅公司

一、公司概况

二、2016年公司经营情况

三、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

第八章 国内面膜重点企业竞争财务数据分析

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

第九章 2017-2022年中国化妆品行业发展趋势分析

## 第一节 2017-2022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、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 2017-2022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 化妆品市场十五大趋势解析

## 第十章 2017-2022年中国面膜行业发展趋势分析

### 第一节 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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

## 第十一章 2017-2022年中国面膜行业投资机会与风险分析

### 第一节 2017-2022年中国面膜行业投资环境预测分析

### 第二节 2017-2022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 2017-2022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

## 第十二章 2017-2022年中国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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 济研咨询:2017-2022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

图表详见正文（FSWJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/302047302047.html>