

# 2017-2022年中国品牌面膜 市场监测及发展机遇预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2017-2022年中国品牌面膜市场监测及发展机遇预测报告》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.cction.com/report/201709/142128.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中国十大面膜品牌排行面膜具有柔嫩肌肤、促进肌肤活力的功效。目前在国内市场上，存在着诸多面膜品牌，从整个市场来看，外资品牌的面膜在国内市场已经占据了主流地位，

中国面膜市场集中度有待提高，面膜市场前十品牌市场占有率不到50%。美即、玉兰油和FANCL成为最热销的三大品牌。

### 2015年中国面膜十大品牌排名

注：各品牌市场占有率主要通过通过对国内大型零售企业月度年度销售数据及市场覆盖率汇总得出，不表示该品牌通过其他营销方式及其他渠道的销售数据。

面膜消费呈现一定的区域行主要有两个原因，一是与地区经济有关，另一个则与气候有关，按照一般的消费习惯，经济发达地区的面膜需求量相对较大，北方地区由于气候干燥，对于保湿功能的面膜需求相对较大，而南方地区则对于美白、防晒修复的需求量相对较大。就具体的区域市场份额来看，广东、上海、江苏、浙江、安徽、北京六个地区的化妆品平均销售市场占比占到了全国的近90%。2013年国内面膜零售市场规模在94亿元左右，2014年市场规模在118亿元左右。

### 中国面膜销售规模及同比增长分析

中企顾问网发布的《2017-2022年中国品牌面膜市场监测及发展机遇预测报告》共十六章。首先介绍了品牌面膜行业市场发展环境、品牌面膜整体运行态势等，接着分析了品牌面膜行业市场运行的现状，然后介绍了品牌面膜市场竞争格局。随后，报告对品牌面膜做了重点企业经营状况分析，最后分析了品牌面膜行业发展趋势与投资预测。您若想对品牌面膜产业有个系统的了解或者想投资品牌面膜行业，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。

报告目录：

第一章 品牌面膜行业发展基本概述 24

第一节 品牌面膜相关知识 24

一、品牌面膜简介 24

二、品牌面膜原理 24

三、品牌面膜优点 25

四、品牌面膜材质 26

第二节 品牌面膜按材质分类概述 27

一、泥膏型品牌面膜 27

二、撕剥型品牌面膜 27

三、冻胶型品牌面膜 27

四、乳霜型品牌面膜 28

五、绵布式保养品牌面膜 28

第二章 2014-2016年全球品牌面膜市场发展形势分析 29

第一节 2014-2016年国际护肤品市场发展分析 29

一、国际护肤品市场概述 29

二、全球天然护肤品需求量分析 29

三、金融风暴下护肤品需求分析 30

四、2014-2016年全球顶级品牌护肤品皮肤亮白策略 31

五、2014-2016年国际十大护肤品集团旗下品牌盘点 35

六、2014-2016年全球护肤品消费格局预测 38

七、2014-2016年全球化妆品市场趋势分析 40

第二节 2014-2016年国际品牌面膜市场发展分析 42

一、品牌面膜发展历史 42

二、品牌面膜发展阶段 43

三、世界品牌面膜生产工艺分析 44

四、世界品牌面膜价格的影响因素 45

第三节 2014-2016年主要国家地区品牌面膜市场分析 45

一、2014-2016年美国品牌面膜市场情况分析 45

二、2014-2016年英国品牌面膜市场情况分析 46

三、2014-2016年韩国品牌面膜市场情况分析 46

四、2014-2016年意大利品牌面膜市场情况分析 47

五、2014-2016年法国品牌面膜市场情况分析 48

六、2014-2016年日本品牌面膜市场情况分析 49

### 第三章 2014-2016年中国品牌面膜行业投资环境分析 51

#### 第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析 51

- 一、中国gdp分析 51
- 二、消费价格指数分析 52
- 三、城乡居民收入分析 58
- 四、社会消费品零售总额 58
- 五、全社会固定资产投资分析 63
- 六、进出口总额及增长率分析 68

#### 第二节 2014-2016年中国品牌面膜社会发展环境分析 69

#### 第三节 2014-2016年中国品牌面膜产业政策环境分析 74

- 一、中国化妆品的管理与监督的特点 74
- 二、《化妆品标识管理规定》 74
- 三、化妆品成分必须全部标识 75
- 四、化妆品卫生标准“十三五”规划 76

### 第四章 2014-2016年中国品牌面膜行业运行态势分析 83

#### 第一节 2014-2016年化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售情况 83

- 一、化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售总额 83
- 二、化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售总额 83
- 三、化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售总额 83
- 四、2017-2022年化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售预测 84

#### 第二节 2014-2016年中国品牌面膜行业发展概述 84

- 一、品牌面膜新概念 84
- 二、品牌面膜市场现状分析 84
- 三、品牌面膜价格影响因素 85
- 四、品牌面膜销售额及增长情况 86
- 五、夏季品牌面膜市场发展形势 87

#### 第三节 2016年品牌面膜市场新的看点 88

- 一、剪裁 88
- 二、质地 88
- 三、手法 89
- 四、亮点 89

#### 第四节 2014-2016年四大主流品牌面膜的功效剖析 90

- 一、保湿品牌面膜 90
- 二、美白品牌面膜 91
- 三、紧致/抗衰老品牌面膜 91
- 四、各类专效品牌面膜 92

#### 第五章 2014-2016年中国品牌面膜消费市场深度调查分析 93

##### 第一节 2014-2016年国内外品牌面膜品牌汇总 93

- 一、欧美品牌面膜品牌 93
- 二、中国品牌面膜品牌 94

##### 第二节 2014-2016年中国品牌面膜品牌排行 94

- 一、品牌面膜品牌排行 94
- 二、眼膜品牌排行 95
- 三、十大受欢迎护肤品牌面膜 96

##### 第三节 2014-2016年品牌面膜市场不同功能品牌面膜市场需求 98

- 一、2014-2016年男性品牌面膜市场不同功能品牌面膜市场需求调查 98
- 二、2014-2016年女性品牌面膜市场不同功能品牌面膜市场需求调查 99

##### 第四节 2014-2016年品牌面膜市场主要品牌及价格 99

- 一、2014-2016年市场美白品牌面膜主要品牌及价格 99
- 二、2014-2016年市场保湿品牌面膜主要产品及价格 101

##### 第五节 2014-2016年北京7大商场美白品牌面膜销量 102

- 一、双安商场、中友百货 102
- 二、当代商城 102
- 三、sogo 103
- 四、翠微百货、新世界商场 103
- 五、赛特购物中心 103

##### 第六节 2014-2016年台湾美白品牌面膜市场消费行为及竞争策略 104

- 一、调研背景 104
- 二、各名牌美白品牌面膜市场简介 104
- 三、消费者行为研究调查统计 106
- 四、美白品牌面膜市场消费行为及竞争策略分析 112
- 五、研究结论 113

## 第七节 2014-2016年八款优质品牌面膜之“最”盘点 113

- 一、最迷人香气 113
- 二、最高精华含量 114
- 三、最优抗氧化效果 114
- 四、最贴合面型 114
- 五、最多矿物元素 114
- 六、最新鲜保养原液 115
- 七、最佳分区保养 115
- 八、最周到呵护 115

## 第六章 2014-2016年中国化妆品行业市场走势分析 116

### 第一节 2014-2016年中国化妆品市场特点 116

- 一、当今化妆品市场新特点 116
- 二、2014-2016年中国化妆品行业市场特点 119
- 三、2014-2016年化妆品市场特征及渠道盘点 120

### 第二节 2014-2016年中国化妆品市场规模分析 123

- 一、中国化妆品行业增长率 123
- 二、最近三年中国化妆品销售额 123

#### 中国化妆品市场消费总规模

### 三、化妆品网络销售额情况 123

#### 2014-2020年中国化妆品网购交易规模情况

### 第三节 2014-2016年中国化妆品行业发展现状分析 124

- 一、化妆品行业品牌发展现状 124
- 二、化妆品行业消费市场现状 124
- 三、化妆品市场消费层次分析 126
- 四、中国化妆品市场走向分析 126

### 第四节 2014-2016年化妆品行业发展分析 127

- 一、2014-2016年化妆品行业增速分析 127
- 二、2014-2016年化妆品农村市场潜力 128
- 三、2014-2016年中低端化妆品增长预期 128

四、2014-2016年高档化妆品征收消费税 130

五、2014-2016年化妆品行业结构化调整形势 131

第七章 2014-2016年中国护肤品行业运行态势分析 133

第一节 2014-2016年护肤品市场现状分析 133

一、国内护肤品市场状况分析 133

二、护肤品市场销售情况分析 136

三、2014-2016年护肤品市场热点分析 137

第二节 2014-2016年中国护肤品市场的发展态势 142

一、护肤品品牌市场发展态势 142

二、专业护肤品企业发展态势 142

三、高档护肤品发展情况分析 143

第三节 2014-2016年中国护肤品市场品牌分析 144

一、2014-2016年中国十大护肤品品牌情况 144

二、2014-2016年护肤化妆品品牌比较分析 145

三、2014-2016年护肤品市场品牌突围分析 146

第四节 2014-2016年护肤品企业积极调整战略部署 147

一、2014-2016年护肤品市场增长分析 147

二、2014-2016年中高端品牌战略部署 148

三、2014-2016年三、四线品牌的战略 152

第八章 2014-2016年中国化妆品制造行业主要数据监测分析 158

第一节 2014-2016年中国化妆品制造行业规模分析 158

一、企业数量增长分析 158

二、从业人数增长分析 158

三、资产规模增长分析 159

第二节 2014-2016年中国化妆品制造行业结构分析 160

一、企业数量结构分析 160

二、销售收入结构分析 161

第三节 2014-2016年中国化妆品制造行业产值分析 162

一、产成品增长分析 162

二、工业销售产值分析 163



### 三、出口货值分析 164

#### 第四节 2014-2016年中国化妆品制造行业成本费用分析 164

##### 一、销售成本统计 164

##### 二、费用统计 165

#### 第五节 2014-2016年中国化妆品制造行业盈利能力分析 166

##### 一、主要盈利指标分析 166

##### 二、主要盈利能力指标分析 166

### 第九章 2014-2016年中国精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品进出口贸易分析 168

#### 第一节 2014-2016年中国精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品进出口数据监测 168

##### 一、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品进口数据分析 168

##### 二、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品出口数据分析 168

#### 第二节 2014-2016年精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品进出口国家及地区分析 169

##### 一、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品进口来源国家及地区 169

##### 二、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品出口国家及地区 169

#### 第三节 2014-2016年精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品进出口省市分析 170

##### 一、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品主要进口省市分析 170

##### 二、精油及香膏,芳香料制品,化妆盥洗品主要出口省市分析 171

### 第十章 2016年中国品牌面膜行业市场竞争格局分析 172

#### 第一节 2016年中国品牌面膜行业竞争结构分析 172

##### 一、行业内现有企业的竞争 172

##### 二、新进入者的威胁 173

##### 三、替代品的威胁 173

##### 四、供应商的讨价还价能力 174

##### 五、购买者的讨价还价能力 175

#### 第二节 2016年中国品牌面膜市场竞争现状分析 175

##### 一、产品价格竞争 175

##### 二、品牌竞争分析 176

##### 三、生产工艺分析 177

#### 第三节 2016年国内护肤品生产企业提高竞争力的途径 180

##### 一、进行准确的市场定位 180

- 二、提高产品质量及加强品牌塑造 180
- 三、运用多种营销手段形成独到的营销策略 180
- 四、加强终端服务建设 181
- 五、开发男性护肤品市场 181

## 第十一章 2014-2016年国外品牌面膜重点企业竞争里分析 183

### 第一节 联合利华 183

- 一、公司概况 183
- 二、2014-2016年年公司竞争优势 183
- 三、2016年公司的销售策略 184

### 第二节 p&g (宝洁) 184

- 一、公司概况 184
- 二、公司品牌战略 185
- 三、2014-2016年经营状况分析 186

### 第三节 雅芳公司 187

- 一、雅芳在中国 187
- 二、公司直销转型分析 189
- 三、2014-2016年经营状况分析 190

### 第四节 欧莱雅公司 192

- 一、公司概况 192
- 二、2014-2016年公司经营情况 193
- 三、2016年公司应对金融危机的策略 193
- 四、公司成功经营的秘诀 194

### 第五节 世界十大品牌面膜厂商情况分析 195

## 第十二章 2014-2016年国内品牌面膜重点企业竞争竞争财务数据分析 198

### 第一节 上海家化联合股份有限公司 198

- 一、企业基本概况 198
- 二、公司主要财务指标分析 199
- 三、企业成本费用指标 202

### 第二节 上海自然美化妆品有限公司 205

- 一、企业基本概况 205

- 二、公司主要财务指标分析 206
- 三、企业成本费用指标 209
- 第三节 北京大宝化妆品有限公司 212
  - 一、企业基本情况 212
  - 二、公司主要财务指标分析 213
  - 三、企业成本费用指标 216
- 第四节 雅芳(中国)制造有限公司 219
  - 一、企业基本情况 219
  - 二、公司主要财务指标分析 220
  - 三、企业成本费用指标 223
- 第五节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司 226
  - 一、企业基本情况 226
  - 二、公司主要财务指标分析 226
  - 三、企业成本费用指标 229
- 第六节 资生堂丽源化妆品有限公司 232
  - 一、企业基本情况 232
  - 二、公司主要财务指标分析 233
  - 三、企业成本费用指标 236
- 第七节 妮维雅(上海)有限公司 239
  - 一、企业基本情况 239
  - 二、公司主要财务指标分析 241
  - 三、企业成本费用指标 244
- 第八节 联合利华(中国)有限公司 247
  - 一、企业基本情况 247
  - 二、公司主要财务指标分析 248
  - 三、企业成本费用指标 251
- 第九节 江苏东洋之花化妆品有限公司 254
  - 一、企业基本情况 254
  - 二、公司主要财务指标分析 254
  - 三、企业成本费用指标 258
- 第十节 中山市嘉丹婷日用品有限公司 261
  - 一、企业基本情况 261

二、公司主要财务指标分析 261

三、企业成本费用指标 264

第十三章 2017-2022年中国化妆品行业发展趋势分析 268

第一节 2017-2022年中国化妆品行业前景与机遇分析 268

一、中国化妆品行业发展前景 268

二、中国化妆品发展机遇分析 269

三、2016年化妆品的发展机遇分析 270

四、金融危机对化妆品行业的影响分析 270

第二节 2017-2022年中国化妆品市场趋势分析 274

一、化妆品市场发展空间 274

二、化妆品技术革新趋势 274

三、化妆品价格走势分析 276

四、国际环境对行业的影响 278

第三节 2016年化妆品市场十五大趋势解析 279

第十四章 2017-2022年中国品牌面膜行业发展趋势分析 285

第一节 2017-2022年中国品牌面膜产品趋势分析 285

一、品牌面膜产品种类齐全 285

二、品牌面膜产品不断创新 286

三、品牌面膜功效不断增强 287

四、品牌面膜产品市场进一步细分 288

第二节 2017-2022年世界品牌面膜行业发展趋势分析 289

一、真功效型 289

二、生产工艺领先 289

三、科学的配方 290

第三节 2017-2022年中国品牌面膜营销策略趋势分析 290

一、网络营销 290

二、品牌营销 291

三、连锁营销 292

第十五章 2017-2022年中国品牌面膜行业投资机会与风险分析 294

第一节 2017-2022年中国品牌面膜行业投资环境预测分析 294

第二节 2017-2022年中国品牌面膜行业投资机会分析 294

一、品牌面膜投资潜力分析 294

二、品牌面膜投资吸引力分析 295

第三节 2017-2022年中国品牌面膜行业风险分析 295

一、技术风险 295

二、政策风险 295

三、竞争风险 297

四、其他风险 298

第十六章 2016年中国品牌面膜行业投资战略研究 299 (ZY GXH)

第一节 中小型化妆品公司护肤品的对策分析 299

一、护肤品的产品定位及市场定位 299

二、中小型化妆品公司护肤品的操作手法探析 299

第二节 中国护肤品行业品牌营销战略案例分析 302

一、上海家化化妆品品牌的振兴之路 302

二、国际知名品牌面膜品牌西南销售计划 307

第三节 中国护肤品营销策略分析 309

一、护肤品广告心理策略 309

二、护肤品广告市场分析 312

三、护肤品包装色彩营销 312

第四节 中国品牌面膜市场营销策略分析 314

一、把品牌面膜当保健品 314

二、为产品找好嫁衣 314

三、避实就虚取市场 315

四、广告软文炒概念 315

五、超市商场创佳绩 316

第五节 中国品牌面膜企业发展策略 316

一、坚守核心主业 316

二、构建优质渠道 317

三、整合优质资源 317

四、提升经营能力 318

五、明确品牌形象 319

六、调整市场策略 319 (ZY GXH)

图表目录：

图表 1 2016年全球化妆品市场所占比例 40

图表 2 2016年国内生产总值初步核算数据 51

图表 3 2014-2016年gdp环比增长速度 51

图表 4 2016年居民消费价格指数cpi 52

图表 5 2016年工业品出厂价格指数(ppi) 52

图表 6 2014-2016年全国居民消费价格涨跌幅 53

图表 7 2016年居民消费价格分类别同比涨跌幅 55

图表 8 2016年居民消费价格分类别环比涨跌幅 56

图表 9 2016年居民消费价格主要数据 56

图表 10 2014-2016年社会消费品零售总额 59

图表 11 2012年-2016年社会消费品零售额增长率 60

图表 12 2014-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速 64

图表 13 2014-2016年分地区投资相邻两月累计同比增速 65

图表 14 2014-2016年固定资产投资到位资金同比增速 66

图表 15 2016年份固定资产投资（不含农户）主要数据 66

图表 16 2016年化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售总额 83

图表 17 2016年化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售总额 83

图表 18 2016年化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售总额 83

图表 19 2017-2022年化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售预测 84

图表 20 2016年我国品牌面膜产品市场不同因素的价格影响力对比 86

图表 21 2016年中国品牌面膜品牌排行 94

图表 22 2016年中国品牌面膜品牌排行 95

图表 23 2016年男性品牌面膜市场不同功能品牌面膜市场需求调查 98

图表 24 2016年女性品牌面膜市场不同功能品牌面膜市场需求调查 99

图表 25 消费者之性别 107

图表 26 消费者之年龄 107

图表 27 消费者婚姻状态 107

图表 28 消费者职业 108

图表 29 可支配所得 / 月 108

图表 30 平常是否使用美白品牌面膜 108

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201709/142128.html>