



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国面膜产业发展 现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国面膜产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/279058.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

面膜是美容保养品的一种载体，服贴在脸上15~30分钟，当保养品的养份缓缓被皮肤吸收后，即卸下来的膜，面膜的材质有粉末调和的、高岭土、无纺布、及蚕丝面膜，目前最高科技、载体细致、容易被皮肤吸的是蚕丝面膜，一般活性成份为2.5 - 22%左右。

面膜的上游原材料主要为水、精华成份、无纺布。供水必须经过去离子作用，期间水中的离子污染物交换为离子交换树脂释放的离子。在离子交换过程中，阳离子树脂将氢离子交换为遇到的任何阳离子，而阴离子树脂将氢氧离子交换为所存在的任何阴离子。离子杂质黏附在树脂上，而氢离子及氢氧离子则合成纯净水。精华成分为化学综合剂，含有玻尿酸、芦荟油、胶原蛋白及乳酸钠。面膜的下游直接是广大终端消费者。面膜产业链示意图 资料来源：艾凯咨询网整理

在面膜市场，跨国公司的霸主地位依然无法撼动，其凭借强大的研发能力、品牌影响力及营销能力，牢牢占据化妆品产业领先地位，排名前列的公司依次是欧莱雅、宝洁、联合利华、雅诗兰黛和资生堂，合计约占全球市场份额的41%。欧美日企业引领全球美容理念和产业发展方向，在可预见的将来这一格局仍将延续。我们也看到成熟市场的品牌集中度很高，如加拿大化妆品市场，宝洁、欧莱雅和露华浓三大品牌合计占比达到80%。2014年全球化妆品市场竞争格局 资料来源：艾凯咨询网整理

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：

第一部分行业发展现状1

第一章面膜行业发展概述1

第一节面膜的定义及分类1

一、面膜的定义1

二、面膜的分类1

三、面膜的特性3

第二节面膜产业链分析4

- 一、面膜市场特点4
- 二、行业经济特性4
- 三、产业链结构分析4
- 第三节面膜行业发展成熟度分析5
- 一、行业发展周期分析5
- 二、行业中外市场成熟度对比7
- 三、行业及其主要子行业成熟度分析7

第二章全球面膜市场发展分析9

第一节 2015年全球面膜市场分析9

- 一、2015年全球面膜市场回顾9
- 二、2015年全球面膜市场环境16
- 三、2015年全球面膜销售分析25
- 四、2015年全球面膜研发分析25

第二节 2016年全球面膜市场分析27

- 一、2016年全球面膜需求分析27
- 二、2016年全球面膜研发分析27
- 三、2016年全球面膜品牌分析30
- 四、2016年中外面膜市场对比30

第三节主要国家地区面膜市场分析31

- 一、2014-2015年美国面膜市场分析31
- 二、2014-2015年欧洲面膜市场分析33
- 三、2014-2015年日本面膜市场分析34
- 四、2014-2015年韩国面膜市场分析36
- 五、2014-2015年其他国家面膜市场40

第三章我国面膜行业发展现状42

第一节中国面膜生产工艺现状分析42

- 一、天然面膜配比42
- 二、中药面膜配比43
- 三、绿色面膜配比44
- 四、祛斑美白面膜配比45

五、水果面膜配比46

第二节我国面膜行业发展现状46

一、面膜行业品牌发展现状46

二、面膜行业消费市场现状47

三、面膜市场消费层次分析48

四、我国面膜市场走向分析48

第三节 2011-2015年面膜业发展情况分析48

一、2011年面膜行业发展情况分析48

二、2012年面膜行业发展情况分析50

三、2013年面膜行业发展特点分析50

四、2014-2015年面膜行业发展情况51

第四节 2010-2015年面膜行业运行分析51

一、2010-2013年面膜业产销存运行分析51

二、2013-2015年面膜行业利润情况分析52

三、2015年面膜行业发展周期分析52

四、2016-2022年面膜行业发展机遇分析52

五、2016-2022年面膜行业利润增速预测54

第四章 2014-2015年中国各类面膜的供需平衡分析55

第一节 2014-2015年中国各类面膜市场需求分析55

一、深层洁净面膜55

二、保湿面膜55

三、美白面膜56

四、排毒面膜56

五、防晒面膜57

第二节 2014-2015年中国各类面膜市场供应情况57

一、深层洁面面膜57

二、保湿面膜58

三、美白面膜58

四、排毒面膜58

五、防晒面膜59

第三节 2014-2015年中国面膜市场供需平衡59

- 一、2014-2015年女性各类面膜市场供需平衡分析59
- 二、2014-2015年男性各类面膜市场供需平衡分析60

第五章我国面膜市场发展研究61

第一节 2014年我国面膜市场发展研究61

- 一、2014年1季度我国面膜市场研究61
- 二、2014年2季度我国面膜市场研究61
- 三、2014年3季度我国面膜市场研究61
- 四、2014年4季度我国面膜市场研究61

第二节 2015年我国面膜市场情况62

- 一、2015年我国面膜产销情况62
- 二、2015年我国面膜市场价格情况63
- 三、2015年重点城市面膜市场发展情况66
- 四、2015年我国面膜市场发展情况67

第三节 2016年我国面膜市场结构和价格走势分析67

- 一、2016年上半年我国面膜市场结构和价格走势概述67
- 二、2016年上半年我国面膜市场结构分析68
- 三、2016年上半年我国面膜市场价格走势分析68

第四节 2015年我国面膜业市场发展特点分析69

- 一、2015年上半年我国面膜市场格局特点69
- 二、2015年上半年我国面膜产品创新特点70
- 三、2015年上半年我国面膜市场服务特点71
- 四、2015年上半年我国面膜市场品牌特点72

第六章我国面膜市场调查分析75

第一节 2013年我国面膜市场调查分析75

- 一、主要观点75
- 二、市场结构分析75
- 三、价格走势分析76
- 四、厂商分析76

第二节 2014年我国面膜市场调查分析77

- 一、主要观点77

二、整体市场调查80

三、产品关注度调查81

四、市场价格调查81

第三节 2015年中国面膜市场调查分析81

一、整体市场关注度81

二、品牌关注度格局82

三、产品关注度调查82

四、不同价位关注度83

第七章面膜行业经济运行分析84

第一节 2014-2015年面膜产量分析84

一、2009-2013年面膜产量分析84

二、2014-2015年面膜产量分析84

第二节 2013-2015年面膜行业主要经济指标分析85

一、销售收入前十家企业分析85

二、2013年面膜行业主要经济指标分析85

三、2014年面膜行业主要经济指标分析86

四、2015年面膜行业主要经济指标分析86

第三节 2013-2015年我国面膜行业绩效分析86

一、2013-2015年行业产销情况86

二、2013-2015年行业规模情况87

三、2013-2015年行业盈利能力87

四、2013-2015年行业经营发展能力87

五、2013-2015年行业偿债能力分析88

第八章我国面膜行业进出口分析89

第一节我国面膜进口分析89

一、2015年进口总量分析89

二、2015年进口结构分析89

三、2015年进口区域分析89

第二节我国面膜出口分析90

一、2015年出口总量分析90

二、2015年出口结构分析90

三、2015年出口区域分析91

第三节我国面膜进出口预测91

一、2015年进口分析91

二、2015年出口分析92

三、2016年面膜进口预测92

四、2016年面膜出口预测92

第九章面膜细分市场情况分析93

第一节深层洁净面膜93

一、2015年行业发展现状分析93

二、2015年市场需求情况分析93

三、2015年市场规模情况分析93

四、2015年行业竞争格局分析94

五、2015年消费者的偏好分析94

六、2016-2022年行业发展趋势分析94

第二节保湿面膜95

一、2015年行业发展现状分析95

二、2015年市场需求情况分析95

三、2015年市场规模情况分析96

四、2015年行业竞争格局分析96

五、2015年消费者的偏好分析96

六、2016-2022年行业发展趋势分析97

第三节美白面膜97

一、2015年行业发展现状分析97

二、2015年市场需求情况分析97

三、2015年市场规模情况分析98

四、2015年行业竞争格局分析98

五、2015年消费者的偏好分析98

六、2016-2022年行业发展趋势分析99

第四节排毒面膜99

一、2015年行业发展现状分析99

- 二、2015年市场需求情况分析99
- 三、2015年市场规模情况分析100
- 四、2015年行业竞争格局分析100
- 五、2015年消费者的偏好分析100
- 六、2016-2022年行业发展趋势分析101
- 第五节防晒面膜101
 - 一、2015年行业发展现状分析101
 - 二、2015年市场需求情况分析102
 - 三、2015年市场规模情况分析102
 - 四、2015年行业竞争格局分析102
 - 五、2015年消费者的偏好分析102
 - 六、2016-2022年行业发展趋势分析103

第十章面膜区域市场情况分析104

第一节华北地区104

- 一、2015年行业发展现状分析104
- 二、2012-2015年市场需求情况分析104
- 三、2012-2015年市场规模情况分析104
- 四、2015年行业竞争格局分析105
- 五、2012-2015年消费者的偏好分析105
- 六、2015-2019年行业发展趋势分析106

第二节东北地区106

- 一、2015年行业发展现状分析106
- 二、2012-2015年市场需求情况分析106
- 三、2012-2015年市场规模情况分析107
- 四、2015年行业竞争格局分析107
- 五、2012-2015年消费者的偏好分析108
- 六、2016-2022年行业发展趋势分析108

第三节华东地区108

- 一、2015年行业发展现状分析108
- 二、2012-2015年市场需求情况分析109
- 三、2012-2015年市场规模情况分析109

四、2012-2015年行业竞争格局分析110

五、2012-2015年消费者的偏好分析110

六、2016-2022年行业发展趋势分析111

第四节华南地区111

一、2015年行业发展现状分析111

二、2012-2015年市场需求情况分析111

三、2012-2015年市场规模情况分析112

四、2012-2015年行业竞争格局分析112

五、2012-2015年消费者的偏好分析113

六、2016-2022年行业发展趋势分析113

第五节中南地区114

一、2015年行业发展现状分析114

二、2012-2015年市场需求情况分析114

三、2012-2015年市场规模情况分析114

四、2012-2015年行业竞争格局分析115

五、2012-2015年消费者的偏好分析115

六、2016-2022年行业发展趋势分析116

第六节西南地区116

一、2015年行业发展现状分析116

二、2012-2015年市场需求情况分析116

三、2012-2015年市场规模情况分析117

四、2015年行业竞争格局分析117

五、2012-2015年消费者的偏好分析118

六、2016-2022年行业发展趋势分析118

第七节西北地区119

一、2015年行业发展现状分析119

二、2012-2015年市场需求情况分析119

三、2012-2015年市场规模情况分析119

四、2012-2015年消费者的偏好分析120

五、2016-2022年行业发展趋势分析120

第十一章中国面膜行业消费市场分析122

第一节中国面膜消费者收入分析	122
一、中国人口、人民生活分析	122
二、2015年消费者收入水平	132
三、2015年消费者信心指数分析	133
第二节面膜行业产品目标客户群体调查	136
一、不同收入水平消费者偏好调查	136
二、不同年龄的消费者偏好调查	137
三、不同地区的消费者偏好调查	137
第三节面膜市场消费需求分析	138
一、面膜市场的消费需求变化	138
二、面膜行业的需求情况分析	138
三、2015年面膜品牌市场消费需求分析	139
第四节面膜消费市场状况分析	139
一、面膜行业消费特点	139
二、面膜消费者分析	140
三、面膜消费结构分析	140
四、面膜消费的市场变化	140
五、面膜市场的消费方向	141
第五节不同客户购买相关的态度及影响分析	141
一、价格敏感程度	141
二、品牌的影响	142
三、购买方便的影响	144
四、广告的影响程度	145
五、包装的影响程度	147
第六节面膜行业产品的品牌市场调查	148
一、消费者对行业品牌认知度宏观调查	148
二、消费者对行业产品的品牌偏好调查	149
三、消费者对行业品牌的首要认知渠道	149
四、消费者经常购买的品牌调查	150
五、面膜行业品牌忠诚度调查	150
六、面膜行业品牌市场占有率调查	150
七、消费者的消费理念调研	151

第二部分行业竞争格局152

第十二章面膜行业竞争格局分析152

第一节行业竞争结构分析152

一、现有企业间竞争152

二、潜在进入者分析152

三、替代品威胁分析153

四、供应商议价能力153

五、客户议价能力153

第二节行业集中度分析153

一、市场集中度分析153

二、企业集中度分析154

三、区域集中度分析154

第三节中国面膜行业竞争格局综述155

一、2014-2015年面膜行业集中度155

二、2014-2015年面膜行业竞争程度155

三、2014-2015年面膜企业与品牌数量155

四、2014-2015年面膜行业竞争格局分析155

第四节 2014-2015年面膜行业竞争格局分析156

一、2014-2015年国内外面膜竞争分析156

二、2014-2015年我国面膜市场竞争分析156

三、2014-2015年我国面膜市场集中度分析156

四、2016-2022年国内主要面膜企业动向156

五、2015年国内面膜拟在建项目分析157

第十三章面膜企业竞争策略分析158

第一节面膜市场竞争策略分析158

一、2016年面膜市场增长潜力分析158

二、2016年面膜主要潜力品种分析158

三、现有面膜产品竞争策略分析159

四、潜力面膜品种竞争策略选择160

五、典型企业产品竞争策略分析162

第二节面膜企业竞争策略分析162

- 一、金融危机对面膜行业竞争格局的影响162
- 二、金融危机后面膜行业竞争格局的变化162
- 三、2016-2022年我国面膜市场竞争趋势163
- 四、2016-2022年面膜行业竞争格局展望163
- 五、2016-2022年面膜行业竞争策略分析164
- 六、2016-2022年面膜企业竞争策略分析164

第十四章国外面膜重点企业竞争分析166

第一节联合利华166

- 一、企业概况166
- 二、竞争优势分析168
- 三、2008-2015年经营状况169
- 四、2016-2022年发展战略174

第二节 P&A;G（宝洁）175

- 一、企业概况175
- 二、竞争优势分析175
- 三、2008-2015年经营状况177
- 四、2016-2022年发展战略182

第三节雅芳公司183

- 一、企业概况183
- 二、竞争优势分析184
- 三、2008-2015年经营状况184
- 四、2016-2022年发展战略190

第四节欧莱雅公司190

- 一、企业概况190
- 二、竞争优势分析190
- 三、2008-2015年经营状况191
- 四、2016-2022年发展战略193

第十五章国内面膜重点企业竞争分析194

第一节上海家化194

- 一、企业概况194

二、竞争优势分析	194
三、2013-2015年经营状况	195
四、2016-2022年发展战略	200
第二节自然美	201
一、企业概况	201
二、竞争优势分析	202
三、2013-2015年经营状况	203
四、2016-2022年发展战略	206
第三节北京大宝	207
一、企业概况	207
二、竞争优势分析	207
三、2013-2015年经营状况	208
四、2016-2022年发展战略	209
第四节雅丽洁（广东）精细化工有限公司	210
一、企业概况	210
三、竞争优势分析	210
三、2012-2015年经营状况	211
四、2016-2022年发展战略	213

第三部分行业前景预测214

第十六章面膜行业发展趋势分析214

第一节我国面膜行业前景与机遇分析214

- 一、我国面膜行业发展前景214
- 二、我国面膜发展机遇分析214
- 三、2016年面膜的发展机遇分析215
- 四、金融危机对面膜行业的影响分析215

第二节 2016-2022年中国面膜市场趋势分析216

- 一、2012-2015年面膜市场趋势总结216
- 二、2016-2022年面膜发展趋势分析217
- 三、2016-2022年面膜市场发展空间217
- 四、2016-2022年面膜产业政策趋向218
- 五、2016-2022年面膜技术革新趋势218

六、2016-2022年国际环境对行业的影响219

第十七章未来面膜行业发展预测220

第一节未来面膜需求与消费预测220

- 一、2016-2022年面膜产品消费预测220
- 二、2016-2022年面膜市场规模预测220
- 三、2016-2022年面膜行业总产值预测221
- 四、2016-2022年面膜行业销售收入预测221
- 五、2016-2022年面膜行业总资产预测221

第二节 2016-2022年中国面膜行业供需预测222

- 一、2016-2022年中国面膜供给预测222
- 二、2016-2022年中国面膜产量预测222
- 三、2016-2022年中国面膜需求预测223
- 四、2016-2022年中国面膜供需平衡预测223
- 五、2016-2022年中国面膜产品价格预测224
- 六、2016-2022年主要面膜产品进出口预测224

第四部分投资战略研究226

第十八章面膜行业投资现状分析226

第一节 2013年面膜行业投资情况分析226

- 一、2013年总体投资及结构226
- 二、2013年投资规模情况226
- 三、2013年投资增速情况226
- 四、2013年分行业投资分析226
- 五、2013年分地区投资分析227
- 六、2013年外商投资情况227

第二节 2014年面膜行业投资情况分析228

- 一、2014年总体投资及结构228
- 二、2014年投资规模情况228
- 三、2014年投资增速情况228
- 四、2014年分行业投资分析228
- 五、2014年分地区投资分析229

六、2014年外商投资情况229

第十九章面膜行业投资环境分析231

第一节经济发展环境分析231

一、2012-2015年我国宏观经济运行情况231

二、2016-2022年我国宏观经济形势分析235

三、2016-2022年投资趋势及其影响预测242

第二节政策法规环境分析244

一、2015年面膜行业政策环境分析244

二、2015年国内宏观政策对其影响244

三、2015年行业产业政策对其影响246

第三节技术发展环境分析246

一、国内面膜技术现状246

二、2015年面膜技术发展分析246

三、2016-2022年面膜技术发展趋势分析247

第四节社会发展环境分析247

一、国内社会环境发展现状247

二、2015年社会环境发展分析249

三、2016-2022年社会环境对行业的影响分析252

第五节化工行业振兴规划252

一、化工行业振兴规划概述252

二、化工行业振兴规划细则253

三、化工行业振兴规划主要任务255

四、化工行业振兴规划主要工程264

五、化工行业振兴规划主要措施265

六、化工行业振兴规划的意义与作用267

七、化工行业振兴规划对面膜行业的影响268

第二十章面膜行业投资机会与风险269

第一节行业活力系数比较及分析269

一、2015年相关产业活力系数比较269

二、2011-2015行业活力系数分析269

第二节行业投资收益率比较及分析270

一、2015年相关产业投资收益率比较270

二、2011-2015行业投资收益率分析270

第三节面膜行业投资效益分析271

一、2013-2015年面膜行业投资状况分析271

二、2016-2022年面膜行业投资效益分析272

三、2016-2022年面膜行业投资趋势预测273

四、2016-2022年面膜行业的投资方向273

五、2016-2022年面膜行业投资的建议274

六、新进入者应注意的障碍因素分析274

第四节影响面膜行业发展的主要因素276

一、2016-2022年影响面膜行业运行的有利因素分析276

二、2016-2022年影响面膜行业运行的稳定因素分析276

三、2016-2022年影响面膜行业运行的不利因素分析277

四、2016-2022年我国面膜行业发展面临的挑战分析277

五、2016-2022年我国面膜行业发展面临的机遇分析278

第五节面膜行业投资风险及控制策略分析278

一、2016-2022年面膜行业市场风险及控制策略278

二、2016-2022年面膜行业政策风险及控制策略278

三、2016-2022年面膜行业经营风险及控制策略280

四、2016-2022年面膜行业技术风险及控制策略281

五、2016-2022年面膜行业同业竞争风险及控制策略281

六、2016-2022年面膜行业其他风险及控制策略281

第二十一章面膜行业投资战略研究283

第一节面膜行业发展战略研究283

一、战略综合规划283

二、技术开发战略283

三、业务组合战略285

四、区域战略规划285

五、产业战略规划286

六、营销品牌战略286

七、竞争战略规划	287
第二节对我国面膜品牌的战略思考	288
一、企业品牌的重要性	288
二、面膜实施品牌战略的意义	291
三、面膜企业品牌的现状分析	292
四、我国面膜企业的品牌战略	292
五、面膜品牌战略管理的策略	292
第三节面膜企业经营管理策略	294
一、成本控制策略	294
二、定价策略	295
三、竞争策略	297
四、并购重组策略	298
五、营销策略	298
六、人力资源	299
七、财务管理	300
八、国际化策略	300
第四节面膜行业投资战略研究	300
一、2016年护肤品行业投资战略	300
二、2016年面膜行业投资战略	301
三、2016-2022年面膜行业投资战略	302
四、2016-2022年细分行业投资战略	302

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：面膜行业产业链

图表：2011-2015年我国面膜行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国面膜行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国面膜行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国面膜行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国面膜行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国面膜行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国面膜行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国面膜行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国面膜行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国面膜行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年面膜行业市场供给

图表：2011-2015年面膜行业市场需求

图表：2011-2015年面膜行业市场规模

图表：面膜所属行业生命周期判断

图表：面膜所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国面膜行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国面膜行业供给预测

图表：2016-2022年中国面膜行业需求预测

图表：2016-2022年中国面膜行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279058.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。