



艾凯咨询
ICAN Consulting

2022-2027年中国面膜行业市场 专项调研及投资前景分析报告

一、调研说明

《2022-2027年中国面膜行业市场专项调研及投资前景分析报告》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/360189.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，是护肤品中的一个类别，是美容保养品的一种载体，敷在脸上用于美容功能例如补水保湿、美白、抗衰老、平衡油脂等等。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1章：面膜行业发展基本概述

1.1 面膜相关知识

1.1.1 面膜简介

1.1.2 面膜原理

1.1.3 面膜优点

1.1.4 面膜按性状分类

1.2 面膜按材质分类概述

1.2.1 泥膏型面膜

1.2.2 撕剥型面膜

1.2.3 冻胶型面膜

1.2.4 乳霜型面膜

1.2.5 绵布式保养面膜

第2章：全球面膜市场发展形势分析

2.1 国际护肤品市场发展分析

2.1.1 护肤品市场概述

2.1.2 护肤品市场规模

2.1.3 护肤品市场格局

2.1.4 有机护肤品市场

2.1.5 护肤品市场趋势

2.2 国际面膜市场发展分析

2.2.1 面膜发展历史

2.2.2 面膜发展阶段

2.2.3 面膜市场规模

2.2.4 面膜市场格局

2.2.5 面膜排行情况

2.3 主要国家地区面膜市场分析

2.3.1 美国面膜市场情况分析

2.3.2 韩国面膜市场情况分析

2.3.3 日本面膜市场情况分析

2.3.4 欧洲面膜市场情况分析

第3章：中国面膜行业宏观环境分析

3.1 行业政策环境分析

3.1.1 行业管理体制分析

(1) 行业监管机构

(2) 行业管理特点

3.1.2 行业相关政策与管理规定

(1) 行业相关政策

(2) 《化妆品标识管理规定》

(3) 化妆品全成分标识解读

3.1.3 行业相关标准

3.1.4 行业相关发展规划

(1) 行业规模规划

(2) 行业企业规划

(3) 行业品牌规划

(4) 行业产品规划

3.1.5 政策环境对行业的影响

3.2 行业经济环境分析

3.2.1 宏观经济形势分析

(1) 国际宏观经济形势分析

(2) 国内宏观经济形势分析

(3) 产业宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

(1) 经济对行业的影响

(2) 货币政策对行业的影响

(3) 区域规划对行业的影响

3.3 行业社会环境分析

3.3.1 面膜行业社会环境

(1) 人口环境分析

(2) 教育环境分析

(3) 文化环境分析

(4) 中国城镇化率

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.3.3 面膜行业发展对社会发展的影响

3.4 行业技术环境分析

3.4.1 面膜行业专利技术总体态势

3.4.2 面膜行业专利技术申请人结构

3.4.3 面膜行业专利技术构成分析

第4章：中国面膜行业运行态势分析

4.1 中国面膜行业特点分析

4.1.1 面膜行业总体发展特点分析

4.1.2 面膜行业消费特点分析

4.1.3 面膜行业产品价格特点分析

4.2 中国面膜行业市场现状分析

4.2.1 中国面膜行业市场规模分析

4.2.2 2022-2027年中国面膜行业市场规模预测

4.3 面膜市场新的看点

4.3.1 剪裁

4.3.2 质地

4.3.3 功效

4.4 四大主流面膜的功效剖析

4.4.1 保湿补水面膜

4.4.2 美白面膜

4.4.3 紧致/抗衰老面膜

4.4.4 专效面膜

第5章：中国面膜消费市场深度调查分析

5.1 面膜需求因素影响因素

5.2 国内外面膜品牌汇总

5.2.1 国外面膜品牌

5.2.2 中国面膜品牌

5.3 中国面膜品牌分析

5.4 面膜市场需求调查

5.4.1 区域需求情况

5.4.2 功效需求情况

5.4.3 价格需求情况

5.4.4 市场渗透率情况

5.4.5 市场提及率情况

5.5 面膜市场发展趋势调查

第6章：中国化妆品行业市场走势分析

6.1 中国化妆品市场特点

6.1.1 当今化妆品市场新特点

6.1.2 中国化妆品行业市场特点

6.1.3 化妆品市场特征及渠道盘点

6.2 中国化妆品市场规模分析

6.2.1 中国化妆品行业增长率

6.2.2 中国化妆品销售额

6.2.3 化妆品网络销售额情况

6.3 中国化妆品行业发展现状分析

6.3.1 化妆品行业品牌发展现状

6.3.2 化妆品行业消费市场现状

6.3.3 化妆品市场消费层次分析

6.3.4 中国化妆品市场走向分析

6.4 化妆品行业发展分析

6.4.1 化妆品行业增速分析

6.4.2 化妆品农村市场潜力

6.4.3 中低端化妆品市场分析

6.4.4 高档化妆品征收消费税

6.4.5 化妆品行业结构化调整形势

第7章：中国护肤品行业运行态势分析

7.1 护肤品市场现状分析

7.1.1 国内护肤品市场状况分析

7.1.2 护肤品市场销售情况分析

7.1.3 护肤品市场热点分析

7.2 中国护肤品市场的发展态势

7.2.1 护肤品品牌市场发展态势

7.2.2 护肤品企业发展态势

7.2.3 高档护肤品发展情况分析

7.2.4 护肤品的发展趋势

7.3 中国护肤品市场品牌分析

7.3.1 中国十大护肤品品牌情况

7.3.2 护肤化妆品品牌比较分析

7.3.3 护肤品市场品牌突围分析

7.4 护肤品企业积极调整战略部署

7.4.1 护肤品市场增长分析

7.4.2 中高端品牌战略部署

7.4.3 三、四线品牌的战略

第8章：中国化妆品制造所属行业主要数据监测分析

8.1 中国化妆品制造所属行业规模分析

8.1.1 企业数量增长分析

8.1.2 从业人数增长分析

8.1.3 资产规模增长分析

8.2 中国化妆品制造所属行业结构分析

8.2.1 企业数量结构分析

8.2.2 销售收入结构分析

8.3 中国化妆品制造所属行业产值分析

8.3.1 产成品增长分析

8.3.2 工业销售产值分析

8.3.3 进出口分析

8.4 中国化妆品制造所属行业成本费用分析

8.4.1 销售成本统计

8.4.2 费用统计

8.5 中国化妆品制造所属行业盈利能力分析

8.5.1 主要盈利指标分析

8.5.2 主要盈利能力指标分析

第9章：中国精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品所属行业进出口贸易分析

9.1 中国精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品所属行业进出口数据监测

9.1.1 精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品所属行业进出口总体状况

9.1.2 精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品进口数据分析

(1) 精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品进口总体情况

(2) 精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品进口变化情况

9.1.3 精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品出口数据分析

(1) 精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品进口总体情况

(2) 精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品进口变化情况

9.2 精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品所属行业进出口国家及地区分析

9.2.1 精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品所属行业进口来源国家及地区

(1) 进口金额分析

(2) 进口数量分析

9.2.2 精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品出口国家及地区

(1) 出口金额分析

(2) 出口数量分析

9.3 精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品所属行业进出口省市分析

9.3.1 精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品主要进口省市分析

(1) 进口金额分析

(2) 进口数量分析

9.3.2 精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品主要出口省市分析

(1) 出口金额分析

(2) 出口数量分析

第10章：中国面膜行业市场竞争格局分析

10.1 中国面膜行业竞争结构分析

10.1.1 行业内现有企业的竞争

10.1.2 新进入者的威胁

10.1.3 替代品的威胁

10.1.4 供应商的议价能力

10.1.5 购买者的议价能力

10.2 中国面膜市场竞争因素分析

10.2.1 产品价格竞争

10.2.2 品牌竞争分析

10.2.3 生产工艺分析

10.2.4 产品概念

10.3 国内护肤品生产企业提高竞争力的途径

10.3.1 进行准确的市场定位

10.3.2 加强品牌塑造

10.3.3 运用多种营销手段形成独到的营销策略

10.3.4 加强终端服务建设

10.3.5 开发男性护肤品市场

第11章：国外面膜行业重点企业经营情况分析

11.1 联合利华

11.1.1 集团发展概况

11.1.2 总体经营情况

11.1.3 企业经营战略

11.2 P&G（宝洁）

11.2.1 集团发展概况

11.2.2 总体经营情况

11.2.3 企业经营战略

11.3 雅芳公司

11.3.1 集团发展概况

11.3.2 总体经营情况

11.3.3 企业经营战略

11.4 欧莱雅公司

11.4.1 集团发展概况

11.4.2 总体经营情况

11.4.3 企业经营战略

11.5 强生公司

11.5.1 集团发展概况

11.5.2 总体经营情况

11.5.3 企业经营战略

11.6 其他面膜重点企业

11.6.1 法国LVMH

11.6.2 法国香奈儿

11.6.3 雅诗兰黛

11.6.4 日本资生堂

11.6.5 韩国爱茉莉

11.6.6 美国玫琳凯公司

11.6.7 拜尔斯道夫

11.6.8 露华浓

第12章：中国面膜行业重点企业经营情况分析

12.1 美即控股国际有限公司

12.1.1 企业基本概况

12.1.2 企业经营情况分析

12.1.3 企业经营优劣势分析

12.2 上海家化联合股份有限公司

12.2.1 企业基本概况

12.2.2 企业经营情况分析

12.2.3 企业经营优劣势分析

12.3 上海相宜本草化妆品股份有限公司

12.3.1 企业基本概况

12.3.2 企业经营情况分析

12.3.3 企业经营优劣势分析

12.4 上海自然美生物科技有限公司

12.4.1 企业基本概况

12.4.2 企业经营情况分析

12.4.3 企业经营优劣势分析

12.5 统一（上海）保健品商贸有限公司

12.5.1 企业基本概况

12.5.2 企业经营情况分析

12.5.3 企业经营优劣势分析

第13章：中国化妆品行业发展趋势分析

13.1 中国化妆品行业前景分析

13.1.1 中国化妆品行业发展机遇分析

13.1.2 中国化妆品行业面临挑战分析

13.1.3 中国化妆品的发展前景分析

13.2 中国化妆品市场趋势分析

13.2.1 化妆品市场发展空间

13.2.2 化妆品技术革新趋势

13.2.3 化妆品价格走势分析

13.2.4 国际环境对行业的影响

第14章：中国面膜行业发展趋势分析

14.1 中国面膜产品趋势分析

14.1.1 面膜产品种类趋势

14.1.2 面膜材质趋势

14.1.3 面膜功效趋势

14.1.4 面膜产品市场划分趋势

14.1.5 面膜产品市场价格趋势

14.2 中国面膜行业技术趋势分析

14.2.1 行业产品功效技术趋势

14.2.2 行业材质技术趋势

14.2.3 产品设计技术趋势

14.3 中国面膜营销渠道趋势分析

14.3.1 网络营销渠道呈现燎原趋势

14.3.2 微电商成为面膜营销新战场

14.3.3 连锁专营店异军突起，渐成主流终端

第15章：2022-2027年中国面膜行业投资机会与风险分析

15.1 2022-2027年中国面膜行业投资机会分析

15.1.1 面膜行业投资潜力分析

15.1.2 面膜行业投资吸引力分析

15.2 2022-2027年中国面膜行业投资风险分析

15.2.1 技术风险

15.2.2 政策风险

15.2.3 竞争风险

15.2.4 其他风险

15.3 中国面膜行业投资壁垒分析

15.3.1 市场准入壁垒

15.3.2 技术壁垒

15.3.3 品牌壁垒

15.3.4 人才壁垒

15.3.5 市场渠道壁

15.3.6 资金壁垒

15.4 2022-2027年中国面膜行业投资环境预测

第16章：中国面膜行业投资战略研究

16.1 中小型化妆品公司护肤品的对策分析

16.2 中国护肤品行业品牌营销战略案例分析

16.2.1 上海家化品牌营销战略分析

16.2.2 国际知名面膜品牌西南销售计划

16.3 中国护肤品营销策略分析

16.4 中国面膜市场企业营销策略分析

16.5 中国面膜企业经营策略建议

16.5.1 坚守核心主业

16.5.2 构建优质渠道

16.5.3 充分挖掘细分市场

16.5.4 调整市场策略

图表目录：

图表1：面膜按性状分类

图表2：全球化妆品细分产品占比（单位：%）

图表3：全球化妆品市场各区域占比（单位：%）

图表4：全球男性护肤品市场格局（单位：%）

图表5：2022-2027年有机个人护理产品市场增长速度预测（单位：%）

图表6：2017-2021年全球面膜市场规模（单位：亿美元）

图表7：全球面膜市场格局（单位：%）

图表8：全球最畅销面膜排行榜

图表9：2017-2021年美国面膜市场规模（单位：亿美元）

图表10：九大美国面膜品牌

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/360189.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。