

# 2023-2029年中国面膜行业 分析与投资方向研究报告

## 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

《2023-2029年中国面膜行业分析与投资方向研究报告》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/202303/343804.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国面膜行业分析与投资方向研究报告》共十六章。首先介绍了面膜相关概念及发展环境，接着分析了中国面膜规模及消费需求，然后对中国面膜市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国面膜面临的机遇及发展前景。您若想对中国面膜有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 2023-2029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 中国面膜品牌排行

5.3.1 中国十大面膜品牌排行

5.3.2 中国十大畅销面膜产品

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：中国化妆品制造行业主要数据监测分析

- 8.1 中国化妆品制造行业规模分析
  - 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 上海自然美化妆品有限公司
  - 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
- 12.6 湖南御泥坊生物科技有限公司
  - 12.6.1 企业基本概况
  - 12.6.2 企业经营情况分析
  - 12.6.3 企业经营优劣势分析
- 12.7 贝佳斯（北京）化妆品有限公司
  - 12.7.1 企业基本概况
  - 12.7.2 企业经营情况分析
  - 12.7.3 企业经营优劣势分析
- 12.8 广州西婷美容保健有限公司
  - 12.8.1 企业基本概况
  - 12.8.2 企业经营情况分析
  - 12.8.3 企业经营优劣势分析
- 12.9 资生堂丽源化妆品有限公司
  - 12.9.1 企业基本概况
  - 12.9.2 企业经营情况分析
  - 12.9.3 企业经营优劣势分析
- 12.10 玫琳凯（中国）化妆品有限公司
  - 12.10.1 企业基本概况

- 12.10.2 企业经营情况分析
- 12.10.3 企业经营优劣势分析
- 12.11 妮维雅（上海）有限公司
  - 12.11.1 企业基本概况
  - 12.11.2 企业经营情况分析
  - 12.11.3 企业经营优劣势分析
- 12.12 江苏东洋之花生物科技股份有限公司
  - 12.12.1 企业基本概况
  - 12.12.2 企业经营情况分析
  - 12.12.3 企业经营优劣势分析
- 12.13 中山市嘉丹婷日用品有限公司
  - 12.13.1 企业基本概况
  - 12.13.2 企业经营情况分析
  - 12.13.3 企业经营优劣势分析
- 12.14 北京大宝化妆品有限公司
  - 12.14.1 企业基本概况
  - 12.14.2 企业经营情况分析
  - 12.14.3 企业经营优劣势分析
- 12.15 雅芳（中国）有限公司
  - 12.15.1 企业基本概况
  - 12.15.2 企业经营情况分析
  - 12.15.3 企业经营优劣势分析
- 12.16 联合利华（中国）有限公司
  - 12.16.1 企业基本概况
  - 12.16.2 企业经营情况分析
  - 12.16.3 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：2023-2029年中国面膜行业投资机会与风险分析

### 15.1 2023-2029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 2023-2029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 2023-2029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
  - 16.1.1 中小型化妆品公司护肤品的产品定位及市场定位
  - 16.1.2 中小型化妆品公司护肤品的操作手法探析
- 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
  - 16.3.1 护肤品产品营销策略分析
  - 16.3.2 护肤品广告营销策略分析
  - 16.3.3 护肤品目标客户营销
- 16.4 中国面膜市场企业营销策略分析
  - 16.4.1 美即面膜营销策略分析
  - 16.4.2 京润珍珠面膜营销策略分析
  - 16.4.3 其他面膜营销策略
- 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5：2023-2029年有机个人护理产品市场增长速度预测（单位：%）  
图表6：2019-2022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9：2019-2022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  
图表11：2019-2022年韩国面膜市场规模变化（单位：亿美元）  
图表12：日本护肤品市场消费结构（单位：%）  
图表13：2019-2022年日本面膜市场规模（单位：亿美元）  
图表14：2019-2022年日本面膜产量变化（单位：吨）  
图表15：2019-2022年日本面膜销量变化（单位：千个）  
图表16：2019-2022年欧洲面膜市场规模（单位：亿美元）  
图表17：十大法国面膜品牌  
图表18：我国化妆品的监管部门职责简介  
图表19：近年来国内化妆品行业相关政策列表  
图表20：《化妆品标识管理规定》的标识内容  
图表21：《化妆品标识管理规定》的标识形式  
图表22：化妆品成分简介  
图表23：面膜的感官、理化、卫生指标标准  
图表24：护肤品行业的相关标准  
图表25：化妆品行业规划品牌目标  
图表26：化妆品行业新产品份额规划  
图表27：世界主要经济体经济形势简析  
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202303/343804.html>