

2022-2028年中国品牌面膜 市场深度研究与投资策略报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2022-2028年中国品牌面膜市场深度研究与投资策略报告》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.chinairr.org/report/R12/R1201/202112/23-442716.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

品牌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、及蚕丝面膜、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。品牌面膜，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。

中国产业研究报告网发布的《2022-2028年中国品牌面膜市场深度研究与投资策略报告》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家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

第一节 品牌面膜相关知识

一、品牌面膜简介

二、品牌面膜原理

三、品牌面膜优点

四、品牌面膜材质

第二节 品牌面膜按材质分类概述

一、泥膏型品牌面膜

二、撕剥型品牌面膜

三、冻胶型品牌面膜

四、乳霜型品牌面膜

五、绵布式保养品牌面膜

第二章 2016-2020年全球品牌面膜市场发展形势分析

第一节 2016-2020年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、2016-2020年全球顶级品牌护肤品皮肤亮白策略
- 五、2016-2020年国际十大护肤品集团旗下品牌盘点
- 六、2016-2020年全球护肤品消费格局预测
- 七、2016-2020年全球化妆品市场趋势分析

第二节 2016-2020年国际品牌面膜市场发展分析

- 一、品牌面膜发展历史
- 二、品牌面膜发展阶段
- 三、世界品牌面膜生产工艺分析
- 四、世界品牌面膜价格的影响因素

第三节 2016-2020年主要国家地区品牌面膜市场分析

- 一、2016-2020年美国品牌面膜市场情况分析
- 二、2016-2020年英国品牌面膜市场情况分析
- 三、2016-2020年韩国品牌面膜市场情况分析
- 四、2016-2020年意大利品牌面膜市场情况分析
- 五、2016-2020年法国品牌面膜市场情况分析
- 六、2016-2020年日本品牌面膜市场情况分析

第三章 2016-2020年中国品牌面膜行业投资环境分析

第一节 2016-2020年中国宏观经济环境分析

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

第二节 2016-2020年中国品牌面膜社会发展环境分析

第三节 2016-2020年中国品牌面膜产业政策环境分析

- 一、中国化妆品的管理与监督的特点

- 二、《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“十四五”规划

第四章 2016-2020年中国品牌面膜行业运行态势分析

第一节 2016-2020年化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售情况

- 一、化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售总额
- 二、化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售总额
- 三、化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售总额
- 四、2022-2028年化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售预测

第二节 2016-2020年中国品牌面膜行业发展概述

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

第三节 2020年品牌面膜市场新的看点

- 一、剪裁
- 二、质地
- 三、手法
- 四、亮点

第四节 2016-2020年四大主流品牌面膜的功效剖析

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

第五章 2016-2020年中国品牌面膜消费市场深度调查分析

第一节 2016-2020年国内外品牌面膜品牌汇总

- 一、欧美品牌面膜品牌
- 二、中国品牌面膜品牌

第二节 2016-2020年中国品牌面膜品牌排行

一、品牌面膜品牌排行

二、眼膜品牌排行

第三节 2016-2020年品牌面膜市场不同功能品牌面膜市场需求

一、2016-2020年男性品牌面膜市场不同功能品牌面膜市场需求调查

二、2016-2020年女性品牌面膜市场不同功能品牌面膜市场需求调查

第四节 2016-2020年品牌面膜市场主要品牌及价格

一、2016-2020年市场美白品牌面膜主要品牌及价格

二、2016-2020年市场保湿品牌面膜主要产品及价格

第五节 2016-2020年北京7大商场美白品牌面膜销量

一、双安商场、中友百货

二、当代商城

三、sogo

四、翠微百货、新世界商场

五、赛特购物中心

第六节 2016-2020年台湾美白品牌面膜市场消费行为及竞争策略

一、调研背景

二、各名牌美白品牌面膜市场简介

三、消费者行为研究调查统计

四、美白品牌面膜市场消费行为及竞争策略分析

五、研究结论

第七节 2016-2020年八款优质品牌面膜之“最”盘点

第六章 2016-2020年中国化妆品行业市场走势分析

第一节 2016-2020年中国化妆品市场特点

一、当今化妆品市场新特点

二、2016-2020年中国化妆品行业市场特点

三、2016-2020年化妆品市场特征及渠道盘点

第二节 2016-2020年中国化妆品市场规模分析

一、中国化妆品行业增长率

二、2016-2020年中国化妆品销售额

三、化妆品网络销售额情况

第三节 2016-2020年中国化妆品行业发展现状分析

一、化妆品行业品牌发展现状

二、化妆品行业消费市场现状

三、化妆品市场消费层次分析

四、中国化妆品市场走向分析

第四节 2016-2020年化妆品行业发展分析

一、2016-2020年化妆品行业增速分析

二、2016-2020年化妆品农村市场潜力

三、2016-2020年中低端化妆品增长预期

四、2016-2020年高档化妆品征收消费税

五、2016-2020年化妆品行业结构化调整形势

第七章 2016-2020年中国护肤品行业运行态势分析

第一节 2016-2020年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、2016-2020年护肤品市场热点分析

第二节 2016-2020年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 2016-2020年中国护肤品市场品牌分析

一、2016-2020年中国十大护肤品品牌情况

二、2016-2020年护肤化妆品品牌比较分析

三、2016-2020年护肤品市场品牌突围分析

第四节 2016-2020年护肤品企业积极调整战略部署

一、2016-2020年护肤品市场增长分析

二、2016-2020年中高端品牌战略部署

三、2016-2020年三、四线品牌的战略

第八章 2016-2020年中国化妆品制造所属行业主要数据监测分析

第一节 2016-2020年中国化妆品制造所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2016-2020年中国化妆品制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2016-2020年中国化妆品制造所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口货值分析

第四节 2016-2020年中国化妆品制造所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2016-2020年中国化妆品制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第九章 2016-2020年中国精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品所属行业进出口贸易分析

第一节 2016-2020年中国精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品所属行业进出口数据监测

一、精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品进口数据分析

二、精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品出口数据分析

第二节 2016-2020年精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品所属行业进出口国家及地区分析

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

二、精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品出口国家及地区

第三节 2016-2020年精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品所属行业进出口省市分析

一、精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品主要进口省市分析

二、精油及香膏，芳香料制品，化妆盥洗品主要出口省市分析

第十章 2020年中国品牌面膜行业市场竞争格局分析

第一节 2020年中国品牌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 2020年中国品牌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

第三节 2020年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

第十一章 国外品牌面膜重点企业竞争里分析

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、公司经营情况

三、公司应对贸易战的策略

四、公司成功经营的秘诀

第十二章国内品牌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、企业基本概况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、企业成本费用指标

第二节 上海自然美化妆品有限公司

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

第三节 北京大宝化妆品有限公司

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

第四节 雅芳（中国）制造有限公司

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

第五节 玫琳凯（中国）化妆品有限公司

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

第六节 资生堂丽源化妆品有限公司

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

第十三章 2022-2028年中国化妆品行业发展趋势分析

第一节 2022-2028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、2020年化妆品的发展机遇分析
- 四、贸易战对化妆品行业的影响分析

第二节 2022-2028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

第十四章 2022-2028年中国品牌面膜行业发展趋势分析

第一节 2022-2028年中国品牌面膜产品趋势分析

- 一、品牌面膜产品种类齐全
- 二、品牌面膜产品不断创新
- 三、品牌面膜功效不断增强
- 四、品牌面膜产品市场进一步细分

第二节 2022-2028年世界品牌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 2022-2028年中国品牌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

第十五章 2022-2028年中国品牌面膜行业投资机会与风险分析

第一节 2022-2028年中国品牌面膜行业投资环境预测分析

第二节 2022-2028年中国品牌面膜行业投资机会分析

- 一、品牌面膜投资潜力分析
- 二、品牌面膜投资吸引力分析

第三节 2022-2028年中国品牌面膜行业风险分析

- 一、技术风险
- 二、政策风险
- 三、竞争风险
- 四、其他风险

第十六章 2020年中国品牌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操作手法探析

第二节 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、国际知名品牌面膜品牌西南销售计划

第三节 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 中国品牌面膜市场营销策略分析

- 一、把品牌面膜当保健品
- 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 中国品牌面膜企业发展策略

- 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

图表目录：

图表 1 2020年全球化妆品市场所占比例

图表 2 2020年化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售总额

图表 3 2020年化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售总额

图表 4 2020年化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售总额

图表 5 2022-2028年化妆品、护肤品、品牌面膜市场销售预测

图表 6 2020年我国品牌面膜产品市场不同因素的价格影响力对比

图表 7 2020年中国品牌面膜品牌排行

图表 8 2020年中国品牌面膜品牌排行

图表 9 2020年男性品牌面膜市场不同功能品牌面膜市场需求调查

图表 10 2020年女性品牌面膜市场不同功能品牌面膜市场需求调查

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/202112/23-442716.html>