

2026-2031年中国面膜行业发展态势与品牌竞争研究报告

报告简介

随着人们生活水平的日益提高，女性、甚至男性也越来越重视皮肤的保养，而在日常的护肤品使用中，面膜产品位居前列。面膜的种类很多，按照产品形态主要可分为面贴膜（贴式面膜）、啫喱面膜、粉末类面膜、膏状面膜等4类。其中面贴膜具有携带方便，使用简单快捷，又可长期保存的特点，成为最受消费者欢迎的面膜种类。数据显示，目前市场上销售的面膜80%以上是面贴膜，这种面膜主要以非织造基布为载体，可提高皮肤对营养液中营养成分的吸收速度与吸收量。

目前我国面膜市场上的品牌主要有两大类：一类是全系列的化妆品品牌，如国际品牌玉兰油、欧莱雅、Fanci等，本土品牌佰草集、相宜本草等；另一类是专业面膜品牌，如美即、我的美丽日记、维肌泉、可采等。在素来由外资品牌主导的护肤品市场中，国产品牌面膜是唯一能够与外资品牌抗衡的护肤品品类。

但值得注意的是，虽然外资品牌面膜市场占有率不高，以日、韩面膜品牌为主的国际品牌产品始终作为高端产品影响着我国面膜市场。近年来，日韩面膜以出色的研发及先进的理念广受国人青睐，且其宣传概念也比较新颖，产品包装更为生动形象，如日本FLOWFUSHI的SSAISEI“穴位面膜”采用纳米纤维、穴位定点、高浓度提取物等；而欧美品牌面膜则因定价较高，部分消费者多为“尝鲜”使用，代表性品牌有玉兰油、纪梵希、倩碧、兰蔻、露得清，定价从几十元到上百元不等，大部分属于中高端面膜，凭借原有品牌知名度，赢得了较好的口碑。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国面膜行业及各子行业的发展状况、市场供需形势、进出口贸易等进行了分析，并重点分析了中国面膜行业发展状况和特点，以及中国面膜行业将面临的挑战、行业的发展策略等。报告还对国际面膜行业发展态势作了详细分析，并对面膜行业进行了趋向研判，是面膜生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前面膜行业发展动态，把握企业定

位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 面膜行业综述

第一节 面膜概念

一、面膜概念

二、面膜产品特征

1、功能

2、原理

3、形式

三、面膜纸分类

四、面膜分类

五、面膜行业产业链分析

第二节 面膜行业发展环境

一、行业管理体制

二、行业政策规划

三、行业相关标准

四、宏观经济形势

五、人口规模结构

六、居民消费收支

七、健康养生意识

八、技术专利水平

第二章 国际面膜行业发展分析

第一节 国际化妆品行业市场分析

一、化妆品行业发展概况

二、化妆品行业市场规模

三、化妆品行业竞争格局

四、化妆品行业发展趋势

第二节 国际面膜行业发展分析

一、国际面膜行业发展概况

二、国际面膜行业市场规模

三、国际面膜行业竞争格局

第三节 国际主要地区面膜市场分析

一、欧洲

二、美国

三、日本

四、韩国

第四节 国际面膜行业发展预测

一、国际面膜行业市场规模预测

二、国际面膜行业发展趋势预测

三、国际面膜行业局长前景展望

第三章 中国面膜行业发展分析

第一节 中国面膜行业发展状况

一、中国面膜行业发展阶段

二、中国面膜行业发展现状

三、中国面膜行业发展特点

四、中国面膜行业市场规模

第二节 中国面膜市场供需分析

一、中国面膜行业供给情况

二、中国面膜行业需求情况

三、中国面膜行业供需平衡

第三节 中国面膜行业进出口市场分析

一、面膜行业进出口综述

二、面膜行业出口市场分析

三、面膜行业进口市场分析

四、面膜行业未来进出口展望

第四节 中国面膜行业财务指标分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业营运能力

四、行业发展能力

第四章 中国面膜细分市场分析

第一节 女性面膜

一、女性保养需求分析

二、女性化妆品市场分析

三、女性面膜市场需求

四、女性面膜市场概况

五、女性面膜市场规模

六、女性面膜消费分析

1、消费群体规模

2、消费能力态度

3、消费需求特点

4、消费关注重点

5、消费品牌偏好

七、女性面膜市场前景

第二节 男性面膜

一、男性保养需求分析

二、男性化妆品市场分析

三、男性面膜市场需求

四、男性面膜市场概况

五、男性面膜市场规模

六、男性面膜消费分析

1、消费群体规模

2、消费能力态度

3、消费需求特点

4、消费关注重点

5、消费品牌偏好

七、男性面膜市场前景

第五章 中国面膜市场品牌分析

第一节 中国面膜行业市场现状

一、品牌概况

1、国内品牌

2、国外品牌

二、数量规模

三、市场定位

四、产品价格

五、主打卖点

第二节 中国面膜行业电商渠道品牌情况

一、主要平台

二、销售规模

三、前十品牌

四、电商平台对品牌产品的意义

第三节 面膜高端品牌分析

一、主要高端品牌

二、高端品牌定位

三、高端品牌价格

四、高端品牌现状

五、高端品牌创新

第六章 中国面膜行业竞争分析

第一节 中国面膜行业竞争结构

一、行业现有竞争者

二、行业潜在进入者

三、行业替代品威胁

四、行业供应商议价能力

五、行业购买者议价能力

六、行业竞争情况总结

第二节 中国面膜行业竞争分析

一、面膜行业竞争格局

二、面膜行业品牌格局

三、面膜行业集中度

四、面膜行业竞争力

第三节 中国面膜行业竞争趋势与策略

一、面膜行业竞争趋势

二、面膜行业竞争策略

第七章 中国面膜行业市场品牌营销分析

第一节 品牌营销环境

一、互联网环境

二、电商环境

三、电视媒体环境

四、社区物业环境

第二节 品牌营销现状

一、营销渠道

二、营销模式

三、营销现状

第三节 品牌营销存在的问题

一、营销方面存在的问题

二、品牌推广的营销策略

1、广告策略

2、公关策略

3、促销策略

4、终端策略

5、网络策略

6、店铺营销

第八章 中国面膜行业部分区域市场分析

第一节 一二线城市面膜市场分析

一、一二线城市经济发展分析

二、一二线城市消费能力分析

三、一二线城市面膜行业发展概况

四、一二线城市面膜行业市场规模

五、一二线城市面膜行业市场潜力

第二节 三四线城市面膜市场分析

一、三四线城市经济发展分析

二、三四线城市消费能力分析

三、三四线城市面膜行业发展概况

四、三四线城市面膜行业市场规模

五、三四线城市面膜行业市场潜力

第三节 农村市场面膜市场分析

一、农村经济发展分析

二、农村消费能力分析

三、农村面膜行业发展概况

四、农村面膜行业市场规模

五、农村面膜行业市场潜力

第九章 中国面膜行业领先企业经营分析

第一节 御家汇股份有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品品牌

三、企业经营情况

四、企业科研投入

五、企业渠道合作

六、企业品牌价值

七、企业竞争优势

八、企业发展动态

第二节 上海上美化妆品有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品品牌

三、企业经营情况

四、企业科研投入

五、企业渠道合作

六、企业品牌价值

七、企业竞争优势

八、企业发展动态

第三节 上海悦目化妆品有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品品牌

三、企业经营情况

四、企业科研投入

五、企业渠道合作

六、企业品牌价值

七、企业竞争优势

八、企业发展动态

第四节 上海百雀羚日用化学有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品品牌

三、企业经营情况

四、企业科研投入

五、企业渠道合作

六、企业品牌价值

七、企业竞争优势

八、企业发展动态

第五节 韩后化妆品股份有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品品牌

三、企业经营情况

四、企业科研投入

五、企业渠道合作

六、企业品牌价值

七、企业竞争优势

八、企业发展动态

第六节 台湾森田有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品品牌

三、企业经营情况

四、企业科研投入

五、企业渠道合作

六、企业品牌价值

七、企业竞争优势

八、企业发展动态

第七节 上海家化联合股份有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品品牌

三、企业经营情况

四、企业科研投入

五、企业渠道合作

六、企业品牌价值

七、企业竞争优势

八、企业发展动态

第八节 伽蓝(集团)股份有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品品牌

三、企业经营情况

四、企业科研投入

五、企业渠道合作

六、企业品牌价值

七、企业竞争优势

八、企业发展动态

第九节 欧莱雅(中国)有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品品牌

三、企业经营情况

四、企业科研投入

五、企业渠道合作

六、企业品牌价值

七、企业竞争优势

八、企业发展动态

第十节 玲肤(上海)化妆品有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品品牌

三、企业经营情况

四、企业科研投入

五、企业渠道合作

六、企业品牌价值

七、企业竞争优势

八、企业发展动态

第十一节 屈臣氏集团(香港)有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品品牌

三、企业经营情况

四、企业科研投入

五、企业渠道合作

六、企业品牌价值

七、企业竞争优势

八、企业发展动态

第十二节 上海相宜本草化妆品股份有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品品牌

三、企业经营情况

四、企业科研投入

五、企业渠道合作

六、企业品牌价值

七、企业竞争优势

八、企业发展动态

第十章 中国面膜行业投资分析

第一节 面膜行业投资特性分析

一、面膜行业进入壁垒

二、面膜行业盈利因素

三、面膜行业盈利模式

第二节 面膜行业投资情况

一、面膜行业投资现状

二、面膜行业投资机会

二、面膜行业投资风险

第三节 面膜行业投资前景

一、面膜行业投资前景

二、面膜行业投资建议

第十一章 中国面膜行业前景展望

第一节 面膜行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 面膜行业存在的问题与对策

一、行业存在的问题

二、行业发展的对策

第三节 2026-2031年面膜行业发展预测

一、2026-2031年面膜市场规模预测

二、2026-2031年面膜行业供给预测

三、2026-2031年面膜行业需求预测

第四节 2026-2031年面膜行业发展前景

一、面膜行业发展趋势

二、面膜行业发展前景

第十二章 中国面膜行业企业品牌竞争策略

第一节 中国面膜行业品牌的重要性

一、面膜行业品牌的重要性

二、面膜实施品牌战略的意义

第二节 中国面膜行业企业品牌建设对策

一、强化品牌战略意识，树立品牌营销观念

二、强化品牌管理团队，完善品牌管理体系

三、强化品牌保护意识，准确把握品牌定位

四、深入挖掘文化内涵，创建品牌核心价值

五、提高质量管理意识，完善质量管理体系

六、加强品牌形象塑造，推进品牌有效传播

七、强化品牌创新意识，提升企业创新能力

第三节 中国面膜企业品牌扩张路径

一、品牌扩张形式与障碍

二、品牌扩张风险与防范

1、政策风险与防范

2、市场风险与防范

3、目标风险与防范

4、质量风险与防范

5、信誉风险与防范

三、品牌市场扩张路径

第四节 中国面膜行业企业升级图谱

一、产业链升级

二、品控升级

三、产品升级

四、渠道升级

五、形象升级

六、定位升级

七、管理升级

八、社会责任感升级

九、战略升级

图表目录

图表：面膜行业产业链结构

图表：国际面膜行业市场规模

图表：国际面膜行业竞争格局

图表：欧洲面膜行业市场规模

图表：美国面膜行业市场规模

图表：日本面膜行业市场规模

图表：中国面膜行业市场规模

图表：中国面膜行业企业数量分析

图表：中国面膜行业人员规模分析

图表：中国面膜行业资产规模分析

图表：中国面膜行业市场规模分析

图表：中国面膜行业盈利能力分析

图表：中国面膜行业偿债能力分析

图表：中国面膜行业营运能力分析

图表：中国面膜行业发展能力分析

图表：面膜行业集中度分析

图表：中国面膜行业竞争格局

图表：2026-2031年面膜行业市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：136898

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20190911/136898.shtml>

在线订购：[点击这里](#)