

2011-2015年中国面膜行业 运营状况分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国面膜行业运营状况分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/rihua1110/U1510438QX.html>

【报告价格】纸介版7800元 电子版8300元 纸介+电子8800元

【出版日期】2011-10-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

→报告说明

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国面膜行业运营状况分析与投资前景研究报告》共十四章。介绍了面膜行业相关概述、中国面膜产业运行环境、分析了中国面膜行业的现状、中国面膜行业竞争格局、对中国面膜行业做了重点企业经营状况分析及中国面膜产业发展前景与投资预测。您若想对面膜产业有个系统的了解或者想投资面膜行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

→内容简介

随着科学技术的发展，以及消费者需求的提升，化妆品的功能已不再单一，产品结构富于变化，功效也面向多元化发展。就护肤品而言，其最根本的滋润功能已经远远不能满足消费者的要求。而具有医学护肤理念和深度保养功能的护肤品很受消费者欢迎，拥有良好的开发市场。面膜属于一次性消费品，用后无须清洗，轻易除下，即节省时间，又省却了麻烦，可以轻松享受美容护理服务，是一种美容“快餐”。对于现代女性快节奏的生活模式来说，相对于传统的护肤品，面膜更易于让她们所接受。近年来面膜市场异军突起，不断有新的竞争者加入，但竞争格局远没有护肤膏霜和清洁皮肤产品激烈，目前来看，市场尚没有垄断面膜的领导者。由于目前面膜市场尚没有出现垄断型、标杆性的品牌领导者，未来中国面膜市场将有更大的发展空间。目前普遍面膜占据着大份额市场，从软膜粉、澡泥和无纺布，到随后出现的水晶胶原面膜，面膜市场都只是在低端徘徊，面膜一直无法解决“面膜载体不能够紧贴肌肤，其承载的精华液不能完整的输送到皮肤上，则绝大部分珍贵的精华液其实是被面膜本身浪费掉了”的护肤难题。随着高速发展的个人护理品市场进一步全球化，变化的生活模式正影响着消费者在护肤方面所使用的产品类型。随着那些反映先进的皮肤护理技术的发展，传统面膜已经不能适应深层次的肌肤保养功效的需求。

2010年，中国零售市场日新月异，零售销售额和销售量均获得快速增长，非食品类消费品表现强劲，同比增长率达到10%。其中，个人护理与头发护理品类增长尤为显著，分别为13%和7%。2010年在日化产品中护肤品品类表现喜人。基础护理品在原有销售规模的基础上仍然保持两位数增长，2010年洁面用品和脸部润肤品的零售总额分别达到50.6亿元和106亿元，增长率分别为16%和21%。与此同时，爽肤水、即用型面膜、眼部润肤、润唇膏等特殊护理品类异军突起，展示出巨大的市场潜力。其中眼部润肤品增长率高居各品类之首，达到了32%，爽肤水和即用型面膜紧随其后，分别为30%和27%。从2010年个人护理品类的市场销售额增长率和市场容量来看，针对特定细分市场的横向发展是品类增长的主要推手之一。此外，通过

对市场的监测，2010年，基础护肤品对县级市以及县以下地区市场的渗透有所加强，而特殊护理用品各城市级别的品类渗透率均获得大幅提升。由此可见，针对低线市场的纵向发展也是推动个人护理品增长的有效策略。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展概述

第一章 中国面膜行业现状 1

第一节 面膜行业概念 1

一、面膜简介 1

二、面膜原理 1

三、面膜优点 1

四、面膜材质 3

第二节 面膜行业分类 4

一、常用的几类面膜分析 4

二、不同面膜的优缺点分析 6

第二章 2010-2011年中国面膜行业发展环境分析 11

第一节 经济发展环境分析 11

一、宏观经济分析 11

二、工业形势 40

三、固定资产投资 51

第二节 政策法规环境分析 55

一、我国化妆品的管理与监督的特点 55

二、化妆品标识管理规定 56

三、化妆品行业广告宣传费扣税标准 57

四、2010年安全新标准对行业格局的影响 58

五、化妆品行业“十二五”发展规划 60

第三节 2010-2011年中国面膜行业社会环境分析 67

一、居民消费水平分析 67

二、社会发展形势分析 71

第三章 2010-2011年中国面膜行业发展分析 87

第一节 面膜行业发展分析 87

一、面膜发展阶段分析 87

二、面膜行业发展现状 108

三、国内外化妆品行业市场分析 110

第二节 面膜技术分析研究 116

一、中药免洗面膜的研制 116

二、胶原三肽引领化妆品新潮流 117

第二部分 市场发展分析

第四章 2010-2011年中国面膜市场发展分析 121

第一节 面膜市场发展状况 121

一、面膜市场变化分析 121

二、我国面膜市场供需分析 127

三、面膜价格的影响因素 129

四、中国市场面膜品牌 129

第二节 面膜市场发展分析 131

一、面膜市场问题分析 131

二、面膜市场发展热点 132

三、世界十大面膜厂商情况分析 135

第五章 2010-2011年中国面膜细分市场分析 137

第一节 美白面膜市场分析 137

一、各品牌美白面膜市场简介 137

二、美白面膜市场消费分析 138

三、美白护肤品配方研发设计 139

第二节 蚕丝面膜市场分析 146

一、蚕丝面膜分析 146

二、蚕丝面膜引领“面部革命” 147

三、面膜市场正被蚕丝改变 150

第三节 中药面膜市场分析 153

一、中草药面膜分析 153

二、中药面膜技术分析 154

第六章 2010-2011年化妆品行业发展分析 163

第一节 2010年化妆品行业发展分析 163

一、当今化妆品市场新特点 163

二、中国化妆品行业市场特点 164

三、2010年中国化妆品行业发展热点 167

四、2010年男性化妆品市场发展分析 170

第二节 2011年化妆品行业发展分析 173

一、我国化妆品市场环境分析 173

二、2011年中国化妆品市场销售状况 175

三、2011年的化妆品市场境况分析 175

四、2011年外资化妆品提价原因分析 178

五、中国化妆品行业发展问题分析 181

六、未来化妆品市场发展方向 182

七、高科技塑料包装成化妆品行业发展趋势 183

第三节 2010-2011年护肤品行业发展分析 185

一、中国护肤品市场发展分析 185

二、2010中国护肤品市场发展分析 188

三、护肤品企业的战略营销模式 188

第七章 中国面膜行业消费市场分析 195

第一节 面膜行业产品目标客户群体调查 195

一、消费者购买普及率 195

二、消费者购买考虑因素 196

三、消费者购买频率 196

四、消费者购买场所 197

五、消费者使用频率 198

第二节 面膜行业产品的品牌调查 199

一、面膜品牌知晓度 199

- 二、品牌面膜使用频率 200
- 三、品牌面膜购买频率 201
- 四、品牌面膜议价空间 202
- 五、各种面膜品牌形象 204
- 六、品牌面膜价值综合分析 204
- 七、品牌面膜价值指数 205
- 第三节 面膜品牌营销与广告表现 206
 - 一、品牌面膜广告到达率 206
 - 二、品牌面膜广告到达途径 207
 - 三、品牌面膜广告喜爱度 208
 - 四、品牌面膜广告说服力 209
 - 五、品牌面膜广告效果综合分析 210
 - 六、品牌面膜广告评价指数 211

第八章 中国面膜产品市场调查分析 213

- 第一节 2010年面膜市场调查分析 213
 - 一、2010年面膜市场竞争力 213
 - 二、2010年面膜市场畅销排名 214
 - 三、2010年面膜市场占有份额 215
- 第二节 2010年化妆品市场调查分析 216
 - 一、2010年化妆品市场竞争力 216
 - 二、2010年化妆品市场畅销排名 217
 - 三、2010年化妆品市场占有份额 218

第九章 中国面膜市场销售分析 219

- 第一节 面膜新产品上市推广 219
 - 一、面膜新产品上市推广 219
 - 二、获取竞争优势的关键 220
 - 三、面膜新产品上市推广 220
 - 四、面膜新产品上市的核心 221
 - 五、面膜上市项目计划的框架 222
- 第二节 中国面膜营销模式分析 222

一、面膜网络营销模式 222

二、面膜连锁营销模式 223

三、面膜品牌营销模式 223

第三节 护肤品营销策略分析 224

一、护肤品广告心理策略 224

二、护肤品广告市场分析 229

三、护肤品包装色彩营销 231

四、护肤品网络营销趋势 233

第四节 面膜市场营销策略分析 235

一、把面膜当保健品 235

二、为产品找好嫁衣 236

三、避实就虚取市场 236

四、广告软文炒概念 236

五、超市商场创佳绩 237

第三部分 行业竞争分析

第十章 中国面膜行业竞争分析 239

第一节 2011年中国面膜市场竞争格局分析 239

一、中国面膜市场竞争现状分析 239

二、面膜市场价格竞争分析 242

三、面膜品牌竞争分析 243

四、面膜生产技术竞争分析 243

五、品牌化妆品市场的竞争格局分析 245

第二节 中国面膜竞争影响因素分析 254

一、国家政策对面膜行业竞争影响 254

二、2010年男士护肤品市场竞争分析 255

三、未来面膜市场竞争优势的決定因素 258

第三节 面膜生产企业提高竞争力的途径 259

一、准确的市场定位 259

二、提高产品质量及加强品牌塑造 260

三、运用多种营销手段 260

四、加强终端服务建设 261

五、开发男性面膜市场 261

第十一章 面膜企业分析 263

第一节 美即控股国际有限公司 263

一、企业概述 263

二、面膜的重新定义 278

三、美即经营状况 281

四、企业发展分析 284

第二节 宝洁公司 290

一、企业基本概述 290

二、企业品牌状况 292

三、企业营销策略 292

四、宝洁在中国的广告策略 295

五、2010年企业经营状况 298

第三节 株式会社资生堂 299

一、企业基本概述 299

二、企业产品与品牌 300

三、企业产品特点 301

四、企业经营状况 302

五、企业经营分析 303

第四节 上海家化联合股份有限公司 304

一、企业基本概述 304

二、企业品牌情况 307

三、2010-2011年企业经营状况 310

四、企业成长空间广阔 315

五、民族日化产业稳健快速前行 316

第五节 屈臣氏集团 317

一、企业概述 317

二、2010年企业扩张情况 319

三、企业发展策略 321

四、企业竞争策略 324

第六节 爱茉莉太平洋集团 333

- 一、企业概述 333
- 二、2010年企业经营状况 336
- 三、企业发展策略 336
- 第七节 澳洲西婷公司 340
 - 一、企业概述 340
 - 二、企业市场销售 342
 - 三、企业渠道策略 344
- 第八节 欧莱雅集团 346
 - 一、企业基本概述 346
 - 二、企业品牌与产品 347
 - 三、企业男士产品品牌建设 348
 - 四、企业在中国市场策略分析 353
 - 五、2010年企业经营状况 358
- 第九节 雅诗兰黛集团 359
 - 一、企业基本概述 359
 - 二、企业品牌动态 361
 - 三、企业产品与服务 362
 - 四、企业男性产品营销 367
 - 五、2010年企业经营状况 370
- 第十节 美国雅芳产品有限公司 371
 - 一、企业基本概述 371
 - 二、企业销售通路 372
 - 三、2010年企业经营 374
 - 四、2010年企业在中国经营状况 378

第四部分 行业发展趋势与预测

第十二章 2011-2015年中国面膜行业发展趋势 381

第一节 2011-2015年面膜行业发展趋势 381

- 一、世界面膜行业发展趋势分析 381
- 二、中国面膜营销策略趋势分析 382
- 三、中国面膜产品趋势分析 384

第二节 面膜行业发展预测 388

- 一、2011-2015年面膜市场销售额预测 388
- 二、2011-2015年面膜行业市场规模预测 389

第五部分 行业投资分析

第十三章 2011-2015年面膜行业投资机会与风险 391

第一节 2011-2015年面膜行业投资分析 391

- 一、面膜市场发展前景 391
- 二、面膜行业投资效益分析 392
- 三、面膜行业投资形势分析 392
- 四、中国男妆市场“他时代”来临 394

第二节 2011-2015年面膜行业投资风险预警 395

- 一、2011-2015年面膜行业政策风险预测 395
- 二、2011-2015年面膜行业技术风险预测 397
- 三、2011-2015年面膜行业竞争风险预测 397
- 四、2011-2015年面膜行业其他风险预测 397

第十四章 面膜行业发展策略分析 399

第一节 面膜行业发展战略研究 399

- 一、技术开发战略 399
- 二、产业战略规划 401
- 三、业务组合战略 403
- 四、营销战略规划 405
- 五、区域战略规划 406

第二节 对我国面膜品牌的战略思考 409

- 一、品牌的基本含义 409
- 二、面膜品牌的特性和作用 409
- 三、面膜品牌价值战略研究 410
- 四、我国面膜品牌竞争趋势 410
- 五、面膜企业品牌发展战略 411
- 六、面膜行业品牌竞争策略 413

图表目录

图表：2010年1月化妆品零售价格指数 21

图表：2010年2月化妆品零售价格指数 22

图表：2010年3月化妆品零售价格指数 22

图表：2010年4月化妆品零售价格指数 22

图表：2010年5月化妆品零售价格指数 22

图表：2010年6月化妆品零售价格指数 22

图表：2010年7月化妆品零售价格指数 23

图表：2010年8月化妆品零售价格指数 23

图表：2010年9月化妆品零售价格指数 23

图表：2010年10月化妆品零售价格指数 23

图表：2010年11月化妆品零售价格指数 23

图表：2010年12月化妆品零售价格指数 24

图表：2011年1月化妆品零售价格指数 24

图表：2011年2月化妆品零售价格指数 24

图表：2011年3月化妆品零售价格指数 24

图表：2011年4月化妆品零售价格指数 24

图表：2011年5月化妆品零售价格指数 25

图表：2011年6月化妆品零售价格指数 25

图表：2010年1月医疗保健及个人用品价格指数 25

图表：2010年2月医疗保健及个人用品价格指数 25

图表：2010年3月医疗保健及个人用品价格指数 26

图表：2010年4月医疗保健及个人用品价格指数 26

图表：2010年5月医疗保健及个人用品价格指数 26

图表：2010年6月医疗保健及个人用品价格指数 26

图表：2010年7月医疗保健及个人用品价格指数 27

图表：2010年8月医疗保健及个人用品价格指数 27

图表：2010年9月医疗保健及个人用品价格指数 27

图表：2010年10月医疗保健及个人用品价格指数 27

图表：2010年11月医疗保健及个人用品价格指数 28

图表：2010年12月医疗保健及个人用品价格指数 28

图表：2011年1月医疗保健及个人用品价格指数 28

图表：2011年2月医疗保健及个人用品价格指数 28

图表：2011年3月医疗保健及个人用品价格指数 29

图表：2011年4月医疗保健及个人用品价格指数 29

图表：2011年5月医疗保健及个人用品价格指数 29

图表：2011年6月医疗保健及个人用品价格指数 29

图表：2010年1月社会消费品零售总额 30

图表：2010年2月社会消费品零售总额 30

图表：2010年3月社会消费品零售总额 30

图表：2010年4月社会消费品零售总额 30

图表：2010年5月社会消费品零售总额 31

图表：2010年6月社会消费品零售总额 31

图表：2010年7月社会消费品零售总额 31

图表：2010年8月社会消费品零售总额 31

图表：2010年9月社会消费品零售总额 31

图表：2010年10月社会消费品零售总额 32

图表：2010年11月社会消费品零售总额 32

图表：2010年12月社会消费品零售总额 32

图表：2011年1月社会消费品零售总额 32

图表：2011年2月社会消费品零售总额 32

图表：2011年3月社会消费品零售总额 33

图表：2011年4月社会消费品零售总额 33

图表：2011年5月社会消费品零售总额 33

图表：2011年6月社会消费品零售总额 33

图表：2010年2月固定资产投资完成额 34

图表：2010年3月固定资产投资完成额 34

图表：2010年4月固定资产投资完成额 34

图表：2010年5月固定资产投资完成额 34

图表：2010年6月固定资产投资完成额 35

图表：2010年7月固定资产投资完成额 35

图表：2010年8月固定资产投资完成额 35

图表：2010年9月固定资产投资完成额 35

图表：2010年10月固定资产投资完成额 35

图表：2010年11月固定资产投资完成额 36

图表：2010年12月固定资产投资完成额 36

图表：2011年2月固定资产投资完成额 36

图表：2011年3月固定资产投资完成额 36

图表：2011年4月固定资产投资完成额 36

图表：2011年5月固定资产投资完成额 37

图表：2011年6月固定资产投资完成额 37

图表：2010年1月全国消费者信心指数 37

图表：2010年2月全国消费者信心指数 37

图表：2010年3月全国消费者信心指数 37

图表：2010年4月全国消费者信心指数 38

图表：2010年5月全国消费者信心指数 38

图表：2010年6月全国消费者信心指数 38

图表：2010年7月全国消费者信心指数 38

图表：2010年8月全国消费者信心指数 38

图表：2010年9月全国消费者信心指数 38

图表：2010年10月全国消费者信心指数 39

图表：2010年11月全国消费者信心指数 39

图表：2010年12月全国消费者信心指数 39

图表：2011年1月全国消费者信心指数 39

图表：2011年2月全国消费者信心指数 39

图表：2011年3月全国消费者信心指数 39

图表：2011年4月全国消费者信心指数 40

图表：2011年5月全国消费者信心指数 40

图表：2011年6月全国消费者信心指数 40

图表：2010年无纺织物产量全国统计 88

图表：2010年无纺织物产量北京统计 88

图表：2010年无纺织物产量天津统计 89

图表：2010年无纺织物产量河北统计 89

图表：2010年无纺织物产量辽宁统计 89

图表：2010年无纺织物产量吉林统计 89

图表：2010年无纺织物产量黑龙江统计 89

图表：2010年无纺织物产量上海统计 90

图表：2010年无纺织物产量江苏统计 90

图表：2010年无纺织物产量浙江统计 90

图表：2010年无纺织物产量安徽统计 90

图表：2010年无纺织物产量福建统计 90

图表：2010年无纺织物产量江西统计 91

图表：2010年无纺织物产量山东统计 91

图表：2010年无纺织物产量河南统计 91

图表：2010年无纺织物产量湖北统计 91

图表：2010年无纺织物产量湖南统计 91

图表：2010年无纺织物产量广东统计 92

图表：2010年无纺织物产量广西统计 92

图表：2010年无纺织物产量海南统计 92

图表：2010年无纺织物产量重庆统计 92

图表：2010年无纺织物产量四川统计 92

图表：2010年无纺织物产量陕西统计 93

图表：2010年无纺织物产量新疆统计 93

图表：2011年1-7月无纺织物产量全国统计 93

图表：2011年1-7月无纺织物产量北京统计 93

图表：2011年1-7月无纺织物产量天津统计 93

图表：2011年1-7月无纺织物产量河北统计 94

图表：2011年1-7月无纺织物产量辽宁统计 94

图表：2011年1-7月无纺织物产量吉林统计 94

图表：2011年1-7月无纺织物产量黑龙江统计 94

图表：2011年1-7月无纺织物产量上海统计 94

图表：2011年1-7月无纺织物产量江苏统计 95

图表：2011年1-7月无纺织物产量浙江统计 95

图表：2011年1-7月无纺织物产量安徽统计 95

图表：2011年1-7月无纺织物产量福建统计 95

图表：2011年1-7月无纺织物产量江西统计 95

图表：2011年1-7月无纺织物产量山东统计 96

图表：2011年1-7月无纺织物产量河南统计 96

图表：2011年1-7月无纺织物产量湖北统计 96

图表：2011年1-7月无纺织物产量湖南统计 96

图表：2011年1-7月无纺织物产量广东统计 96

图表：2011年1-7月无纺织物产量海南统计 97

图表：2011年1-7月无纺织物产量重庆统计 97

图表：2011年1-7月无纺织物产量四川统计 97

图表：2011年1-7月无纺织物产量陕西统计 97

图表：2011年1-7月无纺织物产量新疆统计 97

图表：2010年棉布产量全国统计 98

图表：2010年棉布产量北京统计 98

图表：2010年棉布产量天津统计 98

图表：2010年棉布产量河北统计 98

图表：2010年棉布产量山西统计 98

图表：2010年棉布产量内蒙古统计 99

图表：2010年棉布产量辽宁统计 99

图表：2010年棉布产量吉林统计 99

图表：2010年棉布产量上海统计 99

图表：2010年棉布产量江苏统计 99

图表：2010年棉布产量浙江统计 100

图表：2010年棉布产量安徽统计 100

图表：2010年棉布产量福建统计 100

图表：2010年棉布产量江西统计 100

图表：2010年棉布产量山东统计 100

图表：2010年棉布产量河南统计 101

图表：2010年棉布产量湖北统计 101

图表：2010年棉布产量湖南统计 101

图表：2010年棉布产量广东统计 101

图表：2010年棉布产量广西统计 101

图表：2010年棉布产量重庆统计 102

图表：2010年棉布产量四川统计 102

图表：2010年棉布产量贵州统计 102

图表：2010年棉布产量云南统计 102

图表：2010年棉布产量陕西统计 102

图表：2010年棉布产量甘肃统计 103

图表：2010年棉布产量新疆统计 103

图表：2011年1-7月棉布产量全国统计 103

图表：2011年1-7月棉布产量北京统计 103

图表：2011年1-7月棉布产量天津统计 103

图表：2011年1-7月棉布产量河北统计 104

图表：2011年1-7月棉布产量山西统计 104

图表：2011年1-7月棉布产量内蒙古统计 104

图表：2011年1-7月棉布产量辽宁统计 104

图表：2011年1-7月棉布产量吉林统计 104

图表：2011年1-7月棉布产量上海统计 105

图表：2011年1-7月棉布产量江苏统计 105

图表：2011年1-7月棉布产量浙江统计 105

图表：2011年1-7月棉布产量安徽统计 105

图表：2011年1-7月棉布产量福建统计 105

图表：2011年1-7月棉布产量江西统计 106

图表：2011年1-7月棉布产量山东统计 106

图表：2011年1-7月棉布产量河南统计 106

图表：2011年1-7月棉布产量湖北统计 106

图表：2011年1-7月棉布产量湖南统计 106

图表：2011年1-7月棉布产量广东统计 107

图表：2011年1-7月棉布产量广西统计 107

图表：2011年1-7月棉布产量重庆统计 107

图表：2011年1-7月棉布产量四川统计 107

图表：2011年1-7月棉布产量贵州统计 107

图表：2011年1-7月棉布产量云南统计 108

图表：2011年1-7月棉布产量陕西统计 108

图表：2011年1-7月棉布产量甘肃统计 108

图表：2011年1-7月棉布产量新疆统计 108

图表：2005-2009年中国面膜市场产量统计 127

图片：2005-2009年中国面膜市场规模统计 128

图表：2009年中国面膜市场区域市场结构 128

图表：黑色素合成途径 141

图表：主流美白护肤品作用机理及其特点 142

图表：中药免洗面膜配方 157

图表：芦丁标准曲线 158

图表：土茯苓黄酮含量 158

图表：土茯苓中果胶含量 159

图表：白芷提取液的紫外吸收光谱分析 160

图表：生地中单糖含量 160

图表：生地总糖含量 161

图表：2007年全球化妆品市场主要国别份额对比 165

图表：欧莱雅中国历年业绩和增长率 165

图表：2007年消费者最关注的天然护肤/活性健康品牌 166

图表：2009年天然/活性化妆品牌关注度排行 168

图表：2009年男士护肤搜索指数 169

图表：全国消费者面膜购买普及率 195

图表：面膜消费者购买考虑因素 196

图表：全国消费者面膜购买频率 197

图表：消费者面膜购买场所 198

图表：全国消费者面膜使用频率 199

图表：面膜品牌知晓度 200

图表：品牌面膜使用频率 201

图表：品牌面膜购买频率 202

图表：品牌面膜议价空间 203

图表：品牌面膜推荐度 203

图表：面膜品牌形象 204

图表：品牌面膜价值综合分析 205

图表：品牌面膜价值指数 206

图表：品牌面膜广告达到率 207

图表：品牌面膜广告到达途径 208

图表：品牌面膜广告喜爱度 209

图表：品牌面膜广告说服力 210

图表：品牌面膜广告效果综合分析 211

图表：品牌面膜广告评价指数 212

图表：2010年面膜企业竞争力指数 213

图表：2010年面膜市场竞争力统计图 213

图表：2010年面膜企业产品畅销指数 214

图表：2010年面膜市场畅销排名统计图 214

图表：2010年面膜企业市场占有份额 215

图表：2010年面膜市场占有份额统计图 215

图表：2010年化妆品企业竞争力指数 216

图表：2010年化妆品市场竞争力统计图 216

图表：2010年化妆品企业产品畅销指数 217

图表：2010年化妆品市场畅销排名统计图 217

图表：2010年化妆品企业市场占有份额 218

图表：2010年化妆品市场占有份额统计图 218

图表：获取竞争优势的关键 220

图表：面膜新产品上市推广四个阶段内容 221

图表：面膜上市项目计划的框架 222

图表：2010年上海家化联合股份有限公司主营构成 311

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司每股指标 312

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司获利能力 313

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司经营能力 313

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司偿债能力 313

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司资本结构 313

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司发展能力 313

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司现金流量 314

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司主营业务收入 314

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司主营业务利润 314

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司营业利润 315

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司利润总额 315

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司净利润 315

图表：区域发展战略咨询流程图 408

图表：区域SWOT战略分析图 408

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、

国家商务部、全国商业信息中心、中国香料香精化妆品工业协会、《中国化妆品》、化妆品行业信息网、等国内外相关报刊杂志的基础信息以及化妆品行业研究单位等公布和提供的大量资料和基础数据，主要分析了面膜行业现状、我国面膜市场状况、面膜相关市场发展状况、市场竞争格局、市场营销策略、面膜领域领先企业和竞争策略等，最后总结出未来面膜市场的发展趋势，用数字说话，图文并茂。报告还对中国面膜产业政策进行了分析及探讨，是面膜生产企业、渠道商、科研机构、零售企业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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1110/U1510438QX.html>