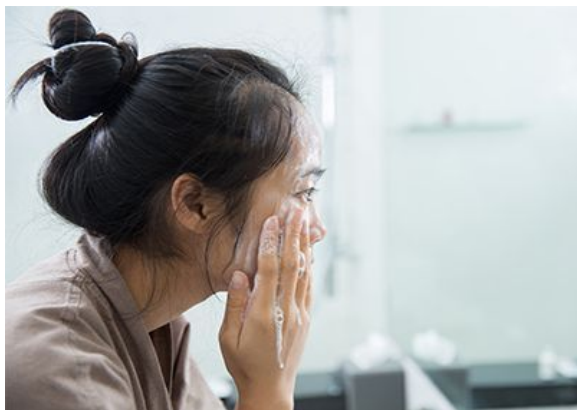


面膜 - 中国 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



" 男性消费者将成为面膜市场新增长点。品牌拉升使用频率为市场增长的主要驱动力。未来市场的发展关键在于产品创新及成分教育，同时还需关注空气污染等造成肌肤问题的元凶。 "

——周文棋，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 鼓励多元使用场合
- 抗污染宣称的商机
- 更应关注男性消费者

2017年面膜市场保持高速增长，英敏特预估2017-2022年该市场的销售额年均复合增长率为16.5%。男性消费者的潜力及面膜产品持续提升的使用频率将促使市场增长。

今年多步骤面膜表现突出，品牌可在这一类面膜的成分及形态上求新求变。抗衰老宣称受30岁以上女性消费者及高收入者欢迎，而清洁功效则受男性消费者及年轻女性喜爱。消费者对面膜成分（如胶原蛋白及玻尿酸等）有更多了解，有助其作出购买决策。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

面膜 - 中国 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

本报告包括的面膜：

不包括

人群细分定义(按个人月收入区分)

综述

市场

数据1: 中国面膜市场销售额预测（最好和最差情形），2012-2022年

公司与品牌

数据2: 前五大面膜品牌市场份额，中国，2016-2017年

消费者

晨用多步骤面膜

数据3: 不同时段的产品使用情况，女性，2018年 vs. 2017年

清洁及抗衰老功效崛起

数据4: 过去6个月内使用的面膜功效，一线城市，女性，2018年 vs. 2017年

本土品牌在使用频率方面获胜

数据5: 过去6个月内最常用的面膜品牌，2018年1月

消费者更满意肤感

数据6: 关键满意因素，2018年1月

男性与女性同样在意成份

数据7: 听说过含有以下成分的面膜（按性别区分），2018年1月

我们的观点

议题与洞察

鼓励多元使用场合

现状

启示

数据8: 膜法世家场景营销

抗污染宣称的商机

现状

启示

数据9: 美体小铺London's Airpocalypse (“伦敦的空气污染末日”) 海报，英国，2017年

更应关注男性消费者

现状

启示

市场——您所需要了解的

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

面膜 - 中国 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

市场快速增长

竞争与创新将涌现

市场规模及预测

面部护肤品类中的赢家

数据10: 中国面膜市场销售额预测（最好和最差情形），2012-2022年

未来5年增长趋缓

市场因素

更多男性参与

数据11: 御泥坊高端男性面膜，中国，2018年

增加使用场合

定价结构偏向稳定

数据12: 新上市面膜（按价位区分），中国，2016-2017年

跨界品牌竞争加剧

重点企业——您所需要了解的

小众品牌来势汹汹

为消费者提供独特服务

市场份额

激烈竞争持续

数据13: 前五大面膜品牌的市场份额，中国，2016-2017年

一叶子

御泥坊

美即

数据14: 美即轻透面膜

数据15: 美即膜液分离面膜

膜法世家

数据16: 膜法世家LANYU定制化蕾丝面膜，中国，2017年

美迪惠尔

竞争策略

跨界挑战

数据17: 养生堂桦树汁保湿面膜

个性化产品

数据18: 艾诺碧（IOPE）3D打印面膜，2017年

数据19: Glamglow multimasking mask treatment set（格莱魅面膜护理套装）

以有力证据证明产品效能

谁在创新？

数据20: 新上市面膜产品的热门宣称，中国，2015-2017年

数据21: 抗衰老及清洁面膜的新形态，美国及韩国，2017年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

面膜 - 中国 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

提倡不同场合的使用情形

数据22: 优莉缇面膜（按使用情况区分），中国，2017年

数据23: 晨用及夜用面膜组，中国，2017年

数据24: 新上市时间轴系列面膜，韩国，2017年

面膜的精油成分

数据25: 含有精油成分的新上市面膜，中国，2017年

针对男性的面膜

数据26: 新上市的针对男性的面膜，中国，2017年

抗污染宣称

数据27: 新上市具有抗污染宣称的面膜，中国，2017年

益肤好菌

数据28: 新上市益生菌面膜，美国及日本，2017-18年

增加趣味

数据29: 新上市趣味面膜，中国和韩国，2017年

技术创新

数据30: 高科技面膜，中国，2017年

消费者——您所需要了解的

多步骤面膜的潜力

男性及年轻女性偏好清洁功效

更经常使用本土品牌

肤感是主要驱动因素

男性消费者也期待看见成分信息

产品使用情况

2017年起多步骤面膜渗透率提升

数据31: 过去6个月内使用过面膜及其渗透率，女性（按种类区分），2018年 vs. 2017年

消费者并不介意在时间紧迫的早晨使用多步骤面膜

数据32: 过去6个月内不同时间段的产品使用情况，女性，2018年 vs. 2017年

数据33: 妆前面膜，中国

数据34: 排毒面膜，美国，2018年

尤其是高收入者

数据35: 过去6个月内不同时间段的产品使用情况，女性，高收入者及低收入者，2018年 vs. 2017年

面膜为终生消费品

数据36: 过去6个月内面膜渗透率的差距，女性（按年龄区分），2018年 vs. 2017年

男性消费者的潜力

数据37: 过去6个月内不同时间段的产品使用情况，男性（按类型区分），2018年1月

数据38: Too Cool for School自动贩卖机

使用的面膜功效

清洁功效使用情况提高

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

面膜 - 中国 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格,但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据39: 过去6个月内使用的面膜功效,一线城市,女性,2018年 vs. 2017年

抗衰老功效仍能吸引年过30的女性消费者.....

数据40: 过去6个月内使用的面膜功效,女性(按年龄区分),2018年1月

.....也吸引高收入者

男性追求更干净外表

数据41: 过去6个月内使用的面膜功效(按性别区分),2018年1月

最常用的品牌

本地品牌更受欢迎.....

数据42: 过去6个月内最常用的面膜品牌,2018年1月

.....而女性更愿意尝试海外品牌

数据43: 过去6个月内最常用的面膜品牌(按性别区分),2018年1月

高收入者对海外品牌也感兴趣

数据44: 过去6个月内最常用的面膜品牌,女性(按个人月收入区分),2018年1月

森田药妆更受年轻消费者欢迎,百雀羚则相反

数据45: 过去6个月内最常用的面膜品牌,女性(按年龄区分),2018年1月

满意度关键动因

消费者对肤感印象最深

数据46: 关键满意因素,2018年1月

消费者更满意韩国品牌

数据47: 对品牌的满意程度,2018年1月

美迪惠尔

数据48: 美迪惠尔总体满意度关键动因,2018年1月

悦诗风吟

数据49: 悦诗风吟总体满意度的关键动因,2018年1月

数据50: 悦诗风吟着重精华液更新,中国

御泥坊

数据51: 御泥坊总体满意度的关键动因,2018年1月

数据52: 御泥坊吸收力宣传

一叶子

数据53: 一叶子总体满意度的关键动因,2018年1月

成分认知及购买行为

男性并不缺乏成分认知

数据54: 听说过含有以下成分的面膜(按性别区分),2018年1月

男性更容易做出购买决策

数据55: 成分转换率*(按性别区分),2018年1月

玻尿酸及积雪草吸引年轻消费者

数据56: 成分转换率,女性(按年龄区分),2018年1月

30-39岁男性更在意成分

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲,中东,非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

面膜 - 中国 - 2018年4月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据57: 成分转换率*, 男性 (按年龄区分), 2018年1月

高收入者有更高认知度及购买率

数据58: 听说过或购买过的成分种类平均值 (按性别及个人月收入区分), 2018年1月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群的面膜使用情况增长更少

数据59: 不同时段的产品使用情况 (按消费者分类区分), 2018年 vs. 2017年

英敏特城市精英人群期待面膜可抗衰老

数据60: 过去6个月内使用的面膜功效 (按消费者分类区分), 2018年1月

虽对小众成分所知更多, 但英敏特城市精英人群倾向购买含著名成分的面膜

数据61: 听说过含有以下成分的面膜 (按消费者分类区分), 2018年1月

数据62: 购买过含有以下成分的面膜 (按消费者分类区分), 2018年1月

附录——市场规模与预测

数据63: 面膜市场总销售额, 中国, 2012-2022年

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com