



# 2019年面膜行业市场前景及投资研究报告

中商产业研究院编制

更多产业情报: <http://www.askci.com/reports/>

# 前言

## Introduction

---

面膜作为护肤品的重要子类别，近年来在全球市场上高速发展，随着中国消费者面膜消费习惯的养成，中国目前已发展成为全球面膜最大市场。预计2023年面膜市场规模将超450亿元。当前，国产品牌成为面膜消费市场主力，企业跨界入局面膜行业，面膜行业竞争加剧。

01

面膜概况

- 面膜的定义
- 面膜发展历程
- 面膜产业链

02

化妆品行业发展现状分析

- 化妆品企业数量增加
- 化妆品零售总额持续增长
- 化妆品进口增多
- 化妆品出口增加
- 国妆品牌占据半壁江山
- 男士化妆品市场高速增长
- 药妆市场需求大

# 目录

## CONTENTS

### 03

#### 全球面膜行业发展现状分析

- 面膜市场规模稳定增长
- 中国占据近一半全球面膜市场
- 面膜产品大胆创新

### 04

#### 中国面膜行业发展现状分析

- 政策监管趋严
- 面膜市场高速增长
- 面膜功能细分多元化
- 国产品牌成为市场主力
- 企业跨界入局面膜行业

# 目录

## CONTENTS

### 05

#### 面膜行业重点企业分析

- 上海家化
- 丸美股份
- 青岛金王
- 御家汇
- 珀莱雅
- 百雀羚
- 马应龙
- 丽人丽妆

### 06

#### 面膜行业发展前景

- 面膜市场潜力大
- 面膜行业发展趋势



## 面膜概况

- ▶ 面膜的定义
- ▶ 面膜发展历程
- ▶ 面膜产业链



# 面膜的定义

面膜，是护肤品中的一个类别，是美容保养品的一种载体，敷在脸上用于美容功能例如补水保湿、美白、抗衰老、平衡油脂等等。按不同的形态可以分为贴片式，免洗式，撕拉式，泥状，粉状等。



## 贴片式面膜

大多为单片式独立包装，拆开后直接贴敷于脸部即可。



## 撕拉式面膜

依靠膜体与面部肌肤充分接触后产生的粘合力，吸附肌肤残留的杂质。



## 粉末状面膜

使用前以水调和，再涂抹于皮肤表层形成薄膜，15分钟左右以清水洗净。



## 睡眠面膜

睡前基础护理后直接将面膜涂抹于脸部，敷完无需水洗。



## 水洗面膜

装在瓶罐里的膏体、凝胶、泥状，具有粘性，通过涂抹自行附着在面部。





# 面膜发展历程

## ➤ 萌芽期（1997-2003年）

这一阶段本土面膜企业方起步，面膜市场以海外品牌为主。整体而言面膜作为新兴品类被中国消费者视为特殊护理品，渗透率尚低。

## ➤ 发展期（2013-2014年）

2013年前后，面膜产业低门槛、高利润的特点使微商成为面膜销售的重要渠道之一。微商通过在社交平台上传使用面膜的心得体验，创造面膜“熟人经济”，为面膜贴上“人人均可使用的快消品”标签，加速面膜行业发展。

## ➤ 探索期（2004-2012年）

2003年美即品牌成立，创新性地推出单片搭配的销售方式，以单片不超过10元的售价有效提高购买频率，培养面膜使用习惯，推动面膜从特殊护理品到快消品的转变。

## ➤ 黄金期（2014年至今）

近年来新兴本土品牌快速崛起，海外品牌争相入场。同时消费者选品依据与需求更加多样化，各面膜品牌主要以爆款驱动销量增长。







面膜行业的上游主要是原材料提供商，中游为面膜研发生产企业，技术壁垒高、集中度高。下游主要为面膜销售渠道，当前电商销售渠道占比持续增长。

## 上游

- 化学材料
- 纤维材料
- 香精/香料
- 包装材料

## 中游

- 贴片式面膜
- 撕拉式面膜
- 粉末状面膜
- 睡眠面膜
- 水洗面膜

## 下游

- 商超
- 美容院
- 化妆品专卖店
- 电商平台



## 化妆品行业发展现状分析

- ▶ 化妆品企业数量增加
- ▶ 化妆品进口增多
- ▶ 国妆品牌占据半壁江山
- ▶ 药妆市场需求大
- ▶ 化妆品零售总额持续增长
- ▶ 化妆品出口增加
- ▶ 男士化妆品市场高速增长

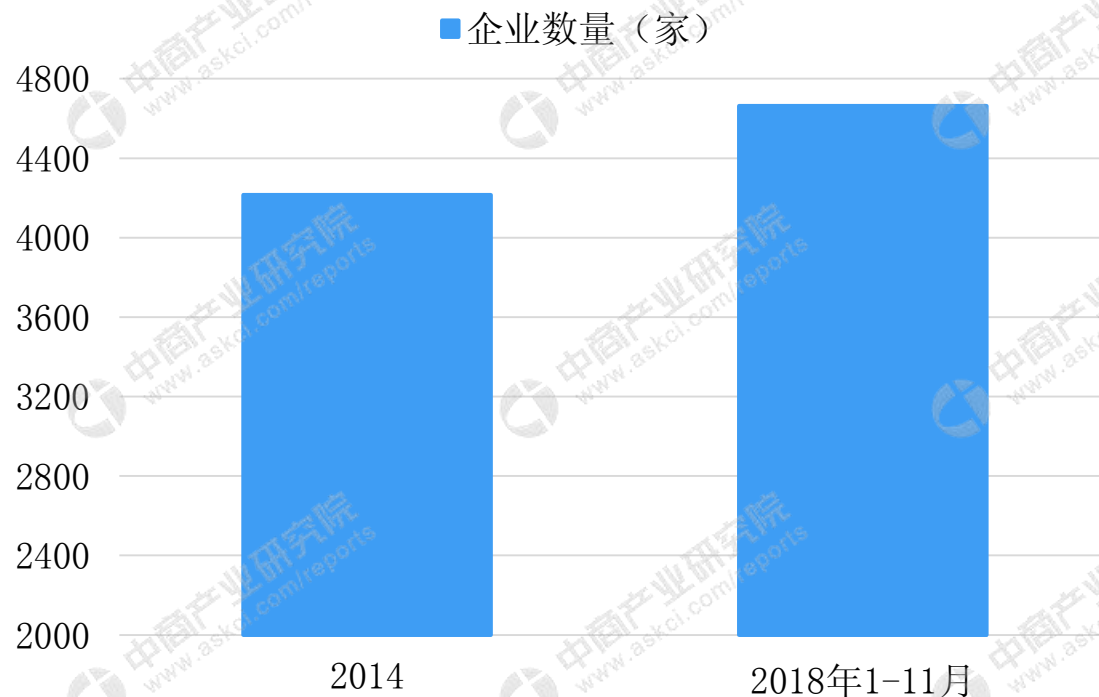


## 化妆品企业数量增加

我国化妆品生产经营主体呈现上升趋势。2014年我国共有化妆品企业4316家，截至2018年11月底，共有化妆品生产企业4664家。

2018年共批准国产特殊用途化妆品首次申报1458件，延续1337件，变更1507件；批准进口非特殊用途化妆品首次备案16624件，延续3281件，变更1661件。

中国化妆品企业数量情况



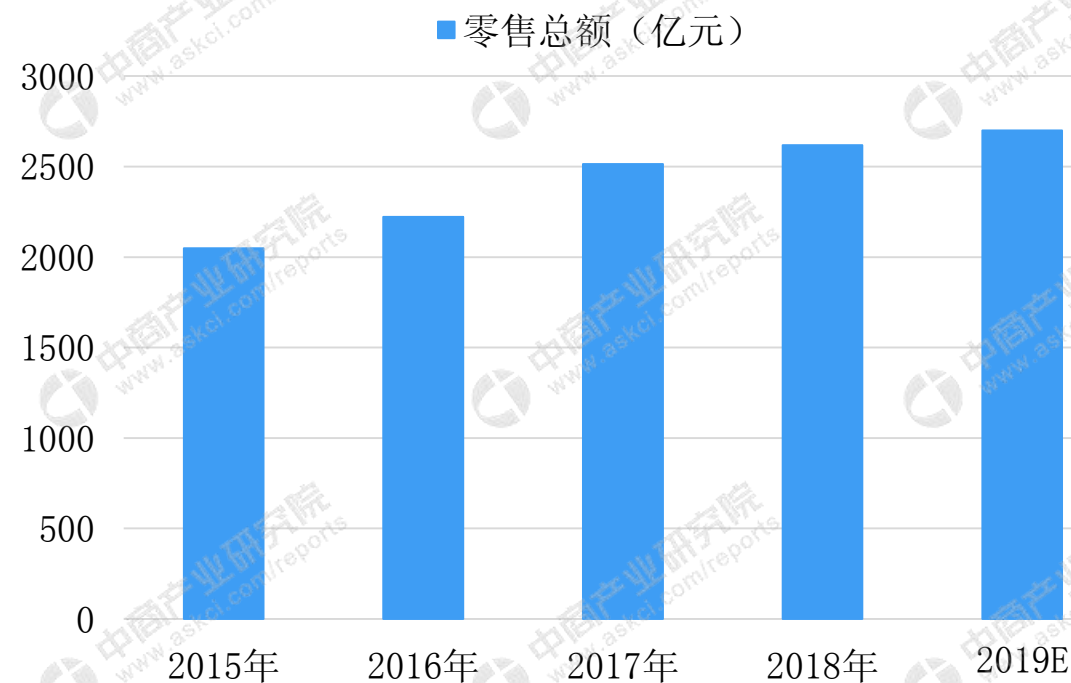
数据来源：国家食药监局、中商产业研究院整理



## 化妆品零售总额持续增长

2013年中国超越日本成为世界第二大化妆品消费国，随后这几年，人们越来越重视自身形象，甚至标榜“颜值即正义”，颜值经济时代，化妆品已经成为一种刚性需求，无论男女。庞大的市场需求下，化妆品零售总额持续增长。2015年中国化妆品零售总额突破2000亿元，2018年增至2619亿元，同比增长9.6%。2019上半年中国化妆品零售总额1462亿元，同比增长13.2%。有机构预计，2019年全年全国化妆品零售额将超2700亿元。

### 中国化妆品零售总额情况



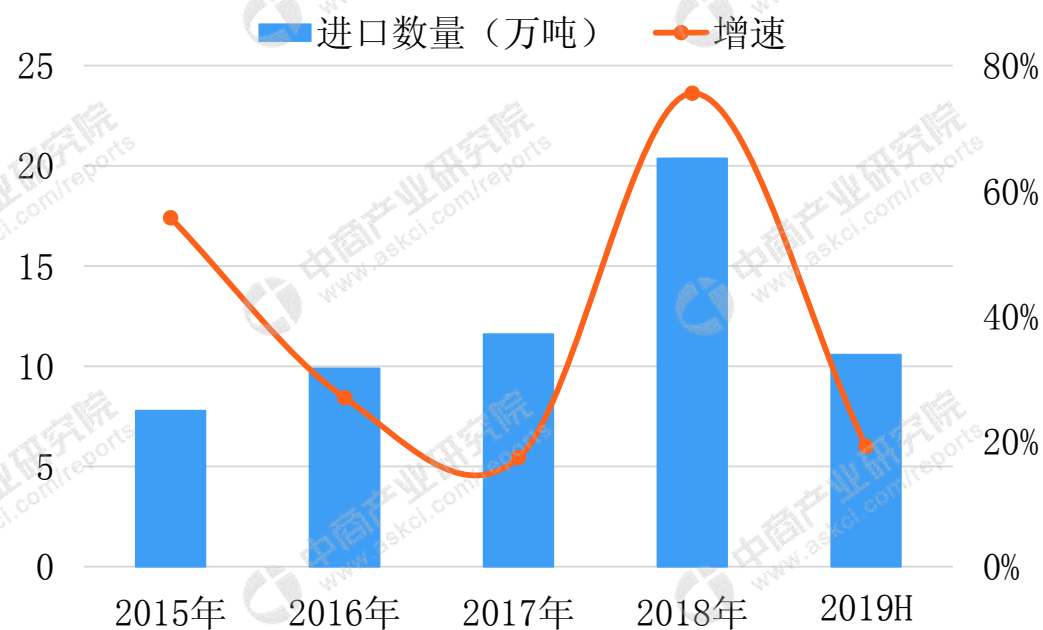
数据来源：国家统计局、中商产业研究院整理



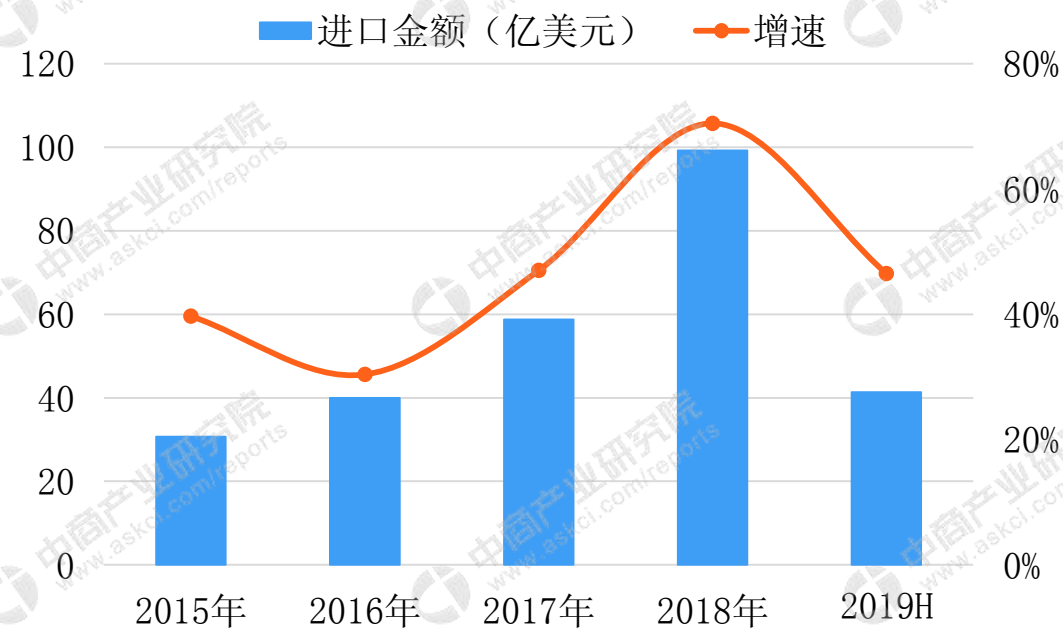
## 化妆品进口增多

在强劲的消费需求与国家政策的驱动，近年来化妆品进口量和进口金额持续增多。2019上半年美容化妆品及护肤品10.59万吨，同比增长19.2%。进口金额41.35亿美元，同比增长46.5%。

### 中国美容化妆品及护肤品进口量情况



### 中国美容化妆品及护肤品进口金额情况



数据来源：中国海关总署、中商产业研究院整理

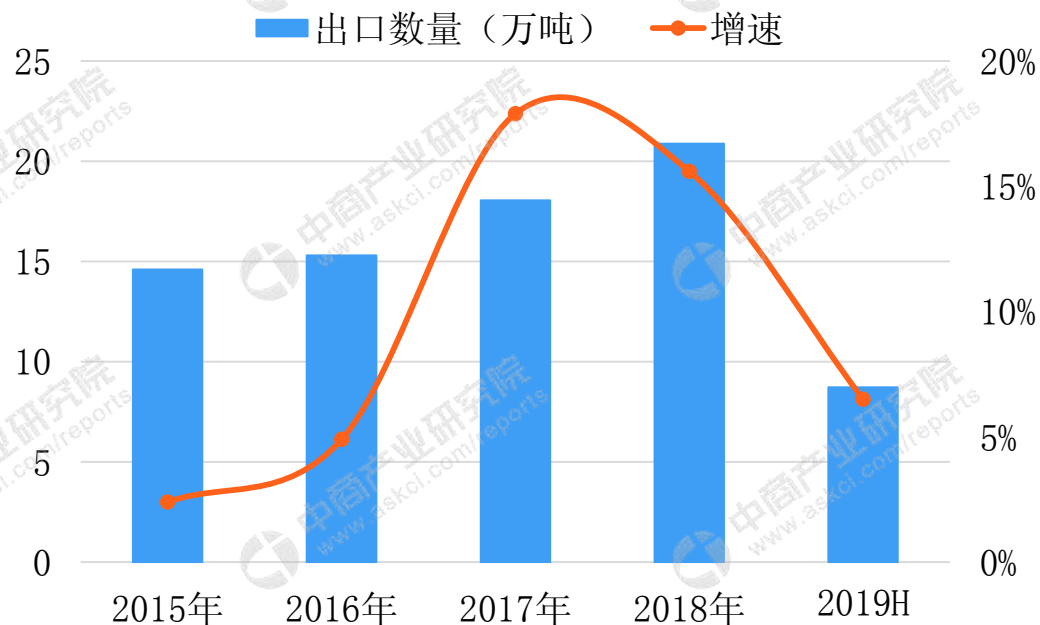




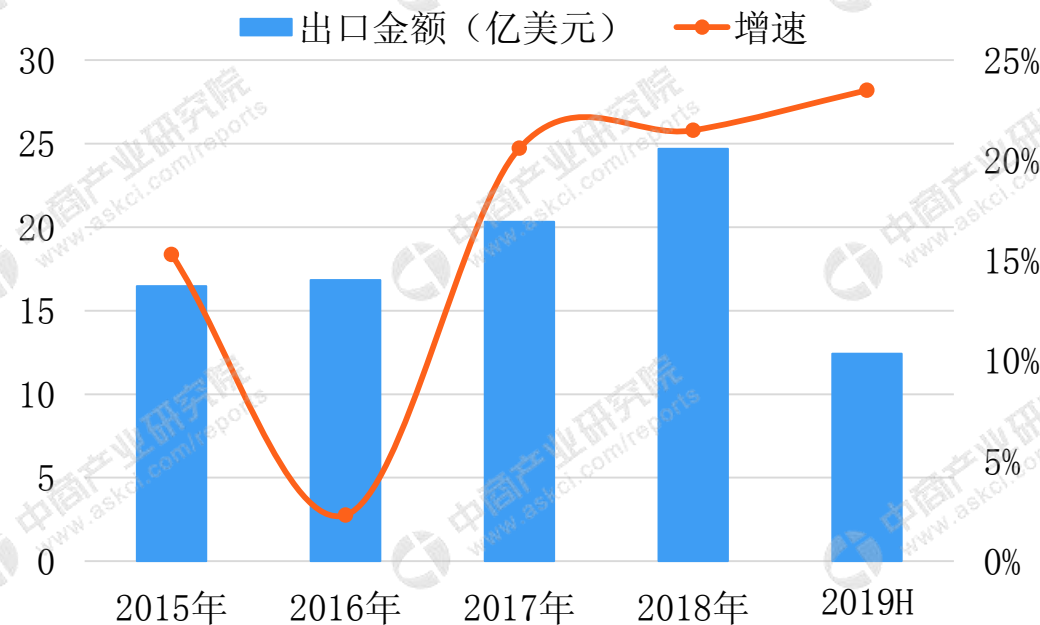
## 化妆品出口增加

中国化妆品出口可追溯到古代。明朝时期，就有胭脂水粉通过海外商贸流往日本。近几年，中国化妆品出口持续增加。2018年中国美容化妆品及护肤品出口量20.88万吨，同比增长15.6%。出口金额24.69亿美元，同比增长21.5%。2019年上半年，中国美容化妆品及护肤品出口量和出口金额均有所增长。

### 中国美容化妆品及护肤品出口量情况



### 中国美容化妆品及护肤品出口金额情况



数据来源：中国海关总署、中商产业研究院整理

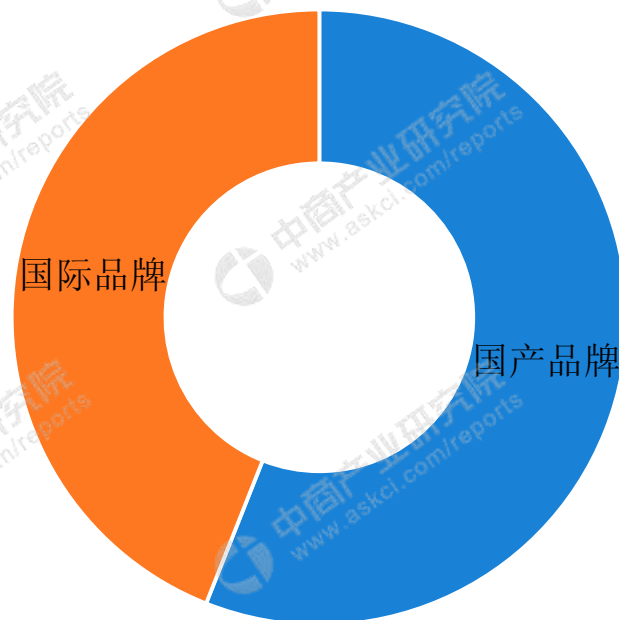


# 国妆品牌占据半壁江山

近几年，新国货崛起，国妆接受度不断增强。从市场份额来看，国妆品牌已占56%的市场份额。国产化妆品品牌主要集中在中低端市场，而海外合资品牌则主要占据着高端市场。



## 中国化妆品竞争格局情况



数据来源：凯度BrandZ、中商产业研究院整理

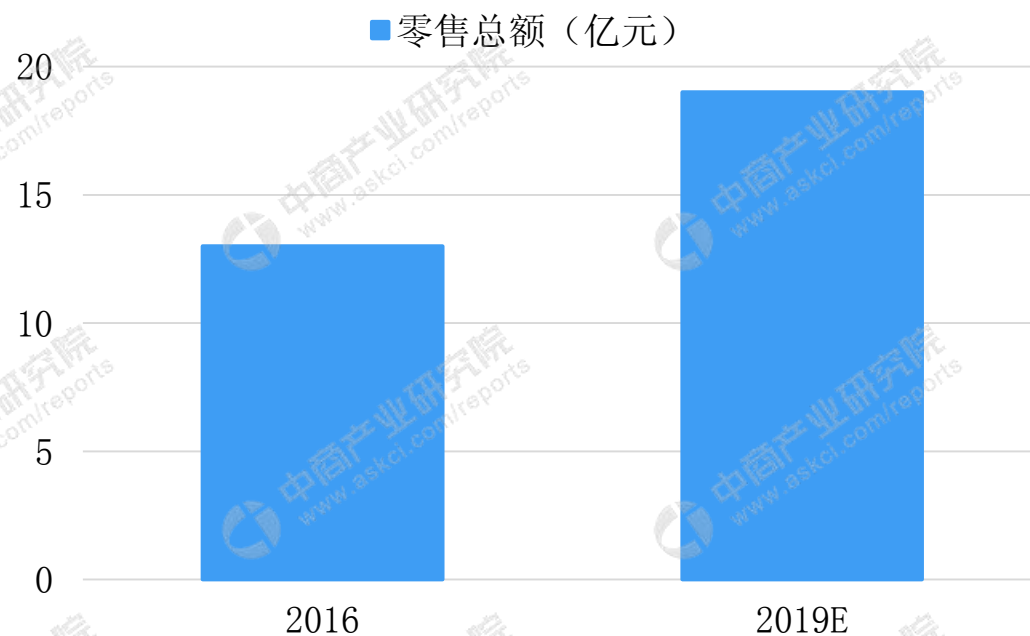




# 男士化妆品市场高速增长

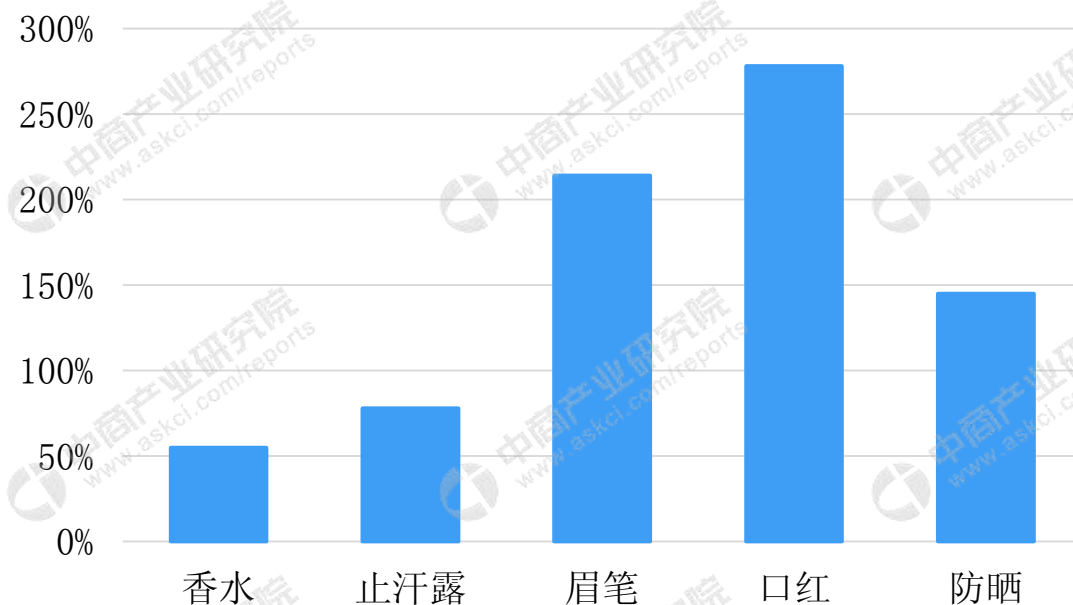
虽然远不及中国女性护肤市场超90%的渗透率，但男性护肤及化妆品市场的发展速度正在加快。预计2016年-2019年中国内地男性护肤品及化妆品市场的零售额平均年增长速度将达到13.5%，远高于全球的5.8%。2019年内地男性护肤品及化妆品市场的零售额将达19亿元。当前中国男性化妆品各品类消费也出现大幅增长。

## 中国内地男性化妆品及护肤品零售总额情况



数据来源：欧睿、香港贸发局、中商产业研究院整理

## 2018中国男性化妆品消费增速情况



数据来源：天猫《2019年颜值经济报告》、中商产业研究院整理

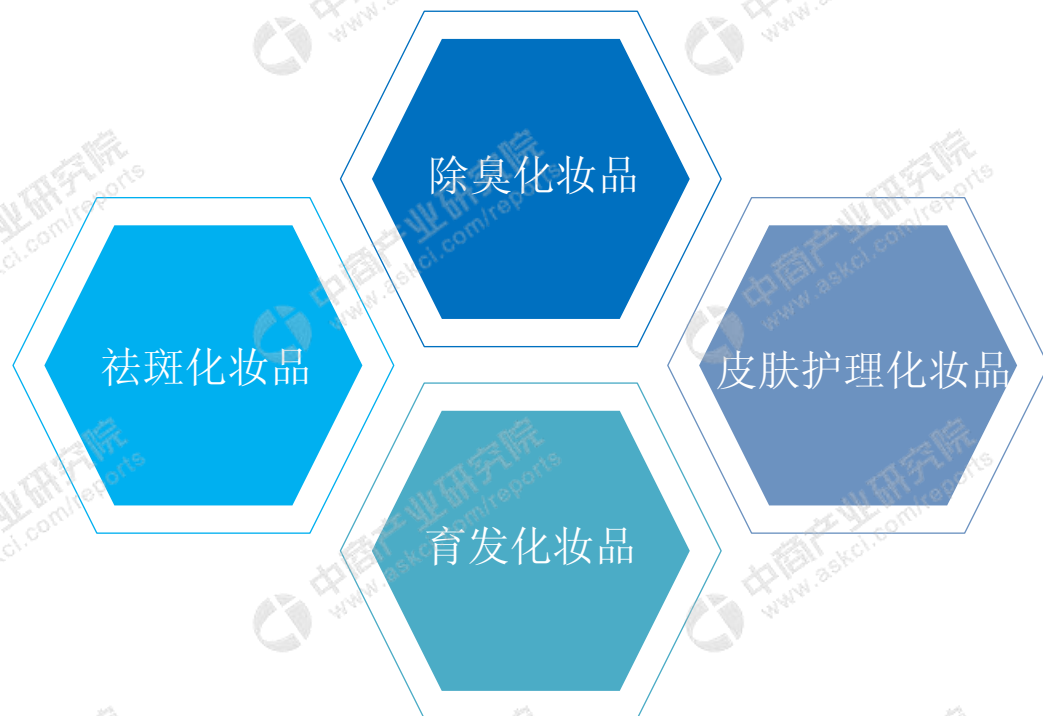


# 药妆市场需求大

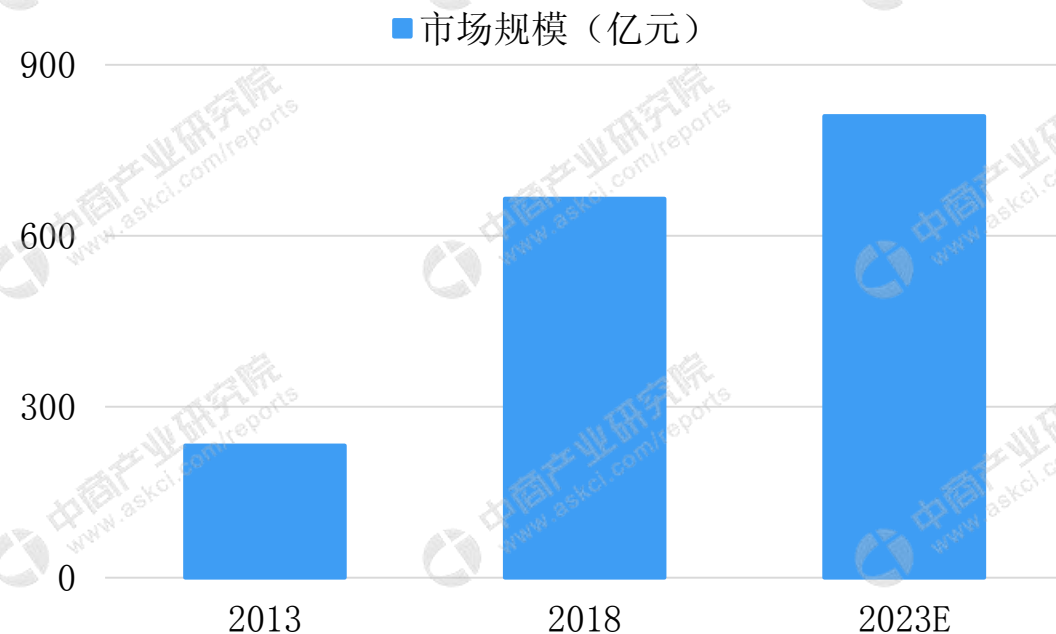
药妆的品种丰富，随着人民生活水平的提高以及对药妆行业认识的加深，药妆市场蕴藏着巨大的市场需求。

从2013年的232亿元增长到2018年的665亿元，预计2023年药妆市场规模将达到810亿元左右。

## 药妆品种



## 中国药妆市场规模情况



数据来源：中商产业研究院整理



## 全球面膜行业发展现状分析

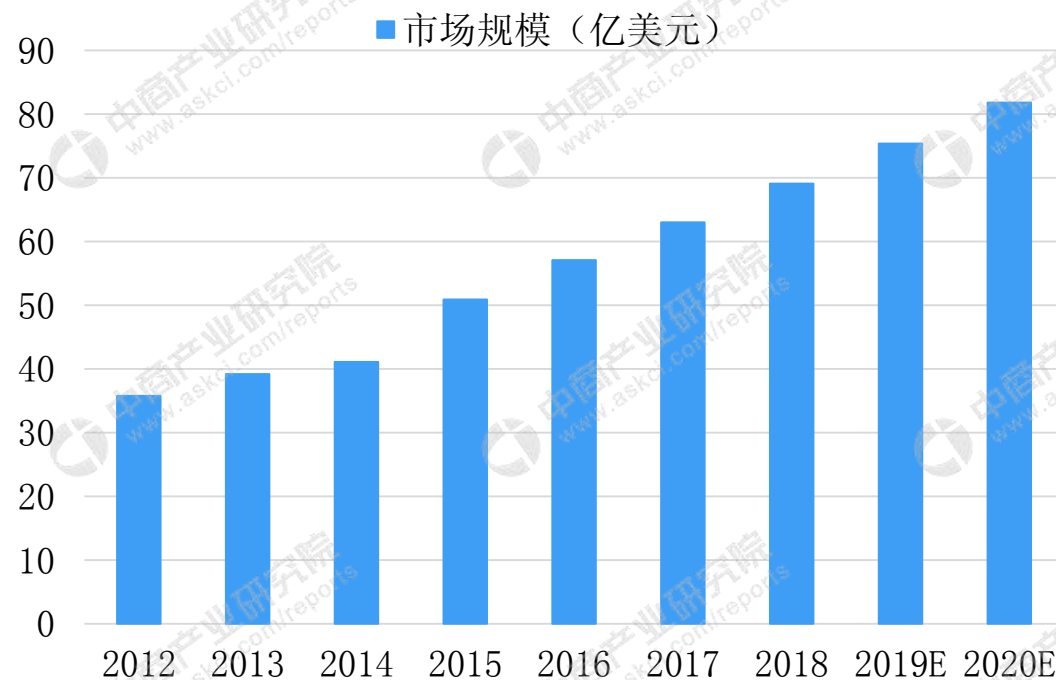
- ▶ 面膜市场规模稳定增长
- ▶ 中国占据近一半全球面膜市场
- ▶ 面膜产品大胆创新



## 面膜市场规模稳定增长

全球化妆市场呈现一种坚韧而稳定的增长，而面膜作为全球女性消费者在日常护肤中最常消费的一类护肤产品，也保持着稳健的增长态势。数据显示：2012年全球面膜市场规模仅35.8亿美元，2018年逼近70亿美元，预计2020年市场规模将突破80亿美元。

### 全球面膜市场规模情况



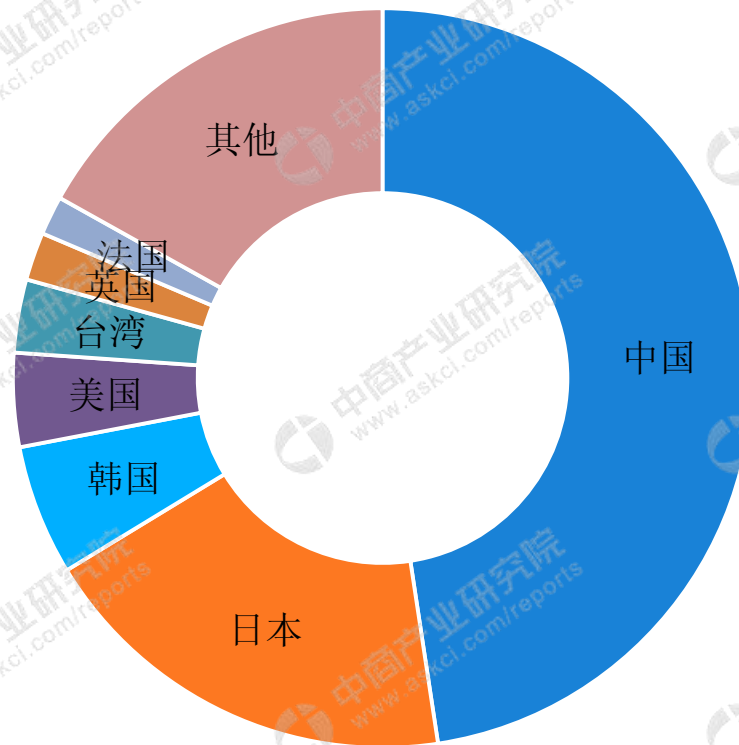
资料来源：Euromonitor、中商产业研究院整理



# 中国占据近一半全球面膜市场

近年来中国面膜市场维持着高于日、韩市场的增长速度，目前中国约占全球面膜市场总量的47.6%，日本、韩国分列第二、三位，占比分别为18.7%、5.7%。美国、法国和英国仅占比4.1%、1.7%和2.1%。

全球面膜消费市场结构情况



资料来源：Euromonitor、中商产业研究院整理





# 面膜产品大胆创新

爱美人士对面膜这一护肤品总是情有独钟，随着需求不断增大和要求的提高，促进了面膜市场的创新和发展。

国外企业在擦拭部位、形状质地大胆创新，推出耳目一新的面膜产品。

创新形式	创新面膜产品
部位创新	胸部面膜、臀部面膜、腹部面膜、腋下面膜、比基尼线面膜。
形状创新	樱桃形状的眼颊面膜、星星状凝胶眼膜、360° 覆盖眼睛的眼膜
质地创新	医用级祛皱贴膜（医用硅胶）、碎碎冰面膜

资料来源：中商产业研究院整理



## 中国面膜行业发展现状分析

- ▶ 政策监管趋严
- ▶ 面膜市场高速增长
- ▶ 面膜功能细分多元化
- ▶ 国产品牌成为市场主力
- ▶ 企业跨界入局





目前国家暂未出台专门针对面膜的政策，但是国家对化妆品政策监管趋于严格，产品安全越发受到重视。

## 中国化妆品行业相关政策

2011年2月	《关于印发化妆品命名规定和命名指南的通知》	化妆品命名禁止使用夸张、扩大和绝对化的次于，医疗术语、明示或暗示医疗作用和效果的词语；医学名人的姓名；外文字母、汉语拼音、数字、符号等；
2011年11月	《关于加快推进化妆品不良反应监测体系建设的指导意见》	明确，国家食品药品监督管理局负责全国化妆品不良反应监测的管理。主要是制定化妆品不良反应监测的相关政策法规规定及技术标准并监督实施；制定监测哨点的人员、设备、环境和管理等方面应具备的条件，组织开展对监测哨点的认定、考核，并实施动态管理，通报全国化妆品不良反应监测情况。
2012年11月	《关于增设特殊用途化妆品行政许可技术审评结论有关事宜的通知》	进一步规范化妆品行政许可工作，提高化妆品行政许可工作效率，依据《化妆品卫生监督条例》等相关规定，对符合产品质量安全要求的特殊用途化妆品，在其行政许可申报材料中，存在通知中所列示情况的，技术审评结论判定为“完善资料后建议批准”。
2013年12月	《关于调整化妆品注册备案管理有关事宜的通告》	国产非特殊用途化妆品实行告知性备案，省级食品药品监管部门不再发放国产非特殊用途化妆品备案凭证；食品药品监管部门不再受理国产或进口美白产品的非特殊用途化妆品备案申请，生产企业应按照《美白化妆品管理要求》进行产品注册申请。
2015年5月	《食品药品监督管理总局关于国产非特殊用途化妆品命名有关事宜的批复》	根据规定，新申请备案产品一律不得使用“医生”等相关用语，对于已使用“医生”等相关用语且已备案的化妆品，企业应在2016年12月31日前完成相应修正，否则会被强制注销。
2015年7月	《化妆品监督管理条例（修订草案送审稿）》	明确国家对化妆品原料实行目录管理，化妆品新原料须经过4年的观察期，不得使用禁用原料，不得超量或超范围使用限用原料。规定了明确的法律责任。
2016年8月	《国家新闻出版广电总局关于进一步加强医疗养生类节目和医药广告播出管理的通知》	医疗、药品、医疗器械、保健品、食品、化妆品、美容等企业、产品或服务的广告，播放时长不得超过1分钟，且不得以任何节目形态变相发布，也不得以电视购物短片广告形式播出。
2011年2月	《关于印发化妆品命名规定和命名指南的通知》	化妆品命名禁止使用夸张、扩大和绝对化的次于，医疗术语、明示或暗示医疗作用和效果的词语；医学名人的姓名；外文字母、汉语拼音、数字、符号等；

资料来源：中商产业研究院整理



中国化妆品行业相关政策

时间	政策名称	主要内容
2016年10月	《关于调整化妆品消费税政策的通知》	取消对普通美容、修饰类化妆品征收消费税,将“化妆品”税目名称更名为“高档化妆品”。
2016年12月	《化妆品安全技术规范》	规定了化妆品的安全技术要求,包括通用要求禁限用组分要求、准用组分要求以及检验评价方法等,适用于中华人民共和国境内生产和经营的化妆品(仅供境外销售的产品除外)。
2017年2月	《“十三五”国家食品和药品安全规划》	“十三五”期间,加快食品安全国家标准制修订,实施药品、医疗器械和化妆品标准提高行动。
2017年3月	《进口化妆品境内收货人备案、进口记录和 销售记录管理规定》	收货人应当向其工商注册登记地检验检疫机构申请备案,并对所提供备案信息的真实性负责。收货人应当建立化妆品进口记录,并指派专人负责。
2018年1月	《化妆品功效宣称评价指导原则》征求意见稿	化妆品企业需对产品功效宣称类别进行评价,要求功效宣称与其证据水平(评价)相一致。
2018年1月	《化妆品分类规范》(征求意见稿)	尝试在确保产品质量安全的前提下,建立科学合理的化妆品分类方式,为化妆品行业的规范发展和科学监管提供依据。
2018年1月	《化妆品风险监测工作规程》	6大类化妆品将被重点监测,包括:可能含有潜在危害因素的产品;流通范围广、消费量大的产品;引起化妆品安全事故或受到消费者关注的产品;涉嫌虚假夸大宣传误导消费者的产品;根据不良反应监测结果显示具有潜在风险的产品;技术上无法避免,导致风险物质作为杂质带入的产品。
2019年5月	《关于实施特殊用途化妆品行政许可延续承诺制审批有关事宜的公告》	批准证件(以下简称批件)有效期届满申请延续的特殊用途化妆品,经申请人自查并承诺符合法规和标准要求,国家药品监督管理局准予其批件延续申请,事后组织技术审查,并结合日常监管工作加强监督检查。省级药品监督管理部门要加强对延续产品的监督检查,发现违法违规情形的,依法立案查处;需要撤销行政许可的,上报国家药品监督管理局。

资料来源:中商产业研究院整理

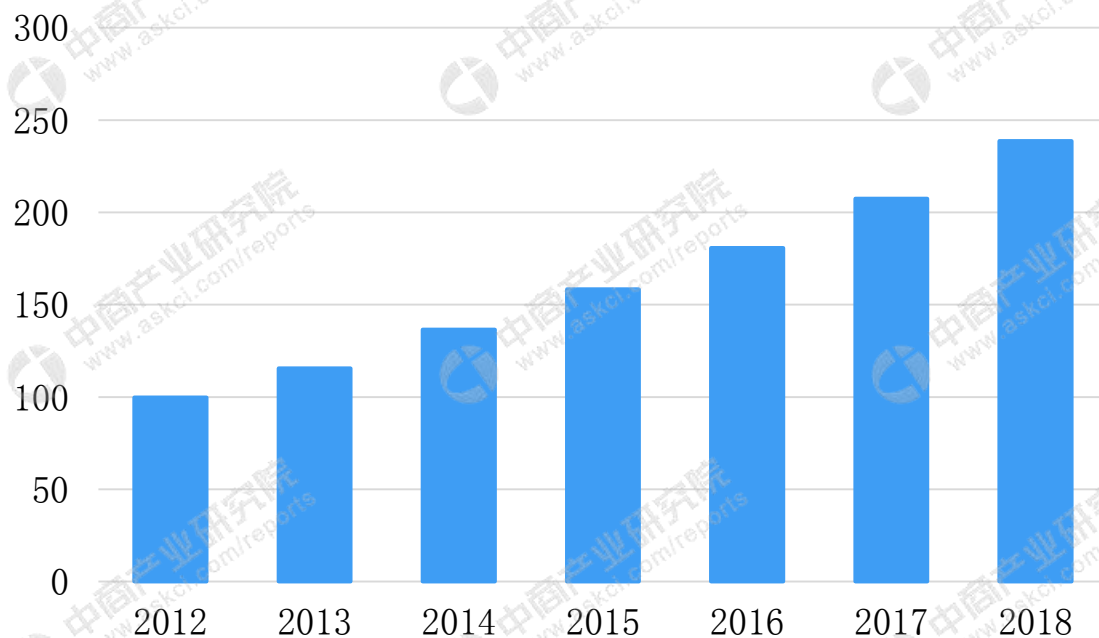


# 面膜市场高速增长

中国是全球最大面膜市场，随着国民收入提高，面膜渗透率提高，我国面膜市场规模不断增长。2012年面膜市场规模不足百亿，2017年突破200亿元，2018年市场规模增至238.63亿元。当前我国面膜市场规模呈现快速上升趋势。

中国面膜市场规模情况

■ 市场规模（亿元）



资料来源：Euromonitor、中商产业研究院整理

注意：

本报告只展示部分内容，欲知详细报告及  
报告中涉及数据请下载报告**PPT**版本。