

# 2015-2020年中国隐形痘痘 贴市场调研及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2015-2020年中国隐形痘痘贴市场调研及投资前景研究报告》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.cction.com/report/201604/132238.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

### 前言

隐形痘痘贴是一种青春痘贴膜，可以让痘痘完全隐形。采用温和的亲水性材质，不含化学物质，通过物理原理，迅速吸收痘痘内的分泌物，让痘痘快速愈合。尤其对付有脓头的痘痘，效果更为明显。无论哪种肤质都能使用，一点都不用担心肌肤过敏。透明透气的水胶体材料，比接近肤色的产品更自然无痕。

随着我国经济的发展，国内消费者消费水平的提高，爱美心理促进隐形痘痘贴市场需求不断发展。目前，国内隐形痘痘贴高端市场被欧美、台湾、韩国的一些知名品牌占据。

目前，我国隐形痘痘贴行业发展迅速，行业品牌数量逐渐增长，国内市场隐形痘痘贴知名品牌主要有耐适康Nexcare、屈臣氏Watsons、菲诗小铺、美若康Miacare、优若美、曼秀雷敦等等。国外品牌占据我国大部分高端市场份额，国内品牌企业数量较少，中小企业数量较多，行业竞争激烈。2014年国内隐形痘痘贴销售市场规模约23480万元，

报告目录：

### 第一章 隐形痘痘贴行业报告研究标准1

#### 第一节 隐形痘痘贴行业研究背景1

#### 第二节 隐形痘痘贴行业研究方法及依据2

#### 第三节 隐形痘痘贴行业研究基本前景概况7

### 第二章 隐形痘痘贴行业发展综述9

#### 第一节 隐形痘痘贴概念9

#### 第二节 隐形痘痘贴行业特征分析9

##### 一、隐形痘痘贴作用分析9

##### 二、隐形痘痘贴行业在国民经济中的地位9

##### 三、隐形痘痘贴行业生命周期分析9

#### 第三节 最近几年中国隐形痘痘贴行业经济指标分析11

##### 一、赢利性11

##### 二、成长速度11

##### 三、附加值的提升空间12

##### 四、进入壁垒 / 退出机制12

##### 五、风险性12

##### 六、行业周期性13

##### 七、竞争激烈程度指标13

## 八、行业成熟度分析13

### 第四节 隐形痘痘贴行业产业链及上下游之间关联性分析14

## 第三章 2013年世界隐形痘痘贴行业市场分析15

### 第一节 2013年世界隐形痘痘贴行业运行环境分析15

#### 一、当前经济环境分析15

#### 二、经济政策对产业的影响24

### 第二节 2013年世界隐形痘痘贴市场竞争现状分析24

#### 一、全球化妆品市场简况

##### 1、不惧周期，跨国巨头唱主角

近十年来全球化妆市场呈现一种坚韧而稳定的增长，未有一年出现过停滞或负增长情形，即使在2008 - 2009危机之年增速放缓，但很快在复苏中回到历史正常增长水平，分析认为化妆品消费者并没有在危机到来时改变购买行为，也没有降低对化妆品的价值评价，可以说消费者对化妆品的热情比以往更高，化妆品市场作为一个创新驱动特征明显的卖方市场，消费者愿意为高品质、效果显著的产品而买单。截至2013年全球化妆品市场规模达1530亿欧元。

亚太市场是目前全球最大的化妆品消费市场，西欧、北美、拉美地区分列其后，2013年亚太地区化妆品市场规模达到545.5亿欧元，占全球同期总量的32.8%；西欧市场规模为367.5亿欧元，占比为26%；北美市场规模为355.9亿欧元，占比为22%。

### 第三节 2013年世界部分国家隐形痘痘贴市场分析33

#### 一、欧洲地区33

#### 二、北美地区34

#### 三、亚洲地区34

### 第四节 2014-2020年世界隐形痘痘贴行业新趋势研究分析35

## 第四章 2013年隐形痘痘贴行业当前发展环境分析37

### 第一节 2013年中国隐形痘痘贴行业经济环境分析37

#### 一、2013年中国宏观经济分析37

#### 二、2014年中国宏观经济发展预测40

### 第二节 中国隐形痘痘贴行业政策法规解读40

### 第三节 中国隐形痘痘贴行业当前社会环境发展分析44

#### 一、人口环境分析44

#### 二、教育环境分析45

#### 三、文化环境分析47

#### 四、生态环境分析49

#### 五、中国城镇化率50

#### 六、居民的各种消费观念和习惯51

### 第五章 我国隐形痘痘贴行业运行分析58

#### 第一节 我国隐形痘痘贴行业发展状况分析58

##### 一、我国隐形痘痘贴行业发展阶段58

祛痘类化妆品的发展大致经历了三个阶段：第一阶段为20世纪70年代之前，这一阶段生产祛痘类化妆品主要采用硫磺、水杨酸和过氧化苯甲酰等化合物为主要祛痘活性物质。硫磺有很好的杀菌能力，可以杀灭脸部的寄生菌群，控制细菌感染和炎症，进而减少粉刺形成；水杨酸有一定的去角质、疏通毛孔等功能；过氧化苯甲酰则强行将代谢角质剥落，减少毛囊堵塞，同样可以缓解粉刺生长。但是用这类活性物质配制的化妆品存在有效率不高、副作用大、过敏多等缺陷，因此，大部分化妆品已不再使用此类物质。

第二阶段为20世纪70年代末，这一阶段的祛技术主要借助于医学成果，采用抗生素类物质，如甲硝唑、氯霉素等，再加入地塞米松等激素类药物抗过敏。这些药品对于消炎杀菌、抑制粉刺生长确实有效，但此类化妆品存在严重的副作用，主要包括两个方面：一是长期使用会产生激素依赖，一旦停用，1~2日内皮肤就会出现红斑、丘疹、干燥、脱屑、瘙痒等症状；二是抗菌素类皮肤过敏率较高，对人体有一定危害。以氯霉素为例，其有很强的致敏性和毒性，如果长期使用，可引起肝肾功能毒性，严重者可影响骨髓造血功能，引起再生障碍性贫血。因此这些产品严格来说属于违规产品或者是“不安全产品”，为化妆品中的禁用物质。

第三阶段是20世纪90年代中期才开始的，生产祛痘类化妆品采用安全性高、有效率高的物质，如视黄醇棕榈酸酯、尿素囊等作为祛痘活性物质，或者采用天然中草药如丹参、苦参、甘草、黄芩和金银花等，针对性的从粉刺皮肤的防痘、祛痘、养肤等关键环节着手，利用其含有某些杀菌消炎因子，抑菌、杀菌、消炎，使痤疮得到有效治疗。

##### 二、我国隐形痘痘贴行业发展总体概况59

随着我国经济的发展，国内消费者消费水平的提高，爱美心理促进隐形痘痘贴市场需求不断发展。目前，国内隐形痘痘贴高端市场被欧美、台湾、韩国的一些知名品牌占据。

##### 三、我国隐形痘痘贴行业发展特点分析59

##### 四、我国隐形痘痘贴行业商业模式分析60

#### 第二节 2014-2015年隐形痘痘贴行业发展现状61

##### 一、2014-2015年我国隐形痘痘贴行业市场规模61

##### 二、2014-2015年我国隐形痘痘贴行业发展分析61

三、2014-2015年中国隐形痘痘贴企业发展分析	62
第三节 区域市场分析	64
一、区域市场分布总体情况	64
二、2014-2015年重点省市市场分析	64
第四节 隐形痘痘贴细分产品市场分析	65
一、细分产品特色	65
二、2014-2015年细分产品市场规模及增速	65
三、重点细分产品市场前景预测	65
第五节 隐形痘痘贴产品价格分析	66
一、2014-2015年隐形痘痘贴价格走势	66
二、影响隐形痘痘贴产品价格的关键因素分析	66
1、成本	66
2、供需情况	66
3、关联产品	67
4、其他	67
三、2014-2020年隐形痘痘贴产品价格变化趋势	67
四、主要隐形痘痘贴企业价位及价格策略	67
第六章 2014-2015年中国隐形痘痘贴行业技术发展分析	69
第一节 中国隐形痘痘贴行业技术发展现状	69
第二节 隐形痘痘贴行业技术特点分析	69
第三节 隐形痘痘贴行业技术发展趋势分析	75
第四节 2014年中国隐形痘痘贴行业发展面临的新挑战分析	76
第七章 2014-2015年中国隐形痘痘贴市场运行情况	77
第一节 行业最新动态分析	77
一、行业相关动态概述	77
二、行业发展热点聚焦	78
第二节 行业品牌现状分析	93
第三节 行业产品市场价格情况	94
第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁	97
第八章 2011-2013年中国隐形痘痘贴所属行业主要数据监测分析	99
第一节 2011-2013年中国隐形痘痘贴所属行业总体数据分析	99
一、2011年中国隐形痘痘贴所属行业全部企业数据分析	99

二、2012年中国隐形痘痘贴所属行业全部企业数据分析	101
三、2013年中国隐形痘痘贴所属行业全部企业数据分析	102
第二节 2011-2013年中国隐形痘痘贴所属行业不同规模企业数据分析	104
一、2011年中国隐形痘痘贴所属行业不同规模企业数据分析	104
二、2012年中国隐形痘痘贴所属行业不同规模企业数据分析	105
三、2013年中国隐形痘痘贴所属行业不同规模企业数据分析	105
第三节 2011-2013年中国隐形痘痘贴所属行业不同所有制企业数据分析	106
一、2011年中国隐形痘痘贴所属行业不同所有制企业数据分析	106
二、2012年中国隐形痘痘贴所属行业不同所有制企业数据分析	106
三、2013年中国隐形痘痘贴所属行业不同所有制企业数据分析	107
第九章 2014-2015年中国隐形痘痘贴行业竞争情况	108
第一节 行业经济指标分析	108
一、赢利性	108
二、附加值的提升空间	108
三、进入壁垒 / 退出机制	108
四、行业周期	109
第二节 行业竞争结构分析	111
一、现有企业间竞争	111
二、潜在进入者分析	111
三、替代品威胁分析	111
四、供应商议价能力	112
五、客户议价能力	113
第三节 行业国际竞争力比较	113
第十章 2011-2013年隐形痘痘贴行业重点生产企业分析	115
第一节 3M中国有限公司	115
一、企业简介	115
二、企业经营数据	117
三、企业产品分析	122
第二节 广州屈臣氏个人用品商店有限公司	123
一、企业简介	123
二、企业经营数据	125
三、企业产品分析	126

第三节 广州邦夫生物科技有限公司	127
一、企业简介	127
二、企业经营数据	127
三、企业产品分析	129
第四节 深圳市三九威佳士生物科技有限公司	130
一、企业简介	130
二、企业经营数据	131
三、企业产品分析	132
第五节 浙江医鼎医用敷料有限公司	135
一、企业简介	135
二、企业经营数据	135
三、企业产品分析	137
第十一章 2014-2020年隐形痘痘贴行业发展预测分析	138
第一节 2014-2020年中国隐形痘痘贴行业未来发展预测分析	138
一、中国隐形痘痘贴行业发展方向及投资机会分析	138
二、2014-2020年中国隐形痘痘贴行业发展规模分析	138
三、2014-2020年中国隐形痘痘贴行业发展趋势分析	139
第二节 2014-2020年中国隐形痘痘贴行业供需预测	140
一、2014-2020年中国隐形痘痘贴行业供给预测	140
二、2014-2020年中国隐形痘痘贴行业需求预测	140
第三节 2014-2020年中国隐形痘痘贴行业价格走势分析	141
第四节 2014-2020年中国隐形痘痘贴行业盈利水平分析	143
第十二章 2014-2020年中国隐形痘痘贴行业投资风险预警	144
第一节 2014-2020年中国隐形痘痘贴行业投资环境分析	144
第一节 中国隐形痘痘贴行业存在问题分析	144
第二节 中国隐形痘痘贴行业政策投资风险	146
一、政策和体制风险	146
二、技术发展风险	146
三、经营管理风险	147
四、供需波动风险	147
五、其他风险	147
第十三章 2014-2020年隐形痘痘贴行业投资机会与风险	149



## 第一节 经济形势给我国隐形痘痘贴企业带来的机遇分析149

一、为享受调控政策带来机遇149

二、为搞好战略转型带来机遇149

三、为吸引国际投资带来机遇150

四、为招聘高端人才带来机遇150

五、为实施战略重组带来机遇151

六、为降低制造成本带来机遇151

## 第二节 经济形势下隐形痘痘贴行业发展机遇分析152

一、经济形势为隐形痘痘贴企业提供了并购国外企业的机会152

二、经济形势导致部分经营不善的隐形痘痘贴企业退出市场152

三、经济形势中我国隐形痘痘贴企业发展机遇分析153

## 第三节 隐形痘痘贴企业战略规划不确定性风险153

一、客观事件的不确定性风险153

二、市场的不确定性风险153

三、行业发展的不确定性风险154

四、技术发展的不确定性风险154

五、战略规划者的主观不确定性风险155

六、执行过程的不确定性风险155

七、工具方法的局限性风险155

八、战略规划系统的不确定性风险156

## 第十四章 隐形痘痘贴行业发展战略研究157

### 第一节 隐形痘痘贴行业发展战略研究157

一、技术开发战略157

二、产业战略规划159

三、业务组合战略159

四、营销战略规划159

五、区域战略规划161

六、企业信息化战略规划161

### 第二节 隐形痘痘贴行业品牌战略分析163

一、品牌的基本含义163

二、品牌战略在企业发展中的重要性164

三、隐形痘痘贴品牌的特性和作用166

- 四、隐形痘痘贴品牌的价值战略167
- 五、我国隐形痘痘贴品牌竞争趋势169
- 六、隐形痘痘贴企业品牌发展战略170
- 七、隐形痘痘贴行业品牌竞争策略170
- 第三节 隐形痘痘贴企业经营管理策略172
  - 一、企业经营策略综述172
  - 二、企业产品经营策略172
  - 三、企业渠道经营策略173
  - 四、企业并购策略分析174
  - 五、当前形势下企业经营管理策略176

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201604/132238.html>