

河南工程学院《电子商务》考查课 专业论文

淘宝面膜市场调研分析报告

学生姓名： 陈 浩

学 号： 201111208245

学 院： 工商管理学院

专业班级： 市场营销 1142

专业课程： 《电子商务》

任课教师： 巩恩伟

2014 年 12 月 13 日

摘要

当今世界网络、通信和信息技术快速发展，互联网在全球迅速普及，使得现代商业具有不断增长的供货能力、不断增长的客户需求和不断增长的全球竞争三大特征，使得任何一个商业组织都必须改变自己的组织机构和运行方式来适应这种全球性的发展和变化。随着信息技术在国际贸易和商业领域的广泛应用，利用计算机技术、网络通信技术和互联网技术实现商务活动的国际化、信息化和无纸化，已成为各国商务发展的趋势。

电子商务具有极大的发展潜力，本论文主要针对电子商务并结合淘宝面膜的销售情况予以调查论述，本论文主要阐述了面膜的相关概念，并介绍了淘宝网面膜的相关市场状况及淘宝大卖家面膜销售状况，最后针对淘宝网面膜销售的具体情况予以了相关的总结分析，并对淘宝网相关从事面膜销售的卖家提出了一些建议，以帮助其更好的利用淘宝网这一电商平台实现更好的面膜销售。

关键词：面膜； 淘宝网； 大卖家

目 录

- 一. 面膜介绍 3
 - 1. 面膜定义介绍 3
 - 2. 面膜功能介绍 3
 - 3. 面膜形式介绍 3
 - 4. 面膜原理介绍 3
 - 5. 面膜的分类 3
 - 6. 面膜的品牌介绍 4
- 二. 面膜市场状况 4
 - 1. 淘宝网面膜销售额状况..... 4
 - 2. 淘宝网面膜销售特点..... 4
 - 3. 世界十大面膜品牌 6
- 三. 淘宝大卖家面膜销售状况调研..... 6
 - 1. 淘宝面膜十大卖家介绍..... 5
 - 2. 淘宝面膜十大卖家所售产品销售情况..... 8
 - 3. 淘宝面膜十大卖家所售产品定位策略..... 8
- 四. 分析报告 9
 - 1. 面膜市场需求量巨大..... 9
 - 2. 面膜市场需求以名牌为主..... 9
 - 3. 面膜消费者以中低档消费为主..... 9
 - 4. 面膜品牌是消费者消费时关注的第一因素..... 9
- 参考文献 9

淘宝面膜市场调研分析报告

一. 面膜介绍

1. 面膜定义介绍

面膜是美容保养品的一种载体，面膜的材质有粉末调和的、高岭土、无纺布、及蚕丝面膜，目前最高科技、载体细致、容易被皮肤吸的是蚕丝面膜，一般活性成份为 2.5—22%左右。敷贴在脸上 15~30 分钟，当保养品的养份缓缓被皮肤吸收后，即可卸下。

面膜，是护肤品中的一个类别。其最基本也是最重要的目的是弥补卸妆与洗脸仍嫌不足的清洁工作，在此基础上实现其他的保养功能，例如补水[保湿](#)、美白、抗[衰老](#)等等。

2. 面膜功能介绍

做面膜，就像家里的定期大扫除一样，应养成定期做清洁面膜的护肤习惯，皮肤才会健康美丽。透过面膜，可以去除老化角质，增强角质更生的能力，同时也促使皮脂分泌畅通，达到深层清洁的功效。脸部的角质更新、皮脂毛孔清洁所展现出的皮肤美，就是健康、有生命力的动人肤质。若清洁性面膜做得不彻底，那么做护肤性面膜的效果就会大打折扣。

3. 面膜形式介绍

面膜的形式主要有泥膏型、撕拉型、冻胶型、湿纸巾型四种。泥膏型面膜常见的有海藻面膜、矿泥面膜等，撕拉型面膜最常见的就是黑头粉刺专用鼻贴，冻胶型以睡眠面膜最为出名，湿纸巾式一般就是单片包装的浸润着美容液的面膜纸。伴随着美容科技的发展，出现了一种以蚕丝制成的面膜，严格来说，应当归入湿纸巾型面膜中。

4. 面膜原理介绍

面膜的原理，就是利用覆盖在脸部的短暂时间，暂时隔离外界的空气与污染，提高肌肤温度，皮肤的毛孔扩张，促进汗腺分泌与新陈代谢，使肌肤的含氧量上升，有利于肌肤排除表皮细胞新陈代谢的产物和累积的油脂类物质，面膜中的水分渗入表皮的角质层，皮肤变得柔软，肌肤自然光亮有弹性。

5. 面膜的分类

(1) 撕拉式面膜。主要成分是高分子胶、水和酒精，清洁原理与泥膏型相同，也是通过升高表皮温度，促进血液循环和新陈代谢。要自上而下撕剥，避开眼眶、眉部、发际入嘴唇周围的肌肤。由于不含保湿剂，不适合干性皮肤，撕剥的方式不适合敏感型皮肤。

(2) 膏泥状面膜。清洁、保湿效果好，能软化阻塞毛孔的硬化皮脂。敷脸后，黑头，粉刺很容易挤出来，对不适合于蒸汽的干性皮肤是最佳选择。其中不含特殊吸油成分的适用于

中、干性皮肤，含较多高岭土（也称中国黏土）或添加吸油成分的适用油性皮肤。但此类面膜护腐剂、矿物质含量较高，敏感型肌肤慎用。

（3）冻胶型面膜。把冻胶型清洁面膜中的碱剂入表面活性剂拿掉，再加入一些保养成分，就成为冻胶型的保养面膜了。其中透明的只加入水溶性的护肤成分，更适合油性肤质，不透明的加入的成分比较多，干性肤质也可以使用，涂抹要有一定的厚度，一定要盖住毛孔，才能更好地发挥作用！

（4）乳霜型睡眠面膜。效果与一般晚霜的效果差不了多少，质地跟护肤霜差不多，具有美白、保湿、舒缓等效果的面膜大多属于此类。敷完后擦拭干净即可。因为质地温和，适应面比较广，敏感性肌肤也能放心使用！

（5）面贴式面膜。片状和膏状面膜各有拥护者，外出旅行时方便携带的片状面膜，敷一片就等于帮肌肤灌注了整瓶精华液的营养成分；但少不了让织布吸走精华液。膏状面膜和肌肤的服贴度和密闭程度都比片状面膜好，吸收效果也更加好。

6. 面膜的品牌介绍

市面上流行的品牌，现主要总结如下：黛莱美、CHOISKYCN/俏十岁、OLDEFY/欧蒂芙、御泥坊、MG/美即 我的美丽日记、LEADERS/丽得姿、FIBROIN、悦诗风吟、Clinie/可莱丝、曼宁、仟佰草、相宜本草、Jcare/静佳、PECHOIN/百雀羚、蒙迪莎白、泊泉雅、海姿、我的美丽日志、ROLANJONA/露兰姬娜、美肤宝……

二. 面膜市场状况

1. 淘宝网面膜销售额状况

2009 年至 2013 年中国面膜行业年增长率平均为 31.6%，其销售额由 26 亿人民币增长至 65 亿人民币，远高于国内同期的护肤品增长率。

2. 淘宝网面膜销售特点

（1）第一，冬季成全年销售高峰

从 2013 年淘宝全网面膜全年销售数据来看，绝大部分面膜品牌第四季度成交金额均高于前三季度。美即表现尤为明显，它在第四季度以 6823 万元荣登榜首，超过前三季销售冠军我的美丽日志。来自韩国爱茉莉太平洋旗下的悦诗风吟面膜则以两倍速度递增。

不同季节也影响着不同类型的面膜销售。面贴膜和撕拉面膜全年处于快速递增的状态，水洗面膜前三季度呈现快速上升，而第四季度成交笔数出现明显下滑。睡眠免洗面膜恰好相反，第四季度成交笔数急剧上升。

（2）第二，保湿、补水、美白仍是主要需求

保湿、补水、美白功效面膜明显高于其他功效需求。其中保湿功效以全年成交笔数 4291 万成为最受欢迎的面膜概念。补水、美白分别以 4118 万、3465 万位于第二、第三位。另外，季节性需求也表现突出，比如保湿补水在第四季度需求尤为明显，晒后修复则在第二季度表现抢眼。

(3) 第三，东部沿海为重点销售区域

广东表现最为突出，以 14.14% 的占比荣登榜首。这些沿海省市经济发达，消费意识较强，网购较为普及，这是面膜在这些区域热销的重要原因。

3. 世界十大面膜品牌

世界十大品牌面膜，即世界上最受消费者欢迎的面膜，现总结如下。

第一名，美即 Magic 面膜；第二名，VOV 面膜；第三名，兰芝 Laneige；第四名，贝佳斯 Borghese；第五名，佰草集 Herborist；第六名，玉兰油 OLAY；第七名，屈臣氏；第八名，雅芳 AVON；第九名，露得清 Neutrogena；第十名，李医生 DOCTOR LI。

三. 淘宝大卖家面膜销售状况调研

1. 淘宝面膜十大卖家介绍

第一名：旁氏无瑕透白美白保湿补水护肤细致蚕丝面膜 7 片

产品信息

- 品 牌：旁氏
- 名 称：透白细致蚕丝膜
- 规 格：22ml
- 保 质 期：3年
- 储存方式：置于阴凉干燥处，避免阳光直射或高温
- 主要成分：薏仁萃取精华+尖端活基元™精华
- 产品特点：蚕丝质地，宛如第二层肌肤，轻薄并细致贴合肌肤，深入肌底，帮助细致肌肤，透现白皙均匀，嫩滑细致。



blog.163.com/xh6625@126

第二名：御泥坊 清爽控油泥浆面膜护肤套装 清洁控油收缩毛孔去黑头化妆品

我的御泥面膜

平衡水油
清淨透

清爽平衡泥浆面膜护肤套装
解决缺水油腻烦恼

最佳适用肤质：油性性肌肤
可适用肤质：中性偏油性肌肤



blog.163.com/xh6625@126

第三名：长生鸟珍珠粉祛痘去黑头美白淡斑面膜粉/珍珠粉面膜外用 15g 控油



第四名： 兰可欣男士护肤品套装 保湿补水 男士洗面奶面霜爽肤水面膜化妆品



第五名： 御泥坊美白面膜套装补水美白锁水保湿面部护理套装护肤美容化妆品



第六名： 御泥坊美白嫩肤蚕丝面膜贴 20 片补水保湿锁水去黄去暗沉护肤品正品



第七名：柏卡姿玻尿酸纳豆蚕丝隐形面膜贴 补水保湿美肤嫩白正品包邮 12 片



第八名：长生鸟美肌蚕丝面膜 美白补水保湿面膜贴 隐形面膜



第九名：土家硒泥坊 绿豆泥浆面膜 120g 控油祛痘补水美白去黑头收缩毛孔女



第十名：肤宝珍珠粉嫩美白面膜 淡斑去黄 补水保湿 提亮肤色



2. 淘宝面膜十大卖家所售产品销售情况

名次	淘宝卖家	价格	销售量
1	御泥坊面膜品牌店	59 - 239元	37735 件
2	面膜张	15 - 35 元	7669 件
3	你你面膜	10 - 121 元	6540 件
4	华西护肤面膜原液	5 - 6 元	6307 件
5	广东广州玫琳凯正品店 粉	65 - 76 元	4730 件
6	小格的面膜店	95 - 248 元	4253 件
7	俏十岁面膜张大大	133 - 235 元	4219 件
8	TB 佳人金蔻面膜护肤折扣	75 - 98 元	3898 件
9	Miss M 韩国购 韩国代购 面膜 BB 霜 卸妆乳 气垫粉饼 蒸汽眼罩等	3 - 55 元	3380 件
10	青梅居中草药材按方抓药	10 - 25 元	3270 件

3. 淘宝面膜十大卖家所售产品定位策略

名次	淘宝卖家	定位	
		品牌定位	价格定位
1	御泥坊面膜品牌店	御泥坊	低、高价混合型
2	面膜张	仟百草	低价
3	你你面膜	nini/你你	较低价
4	华西护肤面膜原液	新 care	极低价
5	广东广州玫琳凯正品店 粉	玫琳凯	微高价
6	小格的面膜店	小青猪皮膏睡眠面膜	较高价
7	俏十岁面膜张大大	CHOISKYCN/俏十岁	极高价
8	TB 佳人金蔻面膜护肤折扣	JKO/金蔻	较高价
9	Miss M 韩国购 韩国代购 面膜 BB 霜 卸妆乳 气垫粉饼 蒸汽眼罩等	SULWHASOO/雪花秀	极低价
10	青梅居中草药材按方抓药	青梅居	极低价

四. 分析报告

经过对淘宝面膜大卖家的相关调查，现做如下总结分析：

1. 面膜市场需求量巨大

2009 年至 2013 年中国面膜行业年增长率平均为 31.6% ，其销售额由 26 亿人民币增长至 65 亿人民币，远高于国内同期的护肤品增长率，说明中国面膜消费者人数众多，面膜消费者人数在逐年激增，说明面膜市场需求量巨大。

2. 面膜市场需求以名牌为主

面膜上的名牌产品成为消费者购买的主流，如御泥坊、仟百草、玫琳凯、JKO/金蔻、雪花秀、青梅居、兰芝、佰草集、玉兰油、屈臣氏、雅芳等名牌产品在淘宝网上的销售量居于面膜市场销售的榜首。

说明随着消费者收入的增加、生活水平的提高其享受型消费所占的比重在逐渐增加，消费产品逐渐向名牌转变。

3. 面膜消费者以中低档消费为主

通过对淘宝网面膜销售状况的调查，发现面膜销售前十大卖家中，其所售面膜产品的价格大多以中低档价位为主，多集中在 50 – 150 元之间，中低档价位的面膜产品是消费者购买的主流，占了淘宝面膜市场的大半壁江山。

4. 面膜品牌是消费者消费时关注的第一因素

通过对淘宝网面膜销售状况的调查，发现面膜销售前十大卖家中，[御泥坊面膜品牌店](#)和[小格的面膜店](#)同是售卖面膜产品，且两家的价格大致相同，但是[御泥坊面膜品牌店](#)的销售量远高于[小格的面膜店](#)，究其原因，无非在于产品品牌，[御泥坊面膜品牌店](#)的面膜品牌为御泥坊，[小格的面膜店](#)的面膜品牌为小青猪，很明显消费者是看中了御泥坊这一更有优势的品牌，因此购买[御泥坊面膜品牌店](#)的面膜产品的消费者远多于[小格的面膜店](#)。

面膜市场的需求量巨大，因此，商家销售面膜产品有广阔的市场前景，但是要想占据较大的市场份额，淘宝店家还需对自己所销售的面膜产品的品牌做好定位，必须将其定位为消费者所认可的品牌。

参考文献

- [1] www.chinabgao.com 2014 年面膜现状分析. 2014 - 8 - 28
- [2] <http://max.book118.com> 面膜产品数据调查分析报告. 2014 - 5 - 23
- [3] <http://wenku.baidu.com> 中国化妆品行业面膜品类市场分析报告. 2013 - 7 - 11
- [4] www.chinabgao.com 国内面膜市场现状分析. 2014 - 2 - 7
- [5] www.smile17.com 中国面膜市场发展前景分析. 2013 - 12 - 21
- [6] <http://www.sojump.com/report/1882034.aspx> 关于女性面膜使用情况市场调查.
2013 - 12 - 21