

# 2018-2024年中国化妆品专营店产业深度调研与投资机遇研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

# 一、报告报价

《2018-2024年中国化妆品专营店产业深度调研与投资机遇研究报告》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.abaogao.com/b/maoyi/3384773ABJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

近几年发展兴起的一种化妆品零售商业业态，是伴随着国内商业业态的变革发展而形成的一种化妆品终端销售模式。如今化妆品作为一个广义的概念，对应的化妆品专营店则汇集了护肤品、香水、彩妆、洗护用品、美容工具、男士化妆品、儿童护肤品，它采取自选的销售方式充分满足顾客一次性购足化妆品的需求。化妆品专营多分布于商业街道、大型社区、以平价、便利、多样化经营、专业美容服务为特色，区别于传统商场超市单一化妆品牌经营模式。如今化妆品专营店已经发展成为中国化妆品分销渠道中不可或缺的生力军。目前国内化妆品专营店的代表性品牌有：白宫国际、娇兰佳人、千色店、三信汇美、美程&hellip;&hellip;等。

化妆品专营店的特点

序号	特点	特点简介
1	品牌多样化	多品牌经营是化妆品专营店最大的特色，产品结构高、中、低档搭配。国际、国内化妆品牌混合经营，其中不乏兰蔻、倩碧、欧莱雅、，秀美资源，资生堂等国际一线品牌，最大程度的满足不同顾客的消费需求。
2	平价	化妆品专营店的定位是满足大众对化妆品的消费需求，所以比较起传统百货店、商超来讲，化妆品专营店销售价格更平价化，以吸引更多的消费群体，进行消费。
3	方便快捷	化妆品专营店多位于商业街道、大型社区、有效弥补了大型商超的分布空隙，充分贴近人们的日常生活，给了爱美的女士一个低价的平台。
4	服务专业化	化妆品专营店多配有专业的美容顾问、向顾客讲解哪款适合什么皮肤的人，她们都具备良好的专业素养，为消费者提供针对性、专业性的美容服务。有的专营店还配置了相应的专业硬件，以提供专业化服务，有效指导消费者正确解决一些皮肤问题。
5	会员制	化妆品专营店多采取会员制，而向消费者发放统一会员卡。持卡消费可以享受到会员积分换购、积分兑换产品、会员生日礼物、销售折让等个性服务。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国化妆品专营店产业深度调研与投资机遇研究报告》共九章。首先介绍了化妆品专营店行业市场发展环境、化妆品专营店整体运行态势等，接着分析了化妆品专营店行业市场运行的现状，然后介绍了化妆品专营店市场竞争格局。随后，报告对化妆品专营店做了重点企业经营状况分析，最后分析了化妆品专营店行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品专营店产业有个系统的了解或者想投资化妆品专营店行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据

主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 化妆品专营店产业环境透视

第一章 化妆品专营店市场发展概况

第一节 化妆品专营店市场介绍

第二节 化妆品专营店行业产业链分析

一、行业上游游产业链相关行业分析

二、行业下游产业链相关行业分析

第三节 化妆品专营店市场相关政策法规

第四节 2016年化妆品专营店市场发展概况

第五节 2018-2024年化妆品专营店市场发展前景预测

第六节 行业市场发展水平

第七节 市场推广在化妆品专营店行业的重要性

第八节 营销渠道建设是化妆品专营店市场竞争的关键

第二部分 化妆品专营店行业市场分析

第二章 化妆品专营店市场容量/市场规模分析

第一节 2016年化妆品专营店市场容量/市场规模统计

第二节 化妆品专营店下游应用市场结构

第三节 影响化妆品专营店市场容量/市场规模增长的因素

第四节 2018-2024年我国化妆品专营店市场容量/市场规模 预测

第三章 化妆品专营店市场推广策略研究

第一节 化妆品专营店行业新品推广模式研究

第二节 化妆品专营店市场终端产品发布特点

第三节 化妆品专营店市场中间商、代理商参与机制

第四节 化妆品专营店市场网络推广策略研究

第五节 化妆品专营店市场广告宣传策略

第六节 化妆品专营店市场推广与配套供货渠道建立

第七节 化妆品专营店新产品推广常见问题

第八节 直销模式在化妆品专营店推广过程中的应用

## 第九节 国外化妆品专营店市场推广经验介绍（欧美、韩日市场）

## 第四章 化妆品专营店盈利模式研究

### 第一节 化妆品专营店市场盈利模式的分类

### 第二节 化妆品专营店生产企业的盈利模式研究

### 第三节 化妆品专营店经销代理商盈利模式研究

### 第四节 盈利模式对市场推广策略选择的影响

### 第五节 独立经销网络盈利模式改进研究

### 第六节 第三方经销网络优化管理研究

## 第三部分 化妆品专营店行业营销策略

## 第五章 化妆品专营店营销渠道建立策略

### 第一节 化妆品专营店市场营销渠道结构

#### 一、主力型渠道

#### 二、紧凑型渠道

#### 三、伙伴型渠道

#### 四、松散型渠道

### 第二节 化妆品专营店市场伙伴型渠道研究

### 第三节 化妆品专营店市场直接分销渠道与间接分销渠道管理

#### 一、直接分销渠道

#### 二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）

### 第四节 大客户直供销售渠道建立策略

### 第五节 网络经销渠道优化

### 第六节 渠道经销管理问题

#### 一、现金流管理

#### 二、货品进出物流管理

#### 三、售后服务

## 第六章 化妆品专营店市场客户群研究与渠道匹配分析

### 第一节 化妆品专营店主要客户群消费特征分析

### 第二节 化妆品专营店主要销售渠道客户群稳定性分析

### 第三节 大客户经销渠道构建问题研究

#### 第四节 网客户渠道化发展建议

#### 第五节 渠道经销商维护策略研究

#### 第六节 化妆品专营店市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向

### 第四部分 化妆品专营店行业重点市场研究

#### 第七章 化妆品专营店区域市场情况

##### 第一节 长三角区域市场情况分析

##### 第二节 珠三角区域市场情况分析

##### 第三节 环渤海区域市场情况分析

##### 第四节 西南重点地区市场情况分析

### 第八章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例

#### 第一节 广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司

##### 一、企业介绍与化妆品专营店相关业务

##### 二、2011-2016年产销统计数据

##### 三、企业化妆品专营店市场推广策略与渠道管理

##### 四、化妆品专营店营销体系布局与商务政策设计分析

#### 第二节 北京亿莎商业管理有限公司

##### 一、企业介绍与化妆品专营店相关业务

##### 二、2011-2016年产销统计数据

##### 三、企业化妆品专营店市场推广策略与渠道管理

##### 四、化妆品专营店营销体系布局与商务政策设计分析

#### 第三节 深圳市千色店商业连锁有限公司

##### 一、企业介绍与化妆品专营店相关业务

##### 二、2011-2016年产销统计数据

##### 三、企业化妆品专营店市场推广策略与渠道管理

##### 四、化妆品专营店营销体系布局与商务政策设计分析

#### 第四节 三信汇美（洗化）连锁

##### 一、企业介绍与化妆品专营店相关业务

##### 二、2011-2016年产销统计数据

##### 三、企业化妆品专营店市场推广策略与渠道管理

##### 四、化妆品专营店营销体系布局与商务政策设计分析

## 第五节 雅琳娜

- 一、企业介绍与化妆品专营店相关业务
- 二、2011-2016年产销统计数据
- 三、企业化妆品专营店市场推广策略与渠道管理
- 四、化妆品专营店营销体系布局与商务政策设计分析

## 第五部分 化妆品专营店行业发展趋势

### 第九章 中国市场化妆品专营店渠道发展趋势分析（ZY GXH）

#### 第一节 2018-2024年化妆品专营店供给预测

- 一、主要影响因素
- 二、行业供给预测

#### 第二节 2018-2024年化妆品专营店需求预测

- 一、主要影响因素
- 二、行业需求预测

#### 第三节 未来化妆品专营店市场发展趋势分析

- 一、未来行业市场发展分析
- 二、总体行业市场“十三五”整体规划及预测（ZY GXH）

#### 图表目录：

图表：不同收入水平消费者高端化妆品购买意愿

图表：不同收入水平消费者高端化妆品购买意愿

图表：不同地区的消费者高端化妆品购买意愿

图表：不同性别的消费者高端化妆品购买意愿

图表：2016年大众化妆品品牌关注度

图表：2016年大众化妆品分类关注度

图表：2011-2016年消费群体年龄变化情况

图表：2011-2016年消费群体性别变化情况

图表：不同性别居民的化妆品购买占比情况

图表：不同年龄居民的化妆品购买占比情况

图表：不同学历居民的化妆品购买占比情况

图表：不同收入居民的化妆品购买占比情况

图表：不同电视媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：不同广播媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：不同报纸媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：不同网络媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：2011-2016年中国化妆品零售市场规模

图表：2016年中国化妆品零售渠道占比

图表：美国化妆品各类销售渠道占比

图表：俄罗斯化妆品各类销售渠道占比

图表：2016年中国化妆品专营店市场容量/市场规模统计

图表：2018-2024年我国化妆品专营店市场容量/市场规模预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/3384773ABJ.html>