

# 2017-2022年中国化妆品专营店市场全景调查与行业竞争对手分析报告

## 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

《2017-2022年中国化妆品专营店市场全景调查与行业竞争对手分析报告》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/hzhp/J68941J82N.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

2015年国内化妆品市场规模为3339.4亿元，我国成为仅次于美国的全球第二大化妆品消费国。回望过去，我们发现2009-2013年是国内化妆品行业高速发展的黄金五年，在此期间一直维持在10%以上的增速，近两年由于经济低迷、零售终端不景气，行业增速持续下行，11-15年CAGR为9.2%，低于社零增速（12.6%）。与发达国家相比，国内化妆品行业过去五年复合增速虽然高于美国（5.02%）和日本（-9.3%），但人均消费额却远远落后于这两个国家。以13亿人口估算，2015年我国人均化妆品消费支出为244.1元，而美国、日本和韩国的人均化妆品消费额分别是我国的7倍、6.8倍和6.2倍。未来随着消费升级以及化妆品消费习惯、理念的培育，差距有望不断缩小。

### 2008-2015年国内化妆品市场规模及增速

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国化妆品专营店市场全景调查与行业竞争对手分析报告》共九章。首先介绍了化妆品专营店产业相关概念及发展环境，接着分析了中国化妆品专营店行业规模及消费需求，然后对中国化妆品专营店行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国化妆品专营店行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国化妆品专营店行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 化妆品专营店市场政策法规

第四节 2016年化妆品专营店市场发展概况

第五节 2017-2022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 2017-2022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（ZYCW）

#### 第一节 2017-2022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 2017-2022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

部分图表目录：

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

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/J68941J82N.html>