

中国化妆品企业营销战略研究报告（ 2008）

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《中国化妆品企业营销战略研究报告（2008）》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/O016510SIJ.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

中国化妆品企业营销战略研究报告（2008）内容介绍：

【报告形式】动态研究报告（现成报告内容+客户指定内容+现时内容）

【报告作者】市场及市场营销课题研究组

【报告提示】市场营销战略在现代企业经营管理中具有十分重要的地位与作用，它决定着企业的生存与发展。本报告以现代营销战略理论为基础，探讨化妆品企业在激烈的市场竞争中所应采取的营销战略。当今市场环境复杂多变，企业的经营理念 and 经营战略都受到挑战并发生着变化。面对变化，企业必须要更新营销观念，了解自身的能力与优劣势，制定并实施新的战略，才能在变化中实现持续发展。本报告在大量周密的市场调研基础上，依据国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心等公布和提供的大量资料，组织课题组编辑而成。本报告是高层次、权威性，深度研究与实际应用的有机结合，具有一定参考价值。

前言

第1章：化妆品企业总体战略分析

第1节：企业使命

第2节：战略目标

1.总体战略目标

2.阶段战略目标

第3节：战略业务单位

第4节：战略类型选择

第5节：利益相关者期望

第2章：化妆品企业营销环境分析

第1节：化妆品企业宏观环境分析

1.政策法规环境分析

2.经济环境分析

3.文化社会环境分析

4.技术环境分析

第2节：化妆品企业微观环境分析

1.行业的业务发展状况分析

2.行业的效益模型分析

3.行业的市场类型分析

4.行业的竞争五力分析

5.行业的关键竞争因素(KSF)分析

6.化妆品企业的主要竞争对手分析

第3节：化妆品企业资源能力分析

1.资源方面

2.能力方面

第4节：化妆品企业的KSF分析

1.与主要竞争对手比较分析

2.化妆品企业的关键要素评估

第5节：化妆品企业的SWOT分析

1.化妆品企业S/W/O/T的评估

2.SWOT矩阵综合分析

第3章：化妆品企业营销战略选择

第1节：化妆品企业的STP

1.市场细分

2.市场选择

3.市场定位

第2节：化妆品企业营销战略制定

1.营销战略目标

2.营销战略组合

第3节：化妆品企业营销策略组合

1.产品策略

2.品牌策略

3.价格策略

4.促销策略

第4章：化妆品企业营销战略实施

第1节：化妆品企业营销战略管理体系

1.系统构架

2.组织设计

第2节：化妆品企业营销战略实施的关键措施

1.完善网络与调整结构

2.优化流程与流程再造

3.积极争取各级政府的支持

4.化妆品企业营销战略实施的控制

结论

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/O016510SIJ.html>