

# 2019-2025年中国化妆品专营店产业深度调研与发展趋势研究报告

## 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

《2019-2025年中国化妆品专营店产业深度调研与发展趋势研究报告》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/hzhp/P289412T7U.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

报告目录：

- 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 2017年化妆品专营店市场发展概况
  - 第五节 2019-2025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
  
- 第二章 化妆品专营店市场容量/市场规模分析
  - 第一节 2017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 2019-2025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、2015-2017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、2015-2017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、2015-2017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、2015-2017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、2015-2017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 2019-2025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 2019-2025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：2017年大众化妆品品牌关注度

图表：2017年大众化妆品分类关注度

图表：2015-2017年消费群体年龄变化情况

图表：2015-2017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：2015-2017年中国化妆品零售市场规模

图表：2017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：2017年中国化妆品专营店市场容量/市场规模统计

图表：2019-2025年我国化妆品专营店市场容量/市场规模预测

图表：化妆品专营店定位及产品组合

图表：化妆品专营店盈利模式分析

图表：零售店铺的盈利模式

图表：化妆品专营店行业主要销售渠道客户群稳定性分析

图表：拜访经销商5个准备

图表：拜访经销商5个必谈

图表：拜访经销商3个必到

图表：2014-2017年长三角化妆品专营店市场规模统计

图表：2014-2017年珠三角化妆品专营店市场规模统计

图表：2014-2017年环渤海化妆品专营店市场规模统计

图表：2014-2017年西南化妆品专营店市场规模统计

图表：2015-2017年娇兰佳人产销统计数据

图表：2015-2017年娇兰佳人产销统计数据

图表：2015-2017年千色店产销统计数据

图表：雅琳娜企业架构

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/P289412T7U.html>