

2022-2028年中国化妆品营 销市场研究与发展前景报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2022-2028年中国化妆品营销市场研究与发展前景报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/202206/30-490260.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

中国化妆品行业的整体规模和增长速度都处于较高水平,最近几年平均增长率达到15%左右。2007年销售额已逾1200亿元,增长速度大大超过GDP。多元化的中国化妆品市场充满活力:从资本到品牌、从技术到产品、从市场到营销、从渠道到销售、从政策到法规,井喷式的黄金发展机遇与令人心动的挑战无处不在。每一细节与信号的变化都触动了整个日化业的神经与未来,令人眼花缭乱,目不暇接。而某些预示着根本性变革的端倪更已初露峥嵘,引人注目。

这些年来,化妆品行业一直处于一个竞争激烈的战场当中,随着人们生活水平的提高,中国化妆品本土企业不断在营销渠道上做出了改革和扩张。像当今的一些市场营销渠道:百货店、商超、KA大卖场、日化精品店、品牌专卖店、连锁专卖店、药妆店、药房、美容院、前店后院、电子商务等渠道,这些渠道几乎成为化妆品企业所瞄准的市场渠道的重中之中。

产业研究报告网发布的《2022-2028年中国化妆品营销市场研究与发展前景报告》共十二章。首先介绍了化妆品营销渠道行业市场发展环境、化妆品营销渠道整体运行态势等,接着分析了化妆品营销渠道行业市场运行的现状,然后介绍了化妆品营销渠道市场竞争格局。随后,报告对化妆品营销渠道做了重点企业经营状况分析,最后分析了化妆品营销渠道行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品营销渠道产业有个系统的了解或者想投资化妆品营销渠道行业,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 行业发展现状

第一章 化妆品营销渠道基本界定

第一节 营销渠道基础理论

一、营销渠道基础概念和功能

二、营销渠道管理及特点

第二节 化妆品营销渠道概述

一、化妆品营销实体渠道

二、化妆品营销电子渠道

第二章 化妆品营销环境分析

第一节 中国化妆品市场发展分析

- 一、中国化妆品市场规模分析
- 二、中国化妆品需求状况分析
- 三、中国化妆品市场供给状况分析

第二节 化妆品行业竞争现状分析

- 一、化妆品行业竞争现状分析
- 二、化妆品行业竞争热点分析
- 三、化妆品行业竞争趋势分析

第三章 化妆品所属行业经济运行分析

第一节 中国化妆品关注度分析

- 一、2022年化妆品问题分析
- 二、网民关注点分析

第二节 中国化妆品行业发展概况

第三节 中国化妆品行业发展主要特点

第四节 中国化妆品所属行业经营情况分析

- 一、2022年化妆品所属行业经营效益分析
- 二、2022年化妆品所属行业盈利能力分析
- 三、2022年化妆品所属行业运营能力分析
- 四、2022年化妆品所属行业偿债能力分析

第二部分 行业竞争格局

第四章 化妆品行业营销渠道分析

第一节 化妆品行业产业链简介

- 一、化妆品行业上下游产业链简介
- 二、化妆品行业产业价值链构成

第二节 化妆品行业下游零售终端分析

- 一、零售行业发展现状
- 二、网络零售发展现状分析

第五章 化妆品行业的渠道策略分析

第一节 化妆品行业销售渠道概述

第二节 传统营销渠道

一、商场专柜渠道

二、超市卖场渠道

三、专营店渠道

四、加盟专卖渠道

五、药店渠道

六、美容院渠道

七、电视购物渠道

第三节 电子商务渠道

第六章 我国化妆品营销渠道分析

第一节 上海家化营销渠道分析

一、发展历程分析

二、营销渠道分析

三、经营数据分析

四、核心竞争力分析

第二节 聚美优品营销渠道分析

一、发展历程分析

二、营销渠道分析

三、经营数据分析

四、核心竞争力分析

第三节 欧莱雅营销渠道分析

一、发展历程分析

二、营销渠道分析

三、经营数据分析

四、核心竞争力分析

第四节 宝洁营销渠道分析

一、发展历程分析

二、营销渠道分析

三、经营数据分析

四、核心竞争力分析

第五节 联合利华营销渠道分析

一、发展历程分析

二、营销渠道分析

三、经营数据分析

四、核心竞争力分析

第六节 玫琳凯营销渠道分析

一、发展历程分析

二、营销渠道分析

三、经营数据分析

四、核心竞争力分析

第七节 DHC营销渠道分析

一、发展历程分析

二、营销渠道分析

三、经营数据分析

四、核心竞争力分析

第八节 CLARINS (娇韵诗) 营销渠道分析

一、发展历程分析

二、营销渠道分析

三、经营数据分析

四、核心竞争力分析

第九节 NALA网营销渠道分析

一、发展历程分析

二、营销渠道分析

三、经营数据分析

四、核心竞争力分析

第十节 小也香水营销渠道分析

一、发展历程分析

二、营销渠道分析

三、经营数据分析

四、核心竞争力分析

第七章 化妆品行业竞争格局分析

第一节 化妆品行业竞争格局分析

一、不同区域竞争格局分析

二、不同品牌定位竞争格局分析

第二节 中国化妆品市场竞争状况

一、中国化妆品市场竞争格局

二、2022年中国化妆品市场竞争状况

三、2022年中国化妆品市场竞争状况

第三节 2015-2022年化妆品行业竞争格局分析

一、2015-2022年我国化妆品市场竞争分析

二、2015-2022年我国化妆品市场集中度分析

三、2022-2028年我国市场主要化妆品企业动向

第八章 化妆品营销渠道竞争策略分析

第一节 化妆品市场竞争策略分析

一、2022年化妆品市场增长潜力分析

二、2022年化妆品主要潜力品种分析

三、现有化妆品产品竞争策略分析

四、潜力化妆品竞争策略选择

五、典型企业竞争策略分析

第二节 化妆品竞争策略分析

一、2022-2028年我国化妆品营销渠道市场竞争趋势

二、2022-2028年化妆品行业营销渠道竞争格局展望

三、2022-2028年化妆品行业营销渠道竞争策略分析

第三部分 行业前景预测

第九章 化妆品行业营销渠道趋势分析

第一节 多元化渠道发展

第二节 加强渠道建立和管理

第三节 现有渠道的转型与扩张

第十章 未来化妆品行业发展预测

第一节 2022年发展环境展望

- 一、2022年宏观经济形势展望
- 二、2022年政策走势及其影响
- 三、2022年国际行业走势展望

第二节 2022年化妆品行业发展趋势分析

- 一、2022年产品发展趋势分析
- 二、2022年销售渠道发展趋势分析
- 三、2022年行业竞争格局展望

第三节 传统化妆品企业转型路径分析

- 一、化妆品企业借助第三方平台模式分析
- 二、化妆品企业垂直模式分析
- 三、化妆品企业自建网站直营模式分析

第四部分 投资战略研究

第十一章 化妆品行业营销渠道促销策略分析

第一节 化妆品行业营销渠道发展困境分析

- 一、化妆品行业营销渠道存在问题分析
- 二、化妆品行业营销渠道困境分析
- 三、化妆品行业营销渠道改变必要性

第二节 化妆品行业促销策略分析

- 一、化妆品行业促销策略概述
- 二、各种促销策略分析

第十二章 化妆品行业营销渠道投资战略研究

第一节 化妆品用户获取策略分析

- 一、化妆品营销渠道分析
- 二、化妆的选品策略分析
- 三、不同化妆品消费者特点分析
- 四、化妆品新用户获取策略

五、提升用户信任度的策略分析

第二节 化妆品采购策略分析

第三节 化妆品价格体系策略分析

第四节 化妆品销售模式策略分析

图表目录

图表：2022年肌肤问题关注度排名

图表：2022年中国化妆品行业盈利能力分析

图表：2022年中国化妆品行业盈利能力分析

图表：2022年中国化妆品行业发展能力分析

图表：2022年中国化妆品行业发展能力分析

图表：商场渠道概况

图表：超市卖场渠道概况

图表：加盟专卖渠道概况

图表：药店渠道概况

图表：美容院渠道概况

图表：电子渠道概况

图表：聚美优品市场定位

图表：上海家化市场定位

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202206/30-490260.html>