

2018-2024年中国化妆品专营店市场竞争现状及未来发展趋势报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国化妆品专营店市场竞争现状及未来发展趋势报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201802/613855.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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2017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、2010-2017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、2010-2017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、2010-2017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、2010-2017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、2010-2017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
- 第五部分化妆品专营店行业发展趋势（ZYZF）
- 第九章中国化妆品专营店渠道发展趋势分析
 - 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（ZYZF）

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：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：2010-2017年消费群体年龄变化情况

图表：2010-2017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：2010-2017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：2018-2024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

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201802/613855.html>