# 2019-2025年中国化妆品零售市场运行态势及战略咨询研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

# 一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国化妆品零售市场运行态势及战略咨询研究报告》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/201812/698521.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

在消费升级的带动下，化妆品市场成为一个“暴利”行业。根据调查显示，中国平均每一位女性拥有2-3种化妆品，化妆品逐渐成为人们不可缺少的生活用品之一。近年来，我国化妆品市场规模也逐渐扩大，2017年，我国化妆品市场销售的规模达到2514亿元。

2010-2017年中国化妆品行业零售市场规模

智研咨询发布的《2019-2025年中国化妆品零售市场运行态势及战略咨询研究报告》共十三章。首先介绍了化妆品零售相关概念及发展环境，接着分析了中国化妆品零售规模及消费需求，然后对中国化妆品零售市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国化妆品零售面临的机遇及发展前景。您若想对中国化妆品零售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1章：中国化妆品零售市场发展综述与环境分析
1.1化妆品零售定义及范畴
1.2化妆品零售市场发展分析
1.2.1零售行业发展概况
1.2.2零售行业发展特征
1.2.3化妆品零售市场规模
1.2.4化妆品销售方式分析
1.2.5化妆品零售市场特点
1.2.6化妆品制造所属行业经营情况分析
（1）2017年行业经营效益分析
（2）2017年行业盈利能力分析
（3）2017年行业运营能力分析
（4）2017年行业偿债能力分析
（5）2017年行业发展能力分析
1.3化妆品零售市场发展环境分析
1.3.1行业政策环境分析
（1）行业相关政策动向
（2）化妆品行业发展规划

1.3.2行业经济环境分析
（1）宏观经济环境现状
（2）宏观经济环境趋势
1.3.3行业社会环境分析
（1）行业发展与社会经济的协调
（2）行业发展的地区不平衡问题
1.4化妆品零售市场消费者行为分析
1.4.1化妆品消费市场发展概况
1.4.2主要城市居民化妆品消费分析
1.4.3不同人口特征城市居民的化妆品购买比例
（1）不同性别居民的化妆品购买分析
（2）不同年龄居民的化妆品购买分析
（3）不同学历居民的化妆品购买分析
（4）不同收入居民的化妆品购买分析
1.4.4不同媒介接触频率居民化妆品消费情况
（1）不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况
（2）不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况
（3）不同报纸媒介接触频率居民化妆品消费情况
（4）不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费情况
（5）不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况
1.4.5城市居民接触各类化妆品广告排名的情况
第2章：国内外化妆品零售市场竞争现状
2.1全球化妆品行业发展现状与趋势
2.1.1国际化妆品市场分析
2.1.2国际化妆品重点区域市场分析
（1）美国化妆品市场分析
（2）日本化妆品市场分析
（3）法国化妆品市场分析
（4）德国化妆品市场分析
（5）巴西化妆品市场分析
（6）印度化妆品市场分析
（7）非洲化妆品市场分析
（8）俄罗斯化妆品市场分析
2.1.3国际化妆品品牌企业发展情况
（1）欧莱雅集团

（2）宝洁公司
（3）雅诗兰黛集团
（4）资生堂集团
（5）联合利华集团
（6）LVMH集团
（7）Chanel（香奈儿）集团
（8）韩国爱茉莉太平洋集团
（9）LG集团
（10）美国雅芳公司
（11）美国强生公司
（12）日本花王公司
（13）德国拜尔斯道夫公司
（14）美国露华浓公司
2.1.4国际化妆品市场发展趋势分析
2.2主要外资化妆品零售企业在华投资战略
2.2.1美国玫琳凯化妆品有限公司
2.2.2法国欧莱雅集团有限公司
2.2.3日本资生堂有限公司
2.2.4美国雅芳化妆品有限公司
2.2.5美国宝洁公司
2.2.6美国雅诗兰黛国际集团有限公司
2.2.7美国安利公司
2.2.8英国联合利华有限公司
2.3国内化妆品行业市场竞争现状分析
2.3.1国内化妆品行业市场规模分析
2.3.2国内化妆品行业竞争格局分析
2.3.3国内化妆品行业议价能力分析
（1）买方议价能力
（2）供方议价能力
2.4行业投资兼并与资产重组整合分析
2.4.1化妆品行业投资兼并与资产重组整合概况
2.4.2国际化妆品行业投资兼并与资产重组整合
2.4.3国内化妆品行业投资兼并与资产重组整合
2.5国内化妆品行业SWOT分析
2.5.1国内化妆品行业优势分析

2.5.2国内化妆品行业劣势分析
2.5.3国内化妆品行业机会分析
2.5.4国内化妆品行业威胁分析
（1）潜在进入者威胁
（2）替代品威胁
第3章：中国化妆品零售市场渠道模式分析——商超
3.1中国化妆品专柜渠道分析
3.1.1化妆品专柜发展现状
（1）渠道概况
（2）品牌分析
（3）进入壁垒
（4）成本构成
（5）收益分析
3.1.2化妆品专柜行业发展新趋势
3.1.3化妆品专柜的运营策略探讨
（1）化妆品专柜运营类型
（2）化妆品专柜服务升级
3.1.4重点地区化妆品专柜发展分析
（1）一线城市化妆品专柜发展分析
（2）二三线城市化妆品专柜发展分析
3.1.5化妆品专柜陈列分析
（1）化妆品分类陈列原则
（2）主要位置陈列方法与相关要求
1）橱窗陈列方法与相关要求
2）收银台陈列方法与相关要求
3）卖场货架陈列方法与相关要求
4）端头货架陈列方法与相关要求
5）柜台陈列方法与相关要求
6）花车、堆头陈列方法与相关要求
7）专柜陈列方法与相关要求
8）柱子陈列方法与相关要求
9）与陈列相关的各类标示要求
（3）商品陈列的技巧
1）季节性陈列技巧
2）主题商品陈列技巧

（4）商品陈列步骤与规范
1）商品陈列的步骤
2）货架商品陈列的基本规范
（5）商品陈列的注意事项
3.1.6化妆品专柜发展的前景剖析
3.1.7部分品牌专柜动态
（1）CHANEL专柜动向
（2）LaPrairie专柜动向
（3）FANCL专柜动向
（4）雅诗兰黛专柜动向
（5）艾诗缇专柜动向
（6）ORBIS专柜动向
3.2中国化妆品超市、便利店渠道分析
3.2.1中国化妆品超市、便利店市场发展现状
（1）渠道概况
（2）品牌分析
（3）进入壁垒
（4）成本构成
（5）收益分析
3.2.2化妆品超市、便利店行业发展新趋势
3.2.3化妆品超市、便利店的运营策略探讨
3.2.4化妆品超市、便利店发展前景剖析
第4章：中国化妆品零售市场渠道模式分析——专营店
4.1中国化妆品专营店市场发展现状
4.1.1渠道概况
4.1.2品牌分析
4.1.3进入壁垒
4.1.4成本构成
4.1.5收益分析
（1）化妆品专营店利润下降因素分析
（2）化妆品专营店现有盈利分析
（3）化妆品专营店的核心盈利点
4.2化妆品专营店行业发展新趋势
4.3化妆品专营店的运营策略探讨
4.3.1化妆品专营店运营管理

4.3.2化妆品专营店推广分析
4.4化妆品专营店发展动态
4.4.1屈臣氏
（1）“我的美丽日志”登陆屈臣氏
（2）屈臣氏宣布内地扩张计划
（3）屈臣氏中国第1001开进淘宝
（4）屈臣氏推出新品
4.4.2千色店
（1）千色店进入广州天河核心商圈
（2）千色店携手P&G（宝洁）打造线下体验活动
（3）千色店拓展二、三线城市
4.4.3娇兰佳人
（1）娇兰佳人“十年万店”发展战略
（2）娇兰佳人试行加盟
4.4.4丝芙兰
（1）丝芙兰旗舰店入驻南京
（2）苇芝与丝芙兰合作
（3）丝芙兰入驻武汉
（4）丝芙兰宣布开店计划
（5）丝芙兰启动数字化改造
4.5化妆品专营店发展前景剖析
4.5.1化妆品专营店进入行业洗牌阶段
4.5.2商超下沉形成挤出效应
4.5.3化妆品专营店战略性“圈地”加速
4.6专营店加盟连锁模式分析
4.6.1加盟连锁模式概念
4.6.2加盟连锁模式的优、缺点
第5章：中国化妆品零售市场渠道模式分析——专卖店
5.1中国化妆品专卖店市场发展现状
5.1.1渠道概况
5.1.2品牌分析
5.1.3进入壁垒
5.1.4成本构成
5.1.5收益分析
5.2化妆品专卖店行业发展新趋势

5.3化妆品专卖店的运营策略探讨
5.3.1化妆品专卖店的运营与管理
5.3.2化妆品专卖店顾客忠诚度的提高
5.4重点地区化妆品专卖店发展分析
5.5化妆品专卖店发展前景剖析
5.6化妆品专卖店选址分析
5.6.1选址的重要性
（1）良好的店址是经营成功的首要因素
（2）选址对化妆品零售的收入性影响
（3）选址对化妆品零售的成本性影响
5.6.2选址的理论探讨
（1）选址必须调查研究
（2）地段环境调查研究
（3）消费者需求调查研究
（4）竞争对手调查研究
5.6.3选址程序分析
5.6.4选址实践分析
（1）商圈调查评估
（2）新店选址分析
第6章：中国化妆品零售市场渠道模式分析——直销
6.1化妆品直销的概述
6.1.1直营连锁模式概念
6.1.2直营连锁模式的优、缺点
6.2化妆品直销发展新趋势及问题
6.2.1化妆品直销企业“反周期”规律深度思考
6.2.2化妆品直销模式的巨头雅芳在华遭受挫
6.2.3中国化妆品直销发展存在的瓶颈
6.2.4我国化妆品直销行业发展趋势
（1）行业盘整是必然趋势
（2）我国化妆品网上直销成主流趋势
6.3化妆品直销企业经营及发展情况
6.3.1雅芳（中国）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向

（4）企业销售渠道与网络
6.3.2玫琳凯（中国）化妆品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
6.3.3广州安利日用品制造有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
6.3.4江苏隆力奇集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
6.3.5克缇（中国）日用品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
6.3.6如新（中国）日用保健品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产销能力分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
第7章：中国化妆品零售市场渠道模式分析——电视购物
7.1中国化妆品电视购物市场发展现状
7.1.1化妆品电视购物市场发展分析
（1）渠道概况
（2）品牌分析
（3）进入壁垒
（4）成本构成
（5）收益分析
7.1.2化妆品电视购物行业发展新趋势

7.2中国化妆品电视购物产业链核心要素发展
7.2.1呼叫中心建设现状与应用情况
（1）呼叫中心在电视购物行业中的应用
（2）电视购物企业的呼叫中心建设情况
7.2.2电子支付认证体系发展分析
（1）网上银行
1）网上银行市场发展分析
2）网上银行用户分析
3）网上银行市场发展趋势
（2）第三方支付
1）第三方支付市场发展分析
2）第三方支付市场发展趋势
（3）物流配送系统发展分析
1）年物流行业发展情况
2）2016-2018年快递服务产业发展情况
7.3化妆品电视购物的运营策略探讨
7.4化妆品电视购物发展前景剖析
第8章：中国化妆品零售市场渠道模式分析——电子商务
8.1化妆品电子商务应用方式分析
8.1.1企业网上宣传
8.1.2网上市场调研
8.1.3网络分销联系
8.1.4网上直接销售
8.1.5网上营销集成
8.2中国化妆品电子商务渠道销售规模
8.2.1化妆品网购市场规模
8.2.2化妆品网购市场特征
8.3化妆品电子商务平台运营分析
8.3.1借助第三方平台
8.3.2建设独立的自有平台
8.4化妆品电子商务渠道劣势分析
8.4.1三方平台
8.4.2自有平台
8.5化妆品电子商务渠道优势分析
8.5.1三方平台

8.5.2自有平台
8.5.3传统渠道电子商务渠道关联分析
（1）利好关联
（2）不利关联
（3）解决方案
8.6化妆品网购市场发展动向
8.6.12018年热门行业品牌网络广告投放
8.6.22018年时尚网站行业数据
8.6.32018年化妆护肤品网络广告投放费用
8.6.42018年化妆护肤品网络广告投放媒体类别
8.6.52018年化妆及卫生用品品牌网络广告投放规模
8.6.6蝶恋花高端护肤品进军电商领域
8.6.7CE本草淘宝旗舰店开业
第9章：中国化妆品零售市场渠道模式分析——药店
9.1中国化妆品药店市场发展现状
9.1.1渠道概况
9.1.2品牌分析
9.1.3进入壁垒
9.1.4成本构成
9.1.5收益分析
9.2化妆品药店行业发展动向
9.2.1罗塞洛联手泰尔制药，安美来全系列上市
9.2.2港产药妆芊花汇进军内地市场
9.2.3D-Q（蒂珂）新品上市
9.2.4美国明星控油单品正式引进中国
9.2.5联华将进军药妆
9.2.6药妆品牌理肤泉新品动态
9.2.7药妆品牌雅漾动态
9.3化妆品药店的运营策略探讨
9.4化妆品药店发展的前景剖析
第10章：中国化妆品零售市场渠道模式分析——美容院
10.1中国化妆品美容院市场发展现状
10.1.1渠道概况
10.1.2品牌分析
10.1.3进入壁垒

10.1.4成本构成
10.1.5收益分析
10.2化妆品美容院行业发展新趋势
10.3化妆品美容院的运营策略探讨
10.4重点美容院品牌发展动态
10.4.1希思黎开设香薰护理坊
10.4.2美丽田园SPA庆祝18周年庆
10.4.3奈瑞儿广东新店开业
10.4.4自然美
（1）全方位美容美体中心开业
（2）山药新品上市
10.5化妆品美容院发展前景剖析
第11章：中国化妆品零售细分市场产品分析
11.1按产品功能划分细分市场分析
11.1.1洗护用品市场分析
（1）洗护用品市场概况
（2）洗护用品细分市场分析
1）洗发产品市场分析
2）护发产品市场分析
3）洗发露/护发素市场调查分析
4）美发产品市场分析
5）沐浴类产品市场分析
6）脸部清洁类产品市场分析
11.1.2润肤护肤用品市场
（1）润肤护肤用品品牌关注度分析
（2）润肤护肤用品类别关注度
（3）润肤护肤用品细分市场分析
1）美白类产品市场分析
2）保湿类产品市场分析
3）防晒类产品市场分析
11.1.3香水产品市场分析
（1）香水产品关注度分析
（2）香水市场发展现状
（3）香水的细分市场分析
1）女士香水

2）男士香水
3）车用香水
（4）中国香水市场的品牌格局
（5）香水市场的发展前景
11.1.4彩妆市场分析
（1）彩妆产品关注度分析
（2）眼部彩妆市场分析
（3）唇彩市场分析
（4）粉底市场分析
11.2按产品档次划分细分市场分析
11.2.1高端化妆品市场分析
（1）高端化妆品品牌关注度分析
（2）高端化妆品市场现状分析
（3）高端化妆品营销策略与渠道
11.2.2大众化妆品市场分析
（1）大众化妆品品牌关注度分析
（2）大众化妆品市场现状分析
（3）大众化妆品营销策略与渠道
11.3潜力产品细分市场分析与前景预测
11.3.1儿童化妆品市场分析与前景预测
（1）儿童化妆品主要产品种类
（2）儿童化妆品市场的品牌格局与竞争态势
（3）儿童化妆品市场消费者分析
（4）儿童化妆品的营销策略和渠道
（5）儿童化妆品市场的发展前景
11.3.2男性化妆品市场分析与前景预测
（1）男性化妆品关注度分析
1）日均搜索指数
2）男性关注肌肤问题
3）男性关注化妆品品类
4）男性关注化妆品品牌排名
（2）男性化妆品主要产品种类
（3）男性化妆品市场现状
（4）男性化妆品市场竞争态势
（5）男性化妆品营销策略

（6）男性化妆品市场前景
（7）男性化妆品市场发展趋势
11.3.3中老年化妆品市场分析与前景预测
（1）中老年化妆品主要产品种类
（2）中老年化妆品市场现状
（3）中老年化妆品营销策略
（4）中老年化妆品市场发展前景
11.4热点产品细分市场分析与前景预测
11.4.1药妆市场发展现状及前景预测
（1）药妆的定义及主要分类
（2）药妆市场的政策规范
（3）国外药妆市场现状
（4）国内药妆市场现状
（5）国内药妆市场竞争格局
（6）国内药妆市场存在问题
（7）国内药妆市场前景预测
11.4.2有机/天然化妆品市场发展现状及前景预测
（1）有机/天然化肤品的定义与认证
（2）有机/天然化肤品的政策规范
（3）国内有机/天然化妆品市场的发展现状
（4）国内有机/天然化肤品的品牌格局
（5）有机/天然化妆品的前景预测
第12章：中国化妆品零售市场领先企业经营分析
12.1化妆品行业上市企业个案分析
12.1.1上海家化联合股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
12.1.2索芙特股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
12.1.3霸王国际集团（控股）有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
12.1.4美即控股国际有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
12.2化妆品行业领先企业个案分析
12.2.1广州宝洁有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
12.2.2新生活集团（中国）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
12.2.3广州好迪集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
12.2.4厦门顶康生物科技有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
12.2.5浙江艳庄化妆品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络

12.2.6广东拉芳日化有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
第13章：中国化妆品零售市场发展趋势与投资策略（ZYYF）
13.1化妆品零售市场发展趋势与前景展望
13.1.1化妆品零售市场发展趋势
2017-2023年我国化妆品零售市场规模预测
13.1.2化妆品零售市场发展前景展望
13.2化妆品零售市场发展策略分析
13.2.1以效益为前提扩大企业规模
13.2.2化妆品包装趋向三位一体
13.2.3建立信息管理系统
13.2.4深入差异化经营
（1）经营业态差异化
（2）经营品种差异化
（3）目标市场差异化
13.2.5化妆品零售市场价格策略分析
（1）定价策略
（2）应对价格竞争的策略
13.2.6服务营销的开展
13.3中国化妆品零售行业投资风险与建议
13.3.1中国化妆品零售行业投资风险
（1）政策风险
（2）供求风险
（3）化妆品行业宏观经济波动风险
（4）产品结构风险
（5）其他风险
13.3.2化妆品零售行业投资建议
（1）存在问题分析
（2）相关投资建议
图表目录：
图表1：2016-2018年中国社会消费品零售总额及增长
图表2：2016-2018年中国化妆品零售总额及增长

图表3：2016-2018年化妆品制造行业经营效益分析
图表4：2016-2018年中国化妆品制造行业盈利能力分析
图表5：2016-2018年中国化妆品制造行业运营能力分析
图表6：2016-2018年中国化妆品制造行业偿债能力分析
图表7：2016-2018年中国化妆品制造行业发展能力分析
图表8：2016-2018年我国GDP及增长率情况
图表9：2016-2018年我国固定资产投资及同比增速
图表10：经济增长周期演示图
图表11：2018年主要经济指标预测
图表12：2018年我国对主要经济体出口占比
图表13：2018年上半年投资增长预测
图表14：2018年CPI走势预测
图表15：2018年上半年主要经济指标预测
图表16：2018年中国化妆品行业产值区域分布情况

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201812/698521.html