

2021-2027年中国化妆品零售行业发展态势与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国化妆品零售行业发展态势与市场年度调研报告》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.cction.com/report/202012/198544.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

虽然我国美妆市场在经历了二十多年的快速发展之后已经初具规模，但是与其他成熟国家相比，我国美妆市场在消费者渗透率（量）以及人均消费额（价）相比仍有较大的提升空间。一方面，按照此前日本资生堂公司的研究，中国的核心“化妆品人口”数量正在快速增长，预计将在2020年达到4亿，将远超日本等国家的美妆人群。而从CBN Data的报告显示，从2015年四季度至2017年的三季度，天猫美妆消费频次与笔单价基本保持稳定，表明主流渠道自身的下沉过程中，消费人群即渗透率的扩大仍是美妆消费持续增长的重要推动因素。另一方面，根据测算2017年中国的人均化妆品消费额为38美元，仅为日本的1/7，美国和英国的1/7和6/1，也仅为泰国的1/2。随着居民收入水平的增长，消费习惯的变化，未来我国人均化妆品消费仍有巨大的提升潜力

2017年人均化妆品消费额（美元） 2019年4月份
化妆品消费收入196亿元，与去年同期增长15.1%。2019年1-4月中国化妆品累计消费收入达856亿元，同比增加15.9%

2017-2018年化妆品消费收入及同比增速走势 中企顾问网发布的

《2021-2027年中国化妆品零售行业发展态势与市场年度调研报告》共十三章。首先介绍了中国化妆品零售行业市场发展环境、化妆品零售整体运行态势等，接着分析了中国化妆品零售行业市场运行的现状，然后介绍了化妆品零售市场竞争格局。随后，报告对化妆品零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国化妆品零售行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品零售产业有个系统的了解或者想投资中国化妆品零售行业，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：

第一章化妆品零售产业相关概述

第一节化妆品零售的概况

一、化妆品零售行业定义

二、化妆品零售发展历程

第二节化妆品零售行业优缺点

一、化妆品零售行业优点

二、化妆品零售行业缺点

第三节化妆品零售行业产业链结构

第二章2019年全球化妆品零售所属行业整体运营状况分析

第一节全球化妆品零售行业市场运行现状分析

一、全球化妆品零售市场规模分析

二、全球化妆品零售市场结构

三、全球化妆品零售市场发展趋势

第二节全球化妆品零售行业企业发展现状分析

第三节全球化妆品零售产业运行格局分析

第四节全球部分地区化妆品零售市场运行分析

一、欧美

二、亚太

三、其他

第五节全球化妆品零售行业新趋势预测

第三章2019年中国化妆品零售行业市场发展环境分析

第一节中国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二节中国化妆品零售市场政策环境分析

第三节中国化妆品零售行业社会环境分析

第四章2019年中国化妆品零售所属行业运行现状分析

第一节中国化妆品零售市场运行综述

一、我国化妆品零售市场现状与格局

二、我国化妆品零售市场供给情况

（一）我国化妆品零售市场供给规模

（二）我国化妆品零售市场供给特点

三、我国化妆品零售市场需求情况

(一) 我国化妆品零售市场需求规模2017-2018年化妆品累计收入及同比增速走势

(二) 我国化妆品零售市场需求特点

四、我国化妆品零售行业成本情况

第二节中国化妆品零售行业品牌分析

一、品牌主导化妆品零售行业竞争成必然趋势

二、化妆品零售企业创塑品牌的战略要点

第三节中国化妆品零售行业存在的问题及任务

一、中国化妆品零售行业存在主要问题

二、化妆品零售行业结构调整主要任务

第五章2019年中国化妆品零售所属行业发展现状分析

第一节中国化妆品零售行业发展现状

一、中国化妆品零售行业需求市场现状

三、中国化妆品零售市场需求层次分析

第二节中国化妆品零售行业市场运行动态分析

第三节对中国化妆品零售行业的分析及思考

一、化妆品零售消费者思考

二、化妆品零售质量的思考

三、化妆品零售市场变化方向的思考

四、中国化妆品零售行业发展的新思路

第六章2019年中国化妆品零售所属行业市场分析

第一节中国化妆品零售市场规模分析

一、中国化妆品零售行业市场规模分析

二、中国化妆品零售行业市场饱和度分析

三、国内外经济形势对化妆品零售行业市场规模的影响

第二节中国化妆品零售市场SWOT分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机遇分析

四、威胁分析

第七章2019年中国化妆品零售重点地区情况分析

第一节中国化妆品零售行业区域市场结构分析

第二节化妆品零售“东部地区”情况分析

一、东部地区化妆品零售情况分析

二、东部地区化妆品零售情况

第三节化妆品零售“西部地区”情况分析

一、西部地区化妆品零售情况分析

二、西部地区化妆品零售情况

第八章2019年中国化妆品零售所属行业营销与消费情况分析

第一节中国化妆品零售营销渠道分析

第二节化妆品零售市场营销竞争策略

一、直接与竞争对手竞争

二、使竞争对手难以反击

三、不战而胜的竞争策略

四、与竞争对手合作策略

第三节化妆品零售市场中国式营销策略

一、功效优先策略

二、价格适众策略

三、品牌提升策略

四、现身说法策略

五、媒体组合策略

六、网络组织策略

七、动态营销策略

第四节全国化妆品零售消费市场调研

一、化妆品零售购买影响因素调研

二、化妆品零售购买渠道场所调研

第九章2019年中国化妆品零售行业竞争状况分析

第一节中国化妆品零售进出口分析

第二节中国化妆品零售行业供需平衡分析

一、化妆品零售行业供需平衡现状

二、化妆品零售行业供需平衡趋势预测

第二节中国化妆品零售行业集中度分析

一、化妆品零售市场集中度分析

二、化妆品零售企业集中分布

第十章中国化妆品零售部分重点领先企业调研分析

第一节 广东万宁连锁商业有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品结构

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业营销模式分析

六、企业主要客户分析

七、企业销售渠道分析

八、企业最新发展动态

第二节 统一康是美商业连锁（深圳）公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品结构

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业营销模式分析

六、企业主要客户分析

七、企业销售渠道分析

八、企业最新发展动态

第三节 屈臣氏集团（香港）有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品结构

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业营销模式分析

六、企业主要客户分析

七、企业销售渠道分析

八、企业最新发展动态

第四节 莎莎国际控股有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品结构

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业营销模式分析

六、企业主要客户分析

七、企业销售渠道分析

八、企业最新发展动态

第五节 丝芙兰（上海）化妆品销售有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品结构

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业营销模式分析

六、企业主要客户分析

七、企业销售渠道分析

八、企业最新发展动态

第六节 美爆（北京）国际商业连锁有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品结构

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业营销模式分析

六、企业主要客户分析

七、企业销售渠道分析

八、企业最新发展动态

第七节 广州娇兰佳人化妆品有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品结构

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业营销模式分析

六、企业主要客户分析

七、企业销售渠道分析

八、企业最新发展动态

第八节 北京亿莎商业管理有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品结构

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业营销模式分析

六、企业主要客户分析

七、企业销售渠道分析

八、企业最新发展动态

第九节 卓悦控股有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品结构

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业营销模式分析

六、企业主要客户分析

七、企业销售渠道分析

八、企业最新发展动态

第十节 深圳市千色店商业连锁有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要产品结构

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业营销模式分析

六、企业主要客户分析

七、企业销售渠道分析

八、企业最新发展动态

第十一章2021-2027年中国化妆品零售行业发展趋势预测分析

第一节2021-2027年中国化妆品零售产值现状及预测分析

第二节2021-2027年中国化妆品零售利润总额现状及预测分析

第三节2021-2027年中国化妆品零售销售收入现状及预测分析

第四节2021-2027年中国化妆品零售资产现状及预测分析

第五节2021-2027年中国化妆品零售企业数量现状及预测分析

第六节2021-2027年中国化妆品零售市场规模预测分

第七节2021-2027年中国化妆品零售市场盈利预测分析

第十二章2021-2027年中国化妆品零售行业投资前景分析

第一节中国化妆品零售行业投资环境分析

第二节中国化妆品零售行业投资价值及机会分析

一、投资价值空间分析

二、区域投资潜力分析

第三节2021-2027年中国化妆品零售行业投资风险预警

一、政策风险分析

二、市场竞争风险分析

三、经营管理风险分析

四、同行业风险分析

五、产业链风险分析1

六、其他相关风险分析

第十三章2021-2027年中国化妆品零售企业发展策略分析()

第一节化妆品零售市场策略分析

一、化妆品零售价格策略分析

二、化妆品零售渠道策略分析

第二节化妆品零售销售策略分析

一、产品定位策略分析

二、企业宣传策略分析

第三节提高化妆品零售企业竞争力的策略

一、提高中国化妆品零售企业核心竞争力的对策

二、化妆品零售企业提升竞争力的主要方向

三、影响化妆品零售企业核心竞争力的因素

第四节我国化妆品零售行业品牌发展战略思

一、化妆品零售实施品牌战略的意义

二、我国化妆品零售企业的品牌战略()

三、化妆品零售品牌战略管理的策略

图表目录：

图表 2014-2019年中国GDP及增长率统计

图表 2019年国内生产总值统计

图表 2014年-2019年工业经济增长情况

图表 2011-2019年中国社会固定资产投资额以及增长率

图表 2019年中国全社会固定资产投资统计

图表 2019年年末中国人口数及其构成

图表 2019年年末中国人口数及其构成

图表 2011-2019年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表 2011-2019年中国研究与试验发展（R&D）经费支出

图表 2011-2019年中国城镇新增就业人数

图表 2011-2019年中国国家全员劳动生产率

图表 化妆品零售行业产业链

图表 2014-2019年中国化妆品零售行业工业总产值情况

图表 2014-2019年中国化妆品零售行业价格走势

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198544.html>