

2018年中国化妆品专营店市场分析报告- 行业深度调研与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国化妆品专营店市场分析报告-行业深度调研与投资前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/356690356690.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，化妆品专营店行业也得到了快速发展，2016年我国化妆品专营店行业的市场规模达到**亿元，2017年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，化妆品专营店行业正处于快速发展之中，预计2018年将保持**的增速，达到**亿元。

2012-2017年行业市场规模情况资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从化妆品专营店行业企业区域分布情况来看，化妆品专营店行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2017年我国行业企业区域格局资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2018年中国化妆品专营店市场分析报告-行业深度调研与投资前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发

展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

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调研

二、行业下游产业链相关行业调研

第三节化妆品专营店市场相关政策法规

第四节2018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趋势预测分析

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调研

第二章化妆品专营店市场容量/市场规模分析

第一节2018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

在经过大量的数据分析、市场评估以及对部分化妆品专营店、屈臣氏的真实案例分析，我们可以比较明显地总结出传统化妆品专营店体系普遍的盈利模式，见表1：

盈利点 传统化妆品专营店 屈臣氏等个人护理商店 传统VS屈臣氏的优势对比

盈利点 传统化妆品专营店 屈臣氏等个人护理商店 传统VS屈臣氏的优势对比

1.商品毛利（进销差价） 30%至45% 25%至35% +

2.市场支持费用（其他收入） 0%至5% 10%至15% -

3.租金成本 10%至15% 8%至10% -

4.人员管理成本 10%至15% 5%至8% -

1+2-3-4 10%至20% 22%至32% -

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评估

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、2016-2018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、2016-2018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、2016-2018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、2016-2018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、2016-2018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

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

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：2018年大众化妆品品牌关注度
- 图表：2018年大众化妆品分类关注度
- 图表：2016-2018年消费群体年龄变化情况
- 图表：2016-2018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：2016-2018年中国化妆品零售市场规模

图表：2018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：2018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

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（GYZQPT）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/356690356690.html>