

2020-2026年中国化妆品行业 业市场监测与发展前景研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国化妆品行业市场监测与发展前景研究报告》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.abaogao.com/b/hzhp/F29847N6YV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

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%2017-2019年化妆品累计收入及同比增速走势 2019年1-4月中国化妆品收入同比增加15.9%,高于同期社会消费品零售总额增速6.2个百分点。2017-2019年中国化妆品收入总额增速与社会消费品累计零售总额增速比较

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国化妆品行业市场监测与发展前景研究报告》共八章。首先介绍了中国化妆品行业市场发展环境、化妆品整体运行态势等，接着分析了中国化妆品行业市场运行的现状，然后介绍了化妆品市场竞争格局。随后，报告对化妆品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国化妆品行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品产业有个系统的了解或者想投资中国化妆品行业，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 化妆品市场环境分析

第一节 宏观环境分析

一、经济环境

二、政策环境

三、社会环境

四、宏观环境对行业的影响

第二节 微观环境分析

一、化妆品行业环境分析

二、市场竞争环境分析

三、消费群体分析

四、技术环境分析

五、电商环境分析

六、微观环境对行业的影响

第二章化妆品市场STP

第一节 收集化妆品市场信息

- 一、研究方法
- 二、调研方法
- 三、功能作用
- 四、报告分类

第二节 分析化妆品市场机会SWOT

- 一、S：优势分析
- 二、W：劣势分析
- 三、O：机会分析
- 四、T：威胁分析

第三节 选择化妆品目标市场

- 一、市场营销阶段分析
- 二、目标市场覆盖战略
- 三、目标市场选择依据
- 四、低成本与高差异的整合战略

第四节 化妆品市场定位

- 一、确定企业竞争优势
- 二、产品定位
- 三、品牌定位

第三章化妆品细分市场分析

第一节 太空系护肤

- 一、市场发展现状
- 二、市场认可度分析
- 三、市场竞争分析
- 四、市场前景分析

第二节 海洋系护肤

- 一、市场发展现状
- 二、市场认可度分析
- 三、市场竞争分析
- 四、市场前景分析

第四章化妆品行业市场竞争分析

第一节 品牌竞争分析

- 一、现有品牌分析
- 二、品牌竞争特点分析
- 三、品牌竞争策略分析

第二节 区域竞争分析

- 一、区域选择战略
- 二、区域组合战略
- 三、区域扩张战略
- 四、区域竞争战略

第三节 渠道竞争分析

- 一、渠道的选择
- 二、典型的渠道策略
- 三、渠道策略案例分析

第四节 价格竞争分析

- 一、价格竞争分析
- 二、应对价格竞争
- 三、走出价格竞争的策略

第五章化妆品品牌营销战略案例分析

第一节 案例一

- 一、产品
- 二、定位
- 三、营销策略

第二节 案例二

- 一、产品
- 二、定位
- 三、营销策略

第三节 案例三

- 一、产品
- 二、定位

三、营销策略

第六章化妆品品牌企业战略分析

第一节 联合利华

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析
- 四、财务状况分析
- 五、未来前景展望

第二节 雅诗兰黛

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析
- 四、财务状况分析
- 五、未来前景展望

第三节 科蒂

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析
- 四、财务状况分析
- 五、未来前景展望

第四节 欧莱雅

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析
- 四、财务状况分析
- 五、未来前景展望

第四节 拜尔斯道夫

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析
- 四、财务状况分析

五、未来前景展望

第五节 资生堂

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第六节 爱茉莉太平洋

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第七节 上海家化

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第八节 天夏智慧

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第九节 霸王国际

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第十节 保洁

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析
- 四、财务状况分析

第七章化妆品市场营销组合策略和战术

第一节 化妆品行业市场营销组合4C

- 一、Customers(顾客)
- 二、Cost(成本)
- 三、Convenience(便利)
- 四、Communication(沟通)

第二节 化妆品行业市场营销战略

- 一、企业基本要素
- 二、核心要点
- 三、营销战略分类

第三节 化妆品行业市场营销战略特征

- 一、创新战略
- 二、人才战略
- 三、文化战略
- 四、包装战略
- 五、产品战略

第四节 化妆品行业战略营销模式

- 一、成本领先的非对称战略营销模式
- 二、研发领先的非对称战略营销模式
- 三、功效领先的非对称战略营销模式
- 四、渠道领先的非对称战略营销模式
- 五、传播领先的非对称战略营销模式
- 六、服务领先的非对称战略营销模式

第五节 化妆品行业市场营销战略建议

- 一、价格决策目标调整
- 二、价格弹性分析
- 三、注重传统策略及方法的运用与创新

四、营销战略中常犯错误

第八章化妆品企业营销管理

第一节 化妆品行业客户管理

一、客户服务管理

二、客户信用管理

三、渠道成员管理

第二节 化妆品行业团队建设

一、激励销售人员

二、销售人员的绩效考核

图表目录：

图表：化妆品行业生命周期

图表：化妆品行业产业链结构

图表：2014-2017年全球化妆品行业市场规模

图表：2014-2017年中国化妆品行业市场规模

图表：2014-2017年化妆品行业重要数据指标比较

图表：2014-2017年中国化妆品市场占全球份额比较

图表：2014-2017年化妆品行业工业总产值

图表：2014-2017年化妆品行业销售收入

图表：2014-2017年化妆品行业利润总额

图表：2014-2017年化妆品行业资产总计

图表：2014-2017年化妆品行业负债总计

图表：2014-2017年化妆品行业竞争力分析

图表：2014-2017年化妆品市场价格走势

图表：2014-2017年化妆品行业主营业务收入

图表：2014-2017年化妆品行业主营业务成本

图表：2014-2017年化妆品行业销售费用分析

图表：2014-2017年化妆品行业管理费用分析

图表：2014-2017年化妆品行业财务费用分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/F29847N6YV.html>