

2020-2025年中国化妆品零售行业市场调查研究及 投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国化妆品零售行业市场调查研究及投资前景预测报告》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.huaon.com/detail/505374.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

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：

第一部分行业发展综述

第一章化妆品零售行业发展概述

第一节化妆品零售行业的相关概述

一、化妆品零售行业的基本概念

二、化妆品零售行业模式的发展

三、化妆品零售行业营销的特点

四、化妆品零售行业的优势分析

五、化妆品零售行业模式的多元化

第二节化妆品零售行业营销模式分析

一、百货公司

二、超市

三、便利店、折扣店

四、大型购物中心与大卖场

五、无店铺化妆品零售

第三节化妆品零售行业营销主要方式

一、体验营销

二、直复营销

三、情感营销

四、数据库营销

第四节化妆品零售行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业产业链上游发展现状及影响分析

四、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章中国化妆品零售所属行业发展环境分析

第一节全球经济环境分析

- 一、全球宏观经济形势
- 二、全球贸易环境
- 三、全球经济环境对行业发展的影响

第二节中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况
- 二、消费价格指数CPI、PPI分析
- 三、全国居民收入情况解读
- 四、社会消费品化妆品零售总额分析
- 五、工业发展形势走势
- 六、固定资产投资情况
- 七、对外贸易进出口分析
- 八、宏观经济环境对行业的影响

第三节社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育情况分析
- 三、文化环境分析
- 四、中国城镇化率
- 五、生态环境分析
- 六、居民消费观念和习惯分析
- 七、社会环境对行业的影响

第四节政策环境分析

- 一、行业政策法规
- 二、行业监管体制
- 三、行业未来规划

第二部分行业深度分析

第三章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所属行业发展现状分析

- 一、行业发展阶段
- 二、行业发展总体概况
- 三、行业发展特点分析
- 四、行业发展存在的问题分析
- 五、行业问题解决建议

第二节行业零售渠道变化趋势

一、营销渠道扁平化

二、终端渠道规模化

三、零售渠道品牌化

四、营销模式多元化

第三节 2015-2019年化妆品零售所属行业市场运行现状

一、行业市场规模分析

二、行业资产规模分析

三、行业市场发展特点

第四节 2015-2019年化妆品零售所属行业经营情况

一、行业销售量

二、行业销售额

三、行业利润总额

第五节 2015-2019年中国化妆品零售行业企业分析

一、企业数量变化分析

二、不同规模企业结构分析

三、不同所有制企业结构分析

四、从业人员数量分析

第六节 我国化妆品零售市场价格走势分析

一、化妆品零售市场定价机制组成

二、化妆品零售市场价格影响因素

三、化妆品零售价格走势分析

四、2020-2025年化妆品零售价格走势预测

第四章 化妆品零售行业消费者行为分析

第一节 消费主体分析

一、消费者年龄结构分析

二、消费者性别比例分析

三、消费者收入水平分析

四、消费者职业结构分析

五、消费者学历水平分析

第二节 消费者行为特征分析

一、消费者购买频率

二、消费者重复购买指数

三、消费者购买单笔额度

第三节 消费者购买产品分析

一、产品价格区间分析

二、产品种类及结构

三、产品品牌结构

第四节消费者购买关注因素分析

一、品牌知名度

二、产品价格

三、产品效果及功能

四、售后服务

第三部分行业竞争格局

第五章化妆品零售行业区域市场分析

第一节华北地区

一、华北化妆品零售行业发展概况

二、华北化妆品零售店数量

三、华北化妆品零售店营运状态分析

四、华北化妆品零售行业发展前景分析

第二节东北地区

一、东北化妆品零售行业发展概况

二、东北化妆品零售店数量

三、东北化妆品零售店营运状态分析

四、东北化妆品零售行业发展前景分析

第三节华中地区

一、华中化妆品零售行业发展概况

二、华中化妆品零售店数量

三、华中化妆品零售店营运状态分析

四、华中化妆品零售行业发展前景分析

第四节华东地区

一、华东化妆品零售行业发展概况

二、华东化妆品零售店数量

三、华东化妆品零售店营运状态分析

四、华东化妆品零售行业发展前景分析

第五节华南地区

一、华南化妆品零售行业发展概况

二、华南化妆品零售店数量

三、华南化妆品零售店营运状态分析

四、华南化妆品零售行业发展前景分析

第六节西北地区

- 一、西北化妆品零售行业发展概况
- 二、西北化妆品零售店数量
- 三、西北化妆品零售店营运状态分析
- 四、西北化妆品零售行业发展前景分析

第七节西南地区

- 一、西南化妆品零售行业发展概况
- 二、西南化妆品零售店数量
- 三、西南化妆品零售店营运状态分析
- 四、西南化妆品零售行业发展前景分析

第六章化妆品零售行业竞争分析

第一节行业五力模型分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节行业SWOT分析

- 一、行业发展优势
- 二、行业发展劣势
- 三、行业发展机会
- 四、行业发展威胁

第三节化妆品零售行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第四节中国化妆品零售行业竞争格局综述

- 一、行业品牌竞争格局
- 二、行业企业竞争格局
- 三、行业产品竞争格局

第七章化妆品零售行业领先企业分析

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

第四部分投资发展前景

第八章 2015-2019年化妆品零售行业投资发展前景

第一节中国化妆品零售行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利模式分析

三、影响行业的盈利因素分析

第二节 2015-2019年化妆品零售行业投资情况分析

一、投资规模分析

二、投资结构分析

三、重点投资区域分析

第三节 2020-2025年化妆品零售行业投资机会分析

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第四节 2020-2025年化妆品零售行业发展前景预测

一、2020-2025年化妆品零售行业零售额预测

二、2020-2025年化妆品零售行业零售企业数量预测

第五节中国化妆品零售行业投资风险

一、行业政策险

二、行业关联产业风险

三、行业技术风险

四、行业其他风险

第九章化妆品零售企业面临的挑战和对策

第一节化妆品零售行业面临的挑战

- 一、经营成本的提高
- 二、代购对行业的冲击
- 三、消费者结构和消费方式变化
- 四、客户忠诚度降低
- 五、营销模式单一

第二节机零售行业困难解决对策

- 一、提高营业员素质
- 二、体验式营销
- 三、强化售后服务

第三节化妆品零售行业面临的机遇

- 一、互联网+
- 二、“一带一路”
- 三、智能化数据时代

第十章化妆品零售行业投资发展战略研究

第一节化妆品零售行业竞争战略研究

- 一、成本领先战略
- 二、蓝海战略
- 三、差异化战略
- 四、品牌经营战略
- 五、目标集聚战略
- 六、成本领先和目标集聚混合战略

第二节对我国化妆品零售行业品牌的战略思考

- 一、品牌的重要性
- 二、实施品牌战略的意义
- 三、企业品牌的现状分析
- 四、企业的品牌战略
- 五、品牌战略管理的策略

第三节化妆品零售行业投资战略及建议

- 一、2020-2025年行业投资战略

二、2020-2025年行业投资方式建议

三、2020-2025年行业投资方向建议

图表目录：

图表化妆品零售行业产品的分类结构

图表化妆品零售行业成长周期图

图表 2019年GDP初步核算数据

图表 GDP环比和同比增长速度

图表 2015-2019年我国GDP季度累计增长图

图表 2019年我国消费价格指数增长趋势图

图表 2019年我国居民人均收入情况

图表 2015-2019年我国居民恩格尔系数情况

图表 2019年我国居民可支配收入情况

图表 2019年我国对外贸易进出口情况

图表化妆品零售行业全球市场规模

图表 2019年化妆品零售行业区域集中度

图表 2019年化妆品零售行业企业集中度

图表 2019年化妆品零售行业市场集中度

图表 2015-2019年行业市场结构

图表 2015-2019年化妆品零售行业企业数量

图表 2020-2025年化妆品零售行业市场规模预测

图表 2020-2025年化妆品零售行业零售额预测

图表 2020-2025年化妆品零售行业零售企业数量预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/505374.html>