

# 2018-2024年中国化妆品市场深度调研分析及投资 前景研究预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国化妆品市场深度调研分析及投资前景研究预测报告》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/369350.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：2014-2018年全球化妆品行业市场规模  
图表：2014-2018年中国化妆品行业市场规模  
图表：2014-2018年化妆品行业重要数据指标比较  
图表：2014-2018年中国化妆品市场占全球份额比较  
图表：2014-2018年化妆品行业工业总产值 图表：2014-2018年化妆品行业销售收入  
图表：2014-2018年化妆品行业利润总额 图表：2014-2018年化妆品行业资产总计  
图表：2014-2018年化妆品行业负债总计 图表：2014-2018年化妆品行业竞争力分析  
图表：2014-2018年化妆品市场价格走势 图表：2014-2018年化妆品行业主营业务收入  
图表：2014-2018年化妆品行业主营业务成本 图表：2014-2018年化妆品行业销售费用分析  
图表：2014-2018年化妆品行业管理费用分析 图表：2014-2018年化妆品行业财务费用分析

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/369350.html>