

# 2022-2028年中国化妆品零售市场深度评估与发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国化妆品零售市场深度评估与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/202201/265619.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

2019年1-4月，全国网上零售额30439亿元，同比增长17.8%。其中，实物商品网上零售额23933亿元，增长22.2%，占社会消费品零售总额的比重为18.6%2018-2019年全国网络零售额及增速情况

时间	网络零售额：亿元	同比增长%	实物商品网络零售额：亿元	同比增长%
2018.1-6	40810	30.10%	31277	29.80%
1-7月	47863	29.30%	36461	29.10%
1-8月	55195	28.20%	41993	28.60%
1-9月	62785	27.00%	47938	27.70%
1-10月	70539	25.50%	54141	26.70%
1-11月	80689	24.10%	52710	25.40%
1-12月	90065	23.90%	70198	25.40%
2019.1-2月	13983	13.60%	10685	17.80%
2019.3月	22379	15.30%	17772	21.00%
2019.4月	30439	17.80%	23933	22.20%

中企顾问网发布的《2022-2028年中国化妆品零售市场深度评估与发展趋势研究报告》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家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 中国化妆品零售所属行业市场运行综述一、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2019

年4月全国化妆品零售额为210亿元，同比增长6.7%，增速放缓；2019年1-4月，全国化妆品零售额为962亿元，与去年同期相比增长10.0%。2018-2019年全国化妆品零售额及同比增速情况

时间	化妆品网络当月零售额：亿元	同比增长%	化妆品网络当月累计零售额：亿元	同比增长%
2018.1-6	217	11.50%	1276	14.20%
1-7月	184	7.80%	1456	13.30%
1-8月	203	7.80%	1654	12.60%
1-9月	222	7.80%	1868	12.00%
1-10月	218	6.40%	2094	11.40%
1-11月	280	4.40%	2375	10.50%
1-12月	247	1.90%	2619	9.60%
2019.1-2月	-	-	451	8.90%
2019.3月	281	14.40%	753	10.90%
2019.4月	210	6.70%	962	10.00%

(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三节 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、企业主要客户分析第十一章 2022-2028年中国化妆品零售行业发展趋势预测分析第一节 2022-2028年中国化妆品零售产值现状及预测分析第二节 2022-2028年中国化妆品零售利润总额现状及预测分析第三节 2022-2028年中国化妆品零售销售收入现状及预测分析第四节 2022-2028年中国化妆品零售资产现状及预测分析第五节 2022-2028年中国化妆品零售企业数量现状及预测分析第六节 2022-2028年中国化妆品零售市场规模预测第七节 2022-2028年中国化妆品零售市场盈利预测分析第十二章 2022-2028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 2022-2028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、产业链风险分析六、其他相关风险分析第十三章 2022-2028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 2015-2019年中国GDP及增长率统计图表 2019年国内生产总值统计图表 2015-2019年工业经济增长情况图表 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国研究与试验发展（R&D）经费支出图表 2015-2019年中国城镇新增就业人数图表 2015-2019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 2015-2019年中国化妆品零售行业工业总产值情况图表 2015-2019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/202201/265619.html>