

2026-2031年互联网+唇膏行业供需现状及投资布局分析报告

报告简介

“互联网+”是全国性的，就如“三个代表”一样，各地政府都会提出建设主方案，然后招标或者外包给能够帮助企业做转型的服务型企业去具体执行。在今后长期的“互联网+”实施过程中，政府将扮演的是一个引领者与推动者的角色。

唇膏是最原始、最常见的口红的一种，一般是固体，质地比唇彩和唇蜜要干和硬。唇膏已成了我国现代女性的常用化妆品。在口唇上涂一层恰到好处的唇膏能使人显得格外娇媚。色彩饱和度高，颜色遮盖力强，而且由于是固体一般不容易由于唇纹过深而外溢，常用它来修饰唇形、唇色。唇膏主要成份包含了蜡、油和色素等，基本成分离不开凡士林和蜡质，不过现在也有不含蜡质的新配方。而维生素A、E等抗氧化成分，以及SPF防晒功能，都是热门唇膏的卖点。如果唇部的皮肤比较敏感，最好选择含天然香料和香油成分的唇膏。

目前市场上出现的产品可谓是花样繁多，在成分上，有的减少了蜡质成分的添加，有的使用了不含蜡质的新配方;功效上，出现了滋润同时可上色、有防晒防辐射等功效的产品;形态上，有啫喱、凝膏、液体、走珠等状的润唇产品。88%的消费者表示有使用润唇膏的习惯，大部分表示每天使用润唇膏的频率1次或1-3次以上，66.99%的消费者表示接受唇膏在11~30元的价格区间，15.46%的人接受售价在31~60元区间的品牌。中国的化妆品行业集中度相比于美国、日本、韩国等发达国家处于较低水平。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国唇膏行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国唇膏行业发展状况和特点，以及中国唇膏行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球唇膏行业发展态势

作了详细分析，并对唇膏行业进行了趋向研判，是唇膏生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前唇膏行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 唇膏行业电子商务市场发展状况分析

第一节 2021-2026年唇膏电商市场趋势分析

- 一、2021-2026年唇膏电商市场概况
- 二、2021-2026年唇膏电商市场规模变化趋势
- 三、2021-2026年唇膏电商品牌变化趋势
- 四、2021-2026年唇膏电商渠道变化趋势
- 五、2021-2026年唇膏电商价格区间变化趋势

第二节 2021-2026年唇膏电商价格分析

- 一、2021-2026年唇膏电商价格区间结构
- 二、2021-2026年唇膏电商成交均价
- 三、2021-2026年唇膏电商单品均价
- 四、2021-2026年唇膏电商价格区间的品牌分布
- 五、2021-2026年唇膏电商价格区间的渠道分布

第三节 2021-2026年唇膏电商单品分析

- 一、2021-2026年唇膏电商天猫畅销单品
- 二、2021-2026年唇膏电商京东畅销单品
- 三、2021-2026年唇膏电商淘宝畅销单品

第四节 2021-2026年唇膏电商消费者分析

- 一、2021-2026年唇膏电商消费者性别结构

二、2021-2026年唇膏电商消费者年龄结构

三、2021-2026年唇膏电商消费者职业结构

四、2021-2026年唇膏电商消费者地区结构

五、2021-2026年唇膏电商消费者省份结构

六、2021-2026年唇膏电商消费者城市结构

第五节 互联网环境下唇膏行业的机会与挑战

一、互联网时代唇膏行业大环境如何变化

二、互联网给唇膏行业带来的突破机遇分析

1、互联网如何直击传统唇膏消费痛点

2、互联网如何助力唇膏企业开拓市场

3、电商如何成为传统唇膏企业的突破口

三、唇膏电商需要解决的难题和挑战分析

1、线上与线下博弈问题分析

2、物流与客户体验问题分析

3、引流与流量转化率问题分析

4、唇膏企业生产方式变革问题分析

第六节 互联网对唇膏行业的改造与重构

一、互联网重构唇膏行业供应链格局

二、互联网改变唇膏生产厂商的营销模式分析

三、互联网导致唇膏领域利益重新分配分析

四、互联网如何改变唇膏行业未来竞争格局

第七节 唇膏与互联网融合创新机会孕育

一、唇膏电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用分析

四、唇膏电商黄金发展期机遇分析

第二章 互联网环境下唇膏行业的机会与挑战

第一节 2021-2026年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

1、总体网民规模分析

2、分省网民规模分析

3、手机网民规模分析

4、网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

1、信息获取情况分析

2、商务交易发展情况

4、网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下唇膏行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网唇膏行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 唇膏与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 唇膏行业发展现状分析

第一节 唇膏行业发展现状分析

一、唇膏行业产业政策分析

二、唇膏行业发展现状分析

三、唇膏行业主要企业分析

四、唇膏行业市场规模分析

第二节 唇膏行业市场前景分析

一、唇膏行业发展机遇分析

二、唇膏行业市场规模预测

三、唇膏行业发展前景分析

第四章 唇膏行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 唇膏电商市场规模与渗透率

一、唇膏电商总体开展情况

二、唇膏电商交易规模分析

三、唇膏电商渠道渗透率分析

第二节 唇膏电商行业盈利能力分析

一、唇膏电子商务发展有利因素

二、唇膏电子商务发展制约因素

三、唇膏电商行业经营成本分析

四、唇膏电商行业盈利模式分析

五、唇膏电商行业盈利水平分析

第三节 电商行业未来前景及趋势预测

一、唇膏电商行业市场空间测算

二、唇膏电商市场规模预测分析

三、唇膏电商发展趋势预测分析

第五章 唇膏行业电子商务运营模式分析

第一节 唇膏电子商务B2B模式分析

一、唇膏电子商务B2B市场概况

二、唇膏电子商务B2B盈利模式

三、唇膏电子商务B2B运营模式

四、唇膏电子商务B2B的供应链

第二节 唇膏电子商务B2C模式分析

一、唇膏电子商务B2C市场概况

二、唇膏电子商务B2C市场规模

三、唇膏电子商务B2C盈利模式

四、唇膏电子商务B2C物流模式

五、唇膏电商B2C物流模式选择

第三节 唇膏电子商务C2C模式分析

一、唇膏电子商务C2C市场概况

二、唇膏电子商务C2C盈利模式

三、唇膏电子商务C2C信用体系

四、唇膏电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 唇膏电子商务O2O模式分析

一、唇膏电子商务O2O市场概况

二、唇膏电子商务O2O优势分析

三、唇膏电子商务O2O营销模式

四、唇膏电子商务O2O潜在风险

第六章 唇膏主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 京东网站

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第二节 天猫商城

一、天猫商城发展基本概述

二、天猫商城用户特征分析

三、天猫商城网购优势分析

四、天猫商城交易规模分析

五、天猫商城交易品类结构

六、天猫商城企业入驻情况

七、天猫商城商家经营策略

第三节 1号店

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第四节 百度商城

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第五节 当当网

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第七章 唇膏企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 唇膏企业电子商务市场投资要素

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 唇膏企业转型电商物流投资分析

一、唇膏企业电商自建物流分析

1、电商自建物流的优势分析

2、电商自建物流的负面影响

二、唇膏企业电商外包物流分析

1、快递业务量完成情况

2、快递业务的收入情况

3、快递业竞争格局分析

第三节 唇膏企业电商市场策略分析

第八章 唇膏企业切入电商战略规划及模式选择

第一节 唇膏企业电商发展战略规划

一、唇膏企业电商如何正确定位

二、唇膏电商核心业务确定策略

三、唇膏企业电商化组织变革策略

1、唇膏电商组织结构变革策略分析

2、唇膏电商业务流程重构策略分析

第二节 垂直平台类唇膏电商运营模式解析

- 一、垂直平台类电商业务系统结构分析
- 二、垂直平台类唇膏电商盈利模式分析
- 三、垂直平台类唇膏电商运营成本分析
- 四、垂直平台类唇膏电商盈利空间分析
- 五、垂直平台类唇膏电商经营风险分析
- 六、垂直平台类唇膏电商优劣势分析
- 七、垂直平台类唇膏电商关键资源能力分析

第三节 平台+自营类唇膏电商运营模式解析

- 一、平台+自营类唇膏电商优势分析
- 二、垂直自营电商平台化可行性分析
- 三、垂直自营电商平台化成功案例解析
- 四、垂直自营电商平台化经营风险预估
- 五、垂直自营电商平台化的关键资源能力分析

第四节 唇膏企业利用第三方平台模式解析

- 一、唇膏企业利用第三方平台的优劣势分析
- 二、唇膏企业利用第三方平台运营成本分析
- 三、唇膏企业利用第三方平台经营风险分析
- 四、唇膏企业第三方电商平台选择依据分析
- 五、唇膏企业利用第三方平台运营策略

第九章 唇膏电商核心竞争力体系构建策略

第一节 唇膏电商营销推广及引流策略

一、唇膏电商引流成本分析

二、唇膏电商流量转化率水平

三、唇膏电商引流渠道及策略

1、搜索引擎引流成效及策略

2、社交平台引流成效及策略

3、返利网站推广引流成效及策略

4、导购类网站推广引流成效及策略

5、团购网站引流成效及策略

6、广告联盟引流成效及策略

四、唇膏电商提高转化率的策略

第二节 唇膏电商物流配送模式选择

一、唇膏电商物流配送成本分析

二、唇膏电商物流配送能力要求如何

三、唇膏电商物流配送模式如何选择

1、唇膏电商物流模式类型及比较

2、唇膏电商如何选择物流模式

3、唇膏电商自建仓储物流成本分析

四、唇膏电商物流如何管理改善空间

第三节 唇膏电商如何打造极致客户体验

一、唇膏电商客户体验存在的问题

二、唇膏电商如何打造极致客户策略

图表目录

图表：2021-2026年我国网民规模及互联网普及率

图表：2021-2026年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2021-2026年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2021-2026年我国网络零售市场交易规模

图表：2026-2031年我国移动网民规模及增长速度

图表：移动端网购增长仍处爆发阶段

图表：移动端网购占比大幅提升

图表：传统唇膏消费存在的“痛点”

图表：唇膏电子商务重构供应链流程

图表：中国电商相关政策汇总

图表：2021-2026年唇膏电商交易规模趋势图

图表：2021-2026年唇膏电商市场渗透率趋势图

图表：2026-2031年唇膏电商交易规模预测趋势图

图表：2026-2031年唇膏电商市场渗透率预测趋势图

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：17427

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170206/17427.shtml>

在线订购：[点击这里](#)