

## 2024-2029年中国彩妆行业战略性营销策划报告

## 报告简介

现代彩妆作化妆技巧，是为了一门“形象美”的艺术，是利用化妆产品对面部进行修饰，“扬长补短”达到美化的效果。可以在很大程度上弥补女性身体和年龄缺陷所带来的美丽遗憾。彩妆一般会跟化妆品密切相关，好的化妆品能够出色的表现出彩妆的魅力。

在国外化妆品市场之中，彩妆要比传统的化妆品畅销许多，但是在国内却是恰恰相反，国内护肤品年销售量是整个彩妆市场的五倍之多，这是因为消费观念的不容，在国内，更多的国人更加崇尚与自然美，对于彩妆市场无法有效的提升。近几年，国内彩妆市场整体有了一个质的飞跃，这得益于彩妆产业的升级，但是，这种升级的繁荣背后，依然掩盖不住国内彩妆存在的种种问题。虽然说市场不断增长的背景下，新进入的企业仍有不少机会，但是，竞争的激烈程序也在逐日强化，以往企业还能因为某一方面的优势便能获得突破，现在则要求企业具有多方面的竞争能力才能生存。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内护肤行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国护肤行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国护肤行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是护肤行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

## 报告目录

## 第一章 彩妆市场环境分析

## 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、彩妆行业环境分析

## 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 彩妆市场STP

第一节 收集彩妆市场信息

一、研究方法

二、调研方法

三、功能作用

四、报告分类

第二节 分析彩妆市场机会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

第二节 选择彩妆目标市场

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

第三节 彩妆市场定位

一、确定企业竞争优势

二、产品定位

三、品牌定位

第三章 彩妆细分市场分析

## 第一节 眼部系列

- 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 唇部系列

- 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 彩妆行业市场竞争分析

### 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 彩妆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 彩妆主要品牌企业战略分析

##### 第一节 企业一

###### 一、企业概况分析

###### 二、旗下品牌分析

###### 三、品牌定位分析

###### 四、企业战略分析

##### 第二节 企业二

一、企业概况分析

二、旗下品牌分析

三、品牌定位分析

四、企业战略分析

第三节 企业三

一、企业概况分析

二、旗下品牌分析

三、品牌定位分析

四、企业战略分析

第四节 企业四

一、企业概况分析

二、旗下品牌分析

三、品牌定位分析

四、企业战略分析

第五节 企业五

一、企业概况分析

二、旗下品牌分析

三、品牌定位分析

四、企业战略分析

第七章 彩妆市场营销组合策略和战术

第一节 彩妆行业市场营销组合4C

一、Customers(顾客)

二、Cost(成本)

三、Convenience(便利)

#### 四、Communication(沟通)

##### 第二节 彩妆行业市场营销战略

###### 一、企业基本要素

###### 二、核心要点

###### 三、营销战略分类

##### 第三节 彩妆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 彩妆行业战略营销模式

###### 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 彩妆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 彩妆企业营销管理

## 第一节 彩妆行业客户管理

### 一、客户服务管理

### 二、客户信用管理

### 三、渠道成员管理

## 第二节 彩妆行业团队建设

### 一、激励销售人员

### 二、销售人员的绩效考核

## 图表目录

图表：彩妆行业生命周期

图表：彩妆行业产业链结构

图表：2019-2023年全球彩妆行业市场规模

图表：2019-2023年中国彩妆行业市场规模

图表：2019-2023年彩妆行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国彩妆市场占全球份额比较

图表：2019-2023年彩妆行业工业总产值

图表：2019-2023年彩妆行业销售收入

图表：2019-2023年彩妆行业利润总额

图表：2019-2023年彩妆行业资产总计

图表：2019-2023年彩妆行业负债总计

图表：2019-2023年彩妆行业竞争力分析

图表：2019-2023年彩妆市场价格走势

图表：2019-2023年彩妆行业主营业务收入

图表：2019-2023年彩妆行业主营业务成本

图表：2019-2023年彩妆行业销售费用分析

图表：2019-2023年彩妆行业管理费用分析

图表：2019-2023年彩妆行业财务费用分析

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](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170503/71200.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)