

中国互联网化妆品行业深度调研及投资机会分析报告

内容概要：

化妆品是中国在线购物最受欢迎的品类之一，在过去三到五年里，化妆品的在线销售增长惊人。随着电商逐渐渗透人们的生活，线上已成为化妆品行业整体发展的核心驱动力。

中国消费者越来越倾向于在网上购物，因此传统护肤品和彩妆品的销售也更注重电商渠道的发展。另外，现在消费者对昂贵产品的需求比以往的需求大，2020 年中国将成为全球最大化妆品消费市场。

创新驱动型的化妆品市场驱使化妆品网红们迅速尝鲜，将用户体验分享给更大的消费群，进一步促进了消费，化妆品消费的高频特性为电商渠道提供了崛起的机会。各种线上购物节和促销活动，加上便利的线上购买平台，强化了消费者的化妆品高频消费行为。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对化妆品行业的基本概况、互联网+化妆品行业发展状况、商业运营模式、客户群体分析、新媒体营销、国际化妆品企业不同类型电商平台发展案例分析、国内主要电商平台情况、国内外市场发展前景、发展趋势及投资潜力等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国务院发展研究中心信息网、国家药品监督管理局、中国香料香精化妆品工业协会、中华工商业联合会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为化妆品行业相关企业、销售企业、科研单位、投资企业等准确了解化妆品行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版

交付方式：Email 或特快专递

英报告定制：可按需专项定制

服务热线：400-6630-998

订购专线：0755-32919669

订购邮箱：service@qhztzx.com

公司网址：www.qhztzx.com

出版日期：动态更新

■ 核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

■ 核心业务

产业研究 可行性研究报告

产业规划 商业计划书

园区规划 资金申请报告

上市咨询 企业管理咨询

市场调研 投资价值分析报告

招商策划 项目稳定回报论证

数据分析 投资风险评估报告

中国互联网化妆品行业深度调研及投资机会分析报告

■ 报告目录

第 1 章 中国化妆品行业发展状况分析

1.1 中国化妆品行业发展状况分析

1.1.1 化妆品行业发展现状

1.1.2 化妆品行业发展阶段特征

1.1.3 化妆品行业区域分布分析

1.2 中国化妆品行业市场发展分析

1.2.1 化妆品市场发展动因分析

1.2.2 化妆品行业运营模式分析

1.2.3 化妆品行业市场特点分析

1.3 化妆品行业发展存在的问题及措施建议

1.3.1 中国化妆品行业发展存在的主要问题

1.3.2 中国化妆品行业市场发展的主要对策

第 2 章 互联网+化妆品行业发展状况分析

2.1 互联网+化妆品行业发展现状分析

2.1.1 互联网+化妆品总体发展现状

2.1.2 互联网+化妆品交易规模分析

2.1.3 化妆品互联网渗透率分析

2.1.4 互联网+化妆品产品交易结构

2.2 2017 年双 11 化妆品零售电商业绩分析

2.2.1 2015-2017 年天猫“双十一”交易量

2.2.2 2017 年“双十一”各大商城流量分布

2.2.3 2017 年“双十一”热门商品分类

2.2.4 2017 年“双十一”化妆品市场规模

2.3 互联网+化妆品行业盈利能力分析

2.3.1 化妆品行业整体经营情况分析

2.3.2 互联网+化妆品行业经营成本分析

2.3.3 互联网+化妆品行业盈利模式分析

2.3.4 互联网+化妆品行业盈利水平分析

2.4 互联网+化妆品行业市场竞争格局

2.4.1 互联网+化妆品行业市场参与者

2.4.2 互联网+化妆品行业竞争者类型

2.4.3 互联网+化妆品行业市场占有率

第3章 互联网+化妆品行业商业运营模式分析

3.1 平台类化妆品零售电商运营模式解析

3.1.1 平台类电商业务系统结构分析

3.1.2 平台类化妆品零售电商盈利模式分析

3.1.3 平台类化妆品零售电商关键资源能力分析

3.1.4 平台类化妆品零售电商优劣势分析

3.2 自营类化妆品零售电商运营模式解析

3.2.1 自营类电商业务系统结构分析

3.2.2 自营类化妆品零售电商盈利模式分析

3.2.3 自营类化妆品零售电商关键资源能力分析

3.2.4 自营类化妆品零售电商优劣势分析

3.3 平台+自营类化妆品零售电商运营模式解析

3.3.1 平台+自营类化妆品零售电商优势分析

3.3.2 垂直自营电商平台化可行性分析

3.3.3 垂直自营电商平台化的关键资源能力分析

3.3.4 垂直自营电商运营模式分析

3.4 国内大型第三方电商平台选择依据分析

3.4.1 国内四大 B2C 电商开放平台准入门槛对比

3.4.2 国内四大 B2C 电商开放平台规模对比

- 3.4.3 国内四大 B2C 电商开放平台账期对比
- 3.4.4 国内四大 B2C 电商开放平台资费对比
- 3.4.5 国内四大 B2C 电商开放平台扣点率对比

第 4 章 化妆品企业运用移动互联网发展分析

4.1 移动互联网商业价值分析

- 4.1.1 移动互联网的发展现状分析
- 4.1.2 移动互联网的商业价值分析
- 4.1.3 移动互联网的发展趋势分析
- 4.1.4 互联网对化妆品行业影响分析

4.2 移动电子商务用户行为分析

- 4.2.1 用户性别结构
- 4.2.2 用户地域分布
- 4.2.3 购物高峰期
- 4.2.4 用户产品购买倾向
- 4.2.5 用户支付方式

4.3 主流电商移动端业务现状分析

- 4.3.1 主流电商移动端业务现状分析
- 4.3.2 网购交易额 PC 端和移动端占比
- 4.3.3 主流电商移动端竞争格局

4.4 化妆品零售企业运用微商城开发运营分析

- 4.4.1 微商城商户接入流程/要求
- 4.4.2 微商城商户接入资费标准
- 4.4.3 化妆品零售企业如何运营微商城
- 4.4.4 化妆品零售企业微商城运营风险及优化
- 4.4.5 化妆品零售企业微商城营销推广策略

4.5 化妆品零售企业电商类 APP 开发运营分析

- 4.5.1 化妆品零售企业电商类 APP 开发成本
- 4.5.2 化妆品零售企业电商类 APP 功能模块

4.5.3 化妆品零售企业电商类 APP 设计要点

4.5.4 化妆品零售企业电商类 APP 运营策略

第 5 章 互联网+化妆品行业客户群体分析

5.1 互联网+化妆品客户群体特征

5.1.1 互联网+化妆品客户群体规模

5.1.2 互联网+化妆品客户年龄分布

5.1.3 互联网+化妆品客户学历分布

5.1.4 互联网+化妆品客户收入分布

5.1.5 互联网+化妆品客户城市分布

5.2 互联网+化妆品客户消费特点

5.2.1 互联网+化妆品客户购物频次

5.2.2 互联网+化妆品客户信息渠道

5.2.3 互联网+化妆品客户购物渠道

5.2.4 互联网+化妆品客户支付习惯

5.3 互联网+化妆品客户消费偏好

5.3.1 互联网+化妆品客户的关注点

5.3.2 互联网+化妆品客户产品偏好

5.3.3 互联网+化妆品客户品牌偏好

5.3.4 互联网+化妆品客户价位偏好

5.4 互联网+化妆品客户消费满意度

5.4.1 互联网+化妆品客户满意度影响因素

5.4.2 互联网+化妆品客户对产品质量满意度

5.4.3 互联网+化妆品客户对商家服务满意度

5.4.4 互联网+化妆品客户对价格满意度

第 6 章 化妆品零售企业新媒体营销分析

6.1 化妆品零售企业微信营销分析

6.1.1 微信营销现状与价值分析

6.1.2 微信的主要营销模式分析

- 6.1.3 微信营销方法与技巧介绍
- 6.1.4 微信运营与营销优秀案例详解
- 6.1.5 微信营销效果的评估标准分析

6.2 化妆品零售企业 APP 营销分析

- 6.2.1 APP 营销的现状与价值
- 6.2.2 APP 营销创意路径分析
- 6.2.3 APP 推广的技巧与方法
- 6.2.4 APP 营销优秀实战案例
- 6.2.5 APP 如何提升运营效果

6.3 化妆品零售企业微博营销分析

- 6.3.1 微博营销的现状与价值
- 6.2.2 微博营销客户行为分析
- 6.2.3 微博营销的策略与技巧
- 6.2.4 微信营销优秀案例详解
- 6.2.5 中小企业微博营销实战对策

第 7 章 国际化妆品电商平台案例分析

7.1 SkinStore

- 7.1.1 企业发展简介
- 7.1.2 进驻主要化妆品品牌
- 7.1.3 企业电商模式分析
- 7.1.4 电商主要运营策略

7.2 Feelunique

- 7.2.1 企业发展简介
- 7.2.2 进驻主要化妆品品牌
- 7.2.3 企业电商模式分析
- 7.2.4 电商主要运营策略

7.3 DermStore

- 7.3.1 企业发展简介

7.3.2 进驻主要化妆品品牌

7.3.3 企业电商模式分析

7.3.4 电商主要运营策略

第8章 国际化妆品零售企业电商发展案例分析

8.1 Sephora（丝芙兰）

8.1.1 企业发展简介

8.1.2 进驻的化妆品品牌

8.1.3 企业电商发展模式

8.1.4 企业电商运营策略

8.1.5 发展的优劣势分析

8.2 SaSa（莎莎）

8.2.1 企业发展简介

8.2.2 进驻的化妆品品牌

8.2.3 企业电商发展模式

8.2.4 企业电商运营策略

8.2.5 发展的优劣势分析

8.3 Cocokara-fine（可开嘉来）

8.3.1 企业发展简介

8.3.2 进驻的化妆品品牌

8.3.3 企业电商发展模式

8.3.4 企业电商运营策略

8.3.5 发展的优劣势分析

第9章 国际化妆品企业自建平台案例分析

9.1 雅诗兰黛

9.1.1 企业发展简介

9.1.2 企业自建平台分析

9.1.3 企业互联网运营策略

9.1.4 发展的优劣势分析

9.2 科颜氏

9.2.1 企业发展简介

9.2.2 企业自建平台分析

9.2.3 企业互联网运营策略

9.2.4 发展的优劣势分析

9.3 贝玲妃

9.1.1 企业发展简介

9.1.2 企业自建平台分析

9.1.3 企业互联网运营策略

9.1.4 发展的优劣势分析

9.4 兰蔻

9.4.1 企业发展简介

9.4.2 企业自建平台分析

9.4.3 企业互联网运营策略

9.4.4 发展的优劣势分析

第10章 中国互联网+化妆品电商典型案例分析

10.1 天猫

10.1.1 天猫平台品类规划

10.1.2 天猫平台化妆品经营情况

10.1.3 化妆品企业入驻天猫条件及费用

10.1.4 化妆品企业入驻天猫优劣势分析

10.2 京东

10.2.1 京东平台品类规划

10.2.2 京东平台化妆品经营情况

10.2.3 化妆品企业入驻京东条件及费用

10.2.4 化妆品企业入驻京东优劣势分析

10.3 乐蜂网

10.3.1 企业发展简介

10.3.2 业务板块与模式分析

10.3.3 电商经营成效分析

10.3.4 企业营销推广策略

10.3.5 企业电商战略分析

10.4 聚美优品

10.4.1 企业发展简介

10.4.2 业务板块与模式分析

10.4.3 电商经营成效分析

10.4.4 企业营销推广策略

10.4.5 企业电商战略分析

第 11 章 国内外互联网化妆品行业发展趋势与前景预测

11.1 全球互联网化妆品行业发展趋势与前景分析

11.1.1 行业整体发展趋势

11.1.2 市场竞争发展趋势

11.1.3 市场发展前景展望

11.2 中国互联网+化妆品行业发展趋势分析

11.2.1 行业整体发展趋势

11.2.2 市场竞争发展趋势

11.3 中国互联网+化妆品行业市场前景展望

11.3.1 互联网+化妆品行业生命周期分析

11.3.2 互联网+化妆品市场发展前景展望

11.3.3 互联网+化妆品行业市场规模预测

第 12 章 中国互联网+化妆品行业发展投资潜力分析

12.1 中国互联网+化妆品行业市场投资特性分析

12.1.1 行业周期分析

12.1.2 进入壁垒分析

12.1.3 盈利因素分析

12.1.4 成长性分析

12.2 中国互联网+化妆品行业市场投资潜力分析

12.2.1 行业发展影响因素分析

12.2.2 行业市场投资潜力分析

12.3 中国互联网+化妆品行业市场投资风险预警

12.3.1 政策风险及对策

12.3.2 市场风险及对策

12.3.3 竞争风险及对策

12.4 中国互联网+化妆品行业市场投资结论与建议

12.4.1 行业投资结论

12.4.2 行业投资建议

■ 图表目录

图表 1：天猫“双十一”交易额

图表 2：“双十一”各大电商热门品类分布

图表 3：“双十一”化妆品销量前十名品牌

图表 4：互联网+化妆品行业参与者结构

图表 5：互联网+化妆品行业竞争者类型分析

图表 6：互联网+化妆品客户年龄分布

图表 7：互联网+化妆品客户学历分布

图表 8：互联网+化妆品客户收入分布

图表 9：互联网+化妆品客户城市分布

图表 10：互联网+化妆品客户支付习惯

图表 11：互联网+化妆品客户关注点排名

图表 12：互联网+化妆品客户产品偏好

图表 13：互联网+化妆品客户品牌偏好

图表 14：微信 APP 支付商户接入申请流程图

图表 15：入驻微信商城的资质审核要求

图表 16: 微信客户数量

图表 17: 微信的主要营销模式对比分析

图表 18: APP 营销的创意路径简析

图表 19: APP 客户体验设计技巧简析

图表 20: APP 推广的技巧

... ..

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容, 请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线: **400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询: **3119207588**

电子邮箱: **service@qhztzx.com**

公司网站: **www.qhztzx.com**

大批量采购报告可享受会员特惠, 详情请来电咨询, 我们会竭诚为您服务!

【版权声明】 本报告由前海中泰咨询出品, 版权归前海中泰(深圳)研究咨询控股有限公司所有, 拥有唯一著作权。前海中泰咨询的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用, 并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰(深圳)研究咨询控股有限公司书面授权许可, 任何网站或媒体不得复制、转载或引用。