

中国美妆新零售行业前景趋势研究报告2024-2030年

产品名称	中国美妆新零售行业前景趋势研究报告2024-2030年
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

产品详情

第1章：中国美妆新零售行业发展综述1.1 美妆新零售行业概述1.1.1 美妆行业的定义1.1.2 新零售行业的定义及要素分析（1）新零售的定义（2）“新零售”与O2O的区别和联系（3）新零售与传统零售的区别和联系（4）新零售的三要素1.1.3 美妆新零售行业定义及特点分析1.2 深度认识美妆“新零售”1.2.1 新经济1.2.2 新商业1.2.3 新产品1.2.4 新服务1.2.5 新技术1.2.6 新体验第2章：中国美妆行业发展状况分析2.1 中国美妆行业发展概况分析2.1.1 中国美妆行业发展历程2.1.2 中国美妆行业发展特点（1）美妆产品直播带货实现大爆发（2）国产品牌崛起，产品更加多元化2.1.3 中国美妆行业市场规模2.1.4 中国化妆品零售市场发展2.2 中国美妆行业市场竞争分析2.2.1 中国美妆行业竞争格局分析（1）竞争层次（2）市场格局2.2.2 中国美妆行业市场集中度2.2.3 中国美妆行业五力模型分析（1）中国美妆行业现有竞争者分析（2）中国美妆行业潜在进入者威胁（3）中国美妆行业替代品威胁分析（4）中国美妆行业供应商议价能力分析（5）中国美妆行业购买者议价能力分析（6）中国美妆行业竞争情况总结2.3 中国美妆行业细分市场发展分析2.3.1 大众护肤产品市场发展分析（1）大众护肤品市场规模分析（2）大众护肤品竞争格局分析（3）大众护肤品发展前景分析2.3.2 高端护肤品市场发展分析（1）高端护肤品市场规模分析（2）高端护肤品竞争格局分析（3）高端护肤品发展前景2.3.3 男士护理产品市场发展分析（1）男性护肤品市场总况分析（2）男性护肤品市场规模分析（3）男性护肤品市场竞争格局分析（4）男性护肤品发展前景2.3.4 婴童护肤品市场发展分析（1）婴童护肤品市场规模分析（2）婴童护肤品市场竞争格局分析（3）婴童护肤品市场发展前景分析2.3.5 彩妆产品市场发展分析（1）彩妆产品市场发展总况分析（2）彩妆产品市场规模分析（3）彩妆产品市场竞争格局分析（4）彩妆产品市场发展前景分析2.3.6 香水产品市场发展分析（1）香水产品市场发展历程（2）香水产品市场规模分析（3）香水产品市场竞争格局分析（4）香水产品市场发展前景分析2.3.7 药

妆产品市场发展分析(1) 药妆产品市场痛点分析(2) 药妆产品市场规模分析(3) 药妆产品市场竞争格局分析(4) 药妆产品市场发展前景分析2.3.8 美妆工具市场发展分析(1) 美妆工具市场发展总况分析(2) 美妆工具市场规模分析(3) 美妆工具市场竞争格局分析(4) 美妆工具市场前景分析2.4 中国美妆行业消费者洞察分析2.4.1 中国美妆行业用户画像(1) 用户性别结构(2) 用户年龄结构(3) 用户区域分布2.4.2 中国美妆行业消费特征(1) 护肤频率高,颜值经济崛起(2) 消费者网红产品关注度高,但购买率低2.4.3 中国美妆行业消费偏好(1) 购买考虑因素(2) 内容关注(3) 品牌复购意愿2.4.4 消费者美妆购买激活场景2.4.5 中国美妆行业品类(1) 明星品类(2) 品类潜力2.4.6 中国美妆行业消费渠道(1) 消费者美妆购买渠道(2) Z世代美妆购买渠道2.5 中国美妆行业存在的痛点分析2.5.1 中国美妆行业存在的痛点分析2.5.2 中国美妆行业痛点解决路径分析第3章:中国美妆新零售行业发展状况分析3.1 中国美妆新零售行业发展概况分析3.1.1 中国美妆新零售行业发展历程分析3.1.2 中国美妆新零售行业经济特性分析(1) 3 中国美妆新零售行业市场规模分析3.1.3 中国美妆新零售行业盈利水平分析3.1.4 中国美妆新零售行业竞争格局分析3.2 中国美妆新零售产业链分析3.2.1 中国美妆新零售行业产业链梳理3.2.2 中国美妆新零售行业产业链生态3.2.3 中国美妆新零售行业价值链分析3.3 中国美妆新零售营销渠道分析3.3.1 中国美妆行业传统营销渠道分析(1) 美妆行业商超渠道发展分析(2) 美妆行业百货商场发展分析(3) 美妆行业日化专营店发展分析(4) 美妆行业药妆店发展分析3.3.2 中国美妆行业新型营销渠道分析(1) 美妆行业KOL种草营销渠道分析(2) 美妆行业直播营销渠道分析(3) 美妆行业私域流量渠道分析第4章:中国美妆新零售行业商业模式及发展前景分析4.1 中国美妆电商发展现状及发展前景分析4.1.1 中国美妆电商发展历程分析4.1.2 中国美妆电商发展渗透率分析4.1.3 中国美妆电商发展规模分析4.1.4 中国美妆电商发展竞争格局分析(1) 综合性电商(2) 垂直性电商(3) 内容性电商4.1.5 中国美妆电商投融资分析4.1.6 中国美妆电商发展趋势分析(1) 行业整体步入健康、快速发展阶段(2) 线上线下融合的O2O模式4.1.7 中国美妆电商发展前景分析4.2 中国美妆集合店发展现状及发展前景分析4.2.1 中国美妆集合店发展历程分析4.2.2 中国美妆集合店商业模式分析4.2.3 中国美妆集合店发展渗透率分析4.2.4 中国美妆集合店发展规模分析4.2.5 中国美妆集合店发展竞争格局分析(1) 按模式(2) 按玩家背景、品牌定位和门店面积4.2.6 中国美妆集合店投融资分析4.2.7 中国美妆集合店发展痛点4.2.8 中国美妆集合店发展趋势分析4.2.9 中国美妆集合店发展前景分析(1) 发展前景(2) 前景预测第5章:中国美妆新零售行业实施战略分析5.1 美妆店如何顺应时代发展创新店铺5.1.1 美妆店怎样颠覆传统的美妆护肤模式(1) 智能皮肤测试仪(2) AR虚拟上妆镜5.1.2 美妆店怎样进行数字化营销5.1.3 美妆店怎样借鉴热门IP营销5.2 美妆店新零售升级改造的实施策略分析5.2.1 美妆店新零售升级改造的策略之——选址(1) 如何选址(2) 选址案例5.2.2 美妆店新零售升级改造的策略之——氛围(1) 怎样营造氛围(2) 氛围营造案例分析5.2.3 美妆店新零售升级改造的策略之——陈列(1) 怎样陈列产品(2) 陈列产品案例分析5.2.4 美妆店新零售升级改造的策略之——引流(1) 怎样为门店引流(2) 门店引流案例分析5.2.5 美妆店新零售升级改造的策略之——服务(1) 如何选择服务模式(2) 服务案例分析5.2.6 美妆店新零售升级改造的策略之——数据(1) 怎样进行数据管理与营销(2) 数据管理与

营销案例分析5.2.7

美妆店新零售升级改造的策略之——营销 (1) 如何进行营销 (2) 营销案例分析5.2.8 美妆店新零售升级改造的策略之——无人终端 (1) 无人终端类型 (2) 案例分析第6章：中国

美妆新零售企业案例分析6.1 互联网巨头企业美妆新零售布局分析6.1.1

天猫 (1) 天猫新零售的玩法 (2) 天猫美妆新零售进展6.1.2

京东 (1) 京东新零售的玩法 (2) 京东美妆新零售进展6.1.3

小红书 (1) 小红书新零售的玩法 (2) 小红书美妆新零售进展6.1.4

抖音 (1) 抖音新零售的玩法 (2) 抖音美妆新零售案例6.2

国内美妆新零售企业案例分析6.2.1 完美日记 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业新零售商业模式 (4) 企业美妆新零售营销策略 (5) 企业美妆新零售优劣势

分析6.2.2 花西子 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品策略 (4) 企业美妆新零售营销策略 (5) 企业美妆新零售优劣势分析6.2.3 THE COLORIST (1) 企业

发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业新零售商业模式 (4) 企业美妆新零售营

销策略 (5) 企业美妆新零售优劣势分析6.2.4 WOWCOLOUR (1) 企业发展简况分析 (2)

企业经营情况分析 (3) 企业新零售特点 (4) 企业美妆新零售营销策略 (5) 企业美妆

新零售优劣势分析6.2.5 喜燃 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业新

零售特点 (4) 企业美妆新零售营销策略 (5) 企业美妆新零售优劣势分析6.2.6 HayDon (1)

企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业新零售商业模式 (4) 企业美妆新

零售营销策略 (5) 企业美妆新零售优劣势分析6.2.7 丽人丽妆 (1) 企业发展简况分析 (2)

企业经营情况分析 (3) 企业新零售商业模式 (4) 企业美妆新零售营销策略 (5) 企业

美妆新零售优劣势分析第7章：美妆新零售行业前景预测与投资建议7.1

美妆新零售行业发展趋势与前景预测7.1.1 行业发展因素分析7.1.2 行业发展趋势预测7.1.3

行业发展前景预测7.2 美妆新零售行业投资现状与风险分析7.2.1 行业投资现状分析7.2.2

行业壁垒分析7.2.3 行业经营模式分析 (1) 生产端 (2) 零售端7.2.4 行业投资风险预警7.3

美妆新零售行业投资机会与热点分析7.3.1 行业投资价值分析7.3.2

行业投资机会分析 (1) 产业链投资机会 (2) 细分市场投资机会7.4

美妆新零售行业发展战略与规划分析