

2019年中国个人护理用品连锁行业分析报告- 行业竞争格局与未来趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国个人护理用品连锁行业分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/430812430812.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一部分 产业环境透视

第一章 中国个人护理用品连锁行业发展综述

第一节 个人护理用品连锁行业报告研究范围

- 一、个人护理用品连锁行业专业名词解释
- 二、个人护理用品连锁行业研究范围界定
- 三、个人护理用品连锁行业调研框架简介
- 四、个人护理用品连锁行业调研工具介绍

第二节 个人护理用品连锁行业定义及分类

- 一、个人护理用品连锁行业概念及定义
- 二、个人护理用品连锁行业主要产品分类

第三节 个人护理用品连锁行业产业链分析

- 一、个人护理用品连锁行业所处产业链简介
- 二、个人护理用品连锁行业产业链上游分析
- 三、个人护理用品连锁行业产业链下游分析

第二章 中国个人护理用品连锁行业发展环境分析

第一节 个人护理用品连锁行业政策环境分析

- 一、个人护理用品连锁行业监管体系
- 二、个人护理用品连锁行业产品规划
- 三、个人护理用品连锁行业布局规划
- 四、个人护理用品连锁行业企业规划

第二节 个人护理用品连锁行业经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况
- 二、固定资产投资情况

第三节 个人护理用品连锁行业技术环境分析

- 一、个人护理用品连锁行业专利申请数分析
- 二、个人护理用品连锁行业专利申请人分析
- 三、个人护理用品连锁行业热门专利技术分析

第四节 个人护理用品连锁行业消费环境分析

- 一、个人护理用品连锁行业消费态度调查
- 二、个人护理用品连锁行业消费驱动分析

- 三、个人护理用品连锁行业消费需求特点
 - 四、个人护理用品连锁行业消费群体分析
 - 五、个人护理用品连锁行业消费行为分析
 - 六、个人护理用品连锁行业消费关注点分析
 - 七、个人护理用品连锁行业消费区域分布
- 第二部分 行业深度分析

第三章 我国个人护理用品连锁行业运行现状分析

第一节 个人护理用品及关联行业运行情况

一、化妆品行业运行情况

- 1、2016-2019年化妆品行业经济指标分析
- 2、2016-2019年化妆品行业发展现状分析

二、保健品行业运行情况

- 1、2016-2019年保健品行业经济指标分析
- 2、2016-2019年保健品行业发展现状分析

三、饮料行业运行情况

- 1、2016-2019年饮料行业经济指标分析
- 2、2016-2019年饮料行业发展现状分析

四、其他关联行业运行情况

- 1、护理工具市场发展情况分析
- 2、居家用品市场发展情况分析
- 3、医药用品市场发展情况分析
- 4、个人饰品市场发展情况分析
- 5、糖果市场发展情况分析

第二节 连锁经营行业运行情况

- 一、连锁经营行业发展阶段
- 二、连锁经营行业经营规模分析
- 三、连锁经营行业业态及增长
- 四、连锁经营行业发展的特点
- 五、连锁经营行业发展趋势分析

第四章 我国个人护理用品连锁行业整体运行指标分析

第一节 2016-2019年中国个人护理用品连锁行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2016-2019年中国个人护理用品连锁行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

- 1、我国个人护理用品连锁行业销售利润率
- 2、我国个人护理用品连锁行业成本费用利润率
- 3、我国个人护理用品连锁行业亏损面

二、行业偿债能力分析

- 1、我国个人护理用品连锁行业资产负债比率
- 2、我国个人护理用品连锁行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

- 1、我国个人护理用品连锁行业应收帐款周转率
- 2、我国个人护理用品连锁行业总资产周转率
- 3、我国个人护理用品连锁行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

- 1、我国个人护理用品连锁行业总资产增长率
- 2、我国个人护理用品连锁行业利润总额增长率
- 3、我国个人护理用品连锁行业主营业务收入增长率
- 4、我国个人护理用品连锁行业资本保值增值率

第三部分 市场供需分析调研

第五章 个人护理用品连锁行业产业结构分析

第一节 个人护理用品连锁产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国个人护理用品连锁行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第六章 个人护理用品连锁模式与市场调研

第一节 个人护理用品连锁方式分析

一、个人护理用品直营连锁

- 1、个人护理用品直营连锁运营概述
- 2、个人护理用品直营连锁发展速度
- 3、个人护理用品直营连锁费用分析
- 4、个人护理用品直营连锁与总部关系
- 5、个人护理用品直营连锁管理方式

二、个人护理用品特许经营

- 1、个人护理用品特许经营运营模式
- 2、个人护理用品特许经营发展速度
- 3、个人护理用品特许经营费用分析
- 4、个人护理用品直营连锁与总部关系
- 5、个人护理用品特许经营管理方式

三、个人护理用品连锁方式选择策略

第二节 个人护理用品连锁业市场调研

一、国际个人护理用品连锁业发展现状

- 1、美国个人护理用品连锁业发展现状
- 2、日本个人护理用品连锁业发展现状

二、我国个人护理用品连锁业发展现状

三、我国个人护理用品连锁业规模分析

- 1、个人护理用品连锁业店铺规模
- 2、个人护理用品连锁业销售规模

四、我国个人护理用品连锁业产品结构分析

五、我国个人护理用品连锁业电子商务发展分析

六、我国个人护理用品连锁业消费者分析

- 1、个人护理用品连锁业消费者定位
- 2、个人护理用品连锁业消费者特征
- 3、个人护理用品连锁业消费者诉求分析

第三节 个人护理用品连锁店选址

一、个人护理用品连锁店外围环境选择

- 1、交通环境选择
- 2、经济环境选择
- 3、人口环境选择

4、消费环境选择

二、个人护理用品连锁店物业选择

1、物业形状选择

2、物业位置选择

3、物业面积选择

4、物业基础保障程度

第七章 个人护理用品连锁业自有品牌发展

第一节 售业自有品牌的概述

一、售业自有品牌定义

二、售业自有品牌发展阶段

三、售业自有品牌分类

1、自有品牌分析

2、独家代理分析

四、售业自有品牌生产方式

1、委托生产分析

2、属厂自产分析

五、售业自有品牌创建条件

1、零售业自有品牌创建所需条件

2、我国零售业创建自有品牌条件分析

六、售业自有品牌优势

七、售业自有品牌对行业影响

八、阻碍零售业自有品牌实施因素分析

第二节 售业自有品牌市场调研

一、国外零售业自有品牌发展现状

1、美国

2、英国

3、日本

二、我国零售业自有品牌细分行业现状分析

1、百货业自有品牌现状

2、超市业自有品牌现状

3、便利店自有品牌现状

4、电子商务自有品牌现状

5、专业店自有品牌现状

三、我国零售业自有品牌规模分析

四、我国零售业自有品牌盈利分析

1、零售业自有品牌成本分析

2、零售业自有品牌利润分析

五、我国零售业自有品牌发展特点

六、我国零售业自有品牌发展存在问题

七、我国零售业自有品牌发展趋势

第三节 零售业自有品牌营销分析

一、零售业自有品牌营销策略

1、零售业自有品牌产品策略

2、零售业自有品牌包装策略

3、零售业自有品牌实施策略

4、零售业自有品牌价格策略

5、零售业自有品牌促销策略

二、零售业自有品牌差异化营销建设

三、零售业自有品牌消费者分析

1、零售业自有品牌消费者感知分析

2、零售业自有品牌消费者结构特征

第四节 个人护理用品连锁业自有品牌分析

一、个人护理用品连锁业自有品牌发展现状

二、个人护理用品连锁业自有品牌发展机遇

三、个人护理用品连锁业自有品牌实施策略

1、个人护理用品连锁店自有品牌开展条件

2、个人护理用品连锁业自有品牌产品选择

3、个人护理用品连锁业自有品牌产品定位

第五节 个人护理用品连锁业自有品牌发展典型案例

一、屈臣氏自有品牌发展

1、屈臣氏自有品牌创建步骤

2、屈臣氏自有品牌定位

3、屈臣氏自有品牌规模

4、屈臣氏自有品牌战略分析

5、屈臣氏自有品牌经验

二、万宁自有品牌发展

1、万宁自有品牌定位

2、万宁自有品牌规模

3、万宁自有品牌战略分析

4、万宁自有品牌经验

三、丝芙兰自有品牌发展

1、丝芙兰自有品牌定位

2、丝芙兰自有品牌规模

3、丝芙兰自有品牌投资前景

4、丝芙兰自有品牌经验

第四部分 竞争格局分析

第八章 个人护理用品连锁产业集群发展及区域市场调研

第一节 中国个人护理用品连锁产业集群发展特色分析

一、长江三角洲个人护理用品连锁产业发展特色分析

二、珠江三角洲个人护理用品连锁产业发展特色分析

三、环渤海地区个人护理用品连锁产业发展特色分析

四、闽南地区个人护理用品连锁产业发展特色分析

第二节 个人护理用品连锁重点区域市场评估

一、行业总体区域结构特征及变化

1、区域结构总体特征

2、行业区域集中度分析

3、行业区域分布特点分析

4、行业规模指标区域分布分析

5、行业效益指标区域分布分析

6、行业企业数的区域分布分析

二、个人护理用品连锁重点区域市场调研

1、江苏

2、浙江

3、上海

4、福建

5、广东

第九章 个人护理用品连锁业竞争分析

第一节 个人护理用品连锁业业外竞争

一、个人护理用品连锁与化妆品品牌直销店对比

1、化妆品品牌直销店发展现状

2、化妆品品牌直销店盈利分析

3、化妆品品牌直销店服务特点

4、个人护理用品连锁店竞争优劣势

二、个人护理用品连锁与化妆品百货销售

1、我国百货分布状况

2、化妆品百货销售模式

3、化妆品百货销售规模

4、化妆品百货销售产品结构

5、化妆品百货销售铺货特点

6、化妆品百货销售费用分析

7、化妆品百货销售准入条件分析

8、个人护理用品连锁店竞争优劣势

三、个人护理用品连锁店与个人护理用品超市销售对比

1、我国超市分布状况

2、个人护理用品超市销售模式

3、个人护理用品超市销售品类

4、个人护理用品连锁店竞争优势

四、个人护理用品连锁与个人护理用品药店销售对比

1、我国药店分布状况

2、个人护理用品药店销售品类

3、个人护理用品药店销售价格分析

4、个人护理用品连锁店竞争优劣势

五、个人护理用品连锁与个人护理用品美容院销售对比

1、我国美容院分布状况

2、个人护理用品美容院销售模式

3、个人护理用品美容院销售品类定位

4、个人护理用品美容院销售盈利分析

5、个人护理用品连锁店竞争优劣势

六、个人护理用品连锁与个人护理用品网络销售对比

1、个人护理用品网络销售规模

2、个人护理用品网络销售品类

3、个人护理用品网络销售安全建设

4、个人护理用品网络销售盈利分析

5、个人护理用品网络销售物流建设

6、个人护理用品网络销售运作策略

7、个人护理用品连锁店竞争优劣势

第二节 个人护理用品连锁业业内竞争

一、个人护理用品连锁业市场竞争格局

二、个人护理用品连锁业竞争策略分析

1、店铺扩张策略分析

2、自有品牌策略分析

3、产品差异化策略分析

三、个人护理用品店布局扩张方式

1、传统形式扩张

2、异业联合扩张

四、行业领先企业扩张计划分析

1、屈臣氏“百城千店”计划

2、娇兰佳人“十年万店”计划

第十章 个人护理用品连锁行业领先企业经营形势分析

第一节 美颜坊化妆品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售网络分布

四、企业经营模式分析

五、企业最新发展动向分析

第二节 舒普玛（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售网络分布

四、企业经营模式分析

五、企业最新发展动向分析

第三节 深圳市妍丽化妆品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售网络分布

四、企业经营模式分析

五、企业最新发展动向分析

第四节 广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售网络分布

四、企业经营模式分析

五、企业最新发展动向分析

第五节 河北保定市东大日化公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售网络分布

四、企业经营模式分析

五、企业最新发展动向分析

第六节 深圳市千色店商业连锁有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售网络分布

四、企业经营模式分析

五、企业最新发展动向分析

第七节 莎莎国际控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售网络分布

四、企业经营模式分析

五、企业最新发展动向分析

第八节 丝芙兰（上海）化妆品销售有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售网络分布

四、企业经营模式分析

五、企业最新发展动向分析

第九节 上海美家臣日用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业销售网络分布

四、企业经营模式分析

五、企业最新发展动向分析

第十节 广东万宁商业连锁有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

- 三、企业销售网络分布
- 四、企业经营模式分析
- 五、企业最新发展动向分析
- 第五部分 趋势预测展望

第十一章 个人护理用品连锁业投融资分析和发展趋势

第一节 个人护理用品连锁业投融资分析

一、个人护理用品连锁业投融资案例

- 1、屈臣氏国外扩张行动
- 2、莎莎香港上市

二、个人护理用品连锁业投融资特征

第二节 个人护理用品连锁业发展趋势与前景

- 一、个人护理用品需求趋势预测
- 二、个人护理用品连锁业发展趋势
- 三、个人护理用品连锁业趋势预测

第十二章 2019-2025年个人护理用品连锁行业投资机会与风险防范

第一节 个人护理用品连锁行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、个人护理用品连锁行业投资现状分析
 - 1、个人护理用品连锁产业投资经历的阶段
 - 2、2016-2019年个人护理用品连锁行业投资状况回顾
 - 3、2016-2019年中国个人护理用品连锁行业风险投资状况
 - 4、2019-2025年我国个人护理用品连锁行业的投资态势

第二节 2019-2025年个人护理用品连锁行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、个人护理用品连锁行业投资机遇

第三节 2019-2025年个人护理用品连锁行业投资前景及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国个人护理用品连锁行业投资建议

一、个人护理用品连锁行业未来发展方向

二、个人护理用品连锁行业主要投资建议

三、中国个人护理用品连锁企业融资分析

1、中国个人护理用品连锁企业IPO融资分析

2、中国个人护理用品连锁企业再融资分析

第六部分 投资前景研究

第十三章 个人护理用品连锁行业投资前景研究

第一节 个人护理用品连锁行业投资前景研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国个人护理用品连锁品牌的战略思考

一、个人护理用品连锁品牌的重要性

二、个人护理用品连锁实施品牌战略的意义

三、个人护理用品连锁企业品牌的现状分析

四、我国个人护理用品连锁企业的品牌战略

五、个人护理用品连锁品牌战略管理的策略

第三节 个人护理用品连锁经营策略分析

一、个人护理用品连锁市场细分策略

二、个人护理用品连锁市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、个人护理用品连锁新产品差异化战略

第四节 个人护理用品连锁行业投资规划建议研究

一、2019年个人护理用品连锁行业投资规划建议

二、2019-2025年个人护理用品连锁行业投资规划建议

三、2019-2025年细分行业投资规划建议

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 个人护理用品连锁行业研究结论及建议

第二节 个人护理用品连锁子行业研究结论及建议

第三节 个人护理用品连锁行业投资建议

一、行业投资策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表 个人护理用品连锁行业生命周期

图表 个人护理用品连锁行业产业链结构

图表 2016-2019年全球个人护理用品连锁行业市场规模

图表 2016-2019年中国个人护理用品连锁行业市场规模

图表 2016-2019年个人护理用品连锁行业重要数据指标比较

图表 2016-2019年中国个人护理用品连锁市场占全球份额比较

图表 2016-2019年个人护理用品连锁行业工业总产值

图表 2016-2019年个人护理用品连锁行业销售收入

图表 2016-2019年个人护理用品连锁行业利润总额

图表 2016-2019年个人护理用品连锁行业资产总计

图表 2016-2019年个人护理用品连锁行业负债总计

图表 2016-2019年个人护理用品连锁行业竞争力分析

图表 2016-2019年个人护理用品连锁市场价格走势

图表详见报告正文..... (GY YX)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国个人护理用品连锁行业分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/430812430812.html>