

# 2019-2025年中国个人护理 用品连锁市场深度评估与发展策略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2019-2025年中国个人护理用品连锁市场深度评估与发展策略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/0061896AVY.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

在国际市场上，个人护理用品企业大都以品牌的特许连锁经营为依托，通过产品和品牌文化的主题演绎和深度挖潜、区别于传统化妆品产品形式感和价值感的张力表现，已经在分众人群市场上取得了一定的市场份额。经过了长期、持续的积累和品牌创新，目前在国际市场上，个人护理用品业的已经形成了相对独立、封闭的细分市场。

连锁经营作为一种现代流通方式和组织形式，自上世纪九十年代进入我国后，显示出强大的生命力、适应力和发展潜力。个人护理用品依托连锁形式发展，取得了一定的成绩。屈臣氏、莎莎等一批作为护理用品连锁业先行者和成功者，具有很轻的代表性。目前，个人护理用品连锁企业除进行店铺布局外，也发展自有品牌，以增加企业的竞争实力，获得更好的发展。

个人护理用品连锁业作为终端零售，直接面对消费者；其上游为产品的供应商，目前自有品牌的也成为了个人护理用品连锁企业的另一个发展热点。企业在开展连锁经营时有两种方式，分别为直营连锁和特许经营方式，二者在操作模式与发展速度方面存在着一定的差异。

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国个人护理用品连锁市场深度评估与发展策略咨询报告》共九章。首先介绍了个人护理用品连锁相关概念及发展环境，接着分析了中国个人护理用品连锁规模及消费需求，然后对中国个人护理用品连锁市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国个人护理用品连锁面临的机遇及发展前景。您若想对中国个人护理用品连锁有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

### 第一章 个人护理用品连锁业发展背景

#### 1.1 个人护理用品连锁业综述

##### 1.1.1 个人护理用品行业界定

##### 1.1.2 个人护理用品连锁业界定

##### 1.1.3 个人护理用品连锁店与化妆品店的区别

#### 1.2 个人护理用品连锁业政策环境发展

##### 1.2.1 主要政策的颁布与运行

## 1.2.2 主要规划的制定和影响

## 1.3 个人护理用品连锁业经济环境发展

### 1.3.1 国际宏观经济环境分析

### 1.3.2 国内宏观经济环境分析

### 1.3.3 国内消费/需求环境分析

#### (1) 居民人均收入增长情况

#### (2) 居民消费结构及演变特征

## 1.4 个人护理用品及关联行业运行情况

### 1.4.1 化妆品行业运行情况

#### (1) 2017年化妆品行业经济指标分析

##### 1) 经营效益分析

##### 2) 总产值分析

##### 3) 产成品分析

##### 4) 销售产值分析

##### 5) 销售收入分析

##### 6) 产销率分析

#### (2) 2017年化妆品行业运营状况分析

##### 1) 规模分析

##### 2) 产销分析

### 1.4.2 保健品行业运行情况

#### (1) 2017年保健品行业经济指标分析

##### 1) 经营效益分析

##### 2) 总产值分析

##### 3) 产成品分析

##### 4) 销售产值分析

##### 5) 销售收入分析

##### 6) 产销率分析

#### (2) 2017年保健品行业运营状况分析

##### 1) 规模分析

##### 2) 产销分析

### 1.4.3 饮料行业运行情况

#### (1) 2017年饮料行业经济指标分析

- 1) 经营效益分析
  - 2) 总产值分析
  - 3) 产成品分析
  - 4) 销售产值分析
  - 5) 销售收入分析
  - 6) 产销率分析
- (2) 2017年饮料行业运营状况分析

- 1) 规模分析
- 2) 产销分析

#### 1.4.4 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

#### 1.5 连锁经营行业运行情况

- 1.5.1 连锁经营行业发展阶段
- 1.5.2 连锁经营行业经营规模分析
- 1.5.3 连锁经营行业业态及增长
- 1.5.4 连锁经营行业发展的特点
- 1.5.5 连锁经营行业发展趋势分析

## 第二章 个人护理用品连锁模式与市场分析

### 2.1 个人护理用品连锁方式分析

#### 2.1.1 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

#### 2.1.2 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
- 2.1.3 个人护理用品连锁方式选择策略
- 2.2 个人护理用品连锁业市场分析
  - 2.2.1 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
  - 2.2.2 我国个人护理用品连锁业发展现状
  - 2.2.3 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
  - 1) 个人护理用品连锁业整体销售规模
  - 2) 个人护理用品连锁业单店销售规模
  - 2.2.4 我国个人护理用品连锁业产品结构分析
  - 2.2.5 我国个人护理用品连锁业电子商务发展分析
  - 2.2.6 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
- 2.3 个人护理用品连锁店选址
  - 2.3.1 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
  - 2.3.2 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

### 第三章 个人护理用品连锁业竞争分析

#### 3.1 个人护理用品连锁业业外竞争

##### 3.1.1 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

##### 3.1.2 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

##### 3.1.3 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

##### 3.1.4 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

##### 3.1.5 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

### 3.1.6 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

1) 低价策略

2) 差异化策略

(7) 个人护理用品连锁店竞争优劣势

### 3.2 个人护理用品连锁业业内竞争

#### 3.2.1 个人护理用品连锁业市场竞争格局

#### 3.2.2 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

#### 3.2.3 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

#### 3.2.4 行业领先企业扩张计划分析

(1) 屈臣氏“百城千店”计划

1) 计划概况

2) 计划实施现状

(2) 娇兰佳人“十年万店”计划

1) 计划概况

2) 计划实施现状

## 第四章 个人护理用品连锁业重点区域分析

### 4.1 华北地区个人护理用品连锁业分析

#### 4.1.1 华北地区经济与消费环境

(1) 北京市经济环境分析



- 1) 北京市收入与消费水平
  - 2) 北京市商业圈发展现状及未来规划
  - 3) 北京市日化类产品产销分析
  - 4) 北京市个人护理用品投资环境分析
- (2) 天津市经济环境分析
  - 1) 天津市收入及消费水平
  - 2) 天津市商业圈发展现状与未来规划
  - 3) 天津市日化类产品产销分析
  - 4) 天津市个人护理用品投资环境分析
- 4.1.2 华北地区个人护理用品连锁店布局分析
  - (1) 华北地区个人护理用品连锁店布局状况
  - (2) 业内主要企业华北地区运作模式
  - (3) 华北地区个人护理用品连锁投资策略
- 4.2 华东地区个人护理用品连锁业分析
  - 4.2.1 华东地区经济与消费环境
  - (1) 上海市经济环境分析
  - 1) 上海市收入与消费水平
  - 2) 上海市商业圈发展现状与未来规划
  - 3) 上海市日化类产品产销分析
  - 4) 上海市个人护理用品投资环境分析
- (2) 江苏省经济环境分析
  - 1) 江苏省收入与消费水平
  - 2) 江苏省商业圈发展现状与未来规划
  - 3) 江苏省日化类产品产销分析
  - 4) 江苏省个人护理用品投资环境分析
- (3) 福建省经济环境分析
  - 1) 福建省收入与消费水平
  - 2) 福建省商业圈发展现状与未来规划
  - 3) 福建省日化类产品产销分析
  - 4) 福建省个人护理用品投资环境分析
- (4) 浙江省经济环境分析
  - 1) 浙江省收入与消费水平

- 2) 浙江省商业圈发展现状与未来规划
- 3) 浙江省日化类产品产销分析
- 4) 浙江省个人护理用品投资环境分析

#### (5) 山东省经济环境分析

- 1) 山东省收入与消费水平
- 2) 山东省商业圈发展现状与未来规划
- 3) 山东省日化类产品产销分析
- 4) 山东省个人护理用品投资环境分析

#### 4.2.2 华东地区个人护理用品连锁店布局分析

- (1) 华东地区个人护理用品连锁店布局状况
- (2) 业内主要企业华东地区运作模式
- (3) 华东地区个人护理用品连锁投资策略

#### 4.3 华南地区个人护理用品连锁业分析

##### 4.3.1 华南地区经济与消费环境

- (1) 广东省经济环境分析
- 1) 广东省收入与消费水平
- 2) 广东省商业圈发展现状与未来规划
- 3) 广东省日化类产品产销分析
- 4) 广东省个人护理用品投资环境分析

#### (2) 海南省经济环境分析

- 1) 海南省收入与消费水平
- 2) 海南省商业圈发展现状与未来规划
- 3) 海南省日化类产品产销分析
- 4) 海南省个人护理用品投资环境分析

##### 4.3.2 华南地区个人护理用品连锁店布局分析

- (1) 华南地区个人护理用品连锁店布局状况
- (2) 主要企业华南地区运作模式
- (3) 华南地区个人护理用品连锁投资策略

#### 4.4 西南地区个人护理用品连锁业分析

##### 4.4.1 西南地区经济与消费环境

- (1) 四川省经济环境分析
- 1) 四川省收入与消费水平

- 2) 四川省商业圈发展现状与未来规划
- 3) 四川省日化类产品产销分析
- 4) 四川省个人护理用品投资环境分析

#### (2) 重庆市经济环境分析

- 1) 重庆市收入与消费水平
- 2) 重庆市商业圈发展现状与未来规划
- 3) 重庆市日化类产品产销分析
- 4) 重庆市个人护理用品投资环境分析

#### 4.4.2 西南地区个人护理用品连锁店布局分析

- (1) 西南地区个人护理用品连锁店布局状况
- (2) 业内主要企业西南地区运作模式
- (3) 西南地区个人护理用品连锁投资策略

### 第五章 个人护理用品连锁业自有品牌发展

#### 5.1 售业自有品牌的概述

##### 5.1.1 售业自有品牌定义

##### 5.1.2 售业自有品牌发展阶段

##### 5.1.3 售业自有品牌分类

###### (1) 自有品牌分析

###### (2) 独家代理分析

##### 5.1.4 售业自有品牌生产方式

###### (1) 委托生产分析

###### (2) 属厂自产分析

##### 5.1.5 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

##### 5.1.6 售业自有品牌优势

##### 5.1.7 售业自有品牌对行业影响

##### 5.1.8 阻碍零售业自有品牌实施因素分析

#### 5.2 售业自有品牌市场分析

##### 5.2.1 国外零售业自有品牌发展现状

###### (1) 美国

(2) 英国

(3) 日本

## 5.2.2 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

## 5.2.3 我国零售业自有品牌规模分析

## 5.2.4 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

## 5.2.5 我国零售业自有品牌发展特点

## 5.2.6 我国零售业自有品牌发展存在问题

## 5.2.7 我国零售业自有品牌发展趋势

## 5.3 零售业自有品牌营销分析

### 5.3.1 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

1) 双重品牌策略

2) 混合品牌策略

(4) 零售业自有品牌价格策略

(5) 零售业自有品牌促销策略

### 5.3.2 零售业自有品牌差异化营销建设

### 5.3.3 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

## 5.4 个人护理用品连锁业自有品牌分析

### 5.4.1 个人护理用品连锁业自有品牌发展现状

### 5.4.2 个人护理用品连锁业自有品牌发展机遇

### 5.4.3 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

## 5.5 个人护理用品连锁业自有品牌发展典型案例

### 5.5.1 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

1) 屈臣氏自有品牌发展策略

2) 屈臣氏自有品牌营销策略

(5) 屈臣氏自有品牌经验

### 5.5.2 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

1) 万宁自有品牌发展策略

2) 万宁自有品牌营销策略

(4) 万宁自有品牌经验

### 5.5.3 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) 丝芙兰自有品牌发展战略

1) 丝芙兰自有品牌发展策略

2) 丝芙兰自有品牌营销策略

(4) 丝芙兰自有品牌经验

## 第六章 个人护理用品连锁业营销与管理

### 6.1 个人护理用品连锁业管理体系

#### 6.1.1 商品运营管理

(1) 商品品类管理

(2) 商品品牌定位管理

(3) 商品陈列管理

(4) 商品价格标签管理

(5) 商品销售与库存管理

#### 6.1.2 收银台管理

(1) 收银台摆放位置

(2) 收银台商品陈列

(3) 收银台个性化选择

#### 6.1.3 员工管理

(1) 员工服务标准化建设

(2) 员工服务专业化建设

(3) 差异化服务管理

#### 6.1.4 办公室管理

#### 6.1.5 店面督导管理

(1) 巡店管理

(2) 神秘顾客管理

### 6.2 个人护理用品连锁业营销体系

#### 6.2.1 体验式营销

(1) 体验式营销实施要素

(2) 体验式营销效果分析

#### 6.2.2 商品促销与组合

(1) 商品促销与组合实施要素

(2) 商品促销与组合效果分析

#### 6.2.3 会员价营销

(1) 会员价营销实施要素

(2) 会员价营销效果分析

#### 6.2.4 积分营销

(1) 积分营销实施要素

(2) 积分营销效果分析

#### 6.2.5 优惠券营销

(1) 优惠券营销实施要素

(2) 优惠券营销效果分析

#### 6.2.6 换购策略

(1) 换购策略实施要素

(2) 换购策略效果分析

#### 6.2.7 公关营销

(1) 公关营销实施要素

(2) 公关营销效果分析

### 6.3 个人护理用品连锁业营销策略

#### 6.3.1 产品策略

#### 6.3.2 价格策略

#### 6.3.3 宣传策略

## 第七章 个人护理用品连锁业物流体系

### 7.1 物流行业发展现状

#### 7.1.1 物流行业硬件配套情况

(1) 基础设施建设情况

1) 公路建设情况

2) 铁路建设情况

3) 航道建设情况

4) 机场建设情况

(2) 物流运输工具配套情况

(3) 其它配套设施情况

#### 7.1.2 物流行业发展情况

(1) 物流总额增幅及构成

(2) 物流总费用增幅及构成

(3) 物流总增加值增幅及贡献

(4) 物流固定资产投资增幅

(5) 物流企业经营与效益情况

#### 7.1.3 物流信息化的总体发展概况

(1) 物流信息化的发展现状分析

(2) 物流信息化主要应用技术

(3) 物流信息化的发展规模分析

(4) 物流信息化取得的成就分析

(5) 物流软件供应商的发展概况

## 7.2 零售业物流发展分析

### 7.2.1 零售业物流主要运作模式发展分析

- (1) 自营配送模式现状
- (2) 第三方物流模式现状
- (3) 供应商配送模式现状
- (4) 共同配送模式现状

### 7.2.2 零售业物流发展现状分析

- (1) 零售业物流配送规模分析
- (2) 零售业物流配送率分析

### 7.2.3 零售业物流信息化市场分析

- (1) 零售物流信息化存在的问题分析
- (2) 零售物流信息化建设的相关建议
- (3) 沃尔玛全球采购信息管理案例
- (4) 零售物流信息化发展前景展望

## 7.3 个人护理用品连锁业物流分析

### 7.3.1 个人护理用品连锁业供应链系统建设状况

- (1) 补货与订货系统建设状况
  - 1) 补货与订货系统软件应用
  - 2) 补货与订货系统效果分析
- (2) 仓库管理系统
  - 1) 仓库管理系统软件应用
  - 2) 仓库管理系统效果分析

### 7.3.2 个人护理用品连锁业配送方式分析

- (1) 第三方物流配送模式
- (2) 第三方物流配送优劣势

### 7.3.3 个人护理用品连锁业物流建设案例分析

- (1) 屈臣氏物流建设分析
- (2) 万宁物流建设分析

## 第八章 个人护理用品连锁业主要企业分析

### 8.1 个人护理用品连锁企业整体发展概况

#### 8.1.1 个人护理用品连锁业企业区域特征



### 8.1.2 个人护理用品连锁业企业规模特征

## 8.2 个人护理用品连锁业领先企业分析

### 8.2.1 广州屈臣氏个人用品商店有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

### 8.2.2 广东万宁商业连锁有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

### 8.2.3 统一康是美商业连锁（深圳）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

### 8.2.4 上海美家臣日用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析

- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.5 丝芙兰（上海）化妆品销售有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.6 莎莎国际控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.7 深圳市千色店商业连锁有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.8 河北保定市东大日化公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售网络分布

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业经营效益分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.9 广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售网络分布

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业经营效益分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.10 深圳市妍丽化妆品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售网络分布

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业经营效益分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.11 舒普玛(中国)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售网络分布

- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.12 美颜坊化妆品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.13 小资生活都市女性精品生活卖场经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

### 第九章 个人护理用品连锁业投融资分析和发展趋势 (ZY HT)

#### 9.1 个人护理用品连锁业投融资分析

##### 9.1.1 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

##### 9.1.2 个人护理用品连锁业投融资特征

#### 9.2 个人护理用品连锁业发展趋势与前景

##### 9.2.1 个人护理用品需求趋势预测

## 9.2.2 个人护理用品连锁业发展趋势

## 9.2.3 个人护理用品连锁业发展前景

图表目录：

图表1：个人护理用品连锁业供应链流程图

图表2：2012-2017年化妆品行业经营效益分析（单位：家，人，亿元，%）

图表3：2006-2017年化妆品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表4：2006-2017年化妆品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表5：2006-2017年化妆品行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表6：2006-2017年化妆品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表7：2003-2017年全国化妆品行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表8：2017年化妆品行业产业规模分析（单位：个，万人，亿元，%）

图表9：2017年化妆品行业产业规模分析（按经济类型划分）（单位：个，万人，亿元，%）

图表10：2017年化妆品行业产业规模分析（重点地区划分）（单位：个，万人，亿元，%）

图表11：2017年化妆品行业产销情况（单位：亿元，%）

图表12：2017年化妆品行业产销情况（按经济类型划分）（单位：亿元，%）

图表13：2017年化妆品行业产销情况（重点地区划分）（单位：亿元，%）

图表14：2012-2017年保健品行业经营效益分析（单位：家，人，亿元，%）

图表15：2006-2017年保健品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表16：2006-2017年保健品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表17：2006-2017年保健品行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表18：2006-2017年保健品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表19：2003-2017年全国保健品行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表20：2017年保健品行业产业规模分析（单位：个，万人，亿元，%）

图表21：2017年保健品行业产业规模分析（按经济类型划分）（单位：个，万人，亿元，%）

图表22：2017年保健品行业产业规模分析（重点地区划分）（单位：个，万人，亿元，%）

图表23：2017年保健品行业产销情况（单位：亿元，%）

图表24：2017年保健品行业产销情况（按经济类型划分）（单位：亿元，%）

图表25：2017年保健品行业产销情况（重点地区划分）（单位：亿元，%）

图表26：2012-2017年饮料行业经营效益分析（单位：家，人，亿元，%）

图表27：2006-2017年饮料行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表28：2006-2017年饮料行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表29：2006-2017年饮料行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表30：2006-2017年饮料行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/0061896AVY.html>