

宏观环境|2023年度个人护理用品连锁市场前景规划及投资风险研究报告

产品名称	宏观环境 2023年度个人护理用品连锁市场前景规划及投资风险研究报告
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

宏观环境|2023年度个人护理用品连锁市场前景规划及投资风险研究报告

报告目录

第1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）2023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）2023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）2023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）2023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）2023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）2023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2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3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劣势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行业企业扩张计划分析(1)**“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4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5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)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)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 售业自有品牌营销分析5.3.1 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 售业自有品牌差异化营销建设5.3.3 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 ***自有品牌发展(1)***自有品牌创建步骤(2)***自有品牌定位(3)***自有品牌规模(4)***自有品牌战略分析1)***自有品牌发展策略2)***自有品牌营销策略(5)***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6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 ***营销(1)***营销实施要素(2)***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7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 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 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 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)***物流建设分析(2)万宁物流建设分析第8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企业分析8.2.1广州***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)企业新发展动向分析第9章：个人护理用品连锁业投融资分析和发展趋势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)***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2：2019-2023年化妆品行业经营效益分析(单位：家，人，亿元，%)图表3：2020-2023年化妆品行业工业总产值及增长率走势(单位：亿元，%)图表4：2020-2023年化妆品行业产成品及增长率走势图(单位：亿元，%)图表5：2020-2023年化妆品行业销售产值及增长率变化情况(单位：亿元，%)图表6：2020-2023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7：2012-2023年全国化妆品行业产销率变化趋势图(单位：%)图表8：2023年化妆品行业产业规模分析(单位：个，万人，亿元，%)图表9：2023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10：2023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11：2023年化妆品行业产销情况(单位：亿元，%)图表12：2023年化妆品行业产销情况(按经济类型划分)(单位：亿元，%)图表13：2023年化妆品行业产销情况(重点地区划分)(单位：亿元，%)图表14：2019-2023年保健品行业经营效益分析(单位：家，人，亿元，%)图表15：2020-2023年保健品行业工业总产值及增长率走势(单位：亿元，%)图表16：2020-2023年保健品行业产成品及增长率走势图(单位：亿元，%)图表17：2020-2023年保健品行业销售产值及增长率变化情况(单位：亿元，%)图表18：2020-2023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19：2012-2023年全国保健品行业产销率变化趋势图(单位：%)图表20：2023年保健品行业产业规模分析(单位：个，万人，亿元，%)图表21：2023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22：2023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23：2023年保健品行业产销情况(单位：亿元，%)图表24：2023年保健品行业产销情况(按经济类型划分)(单位：亿元，%)图表25：2023年保健品行业产销情况(重点地区划分)(单位：亿元，%)图表26：2019-2023年饮料行业经营效益分析(单位：家，人，亿元，%)图表27：2020-2023年饮料行业工业总产值及增长率走势(单位：亿元，%)图表28：2020-2023年饮料行业产成品及增长率走势图(单位：亿元，%)图表29：2020-2023年饮料行业销售产值及增长率变化情况(单位：亿元，%)图表30：2020-2023年饮料行业销售收入及增长率变化趋势图(单位：亿元，%)图表31：2012-2023年全国饮料行业产销率变化趋势图(单位：%)图表32：2023年饮料行业产业规模分析(单位：个，万人，亿元，%)图表33：2023年饮料行业产业规模分析(按经济类型划分)(单位：个，万人，亿元，%)图表34：2023年饮料行业产业规模分析(重点地区划分)(单位：个，万人，亿元，%)图表35：2023年饮料行业产销情况(单位：亿元，%)图表36：2023年饮料行业产销情况(按经济类型划分)(单位：亿元，%)图表37：2023年饮料行业产销情况(重点地区划分)(单位：亿元，%)图表38：北京市化妆品产销规模(单位：万元，%)图表39：北京市肥皂及合成洗涤剂产销规模(单位：万元，%)图表40：北京市口腔清洁用品产销规模(单位：万元，%)图表41：天津市化妆品产销规模(单位：万元，%)图表42：天津市肥皂及合成洗涤剂产销规模(单位：万元，%)图表43：天津市口腔清洁用品产销规模(单位：万元，%)图表44：上海市化妆品产销规模(单位：万元，%)图表45：上海市肥皂及合成洗涤剂产销规模(

单位：万元，%) 图表46：上海市口腔清洁用品产销规模（单位：万元，%) 图表47：江苏省化妆品产销规模（单位：万元，%) 图表48：江苏省肥皂及合成洗涤剂产销规模（单位：万元，%) 图表49：江苏省口腔清洁用品产销规模（单位：万元，%) 图表50：福建省化妆品产销规模（单位：万元，%) 图表51：福建省肥皂及合成洗涤剂产销规模（单位：万元，%) 图表52：福建省口腔清洁用品产销规模（单位：万元，%) 图表53：浙江省化妆品产销规模（单位：万元，%) 图表54：浙江省肥皂及合成洗涤剂产销规模（单位：万元，%) 图表55：浙江省口腔清洁用品产销规模（单位：万元，%) 图表56：山东省化妆品产销规模（单位：万元，%) 图表57：山东省肥皂及合成洗涤剂产销规模（单位：万元，%) 图表58：山东省口腔清洁用品产销规模（单位：万元，%) 图表59：广东省化妆品产销规模（单位：万元，%) 图表60：广东省肥皂及合成洗涤剂产销规模（单位：万元，%)

、 、 、 、 、 、 、 、 、