

中国个人护理用品连锁市场竞争状况及前景模式分析报告2023-2029年

产品名称	中国个人护理用品连锁市场竞争状况及前景模式分析报告2023-2029年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国个人护理用品连锁市场竞争状况及前景模式分析报告2023-2029年【报告编号】：403240【出版时间】：2023年7月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元
免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

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****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) 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 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 ---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.....另有8家企业分析。第9章：个人护理用品连锁业投资分析和发展趋势9.1 个人护理用品连锁业投资分析9.1.1 个人护理用品连锁业投资案例(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3：2016-2023年化妆品行业工业总产值及增长率走势(单位：亿元，%) 图表4：2016-2023年化妆品行业产成品及增长率走势图(单位：亿元，%) 图表5：2016-2023年化妆品行业销售产值及增长率变化情况(单位：亿元，%) 图表6：2016-2023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15：2016-2023年保健品行业工业总产值及增长率走势(单位：亿元，%) 图表16：2016-2023年保健品行业产成品及增长率走势图(单位：亿元，%) 图表17：2016-2023年保健品行业销售产值及增长率变化情况(单位：亿元，%) 图表18：2016-2023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27：2016-2023年饮料行业工业总产值及增长率走势(单位：亿元，%) 图表28：2016-2023年饮料行业产成品及增长率走势图(单位：亿元，%) 图表29：2016-2023年饮料行业销售产值及增长率变化情况(单位：亿元，%) 图表30：2016-2023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，%）