

2023-2029年中国个人护理用品连锁行业市场研究 分析及竞争战略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2023-2029年中国个人护理用品连锁行业市场研究分析及竞争战略分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/1127783.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2023-2029年中国个人护理用品连锁行业市场研究分析及竞争战略分析报告》共十章。首先介绍了个人护理用品连锁行业市场发展环境、个人护理用品连锁整体运行态势等，接着分析了个人护理用品连锁行业市场运行的现状，然后介绍了个人护理用品连锁市场竞争格局。随后，报告对个人护理用品连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了个人护理用品连锁行业发展趋势与投资预测。您若想对个人护理用品连锁产业有个系统的了解或者想投资个人护理用品连锁行业，本报告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 个人护理用品连锁行业发展综述

第一节 个人护理用品连锁行业相关概念概述

- 一、个人护理用品行业界定
- 二、个人护理用品连锁业界定
- 三、个人护理用品连锁店与化妆品店的区别

第二节 中国个人护理用品连锁行业经济指标分析

第三节 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
- 二、保健品行业运行情况
- 三、饮料行业运行情况
- 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

第四节 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

第二章 个人护理用品连锁行业市场环境及影响分析

第一节 个人护理用品连锁行业政治法律环境

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、个人护理用品连锁行业相关标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

一、个人护理用品连锁产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、个人护理用品连锁产业发展对社会发展的影响

四、技术环境对行业的影响

第三章 中国个人护理用品连锁行业经营情况分析

第一节 个人护理用品连锁行业发展概况分析

一、行业发展历程回顾

二、行业发展特点分析

第二节 个人护理用品连锁行业供给态势分析

一、2018-2022年中国个人护理用品连锁行业企业数量分析

二、个人护理用品连锁行业企业所有制结构分析

三、个人护理用品连锁行业企业注册资本情况

四、个人护理用品连锁行业企业区域分布情况

第三节 个人护理用品连锁行业消费态势分析

一、2018-2022年中国个人护理用品连锁行业消费情况

二、2018-2022年中国个人护理用品连锁行业消费区域分布

第四节 个人护理用品连锁行业消费价格水平分析

第四章 个人护理用品连锁业自有品牌发展

第一节 零售业自有品牌的概述

- 一、零售业自有品牌定义
- 二、零售业自有品牌发展阶段
- 三、零售业自有品牌分类
- 四、零售业自有品牌生产方式
- 五、零售业自有品牌创建条件
- 六、零售业自有品牌优势
- 七、零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 零售业自有品牌市场分析
 - 一、国外零售业自有品牌发展现状
 - 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
 - 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
 - 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
- 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
 - 二、万宁自有品牌发展
 - 三、丝芙兰自有品牌发展

第五章 个人护理用品连锁业营销与管理

第一节 个人护理用品连锁业管理体系

一、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

二、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

三、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

四、办公室管理

五、店面督导管理

- 1、巡店管理
- 2、神秘顾客管理

第二节 个人护理用品连锁业营销体系

一、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

二、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

三、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

四、积分营销

- 1、积分营销实施要素
- 2、积分营销效果分析

五、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

六、换购策略

1、换购策略实施要素

2、换购策略效果分析

七、公关营销

1、公关营销实施要素

2、公关营销效果分析

第三节 个人护理用品连锁业营销策略

一、产品策略

二、价格策略

三、宣传策略

第六章 个人护理用品连锁业物流体系

第一节 物流行业发展现状

一、物流行业硬件配套情况

1、基础设施建设情况

2、物流运输工具配套情况

3、其它配套设施情况

二、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

三、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

第二节 零售业物流发展分析

一、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

二、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

三、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

第三节 个人护理用品连锁业物流分析

一、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

2、仓库管理系统

二、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

三、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

第七章 2018-2022年个人护理用品连锁行业各区域市场概况

第一节 华北地区个人护理用品连锁行业分析

一、华北地区区域要素及经济运行态势分析

二、2018-2022年华北地区需求市场情况

三、2023-2029年华北地区需求趋势预测

第二节 东北地区个人护理用品连锁行业分析

一、东北地区区域要素及经济运行态势分析

二、2018-2022年东北地区需求市场情况

三、2023-2029年东北地区需求趋势预测

第三节 华东地区个人护理用品连锁行业分析

一、华东地区区域要素及经济运行态势分析

二、2018-2022年华东地区需求市场情况

三、2023-2029年华东地区需求趋势预测

第四节 华中地区个人护理用品连锁行业分析

一、华中地区区域要素及经济运行态势分析

二、2018-2022年华中地区需求市场情况

三、2023-2029年华中地区需求趋势预测

第五节 华南地区个人护理用品连锁行业分析

一、华南地区区域要素及经济运行态势分析

二、2018-2022年华南地区需求市场情况

三、2023-2029年华南地区需求趋势预测

第六节 西部地区个人护理用品连锁行业分析

一、西部地区区域要素及经济运行态势分析

二、2018-2022年西部地区需求市场情况

三、2023-2029年西部地区需求趋势预测

第八章 2022年中国个人护理用品连锁行业竞争格局分析

第一节 个人护理用品连锁行业竞争格局

一、行业品牌竞争格局

二、区域集中度分析

第二节 个人护理用品连锁行业五力竞争分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 个人护理用品连锁行业壁垒分析

一、人才壁垒

二、经营壁垒

三、品牌壁垒

第四节 个人护理用品连锁行业竞争力提升策略

第九章 个人护理用品连锁行业领先企业经营形势分析

第一节 广州屈臣氏个人用品商店有限公司

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

第二节 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

第三节 统一康是美商业连锁（深圳）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

第四节 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

第五节 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

第六节 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

第七节 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

第八节 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

第九节 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

第十节 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

第十章 2023-2029年中国个人护理用品连锁行业发展前景预测

第一节 2023-2029年中国个人护理用品连锁行业发展趋势预测

一、个人护理用品连锁行业发展驱动因素分析

二、个人护理用品连锁行业发展制约因素分析

三、个人护理用品连锁行业需求前景预测

第二节 个人护理用品连锁行业研究结论及建议

一、个人护理用品连锁行业研究结论

二、行业发展策略建议

三、行业投资方向建议

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1127783.html>