

# 2020-2026年中国个人护理 用品连锁行业分析与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

# 一、报告报价

《2020-2026年中国个人护理用品连锁行业分析与投资方向研究报告》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.cction.com/report/202003/157583.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

报告目录：

第一部分产业环境透视

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 最近3-5年中国个人护理用品连锁行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

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 我国个人护理用品连锁行业发展状况分析

##### 一、我国个人护理用品连锁行业发展阶段

##### 二、我国个人护理用品连锁行业发展总体概况

##### 三、我国个人护理用品连锁行业发展特点分析

##### 四、个人护理用品连锁行业运营模式分析

#### 第二节 2015-2019年个人护理用品连锁行业发展现状

##### 一、2015-2019年我国个人护理用品连锁行业市场规模

###### 1、行业营收规模

###### 2、行业利润规模

##### 二、2015-2019年我国个人护理用品连锁行业发展分析

###### 1、各地个人护理用品连锁行业发展情况

## 2、个人护理用品连锁行业集中度分析

## 三、2015-2019年中国个人护理用品连锁企业发展分析

### 1、我国个人护理用品连锁企业特点分析

### 2、中外个人护理用品连锁企业对比分析

### 3、我国重点个人护理用品连锁企业发展动态

## 第三节 2015-2019年个人护理用品连锁市场情况分析

### 一、2015-2019年中国个人护理用品连锁市场总体概况

### 二、2015-2019年中国个人护理用品连锁产品市场发展分析

## 第四章我国个人护理用品连锁所属行业整体运行指标分析

### 第一节 2015-2019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 2015-2019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

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

### 第三节 我国个人护理用品连锁市场供需分析

#### 一、2015-2019年我国个人护理用品连锁行业供给情况

##### 1、我国个人护理用品连锁行业供给分析

##### 2、我国个人护理用品连锁行业投资规模分析

##### 3、重点市场占有份额

#### 二、2015-2019年我国个人护理用品连锁行业需求情况

##### 1、个人护理用品连锁行业需求市场

##### 2、个人护理用品连锁行业客户结构

##### 3、个人护理用品连锁行业需求的地区差异

#### 三、2015-2019年我国个人护理用品连锁行业供需平衡分析

## 第三部分市场全景调研

## 第五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

##### 1、自有品牌分析

##### 2、独家代理分析

#### 四、零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、零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、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

##### 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、丝芙兰自有品牌发展战略
- 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

### 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

## 第七章 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、零售业物流信息化存在的问题分析

#### 2、零售业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、零售业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

## 第四部分竞争格局分析

### 第八章个人护理用品连锁业重点区域分析

#### 第一节 华北地区个人护理用品连锁业分析

##### 一、华北地区经济与消费环境

###### 1、北京市经济环境分析

###### 2、天津市经济环境分析

##### 二、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

#### 第二节 华东地区个人护理用品连锁业分析

##### 一、华东地区经济与消费环境

###### 1、上海市经济环境分析

###### 2、江苏省经济环境分析

###### 3、福建省经济环境分析

###### 4、浙江省经济环境分析

###### 5、山东省经济环境分析

##### 二、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

#### 第三节 华南地区个人护理用品连锁业分析

##### 一、华南地区经济与消费环境

###### 1、广东省经济环境分析

###### 2、海南省经济环境分析

##### 二、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

#### 第四节 西南地区个人护理用品连锁业分析

##### 一、西南地区经济与消费环境

###### 1、四川省经济环境分析

## 2、重庆市经济环境分析

## 二、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

## 第九章 2015-2019年个人护理用品连锁行业竞争形势及策略

### 第一节 行业总体市场竞争状况分析

#### 一、个人护理用品连锁行业竞争结构分析

##### 1、现有企业间竞争

##### 2、潜在进入者分析

##### 3、替代品威胁分析

##### 4、供应商议价能力

##### 5、客户议价能力

##### 6、竞争结构特点总结

#### 二、个人护理用品连锁行业企业间竞争格局分析

#### 三、个人护理用品连锁行业集中度分析

#### 四、个人护理用品连锁行业SWOT分析

### 第二节 中国个人护理用品连锁行业竞争格局综述

#### 一、个人护理用品连锁行业竞争概况

#### 二、中国个人护理用品连锁行业竞争力分析

#### 三、中国个人护理用品连锁竞争力优势分析

#### 四、个人护理用品连锁行业主要企业竞争力分析

### 第三节 2015-2019年个人护理用品连锁行业竞争格局分析

#### 一、2015-2019年国内外个人护理用品连锁竞争分析

#### 二、2015-2019年我国个人护理用品连锁市场竞争分析

#### 三、2015-2019年我国个人护理用品连锁市场集中度分析

#### 四、2020-2026年国内主要个人护理用品连锁企业动向

### 第四节 个人护理用品连锁市场竞争策略分析

## 第十章 2015-2019年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

### 第五部分发展前景展望

#### 第十一章 2020-2026年个人护理用品连锁行业前景及趋势预测

##### 第一节 2020-2026年个人护理用品连锁市场发展前景

一、2020-2026年个人护理用品连锁市场发展潜力

二、2020-2026年个人护理用品连锁市场发展前景展望

三、2020-2026年个人护理用品连锁细分行业发展前景分析

##### 第二节 2020-2026年个人护理用品连锁市场发展趋势预测

一、2020-2026年个人护理用品连锁行业发展趋势

二、2020-2026年个人护理用品连锁市场规模预测

1、个人护理用品连锁行业市场规模预测

2、个人护理用品连锁行业营业收入预测

三、2020-2026年个人护理用品连锁行业应用趋势预测

四、2020-2026年细分市场发展趋势预测

##### 第三节 2020-2026年中国个人护理用品连锁行业供需预测

- 一、2020-2026年中国个人护理用品连锁行业供给预测
- 二、2020-2026年中国个人护理用品连锁企业数量预测
- 三、2020-2026年中国个人护理用品连锁投资规模预测
- 四、2020-2026年中国个人护理用品连锁行业需求预测
- 五、2020-2026年中国个人护理用品连锁行业供需平衡预测

#### 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

### 第十二章 2020-2026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

#### 第二节 2020-2026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 2020-2026年个人护理用品连锁行业投资风险及防范

- 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

## 第六部分发展战略研究

### 第十三章 2020-2026年个人护理用品连锁行业面临的困境及对策

#### 第一节 2019年个人护理用品连锁行业面临的困境

#### 第二节 个人护理用品连锁企业面临的困境及对策

- 一、重点个人护理用品连锁企业面临的困境及对策
- 二、中小个人护理用品连锁企业发展困境及策略分析
- 三、国内个人护理用品连锁企业的出路分析

#### 第三节 中国个人护理用品连锁行业存在的问题及对策

- 一、中国个人护理用品连锁行业存在的问题
- 二、个人护理用品连锁行业发展的建议对策
- 三、市场的重点客户战略实施

##### 1、实施重点客户战略的必要性

##### 2、合理确立重点客户

##### 3、重点客户战略管理

##### 4、重点客户管理功能

#### 第四节 中国个人护理用品连锁市场发展面临的挑战与对策

- 一、中国个人护理用品连锁市场发展面临的挑战
- 二、中国个人护理用品连锁市场发展对策分析

### 第十四章 个人护理用品连锁行业发展战略研究

#### 第一节 个人护理用品连锁行业发展战略研究

- 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战略研究

- 一、2019年个人护理用品连锁行业投资战略
- 二、2020-2026年个人护理用品连锁行业投资战略
- 三、2020-2026年细分行业投资战略

## 第十五章 研究结论及发展建议

### 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发展建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

## 部分图表目录：

图表：2015-2019年我国个人护理用品连锁行业相关专利

图表：2015-2019年个人护理用品连锁设备行业经营效益分析

图表：2015-2019年中国个人护理用品连锁行业盈利能力分析

图表：2015-2019年中国个人护理用品连锁行业运营能力分析

图表：2015-2019年中国个人护理用品连锁行业偿债能力分析

图表：2015-2019年中国个人护理用品连锁行业发展能力分析

图表：2020-2026年个人护理用品连锁行业市场规模预测

图表：2020-2026年个人护理用品连锁行业营业收入预测

图表：2020-2026年中国个人护理用品连锁行业供给预测

图表：2020-2026年中国个人护理用品连锁投资规模预测

图表：2020-2026年中国个人护理用品连锁企业数量预测

图表：2020-2026年中国个人护理用品连锁行业需求预测

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202003/157583.html>