

2021-2026年中国日用品零售行业投资分析及发展战略研究咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国日用品零售行业投资分析及发展战略研究咨询报告》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.huaon.com/channel/business/655929.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

近年来，随着我国居民人均可支配收入的增长，我国零售市场规模增长迅速，据统计，2019年中国零售市场规模达到41.2万亿元，同比增长8.1%；预计2024年中国零售市场规模达53.5万亿元，2020-2024年CAGR为6.0%；

2015-2024年我国零售市场规模及增长

我国零售市场细分市场中，日用零售市场是我国所有零售细分市场增速最快的，据统计，2019年中国日用零售市场规模3.7万亿元，同比增长8.8%；预计2024年市场规模有望达到5.4万亿元，2020-2024CAGR为10.8%。

2015-2024年我国日用零售市场规模及增长

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：

第一部分 产业环境透视

第一章 日用品零售行业发展概述

第一节 日用品零售行业的相关概述

一、日用品零售行业的基本概念

二、日用品零售行业模式的发展

三、日用品零售行业营销的特点

四、日用品零售行业的优势分析

五、日用品零售行业模式的多元化

第二节 日用品零售行业营销模式分析

一、百货公司

二、超市

三、便利店、折扣店

四、大型购物中心与大卖场

五、无店铺日用品零售

第三节 日用品零售行业营销主要方式

一、体验营销

二、直复营销

三、情感营销

四、数据库营销

第四节 日用品零售行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、与上下游行业之间的关联性
- 三、行业产业链上游发展现状及影响分析
- 四、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章 中国日用品零售行业发展环境分析

第一节 全球经济环境分析

- 一、全球宏观经济形势
- 二、全球贸易环境
- 三、全球经济环境对行业发展的影响

第二节 中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况分析
- 二、消费价格指数CPI、PPI分析
- 三、全国居民收入情况解读
- 四、社会消费品日用品零售总额分析
- 五、工业发展形势走势
- 六、固定资产投资状况分析
- 七、对外贸易进出口分析
- 八、宏观经济环境对行业的影响

第三节 社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育情况分析
- 三、文化环境分析
- 四、中国城镇化率
- 五、生态环境分析
- 六、居民消费观念和习惯分析
- 七、社会环境对行业的影响

第四节 政策环境分析

- 一、行业政策法规
- 二、行业监管体制
- 三、行业未来规划

第二部分 行业深度分析

第三章 中国日用品零售所属行业运行现状分析

第一节 中国日用品零售所属行业发展现状分析

一、行业发展阶段

二、行业发展总体概况

三、行业发展特点分析

四、行业发展存在的问题分析

五、行业问题解决建议

第二节 2016-2020年日用品零售所属行业市场运行现状调研

一、行业市场规模分析

二、行业资产规模分析

三、行业市场发展特点

第三节 2016-2020年日用品零售所属行业经营状况分析

一、行业销售量

二、行业销售额

三、行业利润总额

第四节 2016-2020年中国日用品零售所属行业企业分析

一、企业数量变化分析

二、不同规模企业结构分析

三、不同所有制企业结构分析

四、从业人员数量分析

第五节 我国日用品零售市场价格走势分析

一、日用品零售市场定价机制组成

二、日用品零售市场价格影响因素

三、日用品零售价格走势分析

四、2021-2026年日用品零售价格走势预测分析

第四章 我国日用品市场供需分析

第一节 日用品行业发展概述

一、日用品行业发展现状调研

二、日用品市场发展特点

三、日用品市场结构分析

第二节 影响日用品行业需求的因素

一、政策因素

二、出行增多

三、人口增长

第三节 日用品行业供给能力分析

一、我国日用品产值规模分析

二、我国日用品产品产量结构分析

第四节 日用品行业需求分析

- 一、我国日用品需求规模预测分析
- 二、我国日用品需求功能及结构变化

第三部分 市场全景调研

第五章 中国日用品商超零售市场分析

第一节 中国日用品专柜渠道分析

一、日用品专柜发展现状调研

- 1、渠道概况
- 2、品牌分析
- 3、进入壁垒
- 4、成本构成
- 5、收益分析

二、日用品专柜行业发展新趋势预测分析

三、日用品专柜的运营策略探讨

- 1、日用品专柜运营类型
- 2、日用品专柜服务升级

四、重点地区日用品专柜发展分析

- 1、一线城市日用品专柜发展分析
- 2、二三线城市日用品专柜发展分析

五、日用品专柜陈列分析

1、日用品分类陈列原则

2、主要位置陈列方法与相关要求

1、橱窗陈列方法与相关要求

2、收银台陈列方法与相关要求

3、卖场货架陈列方法与相关要求

4、端头货架陈列方法与相关要求

5、柜台陈列方法与相关要求

6、花车、堆头陈列方法与相关要求

7、专柜陈列方法与相关要求

8、柱子陈列方法与相关要求

9、与陈列相关的各类标示要求

3、商品陈列的技巧

1、季节性陈列技巧

2、主题商品陈列技巧

4、商品陈列步骤与规范

- 1、商品陈列的步骤
- 2、货架商品陈列的基本规范
- 5、商品陈列的注意事项
- 六、日用品专柜发展的前景剖析
- 七、部分品牌专柜动态

- 1、CHANEL专柜动向
- 2、LaPrairie专柜动向
- 3、FANCL专柜动向
- 4、雅诗兰黛专柜动向
- 5、艾诗缇专柜动向
- 6、ORBIS专柜动向

第二节 中国日用品超市、便利店渠道分析

一、中国日用品超市、便利店市场发展现状调研

- 1、渠道概况
- 2、品牌分析
- 3、进入壁垒
- 4、成本构成
- 5、收益分析

二、日用品超市、便利店行业发展新趋势预测分析

三、日用品超市、便利店的运营策略探讨

四、日用品超市、便利店发展前景剖析

第六章 中国日用品专营店零售市场分析

第一节 中国日用品专营店市场发展现状调研

- 一、渠道概况
- 二、品牌分析
- 三、进入壁垒
- 四、成本构成
- 五、收益分析

1、日用品专营店利润下降因素分析

2、日用品专营店现有盈利分析

3、日用品专营店的核心盈利点

第二节 日用品专营店行业发展新趋势预测分析

第三节 日用品专营店的运营策略探讨

一、日用品专营店运营管理

二、日用品专营店推广分析

第四节 日用品专营店发展动态

- 一、屈臣氏
- 二、民生
- 三、完美
- 四、安利

第五节 日用品专营店发展前景剖析

- 一、日用品专营店进入行业洗牌阶段
- 二、商超下沉形成挤出效应
- 三、日用品专营店战略性“圈地”加速

第六节 专营店加盟连锁模式分析

- 一、加盟连锁模式概念
- 二、加盟连锁模式的优、缺点

第七章 中国日用品零售直销模式分析

第一节 日用品直销的概述

- 一、直营连锁模式概念
- 二、直营连锁模式的优、缺点

第二节 日用品直销发展新趋势及问题

- 一、日用品直销企业“反周期”规律深度思考
- 二、日用品直销模式的巨头雅芳在华遭受挫
- 三、中国日用品直销发展存在的瓶颈
- 四、我国日用品直销行业发展趋势预测分析
 - 1、行业盘整是必然趋势预测分析
 - 2、我国日用品网上直销成主流趋势预测分析

第八章 中国日用品电商零售模式分析

第一节 日用品电子商务应用方式分析

- 一、企业网上宣传
- 二、网上市场调研
- 三、网络分销联系
- 四、网上直接销售
- 五、网上营销集成

第二节 中国日用品电子商务渠道销售规模

- 一、日用品网购市场规模
- 二、日用品网购市场特征

第三节 日用品电子商务平台运营分析

- 一、借助第三方平台

二、建设独立的自有平台

第四节 日用品电子商务渠道劣势分析

一、三方平台

二、自有平台

第五节 日用品电子商务渠道优势分析

一、三方平台

二、自有平台

三、传统渠道电子商务渠道关联分析

1、利好关联

2、不利关联

3、解决方案

第六节 日用品网购市场发展动向

一、2020年热门行业品牌网络广告投放

二、2020年时尚网站行业数据

三、2020年化妆护肤品网络广告投放费用

四、2020年化妆护肤品网络广告投放媒体类别

五、2020年化妆及卫生用品品牌网络广告投放规模

六、蝶恋花高端护肤品进军电商领域

七、CE本草淘宝旗舰店开业

第四部分 行业竞争格局

第九章 日用品零售行业区域市场分析

第一节 华北地区

一、华北日用品零售行业发展概况

二、华北日用品市场需求规模

三、华北日用品主要零售产品结构

四、华北日用品零售行业市场规模

五、华北日用品零售行业发展前景预测

第二节 东北地区

一、东北日用品零售行业发展概况

二、东北日用品市场需求规模

三、东北日用品主要零售产品结构

四、东北日用品零售行业市场规模

五、东北日用品零售行业发展前景预测

第三节 华中地区

一、华中日用品零售行业发展概况

- 二、华中日用品市场需求规模
- 三、华中日用品主要零售产品结构
- 四、华中日用品零售行业市场规模
- 五、华中日用品零售行业发展前景预测

第四节 华东地区

- 一、华东日用品零售行业发展概况
- 二、华东日用品市场需求规模
- 三、华东日用品主要零售产品结构
- 四、华东日用品零售行业市场规模
- 五、华东日用品零售行业发展前景预测

第五节 华南地区

- 一、华南日用品零售行业发展概况
- 二、华南日用品市场需求规模
- 三、华南日用品主要零售产品结构
- 四、华南日用品零售行业市场规模
- 五、华南日用品零售行业发展前景预测

第六节 西北地区

- 一、西北日用品零售行业发展概况
- 二、西北日用品市场需求规模
- 三、西北日用品主要零售产品结构
- 四、西北日用品零售行业市场规模
- 五、西北日用品零售行业发展前景预测

第七节 西南地区

- 一、西南日用品零售行业发展概况
- 二、西南日用品市场需求规模
- 三、西南主要零售产品结构
- 四、西南日用品零售行业市场规模
- 五、西南日用品零售行业发展前景预测

第十章 日用品零售行业竞争分析

第一节 行业五力模型分析

- 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

第二节 行业SWOT分析

- 一、行业发展优势
- 二、行业发展劣势
- 三、行业发展机会
- 四、行业发展威胁

第三节 日用品零售行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第四节 中国日用品零售行业竞争格局综述

- 一、行业品牌竞争格局
- 二、行业企业竞争格局
- 三、行业产品竞争格局

第十一章 日用品零售行业领先企业分析

第一节 大商股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第二节 广州友谊集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三节 王府井集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第四节 广州市广百股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第五节 上海百联集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第六节 名创优品（广州）有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

据统计，2019年（自然年）名创优品GMV达190亿元人民币。名创优品是2019年全球GMV最高的品牌零售商，也是覆盖国家/地区数最多的日用零售商。FY2020名创优品实现收入89.8亿元，同比减少4.4%。收入减少主要是因为疫情造成的商店停业、营业时间减少、物流终止等不利因素影响正常经营。至2020年6月，仍有20%+的海外门店处于关闭状态。

2019-2020年名创优品营业收入及增长

三、企业经营优劣势分析

第七节 长春欧亚集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节 重庆百货大楼股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节 中百控股集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十节 山东银座商城股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五部分 投资发展前景

第十二章 2021-2026年日用品零售行业投资发展前景

第一节 中国日用品零售行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利模式分析

三、影响行业的盈利因素分析

第二节 2021-2026年日用品零售行业投资机会分析

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

第三节 2021-2026年日用品零售行业发展前景预测分析

一、2021-2026年日用品零售行业销售规模预测分析

二、2021-2026年日用品零售企业数量预测分析

第四节 中国日用品零售行业投资风险

一、行业政策险

二、行业关联产业风险

三、行业技术风险

四、行业其他风险

第十三章 日用品零售行业投资发展战略研究

第一节 日用品零售行业竞争战略研究

一、成本领先战略（AK LZX）

二、蓝海战略

三、差异化战略

四、品牌经营战略

五、目标集聚战略

六、成本领先和目标集聚混合战略

第二节 对我国日用品零售行业品牌的战略思考

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 日用品零售行业投资战略及建议

一、2021-2026年企业投资战略

二、2021-2026年行业投资方式建议

三、2021-2026年行业投资方向建议

图表目录：

图表日用品零售行业产品的分类结构

图表日用品零售行业成长周期图

图表2020年GDP初步核算数据

图表GDP环比和同比增长速度

图表2016-2020年我国GDP季度累计增长图

图表2016-2020年我国消费价格指数增长趋势图

图表2020年我国居民人均收入状况分析

图表2016-2020年我国居民恩格尔系数状况分析

图表2020年我国居民可支配收入状况分析

图表2020年我国对外贸易进出口状况分析

图表日用品零售行业全球市场规模

图表2020年日用品零售行业区域集中度

图表2020年日用品零售行业企业集中度

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/business/655929.html>