

中国日用品零售行业发展分析与发展趋势预测研究报告(2026-2031版)

报告简介

据国家统计局数据显示，12月份，社会消费品零售总额40566亿元，同比增长4.6%，增速比上月回落0.4个百分点。其中，除汽车以外的消费品零售额35695亿元，增长4.4%。2020年，社会消费品零售总额391981亿元，比上年下降3.9%。其中，除汽车以外的消费品零售额352566亿元，下降4.1%。

从日用品类零售情况来看，2020年12月份全国日用品类零售额达661亿元，与去年同期相比增长8%。1-12月，全国日用品类零售额达6504亿元，同比增长7.5%。

目前，洗涤用品行业异常激烈的市场竞争导致企业的引力能力下降。从目前的形势来看，低碳将是洗涤用品企业实现可持续发展的必由之路，向低碳经济转型已经成为世界经济发展的大趋势。国际上，上世纪80年代初发达国家就已经开始推进洗涤剂浓缩化和液洗化的进程。与发达国家相比，我国生产的洗涤用品普遍存在活性物含量低、非有效成分含量高以及浓缩化、液体化产品比例低等问题。随着全球低碳时代的到来，国内洗涤剂工业与全球洗涤剂市场也在接轨。展望未来，中国洗涤用品行业将以液体化、浓缩化和绿色安全为主基调。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国百货商业协会、中国洗涤用品工业协会、中国日用杂品工业协会、51行业报告网、中国海关总署全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国日用品零售行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国日用品零售行业发展状况和特点，以及中国日用品零售行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球日用品零售行业发展态势作了详细分析，并对日用品零售行业进行了趋向研判，是日用品零售行业生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前日用品零售行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

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、固定资产投资情况

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 中国日用品零售行业运行现状分析

第一节 中国日用品零售行业发展现状分析

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 2021-2026年用品零售行业市场运行现状

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 2021-2026年用品零售行业经营情况

一、行业销售量

二、行业销售额

三、行业利润总额

第四节 2021-2026年中国日用品零售行业企业分析

- 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 中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、2026-2031年日用品零售价格走势预测

第四章 中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
- 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、中国日用品产值规模分析
- 二、中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、中国日用品需求规模预测

二、中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

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

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
- 、花车、堆头陈列方法与相关要求
- 、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

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

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

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

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、中国日用品直销行业发展趋势

1、行业盘整是必然趋势

2、中国日用品网上直销成主流趋势

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、热门行业品牌网络广告投放

二、时尚网站行业数据

三、化妆护肤品网络广告投放费用

四、化妆护肤品网络广告投放媒体类别

五、化妆及卫生用品品牌网络广告投放规模

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分析

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分析

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分析

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分析

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分析

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分析

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分析

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、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第二节 广州友谊集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第三节 王府井集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第四节 广州市广百股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第五节 上海百联集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第六节 合肥百货大楼集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第七节 长春欧亚集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第八节 重庆百货大楼股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第九节 中百控股集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第十节 山东银座商城股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业业务结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营模式分析

五、企业线上运营现状

六、企业最新发展动态

第五部分 投资发展前景

第十二章 2026-2031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 2026-2031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 2026-2031年日用品零售行业发展前景预测

一、2026-2031年日用品零售行业销售规模预测

二、2026-2031年日用品零售企业数量预测

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

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 对中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、2026-2031年企业投资战略

二、2026-2031年行业投资方式建议

三、2026-2031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：2021-2026年gdp初步核算数据

图表：gdp环比和同比增长速度

图表：中国gdp季度累计增长图

图表：中国消费价格指数增长趋势图

图表：2021-2026年中国居民人均收入情况

图表：2021-2026年中国居民恩格尔系数情况

图表：2021-2026年中国居民可支配收入情况

图表：2021-2026年中国对外贸易进出口情况

图表：日用品零售行业全球市场规模

图表：2021-2026年用品零售行业区域集中度

图表：2021-2026年用品零售行业企业集中度

图表：2021-2026年用品零售行业市场集中度

图表：2021-2026年行业产品零售市场结构

图表：2021-2026年用品零售行业企业数量

图表：2026-2031年日用品零售行业市场规模预测

图表：2026-2031年日用品零售行业销售收入预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：216487

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20210701/216487.shtml>

在线订购：[点击这里](#)