

中国快速消费品行业发展分析及发展趋势与投资前景预测报告(2026-2031版)

报告简介

伴随着零售革命的到来,

消费品市场发展趋势以及形态格局发生了翻天覆地的变化,电商与传统零售之间的界限逐渐消散,

各种新技术新概念和新模式不断应运而生。京东物流华南区域分公司总经理陈岩磊表示,未来线上线下的融合是所有人都认同的大势所趋,

线上线下的界限将不再是非黑即白的判断题。在消费流通领域大变革的背景下,要在这场变革中脱颖而出,就要有兼顾成本、效率、体验的零售基础设施作为支撑,而供应链是其中的重要组成部分。

快速消费品行业有着其独有的特点:市场需求量大、市场开发早、进入技术门槛低、产品同质化程度高、市场竞争激烈,因而,快速消费品行业成了中国市场化最早、市场化程度最高的行业,其20年的营销发展与变革的过程,也是中国市场化进程甚至改革开放全局的一个缩影。上榜的中国十大世界级品牌当中,来自快速消费品行业的品牌占据了半壁河山。在大多数国人看来,经过二十多年风雨的历练,中国的快速消费品行业已经拥有了诸多世界级品牌。

在疫情爆发前,快速消费品公司经历了连续5年的高端化进程,不断上涨的平均售价是很多品类和不同渠道销售额增长的一大推手。然而,这一境况在2020年发生了转变,报告指出,2020年,快消品稳步高端化的进程被打断,报告指出,“消费者信心是平均售价恢复普遍上涨和回归高端化的关键。2021年一季度消费品平均售价下跌1%,销售额增长了1.6%。报告表示,这说明销量是推动销售额增长的主要因素,而购物频率的恢复刺激了销量增长。但快速消费品在2021年前四个月的低迷表现说明未来还有很多不确定因素。零星疫情的爆发不断导致购物者行为更加谨慎,全球疫情还未完全结束,快速消费品的全面复苏也会比较缓慢。

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、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国百货商业协会、51行业报告网、

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，对中国快速消费品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、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了中国快速消费品行业发展状况和特点，以及中国快速消费品行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球快速消费品行业发展态势作了详细分析，并对快速消费品行业进行了趋向研判，是快速消费品开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前快速消费品业发展动态，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 中国快速消费品行业发展综述

第一节 快速消费品行业概述

- 一、快速消费品定义
- 二、快速消费品的属性
- 三、快速消费品与其他类型消费品的比较
- 四、快速消费品行业的分类
 - 1、个人护理品行业
 - 2、家庭护理品行业
 - 3、包装食品饮料行业
 - 4、烟酒行业

第二节 快速消费品行业产业链分析

- 一、快速消费品行业所处产业链简介
- 二、快速消费品行业产业链上游分析
- 三、快速消费品行业产业链下游分析

第二章 中国快速消费品行业发展环境分析

第一节 快速消费品行业政策环境分析

一、快速消费品行业监管体系

二、快速消费品行业法律规划

第二节 快速消费品行业经济环境分析

一、过去五年中国经济发展速度

二、2021-2026年固定资产投资情况

三、疫情影响下的全球及中国经济形势

四、2021-2026年中国经济发展形势分析

第三节 快速消费品行业技术环境分析

一、快速消费品行业专利申请数分析

二、快速消费品行业专利申请人分析

三、快速消费品行业热门专利技术分析

第四节 快速消费品行业消费环境分析

一、快速消费品行业消费态度调查

二、快速消费品行业消费驱动分析

三、快速消费品行业消费需求特点

四、快速消费品行业消费群体分析

五、快速消费品行业消费行为分析

六、快速消费品行业消费关注点分析

第二部分 行业深度分析

第三章 中国快速消费品行业市场发展现状分析

第一节 快速消费品行业发展概况

一、快速消费品行业发展现状

二、快速消费品行业发展特点

三、快速消费品行业发展前景

第二节 快速消费品行业供需状况分析

一、快速消费品行业供给状况分析

二、快速消费品行业需求状况分析

三、快速消费品行业整体供需平衡分析

第三节 快速消费品行业进出口市场分析

一、快速消费品行业进出口综述

二、快速消费品行业进口市场分析

三、快速消费品行业出口市场分析

四、快速消费品行业进出口前景预测

第四章 中国快速消费品行业整体运行指标分析

第一节 2021-2026年中国快速消费品行业总体规模分析

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 2021-2026年中国快速消费品行业产销情况分析

一、中国快速消费品行业工业总产值

二、中国快速消费品行业工业销售产值

三、中国快速消费品行业产销率

第三节 2021-2026年中国快速消费品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

第三部分 市场全景调研

第五章 快速消费品销售与电子商务融合发展分析

第一节 快速消费品电子商务相关概述

第二节 快速消费品电子商务四大应用领域

第三节 国外快速消费品电子商务发展分析

一、国外快速消费品流通现状分析

二、直播电商渠道快消品销售额超580亿元

三、国外快速消费品电子商务分析

四、国外快速消费品电商竞争格局

第四节 国内外快速消费品电子商务b2b模式分析

一、快速消费品电子商务b2b模式分析

1、快速消费品电子商务b2b模式相关概述

2、中国快速消费品电子商务b2b发展现状

3、国外快速消费品电子商务b2b模式分析

4、中国快速消费品电子商务b2b模式分析

5、中国快速消费品电子商务b2b可选模式

二、中国快速消费品电子商务b2c模式分析

1、中国b2c网店的发展现状分析

2、国内获快速消费品b2c牌照的网上快速消费品店

3、b2c平台与快速消费品企业结盟模式分析

第五节 中国快速消费品电子商务发展运行分析

一、中国快速消费品电子商务发展历程分析

二、中国快速消费品电子商务发展现状分析

三、中国快速消费品电子商务市场规模分析

四、中国快速消费品电子商务现存问题分析

五、中国快速消费品电子商务发展主要瓶颈

第六节 中国快速消费品电子商务的发展趋势

第六章 快速消费品行业细分市场分析

第一节 个人护理品细分市场分析

一、口腔护理品行业市场规模分析

二、护发品市场规模分析

三、个人清洁品市场规模分析

四、化妆品市场规模分析

五、纸巾市场规模分析

六、安全套市场规模分析

七、鞋护理品市场规模分析

八、剃须用品等行业市场规模分析

第二节 家庭护理品行业细分市场分析

一、洗衣皂和合成清洁剂市场规模分析

二、盘碟器皿清洁剂市场规模分析

三、地板清洁剂市场规模分析

四、洁厕剂市场规模分析

五、空气清新剂市场规模分析

六、杀虫剂市场规模分析

七、驱蚊器市场规模分析

八、磨光剂市场规模分析

第三节 品牌包装食品饮料行业细分市场分析

一、健康饮料市场规模分析

二、软饮料市场规模分析

三、烘烤品市场规模分析

四、巧克力市场规模分析

五、冰淇淋市场规模分析

六、咖啡市场规模分析

七、肉菜水果加工品市场规模分析

八、乳品市场规模分析

九、瓶装水市场规模分析

十、品牌米面糖等行业市场规模分析

第四节 烟酒行业市场规模分析

第七章 中国快速消费品行业营销趋势及策略分析

第一节 快速消费品行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

- 1、渠道构成
- 2、销售贡献比率
- 3、覆盖率
- 4、销售渠道效果
- 5、价值流程结构
- 6、渠道建设方向

二、快速消费品营销环境分析与评价

- 1、国际环境下的快速消费品
- 2、企事业需求下的快速消费品
- 3、中国快速消费品市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 快速消费品行业营销策略分析

一、中国快速消费品营销概况

二、快速消费品营销策略探讨

- 1、中国快速消费品产品营销策略浅析
- 2、快速消费品新产品的市场推广策略
- 3、快速消费品细分产品营销策略分析

第三节 快速消费品营销的发展趋势

- 一、未来快速消费品市场营销的出路
- 二、中国快速消费品营销的趋势预测

第四节 快速消费品市场营销模式与面临的挑战

第八章 快速消费品物流市场分析

第一节 快速消费品物流模式

一、快速消费品的物流特征

二、快速消费品物流模式的类别

1、自营物流模式

2、外包物流模式

3、物流联盟模式

三、多种物流运作模式的比较

1、自营物流模式的优势与缺陷分析

2、外包物流模式的优势与缺陷分析

3、物流联盟模式的优势与缺陷分析

第二节 中国快速消费品物流市场问题的探讨

一、中国快速消费品物流市场运作中存在的问题

二、中国快速消费品物流市场的优化发展策略

第四部分 竞争格局分析

第九章 中国快速消费品行业重点区域市场分析

第一节 中国快速消费品行业区域市场概况

一、快速消费品行业产值分布情况

二、快速消费品行业市场分布情况

三、快速消费品行业利润分布情况

第二节 华东地区快速消费品行业需求分析

一、上海市快速消费品行业需求分析

二、江苏省快速消费品行业需求分析

三、山东省快速消费品行业需求分析

四、浙江省快速消费品行业需求分析

五、安徽省快速消费品行业需求分析

六、福建省快速消费品行业需求分析

七、江西省快速消费品行业需求分析

第三节 华南地区快速消费品行业需求分析

一、广东省快速消费品行业需求分析

二、广西省快速消费品行业需求分析

三、海南省快速消费品行业需求分析

第四节 华中地区快速消费品行业需求分析

一、湖南省快速消费品行业需求分析

二、湖北省快速消费品行业需求分析

三、河南省快速消费品行业需求分析

第五节 华北地区快速消费品行业需求分析

一、北京市快速消费品行业需求分析

二、山西省快速消费品行业需求分析

三、天津市快速消费品行业需求分析

四、河北省快速消费品行业需求分析

第六节 东北地区快速消费品行业需求分析

一、辽宁省快速消费品行业需求分析

二、吉林省快速消费品行业需求分析

三、黑龙江快速消费品行业需求分析

第七节 西南地区快速消费品行业需求分析

一、重庆市快速消费品行业需求分析

二、四川省快速消费品行业需求分析

三、云南省快速消费品行业需求分析

第八节 西北地区快速消费品行业需求分析

一、陕西省快速消费品行业需求分析

二、新疆省快速消费品行业需求分析

三、甘肃省快速消费品行业需求分析

第十章 中国快速消费品行业市场竞争格局分析

第一节 快速消费品行业竞争格局分析

一、快速消费品行业区域分布格局

二、快速消费品行业企业规模格局

三、快速消费品行业企业性质格局

第二节 快速消费品行业竞争五力分析

一、快速消费品行业上游议价能力

二、快速消费品行业下游议价能力

三、快速消费品行业新进入者威胁

四、快速消费品行业替代产品威胁

五、快速消费品行业行业内部竞争

第三节 快速消费品行业重点企业竞争策略分析

第四节 快速消费品行业投资兼并重组整合分析

一、投资兼并重组现状

二、投资兼并重组案例

第十一章 快速消费品行业领先企业经营形势分析

第一节 内蒙古蒙牛乳业(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、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第二节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第三节 三只松鼠股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第四节 统一企业中国控股有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业最新发展动向分析

第五节 宝洁(中国)有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业最新发展动向分析

第六节 华润创业有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业最新发展动向分析

第七节 上海家化联合股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第八节 农夫山泉股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第九节 达利食品集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第十节 上海烟草集团有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第十二章 2026-2031年互联网+快速消费品行业发展趋势与前景预测

第一节 互联网+快速消费品市场规模与渗透率

一、互联网+快速消费品总体开展情况

二、互联网+快速消费品交易规模分析

三、互联网+快速消费品渠道渗透率分析

第二节 互联网+快速消费品行业盈利能力分析

一、互联网+快速消费品发展有利因素

二、互联网+快速消费品发展制约因素

三、互联网+快速消费品行业经营成本分析

四、互联网+快速消费品行业盈利模式分析

五、互联网+快速消费品行业政策趋势预测

第三节 2026-2031年互联网+快速消费品行业未来前景及趋势预测

一、2026-2031年互联网+快速消费品行业市场空间测算

二、2026-2031年互联网+快速消费品市场规模预测分析

1、互联网+快速消费品市场规模预测

2、在线快速消费品市场规模预测

3、移动快速消费品市场规模预测

三、2026-2031年互联网+快速消费品发展趋势预测分析

第十三章 2026-2031年快速消费品行业投资机会与风险防范

第一节 快速消费品行业投融资情况

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、快速消费品行业投资现状分析

第二节 2026-2031年快速消费品行业投资机会

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、快速消费品行业投资机遇

第三节 2026-2031年快速消费品行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、经济风险及防范

三、供求风险及防范

四、关联产业风险及防范

第四节 中国快速消费品行业投资建议

一、快速消费品行业未来发展方向

二、快速消费品行业主要投资建议

三、中国快速消费品企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十四章 2026-2031年快速消费品行业面临的困境及对策

第一节 对快速消费品行业影响分析

一、疫情对快消品行业的影响巨大

二、疫情下零售行业危中有机

三、疫情过后快速消费品行业发展策略

第二节 快速消费品企业面临的困境及对策

一、重点快速消费品企业面临的困境及对策

1、重点快速消费品企业面临的困境

2、重点快速消费品企业对策探讨

二、中小快速消费品企业发展困境及策略分析

1、中小快速消费品企业面临的困境

2、中小快速消费品企业对策探讨

三、国内快速消费品企业的出路分析

第三节 中国快速消费品行业存在的问题及对策

一、中国快速消费品行业存在的问题

二、快速消费品行业发展的建议对策

第四节 中国快速消费品市场发展面临的挑战与对策

一、面临的挑战

二、发展的对策

第十五章 快速消费品行业发展战略研究

第一节 快速消费品行业发展战略研究

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 对中国快速消费品品牌的战略思考

- 一、快速消费品品牌的重要性
- 二、快速消费品实施品牌战略的意义
- 三、快速消费品企业品牌的现状分析
- 四、中国快速消费品企业的品牌战略
- 五、快速消费品品牌战略管理的策略

第三节 快速消费品经营策略分析

- 一、快速消费品市场细分策略
- 二、快速消费品市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、快速消费品新产品差异化战略

第十六章 研究结论及投资建议

第一节 快速消费品行业研究结论及建议

第二节 快速消费品子行业研究结论及建议

图表目录

图表：快速消费品行业生命周期

图表：快速消费品行业产业链结构

图表：2021-2026年全球快速消费品行业市场规模

图表：2021-2026年中国快速消费品行业市场规模

图表：2021-2026年快速消费品行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国快速消费品市场占全球份额比较

图表：2021-2026年快速消费品行业工业总产值

图表：2021-2026年快速消费品行业销售收入

图表：2021-2026年快速消费品行业利润总额

图表：2021-2026年快速消费品行业资产总计

图表：2021-2026年快速消费品行业负债总计

图表：2021-2026年快速消费品行业竞争力分析

图表：2021-2026年快速消费品市场价格走势

图表：2021-2026年快速消费品行业主营业务收入

图表：2021-2026年快速消费品行业主营业务成本

图表：2021-2026年快速消费品行业销售费用分析

图表：2021-2026年快速消费品行业管理费用分析

图表：2021-2026年快速消费品行业财务费用分析

图表：2021-2026年快速消费品行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年快速消费品行业销售利润率分析

图表：2021-2026年快速消费品行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年快速消费品行业总资产利润率分析

图表：2021-2026年快速消费品行业产能分析

图表：2021-2026年快速消费品行业产量分析

图表：2021-2026年快速消费品行业需求分析

图表：2021-2026年快速消费品行业进口数据

图表：2021-2026年快速消费品行业出口数据

图表：2021-2026年快速消费品行业集中度

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：217622

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20210709/217622.shtml>

在线订购：[点击这里](#)