

中国快速消费品行业市场深度调研及竞争格局与投资研究报告(2026-2031版)

报告简介

快速消费品，指消费者消耗较快、需要不断重复购买的产品，典型的快速消费品包括日化用品、食品饮料、烟草等；药品中的非处方药(OTC)通常也可以归为此类。

2020年对于中国快消品市场来说是极为动荡的一年。在经历这段低迷期后，市场曾在2021年一季度迎来强力反弹。但到了二三季度，大多数品类销售增速急剧下滑，直到四季度才止住颓势，开始出现轻微反弹，较2020年同期增长2.1%。2021年中国快消品市场整体销售额增长3.1%，这一数字延续了疫情影响下快消品市场增速低于GDP增速的趋势。

2021年底快消品发展态势延续到了2022年初，但随着疫情在一些地区的影响，形势在3、4月份开始出现变化。在2022年3月26日至4月22日的4周内，快消品销量同比增长5.6%，平均售价下降5.7%，创下近几年最大跌幅，反映出消费者对价格的敏感度不断提高。

2022年两会《政府工作报告》为快消品行业的发展指明了方向：“推动消费持续恢复”、“多渠道促进居民增收，完善收入分配制度，提升消费能力”、“推动线上线下消费深度融合，促进生活服务消费恢复，发展消费新业态新模式”以及“加强县域商业体系建设，发展农村电商和快递物流配送”、“提高产品和服务质量，强化消费者权益保护，着力适应群众需求、增强消费意愿”等。

整体上消费品行业消费升级的大趋势不会改变。消费升级并不仅仅是因为经济水平上升而带来的，再加上产业背后供应链的升级优化，技术的更迭和应用普及，以及零售端的场景体验，和创新创业者对以用户为中心的品牌升级策略，共同指向消费升级。

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、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国整体

化实验室市场进行了分析研究。报告在总结中国整体化实验室行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国整体化实验室行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为整体化实验室企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 快消品行业概述

第一节 快消品行业相关概述

一、快消品行业概述

二、快消品分类及用途

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

5、药品中的非处方药(otc)

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 中国快消品行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、居民消费价格指数分析

二、城乡居民收入分析

三、国内生产总值分析

四、2026-2031年我国宏观经济发展预测

第二节 中国快消品行业政策环境分析

一、快消品行业监管管理体制

二、快消品行业相关政策分析

三、上下游产业政策影响分析

第三节 中国快消品行业技术环境分析

第三章 中国快消品行业运行态势分析

第一节 中国快消品行业概况分析

一、快消品行业总体概况

二、快消品行业发展现状

第二节 中国快消品的发展及存在的问题分析

一、中国快消品行业发展中的问题

二、解决问题的措施

第四章 2021-2026年中国快消品产业运行情况分析

第一节 2021-2026年中国快消品行业发展状况

一、2021-2026年快消品行业市场供给分析

二、2021-2026年快消品行业市场需求分析

三、2021-2026年快消品行业市场规模分析

第二节 中国快消品行业集中度分析

一、快消品行业市场区域分布情况

二、快消品行业市场集中度分析

第三节 2021-2026年中国快消品区域市场规模分析

一、2021-2026年华东地区市场规模分析

二、2021-2026年华南地区市场规模分析

三、2021-2026年华中地区市场规模分析

四、2021-2026年华北地区市场规模分析

五、2021-2026年西北地区市场规模分析

六、2021-2026年西南地区市场规模分析

七、2021-2026年东北地区市场规模分析

第五章 快消品行业市场价格分析

第一节 快消品价格特征分析

第二节 影响国内市场快消品价格的因素

第三节 企业快消品价格策略

第四节 快消品行业未来价格变化趋势

第六章 2021-2026年中国快消品行业竞争情况分析

第一节 快消品行业经济指标分析

一、快消品行业赢利性分析

二、行业发展方向分析

三、快消品行业的特点

第二节 快消品行业竞争结构分析

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 快消品行业swot模型分析

一、机会分析

二、威胁分析

三、优势分析

四、劣势分析

第七章 中国快消品行业细分市场分析

第一节 个人护理品细分市场分析

一、口腔护理品行业发展趋势分析

二、护发品发展趋势分析

三、沐浴产品发展趋势分析

四、化妆品发展趋势分析

第二节 家庭护理品行业细分市场分析

一、织物清洁剂发展趋势分析

二、洗涤剂产品发展趋势分析

三、家用消毒液发展趋势分析

第三节 品牌包装食品饮料行业细分市场分析

一、休闲食品发展趋势分析

二、软饮料发展趋势分析

三、烘烤食品发展趋势分析

四、方便面发展趋势分析

五、冰淇淋发展趋势分析

第四节 烟酒行业发展趋势分析

一、烟草行业发展趋势分析

二、白酒行业发展趋势分析

三、葡萄酒行业发展趋势分析

四、啤酒行业发展趋势分析

第八章 重点企业经营状况分析

第一节 青岛啤酒股份有限公司

一、企业发展概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、企业发展趋势

五、企业竞争优势分析

第二节 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司

一、企业发展概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、企业发展趋势

五、企业竞争优势分析

第三节 三只松鼠股份有限公司

一、企业发展概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、企业发展趋势

五、企业竞争优势劣势分析

第四节 中顺洁柔纸业股份有限公司

一、企业发展概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、企业发展趋势

五、企业竞争优势劣势分析

第五节 宝洁(中国)有限公司

一、企业发展概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、企业发展趋势

五、企业竞争优势劣势分析

第六节 上海家化联合股份有限公司

一、企业发展概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、企业发展趋势

五、企业竞争优势劣势分析

第七节 农夫山泉股份有限公司

一、企业发展概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、企业发展趋势

五、企业竞争优势分析

第八节 达利食品集团有限公司

一、企业发展概况

二、营业规模分析

三、业务范围分析

四、企业发展趋势

五、企业竞争优势分析

第九章 2021-2026年中国快消品行业主要数据监测分析

第一节 2021-2026年中国快消品行业规模分析

第二节 2021-2026年中国快消品行业结构分析

一、快消品企业结构分析

二、快消品行业从业人员结构分析

第三节 2021-2026年中国快消品行业关键性财务指标分析

一、行业主要盈利能力分析

二、行业主要偿债能力分析

三、行业主要运营能力分析

第十章 快消品产业渠道分析

第一节 快消品行业渠道格局

第二节 快消品行业渠道形式

第三节 快消品渠道要素对比

第四节 快消品行业品牌营销策略分析

第五节 2021-2026年国内快消品产业端投资运作模式分析

第十一章 2026-2031年快消品行业发展前景预测分析

第一节 快消品行业投资价值分析

一、2026-2031年国内快消品行业发展趋势

二、2026-2031年国内快消品行业发展前景

第二节 2026-2031年后疫情期的快速消费品行业

一、民众对基础生活用品消费的需求更强烈

二、民众的快消品消费观更趋向产品健康、品牌暖心

三、电商平台、生鲜平台逐渐成为日常消费品的主流购买渠道

第三节 2026-2031年如何应对快消品行业市场发展变化

一、宏观经济依旧看好

二、消费端市场的变与不变

三、品牌商的应对之策

三、经销商的应对之策

第十二章 2026-2031年中国快消品行业投资机会与风险分析

第一节 中国快消品行业存在问题分析

第二节 中国快消品行业投资机会

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

第三节 中国快消品行业投资风险分析

一、政策和体制风险分析

二、宏观经济风险分析

三、供求风险及防范

四、关联产业风险及防范

第十三章 2026-2031年中国快消品行业发展策略及投资建议

第一节 快消品行业发展战略规划背景意义

一、行业转型升级的需要

二、行业做大做强的需要

三、行业可持续发展需要

第二节 快消品行业战略规划制定依据

一、行业发展规律

二、企业资源与能力

三、可预期的战略定位

第三节 快消品行业战略规划策略分析

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

第四节 快消品行业市场重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

第五节 投资建议

图表目录

图表：快消品产业链结构

图表：2021-2026年中国CPI波动情况

图表：2021-2026年中国居民收入情况

图表：2021-2026年国内生产总值(单位：亿元)

图表：2021-2026年中国GDP增长情况

图表：中国快速消费品城镇购物者总支出同比变化(%)

图表：不同因素对家庭平均食品和饮料消费支出变化的贡献

图表：不同因素对家庭平均个人和家庭护理用品消费支出变化的贡献

图表：包装食品和饮料的销量变化趋势与2021-2026年相反

图表：2021-2026年快消品销售额年增长率

图表：2021-2026年按季度分类快消品销售额增长率

图表：销售额复合年增速

图表：一线城市延续了高端化趋势，低线城市快速消费品市场在销量增长的同时价格却出现下滑

图表：高端化依然是外资品牌增长的原动力，本土品牌更注重销量增长

图表：2021-2026年华东地区gdp总量

图表：2021-2026年华东地区快消品行业市场规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年华南地区gdp总量

图表：2021-2026年华南地区快消品行业市场规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年华中地区gdp总量

图表：2021-2026年华中地区快消品行业市场规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年华北地区gdp总量

图表：2021-2026年华北地区快消品行业市场规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年西北地区gdp总量

图表：2021-2026年西北地区快消品行业市场规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年西南地区gdp总量

图表：2021-2026年西南地区快消品行业市场规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年东北地区gdp总量

图表：2021-2026年东北地区快消品行业市场规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年被调查企业营收变动情况(同比)

图表：2021-2026年全国商品零售消费量分类统计图

图表：各渠道在城镇快速消费品零售市场销售额中的占比1(十亿元)

图表：中国一二线城市食品和饮料在家和外出消费支出占比(2021-2026年)

图表：中国一二线城市食品和饮料在家和外出消费支出(按渠道划分，十亿元)

图表：中国一二线城市食品和饮料在家和外出消费支出(按品类划分，十亿元)

图表：快消品渠道要素对比

图表：疫情后可能会增加的消费

图表：未来一段时间对购物的态度

图表：主要的快消品购买渠道

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：275660

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20220707/275660.shtml>

在线订购：[点击这里](#)