

2026-2031年中国快速消费品行业分析及投资前景预测报告

报告简介

2018年，中国快速消费品消费总额延续了上一年的反弹趋势，增速达5.2%，略高于2017年的4.7%。随着中国消费者消费意愿的不断增强，高端化趋势对行业复苏的贡献突出，平均售价提高了4.6%。

随着快速消费品市场的复苏，我们看到高端化趋势继续发挥了重要作用，中国消费者对改善健康和生活方式的产品越发青睐。虽然某些品类的渗透率和购买频率可能已经触顶，但平均售价仍有充足的上升空间。过去两年的购物者行为数据显示，品牌商仍然可以采取行动进一步促进消费者购买意愿，从而推动一些销量平平或者下滑的品类再度增长。

整体而言，电商渠道增长略有放缓，2017-2018年增长为30.6%，相比2014-

2018年间的年平均增长35.1%有所下降。在一线城市，电商渗透率已经稳定在80%左右。而在低线城市，预计电商渗透率增长仍将持续至少三到四年，将成为未来线上渠道的扩张引擎。

尽管2018年不一定是个转折点，但线下零售确实开始出现转机。此前，随着电商渠道的迅速崛起，大多数实体店业态的市场份额一直在逐步下滑。但如今，线下零售商有机会通过更小更灵活的业态，突破低迷，恢复增长势头。例如，自2016年以来，在传统渠道(杂货店)，在外消费食品和饮料销售额的复合年均增长率为14%，2018年占传统渠道总销售额的80%。同样在外消费也推动了其在便利店销售额的增长，过去两年，在外消费商品销售额复合年均增长17%，占便利店总销售额的88%。

大型实体店业态仍具备增长潜力，但转型势在必行。2018年，大卖场开始发挥前置仓的作用，与领先的配送平台合作，为网上订购的商品提供30分钟内的配送服务，在一定程度上恢复了增长势头。对大型连锁店来说，另一个机会点是，加大在生鲜领域的投入，推动转型并促进增长。

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、快速消费品分类

三、快速消费品特征

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、国内宏观经济形势

二、国外宏观经济形势

第三节 快速消费品行业社会环境分析

一、快速消费品行业社会环境

二、快速消费品行业贸易环境

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

第二节 中国快速消费品行业总体规模

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

第三节 中国快速消费品行业财务指标

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

第四章 中国快速消费品行业供需及进出口分析

第一节 中国快速消费品行业产值情况分析

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

一、快速消费品电子商务概述

二、快速消费品电子商务应用领域

第二节 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、国外快速消费品电子商务分析

三、国外快速消费品电商竞争格局

第三节 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

第四节 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

第五节 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市场竞争格局分析

第一节 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、快速消费品行业内部竞争

第二节 快速消费品行业竞争格局分析

一、快速消费品行业竞争格局

二、快速消费品行业集中度

三、快速消费品行业竞争力

第三节 快速消费品行业竞争趋势与策略分析

一、行业竞争趋势

二、行业竞争策略

第八章 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

第九章 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

第十章 中国快速消费品行业重点区域市场分析

第一节 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

第二节 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

第三节 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

四、江西省快速消费品行业需求分析

第四节 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

第五节 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

第六节 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

第七节 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

第十一章 中国快速消费品行业领先企业经营形势分析

第一节 华润创业(深圳)有限公司

一、企业发展简况

二、企业业务结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业发展动向

第二节 加多宝(中国)饮料有限公司

一、企业发展简况

二、企业业务结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业发展动向

第三节 三只松鼠股份有限公司

一、企业发展简况

二、企业业务结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业发展动向

第四节 昆山统一企业食品有限公司

一、企业发展简况

二、企业业务结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业发展动向

第五节 雅士利国际集团有限公司

一、企业发展简况

二、企业业务结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业发展动向

第六节 上海家化联合股份有限公司

一、企业发展简况

二、企业业务结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业发展动向

第七节 达利食品集团有限公司

一、企业发展简况

二、企业业务结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业发展动向

第八节 上海烟草集团有限责任公司

一、企业发展简况

二、企业业务结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业发展动向

第十二章 中国互联网+快速消费品行业发展前景展望

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

四、互联网+快速消费品行业盈利模式分析

第三节 互联网+快速消费品行业发展前景展望

一、互联网+快速消费品市场规模预测

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

二、互联网+快速消费品发展趋势

三、互联网+快速消费品发展前景

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、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、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 中国快速消费品行业投资建议

一、快速消费品行业主要投资建议

二、中国快速消费品企业融资分析

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 2021-2026年快速消费品行业面临的困境

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

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

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：1800

本文地址：<https://www.51baogao.cn/lingshou/200912051800.shtml>

在线订购：[点击这里](#)