

2020-2026年中国快消品行业发展现状调查及投资价值咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国快消品行业发展现状调查及投资价值咨询报告》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.chyxx.com/research/202001/830670.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

快速消费品界定包括包装的食品、个人卫生用品、烟草及酒类和饮料。之所以被称为快速，是因为他们首先是日常用品，它们依靠消费者高频次和重复的使用与消耗通过规模的市场量来获得利润和价值的实现，典型的快速消费品包括日化用品、食品饮料、烟酒等；药品中的非处方药(OTC)通常也可以归为此类。与快速消费品概念相对应的是“耐用消费品”(Durable Consumer Goods)，通常使用周期较长，一次性投资较大，包括(但不限于)家用电器、家具、汽车等。

快速消费品属性 产品周转周期短； 进入市场的通路短而宽； 市场生动化，在人流量大、档次高的地区设立户外广告牌做产品形象广告，在卖场进行现场演示、促销、折价销售等活动； 一般为分公司或代理商体制的销售组织形式，在分公司所辖区域设库房； 售后服务的重点主要体现在对客户投诉的迅速反馈和有效处理。

智研咨询发布的《2020-2026年中国快消品行业发展现状调查及投资价值咨询报告》共九章。首先介绍了中国快消品行业市场发展环境、快消品整体运行态势等，接着分析了中国快消品行业市场运行的现状，然后介绍了快消品市场竞争格局。随后，报告对快消品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国快消品行业发展趋势与投资预测。您若想对快消品产业有个系统的了解或者想投资中国快消品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章 国内快消品行业品牌发展环境分析

第一节 产品/行业特征

1、产品/行业定义

由于“快消品”的概念是供商家研究此类产品消费规律的，所以“快消品”概念只在商家研究范畴，并不对消费者产生任何影响。消费者只可能用具体的产品品类来称谓，如：日化、烟酒等，而商家在研究此类称谓时关注点应该在“销售模式”上，而消费者的“消费”形态通常并不是核心关注点，所以“快消品”的定义更多地倾向消费者如何“使用”，其“消”的称谓是备受争议的。通常大家更倾向于第二种称谓。

快速消费品行业主要分为四个子行业：1是个人护理品行业，由口腔护理品、护发品、个人清洁品、化妆品、纸巾、安全套、鞋护理品和剃须用品等行业组成；2是家庭护理品行业，由以洗衣皂和合成清洁剂为主的织物清洁品以及以盘碟器皿清洁剂、地板清洁剂、洁厕剂、空气清新剂、杀虫剂、驱蚊器和磨光剂为主的家庭清洁剂等行业组成；3是品牌包装食品饮料行业，由健康饮料、软饮料、烘烤品、巧克力、冰淇淋、咖啡、肉菜水果加工品、乳品、

瓶装水以及品牌米面糖等行业组成；4是烟酒行业，能够快速消化的物品。

2、产品/行业消费特征

第二节 经济环境特征

一、中国GDP分析

二、固定资产投资

三、恩格尔系数分析

第三节 政策环境特征

一、国家宏观调控政策分析

二、快消品行业相关政策分析

第四节 快消品行业竞争特征

一、国内外品牌竞争格局

二、行业进入壁垒分析

三、可替代品威胁分析

四、贴牌加工产品市场威胁分析

第五节 快消品行业技术环境特征

第二章 国内快消品行业品牌产品市场规模分析

第一节 2015-2019年快消品市场规模分析

第二节 2019年我国快消品区域结构分析

第三节 快消品区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节 2020-2026年快消品市场规模预测

第三章 国内快消品行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节 -2019年快消品产量统计分析

第二节 -2019年快消品历年消费量统计分析

第三节 -2019年国内快消品行业品牌产品平均价格走势分析

第四节 快消品产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第五节 快消品产品的品牌市场调查

- 一、消费者对快消品品牌认知度宏观调查
 - 二、消费者对快消品产品的品牌偏好调查
 - 三、消费者对快消品品牌的首要认知渠道
 - 四、消费者经常购买的品牌调查
 - 五、快消品品牌忠诚度调查
 - 六、快消品品牌市场占有率调查
 - 七、消费者的消费理念调研
- 第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第四章 国内快消品行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 销售渠道特征分析

第二节 销售渠道对快消品行业品牌发展的重要性

第三节快消品行业销售渠道的重要环节分析

第四节2015-2019年中国快消品行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

- 一、华东
- 二、中南
- 三、华北
- 四、西部

第五节销售渠道发展趋势分析

- 一、渠道运作趋势发展
- 二、渠道支持趋势发展
- 三、渠道格局趋势发展
- 四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节销售渠道策略分析

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略
- 二、长渠道或短渠道的营销策略
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节销售渠道决策的评估方法

- 一、销售渠道评估数学模型介绍

二、财务评估法介绍

三、交易成本评估法介绍

四、经验评估法介绍

第八节2019年国内快消品行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第五章 国内快消品所属行业进出口市场情况分析

第一节2015-2019年国内快消品所属行业进出口分析

第二节2020-2026年国内快消品所属行业进出口市场预测分析

第六章 国内快消品行业优势品牌企业分析

第一节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第二节 统一企业（中国）投资有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第三节 康师傅饮品投资（中国）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第四节 上海冠生园食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第五节 上海家化（集团）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略

第六节 中粮集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略

第七节 广州王老吉药业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略

第八节 加多宝（中国）饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略

第九节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略

第十节 四川郎酒集团有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略

第七章 2020-2026年国内快消品行业品牌发展预测

第一节 2020-2026年快消品行业品牌市场财务数据预测

- 一、2020-2026年快消品行业品牌市场规模预测
- 二、2020-2026年快消品行业总产值预测
- 三、2020-2026年快消品行业利润总额预测
- 四、2020-2026年快消品行业总资产预测

第二节 2020-2026年快消品行业供需预测

- 一、2020-2026年快消品产量预测
- 二、2020-2026年快消品需求预测

三、2020-2026年快消品供需平衡预测

第三节2020-2026年快消品行业主要领域投资机会

第四节影响快消品行业发展的主要因素

一、2020-2026年影响快消品行业运行的有利因素分析

二、2020-2026年影响快消品行业运行的稳定因素分析

三、2020-2026年影响快消品行业运行的不利因素分析

四、2020-2026年我国快消品行业发展面临的挑战分析

五、2020-2026年我国快消品行业发展面临的机遇分析

第五节 快消品行业投资风险及控制策略分析

一、2020-2026年快消品行业市场风险及控制策略

二、2020-2026年快消品行业政策风险及控制策略

三、2020-2026年快消品行业经营风险及控制策略

四、2020-2026年快消品行业技术风险及控制策略

五、2020-2026年快消品同业竞争风险及控制策略

六、2020-2026年快消品行业其他风险及控制策略

第八章 2020-2026年国内互联网+快消品行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节快消品行业发展的PEST分析

一、政治和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

第三节快消品行业投资价值分析

一、2015-2019年快消品市场趋势总结

二、2015-2019年快消品发展趋势分析

三、2020-2026年互联网+快消品市场发展空间

四、2020-2026年互联网+快消品产业政策趋向

五、2020-2026年互联网+快消品技术革新趋势

六、2020-2026年互联网+快消品价格走势分析

第四节 快消品行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术创新风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第五节快消品行业投资策略分析

一、重点投资地区分析

二、项目投资建议

第九章国内快消品行业总结及企业经营战略建议（ZY GXH）

第一节 快消品行业问题总结

第二节2020-2026年快消品行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节2020-2026年快消品行业企业的资本运作模式

一、快消品行业企业国内资本市场的运作建议

二、快消品行业企业海外资本市场的运作建议

第四节2020-2026年快消品行业企业营销模式建议

一、快消品行业企业的国内营销模式建议

二、快消品行业企业海外营销模式建议

第五节快消品市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略（ZY GXH）

图表目录：

图表 2015-2019年中国GDP及增长率统计

图表 2019年国内生产总值统计

图表2015-2019年工业经济增长情况

图表 2015-2019年中国社会固定资产投资额以及增长率

图表 2019年中国全社会固定资产投资统计

图表 2019年年末中国人口数及其构成

图表 2019年年末中国人口数及其构成

图表 2015-2019年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表 2015-2019年中国研究与试验发展（R&D）经费支出

图表 2015-2019年中国城镇新增就业人数

图表 2015-2019年中国国家全员劳动生产率

图表 快消品行业产业链

图表 2015-2019年中国快消品行业工业总产值情况

图表 2015-2019年中国快消品行业价格走势

图表 中国快消品产品市场价格统计

图表 2015-2019年中国快消品行业生产情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202001/830670.html>