

2017-2022年中国快速消费品行业市场分析与投资趋势预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国快速消费品行业市场分析与投资趋势预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201708/31-237781.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

快速消费品包括包装的食品、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。尽管快速消费品的绝对利润相对较低，但因其销售量巨大，故类似商品的累积利润可以很高。

快速消费品与其他类型消费品相比，购买决策和购买过程有着明显的差别。快速消费品属于冲动购买产品，即兴的采购决策，对周围众多人的建议不敏感，取决于个人偏好、类似的产品不需比较，产品的包装、广告促销、价格、销售点等对销售起着重要作用。以发达国家的经验来看，人均GDP超过4000美元以后，快速消费品市场将会爆发式增长。例如联合利华、保洁、可口可乐、亨氏等等快速消费品巨头，市值都是千亿美元左右。而中国目前快速消费品企业，最大的例如伊利、中国旺旺等，市值仅在千亿人民币以下。并且快速消费品细分行业集中度普遍低于发达国家，甚至还存在一大批山寨品牌存在。

目前我国正处于从投资、出口拉动GDP到消费拉动GDP的经济转型中，政府出台了一系列政策鼓励消费，而快速消费品作为消费品的重要部分，市场潜力巨大。中国拥有13亿人口，但是快速消费品行业不管是在品牌建设、行业集中度还是市场规模都与发达国家有着不少差距，也意味着快速消费品行业拥有巨大的市场空间。

报告目录

第一章 快速消费品行业报告摘要

1.1 快速消费品行业报告研究范围

1.1.1 快速消费品行业专业名词解释

1.1.2 快速消费品行业研究范围界定

1.1.3 快速消费品行业分析框架简介

1.1.4 快速消费品行业分析工具介绍

1.2 快速消费品行业报告研究摘要

1.2.1 快速消费品行业发展现状分析

1.2.2 快速消费品行业市场规模分析

1.2.3 快速消费品行业发展趋势预测

1.2.4 快速消费品行业投资前景展望

第二章 快速消费品行业概述

2.1 快速消费品行业基本概述

2.1.1 快速消费品行业基本定义

2.1.2 快速消费品行业主要分类

2.1.3 快速消费品行业市场特点

2.2 快速消费品行业商业模式

2.2.1 快速消费品行业商业模式

2.2.2 快速消费品行业盈利模式

2.2.3 快速消费品行业互联网+模式

2.3 快速消费品行业产业链

2.3.1 快速消费品行业产业链简介

2.3.2 快速消费品行业上游供应分布

2.3.3 快速消费品行业下游需求领域

2.4 快速消费品行业发展特性

2.4.1 快速消费品行业季节性

2.4.2 快速消费品行业区域性

2.4.3 快速消费品行业周期性

第三章 中国快速消费品行业发展环境分析

3.1 快速消费品行业政策环境分析

3.1.1 行业主管部门及监管体制

3.1.2 主要产业政策及主要法规

3.2 快速消费品行业经济环境分析

3.2.1 2014-2016年宏观经济分析

3.2.2 2017-2022年宏观经济形势

3.2.3 宏观经济波动对行业影响

3.3 快速消费品行业社会环境分析

3.3.1 中国人口及就业环境分析

3.3.2 中国居民人均可支配收入

3.3.3 中国消费者消费习惯调查

3.4 快速消费品行业技术环境分析

3.4.1 行业的主要应用技术分析

3.4.2 行业信息化应用发展水平

3.4.3 互联网创新促进行业发展

第四章 国际快速消费品行业发展经验借鉴

4.1 美国快速消费品行业发展经验借鉴

4.1.1 美国快速消费品行业发展历程分析

4.1.2 美国快速消费品行业运营模式分析

4.1.3 美国快速消费品行业发展趋势预测

4.1.4 美国快速消费品行业对我国的启示

4.2 英国快速消费品行业发展经验借鉴

4.2.1 英国快速消费品行业发展历程分析

4.2.2 英国快速消费品行业运营模式分析

4.2.3 英国快速消费品行业发展趋势预测

4.2.4 英国快速消费品行业对我国的启示

4.3 日本快速消费品行业发展经验借鉴

4.3.1 日本快速消费品行业发展历程分析

4.3.2 日本快速消费品行业运营模式分析

4.3.3 日本快速消费品行业发展趋势预测

4.3.4 日本快速消费品行业对我国的启示

4.4 韩国快速消费品行业发展经验借鉴

4.4.1 韩国快速消费品行业发展历程分析

4.4.2 韩国快速消费品行业运营模式分析

4.4.3 韩国快速消费品行业发展趋势预测

4.4.4 韩国快速消费品行业对我国的启示

第五章 中国快速消费品行业发展现状分析

5.1 中国快速消费品行业发展概况分析

5.1.1 中国快速消费品行业发展历程分析

5.1.2 中国快速消费品行业发展总体概况

5.1.3 中国快速消费品行业发展特点分析

5.2 中国快速消费品行业发展现状分析

5.2.1 中国快速消费品行业市场规模

- 5.2.2 中国快速消费品行业发展分析
- 5.2.3 中国快速消费品企业发展分析
- 5.3 2017-2022年中国快速消费品行业面临的困境及对策
 - 5.3.1 中国快速消费品行业面临的困境及对策
 - 1、中国快速消费品行业面临困境
 - 2、中国快速消费品行业对策探讨
 - 5.3.2 中国快速消费品企业发展困境及策略分析
 - 1、中国快速消费品企业面临的困境
 - 2、中国快速消费品企业的对策探讨
 - 5.3.3 国内快速消费品企业的出路分析

第六章 中国互联网+快速消费品行业发展现状及前景

- 6.1 中国互联网+快速消费品行业市场发展阶段分析
 - 6.1.1 互联网+快速消费品行业发展阶段的研究
 - 6.1.2 互联网+快速消费品行业细分阶段的分析
- 6.2 互联网给快速消费品行业带来的冲击和变革分析
 - 6.2.1 互联网时代快速消费品行业大环境变化分析
 - 6.2.2 互联网给快速消费品行业带来的突破机遇分析
 - 6.2.3 互联网给快速消费品行业带来的挑战分析
 - 6.2.4 互联网+快速消费品行业融合创新机会分析
- 6.3 中国互联网+快速消费品行业市场发展现状分析
 - 6.3.1 中国互联网+快速消费品行业投资布局分析
 - 1、中国互联网+快速消费品行业投资切入方式
 - 2、中国互联网+快速消费品行业投资规模分析
 - 3、中国互联网+快速消费品行业投资业务布局
 - 6.3.2 快速消费品行业目标客户互联网渗透率分析
 - 6.3.3 中国互联网+快速消费品行业市场规模分析
 - 6.3.4 中国互联网+快速消费品行业竞争格局分析
 - 1、中国互联网+快速消费品行业参与者结构
 - 2、中国互联网+快速消费品行业竞争者类型
 - 3、中国互联网+快速消费品行业市场占有率
- 6.4 中国互联网+快速消费品行业市场发展前景分析

- 6.4.1 中国互联网+快速消费品行业市场增长动力分析
- 6.4.2 中国互联网+快速消费品行业市场发展瓶颈剖析
- 6.4.3 中国互联网+快速消费品行业市场发展趋势分析

第七章 中国快速消费品行业运行指标分析

- 7.1 中国快速消费品行业市场规模分析及预测
 - 7.1.1 2014-2016年中国快速消费品行业市场规模分析
 - 7.1.2 2017-2022年中国快速消费品行业市场规模预测
- 7.2 中国快速消费品行业市场供需分析及预测
 - 7.2.1 中国快速消费品行业市场供给分析
 - 1、2014-2016年中国快速消费品行业供给规模分析
 - 2、2017-2022年中国快速消费品行业供给规模预测
 - 7.2.2 中国快速消费品行业市场需求分析
 - 1、2014-2016年中国快速消费品行业需求规模分析
 - 2、2017-2022年中国快速消费品行业需求规模预测
- 7.3 中国快速消费品行业企业数量分析
 - 7.3.1 2014-2016年中国快速消费品行业企业数量情况
 - 7.3.2 2014-2016年中国快速消费品行业企业竞争结构
- 7.4 2014-2016年中国快速消费品行业财务指标总体分析
 - 7.4.1 行业盈利能力分析
 - 7.4.2 行业偿债能力分析
 - 7.4.3 行业营运能力分析
 - 7.4.4 行业发展能力分析

第八章 中国快速消费品行业应用领域分析

- 8.1 中国快速消费品行业应用领域概况
 - 8.1.1 行业主要应用领域
 - 8.1.2 行业应用结构分析
 - 8.1.3 应用发展趋势分析
- 8.2 应用领域一
 - 8.2.1 市场发展现状概述
 - 8.2.2 行业市场应用规模

8.2.3 行业市场需求分析

8.3 应用领域二

8.3.1 市场发展现状概述

8.3.2 行业市场应用规模

8.3.3 行业市场需求分析

8.4 应用领域三

8.4.1 市场发展现状概述

8.4.2 行业市场应用规模

8.4.3 行业市场需求分析

第九章 中国快速消费品行业竞争格局分析

9.1 快速消费品行业竞争五力分析

9.1.1 快速消费品行业上游议价能力

9.1.2 快速消费品行业下游议价能力

9.1.3 快速消费品行业新进入者威胁

9.1.4 快速消费品行业替代产品威胁

9.1.5 快速消费品行业内部企业竞争

9.2 快速消费品行业竞争SWOT分析

9.2.1 快速消费品行业优势分析（S）

9.2.2 快速消费品行业劣势分析（W）

9.2.3 快速消费品行业机会分析（O）

9.2.4 快速消费品行业威胁分析（T）

9.3 快速消费品行业重点企业竞争策略分析

第十章 中国快速消费品行业竞争企业分析

10.1 杭州娃哈哈集团有限公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主营业务分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略分析

10.2 统一企业（中国）投资有限公司竞争力分析

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主营业务分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 康师傅饮品投资（中国）有限公司竞争力分析

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主营业务分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 上海冠生园食品有限公司竞争力分析

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主营业务分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 上海家化（集团）有限公司竞争力分析

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主营业务分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

10.6 中粮集团有限公司竞争力分析

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主营业务分析

10.6.3 企业竞争优势分析

- 10.6.4 企业经营状况分析
- 10.6.5 企业最新发展动态
- 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 广州王老吉药业股份有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主营业务分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
 - 10.7.5 企业最新发展动态
 - 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 加多宝（中国）饮料有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主营业务分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
 - 10.8.4 企业经营状况分析
 - 10.8.5 企业最新发展动态
 - 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 内蒙古伊利实业集团股份有限公司竞争力分析
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业主营业务分析
 - 10.9.3 企业竞争优势分析
 - 10.9.4 企业经营状况分析
 - 10.9.5 企业最新发展动态
 - 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 四川郎酒集团有限责任公司竞争力分析
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业主营业务分析
 - 10.10.3 企业竞争优势分析
 - 10.10.4 企业经营状况分析
 - 10.10.5 企业最新发展动态
 - 10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 中国快速消费品行业经典案例分析

11.1 经典案例一

11.1.1 基本信息分析

11.1.2 经营情况分析

11.1.3 产品/服务分析

11.1.4 商业模式分析

11.2 经典案例二

11.2.1 基本信息分析

11.2.2 经营情况分析

11.2.3 产品/服务分析

11.2.4 商业模式分析

11.3 经典案例三

11.3.1 基本信息分析

11.3.2 经营情况分析

11.3.3 产品/服务分析

11.3.4 商业模式分析

第十二章 2017-2022年中国快速消费品行业发展前景及趋势预测

12.1 2017-2022年中国快速消费品市场发展前景

12.1.1 2017-2022年快速消费品市场发展潜力

12.1.2 2017-2022年快速消费品市场发展前景展望

12.1.3 2017-2022年快速消费品细分行业发展前景分析

12.2 2017-2022年中国快速消费品市场发展趋势预测

12.2.1 2017-2022年快速消费品行业发展趋势

12.2.2 2017-2022年快速消费品行业应用趋势预测

12.2.3 2017-2022年细分市场发展趋势预测

12.3 2017-2022年中国快速消费品市场影响因素分析

12.3.1 2017-2022年快速消费品行业发展有利因素

12.3.2 2017-2022年快速消费品行业发展不利因素

12.3.3 2017-2022年快速消费品行业进入壁垒分析

第十三章 2017-2022年中国快速消费品行业投资机会分析

- 13.1 快速消费品行业投资现状分析
 - 13.1.1 快速消费品行业投资规模分析
 - 13.1.2 快速消费品行业投资资金来源构成
 - 13.1.3 快速消费品行业投资项目建设分析
 - 13.1.4 快速消费品行业投资资金用途分析
 - 13.1.5 快速消费品行业投资主体构成分析
- 13.2 快速消费品行业投资机会分析
 - 13.2.1 快速消费品行业产业链投资机会
 - 13.2.2 快速消费品行业细分市场投资机会
 - 13.2.3 快速消费品行业重点区域投资机会
 - 13.2.4 快速消费品行业产业发展的空白点分析

第十四章 2017-2022年中国快速消费品行业投资风险预警

- 14.1 快速消费品行业风险识别方法分析
 - 14.1.1 专家调查法
 - 14.1.2 故障树分析法
 - 14.1.3 敏感性分析法
 - 14.1.4 情景分析法
 - 14.1.5 核对表法
 - 14.1.6 主要依据
- 14.2 快速消费品行业风险评估方法分析
 - 14.2.1 敏感性分析法
 - 14.2.2 项目风险概率估算方法
 - 14.2.3 决策树
 - 14.2.4 专家决策法
 - 14.2.5 层次分析法
 - 14.2.6 对比及选择
- 14.3 快速消费品行业投资风险预警
 - 14.3.1 2017-2022年快速消费品行业市场风险预测
 - 14.3.2 2017-2022年快速消费品行业政策风险预测
 - 14.3.3 2017-2022年快速消费品行业经营风险预测
 - 14.3.4 2017-2022年快速消费品行业技术风险预测

14.3.5 2017-2022年快速消费品行业竞争风险预测

14.3.6 2017-2022年快速消费品行业其他风险预测

第十五章 2017-2022年中国快速消费品行业投资策略建议

15.1 提高快速消费品企业竞争力的策略

15.1.1 提高中国快速消费品企业核心竞争力的对策

15.1.2 快速消费品企业提升竞争力的主要方向

15.1.3 影响快速消费品企业核心竞争力的因素及提升途径

15.1.4 提高快速消费品企业竞争力的策略

15.2 对我国快速消费品品牌的战略思考

15.2.1 快速消费品品牌的重要性

15.2.2 快速消费品实施品牌战略的意义

15.2.3 快速消费品企业品牌的现状分析

15.2.4 我国快速消费品企业的品牌战略

15.2.5 快速消费品品牌战略管理的策略

15.3 快速消费品行业建议

15.3.1 行业发展策略建议

15.3.2 行业投资方向建议

15.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：快速消费品产业链分析

图表：快速消费品上游供应分布

图表：快速消费品下游需求领域

图表：快速消费品行业生命周期

图表：2014-2016年快速消费品行业市场规模分析

图表：2017-2022年快速消费品行业市场规模预测

图表：2014-2016年中国快速消费品行业供给规模分析

图表：2017-2022年中国快速消费品行业供给规模预测

图表：2014-2016年中国快速消费品行业需求规模分析

图表：2017-2022年中国快速消费品行业需求规模预测

图表：2014-2016年中国快速消费品行业企业数量情况

图表：2014-2016年中国快速消费品行业企业竞争结构

图表：2004-2016年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2016年居民消费价格涨跌幅度

图表：2016年居民消费价格比2015年涨跌幅度

图表：2004-2016年固定资产投资及其增长速度

图表：2004-2016年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2016年人口数及其构成

图表：2004-2016年农村居民收入及其增长速度

图表：2004-2016年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国快速消费品行业投资风险分析

图表：中国快速消费品行业发展趋势预测

略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201708/31-237781.html>