

2024-2030年中国轻工制造 行业深度研究与市场前景预测报告

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

《2024-2030年中国轻工制造行业深度研究与市场前景预测报告》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/R02/R0206/202311/27-581882.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

中国成立以来，经过几代人的共同努力，轻工业的面貌发生了翻天覆地的变化，实现了历史性跨越，成就了轻工生产大国、出口大国、消费大国地位。

1

部分产品产量呈千万倍增长

我国轻工业的发展经历了艰难曲折的过程。在旧中国遗留的一个烂摊子的基础上，艰苦奋斗，迅速恢复生产，通过接收官僚资本企业、实行公私合营、组建集体企业等，建成一批骨干企业，为保障供给、促进经济社会发展做出了努力。从建国初期至2018年，轻工主要产品产量呈现几十倍、上百倍甚至上千、上万倍的增长。特别是改革开放以来，国内消费品市场经历了快速发展、规模不断扩大的过程。轻工业按照市场经济发展的需要，逐步向产业链两端延伸，实现由单纯生产向生产服务转化。如今的轻工业已成为我国市场化、化程度最高的产业之一，现代产业体系已经建立，各行业规模不断壮大，轻工产品的质量、产量也有了突飞猛进的发展。城乡居民生活最显著的变化体现在耐用消费品不断升级，由上世纪七八十年代自行车、缝纫机、手表“老三件”到上世纪九十年代的彩电、冰箱、洗衣机的“新三件”，随后科技含量更高的家电等产品又取代了“新三件”。2017年，我国居民平均每百户耐用消费品拥有量洗衣机、冰箱和空调分别是96.7台、98台、128.6台，而1985年仅为48.29台、6.58台和几乎没有。那些曾经一票难求的“自行车”“洗衣机”“冰箱”彻底退出历史舞台，走进了博物馆，成为见证商品匮乏时期的历史文物。

2

日用消费品生产体系健全

轻工业经过70年的发展，由解放初期30多个行业发展到目前的45个行业，涵盖了日用消费品的主要方面，形成门类齐全的日用消费品生产体系。各行业规模不断壮大，经过打基础、上规模、抓质量、上水平、调整结构、竞争整合、提升水平的几个发展阶段，已经形成了由生产、经营、科研、检测、信息交流与人才培养各方面组成的完整体系，并形成完整产业链。生产要素配置得到进一步优化，正在由生产型向生产服务型转变，更加适应市场经济发展要求。解放初期，轻工产品稀少，产量不足，对保护环境没有提出要求，由于粗放型增长方式，轻工业发展存在一些污染、低效益的问题。到了“十五”“十一五”“十二五”期间，轻工业逐渐转变发展方式，高度重视发展与环境的协调和可持续发展，通过落实国家节能减排政策，编制绿色制造发展规划，构建绿色化新型轻工业制造体系，积极推广新技术、新工艺、新设备，从生产源头消减污染，走节约发展、清

洁发展、安全发展的道路，取得积极进展。

3

创新发展水平明显提高

建国初期，旧中国遗留下来的轻工业科学技术研究机构只有上海、重庆和兰州三个综合性工业试验所。伴随轻工业的成长，轻工业科研创新体系也迅速发展。70年来，轻工行业已经形成一支产学研相结合的自主创新研发队伍，建立了一批科研机构和相应的科研基础设施，不少行业拥有国家级、省级重点研究所。如今，轻工业已创建国家重点实验室14个、国家工程实验室7个、国家工程（技术）研究中心23个、国家级企业技术中心170个，国家技术创新示范企业58个，中国轻工业重点实验室87个，中国轻工业工程技术研究中心59个。一批国家重大科技支撑计划项目、技术改造攻关项目顺利实施，造纸、塑料、发酵、酿酒、制糖、陶瓷、皮革、日化、缝制机械、轻机、家电、制笔等行业项目列入国家科技支撑计划。一批重大科技成果达到先进水平，经济、社会效益显著。

4

标准迈上新台阶

建国初期，我国轻工业不发达，当时的传统产品中绝大多数是手工业小商品，品种单一，花色很少，质量粗劣。经过70年的发展，轻工产品不仅在数量上基本满足了消费需求，在品质上也有了大幅跃升，质量提升的背后是标准工作的助推。目前，全国轻工业已有标准化技术委员会49个，分技术委员会86个，委员超过4000人，覆盖轻工绝大部分行业。轻工业现行标准5728项，其中，国家标准2423项，行业标准3215项，军用标准90项。现有轻工检测机构87家，为市场监管部门、生产企业、第三方机构、消费者提供检测服务。轻工各行业积极参与标准化建设，增强标准话语权，承担了标准化组织秘书处6个、担任主席2人、副主席2人、秘书长5人、标准化注册150人次；主导制定标准75项，发布33项（ISO标准29项，IEC标准4项），参与制定标准300余项。这些标准的制定，为我国产品顺利进入市场提供了有效支撑。

5

轻工产业集群发展迅速

建国以前，我国轻工业主要集中在沿海地区，内陆省份分布很少，边远省份几乎是空白。经过几十年的调整，东部沿海地区轻工业持续发展，中西部一些省份依靠资源、劳动力成本低等方面优势迅速崛起的产业格局。中西部地区在新的一轮产业转移中，承接转移作用凸显。改革开放以来，各地根据本地的自然条件、资源特点、市场条件等因素发展自己的优势产业，并逐步发展成为轻工业特色区域和产业集群。自2001年，在浙江省温州市培育出首个“中国鞋都”特色区域和产业集群以来，截至2018年，我国轻工业共培育了275

个轻工业特色区域和产业集群，主要集中在皮革、家电、家具、五金、塑料、工艺美术等39个行业，涵盖轻工87%的行业，主要分布浙江、广东等25个省、自治区和直辖市。轻工业特色区域和产业集群推动行业集中度的提高，产值占轻工业总产值比重达到40%，有的集群产品生产占到全国同类产品总量的50%以上。如眼镜、钟表、制笔、缝制机械等行业产业集群和特色区域产值分别占到行业总产值的90%、86%、73%、55%。眼镜行业8个集群的工业生产总产值、企业数、利税、出口均占全国的90%以上。

6

成为贸易集散地和供应地

1949年全国轻工产品出口总额仅0.37亿美元，1978年出口创汇21.13亿美元，2018年全国轻工行业商品出口6372.63亿美元，占外贸出口总额的25.7%，比建国初期增加17223倍，是改革开放初期的300多倍。在改革开放的推动下，轻工产业向化迈进，积极参与合作和竞争。家具、家用电器等行业出口额名列前茅。轻工产品在贸易量中的比重，小家电占到80%，空调器、微波炉、羽绒服占70%，自行车占65%，日用陶瓷占60%，电冰箱、鞋占50%，洗衣机占45%。我国轻工产品出口到200多个国家和地区，很多轻工商品已成为制造中心和采购中心，成为重要的贸易集散地和供应地。近年来，随着轻工比较优势的变化和产业实力的增强，一般贸易比重持续上升。家电、皮革、家具、自行车、五金制品等行业成为中国在具有一定竞争力的行业。文体、陶瓷、工艺美术、乐器、文房四宝等行业产品频繁出现在我国举办的北京奥运会、残奥会等活动中，向展现了中国轻工中高端产品的风采。在应对贸易摩擦方面，造纸、自行车、饮料、电池、陶瓷、皮革、家具、家电、化妆品等行业取得了积极成效，在市场的竞争水平有了长足的提高。

补：重工业指从事自然资源的开采，对采掘品和农产品进行加工和再加工的物质生产部门。

具体包括：(1)对自然资源的开采，如采矿等；(2)对采掘品的加工、再加工，如炼铁、炼钢、化工生产、石油加工、机器制造等，以及电力、煤气的生产和供应等；(3)对重工业品的修理、翻新，如机器设备、交通运输工具的修理等。

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国轻工制造行业深度研究与市场前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国轻工制造行业市场发展环境、轻工制造整体运行态势等，接着分析了中国轻工制造行业市场运行的现状，然后介绍了轻工制造市场竞争格局。随后，报告对轻工制造做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国轻工制造行业发展趋势与投资预测。您若想对轻工制造产业有个系统的了解或者想投资中国轻工制造行业，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 轻工制造行业发展综述

1.1 轻工制造行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

轻工业，与重工业相对，也互有交叉，主要是指生产生活资料的工业部门。轻工业与日常生活息息相关，如：食品、烟酒、家电、家具、五金、玩具、乐器、陶瓷、纺织、造纸、印刷、生活用品、办公用品、文化用品、体育用品等工业部门。轻工业是城乡居民生活消费品的主要来源，按其所使用原料的不同，可分为两类：以农产品为原料的轻工业和以非农产品为原料的轻工业。

轻工业主要指提供生活消费品的工业部门，包括：

1

以农产品为原料的。如棉、毛、麻、丝的纺织及缝纫，皮革及其制品，纸浆及造纸，食品加工等工业；

2

以非农产品为原料的。如日用金属、日用化工、日用玻璃、日用陶瓷、化学纤维及其制品、火柴、生活用木制品及塑料制品等工业。轻工业产品大部分是生产消费品，一部分作为原料和半成品用于生产，如化学纤维、工业用布、纸张、盐等。

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 轻工制造行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 轻工制造行业在国民经济中的地位

1.2.3 轻工制造行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 轻工制造行业生命周期

1.3 最近3-5年中国轻工制造行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

- 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
- 1.3.5 风险性
- 1.3.6 行业周期
- 1.3.7 竞争激烈程度指标
- 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 轻工制造行业运行环境分析

2.1 轻工制造行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 轻工制造行业经济环境分析

2.2.1 宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 轻工制造行业社会环境分析

2.3.1 轻工制造产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 轻工制造产业发展对社会发展的影响

2.4 轻工制造行业技术环境分析

2.4.1 轻工制造技术分析

2.4.2 轻工制造技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国轻工制造行业运行分析

3.1 我国轻工制造行业发展状况分析

3.1.1 我国轻工制造行业发展阶段

3.1.2 我国轻工制造行业发展总体概况

3.1.3 我国轻工制造行业发展特点分析

3.2 2017-2022年轻工制造行业发展现状

3.2.1 2017-2022年我国轻工制造行业市场规模

3.2.2 2017-2022年我国轻工制造行业发展分析

3.2.3 2017-2022年中国轻工制造企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2017-2022年重点省市市场分析

3.4 轻工制造细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2017-2022年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 轻工制造产品/服务价格分析

3.5.1 2017-2022年轻工制造价格走势

3.5.2 影响轻工制造价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

3.5.3 2024-2030年轻工制造产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要轻工制造企业价位及价格策略

第四章 我国轻工制造所属行业整体运行指标分析

4.1 2017-2022年中国轻工制造所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2017-2022年中国轻工制造所属行业产销情况分析

4.2.1 我国轻工制造所属行业工业总产值

4.2.2 我国轻工制造所属行业工业销售产值

4.2.3 我国轻工制造所属行业产销率

4.3 2017-2022年中国轻工制造所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国轻工制造行业供需形势分析

5.1 轻工制造行业供给分析

5.1.1 2017-2022年轻工制造行业供给分析

5.1.2 2024-2030年轻工制造行业供给变化趋势

5.1.3 轻工制造行业区域供给分析

5.2 2017-2022年我国轻工制造行业需求情况

5.2.1 轻工制造行业需求市场

5.2.2 轻工制造行业客户结构

5.2.3 轻工制造行业需求的地区差异

5.3 轻工制造市场应用及需求预测

5.3.1 轻工制造应用市场总体需求分析

(1) 轻工制造应用市场需求特征

(2) 轻工制造应用市场需求总规模

5.3.2 2024-2030年轻工制造行业领域需求量预测

(1) 2024-2030年轻工制造行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2024-2030年轻工制造行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业轻工制造产品/服务需求分析预测

第六章 轻工制造行业产业结构分析

6.1 轻工制造产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国轻工制造行业参与竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国轻工制造行业产业链分析

7.1 轻工制造行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 轻工制造上游行业分析

7.2.1 轻工制造产品成本构成

7.2.2 2017-2022年上游行业发展现状

7.2.3 2024-2030年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对轻工制造行业的影响

7.3 轻工制造下游行业分析

7.3.1 轻工制造下游行业分布

7.3.2 2017-2022年下游行业发展现状

7.3.3 2024-2030年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对轻工制造行业的影响

第八章 我国轻工制造行业渠道分析及策略

8.1 轻工制造行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对轻工制造行业的影响

8.1.3 主要轻工制造企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 轻工制造行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 轻工制造行业营销策略分析

8.3.1 中国轻工制造营销概况

8.3.2 轻工制造营销策略探讨

8.3.3 轻工制造营销发展趋势

第九章 我国轻工制造行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 轻工制造行业竞争结构分析

9.1.2 轻工制造行业企业间竞争格局分析

9.1.3 轻工制造行业集中度分析

9.1.4 轻工制造行业SWOT分析

9.2 中国轻工制造行业竞争格局综述

9.2.1 轻工制造行业竞争概况

(1) 中国轻工制造行业竞争格局

(2) 轻工制造行业未来竞争格局和特点

(3) 轻工制造市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国轻工制造行业竞争力分析

(1) 我国轻工制造行业竞争力剖析

(2) 我国轻工制造企业市场竞争的优势

(3) 国内轻工制造企业竞争能力提升途径

9.2.3 轻工制造市场竞争策略分析

第十章 轻工制造行业领先企业经营形势分析

10.1 南通强生轻工集团有限公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 中国轻工业长沙工程有限公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 中国轻工业广州工程有限公司

- 10.3.1 企业概况
- 10.3.2 企业优势分析
- 10.3.3 产品/服务特色
- 10.3.4 公司经营状况
- 10.3.5 公司发展规划

第十一章 2024-2030年轻工制造行业投资前景

- 11.1 2024-2030年轻工制造市场发展前景
 - 11.1.1 2024-2030年轻工制造市场发展潜力
 - 11.1.2 2024-2030年轻工制造市场前景展望
 - 11.1.3 2024-2030年轻工制造细分行业发展前景分析
- 11.2 2024-2030年轻工制造市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2024-2030年轻工制造行业发展趋势
 - 11.2.2 2024-2030年轻工制造市场规模预测
 - 11.2.3 2024-2030年轻工制造行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2024-2030年轻工制造细分市场发展趋势预测
- 11.3 2024-2030年中国轻工制造行业供需预测
 - 11.3.1 2024-2030年中国轻工制造行业供给预测
 - 11.3.2 2024-2030年中国轻工制造行业需求预测
 - 11.3.3 2024-2030年中国轻工制造供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 市场整合成长趋势
 - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2024-2030年轻工制造行业投资机会与风险

- 12.1 轻工制造行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2024-2030年轻工制造行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2024-2030年轻工制造行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 轻工制造行业投资战略研究

13.1 轻工制造行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国轻工制造品牌的战略思考

13.2.1 轻工制造品牌的重要性

13.2.2 轻工制造实施品牌战略的意义

13.2.3 轻工制造企业品牌的现状分析

13.2.4 我国轻工制造企业的品牌战略

13.2.5 轻工制造品牌战略管理的策略

13.3 轻工制造经营策略分析

13.3.1 轻工制造市场细分策略

13.3.2 轻工制造市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

- 13.3.4 轻工制造新产品差异化战略
- 13.4 轻工制造行业投资战略研究
 - 13.4.1 2022年轻工制造行业投资战略
 - 13.4.2 2024-2030年轻工制造行业投资战略
 - 13.4.3 2024-2030年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

- 14.1 轻工制造行业研究结论
- 14.2 轻工制造行业投资价值评估
- 14.3 轻工制造行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R02/R0206/202311/27-581882.html>