

2017-2022年中国快速消费品市场深度评估与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国快速消费品市场深度评估与投资前景分析报告》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.abaogao.com/b/qita/441043IT15.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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（Fast Moving Consumer Goods，简称FMCG）是指使用寿命较短，消费速度较快的消费品。一种新的叫法是PMCG（Packaged Mass Consumption Goods），顾名思义，产品经过包装成一个个独立的小单元来进行销售，更加着重包装、品牌化以及大众化对这个类别的影响。

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。

随着我国经济的快速发展，人民的生活水平有了显著提升，在全国范围内已初步实现小康生活，在局部发达地区，实现了富裕生活。这种生活水平的提升，也必然导致消费结构的变化，比如恩格尔系数快速下降，食品、日用品消费支出在整个消费支出中的比例降低，汽车、住房、奢侈品的消费大量增长等等。这些变化也必然影响到快速消费品行业的发展。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国快速消费品市场深度评估与投资前景分析报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 中国快速消费品行业发展综述

第一节 快速消费品行业报告研究范围

一、快速消费品行业专业名词解释

二、快速消费品行业研究范围界定

三、快速消费品行业调研框架简介

四、快速消费品行业调研工具介绍

第二节 快速消费品行业定义及分类

一、快速消费品行业概念及定义

二、快速消费品行业主要产品分类

第三节 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、快速消费品行业产品规划

三、快速消费品行业布局规划

四、快速消费品行业企业规划

第二节 快速消费品行业经济环境分析

一、中国GDP增长情况

二、固定资产投资情况

第三节 快速消费品行业技术环境分析

一、快速消费品行业专利申请数分析

二、快速消费品行业专利申请人分析

三、快速消费品行业热门专利技术分析

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

七、快速消费品行业消费区域分布

第二部分 行业深度分析

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、快速消费品行业市场规模分析
- 二、快速消费品行业竞争格局分析
- 三、快速消费品行业趋势预测分析

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
- 四、主要省市供需平衡分析

第三节 快速消费品行业经济指标分析

- 一、快速消费品行业产销能力分析
- 二、快速消费品行业盈利能力分析
- 三、快速消费品行业运营能力分析
- 四、快速消费品行业偿债能力分析
- 五、快速消费品行业发展能力分析

第四节 快速消费品行业进出口市场调研

- 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调研
- 三、快速消费品行业出口市场调研
- 四、快速消费品行业进出口趋势分析

第四章 我国快速消费品行业整体运行指标分析

第一节 2014-2016年中国快速消费品行业总体规模分析

- 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

第二节 2014-2016年中国快速消费品行业产销情况分析

- 一、我国快速消费品行业工业总产值
- 二、我国快速消费品行业工业销售产值

三、我国快速消费品行业产销率

第三节 2014-2016年中国快速消费品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

- 1、我国快速消费品行业销售利润率
- 2、我国快速消费品行业成本费用利润率
- 3、我国快速消费品行业亏损面

二、行业偿债能力分析

- 1、我国快速消费品行业资产负债比率
- 2、我国快速消费品行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

- 1、我国快速消费品行业应收帐款周转率
- 2、我国快速消费品行业总资产周转率
- 3、我国快速消费品行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

- 1、我国快速消费品行业总资产增长率
- 2、我国快速消费品行业利润总额增长率
- 3、我国快速消费品行业主营业务收入增长率
- 4、我国快速消费品行业资本保值增值率

第三部分 市场供需分析调研

第五章 快速消费品行业产业结构分析

第一节 快速消费品产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国快速消费品行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第六章 快速消费品行业细分市场调研

第一节 个人护理品细分市场调研

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调研

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调研

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 我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、我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

第四部分 竞争格局分析

第八章 中国快速消费品行业重点区域市场调研

第一节 中国快速消费品行业区域市场概况

一、快速消费品行业产值分布情况

二、快速消费品行业市场分布情况

三、快速消费品行业利润分布情况

第二节 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第六节 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

第七节 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

第八节 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

第九章 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格局分析

- 一、快速消费品行业区域分布格局
- 二、快速消费品行业企业规模格局
- 三、快速消费品行业企业性质格局

第二节 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、快速消费品行业行业内部竞争

第三节 快速消费品行业重点企业竞争策略分析

第四节 快速消费品行业投资兼并重组整合分析

- 一、投资兼并重组现状
- 二、投资兼并重组案例

第十章 2016年快速消费品行业领先企业经营形势分析

第一节 汇天集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业最新发展动向分析

第二节 吕梁商务有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业最新发展动向分析

第三节 维维集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动向分析

第四节 武汉市光辉集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动向分析

第五节 雅士利国际集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动向分析

第六节 江苏敖广日化集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动向分析

第七节 吉林省鸿业集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动向分析

第八节 上海烟草集团有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动向分析

第五部分 趋势预测展望

第十一章 中国快速消费品行业趋势预测分析和投融资分析

第一节 中国快速消费品行业发展趋势

一、快速消费品行业市场规模预测

二、快速消费品行业产品结构预测

三、快速消费品行业企业数量预测

第二节 快速消费品行业投资特性分析

一、快速消费品行业进入壁垒分析

二、快速消费品行业投资前景分析

第三节 快速消费品行业投资潜力与建议

- 一、快速消费品行业投资机会剖析
- 二、快速消费品行业营销策略分析
- 三、行业投资建议

第十二章 2017-2022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、快速消费品行业投资现状分析
 - 1、快速消费品产业投资经历的阶段
 - 2、2014-2016年快速消费品行业投资状况回顾
 - 3、2014-2016年中国快速消费品行业风险投资状况
 - 4、2017-2022年我国快速消费品行业的投资态势

第二节 2017-2022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 2017-2022年快速消费品行业投资前景及防范

- 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、快速消费品行业未来发展方向
- 二、快速消费品行业主要投资建议
- 三、中国快速消费品企业融资分析
 - 1、中国快速消费品企业IPO融资分析

2、中国快速消费品企业再融资分析

第六部分 投资前景研究

第十三章 2017-2022年快速消费品行业面临的困境及对策

第一节 2017-2022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

三、国内快速消费品企业的出路分析

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

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国快速消费品市场发展面临的挑战与对策

第十四章 快速消费品行业投资前景研究

第一节 快速消费品行业投资前景研究

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 对我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、我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

第四节 快速消费品行业投资规划建议研究

一、2017-2022年快速消费品行业投资规划建议

二、2017-2022年快速消费品行业投资规划建议

三、2017-2022年细分行业投资规划建议

第十五章 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

第三节 快速消费品行业投资建议

一、行业投资策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投图表目录：

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：2014-2016年全球快速消费品行业市场规模

图表：2014-2016年中国快速消费品行业市场规模

图表：2014-2016年快速消费品行业重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国快速消费品市场占全球份额比较

图表：2014-2016年快速消费品行业工业总产值

图表：2014-2016年快速消费品行业销售收入

图表：2014-2016年快速消费品行业利润总额

图表：2014-2016年快速消费品行业资产总计

图表：2014-2016年快速消费品行业负债总计

图表：2014-2016年快速消费品行业竞争力分析

图表：2014-2016年快速消费品市场价格走势

图表：2014-2016年快速消费品行业主营业务收入

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/441043IT15.html>