

# 2020-2026年中国大消费行业深度分析与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国大消费行业深度分析与投资战略研究报告》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/maoyi/M93271DAHw.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

随着经济和科技的发展，中国社会已进入生产过剩的时代，消费成为拉动经济最为重要的手段，这将进一步刺激消费主义的形成，消费主义作为一种主流价值观已渗透至各个层面，对中国未来的经济与社会文化有着深远的影响。

我国最终消费支出占比从2010年48.5%一路上升至2017年的53.6%，其中政府消费占比为14.5%，居民消费占比为39.1%。虽然近十年来一直在不断上升，但和发达国家相比仍然有不小的差距。2017年美国居民消费占比为64.1%、日本为55.5%、韩国为48.1%、英国为65.5%、法国为54.1%、德国为52.9%。和消费对比，2017年资本形成总额占比为44.4%，高出居民消费占比5.3个百分点，整体经济对投资依赖度更高。全球来看，资本形成总额占比平均水平为22%，中国44.4%的占比是全球平均水平的一倍。尽管近几年随着消费拉动持续提升，资本形成总额占比在持续下降，但是仍然有较大下降空间让位给消费。我国居民最终消费支出占比和发达国家对比（单位：%）

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国大消费行业深度分析与投资战略研究报告》共十一章。首先介绍了中国大消费行业市场发展环境、大消费整体运行态势等，接着分析了中国大消费行业市场运行的现状，然后介绍了大消费市场竞争格局。随后，报告对大消费做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国大消费行业发展趋势与投资预测。您若想对大消费产业有个系统的了解或者想投资中国大消费行业，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1章 2019年中国大消费行业相关概述

#### 1.1 大消费定义及特点

##### 1.1.1 大消费定义及分类

##### 1.1.2 大消费产品特点

##### 1.1.3 大消费产品用途

#### 1.2 大消费行业发展历程

#### 1.3 大消费行业生产、采购及经销模式分析

#### 1.4 2013-2019年中国大消费行业经营指标分析

- 1.4.1 赢利性
- 1.4.2 成长速度
- 1.4.3 行业壁垒分析
- 1.4.4 风险性
- 1.4.5 行业周期

## 第2章 2013-2019年全球大消费行业发展环境及运行现状分析

- 2.1 2019年世界经济贸易总体形势
- 2.2 世界经济贸易发展中需要关注的问题
  - 2.2.1 保护主义威胁全球贸易稳定增长
  - 2.2.2 国际金融市场波动加剧
  - 2.2.3 国际贸易规则面临重塑
  - 2.2.4 全球债务过度扩张存在潜在风险
- 2.3 主要国家和地区经济贸易前景
- 2.4 2013-2019年全球大消费行业运行回顾
  - 2.4.1 2013-2019年全球大消费行业市场规模走势图
  - 2.4.2 2013-2019年北美地区大消费行业发展分析
  - 2.4.3 2013-2019年欧盟地区大消费行业发展分析
  - 2.4.4 2013-2019年亚太地区大消费行业发展分析
- 2.5 2020-2026年全球大消费行业发展展望

## 第3章 2013-2019年中国大消费行业运行环境分析

- 3.1 2019年中国大消费行业政治法律环境（P）
- 3.2 2019年中国大消费行业经济环境分析（E）
  - 3.2.1 国民经济运行情况GDP（季度更新）
  - 3.2.2 消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
  - 3.2.3 全国居民收入情况（季度更新）
  - 3.2.4 恩格尔系数（年度更新）
  - 3.2.5 工业发展形势（月度更新）
  - 3.2.6 固定资产投资情况（季度更新）
  - 3.2.7 2019年我国宏观经济发展预测
- 3.3 2019年大消费行业社会环境分析（S）

### 3.4 2019年大消费行业技术环境分析（T）

#### 3.4.1 技术水平总体发展情况

#### 3.4.2 大消费主要生产工艺

#### 3.4.3 中国大消费行业新技术研究

## 第4章 中国大消费行业发展概述

### 4.1 中国大消费行业发展状况分析

#### 4.1.1 中国大消费行业发展阶段

#### 4.1.2 中国大消费行业发展总体概况

### 4.2 2013-2019年大消费行业发展现状

#### 4.2.1 2013-2019年中国大消费行业市场规模

#### 4.2.2 2013-2019年中国大消费行业发展分析

#### 4.2.3 2013-2019年中国大消费行业重点企业发展分析

### 4.3 2020-2026年中国大消费行业面临的困境及对策

#### 4.3.1 中国大消费行业面临的困境分析

#### 4.3.2 国内大消费企业发展战略分析

## 第5章 中国大消费行业市场运行分析

当前双十一数据也显示出80后和90后的年轻消费者成为了中国消费增长的极大推动力。2009年参与天猫双11的主力消费者是时年20-29岁的80后，占比超过6层。但随着90后的不断成长以及经济实力的不断增强，90后的消费占比也在逐年增长。2015年90后消费者占比首次超过80后，成为最主要的线上消费群体。在2017年的天猫双11活动中，80后90后新兴消费者占比接近80%，成为新兴消费中坚力量。00后在各线城市的分布情况（单位：%）

### 5.1 2013-2019年中国大消费所属行业总体规模分析

#### 5.1.1 企业数量结构分析

#### 5.1.2 人员规模状况分析

#### 5.1.3 行业资产规模分析

#### 5.1.4 行业市场规模分析

### 5.2 2013-2019年中国大消费所属行业产销情况分析

#### 5.2.1 中国大消费行业工业总产值

#### 5.2.2 中国大消费行业工业销售产值

#### 5.2.3 中国大消费行业产销率

### 5.3 2013-2019年中国大消费所属行业财务指标总体分析

#### 5.3.1 行业盈利能力分析

#### 5.3.2 行业偿债能力分析

#### 5.3.3 行业营运能力分析

#### 5.3.4 行业发展能力分析

### 5.4 2013-2019年我国大消费行业生产概况

#### 5.4.1 2013-2019年我国大消费行业产能统计

#### 5.4.2 2013-2019年我国大消费行业供给分析

#### 5.4.3 2013-2019年我国大消费行业生产区域分析

#### 5.4.3 2013-2019年我国大消费行业主要生产商发展概况

### 5.5 2013-2019年我国大消费行业需求概况

#### 5.4.1 2013-2019年我国大消费行业需求总量分析

#### 5.4.2 2013-2019年我国大消费行业应用结构分析

#### 5.4.3 2013-2019年我国大消费行业需求区域分析

#### 5.4.3 2013-2019年我国大消费行业市场规模分析

### 5.6 2013-2019年我国大消费行业价格走势分析

#### 5.6.1 2013-2018我国大消费行业价格走势回顾

#### 5.6.2 2013-2018我国大消费行业价格影响因素分析

### 5.7 2013-2018我国大消费行业进出口市场分析

#### 5.7.1 2013-2018我国大消费行业出口市场分析

#### 5.7.2 2013-2018我国大消费行业进口市场分析

## 第6章 中国大消费行业细分市场分析

我国基尼系数从2008年开始进入下行通道，在2015年触底后连续两年上升，2017年基尼系数达到0.47。贫富差距拉大导致高低阶层间收入差距拉大。基尼系数的扩大也从居民收入端得到验证，20%高收入户收入和20%低收入户收入比值也在2015年开始上升，从2015年的10.45倍上升至2017年的10.90倍。同期，其中城镇居民的20%高收入户收入和20%低收入户收入比值从8.43倍扩大到9.48倍，农村居民的20%高收入户收入和20%低收入户收入比值从5.32倍扩大到5.62倍。

我国城镇居民人均消费性支出结构	-	2015	2016	2017	食品	30.55%	30.07%	29.42%			
衣着	8.17%	7.73%	7.39%	居住	22.70%	22.74%	23.28%	家庭设备	6.28%	6.35%	6.41%
医疗保健	6.93%	7.25%	7.47%	交通和通信	13.91%	14.12%	13.96%	教育文娱	11.45%	11.73%	11.96%

## 6.1 大消费行业细分市场概况

### 6.1.1 市场细分充分程度

### 6.1.2 市场细分发展趋势

### 6.1.3 市场细分战略研究

### 6.1.4 细分市场结构分析

## 6.2 大消费细分市场投资战略分析

## 6.3 行业竞争结构分析

### 6.3.1 现有企业间竞争

### 6.3.2 潜在进入者分析

### 6.3.3 替代品威胁分析

### 6.3.4 供应商议价能力

### 6.3.5 客户议价能力

## 6.4 行业集中度分析

### 6.4.1 市场集中度分析

### 6.4.1 企业集中度分析

### 6.4.1 区域集中度分析

## 6.5 中国大消费行业竞争SWOT分析

### 6.5.1 大消费行业优势分析（S）

### 6.5.2 大消费行业劣势分析（W）

### 6.5.3 大消费行业机会分析（O）

### 6.5.4 大消费行业威胁分析（T）

## 第7章 2013-2019年中国大消费行业区域发展分析

### 7.1 中国大消费行业区域发展现状分析

#### 7.2 2013-2019年华北地区

##### 7.2.1 华北地区各省市经济运行概况

##### 7.2.2 华北地区大消费需求分析

##### 7.2.3 华北地区大消费市场前景展望

#### 7.3 2013-2019年东北地区

##### 7.3.1 东北地区各省市经济运行概况

##### 7.3.2 东北地区大消费需求分析

##### 7.3.3 东北地区大消费市场前景展望

## 7.4 2013-2019年华东地区

### 7.4.1 华东地区各省市经济运行概况

### 7.4.2 华东地区大消费需求分析

### 7.4.3 华东地区大消费市场前景展望

## 7.5 2013-2019年华中地区

### 7.5.1 华中地区各省市经济运行概况

### 7.5.2 华中地区大消费需求分析

### 7.5.3 华中地区大消费市场前景展望

## 7.6 2013-2019年华南地区

### 7.6.1 华南地区各省市经济运行概况

### 7.6.2 华南地区大消费需求分析

### 7.6.3 华南地区大消费市场前景展望

## 7.7 2013-2019年西南地区

### 7.7.1 西南地区各省市经济运行概况

### 7.7.2 西南地区大消费需求分析

### 7.7.3 西南地区大消费市场前景展望

## 7.8 2013-2019年西北地区

### 7.8.1 西北地区各省市经济运行概况

### 7.8.2 西北地区大消费需求分析

### 7.8.3 西北地区大消费市场前景展望

## 第8章 中国大消费行业上、下游产业链分析

### 8.1 大消费行业产业链概述

#### 8.1.1 产业链定义

#### 8.1.2 大消费行业产业链

### 8.2 大消费行业主要上游产业发展分析

#### 8.2.1 上游产业生产及价格分析

#### 8.2.2 主要供给企业分析

#### 8.2.3 上游产业发展趋势

### 8.3 上游产业议价能力分析

### 8.4 大消费行业主要下游产业发展分析

#### 8.4.1 主要下游产业运行现状



#### 8.4.2下游产业发展趋势

### 8.5 大消费行业上下游产业相关性分析

#### 8.5.1 上游产业对大消费产业影响分析

#### 8.5.2 下游产业对大消费产业影响分析

## 第九章 2013-2019年中国大消费行业优势企业运营分析

### 9.1 A公司竞争力分析

#### 9.1.1企业发展基本情况

#### 9.1.2企业主要产品分析

#### 9.1.3企业竞争优势分析

#### 9.1.4企业经营状况分析

#### 9.1.5企业最新发展动态

#### 9.1.6企业发展战略分析

### 9.2 B公司竞争力分析

#### 9.2.1企业发展基本情况

#### 9.2.2企业主要产品分析

#### 9.2.3企业竞争优势分析

#### 9.2.4企业经营状况分析

#### 9.2.5企业最新发展动态

#### 9.2.6企业发展战略分析

### 9.3 C公司竞争力分析

#### 9.3.1企业发展基本情况

#### 9.3.2企业主要产品分析

#### 9.3.3企业竞争优势分析

#### 9.3.4企业经营状况分析

#### 9.3.5企业最新发展动态

#### 9.3.6企业发展战略分析

### 9.4 D公司竞争力分析

#### 9.4.1企业发展基本情况

#### 9.4.2企业主要产品分析

#### 9.4.3企业竞争优势分析

#### 9.4.4企业经营状况分析

9.4.5企业最新发展动态

9.4.6企业发展战略分析

9.5 E公司竞争力分析

9.5.1企业发展基本情况

9.5.2企业主要产品分析

9.5.3企业竞争优势分析

9.5.4企业经营状况分析

9.5.5企业最新发展动态

9.5.6企业发展战略分析

## 第10章2020-2026年中国大消费行业投资机会与风险

10.1 大消费行业投资现状分析

10.1.1行业资金渠道分析

10.1.2行业投资项目分析

10.1.3行业兼并重组情况

10.2 大消费行业投资机会分析

10.2.1产业链投资机会

10.2.2细分市场投资机会

10.2.3重点区域投资机会

10.3 大消费行业投资风险及防范措施

10.3.1行业政策风险及防范

10.3.2宏观经济风险及防范

10.3.3市场竞争风险及防范

10.3.4关联产业风险及防范

10.3.5产品结构风险及防范

10.3.6技术研发风险及防范

10.3.7其他投资风险及防范

## 第11章2020-2026年中国大消费行业发展趋势与前景分析（ ）

11.1 2020-2026年中国大消费行业发展前景

11.1.1 2020-2026年大消费行业发展潜力

11.1.2 2020-2026年大消费行业规模预测

- 11.2 2020-2026年中国大消费行业发展趋势预测
- 11.2.1 2020-2026年大消费行业发展趋势
- 11.2.2 2020-2026年大消费行业价格走势预测
- 11.3 2020-2026年中国大消费行业供需预测
- 11.3.1 2020-2026年中国大消费行业供给预测
- 11.3.2 2020-2026年中国大消费行业需求预测
- 11.3.3 2020-2026年中国大消费供需平衡预测 ( )

图表目录：

- 图表：大消费行业特点
- 图表：大消费行业生命周期
- 图表：大消费行业产业链分析
- 图表：2013-2019年大消费行业产能分析
- 图表：2013-2019年大消费行业市场规模分析
- 图表：2013-2019年大消费行业产量分析
- 图表：2013-2019年大消费行业需求量分析
- 图表：2019年大消费行业需求领域分布格局
- 图表：2013-2019年大消费行业销售区域分布格局
- 图表：2020-2026年大消费行业市场规模预测
- 图表：中国大消费行业盈利能力分析
- 图表：中国大消费行业运营能力分析
- 图表：中国大消费行业偿债能力分析
- 图表：中国大消费行业发展能力分析
- 图表：中国大消费行业经营效益分析
- 图表：2020-2026年大消费行业产能预测
- 图表：2020-2026年大消费行业市场规模预测
- 图表：2020-2026年大消费行业产量预测
- 图表：2020-2026年大消费行业需求量预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/M93271DAH.html>