

2016-2022年中国快速消费品市场需求及投资前景 分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国快速消费品市场需求及投资前景分析报告》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.huaon.com/detail/185346.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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（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。

中国市场正在经历销售量增长放缓和物价低位运行的双重挑战，快速消费品企业需要积极探索赢得新消费者的最佳手段。根据凯度和贝恩联合发布的中国消费市场数据，在26个快速消费品品类中，本土品牌已经连续三年从国际竞争对手手中争得市场份额。从2014年开始，本土公司已约占26个品类市场销售额的70%左右，市场增长的87%由这些本土品牌贡献。中国城市家庭渗透率最高的快速消费品企业

截至2015年10月，共有21家快速消费品企业拥有过亿的城市购买家庭，其中，11家为中国企业。2015年覆盖过亿家庭的企业中，囊括宝洁集团、联合利华、立白集团、高露洁、恒安集团、纳爱斯集团6个日化企业。其中，宝洁集团以95.5%的渗透率位列快消品企业榜首，而立白集团则成为电商渠道中消费者规模增长最快的企业。

城镇快消品零售市场的整体增速从2011年的11.8%回落至2014年的5.4%。在线下实体店，现代渠道（包括大卖场、超市/小超市和便利店）总体呈现小幅上升。随着大型门店的渗透率接近饱和点，各大零售商的同店销售增长率持续下滑。零售商开始发展小型门店业态，比如小超市。超市和小超市整体在2014年的业绩出色，增长率高达9.1%，相比现代渠道中的其他业态遥遥领先。而与此同时，传统杂货店的增长率只有0.6%。

现代通路中的主要零售商占有率 – 中国城市

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 行业概况

第一节 行业界定与主要产品

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。

第二节 快速消费品产业的行业特征

快速消费品行业主要呈现以下现状：

- 1、快速消费品行业偏重营销致胜。
- 2、品牌识别必须建立在三个品质的基础上：持久性、协同性以及可行性。因此，必须在品牌建设之初，对企业识别、产品包装、终端物料调性和基础元素等进行系统的整体规划。品牌命名上必须抢占制高点，根据竞争性理论策略的植田T理论，借助一个有影响力的事物来实现品牌目标，采用事件营销与公共营销作为品牌传播途径。
- 3、品牌形象和产品口味是关键。
- 4、试图为所有的人服务，想赚所有人的钱。但这肯定是不可能的，在市场细分化已经做到如此地步的今天，不可能有一种产品适用于所有人群。所以，对于品牌定位来说，越纯粹越有震撼力越简单越有穿透力。
- 5、单以与主要竞争对手不相上下的技术、资金实力，以传统的方式进入市场，只能凭借价格冲击作为主要手段而分得一块蛋糕，因此难以形成核心优势

第三节 快速消费品产业在国民经济中的地位

- 一、快速消费品产业对税收的贡献
- 二、快速消费品产业对GDP的贡献

第四节 行业相关统计数据

第二章 2014-2015年宏观经济环境及影响

第一节 经济运行效益不断提高

第二节 消费的支柱作用逐渐显现

第三节 经济结构调整升级加快

第四节 宏观经济发展情况分析

一、世界宏观经济发展

二、中国宏观经济发展

第五节 宏观经济发展及预测分析

一、世界宏观经济发展预测

二、中国宏观经济发展预测

第三章 2012-2015年中国快速消费品行业主要数据监测分析

第一节 2012-2015年中国快速消费品行业规模分析

在今天的中国快速消费品市场中，超市和便利店的增速要远远快于大卖场。光顾电子商务渠

的消费者数量和购买频次也在不断增加，2015年40%的中国城市家庭已经在电商渠道购买快速消费品，增幅远远超过实体零售渠道。在电商渠道中消费者规模增长最快的企业

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2014-2015年中国快速消费品行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2012-2015年中国快速消费品行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2012-2015年中国快速消费品行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2012-2015年中国快速消费品行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第四章 中国快速消费品行业进出口市场情况分析

第一节 2012-2015年中国快速消费品行业进出口量分析

一、2012-2015年中国快速消费品行业进口分析

二、2012-2015年中国快速消费品行业出口分析

第二节 2016-2022年中国快速消费品行业进出口市场预测分析

一、2016-2022年中国快速消费品行业进口预测

二、2016-2022年中国快速消费品行业出口预测

第三节 影响进出口变化的主要原因分析

第五章 中国快速消费品行业区域市场分析

第一节 华北地区快速消费品行业分析

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

第二节 东北地区快速消费品行业分析

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

第三节 华东地区快速消费品行业分析

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

第四节 华南地区快速消费品行业分析

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

第五节 华中地区快速消费品行业分析

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

第六节 西南地区快速消费品行业分析

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

第七节 西北地区快速消费品行业分析

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

第六章 全国快速消费品行业财务状况分析

第一节 2012-2015年快速消费品行业规模分析

一、2012-2015年快速消费品行业总资产对比分析

二、2012-2015年快速消费品行业企业单位数对比分析

三、2012-2015年快速消费品行业从业人员平均人数对比分析

第二节 2012-2015年快速消费品行业经济效益分析

一、2012-2015年快速消费品行业产值利税率对比分析

二、2012-2015年快速消费品行业资金利润率对比分析

三、2012-2015年快速消费品行业成本费用利润率对比分析

第三节 2012-2015年快速消费品行业效率分析

一、2012-2015年快速消费品行业资产负债率对比分析

二、2012-2015年快速消费品行业流动资产周转次数对比分析

第四节 2014-2015年快速消费品行业结构分析

一、2014-2015年快速消费品行业地区结构分析

二、2014-2015年快速消费品行业所有制结构分析

第五节 2012-2015年快速消费品行业不同规模企业财务状况分析

一、2012-2015年快速消费品行业不同规模企业人均指标分析

二、2012-2015年快速消费品行业不同规模企业盈利能力分析

三、2012-2015年快速消费品行业不同规模企业营运能力分析

四、2012-2015年快速消费品行业不同规模企业偿债能力分析

第七章 国内外快速消费品重点企业分析

第一节 康师傅控股有限公司

一、公司概况

二、企业财务数据分析

1、企业资产负债分析

2、企业收入及利润分析

三、发展战略

第二节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、公司概况

二、企业财务数据分析

1、企业资产负债分析

2、企业收入及利润分析

三、核心竞争力分析

四、发展战略

第三节 蒙牛乳业(集团)股份有限公司

一、公司概况

二、企业财务数据分析

1、企业资产负债分析

2、企业收入及利润分析

三、发展战略

第四节 中国旺旺控股有限公司

一、公司概况

二、企业财务数据分析

1、企业资产负债分析

2、企业收入及利润分析

三、发展战略

第五节 河南双汇投资发展股份有限公司

一、公司概况

二、企业财务数据分析

1、企业资产负债分析

2、企业收入及利润分析

三、核心竞争力分析

四、发展战略

第六节 佛山市海天调味食品股份有限公司

一、公司概况

二、企业财务数据分析

三、核心竞争力分析

四、发展战略

第七节 亿滋国际MDLZ

一、公司概况

二、企业财务数据分析

三、发展战略

第八节 可口可乐TheCoca-ColaCo.

一、公司概况

二、企业财务数据分析

三、发展战略

第九节 百事PepsiCo,Inc.

一、公司概况

二、企业财务数据分析

三、发展战略

第十节 雀巢Nestle

一、公司概况

二、企业财务数据分析

三、发展战略

第八章 快速消费品行业竞争分析及预测

第一节 快速消费品行业竞争特点分析及预测

- 一、快速消费品行业市场竞争综合评价
- 二、中国快速消费品行业竞争结构分析
- 三、中国快速消费品行业竞争策略分析

第二节 行业竞争结构分析及预测

- 一、供应商分析及预测
- 二、购买者分析及预测
- 三、产业内竞争者分析及预测

第三节 行业企业资产重组分析及预测

第四节 行业资本运作及竞争趋势分析

第九章 2016-2022年中国快速消费品行业发展预测分析

第一节 2016-2022年中国快速消费品产业宏观预测

- 一、2016-2022年中国快速消费品行业宏观预测
- 二、2016-2022年中国快速消费品工业发展展望
- 三、2016-2022年中国快速消费品业发展状况预测分析

第二节 2016-2022年中国快速消费品市场形势分析

- 一、2016-2022年中国快速消费品生产形势分析预测
- 二、影响中国快速消费品市场运行的因素分析

第三节 2016-2022年中国快速消费品市场趋势分析

- 一、2012-2015年中国快速消费品市场趋势总结
- 二、2016-2022年中国快速消费品发展趋势分析
- 三、2016-2022年中国快速消费品市场发展空间
- 四、2016-2022年中国快速消费品产业政策趋向

第十章 快速消费品行业投资前景与投资策略分析 (AK WZY)

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 快速消费品行业发展的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 快速消费品行业投资价值分析

一、快速消费品行业发展前景分析

二、快速消费品行业盈利能力预测

三、投资机会分析

第四节 快速消费品行业投资风险分析

一、政策风险

二、竞争风险

三、经营风险

四、其他风险

第五节 快速消费品行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

第六节 快速消费品行业投资效益分析

一、2012-2015年快速消费品行业投资状况分析

二、2016-2022年快速消费品行业投资效益分析

三、2016-2022年快速消费品行业投资趋势预测

四、2016-2022年快速消费品行业的投资方向

五、2016-2022年快速消费品行业投资的建议

图表目录：

图表：2012-2015年快速消费品产业对GDP的贡献

图表：2012-2015年社会消费品零售总额

图表：2012-2015年中国网络零售额占社会社会消费零售总额比例

图表：2012-2015年中国财政收支统计

图表：2014-2015年全国金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2013-2015年城镇消费支柱作用明显

图表：各国际组织近期下调世界及主要经济体经济增长率预测值（%）

图表：2013-2015年世界工业生产同比增长率

图表：2012-2015年三大经济体GDP环比增长率

图表：2012-2015年世界及主要经济体GDP同比增长率

图表：2013-2015年三大经济体零售额同比增长率

图表：2013-2015年世界贸易量同比增长率

图表：2013-2015年波罗的海干散货运指数

图表：2013-2015年世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率

图表：2013-2015年美国、日本和欧元区失业率

图表：全球贸易量实际值和长期趋势

图表：2014-2015年全球需求仍处于较低水平

图表：2014-2015年降息经济体

图表：2014-2015年美国道琼斯工业指数走势

图表：2014-2015年新兴市场股指走势

图表：2014-2015年美元指数及美元兑欧元和日元走势

图表：2014-2015年美元兑卢布走势

图表：2014-2015年每单位外币兑美元走势

图表：2012-2015年国际市场初级产品价格名义指数走势（2012 = 100）

图表：2002-2015年欧元区CPI上涨率（%）

图表：2012-2015年中国快速消费品行业企业数量增长走势

图表：2012-2015年中国快速消费品行业从业人数增长走势

图表：2012-2015年中国快速消费品行业资产规模增长走势

图表：2014-2015年中国快速消费品行业不同类型企业结构

图表：2014-2015年中国快速消费品行业不同所有制企业结构

图表：2014-2015年中国快速消费品行业不同类型企业销售收入结构

图表：2014-2015年中国快速消费品行业不同所有制企业销售收入结构

图表：2012-2015年中国快速消费品行业产成品价值分析

图表：2012-2015年中国快速消费品工业销售产值分析

图表：2012-2015年中国快速消费品行业出口交货值分析

图表：2012-2015年中国快速消费品行业销售成本分析

图表：2012-2015年中国快速消费品行业费用分析

图表：2012-2015年中国快速消费品行业主要盈利指标分析

图表：2012-2015年中国快速消费品行业盈利能力指标分析

图表：海关HS编码消费品分类

图表：2012-2015年中国快速消费品进口统计

图表：2012-2015年中国快速消费品出口统计

图表：2012-2015年华北地区快速消费品市场规模统计

图表：2012-2015年东北地区快速消费品市场规模统计

图表：2012-2015年华东地区快速消费品市场规模统计

图表：2012-2015年华南地区快速消费品市场规模统计

图表：2012-2015年华中地区快速消费品市场规模统计

图表：2012-2015年西南地区快速消费品市场规模统计

图表：2012-2015年西北地区快速消费品市场规模统计

图表：2012-2015年快速消费品行业总资产对比

图表：2012-2015年快速消费品行业企业单位数对比

图表：2012-2015年快速消费品行业从业人员平均人数对比

图表：2012-2015年快速消费品行业产值利税率对比

图表：2012-2015年快速消费品行业资金利润率对比

图表：2012-2015年快速消费品行业成本费用利润率对比

图表：2012-2015年快速消费品行业资产负债率对比

图表：2012-2015年快速消费品行业流动资产周转次数对比

图表：2014-2015年快速消费品行业地区结构分布——企业

图表：2014-2015年快速消费品行业所有制结构分布——市场规模

图表：2012-2015年快速消费品行业不同规模企业人均指标统计

图表：2012-2015年快速消费品行业不同规模企业盈利能力统计

图表：2012-2015年快速消费品行业不同规模企业营运能力统计

图表：2012-2015年快速消费品行业不同规模企业偿债能力统计

图表：2014年中国快速消费品并购结构

图表：2013-2015年中国快速消费品行业资本事件统计

图表：2013-2015年中国快速消费品行业资本事件涉及金额统计

图表：2016-2022年中国快速消费品行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国快速消费品行业营业收入预测

图表：2016-2022年中国快速消费品行业产值预测

图表：2012-2015年中国国内生产总值及其增长速度

图表：2012-2015年中国粮食产量

图表：2012-2015年全国工业增加值及其增长速度

图表：2012-2015年全社会固定资产投资统计

图表：2012-2015年中国货物进出口总额统计

图表：2014-2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2014-2015年货物进出口总额及其增长速度

图表：2012-2015年中国城镇新增就业人数统计

图表：2012-2015年中国全员劳动生产率

图表：2012-2015年中国城乡居民人均收入

图表：2012-2015年中国卫生技术人员人数统计

图表：2012-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2012-2015年中国研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2014-2015年专利申请受理、授权和有效专利情况

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/185346.html>