

2019-2025年中国快速消费品行业市场运营现状及 投资规划研究建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国快速消费品行业市场运营现状及投资规划研究建议报告》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/407427.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。

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。

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：

第一章快速消费品行业相关基础概述及研究机构

1.1快速消费品的定义及分类

1.1.1快速消费品的界定

1.1.2快速消费品产品特性

1.1.3快速消费品分类

1、食品制造业

2、饮料制造业

3、烟草制造业

4、日用化工制造业

5、医药制造业

1.2快速消费品行业特点分析

1.2.1市场特点分析

1.2.2行业经济特性

1.2.3行业发展周期分析

1.2.4行业进入风险

1.2.5行业成熟度分析

1.3快速消费品行业研究机构

1.3.1快速消费品行业介绍

1.3.2快速消费品行业研究优势

1.3.3快速消费品行业研究范围

第二章2015-2018年中国快速消费品行业市场发展环境分析

2.1中国快速消费品行业经济环境分析

2.1.1中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

2.1.2经济环境对行业的影响分析

2.2中国快速消费品行业政策环境分析

2.2.1行业监管环境

1、行业主管部门

2、行业监管体制

2.2.2行业政策分析

2.2.3政策环境对行业的影响分析

2.3中国快速消费品行业社会环境分析

2.3.1行业社会环境

1、人口规模分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、生态环境分析

5、中国城镇化率

6、消费观念变迁

7、消费升级趋势

2.3.2社会环境对行业的影响分析

2.4中国快速消费品行业技术环境分析

2.4.1快速消费品生产工艺水平

2.4.2行业主要技术发展趋势

2.4.3技术环境对行业的影响

第三章中国快速消费品行业上、下游产业链分析

3.1快速消费品行业产业链概述

3.1.1产业链定义

3.1.2快速消费品行业产业链

3.2快速消费品行业上游-原材料产业发展分析

3.2.1快速消费品产业发展现状

3.2.2快速消费品产业供给分析

3.2.3快速消费品所属行业供给价格分析

3.2.4快速消费品供给区域分布

3.3快速消费品行业下游-经销商情况分析

3.3.1快速消费品经销商发展现状

3.3.2快速消费品经销商规模情况

3.3.3快速消费品经销商区域分布

3.4快速消费品行业终端消费者消费情况分析

3.4.1中国人均快速消费品消费情况

3.4.2快速消费品消费者地域分布情况

3.4.3快速消费品消费者品牌忠诚度分析

第四章国际快速消费品行业市场发展分析

4.12015-2018年国际快速消费品行业发展现状

4.1.1国际快速消费品行业发展现状

4.1.2国际快速消费品行业发展规模

4.1.3国际快速消费品主要技术水平

4.22015-2018年国际快速消费品市场需求研究

4.2.1国际快速消费品市场需求特点

4.2.2国际快速消费品市场需求结构

4.2.3国际快速消费品市场需求规模

4.32015-2018年国际区域快速消费品行业研究

4.3.1欧洲快速消费品市场

1、欧洲快速消费品市场现状分析

2、欧洲快速消费品市场规模分析

3、欧洲快速消费品市场趋势预测

4.3.2美国快速消费品市场

1、美国快速消费品市场现状分析

2、美国快速消费品市场规模分析

3、美国快速消费品市场趋势预测

4.3.3日韩快速消费品市场

1、日韩快速消费品市场现状分析

2、日韩快速消费品市场规模分析

3、日韩快速消费品市场趋势预测

4.4国际快速消费品著名品牌分析

4.52019-2025年国际快速消费品行业发展展望

4.5.1国际快速消费品行业发展趋势

4.5.2国际快速消费品行业规模预测

4.5.3国际快速消费品行业发展机会

第五章2015-2018年中国快速消费品行业发展概述

5.1中国快速消费品行业发展状况分析

5.1.1中国快速消费品行业发展阶段

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

1、中国快速消费品市场规模快速增长

2、中国快速消费品行业消费升级发展

3、中国快速消费品行业健康化发展

5.22015-2018年快速消费品行业发展现状

5.2.12015-2018年中国快速消费品行业发展热点

5.2.22015-2018年中国快速消费品行业发展现状

5.2.32015-2018年中国快速消费品企业发展分析

5.3快速消费品行业替代品及互补产品分析

5.3.1快速消费品行业替代品分析

1、替代品种类

2、主要替代品对快速消费品行业的影响

3、替代品发展趋势分析

5.3.2快速消费品行业互补产品分析

1、行业互补产品种类

2、主要互补产品对快速消费品行业的影响

3、互补产品发展趋势分析

5.4中国快速消费品行业细分市场分析

5.4.1食品制造业市场

1、食品制造业市场发展现状

2、食品制造业市场规模

3、食品制造业市场发展前景

5.4.2 饮料制造业市场

1、饮料制造业市场发展现状

2、饮料制造业市场规模

3、饮料制造业市场发展前景

5.4.3 烟草制造业市场

1、烟草制造业市场发展现状

2、烟草制造业市场规模

3、烟草制造业市场发展前景

5.4.4 日用化工制造业市场

1、日用化工制造业市场发展现状

2、日用化工制造业市场规模

3、日用化工制造业市场发展前景

5.4.5 医药制造业市场

1、医药制造业市场发展现状

2、医药制造业市场规模

3、医药制造业市场发展前景

5.5 快速消费品行业渠道与行业品牌分析

5.5.1 快速消费品行业渠道分析

1、渠道形式

2、渠道要素对比

3、各区域主要代理商情况

5.5.2 快速消费品行业品牌分析

1、品牌数量分析

2、品牌推广方式分析

3、品牌美誉度分析

4、品牌的选择情况

5.6 中国快速消费品行业发展问题及对策建议

5.6.1 中国快速消费品行业发展制约因素

5.6.2 中国快速消费品行业存在问题分析

5.6.3 中国快速消费品行业发展对策建议

第六章 中国快速消费品所属行业运行指标分析及预测

6.1 中国快速消费品所属行业企业数量分析

- 6.1.12015-2018年中国快速消费品所属行业企业数量情况
- 6.1.22015-2018年中国快速消费品所属行业企业竞争结构
- 6.22015-2018年中国快速消费品所属行业财务指标总体分析
 - 6.2.1行业盈利能力分析
 - 6.2.2行业偿债能力分析
 - 6.2.3行业营运能力分析
 - 6.2.4行业发展能力分析
- 6.3中国快速消费品行业市场规模分析及预测
 - 6.3.12015-2018年中国快速消费品行业市场规模分析
 - 6.3.22019-2025年中国快速消费品行业市场规模预测
- 6.42015-2018年中国快速消费品区域市场规模分析
 - 6.4.1东北地区市场规模分析
 - 6.4.2华北地区市场规模分析
 - 6.4.3华东地区市场规模分析
 - 6.4.4华中地区市场规模分析
 - 6.4.5华南地区市场规模分析
 - 6.4.6西部地区市场规模分析
- 6.5中国快速消费品行业市场供需分析及预测
 - 6.5.1中国快速消费品行业市场供给分析
 - 1、2015-2018年中国快速消费品行业市场供给规模分析
 - 2、2019-2025年中国快速消费品行业市场供给规模预测
 - 6.5.2中国快速消费品行业市场需求分析
 - 1、2015-2018年中国快速消费品行业需求规模分析
 - 2、2019-2025年中国快速消费品行业需求规模预测
- 6.62015-2018年中国快速消费品所属行业产品价格分析
 - 6.6.12015-2018年中国快速消费品所属行业产品价格回顾
 - 6.6.22015-2018年中国快速消费品所属行业产品当前市场价格统计分析
 - 6.6.32015-2018年中国快速消费品所属行业产品价格影响因素分析
 - 6.6.42019-2025年中国快速消费品所属行业产品价格预测
- 6.7快速消费品行业进出口分析
 - 6.7.1出口分析
 - 1、2015-2018年快速消费品所属行业出口总况分析
 - 2、2015-2018年快速消费品所属行业出口量及增长情况
 - 3、2015-2018年快速消费品所属行业行业出口情况
 - 4、出口流向结构

5、出口产品品牌分析

6、主要出口企业分析

7、出口价格特征分析

6.7.2进口分析

1、2015-2018年快速消费品所属行业进口总况分析

2、2015-2018年快速消费品所属行业进口量及增长情况

3、2015-2018年快速消费品所属行业行业进口情况

4、国家进口结构

5、进口产品结构

6、进口价格趋势

第七章中国互联网+快速消费品行业发展现状及前景

7.1互联网给快速消费品行业带来的冲击和变革分析

7.1.1互联网时代快速消费品行业大环境变化分析

7.1.2互联网给快速消费品行业带来的机遇分析

7.1.3互联网给快速消费品行业带来的挑战分析

7.1.4互联网+快速消费品行业渠道形势变革分析

7.1.5互联网+快速消费品行业营销模式变革分析

7.1.6互联网+快速消费品行业经营成本变化情况

7.2中国互联网+快速消费品行业市场发展现状分析

7.2.1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

7.2.2快速消费品行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3中国互联网+快速消费品行业市场规模分析

7.2.4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+快速消费品所属行业市场占有率

7.2.5中国快速消费品企业互联网战略案例分析

7.3中国互联网+快速消费品行业市场发展前景分析

7.3.1中国互联网+快速消费品行业市场增长动力分析

7.3.2中国互联网+快速消费品行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3中国互联网+快速消费品行业市场发展趋势分析

第八章中国快速消费品行业消费市场调查

8.1快速消费品市场消费需求分析

8.1.1快速消费品市场的消费需求变化

8.1.2快速消费品行业的需求情况分析

8.1.3快速消费品品牌市场消费需求分析

8.2快速消费品消费市场状况分析

8.2.1快速消费品行业消费特点

8.2.2快速消费品行业消费结构分析

8.2.3快速消费品行业消费的市场变化

8.2.4快速消费品市场的消费方向

8.3快速消费品行业产品的品牌市场调查

8.3.1消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4快速消费品行业品牌忠诚度调查

8.3.5消费者的消费理念调研

第九章中国快速消费品行业市场竞争格局分析

9.1中国快速消费品行业竞争格局分析

9.1.1快速消费品行业区域分布格局

9.1.2快速消费品行业企业规模格局

9.1.3快速消费品行业企业性质格局

9.1.4快速消费品国际竞争格局分析

1、国际快速消费品品牌格局

2、国际快速消费品区域格局

3、国际快速消费品市场集中度分析

4、中国快速消费品市场国产品牌占比分析

9.2中国快速消费品行业竞争五力分析

9.2.1快速消费品行业上游议价能力

9.2.2快速消费品行业下游议价能力

9.2.3快速消费品行业新进入者威胁

9.2.4快速消费品行业替代产品威胁

9.2.5快速消费品行业现有企业竞争

9.3中国快速消费品行业竞争SWOT分析

- 9.3.1快速消费品行业优势分析（S）
- 9.3.2快速消费品行业劣势分析（W）
- 9.3.3快速消费品行业机会分析（O）
- 9.3.4快速消费品行业威胁分析（T）
- 9.4中国快速消费品行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1投资兼并重组现状
 - 9.4.2投资兼并重组案例
- 9.5中国快速消费品行业竞争策略建议

第十章快速消费品行业领先企业竞争力分析

- 10.1哈药集团
 - 10.1.1企业发展基本情况
 - 10.1.2企业主要产品分析
 - 10.1.3企业竞争优势分析
 - 10.1.4企业经营情况分析
- 10.2鲁抗医药
 - 10.2.1企业发展基本情况
 - 10.2.2企业主要产品分析
 - 10.2.3企业竞争优势分析
 - 10.2.4企业经营情况分析
- 10.3浙江医药
 - 10.3.1企业发展基本情况
 - 10.3.2企业主要产品分析
 - 10.3.3企业竞争优势分析
 - 10.3.4企业经营情况分析
- 10.4华北制药
 - 10.4.1企业发展基本情况
 - 10.4.2企业主要产品分析
 - 10.4.3企业竞争优势分析
 - 10.4.4企业经营情况分析
- 10.5健康元
 - 10.5.1企业发展基本情况
 - 10.5.2企业主要产品分析
 - 10.5.3企业竞争优势分析
 - 10.5.4企业经营情况分析

10.6石药集团

10.6.1企业发展基本情况

10.6.2企业主要产品分析

10.6.3企业竞争优势分析

10.6.4企业经营情况分析

第十一章2019-2025年中国快速消费品行业发展趋势与投资机会研究

11.12019-2025年中国快速消费品行业市场发展潜力分析

11.1.1中国快速消费品行业市场空间分析

11.1.2中国快速消费品行业竞争格局变化

11.1.3中国快速消费品行业互联网+前景

11.22019-2025年中国快速消费品行业发展趋势分析

11.2.1中国快速消费品行业品牌格局趋势

11.2.2中国快速消费品行业渠道分布趋势

11.2.3中国快速消费品行业市场趋势分析

11.32019-2025年中国快速消费品行业投资机会与建议

11.3.1中国快速消费品行业投资前景展望

11.3.2中国快速消费品行业投资机会分析

11.3.3中国快速消费品行业投资建议

第十二章2019-2025年中国快速消费品行业投资分析与风险规避

12.1中国快速消费品行业关键成功要素分析

12.2中国快速消费品行业投资壁垒分析

12.3中国快速消费品行业投资风险与规避

12.3.1宏观经济风险与规避

12.3.2行业政策风险与规避

12.3.3上游市场风险与规避

12.3.4市场竞争风险与规避

12.3.5技术风险分析与规避

12.3.6下游需求风险与规避

12.4中国快速消费品行业融资渠道与策略

12.4.1快速消费品行业融资渠道分析

12.4.2快速消费品行业融资策略分析

第十三章2019-2025年中国快速消费品行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1国外快速消费品行业投资现状及经营模式分析

13.1.1境外快速消费品行业成长情况调查

13.1.2经营模式借鉴

13.1.3国外投资新趋势动向

13.2中国快速消费品行业商业模式探讨

13.2.1个体经营的零售模式

13.2.2超市卖场零售模式

13.2.3连锁零售模式

13.2.4电子商务销售模式

13.3中国快速消费品行业投资发展战略规划

13.3.1战略优势分析

13.3.2战略机遇分析

13.3.3战略规划目标

13.3.4战略措施分析

13.4最优投资路径设计

13.4.1投资对象

13.4.2投资模式

13.4.3预期财务状况分析

13.4.4风险资本退出方式

第十四章研究结论及建议

14.1研究结论

14.2快速消费品行业投资可行性评估

14.3建议

14.3.1行业投资结构调整

14.3.2行业投资方向建议

14.3.3行业投资方式建议

图表目录：

图表：快速消费品行业特点

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分析

图表：2015-2018年快速消费品行业市场规模分析

图表：2019-2025年中国快速消费品行业供给规模预测

图表：2015-2018年中国快速消费品行业需求规模分析

图表：2019-2025年中国快速消费品行业需求规模预测

图表：2015-2018年中国快速消费品行业企业数量情况

图表：2015-2018年中国快速消费品行业企业竞争结构

图表：2015-2018年快速消费品行业重要数据指标比较

图表：2015-2018年中国快速消费品行业竞争力分析

图表：2019-2025年中国快速消费品行业产能预测

图表：2019-2025年中国快速消费品行业消费量预测

图表：2019-2025年中国快速消费品市场价格走势预测

图表：2019-2025年中国快速消费品行业发展趋势预测

略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/407427.html>