

2020-2026年中国快速消费品产业发展现状与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国快速消费品产业发展现状与产业竞争格局报告》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.cction.com/report/202005/162711.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

报告目录：

第一章 快速消费品行业相关基础概述

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 快速消费品的分类

1.1.3 快速消费品的特性

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、便利性

2、视觉化产品

3、品牌忠诚度不高

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

第二章 2018-2024年中国快速消费品行业发展环境分析

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

6、固定资产投资情况

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

1、主要法律法规

2、相关发展规划

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、人口环境分析

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、居民的各种消费观念和习惯

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国快速消费品消费市场分析

2.4.1 消费人群定位

2.4.2 快速消费品消费习性

2.4.3 快速消费品的价格分析

2.4.4 快速消费品的广告作用

第三章 中国快速消费品行业产业链分析

3.1 快速消费品行业产业链简介

3.1.1 快速消费品产业链上游行业分布

3.1.2 快速消费品产业链中游行业分布

3.1.3 快速消费品产业链下游行业分布

3.2 快速消费品产业链上游行业分析

3.2.1 快速消费品产业上游发展现状

3.2.2 快速消费品产业上游竞争格局

3.3 快速消费品产业链中游行业分析

3.3.1 快速消费品行业中游经营效益

3.3.2 快速消费品行业中游竞争格局

3.3.3 快速消费品行业中游发展趋势

3.4 快速消费品产业链下游行业分析

- 3.4.1 快速消费品行业下游需求分析
- 3.4.2 快速消费品行业下游运营现状
- 3.4.3 快速消费品行业下游发展前景

第四章 国际快速消费品行业市场发展分析

- 4.1 2018-2024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
- 4.2 2018-2024年国际快速消费品市场总体分析
 - 4.2.1 国际快速消费品市场特点
 - 4.2.2 国际快速消费品市场结构
 - 4.2.3 国际快速消费品市场规模
- 4.3 2018-2024年国际区域快速消费品行业研究
 - 4.3.1 欧洲
 - 4.3.2 美国
 - 4.3.3 日韩
- 4.4 2020-2026年国际快速消费品行业发展展望
 - 4.4.1 国际快速消费品行业发展趋势
 - 4.4.2 国际快速消费品行业规模预测
 - 4.4.3 国际快速消费品行业发展机会

第五章 2018-2024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
- 5.2 2018-2024年快速消费品行业发展现状
 - 5.2.1 2018-2024年中国快速消费品行业发展热点
 - 5.2.2 2018-2024年中国快速消费品行业发展现状
 - 5.2.3 2018-2024年中国快速消费品企业发展分析
- 5.3 中国快速消费品行业细分市场概况

- 5.3.1 市场细分充分程度
- 5.3.2 细分市场结构分析
- 5.3.3 人护理品行业
- 5.3.4 家庭护理品行业
- 5.3.5 品牌包装食品饮料行业
- 5.3.6 烟酒行业
- 5.4 中国快速消费品行业发展问题及对策建议
- 5.4.1 中国快速消费品行业发展制约因素
- 5.4.2 中国快速消费品行业存在问题分析
- 5.4.3 中国快速消费品行业发展对策建议

第六章 中国快速消费品行业运行指标分析及预测

- 6.1 中国快速消费品行业企业数量分析
 - 6.1.1 2018-2024年中国快速消费品行业企业数量情况
 - 6.1.2 2018-2024年中国快速消费品行业企业竞争结构
- 6.2 2018-2024年中国快速消费品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
 - 6.3.1 2018-2024年中国快速消费品行业市场规模分析
 - 6.3.2 2020-2026年中国快速消费品行业市场规模预测
- 6.4 中国快速消费品行业市场供需分析及预测
 - 6.4.1 中国快速消费品行业市场供给分析
 - 1、2018-2024年中国快速消费品行业供给规模分析
 - 2、2020-2026年中国快速消费品行业供给规模预测
 - 6.4.2 中国快速消费品行业市场需求分析
 - 1、2018-2024年中国快速消费品行业需求规模分析
 - 2、2020-2026年中国快速消费品行业需求规模预测

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突破机遇分析

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+快速消费品行业融合创新机会分析

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+快速消费品行业市场占有率

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 快速消费品的市场定位

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 快速消费品市场的革新趋势

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
- 9.2 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 中国快速消费品行业领先企业竞争力分析

- 10.1 杭州娃哈哈集团有限公司竞争力分析
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主营业务分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析

- 10.1.4 企业经营状况分析
- 10.1.5 企业最新发展动态
- 10.1.6 企业发展战略分析
- 10.2 统一企业（中国）投资有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主营业务分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态
 - 10.2.6 企业发展战略分析
- 10.3 康师傅饮品投资（中国）有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主营业务分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
 - 10.3.5 企业最新发展动态
 - 10.3.6 企业发展战略分析
- 10.4 上海冠生园食品有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主营业务分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
 - 10.4.5 企业最新发展动态
 - 10.4.6 企业发展战略分析
- 10.5 上海家化（集团）有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主营业务分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态
 - 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 中粮集团有限公司竞争力分析

- 10.6.1 企业发展基本情况
- 10.6.2 企业主营业务分析
- 10.6.3 企业竞争优势分析
- 10.6.4 企业经营状况分析
- 10.6.5 企业最新发展动态
- 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 广州王老吉药业股份有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主营业务分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
 - 10.7.5 企业最新发展动态
 - 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 加多宝（中国）饮料有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主营业务分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
 - 10.8.4 企业经营状况分析
 - 10.8.5 企业最新发展动态
 - 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 内蒙古伊利实业集团股份有限公司竞争力分析
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业主营业务分析
 - 10.9.3 企业竞争优势分析
 - 10.9.4 企业经营状况分析
 - 10.9.5 企业最新发展动态
 - 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 四川郎酒集团有限责任公司竞争力分析
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业主营业务分析
 - 10.10.3 企业竞争优势分析
 - 10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2020-2026年中国快速消费品行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2020-2026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

11.2 2020-2026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

11.3 2020-2026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 2020-2026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

1、银行抵押或信用贷款

2、股权融资

3、融资租赁

4、政府补助

5、民间借贷

12.4.2 快速消费品行业融资策略分析

第十三章 2020-2026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 行业主要商业模式

13.2.2 经销商销售

13.2.3 厂家直营

13.2.4 通路销售

13.2.5 KA销售

13.2.6 一般终端销售

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 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 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：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2018-2024年快速消费品行业市场规模分析

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/162711.html>