

2021-2027年中国大消费市场深度分析与未来前景预测报告

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

《2021-2027年中国大消费市场深度分析与未来前景预测报告》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/202101/202273.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

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：%）

中企顾问网发布的《2021-2027年中国大消费市场深度分析与未来前景预测报告》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 2021-2027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 2021-2027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2021-2027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2021-2027年中国大消费行业发展趋势与前景分析（ ）

11.1 2021-2027年中国大消费行业发展前景

11.1.1 2021-2027年大消费行业发展潜力

11.1.2 2021-2027年大消费行业规模预测

11.2 2021-2027年中国大消费行业发展趋势预测

11.2.1 2021-2027年大消费行业发展趋势

11.2.2 2021-2027年大消费行业价格走势预测

11.3 2021-2027年中国大消费行业供需预测

11.3.1 2021-2027年中国大消费行业供给预测

11.3.2 2021-2027年中国大消费行业需求预测

11.3.3 2021-2027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：2021-2027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：2021-2027年大消费行业产能预测

图表：2021-2027年大消费行业市场规模预测

图表：2021-2027年大消费行业产量预测

图表：2021-2027年大消费行业需求量预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/202273.html>