

# 2018-2023年中国快速消费品行业市场现状规模分析及未来发展前景预测报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国快速消费品行业市场现状规模分析及未来发展前景预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/301658301658.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

### 一、快速消费品概述

在我们平时的生活中，快速消费品已经成为生活的必然需要，在发展的过程中，最先形成快速消费品形式是我们生活中的洗护商品，这种洗护商品在生活是非常常见的必需品，在经济不断发展以及商业模式不断创新基础上，快速消费品形式逐渐丰富，生活中比较常见的主要包含一些速食品或是各种生活用品等，根据相关调查资料显示，当下快速消费品在市场经济发展下，占有城市经济发展的25%左右，其中在一些比较发达的城市中更是成为经济发展的主要方向。快速消费品逐渐成为经济发展的重要形式，在此基础上更好的对快速消费品进行不断改善与创新，更好的实现经济发展与进步。

图：我国快消品分品类零售额（不含日用百货）

图：我国快消品渠道仍以传统通路为主

快速消费品在我们生活中主要指的是时间比较短，消耗量比较大商品形式，这种商品形式在实际生活中经常被称之为快速消费品。在生活中比较常见的快速消费品主要包括依稀生活中的日常用品、或是各种食品与饮品等，作为快速消费品的重要条件首先是经常使用的各种日常用品，还需要满足消费品种齐全以及消费节奏比较快商品，快速消费品的高效率快节奏方式在生活中被人们所信任与欢迎，同时具有很高的商业价值，为我国经济市场的发展做出很大的贡献。从整体上来讲，快速消费品存在很大的商业空间与营销价值。快速消费品的具体特征以及运行方式：首先快速消费品在市场上具有非常重要的促进作用，其次根据其具体特点对其进行详细分析能够看出，当下快速消费品已经逐渐成为人们生活的必需品，其主要消费渠道以及特征主要包含以下内容。

首先体现在营销方式上，营销方式中包含自主营销方式以及快速分销方式，快速分销方式是当下快速消费品营销中的重要手段，其销售的主要特点为，集中性、广泛性、丰富性特点。集中性主要是根据快速消费品在生活中的需求为基点，在消费人数上占有非常大的比例，并且在各种层面上分散范围非常广泛，虽然在价格方面的比较廉价，但是消费频率上升空间非常大，能够很好的弥补其中出现的价格缺陷。根据这一特点在快速消费品消费中建立属于自己的消费客户端，更好的满足人们对于生活用品的需求。与此同时在进行快速消费品销售过程，还需要利用消费品中的品牌众多，种类齐全的优势建立强大的销售网，增加购买方面的力度，为消费者提供更加方面的消费渠道，保证消费者在进行购买的过程中能够更加清晰的掌握消费品的属性与功能。

再者是快速消费品中的广泛性特点，快速消费品中，不管是在销售点方面还是在销售

的终端设备方面，快速消费品的广泛性很好的满足了基本的市场需要，同时很好的改善了消费品在市场中价格低廉的问题，在进行市场销售过程中，消费者根据生活中的基本需要进行消费，因此要求快速消费品在销售期间对销售层次进行划分，形成多种消费形式，满足人们的实际消费需要。将消费品的销售范围以及相关需要等进行不断扩大，实现科学管理分渠销售的方式。

最后是根据快速消费品的丰富性进行分析，利用快速消费品在生活中的重要作用以及消费者的消费种类丰富等特点，将消费种类等进行清晰划分，形成专业管理与销售等手段与方式，与具体的消费需要之间相适应。并且还需要注意，快速消费品对于消费渠道等具有非常严重的依赖性，这种依赖性为快速消费品的销售造成了一定的难度。需要根据实际销售需要对其进行不断完善与创新，逐渐提高快速消费品在市场覆盖方面的能力，为快速消费品的市场销售提供更加有利的消费条件。

## 二、快速消费品分销渠道与营销管理现状

### (一)营销方式过于繁琐

由于快速消费品在销售形式以及销售手段等方面具有的一定的特殊性，不仅在销售价格上比较低，在销售渠道等方面更是非常广泛，因此在实际营销过程中经常出现的营销方式过于繁琐的问题。

相比较之下，快速消费品在市场销售下属于消费频率非常高的产业，因此很多企业为了更好的提高销售速度以及产品的使用力度，经常会根据销售的实际运行，选择销售时间比较长的销售方式，减少市场发展对于消费品销售的影响，提高消费品的销售空间。但是这种销售形式在实际的销售过程中经常会影响到消费品的正常销售，导致销售渠道出现断裂或是停滞现象发生，严重营销到快速消费品在市场中的发展与进步。

### (二)销售设备与手段落后

随着科学技术以及信息设备的发展基础上，快速消费品的销售设备以及相关销售手段一直在不断更新，但是因为传统销售形式的影响，导致创新效果并不显著，特别是一些比较小的快速消费品生产企业在产品营销方面营销手段改善与创新力度不够，分销渠道虽然在不断优化，但实际的管理上并不理想，很多营销手段还存在很多风险，并且在消费的服务上不到位，导致分销渠道以及管理等方面效果并不显著。市场不断发展下，消费品的市场竞争越来越大，消费品种类上出现严重的类同现象，但是在整体质量上并没有得到提升，造成消费

者对消费品价值产生严重的质疑。销售设备以及销售手段等是推动快速消费品分销的重要因素，在不断提升消费品质量的基础上，还需要对销售手段以及相关设备等进行不断创新与完善，才能更好的实现快速消费品的发展。

### (三)营销责任分工不明

分销渠道在实际运行过程中，需要涉及多个方面以及部门，其中主要的营销渠道包含生产厂家、营销代理以及商品销售等，相关部门之间在分销渠道形成与营销过程中需要紧密联系，相互之间进行配合，只有这样才能真正提升营销质量。但是在实际分销渠道营销过程中，每个部门之间因为利益上的不同，经常在营销过程中出现利益冲突，导致营销渠道出现问题，影响整体上的营销质量。

很多商品在营销的过程中，长期合作形式逐渐减少，取而代之的是短期合作形式，这种短期合作形式在销售方面经常会出现断裂等现象，非常不利于分销渠道的营销方式。还有很多企业或是中间商等在营销过程中，对于形成的合作形式重视程度不够，造成之间的合作出现裂痕，严重影响到营销效果。在实际的营销中经常出现分工不明确现象发生，其中还会涉及到很多的广告费用或是包装费用等，因为涉及到企业的成本问题，因此经常出现责任不当或是分工不明现象发生，严重影响到快速消费品的实际消费服务质量，导致消费者对快速消费品失去消费兴趣，对消费品的质量产生质疑。

还有很多个人营销商户谎报商品价格，严重拖欠商品成本费用等现象，造成分销渠道中各部分之间形成嫌隙，影响产品销售质量。

### (四)货物销售不当现象严重

快速消费品因为商品种类繁多，并且销售范围非常广泛，因此经常造成严重的商品窜货现象，货物销售方面更是出现严重不当问题。很多零售商品部门经常随意违反实际的销售要求，导致生产企业造成成本增加等现象发生，还有很多商品需要进行地区之间的连锁销售，但是很多销售商在销售期间，对商品的价值以及价格等变更等比较随意，造成销售不当现象发生。在实际商品销售过程中经常出现的窜货或是货物销售不当等问题，主要包含一些不可避免现象的发生，在多方面角度下，销售商因为地区差异等对商品价格等进行变动，这种销售问题属于正常现象，需要在平时的销售中进行多加注意，减少问题出现的频率。再者是非常严重的销售问题，很多销售商为了自身利益，对快速消费品价格进行恶意篡改，影响整体的市场销售价格。最后是多种形式的销售问题，因为商品在销售过程中，需要通过很多步骤才能实现最终消费，甚至很多商品实现销售需要花费很多的时间与距离，其中存在很多可

预见风险与不可预见风险，这些风险会严重影响到快速消费品的销售质量，为消费品的消费价值以及消费信誉等造成严重的影响。甚至还会出现营销渠道冲突现象的发生，为了更好的适应与满足消费者对于消费品的需要，快速消费品逐渐从实体销售方式向网络销售方式转变，各种销售手段与渠道的相互交错，造成严重的销售紊乱现象发生。在实际的销售过程中，很多销售渠道会选择两者相结合的方式，逐渐实现在销售上双方互补的需要。但是实际运行过程中，因为对两种消费方式之间的结合不够完善，导致在销售过程中出现很多重复等现象，严重影响到分销渠道的管理与效果。

### 三、前景

随着经济的发展以及社会的进步，在一定程度上对我国快速消费品起到非常重要的促进作用，同时在生活节奏加快的基础上，快速消费品逐渐成为社会发展的重要推动力，当下社会将生活中比较常见的消费品全部视作快速消费品。并且在生活中这种快速消费品已经成为人们非常重视的生活内容，在市场发展中占有重要比例，但是在实际的快速消费品运行中，还存在很多需要完善的地方，需要不断继续改善与优化，才能更好的实现快速消费品的发展与创新。

### 四、结束语

综上所述，快速消费品在我国市场经济发展下，对于人们的基本生活以及消费产业发展等起到非常重要的作用，并且很好的推动了城市化快节奏生活的发展，根据快速消费品在市场发展中出现的问题提出相关改善措施，建立完善的营销管理机制、改善货物销售不到问题、提高分销渠道与销售管理意识、加强分销渠道之间的合作等，不断的促进快速消费品的发展与创新。

观研天下发布的报告书内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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】

### 第一部分 快速消费品产业环境透视

#### 第一章 行业概况

##### 第一节 行业界定与主要产品

##### 第二节 快速消费品产业的行业特征

##### 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 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 2017年宏观经济发展情况分析

###### 一、2017年世界宏观经济发展

###### 二、2017年中国宏观经济发展

##### 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

### 第二部分 快速消费品行业数据监测

#### 第三章 中国快速消费品行业主要数据监测分析

##### 第一节 2015-2017年中国快速消费品行业规模分析

###### 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 2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年中国快速消费品行业进出口量分析

#### 一、2015-2017年中国快速消费品行业进口分析

#### 二、2015-2017年中国快速消费品行业出口分析

### 第二节 2018-2023年中国快速消费品行业进出口市场预测分析

#### 一、2018-2023年中国快速消费品行业进口预测

#### 二、2018-2023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

## 第三部分 快速消费品行业深度数据分析

## 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、2017年行业发展现状分析

#### 二、2015-2017年市场规模情况分析

#### 三、2018-2023年市场需求情况分析

### 第二节 东北地区快速消费品行业分析

#### 一、2017年行业发展现状分析

#### 二、2015-2017年市场规模情况分析

#### 三、2018-2023年市场需求情况分析

### 第三节 华东地区快速消费品行业分析

#### 一、2017年行业发展现状分析

#### 二、2015-2017年市场规模情况分析

#### 三、2018-2023年市场需求情况分析

#### 第四节 华南地区快速消费品行业分析

- 一、2017年行业发展现状分析
- 二、2015-2017年市场规模情况分析
- 三、2018-2023年市场需求情况分析

#### 第五节 华中地区快速消费品行业分析

- 一、2017年行业发展现状分析
- 二、2015-2017年市场规模情况分析
- 三、2018-2023年市场需求情况分析

#### 第六节 西南地区快速消费品行业分析

- 一、2017年行业发展现状分析
- 二、2015-2017年市场规模情况分析
- 三、2018-2023年市场需求情况分析

#### 第七节 西北地区快速消费品行业分析

- 一、2017年行业发展现状分析
- 二、2015-2017年市场规模情况分析
- 三、2018-2023年市场需求情况分析

### 第六章 全国快速消费品行业财务状况分析

#### 第一节 2015-2017年快速消费品行业规模分析

- 一、2015-2017年快速消费品行业总资产对比分析
- 二、2015-2017年快速消费品行业企业单位数对比分析
- 三、2015-2017年快速消费品行业从业人员平均人数对比分析

#### 第二节 2015-2017年快速消费品行业经济效益分析

- 一、2015-2017年快速消费品行业产值利税率对比分析
- 二、2015-2017年快速消费品行业资金利润率对比分析
- 三、2015-2017年快速消费品行业成本费用利润率对比分析

#### 第三节 2015-2017年快速消费品行业效率分析

- 一、2015-2017年快速消费品行业资产负债率对比分析
- 二、2015-2017年快速消费品行业流动资产周转次数对比分析

#### 第四节 2017年快速消费品行业结构分析

- 一、2017年快速消费品行业地区结构分析
- 二、2017年快速消费品行业所有制结构分析

#### 第五节 2015-2017年快速消费品行业不同规模企业财务状况分析

- 一、2015-2017年快速消费品行业不同规模企业人均指标分析
- 二、2015-2017年快速消费品行业不同规模企业盈利能力分析

三、2015-2017年快速消费品行业不同规模企业营运能力分析

四、2015-2017年快速消费品行业不同规模企业偿债能力分析

第四部分 快速消费品产业竞争格局

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

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第二节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第三节 蒙牛乳业(集团)股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第四节 中国旺旺控股有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

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

## 第五部分 快速消费品行业发展前景预测

## 第九章 关于中国快速消费品行业发展预测分析

### 第一节 2018-2023年中国快速消费品产业宏观预测

#### 一、2018-2023年中国快速消费品行业宏观预测

#### 二、2018-2023年中国快速消费品工业发展展望

#### 三、2018-2023年中国快速消费品业发展状况预测分析

### 第二节 2018-2023年中国快速消费品市场形势分析

#### 一、2018-2023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 2018-2023年中国快速消费品市场趋势分析

#### 一、2015-2017年中国快速消费品市场趋势总结

#### 二、2018-2023年中国快速消费品发展趋势分析

#### 三、2018-2023年中国快速消费品市场发展空间

#### 四、2018-2023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

### 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、2015-2017年快速消费品行业投资状况分析

二、2018-2023年快速消费品行业投资效益分析

三、2018-2023年快速消费品行业投资趋势预测

四、2018-2023年快速消费品行业的投资方向

五、2018-2023年快速消费品行业投资的建议

图表目录

图表：2015-2017年快速消费品产业对GDP的贡献

图表：2015-2017年社会消费品零售总额

图表：2015-2017年中国网络零售额占社会消费品零售总额比例

图表：2015-2017年中国财政收支统计

图表：2017年全国金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2015-2017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：2015-2017年世界工业生产同比增长率

图表：2015-2017年三大经济体GDP环比增长率

图表：2015-2017年世界及主要经济体GDP同比增长率

图表：2015-2017年三大经济体零售额同比增长率

图表：2015-2017年世界贸易量同比增长率

图表：2015-2017年波罗的海干散货运指数

图表：2015-2017年世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率

图表：2015-2017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：2017年全球需求仍处于较低水平

图表：2017年降息经济体

图表：2017年美国道琼斯工业指数走势

图表：2017年新兴市场股指走势

图表：2017年美元指数及美元兑欧元和日元走势

图表：2017年美元兑卢布走势

图表：2017年每单位外币兑美元走势

图表：2015-2017年国际市场初级产品价格名义指数走势（2010 = 100）

图表：2015-2017年欧元区CPI上涨率（%）

图表：2015-2017年中国快速消费品行业企业数量增长走势

图表：2015-2017年中国快速消费品行业从业人数增长走势

图表：2015-2017年中国快速消费品行业资产规模增长走势

图表：2017年中国快速消费品行业不同类型企业结构

图表：2017年中国快速消费品行业不同所有制企业结构

图表：2017年中国快速消费品行业不同类型企业销售收入结构

图表：2017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：2015-2017年中国快速消费品行业产成品价值分析

图表：2015-2017年中国快速消费品工业销售产值分析

图表：2015-2017年中国快速消费品行业出口交货值分析

图表：2015-2017年中国快速消费品行业销售成本分析

图表：2015-2017年中国快速消费品行业费用分析

图表：2015-2017年中国快速消费品行业主要盈利指标分析

图表：2015-2017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

更多图表详见正文（GYGSLJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/301658301658.html>