

2016-2022年中国快速消费品行业深度研究及十三五发展策略研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国快速消费品行业深度研究及十三五发展策略研究报告》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/qitanengyuan/243956243956.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

FMCG涉及食品、饮料、化妆品、洗涤用品、电池、卫生纸等多个行业。典型的快速消费品包括日化用品、食品饮料、烟草等;药品中的非处方药(OTC)通常也可以归为此类。

快速消费品行业特点主要表现为:市场集中度低、零售商多而散;客户分布范围广、忠诚度低、消费周期短;市场需求变化快、可预见性低;渠道种类多而复杂,传统业态(经销商、百货商场、夫妻店)与现代新兴业态(连锁店、超市、大卖场)并存;生产及原料供应相对集中。这些特点要求供应链必须具有快速的响应速度和较强的协同性,生产商必须及时掌握消费者需求变化信息,迅速满足消费者需求。快速消费品行业供应链是一个从原材料采购、产品加工、包装、运输、分销、零售一直到最终消费者的一条完整的链条。

在国际上,特别是在一些经济发达国家,从FMCG的原料生产、加工、包装、运输、分销、销售到售后服务等的大部分环节都已采用或正在引入供应链管理来提高整个运行链的效率与效益。在国内,虽然由于具有众多的人口与消费量巨大的优势,该行业存在着巨大的发展空间,但由于供应链管理起步较晚,企业缺少优化的管理理念与工具,特别是信息化管理的工具,长期以来在上下游之间、甚至在企业内部部门之间的许多业务环节上存在着脱节,造成影响市场需求的速度慢、运营成本高和效益低,这些都直接影响了整个行业的竞争力。由于业内国际化跨国公司推行全球化的发展战略,它们纷纷看好中国FMCG生产这块巨大的“蛋糕”,不断抢摊国内FMCG市场,纷纷在中国设立采购中心、加工制造中心和销售中心,不断加强其在中国的品牌战略和市场渗透,例如卡夫、雀巢、百事、可口可乐、联合利华、宝洁等。

随着我国经济的快速发展,人民的生活水平有了显著提升,在全国范围内已初步实现小康生活,在局部发达地区,实现了富裕生活。这种生活水平的提升,也必然导致消费结构的变化,比如恩格尔系数快速下降,食品、日用品消费支出在整个消费支出中的比例降低,汽车、住房、奢侈品的消费大量增长等等。这些变化也必然影响到快速消费品行业的发展。以乳品行业为例,目前发展的增速就出现放缓的趋势,进入发展的平台期。但是目前这种状况并不意味着乳品行业将迎来衰退期,产品的升级换代却是十分必要的。人们的生活水平提高后,用于自身发展、休闲享受及其他消费的比重、内容和方式不断增加,对休闲产品、高附加值商品、服务的需求将增加。从全球乳制品市场看,鲜牛奶、奶油等传统性产品的市场需求正在逐渐下降,而特色乳制品如奶酪、酸奶、冰淇淋、快餐食品比萨饼和奶酪汉堡等正在或已经发展成为乳制品市场中越来越重要的组成部分。而我国乳制品结构不够合理,产品品种雷同的现象十分突出。各厂家主要生产超高温灭菌乳、巴氏杀菌乳和奶粉等传统乳制品,而对干酪、黄油等品种生产供应得很少。美国原奶的32%用于加工液态奶,68%用来加工其他乳制品。虽然近两年我国乳品行业的酸奶、乳酪、乳饮料生产增长非常突出,但大的格局还没有改变。

中国报告网发布的《2016-2022年中国快速消费品行业深度研究及十三五发展策略研究

报告》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。

第一章快速消费品行业发展概述11

第一节快速消费品定义及分类11

一、快速消费品的定义11

二、快速消费品的种类11

三、快速消费品的特性11

第二节快速消费品产业链分析12

一、行业经济特性12

二、主要细分行业13

(一)个人护理品行业13

(二)家庭护理品行业13

(三)品牌包装食品饮料行业13

(四)烟酒行业13

三、产业链结构分析14

第二章全球快速消费品市场发展分析15

第一节2012-2014年全球快速消费品市场分析15

一、2012-2014年全球快速消费品市场分析15

二、2012-2014年全球快速消费品市场环境15

三、2012-2014年全球快速消费品产销分析16

四、2012-2014年全球快速消费品技术分析16

五、2012-2014年中外快速消费品市场对比16

第三章我国快速消费品行业发展现状17

第一节我国快速消费品行业发展现状17

一、快速消费品行业品牌发展现状17

二、快速消费品行业消费市场现状19

三、我国快速消费品市场走向分析	19
第二节2012-2014年快速消费品行业发展情况分析	22
一、2013年快速消费品行业发展情况分析	22
二、2014年快速消费品行业发展特点分析	25
第三节2012-2014年快速消费品行业运行分析	26
一、2012-2014年快速消费品行业产销运行分析	26
二、2012-2014年快速消费品行业利润情况分析	27
三、2012-2014年快速消费品行业发展周期分析	29
四、2016-2022年快速消费品行业发展机遇分析	29
(一)消费投资结构的变化趋势	29
(二)消费方式的变化趋势	29
(三)消费品的变化趋势	30
五、2016-2022年快速消费品行业利润增速预测	31
第四节对中国快速消费品市场的分析及思考	31
一、快速消费品市场特点	31
二、快速消费品市场分析	32
三、快速消费品市场变化的方向	32
四、中国快速消费品产业发展的新思路	34
(一)行业特点	34
(二)优化供应链是关键	35
五、对中国快速消费品产业发展的思考	36
第四章我国快速消费品市场发展研究	37
第一节2013年我国快速消费品市场发展研究	37
(一)产业增势稳定	37
(二)安全海啸席卷	37
(三)零供关系平和非KA渠道兴起	37
(四)2014年预期	37
第二节2014年我国快速消费品市场情况	38
一、我国快速消费品食品制造业产销情况	38
二、我国快速消费品饮料制造业产销情况	39
三、我国快速消费品烟草制造业产销情况	39
四、我国快速消费品日用化工制造业产销情况	40
五、我国快速消费品医药制造业产销情况	41
六、2014年我国快速消费品市场新品趋势	42
第三节2014年我国快速消费品市场结构和价格走势分析	42

一、2014年我国快速消费品市场结构和价格走势概述42

二、2014年我国快速消费品市场结构分析42

三、2014年我国快速消费品市场价格走势分析43

第五章快速消费品行业经济运行分析44

第一节2012-2014年快速消费品产量分析44

一、2012-2014年快速消费品糕点产量分析44

二、2012-2014年快速消费品饼干产量分析45

三、2012-2014年快速消费品糖果产量分析45

四、2012-2014年快速消费品方便面产量分析46

五、2012-2014年快速消费品乳制品产量分析47

六、2012-2014年快速消费品罐头产量分析48

七、2012-2014年快速消费品软饮料产量分析48

八、2012-2014年快速消费品卷烟产量分析49

九、2012-2014年快速消费品合成洗涤剂产量分析50

十、2012-2014年快速消费品牙膏产量分析51

第二节2012-2014年快速消费品行业主要经济指标分析51

一、2013年快速消费品行业主要经济指标分析51

二、2014年快速消费品行业主要经济指标分析52

第六章我国快速消费品行业进出口分析52

第一节快速消费品历史出口总体分析52

第二节影响快速消费品进出口的主要因素53

一、快速消费品产品的国内外市场需求态势53

二、国内外快速消费品产品的比较优势53

第三节我国快速消费品出口量预测53

第七章快速消费品行业上下游产业分析54

第一节上游产业分析54

一、发展现状54

二、发展趋势预测55

(一)趋势一包装减量化55

(二)趋势二材料安全化55

(三)趋势三生产高效化56

(四)趋势四功能智能化56

(五)趋势五结构形式新颖化57

三、行业新动态及其对快速消费品行业的影响57

(一)消费品市场运行情况57

- (二)消费品市场发展的不利因素58
- (三)促进消费品市场发展的几点建议59
- 四、行业竞争状况及其对快速消费品行业的意义60
- 第二节下游产业分析60
 - 一、发展现状60
 - 二、发展趋势预测61
 - 三、市场现状分析61
 - (一)覆盖的客户面广，客户数目众多61
 - (二)渠道的层级比较复杂61
 - (三)厂商往往主要依靠分销商进行分销62
 - (四)分销商对厂商的忠诚度和依赖度比较低62
- 四、行业新动态及其对快速消费品行业的影响62
 - (一)营销渠道的多元化和专一化。63
 - (二)企业直营与渠道下沉成为营销部门工作之中心内容。63
 - (三)细分市场，走专一化道路。63
- 五、行业竞争状况及其对快速消费品行业的意义63
- 第八章重点快速消费品企业竞争分析64
- 第一节华润万家64
 - 一、企业概况64
 - 二、竞争优势分析64
 - 三、2005-2013年经营状况65
 - (一)企业偿债能力分析65
 - (二)企业运营能力分析68
 - (三)企业盈利能力分析71
 - 四、2016-2022年发展战略74
- 第二节新一佳74
 - 一、企业概况74
 - 二、竞争优势分析75
 - 三、2005-2013年经营状况75
 - (一)企业偿债能力分析75
 - (二)企业运营能力分析78
 - (三)企业盈利能力分析81
 - 四、2016-2022年发展战略84
- 第三节联华超市股份有限公司84
 - 一、企业概况84

- 二、竞争优势分析85
- 三、2005-2013年经营状况85
 - (一)企业偿债能力分析85
 - (二)企业运营能力分析88
 - (三)企业盈利能力分析91
- 四、2016-2022年发展战略94
- 第四节物美95
 - 一、企业概况95
 - 二、竞争优势分析95
 - 三、2005-2013年经营状况96
 - (一)企业偿债能力分析96
 - (二)企业运营能力分析98
 - (三)企业盈利能力分析101
 - 四、2016-2022年发展战略104
- 第五节家乐福104
 - 一、企业概况104
 - 二、竞争优势分析105
 - 三、2005-2013年经营状况105
 - (一)企业偿债能力分析105
 - (二)企业运营能力分析108
 - (三)企业盈利能力分析111
 - 四、2016-2022年发展战略114
- 第九章未来快速消费品行业发展预测114
 - 第一节未来快速消费品需求与消费预测114
 - 一、2016-2022年中国快速消费品食品制造业需求预测114
 - 二、2016-2022年中国快速消费品饮料制造业需求预测115
 - 第二节2016-2022年中国快速消费品行业供需预测116
 - 一、2013-2012年中国快速消费品食品制造业供给预测116
 - 二、2013-2012年中国快速消费品饮料制造业供给预测117
 - 三、2016-2022年中国快速消费品产品价格预测118
 - 四、2016-2022年主要快速消费品产品进出口预测119
- 第十章快速消费品行业投资环境分析119
 - 第一节经济发展环境分析119
 - 一、2012-2014年我国宏观经济运行情况119
 - 二、2016-2022年我国宏观经济形势分析121

- 三、2016-2022年投资趋势及其影响预测122
- 第二节政策法规环境分析122
 - 一、2014年快速消费品行业政策环境分析122
 - 二、2014年国内宏观政策对其影响123
 - 三、2014年行业产业政策对其影响124
- 第三节技术发展环境分析124
 - 一、国内快速消费品技术现状124
 - 二、2014年快速消费品技术发展分析125
 - 三、2016-2022年快速消费品技术发展趋势分析125
- 第十一章快速消费品行业投资机会与风险126
- 第一节行业投资收益率比较及分析126
 - 一、2014年相关产业投资收益率比较126
 - 二、2012-2014行业投资收益率分析126
- 第二节快速消费品行业投资效益分析127
 - 一、2012-2014年快速消费品行业投资状况分析127
 - 二、2016-2022年快速消费品行业投资效益分析127
 - 三、2016-2022年快速消费品行业投资趋势预测130
 - 四、2016-2022年快速消费品行业的投资方向131
 - 五、2016-2022年快速消费品行业投资的建议131
 - (一)经济危机下快速消费品企业生存之道131
 - (二)中小型快速消费品企业面临着的实际状况.131
 - (三)中小型快速消费品企业面临的实际问题132
 - (四)中小型快速消费品企业突破策略133
 - (五)如何完成对企业决策层的改造134
- 第三节快速消费品行业投资风险及控制策略分析138
 - 一、2016-2022年快速消费品行业市场风险及控制策略138
 - 二、2016-2022年快速消费品行业政策风险及控制策略138
 - 三、2016-2022年快速消费品行业经营风险及控制策略138
 - 四、2016-2022年快速消费品行业技术风险及控制策略139

图表目录

- 图表12013年中国快速消费品连锁零售百强排名23
- 图表22012-2014年我国食品制造业利润合计及增长情况28
- 图表32012-2014年我国食品制造业利润合计及增长对比28
- 图表42012-2014年我国饮料制造业利润合计及增长情况28

- 图表52012-2014年我国饮料制造业利润合计及增长对比29
- 图表62012-2014年我国烟草制造业利润合计及增长情况29
- 图表72012-2014年我国烟草制造业利润合计及增长对比29
- 图表82016-2022年我国快速消费品行业利润增速预测31
- 图表92012-2014年我国食品制造业销售收入及增长情况39
- 图表102012-2014年我国食品制造业销售收入及增长对比39
- 图表112012-2014年我国饮料制造业销售收入及增长情况39
- 图表122012-2014年我国饮料制造业销售收入及增长对比39
- 图表132012-2014年我国烟草制造业销售收入及增长情况40
- 图表142012-2014年我国烟草制造业销售收入及增长对比40
- 图表152012-2014年我国日用化工制造业销售收入及增长情况41
- 图表162012-2014年我国日用化工制造业销售收入及增长对比41
- 图表172012-2014年我国医药制造业销售收入及增长情况41
- 图表182012-2014年我国医药制造业销售收入及增长对比42
- 图表192012-2014年我国糕点产量及增长对比图45
- 图表202012-2014年我国饼干产量及增长对比图45
- 图表212012-2014年我国糖果产量及增长对比图46
- 图表222012-2014年我国方便面产量及增长对比图47
- 图表232012-2014年我国乳制品产量及增长对比图48
- 图表242012-2014年我国罐头产量及增长对比图48
- 图表252012-2014年我国软饮料产量及增长对比图49
- 图表262012-2014年我国卷烟产量及增长对比图50
- 图表272012-2014年我国合成洗涤剂产量及增长对比图51
- 图表282012-2014年我国牙膏产量及增长对比图51
- 图表292013年快速消费品行业主要经济指标52
- 图表302014年1-5月快速消费品行业主要经济指标52
- 图表312012-2014年我国快速消费品出口量及增长对比图53
- 图表322016-2022年我国快速消费品出口量预测图54
- 图表33华润万家2001-2013年发展规模图64
- 图表34近3年华润(集团)有限公司资产负债率变化情况65
- 图表35近3年华润(集团)有限公司产权比率变化情况66
- 图表36近3年华润(集团)有限公司已获利息倍数变化情况66
- 图表37近3年华润(集团)有限公司固定资产周转次数情况67
- 图表38近3年华润(集团)有限公司流动资产周转次数变化情况68
- 图表39近3年华润(集团)有限公司总资产周转次数变化情况69

- 图表40近3年华润(集团)有限公司销售净利率变化情况70
- 图表41近3年华润(集团)有限公司销售毛利率变化情况71
- 图表42近3年华润(集团)有限公司资产净利率变化情况72
- 图表43近3年新一佳超市有限公司资产负债率变化情况74
- 图表44近3年新一佳超市有限公司产权比率变化情况75
- 图表45近3年新一佳超市有限公司已获利息倍数变化情况76
- 图表46近3年新一佳超市有限公司固定资产周转次数情况77
- 图表47近3年新一佳超市有限公司流动资产周转次数变化情况78
- 图表48近3年新一佳超市有限公司总资产周转次数变化情况79
- 图表49近3年新一佳超市有限公司销售净利率变化情况80
- 图表50近3年新一佳超市有限公司销售毛利率变化情况81
- 图表51近3年新一佳超市有限公司资产净利率变化情况82
- 图表52近3年联华超市股份有限公司资产负债率变化情况85

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitanengyuan/243956243956.html>