

2020年中国快消品市场分析报告- 市场竞争格局与发展趋势研究

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《2020年中国快消品市场分析报告-市场竞争格局与发展趋势研究》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/485351485351.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

2020年上半年，我国快消品全行业营销投放实现逆势增长趋势。数据显示，2020年，自3月后我国快消品行业全平台投放金额指数开始大幅回升，4-6月保持小幅度变化，上半年我国投放金额指共计为899.5。

2020年1-6月我国快消品行业全平台投放金额指数

数据来源：微播易

从各平台来看，微博投放一直平稳，短视频投放平稳提升。数据显示，截至到2020年6月，微博投放占比为24.99%，微信公众号投放占比为9.85%，短视频投放占比为41.14%，直播投放占比为24.02%。

2020年1-6月我国快消品行业各平台投放占比

数据来源：微播易

从各子行业来看，数据显示，2020年上半年快消品行业二级市场营销投放占比规模最大的是美妆行业，平均每月投放占全行业的40%以上。

2020年1-6月我国快消品行业各子行业投放占比

数据来源：微播易

从营销方式来看，KOL种草成为更多消费者所信赖的方式，其中，在年轻群体中见效更为明显。数据显示，在95/00后中，高达57.8%的用户会被KOL种草。

KLO种草在各年龄群体中的影响力情况

数据来源：公开资料整理

从营销形式来看，真人视频带货已经成为消费者最喜爱的营销方式，就KOL带货的接受程度而言，原产地/真实场景的展示与展示产品的功效/成分最受认可，其占比均高达52%。

我国消费者对快消行业营销态度及偏好

数据来源：微播易

从营销内容来看，段子型的搞笑内容最吸引消费者的注意力，而用户更愿意为高品质和专业的产品讲解买单。数据显示，我国消费者对于幽默搞笑的创作和才艺表演的内容喜爱度高达55%，而影响消费者选品下单的首要因素为产品讲解生动形象以及产品质量好。

我国消费者对快消行业内容营销的偏好

数据来源：微播易

影响我国消费者选品下单的因素（KOL方面）

数据来源：微播易

影响我国消费者选品下单的因素（产品方面）

数据来源：微播易

从快消品KOL投放偏好来看，在整个快消品行业内，美妆美容日化等品类选择KOL带

货的趋势最盛，有超过50%的KOL都会做美妆类的产品的推介。

快消品偏爱投放的KOL品类占比

数据来源：公开资料整理

在投放的KOL账号层级上，粉丝较多的、知名度高的头部KOL账号会最先获得大批的客户的第一选择，占比高达50%。

快消品偏爱投放的账号层级占比

数据来源：公开资料整理

在投放的次数上，83.78%的品牌单个账号使用1次，16.22%的品牌会单个KOL使用多次，实现多次种草和提升转化率。

快消账号投放频次分布

数据来源：公开资料整理

在投放的时间上，周一、三、五为快消品牌最为偏好的星期。

快消品牌投放时间分布

数据来源：公开资料整理

从快消品内容营销各平台头部KOL来看，目前在微博平台，前三KOL分别为FashionCover、八鹅吃瓜酱与种草达人绵绵酱，营销价值分别为98.58、96.74与96.67。

快消品内容营销微博平台头部KOL TOP5

排名

内容分类

昵称

综合营销价值

1

时尚穿搭

FashionCover

98.58

2

娱乐影音

八鹅吃瓜酱

96.74

3

美容美妆

种草达人绵绵酱

96.67

4

笑话段子

天秀bot

96.65

5

笑话段子

小野妹子学吐槽

96.18资料来源：微播易

在微信公众号平台，前三KOL分别为红鹤笔记、黎贝卡的异想世界与她刊，营销价值分别为98.89、97.76与96.88。

快消品内容营销微信公众号平台头部KOL TOP5

排名

内容分类

昵称

综合营销价值

1

美容美妆

红鹤笔记

98.89

2

时尚穿搭

黎贝卡的异想世界

97.76

3

情感心理

她刊

96.88

4

情感心理

卡娃微卡

95.68

5

美容美妆

女神进化论

93.50资料来源：微播易

在抖音平台，前三KOL分别为大魔王吓、豆豆Babe与李佳琦Austin，营销价值分别为97.87、96.65与95.60。

快消品内容营销抖音平台头部KOL TOP5

排名

内容分类

昵称

综合营销价值

1

笑话段子

大魔王还

97.87

2

日常生活

豆_Babe

96.65

3

美容美妆

李佳琦Austin

95.60

4

笑话段子

刘哈哈.

94.05

5

笑话段子

杨可人儿

93.10资料来源：微播易

在快手平台，前三KOL分别为泡椒好吃嘛、许杨君-)与IMP小鬼【GT)，营销价值分别为98.87、98.03与95.89

快消品内容营销快手平台头部KOL TOP5

排名

内容分类

昵称

综合营销价值

1

科普

泡椒好吃嘛

98.87

2

笑话段子

许杨君-)

98.03

3

笑话段子

IMP小鬼【GT】

95.89

4

笑话段子

陈翔六点半

94.78

5

美容美妆

叶公子ye

92.88资料来源：微播易

在B站平台，前三KOL分别为宝剑嫂、十音Shiyin与Vivekatt，营销价值分别为98.59、98.29与97.93。

快消品内容营销B站平台头部KOL TOP5

排名

内容分类

昵称

综合营销价值

1

美容美妆

宝剑嫂

98.59

2

时尚穿搭

十音Shiyin

98.29

3

美容美妆

Vivekatt

97.93

4

美容美妆

文不叮

97.29

5

娱乐影音

小片片说大片

96.51资料来源：微播易

在小红书平台，前三KOL分别为Ananas吃一半、脆脆自然卷与小仙女汁，营销价值分别为96.78、94.34与93.47。

快消品内容营销B站平台头部KOL TOP5

排名

内容分类

昵称

综合营销价值

1

美妆/护肤/穿搭/情侣

Ananas吃一半

96.78

2

时尚穿搭

脆脆自然卷

95.73

3

时尚穿搭

小仙女汁

94.34

4

美容美妆

Map-The-Soul

93.47

5

美妆/护肤/穿搭/情侣

曾鹿儿

92.38资料来源：微播易（shz）

观研报告网发布的《2021年中国快消品市场分析报告-市场竞争格局与发展趋势研究》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。行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家统计局规模企业统计数据库及**等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国快消品行业发展概述

第一节 快消品行业发展情况概述

- 一、快消品行业相关定义
- 二、快消品行业基本情况介绍
- 三、快消品行业发展特点分析
- 四、快消品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、快消品行业需求主体分析

第二节 中国快消品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、快消品行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国快消品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国快消品行业生命周期分析
 - 一、快消品行业生命周期理论概述
 - 二、快消品行业所属的生命周期分析
- 第四节 快消品行业经济指标分析
 - 一、快消品行业的赢利性分析
 - 二、快消品行业的经济周期分析
 - 三、快消品行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国快消品行业进入壁垒分析
 - 一、快消品行业资金壁垒分析
 - 二、快消品行业技术壁垒分析
 - 三、快消品行业人才壁垒分析
 - 四、快消品行业品牌壁垒分析
 - 五、快消品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球快消品行业市场发展现状分析

- 第一节 全球快消品行业发展历程回顾
- 第二节 全球快消品行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲快消品行业地区市场分析
 - 一、亚洲快消品行业市场现状分析
 - 二、亚洲快消品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲快消品行业市场前景分析
- 第四节 北美快消品行业地区市场分析
 - 一、北美快消品行业市场现状分析
 - 二、北美快消品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美快消品行业市场前景分析
- 第五节 欧洲快消品行业地区市场分析

- 一、欧洲快消品行业市场现状分析
- 二、欧洲快消品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲快消品行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界快消品行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球快消品行业市场规模预测

第三章 中国快消品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品销售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国快消品行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国快消品产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、快消品环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国快消品行业运行情况

第一节 中国快消品行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国快消品行业市场规模分析

第三节 中国快消品行业供应情况分析

第四节 中国快消品行业需求情况分析

第五节 我国快消品行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国快消品行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国快消品行业供需平衡分析

第八节 中国快消品行业发展趋势分析

第五章 中国快消品所属行业运行数据监测

第一节 中国快消品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国快消品所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国快消品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国快消品市场格局分析

第一节 中国快消品行业竞争现状分析

一、中国快消品行业竞争情况分析

二、中国快消品行业主要品牌分析

第二节 中国快消品行业集中度分析

一、中国快消品行业市场集中度影响因素分析

二、中国快消品行业市场集中度分析

第三节 中国快消品行业存在的问题

第四节 中国快消品行业解决问题的策略分析

第五节 中国快消品行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国快消品行业需求特点与动态分析

第一节 中国快消品行业消费市场动态情况

第二节 中国快消品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 快消品行业成本结构分析

第四节 快消品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国快消品行业价格现状分析

第六节 中国快消品行业平均价格走势预测

一、中国快消品行业价格影响因素

二、中国快消品行业平均价格走势预测

三、中国快消品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国快消品行业区域市场现状分析

第一节 中国快消品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区快消品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区快消品市场规模分析

四、华东地区快消品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区快消品市场规模分析
- 四、华中地区快消品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区快消品市场规模分析
- 四、华南地区快消品市场规模预测

第九章 2017-2021年中国快消品行业竞争情况

第一节 中国快消品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国快消品行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国快消品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 快消品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国快消品行业发展前景分析与预测

第一节 中国快消品行业未来发展前景分析

一、快消品行业国内投资环境分析

二、中国快消品行业市场机会分析

三、中国快消品行业投资增速预测

第二节 中国快消品行业未来发展趋势预测

第三节 中国快消品行业市场发展预测

一、中国快消品行业市场规模预测

二、中国快消品行业市场规模增速预测

三、中国快消品行业产值规模预测

四、中国快消品行业产值增速预测

五、中国快消品行业供需情况预测

第四节 中国快消品行业盈利走势预测

一、中国快消品行业毛利润同比增速预测

二、中国快消品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国快消品行业投资风险与营销分析

第一节 快消品行业投资风险分析

一、快消品行业政策风险分析

二、快消品行业技术风险分析

三、快消品行业竞争风险分析

四、快消品行业其他风险分析

第二节 快消品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国快消品行业发展战略及规划建议

第一节 中国快消品行业品牌战略分析

一、快消品企业品牌的重要性

二、快消品企业实施品牌战略的意义

三、快消品企业品牌的现状分析

四、快消品企业的品牌战略

五、快消品品牌战略管理的策略

第二节 中国快消品行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国快消品行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国快消品行业发展策略及投资建议

第一节 中国快消品行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国快消品行业营销渠道策略

- 一、快消品行业渠道选择策略
- 二、快消品行业营销策略

第三节 中国快消品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国快消品行业重点投资区域分析
- 二、中国快消品行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/485351485351.html>