2014-2020年中国快速消费品市场监测与投资前景预测报告

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

《2014-2020年中国快速消费品市场监测与投资前景预测报告》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/201405/105255.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

快速消费品（Fast Moving Consumer Goods，简称FMCG）是指使用寿命较短，消费速度较快的消费品。一种新的叫法是PMCG（Packaged Mass Consumption Goods），顾名思义，产品经过包装成一个个独立的小单元来进行销售，更加着重包装、品牌化以及大众化对这个类别的影响。

快速消费品界定包括包装的食品、个人卫生用品、烟草及酒类和饮料。之所以被称为快速，是因为他们首先是日常用品，它们依靠消费者高频次和重复的使用与消耗通过规模的市场量来获得利润和价值的实现，典型的快速消费品包括日化用品、食品饮料、烟酒等；药品中的非处方药(OTC)通常也可以归为此类。与快速消费品概念相对应的是“耐用消费品”（Durable Consumer Goods），通常使用周期较长，一次性投资较大，包括（但不限于）家用电器、家具、汽车等。

报告目录

第一章 2014年中国快速消费品行业市场发展环境分析
第一节 2014年中国宏观经济环境分析
一、中国GDP分析
二、消费价格指数分析
三、城乡居民收入分析
四、社会消费品零售总额
五、全社会固定资产投资分析
六、进出口总额及增长率分析
第二节 2014年中国快速消费品行业政策环境分析
一、快速消费品政策分析
二、快速消费品相关产业政策影响分析
第三节 2014年中国快速消费品行业社会环境分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析
第二章 2014年中国医用敷料领域市场分析
第一节 医用敷料行业概述
一、天然材料类医用敷料

二、人工合成材料类
三、药物性敷料类
四、固定用敷料类
第二节2014年医用敷料行业国内市场现状分析
一、中国二氧化碳共聚物研究获得新突破
二、奥美高新医用敷料项目竣工投产
三、出口药企积极试水国际化经营
第三节2014年中国医用敷料进出口贸易剖析
一、医用敷料出口回暖量值齐升
二、胶粘类产品出口额激增
三、欧美日医械市场需求不降低出口机遇大于挑战
第四节2014年医用敷料国内市场供需现状分析及发展预测
一、医用敷料国内需求现状
二、医用敷料供给现状
三、医用敷料行业规模发展预测
四、医用敷料行业产品结构发展趋势
第五节2014年医用敷料行业存在的问题及应对策略
一、产品附加值低是主要问题
二、国内市场需求还不成熟
三、医用敷料行业对应策略
第六节 2014年中国医用敷料国内渠道分析
一、医院是医用敷料产品最主要的销售渠道
二、通过与国外企业合作使其通过代理出口是普遍的销售通道
三、医用敷料在民用领域的销售状况分析
第三章2014年一次性纸制品领域市场分析
第一节 2014年中国一次性纸制品业综述
一、金融风暴将加快行业洗牌
二、一次性纸制品市场继续稳步增长
三、国产设备水平迅速提高走向国际市场
四、一次性纸制品消费区域化差异大
第二节 2014年中国一次性纸制品行业快速发展的因素分析
一、一次性纸制品成为生活必需品

二、中国人口结构变化的影响
三、政府环保政策的实施效果
四、销售渠道作用的充分发挥
五、卫生意识的增强
第三节2014年中国一次性纸制品产业热点问题探讨
一、安全性是一次性纸制品市场敏感区
二、造成的环境污染严重
第四节 中国一次性纸制品销售渠道分析
一、中国一次性纸制品总体销售渠道情况
二、不同城市销售渠道分析
第五节 中国一次性纸制品竞争格局分析
一、卫生纸行业
二、妇女卫生用品行业
三、婴儿纸尿裤行业
四、成人失禁用品行业
第六节 中国一次性纸制品主要品牌成功要素分析
第七节 中国一次性纸制品跟进品牌竞争策略分析
第八节 一次性纸制品消费心理分析
一、妇女卫生用品行业
二、婴儿纸尿裤行业
三、卫生纸行业
四、女性消费心理分析
第九节 北上广深四大城市的一次性纸制品消费特点分析
一、妇女卫生用品行业
二、婴儿纸尿裤行业
第四章 2014年中国婴幼儿护理用品市场分析
第一节婴幼儿护理用品市场现状及发展趋势预测
一、婴幼儿护理用品种类及其发展
二、婴幼儿护理用品市场分析
三、婴幼儿护理用品市场预测分析
第二节 婴幼儿护理护理用品消费者购买行为分析
一、婴幼儿用品消费者心理特点

二、婴幼儿用品消费者购买行为的共性分析
第三节 国内主要婴幼儿品牌专卖店经营分析
一、婴儿用品零售业发展态势
二、北京产业信息研究院 婴儿用品定价策略
三、婴儿用品定经营模式分析
四、婴幼儿用品店常用的营销策略
第四节 国内主要婴幼儿品牌专卖店连锁加盟体系分析
第五节 北上广深四大城市的婴幼儿护理用品消费特点分析
一、地区消费差异明显
二、珠三角日化产业的优势
三、长三角日化产业的典型特征
第五章 2014年中国妇女护理用品市场分析
第一节 妇女护理用品市场现状及发展趋势预测
第二节 妇女护理用品消费者购买行为分析
一、妇女护理用品消费者心理特点
二、妇女护理用品消费者购买行为的共性分析
第三节 国内主要妇女生活用品品牌专卖店经营分析
第四节 国内主要妇女护理用品品牌专卖店连锁加盟体系分析
第五节 北上广深四大城市妇女护理用品的消费特点分析
第六章 医用转民用产品品牌市场分析
第一节 云南白药分析
一、云南白药医用转民用的背景
二、云南白药医用转民用的成功要素
三、云南白药医用转民用遇到的问题以及解决方法
四、云南白药自建专卖店调研分析
第二节 强生分析
一、强生背景
二、强生中国的经营情况
三、强生医用转民用的成功要素
四、强生医用转民用遇到的问题以及解决方法
第三节 薇姿分析
一、薇姿经营概况

二、薇姿医用转民用的成功要素
三、薇姿医用转民用遇到的问题以及解决方法
第四节 市场上医用转民用的失败案例分析
一、同仁堂经营化妆品业绩平平
二、皮肤用药生产企业进军化妆品领域折戟
第七章 概念卖场（品牌）市场分析
第一节 无印良品调研分析
一、无印良品产品线分析
二、无印良品日本本土市场的成功以及瓶颈分析
三、无印良品国外市场的成功与失败分析
四、无印良品中国市场的经营状况分析
第二节 基本生活调研分析
一、基本生活产品线分析
二、基本生活中国地区区域分布情况
三、基本生活的经营状况分析
第八章 家居生活用品卖场（品牌）市场分析
第一节 多样屋调研分析
一、多样屋产品线分析
二、多样屋中国大陆市场经营现状
三、多样屋连锁加盟体系分析
四、多样屋成功要素分析
第二节 乐扣调研分析
一、乐扣产品线分析
二、乐扣中国大陆市场经营现状
三、乐扣成功要素分析
四、乐扣经营问题分析
第九章 2014年中国全棉行业市场调研
第一节 全棉行业上下游产业链分析
一、上游行业发展状况分析
二、下游产业发展情况分析
三、纺织工业调整和振兴规划
第二节 全棉技术工艺发展趋势分析

一、产品技术发展现状分析
二、产品工艺特点或流程分析
三、国内外技术未来发展趋势分析
第三节 全棉替代品分析
一、替代品种类和优劣势
二、新型全棉行业产品分析
三、全棉新品市场前景预测
第四节 国内主要全棉产品品牌分析
一、国内主要全棉产品品牌成功要素分析
二、国内主要全棉产品品牌经营现状
三、国内主要全棉产品品牌专卖店经营分析
四、国内主要全棉产品品牌专卖店问题和瓶颈
图表目录
图表：2005-2012年中国GDP总量及增长趋势图
图表：2012年中国三产业增加值结构图
图表：2013-2012年中国CPI、PPI月度走势图
图表：2005-2012年我国城镇居民可支配收入增长趋势图
图表：2005-2012年我国农村居民人均纯收入增长趋势图
图表：1978-2013中国城乡居民恩格尔系数对比表
图表：1978-2013中国城乡居民恩格尔系数走势图
图表：2005-2013年中国工业增加值增长趋势图
图表：2013-2012年我国工业增加值分季度增速
图表：2005-2012年我国全社会固定投资额走势图
图表：2005-2012年我国城乡固定资产投资额对比图
图表：2005-2012年我国财政收入支出走势图
图表：2013年-2012年人民币兑美元汇率中间价
图表：2013-2012年中国货币供应量统计表　单位：亿元
图表：2012年中国货币供应量月度增速走势图
图表：2001-2013年中国外汇储备走势图
图表：2008-2014年央行利率调整统计表
图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表
图表：2005-2012年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2012年我国货物进出口总额走势图
图表：2005-2012年中国货物进口总额和出口总额走势图
图表：2005-2013年中国就业人数走势图
图表：2005-2013年中国城镇就业人数走势图
图表：1978-2013年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图
图表：1978-2013年我国总人口数量增长趋势图
图表：2005-2012年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图
图表：2001-2012年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图
图表：2005-2012年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图
图表：2013-2014年中国医用辅料行业总体市场规模预测情况（亿元）
图表：中国医用辅料行业销售渠道构成情况
图表：2007-2014年一次性纸制品市场规模趋势分析（亿元）
图表：影响选购卫生巾或卫生护垫的主要因素
图表：女性目前市面上的一次性卫生用品的质量放心程度
图表：2007-2014年中国婴幼儿护理用品市场规模预测（亿元）
图表：连锁经营专卖店所占市场份额
图表：云南白药店面实景图
图表：卫生纸行业行业生产集中度分析
图表：综合排序前10位的妇女卫生巾制造商
图表：综合排序前10位的婴儿纸尿裤制造商
图表：综合排序前8位的婴儿纸尿片制造商
图表：成人失禁用品的主要生产企业
图表：婴儿纸尿裤纸尿片行业分地区总体市场与需求状况
图表：主要城市婴幼儿护理用品消费特点对比
图表：主要城市妇女护理用品消费特点对比
图表：云南白药专卖店主要销售产品
图表：强生在中国的业务主要涉及以下领域
图表：无印良品中国店面分布
图表：基本生活emoi的产品构成
图表：基本生活emoi的中国区域分布
图表：多样屋产品类别情况
图表：TAYOHYA多样屋全国店面分布情况

图表：多样屋的市场定位情况

图表：乐扣乐扣产品类别分析

详细请访问：http://www.cction.com/report/201405/105255.html