

2022-2028年中国快消品制 造产业发展现状与市场供需预测报告

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

《2022-2028年中国快消品制造产业发展现状与市场供需预测报告》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/202203/274896.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，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。

非快消品线上渗透率提升面临瓶颈，快消领域将成为电商后续争夺的战场。与大部分行业的发展规律一样，非快消品线上渗透率已经显示出明显的S型走势。消费电子、服饰鞋类、家电等品类，渗透率已经呈现出增速放缓的趋势。由于线下渠道具有实物体验这一暂时不可动摇的本质优势，这些品类的线上渗透率提升将面临明显瓶颈。反观部分快消类产品（生鲜、软饮料），目前渗透率处于较低的水平是由于核心的商业模式或盈利模式还未完全建立。2014-2018年中国实物商品网上零售额

中企顾问网发布的《2022-2028年中国快消品制造产业发展现状与市场供需预测报告》共十六章。首先介绍了中国快消品制造行业市场发展环境、快消品制造整体运行态势等，接着分析了中国快消品制造行业市场运行的现状，然后介绍了快消品制造市场竞争格局。随后，报告对快消品制造做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国快消品制造行业发展趋势与投资预测。您若想对快消品制造产业有个系统的了解或者想投资中国快消品制造行业，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：

第一章 快消品制造行业政策之中国制造2025

1.1 发展形势和环境

1.1.1 全球制造业格局面临重大调整

1.1.2 我国经济发展环境发生重大变化

1.1.3 建设制造强国任务艰巨而紧迫

1.2 战略方针和目标

1.2.1 指导思想

1.2.2 基本原则

1.2.3 战略目标

1.3 战略任务和重点

1.3.1 提高国家制造业创新能力

1.3.2 推进信息化与工业化深度融合

1.3.3 强化工业基础能力

1.3.4 加强质量品牌建设

1.3.5 全面推行绿色制造

1.3.6 大力推动重点领域突破发展

1.3.7 深入推进制造业结构调整

1.3.8 积极发展服务型制造和生产性服务业

1.3.9 提高制造业国际化发展水平

1.4 战略支撑与保障

1.4.1 深化体制机制改革

1.4.2 营造公平竞争市场环境

1.4.3 完善金融扶持政策

1.4.4 加大财税政策支持力度

1.4.5 健全多层次人才培养体系

1.4.6 完善中小微企业政策

1.4.7 进一步扩大制造业对外开放

1.4.8 健全组织实施机制

第二章 快消品制造行业政策之“互联网+”

2.1 行动要求

2.1.1 总体思路

2.1.2 基本原则

2.1.3 发展目标

2.2 重点行动

2.2.1 “互联网+”创业创新

2.2.2 “互联网+”协同制造

2.2.3 “互联网+”现代农业

2.2.4 “互联网+”智慧能源

2.2.5 “互联网+”普惠金融

2.2.6 “互联网+”益民服务

2.2.7 “互联网+”高效物流

2.2.8 “互联网+”电子商务

2.2.9 “互联网+”便捷交通

2.2.10 “互联网+”绿色生态

2.2.11 “互联网+”人工智能

2.3 保障支撑

2.3.1 夯实发展基础

2.3.2 强化创新驱动

2.3.3 营造宽松环境

2.3.4 拓展海外合作

2.3.5 加强智力建设

2.3.6 加强引导支持

2.3.7 做好组织实施

第三章 快消品制造行业政策之“十三五”规划

3.1 指导思想、主要目标和发展理念

3.1.1 发展环境

3.1.2 指导思想

3.1.3 主要目标

3.1.4 发展理念

3.1.5 发展主线

3.2 实施创新驱动发展战略

3.2.1 强化科技创新引领作用

3.2.2 深入推进大众创业万众创新

3.2.3 构建激励创新的体制机制

3.2.4 实施人才优先发展战略

3.2.5 拓展发展动力新空间

3.3 构建发展新体制

3.3.1 坚持和完善基本经济制度

3.3.2 建立现代产权制度

3.3.3 健全现代市场体系

3.3.4 深化行政管理体制改革

- 3.3.5 加快财税体制改革
- 3.3.6 加快金融体制改革
- 3.3.7 创新和完善宏观调控
- 3.4 推进农业现代化
- 3.5 优化现代产业体系
 - 3.5.1 实施制造强国战略
 - 3.5.2 支持战略性新兴产业发展
 - 3.5.3 加快推动服务业优质高效发展
- 3.6 拓展网络经济空间
 - 3.6.1 构建泛在高效的信息网络
 - 3.6.2 发展现代互联网产业体系
 - 3.6.3 实施国家大数据战略
 - 3.6.4 强化信息安全保障
- 3.7 构筑现代基础设施网络
- 3.8 推进新型城镇化
- 3.9 推动区域协调发展
- 3.10 加快改善生态环境
 - 3.10.1 加快建设主体功能区
 - 3.10.2 推进资源节约集约利用
 - 3.10.3 加大环境综合治理力度
 - 3.10.4 加强生态保护修复
 - 3.10.5 积极应对全球气候变化
 - 3.10.6 健全生态安全保障机制
 - 3.10.7 发展绿色环保产业
- 3.11 构建全方位开放新格局
- 3.12 深化内地和港澳、大陆和台湾地区合作发展
- 3.13 全力实施脱贫攻坚
- 3.14 提升全民教育和健康水平
- 3.15 提高民生保障水平
- 3.16 加强社会主义精神文明建设
- 3.17 加强和创新社会治理
- 3.18 加强社会主义民主法治建设

3.19 统筹经济建设和国防建设

3.20 强化规划实施保障

第四章 快消品制造行业相关概述

4.1 快消品制造行业定义及特点

4.1.1 快消品制造行业的定义

4.1.2 快消品制造行业产品/服务特点

4.2 快消品制造行业经营模式分析

4.2.1 生产模式

4.2.2 采购模式

4.2.3 销售模式

第五章 中国快消品制造所属行业发展概述

5.1 中国快消品制造行业发展状况分析

5.1.1 中国快消品制造行业发展阶段

5.1.2 中国快消品制造行业发展总体概况

5.1.3 中国快消品制造行业发展特点分析

5.2 2015-2019年快消品制造行业发展现状

从GDP、消费对GDP的拉动、人均GDP、人均可支配收入、社会消费品零售总额等数据可以看出，中国近年的整体经济和消费市场虽然增长略有放缓，但依然处在高速增长的道路，不断有新的增量市场出现。

消费升级势头不减，消费连续5年成为经济增长第一引擎。对于消费行业的早期投资来说，还有很大的增长空间以供创业企业挥毫泼墨创造价值在整体经济环境被很多媒体舆论看弱之时，消费品的市场增速仍然保持在高位，超过了GDP的增速。并且以食品饮料、烟酒、化妆品为代表的快消品增速稳居相对更高的位置。

汽车、石油及制品、金银珠宝、通讯器材、建材、家具和家电销售增速同期则回落4%左右。在这样的“拖累”下，社零依然在消费品尤其是快消品的高速增长下保持了整体的增长水平，可见快消品市场的增长势头。

2019年，社会消费品零售总额411649亿元，比上年名义增长8.0%（扣除价格因素实际增长6.0%，以下除特殊说明外均为名义增长）。其中，除汽车以外的消费品零售额372260亿元，增长9.0%。

2019年12月份，社会消费品零售总额38777亿元，同比增长8.0%。其中，除汽车以外的消

费品零售额34349亿元，增长8.9%。2016-2019年全国社会消费品零售总额统计

5.2.1 2015-2019年中国快消品制造行业市场规模

5.2.2 2015-2019年中国快消品制造行业发展分析

5.2.3 2015-2019年中国快消品企业发展分析

5.3 2022-2028年中国快消品制造行业面临的困境及对策

5.3.1 中国快消品制造行业面临的困境及对策

5.3.2 中国快消品企业发展困境及策略分析

第六章 中国快消品制造所属行业市场运行分析

6.1 2015-2019年中国快消品制造所属行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2015-2019年中国快消品制造所属行业产销情况分析

6.2.1 中国快消品制造行业工业总产值

6.2.2 中国快消品制造行业工业销售产值

6.2.3 中国快消品制造行业产销率

6.3 2015-2019年中国快消品制造所属行业市场供需分析

6.3.1 中国快消品制造行业供给分析

6.3.2 中国快消品制造行业需求分析

6.3.3 中国快消品制造行业供需平衡

6.4 2015-2019年中国快消品制造所属行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 2015-2019年快消品制造所属行业进出口数据分析

7.1 2015-2019年快消品制造所属行业进口情况分析

7.1.1 进口数量情况分析

7.1.2 进口金额变化分析

7.1.3 进口来源地区分析

7.1.4 进口价格变动分析

7.2 2015-2019年快消品制造所属行业出口情况分析

7.2.1 出口数量情况分析

7.2.2 出口金额变化分析

7.2.3 出口国家流向分析

7.2.4 出口价格变动分析

第八章 中国快消品制造行业上、下游产业链分析

8.1 快消品制造行业产业链概述

8.1.1 产业链定义

8.1.2 快消品制造行业产业链

8.2 快消品制造行业主要上游产业发展分析

8.2.1 上游产业发展现状

8.2.2 上游产业供给分析

8.2.3 上游供给价格分析

8.2.4 主要供给企业分析

8.3 快消品制造行业主要下游产业发展分析

8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状

8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析

8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第九章 中国快消品制造行业市场竞争格局分析

9.1 中国快消品制造行业竞争格局分析

9.1.1 快消品制造行业区域分布格局

9.1.2 快消品制造行业企业规模格局

9.1.3 快消品制造行业企业性质格局

9.2 中国快消品制造行业竞争五力分析

9.2.1 快消品制造行业上游议价能力

9.2.2 快消品制造行业下游议价能力

9.2.3 快消品制造行业新进入者威胁

- 9.2.4 快消品制造行业替代产品威胁
- 9.2.5 快消品制造行业现有企业竞争
- 9.3 中国快消品制造行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 快消品制造行业优势分析（S）
 - 9.3.2 快消品制造行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 快消品制造行业机会分析（O）
 - 9.3.4 快消品制造行业威胁分析（T）
- 9.4 中国快消品制造行业重点企业竞争策略分析

第十章 中国快消品制造行业领先企业竞争力分析

- 10.1 杭州娃哈哈集团有限公司
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业经营情况分析
 - 10.1.3 企业发展战略分析
- 10.2 统一企业（中国）投资有限公司
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业经营情况分析
 - 10.2.3 企业发展战略分析
- 10.3 康师傅饮品投资（中国）有限公司
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业经营情况分析
 - 10.3.3 企业发展战略分析
- 10.4 上海冠生园食品有限公司
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业经营情况分析
 - 10.4.3 企业发展战略分析
- 10.5 上海家化（集团）有限公司
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业经营情况分析
 - 10.5.3 企业发展战略分析
- 10.6 中粮集团有限公司
 - 10.6.1 企业发展基本情况

- 10.6.2 企业经营情况分析
- 10.6.3 企业发展战略分析
- 10.7 广州王老吉药业股份有限公司
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业经营情况分析
 - 10.7.3 企业发展战略分析
- 10.8 加多宝（中国）饮料有限公司
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业经营情况分析
 - 10.8.3 企业发展战略分析
- 10.9 内蒙古伊利实业集团股份有限公司
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业经营情况分析
 - 10.9.3 企业发展战略分析
- 10.10 四川郎酒集团有限责任公司
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业经营情况分析
 - 10.10.3 企业发展战略分析

第十一章 2022-2028年中国快消品制造行业投资前景

- 11.1 快消品制造行业投资现状分析
 - 11.1.1 快消品制造行业投资规模分析
 - 11.1.2 快消品制造行业投资资金来源构成
 - 11.1.3 快消品制造行业投资项目建设分析
 - 11.1.4 快消品制造行业投资资金用途分析
 - 11.1.5 快消品制造行业投资主体构成分析
- 11.2 快消品制造行业投资特性分析
 - 11.2.1 快消品制造行业进入壁垒分析
 - 11.2.2 影响快消品制造行业发展的有利和不利因素
 - 1、影响行业发展有利因素
 - 2、影响行业发展不利因素
- 11.3 快消品制造行业投资机会分析

- 11.3.1 产业链投资机会
- 11.3.2 重点区域投资机会
- 11.3.3 产业发展的空白点分析
- 11.4 快消品制造行业投资风险分析
 - 11.4.1 快消品制造行业政策风险
 - 11.4.2 宏观经济风险
 - 11.4.3 市场竞争风险
 - 11.4.4 关联产业风险
 - 11.4.5 产品结构风险
 - 11.4.6 技术研发风险
 - 11.4.7 其他投资风险
- 11.5 快消品制造行业投资潜力
 - 11.5.1 快消品制造行业投资潜力分析
 - 11.5.2 快消品制造行业最新投资动态
 - 11.5.3 快消品制造行业投资机会分析

第十二章 2022-2028年中国快消品制造行业发展趋势与前景分析

- 12.1 2022-2028年中国快消品市场发展前景
 - 12.1.1 2022-2028年快消品市场发展潜力
 - 12.1.2 2022-2028年快消品市场发展前景展望
- 12.2 2022-2028年中国快消品市场发展趋势预测
 - 12.2.1 2022-2028年快消品制造行业发展趋势
 - 12.2.2 2022-2028年快消品市场规模预测
 - 12.2.3 2022-2028年快消品制造行业应用趋势预测
- 12.3 2022-2028年中国快消品制造行业供需预测
 - 12.3.1 2022-2028年中国快消品制造行业供给预测
 - 12.3.2 2022-2028年中国快消品制造行业需求预测
 - 12.3.3 2022-2028年中国快消品供需平衡预测
- 12.4 “互联网+”——驱动快消品制造行业转型升级
 - 12.4.1 互联网+的大背景
 - 12.4.2 “互联网+”的内涵
 - 12.4.3 “互联网+”进程

第十三章 不同视角下的快消费品制造行业转型升级分析

13.1 《中国制造2025》视角下的快消费品制造行业转型升级分析

13.2 “互联网+”视角下的快消费品制造行业转型升级分析

13.3 “工业4.0”视角下的快消费品制造行业转型升级分析

13.4 工业互联网视角下的快消费品制造行业转型升级分析

13.5 中国制造业转型升级的未来方向

第十四章 中国快消费品制造行业转型升级策略分析

14.1 我国快消费品制造行业转型升级国内分析现状

14.1.1 战略性新兴产业与传统产业转型升级的关系分析

14.1.2 高技术产业与传统产业协同发展分析

14.1.3 地区产业转型升级分析

14.1.4 传统产业转型升级的路径选择

14.1.5 传统产业转型升级的国际经验借鉴

14.2 创新驱动快消费品制造行业转型升级路径研究

14.2.1 我国产业创新及传统产业存在的问题

1、产业技术水平差

2、产业集中度低

3、技术创新能力薄弱，行业垄断依然明显

4、产业创新体制和机制不健全，存在政策体系不完善、不配套的问题

14.2.2 创新驱动快消费品制造行业升级路径分析及策略

1、路径分析

(1) 产业创新路径之一——产业转移

(2) 产业创新路径之二——产业集群

(3) 产业创新路径之三——产业融合

2、策略建议

(1) 坚持技术自主创新为核心

(2) 注重全方位统筹推进创新

(3) 重视项目申报对科技创新的带动规范作用

(4) 注重对各类创新人才的培养和引进

14.3 科技创新驱动快消费品制造行业转型升级发展研究

14.3.1 科技创新与传统产业的耦合分析

- 1、传统产业的发展需要科技创新
- 2、科技创新驱动传统产业发展
- 3、传统产业与科技创新融合发展

14.3.2 科技创新对传统产业的作用机理

- 1、丰富了传统产业的表现形式
- 2、提高了传统产业的技术含量
- 3、拓展了传统产业的发展方向
- 4、促进了传统产业的转型升级

14.3.3 科技创新驱动快消品制造行业转型升级发展的路径

- 1、通过技术创新提升传统企业的自主创新能力
- 2、通过产业创新培育更多的新兴业态
- 3、通过合作创新延长传统产业链
- 4、通过空间创新形成特色产业园区

第十五章 新常态下我国快消品制造行业转型升级的动力机制及战略趋向

15.1 新常态下我国快消品制造行业转型升级的制约因素

- 15.1.1 复杂多变的市场经济环境
- 15.1.2 日渐弱化的传统发展优势
- 15.1.3 层次较低的产业集群效应
- 15.1.4 相对滞后的传统体制观念

15.2 新常态下我国快消品制造行业转型升级的动力机制

- 15.2.1 科学技术的发展
- 15.2.2 需求结构的升级
- 15.2.3 产业组织结构的改革和创新
- 15.2.4 全球经济梯度发展效应
- 15.2.5 国家战略的积极推动

15.3 新常态下我国快消品制造行业转型升级的战略趋向

- 15.3.1 现代产业体系逐步形成
- 15.3.2 制造业技术创新战略地位日益凸显
- 15.3.3 绿色低碳发展理念已成共识
- 15.3.4 开放式创新系统已具雏形

第十六章 中国快消品制造行业转型升级研究结论（）

16.1 快消品制造行业转型升级研究结论

16.2 快消品制造行业转型升级投资价值评估

16.3 快消品制造行业转型升级投资建议

16.3.1 行业发展策略建议

16.3.2 行业投资方向建议（）

16.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：快消品制造行业特点

图表：快消品制造行业生命周期

图表：快消品制造行业产业链分析

图表：2015-2019年快消品制造行业市场规模分析

图表：2022-2028年快消品制造行业市场规模预测

图表：中国快消品制造行业盈利能力分析

图表：中国快消品制造行业运营能力分析

图表：中国快消品制造行业偿债能力分析

图表：中国快消品制造行业发展能力分析

图表：中国快消品制造行业经营效益分析

图表：2015-2019年快消品重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国快消品制造行业销售情况分析

图表：2015-2019年中国快消品制造行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国快消品制造行业资产情况分析

图表：2015-2019年中国快消品竞争力分析

图表：2022-2028年中国快消品产能预测

图表：2022-2028年中国快消品消费量预测

图表：2022-2028年中国快消品市场前景预测

图表：2022-2028年中国快消品市场价格走势预测

图表：2022-2028年中国快消品发展前景预测

图表：区域发展战略规划

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/274896.html>