

2021年中国消费品行业分析报告- 产业发展现状与发展定位研究

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《2021年中国消费品行业分析报告-产业发展现状与发展定位研究》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/suliao/560618560618.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

一) 消费品行业类别

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》(2012年修订),消费品行业属于“C29 橡胶和塑料制品业”。

根据国家统计局《国民经济行业分类与代码》(GB/T 4754-2017)的分类标准,属于“C29 橡胶和塑料制品业”之“C292 塑料制品业”。

二) 行业监管体制、行业主要法律法规及政策

1、行业主管部门、监管体制

消费品行业属完全市场化运行行业,实施国家行业主管部门宏观调控与行业协会自律管理相结合的监管体制。其中,国家发展和改革委员会、国家工业和信息化部是行业的行政主管部门,中国体育用品业联合会、中国家用电器协会以及中国塑料加工工业协会为行业主要自律组织,各主要职能为:

国家发展和改革委员会主要职责为拟订并组织实施国民经济和社会发展战略、中长期规划和年度计划,统筹协调经济社会发展;组织拟订综合性产业政策,负责协调第一、二、三产业发展的重大问题并衔接平衡相关发展规划和重大政策,做好与国民经济和社会发展规划、计划的衔接平衡;推进可持续发展战略,负责节能减排的综合协调工作,组织拟订发展循环经济、全社会能源资源节约和综合利用规划及政策措施并协调实施等。

国家工业和信息化部主要职责为提出新型工业化发展战略和政策,协调解决新型工业化进程中的重大问题,拟订并组织实施工业、通信业、信息化的发展规划,推进产业结构战略性调整和优化升级,推进信息化和工业化融合;制

中国体育用品业联合会主要负责体育用品的基础、管理、通用国家标准制修订工作,以及目前除轻工、石油化工、纺织等行业所归口管理以外的体育用品领域的产品标准制修订工作,同时,负责体育用品标准化的组织、协调。负责体育用品领域的运动器材类标准的制修订工作;体育用品领域内的技术标准、工作标准、管理标准的制修订工作等。

中国家用电器协会主要负责参与政府有关经济政策、产业政策的研究;组织和参与制订、修订国家标准或行业的技术标准、服务标准和行业准入标准;促进品牌建设,推进产品质量的提高;组织和推动行业开展节能减排工作等。

中国塑料加工工业协会主要职责为承担行业的指导和服务职能,主要负责行业的产业与市场研究、组织人才技术交流与培训、参与制定行业规划、对行业内重大技术改造和技术引进进行前期论证、规范行业行为、促进行业自律等。

2、行业主要法律法规

行业所需遵守的主要法律法规具体如下:

法律法规

实施时间

颁布机构

《中华人民共和国安全生产法》（2021年修正）

2021.06

人大常委

《中华人民共和国环境噪声污染防治法》（2018年修正）

2018.12

人大常委

《中华人民共和国产品质量法》（2018年修正）

2018.12

人大常委

《中华人民共和国节约能源法》（2018年修正）

2018.10

人大常委

《中华人民共和国标准化法》（2017年修订）

2018.01

人大常委

《中华人民共和国环境保护法》（2014年修正）

2015.01

人大常委

《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》（2014年修订）

2014.08

国家质检总局资料来源：观研天下整理

3、行业主要政策

消费品行业的持续景气能够更好地满足人民的生活需要，我国消费品制造行业的蓬勃发展不仅可以保障全球消费品的稳定供应，还有利于持续释放我国内需潜力，促进我国国民经济的快速发展。近年来，我国陆续出台了一系列鼓励政策支持本行业发展，相关政策如下：

法律法规、产业政策

颁布时间

颁布机构

主要内容

《全民健身计划（2021-2025年）》

2021.07

国务院

到

2025

年，经常参加体育锻炼人数比例达到

38.5%；大力发展运动项目产业，积极培育户外运动、智能体育等体育产业。

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》

2021.03

中国共产党第十九届中央委员会

深入实施智能制造和绿色制造工程，发展服务型制造新模式，推动制造业高端化智能化绿色化；深入实施质量提升行动，推动制造业产品“增品种、提品质、创品牌”。

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标的建议》

2020.11

中国共产党第十九届中央委员会

增强消费对经济发展的基础性作用，顺应消费升级趋势，提升传统消费，培育新型消费，适当增加公共消费。以质量品牌为重点，促进消费向绿色、健康、安全发展，鼓励消费新模式新业态发展；建成文化强国、教育强国、人才强国、体育强国、健康中国。

《中国共产党第十九届中央委员会第五次全体会议公报》

2020.10

中国共产党第十九届中央委员会

坚持扩大内需这个战略基点，加快培育完整内需体系，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求。要畅通国内大循环，促进国内国际双循环，全面促进消费，拓展投资空间。

《关于扩大战略性新兴产业投资培育壮大新增长点增长极的指导意见》

2020.09

发改委、科技部、工信部、财务部

鼓励数字创意产业与旅游体育等领域融合发展，激发市场消费活力；提供包括智能体育等多元化消费体验。

《2020 年国务院政府工作报告》

2020.05

国务院

推动制造业升级和新兴产业发展，支持制造业高质量发展，发展工业互联网，推进智能制造。

《关于推进贸易高质量发展的指导意见》

2019.11

国务院

加强质量管理，积极采用先进技术和标准，提高产品质量。推动一批重点行业产品质量整体达到国际先进水平。

《产业结构调整指导目录（2019 年本）》

2019.10

发改委

将“非金属制品精密模具设计、制造”、“体育用品及相关产品研发及制造”等列为鼓励类
《制造业设计能力提升专项行动计划（2019-2022年）》

2019.10

工信部、发改委、教育部、财政部

实现传统优势产业设计升级，在消费品领域，支持智能生态服装、家用纺织品、产业用纺织品、鞋类产品、玩具家电、家具等设计创新。

《关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》

2019.09

国务院

鼓励各地采取灵活多样的市场化手段促进体育消费，丰富群众性体育赛事活动、优化参赛体验。推动公共体育场馆延长开放时间，鼓励开发健身产品、提供体育培训服务；以资源禀赋为依托，引导足球、冰雪、山地户外、水上、汽车摩托车、航空等运动

《关于促进制造业产品和服务质量提升的实施意见》

2019.08

工信部

项目产业合理布局。分项目制定新一轮产业发展规划，加强相关基础设施建设，鼓励各地开发一批以攀岩、皮划艇、滑雪、滑翔伞、汽车越野等为代表的户外运动项目。到2022年，制造业质量总体水平显著提升，质量基础支撑能力明显提高；积极应用卓越绩效模式、六西格玛管理、精益生产等方法，开展质量风险分析与控制、质量成本管理、质量管理体系升级等活动，全面提高企业质量管理能力；支持行业和企业参与国际标准化工作，与国际先进水平对标，推动行业高质量发展。

《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019年）》

2019.07

发改委

着力引导企业顺应居民消费升级大趋势，加快转型升级提升供给质量和水平，以高质量的供给催生创造新的市场需求，更好满足人民群众对美好生活的向往，促进形成强大国内市场，推动消费平稳增长。

《关于构建市场导向的绿色技术创新体系的指导意见》

2019.04

发改委

通过完善产品能效、水效、能耗限额、碳排放、污染物排放等强制性标准，定期对强制性标准进行评估，及时更新修订。强化标准贯彻实施，倒逼企业进行绿色技术创新、采用绿色技术进行升级改造。

《进一步促进体育消费的行动计划（2019-2020年）》

2019.01

体育总局、发改委

到

2020

年，体育消费习惯逐步养成，体育消费产品和服务供给更加丰富。全国体育消费总规模达到1.5万亿元，人均体育消费支出占消费总支出的比重显著上升，体育消费结构更为合理。

《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》

2018.09

国务院

顺应居民消费升级趋势，努力增加高品质产品和服务供给，切实满足基本消费，持续提升传统消费，大力培育新兴消费，不断激发潜在消费；引导企业以市场需求为导向推动技术创新、产品创新、模式创新，培育更加成熟的消费细分市场，激发企业培育品牌的内生动力；建立现代体育产业体系，推动体育与旅游、健康、养老等融合发展，积极培育潜在需求大的体育消费新业态。

《塑料加工业技术进步“十三五”发展指导意见》

2017.08

中国塑料加工工业协会

以自主创新为核心，以新材料、新技术、新装备和新产品为重点，前瞻布局，引领发展，重点完善创新体系，大力实施高端化战略，推进两化深度融合，突破关键技术瓶颈，加快产业升级，提高产业素质，推进我国塑料加工业加快向世界先进行列迈进。

《“十三五”节能减排综合工作方案》

2016.12

发改委

深化制造业与互联网融合发展，促进制造业高端化、智能化、绿色化、服务化。构建绿色制造体系，推动产品全生命周期绿色管理，不断优化工业产品结构，支持电力、钢铁、塑料、燃料等行业的改造升级。

《关于促进文教体育用品行业升级发展的指导意见》

2016.12

工信部

推动文教体育用品行业与文化创意和设计服务产业融合发展，提高产品附加值；促进企业技术创新、产品创新和营销模式创新，提升行业国际竞争力；扩大文教体育用品中高端产品供给，满足居民消费升级需要，培育新的消费增长点。

《轻工业发展规划

（2016-2020年）》

2016.07

工信部

“十三五”要以市场为导向，以提高发展质量和效益为中心，以深度调整、创新提升为主线，

以企业为主体，以增强创新、质量管理和品牌建设能力为重点，大力实施增品种、提品质、创品牌的“三品”战略，推动由“轻工大国”向“轻工强国”转变。

《工业绿色发展规划（2016-2020年）》

2016.06

工信部

以先进的技术装备应用为手段，强化技术节能，提升产品的轻量化水平。

《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》

2016.05

国务院办公厅

以实施增品种、提品质、创品牌的“三品”战略为抓手，着力提高消费品有效供给能力和水平，更好满足人民群众消费升级的需要，实现消费品工业更加稳定、更有效益、更可持续的发展。到2020年，消费品工业传统优势得到巩固提升，新兴产业不断壮大，“三品”专项行动取得积极进展，品种丰富度、品质满意度、品牌认可度明显提升，产品和服务对消费升级的适应能力显著增强。推进“互联网+”与消费品工业深度融合，提升传统产业，培育新兴产业。

。

《塑料加工业“十三五”发展规划指导意见》

2016.04

中国塑料加工工业协会

塑料加工业呈现功能化、轻量化、生态化和微成型发展趋势，未来主要发展目标包括完善科技创新体系、增加科技资源总量、提高自主创新能力、推进节能减排、加快产业转型升级。

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》

2016.03

全国人大常委会

提出以提高制造业创新能力和基础能力为重点，推进信息技术与制造技术深度融合，促进制造业朝高端、智能、绿色、服务方向发展，培育制造业竞争新优势。

《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》

2015.11

国务院

改造提升传统产业。加快推动轻工、纺织、食品加工等产业转型升级，瞄准国际标准和细分市场的需求，从提高产品功效、性能、适用性、可靠性和外观设计水平入手，全方位提高消费品质量。

《国务院关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》

2015.05

国务院

继续巩固和提升纺织、服装、箱包、鞋帽、玩具、家具、塑料制品等劳动密集型产品在全球

的主导地位。

《中国制造 2025》

2015.05

国务院

以促进制造业创新发展为主题，以加快新一代信息技术与制造业深度融合为主线，以推进智能制造为主攻方向，促进产业转型升级；提高制造业创新能力方针，对加强关键核心技术研发、提高创新设计能力、推进科技成果产业化等方面作出具体规划；推进信息化与工业化深度融合方针，规划加快推动新一代信息技术与制造技术融合发展，着力发展智能装备和智能产品，推进生产过程智能化，培育新型生产方式，全面提升企业研发、生产、管理和服务的智能化水平。

《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》

2014.10

国务院

到 2025 年，建立门类齐全的体育产业体系，丰富体育产品和服务，消费需求愈加旺盛，体育产业总规模超过 5 万亿元。

《中国塑料加工业

“十二五”发展规划指导意见》

2012.04

中国塑料加工工业协会

2011-2015 年规模以上企业塑料制品产量年均增长 12%左右；工业总产值年均增长15%左右；利润总额、利税总额年均增长18%左右；继续优化出口产品结构，加大自主知识产权品牌出口份额，继续保持进出口贸易年均增长 9%左右。资料来源：观研天下整理（YYJ）

观研报告网发布的《2021年中国消费品行业分析报告-产业发展现状与发展定位研究》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家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。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年中国消费品行业发展概述

第一节 消费品行业发展情况概述

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

第二节 中国消费品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、消费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、中国消费品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国消费品行业生命周期分析

- 一、消费品行业生命周期理论概述
- 二、消费品行业所属的生命周期分析

第四节 消费品行业经济指标分析

- 一、消费品行业的赢利性分析
- 二、消费品行业的经济周期分析
- 三、消费品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国消费品行业进入壁垒分析

- 一、消费品行业资金壁垒分析
- 二、消费品行业技术壁垒分析
- 三、消费品行业人才壁垒分析
- 四、消费品行业品牌壁垒分析
- 五、消费品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球消费品行业市场发展现状分析

第一节 全球消费品行业发展历程回顾

第二节 全球消费品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲消费品行业地区市场分析

- 一、亚洲消费品行业市场现状分析
- 二、亚洲消费品行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲消费品行业市场前景分析

第四节 北美消费品行业地区市场分析

- 一、北美消费品行业市场现状分析
- 二、北美消费品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美消费品行业市场前景分析

第五节 欧洲消费品行业地区市场分析

- 一、欧洲消费品行业市场现状分析
- 二、欧洲消费品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲消费品行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界消费品行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球消费品行业市场规模预测

第三章 中国消费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、全社会消费品零售总额
- 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 中国消费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 中国消费品产业社会环境发展分析

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

五、消费观念分析

第四章 中国消费品行业运行情况

第一节 中国消费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 中国消费品行业市场规模分析

第三节 中国消费品行业供应情况分析

第四节 中国消费品行业需求情况分析

第五节 我国消费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

第六节 中国消费品行业供需平衡分析

第七节 中国消费品行业发展趋势分析

第五章 中国消费品所属行业运行数据监测

第一节 中国消费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 中国消费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 中国消费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年中国消费品市场格局分析

第一节 中国消费品行业竞争现状分析

一、中国消费品行业竞争情况分析

二、中国消费品行业主要品牌分析

第二节 中国消费品行业集中度分析

一、中国消费品行业市场集中度影响因素分析

二、中国消费品行业市场集中度分析

第三节 中国消费品行业存在的问题

第四节 中国消费品行业解决问题的策略分析

第五节 中国消费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年中国消费品行业需求特点与动态分析

第一节 中国消费品行业消费市场动态情况

第二节 中国消费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 消费品行业成本结构分析

第四节 消费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 中国消费品行业价格现状分析

第六节 中国消费品行业平均价格走势预测

- 一、中国消费品行业价格影响因素
- 二、中国消费品行业平均价格走势预测
- 三、中国消费品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国消费品行业区域市场现状分析

第一节 中国消费品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区消费品市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区消费品市场规模分析
- 四、华东地区消费品市场规模预测

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、华中地区消费品市场规模分析
- 四、华中地区消费品市场规模预测

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、华南地区消费品市场规模分析
- 四、华南地区消费品市场规模预测

第九章 2017-2021年中国消费品行业竞争情况

第一节 中国消费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 中国消费品行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国消费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 消费品行业企业分析（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年中国消费品行业发展前景分析与预测

第一节 中国消费品行业未来发展前景分析

一、消费品行业国内投资环境分析

二、中国消费品行业市场机会分析

三、中国消费品行业投资增速预测

第二节 中国消费品行业未来发展趋势预测

第三节 中国消费品行业市场发展预测

一、中国消费品行业市场规模预测

二、中国消费品行业市场规模增速预测

三、中国消费品行业产值规模预测

四、中国消费品行业产值增速预测

五、中国消费品行业供需情况预测

第四节 中国消费品行业盈利走势预测

一、中国消费品行业毛利润同比增速预测

二、中国消费品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国消费品行业投资风险与营销分析

第一节 消费品行业投资风险分析

一、消费品行业政策风险分析

二、消费品行业技术风险分析

三、消费品行业竞争风险

四、消费品行业其他风险分析

第二节 消费品行业应对策略

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年中国消费品行业发展战略及规划建议

第一节 中国消费品行业品牌战略分析

- 一、消费品企业品牌的重要性
- 二、消费品企业实施品牌战略的意义
- 三、消费品企业品牌的现状分析
- 四、消费品企业的品牌战略
- 五、消费品品牌战略管理的策略

第二节 中国消费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 中国消费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年中国消费品行业发展策略及投资建议

第一节 中国消费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 中国消费品行业营销渠道策略

- 一、消费品行业渠道选择策略
- 二、消费品行业营销策略

第三节 中国消费品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国消费品行业重点投资区域分析
- 二、中国消费品行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/suliao/560618560618.html>