

中国快速消费品行业专项调研及未来五年发展定位分析报告

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《中国快速消费品行业专项调研及未来五年发展定位分析报告》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/baihuo/212659212659.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

- 1.1 快速消费品定义
- 1.2 快速消费品行业分类
- 1.3 快速消费品产业链
- 1.4 快速消费品行业特征
- 1.5 快速消费品在国民经济中的地位
- 2.1 快速消费品行业环境分析
 - 2.1.1 全球经济形势概述
 - 2.1.2 中国GDP增长快速
 - 2.1.3 中国居民消费价格走势
 - 2.1.4 中国农业发展情况
 - 2.1.5 中国工业与建筑业发展情况
 - 2.1.6 中国固定资产投资情况
 - 2.1.7 中国国内贸易情况
 - 2.1.8 中国对外经济情况
 - 2.1.9 中国人口发展情况
- 2.2 快速消费品行业发展历程
- 2.3 快速消费品行业规模分析
 - 2.3.1 中国快速消费品市场规模分析
 - 2.3.2 中国快速消费品销售额分析
 - 2.3.3 中国快速消费品市场利润规模分析
 - 2.3.4 中国快速消费品进出口规模分析
 - 2.3.5 中国快速消费品市场供需平衡分析
- 2.4 我国快速消费品行业发展存在的问题
- 3.1 快速消费品主要细分市场及市场特点
 - 3.1.1 中国快速消费品细分市场结构
 - 3.1.2 中国快速消费品细分市场规模
 - 3.1.3 中国快速消费品细分市场特征
- 3.2 (品牌包装) 食品饮料行业
 - 3.2.1 中国食品饮料行业发展与现状
 - 3.2.2 中国食品饮料行业经济运行情况
 - 3.2.2.1 产值规模
 - 3.2.2.2 企业构成
 - 3.2.2.3 销售规模与利润规模

- 3.2.2.4 盈利能力
- 3.2.2.5 运营能力
- 3.2.2.6 偿债能力
- 3.2.2.7 成长能力
- 3.2.3 中国食品饮料行业对外贸易情况分析
 - 3.2.3.1 进口规模
 - 3.2.3.2 出口规模
 - 3.2.3.3 进出口细分市场结构特点
 - 3.2.3.4 影响进出口贸易的因素分析
- 3.2.4 中国食品饮料行业供需格局分析
 - 3.2.4.1 食品饮料行业供给情况
 - 3.2.4.2 食品饮料行业消费情况
- 3.2.5 中国食品饮料行业竞争力分析
- 3.2.6 中国食品饮料行业发展存在的问题
 - 3.2.6.1 产品差异化不足
 - 3.2.6.2 产品加工精细化程度低
- 3.2.7 未来五年中国食品饮料行业发展趋势预测
- 3.2.8 中国食品饮料行业重点企业分析
 - 3.2.8.1 五粮液集团
 - 3.2.8.1.1 企业基本情况
 - 3.2.8.1.2 企业主营产品与经营状况
 - 3.2.8.1.3 企业产品品牌与营销策略
 - 3.2.8.1.4 企业综合竞争力分析
 - 3.2.8.2 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司
 - 3.2.8.2.1 企业基本情况
 - 3.2.8.2.2 企业主营产品与经营状况
 - 3.2.8.2.3 企业产品品牌与营销策略
 - 3.2.8.2.4 企业综合竞争力分析
 - 3.2.8.3 内蒙古伊利实业集团股份有限公司
 - 3.2.8.3.1 企业基本情况
 - 3.2.8.3.2 企业主营产品与经营状况
 - 3.2.8.3.3 企业产品品牌与营销策略
 - 3.2.8.3.4 企业综合竞争力分析
 - 3.2.8.4 箭牌糖果（中国）有限公司
 - 3.2.8.4.1 企业基本情况

- 3.2.8.4.2 企业主营产品与经营状况
- 3.2.8.4.3 企业产品品牌与营销策略
- 3.2.8.4.4 企业综合竞争力分析
- 3.2.8.5 莲花味精股份有限公司
 - 3.2.8.5.1 企业基本情况
 - 3.2.8.5.2 企业主营产品与经营状况
 - 3.2.8.5.3 企业产品品牌与营销策略
 - 3.2.8.5.4 企业综合竞争力分析
- 3.2.8.6 龙大食品集团有限公司
 - 3.2.8.6.1 企业基本情况
 - 3.2.8.6.2 企业主营产品与经营状况
 - 3.2.8.6.3 企业产品品牌与营销策略
 - 3.2.8.6.4 企业综合竞争力分析
- 3.3 生物医药行业
 - 3.3.1 中国生物医药行业发展与现状
 - 3.3.2 中国生物医药行业经济运行情况
 - 3.3.2.1 产值规模
 - 3.3.2.2 企业构成
 - 3.3.2.3 销售规模与利润规模
 - 3.3.2.4 盈利能力
 - 3.3.2.5 运营能力
 - 3.3.2.6 偿债能力
 - 3.3.2.7 成长能力
 - 3.3.3 中国生物医药行业对外贸易情况分析
 - 3.3.3.1 进口规模
 - 3.3.3.2 出口规模
 - 3.3.3.3 进出口市场特点
 - 3.3.3.4 影响进出口贸易的因素分析
 - 3.3.4 中国生物医药行业供需格局分析
 - 3.3.4.1 医药行业供应情况
 - 3.3.4.2 医药行业消费情况
 - 3.3.5 中国生物医药行业竞争力分析
 - 3.3.6 中国生物医药行业发展存在的问题
 - 3.3.7 未来五年中国生物医药行业发展趋势预测
 - 3.3.8 中国生物医药行业重点企业分析

3.3.8.1 哈药集团

3.3.8.1.1 企业基本情况

3.3.8.1.2 企业主营产品与经营状况

3.3.8.1.3 企业产品品牌与营销策略

3.3.8.1.4 企业综合竞争力分析

3.3.8.2 东北制药集团股份有限公司

3.3.8.2.1 企业基本情况

3.3.8.2.2 企业主营产品与经营状况

3.3.8.2.3 企业产品品牌与营销策略

3.3.8.2.4 企业综合竞争力分析

3.3.8.3 吉林敖东药业集团股份有限公司

3.3.8.3.1 企业基本情况

3.3.8.3.2 企业主营产品与经营状况

3.3.8.3.3 企业产品品牌与营销策略

3.3.8.3.4 企业综合竞争力分析

3.3.8.4 天津医药集团

3.3.8.4.1 企业基本情况

3.3.8.4.2 企业主营产品与经营状况

3.3.8.4.3 企业产品品牌与营销策略

3.3.8.4.4 企业综合竞争力分析

3.3.8.5 联邦制药国际控股有限公司

3.3.8.5.1 企业基本情况

3.3.8.5.2 企业主营产品与经营状况

3.3.8.5.3 企业产品品牌与营销策略

3.3.8.5.4 企业综合竞争力分析

3.3.8.6 无限极（中国）有限公司（原南方李锦记有限公司）

3.3.8.6.1 企业基本情况

3.3.8.6.2 企业主营产品与经营状况

3.3.8.6.3 企业产品品牌与营销策略

3.3.8.6.4 企业综合竞争力分析

3.4 保健品行业

3.4.1 中国保健品行业发展与现状

3.4.2 中国保健品行业经济运行情况

3.4.2.1 产值规模

3.4.2.2 企业构成

- 3.4.2.3 销售规模与利润规模
- 3.4.2.4 盈利能力
- 3.4.2.5 运营能力
- 3.4.2.6 偿债能力
- 3.4.2.7 成长能力
- 3.4.3 中国保健品行业对外贸易情况分析
 - 3.4.3.1 进口规模
 - 3.4.3.2 出口规模
 - 3.4.3.3 进出口市场特点
 - 3.4.3.4 影响进出口贸易的因素分析
- 3.4.4 中国保健品行业供需格局分析
- 3.4.5 中国保健品行业竞争力分析
- 3.4.6 中国保健品行业发展存在的问题
- 3.4.7 未来五年中国保健品行业发展趋势预测
- 3.4.8 中国保健品行业重点企业分析
 - 3.4.8.1 山东东阿阿胶集团股份有限公司
 - 3.4.8.1.1 企业基本情况
 - 3.4.8.1.2 企业主营产品与经营状况
 - 3.4.8.1.3 企业产品品牌与营销策略
 - 3.4.8.1.4 企业综合竞争力分析
 - 3.4.8.2 深圳万基药业有限公司
 - 3.4.8.2.1 企业基本情况
 - 3.4.8.2.2 企业主营产品与经营状况
 - 3.4.8.2.3 企业产品品牌与营销策略
 - 3.4.8.2.4 企业综合竞争力分析
 - 3.4.8.3 康宝莱（中国）保健品有限公司
 - 3.4.8.3.1 企业基本情况
 - 3.4.8.3.2 企业主营产品与经营状况
 - 3.4.8.3.3 企业产品品牌与营销策略
 - 3.4.8.3.4 企业综合竞争力分析
 - 3.4.8.4 江中制药（集团）有限责任公司
 - 3.4.8.4.1 企业基本情况
 - 3.4.8.4.2 企业主营产品与经营状况
 - 3.4.8.4.3 企业产品品牌与营销策略
 - 3.4.8.4.4 企业综合竞争力分析

3.4.8.5 上海雷允上药业有限公司

3.4.8.5.1 企业基本情况

3.4.8.5.2 企业主营产品与经营状况

3.4.8.5.3 企业产品品牌与营销策略

3.4.8.5.4 企业综合竞争力分析

3.4.8.6 完美（中国）日用品有限公司

3.4.8.6.1 企业基本情况

3.4.8.6.2 企业主营产品与经营状况

3.4.8.6.3 企业产品品牌与营销策略

3.4.8.6.4 企业综合竞争力分析

3.5 其他行业

3.5.1 烟草行业

3.5.1.1 行业发展和经济指标分析

3.5.1.2 进出口贸易情况

3.5.1.3 未来发展趋势预测

3.5.2 日用化学品行业

3.5.2.1 行业发展现状和经济指标分析

3.5.2.2 进出口贸易情况

3.5.2.3 未来发展趋势预测

4.1 快速消费品市场主要渠道类型分析

4.1.1 主要渠道类型

4.1.2 渠道特征

4.2 快速消费品市场主要营销模式分析

4.2.1 主要营销模式

4.2.2 各营销模式特点比较

4.3 快速消费品市场主要营销策略分析

4.3.1 不同渠道策略分析

4.3.2 不同产品类型策略分析

4.3.3 不同消费群体策略分析

4.3.4 不同区域策略分析

4.4 我国快速消费品市场渠道主要存在的问题分析

4.5 快速消费品渠道子行业分析

4.5.1 快餐连锁行业

4.5.1.1 中国餐饮业发展与现状分析

4.5.1.2 中国快餐连锁行业发展情况

- 4.5.1.3 中国快餐连锁市场规模分析
 - 4.5.1.4 中国快餐连锁市场存在的问题
 - 4.5.1.5 未来五年中国快餐连锁市场预测分析
 - 4.5.2 中国主要中式快餐连锁品牌分析
 - 4.5.2.1 小肥羊
 - 4.5.2.2 真功夫
 - 4.5.2.3 马兰拉面
 - 4.5.3 中国主要西式快餐连锁企业分析
 - 4.5.3.1 肯德基
 - 4.5.3.2 必胜客
 - 4.5.4 超市行业
 - 4.5.4.1 中国连锁零售业发展与现状分析
 - 4.5.4.2 中国超市行业发展情况
 - 4.5.4.3 中国超市行业市场规模分析
 - 4.5.4.4 中国超市行业市场存在的问题
 - 4.5.4.5 未来五年中国超市行业市场预测分析
 - 4.5.5 其他
 - 5.1 快速消费品行业周期与波动性分析
 - 5.2 未来五年中国快速消费品行业投资价值分析
 - 5.2.1 未来五年中国快速消费品行业发展趋势
 - 5.2.2 未来五年中国快速消费品细分市场预测
 - 5.2.3 未来五年中国快速消费品市场潜力预测
 - 5.2.4 未来五年中国快速消费品行业投资价值分析
 - 5.2.4.1 主要细分领域投资价值
 - 5.2.4.2 综合投资价值
 - 5.3 未来五年中国快速消费品行业投资风险分析
 - 5.3.1 主要投资风险因素分析
 - 5.3.2 投资风险控制与管理
 - 5.4 未来五年中国快速消费品行业投资策略分析
 - 5.4.1 重点投资区域分析
 - 5.4.2 重点投资领域分析
 - 5.4.3 综合投资策略分析
 - 5.5 未来五年中国快速消费品行业投资建议分析
- 图表详见正文 • • • • •

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/212659212659.html>