

中国日用消费品行业发展趋势研究与未来前景分析报告（2022-2029年）

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《中国日用消费品行业发展趋势研究与未来前景分析报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202209/609478.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

消费品是用来满足人们物质和文化生活需要的那部分社会产品。也可以称作“消费资料”或者“生活资料”。按满足人们需要层次分，有生存资料（如衣、食、住、用方面的基本消费品）、发展资料（如用于发展体力、智力的体育、文化用品等）、享受资料（如高级营养品、华丽服饰、艺术珍藏品等）。按使用时间长短分，有一次或短期使用的普通消费品和可供长期使用的耐用消费品。

我国日用消费品行业相关政策

近些年来，为了促进日用消费品行业的发展，我国陆续发布了许多政策，如2021年商务部等17部门发布的《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》以农民需求为导向，鼓励生产企业开发适合农村市场的日用消费品、大家电、家居、汽车等，促进农村耐用消费品更新换代。

我国日用消费品行业相关政策 发布时间 发布部门 政策名称 主要内容 2015年7月
国务院办公厅 国务院办公厅关于运用大数据加强对市场主体服务和监管的若干意见 建立产品信息溯源制度。对食品、药品、农产品、日用消费品、特种设备、地理标志保护产品等关系人民群众生命财产安全的重要产品加强监督管理，利用物联网、射频识别等信息技术，建立产品质量追溯体系，形成来源可查、去向可追、责任可究的信息链条，方便监管部门监管和社会公众查询。 2015年11月 国务院

国务院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 适度扩大先进技术装备和日用消费品进口。健全进口管理体制，完善先进技术和设备进口免税政策，积极扩大新技术引进和关键设备、零部件进口；降低部分日用消费品进口关税，研究调整化妆品等品目消费税征收范围，适度增加适应消费升级需求的日用消费品进口。 2015年11月

国务院办公厅 国务院办公厅关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见 深入开展价格诚信、质量诚信、计量诚信、文明经商等活动，强化环保、质检、工商、安全监管等部门的行政执法，完善食品药品、日用消费品等产品质量监督检查制度。 2016年5月

国务院 国务院关于促进外贸回稳向好的若干意见 赋予符合条件的原油加工企业原油使用和进口资质。降低部分日用消费品关税，引导境外消费回流 2016年11月 国务院办公厅
国务院办公厅关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见

将内外销产品“同线同标同质”工程实施范围，由食品企业进一步扩大至日用消费品企业。

2017年1月 国务院 《“十三五”市场监管规划》 加强日用消费品监管。强化服装、日用百货、家用电器、建材等质量监管，查处经销无商品名称、无厂名、无厂址等“三无”产品和以假充真、以次充好等损害消费者权益行为。 2018年4月 国务院

国务院关于落实政府工作报告重点工作部门分工的意见 积极扩大进口，办好首届中国国际进口博览会，下调汽车进口关税，对部分市场热销日用消费品及药品，较大幅度降低进口税率，抗癌药品力争降到零税率。 2018年7月 国务院办公厅

国务院办公厅转发商务部等部门关于扩大进口促进对外贸易平衡发展意见的通知 适应消费升级和供给提质需要，支持与人民生活密切相关的日用消费品、医药和康复、养老护理等设备进口。2019年11月 中共中央 国务院 中共中央 国务院关于推进贸易高质量发展的指导意见 支持日用消费品、医药和康复、养老护理等设备进口。促进研发设计、节能环保、环境服务等生产性服务进口。 2021年6月 商务部等17部门

商务部等17部门关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见 以农民需求为导向，鼓励生产企业开发适合农村市场的日用消费品、大家电、家居、汽车等，促进农村耐用消费品更新换代。2022年1月 商务部 关于高质量实施区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)的指导意见 鼓励企业用好成员国降税承诺，结合各成员降税承诺和产业特点，推动扩大服装、鞋、箱包、玩具、家具、电子产品、机械装备、汽车零件、摩托车、化纤、农产品等优势产品出口，积极扩大先进技术、重要设备、关键零部件、原材料等进口，支持日用消费品、医药、康复设备和养老护理设备等进口。

资料来源：观研天下整理

部分省市日用消费品行业相关政策

为了响应国家号召，各省市积极推动日用消费品行业的发展，比如黑龙江省发布的《黑龙江省供销合作社“十四五”发展规划和二〇三五年远景目标》推进区域电商发展。创新商业模式和服务手段，聚合全系统线上、线下网络资源，把线下网点的日用消费品、生鲜农产品销售嫁接到网上，综合利用线上线下渠道，推动传统批发零售渠道网络化。

部分省市日用消费品行业相关政策 省份 发布时间 政策名称 主要内容 江苏省 2020年7月 省人民政府办公厅关于加快促进流通扩大商业消费的实施意见 推动传统流通企业转型升级。支持传统流通企业运用大数据开展精准营销和定制服务。实施信息消费产品、日用消费品等“提品质、创品牌、增品种”行动计划。 江西省 2020年2月

江西省人民政府办公厅关于加快发展流通促进商业消费的实施意见

以食品、小家电、洗化用品、五金电料等日用消费品为重点，开展农村市场的专项整治； 广东省 2019年3月 供销合作社新型乡村助农服务示范体系建设实施方案 完成建设初期，具备农资农技服务、冷链物流配送服务、农产品购销加工服务、日用消费品供应服务、农业机械服务、农村电商服务、农村金融保险服务、再生资源回收服务、农村产权交易服务等功能中的两项及以上核心服务功能； 黑龙江省 2021年11月

黑龙江省供销合作社“十四五”发展规划和二〇三五年远景目标推进区域电商发展。创新商业模式和服务手段，聚合全系统线上、线下网络资源，把线下网点的日用消费品、生鲜农产品销售嫁接到网上，综合利用线上线下渠道，推动传统批发零售渠道网络化。 河南省

2019年4月 河南省人民政府办公厅关于扩大进口促进对外贸易平衡发展的实施意见 扩大与人民群众生活密切相关的日用消费品、医药康复、养老护理等产品进口，提升供给质量，满足消费需求。发挥医疗机构采购主体作用，提高医院在药品采购中的参与度。

天津市 2022年3月 关于促进生活性服务业发展的若干措施 开展日用消费品、家电、家居、

汽车等下乡活动，促进农村耐用消费品更新换代，完善农村道路、水、充电桩等基础设施，为消费升级提供配套保障。

资料来源：观研天下整理（XD）

观研报告网发布的《中国日用消费品行业发展趋势研究与未来前景分析报告（2022-2029年）》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，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 2018-2022年中国日用消费品行业发展概述

第一节日用消费品行业发展情况概述

一、日用消费品行业相关定义

二、日用消费品特点分析

三、日用消费品行业基本情况介绍

四、日用消费品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、日用消费品行业需求主体分析

第二节中国日用消费品行业生命周期分析

- 一、日用消费品行业生命周期理论概述
- 二、日用消费品行业所属的生命周期分析

第三节日用消费品行业经济指标分析

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

第二章 2018-2022年全球日用消费品行业市场发展现状分析

第一节全球日用消费品行业发展历程回顾

第二节全球日用消费品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲日用消费品行业地区市场分析

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

第四节北美日用消费品行业地区市场分析

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

第五节欧洲日用消费品行业地区市场分析

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

第六节 2022-2029年世界日用消费品行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球日用消费品行业市场规模预测

第三章 中国日用消费品行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对日用消费品行业的影响分析

第三节中国日用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
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对日用消费品行业的影响分析

第五节中国日用消费品行业产业社会环境分析

第四章 中国日用消费品行业运行情况

第一节 中国日用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

三、行业发展特点分析

第二节 中国日用消费品行业市场规模分析

一、影响中国日用消费品行业市场规模的因素

二、中国日用消费品行业市场规模

三、中国日用消费品行业市场规模解析

第三节 中国日用消费品行业供应情况分析

一、中国日用消费品行业供应规模

二、中国日用消费品行业供应特点

第四节 中国日用消费品行业需求情况分析

一、中国日用消费品行业需求规模

二、中国日用消费品行业需求特点

第五节 中国日用消费品行业供需平衡分析

第五章 中国日用消费品行业产业链和细分市场分析

第一节 中国日用消费品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、日用消费品行业产业链图解

第二节 中国日用消费品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对日用消费品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对日用消费品行业的影响分析

第三节 我国日用消费品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国日用消费品行业市场竞争分析

第一节 中国日用消费品行业竞争现状分析

一、中国日用消费品行业竞争格局分析

二、中国日用消费品行业主要品牌分析

第二节中国日用消费品行业集中度分析

一、中国日用消费品行业市场集中度影响因素分析

二、中国日用消费品行业市场集中度分析

第三节中国日用消费品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国日用消费品行业模型分析

第一节中国日用消费品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国日用消费品行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国日用消费品行业SWOT分析结论

第三节中国日用消费品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国日用消费品行业需求特点与动态分析

第一节中国日用消费品行业市场动态情况

第二节中国日用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

第三节日用消费品行业成本结构分析

第四节日用消费品行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国日用消费品行业价格现状分析

第六节中国日用消费品行业平均价格走势预测

- 一、中国日用消费品行业平均价格趋势分析
- 二、中国日用消费品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国日用消费品行业所属行业运行数据监测

第一节中国日用消费品行业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

第二节中国日用消费品行业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

第三节中国日用消费品行业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

第十章 2018-2022年中国日用消费品行业区域市场现状分析

第一节中国日用消费品行业区域市场规模分析

- 一、影响日用消费品行业区域市场分布的因素
- 二、中国日用消费品行业区域市场分布

第二节中国华东地区日用消费品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区日用消费品行业市场分析

(1) 华东地区日用消费品行业市场规模

(2) 华东地区日用消费品行业市场现状

(3) 华东地区日用消费品行业市场规模预测

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、华中地区日用消费品行业市场分析

(1) 华中地区日用消费品行业市场规模

(2) 华中地区日用消费品行业市场现状

(3) 华中地区日用消费品行业市场规模预测

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、华南地区日用消费品行业市场分析

(1) 华南地区日用消费品行业市场规模

(2) 华南地区日用消费品行业市场现状

(3) 华南地区日用消费品行业市场规模预测

第五节华北地区日用消费品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区日用消费品行业市场分析

(1) 华北地区日用消费品行业市场规模

(2) 华北地区日用消费品行业市场现状

(3) 华北地区日用消费品行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区日用消费品行业市场分析

(1) 东北地区日用消费品行业市场规模

(2) 东北地区日用消费品行业市场现状

(3) 东北地区日用消费品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区日用消费品行业市场分析
 - (1) 西南地区日用消费品行业市场规模
 - (2) 西南地区日用消费品行业市场现状
 - (3) 西南地区日用消费品行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区日用消费品行业市场分析
 - (1) 西北地区日用消费品行业市场规模
 - (2) 西北地区日用消费品行业市场现状
 - (3) 西北地区日用消费品行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国日用消费品行业市场规模区域分布预测

第十一章 日用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、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国日用消费品行业发展前景分析与预测

第一节中国日用消费品行业未来发展前景分析

一、日用消费品行业国内投资环境分析

二、中国日用消费品行业市场机会分析

三、中国日用消费品行业投资增速预测

第二节中国日用消费品行业未来发展趋势预测

第三节中国日用消费品行业规模发展预测

一、中国日用消费品行业市场规模预测

二、中国日用消费品行业市场规模增速预测

三、中国日用消费品行业产值规模预测

四、中国日用消费品行业产值增速预测

五、中国日用消费品行业供需情况预测

第四节中国日用消费品行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国日用消费品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国日用消费品行业进入壁垒分析

一、日用消费品行业资金壁垒分析

二、日用消费品行业技术壁垒分析

三、日用消费品行业人才壁垒分析

四、日用消费品行业品牌壁垒分析

五、日用消费品行业其他壁垒分析

第二节日用消费品行业风险分析

- 一、日用消费品行业宏观环境风险
- 二、日用消费品行业技术风险
- 三、日用消费品行业竞争风险
- 四、日用消费品行业其他风险

第三节中国日用消费品行业存在的问题

第四节中国日用消费品行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国日用消费品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国日用消费品行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国日用消费品行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 日用消费品行业营销策略分析

- 一、日用消费品行业产品策略
- 二、日用消费品行业定价策略
- 三、日用消费品行业渠道策略
- 四、日用消费品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202209/609478.html>