

中国快消品B2B行业研究报告

2019年



海量行研报告免费读



快消品是居民的第一大消费，快消B2B重塑行业生态逻辑，提升全链路效率，市场发展空间广阔

- 快消品是居民的第一大消费，快消品在居民消费中具有重要地位。
- 快消B2B重塑行业生态逻辑：整合传统通路供应渠道，提升全链路效率。
- 2017年，中国快消品B2B市场交易规模为1507亿元，市场发展空间广阔。



快消B2B行业进入理性发展期，集中度不断提高，竞争关键在于供应链能力提升

- 行业集中度提高表现为两个“头部”：全国性与区域性电商头部效应均较为明显。
- 企业供应链体系建设以门店获取与门店服务能力为两个抓手，由此构建了供应链的评价指标。
- 为了高效地获取门店，快消B2B企业应在破解传统快消通路的阻碍、供应链与商品品类匹配度、以及供应链与区域匹配度三方面，进行重点突破。
- 为了提高门店的服务能力，快消B2B企业应在解决最后一公里的送货及时以及门店产品组合动态调整两方面，进行突破。



快消B2B企业供应链加速下沉与区域整合，并将在产业互联网推动下更加快速发展

- 渠道下沉：三线以下城市以及农村区域成快消品蓝海。
- 整合趋势：快消B2B企业竞争加剧，将与传统渠道长期共存。
- 行业福音：产业互联网加快并深化快消B2B产业链发展。

中国快消品行业概述	1
中国快消品B2B行业发展分析	2
中国快消品B2B企业服务能力评价	3
中国快消品B2B企业案例分析	4
中国快消品B2B行业发展趋势	5
中国快消品B2B企业经营与投资建议	6

研究对象定义及界定

快消品定义及界定

快消品，快速消费品(FMCG，Fast Moving Consumer Goods)的简称。从产品属性来讲，快消品是使用寿命短、储藏要求高、消费速度快、且持续消费的非耐用性消费品；从消费方式来看，快消品具有消费频率高、重复使用的特征；从使用场景来讲，快消品主要用于满足消费的日常饮食、个人护理、家居清洁、日用杂货等食住需求；从采购决策上来讲，快消品属于冲动购买产品，消费者在快消品选购过程中对他人建议不敏感，重视个人偏好，产品的外观、价格、购买场景等起重要作用，消费者注重购买的便利性。本报告主要研究快消B2B电商可向零售门店提供的快速消费产品。

快消品定义



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

快消品品类

食品饮料、烟酒、家居日用

快消品包含产品众多，按照消费人群、采购频率、消费习惯及产品用途等要素，艾瑞将其划分为食品饮料、烟酒、家居日用三大类。其中，食品饮料类包括：米面粮油、肉类制品、蔬菜、水果、调味食品、包装食品、水饮、茶饮冲调、乳制品；烟酒类为烟酒；家居日用类包括清洁用品、个人护理、家居用品、日用杂货等。消费频率越高，储存周期越短，快消品属性越强。

快消品品类



食品饮料类

- ◆ 米面粮油、肉类制品、蔬菜、水果、调味食品、包装食品、水饮、茶饮冲调、乳制品



烟酒类

- ◆ 烟酒



家居日用类

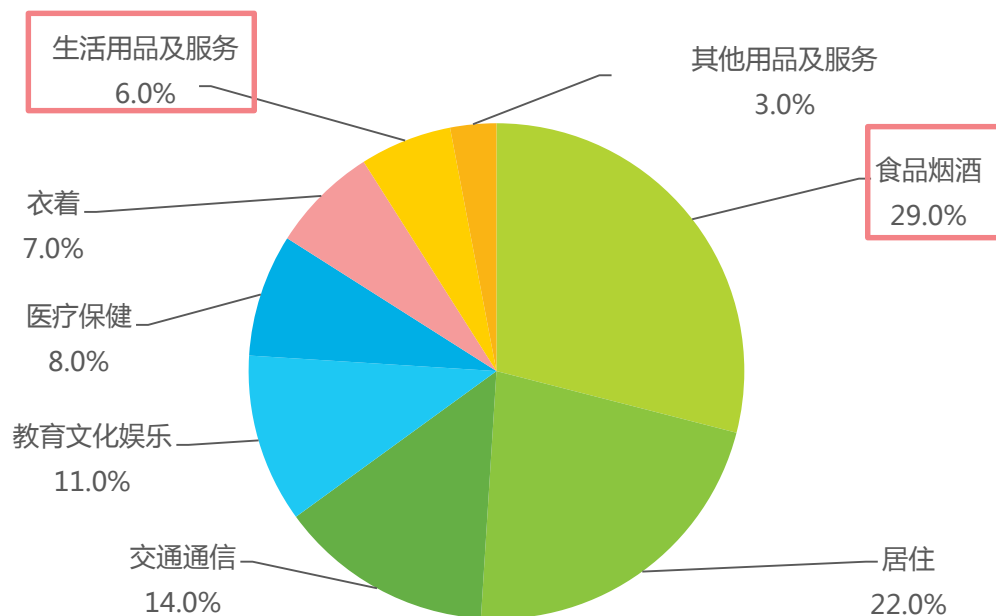
- ◆ 清洁用品、个人护理、家居用品、日用杂货

快消品行业地位

快消品是居民的第一大消费

2017年，全国居民消费支出结构中，食品烟酒为最大支出项目，占到人均消费支出的29%；将食品烟酒和生活用品计入快消品类，艾瑞估计，2017年快消品消费在居民消费的比重约为35%，是居民消费金额最大的项目，快消品在居民消费中具有重要地位。

2017年中国居民消费支出构成



来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国快消品行业概述

1

中国快消品B2B行业发展分析

2

中国快消品B2B企业服务能力评价

3

中国快消品B2B企业案例分析

4

中国快消品B2B行业发展趋势

5

中国快消品B2B企业经营与投资建议

6

中国快消品B2B行业发展历程

行业进入理性发展期：头部效应显现

快消B2B行业前进的方向是，快消B2B企业，尤其是头部企业将通过B2B产业互联网与B2C消费互联网的融合，**争夺快消供应链竞争壁垒，提升客户体验**，从而成为产业互联网时代下快消B2B行业的执牛耳者。

中国快消品B2B行业发展历程

市场教育期 (2001-2012)

- 始于2004年的快速消费品市场的互联网化改造，加速了快消企业“触网”，从而为解决快速消费品整个链路的信息不对称性奠定了技术基础。这也为国家大力推动快消B2B快速发展打下了良

快速成长期 (2013-2016)

- 快消B2B行业迅猛发展，快消B2B企业大量出现，具有互联网基因涌的电商平台、品牌商更加主动地加速与线下的零售小店融合。随着中国经济全面进入“新常态”，国家于2015年开始大力推动“供给侧改革”，通过“互联网

理性发展期 (2017-)

- 2017年开始，快消B2B行业内“新平台数量再递减、新平台融资数量仍活跃、大额融资向成熟平台聚集”的趋势加剧，行业的**头部效应显现**。快消品市场基本面向好与快消B2B倒闭潮重叠，只有商业模式定位精准以及**行业深耕能力**

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21157

