

中国快消品产供销变革 白皮书



2025.08.20

China FMCG Production-Supply-Retails Transformation White Paper
Industry Insights 2025

PREFACE

前言

中国快消品行业正在经历前所未有的历史性变革——整个产供销体系，从生产、流通到终端零售，正面临着结构性重构。从产供销的产业视角来看，喧嚣的折扣零售风暴、零售调改浪潮，仅仅是当前快消产业链深度变革的冰山一角。

「新经销」作为深耕快消行业的专业平台，始终致力于洞察产业变迁的本质脉络。在连续发布《中国零食硬折扣白皮书(快消行业洞察2023)》、《中国硬折扣发展报告(快消行业洞察2024)》后，我们基于更广阔的视角和更深层的洞察，特别撰写《中国快消品产供销变革白皮书（行业洞察2025）》。

白皮书旨在穿透零售业态变化的表象，剖析其深层次的驱动因素，系统性审视生产、流通与零售之间关系的解构与重建。

白皮书从多个维度展开论述：

第一部分：消费变迁——消费社会与供需错配。将产业变革置于广阔的社会经济背景中审视。中国从物质匮乏的农业社会，进入商品丰裕的消费社会，“人群分化、需求分层、选择多元”使得供需错配成为核心挑战。

第二部分：零售变化——产供销关系正在重构。在热词与现象背后，厘清当前零售折扣、调改等趋势的根本动因与核心逻辑。剥离市场喧嚣，直指零售从“卖场”到“买场”演变的本质，以及产业链秩序重构的底层真相。

第三部分：流通变革——中外流通秩序的演进。中外对比，更容易定位当下的时代坐标。品牌主导、层级分销的流通体系被撕裂，以消费需求为源头，驱动效率最优的全新连接方式在兴起。

第四部分：调研分析——快消厂商的现状解读。通过广泛的市场调研，揭示数据背后品牌商与经销商在这场变革中的趋势变化，并结合专业分析，给出厂商面对终端变化的应对建议。

第五部分：趋势洞察——新关系下的角色转变。展望未来，在重构的产供销新秩序下，描绘产业链各核心参与者（品牌商、经销商、零售商）的角色定位、核心能力要求与发展方向。

本白皮书不仅是现状的解析，更是对趋势的前瞻性洞察。不要以简单的“低价内卷”、“存量抢夺”来理解当下的困境，要看到：**从以“生产者/品牌”为中心，到以“消费者/需求”为中心的新旧范式转移正在发生，这是传统的“推式”秩序崩塌，新的“拉式”动力碾压一切的过程。**

新旧交替之中，挑战与机遇并存，认知盲区与行动滞后将是最大的风险。

通过这份白皮书，「新经销」希望为快消行业的品牌商、经销商、零售商以及所有产业链参与者，提供一份理解当下变局，把握未来趋势的深度参考。唯有深刻洞察变革的本质，方能主动拥抱变化，重塑竞争壁垒，在新的时代洪流中掌握发展的主动权。

过去未去，未来已来。「新经销」将持续追踪、报道与研究这场前所未有的产供销深度变革，更多深度内容将第一时间发布于「新经销」公众号，敬请关注。



新经销CEO

2025年8月1日于北京



扫码「新经销+」小程序，
下载更多独家行业报告！

CONTENTS

目录

01

消费变迁

消费社会与供需错配

02

零售变化

产供销关系正在重构

03

流通变革

中外流通秩序的演进

04

调研分析

快消厂商的现状解读

05

趋势洞察

新关系下的角色转变

附

中外产供销变革案例



消费变迁

消费社会与供需错配





从零售变革，到产供销关系重构，这些都是供给端发生的剧烈变化。变化发生的原因，我们需要从经济社会发展不同阶段的视角去审视。

本部分内容，从“消费”这个概念切入，剖析它背后的供给与需求的关系变化。我们得出的结论是：中国，已经从物质匮乏的“农业社会”，转变为商品丰裕的“消费社会”，彻底进入“人群分化、需求分层、选择多元”的时代。

从“供小于求”到“供需两旺”，再到“供需错配”，消费进入“人群先于产品，需求定义供给”的阶段。不研究人群，就不知道该做什么；不了解需求，就很难被选择。流通机制和供给体系正迎来系统性重构。从宏观视角出发，我们解析：中国如何走到今天的“消费社会”，“错配”又为何成了全行业的共性挑战。

洞察消费趋势变化：四个核心宏观数据及其意义

GDP增速

宏观意义：衡量国家整体经济活力和财富创造能力

与消费趋势的关系：经济增长决定居民总消费能力的上限，消费随GDP波动呈“结构性”延迟反应

人均可支配收入

宏观意义：衡量居民真正可用于消费、储蓄和投资的收入

与消费趋势的关系：是消费行为的直接基础变量，影响消费总量与升级意愿

1. 总量：消费有没有增长？

GDP增速、人均可支配收入

2. 结构：买什么？怎么变？

恩格尔系数、城市化率

3. 升级意愿：有没有“跃迁”？

收入 vs. 恩格尔系数（对比看服务占比）

4. 潜力：未来消费增量在哪？

城市化率（未城镇化人口）+ 收入弹性

恩格尔系数

宏观意义：衡量居民生活中食品支出的占比

与消费趋势的关系：是消费质量与层次的缩影，下降意味着服务、教育、休闲消费的上升

城市化率

宏观意义：反映人口集中与生活方式现代化的程度

与消费趋势的关系：城市化带动住房、交通、教育、医疗等大宗消费，推动消费从“基础/生存”向“结构/多元”转变