

2019年中国生猪市场分析报告- 行业运营态势与发展前景研究

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《2019年中国生猪市场分析报告-行业运营态势与发展前景研究》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/xumuye/371933371933.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

仔猪毛利接近零、销售均重降至 2014 年来低位，供给侧悲观预期显著。1) 仔猪毛利当前已跌至 3.23 元/头，接近亏损，补库意愿的强烈不足将加速养殖户淘汰能繁母猪；2) 仔猪的销售价格和成本均价呈现了显著的负相关关系：仔猪价格同生猪价格高度正相关，逻辑在于生猪价格景气将推升补栏需求，推升仔猪价格；仔猪成本均价同猪周期呈现负相关，在猪周期景气阶段处于低位，在低谷期处于高位。逻辑在于猪价上行周期中，仔猪供应者亦存在压栏倾向，由于仔猪成本中含有较多母猪折旧成本，压栏能够迅速地摊销成本。

5 月第 2、3 周仔猪销售成本均价曾大幅走高至 27.5 元/公斤，创造 14 年 5 月以来新高，成本均价大幅走高意味着小重量仔猪的大批外售，反映了市场对于生猪价格的极度悲观，是市场价格底部的显著特征之一。

图表：至 6 月 22 日仔猪头均毛利仅 3.23 元资料来源：观研天下整理

图表：仔猪成本均价和售价呈现显著的负向走势关系

资料来源：观研天下整理 社会整体生猪养殖利润情况差于 14 年，持续的大幅亏损难以延续。从 2 月份开始，外购仔猪养殖利润转为负值并持续走低，从 3 月份开始，自繁自养养殖利润转为负值，在生猪价格触底回升后，自 5 月中旬猪价反弹开始养殖利润明显抬头。截至当前，18 年生猪养殖（自繁自养和外购）平均亏损已大幅超过 14 年全年均值。

图表：自繁自养生猪利润（元/头）资料来源：观研天下整理

图表：外购仔猪养殖利润（元/头）资料来源：观研天下整理

图表：18 年头均亏损水平超过 14 年（算数平均）资料来源：观研天下整理

主流上市企业生猪养殖业务 1-5 月普遍亏损，上半年业绩料在盈亏线附近：2018 年 1-5 月份，牧原/温氏/天邦销售均价分别为 11.21/11.80/11.40 元/公斤，结合 17 年完全成本看，三家企业的生猪养殖业务在 18 年 1-5 月份均出现亏损，考虑到 5 月中旬猪价才开始反弹，上市企业半年报预计在盈亏线附近。

图表：按 17 年完全成本计算，18 年 5 个月主流生猪养殖企业均可能出现亏损（元/公斤）资料来源：观研天下整理

行业亏损加速供给出清，底部有望逐步抬升。当前社会养殖利润亏损水平已超过 14 年，上市公司生猪养殖业务在上半年亦可能录得亏损。当前部分养殖户由于在 15-16 年猪价上行周期中取得较好受益进而能抵抗一定程度亏损，导致库存和产能出清未到位，但 5 月中下旬仔猪成本均价连续两周上冲至 14 年高位已经体现出养殖户的极度悲观预期，我们认为这部分现存的中小产能和库存将加速在猪价回暖进程中释放，虽然会导致行情反复，但短期低点已现。（TC）

观研天下发布的《2019 年中国生猪市场分析报告-行业运营态势与发展前景研究》内容

严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国生猪行业发展概述

第一节 生猪行业发展情况概述

- 一、生猪行业相关定义
- 二、生猪行业基本情况介绍
- 三、生猪行业发展特点分析

第二节 中国生猪行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、生猪行业产业链条分析
- 三、中国生猪行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国生猪行业生命周期分析

- 一、生猪行业生命周期理论概述
- 二、生猪行业所属的生命周期分析

第四节 生猪行业经济指标分析

- 一、 生猪行业的赢利性分析
- 二、 生猪行业的经济周期分析
- 三、 生猪行业附加值的提升空间分析
- 第五节 国中生猪行业进入壁垒分析
 - 一、 生猪行业资金壁垒分析
 - 二、 生猪行业技术壁垒分析
 - 三、 生猪行业人才壁垒分析
 - 四、 生猪行业品牌壁垒分析
 - 五、 生猪行业其他壁垒分析
- 第二章 2016-2018年全球生猪行业市场发展现状分析
 - 第一节 全球生猪行业发展历程回顾
 - 第二节 全球生猪行业市场区域分布情况
 - 第三节 亚洲生猪行业地区市场分析
 - 一、 亚洲生猪行业市场现状分析
 - 二、 亚洲生猪行业市场规模与市场需求分析
 - 三、 亚洲生猪行业市场前景分析
 - 第四节 北美生猪行业地区市场分析
 - 一、 北美生猪行业市场现状分析
 - 二、 北美生猪行业市场规模与市场需求分析
 - 三、 北美生猪行业市场前景分析
 - 第五节 欧盟生猪行业地区市场分析
 - 一、 欧盟生猪行业市场现状分析
 - 二、 欧盟生猪行业市场规模与市场需求分析
 - 三、 欧盟生猪行业市场前景分析
 - 第六节 2019-2025年世界生猪行业分布走势预测
 - 第七节 2019-2025年全球生猪行业市场规模预测
- 第三章 中国生猪产业发展环境分析
 - 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、 全社会消费品生猪总额
 - 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 中国生猪行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国生猪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 中国生猪行业运行情况

第一节 中国生猪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 中国生猪行业市场规模分析

第三节 中国生猪行业供应情况分析

第四节 中国生猪行业需求情况分析

第五节 中国生猪行业供需平衡分析

第六节 中国生猪行业发展趋势分析

第五章 中国生猪所属行业运行数据监测

第一节 中国生猪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 中国生猪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 中国生猪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 2016-2018年中国生猪市场格局分析

第一节 中国生猪行业竞争现状分析

一、中国生猪行业竞争情况分析

二、中国生猪行业主要品牌分析

第二节 中国生猪行业集中度分析

一、中国生猪行业市场集中度分析

二、中国生猪行业企业集中度分析

第三节 中国生猪行业存在的问题

第四节 中国生猪行业解决问题的策略分析

第五节 中国生猪行业竞争力分析

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 2016-2018年中国生猪行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国生猪行业消费特点

第二节 中国生猪行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 生猪行业成本分析

第四节 生猪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 中国生猪行业价格现状分析

第六节 中国生猪行业平均价格走势预测

一、中国生猪行业价格影响因素

二、中国生猪行业平均价格走势预测

三、中国生猪行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国生猪行业区域市场现状分析

第一节 中国生猪行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地生猪市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区生猪市场规模分析

四、华东地区生猪市场规模预测

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、华中地区生猪市场规模分析

四、华中地区生猪市场规模预测

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、华南地区生猪市场规模分析

第九章 2016-2018年中国生猪行业竞争情况

第一节 中国生猪行业竞争结构分析（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 中国生猪行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国生猪行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 生猪行业企业分析（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

- 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2019-2025年中国生猪行业发展前景分析与预测

第一节 中国生猪行业未来发展前景分析

一、生猪行业国内投资环境分析

二、中国生猪行业市场机会分析

三、中国生猪行业投资增速预测

第二节 中国生猪行业未来发展趋势预测

第三节 中国生猪行业市场发展预测

一、中国生猪行业市场规模预测

二、中国生猪行业市场规模增速预测

三、中国生猪行业产值规模预测

四、中国生猪行业产值增速预测

五、中国生猪行业供需情况预测

第四节 中国生猪行业盈利走势预测

一、中国生猪行业毛利润同比增速预测

二、中国生猪行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国生猪行业投资风险与营销分析

第一节 生猪行业投资风险分析

一、生猪行业政策风险分析

二、生猪行业技术风险分析

三、生猪行业竞争风险分析

四、生猪行业其他风险分析

第二节 生猪行业企业经营发展分析及建议

一、生猪行业经营模式

二、生猪行业销售模式

三、生猪行业创新方向

第三节 生猪行业应对策略

- 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 2019-2025年中国生猪行业发展策略及投资建议

第一节 中国生猪行业品牌战略分析

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

第二节 中国生猪行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国生猪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 2019-2025年中国生猪行业发展策略及投资建议

第一节 中国生猪行业产品策略分析

- 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 中国生猪行业定价策略分析

第三节 中国生猪行业营销渠道策略

- 一、生猪行业渠道选择策略

二、生猪行业营销策略

第四节中国生猪行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国生猪行业重点投资区域分析

二、中国生猪行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xumuye/371933371933.html>