

2020年中国养猪市场分析报告- 行业运营现状与未来商机预测

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《2020年中国养猪市场分析报告-行业运营现状与未来商机预测》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/482243482243.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

随着肺炎疫情在我国的迅速蔓延下，我国猪肉价格依然呈上涨趋势。根据数据显示，我国猪肉价格在2019年12月翻番之后，在2020年，1月猪肉价格又同比上涨了116%。而当前受非洲猪瘟导致的供应减少和冠状病毒疫情之后的运输限制等因素，我国猪肉的批发价格仅比11月的创纪录高位低4%。截止到2020年2月14日，我国要养猪区域的平均生猪价格为18.4元/斤，和昨日相比，每斤涨了0.02元。此外根据预测分析，未来还将有四大因素进一步推高猪价。

2020年2月14日我国要养猪区域的平均生猪价格涨幅情况（部分）

各省份

生猪价格（元/斤）

涨幅（%）

福建省

20.47

0.06

吉林省

17.6

0.23

湖南省

20.47

0.04

甘肃省

16.22

0.06

西藏

11.27

0.15

云南省

17.75

0.02

江苏省

19.26

0.21

广西

20.26

0.24

内蒙古内蒙古

16.81

0.16

江西省

20.54

0.25

重庆市

20.5

0.16

贵州省

18.01

0.23资料来源：兽医网

未来还将有四大因素进一步推高猪价

节后补栏低于预期

受新冠病毒疫情影响，企业复工推迟以及生产资料的流通受阻将影响新建猪场开工建设及猪场正常生产，尤其是中小散户。涌益数据显示年后市场补栏较少或基本没有，大幅低于往年同期。很多地区的仔猪和母猪销售订单都推迟了一个月甚至更长的时间。

前期三元母猪高补栏高淘汰的特点决定了2020年下半年面临新一轮母猪更新，而市场上二元母猪产能尚不能跟上，行业可能面临持续三元留种的恶性循环，种猪问题将贯穿2020全年。

因此，年后补栏低于预期将延迟显现到下半年供给，产能恢复形势不容乐观。

下半年生猪恢复不容乐观

数据显示，1月能繁母猪存栏环比下降0.51%，同比下降35.82%。在疫情大背景下，能繁母猪存栏走势存在反复，当前尚不能看到绝对量的趋势拐点。同时去年行业不得已选择由下而上的三元回交留种，导致三元后备及能繁在母猪结构中占比超50%，考虑母猪群生产效率的下降，商品猪实际供应能力难言乐观。年底产能能否基本恢复到常年水平尚需观察。

消费积极

新冠病毒对猪肉消费的影响更多体现为短期情绪的冲击，且餐饮转家庭消费及野味转传统肉类均将引导整体猪肉消费趋于稳定。涌益数据显示，节后猪白条鲜肉涨幅12.26%，猪价2.58%，鲜肉涨速超过生猪，除了商品猪流通受阻及屠宰企业开工推迟外，侧面反映猪肉家庭的基础消费相对坚挺。

参考非典期间的肉类消费情况，猪肉消费受影响较小并且率先恢复。尽管当时餐饮端大致下降50%(占猪肉消费的40%)，整体影响20%，但后续家庭消费上涨30%-50%，因此中长期来看猪肉消费基本无影响。从目前观察的情况来看，此次新型冠状肺炎爆发后，猪肉消费依旧

比较坚挺。各地对野生动物、蛙等肉类消费明显减少，而禽肉和海鲜消费短期也受到一定的心理影响，当前的肉类消费主要还是集中在猪肉上。

禽流感将利好猪价

猪肉价格也可能会受到该病毒对家禽业负面影响的支撑。供需严重不平衡将继续利好猪价，目前来看，猪价已经连续好几日上涨。根据猪场动力网的数据显示，重庆、四川、浙江、湖南、江西、福建、广东、广西和海南单价均已突破40元/斤，其中广西高达44.6元/公斤，多地猪价已然达到历史之最。资料来源：互联网资料来源：互联网（ww）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国养猪市场分析报告-行业运营现状与未来商机预测》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。

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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国养猪行业发展概述

第一节 养猪行业发展情况概述

一、养猪行业相关定义

二、养猪行业基本情况介绍

三、养猪行业发展特点分析

第二节 中国养猪行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、养猪行业产业链条分析

三、中国养猪行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国养猪行业生命周期分析

一、养猪行业生命周期理论概述

二、养猪行业所属的生命周期分析

第四节 养猪行业经济指标分析

一、养猪行业的赢利性分析

二、养猪行业的经济周期分析

三、养猪行业附加值的提升空间分析

第五节 中国养猪行业进入壁垒分析

一、养猪行业资金壁垒分析

二、养猪行业技术壁垒分析

三、养猪行业人才壁垒分析

四、养猪行业品牌壁垒分析

五、养猪行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球养猪行业市场发展现状分析

第一节 全球养猪行业发展历程回顾

第二节 全球养猪行业市场区域分布情况

第三节 亚洲养猪行业地区市场分析

一、亚洲养猪行业市场现状分析

二、亚洲养猪行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲养猪行业市场前景分析

第四节 北美养猪行业地区市场分析

一、北美养猪行业市场现状分析

二、北美养猪行业市场规模与市场需求分析

三、北美养猪行业市场前景分析

第五节 欧盟养猪行业地区市场分析

一、欧盟养猪行业市场现状分析

二、欧盟养猪行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟养猪行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界养猪行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球养猪行业市场规模预测

第三章 中国养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、全社会消费品养猪总额

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 中国养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 中国养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 中国养猪行业运行情况

第一节 中国养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 中国养猪行业市场规模分析

第三节 中国养猪行业供应情况分析

第四节 中国养猪行业需求情况分析

第五节 中国养猪行业供需平衡分析

第六节 中国养猪行业发展趋势分析

第五章 中国养猪所属行业运行数据监测

第一节 中国养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 中国养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 中国养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 2017-2020年中国养猪市场格局分析

第一节 中国养猪行业竞争现状分析

一、中国养猪行业竞争情况分析

二、中国养猪行业主要品牌分析

第二节 中国养猪行业集中度分析

一、中国养猪行业市场集中度分析

二、中国养猪行业企业集中度分析

第三节 中国养猪行业存在的问题

第四节 中国养猪行业解决问题的策略分析

第五节 中国养猪行业竞争力分析

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 2017-2020年中国养猪行业需求特点与动态分析

第一节 中国养猪行业消费市场动态情况

第二节 中国养猪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 养猪行业成本分析

第四节 养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 中国养猪行业价格现状分析

第六节 中国养猪行业平均价格走势预测

一、中国养猪行业价格影响因素

二、中国养猪行业平均价格走势预测

三、中国养猪行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国养猪行业区域市场现状分析

第一节 中国养猪行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区养猪市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区养猪市场规模分析

四、华东地区养猪市场规模预测

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、华中地区养猪市场规模分析

四、华中地区养猪市场规模预测

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、华南地区养猪市场规模分析

四、华南地区养猪市场规模预测

第九章 2017-2020年中国养猪行业竞争情况

第一节 中国养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 中国养猪行业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 中国养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 养猪行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国养猪行业发展前景分析与预测

第一节 中国养猪行业未来发展前景分析

一、养猪行业国内投资环境分析

二、中国养猪行业市场机会分析

三、中国养猪行业投资增速预测

第二节 中国养猪行业未来发展趋势预测

第三节 中国养猪行业市场发展预测

一、中国养猪行业市场规模预测

二、中国养猪行业市场规模增速预测

三、中国养猪行业产值规模预测

四、中国养猪行业产值增速预测

五、中国养猪行业供需情况预测

第四节 中国养猪行业盈利走势预测

一、中国养猪行业毛利润同比增速预测

二、中国养猪行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国养猪行业投资风险与营销分析

第一节 养猪行业投资风险分析

一、养猪行业政策风险分析

二、养猪行业技术风险分析

三、养猪行业竞争风险分析

四、养猪行业其他风险分析

第二节 养猪行业企业经营发展分析及建议

一、养猪行业经营模式

二、养猪行业销售模式

三、养猪行业创新方向

第三节 养猪行业应对策略

- 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 2021-2026年中国养猪行业发展战略及规划建议

第一节 中国养猪行业品牌战略分析

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

第二节 中国养猪行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国养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 2021-2026年中国养猪行业发展策略及投资建议

第一节 中国养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 中国养猪行业定价策略分析

第三节 中国养猪行业营销渠道策略

- 一、养猪行业渠道选择策略

二、养猪行业营销策略

第四节 中国养猪行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国养猪行业重点投资区域分析

二、中国养猪行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xumuye/482243482243.html>