

# 2021年中国猪副产品市场调研报告- 行业竞争现状与前景评估预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国猪副产品市场调研报告-行业竞争现状与前景评估预测》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/533209533209.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

猪副产品的历史发展和家猪养殖息息相关，现在的家猪是从野猪驯化而来，而中国也是最早将野猪驯化为家猪的国家，河南舞阳贾湖遗址就出土过一个家猪的骨骼标本，是目前可确认的国内年代最早的家猪，人类的驯化已将把猪进行了彻头彻尾地改造，野猪的前躯发达中、后躯短小适于防御、攻击和奔跑所以成语“豕突狼奔”说的就是野猪非常威猛，典型的亚洲野猪上半身占70%下半身30%，驯化后的原始家猪獠牙渐渐退化，不过现在的家猪没有獠牙是因为小的时候被拔掉了，同时随着食物结构的变化，家猪的肠道就大为增长，下半身开始占到一半，而且非常能生，到了现代家猪也就变成了身宽体胖浑身是肉看起来还挺可爱的憨厚模样。

古时候，由于民众生活水平低，生产力水平低下，肉类产品的供应严重不足，因此猪副产品成为非常重要的食物和工业产品，如猪肝、猪血、猪鬃等均被大量利用。之后随着经济和科技的发展，全球猪副产品市场随着生猪养殖规模的扩大而增长。

当前来看，全球猪副产品市场保持稳定增长，2019年全球猪副产品市场规模已经达到500.3亿美元，预计2020年将达到505.3亿美元。具体如下：

2015-2020年全球猪副产品市场规模 资料来源：wind，观研天下数据中心整理

亚洲地区是全球最大的猪副产品市场，其中中国是全球最大的猪副产品市场，2019年亚洲地区猪副产品市场规模已经达到409.7亿美元。具体如下：

2015-2020年亚洲地区猪副产品行业市场规模 资料来源：Wind、观研天下数据中心整理

改革开放之初，为了解决好当时人民群众的肉食消费需要，基本上是一个乡镇一家屠宰场，甚至是“小刀手”在树底下、水井边、房前屋后，随地操刀屠宰。虽然多年来各地屠宰业蓬勃发展，但在智能化、规模化、标准化等方面还存在很多不足之处，原始的屠宰方式依然存在，尤其是现有生猪副产品加工规模偏小、手工作坊生产、生产效率低下、环境卫生不达标，并且猪副产品多以第三方承包的方式进行加工(业内俗称外包)。外包方小、散、乱、产品质量参差不齐，加工人员技能素质偏低等诸多现象日益显现。另外，外包方没有长远打算、短期行为、追求眼前利益的现象较为普遍。

由于2018年我国东北地区开始爆发非洲猪瘟，之后蔓延全国，疫情至今都未被完全消除，对我国生猪养殖行业产生了非常大的影响，生猪出栏数量陡降，这也导致我国猪副产品产量出现了非常大的下跌，市场规模在2018年下降了17.1%，达到近年来最低值为1634.3亿元，之后由于猪副产品价格有所增长，市场规模有所回升，但是仍未恢复至2016年水平。具体如下：

2015-2020年中国猪副产品行业市场规模及增速 资料来源：wind，观研天下数据中心整理

影响猪副产品市场规模的因素：

### 1、生猪供应量

在非洲瘟疫的影响下，2019年我国生猪供应量为31041万头，同比2018年有较大幅度

的下降，降幅达到27.5%。

生猪供应量的下降，直接导致我国猪副产品的上游供给出现断崖式下跌，从而影响市场规模。

2015-2019年我国生猪养殖行业生猪供应量 资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

## 2、猪副产品价格

由于猪副产品供应减少，但是市场需求没有下降，因此供求关系逆转，出现了供不应求的局面，猪副产品价格近2年来保持上升态势，走势几乎和猪肉价格雷同。

2013-2019年中国猪副产品价格历史回顾 资料来源：观研天下数据中心整理

新时代的年轻人追求新潮、时尚，容易接受新事物，其中80后、90后更是伴随互联网及移动互联网发展而成长。当下消费需求模式呈现出线下、线上融合发展，尤其是线上消费需求每年以30%的速度增长，每天都在更新变化。

随着移动互联网从过去的2G发展到5G，其主要以满足人与人之间通信的“人联网”为主要场景，据中国IMT-2020(5G)推进组的部署，2020年以后5G通讯技术将进入商用阶段，5G网络将满足万物互联，新一轮信息网络革命即将开启。“万物互联”的应用，将进一步带来市场消费模式发生翻天覆地的变化。各类猪副产品及销售模式必须升级，才能融入到新型的移动互联网消费模式中。

未来随着猪副产品市场结构的调整，附加值高的下游应用需求更大，将极大地促进我国猪副产品市场规模的增长，预计到2026年我国猪副产品市场规模将达到2434亿元。具体如下：

2020-2026年中国猪副产品市场规模及增速预测 资料来源：观研天下数据中心整理

随着我国社会主要矛盾的变化，消费者的消费需求也在发生改变，从原来的物质缺乏，到现在追求更加绿色、有机、健康的消费理念。我们把猪副产品初步分类，其中可食用猪副产品数量在30种以上，非食用猪副产品8种以上，可作为生物企业再加工原材料的有5种以上。

### 1 可食用猪副产品深加工

酱卤肉制品在国人的餐桌上始终占据着重要一席，例如我国百姓最喜欢的酒桌菜品——卤猪头、卤猪蹄、卤猪耳等；特殊风味食品，熟大肠、腰花、肚片等肉质细嫩，味道醇厚；滋补食品——炒猪肝，嫩爽可口，回味悠长，营养补铁；传统补品——猪肺汤，营养唯美，润肺止咳等等，备受广大消费者所喜爱。因此猪副产品的精深加工与创新工作任重而道远，需要全行业投入更多的人力、物力、财力去研究，生产出满足人们消费需求的新产品。

### 2 新型包装材料和新技术的应用

随着消费者对猪副产品更加安全、放心、美味、营养、便捷方向发展的需求，原来的“逛菜市”消费模式，逐渐转化为“商超”、“电商”等采购模式。猪副产品包装规格必须进行创新，在不放弃原有消费市场的前提下，努力拓展新型市场消费领域，于是就会催生出更多新型包装形式的产品，例如真空包装、贴体包装、托盘包装、静态气调包装、动态气调包装、抗

菌包装和纳米包装等，包装材料还要体现绿色、健康主题，包装形状、色泽、图案的设计也极为重要，好的产品包装能极大程度的吸引消费者的关注和欣赏，进而增加产品销售。猪副产品在未来的消费趋势中，要更加注重品牌经营，朝着健康、绿色、营养、更便捷化、产品精深多样化等方面快速发展。

随着新的加工技术、新的包装技术和新材料的应用，猪副产品的市场空间必将有着极其广阔的发展前景。

### 3 非食用猪副产品的精深加工

非食用猪副产品的精深加工，可进一步从中提取有效的生物化学成分，作为生物制品。如可以生产氨基酸、胰岛素、细胞色素C、胸腺素、蛋白酶、肝素等上百种生物制品和特效药。猪胆可制造“脱氧胆酸片”、“胆酸钠”、“胆黄素”等几十种药物。因此，非食用猪副产品同样能为产业发展、创收增效提供一条新的途径。

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国猪副产品市场调研报告-行业竞争现状与前景评估预测》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年中国猪副产品行业发展概述

### 第一节 猪副产品行业发展情况概述

- 一、猪副产品行业相关定义
- 二、猪副产品行业基本情况介绍
- 三、猪副产品行业发展特点分析
- 四、猪副产品行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、猪副产品行业需求主体分析

### 第二节 中国猪副产品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、猪副产品行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - 1、沟通协调机制
  - 2、风险分配机制
  - 3、竞争协调机制
- 四、中国猪副产品行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

### 第三节 中国猪副产品行业生命周期分析

- 一、猪副产品行业生命周期理论概述
- 二、猪副产品行业所属的生命周期分析

### 第四节 猪副产品行业经济指标分析

- 一、猪副产品行业的赢利性分析
- 二、猪副产品行业的经济周期分析
- 三、猪副产品行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国猪副产品行业进入壁垒分析

- 一、猪副产品行业资金壁垒分析
- 二、猪副产品行业技术壁垒分析
- 三、猪副产品行业人才壁垒分析
- 四、猪副产品行业品牌壁垒分析
- 五、猪副产品行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球猪副产品行业市场发展现状分析

### 第一节 全球猪副产品行业发展历程回顾

### 第二节 全球猪副产品行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲猪副产品行业地区市场分析

#### 一、亚洲猪副产品行业市场现状分析

#### 二、亚洲猪副产品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲猪副产品行业市场前景分析

### 第四节 北美猪副产品行业地区市场分析

#### 一、北美猪副产品行业市场现状分析

#### 二、北美猪副产品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美猪副产品行业市场前景分析

### 第五节 欧洲猪副产品行业地区市场分析

#### 一、欧洲猪副产品行业市场现状分析

#### 二、欧洲猪副产品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲猪副产品行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界猪副产品行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球猪副产品行业市场规模预测

## 第三章 中国猪副产品产业发展环境分析

### 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、全社会消费品猪副产品总额

#### 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 中国猪副产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

### 第三节 中国猪副产品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 中国猪副产品行业运行情况

#### 第一节 中国猪副产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 中国猪副产品行业市场规模分析

#### 第三节 中国猪副产品行业供应情况分析

#### 第四节 中国猪副产品行业需求情况分析

#### 第五节 我国猪副产品行业细分市场分析

##### 一、细分市场一

##### 二、细分市场二

##### 三、其它细分市场

#### 第六节 中国猪副产品行业供需平衡分析

#### 第七节 中国猪副产品行业发展趋势分析

### 第五章 中国猪副产品所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国猪副产品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 中国猪副产品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 中国猪副产品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年中国猪副产品市场格局分析

#### 第一节 中国猪副产品行业竞争现状分析

- 一、中国猪副产品行业竞争情况分析
- 二、中国猪副产品行业主要品牌分析
- 第二节 中国猪副产品行业集中度分析
  - 一、中国猪副产品行业市场集中度影响因素分析
  - 二、中国猪副产品行业市场集中度分析
- 第三节 中国猪副产品行业存在的问题
- 第四节 中国猪副产品行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国猪副产品行业钻石模型分析
  - 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年中国猪副产品行业需求特点与动态分析

- 第一节 中国猪副产品行业消费市场动态情况
- 第二节 中国猪副产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 猪副产品行业成本结构分析
- 第四节 猪副产品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 中国猪副产品行业价格现状分析
- 第六节 中国猪副产品行业平均价格走势预测
  - 一、中国猪副产品行业价格影响因素
  - 二、中国猪副产品行业平均价格走势预测
  - 三、中国猪副产品行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国猪副产品行业区域市场现状分析

- 第一节 中国猪副产品行业区域市场规模分布

## 第二节 中国华东地区猪副产品市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区猪副产品市场规模分析
- 四、华东地区猪副产品市场规模预测

## 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、华中地区猪副产品市场规模分析
- 四、华中地区猪副产品市场规模预测

## 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、华南地区猪副产品市场规模分析
- 四、华南地区猪副产品市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国猪副产品行业竞争情况

### 第一节 中国猪副产品行业竞争结构分析（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 中国猪副产品行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

### 第三节 中国猪副产品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 猪副产品行业企业分析（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、公司优劣势分析

## 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、公司优劣势分析

## 第四节 企业

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

## 第五节 企业

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国猪副产品行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国猪副产品行业未来发展前景分析

#### 一、猪副产品行业国内投资环境分析

#### 二、中国猪副产品行业市场机会分析

#### 三、中国猪副产品行业投资增速预测

## 第二节 中国猪副产品行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国猪副产品行业市场发展预测

- 一、中国猪副产品行业市场规模预测
- 二、中国猪副产品行业市场规模增速预测
- 三、中国猪副产品行业产值规模预测
- 四、中国猪副产品行业产值增速预测
- 五、中国猪副产品行业供需情况预测

### 第四节 中国猪副产品行业盈利走势预测

- 一、中国猪副产品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国猪副产品行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国猪副产品行业投资风险与营销分析

### 第一节 猪副产品行业投资风险分析

- 一、猪副产品行业政策风险分析
- 二、猪副产品行业技术风险分析
- 三、猪副产品行业竞争风险分析
- 四、猪副产品行业其他风险分析

### 第二节 猪副产品行业应对策略

- 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年中国猪副产品行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国猪副产品行业品牌战略分析

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

### 第二节 中国猪副产品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、实施关键客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国猪副产品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

### 第四节 猪副产品行业竞争力提升策略

- 一、猪副产品行业产品差异性策略
- 二、猪副产品行业个性化服务策略
- 三、猪副产品行业的促销宣传策略
- 四、猪副产品行业信息智能化策略
- 五、猪副产品行业品牌化建设策略
- 六、猪副产品行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国猪副产品行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国猪副产品行业产品策略分析

- 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 中国猪副产品行业营销渠道策略

- 一、猪副产品行业渠道选择策略
- 二、猪副产品行业营销策略

### 第三节 中国猪副产品行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国猪副产品行业重点投资区域分析
- 二、中国猪副产品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/533209533209.html>