

中国宠物食品市场发展态势全景分析与行业投资 定位预测报告

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《中国宠物食品市场发展态势全景分析与行业投资定位预测报告》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/shipin/230584230584.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

随着中国生活水平的持续提高和家庭规模的缩小，饲养宠物已经成为越来越多都市人生活的一部分，中国的宠物消费也随之形成规模，同时展现巨大潜力。国内宠物已进入一个高速发展的时期。庞大的宠物服务的消费需求不断扩大，对投资的需求也相对日趋旺盛。近几年来，中国城乡居民养的猫、狗数量剧增。宠物医院、宠物商店和宠物美容院等与宠物相关的各个行业也得到了迅速的发展，在宠物经济领域占到40%份额的宠物食品产业，正在我国迎来另类食品产业的巨大商机。据统计，目前中国仅宠物犬数量已达到1亿只以上，并每年呈快速递增趋势，调查显示，仅北京一个城市，2014年有证犬的数量已超过90万只，无证犬的数量更是有证犬的4到5倍。宠物猫的数量也非常之大。中国的宠物数量在过去10年里已增长了5倍，国内宠物消费市场额已于2014年突破410亿元人民币。由此可见，宠物产业在中国正迅速成长为城市经济的重要组成部分。

虽然与欧美国家相比，中国宠物行业尚处起步阶段。1993年，玛氏在中国北京设立爱芬宠物食品有限公司经营旗下的宝路狗粮与伟嘉猫粮，标志着宠物食品正式进入中国市场。2001年3月，通威集团旗下的成都好主人宠物食品有限公司成立，以其好主人干粮品牌开始进入市场，标志中国民族宠物食品品牌开始进军宠物食品行业。经过10多年的发展，我国宠物食品已经形成包括干粮、湿粮、零食和营养品四大品类，品种齐全，占整体宠物市场71%份额，销售额达42.6亿元人民币，形成了一定经济规模的产业。

中国宠物食品市场潜力巨大。一些国际上著名的宠物食品品牌，如法国皇家、玛氏、雀巢纷纷涌入中国市场，进驻中国发达的沿海城市，投资并与国内的企业合资生产宠物食品。中国的宠物产业虽然起步较晚，和世界上一些老牌的宠物食品产业相比，还处在萌芽阶段。但由此带来的产业发展相当广阔，最主要的方面当属宠物食品的需求。宠物粮食主要是以谷物为主，中国作为农业大国，可以为宠物食品制造商提供低价、丰富的原材料，这些都是宠物食品加工的有力因素。另一方面，在北京、上海、广州等大型城市，越来越多的宠物爱好者诞生，刺激了国内一大批宠物食品企业的大规模发展。由于这种天时地利人和的广阔前景，中国的宠物食品市场诞生了一批大大小小的宠物食品企业，如跨国企业玛氏、雀巢，与此同时，国内也陆续出现了几家优秀的企业，如成都好主人、上海福贝等。早在几年前，宠物主人们就开始不再满足于宠物的“看家”的功能，而更加倾向于为了情感、心理上的需要。据调查，养宠人群不再是清一色的孤寡老人，生活在城市中夹在社会阶层中间的白领们，已然成为了一支新的庞大的养宠队伍，随着人们生活水平的提高和生活节奏的加快，各种各样的压力接踵而来，缓解压力的方式也跟着变得不一样，而宠物猫狗显然受到了白领们的青睐，成为了为他们排忧解难的好朋友。新型养宠人群的异军突起，使传统的养宠观念慢慢被这群80后新兴的观念取代。尤其是在宠物食品的选择上，更多地倾向于营养搭配和食品的成分，价格不再是首要的考虑因素。越来越多的主人们开始相信科学配方的宠物食品能使他们的宠物更健康。这种消费观的改变使得国内的宠物食品企业必须寻求一条新的道路来适应这种新

的理念。因此，更多的宠物食品学者开始把重心放在宠物食品的安全性和健康性的研究上面。

中国的宠物食品行业也存在明显的品牌垄断特点，前5名的品牌企业占有54%的市场份额，这与宠物食品国际品牌在世界范围内的垄断状况相接近，但尚有一定距离，在未来的发展中还将进一步趋于集中。品牌运作方面，形成两大明显的宠物食品品牌阵营：一是以玛氏、雀巢、皇家为代表的国外品牌，他们占据了中中高端市场；二是以好主人、诺瑞、珍宝等为代表的国内品牌，主要占据了中低端市场。在目前的市场格局中，国外品牌具有明显的品牌优势，占据国内宠物食品70%以上的市场份额。而数量众多的国内品牌仅拥有不到30%的市场份额。

中国报告网发布的《中国宠物食品市场发展态势全景分析与行业投资定位预测报告》，主要研究行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。在周密严谨的市场调研基础上主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告目录】

第一章 宠物食品相关概述

1.1 宠物的概念阐释

1.1.1 宠物的定义

1.1.2 主要宠物种类的介绍

1.2 宠物食品的种类及营养成分

1.2.1 宠物食品的一般分类

1.2.2 宠物食品的其他分类

1.2.3 合乎特殊需求的宠物食品

1.2.4 宠物食品的营养成分

1.3 宠物饲料的介绍

1.3.1 宠物饲料的种类

1.3.2 宠物狗的饲料

1.3.3 观赏鱼的饲料

第二章 2013-2015年中国宠物食品行业的发展环境分析

2.1 2013-2015年中国宏观经济环境

2.1.1 2013年中国经济增长情况

2.1.2 2014年中国经济增长情况

2.1.3 中国的物价水平状况

2.1.4 未来中国经济增长预测

2.2 2013-2015年宠物市场及宠物用品业发展

2.2.1 中国宠物市场高速发展

2.2.2 中国宠物用品市场处于起步阶段

2.2.3 中国宠物用品市场发展特点

2.2.4 网络经济为中国宠物市场带来机遇

2.3 宠物食品行业背景

2.3.1 中国宠物食品市场的发展背景

2.3.2 中国宠物观念的转变促进宠物食品市场增长

2.3.3 宠物食品是中国消费品中增长最快的行业之一

2.3.4 中国宠物食品随着经济发展走入中高收入家庭

第三章 2013-2015年国外宠物食品的发展

3.1 世界宠物食品的发展概况

3.1.1 世界宠物食品行业的发展兴起

3.1.2 世界宠物及宠物食品市场发展现状

3.1.3 拉美和东欧宠物食品市场蓬勃兴起

3.1.4 亚洲宠物食品市场正在高速发展

3.2 美国

3.2.1 美国宠物食品市场的发展现状

3.2.2 美国宠物食品的发展动态

3.2.3 功能性美国宠物食品受全球消费者喜爱

3.2.4 美国高品质宠物食品在法国备受青睐

3.3 欧洲

3.3.1 欧盟实施新的进口宠物食品相关法规

3.3.2 英国宠物食品市场持续增长

3.3.3 德国宠物食品市场后来居上

3.3.4 奥地利和瑞士宠物食品发展概况

3.4 其他国家

3.4.1 越南出台动物食品进口新规

3.4.2 菲律宾制订宠物食品标签的国家标准

3.4.3 加拿大宠物食品行业发展概况

第四章 2013-2015年中国宠物食品市场的发展

4.1 2013-2015年中国宠物食品行业概述

4.1.1 中国宠物食品市场蓬勃发展

4.1.2 中国宠物食品综合品质逐渐提升

- 4.1.3 国内宠物食品企业逐渐发展壮大
- 4.1.4 中国宠物食品市场经济型品牌占主导地位
- 4.2 2013-2015年中国宠物食品市场竞争状况
 - 4.2.1 中国宠物食品市场竞争格局综述
 - 4.2.2 宠物食品市场成国内外企业必争之地
 - 4.2.3 外企占据中国宠物食品市场主导地位
 - 4.2.4 国产品牌抢占高端宠物食品市场
- 4.3 国外企业在中国宠物食品市场的发展
 - 4.3.1 美国玛氏公司
 - 4.3.2 法国皇家
 - 4.3.3 雀巢公司
 - 4.3.4 国外企业积极探索中国宠物食品市场
- 4.4 2013-2015年中国宠物食品市场存在的问题
 - 4.4.1 中国宠物饲料市场开发的问题
 - 4.4.2 中国宠物食品良莠不齐
 - 4.4.3 宠物食品产品缺乏管理
 - 4.4.4 中国宠物饲料市场混乱
- 4.5 中国宠物食品市场的发展策略分析
 - 4.5.1 加强对宠物营养和宠物食品添加剂的研究
 - 4.5.2 中国应加强国外宠物食品进口的监管
 - 4.5.3 中国出口宠物食品的策略浅析
 - 4.5.4 中国宠物饲料开发德国市场的策略
- 第五章 2013-2015年宠物食品区域发展及营销概况
 - 5.1 2013-2015年部分区域宠物食品行业的发展
 - 5.1.1 牟平最大宠物食品项目建成投产
 - 5.1.2 温州宠物食品产业逐渐成为朝阳产业
 - 5.1.3 湖州宠物食品出口增长情况
 - 5.1.4 成都宠物食品企业推出高端专业犬粮
 - 5.1.5 烟台宠物食品进入北美市场
 - 5.2 中国宠物食品的销售渠道分析
 - 5.2.1 专业渠道
 - 5.2.2 农贸渠道
 - 5.2.3 商超渠道
 - 5.2.4 网络渠道
 - 5.3 宠物食品营销策略解析

5.3.1 营销特色

5.3.2 产品定位

5.3.3 产品销售渠道

5.3.4 宣传形式

5.3.5 公共关系处理

第六章 对中国宠物食品市场的前景趋势分析

6.1 宠物食品市场前景展望

6.1.1 中国宠物经济将呈现良好发展态势

6.1.2 对2016-2022中国宠物食品行业发展预测

6.1.3 中国宠物食品行业发展的机遇与挑战

6.2 宠物食品市场发展趋势分析

6.2.1 未来世界宠物食品的发展趋势

6.2.2 中国宠物食品行业的发展趋势

6.2.3 处方宠物食品将在中国持续增长

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/230584230584.html>