

中国宠物食品市场专项调研与投资商机分析报告 (2012-2016)

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《中国宠物食品市场专项调研与投资商机分析报告（2012-2016）》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/qitayinshiyanju/141189141189.html>

报告价格：电子版: 7000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

2012年6月21日，加拿大食品检验署官员宣布，同意中山爱莉宠物饲料有限公司宠物食品对加出口。这是中山宠物食品获得美国、欧盟等认可后，取得的广东（深圳、珠海除外）首张输加通行证。这标志着中山宠物食品质量安全达到较高水平。

加拿大是宠物食品监管标准最严的国家，向其出口宠物食品必须通过其食品检验署的考核。中山检验检疫局在出口宠物食品监管上，以“科学把关，高效服务”方针为指导，针对出口宠物食品生产和控制的薄弱环节，认真研究国内外法规，热情服务企业，精心指导企业完善硬件和软件条件，不断提高产品质量安全。

- 好主人宠物食品计划未来三年上市

国家工商总局已经发布公告：通威集团旗下的好主人宠物食品股份有限公司的“好主人”商标被认定为“中国驰名商标”。这是继“通威”商标及图在2004年获得中国驰名商标之后，该集团荣膺的第二个中国驰名商标。该公司此前已有通威畜禽饲料和水产饲料两大“中国名牌”。

据从四川省工商局商标局了解，单个集团拥有两大“中国驰名商标”、两大“中国名牌”的企业，在四川企业中屈指可数，这也充分反映出该省企业强烈的商标管理、品牌建设、知识产权保护意识。

通威旗下“宠物食品”板块目前已跻身国内第一，预计未来3—5年上市，成为国内宠物食品行业首家上市公司。作为通威集团旗下主业之外的“第三大投资”，好主人宠物食品板块在全国的市场占有率达到了30%，跻身国内最大的宠物食品企业之一。

中国报告网发布的《中国宠物食品市场专项调研与投资商机分析报告（2012-2016）》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、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研究分析。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。

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。

目录

第一章 宠物食品相关概述 1

1.1 宠物的概念阐释 1

1.1.1 宠物的定义 1

1.1.2 主要宠物种类的介绍	1
1.2 宠物食品的种类及营养成分	2
1.2.1 宠物食品的一般分类	2
1.2.2 宠物食品的其他分类	3
1.2.3 合乎特殊需求的宠物食品	3
1.2.4 宠物食品的营养成分	4
1.3 宠物饲料的介绍	4
1.3.1 宠物饲料的种类	4
1.3.2 宠物狗的饲料	5
1.3.3 观赏鱼的饲料	6
第二章 2011年中国宠物食品行业的发展环境分析	8
2.1 2011年中国宏观经济环境分析	8
2.1.1 国民经济运行情况GDP(季度更新)	8
2.1.2 消费价格指数CPI、PPI(按月度更新)	8
2.1.3 全国居民收入情况(季度更新)	11
2.1.4 恩格尔系数(年度更新)	12
2.1.5 工业发展形势(季度更新)	14
2.1.6 固定资产投资情况(季度更新)	15
2.1.7 中国汇率调整(人民币升值)	16
2.1.8 对外贸易&进出口	17
2.2 宠物市场及宠物用品业发展	18
2.2.1 中国宠物市场高速发展	18
2.2.2 中国宠物用品市场处于起步阶段	20
2.2.3 中国宠物用品市场发展特点	21
2.2.4 网络经济为中国宠物市场带来机遇	22
2.3 宠物食品行业发展背景	22
2.3.1 中国宠物食品市场的发展背景	22
2.3.2 中国宠物观念的转变促进宠物食品市场增长	23
2.3.3 宠物食品是中国消费品中增长最快的行业之一	23
2.3.4 中国宠物食品随着经济发展走入中高收入家庭	24
第三章 2011年世界及主要地区宠物食品的发展分析	25
3.1 世界宠物食品的发展概况	25
3.1.1 世界宠物食品行业的发展兴起	25
3.1.2 世界宠物及宠物食品市场发展现状	26
3.1.3 拉美和东欧宠物食品市场蓬勃兴起	27

- 3.1.4 亚洲宠物食品市场正在高速发展 27
- 3.2 美国 27
 - 3.2.1 美国宠物食品市场的发展现状 27
 - 3.2.2 美国宠物食品的发展动态 28
 - 3.2.3 功能性美国宠物食品受全球消费者喜爱 29
 - 3.2.4 美国高品质宠物食品在法国备受青睐 30
- 3.3 欧洲 31
 - 3.3.1 2008年欧盟实施新的进口宠物食品相关法规 31
 - 3.3.2 英国宠物食品市场持续增长 32
 - 3.3.3 德国宠物食品市场后来居上 32
 - 3.3.4 奥地利和瑞士宠物食品发展概况 33
- 3.4 其他国家 34
 - 3.4.1 2009年日本拟定宠物食品安全相关条例草案 34
 - 3.4.2 2011年菲律宾制订宠物食品标签的国家标准 34
 - 3.4.3 加拿大宠物食品行业发展概况 34
- 第四章 2011年中国宠物食品市场的发展动态分析 36
 - 4.1 2011年中国宠物食品行业概述 36
 - 4.1.1 中国宠物食品市场蓬勃发展 36
 - 4.1.2 中国宠物食品综合品质逐渐提升 37
 - 4.1.3 国内宠物食品企业逐渐发展壮大 38
 - 4.1.4 中国宠物食品市场经济型品牌占主导地位 39
 - 4.2 中国宠物食品市场存在的问题 39
 - 4.2.1 中国宠物饲料市场开发的问题 39
 - 4.2.2 中国宠物食品良莠不齐 40
 - 4.2.3 宠物食品产品缺乏管理 40
 - 4.2.4 中国宠物饲料市场混乱 41
 - 4.3 中国宠物食品市场的发展策略分析 41
 - 4.3.1 加强对宠物营养和宠物食品添加剂的研究 41
 - 4.3.2 中国应加强国外宠物食品进口的监管 42
 - 4.3.3 中国出口宠物食品的策略浅析 42
 - 4.3.4 中国宠物饲料开发德国市场的策略 43
- 第五章 2007-2011年中国狗食或猫食罐头进出口数据监测分析 45
 - 5.1 2007-2011年中国狗食或猫食罐头进出口数据分析 45
 - 5.1.1 进口数量分析23091010 45
 - 5.1.2 进口金额分析 45

- 5.2 2007-2011年中国狗食或猫食罐头出口数据分析 46
 - 5.2.1 出口数量分析 46
 - 5.2.2 出口金额分析 46
- 5.3 2007-2011年中国狗食或猫食罐头进出口平均单价分析 47
- 5.4 2011年中国狗食或猫食罐头进出口国家及地区分析 47
 - 5.4.1 进口国家及地区分析 47
 - 5.4.2 出口国家及地区分析 48
- 第六章 2007-2011年中国其它零售包装的狗食或猫食进出口数据监测分析 49
 - 6.1 2007-2011年中国其它零售包装的狗食或猫食进口数据分析 49
 - 6.1.1 进口数量分析23091090 49
 - 6.1.2 进口金额分析 49
 - 6.2 2007-2011年中国其它零售包装的狗食或猫食出口数据分析 50
 - 6.2.1 出口数量分析 50
 - 6.2.2 出口金额分析 50
 - 6.3 2007-2011年中国其它零售包装的狗食或猫食进出口平均单价分析 51
 - 6.4 2011年中国其它零售包装的狗食或猫食进出口国家及地区分析 51
 - 6.4.1 进口国家及地区分析 51
 - 6.4.2 出口国家及地区分析 52
- 第七章 2011年宠物食品区域发展及营销概况 53
 - 7.1 部分区域宠物食品行业的发展 53
 - 7.1.1 2008年宁波宠物食品出口日本门槛抬高 53
 - 7.1.2 2009年牟平最大宠物食品项目建成投产 54
 - 7.1.3 温州宠物食品产业逐渐成为朝阳产业 54
 - 7.1.4 2010年湖州宠物食品出口大幅增长 55
 - 7.1.5 2010年成都宠物食品企业推出高端专业犬粮 55
 - 7.1.6 2011年烟台宠物食品进入北美市场 57
 - 7.2 中国宠物食品的销售渠道分析 58
 - 7.2.1 专业渠道 58
 - 7.2.2 农贸渠道 59
 - 7.2.3 商超渠道 59
 - 7.2.4 网络渠道 60
 - 7.3 宠物食品营销策略解析 60
 - 7.3.1 营销特色 60
 - 7.3.2 产品定位 61
 - 7.3.3 产品销售渠道 61

7.3.4 宣传形式 63

7.3.5 公共关系处理 63

第八章 2011年中国宠物食品市场竞争态势分析 64

8.1 国外企业在中国宠物食品市场的发展 64

8.1.1 美国玛氏公司 64

8.1.2 法国皇家 64

8.1.3 雀巢公司 65

8.1.4 国外企业积极探索中国宠物食品市场 66

8.2 中国宠物食品市场竞争状况 67

8.2.1 中国宠物食品市场竞争格局综述 67

8.2.2 宠物食品市场成国内外企业必争之地 69

8.2.3 外企占据中国宠物食品市场主导地位 69

8.2.4 2010年国产品牌抢占高端宠物食品市场 70

第九章 中国宠物食品优势企业竞争力及关键财务数据分析（企业可自选） 72

9.1 青岛黎虹食品有限公司 72

9.1.1 企业概况 72

9.1.2 企业主要经济指标分析 72

9.1.3 企业盈利能力分析 73

9.1.4 企业偿债能力分析 73

9.1.5 企业运营能力分析 74

9.1.6 企业成长能力分析 74

9.2 丹东仁达食品有限公司 74

9.2.1 企业概况 74

9.2.2 企业主要经济指标分析 75

9.2.3 企业盈利能力分析 76

9.2.4 企业偿债能力分析 76

9.2.5 企业运营能力分析 76

9.2.6 企业成长能力分析 77

9.3 青岛稻进食品有限公司 77

9.3.1 企业概况 77

9.3.2 企业主要经济指标分析 78

9.3.3 企业盈利能力分析 78

9.3.4 企业偿债能力分析 79

9.3.5 企业运营能力分析 79

9.3.6 企业成长能力分析 79

- 9.4 温岭市鑫泰工艺品有限公司 80
 - 9.4.1 企业概况 80
 - 9.4.2 企业主要经济指标分析 80
 - 9.4.3 企业盈利能力分析 81
 - 9.4.4 企业偿债能力分析 81
 - 9.4.5 企业运营能力分析 81
 - 9.4.6 企业成长能力分析 82
- 9.5 丹东昌林食品有限公司 82
 - 9.5.1 企业概况 82
 - 9.5.2 企业主要经济指标分析 83
 - 9.5.3 企业盈利能力分析 83
 - 9.5.4 企业偿债能力分析 84
 - 9.5.5 企业运营能力分析 84
 - 9.5.6 企业成长能力分析 84
- 9.6 青岛镜旺宠物食品有限公司 85
 - 9.6.1 企业概况 85
 - 9.6.2 企业主要经济指标分析 85
 - 9.6.3 企业盈利能力分析 86
 - 9.6.4 企业偿债能力分析 86
 - 9.6.5 企业运营能力分析 87
 - 9.6.6 企业成长能力分析 87
- 9.7 江苏佩蒂食品有限公司 87
 - 9.7.1 企业概况 87
 - 9.7.2 企业主要经济指标分析 88
 - 9.7.3 企业盈利能力分析 89
 - 9.7.4 企业偿债能力分析 89
 - 9.7.5 企业运营能力分析 89
 - 9.7.6 企业成长能力分析 90
- 9.8 温州佩蒂宠物用品有限公司 90
 - 9.8.1 企业概况 90
 - 9.8.2 企业主要经济指标分析 90
 - 9.8.3 企业盈利能力分析 91
 - 9.8.4 企业偿债能力分析 92
 - 9.8.5 企业运营能力分析 92
 - 9.8.6 企业成长能力分析 92

9.9 平阳县锦华宠物用品有限公司	93
9.9.1 企业概况	93
9.9.2 企业主要经济指标分析	93
9.9.3 企业盈利能力分析	94
9.9.4 企业偿债能力分析	94
9.9.5 企业运营能力分析	94
9.9.6 企业成长能力分析	95
9.10 天津鑫高宠物用品有限公司	95
9.10.1 企业概况	95
9.10.2 企业主要经济指标分析	95
9.10.3 企业盈利能力分析	96
9.10.4 企业偿债能力分析	96
9.10.5 企业运营能力分析	97
9.10.6 企业成长能力分析	97
第十章 2012-2016年中国宠物食品市场的前景趋势分析	98
11.1 2012-2016年宠物食品市场前景展望	98
11.1.1 中国宠物经济将呈现良好发展态势	98
11.1.2 2012-2016年中国宠物食品行业发展预测	98
11.1.3 中国宠物食品行业发展的机遇与挑战	99
11.2 2012-2016年宠物食品市场发展趋势	100
11.2.1 未来世界宠物食品的发展趋势	100
11.2.2 中国宠物食品行业的发展趋势	101
11.2.3 处方宠物食品将在中国持续增长	102

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitayinshiyanju/141189141189.html>