

2018年中国生猪市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国生猪市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/331718331718.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

一、生猪养殖流程及成本

母猪的使用期一般为 3 年，每年淘汰约 30%的母猪，从能繁母猪存栏的变化到影响生猪出栏量约 10 个月，因此能繁母猪存栏是监测生猪出栏的重要前瞻指标之一。

图表：生猪养殖流程

成本拆分外购仔猪的生猪养殖成本中，饲料成本占比约 74%，外购仔猪成本占比约 20%，动保成本占比约 4%，剩余为人工、水电、栏舍损耗等。其中饲料成本中占比最多的为玉米 60%，其次为豆粕 20%，小麦麸 15%，预混料 5%。

以养成 120 公斤和出售价格 15 元/公斤为例：

育肥饲料（料肉比约 2.5）=1100 元左右

仔猪成本=10 公斤*30 元/公斤=300 元

动保=50 元

其他：人工、水电、栏舍损耗（约 50 元）

养殖盈利=生猪售价（1800 元=120 公斤*15 元/公斤）-饲料（1100 元）-仔猪成本（300 元）-动保（50 元）-其他≈250 元

图表：养殖成本

二、生猪供给恢复增长

根据《中国猪肉行业竞争格局报告》，全球猪肉产量从 2011 年的 1.04 亿吨，增长到 2016 年的 1.08 亿吨，猪肉产量的年均复合增长率为 0.76%。全球主要的猪肉生产区有中国、欧盟、美国、巴西、俄罗斯和越南，2016 年上述主要生产区的产量分别为 5,185 万吨、2,335 万吨、1,131 万吨、371 万吨、277 万吨和 253 万吨。我国作为第一大猪肉生产国，2016 年猪肉产量占比为 47.92%，17 年受出栏生猪均重提升影响，猪肉产量有望小幅增长。

猪肉产量=母猪存栏量（17 年全年存栏约为 3600 万头）*PSY（指每头母猪每年所能提供的断奶仔猪头数）*肥猪存活率*肥猪均重
 $PSY = \text{母猪年产胎次} * \text{母猪平均窝产活仔数} * \text{哺乳仔猪成活率}$ （上市公司约 20-24，全国平均约 16）

能繁母猪存栏*PSY=仔猪出栏量

仔猪出栏量*肥猪存活率=肥猪数量

肥猪数量*肥猪均重=猪肉产量

图表：1980-2016 年国内猪肉产量（万吨）

三、猪肉需求为肉类首位

根据统计数据，近十年来全球猪肉消费量也保持稳定增长态势，从 2005 年的 9,326 万吨，增长到 2016 年的 10,800 万吨，预计 2017 年全球猪肉总消费量将超过 1.1 亿吨，达到 11,690 万吨。国内猪肉消费增长放缓，2016 年猪肉消费量为 5487 万吨，同比减少 3%，近 10 年 CAGR1.67%，同期，鸡肉消费量为 1340 万吨，同比增加 3%，近 10 年 CAGR2.6

%。

图表：2000-2016 年国内猪肉和鸡肉产量（万吨）及增长率（%）
猪肉仍是我国肉类消费的主要品种由于我国饮食习惯的特点，猪肉是我国消费者日常饮食中最重要的肉类食品，在我国肉类消费中占比最高。近十年来，我国消费者的猪肉消费量占肉类消费量的比重一直维持在较高水平，我国消费者对猪肉消费习惯在短时间内难以改变。根据《中国物价及城镇家庭收支调查统计年鉴》统计，2015 年城镇居民主要肉类产品结构为：猪肉 43%、水产品 30%，家禽 19%，牛羊肉 8%。1985-2015 年城镇居民主要肉类产品中：消费增加最多的是水产品，其次是禽肉、猪肉。

图表：1985 年中国城镇居民主要肉类食物人均消费（kg）及占比（%）

图表：2015 年中国城镇居民主要肉类食物人均消费（kg）及占比（%）

观研天下发布的《2018年中国生猪市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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生猪交易所等，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、生猪T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 2015-2017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 2015-2017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 2018-2024年世界生猪行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球生猪行业市场规模预测

第三章 2015-2017年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、全社会消费品零售总额

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、生猪环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年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、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

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 2015-2017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 2015-2017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

第二节 生猪行业成本分析

第三节 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

第四节 中国生猪行业价格现状分析

第五节 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 2015-2017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 中国华东地区生猪市场分析

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 2015-2017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（生猪T）

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 2018-2024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 2018-2024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2018-2024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 2018-2024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

第二节 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

第三节 中国生猪行业价格策略

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（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xumuye/331718331718.html>