

2018-2023年中国宠物食品产业市场竞争现状调查 与投资价值前景评估报告

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《2018-2023年中国宠物食品产业市场竞争现状调查与投资价值前景评估报告》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/297341297341.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

经过多年的发展，我国宠物食品产业已经是具备主食（干粮&湿粮）、零食和保健品三大品类的规模产业，2016年宠物食品销售额达到457亿元，占宠物行业规模的37%，是目前宠物消费市场支出占比最大的一个环节，也是是目前竞争最为激烈的市场。

宠物食品分类

资料来源：中国报告网整理

2016年我国宠物食品销售规模达到457亿元

数据来源：中国报告网整理

在品牌运作方面，国内宠物食品行业主要存在两大阵营：

1) 国外品牌，这类品牌此前主要从事人类食用消费品的生产，由于宠物需求的爆发，随即进入宠物食品领域，主打国内中高端市场，占国内宠物食品70%以上的销售份额；

2) 国内品牌，主要占据我国的中低端市场，单个品牌市场份额不足10%。

玛氏、雀巢的宠物食品发展简史

资料来源：中国报告网整理

国内市场的缺失（品牌+饲喂习惯）给外资品牌进军国内市场以可趁之机。以玛氏为例，旗下狗粮品牌“宝路”和猫粮品牌“伟嘉”在上世纪90年代初便进入中国，彼时中国宠物产业刚刚起步，国内宠物食品产业尚不成气候，宠物食品的角色主要由“剩饭剩菜”充当，使用专业宠物食品养育宠物的习惯尚未形成。

目前外资品牌独大的格局正被新一轮消费升级所撼动，内资宠物食品品牌迎来窗口红利。我们认为主要原因有三：

1) 品牌概念尚未固化，宠物主（尤其是年轻一代）仍处在早期心智教育阶段；

2) 渠道重构，随着社区店、网络等渠道的崛起，外资品牌所依赖的传统商超渠道（原有消费品所构建）优势正被逐步削弱；

3) 理性&多样性需求，一方面，内资宠物食品的品牌意识逐步增强，更加注重产品质量，另一方面，随着消费观的普及，国内年轻宠物主将会更多基于宠物自身的特质去挑选宠物食品。

不同类型宠物犬食量以及食品花费概算对比

资料来源：中国报告网整理

中国报告网发布的报告书内容严谨、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。

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。

【报告目录】

第一章宠物食品相关概述

第一节宠物食品特点

- 一、快速消费品
- 二、以猫狗食品为主，其他宠物食品为辅

第二节宠物食品结构分类

- 一、湿性
- 二、干性
- 三、零食
- 四、半干性

第三节宠物食品的营养成份

第二章2016年全球宠物食品业市场供需分析分析

第一节2016年世界宠物食品运行总况

- 一、世界宠物食品行业的发展兴起
- 二、世界宠物及宠物食品发展现状
- 三、拉美和东欧宠物食品市场蓬勃兴起
- 四、亚洲宠物食品市场正在高速发展

第二节美国

- 一、美国宠物食品市场的发展概况
- 二、美国宠物食品的发展动态

三、功能性美国宠物食品受全球消费者喜爱

四、美国高品质宠物食品在法国备受青睐

第三节其他国家

一、欧盟实施新的进口宠物食品相关法规

二、日本拟定宠物食品安全相关条例草案

三、加拿大宠物食品行业发展概况

四、奥地利和瑞士宠物食品发展概况

第三章2016年中国宠物食品行业发展环境分析

第一节 2016年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易&进出口

第二节2016年中国宠物食品行业发展背景

一、中国宠物食品市场的发展背景

二、中国宠物观念的转变促进宠物食品市场增长

三、宠物食品是中国消费品中增长最快的行业之一

四、中国宠物食品随着经济发展走入中高收入家庭

第四章2016年中国宠物食品市场供需分析分析

第一节2016年中国宠物食品运行总况

一、国内宠物食品企业逐渐发展壮大

二、中国宠物食品市场经济型品牌占主导地位

三、中国宠物食品行业发展的机遇与挑战

第二节2016年中国宠物食品行业发展存在的问题分析

一、中国宠物饲料市场开发的问题

二、中国宠物食品市场混乱

三、中国宠物饲料良莠不齐

第三节中国宠物食品市场的投资策略分析

- 一、加强对宠物营养和宠物食品添加剂的研究
- 二、中国应加强国外宠物食品进口的监管
- 三、中国出口宠物食品的策略浅析
- 四、中国宠物饲料开发德国市场的策略

第五章 2016年中国宠物进出口贸易透析

第一节2016年中国宠物食品进口贸易情况分析

- 一、中国宠物食品仍是进口宠物粮一统天下
- 二、进出品牌宠物食品市场的半壁江山

- 1、宝路
- 2、伟嘉
- 3、爱慕斯
- 4、希尔斯

第二节2016年中国宠物食品进出口贸易分析

- 一、宁波宠物食品出口日本门槛抬高
- 二、聊城市宠物食品出口呈现迅速攀升势头
- 三、温州宠物食品出口贸易及增长情况
- 四、济南局以技术帮扶助推宠物食品出口

第三节影响中国市场宠物食品进出口贸易因素分析

第六章 2016年中国宠物食品营销解析

第一节2016年中国宠物食品的销售渠道分析

- 一、专业渠道
- 二、农贸渠道
- 三、商超渠道
- 四、网络渠道

第二节2016年中国宠物食品营销策略解析

- 一、营销特色
- 二、产品定位
- 三、产品销售渠道

第七章2016年中国宠物食品行业市场运营状况分析分析

第一节2016年中国宠物食品行业市场品牌分析

- 一、品牌总体情况分析
- 二、品牌传播方式分析

三、品牌美誉度分析

四、代理商对宠物食品品牌的选择情况分析

五、主要城市市场对主要宠物食品品牌的认知水平分析

第二节2016年中国宠物食品细分产品市场运营状况分析

一、湿性食品

二、干性食品

三、零食

四、半干性食品

第三节2016年中国宠物食品消费者对其价格的敏感度分析

第四节2016年中国宠物食品市场销售渠道及特点分析

一、食品商品交易市场

二、食品商场超市

三、食品专业店

四、网络市场

第八章2016年中国宠物食品行业市场竞争格局分析

第一节2016年中国宠物食品竞争总况

一、中国宠物食品市场竞争日益激烈

二、世界顶级宠物企业抢滩中国宠物食品市场

三、世界宠物食品知名企业在中国具有优势

第二节2016年中国宠物食品行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节2016年中国宠物食品行业市场竞争力评价

一、国内企业与国外企业相对竞争力

二、国内企业竞争力排名

三、中国宠物食品行业细分市场的占有率分析

四、典型企业的品牌价值及出口竞争力

第九章2016年中国宠物食品重点区域市场分析

第一节华北地区

一、市场容量

二、产品供应与销售情况

二、品牌企业布局与竞争力分析

第二节东北地区

第三节华东地区

第四节中南地区

第五节西南区域

第六节西北区域

第七节华南地区

第十章2016年国内外优势宠物食品企业竞争力分析

第一节雀巢普瑞纳

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第二节为斯宝

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第三节百诺

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第四节爱贝

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十一章中国宠物食品优势企业竞争力及关键财务数据分析

第一节爱芬食品(北京)有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第二节丹东仁达食品有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第三节青岛稻进食品有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第四节温岭市鑫泰工艺品有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第十二章2016年中国宠物产业整体运行态势分析

第一节2016年中国宠物行业现状分析

- 一、中国宠物行业运行特点分析
- 二、中国宠物市场的规模已逾百亿元
- 三、中国宠物犬行业的产业格局
- 四、中国另类宠物行业运行状况
- 五、另类宠物的消费心理及市场分析

第二节2016年中国宠物市场发展综述

- 一、国内宠物市场高速增长
- 二、中国宠物经济规模分析
- 三、宠物品种多样化
- 四、宠物服务种类增多
- 五、五大“宠物城市”市场现状分析

第三节2016年中国宠物行业存在的问题分析

- 一、中国宠物产业的问题
- 二、宠物市场存在暴利
- 三、中国宠物市场经营的问题
- 四、中国宠物犬饲养成隐患

第四节2016年中国宠物行业的运行策略分析

- 一、中国宠物产业运行的策略

- 二、宠物营销创新策略分析
- 三、解决中国犬业问题的对策分析
- 四、宠物市场运行需要各方共同努力

第十三章2018-2023年中国宠物食品行业趋势预测分析

第一节2018-2023年中国宠物食品趋势预测分析

- 一、经济型和中等价位的品牌仍占主导地位
- 二、处方宠物食品将在中国持续增长
- 三、中国宠物食品具有巨大市场潜力

第二节2018-2023年中国宠物食品市场预测分析

- 一、宠物食品市场供给情况分析
- 二、宠物食品市场需求情况分析

第三节2018-2023年中国宠物食品市场盈利预测分析

第十四章 2018-2023年中国宠物食品产业投资规划建议研究

第一节2018-2023年中国宠物食品行业投资概况

- 一、宠物食品行业投资特性
- 二、宠物食品具有良好的投资价值
- 三、宠物食品投资环境利好

第二节2018-2023年中国宠物食品投资机会分析

- 一、宠物食品区域投资潜力
- 二、与产业链相关的投资机会分析

第三节2018-2023年中国宠物食品投资前景及防范

- 一、金融风险分析
- 二、竞争风险分析
- 三、进退入风险

第四节投资建议

图表目录：（部分）

图表：2015-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年中国三产业增加值结构图

图表：2015-2016年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2015-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2015-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2015-2016中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2015-2016中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2015-2016年中国工业增加值增长趋势图

图表：2015-2016年我国工业增加值分季度增速

图表：2015-2016年我国全社会固定资产投资额走势图

更多图表详见正文（GSLWK）

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/shipin/297341297341.html>