

2020-2025年中国宠物食品市场前景预测及未来发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国宠物食品市场前景预测及未来发展趋势报告》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：<https://www.huaon.com/channel/foods/635639.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

在我国不断上升的城镇人口基数以及晚婚少子趋势这个大环境不变的背景下，宠物经济扩张的长期增长逻辑不会改变，宠物是长期正确的投资主题。而随着现代的养宠人群对于宠物的定位变化的改变，越来越多消费者开始注重宠物的营养健康，单只宠物的消费金额不断提升，体现在宠物食品板块的细分和升级。而宠物食品消费具有消费频次高、消费粘性大、品牌溢价明显的特点，因此在整个宠物经济中处于关键性的核心地位，数据显示食品支出占全部养宠支出的60%以上。2019年我国宠物市场达到2024亿元，已经成为备受关注的黄金产业。

2012-2019年我国宠物市场规模变化情况

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 宠物食品行业发展综述

1.1 宠物食品行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 宠物食品行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 宠物食品行业在国民经济中的地位

1.2.3 宠物食品行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 宠物食品行业生命周期

1.3 最近3-5年中国宠物食品行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 宠物食品行业运行环境分析

2.1 宠物食品行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 宠物食品行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 宠物食品行业社会环境分析

2.3.1 宠物食品产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 宠物食品产业发展对社会发展的影响

2.4 宠物食品行业技术环境分析

2.4.1 宠物食品技术分析

2.4.2 宠物食品技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国宠物食品行业运行分析

3.1 我国宠物食品行业发展状况分析

3.1.1 我国宠物食品行业发展阶段

3.1.2 我国宠物食品行业发展总体概况

3.1.3 我国宠物食品行业发展特点分析

3.2 2015-2019年宠物食品行业发展现状

3.2.1 2015-2019年我国宠物食品行业市场规模

3.2.2 2015-2019年我国宠物食品行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国宠物食品企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

3.4 宠物食品细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 宠物食品产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年宠物食品价格走势

3.5.2影响宠物食品价格的关键因素分析

- (1) 成本
- (2) 供需情况
- (3) 关联产品
- (4) 其他

3.5.3 2020-2025年宠物食品产品/服务价格变化趋势

3.5.4主要宠物食品企业价位及价格策略

第四章 我国宠物食品所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国宠物食品所属行业总体规模分析

4.1.1企业数量结构分析

4.1.2人员规模状况分析

4.1.3行业资产规模分析

4.1.4行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国宠物食品所属行业产销情况分析

4.2.1我国宠物食品所属行业工业总产值

4.2.2我国宠物食品所属行业工业销售产值

4.2.3我国宠物食品所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国宠物食品所属行业财务指标总体分析

4.3.1行业盈利能力分析

4.3.2行业偿债能力分析

4.3.3行业营运能力分析

4.3.4行业发展能力分析

第五章 我国宠物食品行业供需形势分析

5.1宠物食品行业供给分析

5.1.1 2015-2019年宠物食品行业供给分析

5.1.2 2020-2025年宠物食品行业供给变化趋势

5.1.3宠物食品行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国宠物食品行业需求情况

5.2.1宠物食品行业需求市场

5.2.2宠物食品行业客户结构

5.2.3宠物食品行业需求的地区差异

5.3宠物食品市场应用及需求预测

5.3.1宠物食品应用市场总体需求分析

- (1) 宠物食品应用市场需求特征
- (2) 宠物食品应用市场需求总规模

5.3.2 2020-2025年宠物食品行业领域需求量预测

(1) 2020-2025年宠物食品行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2020-2025年宠物食品行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3重点行业宠物食品产品/服务需求分析预测

第六章 宠物食品行业产业结构分析

6.1 宠物食品产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国宠物食品行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国宠物食品行业产业链分析

7.1 宠物食品行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 宠物食品上游行业分析

7.2.1 宠物食品产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2020-2025年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对宠物食品行业的影响

7.3 宠物食品下游行业分析

7.3.1 宠物食品下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2020-2025年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对宠物食品行业的影响

第八章 我国宠物食品行业渠道分析及策略

8.1 宠物食品行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

从宠物食品行业的细分赛道来看，猫粮与狗粮毫无疑问占据主要地位，目前市场上的主要宠物公司都在以猫粮与狗粮作为产品开发的主要方向。2019年全国宠物猫达到4412万只，约占全国所有家养宠物数量的43.1%，而狗在农村地区的保有量更高且数量更多，达到5503万只，占全部宠物数量的54.4%。其中值得注意的是在95后养宠人群中，新养宠物年龄普遍较小，两岁以下的宠物猫/宠物犬占比分别占73.4%与39.2%，表明95后的养宠欲望强烈且未来行业需求增长速度较快。

2019年中国宠物各类型占比

而以宠物食品的形态划分，可以被划分为干粮、湿粮、零食三个细分市场。其中干粮的需求量最大，约占全部市场份额的60%，而湿粮与零食市场各占20%左右。干粮市场最大且毛利率最高，但竞争亦最为激烈，众多国际知名品牌均以干粮产品为主。湿粮市场仍处于快速发展阶段，市场渗透率较低而毛利率次之。零食市场竞争激烈，毛利率最低，且由于细分品类极多、单一品牌天花板较低。由于国产品牌宣传夸大、配方信息不透明导致消费者信任度偏低，进口品牌在干粮、湿粮领域有较大影响力，特别是在一线城市受到消费者的青睐。以猫粮为例，进口品牌在一线市场渗透率超过50%，但是随着城市层级的下移优势逐步缩小。因此三四线城市的下沉市场目前仍然处于激烈的竞争阶段，未来国产品牌可以依靠高性价比等优势在下沉市场寻求替代空间。

不同城市层级宠物主对于猫粮的偏好

8.1.2 各类渠道对宠物食品行业的影响

8.1.3 主要宠物食品企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 宠物食品行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 宠物食品行业营销策略分析

8.3.1 中国宠物食品营销概况

8.3.2 宠物食品营销策略探讨

8.3.3 宠物食品营销发展趋势

第九章 我国宠物食品行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 宠物食品行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结
- 9.1.2 宠物食品行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3 宠物食品行业集中度分析
- 9.1.4 宠物食品行业SWOT分析
- 9.2 中国宠物食品行业竞争格局综述
- 9.2.1 宠物食品行业竞争概况
 - (1) 中国宠物食品行业竞争格局
 - (2) 宠物食品行业未来竞争格局和特点
 - (3) 宠物食品市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2 中国宠物食品行业竞争力分析
 - (1) 我国宠物食品行业竞争力剖析
 - (2) 我国宠物食品企业市场竞争的优势
 - (3) 国内宠物食品企业竞争能力提升途径
- 9.2.3 宠物食品市场竞争策略分析
- 第十章 宠物食品行业领先企业经营形势分析
- 10.1 皇家
 - 10.1.1 企业概况
 - 10.1.2 企业优势分析
 - 10.1.3 产品/服务特色
 - 10.1.4 公司经营状况
 - 10.1.5 公司发展规划
- 10.2 冠能
 - 10.2.1 企业概况
 - 10.2.2 企业优势分析
 - 10.2.3 产品/服务特色
 - 10.2.4 公司经营状况
 - 10.2.5 公司发展规划
- 10.3 宝路
 - 10.3.1 企业概况
 - 10.3.2 企业优势分析
 - 10.3.3 产品/服务特色
 - 10.3.4 公司经营状况

10.3.5公司发展规划

10.4麦富迪

10.4.1企业概况

10.4.2企业优势分析

10.4.3产品/服务特色

10.4.4公司经营状况

10.4.5公司发展规划

10.5疯狂的小狗

10.5.1企业概况

10.5.2企业优势分析

10.5.3产品/服务特色

10.5.4公司经营状况

10.5.5公司发展规划

10.6雀巢普瑞纳

10.6.1企业概况

10.6.2企业优势分析

10.6.3产品/服务特色

10.6.4公司经营状况

10.6.5公司发展规划

第十一章 2020-2025年宠物食品行业投资前景

11.1 2020-2025年宠物食品市场发展前景

11.1.1 2020-2025年宠物食品市场发展潜力

11.1.2 2020-2025年宠物食品市场发展前景展望

11.1.3 2020-2025年宠物食品细分行业发展前景分析

11.2 2020-2025年宠物食品市场发展趋势预测

11.2.1 2020-2025年宠物食品行业发展趋势

11.2.2 2020-2025年宠物食品市场规模预测

11.2.3 2020-2025年宠物食品行业应用趋势预测

11.2.4 2020-2025年细分市场发展趋势预测

11.3 2020-2025年中国宠物食品行业供需预测

11.3.1 2020-2025年中国宠物食品行业供给预测

11.3.2 2020-2025年中国宠物食品行业需求预测

11.3.3 2020-2025年中国宠物食品供需平衡预测

11.4影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1市场整合成长趋势

11.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3企业区域市场拓展的趋势

11.4.4科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2020-2025年宠物食品行业投资机会与风险

12.1宠物食品行业投融资情况

12.1.1行业资金渠道分析

12.1.2固定资产投资分析

12.1.3兼并重组情况分析

12.2 2020-2025年宠物食品行业投资机会

12.2.1产业链投资机会

12.2.2细分市场投资机会

12.2.3重点区域投资机会

12.3 2020-2025年宠物食品行业投资风险及防范

12.3.1政策风险及防范

12.3.2技术风险及防范

12.3.3供求风险及防范

12.3.4宏观经济波动风险及防范

12.3.5关联产业风险及防范

12.3.6产品结构风险及防范

12.3.7其他风险及防范

第十三章 宠物食品行业投资战略研究

13.1宠物食品行业发展战略研究

13.1.1战略综合规划

13.1.2技术开发战略

13.1.3业务组合战略

13.1.4区域战略规划

13.1.5产业战略规划

13.1.6营销品牌战略

13.1.7竞争战略规划

13.2对我国宠物食品品牌的战略思考

13.2.1宠物食品品牌的重要性

13.2.2宠物食品实施品牌战略的意义

13.2.3宠物食品企业品牌的现状分析

13.2.4我国宠物食品企业的品牌战略

13.2.5宠物食品品牌战略管理的策略

13.3宠物食品经营策略分析

13.3.1宠物食品市场细分策略

13.3.2宠物食品市场创新策略

13.3.3品牌定位与品类规划

13.3.4宠物食品新产品差异化战略

13.4宠物食品行业投资战略研究

13.4.1 2019年宠物食品行业投资战略

13.4.2 2020-2025年宠物食品行业投资战略

13.4.3 2020-2025年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1宠物食品行业研究结论(AK LSW)

14.2宠物食品行业投资价值评估

14.3宠物食品行业投资建议

14.3.1行业发展策略建议

14.3.2行业投资方向建议

14.3.3行业投资方式建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/foods/635639.html>