

2021-2027年中国宠物食品 行业发展态势与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国宠物食品行业发展态势与投资战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202109/240277.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

宠物食品是专门为宠物、小动物提供的食品，介于人类食品与传统畜禽饲料之间的高档动物食品。

其作用主要是为各种宠物提供最基础的生命保证、生长发育和健康所需的营养物质。具有营养全面、消化吸收率高、配方科学、质量标准、饲喂使用方便以及可预防某些疾病等优点。

猫狗市场中的食品消费方面，狗以干粮为主，零食为辅；猫则是干粮、湿粮和零食位列前三位。在猫狗食品消费占比最高的主粮消费中，一二线城市的宠物主更舍得为宠物花钱买主粮。根据《中国宠物行业白皮书》，宠物市场消费主力军为80、90后，客群主体趋于年轻化；高学历者、女性占比过半。年轻群体有消费意愿更强、使用网络更多、更能接受新观念等特点。根据尼尔森《90后消费者行为分析》，泛90后（1985-1995年出生）的消费意愿和消费信心指数都要明显高于总体水平，且增速不断加快。此外，80、90后群体在互联网环境中成长，更容易接触到各种信息并接受新的观念，因此“科学育宠”观念在这一群体中更易传播。宠物食品消费年轻化趋势显著，泛90后群体消费意愿较高

中企顾问网发布的《2021-2027年中国宠物食品行业发展态势与投资战略咨询报告》共九章。首先介绍了宠物食品行业市场发展环境、宠物食品整体运行态势等，接着分析了宠物食品行业市场运行的现状，然后介绍了宠物食品市场竞争格局。随后，报告对宠物食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了宠物食品行业发展趋势与投资预测。您若想对宠物食品产业有个系统的了解或者想投资宠物食品行业，本报告是您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：

第一章国内宠物食品行业品牌发展环境分析

第一节产品定义与分类

第二节政策环境特征

一、国家宏观调控政策分析

二、宠物食品行业相关政策分析

第三节宠物食品行业竞争特征

- 一、国内外品牌竞争格局
- 二、行业进入壁垒分析
- 三、可替代品威胁分析
- 四、贴牌加工产品市场威胁分析

第二章国内宠物食品行业品牌产品市场规模分析

第一节2015-2019年宠物食品市场规模分析

第二节2019年我国宠物食品区域结构分析

第三节宠物食品区域市场规模分析

- 一、东北地区市场规模分析
- 二、华北地区市场规模分析
- 三、华东地区市场规模分析
- 四、华中地区市场规模分析
- 五、华南地区市场规模分析
- 六、西部地区市场规模分析

第三章国内宠物食品所属行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节2015-2019年宠物食品消费情况分析

第二节2015-2019年国内宠物食品行业品牌产品价格走势分析

目前国内宠食消费者以年轻人为主，经济实力与消费能力有限，对国产品牌中主打高性价比的品类构成利好。国产品牌在中低端产品层具备性价比优势

第三节宠物食品产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第四节宠物食品产品的品牌市场调查

- 一、消费者对宠物食品品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对宠物食品产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对宠物食品品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、宠物食品品牌忠诚度调查
- 六、宠物食品品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章国内宠物食品所属行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节销售渠道对宠物食品行业品牌发展的重要性

第三节宠物食品行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商

三、代理商

第四节销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第五节销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略

三、宽渠道或窄渠道的营销策略

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第五章国内宠物食品所属行业进出口市场情况分析

第一节2015-2019年国内宠物食品所属行业进出口量分析

一、2015-2019年国内宠物食品所属行业进口分析

二、2015-2019年国内宠物食品所属行业出口分析

第二节2021-2027年国内宠物食品所属行业进出口市场预测分析

一、2021-2027年国内宠物食品所属行业进口预测

二、2021-2027年国内宠物食品所属行业出口预测

第六章国内宠物食品行业优势品牌企业分析

第一节玛氏皇家

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业销售收入分析

四、企业盈利能力分析

五、公司产品变化

六、品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第二节好主人

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业销售收入分析

四、企业盈利能力分析

五、公司产品变化

六、品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第三节河北荣喜宠物食品有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业销售收入分析

四、企业盈利能力分析

五、公司产品变化

六、品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第四节上海诺瑞宠物用品有限公司

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、企业销售收入分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、公司产品变化
- 六、品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第五节珍宝宠物

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、企业销售收入分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、公司产品变化
- 六、品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第七章国内宠物食品行业品牌竞争格局分析

第一节宠物食品行业历史竞争格局概况

- 一、宠物食品行业集中度分析
- 二、宠物食品行业竞争程度分析

第二节宠物食品行业企业竞争状况分析

- 一、领导企业的市场力量
- 二、其他企业的竞争力

第三节2021-2027年国内宠物食品行业品牌竞争格局展望

第八章2021-2027年国内宠物食品所属行业品牌发展预测

第一节2021-2027年宠物食品行业品牌所属行业市场财务数据预测

- 一、2021-2027年宠物食品行业品牌市场规模预测
- 二、2021-2027年宠物食品行业总产值预测
- 三、2021-2027年宠物食品行业利润总额预测
- 四、2021-2027年宠物食品行业总资产预测

第二节2021-2027年宠物食品所属行业供需预测

- 一、2021-2027年宠物食品产量预测
- 二、2021-2027年宠物食品需求预测
- 三、2021-2027年宠物食品供需平衡预测
- 四、2021-2027年主要宠物食品产品所属行业进出口预测

第三节影响宠物食品所属行业发展的主要因素

- 一、2021-2027年影响宠物食品行业运行的有利因素分析
- 二、2021-2027年影响宠物食品行业运行的稳定因素分析
- 三、2021-2027年影响宠物食品行业运行的不利因素分析
- 四、2021-2027年我国宠物食品行业发展面临的挑战分析
- 五、2021-2027年我国宠物食品行业发展面临的机遇分析

第四节宠物食品所属行业投资风险及控制策略分析

- 一、2021-2027年宠物食品行业市场风险及控制策略
- 二、2021-2027年宠物食品行业政策风险及控制策略
- 三、2021-2027年宠物食品行业经营风险及控制策略
- 四、2021-2027年宠物食品行业技术风险及控制策略
- 五、2021-2027年宠物食品行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2021-2027年宠物食品行业其他风险及控制策略

第九章国内宠物食品行业总结及企业经营战略建议

第一节2021-2027年宠物食品行业企业的资本运作模式

- 一、宠物食品行业企业国内资本市场的运作建议
- 二、宠物食品行业企业海外资本市场的运作建议

第二节2021-2027年宠物食品行业企业营销模式建议

- 一、宠物食品行业企业的国内营销模式建议
- 二、宠物食品行业企业海外营销模式建议

第三节宠物食品行业投资价值分析

- 一、2021-2027年宠物食品市场趋势总结
- 二、2021-2027年宠物食品发展趋势分析
- 三、2021-2027年宠物食品市场发展空间
- 四、2021-2027年宠物食品产业政策趋向
- 五、2021-2027年宠物食品技术革新趋势

六、2021-2027年宠物食品价格走势分析

第四节宠物食品市场的重点客户战略实施

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

图表目录：

图表1：宠物食品分类

图表2：2015-2019年国内生产总值及增长率

图表3：2019年CPI、PPI走势

图表4：2019年食品工业固定资产投资情况

图表5：2015-2019年国内宠物食品消费额

图表6：宠物食品区域结构占比图

图表7：2015-2019年中国宠物食品消费量统计

图表8：2015-2019年国内宠物食品行业品牌产品平均价格（元/千克）

图表9：不同收入水平消费者对宠物食品偏好情况

图表10：不同年龄的消费者宠物食品偏好情况

图表11：不同地区的消费者对宠物食品偏好情况

图表12：消费者对宠物食品品牌的首要认知渠道

图表13：消费者经常购买的品牌调查

图表14：宠物食品品牌忠诚度调查

图表15：2019年宠物食品市场企业市场占有率

图表16：宠物食品销售渠道

图表17：宠物食品企业营销渠道

图表18：宠物食品销售渠道结构

图表19：代表企业销售渠道特点

图表20：长渠道和短渠道代表性企业

图表21：宠物食品市场主要投资运作策略

图表22：2015-2019年国内宠物食品进口量及增长率

图表23：2015-2019年国内宠物食品进口金额及增长率

图表24：2015-2019年国内宠物食品出口量及增长率

图表25：2015-2019年国内宠物食品出口金额及增长率

图表26：2021-2027年国内宠物食品进口量及增长率预测

图表27：2021-2027年国内宠物食品出口金额及增长率预测

图表28：2021-2027年国内宠物食品出口量及增长率预测

图表29：2021-2027年国内宠物食品出口金额及增长率预测

图表30：玛氏皇家宠物食品有限公司发展历程

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/240277.html>