

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>