

# 2021-2027年中国生猪市场 深度分析与发展前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国生猪市场深度分析与发展前景报告》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/202101/199844.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

生猪，即生活着的猪，对未宰杀的除种猪以外的家猪的统称。猪，杂食类动物。猪一般多指家畜。猪是十二生肖之末，也称之为亥。哺乳动物，身体肥壮，四肢短小，鼻子口吻较长。生猪肉可食用，皮可制革，体肥肢短，性温驯，适应力强，易饲养，繁殖快，有黑、白、酱红或黑白花等色。猪出生后5-12个月可以配种，妊娠期约为4个月。猪的平均寿命为20年。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国生猪市场深度分析与发展前景报告》共九章。首先介绍了生猪行业市场发展环境、生猪整体运行态势等，接着分析了生猪行业市场运行的现状，然后介绍了生猪市场竞争格局。随后，报告对生猪做了重点企业经营状况分析，最后分析了生猪行业发展趋势与投资预测。您若想对生猪产业有个系统的了解或者想投资生猪行业，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：

第一章国内生猪行业品牌发展环境分析17

第一节产品/行业特征17

1、产品/行业定义17

2、产品/行业消费特征17

第二节经济环境特征18

一、中国GDP分析18

二、固定资产投资20

三、恩格尔系数分析24

第三节政策环境特征26

一、国家宏观调控政策分析26

二、生猪行业相关政策分析27

第四节生猪行业竞争特征29

一、国内外品牌竞争格局29

二、行业进入壁垒分析29

三、可替代品威胁分析30

#### 四、贴牌加工产品市场威胁分析30

#### 第五节生猪行业技术环境特征31

### 第二章国内生猪行业品牌产品市场规模分析33

#### 第一节2014-2019年生猪市场规模分析33

#### 第二节2019年我国生猪区域结构分析33

#### 第三节生猪区域市场规模分析34

##### 一、东北地区市场规模分析34

##### 二、华北地区市场规模分析34

##### 三、华东地区市场规模分析34

##### 四、华中地区市场规模分析35

##### 五、华南地区市场规模分析35

##### 六、西部地区市场规模分析35

#### 第四节2021-2027年生猪市场规模预测36

### 第三章国内生猪行业品牌需求与消费者偏好调查37

#### 第一节2012-2019年生猪产量统计分析37

#### 第二节2012-2019年生猪历年消费量统计分析37

#### 第三节2012-2019年国内生猪行业品牌产品平均价格走势分析38

#### 第四节生猪产品目标客户群体调查39

##### 一、不同收入水平消费者偏好调查39

##### 二、不同年龄的消费者偏好调查40

##### 三、不同地区的消费者偏好调查40

#### 第五节生猪产品的品牌市场调查41

##### 一、消费者对生猪品牌认知度宏观调查41

##### 二、消费者对生猪产品的品牌偏好调查41

##### 三、消费者对生猪品牌的首要认知渠道42

##### 四、消费者经常购买的品牌调查43

##### 五、生猪品牌忠诚度调查43

##### 六、生猪品牌市场占有率调查43

##### 七、消费者的消费理念调研43

#### 第五节不同客户购买相关的态度及影响分析44

- 一、价格敏感程度44
- 二、品牌的影响44
- 三、购买方便的影响44
- 四、广告的影响程度44
- 五、包装的影响程度44

#### 第四章国内生猪行业品牌产品市场供需渠道分析45

##### 第一节销售渠道特征分析45

##### 第二节销售渠道对生猪行业品牌发展的重要性47

##### 第三节生猪行业销售渠道的重要环节分析47

##### 第四节2014-2019年中国生猪行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析48

###### 一、华东48

###### 二、中南48

###### 三、华北48

###### 四、西部48

##### 第五节销售渠道发展趋势分析49

###### 一、渠道运作趋势发展49

###### 二、渠道支持趋势发展49

###### 三、渠道格局趋势发展50

###### 四、渠道结构扁平化趋势发展51

##### 第六节销售渠道策略分析51

###### 一、直接渠道或间接渠道的营销策略51

###### 二、长渠道或短渠道的营销策略54

###### 三、宽渠道或窄渠道的营销策略54

###### 四、单一销售渠道和多销售渠道策略55

###### 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略55

##### 第七节销售渠道决策的评估方法56

###### 一、销售渠道评估数学模型介绍56

###### 二、财务评估法介绍56

###### 三、交易成本评估法介绍56

###### 四、经验评估法介绍57

##### 第八节2019年国内生猪行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析58

- 一、国内生产企业投资运作模式58
- 二、国内营销企业投资运作模式58
- 三、外销与内销优势分析59

## 第五章国内生猪行业进出口市场情况分析65

- 第一节2014-2019年国内生猪行业进出口分析65
- 第二节2021-2027年国内生猪行业进出口市场预测分析67

## 第六章国内生猪行业优势品牌企业分析69

### 第一节江苏雨润食品产业集团有限公司69

- 一、企业基本概况69
- 二、公司主要财务指标分析70
- 三、企业成本费用指标73

### 第二节临沂新程金锣肉制品有限公司76

- 一、企业基本概况76
- 二、公司主要财务指标分析76
- 三、企业成本费用指标80

### 第三节济南维尔康食品有限公司83

- 一、企业基本概况83
- 二、公司主要财务指标分析83
- 三、企业成本费用指标86

### 第四节企得利斯集团有限公司89

- 一、企业基本概况89
- 二、公司主要财务指标分析89
- 三、企业成本费用指标93

### 第五节四川高金食品股份有限公司96

- 一、企业基本概况96
- 二、公司主要财务指标分析96
- 三、企业成本费用指标99

## 二、生猪行业竞争程度分析103

### 第二节生猪行业企业竞争状况分析104

- 一、领导企业的市场力量104

## 二、其他企业的竞争力105

## 第三节2021-2027年国内生猪行业品牌竞争格局展望106

## 第七章2021-2027年国内生猪行业品牌发展预测108

### 第一节2021-2027年生猪行业品牌市场财务数据预测108

#### 一、2021-2027年生猪行业品牌市场规模预测108

#### 二、2021-2027年生猪行业总产值预测109

#### 三、2021-2027年生猪行业利润总额预测109

#### 四、2021-2027年生猪行业总资产预测110

### 第二节2021-2027年生猪行业供需预测111

#### 一、2021-2027年生猪产量预测111

#### 二、2021-2027年生猪需求预测112

#### 三、2021-2027年生猪供需平衡预测112

### 第三节2021-2027年生猪行业主要领域投资机会113

### 第四节影响生猪行业发展的主要因素114

#### 一、2021-2027年影响生猪行业运行的有利因素分析114

#### 二、2021-2027年影响生猪行业运行的稳定因素分析114

#### 三、2021-2027年影响生猪行业运行的不利因素分析115

#### 四、2021-2027年我国生猪行业发展面临的挑战分析116

#### 五、2021-2027年我国生猪行业发展面临的机遇分析116

### 第五节生猪行业投资风险及控制策略分析117

#### 一、2021-2027年生猪行业市场风险及控制策略117

#### 二、2021-2027年生猪行业政策风险及控制策略117

#### 三、2021-2027年生猪行业经营风险及控制策略118

#### 四、2021-2027年生猪行业技术风险及控制策略118

#### 五、2021-2027年生猪同业竞争风险及控制策略118

#### 六、2021-2027年生猪行业其他风险及控制策略119

## 第八章2021-2027年国内互联网+生猪行业品牌投资价值与投资策略分析120

### 第一节行业SWOT模型分析120

#### 一、优势分析120

#### 二、劣势分析120

三、机会分析121

四、风险分析121

第二节生猪行业发展的PEST分析122

一、政治和法律环境分析122

二、经济发展环境分析122

三、社会、文化与自然环境分析131

四、技术发展环境分析135

第三节生猪行业投资价值分析138

一、2014-2019年生猪市场趋势总结138

二、2014-2019年生猪发展趋势分析138

三、2021-2027年互联网+生猪市场发展空间138

四、2021-2027年互联网+生猪产业政策趋向139

五、2021-2027年互联网+生猪技术革新趋势139

六、2021-2027年互联网+生猪价格走势分析140

第四节生猪行业投资风险分析140

一、宏观调控风险140

二、行业竞争风险140

三、供需波动风险141

四、技术创新风险141

五、经营管理风险141

六、其他风险142

第五节生猪行业投资策略分析142

一、重点投资地区分析143

二、项目投资建议143

第九章国内生猪行业总结及企业经营战略建议150 ( )

第一节生猪行业问题总结150

第二节2021-2027年生猪行业企业的标杆管理150

一、国内企业的经验借鉴150

二、国外企业的经验借鉴151

第三节2021-2027年生猪行业企业的资本运作模式151

一、生猪行业企业国内资本市场的运作建议151



二、生猪行业企业海外资本市场的运作建议	157
第四节2021-2027年生猪行业企业营销模式建议	157
一、生猪行业企业的国内营销模式建议	157
二、生猪行业企业海外营销模式建议	158
第五节生猪市场的重点客户战略实施	160
一、实施重点客户战略的必要性	160
二、合理确立重点客户	160
三、对重点客户的营销策略	161 ( )

#### 部分图表目录：

图表2014-2019年中国GDP及增长率统计

图表2019年国内生产总值统计

图表2019年-2019年工业经济增长情况

图表2011-2019年中国社会固定资产投资额以及增长率

图表2019年中国全社会固定资产投资统计

图表2019年年末中国人口数及其构成

图表2019年年末中国人口数及其构成

图表2011-2019年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表2011-2019年中国研究与试验发展（R&D）经费支出

图表2011-2019年中国城镇新增就业人数

图表2011-2019年中国国家全员劳动生产率

图表生猪行业产业链

图表2014-2019年中国生猪行业工业总产值情况

图表2014-2019年中国生猪行业价格走势

图表中国生猪产品市场价格统计

图表2014-2019年中国生猪行业生产情况

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/199844.html>