

2018-2024年中国宠物食品 市场调查与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国宠物食品市场调查与行业竞争对手分析报告》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.chinairr.org/report/R13/R1304/201805/07-260250.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

国际品牌占据先发优势，国内企业起步较晚。国际品牌通过代理商进入中国市场，或者以技术、资金的形式进行投资、生产、包装并在国内销售，渠道运营、品牌认知具有先发优势。国产品牌因起步较晚，在融资、品牌等方面处于相对弱势。

中高端市场集中度较高，多品牌策略优势明显。根据调查数据，2015年前四大企业的市场占有率超62.5%，而以全球宠物食品巨头玛氏、雀巢等为代表的外资企业占据中高端市场70%以上的市场份额。同时，大多数企业根据市场需求的特点，推出多个子品牌，以满足客户不同的需求。

从产品种类的分布来看，国际巨头多围绕宠物主食来进行布局，对于宠物零食和宠物保健品的涉及相对较少。因此，对于国产品牌而言，宠物零食、保健品领域更具开拓空间。宠物食品进口总额持续上升 数据来源：公开资料整理2016年我国宠物食品进口来源 数据来源：公开资料整理国内宠物食品平均价格高于美国宠物食品价格 数据来源：公开资料整理国际品牌、国内品牌的价格差异比较明显 数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国宠物食品市场调查与行业竞争对手分析报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

中国产业研究报告网是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：第一章 宠物食品相关概述1.1 宠物的概念阐释1.1.1 宠物的定义1.1.2 主要宠物种类的介绍1.2 宠物食品的种类及营养成分1.2.1 宠物食品的一般分类1.2.2 宠物食品的其他分类1.2.3 合乎特殊需求的宠物食品1.2.4 宠物食品的营养成分1.3 宠物饲料的介绍1.3.1 宠物饲料的种类1.3.2 宠物狗的饲料1.3.3 观赏鱼的饲料 第二章 中国宠物食品行业的发展环境分析2.1 中国宏观经济环境分析2.1.1 中国GDP分析2.1.2 消费价格指数分析2.1.3 城乡居民收入分析2.1.4 社会消费品零售总额2.1.5 全社会固定资产投资分析2.1.6 进出口总额及增长率分析2.2 中国宠物市场及宠物用品业发展态势分析2.2.1 中国宠物市场的发展现状2.2.2 中国宠物用品市场发展现状2.2.3 中国宠物用品市场发展特点2.2.4 中国另类宠物用品市场蕴藏商机2.3 中国宠物食品行业发展背景概述2.3.1 中国宠物食品市场的发展背景2.3.2 中国宠物观念的转变促进宠物食品市场增

长2.3.3 宠物食品是中国消费品中增长最快的行业之一2.3.4 中国宠物食品随着经济发展走入中高收入家庭 第三章 国外宠物食品市场运营形势分析3.1 世界宠物食品的发展概况分析3.1.1 世界宠物食品行业的发展兴起3.1.2 世界宠物及宠物食品发展现状3.1.3 拉美和东欧宠物食品市场蓬勃兴起3.1.4 亚洲宠物食品市场正在高速发展3.2 美国3.2.1 美国宠物食品市场的发展概况3.2.2 美国宠物食品的发展动态3.2.3 功能性美国宠物食品受全球消费者喜爱3.2.4 美国高品质宠物食品在法国备受青睐3.3 其他国家3.3.1 欧盟实施新的进口宠物食品相关法规3.3.2 日本拟定宠物食品安全相关条例草案3.3.3 加拿大宠物食品行业发展概况3.3.4 奥地利和瑞士宠物食品发展概况 第四章 中国宠物食品市场运行态势分析4.1 中国宠物食品行业发展概述4.1.1 中国宠物食品市场概况4.1.2 国内宠物食品企业逐渐发展壮大4.1.3 中国宠物食品市场经济型品牌占主导地位4.1.4 中国宠物食品行业发展的机遇与挑战4.2 中国宠物食品市场竞争状况分析4.2.1 中国宠物食品市场竞争格局4.2.2 中国宠物食品市场竞争日益激烈4.2.3 世界顶级宠物企业抢滩中国宠物食品市场4.2.4 世界宠物食品知名企业在中国具有优势4.3 中国宠物食品市场存在的问题分析4.3.1 中国宠物饲料市场开发的问题4.3.2 中国宠物食品市场混乱4.3.3 中国宠物饲料良莠不齐4.4 中国宠物食品市场的发展策略分析4.4.1 加强对宠物营养和宠物食品添加剂的研究4.4.2 中国应加强国外宠物食品进口的监管4.4.3 中国出口宠物食品的策略浅析4.4.4 中国宠物饲料开发德国市场的策略 第五章 中国宠物食品区域发展及营销概况分析5.1 中国部分区域宠物食品行业的发展形势分析5.1.1 宁波宠物食品出口贸易分析5.1.2 聊城市宠物食品进出口形势分析5.1.3 温州宠物食品产业逐渐成为朝阳产业5.1.4 成都宠物食品企业推出高端专业犬粮5.2 中国宠物食品的销售渠道分析5.2.1 专业渠道目前国内的专业渠道主要包括：花鸟鱼虫市场、宠物养殖场、宠物用品店、宠物美容店、宠物医院等。作为宠物食品主要的销售渠道，这几大块市场成为各个厂家的必争之地。但目前高端市场主要被国外品牌占领，国内品牌主要占据着中低端市场且各厂家之间竞争相当激烈。也许这种市场现状对于国内厂家来说前景比较乐观(因为国内厂家有廉价的劳动力、成本相对低廉的原料及物流成本低等优势)，但由于该行业内从业者综合素质参差不齐，影响了市场整体的竞争实力，必然制约众企业在该渠道的发展，因而要真正做好内外市场，应从以下几个步骤实施：1、引进专业的销售人才，专业的人才能做到专业的水平；2、树立信誉，初步建设覆盖全国的专业渠道，进而细化各区渠道，采取步步为营的策略；3、注重自身品牌在该渠道的推广(齐全而有效的市场工具)，扩大影响力，走市场差异化路线，发挥自身优势，向中高端市场进军。5.2.2 农贸渠道农贸渠道主要包括菜市场、干杂店、粮油店及一些小型超市等。宠物食品在该渠道的流通量仅次于专业渠道，其需求主要以猫粮、狗粮系列产品为主。目前该渠道国外品牌与国内品牌平分天下，例如国外品牌猫粮伟嘉、狗粮宝路，国内品牌珍宝、好主人、爱贝、艾尔等。做好该渠道需要密集开发，充分利用代理商的优势，发挥其能动性。前期厂家需要大力度辅助代理商，后期逐步减少

人员投入，依靠代理商对市场进行维护。因而要注意：1：前期业务人员配备要齐全，从业人员要求具有快消品销售经验、吃苦耐劳，对业务人员的学历可不作太高要求。促销人员也应到位，针对一些大的市场不定期安排促销人员拜访、收集反馈等；2：制定好整体方案、合理的价格体系、促销体系、规范的拜访路线等；3：农贸渠道前期密集开发所需时间应控制在3个月内为最佳，开发该渠道最适宜在第4个月至第7个月之间。

5.2.3 商超渠道 5.2.4 网络渠道 5.3 中国宠物食品营销策略解析 5.3.1 营销特色 5.3.2 产品定位 5.3.3 产品销售渠道 5.3.4 宣传形式 5.3.5 公共关系处理

第六章 2014-2017年中国食品制造行业主要数据监测分析 6.1 2014-2017年中国食品制造行业规模分析 6.1.1 企业数量增长分析 6.1.2 从业人数增长分析 6.1.3 资产规模增长分析 6.2 2014-2017年中国食品制造行业结构分析 6.2.1 企业数量结构分析 6.2.2 销售收入结构分析 6.3 2014-2017年中国食品制造行业产值分析 6.3.1 产成品增长分析 6.3.2 工业销售产值分析 6.3.3 出口交货值分析 6.4 2014-2017年中国食品制造行业成本费用分析 6.4.1 销售成本分析 6.4.2 费用分析 6.5 2014-2017年中国食品制造行业盈利能力分析 6.5.1 主要盈利指标分析 6.5.2 主要盈利能力指标分析

第七章 2014-2017年中国狗食或猫食罐头（23091010）进出口数据监测分析 7.1 2014-2017年中国狗食或猫食罐头进口数据分析 7.1.1 进口数量分析 7.1.2 进口金额分析 7.2 2014-2017年中国狗食或猫食罐头出口数据分析 7.2.1 出口数量分析 7.2.2 出口金额分析 7.3 2014-2017年中国狗食或猫食罐头进出口平均单价分析 7.4 2014-2017年中国狗食或猫食罐头进出口国家及地区分析 7.4.1 进口国家及地区分析 7.4.2 出口国家及地区分析

第八章 2014-2017年中国其它零售包装的狗食或猫食（23091090）进出口数据监测分析 8.1 2014-2017年中国其它零售包装的狗食或猫食进口数据分析 8.1.1 进口数量分析 8.1.2 进口金额分析 8.2 2014-2017年中国其它零售包装的狗食或猫食出口数据分析 8.2.1 出口数量分析 8.2.2 出口金额分析 8.3 2014-2017年中国其它零售包装的狗食或猫食进出口平均单价分析 8.4 2014-2017年中国其它零售包装的狗食或猫食进出口国家及地区分析 8.4.1 进口国家及地区分析 8.4.2 出口国家及地区分析

第九章 2017年中国宠物食品优势企业竞争性数据分析 9.1 爱芬食品(北京)有限公司 9.1.1 企业概况 9.1.2 企业经营情况分析 9.1.3 企业发展战略分析 9.2 丹东仁达食品有限公司 9.2.1 企业概况 9.2.2 企业经营情况分析 9.2.3 企业发展战略分析 9.3 青岛稻进食品有限公司 9.3.1 企业概况 9.3.2 企业经营情况分析 9.3.3 企业发展战略分析 9.4 丹东昌林食品有限公司 9.4.1 企业概况 9.4.2 企业经营情况分析 9.4.3 企业发展战略分析 9.5 北京欧誉宠物食品有限公司 9.5.1 企业概况 9.5.2 企业经营情况分析 9.5.3 企业发展战略分析 9.6 江苏佩蒂食品有限公司 9.6.1 企业概况 9.6.2 企业经营情况分析 9.6.3 企业发展战略分析 9.7 温州佩蒂宠物用品有限公司 9.7.1 企业概况 9.7.2 企业经营情况分析 9.7.3 企业发展战略分析 9.8 平阳县锦华宠物用品有限公司 9.8.1 企业概况 9.8.2 企业经营情况分析 9.8.3 企业发展战略分析 9.9 天津鑫高宠物用品有限公司 9.9.1 企业概况 9.9.2 企业经营情况分析 9.9.3 企业发展战略分析

第十章 2018-2024年中国宠物食品市场的前景趋势分析 10.1 2018-2024年世界宠物食品的发展展望 10.1.1 世界宠物食品

销售额预测分析10.1.2 未来世界宠物食品的发展趋势10.2 2018-2024年中国宠物食品的发展前景及趋势10.2.1 中国宠物食品具有巨大市场潜力10.2.2 中国宠物食品行业的发展趋势10.2.3 处方宠物食品将在中国持续增长10.2.4 2018-2024年中国宠物食品行业预测分析 图表目录：图表

：2014-2017年中国食品制造行业企业数量及增长率分析 单位：个 图表：2014-2017年中国食品制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个 图表：2014-2017年中国食品制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个 图表：2014-2017年中国食品制造企业总资产分析 单位：亿元 图表：2017年中国食品制造行业不同类型企业数量 单位：个 图表：2017年中国食品制造行业不同所有制企业数量 单位：个 图表：2017年中国食品制造行业不同类型销售收入 单位：千元 图表：2017年中国食品制造行业不同所有制销售收入 单位：千元 图表：2014-2017年中国食品制造产成品及增长分析 单位：亿元 图表：2014-2017年中国食品制造工业销售产值分析 单位：亿元 图表：2014-2017年中国食品制造出口交货值分析 单位：亿元 图表：2014-2017年中国食品制造行业销售成本分析 单位：亿元 图表：2014-2017年中国食品制造行业费用分析 单位：亿元 图表：2014-2017年中国食品制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元 图表：2014-2017年中国食品制造行业主要盈利能力指标分析 图表：2014-2017年中国狗食或猫食罐头进口数量分析 图表：2014-2017年中国狗食或猫食罐头进口金额分析 图表：2014-2017年中国狗食或猫食罐头出口数量分析 图表：2014-2017年中国狗食或猫食罐头出口金额分析 图表：2014-2017年中国狗食或猫食罐头进出口平均单价分析 图表：2014-2017年中国狗食或猫食罐头进口国家及地区分析 图表：2014-2017年中国狗食或猫食罐头出口国家及地区分析 图表：2014-2017年中国其它零售包装的狗食或猫食进口数量分析 图表：2014-2017年中国其它零售包装的狗食或猫食进口金额分析 图表：2014-2017年中国其它零售包装的狗食或猫食出口数量分析 图表：2014-2017年中国其它零售包装的狗食或猫食出口金额分析 图表：2014-2017年中国其它零售包装的狗食或猫食进出口平均单价分析 图表：2014-2017年中国其它零售包装的狗食或猫食进口国家及地区分析 图表：2014-2017年中国其它零售包装的狗食或猫食出口国家及地区分析 更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/201805/07-260250.html>