

2018年中国宠物食品行业分析报告- 市场深度分析与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国宠物食品行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/xumuye/340937340937.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

我国宠物食品市场监管逐步走向规范，行业良性发展有利于具备产品质量保障的国内龙头企业。而差异化的产品能够通过精准把握需求，帮助企业突破市场，迅速打开局面。我们认为比较切实可行的两种差异化竞争思路是以宠物零食为突破口或以高端定位为突破口。

一、监管规范利好龙头，质量安全是重中之重

质量安全是食品行业产品的最重要的基础，我国宠物食品市场由于监管力度不足，业内产品鱼龙混杂，不利于产品口碑的建立。但我们明显感觉到相关部门对规范行业监管越发重视，行业秩序良性发展可期。我国很多宠物食品行业以 OEM/ODM 起家，产品通过了世界各国的品质认证和市场准入，在产品质量与食品安全上都有保障。在监管趋严的背景下，高品质的宠物食品有望充分享受市场规范带来的利好。

在监管方面，目前国内仍将宠物食品当作饲料来进行管理。然而宠物作为一种伴侣动物，其本身以及饲主对宠物食品都有着较高的要求。缺乏针对宠物食品各项指标的专业管理法规或行业标准将会对宠物食品的发展产生负面的影响。

针对行业监管不规范的现状，农业部于 2018 年 2 月 12 日发布了关于征求《宠物饲料管理办法》等规范性文件意见的通知，对《宠物饲料管理办法》、《宠物饲料生产许可条件》、《宠物饲料卫生规定》等 6 个规范性文件征求意见。

我们认为这是市场开始走向规范化的良好开端，而监管趋严能够有效规范市场秩序，打击黑心小作坊，减少假冒伪劣产品的出现，特别利好于我国宠物食品行业的龙头企业的发展。

从企业自身层面上来讲，我国很多宠物企业以 OEM/ODM 代工起家，生产的产品销往全球，品质具备质检体系和境外市场准入机制的双重背书。以佩蒂股份为例，公司是国内咬胶类产品龙头，为品谱、沃尔玛、Petmatrix 等多个国际知名企业代工，是沃尔玛的金牌供应商。公司是国家标准《宠物食品-狗咬胶》主持制定单位，产品通过了 ISO9001、ISO2000、GSV、BRC 等国际标准化体系认证和美国、加拿大、欧盟等多个国家和地区的认证。

图表：佩蒂股份拥有多项质量认证

图表来源：公开资料整理

公司内外销产品同线同质，从原料采购到生产制造再到成品检验的每一环节都严把质量关，保证食品安全。

图表：佩蒂股份从采购、制造、检验三个环节严控产品质量

图表来源：公开资料整理

二、以差异化产品占领市场

大众干粮市场中外资品牌的优势促使国内企业转换思路，避开硬碰硬的正面对决，采

取曲线求国的差异化竞争道路，主要的差异化体现在两个方面，一是经营品类的差异化，选择零食、湿粮领域为突破口，二是产品定位的差异化，比如主打高端天然粮。

在宠物主粮占宠物食品消费比重逐年下降的发展趋势下，宠物零食板块逐渐崛起，而中国宠物食品公司在宠物零食板块的强劲竞争力将有望助力中国品牌打破宠物食品市场外资品牌占优的格局。

在宠物食品的细分品类中，宠物主食长期占据着最大的市场份额。但就近 10 年的发展趋势来看，宠物主食占比下降明显，已经从 2005 年的 73.12% 下降到 2015 年的 57.24%，宠物零食与宠物保健品的占比逐渐上升。

图表：宠物零食在宠物食品消费结构中占比逐渐上升

图表来源：公开资料整理

图表：超过半数的宠物主将宠物当作孩子对待

图表来源：公开资料整理

随着宠物的高度人格化，人们对宠物生活质量的关注度提高，只喂食主粮将不能满足宠物主对宠物生活质量提高的殷切希望。我们认为，宠物零食以及保健品在宠物食品消费中所占的比重将继续上升，未来宠物零食和保健品有较大的增长潜力。从供给端来看，国内经营宠物食品的公司集中布局宠物零食板块，特别是实现上市和新三板挂牌的宠物食品企业主营业务全部为宠物零食。从需求端来看，2016 年犬用零食在淘宝、天猫销售额前 7 位中国内品牌占据了 5 席，说明国产宠物零食从质量、价格方面都得到了消费者的认可，具有较强的市场竞争力。

图表：上市、新三板挂牌的宠物食品公司主营均为宠物零食

图表来源：公开资料整理

图表：2016 年国产品牌犬用零食在淘宝、天猫销售额领先（百万元）

图表来源：公开资料整理

中宠股份和佩蒂股份都是品类经营差异化的例子，两个公司都立足宠物零食产品，在各自的优势领域不断创新原料、精进技术，保持各自产品蓬勃的生命力。在零食产品取得了一定市场认可后，公司业务逐步拓展至其他品类。而比瑞吉和疯狂的小狗则是产品定位的差异化典型例子。比瑞吉聚焦高端天然粮，以满足消费升级带来的高端需求；而疯狂的小狗紧抓养宠新人，依靠平价的定位和高性价比优势，凸显竞争优势。

三、外延并购推动行业整合，加速公司成长

随着宠物市场与资本市场的链接越发紧密，一方面传统宠物食品企业登陆 A 股、美股后，融资能力显著增强，开始探索外延并购的加速成长之路，另一方面新希望为首的大型农牧企业具备雄厚的资金实力，也通过并购的模式迅速介入宠物行业。

近几年宠物行业创投公司涌现，我们认为宠物食品企业在现阶段应该以横向并购为主，通过并购生产产能和品牌来扩充公司产品线，提升市占率。同时可以以投资和参股的模式

向下游延伸，与专业平台、垂直电商深度合作。

佩蒂股份在新西兰设厂，计划以新西兰天然原料为卖点，推广高端主粮和零食产品。公司于2017年12月发布公告拟收购新西兰企业BOP Industries Limited，BOP子公司Alpine Export NZ Limited在新西兰从事宠物食品业务。公司通过收购当地宠物食品公司，进一步整合了新西兰的产品和渠道。

新希望于2017年11月斥资50亿元完成了对澳洲真诚爱宠公司的收购，澳洲真诚爱宠公司是澳洲本土最大的宠物食品企业。此次收购完成后，新希望实现了从产品生产、垂直门户和品牌运营的全产业链布局。

观研天下发布的《2018年中国宠物食品行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国宠物食品行业发展概述

第一节 宠物食品行业发展情况概述

一、宠物食品行业相关定义

二、宠物食品行业基本情况介绍

三、宠物食品行业发展特点分析

第二节 中国宠物食品行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、宠物食品行业产业链条分析

三、中国宠物食品行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国宠物食品行业生命周期分析

一、宠物食品行业生命周期理论概述

二、宠物食品行业所属的生命周期分析

第四节 宠物食品行业经济指标分析

一、宠物食品行业的赢利性分析

二、宠物食品行业的经济周期分析

三、宠物食品行业附加值的提升空间分析

第五节 国内宠物食品行业进入壁垒分析

一、宠物食品行业资金壁垒分析

二、宠物食品行业技术壁垒分析

三、宠物食品行业人才壁垒分析

四、宠物食品行业品牌壁垒分析

五、宠物食品行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球宠物食品行业市场发展现状分析

第一节 全球宠物食品行业发展历程回顾

第二节 全球宠物食品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲宠物食品行业地区市场分析

一、亚洲宠物食品行业市场现状分析

二、亚洲宠物食品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲宠物食品行业市场前景分析

第四节 北美宠物食品行业地区市场分析

一、北美宠物食品行业市场现状分析

二、北美宠物食品行业市场规模与市场需求分析

三、北美宠物食品行业市场前景分析

第五节 欧盟宠物食品行业地区市场分析

一、欧盟宠物食品行业市场现状分析

二、欧盟宠物食品行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟宠物食品行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界宠物食品行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球宠物食品行业市场规模预测

第三章 中国宠物食品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品宠物食品总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国宠物食品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国宠物食品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国宠物食品行业运行情况

第一节 中国宠物食品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国宠物食品行业市场规模分析

第三节 中国宠物食品行业供应情况分析

第四节 中国宠物食品行业需求情况分析

第五节 中国宠物食品行业供需平衡分析

第六节 中国宠物食品行业发展趋势分析

第五章 中国宠物食品所属行业运行数据监测

第一节 中国宠物食品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国宠物食品所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国宠物食品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国宠物食品市场格局分析

第一节 中国宠物食品行业竞争现状分析

一、中国宠物食品行业竞争情况分析

二、中国宠物食品行业主要品牌分析

第二节 中国宠物食品行业集中度分析

一、中国宠物食品行业市场集中度分析

二、中国宠物食品行业企业集中度分析

第三节 中国宠物食品行业存在的问题

第四节 中国宠物食品行业解决问题的策略分析

第五节 中国宠物食品行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国宠物食品行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国宠物食品行业消费特点

第二节 中国宠物食品行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 宠物食品行业成本分析

第四节 宠物食品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国宠物食品行业价格现状分析

第六节 中国宠物食品行业平均价格走势预测

一、中国宠物食品行业价格影响因素

二、中国宠物食品行业平均价格走势预测

三、中国宠物食品行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国宠物食品行业区域市场现状分析

第一节 中国宠物食品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地宠物食品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区宠物食品市场规模分析

四、华东地区宠物食品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区宠物食品市场规模分析

四、华中地区宠物食品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区宠物食品市场规模分析

第九章 2016-2018年中国宠物食品行业竞争情况

第一节 中国宠物食品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国宠物食品行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国宠物食品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 宠物食品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国宠物食品行业发展前景分析与预测

第一节 中国宠物食品行业未来发展前景分析

一、宠物食品行业国内投资环境分析

二、中国宠物食品行业市场机会分析

三、中国宠物食品行业投资增速预测

第二节中国宠物食品行业未来发展趋势预测

第三节中国宠物食品行业市场发展预测

一、中国宠物食品行业市场规模预测

二、中国宠物食品行业市场规模增速预测

三、中国宠物食品行业产值规模预测

四、中国宠物食品行业产值增速预测

五、中国宠物食品行业供需情况预测

第四节中国宠物食品行业盈利走势预测

一、中国宠物食品行业毛利润同比增速预测

二、中国宠物食品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国宠物食品行业投资风险与营销分析

第一节 宠物食品行业投资风险分析

一、宠物食品行业政策风险分析

二、宠物食品行业技术风险分析

三、宠物食品行业竞争风险分析

四、宠物食品行业其他风险分析

第二节 宠物食品行业企业经营发展分析及建议

一、宠物食品行业经营模式

二、宠物食品行业销售模式

三、宠物食品行业创新方向

第三节 宠物食品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国宠物食品行业发展策略及投资建议

第一节 中国宠物食品行业品牌战略分析

一、宠物食品企业品牌的重要性

二、宠物食品企业实施品牌战略的意义

三、宠物食品企业品牌的现状分析

四、宠物食品企业的品牌战略

五、宠物食品品牌战略管理的策略

第二节中国宠物食品行业市场重点客户战略实施

- 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
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国宠物食品行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国宠物食品行业发展策略及投资建议

第一节中国宠物食品行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国宠物食品行业定价策略分析

第三节中国宠物食品行业营销渠道策略

- 一、宠物食品行业渠道选择策略
- 二、宠物食品行业营销策略

第四节中国宠物食品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国宠物食品行业重点投资区域分析
- 二、中国宠物食品行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xumuye/340937340937.html>