

# 2021年中国宠物食品行业分析报告- 产业规模现状与发展前景评估

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国宠物食品行业分析报告-产业规模现状与发展前景评估》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/535951535951.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

宠物食品，是介于人类食品与传统畜禽饲料之间的高档动物食品，宠物食品，是介于人类食品与传统畜禽饲料之间的高档动物食品，根据功能，宠物食品主要包括宠物主食、宠物零食和宠物营养品。

### 宠物食品分类

#### 类别

#### 概况

#### 宠物主食

主要指犬猫粮，提供宠物日常所需要的能量和营养，其中根据产品形态又分为干粮和湿粮两大类。干粮属于膨化加工食品，能够全面均衡营养，具有使用方便、储存期长的特点；湿粮属于蒸煮热化食品，具有营养成分全，适口性好，消化吸收能力好的特点，缺点是储存性差

#### 宠物零食

主要指用于调节宠物口味和吸引宠物注意力的食品，适口性很强。宠物零食一般包括肉条、肉干、咬胶、洁齿骨等。这些食品不具备提供全面营养的功能，但是可以加强宠物与主人的互动，通过喂零食训练宠物做一些基本动作，是加强人宠关系的一种不错的手段

#### 宠物营养品

指宠物主食之外的食品添加剂，为宠物定向补充某一方面的营养，包括钙、维生素、蛋白等，也有综合性补充全面营养的产品，宠物营养品不具备药品的功能，但是对于改善宠物的体质，美毛养肤都有非常好的效果资料来源：公开资料

主食消费需求较为刚性，因此在整个宠物食品消费结构中占据主体地位，2020年其食品消费占比为65.6%，此外，主食和零食占食品消费支出的占比均较2019年有所提高。

### 2019-2020年我国宠物食品消费结构变化

数据来源：公开资料

从市场规模来看，2010-2020年，中国宠物食品消费额逐年上升，增速呈波动趋势。2016年后，宠物数量增速放缓，宠物食品行业增速逐年下降，但仍然保持在23%以上，中国宠物食品行业步入稳步发展时期。2020年中国宠物食品行业规模约440.5亿元，同比增长23.8%。

### 2010-2020年我国宠物食品行业消费规模 数据来源：公开资料

#### 一、供应商的议价能力

宠物食品是以猪皮、牛皮、鸡肉、鸭肉等为主要原材料，上游行业主要为畜牧业。我国是一个农业大国，畜牧业从业人员众多，牲畜养殖品种资源丰富，加工厂商较多，市场供应充足，但农产品价格的波动对该行业的业绩有一定的影响，因此，总体而言供应商的议价能力中等。

#### 二、购买者的议价能力

处于自身利益的考虑，购买商有可能要求降低购买价格，要求高质的产品和更多的优质服务，如果购买商集中程度高，那么在采用团购等方式提高自己的主动权，讨价还价能力大幅提高。其次，宠物食品的成本转换成本不高，购买商在选择时可以以较低的成本转换品牌，因此，购买商讨价还价能力较强。

2016-2020年我国单只宠物年均食品消费金额 数据来源：公开资料

### 三、新进入者的威胁

由于目前尚缺少明确的宠物食品生产标准，宠物食品的生产，尤其是宠物零食的生产不存在明显的规模效益或投资障碍，我国的宠物食品行业进入门槛较低。

宠物食品行业主要壁垒

壁垒

特征

产品质量和研发能力壁垒

一方面，随着居民生活水平和宠物家庭地位的提高，以及动物保护主义思潮的兴起，人们对宠物食品的质量越来越重视，在美国、欧洲和日本等宠物食品行业相对成熟的国家或地区，均制定了严格的宠物食品生产标准，保证宠物的食用安全；另一方面，宠物食品的种类日益丰富，除了满足食用需求的传统宠物主粮外，还衍生出了满足宠物靓丽毛发、洁齿健齿、强健骨骼、提高免疫力等不同健康保健需求的宠物零食，且该种需求随着宠物主人对宠物食品营养认知度的提升而显著增加，因而，宠物食品企业必须确保稳定良好的产品质量，并紧随市场趋势适时研发出迎合市场需求的宠物食品，才能在快速发展的市场环境中抓住机遇、持续发展

销售渠道壁垒

从美国、欧洲和日本等发达国家的市场环境看，宠物食品行业经过多年的发展已相对成熟，少数大品牌企业占据了大部分市场份额，控制了主要的销售渠道，要想进入现有的市场体系难度较大，企业除了要通过多项认证等硬性条件外，还要通过长时间的交易往来，使产品品质和公司信誉获得合作厂商、当地消费者的认可；从国内的市场环境看，宠物食品行业发展时间较短、增长较快，业内企业数量不断增加而资质参差不齐，公司需要仔细甄别并选择具有良好商业信誉的经销商进行合作，才能保证公司的产品销售顺畅并树立良好的品牌形象。因而，无论是从国际还是从国内市场环境来看，能否拥有优质稳定的销售渠道都是企业具备持续竞争优势的关键

品牌壁垒

宠物行业诞生与发展的经济、文化与社会心理的背景已经决定了宠物相关产品的消费带有明显的奢侈品消费倾向，也决定了宠物主人在选购宠物食品等宠物消费品时对产品品牌格外重视。这其中，除了产品本身的质量情况外，消费习惯、品牌产品所带来的精神上的满足感亦是重要的考虑因素。国际上一些大的宠物食品企业，通过多年的经营积累已经建立了牢固的品牌优势，取得了较高的市场认知度。而塑造一个知名品牌，既要投入较高的广告费用，也

需要长时间的市场培育和积累，新进企业在短时间内与具有品牌优势的企业竞争将处于不利地位

#### 市场准入壁垒

出于国际贸易管理和保证宠物食品安全性的需要，欧美等发达国家一方面对宠物食品进口厂商提出了注册要求，一般非经注册不能成为境外宠物食品供应商向其销售产品；另一方面，以法律法规的形式对进口宠物食品进行了严格的产品质量标准要求，只有符合当地产品质量标准并且通过检验之后，产品才能出口到当地进行销售。除此之外，为对合作伙伴的质量管理、生产能力、员工待遇及公司信誉等综合素质进行考察，很多境外客户也会对国内宠物食品出口商提出官方规定之外的其他认证要求，只有取得了其所指定的认证之后才能开展正常的贸易往来资料来源：公开资料

#### 四、替代品的威胁

宠物食品是一种专业产品，随着人民生活水平的提高，家庭规模的缩小，饲养宠物的用户越来越多，同时由于生活节奏加快，越来越多的宠物饲养主有经济实力也愿意为宠物购买宠物食品，因此，在较长远的时间替代品的威胁不大，替代竞争主要来自同类产品之间的替换。

#### 五、同业竞争者的竞争程度

随着国内饲养宠物的用户规模增多，让一些企业看到商机，因此进入该行业的相关企业也逐年增长，2020年我国宠物食品相关企业注册量达21.71万家，同比增长231%。

2011-2020年我国宠物食品相关企业注册量

数据来源：天眼查

当前我国宠物食品行业集中度仍相对较低，CR10仅达到31.1%，而玛氏占据龙头地位，市场份额占比为11.4%，但尚未形成垄断格局，行业内的其他公司均有机会进行追赶。

2019年我国宠物食品行业品牌市场份额

数据来源：公开资料

随着我国经济的快速发展，二、三线城市养宠人群数量有望随着经济基础的改善而进一步扩大，国产宠食品牌将受益于养宠群体的下沉，市场份额持续提升。

不同城市线宠物主对宠物干粮品牌偏好情况 数据来源：公开资料（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国宠物食品行业分析报告-产业规模现状与发展前景评估》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。

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家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 2017-2020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
- 四、宠物食品行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、宠物食品行业需求主体分析

#### 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、产业链运行机制
  - 1、沟通协调机制
  - 2、风险分配机制
  - 3、竞争协调机制
- 四、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 中国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 2017-2020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 欧洲宠物食品行业地区市场分析

#### 一、欧洲宠物食品行业市场现状分析

#### 二、欧洲宠物食品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲宠物食品行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界宠物食品行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026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 我国宠物食品行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

### 第六节 中国宠物食品行业供需平衡分析

### 第七节 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 2017-2020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影响因素分析

#### 二、中国宠物食品行业市场集中度分析

### 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 中国宠物食品行业钻石模型分析

#### 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 2017-2020年中国宠物食品行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国宠物食品行业消费市场动态情况

### 第二节 中国宠物食品行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

### 三、品牌偏好

### 四、其他偏好

#### 第三节 宠物食品行业成本结构分析

#### 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 2017-2020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 中国华东地区宠物食品市场分析

##### 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

##### 四、华南地区宠物食品市场规模预测

### 第九章 2017-2020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SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

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

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

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
- 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
- 四、公司优劣势分析

### 第十一章 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026年中国宠物食品行业发展战略及规划建议

### 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

### 第四节 宠物食品行业竞争力提升策略

一、宠物食品行业产品差异性策略

二、宠物食品行业个性化服务策略

三、宠物食品行业的促销宣传策略

四、宠物食品行业信息智能化策略

五、宠物食品行业品牌化建设策略

六、宠物食品行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026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

第三节 中国宠物食品行业价格策略

第四节 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 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xumuye/535951535951.html>