

2021年中国宠物食品行业分析报告- 行业运营态势与未来动向研究

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《2021年中国宠物食品行业分析报告-行业运营态势与未来动向研究》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/shipin/547235547235.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

中国老龄化程度逐渐加深，老年人对于宠物的需求越来越高。2020年我国60岁及以上人口为25338万人，占总人口的17.95%。预计在2050年我国60岁及以上老年人口数量将达4.83亿人，中国也将成为超老年型国家。并且随着计划生育效果的不显现，未来10-15年我国将会是二老一小的局面，缺乏子女的陪伴，老年人的陪伴需求不断将会大大提升，宠物将会是代替子女的重要角色，可以预见未来老年人对于宠物陪伴的需求将会越来越高，宠物数量将快速上升。

中国老年人口数量预测

数据来源：观研天下数据中心整理

国内养宠数量持续增长。中国宠物行业起步于上世纪90年代，受益于养宠质量、互动媒介以及个人消费升级等因素的影响，目前处于快速发展阶段。90后成为养宠主力军。随着单身率的上升，90后已经成为宠物消费的主力军，其中95后已经占到宠物消费人群的35.6%，作为受到高等教育和新观念影响较大的人群，90后更加注重宠物的养育，关注人与宠物之间的亲密关系，这将极大推动养宠质量的上升，对宠物食品的质量和多样化有更高的要求。

2020年中国养宠物人群年龄结构

数据来源：观研天下数据中心整理

得益于我国宠物行业与宠物经济的快速发展，我国宠物食品行业的市场潜力也得到了快速的释放。2016-2020期间我国宠物食品行业市场规模逐年提升，至2020年市场规模达到689亿元。

2016-2020年中国宠物食品行业市场规模

数据来源：观研天下数据中心整理

宠物食品行业分类众多，根据吃食优先级可分为干粮/湿粮/零食，预计国内目前干粮/湿粮/零食结构约为3:1:1左右。干粮市场最大且毛利率最高，但竞争亦最为激烈，众多国际知名品牌均以干粮产品为主。湿粮市场仍处于快速发展阶段，毛利率次之。零食市场竞争激烈，毛利率最低，且由于细分品类极多、单一品牌天花板较低。受互动媒介影响，养宠成为新潮流。短视频与宠物内容的结合，将养宠变成社会新潮流，使养宠新观念在消费主力中更加普及，不仅带动养宠人数的增加，而且在网红效应的影响下，宠物消费结构也在不断优化，消费群体逐渐增加高端宠物及相关产品的消费，同时而刺激宠主或潜在宠主在宠物食品上的消费。在需求端，宠主消费升级推动产品优化。养宠质量的上升和行业规范化推动

宠物消费的升级，带动消费人群对高端产品的消费，可以看到，不论是猫粮或狗粮，高端产品增速明显快于经济型和中档产品。在供给端，国家政策严厉提高产品质量。农业部于2018年5月发布农业农村部公告第20号，中国对国外宠物进口的国家政策严厉，达标品牌不多，既为国内本土品牌的生长提供一定空间，也进一步规范了企业行为，提高了产品质量。

我国宠物食品行业存在的问题：近年来，我国宠物食品企业从原料选择、研发生产到品质控制，都越来越接近国际化标准，而且在外观和人性化设计等方面，也不比国外名品逊色。但是我国本土的宠物食品企业在很多方面还是差强人意。（一）宠物食品行业没有统一的行业标准。我国宠物用品行业起步较晚，虽然国内的宠物用品市场发展迅速，但对应的行业协会发展却相对滞后。宠物食品仍然是作为饲料在进行管理，也没有制定相关的行业标准，这就导致很多厂家的产品在质量和性能上差异较大，从而影响了整个行业的健康发展。

（二）宠物食品市场品牌建设滞后。目前，我国销售的宠物食品主要是国外品牌，国内的知名品牌寥寥可数。造成这种现象一方面是由于中国宠物食品企业规模较小、产品较单一，与国外著名宠物食品企业相比，还处在萌芽阶段，品牌建设投入有限；另一方面是由于外销利润丰厚，使很多企业不愿意花更多的时间和精力在国内市场的开发上。（三）缺少相关的政策法规，行业管理滞后。首先，从我国目前的情况来看，市场的无序竞争、法制观念的淡薄和管理的不规范，严重地制约了我国宠物食品行业的健康发展；其次，非法养殖和非法交易的大量存在和集贸市场式的交易模式，长期没有得到解决，冲击了正常的市场秩序，间接影响到了国家对整个宠物行业的宏观调控能力。这种情况如果继续长期存在，将严重影响到我国宠物经济的发展。

（四）缺乏相应的专业人才。相关从业人员的素质低下不仅影响着我国宠物食品行业的生产、流通和服务水平，也影响着健康宠物文化的传播和全社会对宠物行业的认知水平，从而直接影响了宠物消费群体的成长。不仅如此，专业人才的缺乏，更是严重影响了我国宠物产业在国际上的地位和声誉。

我国宠物食品行业发展建议：宠物食品市场是各类宠物用品市场中竞争最激烈的市场，而我国巨大的宠物食品市场潜力更是吸引了众多的世界宠物食品企业的争夺。为了在激烈的竞争中，使我国宠物食品行业可以顺利找到自己的目标市场，赢得市场份额，建议采取以下措施：（一）制定并完善宠物食品行业标准及管理规范。我国目前还没有一部比较系统、完善的关于宠物食品行业方面的法律法规，而其发展过程中存在着的一些重要问题，急需通过制定宠物饲养环境治理、宠物交易市场管理和宠物服务行业管理等方面的条例来解决。

只有制定、完善了宠物食品行业的生产标准，才能进一步规范我国的宠物食品行业，从而使我国的宠物产业管理有章可循。（二）满足消费者的期望。宠物主人们对宠物食品都有着不同的期待，如宠物食品要安全，或者是要有充足的营养等，满足消费者的这些期望至关重要。在众多期望中，“健康”是很多消费者认为最重要的，对那些花费高额的消费者来说尤其如此；而另一些宠物主人则主要关注宠物食品的经济实用性，同时对宠物食品的适口性和消化性等方面也有一定的要求。（三）保证宠物食品质量，控制源头产品质量。动物性食品的原料必须经兽医部门批准并符合“适合人类消费”的标准。宠物食品生产商首先要

保证原料的优质性，虽然宠物食品的未来发展趋势难以预料，但是优质、安全和营养仍是关注的主题。时至今日，人们对功能性宠物食品仍有争议，虽然新的功能性的宠物食品不断推出，但很多消费者仍然不太愿意使用含有功能性添加剂的宠物食品饲喂宠物，主要原因就是担忧食品添加剂会影响宠物的健康。

（四）改进产品包装，优化运输流程。我国的宠物食品产业应综合考虑产品包装的设计规格，既要装载方便，又能提高辐照效率。内包装材料的选择不仅要满足拉伸强度和密封性能要求，还要考虑可以腾出的空间和可以节省的时间。实践证明，采用电子监控，实时查询各周转环节的存货状况是减少货物积压、及时装柜出运、补充缺货产品、缩短交货周期的有效办法。

（五）健全宠物食品出口标准，完善辐照质量标准体系。根据宠物食品发展新需求的变化，尽快制定宠物食品在生产、销售、出口方面的标准和法规，以规范企业行为。要制定切实可行的个性化辐照工艺标准，从而改善宠物食品的仓储条件，规范产品管理。在对宠物食品进行仓储时应满足以下基本条件：足够的产品存储和周转空间；未辐照产品、已辐照产品和不合格产品要进行隔离分区；通风良好；光线柔和明亮；防潮防湿。

（六）加强品牌营销，打造知名品牌。我国的宠物食品品牌与国际强势品牌相比，尽管已经进行了合理的品牌定位与有效的品牌传播，但品牌的建立仍然需要一个过程。而且国内企业同时面临着生存与跨越式发展两个方面的压力，因此在资源与经验都有限的前提下，我国宠物食品企业在销售策略方面一定要有侧重点。目前的重点就是抢渠道，通过渠道的完善来推动销量，用渠道的优势弥补品牌不足的劣势，从而为品牌的形成奠定规模基础。国内公司可采取“农村包围城市”战略，大部分现代渠道由于国际品牌比较强势，国内品牌可有重点的选择进入，不必进行过大的投入。而在传统渠道以及二三线城市，由于现在宠物食品市场的大部分区域几乎为空白，加之成本较低，所以应快速完成渠道及终端布点工作以抢占市场。（lyz）

观研报告网发布的《2021年中国宠物食品行业分析报告-行业运营态势与未来动向研究》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。

行业报告是业内企业、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。【目录大纲】第一章2017-2021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2017-2021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、全社会消费品零售总额五、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1、行业技术发展现状2、行业技术专利情况3、技术发展趋势分析三、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 我国宠物食品行业进出口形势分析1、进口形势分析2、出口形势分析3、进出口价格对比分析第六节、我国宠物食品行业细分市场分析1、细分市场一2、细分市场二3、其它细分市场第七节 中国宠物食品行业供需平衡分析第八节 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2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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的关键客户战略实施一、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 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报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/547235547235.html>