

2010-2015年中国宠物食品 市场调研及行业发展分析研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2015年中国宠物食品市场调研及行业发展分析研究报告》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/201002/34607.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

▬内容简介

2000年宠物行业进入国内市场，很快便风靡全国，随着进几年的发展，爱宠者也以每年超过数百万甚至千万的递增，宠物也已经不是人们的一个玩物，而是成为家庭的一员，越来越多的人愿意为宠物消费。虽然金融危机影响空前，但宠物经济依然节节攀升，2008年宠物市场的消费量比2007年同期增幅超过40%，保守估算，我国目前至少有宠物2亿只，宠物商机大得惊人。“宠物热”如此兴旺，有饲养宠物而派生出来的“宠物经济”自然十分兴旺，“饲养宠物赚钱”和“为宠物服务——赚宠物的钱”这两部分成为了宠物经济庞大的产业链。在宠物经济这块儿大蛋糕的管分远未尘埃落定的今天，涉及到宠物的方方面面，都会成为新的创业“淘金地”孕育着蓬勃的商机，可谓“前景诱人”。在中国，越来越多的潜在因素正在促进国内宠物行业的发展，各地的宠物热一直持续不减，北京、上海、广州、重庆、武汉已经并列为全国五大宠物城市。以上海为例，据不完全统计，养宠物的上海人基本上每个月花在爱猫宠犬身上的费用为300元，仅每年的养犬费用就高达6亿元。

中国的猫粮、狗粮市场现在主要由国外的三大宠物食品巨头所占据，美国玛氏；雀巢普瑞纳；欧普宠物食品。近年来随着雀巢普瑞纳的进入，玛氏公司在宠物医院、宠物店专业渠道的市场份额受到了很大程度的影响，但玛氏强势的卖场超市渠道却依然让宝路伟嘉保持强劲的增长，不过雀巢普瑞纳在侵蚀玛氏专业渠道的同时，卖场超市渠道也紧随玛氏，并用很短的时间取得了骄人的业绩，欧普则不惜代价，更注重于长期的品牌建设，使得法国皇家这一品牌永远给宠物主人们一种最专业的感觉，一款法国皇家A3的单品成为了狗粮中业绩增长最快的单品。这三家外资公司占据了目前中国宠物食品市场的大部分市场份额。除了三家国外宠物食品企业，也有了很多满足高端消费者的国外纯进口品牌，美国宝洁的爱慕斯、优卡，高露洁公司的希尔斯，还有雪山、自然力量、凌采等国外知名品牌，当然也有中国贸易商引入来自巴西、澳大利亚等农业大国的品牌。在目前的中国市场环境，宠物食品和用品零售行业仍然处于新兴阶段。据不完全统计，中国目前的宠物犬、猫等各类宠物总量在2亿只以上，到2015年，该数字将达到5亿。2008年，宠物产业的年产值约为200亿元人民币，年增长速度超过30%，约占世界60%的份额，这份成绩单主要都得益于中国宠物用品行业产业链条的齐备。预计到2010年，宠物产业的年产值将达到400亿元人民币。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、中国食品工业协会、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息以及宠物食品专业研究单位等公布和提供的大量资

料。对我国宠物食品的行业现状、市场各类经营指标的发展变化、关联产业的发展状况、重点区域市场状况、消费者策略、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对2009年市场发展动向作了详尽深入的分析，并根据宠物食品行业的发展轨迹及多年的实践经验对宠物食品未来的发展趋势作了审慎的判断，为宠物食品产业投资者寻找新的投资亮点。最后阐明宠物食品行业的投资空间，指明投资方向，提出研究者的战略创新建议，以供投资决策者参考。报告还揭示了2009年宠物食品流行趋势，并深入研究了宠物食品行业优势企业的发展、经营状况，是宠物食品生产企业、科研单位、销售企业准确了解宠物食品行业发展动态，把握市场机会，作正确的企业定位和明确企业发展方向不可多得的精品。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 宠物食品行业发展概述 1

第一节 宠物食品的定义及分类 1

一、宠物食品的定义 1

二、宠物食品的分类 1

三、宠物食品的特性 2

第二节 宠物食品产业链分析 3

一、市场特点 3

二、行业经济特性 3

三、产业链结构分析 4

第三节 宠物食品行业发展成熟度分析 5

一、行业发展周期分析 5

二、行业中外市场成熟度对比 5

三、行业及其主要子行业成熟度分析 5

第二章 全球宠物食品市场发展分析 7

第一节 2008年全球宠物食品市场分析 7

一、2008年全球宠物食品市场回顾 7

二、2008年全球宠物食品销售分析 7

三、2008年全球宠物食品市场规模 7

第二节 2009年全球宠物食品市场分析 10

一、2009年全球宠物食品需求分析	10
二、2009年全球宠物食品市场规模	11
三、2009年全球宠物食品品牌分析	12
第三节 主要国家地区宠物食品市场分析	12
一、2008-2009年美国宠物食品市场分析	12
二、2008-2009年欧洲宠物食品市场分析	17
三、2008-2009年南美和亚洲宠物食品市场分析	20
四、2008-2009年其他国家宠物食品市场	20
第三章 我国宠物食品行业发展现状	31
第一节 宠物食品行业现状分析	31
一、中国宠物食品市场现状分析	31
二、外资宠物食品公司情况	33
三、内资宠物食品公司情况	38
第二节 我国宠物食品行业发展现状	43
一、宠物食品行业消费市场现状	43
二、宠物食品市场消费层次分析	44
三、我国宠物食品市场走向分析	45
第三节 2008-2009年宠物食品行业发展情况分析	46
一、2008年宠物食品行业发展特点分析	46
二、2009年宠物食品行业发展情况分析	46
三、2008-2009年宠物食品行业发展现状分析	47
四、2008-2009年宠物食品行业利润情况分析	49
五、2008-2009年宠物食品行业发展周期分析	49
第四章 我国宠物食品市场发展研究	51
第一节 国内宠物食品市场发展形势	51
一、国内宠物食品市场发展背景	51
二、市场营销渠道及竞争形势	51
三、国内宠物食品市场发展形势	52
第二节 2009年宠物食品市场发展研究	53
一、宠物食品市场概述	53
二、全球宠物食品市场研究	53
三、中国宠物食品市场研究	54

第五章 我国宠物食品市场调查分析	55
第一节 2009年我国宠物食品市场调查分析	55
一、我国宠物食品市场销售渠道	55
二、我国宠物食品市场地域分布	55
三、我国宠物食品市场发展策略	56
第二节 2009年中国宠物食品市场品牌结构	56
一、国外宠物食品品牌分析	56
二、国内宠物食品品牌分析	57
三、宠物食品品牌发展策略	58
第三节 2008年上海宠物食品市场调查分析	59
一、样品采集	59
二、湿化分析结果	61
三、调查结果分析	61
四、产品开发建议	65
第六章 我国宠物食品市场调查与思考	67
第一节 宠物食品市场调查分析	67
一、我国宠物产业现状	67
二、宠物食品消费现状调查	68
三、选择宠物食品品牌的情况	68
四、选择宠物食品的要求	69
第二节 样品采集及分析	69
一、样品采集	69
二、实验方法	69
三、测定结果	71
四、结果分析	71
第三节 调查结果分析	72
第七章 我国宠物食品行业经济运行分析	74
第一节 2008-2009年我宠物食品行业的产销分析	74
一、2008年我国宠物食品行业产销量分析	74
二、2009年宠物食品行业的产销量分析	75
第二节 2008-2010年宠物食品市场进出口贸易分析	80
一、2008-2009年宠物食品市场进出口情况	80

二、2010-2012年宠物食品市场进出口预测	82
第三节 2008-2009年中国宠物食品行业运行环境分析	83
一、中国宠物数量	83
二、中国居民消费观念	83
三、2009年十大宠物食品	84
四、品牌关注度格局	90
五、2009年五大重点城市宠物食品市场发展情况	92
第八章 中国宠物食品市场发展状况分析	93
第一节 中国宠物食品行业概述	93
一、国内宠物食品企业发展状况	93
二、中国宠物食品市场品牌趋势	93
三、世界宠物企业与中国宠物食品市场	94
四、中国宠物食品市场竞争形势	94
第二节 中国宠物食品行业发展的机遇与挑战	95
一、世界宠物食品知名企业的发展机遇	95
二、中国宠物食品市场整体规模	95
三、国内行业品牌效应	96
第九章 中国宠物食品行业消费市场分析	97
第一节 中国宠物食品消费者收入分析	97
一、中国人口、人民生活分析	97
二、2008-2009年消费者收入水平	105
三、2009年消费者信心指数分析	106
第二节 宠物食品行业产品目标客户群体调查	109
一、青年消费者购买动机的特点	109
二、老年消费者购买动机的特点	110
三、男性消费者购买动机的特点	111
四、女性消费者购买动机的特点	112
第三节 宠物食品市场消费需求分析	112
一、宠物食品市场的消费需求变化	112
二、宠物食品行业的需求情况分析	113
三、2009年宠物食品品牌市场消费需求分析	113
第四节 宠物食品消费市场状况分析	114

一、宠物食品行业消费特点	114
二、宠物食品消费者分析	114
三、宠物食品消费结构分析	115
四、宠物食品消费的市场变化	116
五、宠物食品市场的消费方向	116
第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析	117
一、价格敏感程度	117
二、品牌的影响	118
三、购买方便的影响	119
四、广告的影响程度	119
五、包装的影响程度	119
第六节 宠物食品行业产品的品牌市场调查	123
一、消费者对行业品牌认知度宏观调查	123
二、消费者对行业品牌的首要认知渠道	125
三、消费者经常购买的品牌调查	126
四、宠物食品行业品牌忠诚度调查	126
五、宠物食品行业品牌市场占有率调查	132
六、消费者的消费理念调研	132
第二部分 行业竞争格局	
第十章 宠物食品行业竞争格局分析	137
第一节 行业竞争结构分析	137
一、现有企业间竞争	137
二、潜在进入者分析	139
第二节 中国宠物食品行业竞争格局综述	146
一、2008年宠物食品行业竞争程度	146
二、2008年宠物食品企业与品牌数量	147
三、2008年宠物食品行业竞争格局分析	149
第三节 2008-2009年宠物食品行业竞争格局分析	150
一、2008-2009年国内外宠物食品竞争分析	150
二、2008-2009年我国宠物食品市场竞争分析	156
第四节 2009年中外宠物食品品牌格局分析	158
一、2009年外资品牌竞争分析	158

二、2009年内资品牌竞争分析	159
三、2009-2012年发展前景及策略	159
第十一章 宠物食品企业竞争策略分析	161
第一节 宠物食品市场竞争策略分析	161
一、2009年宠物食品市场增长潜力分析	161
二、现有宠物食品产品竞争策略分析	161
三、典型企业产品竞争策略分析	162
四、宠物食品行业竞争策略分析	167
第二节 宠物食品企业竞争策略分析	168
一、金融危机对宠物食品行业竞争格局的影响	168
二、金融危机后宠物食品行业竞争格局的变化	169
三、2009-2012年宠物食品行业竞争格局展望	175
四、2009-2012年宠物食品行业竞争策略分析	177
五、2009-2012年宠物食品企业竞争策略分析	177
第十二章 宠物食品行业营销策略分析	180
第一节 中国宠物食品的销售渠道分析	180
一、食品专业店渠道	180
二、农贸渠道	180
三、商超渠道	181
四、网络渠道	181
第二节 宠物食品营销策略解析	182
一、营销特色	182
二、宠物食品的品牌营销	186
第十三章 主要宠物食品品牌竞争分析	190
第一节 好主人宠物食品	190
一、企业概况	190
二、竞争优势分析	190
三、2008-2009年经营状况	191
四、2009-2012年发展战略	191
第二节 诺瑞（中挪合资上海诺瑞宠物用品）	192
一、企业概况	192
二、竞争优势分析	193

第三节 百诺宠物食品（安徽滁州百诺宠物食品公司） 193

一、企业概况 193

二、竞争优势分析 194

第四节 为斯宝宠物食品（深圳市为斯宝宠物有限公司） 194

一、企业概况 194

二、竞争优势分析 194

第五节 艾尔（中德合资河北荣喜宠物食品） 195

一、企业概况 195

二、竞争优势分析 195

第三部分 行业趋势预测

第十四章 宠物食品行业发展趋势分析 197

第一节 我国宠物食品行业前景与机遇分析 197

一、我国宠物食品行业发展前景 197

二、我国宠物食品发展机遇分析 199

第二节 2009-2012年中国宠物食品市场趋势分析 200

一、2008-2009年宠物食品市场趋势总结 200

二、2009-2012年宠物食品发展趋势分析 201

第十五章 未来宠物食品行业发展预测 203

第一节 未来宠物食品需求与消费预测 203

一、2009-2012年宠物食品行业总产值预测 203

二、2009-2012年宠物食品行业销售收入预测 203

第二节 2009-2012年中国宠物食品行业供需预测 204

一、2009-2012年主要宠物食品产品进出口预测 204

二、2009年1-5月外商投资情况 207

第四部分 投资战略研究

第十六章 宠物食品行业投资环境分析 209

第一节 经济发展环境分析 209

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况 209

二、2008-2009年中国GDP分析 229

三、2009-2012年我国宏观经济形势分析 233

四、2009-2012年投资趋势预测 242

第二节 政策法规环境分析 244

一、2009年宠物食品行业政策环境分析	244
二、2009年国内宏观政策对其影响	244
三、2009年行业产业政策对其影响	244
第三节 技术发展环境分析	245
第四节 社会发展环境分析	259
一、国内社会环境发展现状	259
二、2009年社会环境发展分析	260
三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析	260
第十七章 宠物食品行业投资机会与风险	265
第一节 行业投资收益率比较及分析	265
一、2009年相关产业投资收益率比较	265
二、2009-2012年宠物食品行业投资效益分析	272
三、2009-2012年宠物食品行业投资趋势预测	272
四、2009-2012年宠物食品行业的投资方向	273
五、2009-2012年宠物食品行业投资的建议	275
第二节 影响宠物食品行业发展的主要因素	276
一、2009-2012年影响宠物食品行业运行的有利因素分析	276
二、2009-2012年影响宠物食品行业运行的稳定因素分析	277
三、2009-2012年影响宠物食品行业运行的不利因素分析	278
四、2009-2012年我国宠物食品行业发展面临的挑战分析	279
五、2009-2012年我国宠物食品行业发展面临的机遇分析	280
第三节 宠物食品行业投资风险及控制策略	281
一、2009-2012年宠物食品行业市场风险及控制策略	281
二、2009-2012年宠物食品行业政策风险及控制策略	283
三、2009-2012年宠物食品行业经营风险及控制策略	283
四、2009-2012年宠物食品行业技术风险及控制策略	284
五、2009-2012年宠物食品行业同业竞争风险及控制策略	284
六、2009-2012年宠物食品行业其他风险及控制策略	285
第十八章 宠物食品行业投资战略研究	288
第一节 宠物食品行业发展战略研究	288
一、战略综合规划	288
二、技术开发战略	298

- 三、业务组合战略 298
- 四、区域战略规划 300
- 五、产业战略规划 301
- 六、营销品牌战略 303
- 七、竞争战略规划 306
- 八、战略盲区 311

第二节 对我国宠物食品品牌的战略思考 316

- 一、企业品牌的重要性 316
- 二、宠物食品实施品牌战略的意义 319
- 三、宠物食品企业品牌的现状分析 322
- 四、我国宠物食品企业的品牌战略 324
- 五、宠物食品品牌战略管理的策略 326

第三节 宠物食品经营策略分析 329

- 一、宠物食品市场细分策略 329
- 二、宠物食品市场创新策略 334
- 三、品牌定位与品类规划 342
- 四、宠物食品新产品差异化战略 348

第四节 宠物食品行业投资战略研究 357

- 一、2009年食品行业投资战略 357
- 二、2009年宠物食品行业投资战略 360
- 三、2009-2012年宠物食品行业投资战略 367
- 四、2009-2012年细分行业投资战略 368

图表目录

图表：宠物食品产品构成 1

图表：产业链结构分布图 4

图表：2009年宠物食品行业重点企业行业著名品牌名录 12

图表：美国主要宠物饲养比重 13

图表：美国历年宠物消费情况 14

图表：美国各类宠物消费比重 14

图表：2008年美国宠物年平均各类服务消费情况 15

图表：1994年-2009年美国宠物行业消费 15

图表：美国宠物行业消费细分类 16

图表：1997年畜禽和宠物饲料生产厂的盈利比较	19
图表：宠物食品行业的发展周期	49
图表：国内宠物食品市场份额	54
图表：幼犬粮样品	59
图表：成犬粮样品	60
图表：宠物食品采集信息	70
图表：水分、粗脂肪、粗蛋白测定结果	71
图表：样品微生物检测结果	71
图表：2008年全年饲料产量（以山东省为代表）	74
图表：2009年第一季度饲料产量（以山东省为代表）	75
图表：2008年1-12月配混合饲料产量全国合计	75
图表：2008年1-12月配混合饲料产量河北省合计	76
图表：2008年1-12月配混合饲料产量吉林省合计	76
图表：2008年1-12月配混合饲料产量江苏省合计	76
图表：2008年1-12月配混合饲料产量福建省合计	76
图表：2008年1-12月配混合饲料产量河南省合计	76
图表：2008年1-12月配混合饲料产量广东省合计	76
图表：2008年1-12月配混合饲料产量重庆市合计	76
图表：2008年1-12月配混合饲料产量云南省合计	77
图表：2008年1-12月配混合饲料产量新疆区合计	77
图表：2008年1-12月配混合饲料产量青海省合计	77
图表：2008年1-12月配混合饲料产量北京市合计	77
图表：2008年1-12月配混合饲料产量山西省合计	77
图表：2008年1-12月配混合饲料产量黑龙江合计	77
图表：2008年1-12月配混合饲料产量浙江省合计	77
图表：2008年1-12月配混合饲料产量江西省合计	78
图表：2008年1-12月配混合饲料产量湖北省合计	78
图表：2008年1-12月配混合饲料产量广西区合计	78
图表：2008年1-12月配混合饲料产量四川省合计	78
图表：2008年1-12月配混合饲料产量陕西省合计	78
图表：2008年1-12月配混合饲料产量宁夏区合计	78
图表：2008年1-12月配混合饲料产量天津市合计	78

图表：2008年1-12月配混合饲料产量辽宁省合计 79

图表：2008年1-12月配混合饲料产量上海市合计 79

图表：2008年1-12月配混合饲料产量安徽省合计 79

图表：2008年1-12月配混合饲料产量山东省合计 79

图表：2008年1-12月配混合饲料产量湖南省合计 79

图表：2008年1-12月配混合饲料产量海南省合计 79

图表：2008年1-12月配混合饲料产量贵州省合计 79

图表：2008年1-12月配混合饲料产量甘肃省合计 80

图表：2008年1-12月配混合饲料产量内蒙古合计 80

图表：2009年中国十大宠物食品品牌榜中榜 84

图表：2009年十大猫粮品牌榜中榜 92

图表：2009年十大狗粮品牌榜中榜 92

图表：中国人口年龄结构变化 103

图表：年龄结构类型划分标准 103

图表：1975-2006年中国人类发展指数 104

图表：1978-2007年中国农村贫困发生率 104

图表：实行计划生育对人均GDP的影响 105

图表：2004-2008年农村居民人均纯收入及其增长速度 105

图表：2004-2008年城镇居民收入均可支配收入及其增长速度 106

图表：2009年上半年消费者信心指数 107

图表：宠物食品的消费模式 115

图表：消费者对价格的敏感程度 117

图表：企业市场竞争格局 137

图表：宠物食品行业所处环境 137

图表：2008年宠物食品市场竞争力统计图 146

图表：2008年主要是家企业间的竞争程度分析 147

图表：2009年最畅销的宠物食品企业排名及畅销指数 148

图表：宠物食品企业产品畅销指数曲线图 148

图表：2009年宠物食品竞争企业排名 149

图表：2009年宠物食品竞争企业的市场占有率 149

图表：中国的主要生产宠物食品生产企业 151

图表：我国宠物食品竞争模式 156

图表：2008年前三季度美国的经济增长形势 168

图表：2005-2012年中国宠物食品市场产品产量走势预测 203

图表：2008-2009年前两个月GDP走势 229

图表：2009年中国经济主要指标预测1 236

图表：2009年中国经济主要指标预测2 236

图表：2010年中国经济主要指标预测1 240

图表：2010年中国经济主要指标预测2 240

图表：中国宠物食品项目风险控制建议与收益潜力提升措施 281

图表：制定战略规划步骤 290

图表：制定公司战略规划的步骤 290

图表：评估战略规划的步骤 292

图表：中国快公司发展的根本驱动因素 313

图表：宠物食品的开发与生存 348

图表：2009年宠物食品行业投资盈亏分析表 360

图表：美国网络股泡沫以来的经济增长以及剔除资产增值抵押贷款的经济增速 361

图表：美国资产增值抵押贷款随着房地产市场的急速下跌而消耗殆尽 361

图表：个人消费支出对于发达经济体经济增长的贡献能力 362

图表：在全球化的经济周期中，发达经济的增长仍然是全球经济增长的主要贡献因素 363

图表：美国经济周期的历史观照 364

图表：金融危机冲击与非金融危机冲击所致下行周期的累计产出损失占GDP比 365

图表：金融危机冲击与非金融危机冲击所致周期的变化 365

图表：金融压力形成期的持续时间与经济周期下行的持续时间以及累计产出损失占GDP比 366

图表：金融危机的频繁冲击易导致经济陷入L型困境 366

图表：对于90年代以来金融危机所致周期下行的历史原因 367

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201002/34607.html>