

2020-2026年中国动物保健品行业发展趋势与投资方向研究报告

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

《2020-2026年中国动物保健品行业发展趋势与投资方向研究报告》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/202002/154054.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

动物保健品是供畜、禽、鱼、蜂等人工养殖动物疾病防治和诊断用的特殊商品，主要是用于预防、治疗、诊断动物疾病或者有目的地调节动物生理机能的物质（含药物饲料添加剂），主要包括：血清制品、疫苗、诊断制品、微生态制品、中药材、中成药、化学药品、抗生素、生化药品、放射性药品及外用杀虫剂、消毒剂等。

我国动物保健品企业伴随着畜牧业的快速发展，从无到有，从小到大，得到了迅猛发展和壮大。国内动物保健品行业经过30余年的发展取得了长足的进步，但一直以来模式仍可以说是“小、弱、多”。国外发达国家，由于畜牧业规模标准化养殖已经发展相当成熟，因此伴生的动物保健品行业也已进入成熟阶段，整体行业特别是在近几年完成了高度的整合，前十大企业占领了全球80%以上的份额。随着我国相关政策对养殖业向标准化、规模化发展的推动，作为配套保障行业的动物保健品业也正在逐渐发展成为一个朝阳行业，由成长期向成熟期过渡，市场集中度将逐步提高。

我国动物保健品企业数量众多，但主要以微型企业和中小型企业为主。截至2015年底，我国共有1626家动物保健品生产企业，其中微型企业和中小型企业合计约占到了所有动物保健品生产企业的97%。我国大部分动物保健品企业规模较小，投入较少，研发实力较弱，主要以对已过专利保护期的产品进行仿制为主，市场竞争激烈，企业发展速度较慢。同时，少数行业领先、规模较大的企业拥有较高的技术研发水平，通过质量和品牌优势逐步占据了其细分产品市场的主要份额。

中国动物保健品行业这块蛋糕增大的一个重要驱动因素是宠物疫苗市场的发展。根据发达国家的经验，其兽用生物制品市场结构中，宠物疫苗占比达到40%以上。而中国目前的宠物疫苗市场占比还不到1%。可见中国宠物疫苗市场的成长空间巨大。随着人们生活水平的提高和饲养宠物比例的提高，假如到2020年中国的宠物疫苗市场达到动物保健品行业30%左右的份额（根据国内60%城市化率，国外是80%—90%），其对应的销售额将达到112亿元，增长空间为110倍。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国动物保健品行业发展趋势与投资方向研究报告》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！

中企顾问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 动物保健品行业发展综述1.1 动物保健品行业定义及分类1.1.1 行业定义1.1.2 行业产品/服务分类1.1.3 行业主要商业模式1.2 动物保健品行业特征分析1.2.1 产业链分析1.2.2 动物保健品行业在产业链中的地位1.2.3 动物保健品行业生命周期分析（1）行业生命周期理论基础（2）动物保健品行业生命周期1.3 中国动物保健品行业经济指标分析1.3.1 赢利性1.3.2 成长速度1.3.3 附加值的提升空间1.3.4 进入壁垒／退出机制1.3.5 风险性1.3.6 行业周期1.3.7 竞争激烈程度指标1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 动物保健品行业运行环境（PEST）分析

2.1 动物保健品行业政治法律环境分析2.1.1 行业管理体制分析2.1.2 行业主要法律法规2.1.3 行业相关发展规划2.2 动物保健品行业经济环境分析2.2.1 国际宏观经济形势分析2.2.2 国内宏观经济形势分析2.2.3 产业宏观经济环境分析2.3 动物保健品行业社会环境分析2.3.1 动物保健品产业社会环境2.3.2 社会环境对行业的影响2.3.3 动物保健品产业发展对社会发展的影响2.4 动物保健品行业技术环境分析2.4.1 动物保健品技术分析2.4.2 动物保健品技术发展水平2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国动物保健品行业运行分析3.1 我国动物保健品行业发展状况分析3.1.1 我国动物保健品行业发展阶段3.1.2 我国动物保健品行业发展总体概况3.1.3 我国动物保健品行业发展特点分析3.2 2015-2019年动物保健品行业发展现状3.2.1 2015-2019年我国动物保健品行业市场规模3.2.2 2015-2019年我国动物保健品行业发展分析3.2.3 2015-2019年中国动物保健品企业发展分析3.3 区域市场分析3.3.1 区域市场分布总体情况3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析3.4 动物保健品细分产品/服务市场分析3.4.1 细分产品/服务特色3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测3.5 动物保健品产品/服务价格分析3.5.1 2015-2019年动物保健品价格走势3.5.2 影响动物保健品价格的关键因素分析（1）成本（2）供需情况（3）关联产品（4）其他3.5.3 2020-2026年动物保健品产品/服务价格变化趋势3.5.4 主要动物保健品企业价位及价格策略

第四章 我国动物保健品行业整体运行指标分析4.1 2015-2019年中国动物保健品行业总体规模分析4.1.1 企业数量结构分析4.1.2 人员规模状况分析4.1.3 行业资产规模分析4.1.4 行业市场规模分析4.2 2015-2019年中国动物保健品行业运营情况分析4.2.1 我国动物保健品行业营收分析4.2.2 我国动物保健品行业成本分析4.2.3 我国动物保健品行业利润分析4.3 2015-2019年中国动物保健品行业财务指标总体分析4.3.1 行业盈利能力分析4.3.2 行业偿债能力分析4.3.3 行业营运能力分析4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国动物保健品行业供需形势分析5.1 动物保健品行业供给分析5.1.1 2015-2019年动物保健品行业供给分析5.1.2 2020-2026年动物保健品行业供给变化趋势5.1.3 动物保健品行业区域供给分析5.2 2015-2019年我国动物保健品行业需求情况5.2.1 动物保健品行业需求市场5.2.2 动物保健品行业客户结构5.2.3 动物保健品行业需求的地区差异5.3 动物保健品市场应用及需求预测5.3.1 动物保健品应用市场总体需求分析（1）动物保健品应用市场需求特征（2）动物保健品应用市场需求总规模5.3.2 2020-2026年动物保健品行业领域需求量预测（1）2020-2026年动物保健品行业领域需求产品/服务功能预测（2）2020-2026年动物保健品行业领域需求产品/服务市场格局预测5.3.3 重点行业动物保健品产品/服务需求分析预测

第六章 动物保健品行业产业结构分析6.1 动物保健品产业结构分析6.1.1 市场细分充分程度分析6.1.2 各细分市场领先企业排名6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）6.2 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析6.2.1 产业价值链条的构成6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析6.3 产业结构发展预测6.3.1 产业结构调整指导政策分析6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素6.3.3 中国动物保健品行业参与国际竞争的战略市场定位6.3.4 动物保健品产业结构调整方向分析

第七章 我国动物保健品行业产业链分析7.1 动物保健品行业产业链分析7.1.1 产业链结构分析7.1.2 主要环节的增值空间7.1.3 与上下游行业之间的关联性7.2 动物保健品上游行业分析7.2.1 动物保健品产品成本构成7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状7.2.3 2020-2026年上游行业发展趋势7.2.4 上游供给对动物保健品行业的影响7.3 动物保健品下游行业分析7.3.1 动物保健品下游行业分布7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状7.3.3 2020-2026年下游行业发展趋势7.3.4 下游需求对动物保健品行业的影响

第八章 我国动物保健品行业渠道分析及策略8.1 动物保健品行业渠道分析8.1.1 渠道形式及对比8.1.2 各类渠道对动物保健品行业的影响8.1.3 主要动物保健品企业渠道策略研究8.1.4 各区域主要代理商情况8.2 动物保健品行业用户分析8.2.1 用户认知程度分析8.2.2 用户需求特点分析8.2.3 用户购买途径分析8.3 动物保健品行业营销策略分析8.3.1 中国动物保健品营销概况8.3.2 动物保健品营销策略探讨8.3.3 动物保健品营销发展趋势

第九章 我国动物保健品行业竞争形势及策略9.1 行业总体市场竞争状况分析9.1.1 动物保健品行业竞争结构分析（1）现有企业间竞争（2）潜在进入者分析（3）替代品威胁分析（4）供应商议价能力（5）客户议价能力（6）竞争结构特点总结9.1.2 动物保健品行业企业间竞争格局分析9.1.3 动物保健品行业集中度分析9.1.4 动物保健品行业SWOT分析9.2 中国动物保健品行业竞争格局综述9.2.1 动物保健品行业竞争概况（1）中国动物保健品行业竞争格局（2）动物保健品行业未来竞争格局和特点（3）动物保健品市场进入及竞争对手分析9.2.2 中国动物保健品行业竞争力分析（1）我国动物保健品行业竞争力剖析（2）我国动物保健品企业市场竞争

的优势 (3) 国内动物保健品企业竞争能力提升途径9.2.3 动物保健品市场竞争策略分析

第十章 动物保健品行业领先企业经营形势分析10.1 中牧实业股份有限公司10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业经营情况分析10.1.3 企业发展战略分析10.2 新奥生态控股股份有限公司10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业经营情况分析10.2.3 企业发展战略分析10.3 浙江钱江生物化学股份有限公司10.3.1 企业发展基本情况10.3.2 企业经营情况分析10.3.3 企业发展战略分析10.4 新疆天康畜牧生物技术股份有限公司10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业经营情况分析10.4.3 企业发展战略分析10.5 浙江升华拜克生物股份有限公司10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业经营情况分析10.5.3 企业发展战略分析10.6 拜耳（四川）动物保健有限公司10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业经营情况分析10.6.3 企业发展战略分析10.7 硕腾公司（原为辉瑞动物保健部）10.7.1 企业发展基本情况10.7.2 企业经营情况分析10.7.3 企业发展战略分析10.8 礼来制药公司10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业经营情况分析10.8.3 企业发展战略分析10.9 金宇生物技术股份有限公司10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业经营情况分析10.9.3 企业发展战略分析10.10 天津瑞普生物技术股份有限公司10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业经营情况分析10.10.3 企业发展战略分析

第十一章 2020-2026年动物保健品行业投资前景11.1 2020-2026年动物保健品市场发展前景11.1.1 2020-2026年动物保健品市场发展潜力11.1.2 2020-2026年动物保健品市场发展前景展望11.2 2020-2026年动物保健品市场发展趋势预测11.2.1 2020-2026年动物保健品行业发展趋势11.2.2 2020-2026年动物保健品市场规模预测11.2.3 2020-2026年动物保健品行业应用趋势预测11.3 2020-2026年中国动物保健品行业供需预测11.3.1 2020-2026年中国动物保健品行业供给预测11.3.2 2020-2026年中国动物保健品行业需求预测11.3.3 2020-2026年中国动物保健品供需平衡预测11.4 影响企业生产与经营的关键趋势11.4.1 市场整合成长趋势11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测11.4.3 企业区域市场拓展的趋势11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2020-2026年动物保健品行业投资机会与风险12.1 动物保健品行业投融资情况12.1.1 行业资金渠道分析12.1.2 固定资产投资分析12.1.3 兼并重组情况分析12.2 2020-2026年动物保健品行业投资机会12.2.1 产业链投资机会12.2.2 细分市场投资机会12.2.3 重点区域投资机会12.3 2020-2026年动物保健品行业投资风险及防范12.3.1 政策风险及防范12.3.2 技术风险及防范12.3.3 供求风险及防范12.3.4 宏观经济波动风险及防范12.3.5 关联产业风险及防范12.3.6 产品结构风险及防范12.3.7 其他风险及防范

第十三章 动物保健品行业投资战略研究13.1 动物保健品行业发展战略研究13.1.1 战略综合规划13.1.2 技术开发战略13.1.3 业务组合战略13.1.4 区域战略规划13.1.5 产业战略规划13.1.6 营销品牌战略13.1.7 竞争战略规划13.2 对我国动物保健品品牌的战略思考13.2.1 动物保健品品牌的

重要性13.2.2 动物保健品实施品牌战略的意义13.2.3 动物保健品企业品牌的现状分析13.2.4 我国动物保健品企业的品牌战略13.2.5 动物保健品品牌战略管理的策略13.3 动物保健品经营策略分析13.3.1 动物保健品市场细分策略13.3.2 动物保健品市场创新策略13.3.3 品牌定位与品类规划13.3.4 动物保健品新产品差异化战略13.4 2020-2026年动物保健品行业投资战略研究
第十四章 研究结论及投资建议14.1 动物保健品行业研究结论14.2 动物保健品行业投资价值评估14.3 动物保健品行业投资建议14.3.1 行业发展策略建议14.3.2 行业投资方向建议14.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：动物保健品产品分类

图表：三类动物保健品的原料情况

图表：行业生命周期理论

图表：动物保健品行业监管体系

图表：2019年世界GDP

图表：全球贸易额与GDP比值

图表：2019年政府杠杆率比较

图表：2011-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2011-2019年全部工业增加值及其增长速度

图表：2019年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2011-2019年社会消费品零售总额

图表：2011-2019年全社会固定资产投资

图表：2019年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比

图表：2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2019年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2019年房地产开发和销售主要指标及其增长速度

图表：2011-2019年货物进出口总额

图表：2019年进出口总额及其增长速度

图表：2019年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2019年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2019年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2019年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度

图表：2019年末人口数及其构成

图表：2011-2019年城镇新增就业人数

图表：2011-2019年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2011-2019年全国居民人均可支配收入

图表：2019年全国居民人均消费支出及其构成

图表：2010-2019年中国网民及互联网普及率

图表：动物疫苗的主要生产工艺

图表：动物疫苗的主要生产工艺（续）

图表：动物疫苗的主要生产工艺（续）

图表：2019年动物保健品各区域销售比重

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/154054.html>