

2016-2022年中国狗粮市场 深度调查与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国狗粮市场深度调查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.abaogao.com/b/siliao/W9189408ET.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

前言

狗粮是专门为犬提供的营养食品，介于人类食品与传统畜禽饲料之间的高档动物食品。其作用主要是为动物犬提供最基础的生命保证、生长发育和健康所需的营养物质。具有营养全面、消化吸收率高、配方科学、质量标准、饲喂方便以及可预防某些疾病等优点。2014年我国狗粮行业消费量约10.6万吨，消费市场规模约41.93亿元。

本狗粮行业研究报告共十四章是中国智研数据研究中心的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。中国智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国狗粮行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由中国智研数据研究中心领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、中国智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国狗粮行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国狗粮行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国狗粮行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章狗粮行业报告研究标准	1
第一节狗粮行业研究背景	1
第二节狗粮行业研究方法及依据	2
第三节狗粮行业研究基本前景概况	3
第二章狗粮行业发展综述	4
第一节狗粮概念	4
第二节狗粮行业特征分析	4
一、狗粮作用分析	4
二、狗粮行业在国民经济中的地位	5

三、狗粮行业生命周期分析	5
第三节狗粮行业产业链及上下游之间关联性分析	6

第三章2014年世界狗粮行业市场分析 8

第一节2014年世界狗粮行业运行环境分析 8

一、当前经济环境分析 8

二、经济政策对产业的影响 15

第二节2014年世界狗粮市场竞争现状分析 15

第三节2014年世界部分国家狗粮市场分析 17

一、欧洲地区 17

二、北美地区 19

三、亚洲地区 21

第四节2016-2022年世界狗粮行业新趋势研究分析 25

第四章2015年狗粮行业当前发展环境分析 26

第一节2015年中国狗粮行业经济环境分析 26

一、2015年中国宏观经济分析 26

二、2015年中国宏观经济发展预测 28

第二节中国狗粮行业政策法规解读 29

第三节中国狗粮行业当前社会环境发展分析 30

第五章我国狗粮行业运行分析 39

第一节我国狗粮行业发展状况分析 39

一、我国狗粮行业发展阶段 39

二、我国狗粮行业发展总体概况 40

三、我国狗粮行业发展特点分析 44

四、我国狗粮行业商业模式分析 46

第二节2014年狗粮行业发展现状 47

一、2014年我国狗粮行业市场规模 47

二、2014年我国狗粮行业发展分析 48

2014年我国大大小小的狗粮生产企业约562家，行业产量约20.29万吨，同比2013年的19.4万吨增长了4.59%，2014年我国狗粮消费量约10.6万吨，同比2013年的7.98万吨增长了15.04%。

三、2014年中国狗粮企业发展分析 50

第三节区域市场分析 51

一、区域市场分布总体情况 51

二、2014年重点省市市场分析 51

第四节狗粮细分产品市场分析 52

一、细分产品特色 52

二、2013-2014年细分产品市场规模及增速 53

三、重点细分产品市场前景预测 53

第五节狗粮产品价格分析 54

一、2013-2014年狗粮价格走势 54

二、影响狗粮产品价格的关键因素分析 55

1、成本 55

2、供需情况 56

3、关联产品 56

4、其他 56

三、2016-2022年狗粮产品价格变化趋势 57

四、主要狗粮企业价位及价格策略 57

第六章2012-2015年中国狗粮行业技术发展分析 62

第一节中国狗粮行业技术发展现状 62

第二节狗粮行业技术特点分析 66

第三节狗粮行业技术发展趋势分析 67

第四节2014年中国狗粮行业发展面临的新挑战分析 68

第七章2012-2015年中国狗粮市场运行情况 70

第一节行业最新动态分析 70

一、行业相关动态概述 70

二、行业发展热点聚焦 73

第二节行业品牌现状分析 75

第三节行业产品市场价格情况 77

第四节行业外资进入现状及对未来市场的威胁 78

第八章2012-2015年中国狗粮所属行业主要数据监测分析 80

第一节2012-2015年中国狗粮所属行业总体数据分析 80

一、2012年中国狗粮所属行业全部企业数据分析 80

二、2013年中国狗粮所属行业全部企业数据分析 82

三、2014年中国狗粮所属行业全部企业数据分析 83

第二节2012-2015年中国狗粮所属行业不同规模企业数据分析 85

一、2012年中国狗粮所属行业不同规模企业数据分析 85

二、2013年中国狗粮所属行业不同规模企业数据分析 85

三、2014年中国狗粮所属行业不同规模企业数据分析 86

第三节2012-2015年中国狗粮所属行业不同所有制企业数据分析 86

一、2012年中国狗粮所属行业不同所有制企业数据分析 86

一、2013年中国狗粮所属行业不同所有制企业数据分析 87

一、2014年中国狗粮所属行业不同所有制企业数据分析 87

第九章2013-2014年中国狗粮行业竞争情况 89

第一节行业经济指标分析 89

一、赢利性 89

二、附加值的提升空间 89

三、进入壁垒 / 退出机制 90

四、行业周期 90

第二节行业竞争结构分析 92

一、现有企业间竞争 92

二、潜在进入者分析 92

三、替代品威胁分析 93

四、供应商议价能力 93

五、客户议价能力 93

第三节行业国际竞争力比较 94

第十章2012-2015年狗粮行业重点生产企业分析 97

第一节温州佩蒂宠物用品有限公司 97

一、企业简介 97

二、企业经营数据	97
三、企业产品分析	99
第二节成都好主人宠物食品有限公司	99
一、企业简介	99
二、企业经营数据	100
三、企业产品分析	101
第三节青岛稻进食品有限公司	102
一、企业简介	102
二、企业经营数据	102
三、企业产品分析	103
第四节潍坊平和园宠物食品有限公司	104
一、企业简介	104
二、企业经营数据	105
三、企业产品分析	106
第五节丹东昌林食品有限公司	106
一、企业简介	106
二、企业经营数据	107
三、企业产品分析	108
第十一章2016-2022年狗粮行业发展预测分析	109
第一节2016-2022年中国狗粮行业未来发展预测分析	109
一、中国狗粮行业发展方向及投资机会分析	109
二、2016-2022年中国狗粮行业发展规模分析	109
三、2016-2022年中国狗粮行业发展趋势分析	110
第二节2016-2022年中国狗粮行业供需预测	111
一、2016-2022年中国狗粮行业供给预测	111
二、2016-2022年中国狗粮行业需求预测	111
第三节2016-2022年中国狗粮行业价格走势分析	112
第四节2016-2022年中国狗粮行业盈利水平分析	112
第十二章2016-2022年中国狗粮行业投资风险预警	114
第一节2016-2022年中国狗粮行业投资环境分析	114

第一节中国狗粮行业存在问题分析 114

第二节中国狗粮行业政策投资风险 115

一、政策和体制风险 115

二、技术发展风险 116

三、经营管理风险 117

四、供需波动风险 118

五、其他风险 118

第十三章2016-2022年狗粮行业投资机会与风险 119

第一节经济形势给我国狗粮企业带来的机遇分析 119

一、为享受调控政策带来机遇 119

二、为搞好战略转型带来机遇 119

三、为吸引国际投资带来机遇 120

四、为招聘高端人才带来机遇 120

五、为实施战略重组带来机遇 121

六、为降低制造成本带来机遇 121

第二节经济形势下狗粮行业发展机遇分析 122

一、经济形势为狗粮企业提供了并购国外企业的机会 122

二、经济形势导致部分经营不善的狗粮企业退出市场 122

三、经济形势中我国狗粮企业发展机遇分析 123

第三节狗粮企业战略规划不确定性风险 123

一、客观事件的不确定性风险 123

二、市场的不确定性风险 123

三、行业发展的不确定性风险 124

四、技术发展的不确定性风险 124

五、战略规划者的主观不确定性风险 125

六、执行过程的不确定性风险 125

七、工具方法的局限性风险 125

八、战略规划系统的不确定性风险 126

第十四章狗粮行业发展战略研究 127

第一节狗粮行业发展战略研究 127

一、技术开发战略	127
二、产业战略规划	129
三、业务组合战略	129
四、营销战略规划	130
五、区域战略规划	132
六、企业信息化战略规划	132
第二节狗粮行业品牌战略分析	133
一、品牌的基本含义	133
二、品牌战略在企业发展中的重要性	133
三、狗粮品牌的特性和作用	135
四、狗粮品牌的价值战略	136
五、我国狗粮品牌竞争趋势	138
六、狗粮企业品牌发展战略	139
七、狗粮行业品牌竞争策略	139
第三节狗粮企业经营管理策略（ZYLQ）	141
一、企业经营策略综述	141
二、企业产品经营策略	142
三、企业渠道经营策略	143
四、企业并购策略分析	143
五、当前形势下企业经营管理策略	145

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/siliao/W9189408ET.html>