



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国狗粮市场发展 现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国狗粮市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/282852.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

据统计，中国的宠物数量在2003-2014年的10年间增长了近9倍，截止到2014年，中国宠物数量已增至1.5亿只，宠物产业的年销售额高达300多亿元。 2004-2014年中国宠物数量及宠物狗

数量情况（单位：万只）	年份	宠物数量	宠物狗数量																								
2004	5500	2255	2005	6200																							
2605	2006	6800	2995	2007	8000	3600	2008	8700	3960	2009	9800	4500	2010	11000	5085	2011	12400	5830	2012	13800	6625	2013	15000	7475	2014	17200	8775

近年来，我国狗粮产量呈现一定的波动性，但整体呈现增长趋势，2009年我国狗粮产量为13.25万吨，2015年增长至21.58万吨。 2009-2015年中国狗粮产量：万吨 资料来源：公开资料整理

随着生活水平的不断提高以及宠物文化的普及，近年来，我国狗粮行业消费量保持稳步增长，2009年我国狗粮消费量为5.39万吨，2015年增长至12.3万吨。

2009-2015年我国狗粮消费量：万吨

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。 报告目录：

第一章 中国品牌狗粮发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、中国GDP分析

三、固定资产投资

三、城镇人员从业状况

四、恩格尔系数分析

五、2017-2022年我国宏观经济发展预测

第二节 政策环境分析

一、产业政策分析

二、相关产业政策影响分析

三、进出口政策分析

第三节 社会环境分析

一、人口规模分析

二、年龄结构分析

三、学历结构分析

第四节 技术环境分析

一、技术发展现状

二、新技术的发展

三、技术发展趋势

第二章 中国狗粮市场规模分析

第一节 2015年中国狗粮市场规模分析

第二节 2015年我国狗粮区域结构分析

第三节 中国狗粮区域市场规模分析

一、2013-2015年东北地区市场规模分析

二、2013-2015年华北地区市场规模分析

三、2013-2015年华东地区市场规模分析

四、2013-2015年华中地区市场规模分析

五、2013-2015年华南地区市场规模分析

六、2013-2015年西部地区市场规模分析

第四节 2017-2022年中国狗粮市场规模预测

第三章 中国狗粮需求与消费者偏好调查

第一节 2014-2015年中国狗粮产量统计分析

第二节 2014-2015年中国狗粮历年消费量统计分析

第三节 狗粮产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第四节 狗粮产品的品牌市场调查

一、消费者对狗粮品牌认知度宏观调查

在狗粮十大品牌中，皇家的品牌认知度最高，达95%，其次是宝路93%，国产品牌诺瑞的品牌认知度为80% 狗粮十大品牌认知度：%

二、消费者对狗粮产品的品牌偏好调查

在本次调查收回的样本中，52%的消费者选择国外品牌，48%的消费者选择购买国内品牌。

消费者对狗粮产品的品牌偏好：%

三、消费者对狗粮品牌的首要认知渠道

在互联网发展迅速的今天，网络已成为狗粮品牌认知的首要渠道，在所有渠道中占36%，其次是电视，占28%。消费者对狗粮品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

在本次调查选取的十大品牌中，62%的消费者购买过皇家的消费者最多，61%的消费者购买过宝路。消费者经常购买的品牌：%

五、狗粮品牌忠诚度调查

在本次调查中，只用一个品牌的占16%，用过2~3个品牌的占58%，3个品牌以上的占26%。

狗粮品牌忠诚度：%

六、狗粮前十名品牌市场占有率调查

七、狗粮前十名品牌竞争力比较分析

八、消费者的性别比例调查

九、消费者的购买频率调查

十、消费者的接受价格范围分析

十一、消费者的喜好规格范围分析

十二、消费者的消费金额范围分析

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 中国品牌狗粮市场价格分析

第一节 价格形成机制分析

第二节 2009-2015年中国品牌狗粮平均价格趋向势分析

第三节 2017-2022年中国品牌狗粮价格趋向预测分析

第五章 中国品牌狗粮进出口市场分析

第一节 2013-2015年中国品牌狗粮进出口量分析

一、2013-2015中国品牌狗粮进口分析

二、2013-2015年中国品牌狗粮出口分析

第二节 2017-2022年中国品牌狗粮进出口市场预测分析

一、2017-2022年中国品牌狗粮进口预测

二、2017-2022年中国品牌狗粮出口预测

第六章 中国狗粮优势品牌企业分析

第一节 法国皇家·欧誉

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

第二节 冠能·康多乐·普瑞纳

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

第三节 诺瑞狗粮

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

第四节 佩蒂狗粮

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

第五节 好主人狗粮

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

第六节 宝路/伟嘉

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

第七节 Kaer卡尔/艾尔

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

第八节 爱慕斯·优卡

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

第九节 为斯宝狗粮

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

第十节 爱贝狗粮

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

第七章 中国品牌狗粮竞争格局分析

第一节 狗粮行业历史竞争格局概况

一、狗粮行业集中度分析

二、狗粮行业竞争程度分析

第二节 狗粮行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节 2017-2022年中国品牌狗粮竞争格局展望

第八章 2017-2022年中国品牌狗粮发展预测

第一节 2017-2022年狗粮行业产量预测

第二节 2017-2022年狗粮行业总资产预测

第三节 2017-2022年狗粮行业工业总产值预测

第四节 2017-2022年狗粮行业销售收入预测

第九章 2017-2022年我国狗粮行业投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 狗粮行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282852.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。