

2019-2025年中国生猪行业市场前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国生猪行业市场前景预测及投资战略研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/436328.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

生猪，即生活着的猪，对未宰杀的除种猪以外的家猪的统称。猪，杂食类动物。猪一般多指家畜。猪是十二生肖之末，也称之为亥。哺乳动物，身体肥壮，四肢短小，鼻子口吻较长。生猪肉可食用，皮可制革，体肥肢短，性温驯，适应力强，易饲养，繁殖快，有黑、白、酱红或黑白花等色。猪出生后5-12个月可以配种，妊娠期约为4个月。猪的平均寿命为20年。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 国内生猪行业品牌发展环境分析17

第一节 产品/行业特征17

1、产品/行业定义17

2、产品/行业消费特征17

第二节 经济环境特征18

一、中国GDP分析18

二、固定资产投资20

三、恩格尔系数分析24

第三节 政策环境特征26

一、国家宏观调控政策分析26

二、生猪行业相关政策分析27

第四节 生猪行业竞争特征29

一、国内外品牌竞争格局29

二、行业进入壁垒分析29

三、可替代品威胁分析30

四、贴牌加工产品市场威胁分析30

第五节 生猪行业技术环境特征31

第二章 国内生猪行业品牌产品市场规模分析33

第一节 2014-2018年生猪市场规模分析33

第二节 2018年我国生猪区域结构分析33

第三节 生猪区域市场规模分析34

一、东北地区市场规模分析34

二、华北地区市场规模分析34

三、华东地区市场规模分析34

四、华中地区市场规模分析35

五、华南地区市场规模分析35

六、西部地区市场规模分析35

第四节 2019-2025年生猪市场规模预测36

第三章 国内生猪行业品牌需求与消费者偏好调查37

第一节 2012-2018年生猪产量统计分析37

第二节 2012-2018年生猪历年消费量统计分析37

第三节 2012-2018年国内生猪行业品牌产品平均价格走势分析38

第四节 生猪产品目标客户群体调查39

一、不同收入水平消费者偏好调查39

二、不同年龄的消费者偏好调查40

三、不同地区的消费者偏好调查40

第五节 生猪产品的品牌市场调查41

一、消费者对生猪品牌认知度宏观调查41

二、消费者对生猪产品的品牌偏好调查41

三、消费者对生猪品牌的首要认知渠道42

四、消费者经常购买的品牌调查43

五、生猪品牌忠诚度调查43

六、生猪品牌市场占有率调查43

七、消费者的消费理念调研43

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析44

一、价格敏感程度44

二、品牌的影响44

三、购买方便的影响44

四、广告的影响程度44

五、包装的影响程度44

第四章 国内生猪行业品牌产品市场供需渠道分析45

第一节 销售渠道特征分析45

第二节 销售渠道对生猪行业品牌发展的重要性47

第三节 生猪行业销售渠道的重要环节 分析47

第四节 2014-2018年中国生猪行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析48

一、华东48

二、中南48

三、华北48

四、西部48

第五节 销售渠道发展趋势分析49

一、渠道运作趋势发展49

二、渠道支持趋势发展49

三、渠道格局趋势发展50

四、渠道结构扁平化趋势发展51

第六节 销售渠道策略分析51

一、直接渠道或间接渠道的营销策略51

二、长渠道或短渠道的营销策略54

三、宽渠道或窄渠道的营销策略54

四、单一销售渠道和多销售渠道策略55

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略55

第七节 销售渠道决策的评估方法56

一、销售渠道评估数学模型介绍56

二、财务评估法介绍56

三、交易成本评估法介绍56

四、经验评估法介绍57

第八节 2018年国内生猪行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析58

一、国内生产企业投资运作模式58

二、国内营销企业投资运作模式58

三、外销与内销优势分析59

第五章 国内生猪行业进出口市场情况分析65

第一节 2014-2018年国内生猪行业进出口分析65

第二节 2019-2025年国内生猪行业进出口市场预测分析67

第六章 国内生猪行业优势品牌企业分析69

第一节 江苏雨润食品产业集团有限公司69

一、企业基本概况69

二、公司主要财务指标分析70

三、企业成本费用指标73

第二节 临沂新程金锣肉制品有限公司76

- 一、企业基本概况76
- 二、公司主要财务指标分析76
- 三、企业成本费用指标80

第三节 济南维尔康食品有限公司83

- 一、企业基本概况83
- 二、公司主要财务指标分析83
- 三、企业成本费用指标86

第四节 企得利斯集团有限公司89

- 一、企业基本概况89
- 二、公司主要财务指标分析89
- 三、企业成本费用指标93

第五节 四川高金食品股份有限公司96

- 一、企业基本概况96
- 二、公司主要财务指标分析96
- 三、企业成本费用指标99
- 二、生猪行业竞争程度分析103

第二节 生猪行业企业竞争状况分析104

- 一、领导企业的市场力量104
- 二、其他企业的竞争力105

第三节 2019-2025年国内生猪行业品牌竞争格局展望106

第七章 2019-2025年国内生猪行业品牌发展预测108

第一节 2019-2025年生猪行业品牌市场财务数据预测108

- 一、2019-2025年生猪行业品牌市场规模预测108
- 二、2019-2025年生猪行业总产值预测109
- 三、2019-2025年生猪行业利润总额预测109
- 四、2019-2025年生猪行业总资产预测110

第二节 2019-2025年生猪行业供需预测111

- 一、2019-2025年生猪产量预测111
- 二、2019-2025年生猪需求预测112
- 三、2019-2025年生猪供需平衡预测112

第三节 2019-2025年生猪行业主要领域投资机会113

第四节 影响生猪行业发展的主要因素114

- 一、2019-2025年影响生猪行业运行的有利因素分析114

二、2019-2025年影响生猪行业运行的稳定因素分析114

三、2019-2025年影响生猪行业运行的不利因素分析115

四、2019-2025年我国生猪行业发展面临的挑战分析116

五、2019-2025年我国生猪行业发展面临的机遇分析116

第五节 生猪行业投资风险及控制策略分析117

一、2019-2025年生猪行业市场风险及控制策略117

二、2019-2025年生猪行业政策风险及控制策略117

三、2019-2025年生猪行业经营风险及控制策略118

四、2019-2025年生猪行业技术风险及控制策略118

五、2019-2025年生猪同业竞争风险及控制策略118

六、2019-2025年生猪行业其他风险及控制策略119

第八章 2019-2025年国内互联网+生猪行业品牌投资价值与投资策略分析120

第一节 行业SWOT模型分析120

一、优势分析120

二、劣势分析120

三、机会分析121

四、风险分析121

第二节 生猪行业发展的PEST分析122

一、政治和法律环境分析122

二、经济发展环境分析122

三、社会、文化与自然环境分析131

四、技术发展环境分析135

第三节 生猪行业投资价值分析138

一、2014-2018年生猪市场趋势总结138

二、2014-2018年生猪发展趋势分析138

三、2019-2025年互联网+生猪市场发展空间138

四、2019-2025年互联网+生猪产业政策趋向139

五、2019-2025年互联网+生猪技术革新趋势139

六、2019-2025年互联网+生猪价格走势分析140

第四节 生猪行业投资风险分析140

一、宏观调控风险140

二、行业竞争风险140

三、供需波动风险141

四、技术创新风险141

五、经营管理风险141

六、其他风险142

第五节 生猪行业投资策略分析142

一、重点投资地区分析143

二、项目投资建议143

第九章 国内生猪行业总结及企业经营战略建议150

第一节 生猪行业问题总结150

第二节 2019-2025年生猪行业企业的标杆管理150

一、国内企业的经验借鉴150

二、国外企业的经验借鉴151

第三节 2019-2025年生猪行业企业的资本运作模式151

一、生猪行业企业国内资本市场的运作建议151

二、生猪行业企业海外资本市场的运作建议157

第四节 2019-2025年生猪行业企业营销模式建议157

一、生猪行业企业的国内营销模式建议157

二、生猪行业企业海外营销模式建议158

第五节 生猪市场的重点客户战略实施160

一、实施重点客户战略的必要性160

二、合理确立重点客户160

三、对重点客户的营销策略161

图表目录：

图表2014-2018年中国GDP及增长率统计

图表2018年国内生产总值统计

图表2018年-2018年工业经济增长情况

图表2011-2018年中国社会固定资产投资额以及增长率

图表2018年中国全社会固定资产投资统计

图表2018年年末中国人口数及其构成

图表2018年年末中国人口数及其构成

图表2011-2018年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表2011-2018年中国研究与试验发展（R&D）经费支出

图表2011-2018年中国城镇新增就业人数

图表2011-2018年中国国家全员劳动生产率

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/436328.html>