

中国互联网+宠物用品及服务商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国互联网+宠物用品及服务概念界定及发展环境剖析

1.1 “互联网+宠物用品及服务”行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵

- (1) “互联网+”的提出
- (2) “互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+宠物用品及服务”行业的内涵

1.1.3 宠物用品及服务行业的概念界定及分类介绍

1.1.4 本报告的研究范围

1.2 中国互联网+宠物用品及服务发展背景

1.2.1 中国互联网+宠物用品及服务发展的政策背景分析

- (1) 行业管理体制及监管机构介绍
- (2) 行业政策动向分析
- (3) 行业发展规划分析
- (4) 政策环境对行业发展的影响分析

1.2.2 中国互联网+宠物用品及服务发展的经济背景分析

- (1) 宏观经济环境分析
 - 1) 宏观经济运行现状
 - 2) 宏观经济发展展望
 - 3) 宏观经济发展对行业发展的影响分析
- (2) 中国宠物行业发展状况及对本行业发展的影响分析

1.2.3 中国互联网+宠物用品及服务发展的社会背景分析

- (1) 中国人口环境分析
- (2) 中国城镇化水平分析
- (3) 中国居民收入与支出水平分析
- (4) 中国居民消费支出结构分析
- (5) 中国互联网普及率
- (6) 宠物对当代人的意义分析
- (7) 社会环境对行业发展的影响总结

1.2.4 中国互联网+宠物用品及服务发展的技术背景分析

- (1) 中国互联网行业发展状况
- (2) 影响互联网+宠物用品及服务发展的关键技术介绍及发展动向分析
- (3) 技术环境对行业发展的影响分析

1.3 行业发展机遇与威胁分析

第2章：宠物用品及服务的发展现状及趋势前景

2.1 全球宠物用品及服务行业发展现状及趋势前景分析

2.1.1 全球宠物用品及服务产业发展历程及所处阶段

2.1.2 全球宠物用品及服务产业发展现状及市场规模

- (1) 全球宠物食品市场规模
- (2) 全球宠物日用品市场规模

2.1.3 全球宠物用品及服务行业区域市场发展分析

- (1) 区域市场发展概况
- (2) 区域市场发展格局

2.1.4 全球宠物用品及服务行业市场前景分析

2.1.5 全球宠物用品及服务行业发展趋势分析

2.2 中国宠物用品及服务行业发展现状及趋势前景分析

2.2.1 中国宠物用品及服务市场的兴起与繁荣

- (1) 启蒙期：20世纪90年代初期
- (2) 孕育期：21世纪前十年
- (3) 2017-2023年，我国宠物产业正蓬勃发展
- (4) 2017-2023年，宠物IP商业化并引发多元化创新

2.2.2 中国宠物用品及服务市场与日本、美国的对比分析

- (1) 与日本市场对比
- (2) 与美国市场对比
- 2.2.3 中国宠物用品及服务行业产业链全景解析
- 2.2.4 中国宠物用品及服务产业发展现状及市场规模
 - (1) 发展现状
 - (2) 主要城市养宠比例
 - (3) 市场规模
- 2.2.5 中国宠物用品及服务行业区域市场发展分析
 - (1) 宠物食品区域市场发展分析
 - (2) 宠物用品区域发展分析
 - (3) 宠物服务区域发展分析
- 2.2.6 中国宠物用品及服务行业市场前景分析
- 2.2.7 中国宠物用品及服务行业发展趋势分析
 - (1) 中国宠物用品行业发展趋势
 - (2) 中国宠物服务行业发展趋势
- 2.2.8 中国宠物用品及服务行业的发展痛点分析

第3章：互联网+宠物用品及服务市场发展现状及趋势前景分析

3.1 互联网给宠物用品及服务行业带来的冲击和变革分析

- 3.1.1 互联网时代宠物用品及服务行业大环境变化分析
 - (1) 互联网影响下产业结构升级变化
 - (2) 打破了信息的不对称性格局
 - (3) 大数据推动资源利用最大化
- 3.1.2 互联网给宠物用品及服务行业带来的突破机遇分析
 - (1) 提供多元化服务
 - (2) 扩大宠物用品及服务行业，加快行业发展
- 3.1.3 互联网给宠物用品及服务行业带来的挑战分析
- 3.1.4 互联网+宠物用品及服务融合创新机会分析

3.2 中国互联网+宠物用品及服务市场发展阶段分析

- 3.2.1 前瞻对互联网+宠物用品及服务发展阶段的研究
 - (1) 探索期（2008-2023年）
 - (2) 高速发展期（2019年后）
- 3.2.2 中国互联网+宠物用品及服务细分阶段发展特点

3.3 中国互联网+宠物用品及服务市场发展现状分析

- 3.3.1 中国互联网+宠物用品及服务投资布局分析
- 3.3.2 中国互联网+宠物用品及服务市场规模分析
- 3.3.3 中国互联网+宠物用品及服务市场竞争格局分析
 - (1) 中国互联网+宠物用品及服务竞争主体
 - (2) 中国互联网+宠物用品及服务竞争层次
- 3.3.4 互联网+背景下宠物用品及服务行业的知识产权保护问题
- 3.3.5 中国互联网+宠物用品及服务市场发展瓶颈剖析

3.4 中国互联网+宠物用品及服务市场发展前景分析

- 3.4.1 中国互联网+宠物用品及服务市场驱动力分析
 - (1) 互联网快速发展
 - (2) 移动互联网给传统商业与企业带来冲击
 - (3) 人均收入提高增强宠物消费意愿
- 3.4.2 中国互联网+宠物用品及服务市场发展趋势分析
- 3.4.3 中国互联网+宠物用品及服务市场增长潜力分析

第4章：全球“互联网”+宠物用品及服务行业发展及其对中国发展的启示

4.1 全球“互联网”+宠物用品及服务行业的发展现状

- 4.1.1 全球“互联网”+宠物用品及服务行业发展概况
- 4.1.2 全球“互联网”+宠物用品及服务行业市场规模
- 4.1.3 全球“互联网”+宠物用品及服务竞争格局分析
 - (1) 地区竞争格局
 - (2) 渠道竞争格局

4.2 全球“互联网”+宠物用品及服务行业代表性案例分析

- 4.2.1 Bayer（德国）
 - (1) 公司简介
 - (2) 经营情况
 - (3) 互联网”+宠物用品及服务布局

- 4.2.2 Wellness (美国)
 - (1) 公司简介
 - (2) 互联网”+宠物用品及服务布局
- 4.2.3 雀巢(美国)
 - (1) 公司简介
 - (2) 经营情况
 - (3) 互联网”+宠物用品及服务布局
- 4.2.4 Blue Buffalo (美国)
 - (1) 公司简介
 - (2) 经营情况
 - (3) 互联网”+宠物用品及服务布局
- 4.2.5 Merial (法国)
 - (1) 公司简介
 - (2) 经营情况
 - (3) 互联网”+宠物用品及服务布局

4.3 对中国“互联网”+宠物用品及服务行业发展的启示

- 4.3.1 注重研发，提升本土品牌竞争力
- 4.3.2 以国外发达国家为基准点判断国内宠物市场增速
- 4.3.3 渠道的差异导致了市场集中度的不同

第5章：中国互联网+宠物用品及服务商业模式创新发展策略

5.1 互联网+宠物用品及服务产业的商业模式研究概述

- 5.1.1 商业模式的概念
- 5.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
 - (1) 商业模式的核心构成要素
 - (2) 商业模式的构建流程

5.2 宠物用品及服务行业商业模式分析

- 5.2.1 宠物用品及服务行业商业模式的系统构成要素概述
- 5.2.2 宠物用品及服务行业商业模式的解析
 - (1) 宠物用品及服务行业的价值主张
 - (2) 宠物用品及服务行业的价值创造
 - (3) 宠物用品及服务行业的价值传递
 - (4) 宠物用品及服务行业的价值实现
- 5.2.3 宠物用品及服务行业商业模式发展现状

5.3 “互联网+”对宠物用品及服务企业商业模式的影响

- 5.3.1 “互联网+”对宠物用品及服务企业的价值主张的影响
- 5.3.2 “互联网+”对宠物用品及服务企业的价值创造的影响
- 5.3.3 “互联网+”对宠物用品及服务企业的价值传递的影响
- 5.3.4 “互联网+”对宠物用品及服务企业的价值实现的影响

5.4 “互联网+”背景下宠物用品及服务行业的发展策略解析

- 5.4.1 从价值主张角度
- 5.4.2 从价值创造角度
- 5.4.3 从价值传递角度
 - (1) 同城宠物店
 - (2) 宠物用品
 - (3) 宠物医疗
 - (4) 宠物购买
 - (5) 流浪动物救助此类APP
 - (6) 宠物丢失寻找
 - (7) 宠物沟通
- 5.4.4 从价值实现角度

5.5 “互联网+”宠物用品及服务行业商业模式发展现状解析

5.6 “互联网+”环境下宠物用品及服务企业的商业模式的创新发展策略建议

- 5.6.1 整合资源，线上线下协同发展
- 5.6.2 优化企业关系网络，构建“双向化”价值链体系
- 5.6.3 变革组织形态
- 5.6.4 创新多元盈利模式

第6章：中国“互联网+”宠物用品及服务企业发展案例分析

- 6.1 中国“互联网+”宠物用品及服务企业发展概述
- 6.2 部分“互联网+”宠物用品及服务企业发展案例解析

- 6.2.1 烟台中宠食品股份有限公司
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业销售渠道分析
 - (5) 企业互联网+宠物用品及服务布局最新动态
 - (6) 企业互联网+宠物用品及服务布局规划
- 6.2.2 天津庆泉宠物用品股份有限公司
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业销售渠道分析
 - (5) 企业互联网+宠物用品及服务布局规划
- 6.2.3 佩蒂动物营养科技股份有限公司
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业销售渠道分析
 - (5) 企业互联网+宠物用品及服务布局最新动态
 - (6) 企业互联网+宠物用品及服务布局规划
- 6.2.4 杭州天元宠物用品股份有限公司
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业销售渠道分析
 - (5) 企业互联网+宠物用品及服务布局规划
- 6.2.5 山东路斯宠物食品股份有限公司
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业销售渠道分析
 - (4) 企业互联网+宠物用品及服务布局最新动态
 - (5) 企业互联网+宠物用品及服务布局规划

第7章：中国互联网+宠物用品及服务市场投资机会及建议

7.1 中国互联网+宠物用品及服务投资特性及风险

- 7.1.1 互联网+宠物用品及服务投资壁垒分析
 - (1) 政策壁垒
 - (2) 技术壁垒
 - (3) 市场壁垒
- 7.1.2 互联网+宠物用品及服务投资特性分析
- 7.1.3 互联网+宠物用品及服务投资风险分析
 - (1) 汇率风险
 - (2) 新产品开发及推广市场风险
 - (3) 市场竞争风险

7.2 中国互联网+宠物用品及服务资本市场发展分析

- 7.2.1 中国互联网+宠物用品及服务投资现状及趋势
 - (1) 投资现状
 - (2) 投资趋势
- 7.2.2 中国互联网+宠物用品及服务市场IPO情况

1. IPO现状

2. IPO市场趋势

- 7.2.3 中国互联网+宠物用品及服务市场兼并重组情况

1. 兼并重组现状

- (1) 兼并重组市场趋势
- 7.3 中国互联网+宠物用品及服务投资机会与建议**
 - 7.3.1 中国互联网+宠物用品及服务投资机会分析
 - (1) 宠物食品行业投资机会分析
 - (2) 宠物日常用品投资机会分析
 - (3) 宠物医疗行业投资机会分析
 - (4) 宠物服装行业投资机会分析
 - 7.3.2 前瞻关于互联网+宠物用品及服务的投资建议
 - (1) 科学养宠领域值得关注
 - (2) 宠物概念的普及

图表目录

- 图表1: 互联网+概念简介
- 图表2: 互联网+概念的提出
- 图表3: “互联网+”的主要特征
- 图表4: 互联网+宠物用品行业管理体制
- 图表5: 截至2023年我国部分城市宠物限养法规
- 图表6: 我国宠物行业相关政策法规分析
- 图表7: 我国宠物行业相关政策规划分析
- 图表8: 政策环境对行业发展的影响分析
- 图表9: 2015-2023年我国GDP增长情况及同比增长率(单位: 万亿元, %)
- 图表10: 2023年中国主要经济指标增长及预测(单位: %)
- 图表11: 2023年新型冠状病毒疫情对中国经济影响分析
- 图表12: 恒大研究院基于疫情对2020年经济发展增速判断(单位: %)
- 图表13: 宏观经济发展对行业发展的影响分析
- 图表14: 2018-2023年我国养宠数量与养宠家庭比例(单位: 万户, %)
- 图表15: 2014-2023年中国总人口情况(单位: 万人, %)
- 图表16: 2014-2023年中国城镇化水平变化(单位: 万人, %)
- 图表17: 2016-2023年中国城乡居民人均收入增长情况(单位: 万元)
- 图表18: 2017-2023年中国居民人均消费支出额(单位: 元)
- 图表19: 2023年中国居民消费支出占比(单位: %)
- 图表20: 2017-2023年中国网民规模与普及率(单位: 万人, %)
- 图表21: 宠物在养宠家庭中的角色担当(单位: %)
- 图表22: 社会环境对行业发展的影响分析
- 图表23: 2018-2023年年互联网基础资源对比(单位: 个, 块/32, Mbps, %)
- 图表24: 2016-2023年中国Ipv6地址数(单位: 块/32)
- 图表25: 2016-2023年中国Ipv4地址数(单位: 万个)
- 图表26: 截至2023年中国分类域名数(单位: 个, %)
- 图表27: 截至2023年中国分类CN域名数(单位: 个, %)
- 图表28: 2016-2023年中国网站数量(单位: 万个)
- 图表29: 中国大数据产业生命周期
- 图表30: 2019-2023年中国大数据市场规模及预测(单位: 亿元, %)
- 图表31: 2023年中国物联网行业指标完成情况评估表(单位: 万亿, 亿, 个, 家, 项, %)
- 图表32: 2018-2023年中国物联网行业市场规模(单位: 亿元, %)
- 图表33: 中国物联网行业的发展趋势分析
- 图表34: 2015-2023年中国人工智能产业市场规模(单位: 亿元)
- 图表35: 中国人工智能企业层次分布(单位: %)
- 图表36: 中国人工智能企业核心技术分布(单位: %)
- 图表37: 2014-2023年中国云计算市场规模(单位: 亿元, %)
- 图表38: 2017-2023年中国公有云与私有云计算市场规模(单位: 亿元)
- 图表39: 中国云计算产业产品和服务发展趋势简析
- 图表40: 中国云计算产业链企业潜在发展方向
- 图表41: 中国互联网+宠物用品及服务行业的发展机遇与威胁分析
- 图表42: 全球宠物用品及服务产业发展历程及所处阶段
- 图表43: 2014-2023年全球宠物食品市场规模增长情况(单位: 亿美元)

- 图表44: 2013-2023年全球宠物日常用品市场规模增长情况 (单位: 亿美元)
- 图表45: 2014-2023年美国宠物行业市场规模及增速 (单位: 亿美元, %)
- 图表46: 2023年美国宠物行业各细分领域占比 (单位: %)
- 图表47: 2023年欧洲宠物数量 (单位: 万只)
- 图表48: 2018-2023年西欧宠物市场规模 (单位: 亿欧元, %)
- 图表49: 日本宠物产业发展情况及市场趋势
- 图表50: 其他国家宠物产业发展情况分析
- 图表51: 全球各地区宠物经济产值占比 (单位: %)
- 图表52: 2024-2029年全球宠物食品及日用品市场规模预测 (单位: 亿美元)
- 图表53: 全球宠物用品及服务行业发展趋势分析
- 图表54: 中国宠物用品与服务市场与日本对比分析
- 图表55: 中国宠物用品与服务市场与美国对比分析
- 图表56: 宠物用品及服务产业链示意图
- 图表57: 2018-2023年我国养宠数量与养宠家庭比例 (单位: 万户, %)
- 图表58: 2015-2023年我国宠物用品及服务行业市场规模及增速 (单位: 亿元, %)
- 图表59: 北京宠物零食主要企业
- 图表60: 上海宠物食品行业主要生产企业
- 图表61: 成都宠物食品市场格局 (单位: %)
- 图表62: 成都宠物食品销售渠道分析 (单位: %)
- 图表63: 宠物服务区域发展分析
- 图表64: 2024-2029年中国宠物行业规模预测 (单位: 亿元)
- 图表65: 宠物租赁市场分析
- 图表66: 宠物置换市场分析
- 图表67: 宠物运输市场分析
- 图表68: 宠物“移民”市场分析
- 图表69: 中国宠物用品及服务行业发展痛点分析
- 图表70: 互联网给宠物用品及服务行业带来的挑战分析
- 图表71: 中国互联网+宠物用品及服务细分阶段发展特点
- 图表72: 互联网+宠物用品及服务市场投资事件汇总
- 图表73: 2013-2023年互联网+宠物用品及服务市场规模 (单位: 亿元)
- 图表74: 中国互联网+宠物用品及服务竞争主体
- 图表75: 中国互联网+宠物用品及服务竞争层次
- 图表76: 中国互联网+宠物用品及服务市场发展趋势分析
- 图表77: 2024-2029年互联网+宠物用品及服务市场规模 (单位: 亿元)
- 图表78: 全球“互联网”+宠物用品及服务行业发展概况
- 图表79: 2014-2023年全球“互联网”+宠物用品及服务行业市场规模 (单位: 亿美元)
- 图表80: 2023年全球“互联网”+宠物用品及服务市场地区竞争格局 (单位: %)
- 图表81: 全球宠物食品市场分渠道竞争 (单位: %)
- 图表82: 2023年拜耳集团经营状况 (单位: 亿美元)
- 图表83: 亚马逊2018年TOP5宠物食品品牌销售占比 (单位: %)
- 图表84: 2018-2023年雀巢经营成果 (单位: 亿瑞郎)
- 图表85: 2023年Nestle雀巢业务结构 (单位: 亿瑞郎, %)
- 图表86: 2016-2023年蓝爵营业收入变化 (单位: 亿美元)
- 图表87: 2024-2029年我国宠物渗透率对比 (单位: 只/户)
- 图表88: 中美日三国宠物食品行业渠道对比
- 图表89: 商业模式框架图
- 图表90: 一般行业盈利公式
- 图表91: 商业模式构建流程
- 图表92: 宠物用品及服务行业商业模式的系统构成要素概述构成要素概述
- 图表93: 宠物消费心理分类
- 图表94: 宠物用品及服务行业商业模式发展现状
- 图表95: “互联网+”宠物用品及服务行业发展模式分类
- 图表96: 互联网思维下宠物用品及服务企业商业模式发展路径
- 图表97: 烟台中宠食品股份有限公司基本信息表
- 图表98: 2016-2023年烟台中宠食品股份有限公司主要经济指标分析表 (单位: 万元)
- 图表99: 2016-2023年烟台中宠食品股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表100: 2017-2023年烟台中宠食品股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表101: 2016-2023年烟台中宠食品股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表102: 2017-2023年烟台中宠食品股份有限公司发展能力分析 (单位: %)

- 图表103: 2023年烟台中宠食品股份有限公司收入分布 (单位: %)
- 图表104: 烟台中宠食品股份有限公司国外营销网络
- 图表105: 烟台中宠食品股份有限公司国内营销网络
- 图表106: 2018-2023年上半年公司国内营收电商渠道占比 (单位: %)
- 图表107: 天津庆泉宠物用品股份有限公司基本信息表
- 图表108: 2019-2023年天津庆泉宠物用品股份有限公司主要经济指标分析表 (单位: 万元)
- 图表109: 2019-2023年天津庆泉宠物用品股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表110: 2017-2023年天津庆泉宠物用品股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表111: 2019-2023年天津庆泉宠物用品股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表112: 2016-2023年天津庆泉宠物用品股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表113: 2023年天津庆泉宠物用品股份有限公司收入分布 (单位: %)
- 图表114: 2023年天津庆泉宠物用品股份有限公司地区收入分布 (单位: %)
- 图表115: 佩蒂动物营养科技股份有限公司基本信息表
- 图表116: 2019-2023年佩蒂动物营养科技股份有限公司主要经济指标分析表 (单位: 万元)
- 图表117: 2019-2023年佩蒂动物营养科技股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表118: 2016-2023年佩蒂动物营养科技股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表119: 2019-2023年佩蒂动物营养科技股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表120: 2016-2023年佩蒂动物营养科技股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 略 . . . 完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!