中国互联网+宠物食品行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——
第1章：宠物食品行业综述及数据来源说明
1.1 宠物食品行业界定
1.1.1 宠物食品的界定
1、定义
2、特征
1.1.2 宠物食品的分类
1.1.3 宠物食品所处行业
1.1.4 宠物食品行业监管
1.1.5 宠物食品标准化建设
1.2 宠物食品产业画像
1.2.1 宠物食品产业链结构梳理
1.2.2 宠物食品产业链生态全景图谱
1.2.3 宠物食品产业链区域热力图
1.3 本报告数据来源及统计标准说明
1.3.1 本报告研究范围界定
1.3.2 本报告权威数据来源
1.3.3 研究方法及统计标准
——现状篇——
第2章：全球及中国宠物食品行业发展现状
2.1 全球及中国宠物食品发展历程
2.2 全球宠物食品行业发展概况
2.3 中国宠物食品市场主体分析
2.3.1 宠物食品市场主体类型
2.3.2 宠物食品企业进场方式
2.4 中国宠物食品市场供需现状
2.4.1 宠物食品生产企业（谁生产）
2.4.2 宠物食品生产能力（产能）
2.4.3 宠物食品生产情况（产量）
2.4.4 宠物食品需求特征（谁需要）
2.4.5 宠物食品需求现状（需求量）
2.4.6 宠物食品供需平衡（库存、供需缺口）
2.4.7 宠物食品市场行情（价格水平）
2.5 中国宠物食品对外贸易状况
2.5.1 宠物食品进出口适用海关HS编码
2.5.2 宠物食品进出口贸易总体情况
2.5.3 宠物食品进口贸易状况
1、宠物食品进口贸易规模
2、宠物食品进口价格水平
3、宠物食品进口产品结构
2.5.4 宠物食品出口贸易状况
1、宠物食品出口贸易规模
2、宠物食品出口价格水平
3、宠物食品出口产品结构
2.6 中国宠物食品市场竞争格局
2.6.1 宠物食品市场竞争格局
2.6.2 宠物食品市场集中度
2.7 中国宠物食品细分市场概况
2.8 中国宠物食品市场规模体量
2.9 中国宠物食品发展痛点及挑战
第3章：“互联网+”对宠物食品行业商业模式的冲击与变革分析

3.1 互联网+宠物食品的内涵
3.2 商业模式核心逻辑及运行机制
3.2.1 商业模式的核心逻辑
3.2.2 商业模式的运行机制
3.2.3 商业模式的重要性分析
1、对商业模式不清晰的初创企业而言
2、对不明确自身已有商业模式的成熟企业而言
3、对面临转型升级困境的企业而言
3.3 商业模式画布的构成要素及相互关系
3.3.1 商业模式画布的构成要素
3.3.2 商业模式核心要素的关联
3.4 宠物食品行业商业模式要素解析及“互联网+”影响解析
3.4.1 宠物食品行业价值主张VP：提供什么产品/服务/价值
1、商业模式要素→价值主张VP
2、宠物食品行业价值主张VP
3、互联网+宠物食品行业价值主张VP
3.4.2 宠物食品行业客户细分CS：目标用户群体是谁？
1、商业模式要素→客户细分CS
2、宠物食品行业客户细分CS
3、互联网+宠物食品行业客户细分CS
3.4.3 宠物食品行业核心资源KR：拥有什么核心资源？
1、商业模式要素→核心资源KR
2、宠物食品行业核心资源KR
3、互联网+宠物食品行业核心资源KR
3.4.4 宠物食品行业关键业务KA：关键业务
1、商业模式要素→关键业务KA
2、宠物食品行业关键业务KA
3、互联网+宠物食品行业关键业务KA
3.4.5 宠物食品行业渠道通路CH：通过什么方式/途径触达用户
1、商业模式要素→渠道通路CH
2、宠物食品行业渠道通路CH
3、互联网+宠物食品行业渠道通路CH
3.4.6 宠物食品行业客户关系CR：通过什么方式/机制提供价值
1、商业模式要素→客户关系CR
2、宠物食品行业客户关系CR
3、互联网+宠物食品行业客户关系CR
3.4.7 宠物食品行业合作伙伴KP：上下游配套产业
1、商业模式要素→合作伙伴KP
2、宠物食品行业合作伙伴KP
3、互联网+宠物食品行业合作伙伴KP
3.4.8 宠物食品行业成本结构C$：商业运作过程中的成本投入
1、商业模式要素→成本结构
2、宠物食品成本结构分析
3、互联网+宠物食品成本/投入结构分析
3.4.9 宠物食品行业收入来源R$：收入来源
1、商业模式要素→收入来源
2、宠物食品行业收入来源
3、互联网+宠物食品行业收入来源
3.5“互联网+”对宠物食品产业链结构及生态图谱的重塑
3.5.1 “互联网+”对宠物食品产业链结构的重塑
1、宠物食品行业产业链结构梳理
2、互联网+宠物食品产业链结构梳理
3.5.2 “互联网+”对宠物食品产业全景生态图谱的重塑
1、宠物食品产业全景生态图谱梳理
2、互联网+宠物食品产业全景生态图谱梳理
3.5.3 “互联网+”对宠物食品价值链的重塑
1、宠物食品行业价值链梳理
2、互联网+宠物食品行业价值链梳理
4.6 互联网+宠物食品行业发展机遇与挑战总结

第4章：中国互联网+宠物食品融合发展现状及面临困境分析
4.1 中国互联网+宠物食品融合发展历程
4.2 中国互联网+宠物食品市场渗透情况
4.3 中国互联网+宠物食品市场参与主体类型
4.4 中国互联网+宠物食品市场竞争格局
4.5 中国互联网+宠物食品市场规模体量
4.6 中国互联网+宠物食品领域投融资现状
4.6.1 中国互联网+宠物食品投融资事件汇总
4.6.2 中国互联网+宠物食品投融资动因分析
4.6.3 中国互联网+宠物食品投融资特性分析
4.6.4 中国互联网+宠物食品投融资趋势预测
4.7 中国互联网+宠物食品领域兼并重组状况
4.7.1 中国互联网+宠物食品兼并重组事件汇总
4.7.2 中国互联网+宠物食品兼并重组动因分析
4.7.3 中国互联网+宠物食品兼并重组特性分析
4.7.4 中国互联网+宠物食品兼并重组趋势预测
4.8 中国互联网+宠物食品发展面临的困境分析
第5章：互联网+宠物食品主流商业生态发展解析
5.1 中国宠物食品行业传统商业模式
5.2 中国互联网+宠物食品商业模式探索现状
5.3 中国互联网+宠物食品销售渠道发展模式分析
5.3.1 中国电子商务模式发展概述
5.3.2 中国宠物食品线下渠道——传统专业销售渠道发展分析
5.3.3 中国宠物食品线下渠道——传统商超销售渠道发展分析
5.3.4 中国宠物食品线上渠道——B2C模式发展分析
5.3.5 中国宠物食品线上渠道——C2C模式发展分析
5.4 中国宠物食品跨境电商发展分析
5.5 中国宠物食品直播电商发展分析
5.6 中国宠物食品社交电商发展分析（知识科普+互动+商品推荐）
5.7 互联网+宠物食品新兴商业模式/商业形态探索
5.8 互联网+宠物食品商业模式创新发展策略建议
第6章：中国宠物食品企业的互联网+布局案例分析
6.1 中国宠物食品企业的互联网+布局汇总与对比
6.2 中国宠物食品企业的互联网+布局案例（可定制）
6.2.1 烟台中宠食品股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、企业宠物食品业务布局
5、企业“互联网+”布局状况
6、企业互联网+宠物食品商业模式解读
6.2.2 佩蒂动物营养科技股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、企业宠物食品业务布局
5、企业“互联网+”布局状况
6、企业互联网+宠物食品商业模式解读
6.2.3 江西华亨宠物食品股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务

2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、企业宠物食品业务布局
5、企业“互联网+”布局状况
6、企业互联网+宠物食品商业模式解读
6.2.4 江苏吉家宠物用品有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、企业宠物食品业务布局
5、企业“互联网+”布局状况
6、企业互联网+宠物食品商业模式解读
6.2.5 乖宝宠物食品集团股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、企业宠物食品业务布局
5、企业“互联网+”布局状况
6、企业互联网+宠物食品商业模式解读
第7章：中国非宠物食品企业的互联网+食品宠物布局案例分析
7.1 中国非宠物食品企业的互联网+食品宠物布局汇总与对比
7.2 中国非宠物食品企业的互联网+食品宠物布局案例（可定制）
7.2.1 上海索洛信息技术有限公司（魔力猫盒：猫咪订阅式宠物电商）
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、企业互联网+宠物食品业务布局
5、企业互联网+宠物食品商业模式解读
7.2.2 重庆易宠科技有限公司（e宠商城→宠物电商平台）
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、企业互联网+宠物食品业务布局
5、企业互联网+宠物食品商业模式解读
7.2.3 上海佩奇网络科技有限公司（App：小佩宠物（PETKIT）→知识科普+互动+商品推荐）
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、企业互联网+宠物食品业务布局
5、企业互联网+宠物食品商业模式解读
7.2.4 杭州宠胖胖科技有限公司（宠胖胖APP：宠物社区+宠物电商）
1、企业基本信息
（1）发展历程

（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、企业互联网+宠物食品业务布局
5、企业互联网+宠物食品商业模式解读
7.2.5 光橙（上海）信息科技有限公司（App：波奇宠物→宠物电商平台+宠物社区）
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、企业互联网+宠物食品业务布局
5、企业互联网+宠物食品商业模式解读
——展望篇——
第8章：中国互联网+宠物食品行业政策环境洞察&发展潜力
8.1 互联网+宠物食品行业政策环境洞悉
8.1.1 国家层面发展政策汇总及解读
8.1.2 国家层面发展规划汇总及解读
8.1.3 国家重点规划/政策的影响分析
8.1.4 地方层面互联网+宠物食品政策热力图
8.1.5 地方层面互联网+宠物食品政策规划汇总
8.1.6 地方层面互联网+宠物食品发展目标解读
8.2 互联网+宠物食品行业PEST分析图
8.3 互联网+宠物食品行业SWOT分析
8.4 互联网+宠物食品行业发展潜力评估
第9章：中国互联网+宠物食品行业市场前景及发展趋势洞悉
9.1 互联网+宠物食品行业未来关键增长点
9.2 互联网+宠物食品行业发展前景预测（未来5年预测）
9.3 互联网+宠物食品行业发展趋势洞悉
9.3.1 整体发展趋势
9.3.2 监管规范趋势
9.3.3 技术创新趋势
9.3.4 细分市场趋势
9.3.5 市场竞争趋势
9.3.6 市场供需趋势
第10章：中国互联网+宠物食品行业投资战略规划策略及建议
10.1 互联网+宠物食品行业进入与退出壁垒
10.1.1 进入壁垒
1、资金壁垒
2、技术壁垒
3、准入壁垒
4、人才壁垒
5、资源壁垒
6、品牌壁垒
10.1.2 退出壁垒
10.2 互联网+宠物食品行业投资风险预警
10.2.1 风险预警
1、周期性风险
2、成长性风险
3、产业关联度风险
4、市场集中度风险
5、行业壁垒风险
6、宏观政策风险
10.2.2 风险应对
10.3 互联网+宠物食品行业投资机会分析
10.3.1 互联网+宠物食品产业链薄弱环节投资机会
10.3.2 互联网+宠物食品行业细分领域投资机会

10.3.3 互联网+宠物食品行业区域市场投资机会
10.3.4 互联网+宠物食品产业空白点投资机会
10.4 互联网+宠物食品行业投资价值评估
10.5 互联网+宠物食品行业投资策略建议
10.6 互联网+宠物食品行业可持续发展建议

图表目录

图表1：宠物食品的定义
图表2：宠物食品的特征
图表3：宠物食品专业术语
图表4：宠物食品的分类
图表5：本报告研究领域所处行业（一）
图表6：本报告研究领域所处行业（二）
图表7：宠物食品行业监管
图表8：宠物食品标准化建设进程
图表9：宠物食品国际标准汇总
图表10：宠物食品中国标准汇总
图表11：宠物食品产业链结构梳理
图表12：宠物食品产业链生态全景图谱
图表13：宠物食品产业链区域热力图
图表14：本报告研究范围界定
图表15：本报告权威数据来源
图表16：本报告研究方法及统计标准
图表17：全球及中国宠物食品发展历程
图表18：全球宠物食品行业发展概况
图表19：中国宠物食品市场主体类型
图表20：中国宠物食品企业进场方式
图表21：中国宠物食品市场供需现状
图表22：中国宠物食品生产型企业数量
图表23：中国宠物食品生产型企业名单
图表24：中国宠物食品生产能力（产能）
图表25：中国宠物食品生产情况（产量）
图表26：中国宠物食品市场需求/销售
图表27：中国宠物食品需求特征（谁需要）
图表28：中国宠物食品需求现状（需求量/表观消费量）
图表29：中国宠物食品供需平衡（库存、供需缺口）
图表30：中国宠物食品市场行情走势
图表31：中国宠物食品进出口适用海关HS编码
图表32：中国宠物食品对外贸易状况
图表33：中国宠物食品市场竞争格局
图表34：中国宠物食品市场集中度
图表35：中国宠物食品行业细分市场分析
图表36：中国宠物食品市场规模体量
图表37：中国宠物食品发展痛点及挑战
图表38：商业模式的核心逻辑
图表39：商业模式画布的构成要素
图表40：价值主张VP：为用户和客户提供什么产品和服务以及价值
图表41：宠物食品行业价值主张VP：提供什么产品/服务及价值
图表42：互联网+宠物食品行业价值主张VP：提供什么产品/服务及价值
图表43：客户细分CS：目标用户群体是谁？
图表44：宠物食品行业客户细分CS：目标用户群体是谁？
图表45：互联网+宠物食品行业客户细分CS：目标用户群体是谁？
图表46：核心资源KR：拥有什么核心资源？
图表47：宠物食品行业核心资源KR：实体资产/知识资产/金融资产/人力资源
图表48：互联网+宠物食品行业核心资源KR：实体资产/知识资产/金融资产/人力资源

图表49：关键业务KA：制造产品/解决问题/平台/网络
图表50：宠物食品行业关键业务KA：制造产品/解决问题/平台/网络
图表51：互联网+宠物食品行业关键业务KA：制造产品/解决问题/平台/网络
图表52：渠道通路CH：通过什么方式和途径触达用户
图表53：宠物食品行业渠道通路CH：通过什么方式和途径触达用户
图表54：互联网+宠物食品行业渠道通路CH：通过什么方式和途径触达用户
图表55：客户关系CR：通过什么方式/机制提供产品/服务
图表56：宠物食品行业客户关系CR：通过什么方式/机制提供产品/服务
图表57：互联网+宠物食品行业客户关系CR：通过什么方式/机制提供产品/服务
图表58：合作伙伴KP：上下游配套产业
图表59：宠物食品行业合作伙伴KP：上下游配套产业
图表60：互联网+宠物食品行业合作伙伴KP：上下游配套产业
图表61：成本结构C$：商业运作过程中的成本投入
图表62：宠物食品行业成本结构C$：商业运作过程中的成本投入
图表63：宠物食品成本/投入构成
图表64：宠物食品行业成本构成示意图
图表65：互联网+宠物食品成本/投入结构分析
图表66：收入来源R$
图表67：宠物食品行业收入来源
图表68：宠物食品产业链结构梳理
图表69：互联网+宠物食品产业链结构梳理
图表70：宠物食品产业全景生态图谱
图表71：互联网+宠物食品产业全景生态图谱梳理
图表72：宠物食品行业价值链梳理
图表73：互联网+宠物食品行业价值链梳理
图表74：互联网+宠物食品行业发展机遇与挑战总结
图表75：中国互联网+宠物食品融合发展历程
图表76：中国互联网+宠物食品市场参与者类型
图表77：“互联网+”宠物食品行业竞争者格局
图表78：中国互联网+宠物食品投融资事件汇总
图表79：中国互联网+宠物食品投融资动因分析
图表80：中国互联网+宠物食品投融资动因分析
图表81：中国互联网+宠物食品投融资动因分析
图表82：中国互联网+宠物食品兼并重组事件汇总
图表83：中国互联网+宠物食品兼并重组动因分析
图表84：中国互联网+宠物食品兼并重组动因分析
图表85：中国互联网+宠物食品兼并重组动因分析
图表86：中国宠物食品行业传统商业模式类型
图表87：互联网+宠物食品新兴商业模式/商业形态探索
图表88：互联网+宠物食品商业模式创新发展策略建议
图表89：中国传统宠物食品企业的互联网+布局汇总与对比
图表90：烟台中宠食品股份有限公司发展历程
图表91：烟台中宠食品股份有限公司基本信息表
图表92：烟台中宠食品股份有限公司经营范围及主营业务
图表93：烟台中宠食品股份有限公司经营情况
图表94：烟台中宠食品股份有限公司经营资质和能力资质
图表95：烟台中宠食品股份有限公司宠物食品业务布局状况
图表96：烟台中宠食品股份有限公司“互联网+”布局状况
图表97：烟台中宠食品股份有限公司互联网+宠物食品商业模式解读
图表98：佩蒂动物营养科技股份有限公司发展历程
图表99：佩蒂动物营养科技股份有限公司基本信息表
图表100：佩蒂动物营养科技股份有限公司经营范围及主营业务
图表101：佩蒂动物营养科技股份有限公司经营情况
图表102：佩蒂动物营养科技股份有限公司经营资质和能力资质
图表103：佩蒂动物营养科技股份有限公司宠物食品业务布局状况
图表104：佩蒂动物营养科技股份有限公司“互联网+”布局状况
图表105：佩蒂动物营养科技股份有限公司互联网+宠物食品商业模式解读
图表106：江西华亨宠物食品股份有限公司发展历程
图表107：江西华亨宠物食品股份有限公司基本信息表

图表108：江西华亨宠物食品股份有限公司经营范围及主营业务
图表109：江西华亨宠物食品股份有限公司经营情况
图表110：江西华亨宠物食品股份有限公司经营资质和能力资质
图表111：江西华亨宠物食品股份有限公司宠物食品业务布局状况
图表112：江西华亨宠物食品股份有限公司“互联网+”布局状况
图表113：江西华亨宠物食品股份有限公司互联网+宠物食品商业模式解读
图表114：江苏吉家宠物用品有限公司发展历程
图表115：江苏吉家宠物用品有限公司基本信息表
图表116：江苏吉家宠物用品有限公司经营范围及主营业务
图表117：江苏吉家宠物用品有限公司经营情况
图表118：江苏吉家宠物用品有限公司经营资质和能力资质
图表119：江苏吉家宠物用品有限公司宠物食品业务布局状况
图表120：江苏吉家宠物用品有限公司“互联网+”布局状况
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！