

2024-2030年中国互联网+ 宠物食品行业发展趋势与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国互联网+宠物食品行业发展趋势与前景趋势报告》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.cction.com/report/202404/453967.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国互联网+宠物食品行业发展趋势与前景趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第1章：互联网+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 1.1.2 宠物食品相似/相关概念辨析 1.1.3 《国民经济行业分类与代码》中宠物食品行业归属 1.2 互联网+宠物食品内涵分析 1.3 互联网+宠物食品专业术语说明 1.4 本报告研究范围界定说明 1.5 本报告数据来源及统计标准说明 1.5.1 本报告权威数据来源 1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明 第2章：中国互联网+宠物食品行业宏观环境分析（PEST） 2.1 中国互联网+宠物食品行业政策（Policy）环境分析 2.1.1 中国互联网+宠物食品行业监管体系及机构介绍 （1）中国互联网+宠物食品行业主管部门 （2）中国互联网+宠物食品行业自律组织 2.1.2 中国互联网+宠物食品行业标准体系建设现状（国家/地方/行业/团体/企业标准） （1）中国互联网+宠物食品标准体系建设 （2）中国互联网+宠物食品现行标准汇总 （3）中国互联网+宠物食品即将实施标准 （4）中国互联网+宠物食品重点标准解读 2.1.3 国家层面互联网+宠物食品行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类） （1）国家层面互联网+宠物食品行业政策汇总及解读 （2）国家层面互联网+宠物食品行业规划汇总及解读 2.1.4 31省市互联网+宠物食品行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类） （1）31省市互联网+宠物食品行业政策规划汇总 （2）31省市互联网+宠物食品行业发展目标解读 2.1.5 国家重点规划/政策对互联网+宠物食品行业发展的影响 2.1.6 政策环境对互联网+宠物食品行业发展的影响总结 2.2 中国互联网+宠物食品行业经济（Economy）环境分析 2.2.1 中国宏观经济发展现状 2.2.2 中国宏观经济发展展望 2.2.3 中国互联网+宠物食品行业发展与宏观经济相关性分析 2.3 中国互联网+宠物食品行业社会（Society）环境分析 2.3.1 中国互联网+宠物食品行业社会环境分析 2.3.2 社会环境对互联网+宠物食品行业发展的影响总结 2.4 中国互联网+宠物食品行业技术（Technology）环境分析 2.4.1 中国互联网+宠物食品行业营销/服务流程图解 2.4.2 中国互联网+宠物食品行业关键技术分析 2.4.3 新一代信息技术在互联网+宠物食品领域的融合应用 （1）下一代互联网 （2）5G+ （3）物联网 （4）云计算 （5）人工智能 （6）边缘计算 2.4.4 中国互联网+宠物食品行业科研投入及创新成果 2.4.5 技术环境对互联网+宠物食品行业发展的影响总结 第3章：中国宠物食品行业发展状况及互联网+发展必然性分析 3.1 中国宠物食品行业发展历程 3.2 中国宠物食品行业市场特征 3.3 中国宠物食品行业发展现状 3.4 中国宠物食品行业竞争状况 3.5 中国宠物食品行业经营效益分析 3.6 中国宠物食品行业市场规模体量 3.7 中国宠物食品行业市场

前景预测 3.8 中国宠物食品行业市场痛点解析 3.9 互联网+助力宠物食品行业痛点解决 第4章：“互联网+”对宠物食品行业商业模式的冲击与变革分析 4.1 商业模式的核心逻辑 4.2 商业模式的运行机制 4.3 商业模式的重要性分析 4.3.1 对商业模式不清晰的初创企业而言 4.3.2 对不明确自身已有商业模式的成熟企业而言 4.3.3 对面临转型升级困境的企业而言 4.4 商业模式画布的构成要素及相互关系 4.4.1 商业模式画布的构成要素 4.4.2 商业模式核心要素的关联 4.5 宠物食品行业商业模式要素解析及“互联网+”影响解析 4.5.1 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 4.5.2 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 4.5.3 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 4.5.4 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 4.5.5 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 4.5.6 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 4.5.7 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 4.5.8 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 4.5.9 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 4.6 “互联网+”对宠物食品产业链结构及生态图谱的重塑 4.6.1 “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 4.6.2 “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 4.6.3 “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 4.7 互联网+宠物食品行业发展机遇与挑战总结 第5章：中国互联网+宠物食品融合发展现状及面临困境分析 5.1 中国互联网+宠物食品融合发展历程 5.2 中国互联网+宠物食品市场渗透情况 5.3 中国互联网+宠物食品市场参与主体类型 5.4 中国互联网+宠物食品市场竞争格局 5.5 中国互联网+宠物食品市场规模体量 5.6 中国互联网+宠物食品领域投融资现状 5.6.1 中国互联网+宠物食品投融资事件汇总 5.6.2 中国互联网+宠物

食品投融资动因分析 5.6.3 中国互联网+宠物食品投融资特性分析 5.6.4 中国互联网+宠物食品投融资趋势预测 5.7 中国互联网+宠物食品领域兼并重组状况 5.7.1 中国互联网+宠物食品兼并重组事件汇总 5.7.2 中国互联网+宠物食品兼并重组动因分析 5.7.3 中国互联网+宠物食品兼并重组特性分析 5.7.4 中国互联网+宠物食品兼并重组趋势预测 5.8 中国互联网+宠物食品发展面临的困境分析 第6章：互联网+宠物食品主流商业生态发展解析 6.1 中国宠物食品行业传统商业模式 6.2 中国互联网+宠物食品商业模式探索现状 6.3 中国互联网+宠物食品销售渠道发展模式分析 6.3.1 中国电子商务模式发展概述 6.3.2 中国宠物食品线下渠道——传统专业销售渠道发展分析 6.3.3 中国宠物食品线下渠道——传统商超销售渠道发展分析 6.3.4 中国宠物食品线上渠道——B2C模式发展分析 6.3.5 中国宠物食品线上渠道——C2C模式发展分析 6.4 中国宠物食品跨境电商发展分析 6.5 中国宠物食品直播电商发展分析 6.6 中国宠物食品社交电商发展分析（知识科普+互动+商品推荐） 6.7 互联网+宠物食品新兴商业模式/商业形态探索 6.8 互联网+宠物食品商业模式创新发展策略建议 第7章：中国宠物食品企业的互联网+布局案例分析 7.1 中国宠物食品企业的互联网+布局汇总与对比 7.2 中国宠物食品企业的互联网+布局案例（可定制） 7.2.1 烟台中宠食品股份有限公司（1）企业发展历程及基本信息 1）企业发展历程 2）企业基本信息 3）企业股权结构（2）企业业务架构及经营情况 1）企业整体业务架构 2）企业整体经营情况（3）企业宠物食品业务发展及互联网+布局状况 1）企业宠物食品业务布局 2）企业“互联网+”布局状况（4）企业互联网+宠物食品商业模式解读（5）企业互联网+宠物食品商业形态分析（6）企业互联网+宠物食品商业模式评价 7.2.2 佩蒂动物营养科技股份有限公司（1）企业发展历程及基本信息 1）企业发展历程 2）企业基本信息 3）企业股权结构（2）企业业务架构及经营情况 1）企业整体业务架构 2）企业整体经营情况（3）企业宠物食品业务发展及互联网+布局状况 1）企业宠物食品业务布局 2）企业“互联网+”布局状况（4）企业互联网+宠物食品商业模式解读（5）企业互联网+宠物食品商业形态分析（6）企业互联网+宠物食品商业模式评价 7.2.3 江西华亨宠物食品股份有限公司（1）企业发展历程及基本信息 1）企业发展历程 2）企业基本信息 3）企业股权结构（2）企业业务架构及经营情况 1）企业整体业务架构 2）企业整体经营情况（3）企业宠物食品业务发展及互联网+布局状况 1）企业宠物食品业务布局 2）企业“互联网+”布局状况（4）企业互联网+宠物食品商业模式解读（5）企业互联网+宠物食品商业形态分析（6）企业互联网+宠物食品商业模式评价 7.2.4 江苏吉家宠物用品有限公司（1）企业发展历程及基本信息 1）企业发展历程 2）企业基本信息 3）企业股权结构（2）企业业务架构及经营情况 1）企业整体业务架构 2）企业整体经营情况（3）企业宠物食品业务发展及互联网+布局状况 1）企业宠物食品业务布局 2）企业“互联网+”布局状况（4）企业互联网+宠物食品商业模式解读

(5) 企业互联网+宠物食品商业形态分析 (6) 企业互联网+宠物食品商业模式评价 7.2.5 乖宝宠物食品集团股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 1) 企业发展历程 2) 企业基本信息 3) 企业股权结构 (2) 企业业务架构及经营情况 1) 企业整体业务架构 2) 企业整体经营情况 (3) 企业宠物食品业务发展及互联网+布局状况 1) 企业宠物食品业务布局 2) 企业“互联网+”布局状况 (4) 企业互联网+宠物食品商业模式解读 (5) 企业互联网+宠物食品商业形态分析 (6) 企业互联网+宠物食品商业模式评价 第8章：中国非宠物食品企业的互联网+食品宠物布局案例分析 8.1 中国非宠物食品企业的互联网+食品宠物布局汇总与对比 8.2 中国非宠物食品企业的互联网+食品宠物布局案例（可定制） 8.2.1 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) 企业发展历程及基本信息 1) 企业发展历程 2) 企业基本信息 3) 企业股权结构 (2) 企业业务架构及经营情况 1) 企业整体业务架构 2) 企业整体经营情况 (3) 企业互联网+宠物食品业务布局类型 (4) 企业互联网+宠物食品商业模式解读 (5) 企业互联网+宠物食品商业形态分析 (6) 企业互联网+宠物食品商业模式评价 8.2.2 重庆易宠科技有限公司（e宠商城→宠物电商平台） (1) 企业发展历程及基本信息 1) 企业发展历程 2) 企业基本信息 3) 企业股权结构 (2) 企业业务架构及经营情况 1) 企业整体业务架构 2) 企业整体经营情况 (3) 企业互联网+宠物食品业务布局类型 (4) 企业互联网+宠物食品商业模式解读 (5) 企业互联网+宠物食品商业形态分析 (6) 企业互联网+宠物食品商业模式评价 8.2.3 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) 企业发展历程及基本信息 1) 企业发展历程 2) 企业基本信息 3) 企业股权结构 (2) 企业业务架构及经营情况 1) 企业整体业务架构 2) 企业整体经营情况 (3) 企业互联网+宠物食品业务布局类型 (4) 企业互联网+宠物食品商业模式解读 (5) 企业互联网+宠物食品商业形态分析 (6) 企业互联网+宠物食品商业模式评价 8.2.4 杭州宠胖胖科技有限公司（宠胖胖APP：宠物社区+宠物电商） (1) 企业发展历程及基本信息 1) 企业发展历程 2) 企业基本信息 3) 企业股权结构 (2) 企业业务架构及经营情况 1) 企业整体业务架构 2) 企业整体经营情况 (3) 企业互联网+宠物食品业务布局类型 (4) 企业互联网+宠物食品商业模式解读 (5) 企业互联网+宠物食品商业形态分析 (6) 企业互联网+宠物食品商业模式评价 8.2.5 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) 企业发展历程及基本信息 1) 企业发展历程 2) 企业基本信息 3) 企业股权结构 (2) 企业业务架构及经营情况 1) 企业整体业务架构 2) 企业整体经营情况 (3) 企业互联网+宠物食品业务布局类型 (4) 企业互联网+宠物食品商业模式解读 (5) 企业互联网+宠物食品商业形态分析 (6) 企业互联网+宠物食品商业模式评价 第9章：中国互联网+宠物食品市场前景预测及发展趋势预判 9.1 中国互联网+宠物食品SWOT分析 9.2 中国互联网+宠物食品发展潜力评估 9.3 中国互联网+宠物食品发展前景预测

9.4 中国互联网+宠物食品发展趋势预判 第10章：中国互联网+宠物食品投资战略规划策略及建议 10.1 中国互联网+宠物食品进入与退出壁垒 10.1.1 互联网+宠物食品进入壁垒分析 10.1.2 互联网+宠物食品退出壁垒分析 10.2 中国互联网+宠物食品投资风险预警 10.3 中国互联网+宠物食品投资价值评估 10.4 中国互联网+宠物食品投资机会分析 10.4.1 互联网+宠物食品产业链薄弱环节投资机会 10.4.2 互联网+宠物食品细分领域投资机会 10.4.3 互联网+宠物食品区域市场投资机会 10.4.4 互联网+宠物食品产业空白点投资机会 10.5 中国互联网+宠物食品投资策略与建议 10.6 中国互联网+宠物食品可持续发展建议 图表目录 图表1：宠物食品的界定 图表2：宠物食品相似/相关概念辨析 图表3：《国民经济行业分类与代码》中宠物食品行业归属 图表4：互联网+宠物食品的分类 图表5：互联网+宠物食品专业术语说明 图表6：本报告研究范围界定 图表7：本报告权威数据资料来源汇总 图表8：本报告的主要研究方法及统计标准说明 图表9：中国互联网+宠物食品行业监管体系 图表10：中国互联网+宠物食品行业主管部门 图表11：中国互联网+宠物食品行业自律组织 图表12：中国互联网+宠物食品标准体系建设 图表13：中国互联网+宠物食品现行标准汇总 图表14：中国互联网+宠物食品即将实施标准 图表15：中国互联网+宠物食品重点标准解读 图表16：截至2022年中国互联网+宠物食品行业发展政策汇总 图表17：截至2022年中国互联网+宠物食品行业发展规划汇总 图表18：31省市互联网+宠物食品行业政策规划汇总 图表19：31省市互联网+宠物食品行业发展目标解读 图表20：国家“十四五”规划对互联网+宠物食品行业的影响分析 图表21：政策环境对互联网+宠物食品行业发展的影响总结 图表22：中国宏观经济发展现状 图表23：中国宏观经济发展展望 图表24：中国互联网+宠物食品行业发展与宏观经济相关性分析 图表25：中国互联网+宠物食品行业社会环境分析 图表26：社会环境对互联网+宠物食品行业发展的影响总结 图表27：中国互联网+宠物食品行业营销/服务流程图解 图表28：中国互联网+宠物食品行业关键技术分析 图表29：中国互联网+宠物食品新兴技术融合应用 图表30：中国互联网+宠物食品行业科研投入状况 图表31：中国互联网+宠物食品行业科研创新成果（论文、专利、科研成果转化等） 图表32：技术环境对互联网+宠物食品行业发展的影响总结 图表33：中国宠物食品行业发展历程 图表34：中国宠物食品行业市场特征 图表35：中国宠物食品行业发展现状 图表36：中国宠物食品行业竞争状况 图表37：中国宠物食品行业经营效益分析 图表38：中国宠物食品行业市场规模体量 图表39：中国宠物食品行业市场前景预测 图表40：中国宠物食品行业市场痛点解析 图表41：商业模式的核心逻辑 图表42：商业模式画布的构成要素 图表43：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44：宠物食品行业价值主张VP：提供什么产品/服务及价值 图表45：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46：客户细分CS：目标用户群体是谁？ 图表47：宠物食品行业客户细分CS：目标用户群体是谁？ 图表48：互联网+宠物食品行业客户细

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

模式评价 图表103：佩蒂动物营养科技股份有限公司发展历程 图表104：佩蒂动物营养科技股份有限公司基本信息表 图表105：佩蒂动物营养科技股份有限公司股权穿透图 图表106：佩蒂动物营养科技股份有限公司整体业务架构 图表107：佩蒂动物营养科技股份有限公司整体经营情况 图表108：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109：佩蒂动物营养科技股份有限公司“互联网+”布局状况 图表110：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111：佩蒂动物营养科技股份有限公司互联网+宠物食品商业形态分析 图表112：佩蒂动物营养科技股份有限公司互联网+宠物食品商业模式评价 图表113：江西华亨宠物食品股份有限公司发展历程 图表114：江西华亨宠物食品股份有限公司基本信息表 图表115：江西华亨宠物食品股份有限公司股权穿透图 图表116：江西华亨宠物食品股份有限公司整体业务架构 图表117：江西华亨宠物食品股份有限公司整体经营情况 图表118：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119：江西华亨宠物食品股份有限公司“互联网+”布局状况 图表120：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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/453967.html>