



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年生猪行业营销策略 探讨及投资风险预测报告

一、调研说明

《2010-2015年生猪行业营销策略探讨及投资风险预测报告》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/160774.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

2009年1月份能繁母猪存栏量达5010万头，之后持续减少，5月份以后维持在略高于4800万头的水平，全年生猪的存栏量在4.4亿头到4.7亿头之间波动，能繁母猪存栏占生猪存栏量始终略高于10%。在生猪疫情不发生较大变化的情况下，2010年生猪的供给量会比较平稳略有增加，预计增幅在4%左右，全年猪肉产量将超过5000万吨。2009年生猪养殖面临疫病风险很大，导致散养户的数量在2010年会持续下降；其次，农村劳动力转移方面，经济回暖导致沿海工业聚集区出现了用工荒，预计2010年农村劳动力向沿海地区流动的数量较2009年有所增加，农村中可用于养猪的劳动力会减少；此外，随着城市化进程的加快以及农村土地流转逐步进行，散养户赖以存在的基础会逐渐削弱；现有生猪养殖企业和其他行业的资本看到生猪养殖行业未来较好的前景，会纷纷投资于大规模猪场。综合起来，2010年散养户所占比例会进一步下降，规模化猪场的所占比例会继续增加，预计我国标准化规模养殖比例仍将提高5个百分点以上。随着规模化养殖比例的提高、生猪产业经营成本控制理念的增强，生猪生产将逐步向土地资源丰富及粮食主产区转移，四川、湖南等传统养猪大省生猪供给在全国的比例会有所下降，而东北、西北等省份的所占比例会进一步增加，在各省大力推进生猪产业发展的背景下，部分沿海地区如广东凭借价格优势会逐步提高自给率，但江、浙、沪仍会增加外调生猪和猪肉。

2010年上半年生猪市场一路下滑，从上半年全国生猪价格走势来看，呈"W型"走势，年初全国生猪均价由12.43元/kg下跌至4月初的9.68元/kg，跌幅达22.12%。截止2010年5月底，我国生猪存栏43370万头，较年初减少7.53%，能繁母猪存栏4700万头，较年初下降4.28%。生猪存栏的下降能够有效缓解市场压力，促进价格回升。2010年政策的密集出台，加速了我国冻肉储备的进程，从而有效地缓解了生猪价格的下跌幅度。经历动荡的上半年行情后，下半年猪市将做何走势？从供给角度来看，受6月份北方地区猪价提振影响，生猪补栏将有所增加，但由于南方地区高温、高湿等天气影响，疫病的发生几率较大，直接影响生猪存栏结构的变化。预计下半年我国生猪整体供给相对偏紧，猪价整体回升。从需求角度来看，由于我国下半年节假日较为集中，居民对肉类消费需求量有所增加，必然拉动猪价回升；再次，玉米出口退税的取消、南北美气候良好、国际捕鱼量增加等等有利因素的频现，将有利于降低国内饲料成本，促进养殖户补栏的积极性。但由于生猪饲养周期相对较长，短期内很难有效缓解生猪断档，预计下半年猪价涨势较为喜人。对于养殖企业来讲，如何安排生产、如何调整结构、如何适时出栏等一系列问题的合理调整，将考验着养猪经理人的智慧。如何把握市场变化，做到及时出栏，将有利于企业健康、良性发展。那么，未来生猪行业的发展会有怎样的变化？市场竞争力如何？投资热点在哪里？又有什么样的走向呢？

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家农业部、中国养猪行业协会、中国肉类协会、中国畜产品流通协会、中国畜牧业协会、中国畜牧兽医学会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及生猪研究单位等公布和提供的大量资料，结合对生猪相关企业的实地调查，对我国生猪行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了生猪行业的前景与风险。报告揭示了生猪市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球生猪行业发展分析

第一节 2009年全球生猪市场分析

一、2009年全球生猪市场回顾

二、2009年全球生猪市场环境

三、2009年全球生猪销售分析

四、2009年全球生猪市场规模

第二节 2010年全球生猪市场分析

一、2010年全球生猪需求分析

二、2010年全球生猪市场规模

三、2010年全球生猪出栏情况

四、2010年中外生猪市场对比

第三节 部分国家地区生猪行业发展状况

一、2009-2010年美国生猪行业发展分析

二、2009-2010年欧洲生猪行业发展分析

三、2009-2010年日本生猪行业发展分析

四、2009-2010年韩国生猪行业发展分析

第二章 我国生猪行业发展现状

第一节 我国生猪行业发展现状

- 一、生猪行业品牌发展现状
- 二、生猪行业消费市场现状
- 三、生猪市场消费层次分析
- 四、我国生猪市场走向分析

第二节 我国生猪行业发展状况

- 一、2009年中国生猪行业发展回顾
- 二、2009年生猪行业发展情况分析
- 三、2009年我国生猪市场特点分析
- 四、2010年我国生猪市场发展分析

第三节 中国生猪行业供需分析

- 一、2009年中国生猪市场供给总量分析
- 二、2009年中国生猪市场供给结构分析
- 三、2010年中国生猪市场需求总量分析
- 四、2010年中国生猪市场需求结构分析
- 五、2010年中国生猪市场供需平衡分析

第三章 中国生猪行业经济运行分析

第一节 中国猪肉供给

- 一、2010年上半年种猪存栏
- 二、2010年上半年生猪存出栏和猪肉产量
- 三、2010年上半年生猪养殖规模
- 四、2010年上半年生猪养殖技术
- 五、2010年上半年猪肉质量
- 六、2010年下半年猪肉供给预测

第二节 中国生猪养殖利润

- 一、2010年上半年分规模生猪养殖成本
- 二、2010年上半年生猪收购价格
- 三、2010年上半年分规模生猪养殖利润水平
- 四、2010年下半年生猪养殖利润预测

第三节 中国生猪屠宰加工

- 一、2010年上半年生猪屠宰加工政策
- 二、2010年上半年生猪屠宰企业的结构
- 三、2010年上半年生猪屠宰能力
- 四、2010年上半年生猪屠宰量
- 五、2010年上半年猪肉产品的结构
- 六、2010年上半年生猪屠宰行业利润水平
- 七、2010年下半年生猪屠宰行业发展预测

第四节 中国猪肉消费

- 一、2010年上半年猪肉消费量
- 二、2010年上半年猪肉的城乡消费结构
- 三、2010年上半年不同途径的猪肉消费结构
- 四、2010年上半年不同产品形式的猪肉消费结构
- 五、2010年上半年猪肉价格水平
- 六、2010年下半年猪肉消费预测

第五节 2010年下半年中国生猪市场展望

- 一、2010年下半年生猪政策
- 二、2010年下半年生猪存出栏
- 三、2010年下半年猪肉产量
- 四、2010年下半年猪肉消费
- 五、2010年下半年猪肉贸易
- 六、2010年下半年猪肉价格

第四章 中国生猪行业区域市场分析

第一节 华北地区生猪行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第二节 东北地区生猪行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第三节 华东地区生猪行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第四节 华南地区生猪行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第五节 华中地区生猪行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第六节 西南地区生猪行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第七节 西北地区生猪行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第五章 生猪行业投资与发展前景分析

第一节 2010年上半年生猪行业投资情况分析

- 一、2010年上半年生猪行业总体投资结构
- 二、2010年上半年生猪行业投资规模情况
- 三、2010年上半年生猪行业投资增速情况
- 四、2010年上半年生猪分行业投资分析
- 五、2010年上半年生猪分地区投资分析

第二节 生猪行业投资机会分析

- 一、生猪投资项目分析
- 二、可以投资的生猪模式
- 三、2010-2015年生猪投资机会
- 四、2010-2015年生猪细分行业投资机会
- 五、2010-2015年生猪投资新方向

第三节 生猪行业发展前景分析

- 一、生猪市场发展前景分析
- 二、我国生猪市场蕴藏的商机
- 三、后危机时代生猪市场的发展前景
- 四、2010年生猪市场面临的发展商机
- 五、2010-2015年生猪市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第六章 生猪行业竞争格局分析

第一节 生猪行业集中度分析

- 一、生猪市场集中度分析
- 二、生猪企业集中度分析
- 三、生猪区域集中度分析

第二节 生猪行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 生猪行业竞争格局分析

一、2009年生猪行业竞争分析

二、2009年中外生猪产品竞争分析

三、2009-2010年国内外生猪竞争分析

四、2009-2010年我国生猪市场竞争分析

五、2009-2010年我国生猪市场集中度分析

六、2010-2015年国内主要生猪企业动向

第七章 2010-2015年中国生猪行业发展形势分析

第一节 生猪行业发展概况

一、生猪行业发展特点分析

二、生猪行业投资现状分析

三、生猪行业总产值分析

四、生猪行业技术发展分析

第二节 2009-2010年生猪行业市场情况分析

一、生猪行业市场发展分析

二、生猪市场存在的问题

三、生猪市场规模分析

第三节 2009-2010年生猪产销状况分析

一、生猪产量分析

二、生猪产能分析

三、生猪市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第八章 中国生猪行业整体运行指标分析

第一节 2009-2010年中国生猪行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009-2010年中国生猪行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009-2010年中国生猪行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第九章 生猪行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2009-2010年生猪原材料价格走势

二、2009-2010年生猪行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2009-2010年生猪行业产销情况

二、2009-2010年生猪行业库存情况

三、2009-2010年生猪行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2009-2010年生猪行业价格走势

二、2009-2010年生猪行业营业收入情况

三、2009-2010年生猪行业毛利率情况

四、2009-2010年生猪行业赢利能力

五、2009-2010年生猪行业赢利水平

六、2010-2015年生猪行业赢利预测

第十章 生猪行业盈利能力分析

第一节 2009-2010年中国生猪行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009-2010年中国生猪行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009-2010年中国生猪行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009-2010年中国生猪行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十一章 生猪重点企业发展分析

第一节 企业一

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第二节 企业二

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第三节 企业三

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四节 企业四

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第五节 企业五

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第六节 企业六

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第七节 企业七

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第八节 企业八

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第九节 企业九

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第十节 企业十

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十二章 生猪行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业SWOT分析
- 四、行业五力模型分析

第三节 生猪行业投资效益分析

- 一、2009年生猪行业投资状况分析
- 二、2009年生猪行业投资效益分析
- 三、2010-2015年生猪行业投资方向
- 四、2010-2015年生猪行业投资建议

第四节 生猪行业投资策略研究

- 一、2009年生猪行业投资策略
- 二、2010年生猪行业投资策略
- 三、2010-2015年生猪行业投资策略
- 四、2010-2015年生猪细分行业投资策略

第十三章 生猪行业投资风险预警

第一节 影响生猪行业发展的主要因素

- 一、2010年影响生猪行业运行的有利因素
- 二、2010年影响生猪行业运行的稳定因素
- 三、2010年影响生猪行业运行的不利因素
- 四、2010年我国生猪行业发展面临的挑战
- 五、2010年我国生猪行业发展面临的机遇

第二节 生猪行业投资风险预警

- 一、2010-2015年生猪行业市场风险预测

- 二、2010-2015年生猪行业政策风险预测
- 三、2010-2015年生猪行业经营风险预测
- 四、2010-2015年生猪行业技术风险预测
- 五、2010-2015年生猪行业竞争风险预测
- 六、2010-2015年生猪行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十四章 生猪行业发展趋势分析

第一节 2010-2015年中国生猪市场趋势分析

- 一、2009-2010年我国生猪市场趋势总结
- 二、2010-2015年我国生猪发展趋势分析

第二节 2010-2015年生猪产品发展趋势分析

- 一、2010-2015年生猪产品技术趋势分析
- 二、2010-2015年生猪产品价格趋势分析

第三节 2010-2015年中国生猪行业供需预测

- 一、2008-2012年中国生猪供给预测
- 二、2010-2015年中国生猪需求预测
- 三、2010-2015年中国生猪价格预测

第四节 2010-2015年生猪行业规划建议

- 一、生猪行业"十一五"整体规划
- 二、生猪行业"十二五"规划预测
- 三、2010-2015年生猪行业规划建议

第十五章 生猪企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、生猪价格策略分析
- 二、生猪渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高生猪企业竞争力的策略

- 一、提高中国生猪企业核心竞争力的对策
- 二、生猪企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响生猪企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高生猪企业竞争力的策略

第四节 对我国生猪品牌的战略思考

- 一、生猪实施品牌战略的意义
- 二、生猪企业品牌的现状分析
- 三、我国生猪企业的品牌战略
- 四、生猪品牌战略管理的策略

图表目录

图表：生猪产业链分析

图表：生猪行业生命周期

图表：2009-2010年中国生猪行业市场规模

图表：2009-2010年全球生猪产业市场规模

图表：2009-2010年生猪重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国生猪行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国生猪行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国生猪行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国生猪竞争力分析

图表：2010-2015年中国生猪市场前景预测

图表：2010-2015年中国生猪市场价格走势预测

图表：2010-2015年中国生猪发展前景预测

图表：2001-2009年美国生猪市场销售规模

图表：2010-2015年美国生猪市场销售规模预测

图表：2002-2009年英国生猪市场规模

图表：2002-2009年英国生猪市场占全球和欧洲份额比较

图表：2010-2015年英国生猪市场规模预测

图表：2008-2012年英国生猪市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2009年德国生猪市场规模

图表：2002-2009年德国生猪市场占全球和欧洲份额比较

图表：2010-2015年德国生猪市场规模预测

图表：2008-2012年德国生猪市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2009年日本生猪市场规模

图表：2002-2009年日本生猪市场占全球和亚洲份额比较

图表：2010-2015年日本生猪市场规模预测

图表：2010-2015年日本生猪市场规模趋预测势图

图表：2002-2009年中国生猪市场规模

图表：2002-2009年中国生猪市场占全球和亚洲份额比较

图表：2010-2015年中国生猪市场规模预测

图表：2010-2015年中国生猪市场规模趋预测势图

图表：2009-2010年7月生猪行业销售成本分析

图表：2009-2010年7月生猪行业销售费用分析

图表：2009-2010年7月生猪行业管理费用分析

图表：2009-2010年7月生猪行业财务费用分析

图表：2009-2010年7月生猪行业销售及利润分析

图表：2009-2010年7月生猪行业销售毛利率分析

图表：2009-2010年7月生猪行业销售利润率分析

图表：2009-2010年7月生猪行业成本费用利润率分析

图表：2009-2010年7月生猪行业总资产利润率分析

图表：2009-2010年7月生猪行业资产分析

图表：2009-2010年7月生猪行业负债分析

图表：2009-2010年7月生猪行业偿债能力分析

图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2009年年末国家外汇储备

图表：2004-2009年税收收入及其增长速度

图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2009年年末电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2009年年末各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2004-2009年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009-2010年7月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年7月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-12月我国生猪产品进口数据

图表：2009年1-12月我国生猪产品出口数据

图表：2009年1月我国生猪产品进口数据

图表：2009年1月我国生猪产品出口数据

图表：2009年2月我国生猪产品进口数据

图表：2009年2月我国生猪产品出口数据

图表：2009年3月我国生猪产品进口数据

图表：2009年3月我国生猪产品出口数据

图表：2009年4月我国生猪产品进口数据

图表：2009年4月我国生猪产品出口数据

图表：2009年5月我国生猪产品进口数据

图表：2009年5月我国生猪产品出口数据

图表：2009年6月我国生猪产品进口数据

图表：2009年6月我国生猪产品出口数据

图表：2009年7月我国生猪产品进口数据

图表：2009年7月我国生猪产品出口数据

图表：2009年8月我国生猪产品进口数据

图表：2009年8月我国生猪产品出口数据

图表：2009年9月我国生猪产品进口数据

图表：2009年9月我国生猪产品出口数据

图表：2009年10月我国生猪产品进口数据

图表：2009年10月我国生猪产品出口数据

图表：2009年11月我国生猪产品进口数据

图表：2009年11月我国生猪产品出口数据

图表：2009年12月我国生猪产品进口数据

图表：2009年12月我国生猪产品出口数据

图表：2009-2010年7月中国生猪行业国有企业工业数据

图表：2009-2010年7月中国生猪行业集体企业工业数据

图表：2009-2010年7月中国生猪行业股份合作制企业工业数据

图表：2009-2010年7月中国生猪行业股份制企业工业数据

图表：2009-2010年7月中国生猪行业私营企业工业数据

图表：2009-2010年7月中国生猪行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009-2010年7月中国生猪行业其他类型企业工业数据

图表：2009-2010年7月中国不同所有制生猪企业累计工业总产值对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制生猪企业累计产品销售收入对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制生猪企业累计资产总计对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制生猪企业累计利润总额对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制生猪企业累计工业总产值增长对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制生猪企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制生猪企业累计利润总额增长对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制生猪企业产销率对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制生猪企业流动资产周转次数对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制生猪企业人均销售率对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制生猪企业亏损面对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制生猪企业销售利润率对比

图表：2009-2010年7月中国不同所有制生猪企业资金利税率对比

图表：2009年1-12月生猪产品产量全国统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量北京市统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量天津市统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量河北省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量吉林省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量上海市统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量江苏省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量浙江省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量安徽省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量福建省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量江西省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量山东省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量河南省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量湖北省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量湖南省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量广东省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量广西区统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量海南省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量四川省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量云南省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量陕西省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量青海省统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-12月生猪产品产量新疆区统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量全国统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量北京市统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量天津市统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量河北省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量内蒙古统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量辽宁省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量吉林省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量黑龙江统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量上海市统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量江苏省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量浙江省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量安徽省统计

艾凯数据研究中心发布的

《2010-2015年生猪行业营销策略探讨及投资风险预测报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2010年1-7月生猪产品产量福建省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量江西省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量山东省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量河南省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量湖北省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量湖南省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量广东省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量广西区统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量海南省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量四川省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量云南省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量陕西省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量甘肃省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量青海省统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量宁夏区统计

图表：2010年1-7月生猪产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/160774.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。