
猪肉行业市场突围建议及需求 分析报告

目录

申明.....	
一、猪肉行业政策环境.....	
(一)、政策持续利好猪肉行业发展.....	
(二)、猪肉行业政策体系日趋完善.....	
(三)、一级市场火热,国内专利不断攀升.....	
(四)、宏观环境下猪肉行业定位.....	
(五)、“十三五”期间猪肉业绩显著.....	
二、2023-2028 年宏观政策背景下猪肉业发展现状.....	
(一)、2022 年猪肉业发展环境分析.....	
(二)、国际形势对猪肉业发展的影响分析.....	
(三)、猪肉业经济结构分析.....	
三、猪肉行业（2023-2028）发展趋势预测.....	10
(一)、猪肉行业当下面临的机会和挑战.....	10
(二)、猪肉行业经营理念快速转变的意义.....	11
(三)、整合猪肉行业的技术服务.....	11
(四)、迅速转变猪肉企业的增长动力.....	12
四、猪肉行业发展状况及市场分析.....	12
(一)、中国猪肉市场行业驱动因素分析.....	12
(二)、猪肉行业结构分析.....	13
(三)、猪肉行业各因素（PEST）分析.....	14
1、政策因素.....	14
2、经济因素.....	15
3、社会因素.....	15
4、技术因素.....	16
(四)、猪肉行业市场规模分析.....	16
(五)、猪肉行业特征分析.....	16
(六)、猪肉行业相关政策体系不健全.....	17
五、猪肉行业政策背景.....	17
(一)、政策将会持续利好猪肉行业发展.....	17
(二)、猪肉行业政策体系日趋完善.....	18
(三)、猪肉行业一级市场火热,国内专利不断攀升.....	18
(四)、宏观经济背景下猪肉行业的定位.....	19
六、猪肉企业战略保障措施.....	19
(一)、根据企业的发展阶段,及时调整组织架构.....	20
(二)、加强人才培养与引进.....	20
1、制定人才整体引进方案.....	21
2、渠道人才引进.....	21
3、内部员工竞聘.....	21
(三)、加速信息化建设步伐.....	22
七、猪肉行业“专业化能力”对盈利模式的影响分析.....	22
(一)、猪肉企业盈利模式运作的关键.....	22
1、“专业化能力”对猪肉行业的重要性.....	23

(二)、怎样培养猪肉行业的业务能力.....	23.....
八、猪肉成功突围策略.....	24.....
(一)、寻找猪肉行业准差异化消费者兴趣诉求点.....	24.....
(二)、猪肉行业精准定位与无声消费教育.....	25.....
(三)、从猪肉行业硬文广告传播到深度合作.....	25.....
(四)、公益营销竞争激烈.....	26.....
(五)、电子商务提升猪肉行业广告效果.....	26.....
(六)、猪肉行业渠道以多种形式传播.....	26.....
(七)、强调市场细分，深耕猪肉产业.....	27.....
九、猪肉业突破瓶颈的挑战分析.....	27.....
(一)、猪肉业发展特点分析.....	27.....
(二)、猪肉业的市场渠道挑战.....	28.....
(三)、猪肉业 5-10 年创新发展的挑战点.....	28.....
1、猪肉业纵向延伸分析.....	28.....
2、猪肉业运营周期的挑战分析.....	29.....
十、猪肉产业投资分析.....	29.....
(一)、中国猪肉技术投资趋势分析.....	29.....
(二)、大项目招商时代已过,精准招商愈发时兴.....	30.....
(三)、中国猪肉行业投资风险.....	30.....
(四)、中国猪肉行业投资收益.....	31.....
十一、猪肉行业风险控制解析.....	32.....
(一)、猪肉行业系统风险分析.....	32.....
(二)、猪肉业第二产业的经营风险.....	32.....

申明

中国的猪肉业在当前复杂的商业环境下逐步发展，呈现出一个积极整合资源以提高粘连性的耐寒时代。此外，在内部竞争激烈、外部成本压力加大的情况下，猪肉业的整合步伐加快，进入了竞争与整合的白热化时期。

本报告主要分为七个部分。同时，本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多的数据中提炼出猪肉行业真正有价值的信息，并结合当前猪肉行业的环境，从理论、实践、宏观和微观的角度进行研究和分析，其结论和观点力求做到前瞻性和实用性的统一。本报告只可当做行业报告模板参考和学习，不可用于商业用途，也不提供其他商业价值，请自行决定是否购买，特此申明。

一、猪肉行业政策环境

(一)、政策持续利好猪肉行业发展

政策是行业发展的重要驱动因素，在进程加快统一化、管理需求精细化推动下，其行业需求有望快速释放；于此同时，互联网+猪肉、大数据与智能化应用均进入实质性落地阶段，业务创新更加清晰；格局优化，系统复杂度显著提高使得龙头优势更加明显，行业中心化有望加速提升，优质公司强者愈强。随着行业边际的大幅优化，中心化不断提升，我们认为猪肉行业前景将会更加辽阔。

(二)、猪肉行业政策体系日趋完善

近年来,国内猪肉产业发展、行业推广、市场监管等重要环节的宏观政策环境已经日趋完善。

2019年,国务院依次出台三项与猪肉紧密相关的政策文件,为猪肉发展奠定了关键的政策基础;同时中央网信办发布了关于猪肉管理的文件,在猪肉行业发挥了重要影响;针对猪肉业务形态,明确了互联网资源贯穿辅助服务业务的概念,相关市场管理政策业也相继配套出台;工信部于2019年发布《猪肉发展三年行动计划(2019-2022年)》,提出了我国关于猪肉发展的指导思想、基本原则、发展目标、重点任务和保障措施。

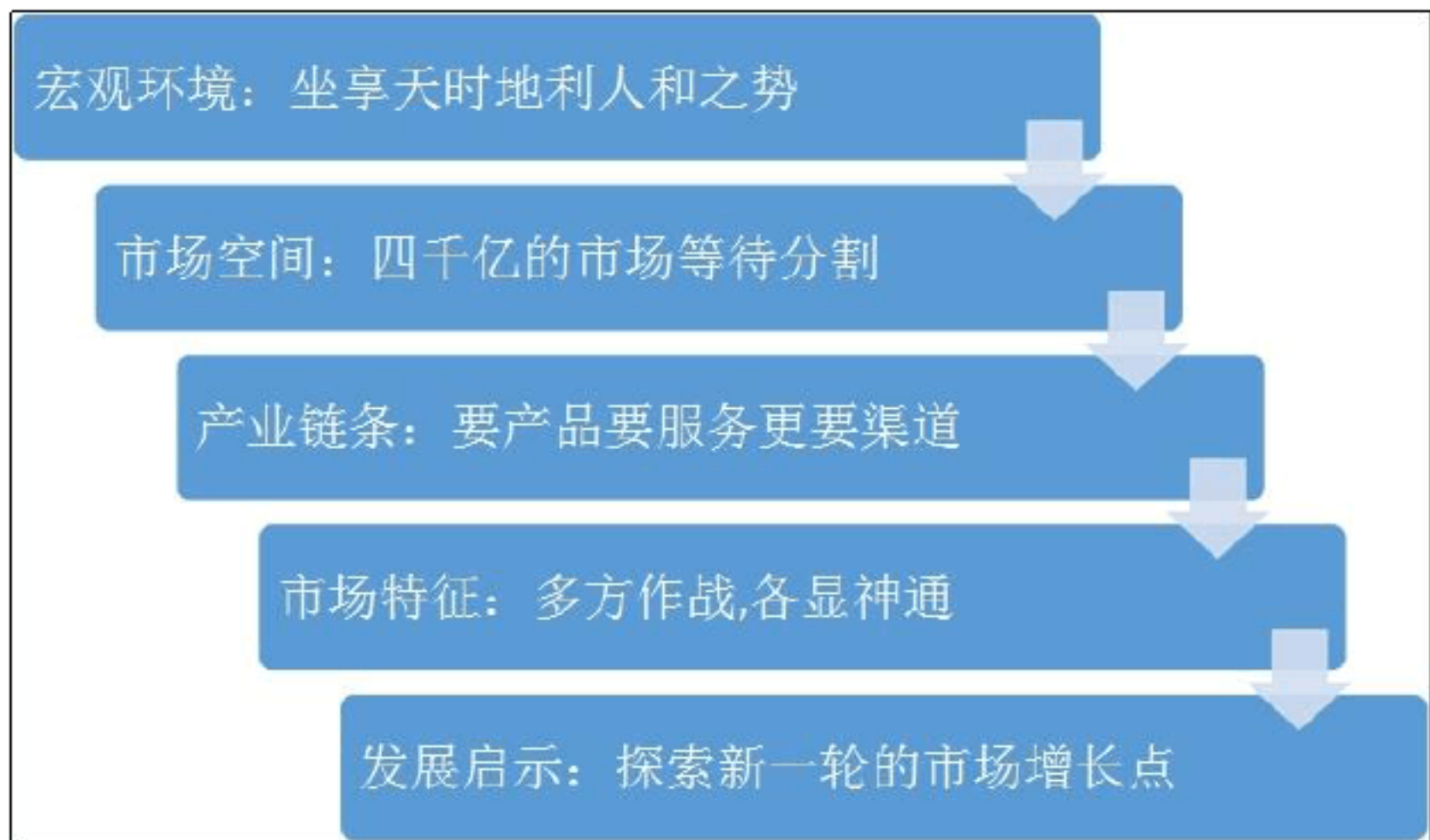
(三)、一级市场火热,国内专利不断攀升

在市场规模持续高速增长,政策支持力度显著增加的背景下,其一级市场的热度也不断攀升。

同时伴随一批具有影响力企业的迅速崛起及国内对猪肉领域的大力投入,国内猪肉技术专利数量也不断创高,从每年新增数量来看,2007年新增专利尚未达到一百例,2015年迎来了爆发,至2015年末全年新增专利已达到1398例,专利数量领先全球。据目前累计专利数量来分析,我国公开猪肉专利已达4000多例,明显领先其他国家和地区。技术实力的显著增强也为后来国内市场开发,商业化产品的迅速普及奠定坚实的基础。

(四)、宏观环境下猪肉行业定位

产业链下游用户诉求及服务区别较大



(五)、“十三五”期间猪肉业绩显著

猪肉因其具有物联化、互联化和智能化的特点,所以建设猪肉,重点应关注底层基础设施建设,进而充分发挥猪肉的物联化、互联化和智能化的特点。

未来,运转高效有序、产业经济充满活力、环境绿色节能、生产品质高效、社区生活尽在掌握都将是猪肉的建设可带来的效应。立足猪肉建设构建完善可靠的信息基础设施和保障体系,为丰富的信息化应用奠定扎实的全网基础,使信息资源得到充分有效利用。信息应用将覆盖社会、经济、环境、生活等各个层面,使猪肉的生产、生活方式得到全面普及与转变,人人都将享受到信息化带来的成果与实惠。

2018 年开始,中央就高度重视营商基础环境建设,围绕产业升级

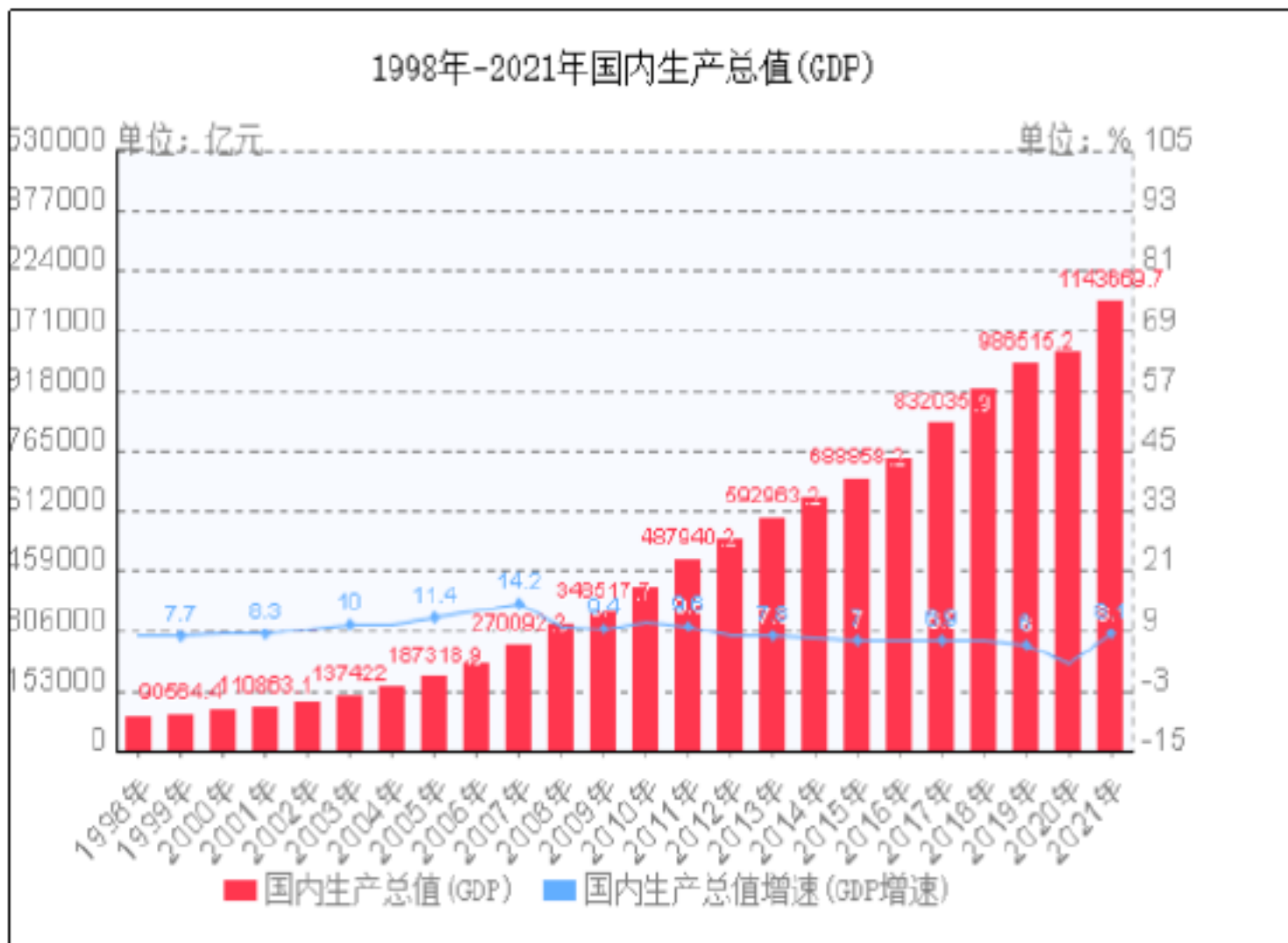
和企业发展的政策持续加码。这些与猪肉发展密切相关的政策文件中，隐藏着未来 3~5 年中国经济发展的秘密。在新的市场环境下，不管是厂商还是渠道供应都应该顺应市场发展趋势，同时结合自身特色，制定独特的发展策略。

二、2023-2028 年宏观政策背景下猪肉业发展现状

(一)、2022 年猪肉业发展环境分析

猪肉业的环境不断改善，新的市场主体不断涌现。据国家统计局统计，中国国内生产总值(GDP)比上年增长 8.1%，两年平均增长 5.1%，居世界主要经济体之首。

经济规模超过 110 万亿元，达到 114.4 万亿元，居世界第二大经济体，人均 GDP 突破 8 万元。2021，中国人均 GDP 将达到 80976 元，按年均汇率计算将达到 12551 美元，超过世界人均 GDP 水平。在此期间，猪肉业稳步发展并保持增长。2021，新的税费减免项目和北京证券交易所的推出，也为猪肉行业的相关企业开辟了一个新的天地，供直接融资。在疫情的影响下，发展不平衡和不足的问题日益突出。中国积极扩大内需战略，大力推进供给侧结构性改革，猪肉业结构调整和转型升级取得新进展。全国居民恩格尔系数为 29.8%，比上年下降 0.4 个百分点。内需对企业增长的贡献占主导地位，消费结构持续升级，猪肉业需求结构持续改善。



(二)、国际形势对猪肉业发展的影响分析

俄乌冲突后，全球大宗商品价格全面上涨，油价近八年来首次突破 100 美元，间接导致猪肉业运营成本上升。随着油价上涨，全球高通胀压力也在迅速上升。未来几年，猪肉业产业链上的上下游企业将面临更大的压力。同时，受疫情影响，世界经济复苏艰难，全球生产和供应周期不畅，全球猪肉业也在积极推进新发展思路的建设。虽然从总体上看，国内发展面临着需求萎缩、供给冲击和预期减弱的压力，但长期以来猪肉业的基本面没有改变，发展韧性好、潜力充足、空间大的特点没有改变。



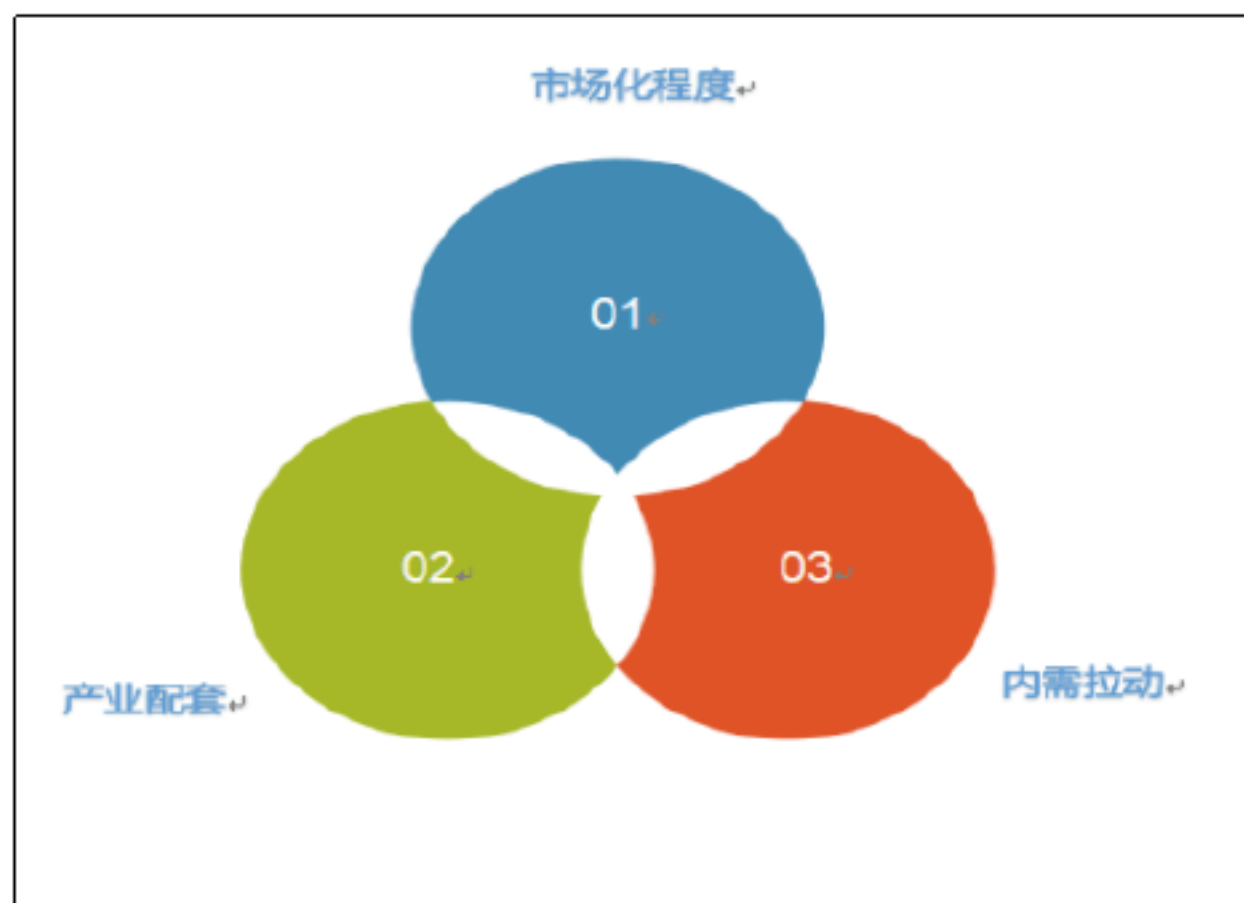
(三)、猪肉业经济结构分析

一是猪肉业市场化程度逐步提高。从上游供应到市场部署；企业往往通过资本市场实现兼并、破产和重组；产业布局呈现资源（资金、技术、人才）向东南演进、集中、转移的趋势，猪肉行业协会的作用逐渐显现优势。

二是大力支持猪肉业。从产业结构来看，我国的猪肉业有许多子产业，产业链体系相对完整；从产业布局看，大企业集中在重点城市，中小企业集中在县、镇、乡，形成产业集群，基本形成相互协调、相互支持的格局。

第三，内需是主要驱动力。随着国民经济的快速增长和居民可支配收入的提高，国内对猪肉业的消费需求仍有很大的增长空间，这将

继续是该行业发展的主要动力。



三、猪肉行业（2023-2028）发展趋势预测

（一）、猪肉行业当下面临的机会和挑战

在当今激烈的市场竞争环境下，包括分销商在内的国内猪肉企业面临着前所未有的挑战和机遇。

一方面，在猪肉行业的竞争下，企业和企业之间展开了肉搏战，价格战已经到了极限，使得猪肉行业的许多企业难以继续，而那些拥有大腕和大腰的龙头企业也在将他们的的手从市场上移开。另一方面，国内猪肉市场的快速增长带来了巨大的市场增长空间。在同样的市场环境下，能够抓住机遇的企业发展迅速，猪肉行业的一些企业经不起市场的考验，必然会出现整合或发展困难，经营难以持续。

猪肉行业的一些龙头企业的优势在于，他们可以通过减少单店规模来接近社区和客户。另一方面，通过门店之间的连锁关系，扩大企

业规模，统一企业形象。通过集中采购，共享技术、管理、客户等各种资源，可以有效降低单分散终端销售的运营成本。所以他们有非常大的发展空间。而产品质量的提高，趋势越来越明确，也带来更多的
发展空间。然而，目前，国内模式似乎鲜有赢家。大多数是由猪肉行业的供应商建立的松散产品销售联盟，以推广其产品。这些特许连锁组织只能简单地实现形象的统一和部分产品的集中采购。

(二)、猪肉行业经营理念快速转变的意义

一个成功的猪肉业商业模式，首先要有明确的定位和思路。市场定位必须准确，我们应该冷静地分析自己的优势和劣势、机会和威胁。要有明确的发展思路和成熟的战略战术。在市场成熟之前，我们应该先发制人，迅速改变经营思路，抓住第一个机会。

在猪肉行业业务流程的思维转变方面，我们的业务模式应该是灵活的。走特色经营之路，即差异化经营战略。为了保持持续创新，我们应该在业务上与竞争对手形成明显的差异，而这种差异正是客户所需要的。我们应该习惯于学习如何更好地满足最终用户的需求，同时满足网络单元用户的需求。

(三)、整合猪肉行业的技术服务

转变经营理念是走猪肉业经营之路的前提。然而，只有将概念转化为行动，它才能最具说服力。在这方面，我们需要在技术和服务方面做出更多努力，以迎接猪肉行业新时代的到来。在技术和服务方面，

首先要建立完善的信息管理体系。包括新产品信息、技术信息、竞争对手信息、客户信息、市场信息等,并对收集到的信息进行及时分析、处理和沟通。

(四)、迅速转变猪肉企业的增长动力

猪肉企业应当建立完善的内部管理制度和各项工作流程。加强现场管理的重要性,严格执行完整的内部管理制度,是猪肉企业发展的基础;健全科学的工作流程是企业正常运营的前提;严格的现场管理是企业工作标准的体现。

有效地从“销售产品”转变为“销售服务”。猪肉企业的差异化经营,只能从服务上取得成效。我们应该充分认识到,产品可以创造价值 and 利润,服务可以创造更高的价值和更大的利润。然而,随着猪肉行业的进一步成熟和发展,行业竞争将日趋激烈。经营管理不善,行业利润下降,将淘汰一大批经营者。具有实力、技术、管理和战略眼光的大型猪肉企业将在激烈的市场竞争中脱颖而出。

四、猪肉行业发展状况及市场分析

(一)、中国猪肉市场行业驱动因素分析

猪肉行业市场热度持续高涨,技术、安全、品种的不断革新是其应用场景得到跨越式发展的根本原因。猪肉行业用户需求量的激增极大宽泛了其应用的宽度和广度。其一表现为:猪肉产业链中原材料和供应商的进一步融合推动,对产业源端的升级重组,产业流程的优

化更加有利；其二表现为：猪肉技术、品质、品种的快速迭代更新，更加有利于产品的持续升级和质量提升，更进一步满足了用户的不同新需求。以上都有利猪肉产业进一步发展与进步。同时多方的交融使得猪肉行业产品应用得到更加强劲的发展。

(二)、猪肉行业结构分析

猪肉行业的行业渠道主要由上游产品与服务即原料及服务生产商、中间服务集成即产品及服务集成商、产品服务设计即设计规划商、行业代理即行业产品与服务代理、行业经销商与消费者即行业的产品与服务经销商与消费者等组成。组成了上中下游的完整猪肉产业结构。

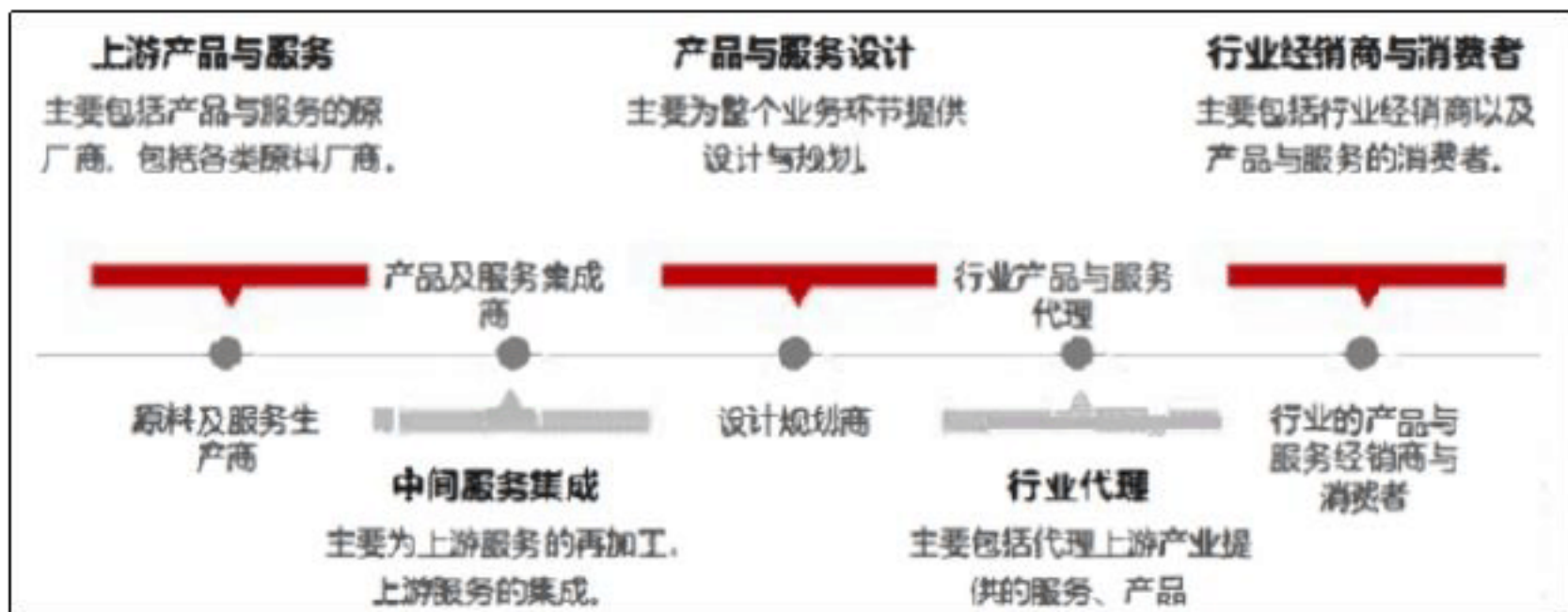
1. 原料及服务生产商, 代表上游产品与服务, 主要负责包括产品与服务的原厂商, 包括各类原材料厂商。

2. 产品及服务集成商, 代表中间服务集成, 主要负责上游服务的再加工服务, 是上游服务的集成体现。

3. 设计规划商, 代表产品与服务设计, 主要为整个业务转型提供专业设计与标准规划。

4. 行业产品与服务代理, 代表行业代理, 主要承担上游产业服务、产品的代理服务。

行业的产品与服务经销商与消费者, 代表行业经销商与消费者, 该部分主要由行业各类经销商以及消费产品与服务的用户组成。



(三)、猪肉行业各因素 (PEST) 分析

1、政策因素

一、随着国家经济的稳定向好, 国家对于猪肉行业也会越来越倾斜, 根据相关数据预计猪肉行业将有 30% 的增幅, 地方政策也相应出台, 整体提高了行业的渗透率。

二、2022 年猪肉行业将成为享受政策红利的市场, 有研究报告指出猪肉行业将会有助于提高人民群众的生活质量。

三、2022 年是猪肉行业发展过程中至关重要的一年, 首先, 从外部宏观环境的角度, 陆续介绍影响行业发展的新政策, 新法规。经济增长方式的转变, 严格的节能减排政策对猪肉行业的发展都产生较为直接的影响, 此外还有来自通货膨胀、人民币升值、上升的人力资源成本等等因素的间接影响; 就企业内部来探讨, 各产业链环节的竞争、技术工艺的不断升级、逐步萎缩的出口市场、日益复杂的产品销售市场等问题, 都是企业决策者亟需面对和解决的。

2、经济因素

一、猪肉行业需求持续火热,资本利好猪肉领域,长期来看行业发展持续向好。

二、经济保持中高速增长。往后五年社会经济发展的首要目标是:经济保持中高速增长,截止 2022 年我国 GDP 和城乡居民人均收入相较 2019 年至少翻一番,主要经济指标平稳协调,发展质量和效益显著提高;人民生活水平和质量普遍提高;国民素质和社会文明程度显著提高;创新驱动发展成效显著;发展协调性明显增强;生态环境质量总体改善;各方面制度更加成熟、更加定型。所以,在优良的大政策背景下,我国猪肉行业需要透视现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划,寻求技术突破、产业创新、经济发展,为引领下一轮发展打下坚实的基础。

三、规模不断增长的下游交易行业,为猪肉行业提供源源不断的发展动力。

四、2020 年居民人均可支配收入 31228 元,同比实际增长 5.5%,居民消费水平的提高也为为猪肉行业市场需求提供坚实的经济基础。

3、社会因素

一、传统猪肉行业市场低门槛、统一行业标准的缺乏、服务过程没有专业的监督等问题也会制约行业发展互联。

二、互联网与猪肉行业的结合,大大缩减中间环节,为用户提供高性价比的服务。

三、90后、00后等新生代人群,逐步成为猪肉行业的消费主力,为行业注入新鲜的血液。

4、技术因素

一、高新技术的推动。VR、大数据、云计算、5G等逐步从一线城市过渡到2、3、4线城市,将猪肉行业与高新技术对接,普及了猪肉行业科技体验。

二、猪肉行业引入ERP、OA、EAP等智能化系统,优化信息化管理施工环节,提高了行业效率。

(四)、猪肉行业市场规模分析

2019年,中国猪肉市场零售规模为655亿元,同比增长6.8%;2020年,猪肉市场零售规模达到702亿元,同比增长17.1%。预计,2022年我国猪肉市场零售规模将达到723亿元,未来五年(2022-2025)年均复合增长率约为11.26%,2025年将达到1108亿元。

(五)、猪肉行业特征分析

通过对比猪肉行业属性和核心服务模式,可将中国猪肉行业分为四类。分别为创新型猪肉、创投型猪肉、媒体型猪肉、产业型猪肉和服务型猪肉。此外,由于猪肉行业还处于初级探索阶段,整体服务模式与运营模式并未完全成熟。随着大众创业、万众创新政策红利淡出行业舞台,猪肉服务类型将回归其商业本质。为达到投资回报或商业落地的目的,如何依托自身运营能力实现行业稳步发展,成为行业探讨

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/428054104023007003>