

中国宠物行业发展深度研究与投资趋势预测报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国宠物行业发展深度研究与投资趋势预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202412/738236.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

前言：养宠成为大众的主流生活习惯，养宠人群及宠物数量的规模均不断扩大，2024年达到1.24亿只，其中宠物犬数量为5258万只，宠物猫数量为7153万只，养宠渗透率22%，消费市场规模达3002亿元。同时，近几年，外资品牌市占率不断下滑，我国宠物国产替代趋势愈发明显。在市场竞争愈发激烈的背景下，国产宠物企业需要挖掘投资机会，而宠物食品、医疗等领域发展速度较快，将成为主要聚焦细分赛道。

1、我国宠物行业共经历三个阶段

宠物指人们为了精神目的，而不是为了经济目的而豢养的生物。传统的宠物是指哺乳纲或鸟纲的动物，养着用于玩赏和作伴。实际生活中的宠物包括鱼纲、爬行纲、两栖纲、昆虫，甚至植物，用于观赏、作伴、舒缓人们的精神压力。

中国现代宠物行业由20世纪90年代初起步，至2011年进入了高速发展阶段。从1990年至今，我国宠物行业共经历了三个阶段，分别为萌芽期（1990-2000）、发展期（2000-2010）、快速发展期（2011年至今）。

中国宠物行业发展历程

类别

萌芽期

发展期

快速发展期

宠物数量

政策由禁养转为限养，数量由此得到提升

养宠已成普遍现象，体量近亿只

宠物数量近3亿只

宠物企业

玛氏、皇家等为代表的国外品牌为主

中宠、佩蒂等本土品牌开始涌现

资本涌入，线上线下宠物服务业兴起

养宠思维

将宠物作为同伴

融入更多情感因素，将宠物作为家庭成员

精细化养宠，消费观念升级，消费品类逐渐多元化

资料来源：观研天下整理

2、养宠热度持续上升，宠物规模不断扩大的同时也带来庞大商机

随着我国城市化进程加快，社会老龄化、独居人群大大增加，宠物因缓解压力、陪伴、社交等属性受到青睐，养宠成为大众的主流生活习惯，养宠人群及宠物数量的规模均在不断扩大

。根据数据显示，2024年，我国宠物数量达到1.24亿只，同比增长2.1%。其中，宠物犬数量为5258万只，同比增长1.6%，宠物猫数量为7153万只，同比增长2.5%。而且，到2023年我国已成为全球第二大宠物市场，养宠家庭已破1亿户，养宠渗透率从2019年的13%增长到22%。

数据来源：观研天下整理

养宠热度持续上升的背后，不仅体现着全社会在生育率下降大背景下对“替代情感价值”的需求高涨，也给宠物及其细分市场带来庞大的商机。根据数据显示，2024年，我国城镇宠物(犬猫)消费市场规模达3002亿元，同比增长7.5%，宠物食品消费市场占比52.8%，同比提升0.5个百分点。其中，犬消费市场规模达1557亿元，同比增长4.6%，食品市场份额占比50.1%，同比下滑0.3个百分点；猫消费市场规模1445亿元,同比增长10.7%，食品市场占比55.7%，同比提升1.3个百分点。

数据来源：观研天下整理

3、国产宠物厂商崛起，国产替代趋势愈发明显

在庞大的需求基数及消费市场规模吸引下，越来越多企业入局宠物赛道。从市场竞争来看，由于欧美宠物企业起步时间早，具有规模化成本优势和多年积累的良好品牌形象，在国内市场占据着重要地位，2023年排名前四均为外资品牌—皇家（玛氏旗下）、奔宝、雀巢、冠军（玛氏旗下），占据份额分别为6.31%、5.48%、3.16%、2.7%。

数据来源：观研天下整理

不过，近几年，我国宠物消费结构不断发生变化，国产替代趋势愈发明显。2014-2023年，玛氏（含皇家、冠军、玛氏等子品牌）、雀巢市占率从16.5%、5.9%下滑至11.2%、3.16%。

而外资品牌市占率不断下滑，就意味着国产宠物企业的崛起。例如，中宠股份业务规模持续扩大，2019-2023年宠物食品及用品营收规模从14.08亿元增长到36.14亿元。

数据来源：观研天下整理

与此同时，我国宠物食品市场集中度也将有所提升，因为品牌在消费者购买决策的权重越来越大，叠加市场竞争激烈，恒者恒强效应同样会发生。数据显示，2023年，我国宠物食品市场CR5、CR10仅为20%、29%，远低于日本CR10的85.3%、美国CR10的76.1%。这意味着，我国宠物行业还有较大的市场提升空间。

综上所述，宠物市场规模大扩容、国产替代、集中度提升及市场提升空间大的背景下，我国宠物行业仍然有广阔的发展前景，国产企业也将迎来持续多年的景气周期。

4、挖掘深度投资机会，聚焦宠物食品、医疗等细分赛道

那么我国宠物行业的投资机会主要在哪里呢？宠物消费市场可以分为主食、零食、营养品、用品、药品、诊疗、疫苗、体检、洗美、训练、寄养、保险等，大类可分为宠物食品、宠物医疗、宠物用品及其他服务，占全市场份额的50.7%、29.1%、13.3%、6.9%。

数据来源：观研天下整理

而宠物食品又分为主粮、零食以及保健品，2023年市场规模为1461亿元，2017-2023年的年复合增速高达22.5%，远高于全球宠物食品市场规模增速的7%。

再者宠物食品经营模式又分为原始品牌制造商（OBM）、品牌运营商、原始设计制造商（ODM）和原始生产制造商（OEM）。目前，我国本土企业多为OEM厂商，为海外宠物大品牌代工生产，这也是国产企业海外收入普遍偏高的重要原因之一。根据数据显示，2024年上半年，乖宝宠物、路斯股份、中宠股份、佩蒂股份海外收入占比高达33.8%、58.68%、68.45%、81.47%。但海外代工毛利率要显著低于自主品牌业务，如中宠股份海外业务毛利率为25%，而国内业务毛利率为37%。

不过，大部分国产宠物企业开始从代工模式(OEM)逐渐转型为原始设计制造商（ODM），甚至部分优势企业转型为原始品牌制造商（OBM），如乖宝宠物、中宠股份以及佩蒂股份。其中，乖宝宠物转型较为成功。2013年，推出自有品牌——麦富迪，定位为中高端宠物食品；2015年推出牛肉双拼粮，从零食到主粮去跨越；2018年，推出高端猫粮弗列加特系列，获得市场认可。根据相关资料可知，2022-2023年，麦富迪为天猫、抖音市场第一。

2022-2024双十一天猫猫狗食品销售TOP10

排名

2022年

2023年

2024年

1

麦富迪

麦富迪

麦富迪

2

皇家

皇家

鲜朗

3

渴望

蓝氏

蓝氏

4

网易严选

诚实一口

弗列加特

5

爱肯拿

鲜朗

诚实一口

6

Instinct

网易严选

皇家

7

ZIWI

Instinct

Instinct

8

阿飞与巴弟

渴望

渴望

9

卫仕

博纳天纯

网易严选

10

蓝氏

素力高

爱肯拿

资料来源：观研天下整理

2020-2023年，乖宝宠物自主品牌收入从51.6%提升至66%，而代工模式从48%下降至33.8%；中宠股份代工收入比例从2020年的73.5%略微下降至2023年的71%，佩蒂股份从同期的83.45%下降至75.23%。

而且，乖宝宠物自主品牌收入占比最高且定位市场中高端，依托Barf、羊奶肉等创新新品与弗列加特高端品牌一起发力。目前，麦富迪、弗列加特市场均价不断走升，毛利率显著高于其他竞争对手。

除宠物食品外，宠物用品市场竞争壁垒较低，相关布局的企业盈利能力要显著低于宠物食品企业。同时，近几年来，我国宠物医疗相关需求快速提升，市场规模比较大。不过，当前做宠物医疗业务仍然是生物医药公司跨界去进行研发，尚未出现真正意义上的龙头企业，所以这细分市场有巨大的潜力有待挖掘。

整体来看，未来，我国宠物市场投资机会将更多聚焦在宠物食品、医疗等细分赛道，尤其是自主品牌份额越来越大，占据中高端市场的龙头企业。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国宠物行业发展深度研究与投资趋势预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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，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市场调研分析。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国宠物行业发展概述

第一节 宠物行业发展情况概述

一、宠物行业相关定义

二、宠物特点分析

三、宠物行业基本情况介绍

四、宠物行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、宠物行业需求主体分析

第二节中国宠物行业生命周期分析

一、宠物行业生命周期理论概述

二、宠物行业所属的生命周期分析

第三节宠物行业经济指标分析

一、宠物行业的赢利性分析

二、宠物行业的经济周期分析

三、宠物行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球宠物行业市场发展现状分析

第一节全球宠物行业发展历程回顾

第二节全球宠物行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲宠物行业地区市场分析

一、亚洲宠物行业市场现状分析

二、亚洲宠物行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲宠物行业市场前景分析

第四节北美宠物行业地区市场分析

一、北美宠物行业市场现状分析

二、北美宠物行业市场规模与市场需求分析

三、北美宠物行业市场前景分析

第五节欧洲宠物行业地区市场分析

一、欧洲宠物行业市场现状分析

二、欧洲宠物行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲宠物行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界宠物行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球宠物行业市场规模预测

第三章 中国宠物行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对宠物行业的影响分析

第三节中国宠物行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对宠物行业的影响分析

第五节中国宠物行业产业社会环境分析

第四章 中国宠物行业运行情况

第一节中国宠物行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国宠物行业市场规模分析

一、影响中国宠物行业市场规模的因素

二、中国宠物行业市场规模

三、中国宠物行业市场规模解析

第三节中国宠物行业供应情况分析

一、中国宠物行业供应规模

二、中国宠物行业供应特点

第四节中国宠物行业需求情况分析

一、中国宠物行业需求规模

二、中国宠物行业需求特点

第五节中国宠物行业供需平衡分析

第五章 中国宠物行业产业链和细分市场分析

第一节中国宠物行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、宠物行业产业链图解

第二节中国宠物行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对宠物行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对宠物行业的影响分析

第三节我国宠物行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国宠物行业市场竞争分析

第一节中国宠物行业竞争现状分析

一、中国宠物行业竞争格局分析

二、中国宠物行业主要品牌分析

第二节中国宠物行业集中度分析

一、中国宠物行业市场集中度影响因素分析

二、中国宠物行业市场集中度分析

第三节中国宠物行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国宠物行业模型分析

第一节中国宠物行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国宠物行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国宠物行业SWOT分析结论

第三节中国宠物行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国宠物行业需求特点与动态分析

第一节中国宠物行业市场动态情况

第二节中国宠物行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节宠物行业成本结构分析

第四节宠物行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国宠物行业价格现状分析

第六节中国宠物行业平均价格走势预测

一、中国宠物行业平均价格趋势分析

二、中国宠物行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国宠物行业所属行业运行数据监测

第一节中国宠物行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国宠物行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国宠物行业所属行业财务指标分析

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

第十章 2019-2023年中国宠物行业区域市场现状分析

第一节中国宠物行业区域市场规模分析

一、影响宠物行业区域市场分布的因素

二、中国宠物行业区域市场分布

第二节中国华东地区宠物行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区宠物行业市场分析

(1) 华东地区宠物行业市场规模

(2) 华东地区宠物行业市场现状

(3) 华东地区宠物行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区宠物行业市场分析

(1) 华中地区宠物行业市场规模

(2) 华中地区宠物行业市场现状

(3) 华中地区宠物行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区宠物行业市场分析

(1) 华南地区宠物行业市场规模

(2) 华南地区宠物行业市场现状

(3) 华南地区宠物行业市场规模预测

第五节华北地区宠物行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区宠物行业市场分析

(1) 华北地区宠物行业市场规模

(2) 华北地区宠物行业市场现状

(3) 华北地区宠物行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区宠物行业市场分析

(1) 东北地区宠物行业市场规模

(2) 东北地区宠物行业市场现状

(3) 东北地区宠物行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区宠物行业市场分析

(1) 西南地区宠物行业市场规模

(2) 西南地区宠物行业市场现状

(3) 西南地区宠物行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区宠物行业市场分析

(1) 西北地区宠物行业市场规模

(2) 西北地区宠物行业市场现状

(3) 西北地区宠物行业市场规模预测

第十一章 宠物行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国宠物行业发展前景分析与预测

第一节 中国宠物行业未来发展前景分析

- 一、宠物行业国内投资环境分析
- 二、中国宠物行业市场机会分析
- 三、中国宠物行业投资增速预测

第二节 中国宠物行业未来发展趋势预测

第三节 中国宠物行业规模发展预测

- 一、中国宠物行业市场规模预测
- 二、中国宠物行业市场规模增速预测
- 三、中国宠物行业产值规模预测
- 四、中国宠物行业产值增速预测
- 五、中国宠物行业供需情况预测

第四节 中国宠物行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国宠物行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国宠物行业进入壁垒分析

- 一、宠物行业资金壁垒分析
- 二、宠物行业技术壁垒分析
- 三、宠物行业人才壁垒分析
- 四、宠物行业品牌壁垒分析
- 五、宠物行业其他壁垒分析

第二节 宠物行业风险分析

- 一、宠物行业宏观环境风险
- 二、宠物行业技术风险
- 三、宠物行业竞争风险
- 四、宠物行业其他风险

第三节 中国宠物行业存在的问题

第四节 中国宠物行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国宠物行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国宠物行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国宠物行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节宠物行业营销策略分析

一、宠物行业产品策略

二、宠物行业定价策略

三、宠物行业渠道策略

四、宠物行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202412/738236.html>