

宠物经济发展趋势研究报告

研究员：付一夫

苏宁金融研究院消费金融研究中心

2021年4月

01

宠物经济鸟瞰

02

行业潜力无限

03

利好因素研判

04

发展趋势前瞻

01

宠物经济鸟瞰

- 何为宠物经济？
- 美国宠物经济的萌芽与兴起
- 中国宠物经济发展概况

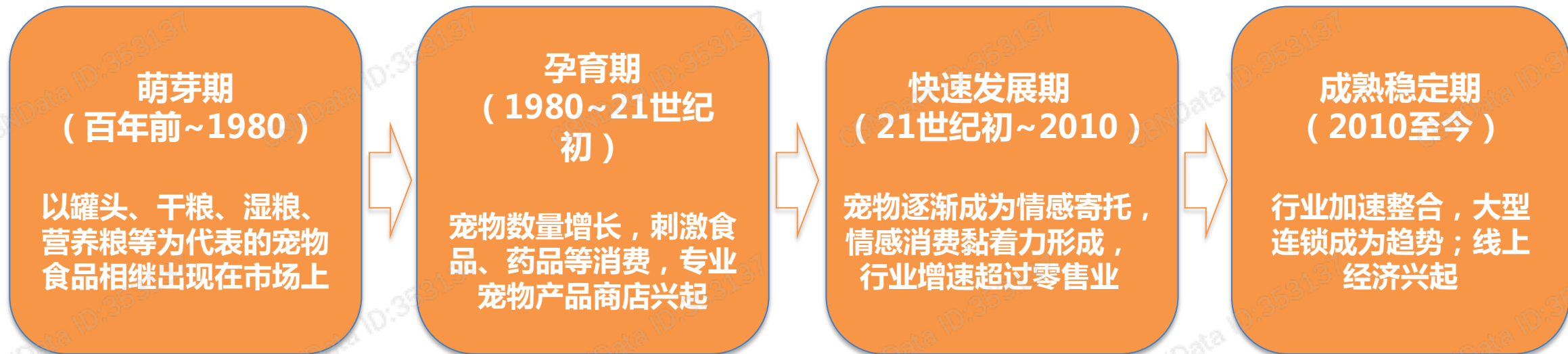
- 当前，“吸猫撸狗”已经成为很多人日常生活中不可或缺的一部分。而在各大视频与社交平台上，阿猫阿狗的主人们频频分享自家宠物的搞笑小视频，这些轻松愉快的内容造就了很多网红萌宠，引来广大网友的竞相追捧，并催生了很多经济活动，比如打赏、带货、追求同款等等。
- 现象的背后，是宠物在人类生活中的地位不断提升，由此带动了宠物经济的崛起。
- **所谓宠物经济，是指围绕着宠物产生的一系列生产、消费和服务等商业行为。**

“人类愈都市化，离开自然愈远，宠物在人类生活里的重要性也愈增加。”

——《宠物的历史》

美国：宠物经济的萌芽与兴起

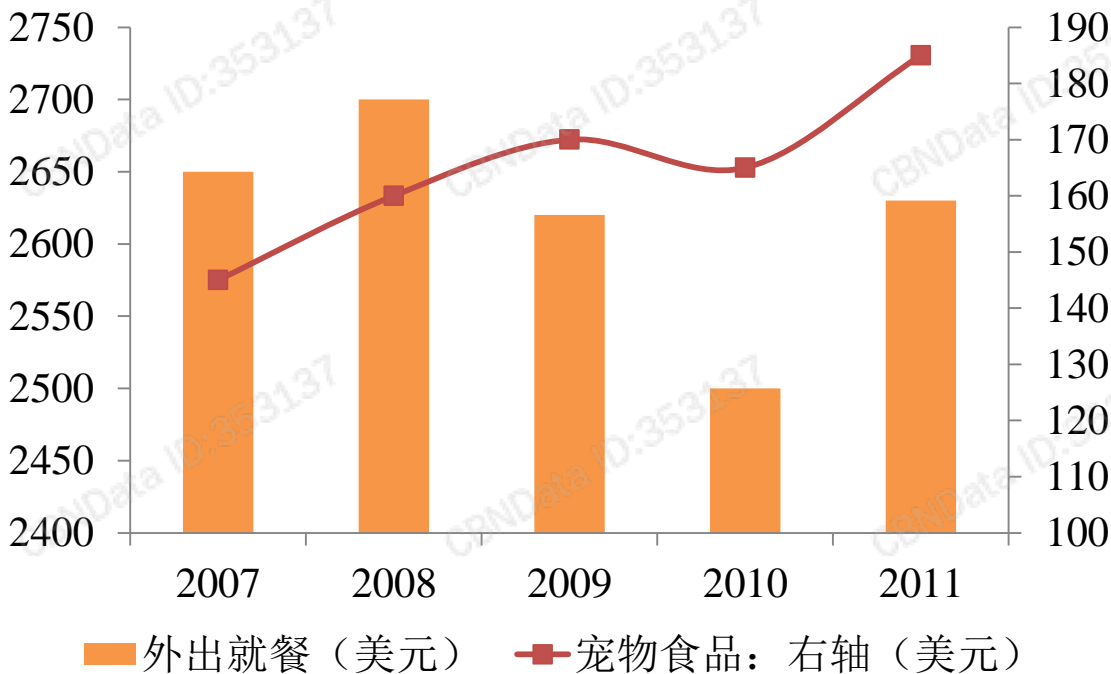
- 宠物经济的历史，最早可以回溯到上世纪的美国。
- 早在百年前，美国的宠物经济就已开始萌芽，当时以罐头、干粮、湿粮、营养粮等为代表的宠物食品相继出现在市场上。此后，受经济社会飞速发展、人口结构变化、产业模式升级等多方面因素影响，自上世纪80年代开始美国人饲养宠物数量快速增加，宠物逐渐成为家庭的情感寄托，宠物主支出意愿日益增强，由此带动了宠物医疗、宠物服务等一系列产业的兴起，催生了宠物经济的繁荣。
- 经过几十年的发展，美国已拥有当前世界上规模最大的宠物经济市场。



美国：现阶段宠物经济的主要特点

- **宠物在美国家庭的渗透率极高。** APPA统计数据显示，近70%的美国家庭至少饲养一只宠物；其中，猫和狗是最受欢迎的宠物类别，其他如宠物鱼、宠物鸟、爬行类及个别小型动物也较受欢迎，不过占比较小。
- **宠物文化深植于美国文化之中。** 在各类影视作品和文学作品中，传统美国家庭大多都由一对夫妇、两个孩子与一只宠物组成。
- **宠物消费显示出极强的刚性特征。** 宠物主易于把宠物“人格化”，将其视为家中的一分子，使得宠物经济具有了“情感经济”的特点，粘性较强，消费属性更近似于必需品，易增难减。即便是金融危机期间，经济下行，宠物主也愿意削减自己在某些方面的消费支出来保证宠物的生活，致使宠物经济增速始终坚挺。

美国家庭年均宠物食品&外出就餐对比

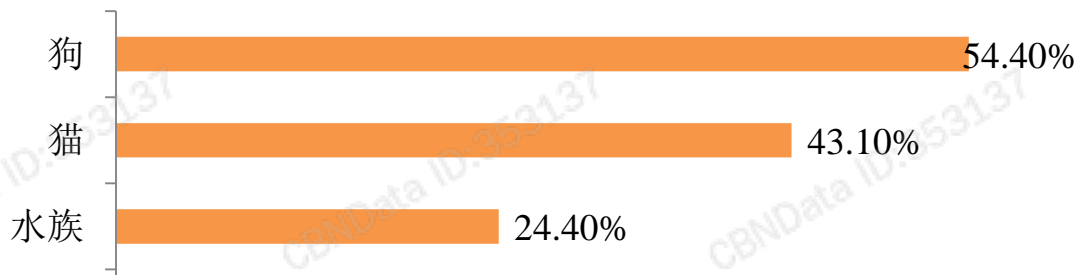


数据来源：天风证券，苏宁金融研究院

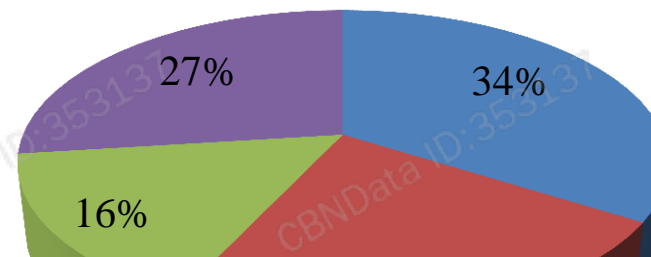
- 中国的宠物经济大体始于20世纪90年代。
- 1992年，中国保护小动物协会的成立，让“保护爱护动物”、“动物是人类的朋友”等观念在社会上广泛传播，“宠物”的概念被重新定义，并将饲养宠物的生活方式提升至一个全新的高度；其间，海外留学生也带来了新鲜的宠物观念，这些使得国内的宠物产业开始萌芽。随后，国际著名宠物食品品牌玛氏、皇家等巨头进入中国市场，拉开了我国宠物行业发展的序幕。
- 21世纪以来，伴随着国民收入水平的逐步提高和宠物观念的日益成熟，中国宠物数量开始快速增长，宠物的角色也开始发生转变，在家庭中不再是“看家护院”的卑贱地位，而是逐渐有了“孩子、亲人”等角色属性，成为了家人情感的一个重要寄托。而后，国内涌现出一批以宠物产品生产制造的规模化工厂，一些本土知名企业开始崭露头角。
- 2010年以后，中国宠物行业步入快速发展期。宠物数量继续增长的同时，宠物主也越来越愿意给宠物花销，各种宠物医院、美容店接连问世，宠物经济成为了消费升级的重要组成部分。而在互联网浪潮的席卷之下，线上经济的蓬勃发展为宠物经济的壮大提供了巨大便利，宠物服务平台出现在大众视野当中，而后诸如共享经济、云养宠等新型服务模式也日益兴起。

- 发展初期，人们主要饲养猫狗、鱼类、鸟类等宠物；随着宠物主人数的增加、喜好的变化与客观饲养条件的改善，宠物类型也拓展至爬行类、啮齿类动物。《2019年宠物人群专题研究报告》显示，约54%的宠物为狗类；其次为猫类，占比约43%；其他门类的宠物占比则相对偏小。
- 宠物经济涉及的领域愈加广泛，包括饮食、清洁、医疗等等，几乎涵盖了宠物一生各个阶段的所有需求。IT桔子数据显示，食品消费为宠物消费市场的主力，占比为34%；其次是宠物医疗和宠物用品，分别占23%和16%。

2019年宠物种类比例分布



2019年中国养宠消费结构分布



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_18502

