

# 2021年 宠物专题研究报告

2021年11月

Mob研究院出品

©2021 MobTech. All rights reserved.



- 宠物相关的消费类型多元化，今年城镇宠物市场规模将破3000亿元，预计2023年将达到4456亿元



- 宠物类型中，犬猫的渗透率最高，“铲屎官”以女性、85后90后、高知高收入人群为主



- 犬猫品种选择中，中国品种深受宠物主喜爱；宠物消费品牌的选择中，国产品牌偏好度明显高于进口品牌，高性价比的国产宠物商品成为越来越多养宠人的选择



- 宠物行业产业链完善，下游服务种类多样化，如宠物保险、宠物殡葬等新的需求不断涌现，它们或将成为刚需，未来前景可期



CONTENTS 录

1

宠物行业现状概览及研究对象定义

2

“铲屎官”画像和动机洞察

3

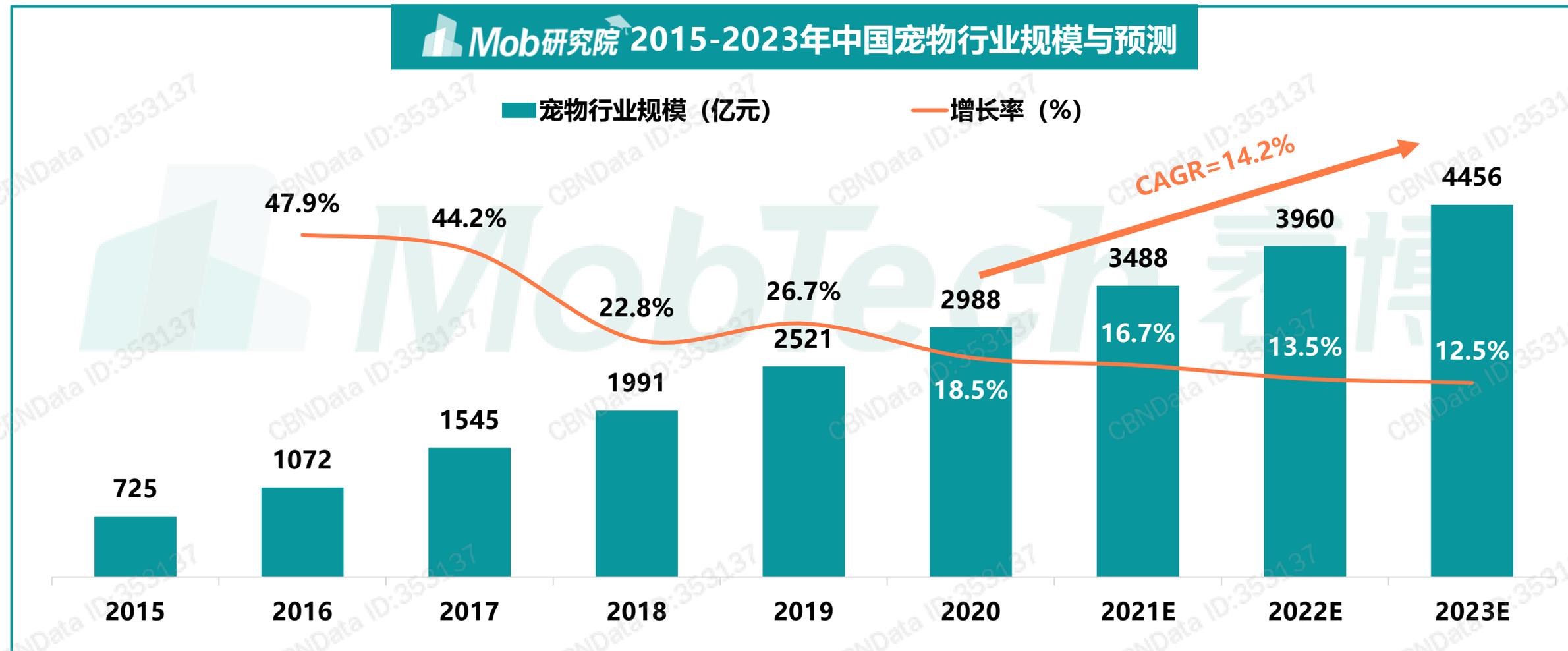
“铲屎官”的宠物消费偏好

4

宠物行业未来趋势分析

# 宠物行业市场规模：突破3000亿元，且持续增长

随着宠物相关的消费类型多元化，宠物行业规模高速扩张，今年城镇宠物市场规模将破3000亿元，预计2023年将达到4456亿元



注：数据统计口径为城镇宠物行业规模，不含农村市场；宠物类型不仅包括犬猫，还包括水族、异宠

Source: 《2021年中国宠物消费趋势白皮书》，Mob研究院整理分析

# 宠物行业的发展历程：已正式进入稳定成熟期

由于互联网、数字化的迅速发展，养宠理念的转变，资本持续入局宠物市场，我国宠物行业经历了启蒙期、孕育期、快速发展期，目前已经迎来了稳定成熟期

### 启蒙期 (1990-1999年)

- **国内宠物行业的形成**：1992年，中国小动物保护协会成立
- **国外品牌相继进入**：1993年，玛氏进入中国，随后雀巢、皇家等品牌也进入国内
- **宠物相关零售店出现**：首批宠物店、宠物用品零售店在北京、上海等大城市出现
- **西方宠物理念带入**：1995年前后，大量“海归”将西方宠物理念带入中国

### 孕育期 (2000-2010年)

- **宠物市场开启**：养宠数量迅速增长，市场开启
- **宠物观念转变**：人们对宠物的观念向“家人”、“孩子”等情感陪伴角色转变
- **宠物消费意识转变**：消费者开始意识到宠物需要吃宠物粮食
- **国内知名企业涌现**：出现宠物产品生产制造的规模化工厂
- **线上宠物服务平台出现**：伴随互联网大潮，第一批线上宠物服务平台出现

### 快速发展期 (2011-2020年)

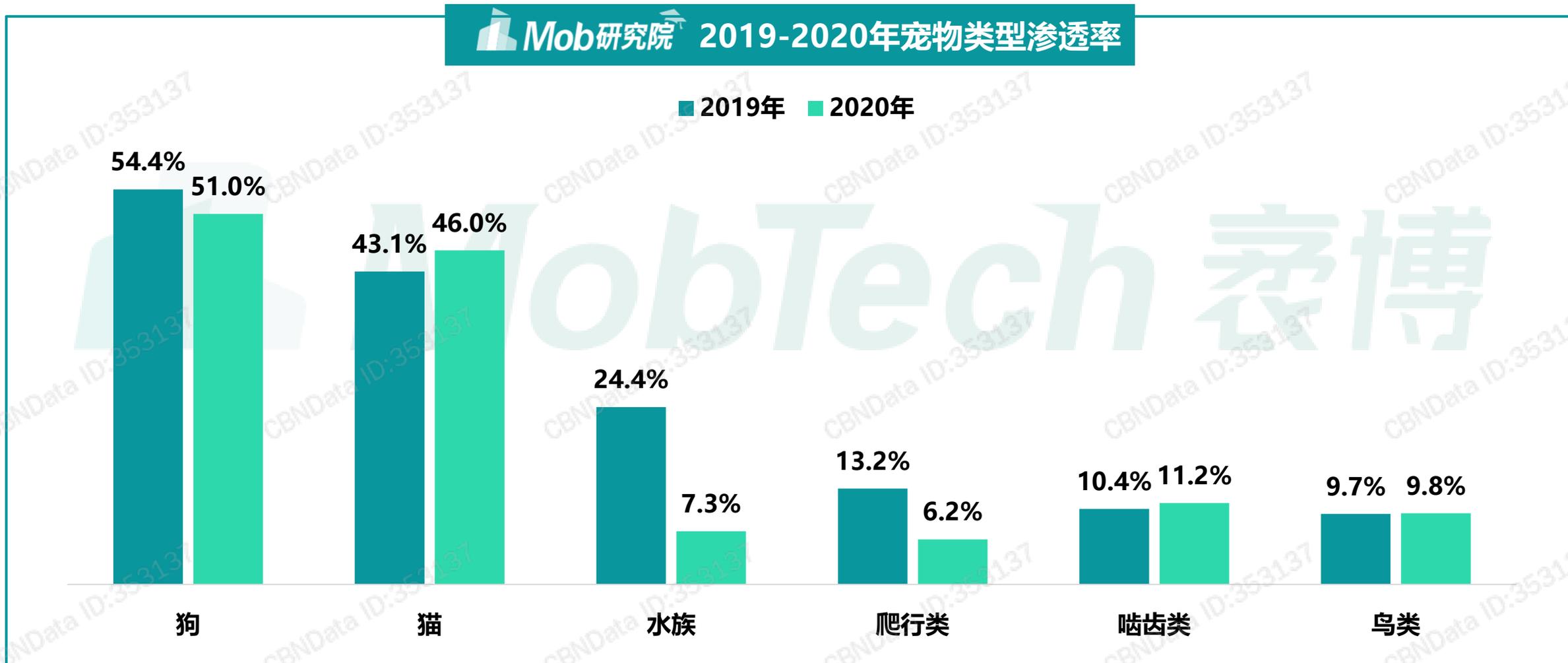
- **宠物数量激增**：宠物数量过亿，小众宠物开始兴起
- **人口结构发生变化**：空巢家庭、丁克家庭增多，更多陪伴需求
- **宠物行业井喷式增长**：互联网和电商快速发展，京东等互联网零售渠道宠物业务迎来爆发
- **向精细化养宠转变**：消费者正式认可商品粮，宠物消费升级
- **宠物品牌崛起**：国内品牌异军突起，主打性价比

### 稳定成熟期 (2021年以后)

- **行业规模稳定增长**：宠物家庭饲养率逐步提升，宠物数量及规模稳定增长
- **行业产业链完善**：行业逐渐发展出覆盖宠物全生命周期服务的产业链
- **全渠道模式完善**：线上线下全渠道模式逐渐完善，市场走向成熟
- **宠物相关商品发展迅速**：宠物食品个性化、丰富化，宠物用品向智能化、物联化发展

# 本报告研究对象：犬猫主人——“铲屎官”

我国宠物分类中，猫狗占据的份额最大，2020年狗在所有宠物类型中渗透率为51%，猫渗透率为46%，相比2019年，猫的渗透率有明显上升，猫经济或将成为未来宠物市场增长点



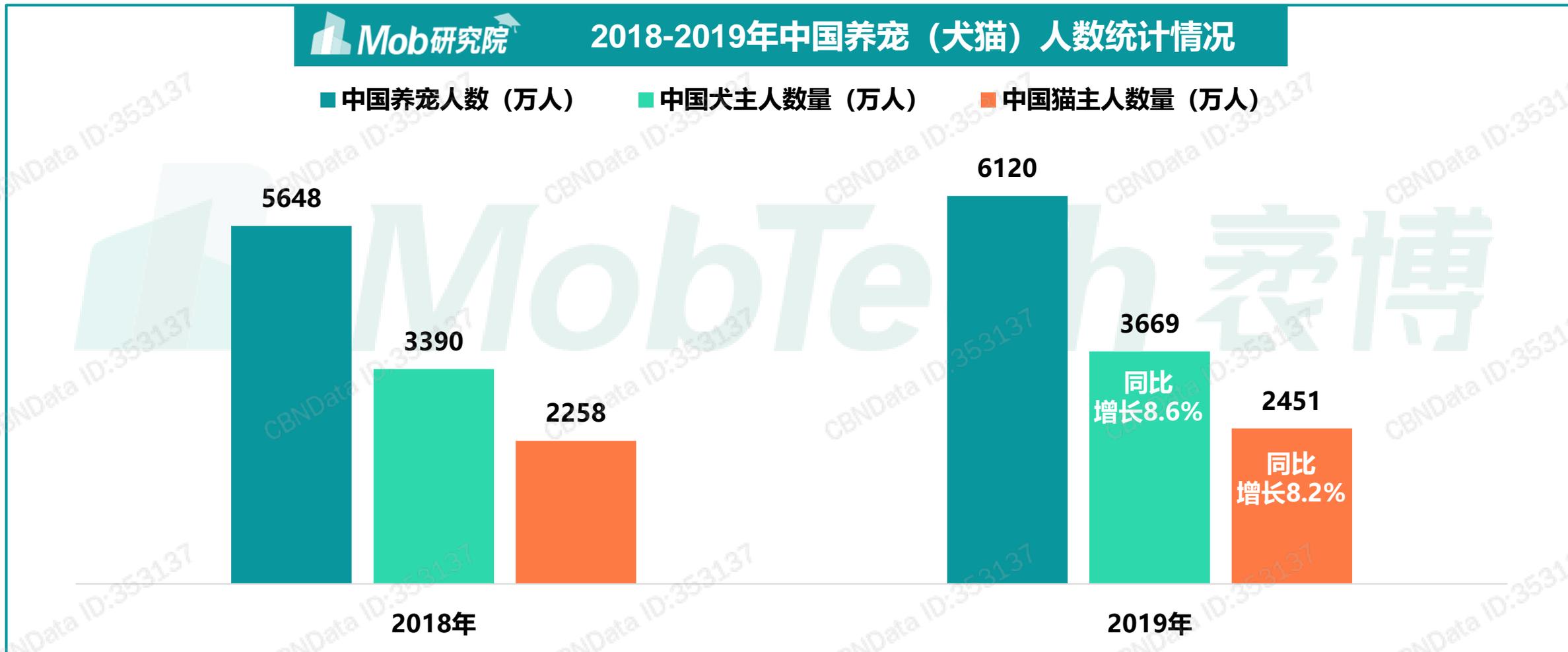
Source: 《2020年中国宠物行业白皮书》，Mob研究院整理

# “铲屎官” 人数统计：2019年已超6000万人

2019年全国城镇养宠物（犬猫）主人中，犬主人人数超过3600万，猫主人人数超过2400万，同比分别增长8.6%、8.2%

Mob研究院 2018-2019年中国养宠（犬猫）人数统计情况

■ 中国养宠人数（万人） ■ 中国犬主人数量（万人） ■ 中国猫主人数量（万人）



Source: 前瞻咨询, Mob研究院整理



CONTENTS

录

1

宠物行业现状概览及研究对象定义

2

“铲屎官”画像和动机洞察

3

“铲屎官”的宠物消费偏好

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\\_30111](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_30111)

