

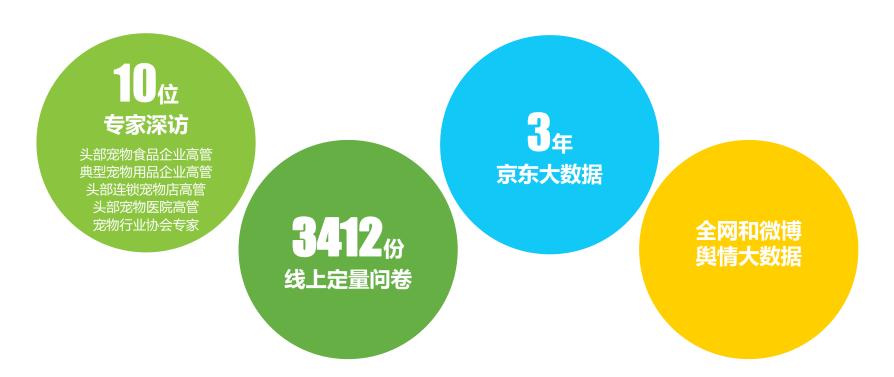
中国宠物消费趋势白皮书

2021年



项目概况和执行回顾





说明:

- 1、本次研究的范围包括宠物交易、宠物食品、宠物用品、宠物医疗、宠物服务,**宠物类型**包括犬猫、水族类和异宠类。
- **2、TGI 指数:**TGI(Target Group Index)指数即"目标群体指数",通过TGI计算,可以反映目标群体在特定研究范围(如地理区域、人口统计领域、媒体受众、产品消费者)内的强势或弱势。

计算方法:TGI指数=[目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100。加粗加下划线数字为TGI大于105的项目。

来源:艾瑞咨询自主研究绘制。

摘要





行业规模与增长:我国宠物行业目前进入了有序增长的稳定成熟期,2020年市场规模接近3000亿元,受政策、经济、社会和技术因素驱动,以及疫情带来的更多潜在养宠人群及情感消费,未来三年宠物行业将继续保持平稳增长,复合增速预计14.2%,到2023年行业规模将达到4456亿元。



宠物特征:宠物类型以犬猫为主,更多一线城市居民和90后因为身份和个性原因养水族或异宠,多类养宠成趋势。



宠物主描摹:新时代已婚家庭进阶养宠主流人群,他们为宠物赋予情感角色,通过养宠让生活更快乐,追求健康、快乐养宠,同时显现出智能养宠趋势。疫情催生下,有更多新晋猫主,他们更年轻,养宠更加精细化。



宠物消费热点:随着精细化养宠趋势的深入,宠物消费类目日渐丰富。天然粮、有机粮受青睐;宠物零食也为宠物主提供了更多选择;用品方面安全性和设计便捷受关注,智能和追求颜值成趋势。



行业趋势展望:时间成本、喂食成本、居住空间和城市化进程共同助推猫经济崛起;国货品质的提升和养宠理性化趋势将促进宠物市场国货潮的进一步广泛化;与高线线城市相比,下沉市场养宠比例还有较大提升空间,消费潜力值得期待,养宠下沉将成为宠物行业扩张的新增量;随着互联网医疗的发展,宠物线上医疗模式将成为线下医疗的重要补充;宠物服务需求多样化,服务形式和内容不断细化和创新;随着数字信息化发展,全渠道运营模式将成为品牌商和渠道商未来规模发展扩大的战略通道。

来源:艾瑞咨询自主研究绘制。



行业研究范畴及发展洞察	1
宠物画像及品种结构分布	2
宠物主画像描摹和养宠动机	3
宠物消费需求挖掘与行为洞察	4
宠物行业热点分析及趋势展望	5

宠物行业范畴



包括宠物交易和围绕宠物消费的商品和服务

宠物行业是指一切围绕着"宠物"而产生的产业链,涉及到宠物的繁殖与宠物交易,以及围绕宠物消费的商品和服务,包括宠物食品、宠物用品、宠物医疗和宠物服务。目前,我国宠物行业逐渐发展出覆盖宠物衣食住行、生老病死的全产业链。

宠物行业范畴及定义

宠物繁殖

主体主要是宠物养殖商,专注于宠物繁殖、养殖, 其宠物主要售卖给宠物交易商,本次白皮书研究 不涉及宠物繁殖。

宠物交易

主要由宠物交易商将宠物售卖给宠物主。

宠物食品

专门为宠物、小动物提供的食品,介于人类食品与传统畜禽饲料之间的高档动物食品,包括主粮、零食等。

宠物用品

直接为宠物购买或制造,供宠物使用的相关产品,包括:宠物日用、洗护美容用品、宠物玩具、宠物服装、外出用品等。

宠物医疗

主要包括宠物疫苗、宠物诊疗、宠物保健等。

宠物服务

宠物服务指围绕宠物进行、满足特定需求的活动,主要包括宠物寄养、宠物美容、宠物培训、宠物出行、宠物婚丧、宠物摄影等。

来源:艾瑞咨询自主研究及绘制。

宠物

交易

宠物

消费

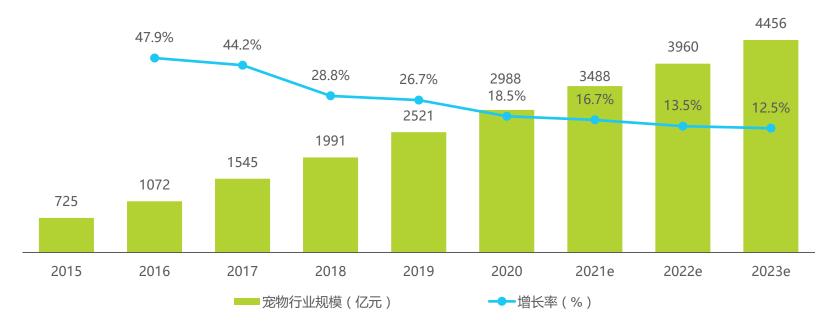
宠物行业市场规模



2020年行业规模接近3000亿元,未来三年仍会保持稳定增长

随着我国居民收入提升和养宠人群不断扩大,宠物消费相关的商品和服务类型不断丰富,国内宠物行业规模快速扩张。 2020年我国城镇宠物市场规模接近三千亿元,2015-2020年6年间复合增速达到32.8%。随着宠物家庭渗透率和行业成熟度的持续提升,宠物行业依然会保持稳步增长。艾瑞预测,未来三年我国宠物行业复合增速在14.2%,到2023年规模将达到4456亿元。

2015-2023年中国宠物行业规模与预测



注释:1、数据统计口径为城镇宠物行业规模,不含农村市场;

2、行业规模的统计范围包括宠物交易、宠物食品、宠物用品、宠物医疗和宠物服务,宠物类型不仅包括犬猫,还包括水族、异宠。

来源:艾瑞咨询统计模型核算预估。

宠物行业产业结构



艾 瑞 咨 询

宠物食品是消费的核心, 医疗、用品及各类型服务日渐增长

宠物食品类目是宠物行业最大的细分市场,随着人们对喂养商品粮的认知提升,市场对宠物食品的需求将进一步释放;其次是宠物医疗,主要为依托宠物医院和个体诊所的诊疗服务;宠物用品的细分品类较多,其中智能设备的成交量快速增长;宠物服务的形式日渐丰富,随着居民消费升级和养宠理念、宠物角色的转变,宠物服务行业将稳步增长。

宠物行业产业结构

宠物食品 40% **宠物食品**是最大的细分市场,刚需、 高频,使食品类目成为宠物行业最重要的 竞争市场。

宠物医疗 20% **宠物医疗**包括疫苗、体检、诊疗等服务,其中疫苗为刚需,消费频次最高,但市场规模相比较少;宠物医疗市场还是以宠物诊疗为主。

水族异宠 13% 水族小宠 水族市场以鱼缸/水族箱、饲料和相关配置为主。小宠包括鸟类、爬行类、两栖类、 啮齿类等个性化的宠物。

宠物服务 12% **宠物服务**包括洗护美容、宠物寄养、 宠物训练等,商业形态以线下宠物店为主, 服务内容呈现拟人化趋势。

宠物用品 10% **宠物用品**主要包括清洁护理、宠物窝笼、食具水具、宠物服饰、宠物玩具等。清洁护理类复购高,市场需求最大;食具水具等呈智能化趋势,受到年轻人群喜爱。

宠物交易 10% 宠物交易受产品非标准化和不可控的特点影响,渠道集中度差,现主要交易渠道在线下,线上综合电商平台和宠物交易APP也已具一定规模

来源: 艾瑞咨询根据专家深访结果及网络资料整理及绘制。

宠物行业发展历程



我国宠物行业从野蛮生长期进入了有序增长的稳定成熟期

我国宠物行业从20世纪90年代初的花鸟市场年代,伴随着宠物消费产品和服务的日益丰富、人口结构的变化、宠物角色和养宠理念的转变、以及移动互联网技术对宠物行业交易模式和服务模式的改变,经过30年的发展,我国宠物行业经历了启蒙期、孕育期、快速发展期,目前进入了有序增长的稳定成熟期。

宠物行业发展历程

1990-1999

2000-2010

2011-2020

2021-

- 1992年,中国小动物保护协会成立,标志着国内宠物行业的形成
- · 1993年,**玛氏进入中国**,随 后雀巢、皇家等国外品牌相继
- 养宠数量迅速增长,市场开启
- 国内开始出现宠物产品生产制造的规模化工厂,一些**国内知**名企业通现
- 家庭对宠物观念开始转变,向"家人"、"孩子"等情感陪
- · 宠物数量激增过亿,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
- 互联网和电商快速发展,**宠物** 行业井喷式增长,京东等互联
- 疫情作为新常态可能长期伴随人类,刺激了人们养宠的心理
- **宠物数量保持稳定增长**,宠物 家庭饲养率逐步提升
- 行业逐渐发展出覆盖宠物**全生 命周期服务**的产业链

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 20745

