

中国宠物健康消费白皮书

©2023.2 iResearch Inc.

报告阅读说明

数据来源



于2022年12月开展调研，调研方式包括桌面研究、在线问卷调研以及京东大数据分析。

- 在线问卷调研主要针对20岁以上养宠人群进行调研，共成功回收问卷2067份。
- 京东大数据分析主要针对京东商城2019.09-2022.09宠物相关数据进行分析。

名词解释



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

TGI指数表征不同特征人群关注问题的差异情况，TGI=100表示平均水平；TGI > 100，代表该类人群对某类问题的关注程度高于整体水平；TGI ≥ 105时，表示某指标具有明显优势。TGI越高，优势越明显。



宠物健康行业发展特征：伴随着需求端“萌宠经济”崛起、外部政策支持、资本青睐以及移动互联网技术对宠物行业商业模式及服务模式的改变，**经过30年的发展，市场供给侧产品及服务能力将不断提升，宠物健康行业正在朝着线上线下一体化进行发展。**



消费者画像：二线及以上城市的21-30岁年轻群体是宠物健康消费的主力军；对于大多数宠物主而言，宠物更像家人，能陪伴自己，为生活增添情趣；随着**宠物主健康科学养宠理念的形成，不仅追求给宠物更好的物质生活，对宠物的精神生活、心理健康也更为关注。**



宠物营养保健消费需求：综合营养类产品（如宠物羊奶粉、营养膏、维生素等）是目前细分消费品类中的主力产品，**季度购买频次为2~3次**；营养成分含量、食用健康安全是产品购买主要考虑因素；专业的宠物营养保健品牌更能吸引宠物主购买；**线上渠道，电商平台选择更多**，线下渠道，宠物医院更受欢迎；配方冗杂，添加剂多，且开封后不易储存是主要产品痛点；**0添加人工诱食剂、增加微量元素、提升功效的产品更受期待。**



宠物医疗服务消费需求：随着宠物主对宠物健康的关注度提升，**86.5%的宠物主会定期带宠物做体检，除了线下宠物医院，线上可选择的渠道也比较多元。**此外，由于线上问诊更加省时省力省钱且服务专业，**近6成宠物主会选择线上问诊。**未来加快线上线下互通、提供线上宠物保险支付服务会促进线上宠物医疗服务进一步发展。



宠物医药器械消费需求：宠物驱虫和疫苗是养宠的必备步骤，因此，**宠物主会常购买一些药品和医疗器械以备不时之需。**在药品和器械的选择上，质量、安全、便捷性以及效果体验是重要考虑因素，**电商渠道方便快捷、可选择性多、促销活动多样，是较多宠物主的常用渠道。**



宠物健康未来消费趋势：宠物主对宠物健康意识越来越强，**宠物医疗保健需求增加，带动宠物经济发展，消费多元化**；宠物营养保健品进一步细分，医疗器械品牌向专业化迈进，**线上医疗将成为线下宠物健康医疗服务的重要补充，助力宠物健康成长。**

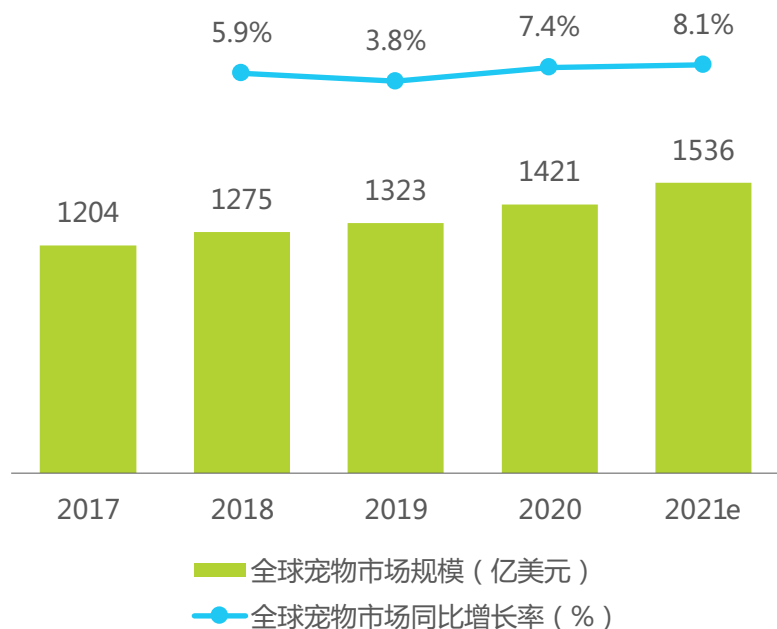
中国宠物健康行业发展特征	1
宠物健康消费态度及认知	2
宠物营养保健消费需求洞察	3
宠物医疗服务消费需求洞察	4
宠物医药器械消费需求洞察	5
中国宠物健康未来消费趋势展望	6

全球宠物市场规模及特点

全球宠物市场不断增长，我国宠物市场还存在较大提升空间

近年来全球宠物市场规模不断增长，2021年全球宠物市场规模预计同比增长8.1%，达到1536亿美元；美国宠物协会数据显示，2021年美国宠物行业规模达1236亿美元，是全球最大、最成熟的宠物经济体。与美国相比，中国宠物家庭渗透率不足20%，仍存在较大的增长空间。从消费结构上看，美国宠物市场，食品/零食和宠物护理是两大主要的消费模块，占比分别为40%和30%。

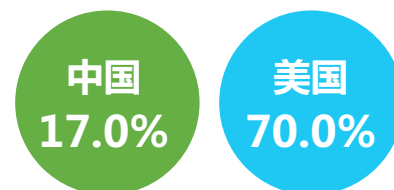
2017-2021年全球宠物市场规模及同比增长率



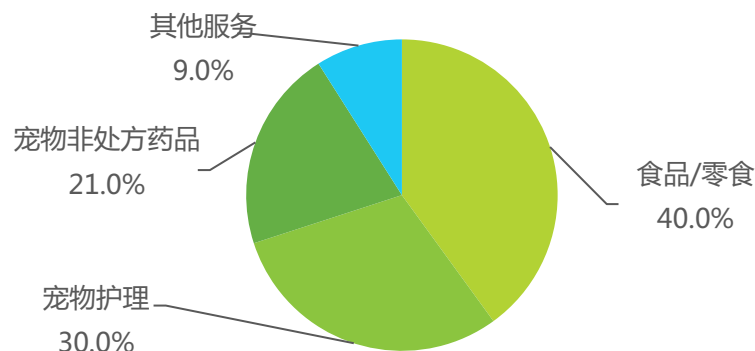
2021年美国宠物市场规模



2021年中美宠物家庭渗透率对比



2021年美国宠物市场消费结构



来源：欧睿数据，艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

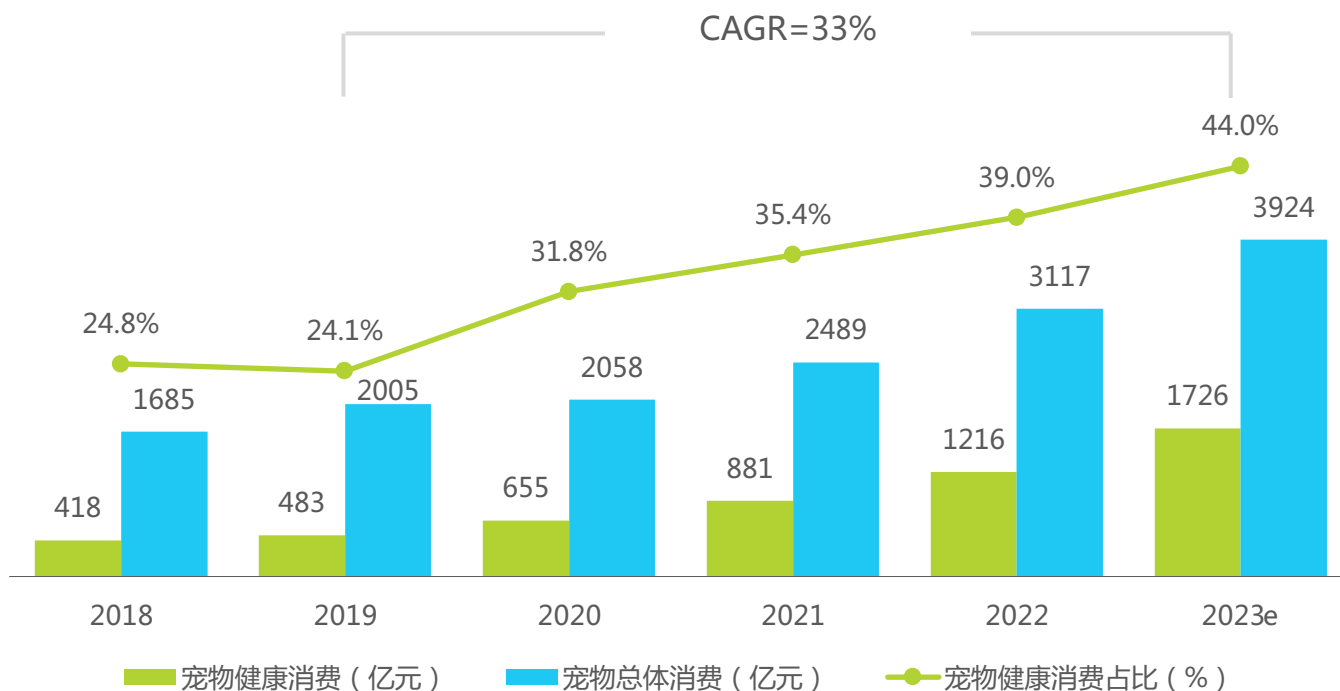
来源：美国宠物协会（APPA），艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

中国宠物消费市场规模

2022年市场规模约3117亿元，未来继续保持增长态势

随着国民收入水平的提升，消费不断升级，同时人口结构发生变化，养宠人群不断增加，宠物角色和养宠理念也发生转变，宠物主消费观念也向着品质化进行升级。宠物相关商品和服务需求越发多样，国内宠物消费市场规模快速增长，2022年市场规模约为3117亿元。随着宠物家庭渗透率和行业成熟度持续提升，宠物消费市场未来依然会保持增长态势，预计2023年市场规模约为3924亿元，2019年-2023年复合增长率可达33%。

2018-2023年中国宠物消费市场规模



来源：京东健康数据研究院、中金证券、长江证券，艾瑞消费研究院自主研究及绘制。

注释：宠物总体消费包括了宠物健康消费和宠物相关消费市场总和。宠物健康消费主要是指围绕宠物健康产生商品和服务的消费，主要包括宠物营养保健品、宠物健康医疗服务、宠物医疗器械等类型消费。

中国宠物市场消费结构特征

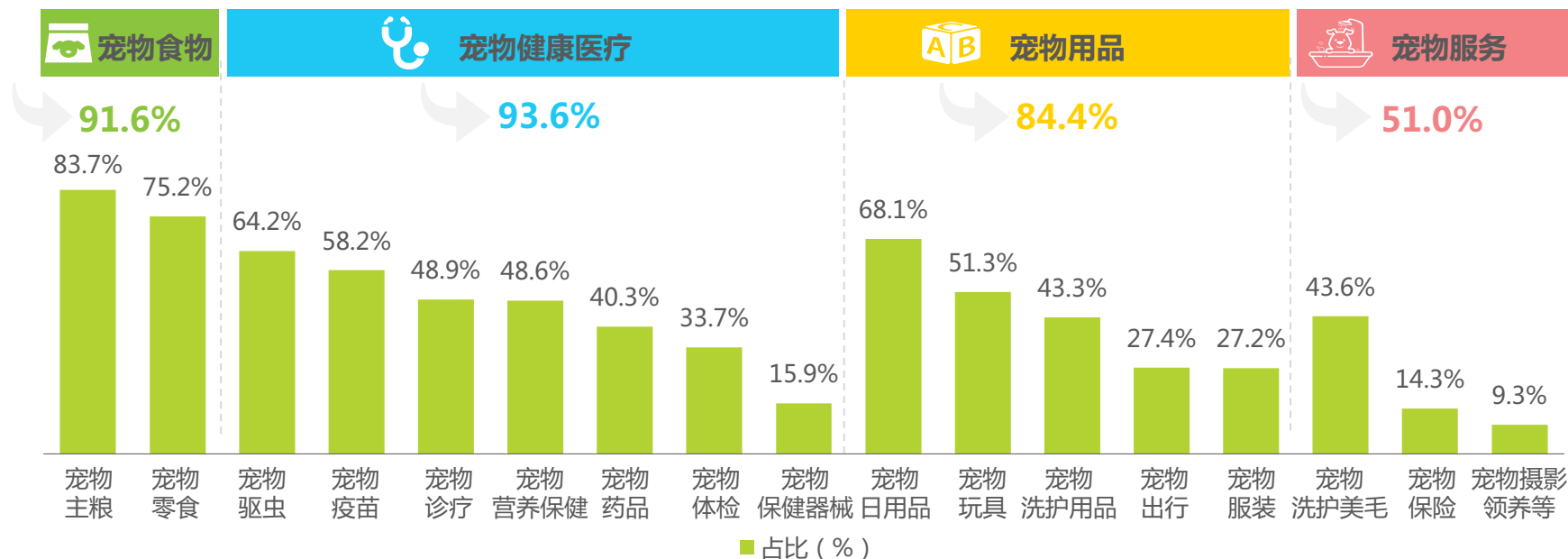
单只宠物年均花费超5千，宠物相关消费类型愈发多元

数据显示，宠物主在单只宠物上的年均花费高达5200元左右，主要分布在宠物食物和宠物健康医疗上，占比均超过90%，宠物服务相对较少。宠物主粮和零食作为宠物喂养中的必备和基础，是宠物消费中较高的部分。宠物主在宠物健康医疗上消费类目更加多元，其中，驱虫、疫苗是主要支出。宠物用品占比84.4%，其中，宠物日用品、玩具是主要支出。宠物服务上，洗护美毛是主要支出。

2022年中国宠物市场消费结构特征



单只宠物年均花费 **5200元**



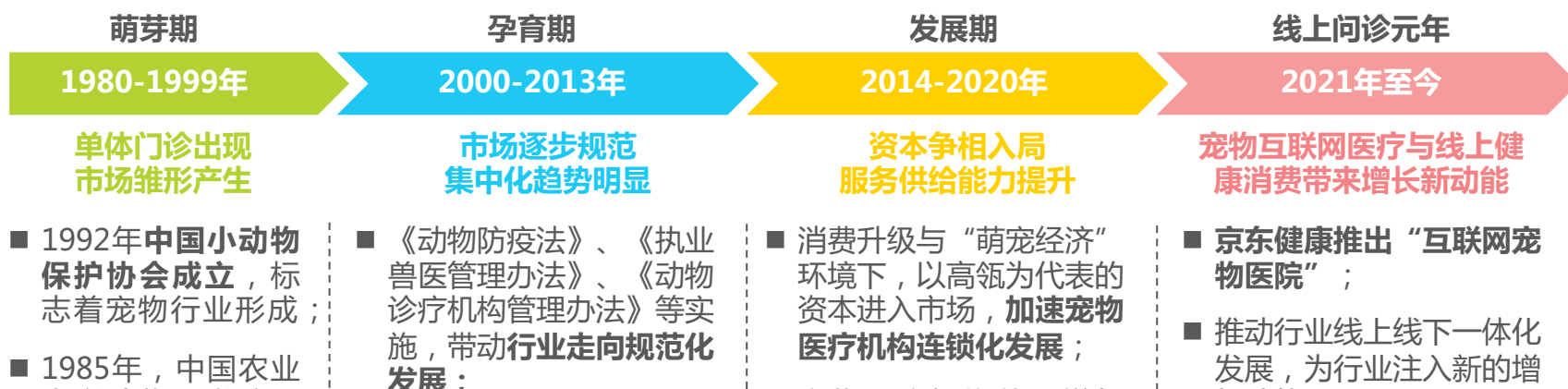
样本：N=2067；2022年12月，艾瑞X京东。

中国宠物健康行业发展历程

宠物健康行业正在朝着线上线下一体化进行发展

伴随着“萌宠经济”的崛起以及移动互联网技术对宠物行业商业模式及服务模式的改变，经过30年的发展，我国宠物健康行业经历了萌芽期、孕育期、发展期等多个阶段，现已步入发展的快车道，随着资本的争相入局，市场供给侧产品及服务能力将不断提升。2021年京东健康率先推出“互联网宠物医院”，推动了宠物健康行业线上线下一体化发展，宠物互联网医疗与线上宠物健康消费的结合为行业发展及规模增长带来了新的动能。

中国宠物健康医疗行业发展历程



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_52560

