

# 2024

行业研究系列报告

## 宠物食品行业研究报告

宠物经济已成为市场蓝海，我国宠物食品行业市场快速增长



## 目 录

一、产品类别.....	1
二、市场规模.....	2
三、竞争格局.....	8

## 图、表目录

图 1 宠物食品类别.....	2
图 2 2022 年中国城镇养宠结构 (%) .....	3
图 3 2018-2022 年全国城镇宠物主人数量 (未去重) .....	4
图 4 我国城镇宠物 (犬猫) 消费市场规模 (亿元) .....	4
图 5 我国城镇宠物 (犬猫) 消费市场细分市场占比情况.....	5
图 6 2012-2023 年全球宠物食品市场规模 .....	6
图 7 2012-2022 年中国宠物食品行业市场规模 .....	7
图 8 单只宠物犬猫年均支出比较 (人民币元) .....	8
图 9 2012-2022 全球宠物食品竞争格局 .....	9
图 10 2021 年中国宠物食品行业 CR10.....	11
图 11 2022 年中国宠物食品行业 CR10.....	11
图 12 全球主要宠物食品市场 CR5 占比 (2021 年) .....	12
表 1 全球及中国宠物食品主要企业 (不含纯渠道) .....	13

随着人口老龄化、少子化、结婚年龄不断推迟、独居人口比例逐渐提升，人们对于宠物陪伴的精神需求日渐凸显，宠物经济的市场规模也持续壮大。宠物食品是宠物行业最大的细分市场，我国市场规模存在较大的成长空间。国内宠物食品企业早期从事 OEM/ODM 业务，近年来国产品牌借助电商渠道，以高性价比优势布局国内市场，市场份额持续提升。

## 一、产品类别

宠物食品是专门为宠物、小动物提供的植物类或肉类食品，即介于人类食品与传统畜禽饲料之间的动物食品。宠物食品是饲养宠物的刚性需求，相比自制宠食或剩饭剩菜喂养等，具有营养全面、消化吸收率高、配方科学、饲喂方便以及疾病预防等优点。

宠物食品以其形态、功能和营养成分可区分为宠物主食、零食及营养品。宠物主食（或主粮）是宠物最主要的食品，所含营养素和能量能满足犬猫每日全面营养需求。宠物零食通常是指能够补充单一或部分营养素但不追求全面平衡营养，人们为吸引宠物注意力、调节宠物口味、加深人宠之间感情、增强人宠互动、协助宠物训练所需要的产品。如冻干零食、烘干零食、风干零食、零食湿粮、咬胶、洁齿骨等。宠物营养品（保健品）为满足宠物各生命阶段及其生理需要而制作的营养补充剂，补充和强化单一或多种营养素，以利于宠物的健康发育和成长。宠物食品类别如下图所示。

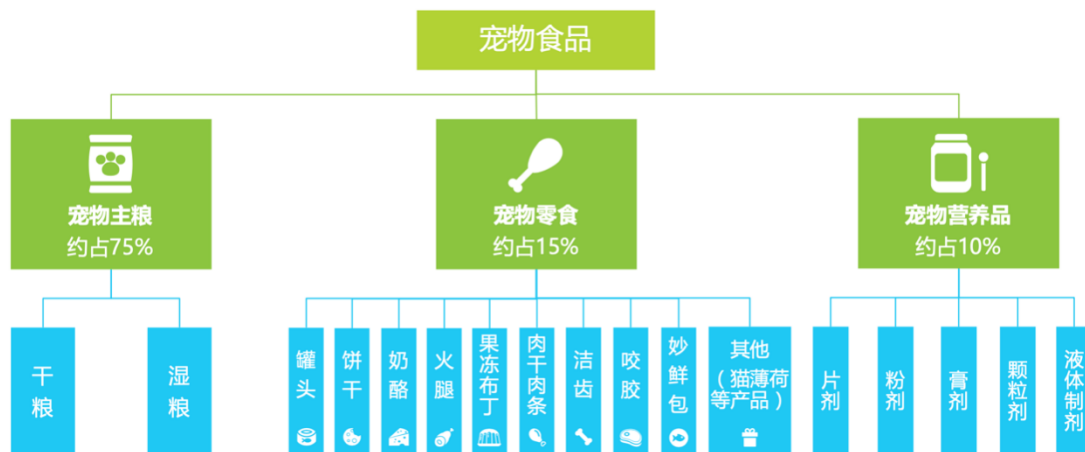


图 1 宠物食品类别

资料来源：艾瑞咨询《中国宠物食品行业研究报告-211126》。

## 二、市场规模

全球及中国宠物饲养以犬、猫为主。根据欧瑞国际(Euromonitor)数据，2022 年全球宠物（犬猫）共约 9.3 亿只，同比增长 1.8%。根据《2022 年中国宠物行业白皮书》，2022 年，我国城镇养宠结构中，犬的占比为 51.3%，比 2021 年略有回落，猫的占比为 60.7%，呈持续上升趋势；其他类别宠物中，水族、啮齿类、鸟类、爬行类占比分别为 7.3%、4.8%、3.0%和 5.7%，如下图所示。

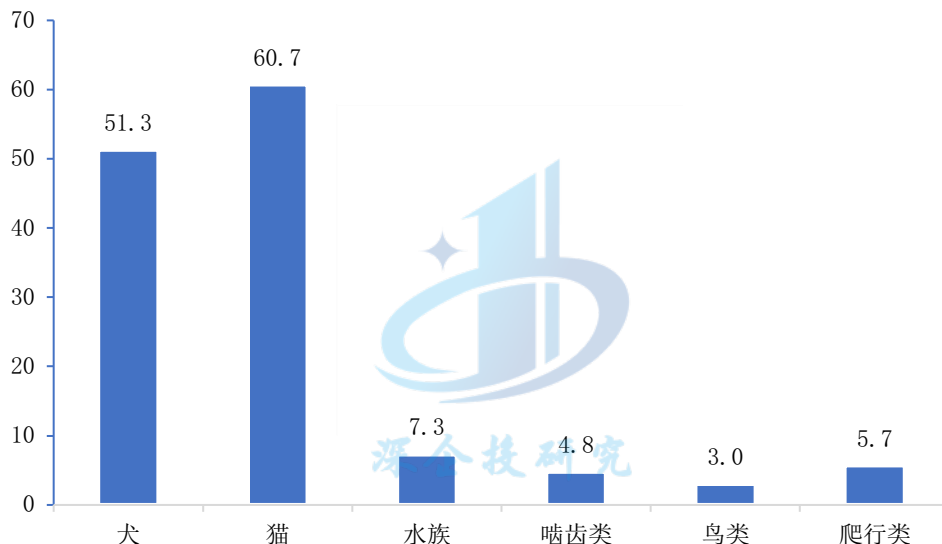


图2 2022年中国城镇养宠结构 (%)

资料来源：派读宠物行业大数据平台《中国宠物行业白皮书——2022年中国宠物消费报告》。

2022年我国饲养犬猫的人群数量达到7043万人，较2021年增加2.91%，去除同时饲养犬猫情况的人群数量为6729万人，同比增长6.1%。2022年全国城镇养犬人数为3412万人，养猫人数为3631万人，养猫人群已超过养犬人群，较2021年同比增速达12.59%，如下图所示。

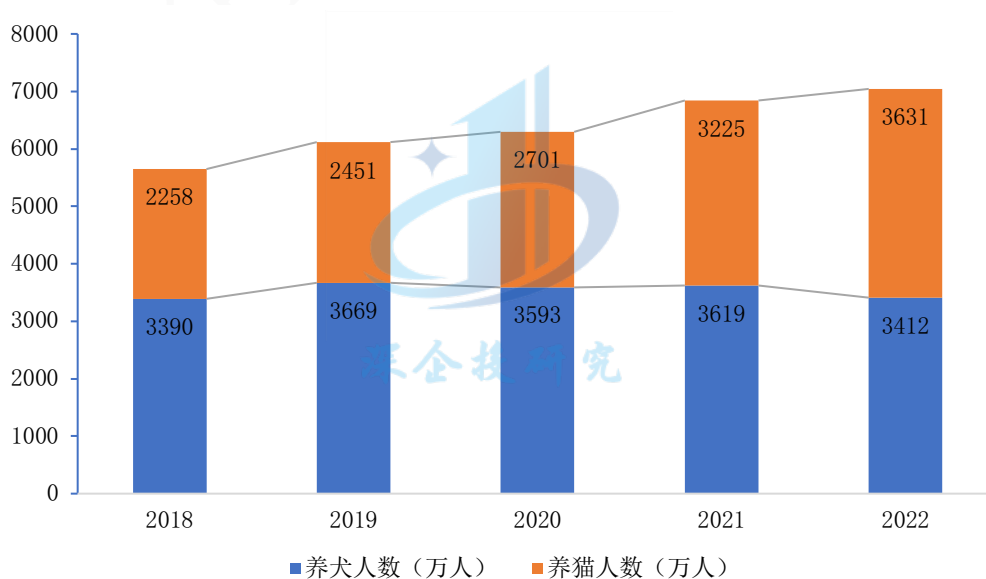


图3 2018-2022年全国城镇宠物主人数量（未去重）

资料来源：《中国宠物行业白皮书——2022年中国宠物消费报告》。

我国宠物行业市场规模呈现稳步上升的态势。我国居民养宠意愿有所提高。宠物成为了家庭成员们的伴侣、朋友与玩伴，越来越多的家庭开始接纳养宠生活方式。在人口老龄化、结婚年龄不断推迟、独居人口比例逐渐提升的社会背景下，人们对于宠物陪伴的精神需求日渐凸显。养宠家庭渗透率稳定增长，根据艾瑞咨询，2021年我国一、二线城市养宠家庭渗透率达到39.1%，以宠物猫及宠物犬为主的宠物数量规模增长。2012年我国城镇宠物（犬猫）消费市场规模仅有337亿元，根据《2022年中国宠物行业白皮书》的数据显示，2022年消费市场规模达到2706亿元，比2021年增长8.67%，2012-2022年复合增长率为23.16%，如下图所示。

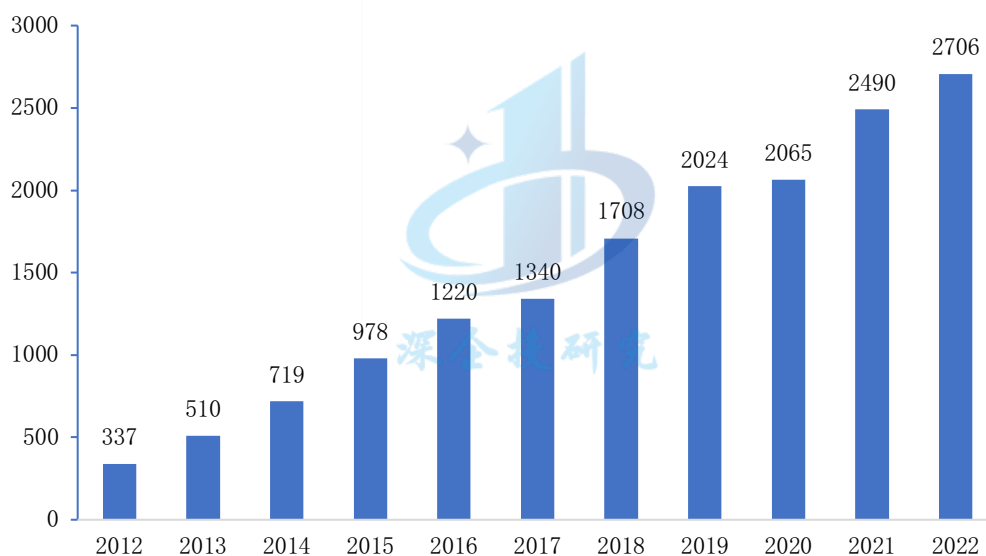


图4 我国城镇宠物（犬猫）消费市场规模（亿元）

资料来源：乖宝宠物招股说明书，《中国宠物行业白皮书——2022年中国宠物消费报告》。

根据《2022 年中国宠物行业白皮书》，2022 年宠物食品消费占养宠消费的 50.7%。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。

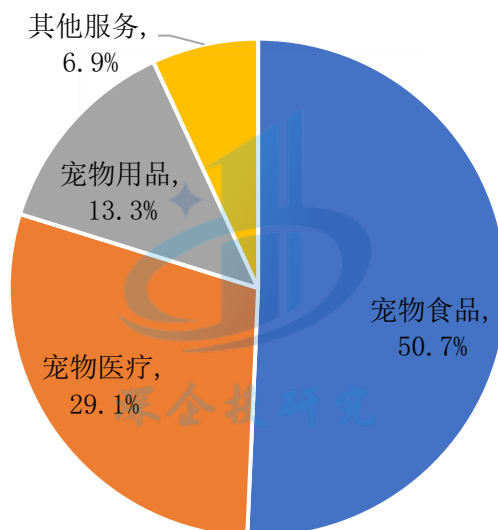


图 5 我国城镇宠物（犬猫）消费市场细分市场占比情况

资料来源：《中国宠物行业白皮书——2022 年中国宠物消费报告》。

宠物食品市场是宠物行业最大的细分市场，也最先受益于宠物经济的发展，具有高复购、低价格敏感、强黏性的优势。据 Statista 数据，预计 2023 年全球宠物食品市场规模达到 1473 亿美元，2012 年至 2023 年，全球宠物食品市场年均复合增长率约为 8.50%，如下图所示。

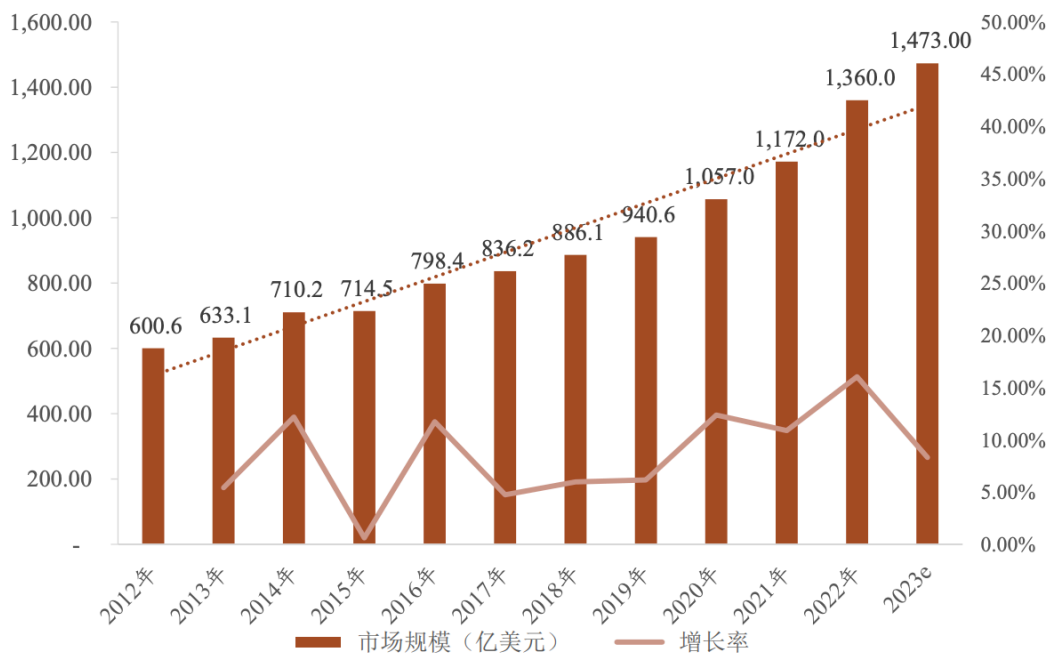


图 6 2012-2023 年全球宠物食品市场规模

资料来源：Statista，乖宝宠物招股说明书。

经过近百年的发展，海外发达国家的宠物市场已进入成熟期。美国是最大最成熟的市场，根据欧睿国际数据，2022 年美国、欧洲、日本在全球宠物食品行业市场规模占比分别为 38%、26%、3.2%。根据 APPA（美国宠物产品协会）披露，2021 年美国宠物行业市场规模约 1236 亿美元，相较于 2020 年的 1036 亿美元增长约 19.31%，其中宠物食品约 500 亿美元，占宠物行业总体规模的 40.45%。美国宠物家庭渗透率从 1988 年的 56% 上升到 2021 年的 70%。

我国宠物食品行业市场规模从 2012 年的 157 亿元增长到 2022 年的 1372 亿元，2012 年至今市场规模年均复合增长率达 24.21%，如下图所示。

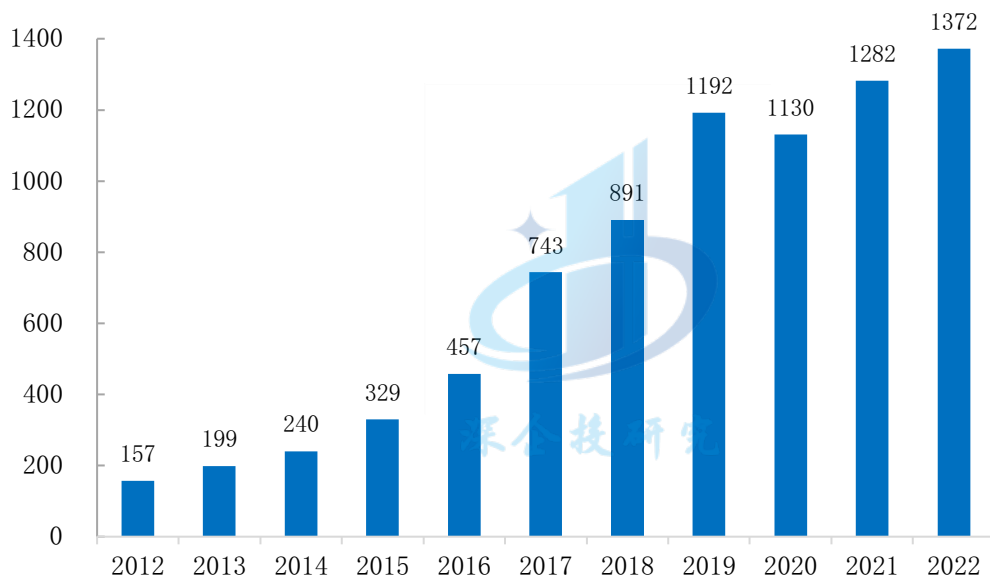


图 7 2012-2022 年中国宠物食品行业市场规模

资料来源：历年《中国宠物行业白皮书》。

我国宠物食品行业市场规模存在较大的提升空间。一是相比发达国家，我国养宠渗透率处于较低水平。根据京东宠物《2022 年中国宠物行业趋势洞察白皮书》，2022 年我国宠物渗透率为 20%。不过，2021 年美国、日本及欧洲宠物渗透率分别为 70%、57%和 46%，国内养宠渗透率相较于成熟市场还有很大的提升空间。二是单只宠物的年均支出较低。2022 年，我国单只宠物犬年均支出 2882 元，分别相当于美国（2020 年）的 32%、日本的 14%，单只宠物猫年均支出 1883 元，分别相当于美国（2020 年）的 32%、日本的 20%，如下图所示。我国单只宠物的年均支出仍有较大的上升空间。三是专业宠粮渗透率仍然较低。根据欧睿国际数据，2022 年我国专业宠粮渗透率（消费专业宠粮而非自制宠粮的比例）仅 34%，而发达国家基本在 90%以上。

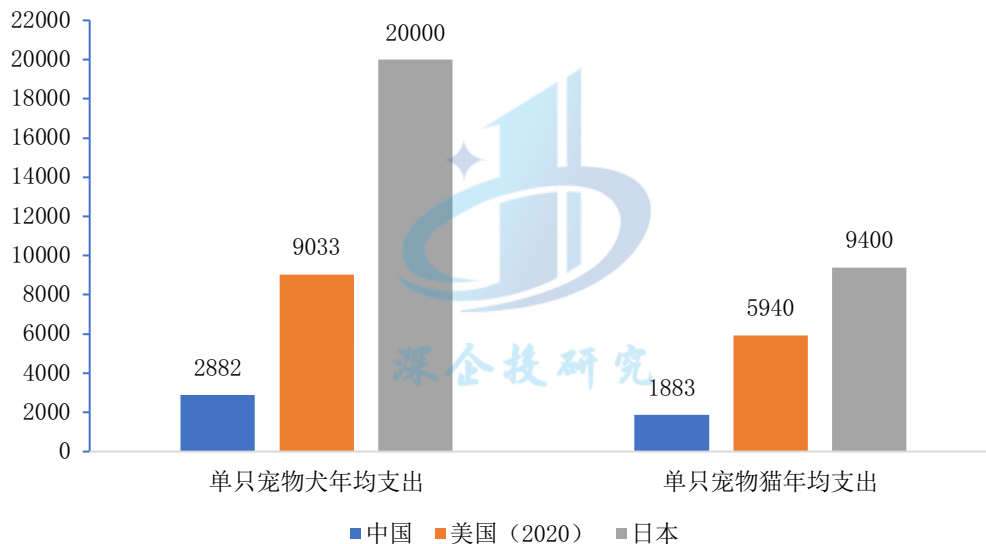


图 8 单只宠物犬猫年均支出比较（人民币元）

资料来源：《2022 年中国宠物行业白皮书》、日本 Anicom 保险公司、APPA 统计，乖宝宠物招股说明书。

### 三、竞争格局

全球市场集中度较高，玛氏、雀巢“两超”地位稳固。由于宠物换粮有一定适应期，宠物食品天然具备一定的品牌黏性。根据欧睿数据，2022 年全球宠物食品行业 CR2（玛氏、雀巢普瑞纳）约为 42%，行业“两超”的地位较为稳固；分区域来看，玛氏在欧洲及亚太地区市占率优势更显著（市占率高达 18%-23%），而雀巢在美国市占率更高（市占率高达 28%）。主要大型快消品集团持续通过品牌并购及整合，打造品牌矩阵，延伸在宠物食品领域的业务布局。

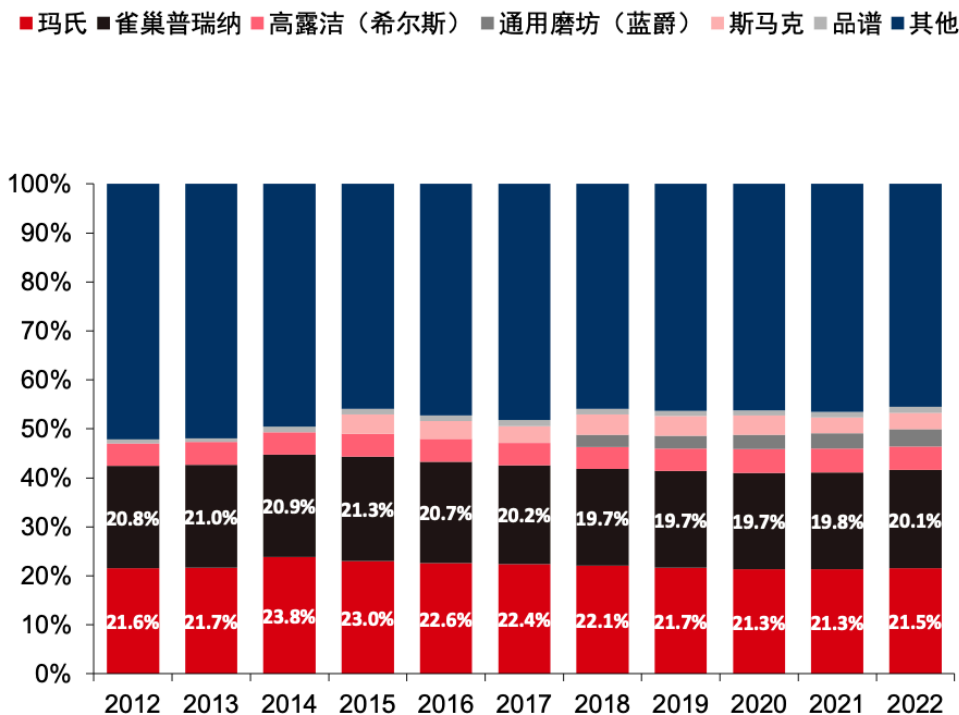


图 9 2012-2022 全球宠物食品竞争格局

资料来源：欧睿国际，中信证券《农林牧渔行业宠物行业深度报告：海外视角：消费相对韧性，品牌历久弥新-230526》。

**销售渠道变化，带动本土品牌的市场份额持续上升。**海外品牌的渠道优势主要集中于传统渠道，以玛氏、雀巢普瑞纳为代表的外资企业先于本土企业建立了技术、品牌和渠道的优势，占据较高的市场份额。我国宠物食品的销售以线上电商渠道及专业渠道（宠物医院和宠物店等）中的宠物店为主，不同于欧美发达国家宠物食品的销售以商超渠道为主，我国消费者更倾向于电商渠道，据欧睿国际数据显示，2021 年我国宠物食品在电商流通渠道占比为 60.9%，2017-2021 年均复合增速为 37.51%。国内宠物食品企业早期从事 OEM/ODM 业务，加工制造经验丰富，与海外品牌相比具有成本优势；近年来国产品牌借助电商渠道，以高性价比优势布局国内市场，如乖宝、中宠、佩蒂、苏宠（吉家宠物）、华兴等，快速抢占市场份额，同时，在传统渠道

份额逐渐被电商渠道挤占的情况下，国外宠物食品企业在商超等传统渠道的优势减弱。根据魔镜市场情报数据，2022 年我国宠物食品线上市场市占率排名 10 的品牌中 7 个是国产品牌，排名前 5 的品牌中有 4 个为国产品牌。

从市场集中度来看，我国宠物食品市场竞争格局相对分散，竞争激烈，同时国内企业正逐渐跻身行业头部。2011 年，排名前十的宠物食品企业市场占有率合计约 40%左右，其中行业国际龙头玛氏、雀巢的市场占有率分别为 20.4%、8.6%，国外企业占据重要地位。根据欧睿国际数据显示，2021 年以公司口径计算的中国宠物食品行业 CR10 为 24%，同期美、日市场的 CR10 分别为 76.8%和 84.4%；以品牌口径计算的中国宠物食品行业 CR10 为 18.6%，同期美、日市场的 CR10 分别为 40.5%和 49.8%。相较于 2011 年来看，随着行业内竞争公司越来越多，市场更加分散。从营收规模来看，2022 年乖宝宠物、中宠食品的营收均超过 30 亿元，进入全球营收前 30 之列。对比十年前，外资品牌市占率出现明显下降，随着越来越多的国内企业开始发力，国产品牌逐步对外资品牌形成替代。分犬猫看，由于采食量区别，宠物猫主人对主粮价格敏感性低，因此宠物猫主人相比狗主人更倾向于选择进口品牌。

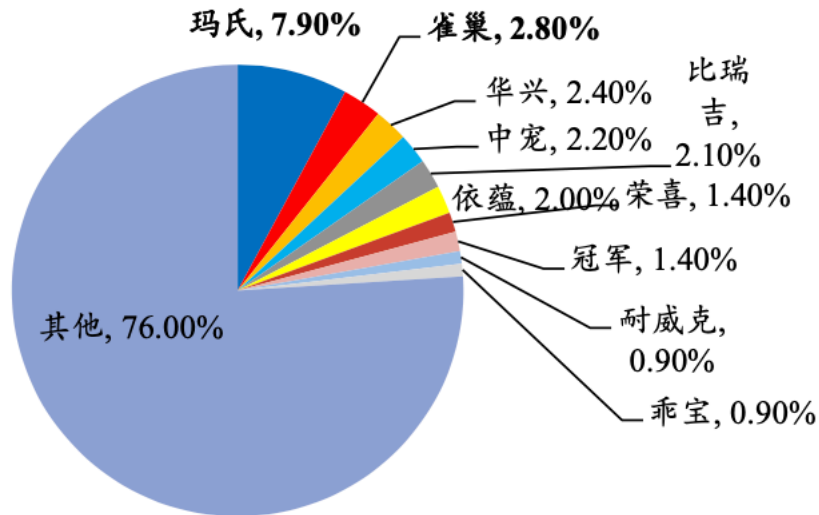


图 10 2021 年中国宠物食品行业 CR10

资料来源：欧睿国际，开源证券《农林牧渔行业深度报告-宠物行业观察系列：人、宠、货、场四维解构国内宠物食品行业-230323》。

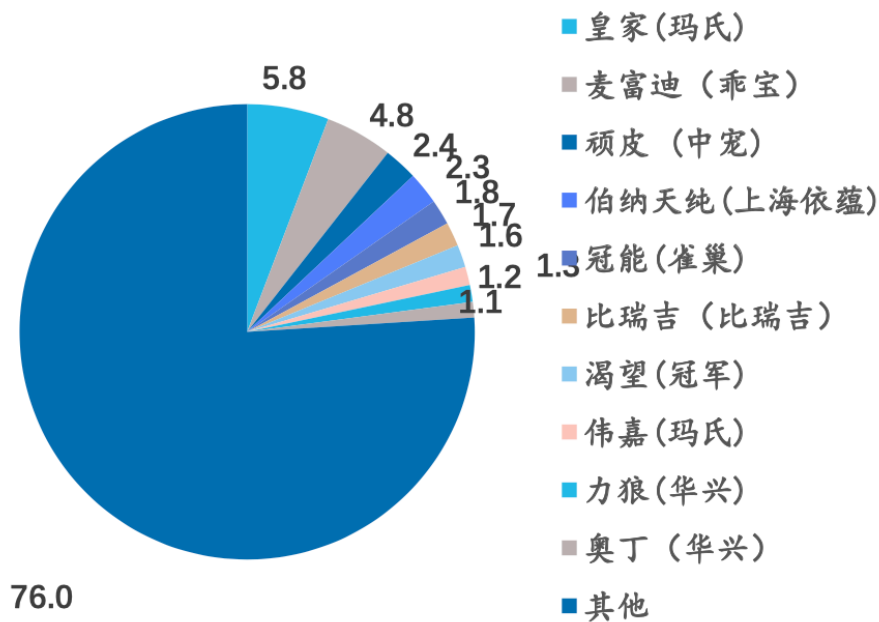


图 11 2022 年中国宠物食品行业 CR10

资料来源：欧睿国际，安信证券。

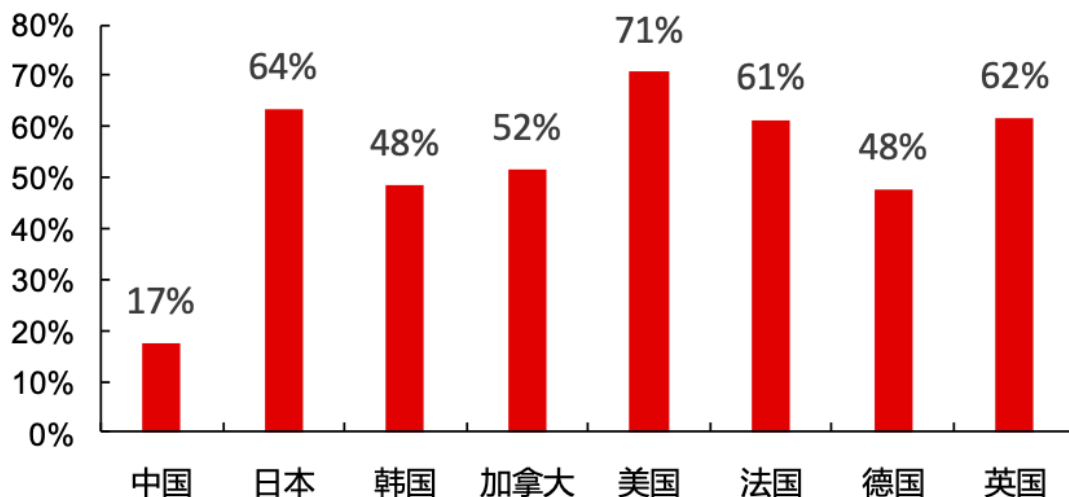


图 12 全球主要宠物食品市场 CR5 占比（2021 年）

资料来源：欧睿国际，长江证券《宠物行业专题报告十一：谁有可能在中国成为大型宠物食品龙头企业？-230303》。

**宠物食品进入壁垒低，但持久门槛高。**看空间，仅考虑养宠量，我国对比日本巅峰时期有超一倍的提升空间，叠加宠物食品渗透率和单价的提升，长期看，我国宠物食品市场仍有较大机会。看壁垒，在生产端，目前宠物食品行业以“品牌+代工”的生产模式为主，整体生产监管和产品标准较为松散，导致行业进入壁垒低，在此背景下，优质的配方和原料来源，完整符合 AAFCO 数据的检测报告也成为国产粮的重要量化筛选指标。在营销端，“社交媒体+电商平台”形成了我国宠物食品行业重要的营销模式，玩转互联网给很多品牌带来了弯道超车的机会，但也导致很多负面效应，削弱了消费者对“品牌”的重视和依赖。如果希望摆脱电商的禁锢，品牌需要做到的是占领消费者的心智，将“品牌+特性”植入消费者心智之中。同时，随线上流量的红利时代过去，宠物品牌开始重点发力线下渠道，探索品牌方连接经销商、赋能门店共同运营消费者的 BC 一体化联动模式。

一级市场降温，上市公司优势凸显。随着一级市场活跃度降低，未来宠物食品行业新生品牌或减少，存量品牌相互竞争，行业将迎来洗牌，拥有强大现金流支持的品牌有机会抢占市场份额。上市公司以境外代工起家，境外收入稳定，为国内自有品牌建设提供了有力的资金支持。在此基础上，龙头企业在以下方面全力出击，努力实现激烈竞争中的突围：（1）抓住中国“猫经济”崛起的特征，在境内外布局高端产能，打造高端猫粮品牌。（2）将品牌与消费者做出决策的特性因素强关联，并通过与消费者的高频接触，占领消费者心智。（3）外延收购形成多品牌战略，布局产业基金为未来版图扩大做准备。

全球及中国宠物食品主要企业如下表所示。

表 1 全球及中国宠物食品主要企业（不含纯渠道）

类型	企业及营收（2022）
国际厂商	美国玛氏宠物护理公司 Mars Petcare Inc.（195 亿美元）、美国雀巢普瑞纳宠物护理 Nestlé Purina PetCare（193 亿美元）、美国希尔宠物营养公司 Hill’s Pet Nutrition（37 亿美元）、美国斯马克 J. M. Smucker（27 亿美元）、美国通用磨坊 General Mills（23 亿美元）、美国钻石宠物食品 Diamond Pet Foods（15 亿美元）、美国西蒙斯宠物食品 Simmons Pet Food（11 亿美元）、美国 Alpha（8.75 亿美元）、比利时 United Petfood（8 亿美元）、美国 Spectrum Brands（7.9 亿美元）、日本尤妮佳 Unicharm（7.84 亿美元）、匈牙利 Partner in Pet Food（7.55 亿美元）、西班牙 Agrolimen SA（7.53 亿美元）、德国 Deurer（7.5 亿美元）、德国 Heristo AG（7 亿美元）、美国 Wellness Pet（7 亿美元）、泰国泰联集团 Thai Union Group（6.18 亿美元）、泰国 Perfect Companion Group（6.06 亿美元）、美国 FreshPet（5.95 亿美元）、美国 Central Garden & Pet（5.43 亿美元）、韩国 Jeil Feed（5.35 亿美元）、意大利 Monge & C. S. p. A（5 亿美元）、爱尔兰 C&D Food（4.95 亿美元）、美国 Sunshine Mills（4.2 亿美元）、澳大利亚 Real Pet Food Company（4.19 亿美元）等

## 中国本土厂商

乖宝宠物（A股，山东聊城，33.98亿元）、烟台中宠食品（A股，32.48亿元）、江苏吉家宠物（2021年预计20亿元）、华兴宠物食品（河北邢台，年产27万吨）、上海依蕴宠物、上海比瑞吉宠物、河北荣喜宠物食品（河北邢台）、佩蒂股份（A股，温州，17.32亿元）、波奇网（11.86亿元）、上海宠幸宠物（2021年预计10亿元）、上海福贝宠物（2021年9.75亿元）、健合（中国）、山东凯锐思动物营养（济南，预计2021年营收8亿元）、深圳红瑞生物科技（预计2020年营收5亿元）、深圳豆柴宠物食品（预计2022年GMV为8亿元）、山东路斯股份（新三板，寿光，5.49亿元）、杭州天元宠物（A股，宠物食品5.11亿元）、上海耐威克、杭州帕特诺尔、南京艾斯克、天津朗诺宠物食品（新三板，1.78亿元）、江西华亨宠物食品（新三板，九江，1.52亿元）、山东梅里亚宠物用品、杭州纯真宠物食品、上海俏贝丽、厦门宠次元宠物用品、厦门宠爱生活（工厂在龙岩漳平）、江苏益和宠物用品（宿迁）、浙江科盛饲料（绍兴，代工厂）、辽宁海辰宠物（朝阳，代工厂）、山东汉欧生物（临沂，代工厂）、山东德海生物（枣庄，代工厂）、泰安泰宠（代工厂）等

资料来源：PET FOOD INDUSTRY，各公司财报，网络信息检索，深企投产业研究院整理。部分企业仅有品牌，生产委托代工厂。

# 企业简介

## 深企投产业研究院

深企投产业研究院是深企投集团旗下的高端智库，聚焦产业发展，服务区域经济，致力于为各地政府和园区提供产业发展落地方案。主营业务包括产业研究、产业规划、产业链招商策略、项目策划包装、项目评估等。产业研究院拥有来自北大、人大、南开、中大等经济学背景的产业研究专家，拥有长期跟踪研究区域经济和战略性新兴产业的产业研究团队，已为珠三角、长三角、海西、西南、西北等多个地区完成了数百个规划咨询和产业研究项目。

### 深企投产发集团

深企投产业发展（深圳）  
股份有限公司

深企投产业研究院

深投促产业发展（深圳）  
股份有限公司

厦门美知经济咨询  
有限公司

### 业务

#### 招商 服务

- > 委托招商 > 招商培训
- > 招商办会 > 园区运营

#### 产业 智库

- > 产业规划 > 项目策划
- > 招商策略 > 项目评估

  
**30** 个+  
委托招商区域

  
**2000** 家+  
优质企业资源

  
**1000** 份+  
行业研究报告

  
**100** 家+  
咨询服务客户

# 产业咨询业务

## 产业规划

产业规划 专项规划 课题研究 园区规划

- > 佛山国家高新区顺德园“十四五”产业发展规划
- > 宁波镇海区重点片区产业发展规划
- > 龙岩国家高新区“十四五”产业发展规划
- > 漳州台商区龙池工业综合体产业发展规划
- > 惠州潼湖生态智慧区三大片区产业发展定位研究
- > 龙岩市新罗区能源互联网产业发展规划
- > 龙岩市南部新城文旅康养产业规划
- > 贵阳双龙航空港经济区临空产业发展定位研究
- > 龙岩市乡村旅游发展规划
- > 贵州黔南州大数据“十四五”发展规划
- > 南岗湾工业区产业发展规划
- > 宁夏吴忠市“十四五”现代服务业发展规划
- > 惠州新能源汽车产业发展策略
- > 广东首商务厅世界500强企业对外投资专题研究
- > 贵阳市产业引导基金招商专题研究
- > 碧桂园潼湖科技小镇工业地块产业发展规划
- > 大亚湾大东科技园产业发展规划
- > 蓬江区数字经济科创中心产业发展规划
- > 粤科-金茂智能装备产业园产业发展规划
- > .....

## 研究领域

新一代信息技术 高端装备 新能源 新能源汽车

新材料 生物医药 节能环保 航空航天

现代家居 现代食品 文旅康养 现代物流

商务服务 低空经济 机器人 医疗器械



## 产业链招商策略

- 智能传感器
- 新型消费电子
- 智能硬件
- 新型显示
- 5G通信
- 新型元器件
- 新材料
- 新能源
- 储能
- 生物医药
- 医疗器械
- 智能制造装备
- 智能专用装备
- 工业激光设备
- 冶金机械
- 轻工装备
- 工业机器人
- 新能源汽车零部件
- 现代家居
- 食品饮料
- 文旅康养
- 现代物流
- 总部经济
- 会展
- 互联网
- 商贸服务业
- .....

## 方法论



# 联系我们



商务合作：王女士 13168781866

座机：0755-82790019

邮箱：sqtcf@sqtcf.cn

网址：http://www.sqtcf.cn/

地址：深圳市福田区深南大道本元大厦 7B1

深企投集团

深企投产业研究院