

跨境商家专用



「狗狗肉类零食美国市场」月度简报

你的跨境电商「口袋分析师」-1对1服务 & 类目可定制

DATA DRIVES DECISIONS!

© 2025 【蔚云出海(广州)企业咨询有限公司】 版权所有。
未经书面许可，不得复制、转载、摘编或用于任何商业用途。违者将依法追究法律责任。



报告说明

报告标题：亚马逊市场趋势与品牌竞争分析简报

分析日期：Saturday, October 11, 2025

撰写方：蔚云出海(广州)企业咨询有限公司

数据来源：本报告所有原始数据来自 亚马逊官方平台 (Amazon.com) 美国站

分析类目：狗狗肉类零食

分析商品数：270个活跃ASIN

覆盖周期：2024年8月 - 2025年8月

特别说明：1) 简报中大部分分析维度统计2025年8月份数据，
2) 部分分析维度呈现近一年，即2024年9月 - 2024年8月。

核心目的

市场基本面诊断

追踪销售额/销量/价位的动态关系，判断市场处于扩张期、消费升级或降级周期。

- 通过搜索量VS购买率、新品渗透率，验证市场创新活力与转化效率。

竞争格局破译

- 识别头部品牌垄断强度、新品牌颠覆机会，定位高潜力价格带与差异化赛道。
- 解析中国卖家的供应链优势与增长动能。

精细化运营指南

- 按价格带拆解季节性规律、爆款特征，制定分阶定价。

特别说明：

- 误差来源说明：亚马逊数据受算法估算偏差（如销量/搜索量为模型推算值）及类目定义变动影响，与实际值可能存在差异
- 报告中的分析结论、图表及解读版权归蔚云出海(广州)企业咨询有限公司所有
- 本报告基于亚马逊平台公开数据生成，旨在提供市场动态的参考性洞察，不构成直接运营决策建议。使用者需结合自身业务数据及实时市场验证结论，并关注亚马逊政策更新对数据的影响。



近一个月销售TOP1单品

B08P2D95G8

目录

1、亚马逊平台行业概况

- 市场整体发展态势
- 消费者搜索趋势
- 卖家地域分布

2、亚马逊平台竞争格局

- 品牌格局变化
- 品牌销售排行
- 新品牌概况

3、亚马逊平台价位段分析

- 价位段分布

4、亚马逊平台商品榜

- 商品销售榜单
- 新品销售榜单

5、核心结论

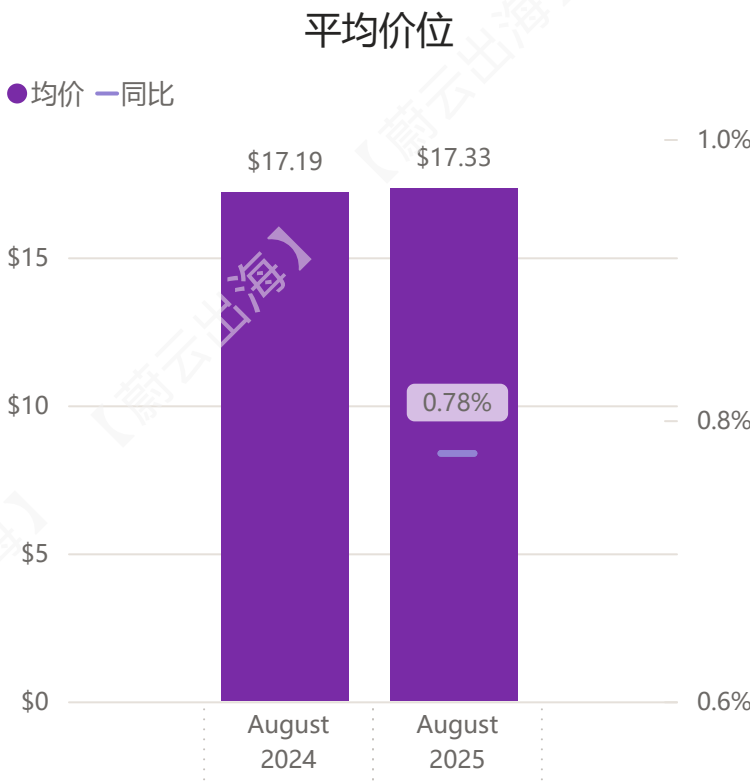
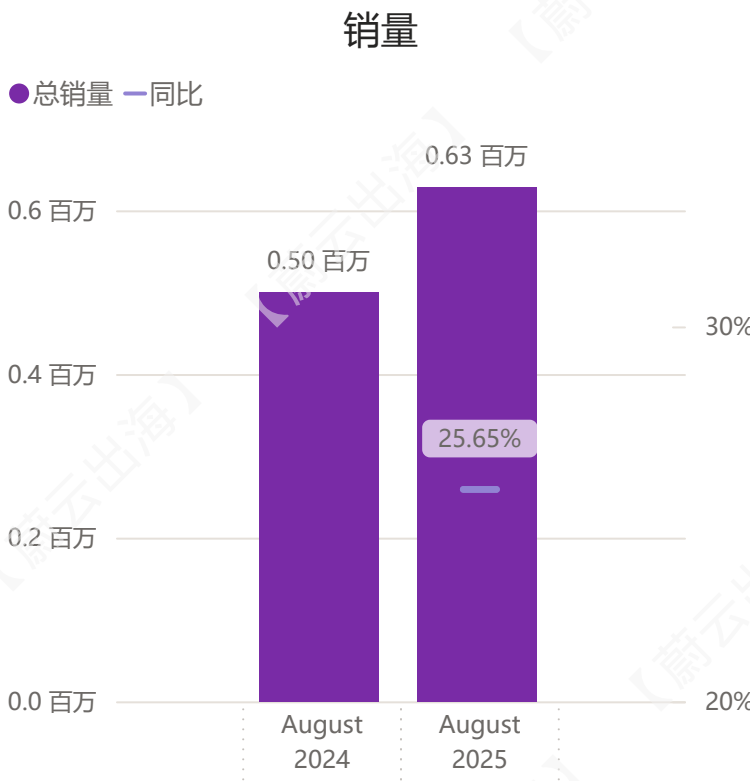
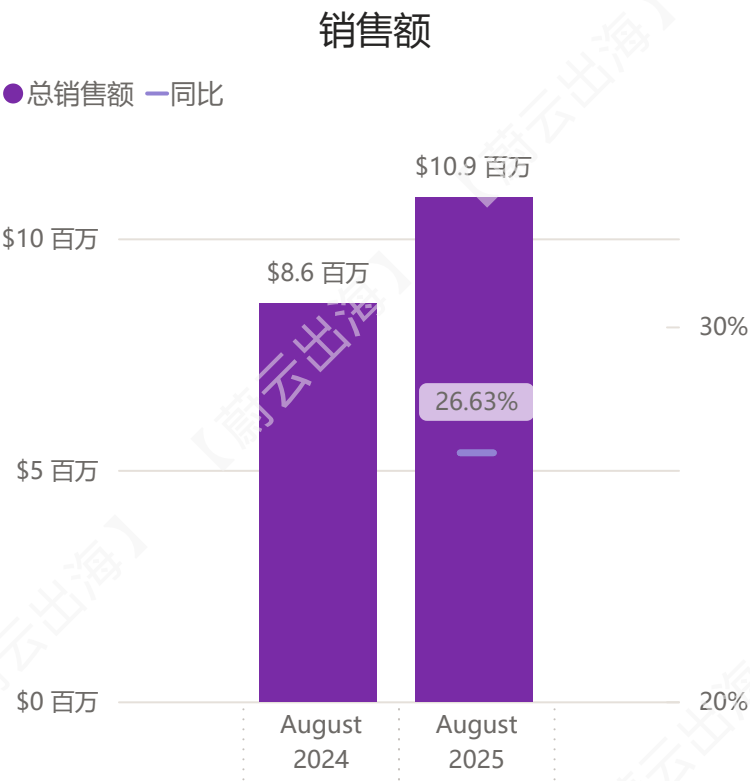
6、关于我们：蔚云出海机构介绍

亚马逊平台行业概况

市场整体发展态势

2025年8月行业销售额为\$10,892,091，同比增长26.6%。

近两年8月份整体变化



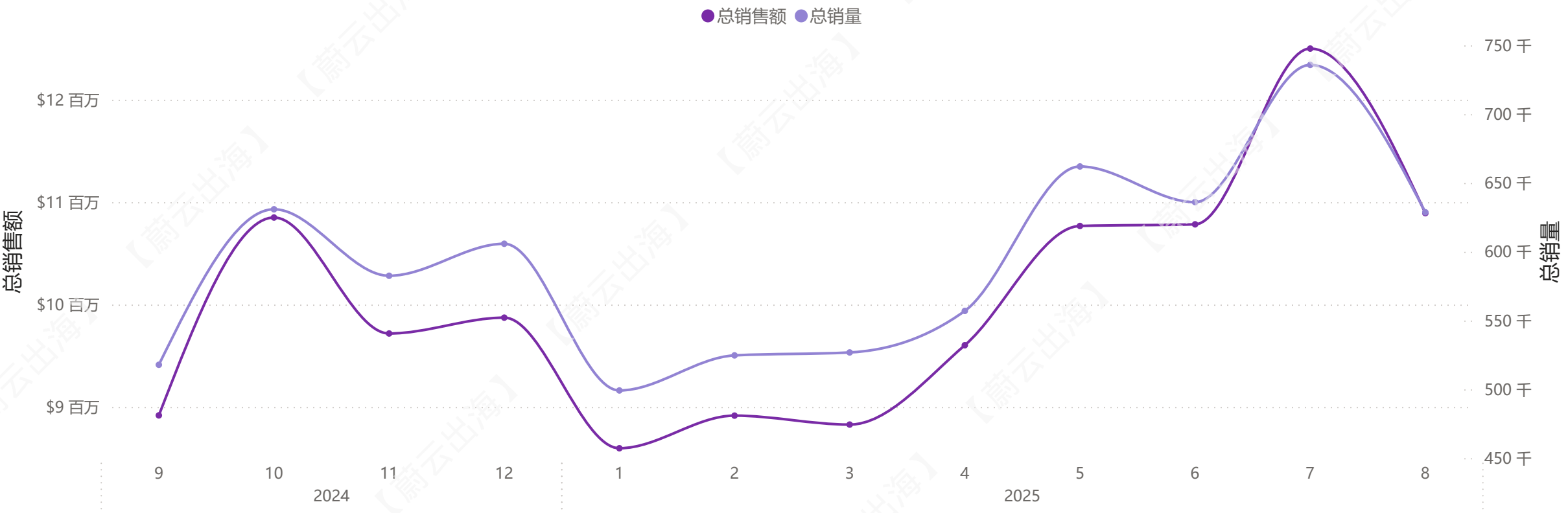
统计周期: 2024年8月份和2025年8月份

亚马逊平台行业概况

市场整体发展态势

近一年行业销售额最大峰值在2025年07月，销售额达\$12,499,350。

近一年趋势-销售额VS销量

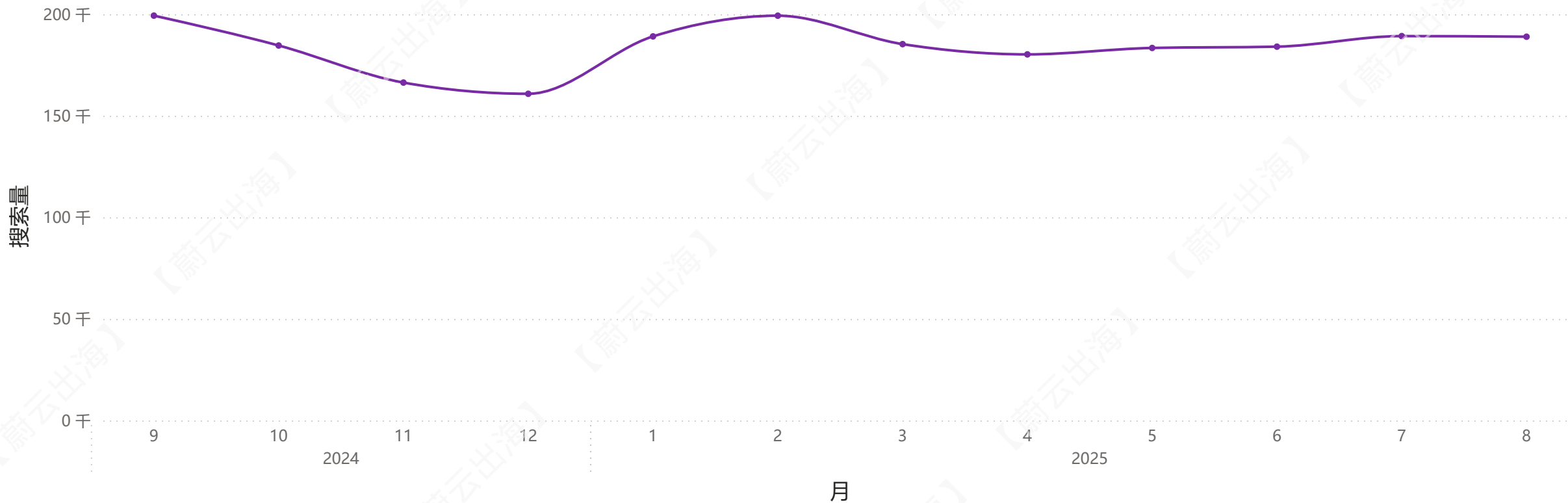


亚马逊平台行业概况

消费者搜索趋势

整体上看，2025年的搜索高峰聚焦在2月份。

近一年消费者搜索趋势

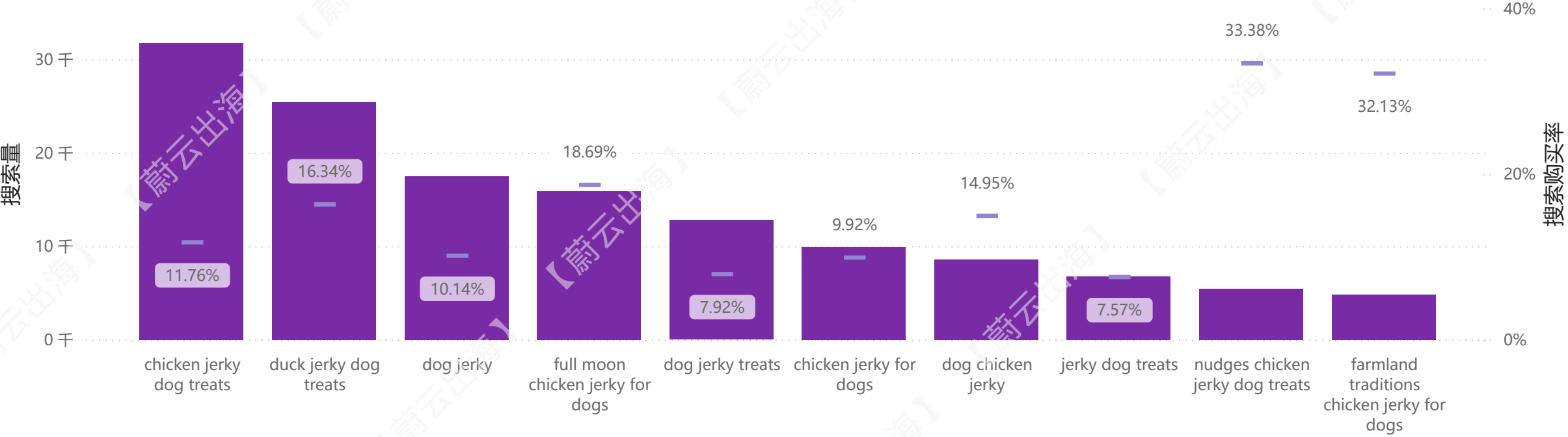


注：汇总行业TOP 50 相关词汇搜索量

chicken jerky dog treats关键词的搜索量最大，2025年8月搜索量达约31,751；nudges chicken jerky dog treats关键词的搜索购买率最高，达33.38%。

行业TOP10搜索词

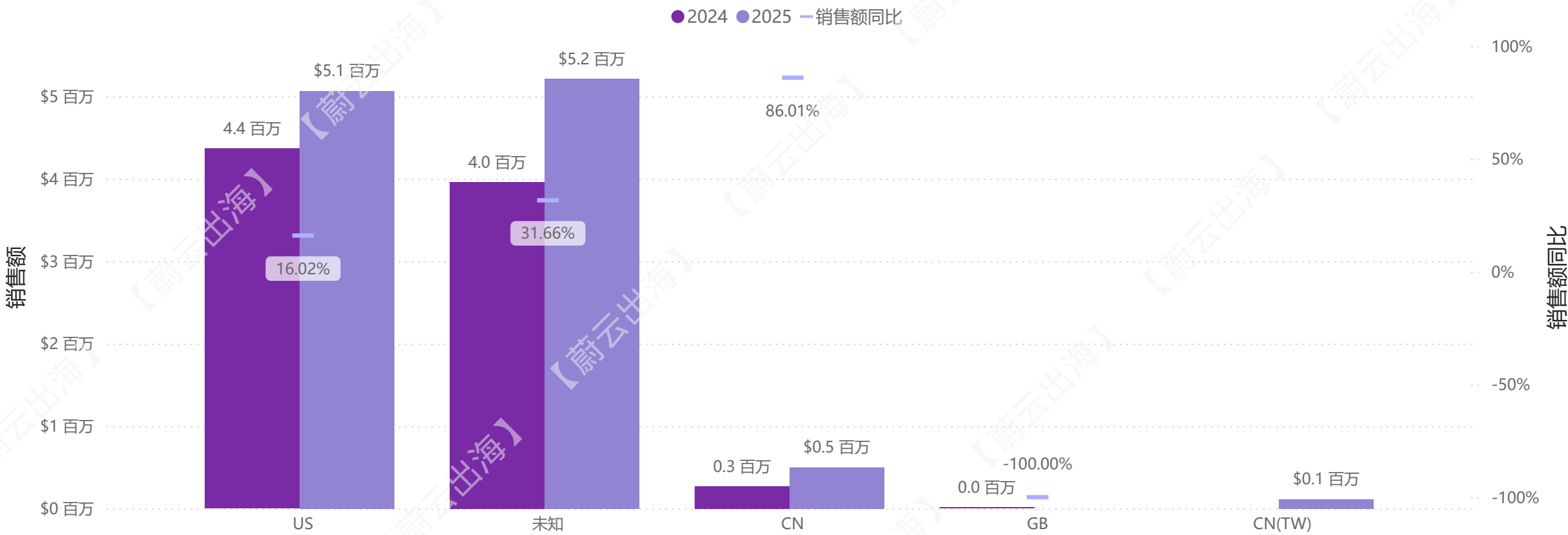
● 总搜索量 — 搜索购买率



统计周期: 2025年8月

2025年8月份从卖家所属的国家上看，未知卖家的销售额最大，同比增长31.7%；其次为US，同比增长16.0%。

在售商品_卖家所属地_销售额同比



统计周期：2024年8月份和2025年8月份

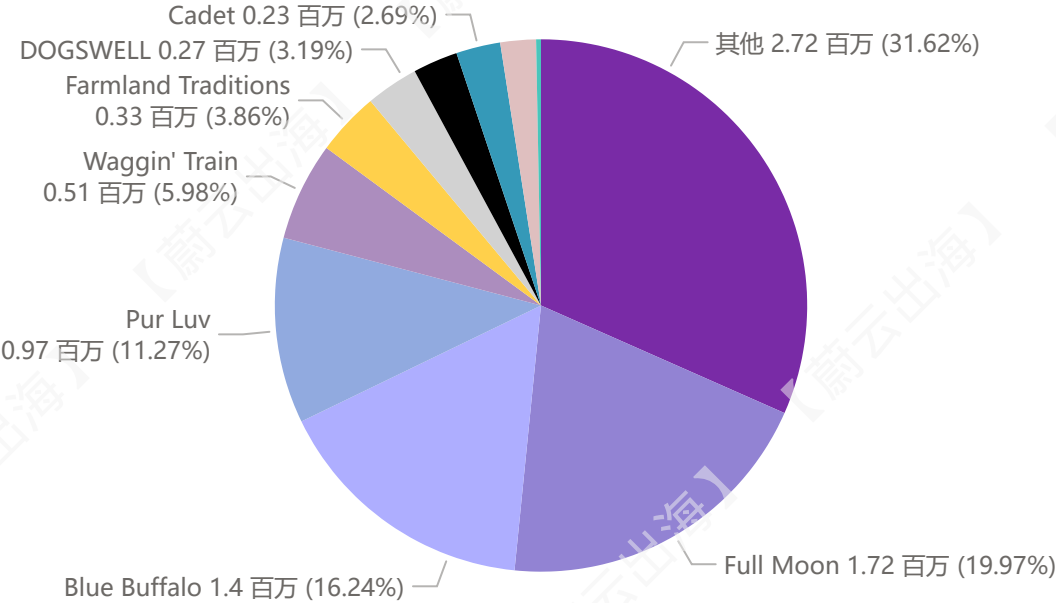
亚马逊平台竞争格局

品牌格局变化

2024年8月，TOP1品牌为Full Moon，占19.97%，前三品牌占比47.48%；
2025年8月，TOP1品牌为Full Moon，占17.83%，前三品牌占比42.61%。

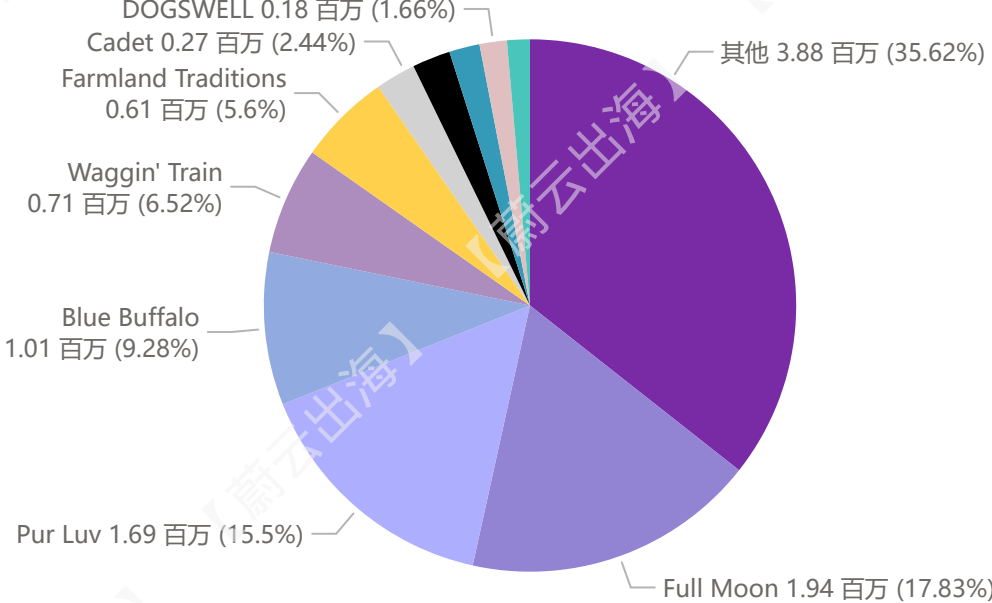
品牌格局（销售额）

2024年8月



品牌格局（销售额）

2025年8月



统计周期：2024年8月份和2025年8月份

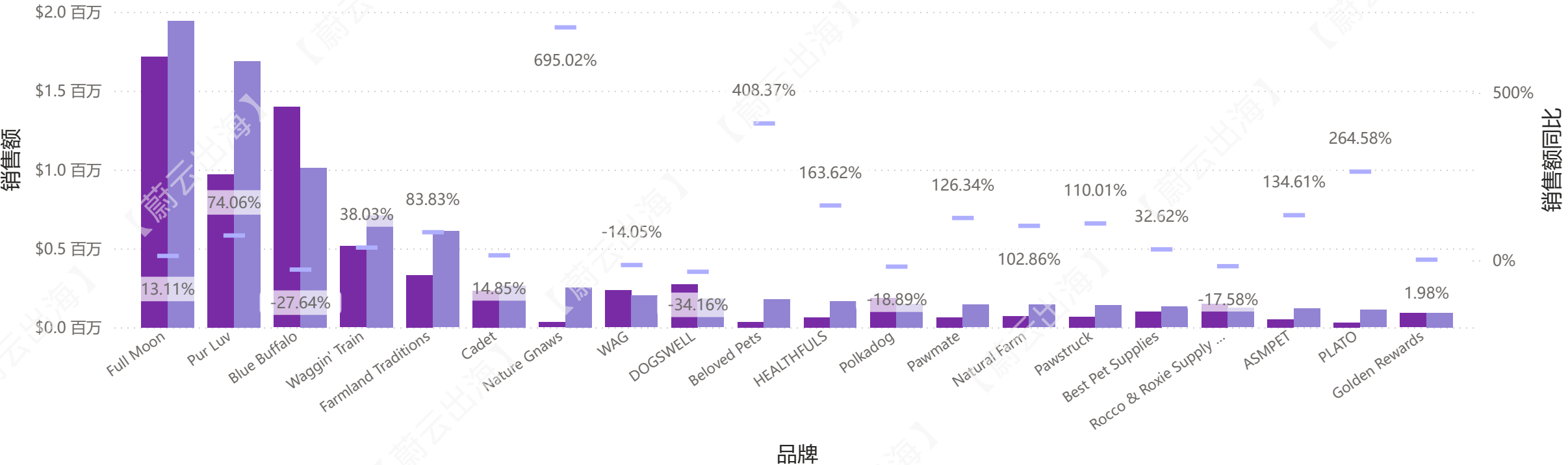
亚马逊平台竞争格局

品牌排行

2025年8月销售额TOP1 Full Moon，同比增长13.1%；TOP2 Pur Luv，同比增长74.1%；TOP3 Blue Buffalo，同比下跌-27.6%；

销售额TOP20品牌

● 2024 ● 2025 — 销售额同比

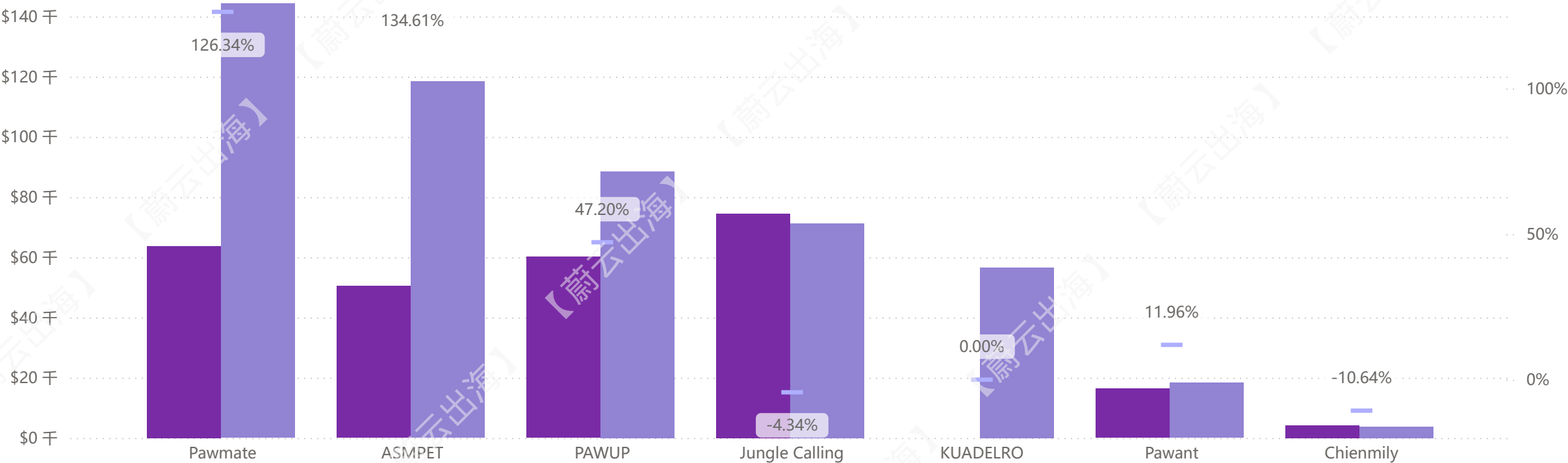


统计周期: 2024年8月份和2025年8月份

2025年8月,卖家来自中国的品牌中, 前三分别为: Pawmate, ASMPET, 和PAWUP.

卖家所属地在中国 (CN) TOP 10 品牌 (销售额)

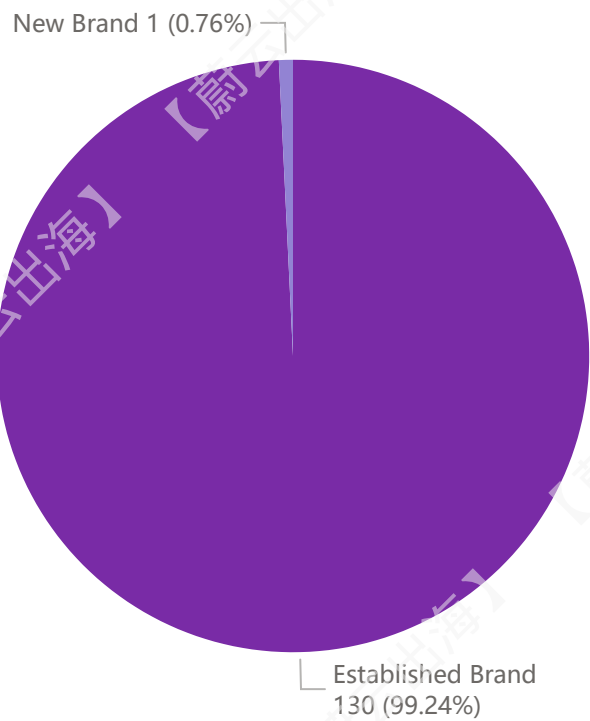
2024 2025 同比



统计周期: 2025年8月份

2025年8月新品牌1个，占品牌总数量0.76%，贡献0.02%销售额。

新品牌数量VS旧品牌数量



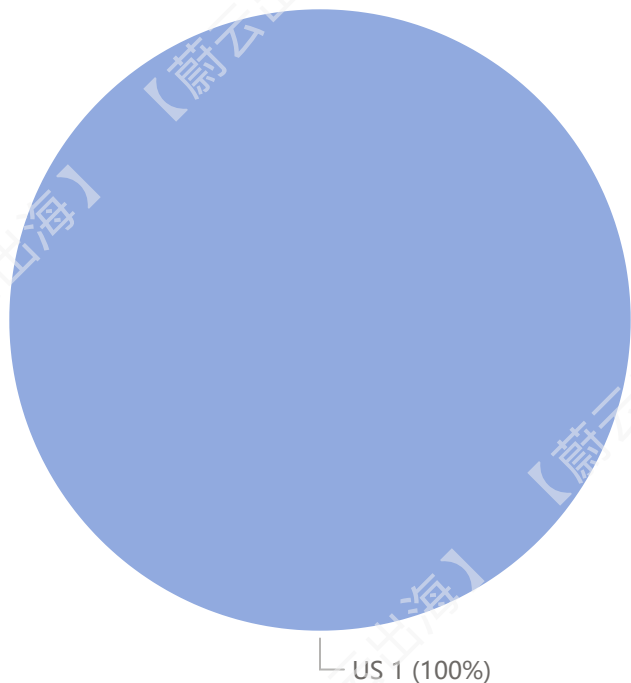
新品牌VS旧品牌销售额



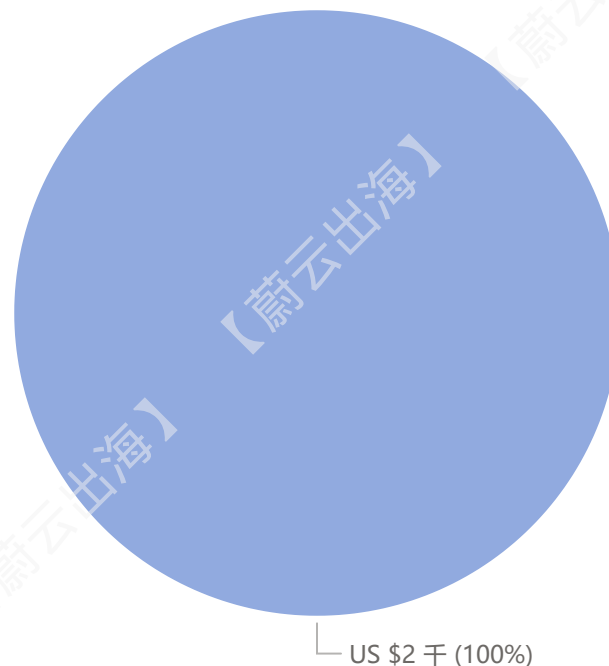
统计周期：2025年8月份；新品牌指在本月有销售且过去一年没有销售的品牌；

2025年8月的新品牌中,有100.00%来自US, 2025年8月份在新品牌的销售额中占比100.00%。

新品牌地域分布（品牌数量）



新品牌地域分布（销售额）



统计周期: 2025年8月份; 新品牌指在本月有销售且过去一年没有销售的品牌;

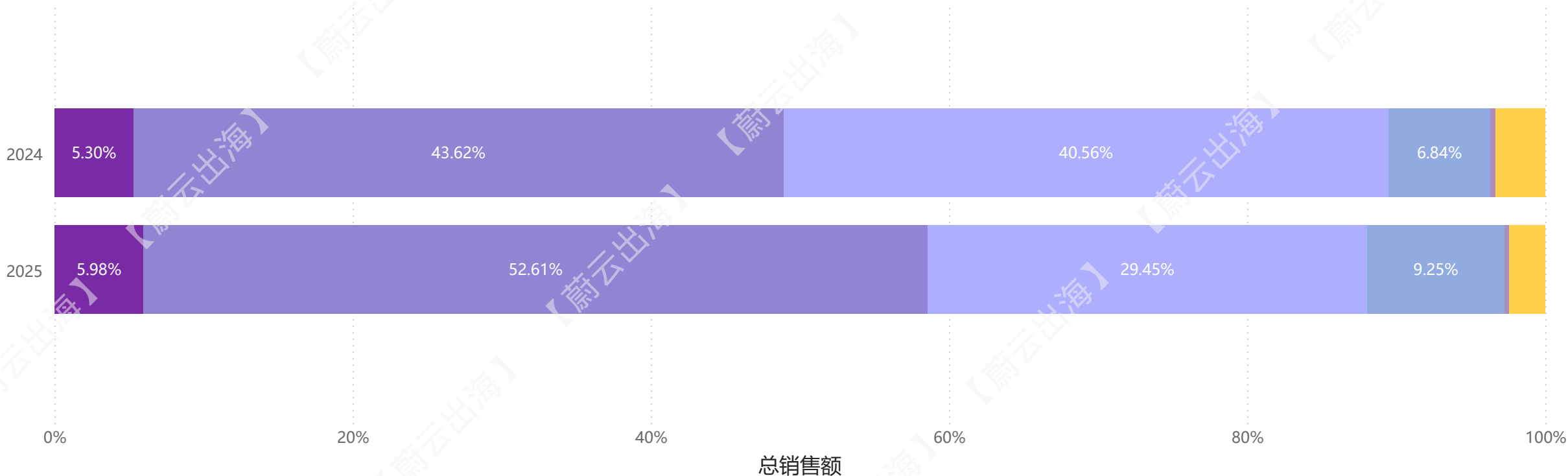
亚马逊平台价位段概况

市场价位格局

从销售额上看，2025年8月份(10,20]价位段占比最大，达52.61%。
份额减少最多的是(20,30]价位段，减少了-11.11个百分点。

价位段份额变化（总销售额）

区间 ● (0,10] ● (10,20] ● (20,30] ● (30,40] ● (40,50] ● 50以上



统计周期：2024年8月份和2025年8月份

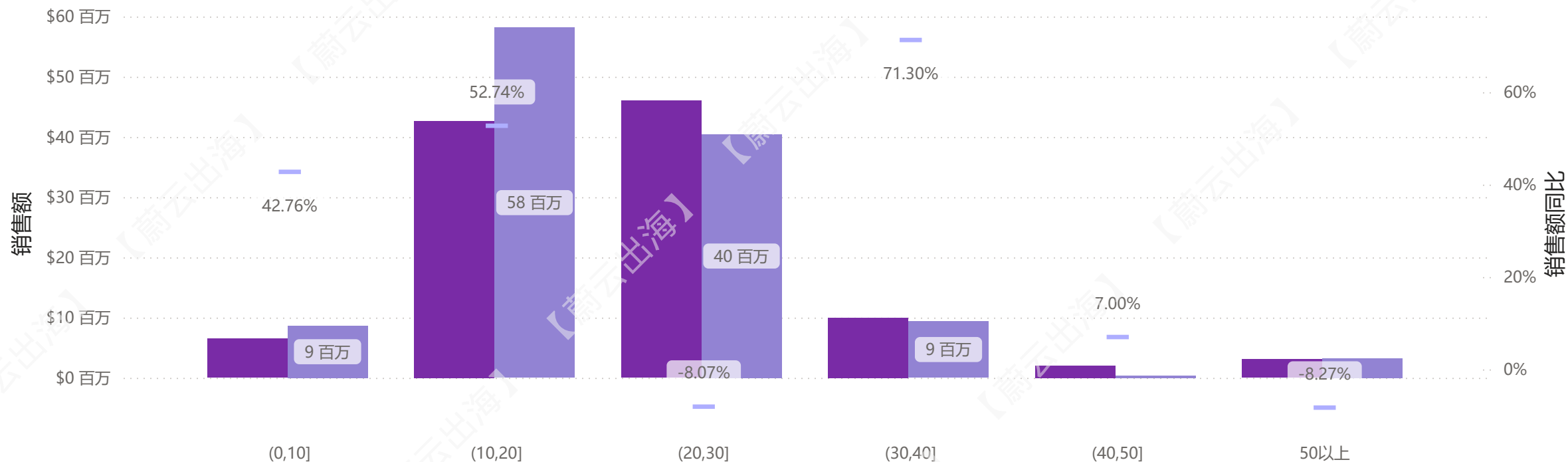
亚马逊平台价位段概况

市场价位趋势

2025年8月份(30,40]价位段销售额同比增幅最大，增长71.3%

价位段同比-销售额

● 2024 ● 2025 — 销售额同比



统计周期：2024年8月份和2025年8月份

亚马逊平台价位段概况

TOP10商品

TOP3商品分别来自品牌: Pur Luv, Full Moon, Blue Buffalo

TOP 10 商品 (销售额)

父ASIN	商品标题	品牌	上架时间	均价	总销售额
B0CTRTVQGC	Dog Treats, Chicken Jerky for Dogs, Made with 100% Real Chicken Breast, 16 Ounces, Healthy, Easily Digestible, Long-Lasting, High Protein Dog Treat, Satisfies Dog's Urge to Chew	Pur Luv	11/22/2020	\$13.29	\$1,687,950
B085JHGHQY	Full Moon Chicken Jerky Healthy All Natural Dog Treats Human Grade Made in USA Grain Free, 1.5 Pound (Pack of 1)	Full Moon	4/30/2016	\$25.60	\$1,018,752
B0FH32XT38	Blue Buffalo Nudges Jerky Cuts Natural Dog Treats Chicken	Blue Buffalo	9/3/2022	\$19.93	\$588,593
B0CNCCQL3F	Farmland Traditions Dogs Love Chicken Jerky Dog Treats, Premium Two-Ingredient Dog Jerky with USA-Raised Chicken, 3-Pound Bag	Farmland Traditions	9/1/2015	\$36.58	\$528,801
B0CTK4HWMC	Waggin' Train Chicken Jerky for Dogs - Limited Ingredient Dog Treats for Dogs 30 oz. Pouch	Waggin' Train	8/21/2016	\$24.21	\$523,323
B0DP7YR211	Full Moon Chicken Jerky Tenders Healthy All Natural Dog Treats Human Grade Made in USA 26 oz	Full Moon	2/26/2020	\$18.39	\$478,287
B0FCQJM4L2	Duck Jerky Dog Treats with Only 3 Ingredients and No Fillers, 2.5 Pound Bag	Kingdom Pets	11/10/2009	\$33.80	\$191,105
B0DLN6VKWZ	Full Moon Chicken Strips Healthy All Natural Dog Treats Human Grade Made in USA Grain Free, 1.5 Pound (Pack of 1)	Full Moon	4/30/2016	\$20.75	\$152,015
B07FV4RMDG	Sweet Potato Slices Dog Treats, 16oz	HEALTHFUL S	11/10/2012	\$8.92	\$151,301
B0BB7TVHM6	Dog Treats Chicken Jerky 1.5 Lb - Human Grade Pet Snacks & High Protein Meat - All Natural High Protein Dried Strips - Best Chews for Training Small & Large Dogs - Bulk Soft Pack Made for USA	Beloved Pets	4/29/2020	\$23.99	\$150,081

亚马逊平台价位段概况

TOP10新品

2025年8月TOP3新品分别来自品牌： KUADELRO, PAWW CHEW

TOP 10 新品 (销售额)

父ASIN	商品标题	品牌	上架时间	总销售额	均价
B0F6XT K3FK	Healthy Sweet Potato Dog Treats, Soft and Low Fat Dog Training Treats for Small Medium Dogs and Large Breed, Single Ingredient Chews Snacks 10.58oz/25-30pcs	KUADELRO	8/10/2025	\$6,607	\$10.01
B0FBBL S81J	Beef Liver Food Toppers for Dogs & Cats - 100% Natural, High Protein Dog Seasoning for Food, Meal Topper & Appetite Stimulant for Picky Eaters, Liver & Lung Weight Gain for All Breed & Sizes	PAWW CHEW	5/30/2025	\$2,227	\$17.13

统计周期: 2025年8月份; 新品指在本月有销售且过去一年没有销售的ASIN;

核心结论

一、市场基本面表现

1. 强劲增长态势

- 2025年8月行业销售额达 \$10,892,091，同比增长26.6%，反映市场处于扩张期。
- 年度销售峰值：2025年7月达 \$12,499,350，季节性波动显著。

2. 消费需求特征

- 主力价格带 (\$10,20) 占比52.61%，仍为主导消费区间。
- 高端价格段 (\$30,40) 增速亮眼，销售额同比激增71.3%，显示消费升级潜力。
- TOP搜索词转化效率：关键词 "nudges chicken jerky dog treats" 购买率最高 (33.38%)。

二、竞争格局演变

1. 头部品牌集中度微降

- 前三品牌 (Full Moon, Pur Luv, Blue Buffalo) 份额由47.48%降至42.61%，格局松动为新品牌创造机会。
- 品牌动态：
 - Full Moon稳居TOP1 (占比17.83%)，但增速放缓 (同比+13.1%)。
 - Pur Luv跃居第二 (同比+74.1%)，增长势头迅猛。
 - Blue Buffalo份额下跌 (同比-27.6%)。

2. 中国品牌表现突出

- CN卖家TOP3品牌：Pawmate (同比+134.61%)、ASMPET (+47.20%)、PAWUP (份额稳定)。
- 中国供应链优势显著，尤其在性价比细分市场。

3. 新品牌机会有限

- 2025年8月仅1个新品牌 (来自美国)，占总销售额0.02%，市场创新活力不足。

三、价格带与商品策略

1. 价格段分化趋势

- (\$10,20) 仍为主力：占超半数份额，适合大众消费。
- (\$20,30) 份额收缩：同比下降11.11个百分点，竞争加剧。
- (\$30,40) 成增长引擎：高增速验证高端化可行性。

2. 热销商品特征

- TOP3商品：均聚焦“天然原料”“高蛋白”卖点 (如Pur Luv鸡胸肉干、Full Moon无谷物零食)。
- 定价策略：爆款均价集中于 \$15-\$25 (兼顾品质与性价比)。
- 新品机会：8月新品KUADELRO (\$10.01) 主打“低脂软质零食”，切入差异细分。

About Us
关于我们

市场情报

产品开发

品牌营销



中国出海企业商业咨询机构

蔚云出海是一家专注中国企业海外增长的战略咨询机构，提供市场情报、产品开发及品牌本地化服务，以“扎根式全球化”理念助力品牌在海外市场长期可持续增长。

知己知彼，方能百战不殆

内外三源数据融合，赋能企业把握海外市场

【海外市场研究+蔚云出海互联网AI数据库+企业自身数据】

知名海外市场研究
机构合作伙伴



主流海外
电商&社媒数据



部分市场情报案例

- 《2023-2028全球玻尿酸/透明质酸市场分析》
- 《2022-2024亚马逊咖啡机主流站点市场分析》
- 《2017-2024北美露营市场分析》
- 《2022中国智能投影仪社媒及电商销售监测》
- 《2024亚马逊咖啡机消费者评论分析》
- 《2024北美市场视黄醇及VC眼霜消费者分析》

1-宏观视角

宏观分析关注外部环境对市场的整体影响，核心是识别风险和机遇。主要工具为PESTEL模型

——用于全局预判

2-中观视角

中观分析聚焦行业本身的特征和竞争格局，行业规模+产业链结构+产品生命周期+市场集中度，五力模型。

——动态调整竞争策略

3-微观视角

微观分析聚焦企业自身与市场参与者的互动，常用3C模型（客户、竞争对手、企业自身）

——强调“知己知彼”