



| 懂数据 更懂生意

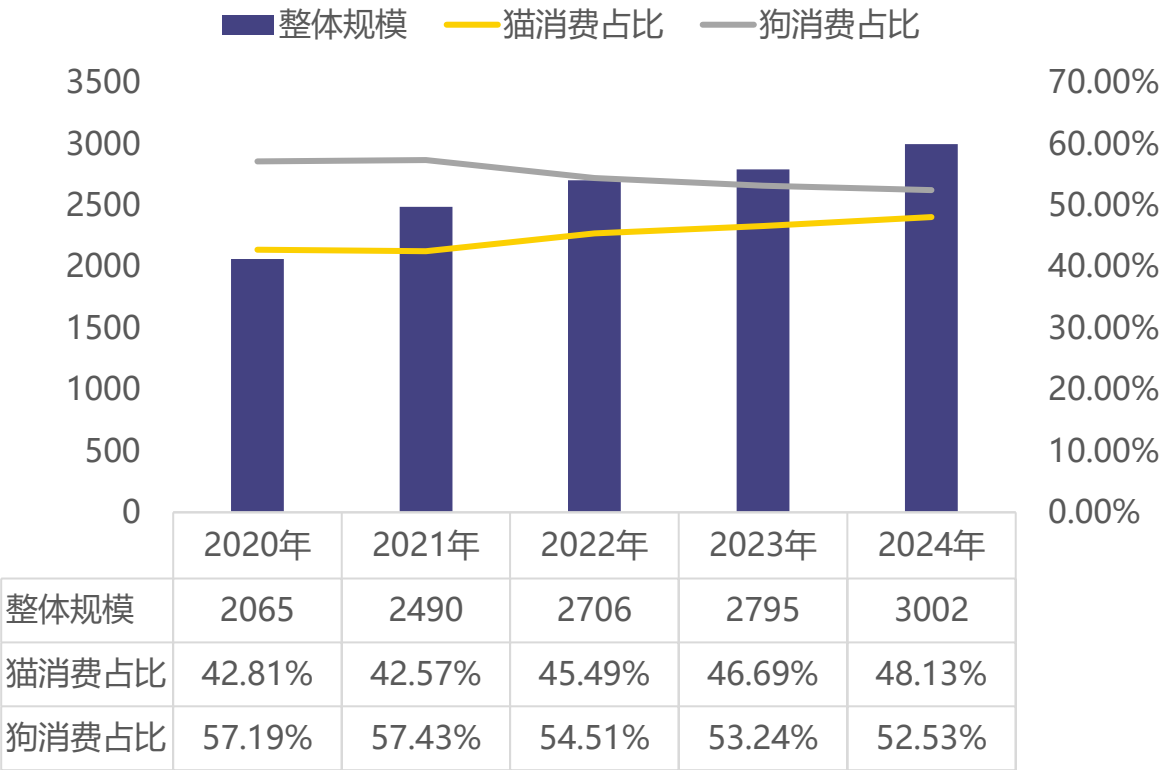
2025 宠物行业的五大变化

2025

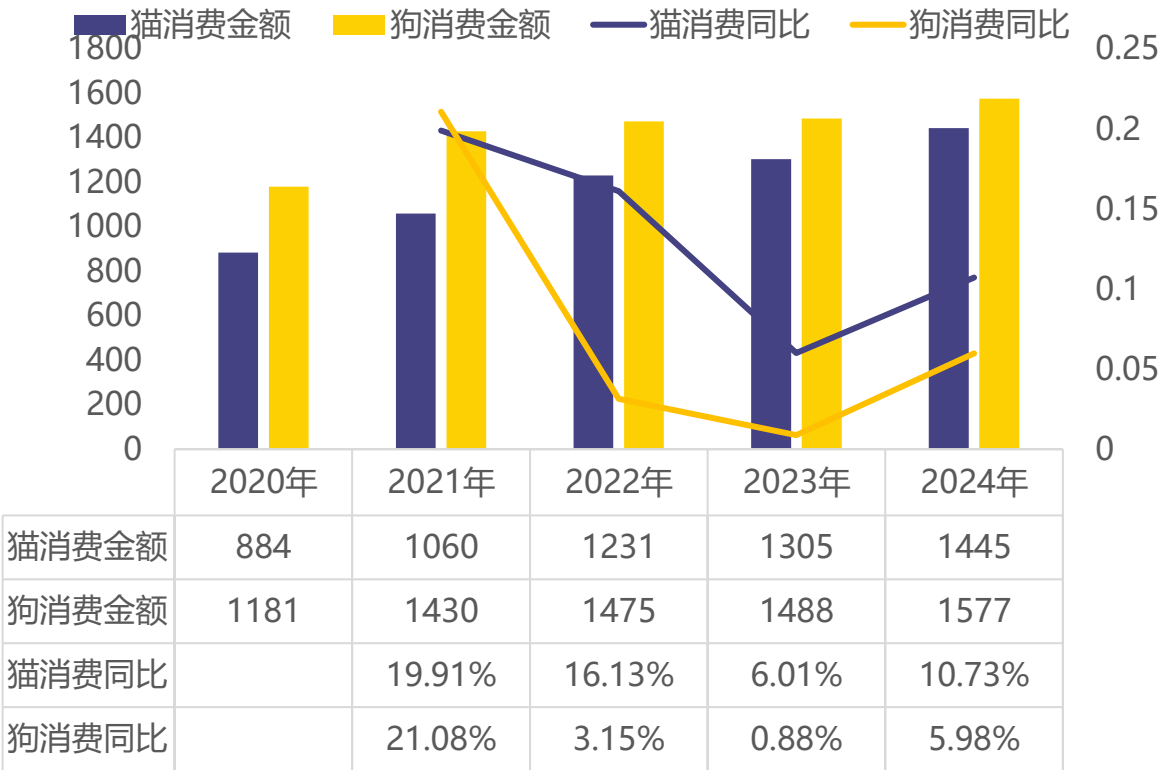
中国宠物犬猫消费市场2024年突破3000亿元，猫经济持续高增

猫消费占比持续攀升，2024年与狗消费占比几乎持平；21-22年增速高达16%+，并在24年再发力，增速超10%，**高端化趋势显现**

2020-2024年中国犬猫消费市场整体规模/亿元



2020-2024年中国犬&猫消费市场规模/亿元

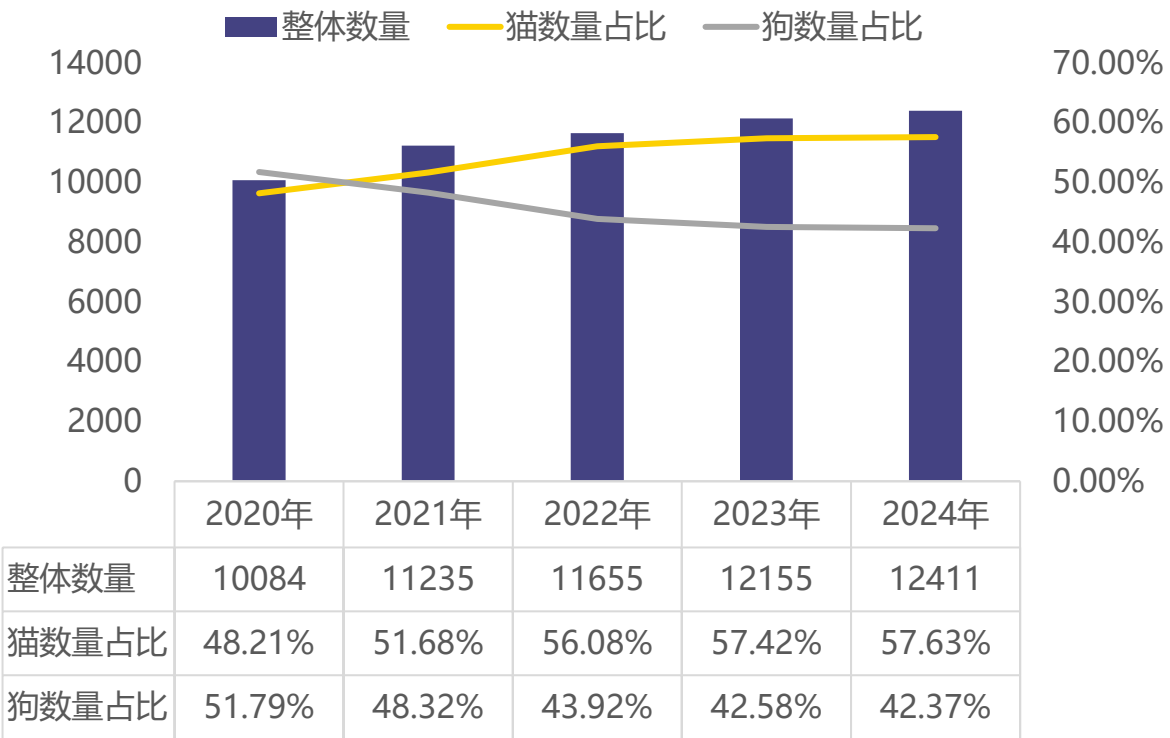


数据来源：《2025年中国宠物行业白皮书》，解数咨询整合

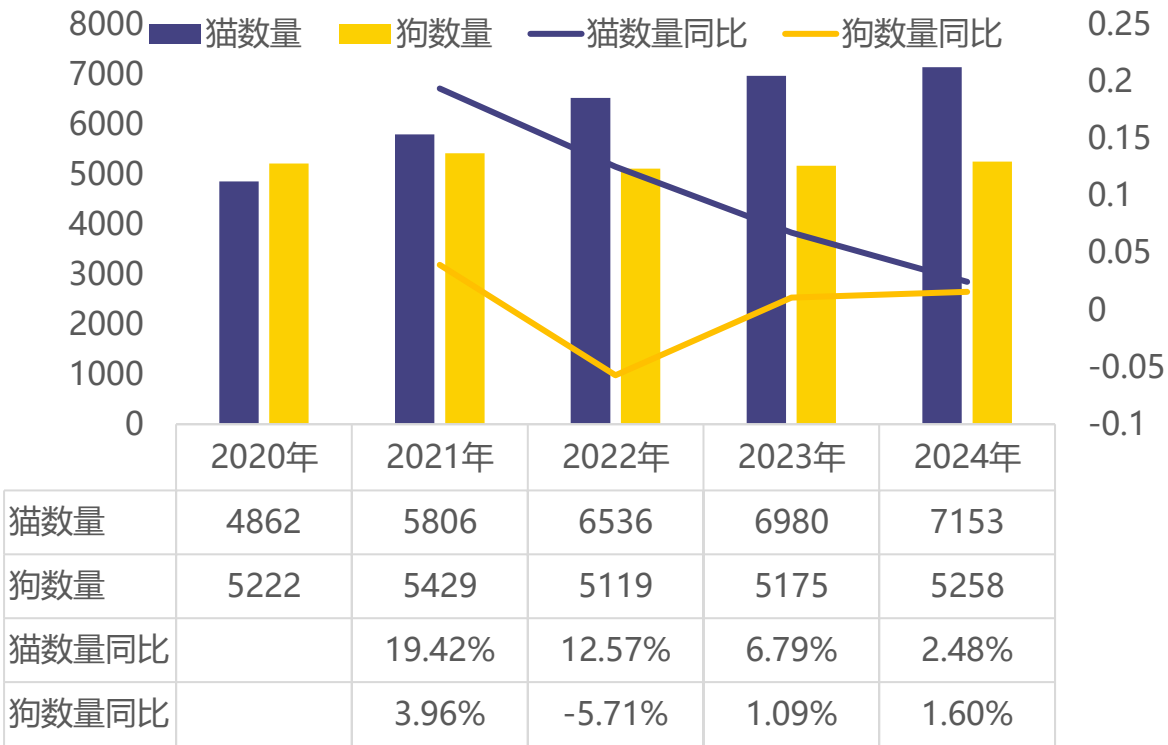
2021年宠物猫数量反超宠物狗，且持续高增长

宠物狗数量在2022年出现负增长；2024年，宠物猫&宠物狗数量增速均低于市场体量增速，**精细化喂养趋势明显**

2020-2025年中国犬猫宠物数量/万



2020-2024年中国犬&猫消费市场规模/万



市场消费结构稳定，升级趋势落地的细分品类均实现占比增加

部分宠物零食融入主粮赛道，主粮产品迭代后已买能力明显；宠物营养品、宠物保险等占比提升明显，拟人化趋势下成为新风口

2020-2025E

猫行业

年复合增长率CAGR

+14%

2020-2025E

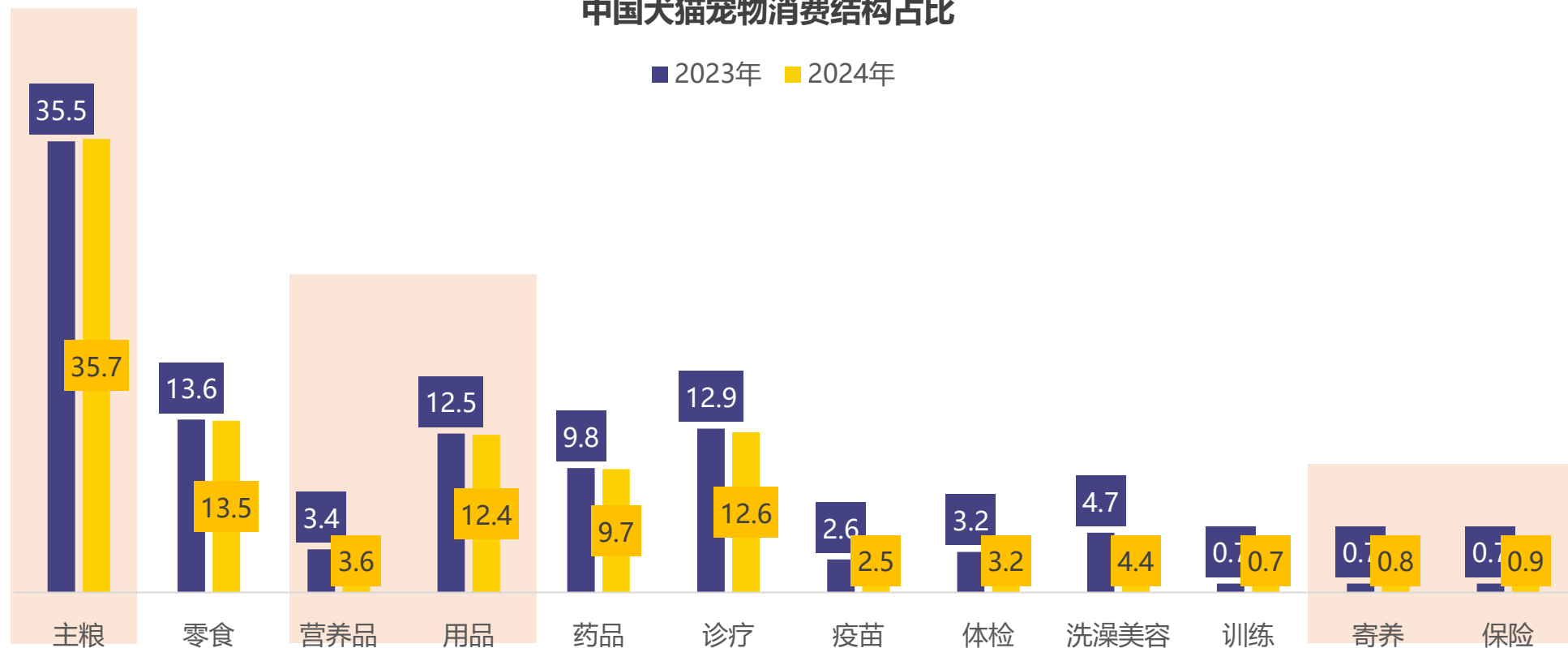
狗行业

年复合增长率CAGR

+7%

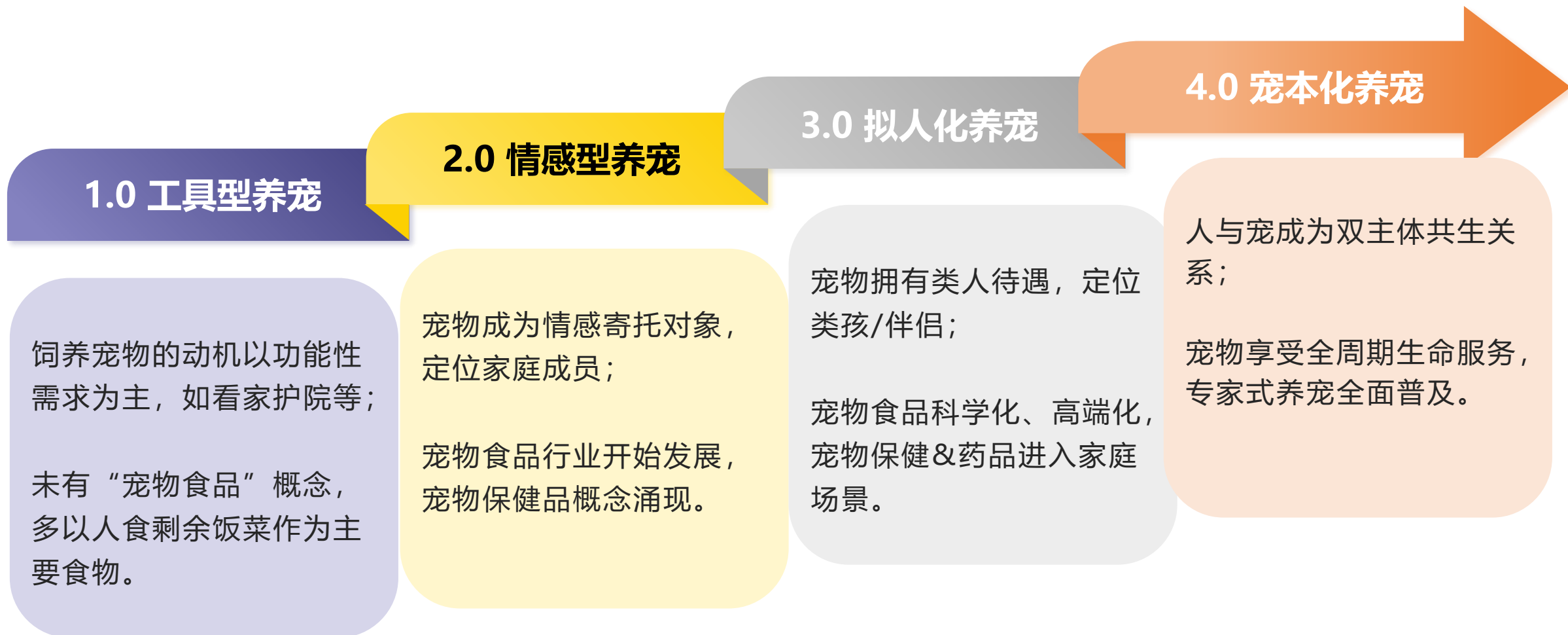
中国犬猫宠物消费结构占比

■ 2023年 ■ 2024年

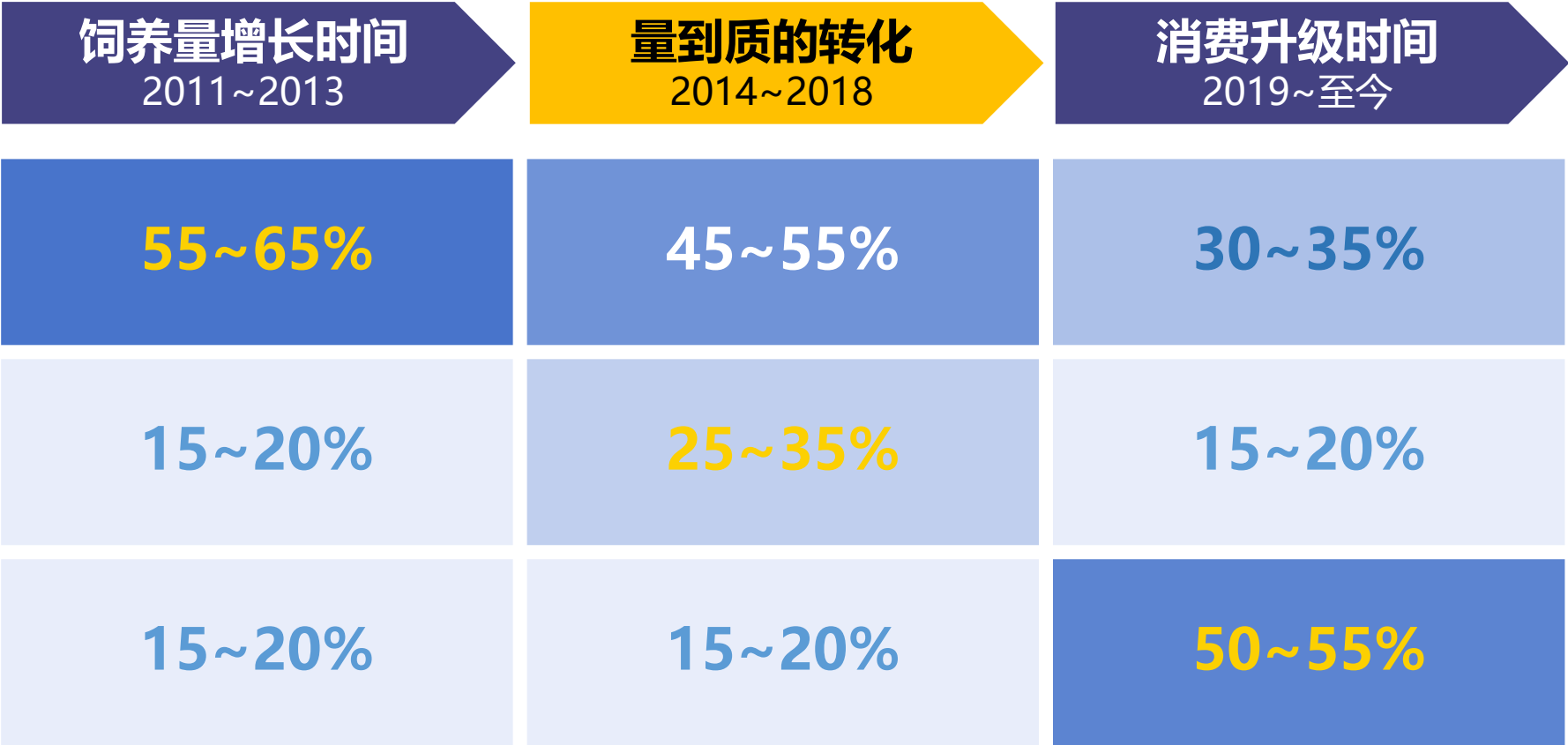


未来趋势：宠物逐渐从功能型角色转变为家庭核心成员

观念不断升级，宠物食品赛道依靠技术革新突破溢价，宠物保健品&药品进入养宠家庭



宠物市场增长驱动力由2011-2013年单纯依靠宠物饲养量增长转变为依靠消费升级进行增长，量价齐升

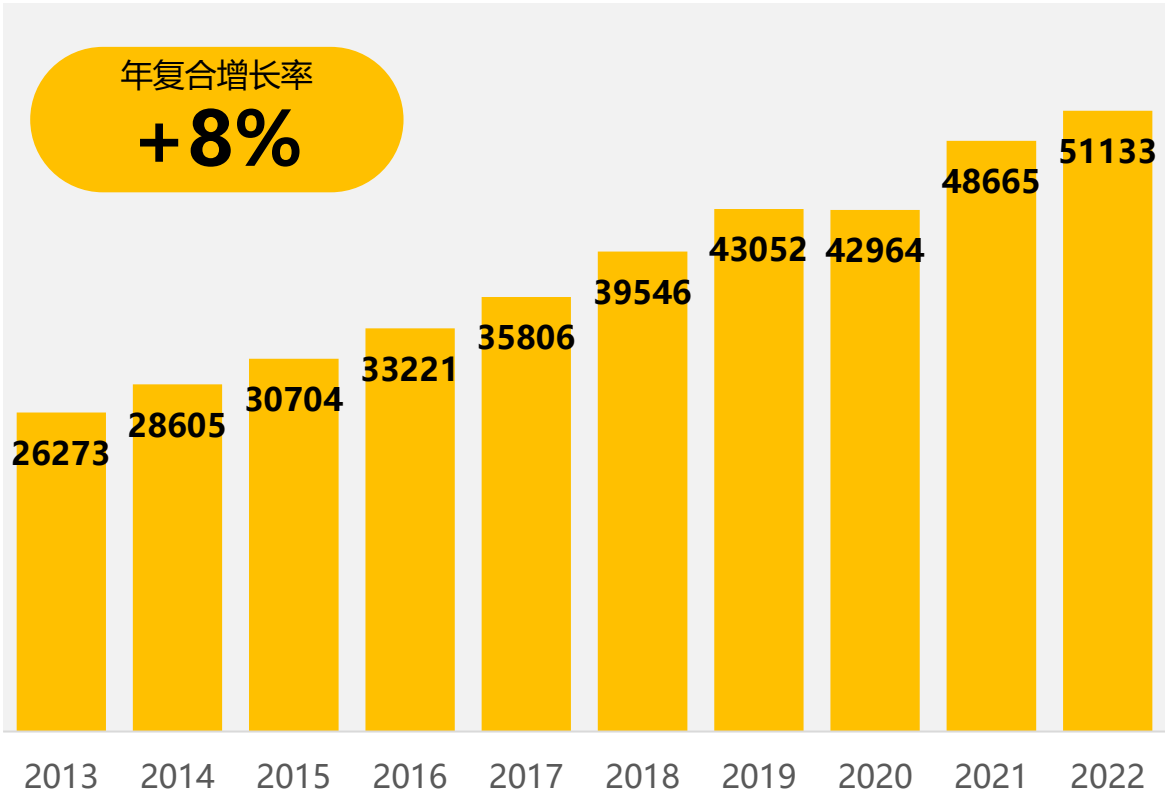


变化一【人】

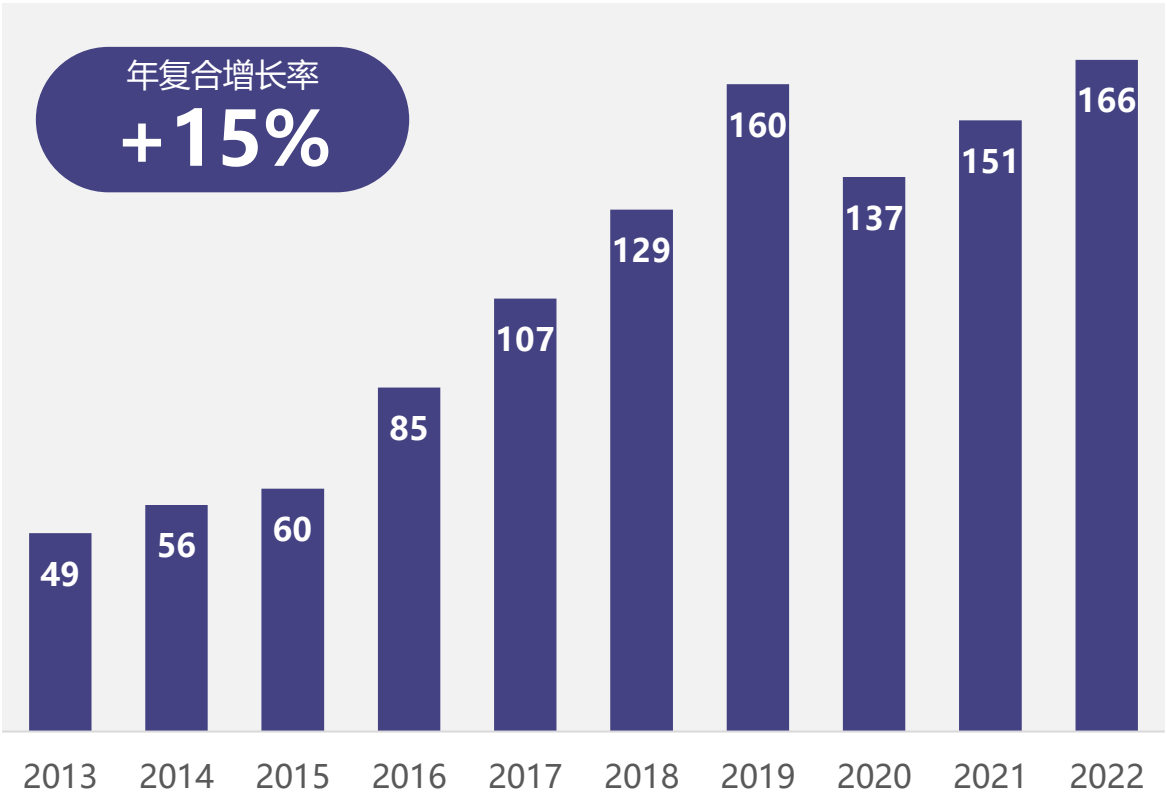
养宠人群精致化，驱动“拟人化”消费升级

消费能力：居民消费水平保持增长，家庭养宠支出提升明显

中国居民人均可支配收入



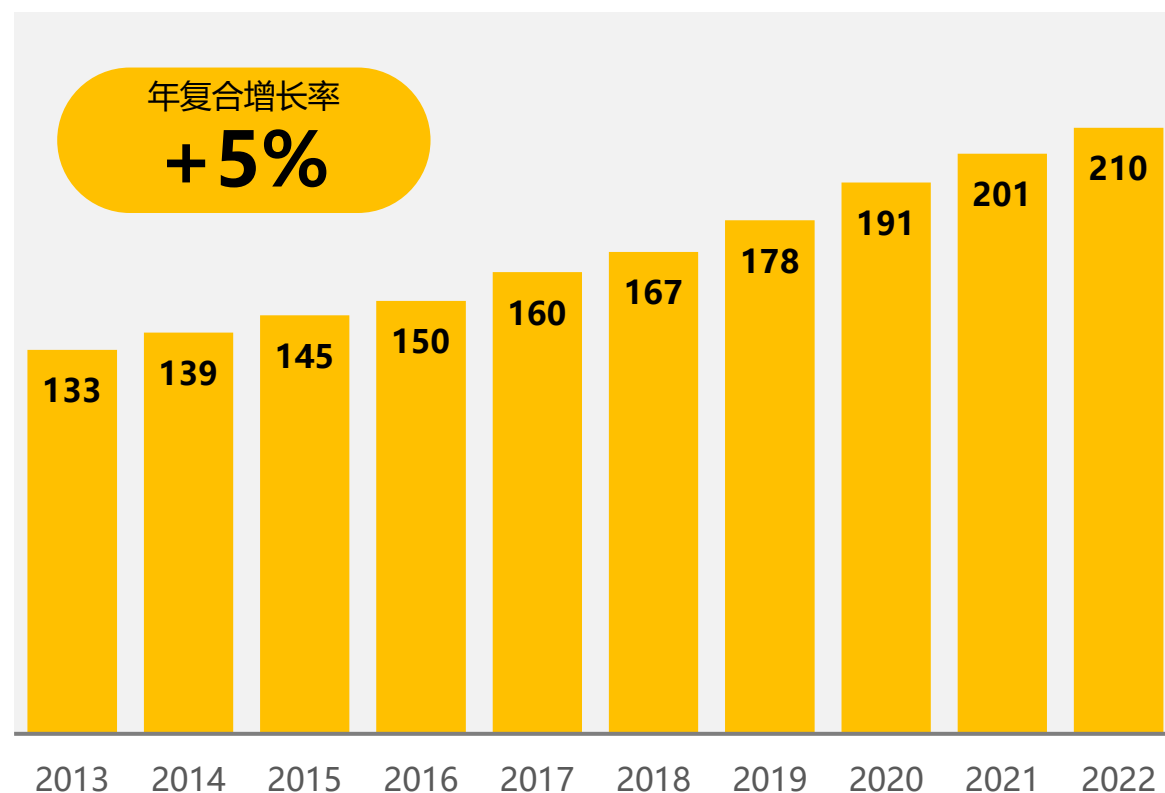
中国每户家庭平均养宠支出



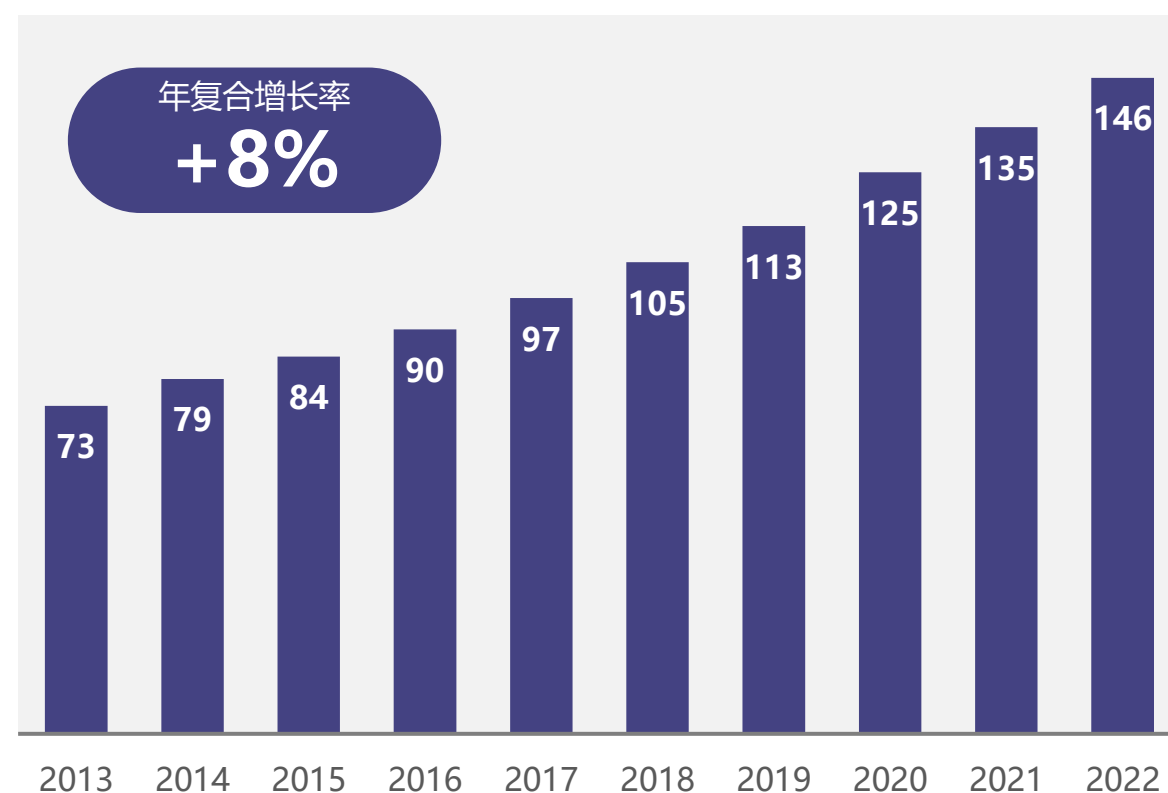
数据来源：国家统计局

人群结构调整：人口老龄化，独居青年迫切需要“陪伴”和精神慰藉

中国65岁及以上人口（百万）

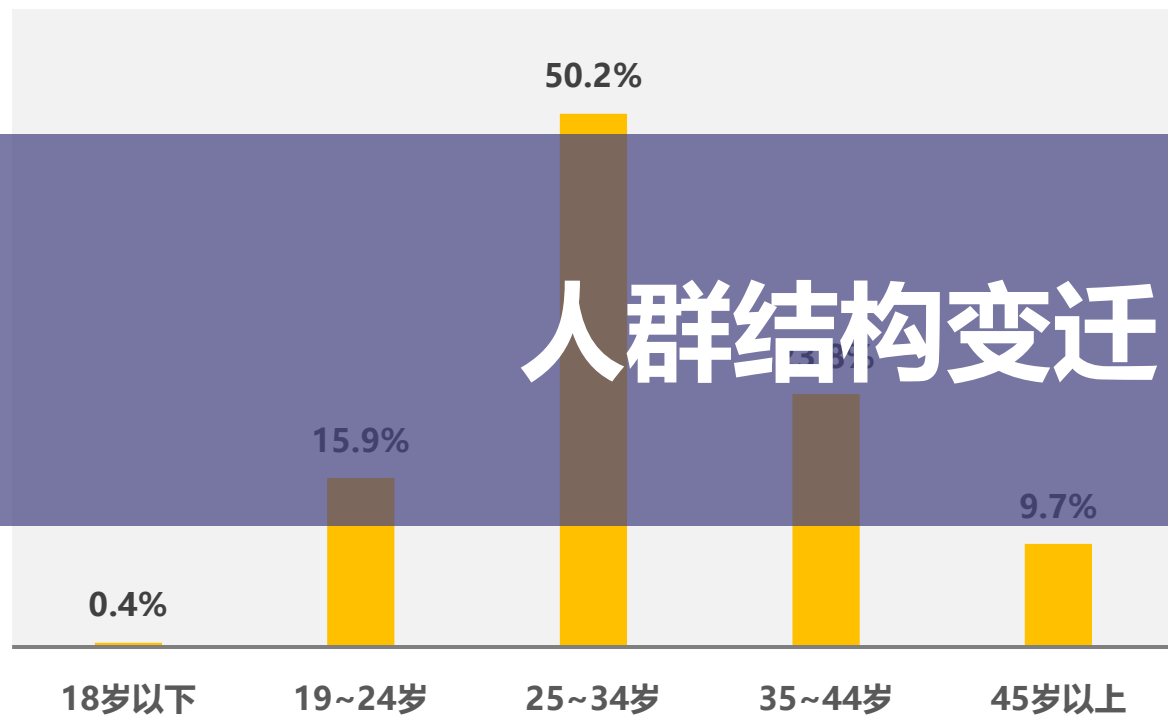


中国一人户家庭户（独居人口）户数（百万）

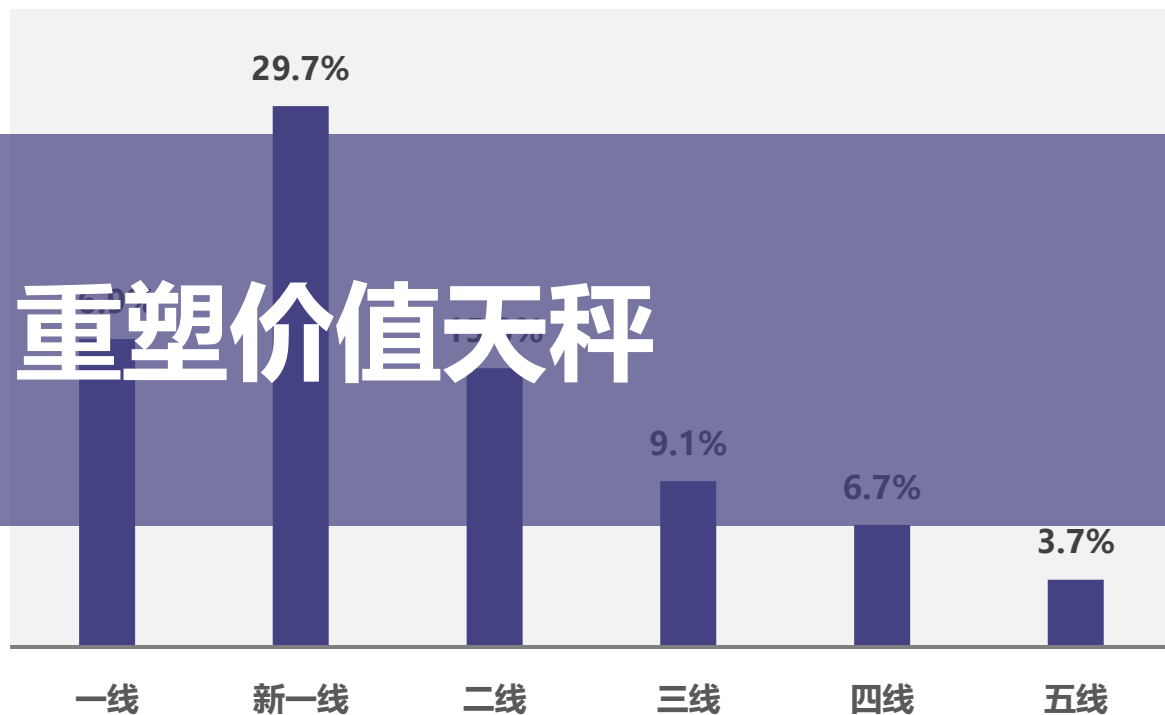


养宠人群特征突显：养宠群体偏年轻化，90后成为养宠消费主力；受教育水平、地域等因素影响，更易接受科学养宠理念，也更愿意为宠物付出

中国养宠人群年龄分布



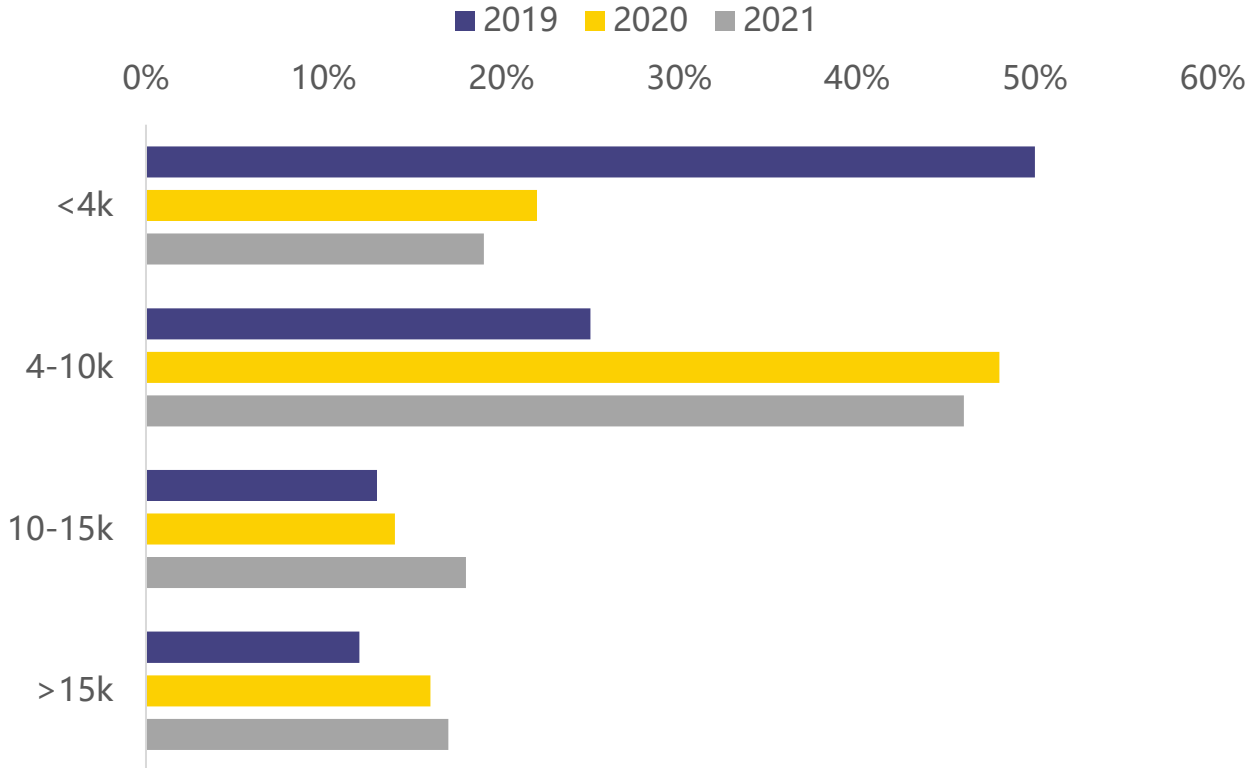
宠物消费人群城市线级分布



人群结构变迁，重塑价值天秤

核心人群画像：注重宠物健康的**高收入**群体，消费升级需求不断涌现

宠物消费人群月收入分布

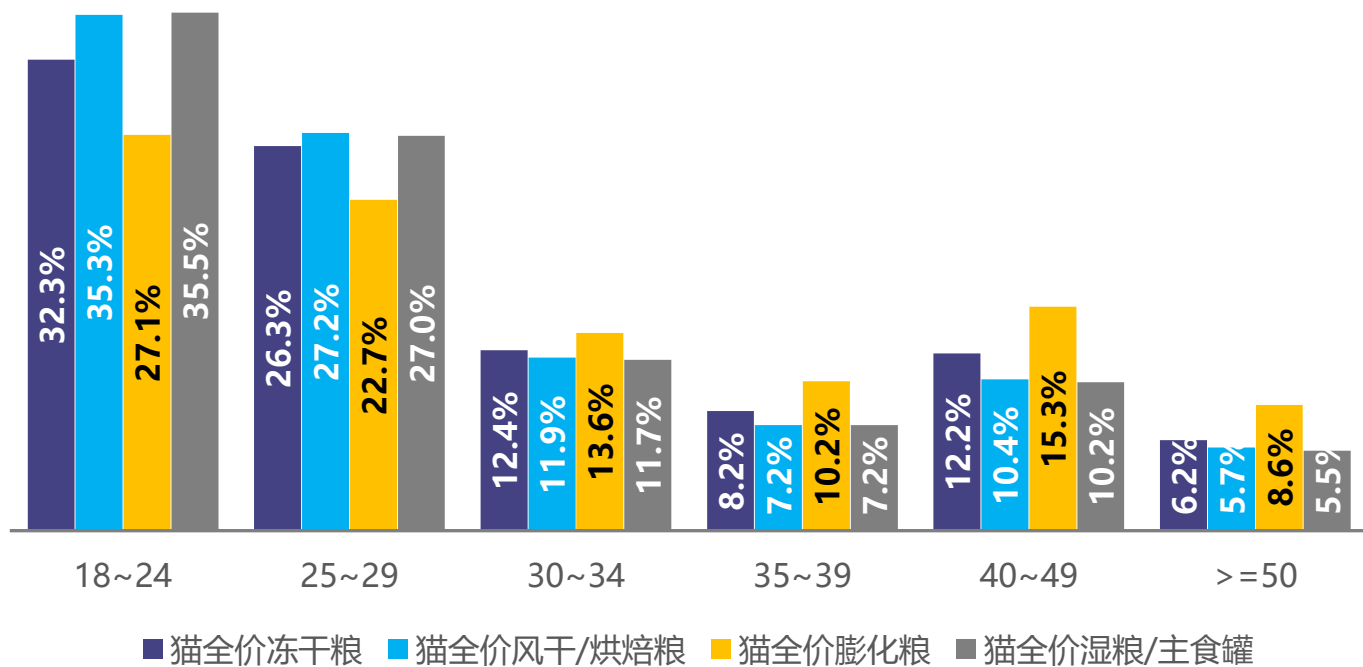


以宠物主粮为例，市场定位与消费者画像			
品类	价格带	核心用户	购买驱动力
鲜食	高端（月均¥500+）	一线城市中高收入群体、 千禧一代宠物主	“毛孩健康第一” “成分透明无添加”
湿粮	中端（月均¥200）	作为干粮补充， 用于挑食宠物或短期奖励	适口性强、补水功能
干粮	大众（月均¥100）	价格敏感型用户、 多宠家庭	性价比高、喂养便捷

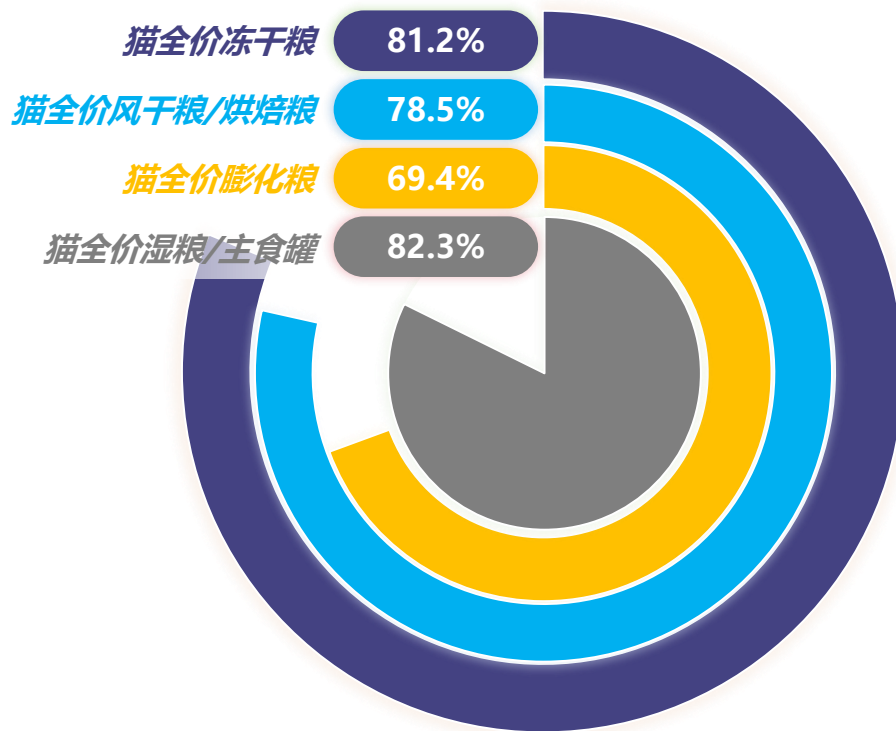
传统电商：18~29岁的年轻群体是猫主粮行业的核心消费群体，新品类女性用户更多；膨化粮年龄层差异、性别差异更小，说明人群更广泛

年轻人群是猫主粮主要的消费群体，年轻人群对新品类的接受程度更高；而膨化粮人群年龄普遍更成熟，尤其是40~49岁的人群更显著；膨化粮男性占比更高

猫主粮品类年龄分布

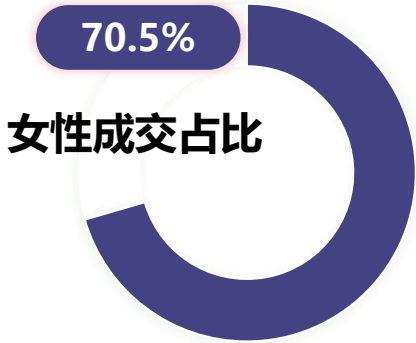
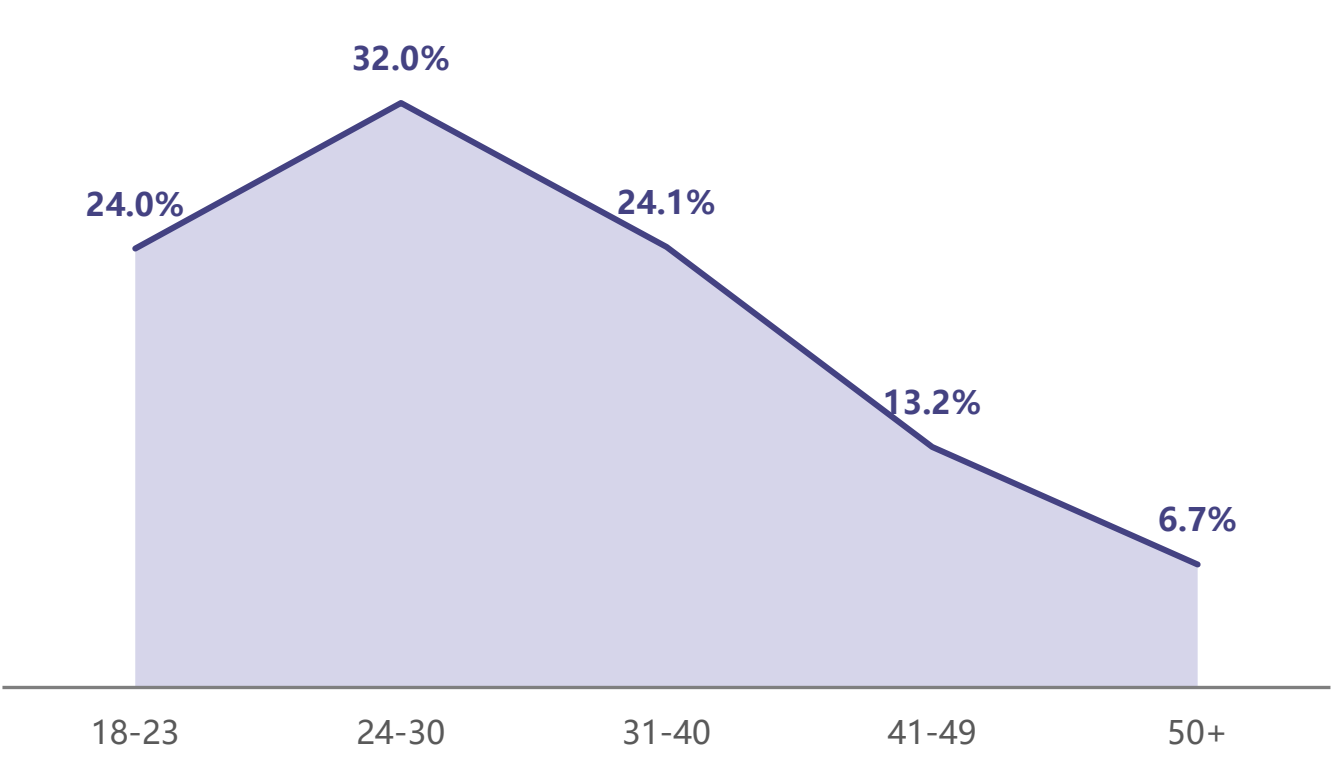


猫主粮品类女性占比

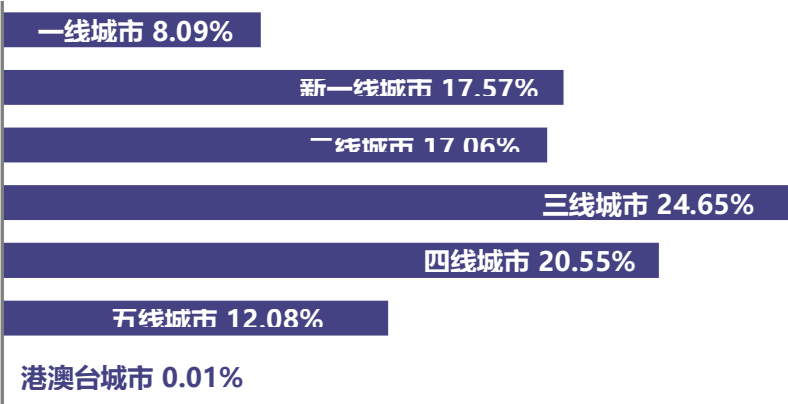


兴趣电商：猫主粮行业人群在下沉市场覆盖广，更年轻，更容易受传播内容影响，兴趣动机强

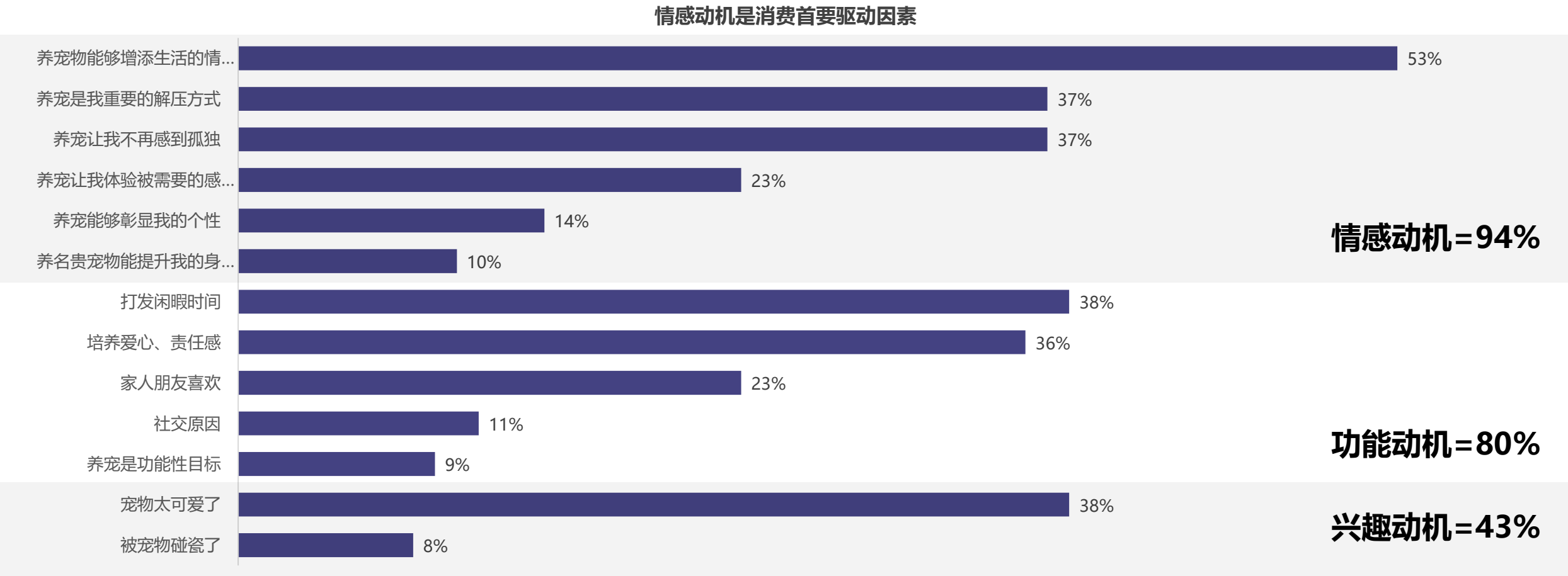
行业客群年龄分布



行业客群地域分布



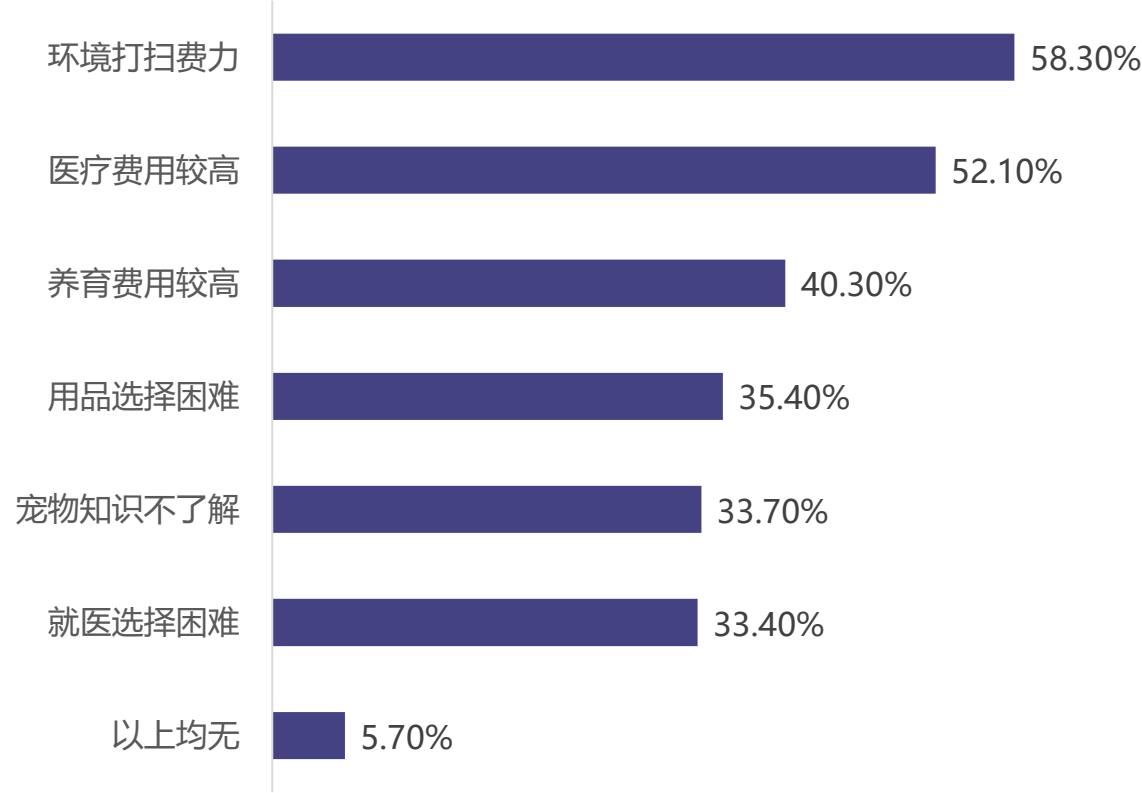
当下年轻人工作繁忙、单身经济崛起，养宠以情感动机为主，“情感陪伴”驱使宠物主愿意为“家人”花更多的钱购买更高质量的商品与服务



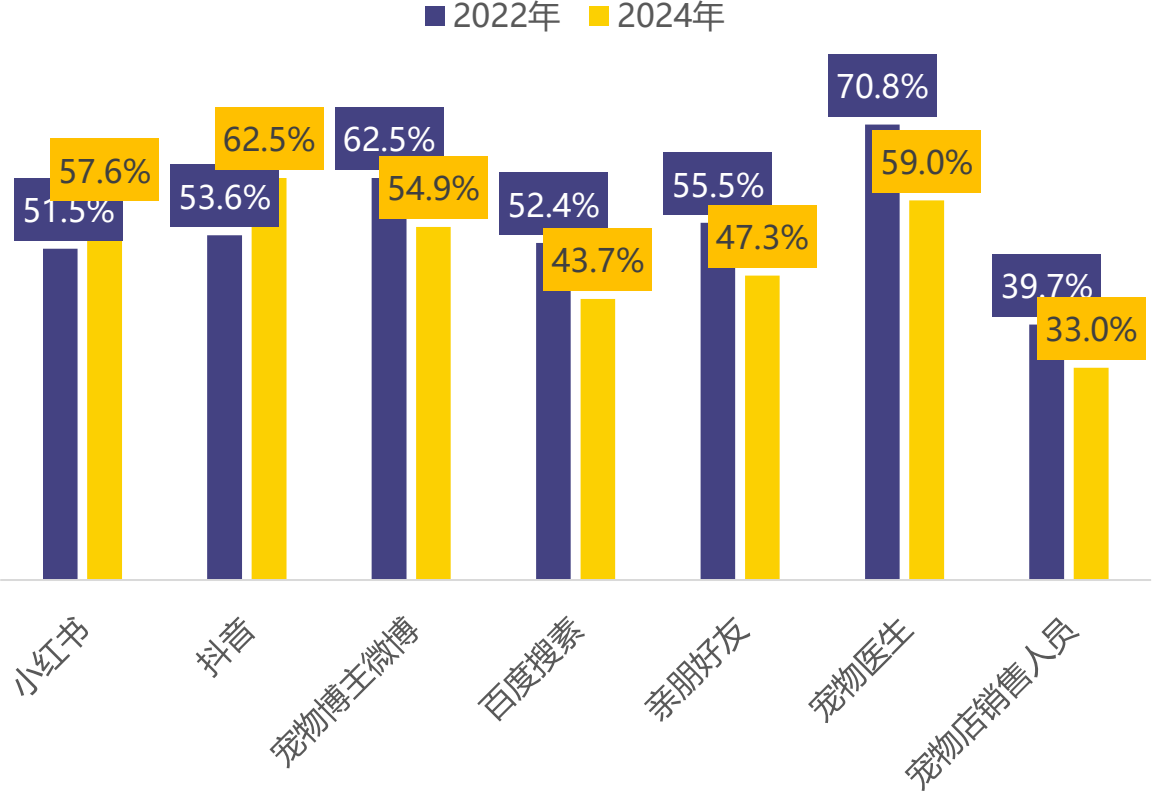
人群痛点分布在宠物用品、宠物健康、宠物食品等各个细分赛道

社媒宠物风潮兴起，为养宠人群学习宠物知识，解决养宠痛点提供了新渠道，成为主流

养宠人群主要痛点



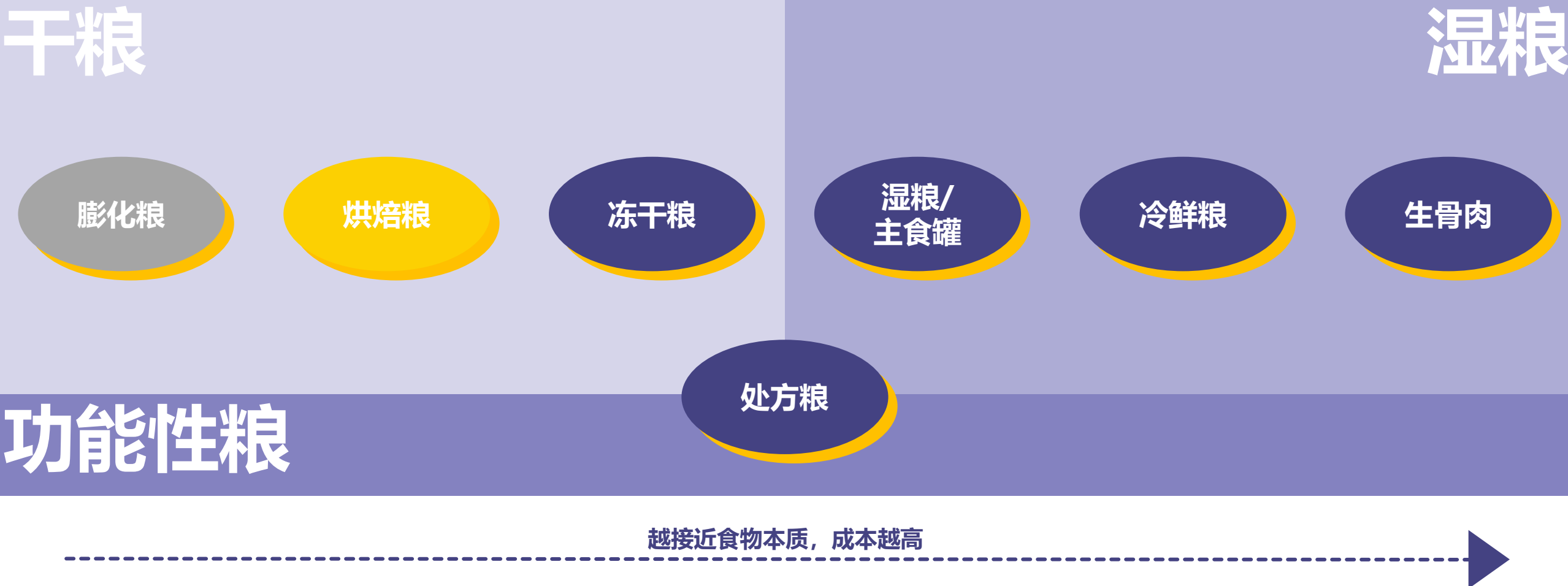
养宠人群解决痛点渠道变化



变化二【货】

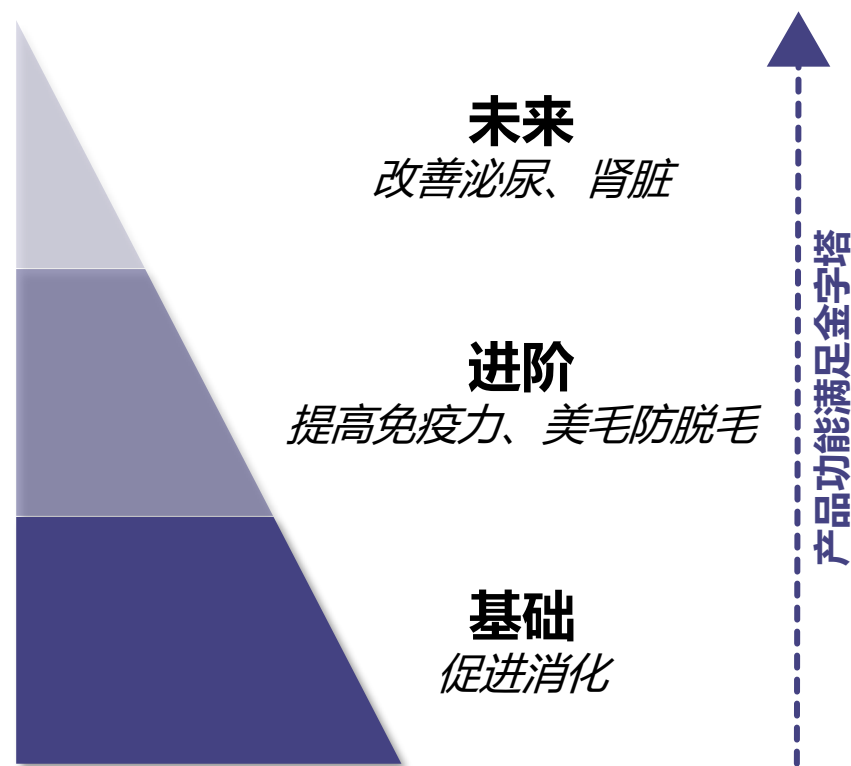
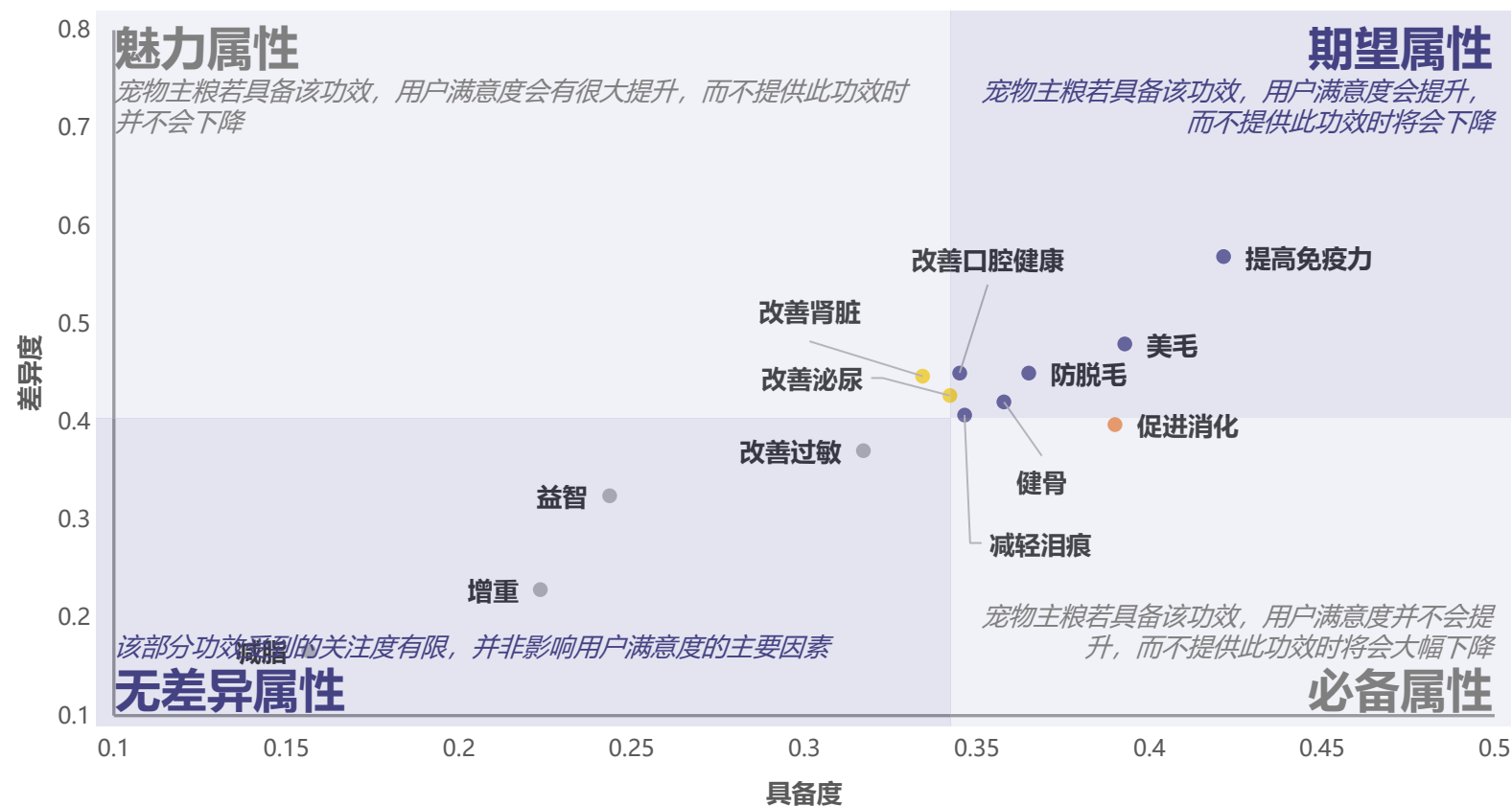
产品功能精细化与场景细分

当前主粮从**工艺和性状**等来区分大致可以分为**两大类**：**干粮和湿粮**；
核心升级驱动已从膨化粮转变为烘焙粮



产品功效传达中，精细化、高端化需求的专注程度更高

宠物食品功效需求分析



国产宠物品牌市场渗透快速飙升，国货信心强劲

“全球品牌中国线上500强榜单”（CBI500）中，宠物行业海外品牌有2席：皇家、爱肯拿；国产品牌有10个：麦富迪、网易严选、鲜朗、弗列加特、蓝氏、诚实一口、卫仕、凯锐思、伯纳天纯、嬉皮狗。

下表为中国消费品牌指数（CBI）第一期报告附件，报告全文请由北京大学国家发展研究院官网免费获取。

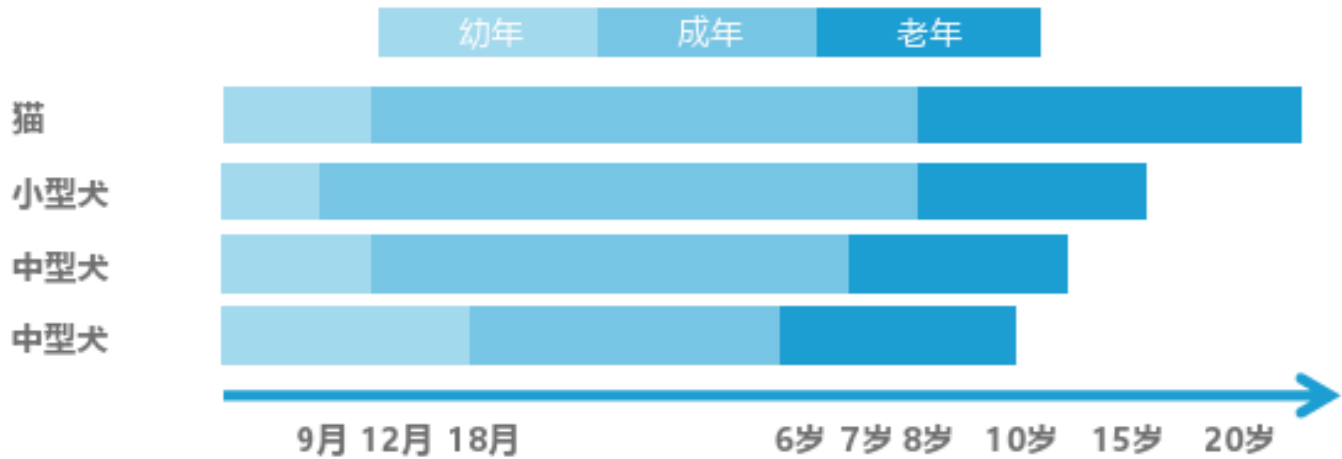
排名	品牌名		行业	综合评分	知名度			忠诚度			新锐度			美誉度		
					品牌词搜索量	成交金额	成交人数	客单价	会员成交金额	老客成交金额	新品成交金额	18-24岁成交人数增速	成交金额增速	物流评分	质量评分	好评率
					各指标评分											
73	皇家	ROYAL CANIN	宠物用品	77.80	15.11	6.20	9.79	1.97	11.17	6.98	7.79	0.80	0.57	3.67	4.91	8.82
80	麦富迪	MYFOODIE	宠物用品	77.44	15.69	6.06	10.23	1.68	10.99	6.79	7.54	0.79	0.55	3.61	4.82	8.70
142	网易严选	NetEase Yanxuan	宠物用品	73.72	14.36	5.78	9.56	1.68	10.69	6.51	6.85	0.68	0.51	3.60	4.80	8.70
172	鲜朗	ROSY FRESH	宠物用品	72.52	14.65	5.71	8.97	1.84	10.20	6.36	6.81	0.85	0.50	3.50	4.68	8.45
190	弗列加特	FREGATE	宠物用品	71.59	14.70	5.50	8.88	1.67	10.38	6.10	6.82	0.76	0.46	3.45	4.60	8.29
193	蓝氏	LEGENDSANDY	宠物用品	71.56	14.48	5.56	9.22	1.60	10.00	6.18	6.89	0.76	0.45	3.46	4.63	8.33
211	诚实一口	HONESTBITE	宠物用品	71.04	14.02	5.46	8.86	1.65	10.01	6.08	7.45	0.79	0.47	3.42	4.57	8.26
364	爱肯拿	ACANA	宠物用品	66.68	12.58	5.28	7.37	2.04	9.56	5.88	6.83	0.69	0.48	3.36	4.49	8.12
365	卫仕	Nourse	宠物用品	66.68	12.30	5.29	8.36	1.68	9.67	5.80	6.24	0.76	0.55	3.38	4.52	8.13
440	凯锐思	KERES	宠物用品	64.71	11.13	5.17	8.48	1.53	9.34	5.80	6.32	0.66	0.49	3.32	4.44	8.04
460	伯纳天纯	Pure&Natural	宠物用品	64.37	12.03	5.01	7.46	1.76	9.31	5.58	6.57	0.66	0.45	3.27	4.36	7.91
463	嬉皮狗	hipidog	宠物用品	64.29	10.43	5.09	8.97	1.28	8.91	5.54	7.22	0.69	0.49	3.31	4.39	7.98

数据来源：北京大学国家发展研究院、北京大学数字金融研究中心、中山大学商学院

老年宠物市场爆发窗口将至，专业化产品将成为解法

宠物寿命远低于人类寿命，以猫为例，以2018和2019为养宠爆发元年，那么2025~2026年将是老年猫激增的时间节点，全行业需布局应对

宠物猫阶段	年龄	参考人类
刚出生	10~20天	相当于婴儿
幼猫	3个月左右	相当于人类5岁
青春期	7个月	相当于人类13~14岁
成年期	1-7岁	1岁相当于人类15岁
老年期	8-10岁	8岁相当于人类50岁
长寿期	13~18岁	16岁相当于人类80岁



宠物进入老年期后，各类慢性病，发病率显著提高。

市场机会：

- 处方粮与功能粮：结合保健品和药品功效
- 保健品： 软骨素、鱼油、抗氧化剂等营养补充剂
- 专业医疗服务：提前布局老年宠物市场

变化三【场】

内容电商与社交种草成为决策核心场域

抖音：1-7月抖音宠物GMV增长接近翻倍，“内容种草”成为推动新兴萌宠品类爆发的重要引擎

2025年1月至7月

抖音电商宠物类目

GMV同比增长

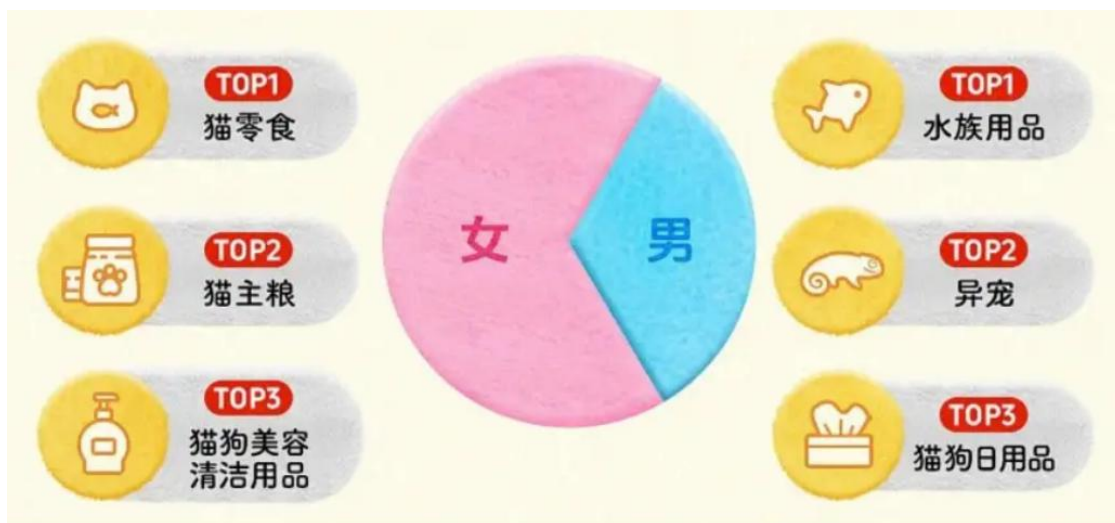
+95%

用户量同比增长

+66%

新锐品牌数量增长

+75%



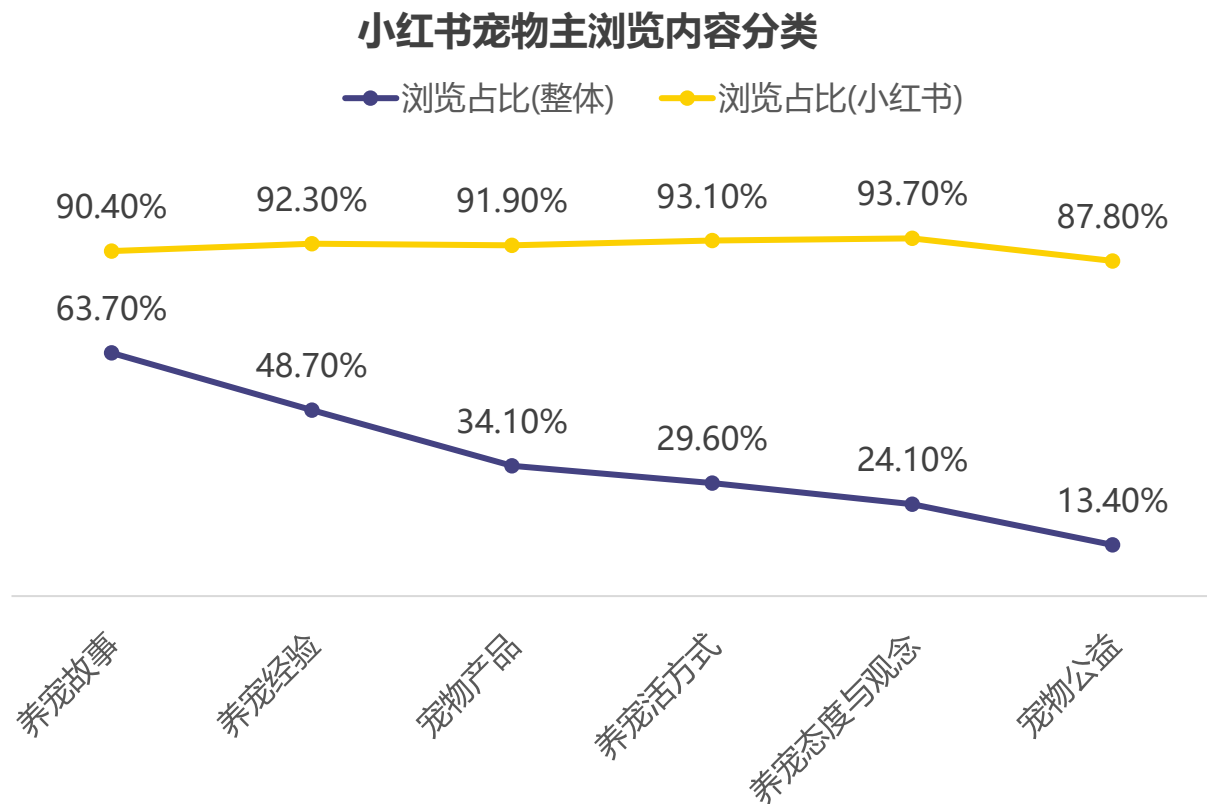
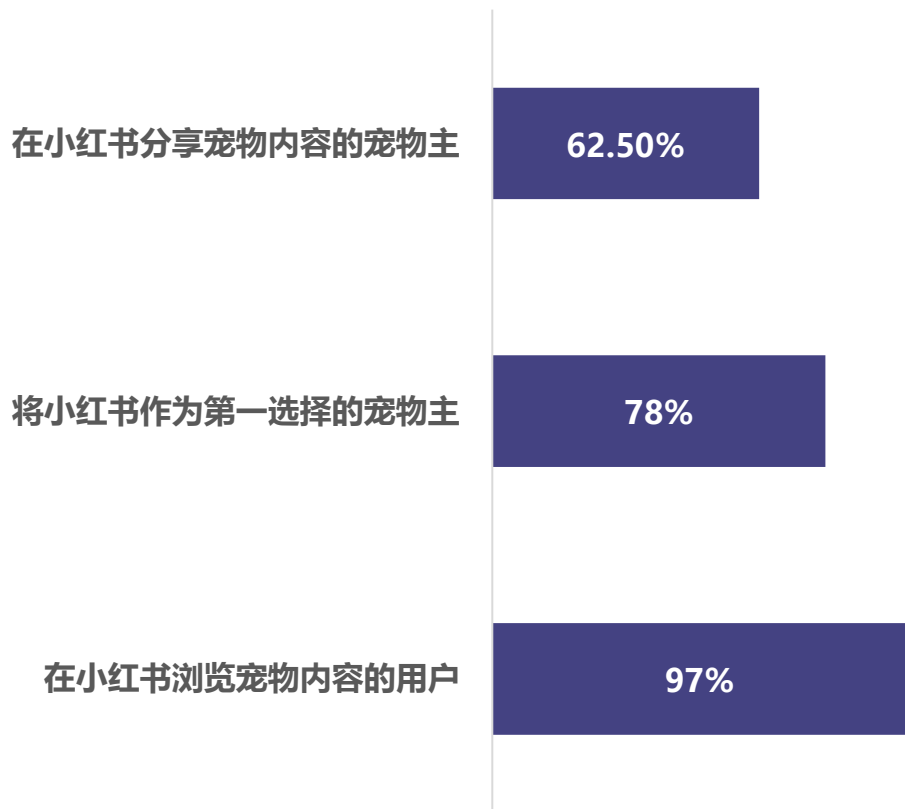
已有1543家萌宠类商家通过
年度店播实现GMV突破百万

产销互动

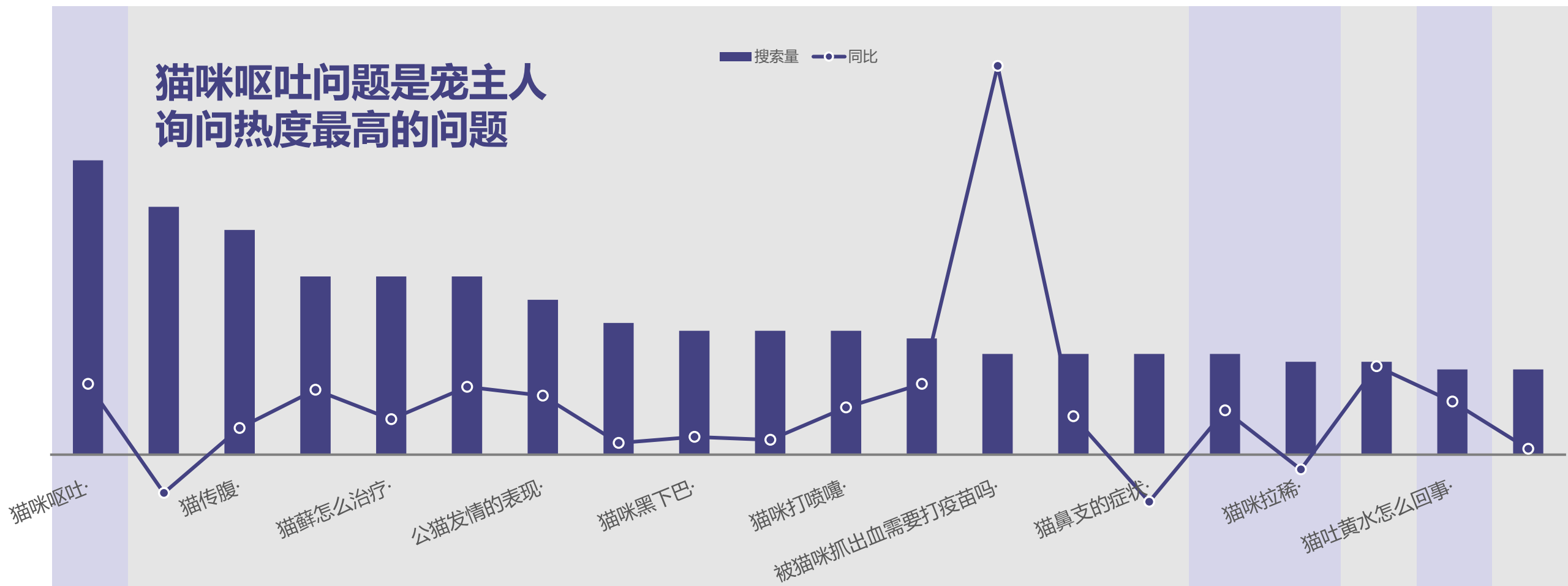
需求反馈

产品迭代

小红书：年轻宠物主了解宠物，认知养宠的第一站，得益于平台让用户和用户之间双向奔赴



以猫咪健康热搜内容为例，小红书宠主人对平台内容依赖程度明显，通过互相交流来学习解决问题的方案成为常态



变化四【宠物食品】

科学配方与天然原料成为高端产品入场券

宠物主粮：从饲料走向科学+高端化食品

宠物无法言语，因此品牌用产品**溢出的卖点**来衡量宠主人对宠物**过剩的爱意表达**

健康基础

宠物的真需求

满足宠物

饲养

衍生概念
诸如高蛋白、无谷、鲜肉

宠物的拟人化需求

服务宠家长
的情绪价值

养育

诸如美毛需求、食材的珍稀性稀缺性需求

穷养VS富养
感性容易与绝对理性产生冲突，诞生以下观点
“一厢情愿” “智商税” “不良认知” “过度关注”

趋势1：稀有食材成为品牌超级单品的核心名片

可视化成为现阶段卖点凸显的核心，未来将食材与功能性强关联成为重点



趋势2：功能性成为主流，满足专家型消费者需求

防掉毛、美毛、肠胃养护、免疫力提升等成为市场接受度较高的卖点，未来保健品与食品将进一步融合

米奇旋风
MICKEY'S CYCLONE

南方协和
SOUTHERN XIEHE

精纯D-生物素防掉毛粉

专利减少掉毛认证

减少掉毛
毛囊营养供给

改善皮肤
生物素代谢

南方协和
SOUTHERN XIEHE

米奇旋风
MICKEY'S CYCLONE

专研掉毛

净含量:15袋

宠物营养补充剂
精纯D-生物素防掉毛粉

含EPA、DHA帮助促进皮毛健康
鱼油+卵磷脂·科学配比滋养毛囊

FOR DOGS
(狗狗专用)

本产品符合宠物饲料卫生规定
PET NUTRITIONAL SUPPLEMENTS

亮毛柔顺
抗红抗氧化

促进消化
微量元素协同

卫仕爆爆袋[®]

DAILY NUTRITION

深海胶原™ 冻干猫粮

21天爆毛爆肌⁽¹⁾

全新升级

经典款

南极磷虾

飞鱼子

鳕鱼胶原

卫仕
WISH

每日营养
DAILY NUTRITION

爆爆袋[®]

COMPLETE FREEZE-DRIED
FILLED FRESH-MEAT
CAT FOOD

深海胶原™
全价冻干注心鲜肉猫粮

1240Da 稀睿胶原
蛋白肽

6% 深海胶原
主食冻干

21 Day 爆毛
少掉毛⁽¹⁾

≥40% 粗蛋白

[1]数据来源：卫仕研究院《卫仕每日营养爆爆袋深海胶原全价冻干拼配鲜肉猫粮饲喂效果评价、功能性测试报告》

30天肠胃康养

守「胃」TA健康 护「肠」好营养

BARF 霸弗[®]

全价天然成猫粮

净含量:15kg

霸弗
丛林食谱

肉+内脏+果蔬+益生菌

80%肉骨内脏
肌肉、带骨肉、含血内脏

丛林食谱
模拟猫咪完整天性饮食结构

天然植萃
养肠胃、促吸收、轻负担

消化率双优
94.5%胃蛋白酶消化率
90.01%蛋白表观消化率

趋势3：分段喂养，专宠专用

全周期粮的迭代方向为分段式猫粮，满足不同月龄的宠物食用习惯和营养所需

关键营养 分阶喂养

LIFEAGE 20™
卫仕自研长寿猫源菌

LA20幼猫粮

6周-12月龄

LifeAge 20™长寿猫源菌
卫仕IFA™ 母源营养群

41% 粗蛋白 | **18% 粗脂肪**

约7mm颗粒

- 幼猫系统发育
- 消化系统构建
- 骨骼肌群发育
- 心脑智力开发

LA20成猫粮

>12月龄

LifeAge 20™长寿猫源菌

40% 粗蛋白 | **17% 粗脂肪**

约8mm颗粒

- 成猫菌群优化
- 强肠屏障
- 细胞级“重塑”生命质量
- 培养长寿猫肠道环境

针对不同生长阶段定制



专为幼猫定制小颗粒

易泡软 0-3月小猫泡软喂食更舒适

定制圆形粒
小巧易消化

适口性提升30%
蛋白吸收率高达90%

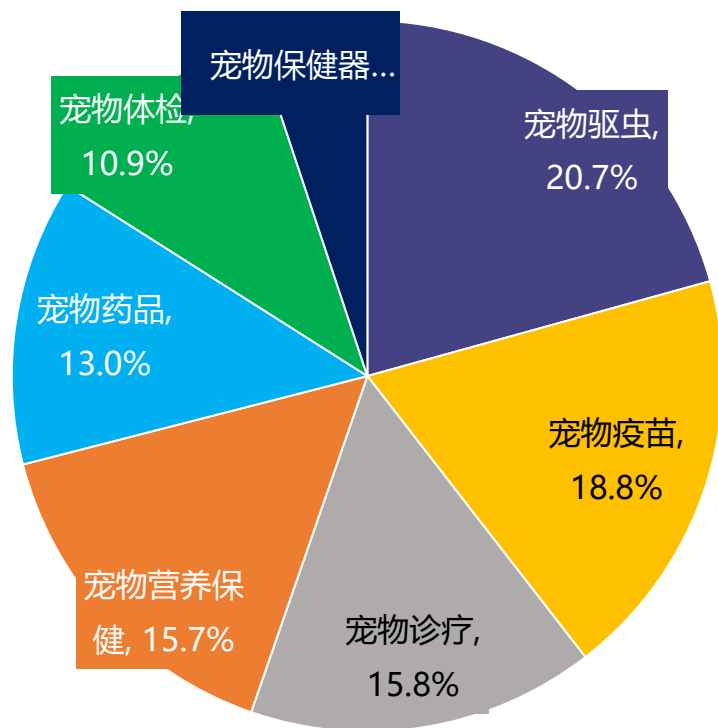


变化五【宠物药品】

保健日常化与“防大于治”理念持续升温

从“可选”走向“刚需”，从“病后补救”转向“病前预防”，渗透率和消费频次持续提升

2024年中国宠物健康医疗行业市场消费结构



大宠爱 猫体内外一体
同驱套餐 159-460元



mag 猫用软骨素
105-220元



福来恩 狗体内外一体
同驱套餐 99-400元

通过电商进入家庭，家庭用药是专业化养宠的核心核心板块之一

解数介绍

ABOUT US

解数咨询是首家专注于电商行业大数据挖掘及分析的调研机构。服务于消费品行业在电商领域全品类全平台品牌孵化、营销及管理。

解数咨询从数字化聚焦电商领域，致力于用专业的数据能力和丰富的电商经验，帮助企业提升电商经营能力，对电商全平台、全品类、全品牌实施覆盖，服务品牌、机构超300家，提供全新视角洞察消费行业，同时也服务了众多知名消费品基金及上市服务机构。



| 懂数据 更懂生意

2025