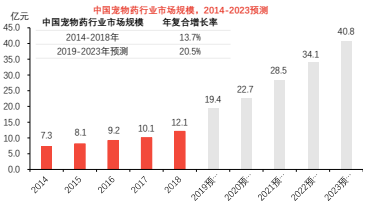
头豹 LeadLeo

400-072-5588

头豹研究院 | 医药生物行业概览

2019 年
中国宠物药行业概览

行业走势图



医药研究团队

王英娥 分析师

郝世超 分析师

邮箱 :cs@leadleo.com

相关热点报告

- 医药生物行业概览——2019年中国创新药行业概览
- 医药生物行业概览——2019年中国无创产前基因检测行业概览
- 医药生物行业概览——2019年中国人工心脏瓣膜行业概览

报告摘要

宠物药狭义上专指给药于宠物的药品，广义上泛指给药并诊治于宠物的药品及服务。**中国是全球最具潜力并且发展迅速的宠物药市场之一。**2014-2018年，中国宠物药行业的市场规模从 7.3 亿元人民币增长至 12.1 亿元人民币，年复合增长率达到 13.7%。未来五年，中国宠物药行业市场规模将保持 20.5%的年复合增长率继续增长，并于 2023 年达到 40.8 亿元人民币。

热点一：动物福利理念普及促进行业渗透率提升

中国宠物数量走高及互联网公益性宠物平台发展使动物福利理念普及，**提升养宠人群对宠物的医疗健康意识，增加宠物医疗消费支出，促进宠物药行业发展。**

热点二：政策与资本双驱宠物药行业发展

政策方面，中国政府相继出台兽药行业规范及监督措施，保障宠物药行业健康发展；**资本方面，**大额资本注资宠物医疗行业驱动宠物药行业高速发展。

热点三：网购成为重点渠道

线上渠道售卖的药品是已在线下推广及应用 2 年以上的成熟药品，安全性高且认可度高，养宠人群可借助网络平台自行购买。网络消费平台渠道成本低，无店面成本，中间环节少，可利用活动促销等价格优势拉动养宠人士购买。

目录

1 方法论 3

1.1 研究方法 3

1.2 名词解释 4

2 中国宠物药行业市场综述 5

2.1 宠物药的定义与分类 5

2.2 中国宠物药行业的发展历程 6

2.3 中国宠物药行业的市场规模 8

2.4 中国宠物药行业的产业链分析 9

2.4.1 上游分析 9

2.4.2 下游分析 10

3 中国宠物药行业驱动因素分析 12

3.1 动物福利理念普及 12

3.2 人均 GDP 产值上升 12

3.3 各方资本加速入局 13

4 中国宠物药行业制约因素分析 15

4.1 研发水平不足 15

4.2 药品品类广度及专度有待提高 15

5 中国宠物药行业相关政策分析 18

5.1 行业审批政策 18

5.2 行业监管政策 19

5.3 行业规范政策 20

6 中国宠物药行业发展趋势分析 22
6.1 宠物专药研发 22
6.2 “线上+线下”新零售商业模式 23
6.3 行业市场向二三线城市下沉 23
7 中国宠物药行业竞争格局分析 25
7.1 中国宠物药行业竞争格局概述 25
7.2 中国宠物药行业典型企业分析 26
7.2.1 武汉中博绿雅生物科技有限公司 26
7.2.2 上海汉维生物医药科技有限公司 28
7.2.3 南京金盾动物药业有限责任公司 30

图表目录

图 2-1 宠物药的分类 5

图 2-2 中国宠物药行业的发展历程 6

图 2-3 中国宠物药行业的市场规模，2014-2023 年预测.....8

图 2-4 中国宠物药行业的产业链.....9

图 3-1 中国人均 GDP 产值，2014 年-2018 年..... 13

图 3-2 中国宠物医疗服务行业融资项目节选，2018 年..... 14

图 5-1 中国宠物药行业的主要审批政策 19

图 5-2 中国宠物药行业的主要监管政策 20

图 5-3 中国宠物药行业的主要规范政策 21

图 7-1 中国宠物药行业竞争格局..... 25

图 7-2 中博绿雅主要产品 27

图 7-3 上海汉维主要产品 29

图 7-4 金盾药业主要产品 31

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从医疗、信息科技、新能源等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 07 月完成。

1.2 名词解释

- **给药频次**：宠物用药期内，特定时间内给药的次数。
- **给药间隔**：宠物用药期内，一次给药所间隔的时长。
- **疗程**：宠物用药期内用药总时长，视病情而定。
- **给药部位**：delivery place，宠物用药时，与药物直接接触的部位，如口腔、皮肤、耳道等。
- **给药方式**：又称给药途径，包括皮下注射、静脉注射、内服、外用等。
- **作用部位**：site of action，宠物用药后，药物产生疗效以治疗病处的部位，如病肾、病肝等。
- **兽药 GSP**：兽药经营质量管理规范（good supply practice），由原农业部颁布，以规范兽药企业兽药经营过程。
- **兽药 GMP**：兽药生产质量管理规范（good manufacture practice），由原农业部颁布，以规范兽药企业兽药生产过程。
- **人药宠用**：人用药直接给药于宠物的方式，中国政策禁止。
- **人药转宠药**：人用药变为宠物用药，多通过修饰化学结构或改变剂量剂型方法实现，中国政策允许。

2 中国宠物药行业市场综述

2.1 宠物药的定义与分类

宠物药狭义上专指给药于宠物的药品，广义上泛指给药并诊治于宠物的药品及服务。在使用目的方面，宠物药使用主体以犬猫为主，通过药物预防及治疗宠物疾病，提高宠物疾病治愈率，保证宠物生理及心理健康，提升宠物生活质量。在临床意义方面，宠物药应用可为宠物新药研发提供临床数据，促进宠物新药更迭升级。

宠物药按疾病部位或作用部位主要分为心脑血管药、眼药、肝脏药、消化道药及肾脏药等；按药物疗效或给药部位主要分为皮肤药、呼吸药、驱虫药、清洁药、关节药及保健药等（见图 2-1），在实际生活中多按药物疗效或给药部位分类。

图 2-1 宠物药的分类

宠物药类型	功能/适应症	给药方式	给药间隔
皮肤药	过敏性皮肤病、真菌性皮肤病、体外寄生虫皮肤病	外用为主	2-3个月
呼吸药	犬咳、猫鼻气管炎	内服为主	不定期
驱虫药	驱除宠物体内外寄生虫（如弓形虫、跳蚤、蜱虫等）	内服外用结合	春夏季1个月，秋冬季3个月
清洁药	清洁宠物毛发、皮肤及耳道等，术后护理、日常清洁等，多配合皮肤药使用	外用为主	2个月
关节药	骨折、关节炎、髋关节脱位	内服外用结合	不定期
保健药	宠物的辅助治疗以助于其恢复	内服为主	不定期

来源：头豹研究院编辑整理

皮肤药治疗宠物各皮肤病（如过敏性皮肤病、真菌性皮肤病、体外寄生虫皮肤病）。临床上给药方式以外用涂抹为主，给药间隔 2-3 个月。

呼吸药治疗宠物呼吸系统（如犬咳、猫鼻气管炎）疾病，临床给药方式以内服为主，给药频次不定期，视病情及疗程而定。

驱虫药驱除宠物体内外寄生虫（如弓形虫、跳蚤、蜱虫等），分为体内驱虫和体外驱虫。

给药方式为内服外用结合，驱虫药药效稳定，使用简捷容易掌握。给药间隔有季节规律，春夏季 1 个月，秋冬季 3 个月。

清洁药清洁宠物毛发、皮肤及耳道等，应用于术后护理、日常清洁等，多配合皮肤药使用。给药方式为外用涂抹或喷洒，给药间隔 2 个月。

关节药治疗宠物骨折、关节炎、髋关节脱位等关节疾病，药效多为外部消肿及骨骼促进，临床以外用为主，辅以保健药使用，给药间隔不定期，用药疗程长。

保健药预防或辅助治疗宠物疾病助其恢复，主要为根据宠物生理状况调制的营养品。给药方式为内服，给药频次不定期。

2.2 中国宠物药行业的发展历程

中国社会经济发展及宠物数量增加，拉动宠物行业整体消费及医疗消费需求，促进宠物药行业迅速发展。中国宠物药行业先后经历了起步阶段、稳步发展阶段及可持续发展阶段等三个阶段（见图 2-2）。

图 2-2 中国宠物药行业的发展历程



来源：头豹研究院编辑整理

（1）起步阶段：2000 年及以前

1992 年 9 月，中国小动物保护协会成立，中国宠物行业正式形成。成立之初，中国小动物保护协会开展各类宣传，号召将宠物视为伴侣、亲人，标志中国宠物动物福利理念（animal welfare）萌芽。动物福利理念泛指满足动物基本自然需求以保障其生理及心理健康的理念，旨在悉心照料宠物并为其提供适宜住所场所及有效疾病防治。动物福利理念萌芽与普及使居民关注宠物健康，宠物药行业随之发展。1993 年，玛氏、皇家等国际宠物品牌巨头开始布局中国市场，填补中国宠物行业空白，引导宠物行业细分领域发展。2000 年 5 月，德国知名制药企业拜耳入局中国宠物药市场，为宠物药行业商业化发展布局。随后，宠物日常消费品及医疗用品开始商业化，中国首批宠物药品及宠物用品零售商店出现于上海北京等一线城市，为宠物药行业积累发展渠道。

（2）快速发展阶段：2001 年-2015 年

2001 年，中国宠物数量开始强势增长，为宠物药需求奠定基础。2003 年前后，中国出现宠物产品生产制造工厂，规模化生产宠物产品，为宠物药生产研发提供思路。2006 年，中国出现宠物医疗机构、宠物养殖机构等商业化机构场所，带动宠物药行业发展。2006 年，互联网快速增长，期间涌现了一批宠物医疗线上服务平台，促进宠物药行业在互联网潮流中交互。2009 年前后，中国人口结构逐渐转变，并且人均 GDP 持续上升，老龄化、消费升级增加居民养宠需求，拉动宠物药行业需求。2015 年，更多资本涌入宠物行业，开始布局宠物行业各细分领域，向宠物药行业注入活力。

（3）可持续发展阶段：2016 年至今

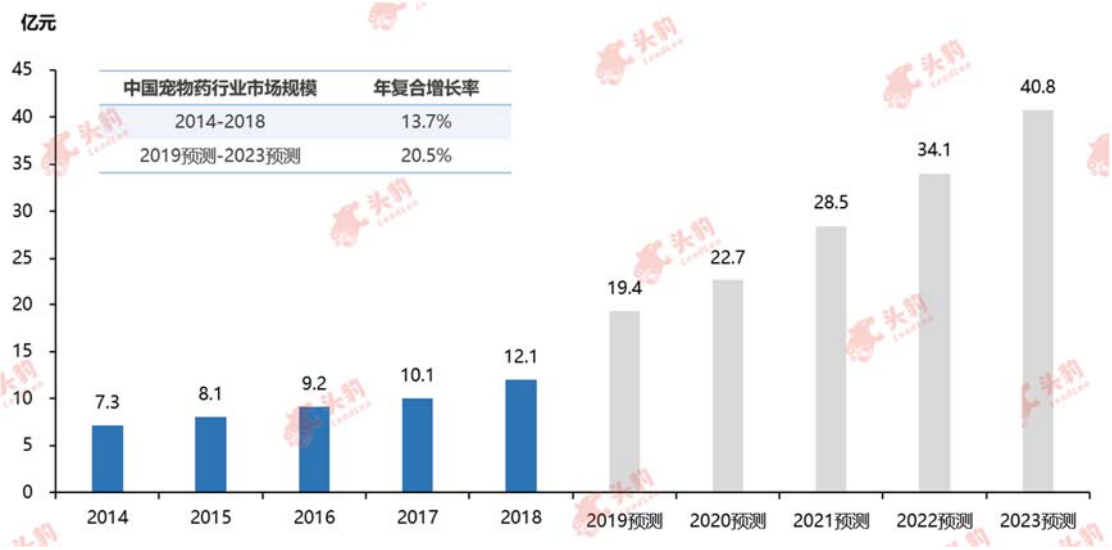
2016-2017 年，瑞鹏股份、佩蒂股份及中宠股份等宠物食品、医疗企业厚积薄发，集中挂牌上市，带动包括宠物药行业在内的全产业链发展，宠物经济趋于成熟。同时，宠物平台上共享经济兴起，新型商业服务模式“云养宠”赢得非养宠人群青睐，扩大宠物消费人群，

利好宠物药行业。2019 年，宠物药“线上+线下”新零售模式显现，持续发酵，主导市场向好。宠物药在宠物健康领域作用凸显，商业模式逐渐成熟、种类不断丰富，品种扩充及服务领域广泛有利于宠物药行业可持续发展。

2.3 中国宠物药行业的市场规模

中国是全球最具潜力并且发展迅速的宠物药市场之一。得益于社会经济发展，宠物药行业也随之拥有广阔发展空间。2014-2018 年，中国宠物药行业的市场规模从 7.3 亿元人民币增长至 12.1 亿元人民币，年复合增长率达到 13.7%（见图 2-3）。未来五年（2019-2023 年），中国宠物药行业市场规模将保持 20.5%的年复合增长率继续增长，并于 2023 年达到 40.8 亿元人民币。

图 2-3 中国宠物药行业的市场规模，2014-2023 年预测



来源：头豹研究院编辑整理

中国宠物药行业市场规模高速增长主要基于以下三个因素驱动：

（1）动物福利理念普及：中国宠物数量走高及互联网公益性宠物平台发展使动物福利理念普及，提升养宠人群对宠物的医疗健康意识，增加宠物医疗消费支出，促进宠物药行业发展。

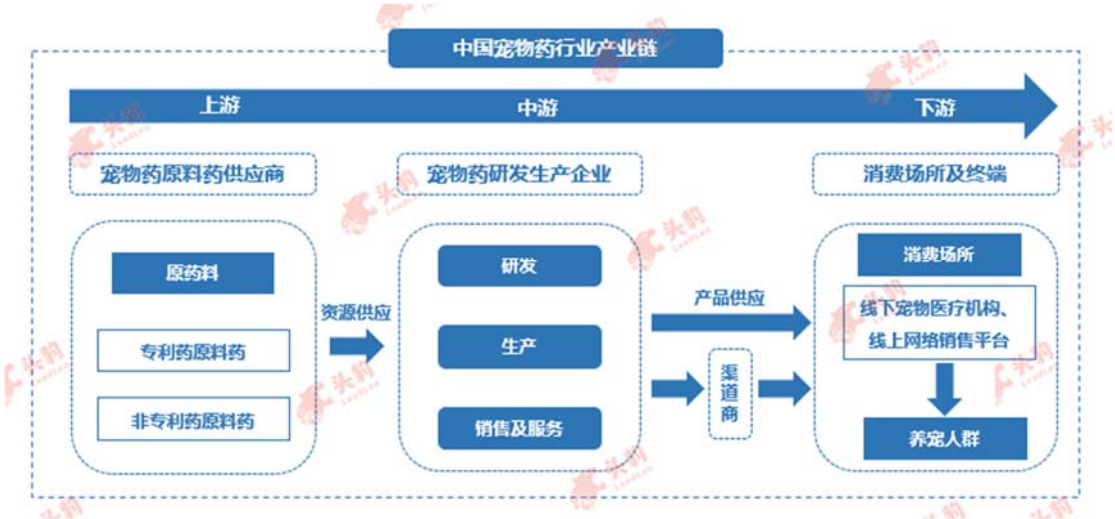
（2）人均 GDP 产值提升：对标发达国家，中国养宠渗透率低，人均 GDP 产值上升有望带动宠物人士消费升级，增加养宠渗透率，增强宠物药消费购买力，利好宠物药行业。

（3）政策及资本利好：政策方面，中国政府相继出台兽药行业规范及监督措施，保障宠物药行业健康发展；资本方面，大额资本注资宠物医疗行业驱动宠物药行业高速发展。

2.4 中国宠物药行业的产业链分析

经十余年发展，中国宠物药行业产业链已初具雏形。上游市场参与者为宠物药原料药供应商；中游环节主体为宠物药生产研发企业及高等院校，高等院校多以产研结合方式与宠物药生产研发企业合作，不直接接触渠道商及产业链下游主体；中下游连接主体为宠物药产品渠道商，从中游生产研发企业取得代理或经销权限后将产品分销至下游消费场所；产业链下游涉及消费场所及消费终端（见图 2-4）。

图 2-4 中国宠物药行业的产业链



来源：头豹研究院编辑整理

2.4.1 上游分析

上游宠物药原料药供应商负责供应原料药至中游生产研发企业，为宠物药生产研发企业提供基础服务。上游整体议价水平低，有专利技术及市场供给两方面因素：

（1）专利及技术方面：市面上宠物药分为专利药与非专利药。专利药指在专利保护期内的药物，由研发生产专利药企业生产。为保护专利产权及技术知识，供应于专利药的原料药多为企业自主制作储备，该部分原料药不直接参与市场竞争。非专利药指专利保护期过后，由其余企业生产研发的专利药仿制药，供应于非专利药的原料药多从上游原料药供应商处获得。

在上游宠物药原料药供应商中，30%为外国宠物药原料药供应商，70%为中国宠物药原料药供应商，主要供应非专利药原料药。专利过期后，专利药失去垄断市场，中游宠物药研产企业可生产及销售对应仿制药，加大非专利药原料药供应需求，为上游非专利药原料药供应商创造市场需求。但市场为完全竞争，竞争激烈，并且非专利药原料药生产成本低、技术含量小，造成上游非专利药原料药供应商议价能力差。

（2）市场供给方面：宠物药行业市场缺口大，除驱虫药等特殊领域被外资企业垄断外，其余领域市场竞争尚未饱和。宠物药原料药供应商与宠物药研发生产企业关系紧密，伴随宠物药新药研发趋势显现，为上游宠物药原料药供应商带来机遇，有符合规范市场要求的高质量宠物药原料药供应商将脱颖而出，助于宠物药研发生产企业开展长期合作并获其认可，提升自身议价能力。

2.4.2 下游分析

中国宠物药行业产业链下游包括消费场所及消费终端。消费场所分为线下渠道（宠物医疗机构，如宠物医院、宠物店）及线上渠道（网络消费平台，如京东、天猫、波奇商城）。消费终端指购买宠物药的养宠人群。

（1）消费场所

① 线下渠道：宠物医疗机构

截至 2018 年，宠物医疗机构总数已突破 11,000 家，并保持连锁化发展趋势。宠物医疗机构主要从需求侧驱动中游宠物药研发生产企业发展。在养宠人群产生宠物诊疗需求后，宠物医疗机构开具药品，带动宠物药研发生产企业药品供给。

医疗机构使用的宠物药价位不同造成议价能力不同。高端宠物药品多为专利药，技术含量高且制作工艺复杂，对药品质量、疗效及毒副作用标准均有极高要求，因而成本高且售价高，宠物医疗机构议价能力低。低端宠物药品多为非专利药，品牌众多且种类多样，技术含量低且制作工艺简单，药品质量标准参差不齐，因而成本低售价低，宠物医疗机构议价能力高。

此外，宠物医疗机构诊疗水平不同造成兽医专业性差距大，选择正规宠物医疗机构合作将利于宠物药研发生产企业积累用户口碑。

② 线上渠道：网络消费平台

线上渠道售卖的药品是已在线下推广及应用 2 年以上的成熟药品，安全性高且认可度高，养宠人群可借助网络平台自行购买。网络消费平台渠道成本低，无店面成本，中间环节少，可利用活动促销等价格优势拉动养宠人士购买。

此外网络平台投放广告营销成本较传统渠道小，并且易吸引潜在客户群体，受众明确、痛点清晰的网络广告可助于宠物研发生产企业提升销量。

（2）消费终端

2018 年，养宠人群宠物开销超 5,000 元，较 2017 年上涨 700 元，养宠人群购买力逐年增强。用户画像显示，养宠人群年龄集中在 80 及 90 后，以女性为主，学历集中本科及以上，收入来源稳定，购买力强。该类用户文化程度高，宠物健康保护及新鲜事物接受意识强，价格敏感性低，更易购买高价优质宠物药，驱动宠物药研发生产企业研制高端产品，以增强盈利水平。

3 中国宠物药行业驱动因素分析

3.1 动物福利理念普及

对于宠物饲养，动物福利理念体现在悉心照料宠物并提供适宜住所场所及有效疾病防治。动物福利理念普及加大养宠人群对宠物日常及医疗用品的开销，促进宠物药行业发展。动物福利理念普及主要受以下两方面因素驱动。

（1）中国宠物数量持续走高。截至 2018 年，中国城镇养宠（犬猫）人数已达到 5,500 万人，人均养宠数约为 1.6 只；中国城镇宠物数量（犬猫）已超 9,000 万只，较 2017 年小幅上升。养宠人群数量增加及人均养宠数量上升使宠物数量持续走高。数量庞大且不断增长的宠物群体将普及动物福利理念，可为宠物药行业发展提供动力。

（2）公益性线上动物互助平台宣传深化普及效果。互联网发展使公益性动物互助平台兴起，如百万粉丝公益账号猫狗 SOS 平台已率先普及动物福利理念，并在中国八十余个城市开通了领养、救助及就诊服务，利于养宠人群自发学习并传递动物福利理念，以推动福利理念向高水平进发。

宠物福利理念普及，使宠物在养宠人群生活中担任重要角色，超过 95%的养宠人群将宠物视作伙伴、孩童及亲人，宠物重要的地位使养宠人群尤为关注宠物健康，愿意在宠物生病时为其积极治疗，利于扩大宠物药行业市场容量。

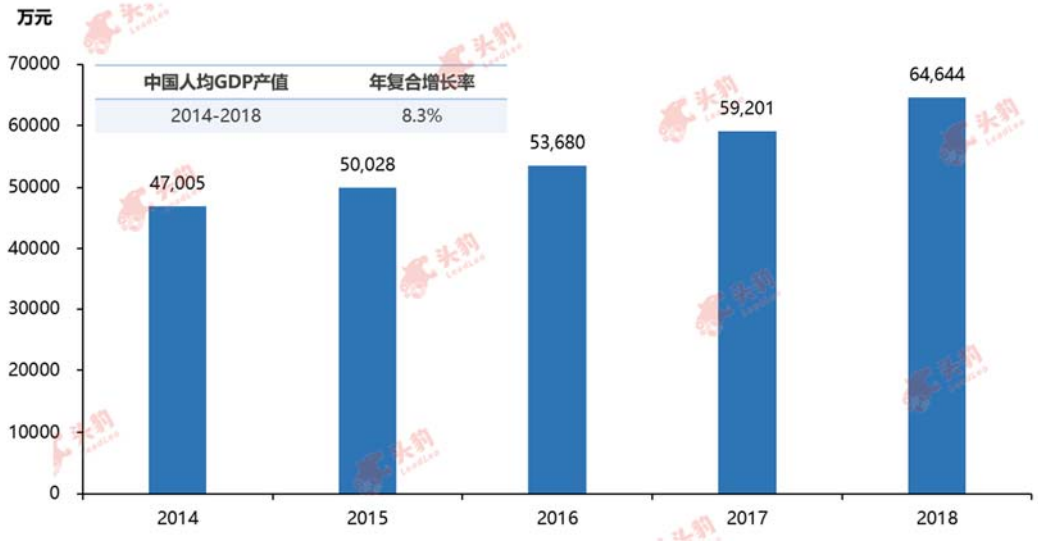
3.2 人均 GDP 产值上升

人均 GDP 产值上升促进宠物人士消费升级、增加宠物行业渗透率，可增强宠物药消费购买力，利好宠物药行业。

（1）中国人均 GDP 产值保持增长并带动消费升级。国家统计局数据显示，2018 年中

国人均 GDP 产值为 64,644 元，较 2017 年增加 5,443 元；2014-2018 年中国人均 GDP 产值由年复合增长率为 8.3%（见图 3-1）。

图 3-1 中国人均 GDP 产值，2014 年-2018 年



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

人均 GDP 产值上升推动宠物药行业消费升级，增强养宠人群购买力。2018 年，中国养宠人群人均宠物年消费额已突破 5,000 元，在消费结构中，犬猫医疗消费金额占比上升，带动市场向好，宠物药行业井喷式发展指日可待。

（2）对标美国、澳洲及日本等国家宠物渗透率，中国宠物渗透率仍有较大提升空间。分析发达国家宠物行业发展经验，宠物渗透率与人均 GDP 产值成正比。2018 年美国、澳大利亚及加拿大人均 GDP 产值分别为 62,606 美元、56,352 美元及 46,261 美元，宠物渗透率分别为 68%、57%及 52%；中国人均 GDP 产值约合 9,608 美元，约为 19 世纪 70 年代美国及澳大利亚人均 GDP 产值，宠物渗透率仅为 6%，与发达国家差距明显。未来伴随中国人均 GDP 持续增长，中国宠物渗透率提升空间广阔，驱动宠物药行业发展。

3.3 各方资本加速入局

中国宠物药行业虽起步较晚，但市场潜力巨大，资本注资成为驱动行业发展的重要因素

之一。宠物医疗服务行业趋势为“互联网+”、战略化布局及新零售商业模式，潜力巨大。在此背景下，各方资本纷纷助力宠物医疗服务行业，为其细分市场宠物药行业提供良好的发展环境。

截至 2018 年底，宠物医疗服务行业共发生三十余起融资项目，涉及二十余家投资机构，已披露企业融资金额超二十亿。如：2018 年 11 月，宠物医疗机构宠安安获千万级融资；2018 年 8 月，宠物医疗机构瑞鹏宠物与高瓴资本签署战略合作协议，释放融资信号；2018 年 5 月，宠物医疗机构瑞派宠物获 3.5 亿元融资，由华泰基金领投、高盛集团及天津瑞济跟投；2018 年 4 月，宠物社交平台联宠科技在九鼎投资、新希望、康曼德等资本方注资下完成 1.5 亿融资；2018 年 3 月，宠物医学检验服务平台拓瑞检测获承树资本 1.0 亿元融资额（见图 3-2)。宠物药行业目前正处于快速发展期，相关企业亟需大量资金助力，以提升技术水平，拓展销售渠道，扩大服务范围，从而获得新的突破。资本加持下，宠物医疗企业不断扩大自身规模，带动宠物药行业加速发展。

图 3-2 中国宠物医疗服务行业融资项目节选，2018 年

企业	融资时间	融资额（元）/融资进展	投资方
宠安安	2018-11	千万级	未披露
瑞鹏宠物	2018-08	战略合作协议	高瓴资本
瑞派宠物	2018-05	3.5亿	华泰基金、高盛集团、天津瑞济
爱宠医生	2018-05	0.1亿	盟典资产
联宠科技	2018-04	1.5亿	九鼎投资、新希望、康曼德、九宜城、巨杉资产
拓瑞检测	2018-03	1.0亿	承树资本

来源：头豹研究院编辑整理

4 中国宠物药行业制约因素分析

4.1 研发水平不足

中国宠物药研发企业研发水平低，创新力不足，限制行业进步发展。导致中国宠物药研发企业研发水平不足的原因包括：

（1）新药研发申报时间长：通过对行业内有着十余年宠物药从业经验的行业专家访谈得知，长周期的新药研发申报制约企业研发水平。宠物新药品研发时间为 5 年，其中包括 1 年的申报审核时间，造成 2014 年研发申报的宠物新药品在 2019 年方能进入市场。宠物药品研发企业需先对药品进行研究设计，经毒理、病理及药效等临床试验成功后才可进行申报。专家表示，大规模研发投入及长时间政策审批流程为宠物药品企业申报及研发造成困扰，导致新药批准数量少，市面上宠物药品单一，对宠物药行业长远发展造成不利影响。

（2）投资回报较久：新药销量及口碑需长期积累，制约企业盈利能力，进一步加重研发投入困难。企业在申报审批通过后，仍需投入巨额资金及漫长时间进行规模化生产、扩充销售渠道及宣传新药。投资回报时间较久限制企业资金回流水平，使其在宠物药市场处于被动局面，削弱其创新能力。

（3）专业人才缺乏：人才是宠物药创新研发的基础。宠物药专业属于冷门学科，开设相关专业的高等院校数量少，培养人才数量有限。在研发高强度的工作下，收入与付出不成比例，削弱了专业人才从业意愿，造成人才匮乏，限制企业研发水平。

4.2 药品品类广度及专度有待提高

中国宠物药行业为社会发展逐渐成熟且多元化后的新兴行业，目前尚未成熟。宠物常用药种类杂乱，并且缺乏宠物疑难疾病专用药，成为制约行业发展的瓶颈。

（1）常用药种类繁多且质量参差不齐：常用宠物药品主要指宠物用皮肤洗剂、宠物外用消炎药、宠物用葡萄糖等常规用药，特点为价格低廉，适应症广泛。市面上此类药品竞品众多，品牌种类繁杂，缺少高知名度品牌。竞争分散导致常用宠物药品质量参差不齐，少数劣质药品靠低价混迹其中。不同于驱虫药领域的市场垄断及高知名度，常用药品尚未形成品牌效应，低知名度令消费者陌生，无法分辨疗效甚至真伪，不利于企业及宠物药行业发展。未来伴随网络发展，企业可借助媒介平台，定期邀请业内专家，举行线上用药知识讲座以普及药品鉴别与合理用药知识，间接宣传自身产品，提升消费者品牌信赖度及宠物用药安全性。此外，企业可通过商业合作形成品牌效应，加深品牌影响力，如多方位与渠道商开展商业合作，扩大渠道销售优势；或利用多样化广告形式，与主流或大 V 媒体开展合作推广，向痛点用户进行营销等。

（2）缺乏宠物疑难疾病专用药：少数宠物疑难疾病一直为宠物诊疗难点。疑难疾病特点为病情复杂且变种多，不仅要求宠物专药疗效好、副作用小，同时要求专药不断升级更新以防止疾病变种。受限于高昂的研发成本，临床上针对宠物疑难疾病的药品寥寥无几，宠物疑难疾病（如宠物心血管疑难疾病）多以人药宠用方式给药。因生物构造差异，该类给药方式风险大，对宠物健康危害大。宠物药行业需改变现有研发投入低及品种单一的制约因素，通过深度产研结合及融资等提升研发水平，以合法化的人药转宠药方式扩充宠物疑难疾病用药品类。


innovation 创新地图 map
推广
前哨 2020 科技特训营
掌握创新武器 抓住科技红利
Insights into Tech and the Future
直播时间
每周四20:00-21:00
全年50次直播课程
+私享群互动
随报随听
王煜全
海银资本创始合伙人
得到《全球创新260讲》主理人
扫码报名
微信咨询：InnovationmapSM
电话咨询：157-1284-6605

5 中国宠物药行业相关政策分析

5.1 行业审批政策

2000 年 3 月，原药监局及原农业部共同出台《关于切实加强药品兽药管理工作的通知》规定，规定人药转宠药范围，鼓励宠物药研发生产企业研制新药（见图 5-1）。2004 年 11 月，原农业部出台《兽药注册办法》，要求中国新兽药及进口兽药在完成临床试验后，须申请提交完整资料以注册新兽药。中国政府在提高审批质量，确保审批透明度的同时，对临床稀缺及市场短缺的宠物专用兽药等给予优先审批，此举对宠物药行业构成利好。自 2013 年，原农业部开始施行兽药信息查询平台及违规举报监督平台等监督管理措施，并加强管理包括宠物药品在内的兽药药品，提高申请与审批标准。2015 年 12 月，原农业部颁布《兽药产品批准文号管理办法》，加强兽药产品批准文号的管理，要求兽药生产企业生产兽药时，须取得原农业部核发的兽药产品批准文号，并且要求地方兽医行政管理部门审查监督兽药生产企业，此举加大对兽药企业监管力度，利于行业规范。2017 年 10 月，原农业部出台《兽药注册评审工作程序》，加强兽药评审力度，并组织专家对受理申报材料开展技术评审，增强对兽药质量标准技术检验工作。2019 年 3 月，农业农村部颁布《兽药注册现场核查工作规范》，加强兽药注册工作监督，并保证现场兽药注册核查规范性及科学性，提高了宠物药生产加工企业的综合能力。

图 5-1 中国宠物药行业的主要审批政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《兽药注册现场核查工作规范》	2019-03	农业农村部	加强兽药注册工作监督，并保证现场兽药注册核查规范性及科学性
《兽药注册评审工作程序》	2017-10	原农业部	加强兽药评审力度，并组织专家对受理申报材料开展技术评审，增强对兽药质量标准技术检验工作
《兽药产品批准文号管理办法》	2015-12	原农业部	加强兽药产品批准文号的管理，要求兽药生产企业生产兽药时，须取得原农业部核发的兽药产品批准文号。并且要求地方兽医行政管理部门审查监督兽药生产企业
《兽药注册办法 》	2004-11	原农业部	要求中国新兽药及进口兽药在完成临床试验后，须申请提交完整资料以注册新兽药
《关于切实加强药品兽药管理工作的通知》	2000-03	原药监局及原农业部	规定人药转兽用范围，鼓励宠物药研发生产企业研制新药

来源：头豹研究院编辑整理

5.2 行业监管政策

2006 年 1 月，原农业部实施《兽药生产质量管理规范》（兽药 GMP 规范），规定新开办兽药生产企业必须取得兽药 GMP 合格证后方可办理《兽药生产许可证》及产品批准文号，并规定 2006 年 7 月 1 日起，未取得兽药 GMP 合格证的企业、车间不得生产、经营、使用兽药产品（见图 5-2）。2010 年 3 月 1 日，原农业部实施《兽药经营质量管理规范》（兽药 GSP 规范），要求规范施行前已开办的兽药经营企业，自规范施行之日起 24 个月内达到新规范要求，并依法申领兽药经营许可证。上述两规范政策力度大，加强兽药经营质量管理，保证兽药生产质量。2013 年 9 月，原农业部修订《执业兽医管理办法》，规范业兽医执业行为，以保护宠物、动物健康安全。同年 9 月，原农业部颁布《兽用处方药和非处方药管理办法》，加强宠物药在内的兽药监督管理力度，以促进兽医临床合理合规用药，此举为宠物药提供政策监管依据，有助于改善宠物药行业不规范现象，保障了养宠人群、社会居民的宠物

安全及公共卫生安全。2016 年 5 月，原农业部修订《动物诊疗机构管理办法》，加强动物诊疗机构管理，规范动物诊疗行为以保障动物安全，推进宠物药安全有效使用，该政策保障了养宠人群、社会居民的宠物安全及公共卫生安全，同时使宠物用药合理化及规范化，助于树立行业标准。

图 5-2 中国宠物药行业的主要监管政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《动物诊疗机构管理办法》	2016-05	原农业部	加强动物诊疗机构管理，规范动物诊疗行为以保障动物安全，推进宠物药安全有效使用
《执业兽医管理办法》	2013-09	原农业部	规范业兽医执业行为，以保护宠物、动物健康安全
《兽用处方药和非处方药管理办法》	2013-09	原农业部	加强宠物药在内的兽药监督管理力度，以促进兽医临床合理合规用药
《兽药经营质量管理规范》（兽药GSP规范）	2010-03	原农业部	要求规范施行前已开办的兽药经营企业，自规范施行之日起24个月内达到新规范要求，并依法申领兽药经营许可证
《兽药生产质量管理规范》（兽药GMP规范）	2006-01	原农业部	规定新开办兽药生产企业必须取得兽药GMP合格证后方可办理《兽药生产许可证》及产品批准文号，并规定2006年7月1日起，未取得兽药GMP合格证的企业、车间不得生产、经营、使用兽药产品

来源：头豹研究院编辑整理

5.3 行业规范政策

2011 年 5 月，原农业部出台《推进执业兽医制度建设工作的意见》，规范兽医从业行为，为加强兽药经营质量管理，保证兽药质量和兽药安全使用，规范兽药经营市场，该政策颁布增强了政府机构对宠物药应用监管力度，有效提升了宠物药应用安全性，推动行业健康有序发展（见图 5-3）。2016 年 2 月，国务院颁布《兽药管理条例（2016 修订）》，规范兽药研制、生产、经营、出口及使用环节，为动物药监管提供政策支持。此外，《兽药管理条例》规定，禁止人用药品用于动物，该条例在规范动物药应用安全方面意义深远。2016 年

10 月，原农业部出台《兽医处方格式应用规范》，加强对兽医执业行为管理，规范兽药使用信息记录，保障用药的可追溯性以及安全合法性，保障宠物药使用更合理化。2017 年 4 月，原农业部颁布《宠物用兽药说明书范本》，规范宠物用兽药标签及说明书内容标准，以适配宠物内容，为满足宠物用药需求，提高宠物用兽药质量。

图 5-3 中国宠物药行业的主要规范政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《宠物用兽药说明书范本》	2017-04	原农业部	规范宠物用兽药标签及说明书内容标准，以适配宠物内容，为满足宠物用药需求，提高宠物用兽药质量
《兽医处方格式应用规范》	2016-10	原农业部	加强对兽医执业行为管理，规范兽药使用信息记录，保障用药的可追溯性以及安全合法性，保障宠物药使用更合理化
《兽药管理条例（2016修订）》	2016-02	国务院	规范兽药研制、生产、经营、出口及使用环节，为动物药监管提供政策支持；禁止人用药品用于动物
《推进执业兽医制度建设工作的意见》	2011-05	原农业部	规范兽医从业行为，为加强兽药经营质量管理，保证兽药质量和兽药安全使用，规范兽药经营市场

来源：头豹研究院编辑整理

6 中国宠物药行业发展趋势分析

6.1 宠物专药研发

中国宠物虽数量增长且居住环境改善，但宠物医疗及宠物药的发展却相对滞缓。当宠物患病时，因宠物专药种类不足，缺少特定治疗药物，导致宠物无法得到及时有效的药物治疗，延误病情，危及生命。

宠物专药优势显现，不同于人药宠用毒副作用大、剂量剂型难把控，宠物专药剂量易于控制、疗效好、副作用小并且合法，因此宠物专药研发迫在眉睫。宠物专药研发将向细化品类、深化疗效、最大化利用药品资源三个方向发展。

（1）细化宠物专药品类。市场向好带动宠物医疗向细分诊疗过渡，宠物医疗机构逐渐细分门诊，即从单一的宠物全科门诊，分化为外科、内科、心血管科等门诊。细分诊疗趋势下，提升兽医专业技术水平及诊疗质量，并为细分病症的宠物专药提供发展空间，为宠物药研发生产企业转型升级提供良好机遇。

（2）深化宠物专药疗效。以心脑血管疾病为例，数量剧增的宠物在几年后成为高龄宠物，心脑血管疾病高发，心脑血管药需求显著增加。但宠物专药研发成本大，宠物药市场暂无疗效好的宠物心血管药，加剧市场缺口。未来，宠物药研发生产实力进步，技术升级可节约研发成本，使企业有望专注宠物专药疗效，深化发展。

（3）最大化利用人药转宠药药品资源。2000 年 3 月，原药监局及原农业部共同出台《关于切实加强药品兽药管理工作的通知》规定，规定人药转宠药范围为满足国家兽药标准且为农业部专业标准收载的品种。通过对行业内具有多年宠物药从业经验的行业专家访谈得知，中国虽禁止人药宠用，但允许人药转宠药研发。专家认为，在科学分析人药转宠药可行性后，积极研发人药转宠药的药物，使其合法化，助于丰富宠物药品类，驱动行业发展。

6.2 “线上+线下”新零售商业模式

“线上+线下”新零售指宠物药企业同时借助线上渠道的网络销售平台（如天猫、波奇商城）及线下渠道的宠物医疗机构（如宠物医院、连锁宠物店）使消费者购买宠物药品。“线上+线下”新零售模式较传统零售模式，其商业模式发展主要体现在品牌营销、内容营销、零售模式三方面。

（1）品牌营销：新零售模式不仅利于知名品牌扩大营销市场，同样利于优质品牌积累口碑。在线上渠道方面，知名品牌因销售规模大，药品疗效稳定，可利用已沉淀的用户口碑及价格优势巩固市场，后者可凭借市场空间尚未饱和的新药品针对性地向痛点用户推广。在线下渠道方面，企业可依托品牌特性，积极与线下渠道合作以协同互利。

（2）内容营销：互联网快速发展，宠物医药自媒体（如宠物公益性平台）应运而生。伴随宠物医药自媒体网络影响力增强，其科普文章传播性强，阅读受众多。企业可借助此类媒介，为宠物药需求者精准传递信息，启发其了解药品信息，引导其按需购买。

（3）零售模式变化：“线上+线下”新零售融合宠物药销售主流渠道，打破传统销售模式限制，线上渠道便捷性助于开拓客源，线下渠道体验性助于培养消费者黏性。新零售模式是宠物药行业发展向好的体现之一，对宠物药销量及市场发展起到重要促进作用。

6.3 行业市场向二三线城市下沉

二三线城市快速发展、经济提速，宠物药市场的潜在消费者将转变为实际消费者，推动宠物药行业市场下沉。

（1）经济驱动方面：二三线城市养宠人群的宠物医疗消费支出及消费规模弱于一线城市，但差距缩小。2018 年，二三线城市养宠人群平均年度宠物医疗花费为 1,520 元，仅低于一线城市约 200 元。伴随二三线城市经济增长、养宠观念进步，养宠人群数量将迅速增

加，宠物医疗消费意愿也随之增加，为宠物医疗及宠物药行业创造巨大商机。

（2）养宠人群饲养结构方面：地域差异造成饲养结构差异。不同于一线城市单身独身人群多，二三线城市单身独身人群少，主要以家庭单位为养宠形式。2017 年，已婚且小孩年龄 0-18 岁的家庭养宠比例由 35.3%上升至 60.1%，上升约 25 个百分点。因家庭养宠成员多，家庭各成员可互补时间和精力，更及时地发现宠物健康问题，带动宠物医疗及宠物药需求。

（3）宠物医疗机构数量方面：连锁型宠物医疗机构有望在二三线城市开拓市场带动宠物药行业发展：①一线城市物价及租金上涨，边际成本扩大，出现挤出效应，宠物连锁医疗机构开始向二三线城市扩张；②二三线城市医疗机构连锁化程度低，连锁化意识不强，助于一线城市的宠物连锁医疗机构下沉，渗透二三线城市市场。

7 中国宠物药行业竞争格局分析

7.1 中国宠物药行业竞争格局概述

中国宠物药研发生产企业遵循兽药 GMP 及 GSP 标准研发生产及经营宠物药，企业及产品由农业农村部管理。

（1）在宠物药行业中，市场份额占比最大的是疫苗及驱虫药，已被全球知名兽药公司垄断，行业集中度高，代表企业有辉瑞、梅里亚、硕腾及拜耳等。疫苗及驱虫药多为专利药，研发成本高昂，形成专利及技术垄断，垄断企业凭借研发经验及销售渠道优势，进一步扩大竞争优势，占据市场份额，使中国研发生产企业难以入局，中国本土宠物药研发生产企业竞争力弱。

（2）在市场份额占比小的领域中，中国宠物药研发生产企业竞争激烈，议价能力较弱。中国现今专门研发生产宠物药的企业少，药品集中于皮肤药、呼吸药及保健药领域，代表企业有中博绿雅、上海汉维及金盾药业。该领域内药品竞品多，竞争激烈。并且单位售价低，使行业整体利润水平低。未来可适应技术更新升级及新商业模式变化的中国宠物药研发生产企业，将得以降低生产成本、扩充渠道优势，以在中国宠物药竞争格局中占据一席之地。

图 7-1 中国宠物药行业竞争格局

市场参与者类型	主要特点	代表企业
宠物驱虫药、疫苗研发生产企业	研发成本高昂，形成专利及技术垄断，议价能力强	辉瑞、梅里亚、硕腾及拜耳
宠物皮肤药、保健药研发生产企业	竞品多，竞争激烈，议价能力弱	中博绿雅、上海汉维及金盾药业

来源：头豹研究院编辑整理

7.2 中国宠物药行业典型企业分析

7.2.1 武汉中博绿雅生物科技有限公司

（1）公司介绍

武汉中博绿亚生物科技有限公司（简称中博绿雅）成立于 2006 年，前身为原武汉中博生化有限公司（现武汉中博生物股份有限公司）兽药事业部，现为独立运营的国家高新技术企业。中博绿雅主营业务为宠物健康领域研发、生产和销售，拥有专利技术知识。经十余年发展，其在研发技术、培养人才及营销渠道上积累了优势。借助生物科技研发技术，中博绿雅将产品重心放在了特点为绿色环保的宠物健康产品及宠物保健品上，并向宠物医院、宠物店和养宠人群提供宠物养护增值服务。

（2）产品介绍

中博绿雅主要分为两类产品，一类为面向宠物医院及宠物店的小宠系列产品，另一类为面向高端专业宠物医院的安力达系列产品（见图 7-2）。小宠系列产品包括肠胃药、杀菌药、关节药及体外驱虫药等；安力达系列产品包括肠胃药、杀菌药、耳部及口腔清洁药等。

图 7-2 中博绿雅主要产品

产品大类	产品小类	代表产品	产品图片
小宠	肠胃药	猫咪牛磺酸益生菌	
	杀菌药	肤可安	
	关节药	关节康	
	体外驱虫药	蚤立清滴剂	
安力达	肠胃药	肠胃欣	
	杀菌药	椰子油消毒液	
	清洁药	艾耳舒	

来源：公司官网，头豹研究院编辑整理

（3）竞争优势

① 专业化人才队伍

中博绿亚拥有宠物专业医师人才团队。团队医师人才多毕业于华中农业大学等动物医学专业，临床经验丰富，并在宠物药学药理专业取得多项发明专利。宠物人才团队为养宠家庭提供宠物健康咨询服务，积累企业声誉。

② 核心研发优势

依托前身公司的技术积累，中博绿雅现有六项核心科技技术，包括两项国家级专利技术（七价碘杀菌技术、高效微生物制剂技术）。七价碘杀菌技术杀菌量大，较普通碘剂杀菌能力提升十倍，应用于宠物细菌性及真菌性皮肤病、消毒领域，效果独特。高效微生物制剂技

术环保性高，应用于宠物肠胃疾病，应激反应小。

7.2.2 上海汉维生物医药科技有限公司

（1）公司介绍

上海汉维生物医药科技有限公司（简称上海汉维）成立于 2008 年，位于上海市国家级高新技术园区内，于 2015 年获得国家高新技术企业认证。公司主营新型宠物专用药品及宠物服务，产品在抗感染药、止痛药、心血管药及抗寄生虫药等领域拥有多个宠物专用国家新兽药专利。

（2）产品介绍

上海汉维产品分宠物药品及宠物保健品两类（见图 7-3），宠物药品涉及消炎药、抗生素药、驱虫药及肠胃药四类，宠物保健品包括补钙药、排毛药、心脏辅助药及营养药四类。

图 7-3 上海汉维主要产品

产品大类	产品小类	代表产品	产品图片
宠物药品	消炎药	美昔	
	抗生素药	盐酸多西环素片	
	驱虫药	汉宠欣	
	肠胃药	坦必欣	
宠物保健品	补钙药	盖仕高	
	排毛药	艾倍灵	
	心脏辅助药	艾可心	
	营养药	赖力欣	

来源：公司官网，头豹研究院编辑整理

（3）竞争优势

① 产品质量优势

上海汉维建立了中国首个以欧洲 GLP 管理规范设计和运行的专业动物药品研发和检测实验室，并且严格按照国家药品 GMP 生产管理规范和药品 GSP 销售管理规范实施生产和销售。迄今为止，上海汉维已获得 8 个国家新兽药证书，21 项宠物专用药品国家批准文号及 5 项国家专利。

② 销售网络优势

在销售网络上，上海汉维拥有全国性销售服务网络，广泛的销售网络为企业开展全国性销售及技术支持提供基础。同时，上海汉维拥有客户服务呼叫中心，及时跟进售后服务，保障产品质量安全。

7.2.3 南京金盾动物药业有限责任公司

（1）公司介绍

南京金盾动物药业有限责任公司(简称金盾药业)成立于 1996 年,为集宠物药品研发、生产、销售、服务于一体的高科技企业。金盾药业现有员工 108 人，40%具本科以上学历。公司下设市场部、销售部及客服部，具一体化业务结构，宠物药品销售网络覆盖全面，已服务 3,000 余家宠物医疗机构。

金盾药业在宠物化学药品、宠物食品、宠物保健品等方面具自主知识产权技术，有多项国家发明专利，6 项科研成果获省部级科技进步奖，2 个产品获得高新技术产品称号。2006 年获“南京市高新技术企业”，2007 年获“江苏省高新技术企业”。

（2）产品介绍

金盾药业产品主要包括皮肤药、驱虫药、呼吸药及肠胃药四类（见图 7-4)。

图 7-4 金盾药业主要产品

产品种类	代表产品	产品图片
皮肤药	肤多乐	
驱虫药	诺信	
呼吸药	金倍乐	
肠胃药	金佳利	

来源：公司官网，头豹研究院编辑整理

（3）竞争优势

① 股东单位实力强

金盾药业依靠股东单位的强科技成果转化能力，以扩大自身竞争优势。股东单位包括公安部南京警犬研究所、警犬基地及警犬技术学校等，长期从事犬科领域研究，沉淀行业经验并取得成果。

② 生产规模优势

金盾药业建有 4.2 万平方米的兽药 GMP 生产基地，为中国首家专业从事宠物药品生产的兽药 GMP 企业。现今，金盾药业拥有 6 条生产线 14 种剂型的生产能力，并拥有多项国家发明专利。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

头豹 LeadLeo

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群



图说　表说　专家说　数说

详情请咨询

客服电话
400-072-5588

上海
王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京
杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳
郭先生： 15121067239
李先生： 18916233114