2020 宠物 医疗

2020
宠物医疗消费洞察



CBNDATA 第一财经商业数据中心 × 天猫 TMALL.COM

© 2020 CBNData. All rights reserved.

TABLE OF CONTENTS 目录

- 第一部分：宠物健康养护时代来临
- 第二部分：线上宠物医疗消费侧写
- 第三部分：线上宠物医疗消费趋势洞察
- 第四部分：趣味数据

CBNData ID:14053



01

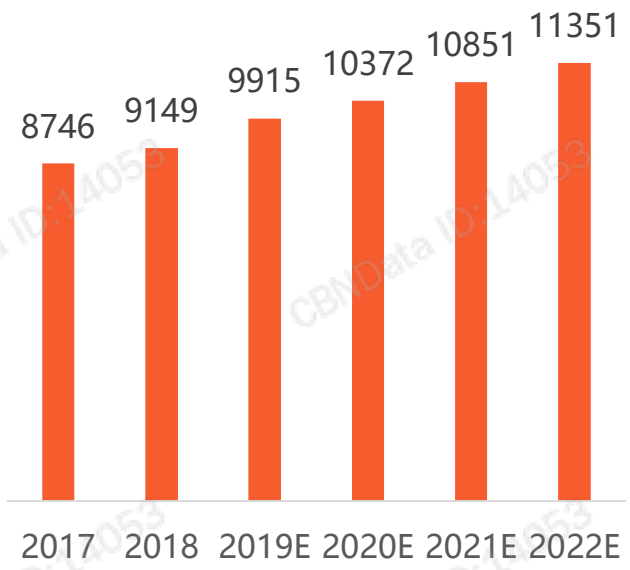
宠物健康养护时代来临

CBNData ID:14053

宠物亦是家人，爱宠是当代养宠人的座右铭

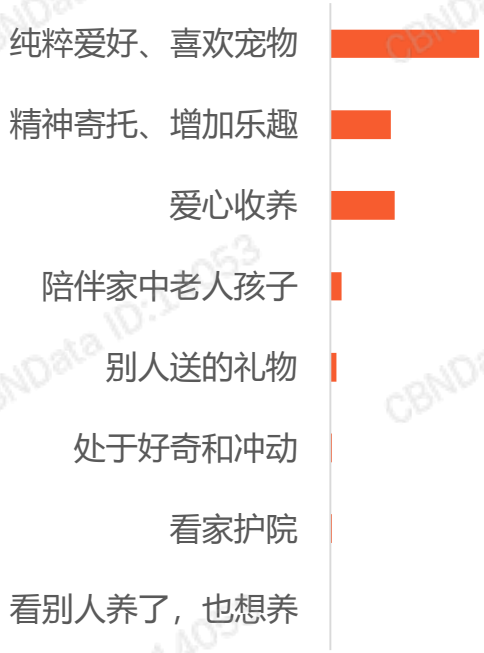
据研究，我国宠物数量预计持续攀升，宠物是人们生活中的重要情感陪伴，已然是养宠家庭中的一份子，收获了养宠人的宠爱。

2017-2022E 中国城镇猫狗数量预测（单位：万只）



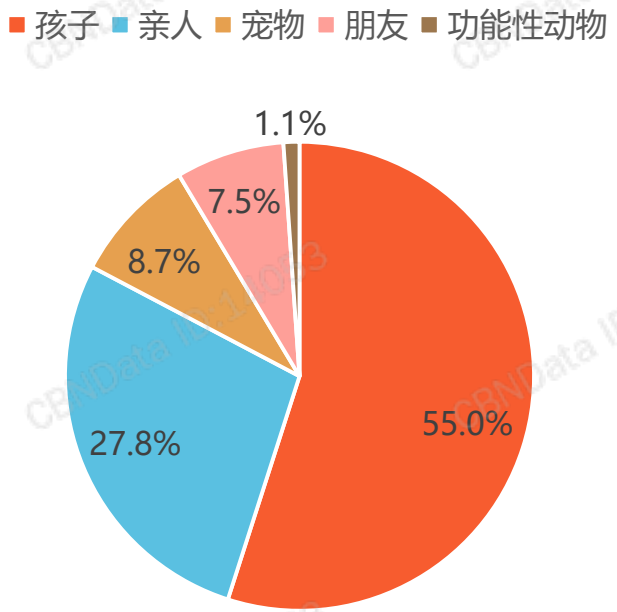
数据来源：鲸准研究院《2019中国宠物医疗行业研究》

2018 养宠原因分布



数据来源：根据狗民网《2018年中国宠物行业白皮书》整理，以猫狗数量加权原因占比计算

2018 宠物在家庭中的角色担当

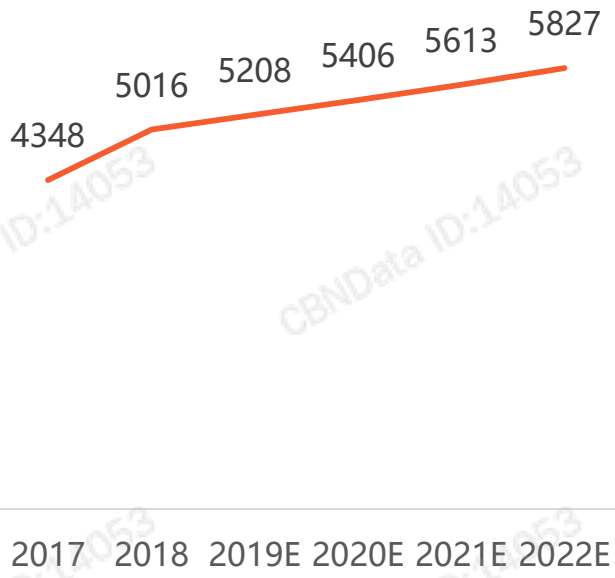


资料来源：《2017年中国宠物行业白皮书》，国海证券研究所

宠物市场消费潜力全面爆发，当代养宠人对健康养护和科学养宠意识强

养宠人对宠物养护方面对开销“不手软”，我国单只宠物消费水平已突破五千元。随着国民生活水平的提升，养宠人如今更关注宠物的健康状况，注重科学养宠，从宠物喂养、疫苗接种、保健品、体检等方方面面呵护宠物健康。

2017-2022E
单只宠物消费水平预测



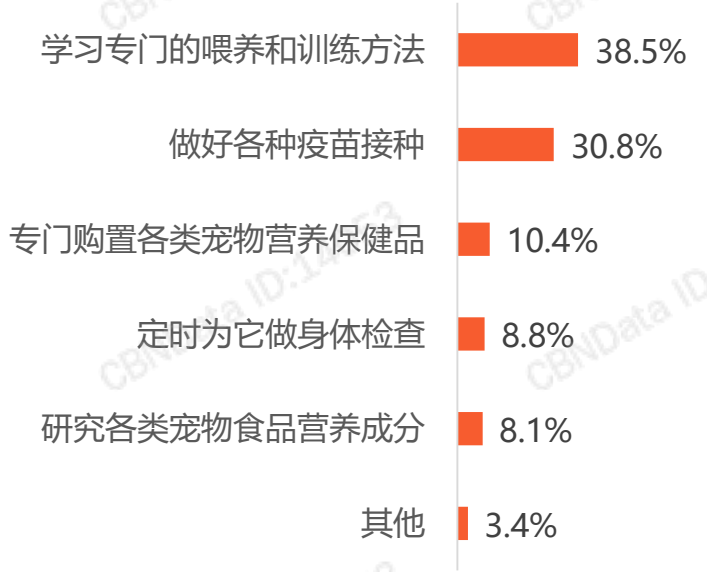
数据来源：鲸准研究院
《2019中国宠物医疗行业研究》

对待养宠的态度



数据来源：《2018宠物消费趋势报告》

您认为科学养宠需要做到？（可多选）



数据来源：《2018宠物消费趋势报告》



02

线上宠物医疗消费侧写

CBNData ID:14053

传统线下宠物医疗场景正快速线上化渗透

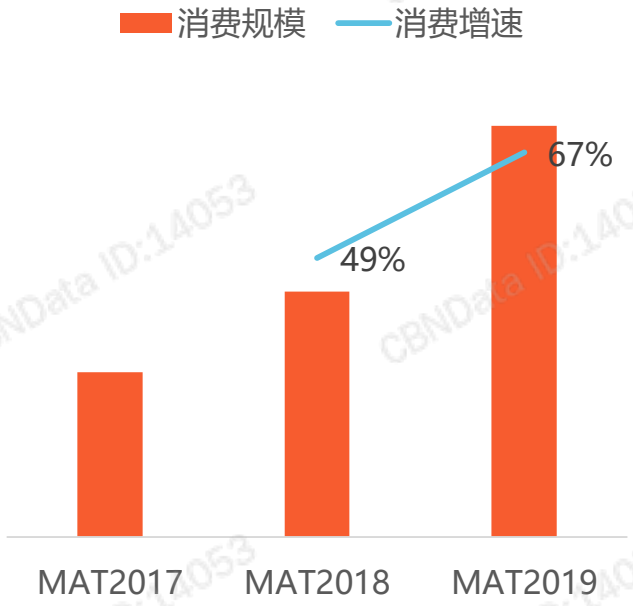
宠物医疗市场近年来线上规模加速扩容，越来越多养宠人涌入线上宠物医疗市场。随着线上相关产品和服务丰富度的提升，养宠人对线上消费力加强，年人均消费水平逐年提高。

2019 线上宠物医疗消费三大板块



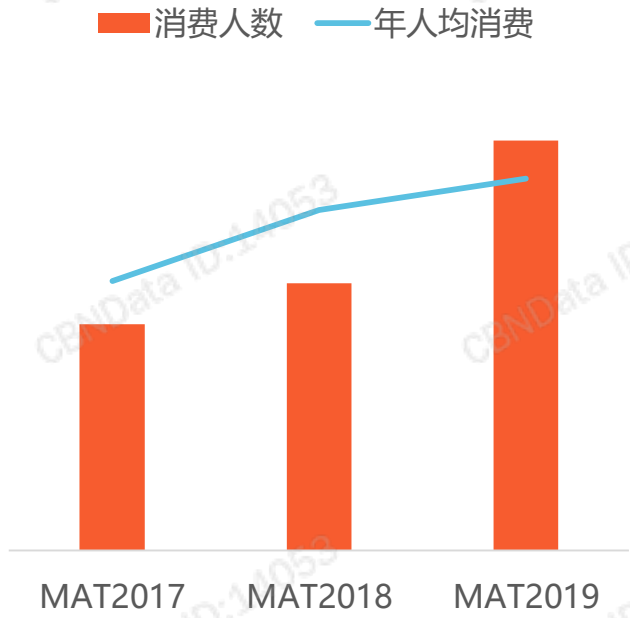
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-MAT2019
线上宠物医疗消费规模趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-MAT2019 线上宠物
医疗消费人数及人均消费



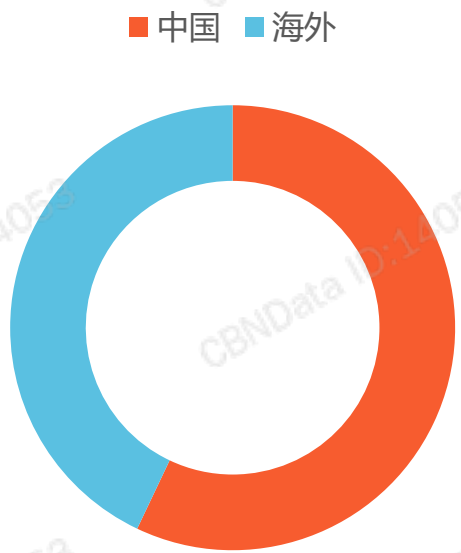
数据来源：CBNData消费大数据

保健品以中国品牌为主、药品以法国品牌为首，海外品牌正高速扩容

整体情况来看，中国品牌消费占比过半，中国、法国品牌分别为保健品和药品的主导。来自美国、英国等地的品牌正走进养宠人选择视野，消费占比呈提升趋势。

MAT2019 线上宠物医疗

中国/海外品牌所属地消费分布

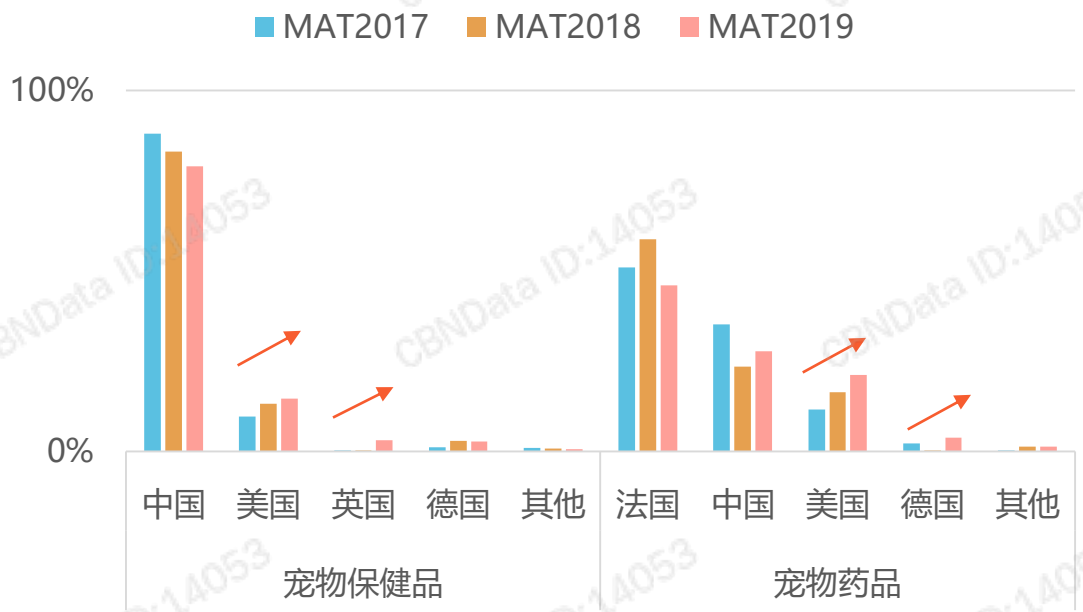


数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：医疗问诊消费不涉及品牌所属地，因此不计入分析

MAT2017-MAT2019

线上宠物保健品及药品品牌所属地消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

热门品牌举例

宠物保健品
卫仕：
宠物营养品牌
品牌所属地：中国

宠物药品
福来恩：
犬猫体外驱虫品牌
品牌所属地：法国

最热门的宠物保健品/药品品牌榜单

MAT2019 线上宠物保健品消费规模排名	
1	Nourse/卫仕
2	IN - PLUS/麦德氏
3	RedDog/红狗
4	凯锐思
5	谷登
6	MAG
7	新宠之康
8	疯狂的小狗
9	Vitscan/维斯康
10	小宠

数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 线上宠物药品消费规模排名	
1	福来恩
2	大宠爱
3	HEARTGARD/犬心保
4	RAMICAL/雷米高
5	拜宠清
6	尼可信
7	新宠之康
8	Bullvet/布尔
9	超可信
10	恩倍多

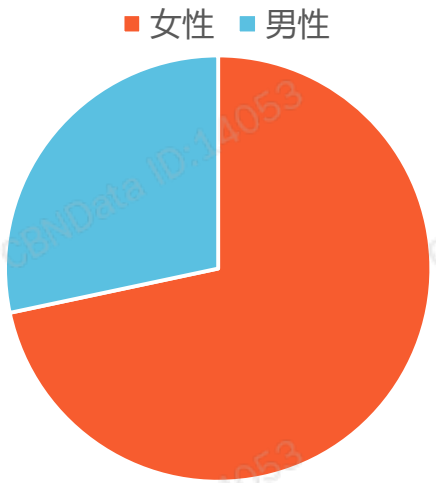
数据来源：CBNData消费大数据

健康守护者中，女性养宠人更操心

养宠人如今对宠物有了更专业和精细的健康守护意识。女性养宠人是健康守护的主力，女性线上宠物医疗消费人数显著高于男性，其人均消费水平也高于男性。

MAT2019

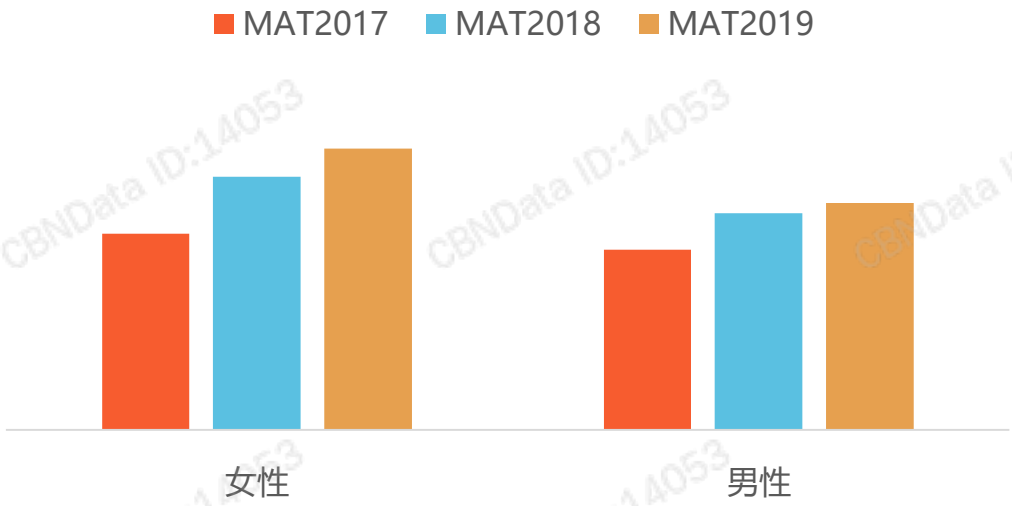
线上宠物医疗各性别消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-MAT2019

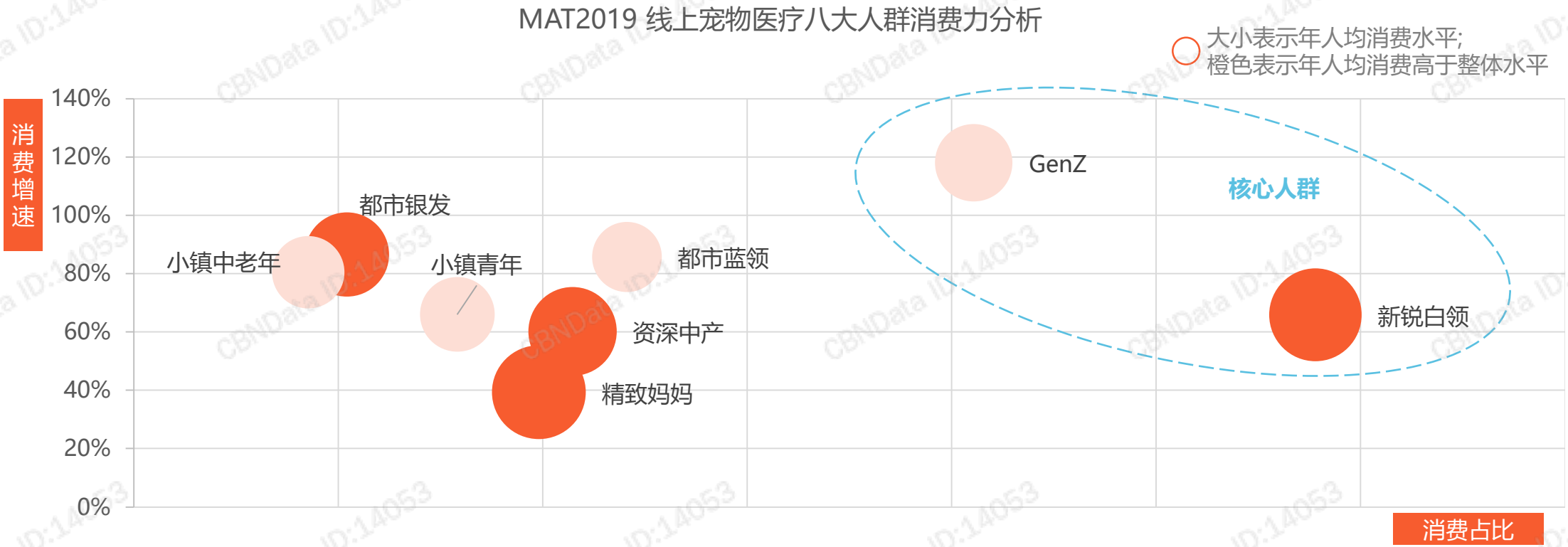
线上宠物医疗各性别年人均消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

新锐白领和Z世代是宠物健康养护的消费主力军

新锐白领和Z世代线上宠物医疗消费贡献度较高，Z世代养宠人虽然年轻，但宠物医疗消费潜力十足；精致妈妈和新锐白领人群的人均消费水平领衔整体市场。



数据来源：CBNData消费大数据



03

线上宠物医疗消费趋势洞察

CBNData ID:14053





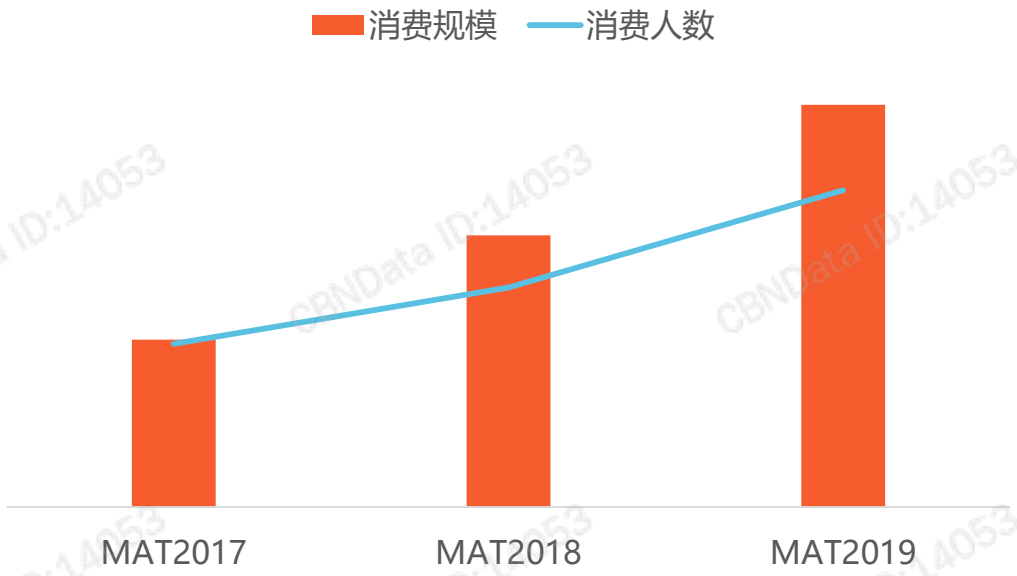


选择多元
精细全面
强针对性

选择多元|宠物保健品消费稳增，商品选择性更丰富

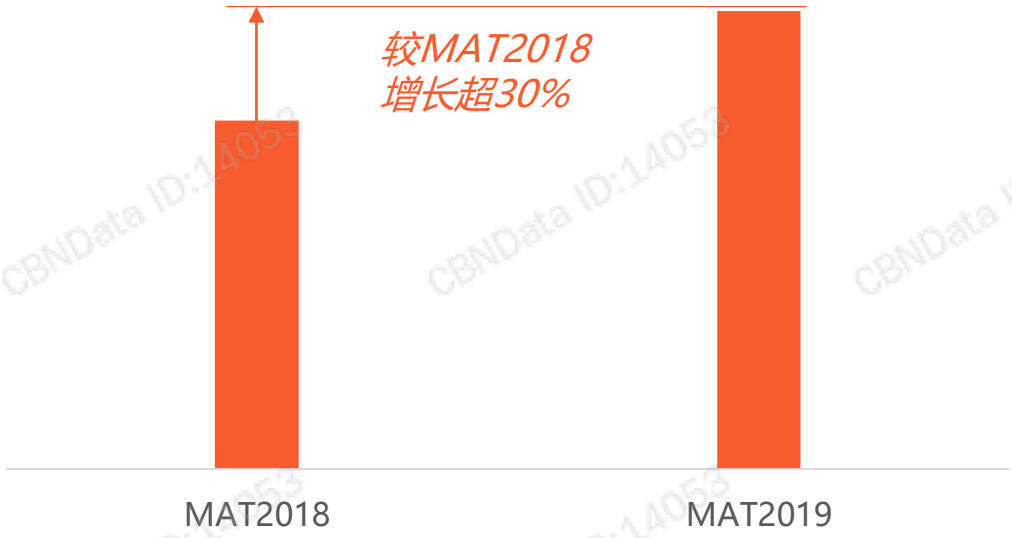
线上宠物保健消费稳增，养宠人对宠物的呵护更多元，猫狗营养品商品数量近一年增速超30%，养宠人对宠物保健品的商品选择更丰富。

MAT2017-MAT2019 线上宠物保健品消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：仅计算当年发生销售的商品

MAT2017-MAT2019 线上宠物保健品商品数量

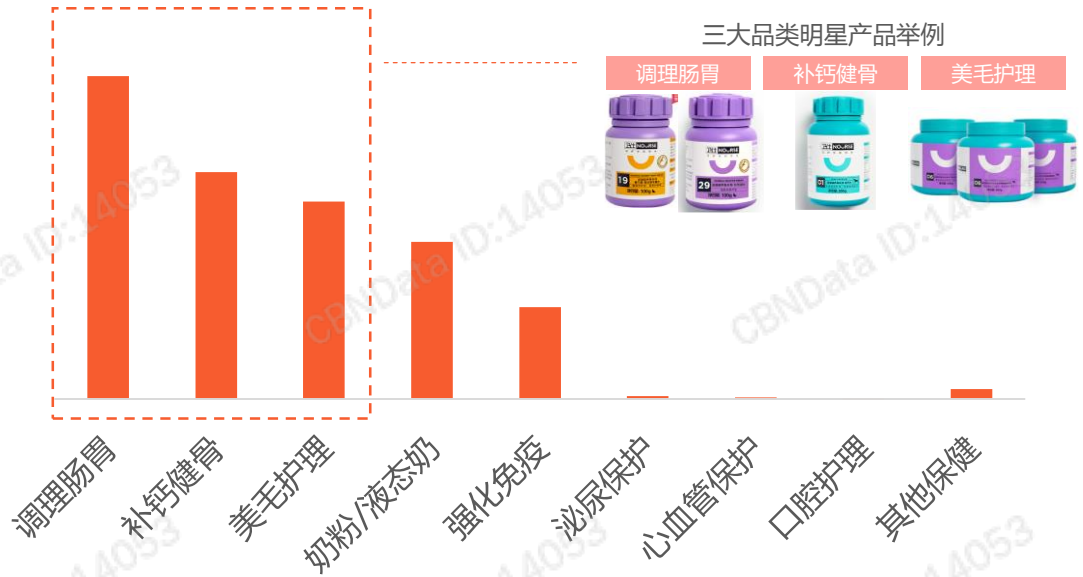


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：仅计算该滚动年内有销量的商品sku数量

精细全面|精细化养护成日常，宠物保健更全面

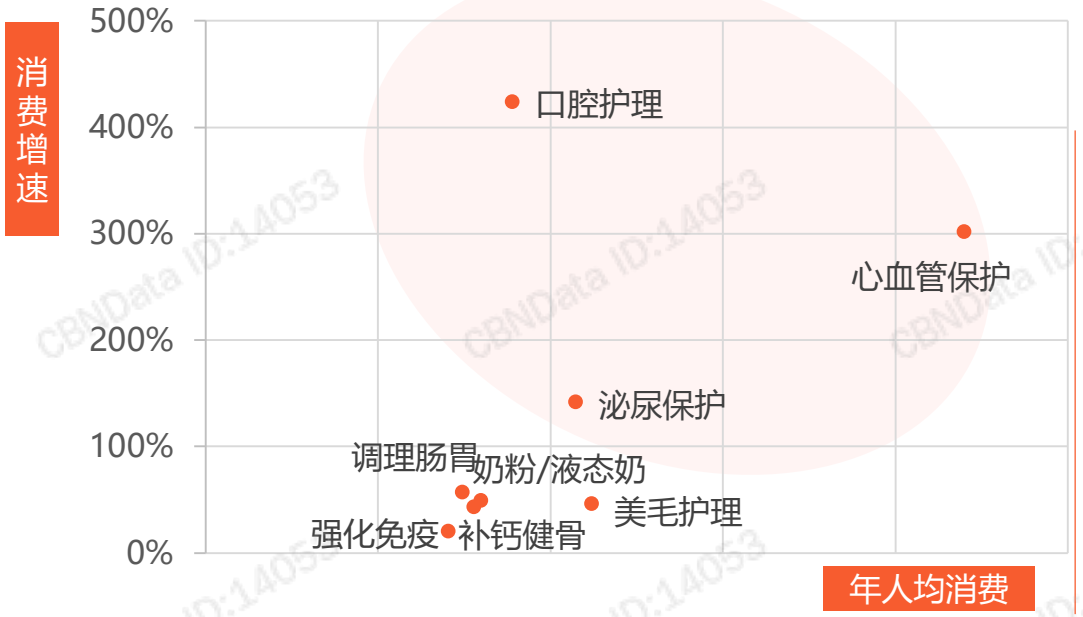
肠胃调理、补钙健骨、美毛养护为宠物保健品三大品类，近年更精细的保健品细分品类逐渐走近养宠人的日常养护中，例如心血管保护、口腔护理、泌尿保护这些小众的精细护理消费潜力突出。消费者在宠物保健护理上的需求倾向于“一揽子打包购物”，“防范于未然”也要面面俱到 。

MAT2019 线上宠物保健品细分品类消费规模



数据来源：CBNData消费大数据
产品图片来源于商品详情页

MAT2019 线上宠物保健品细分品类消费趋势



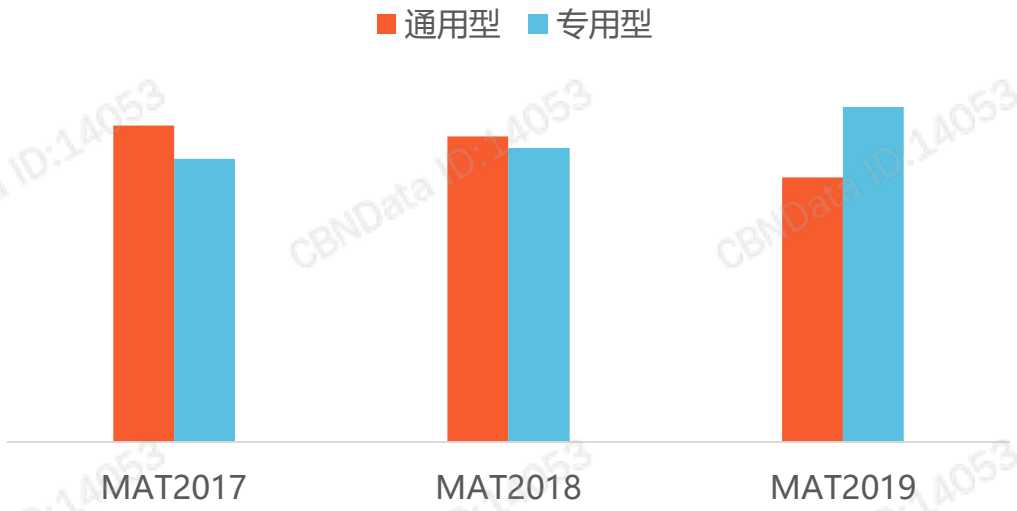
数据来源：CBNData消费大数据

针对性更强|相较猫狗通用型保健品，消费选择更趋向专用型产品

相较猫狗通用型保健品，近一年来看，养宠人更倾向于选择专用型产品，尤其在调理肠胃、泌尿保护、美毛护理等细分品类等选择上。

MAT2017-MAT2019

线上宠物保健品适用类型消费占比趋势

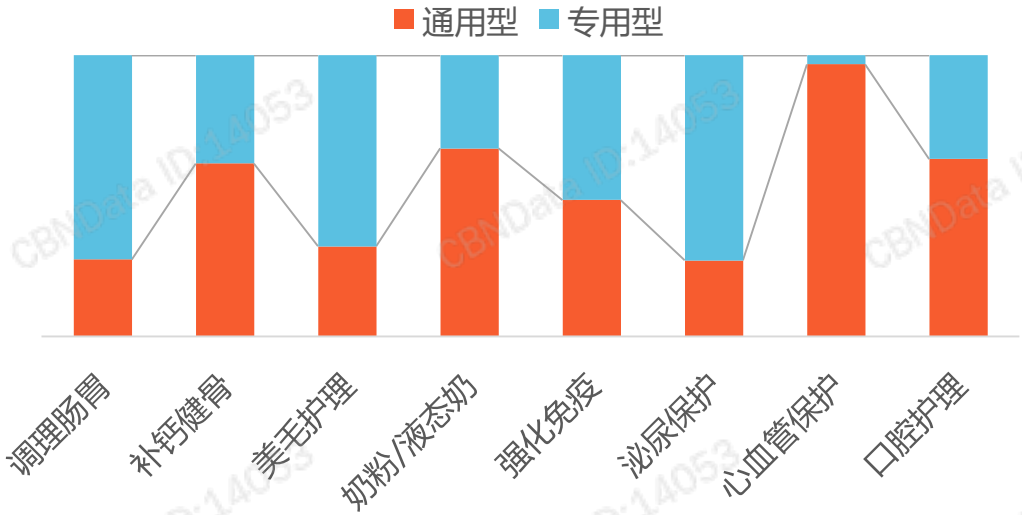


数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：专用型指产品说明中区分了适用于猫或者适用于狗，通用型指适用对象标明通用的产品

MAT2019

线上宠物保健品各细分品类适用类型消费占比



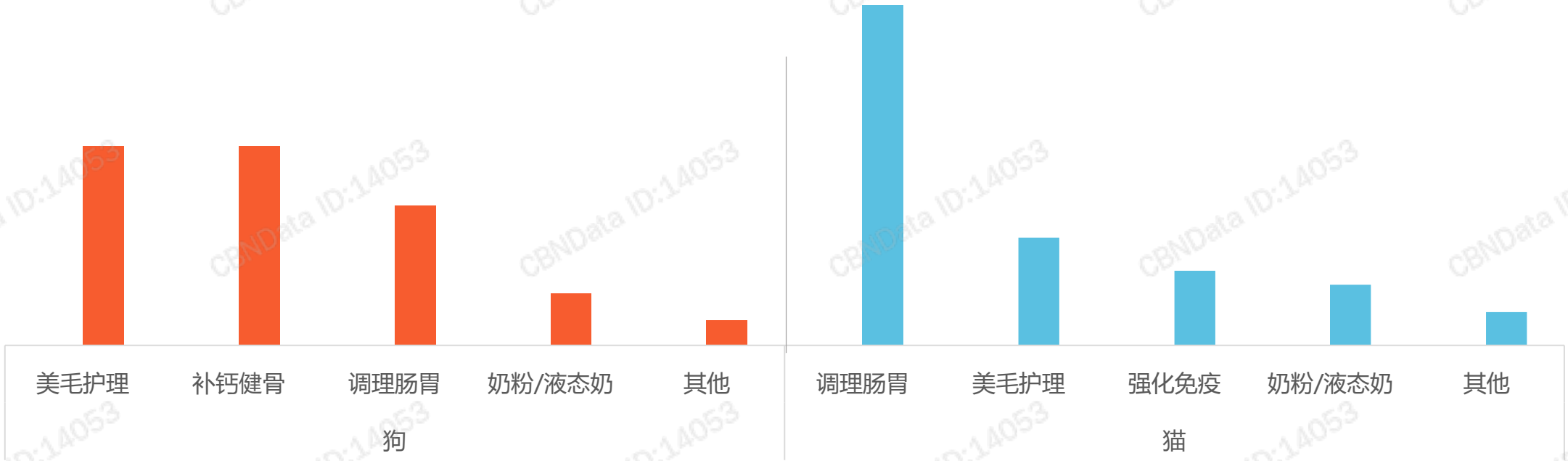
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：专用型指产品说明中区分了适用于猫或者适用于狗，通用型指适用对象标明通用的产品

针对性更强|猫/犬保健品选择揭秘：养猫铲屎官更专注于肠胃调理

养猫铲屎官在调理肠胃方面对消费有较强的关注，调理肠胃品类贡献占比突出；同时，美毛护理和补钙键骨更受养狗消费者的青睐。

MAT2019 线上宠物保健品猫/狗专用型细分品类消费占比

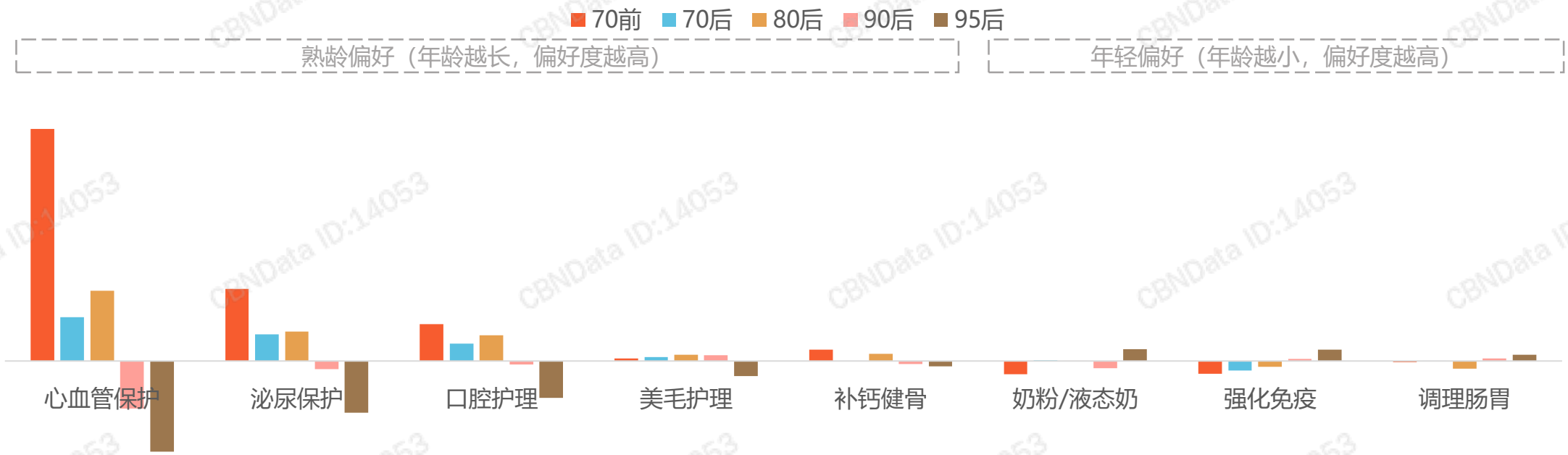


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：专用型指产品说明中区分了适用于猫或者适用于狗

偏好特征化|年长者重视心血管保护，年轻一代偏好免疫强化

不同年龄段养宠人的保健品消费偏好具相应特征，年长者偏好心血管保护、泌尿保护、口腔护理等品类，而免疫强化、奶类、肠胃调理是年轻一代更为偏好的品类。

MAT2019 线上宠物保健品各年龄段消费偏好



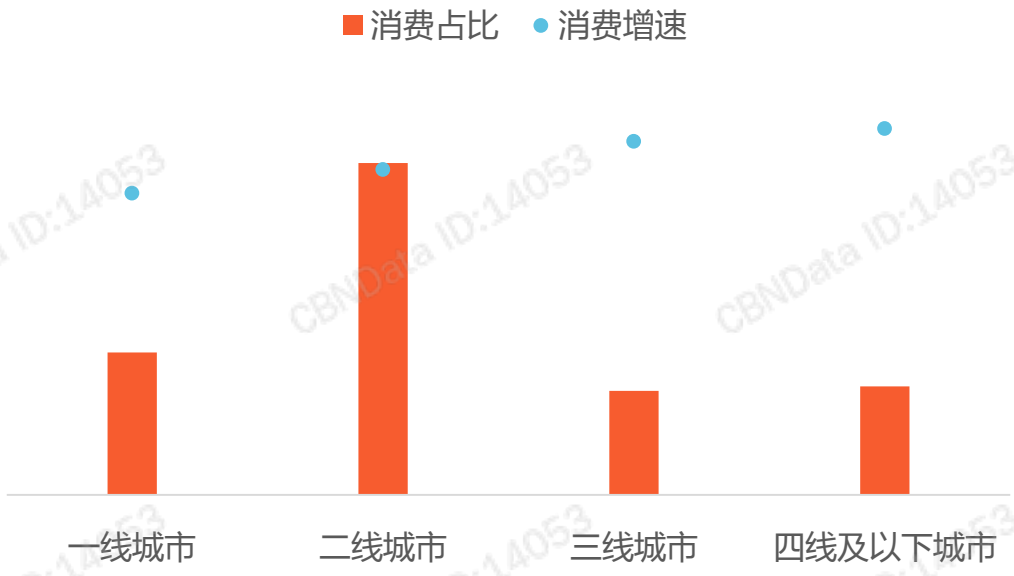
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：消费偏好以TGI计算，TGI=某人群某细分品类的消费占比/整体该品类消费占比-1，大于0表示偏好，小于0表示不偏好

城市偏好|各线级城市消费渐涨，心脑血管、口腔、泌尿保护更受精致的一线城市消费者所偏爱

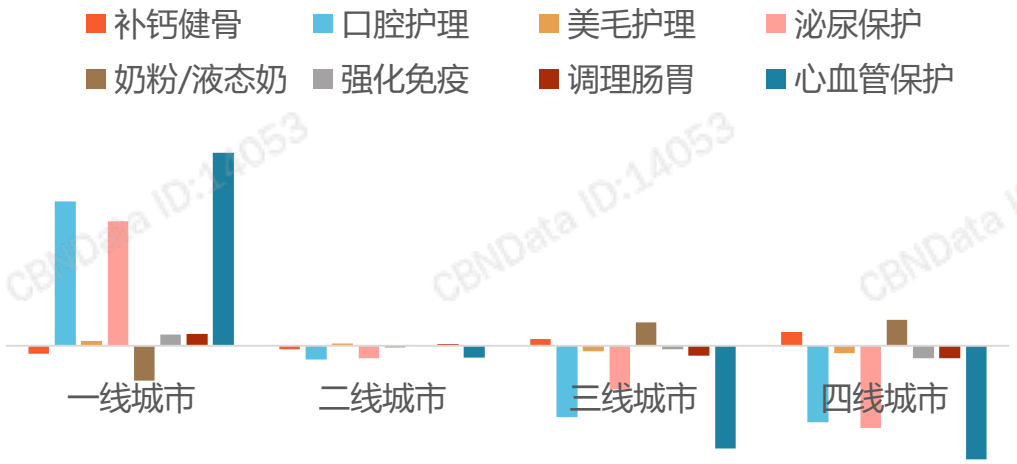
各线级城市的养宠人消费都呈增长态势，其中来自小镇的养宠人们消费增速更高，消费潜力十足。从城市偏好来看，一线城市都消费者养宠更精致，更偏好例如心脑血管保护、口腔护理、泌尿保护等小众的精细护理品类。

MAT2019 线上宠物保健品各线级城市消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 线上宠物保健品各线级城市消费偏好



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：消费偏好以TGI计算，TGI=某线级城市消费者对某细分品类的消费占比/整体该品类消费占比-1，大于0表示偏好，小于0表示不偏好

CBNData ID:14053
大数据 · 全洞察







养护专业化
驱虫意识强化

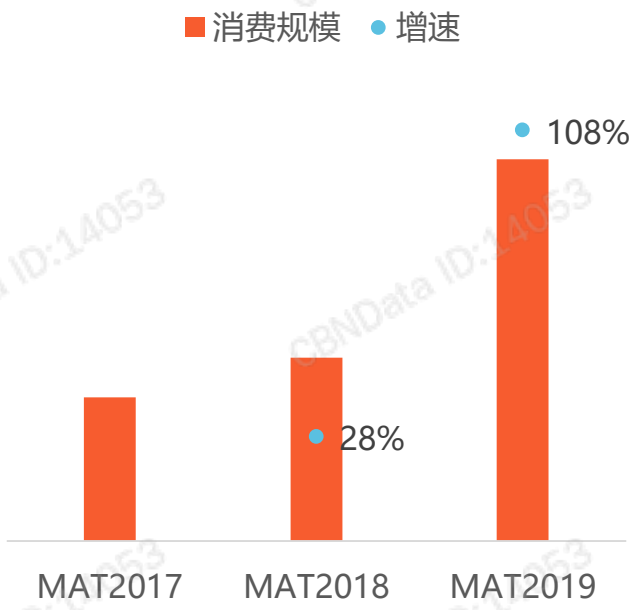
CBNData ID:14053

养护专业化|宠物药品消费线上化发展蓬勃，爱宠呵护更专业

线上选购宠物药品、对症下药已经是当代养宠人的“专业素养”，线上宠物药品市场消费快速增长、人均消费水平也逐年提升。

MAT2017-MAT2019

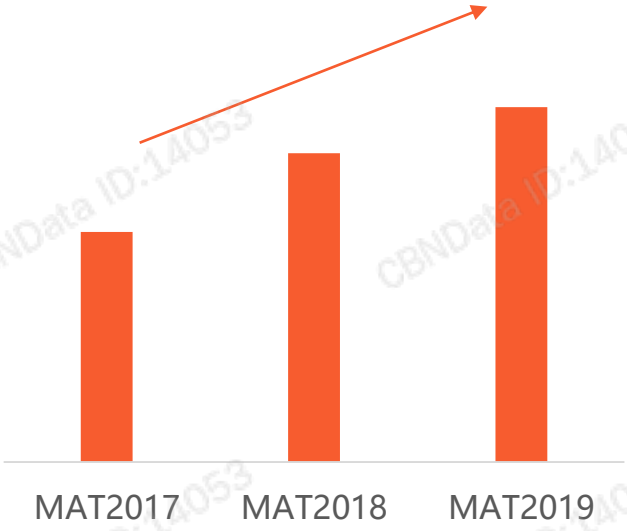
线上宠物药品消费及增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-MAT2019

线上宠物药品年人均消费水平



数据来源：CBNData消费大数据

宠物药品细分品类概览

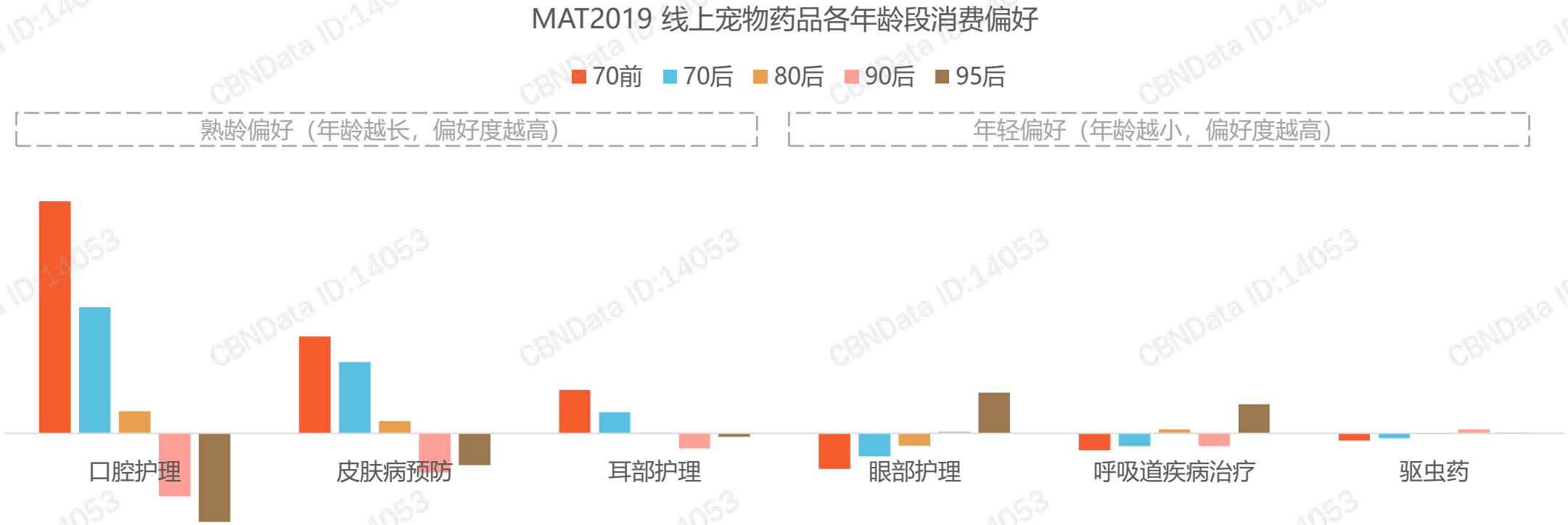


数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：词云以线上宠物药品细分品类消费排名制作

偏好特征化|年长者重视口腔护理，年轻一代偏好眼部护理

年龄偏好特征在宠物药品消费上也有所体现，年长的养宠人偏好口腔护理、皮肤病预防和耳部护理，而较为年轻的养宠人偏好于眼部、呼吸道疾病以及驱虫方面的护理。



数据来源：CBNData消费大数据

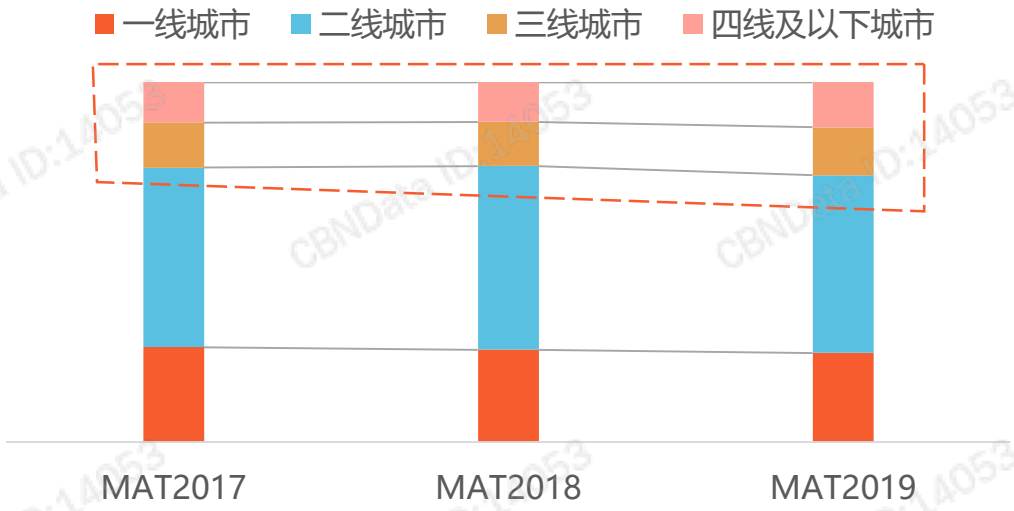
数据说明：消费偏好以TGI计算，TGI=某人群某细分品类的消费占比/整体该品类消费占比-1，大于0表示偏好，小于0表示不偏好

城市偏好|小镇养宠人消费潜力渐显，更偏好皮肤病预防药品

三线及以下城市养宠人线上药品消费占比逐步提升，成为药品消费的重要力量。相比其他城市的消费者，小镇养宠人更偏好皮肤病预防相关产品。

MAT2017-MAT2019

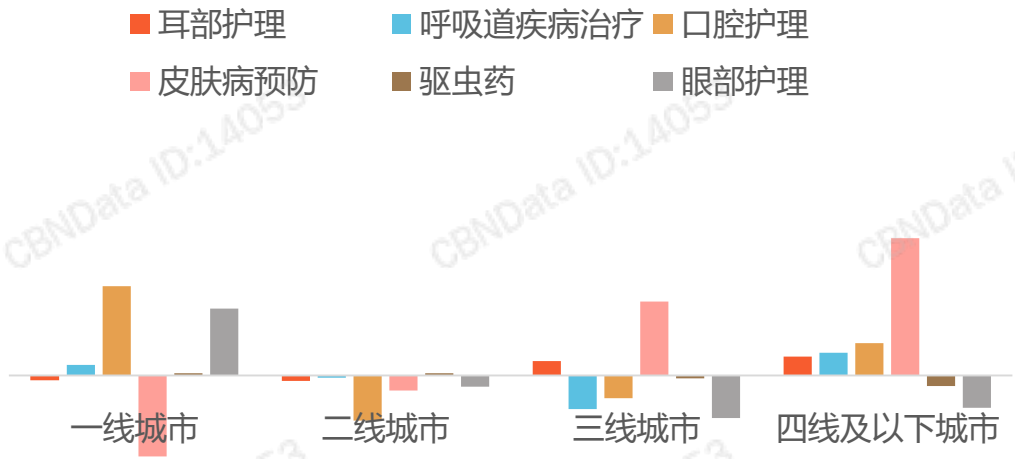
线上宠物药品各线级城市消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019

线上宠物药品各线级城市消费偏好



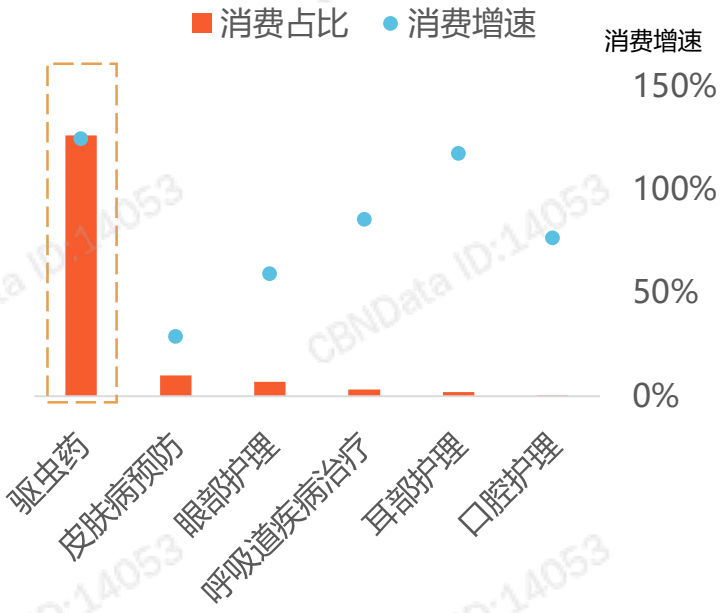
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：消费偏好以TGI计算，TGI=某线级城市消费者对某细分品类的消费占比/整体该品类消费占比-1，大于0表示偏好，小于0表示不偏好

驱虫意识强化|驱虫药是线上药品消费的首要需求，养宠人驱虫意识崛起

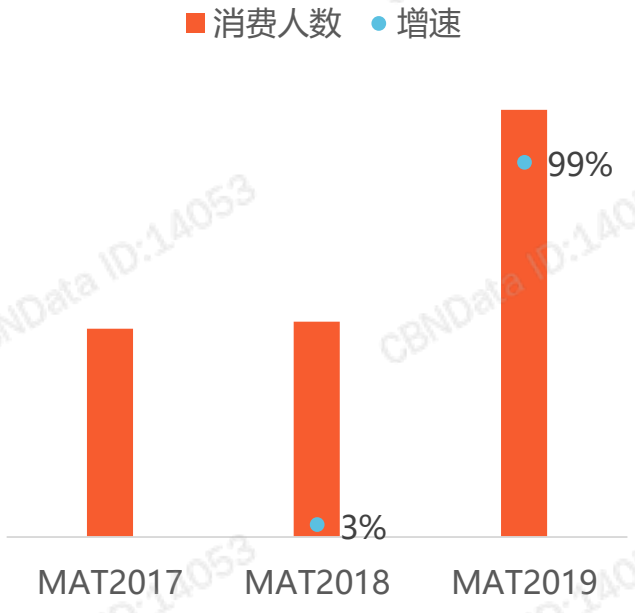
养宠人的驱虫意识在强化，驱虫药是线上宠物药品消费占比及消费增速最突出的细分品类。近一年来，线上驱虫药消费人数迎来爆发式增长，同时驱虫药购买频次也迎来稳增趋势。

MAT2019 线上宠物药品细分品类
消费占比及增速



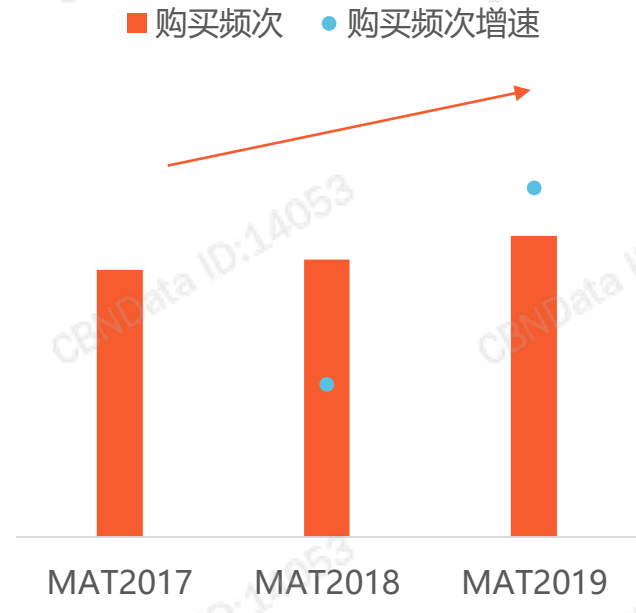
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-MAT2019
线上宠物驱虫药购买人数趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-MAT2019
线上宠物驱虫药购买频次趋势

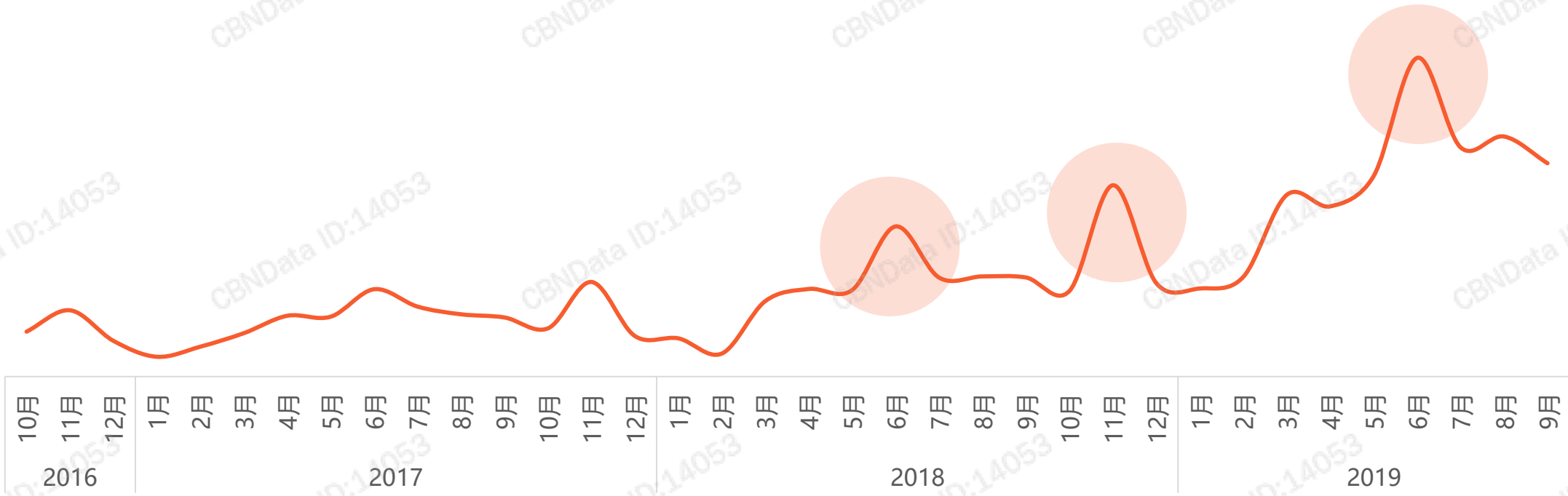


数据来源：CBNData消费大数据

驱虫意识强化|消费具季节性：六月及十一月是采购宠物驱虫药的热门节点

受线上促销活动和天气季节性影响，11月是养宠人购买驱虫药的高峰时间段，同时6月囤货夏季驱虫消费的高峰。

MAT2017-MAT2019 线上宠物驱虫药消费趋势

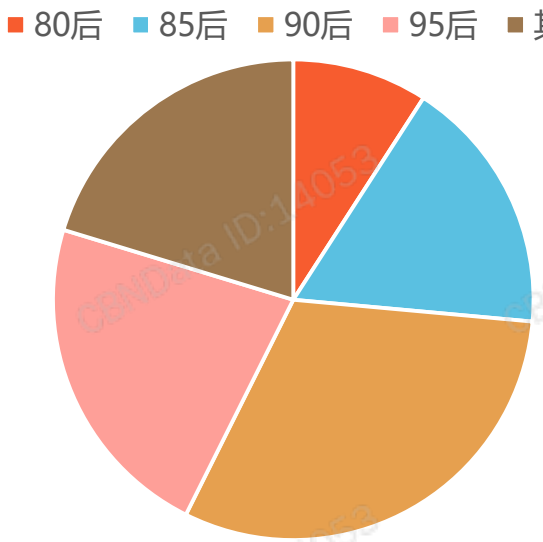


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：为了呈现三年内的趋势，数据经过指数形式处理

驱虫意识强化|年轻一代驱虫意识更强

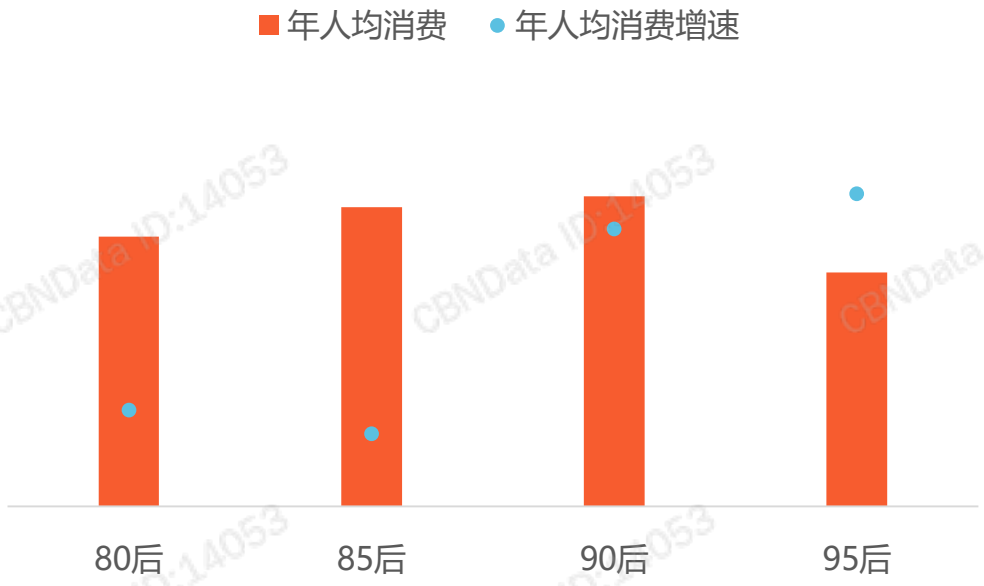
90/95后年轻一代贡献超五成的消费，且近年线上宠物驱虫药消费水平提升显著高于其他年龄段的养宠人。

MAT2019 线上宠物驱虫药各代际消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 线上宠物驱虫药各代际年人均消费水平

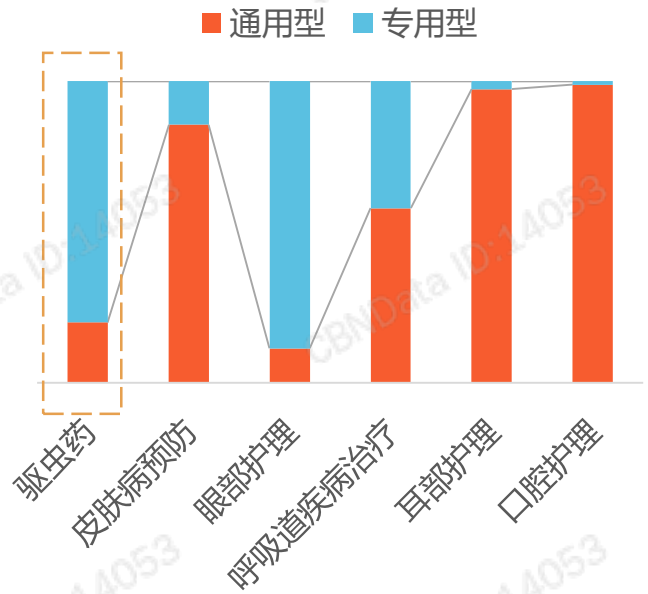


数据来源：CBNData消费大数据

驱虫意识强化|专用型更受欢迎，猫适用型驱虫药消费需求崛起

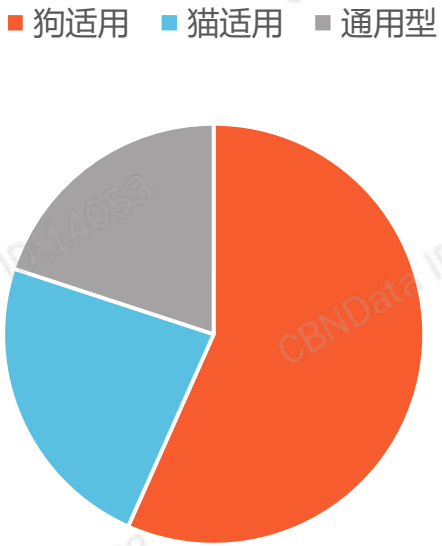
从宠物驱虫药的选择来看，区分猫/狗适用的专用型产品更具消费热度。狗适用型宠物驱虫药消费占比超五成，而猫适用型产品市场提速扩容，养猫消费者对驱虫药的需求正崛起。

MAT2019 线上宠物药品各细分品类适用类型消费占比



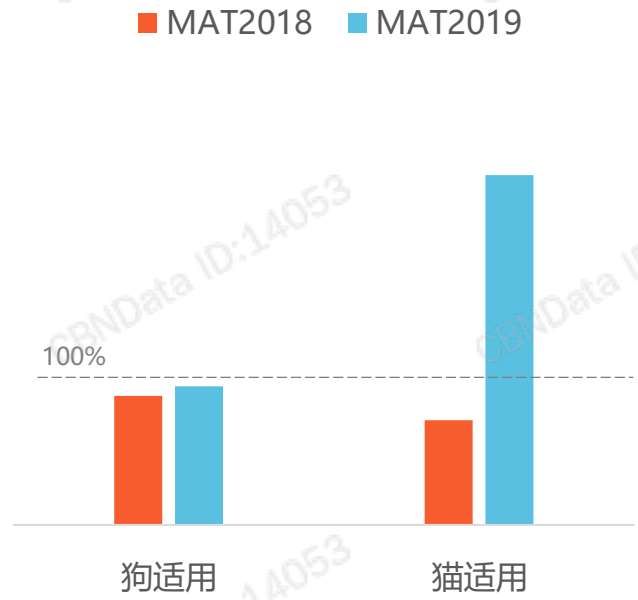
数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：专用型指产品说明中区分了适用于猫或者适用于狗，通用型指适用对象标明通用的产品

MAT2019 线上宠物驱虫药各适用类型消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-MAT2019 线上猫/狗专用型宠物驱虫药消费增速

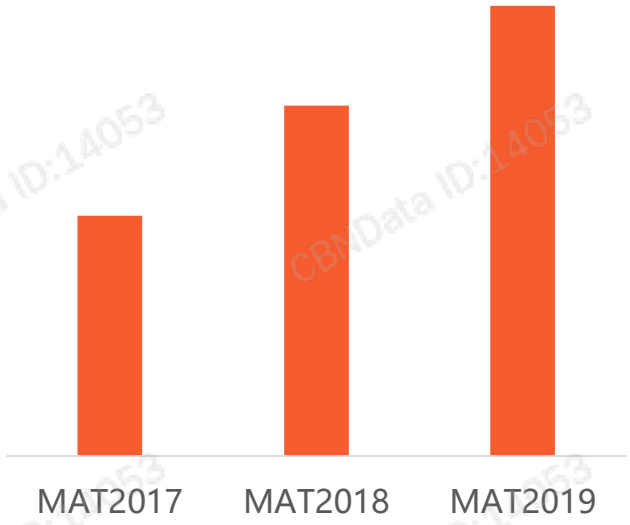


数据来源：CBNData消费大数据

驱虫意识强化|内服/外用“双保障”，内服驱虫药消费热度提升

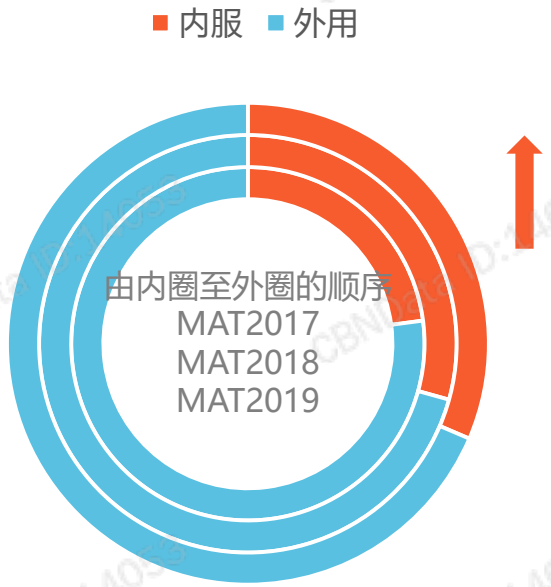
同时购买内服和外用驱虫药的消费者比例逐年提升，内服驱虫药消费热度逐年提升。猫适用型产品的线上消费更多聚焦于外用驱虫药。

MAT2017-MAT2019 线上宠物
驱虫药“内服+外用”渗透率



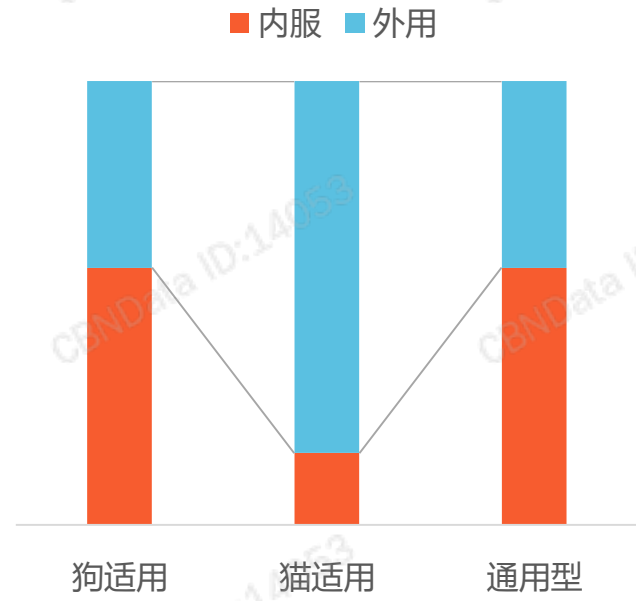
数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：“内服+外用”渗透率指同滚动年内同时购买内服和外用的消费人数占总体驱虫药消费人数占比

MAT2017-MAT2019 线上宠物
驱虫药内服/外用消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 线上宠物驱虫药
各适用类型内服/外用消费占比

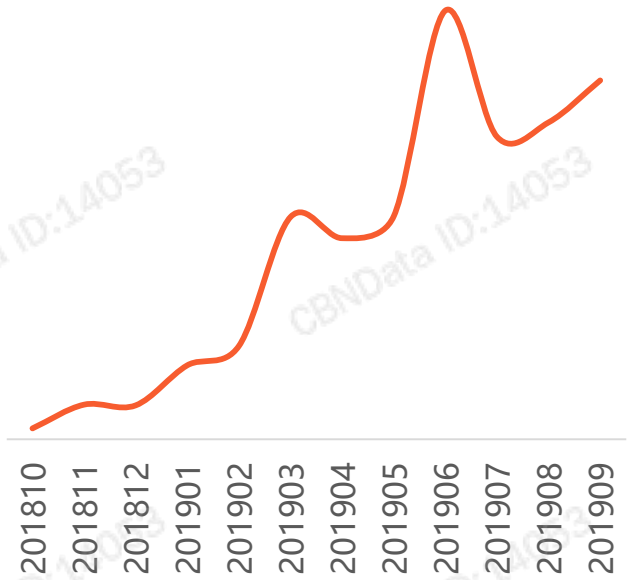


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：专用型指产品说明中区分了适用于猫或者适用于狗，通用型指适用对象标明通用的产品

驱虫意识强化|内外一体型驱虫药近年走进大众视野，尤其受养猫铲屎官喜爱

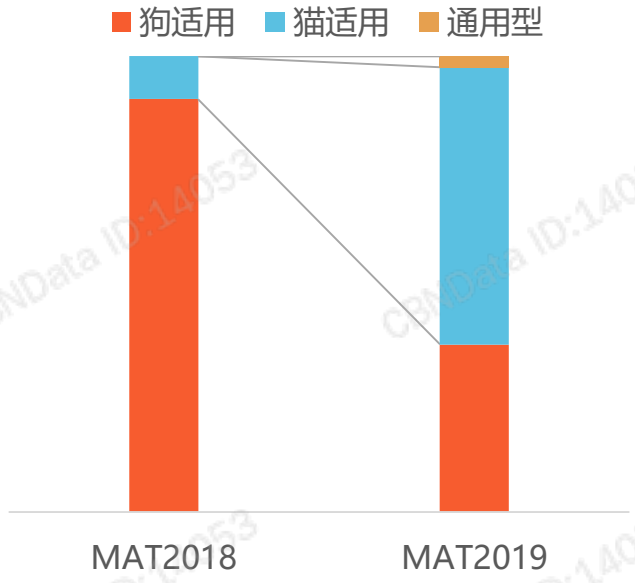
“内外同驱”的概念正由优质的品牌方传递给消费者，比如身为头部品牌的福来恩，推出了兄弟品牌博来恩和超可信主打猫犬内外同驱；便捷且专业的内外同驱虫产品近年消费有显著提升，2019年尤其是受到了养猫铲屎官的喜爱，猫适用型内外同驱产品消费占比最高。

MAT2019 线上宠物内外同驱产品消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018-MAT2019 线上宠物内外同驱产品消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

来自福来恩公司的内外同驱产品



博来恩

猫用内外同驱产品



超可信

狗用内外同驱产品

图片来源于商品详情页







场景丰富化，线下场景向线上延伸
崭新的线上医疗服务体验

宠物诊疗市场基本以中心城区选址、小规模营收为主

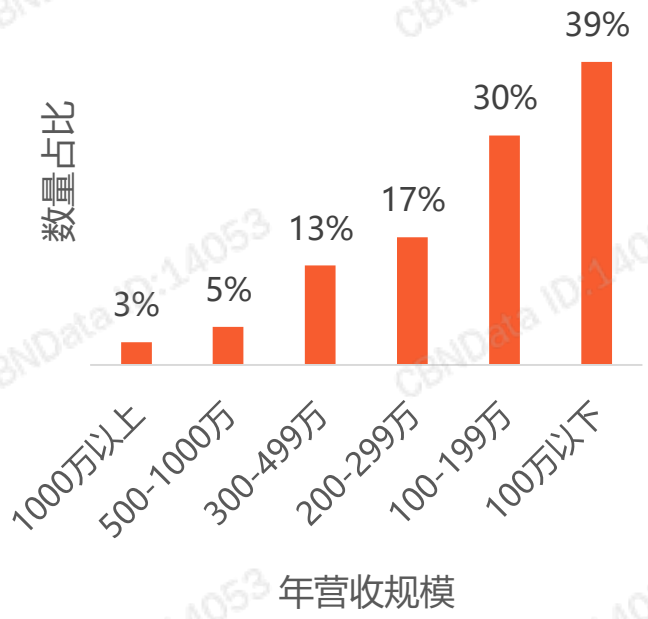
随着中国养宠家庭数量的提升，宠物诊疗市场也蓬勃发展，中国宠物医院数量超万家，但大多是小规模营收和中心城区选址。

中国宠物医院数量

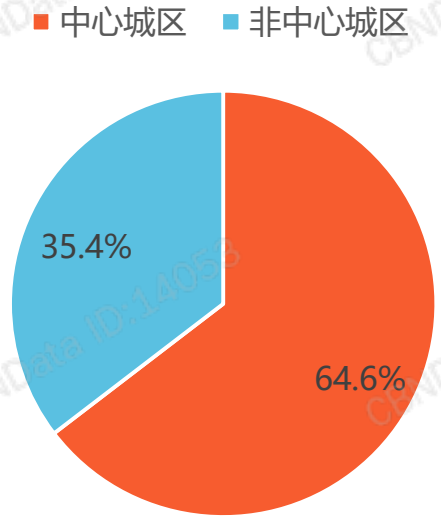
超15000家

（截止于2019年4月统计）

2019 中国宠物医院年营收情况



2019 中国宠物医院位置情况

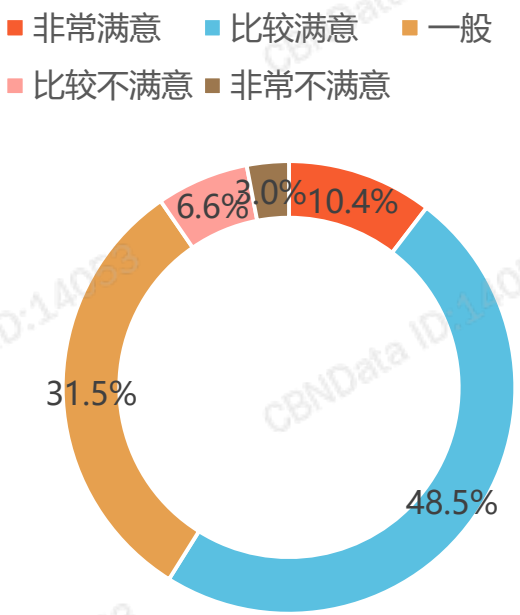


数据来源：铃铛宠物&狗民网《2019中国宠物医院发展报告》

宠物医院经营多元化，但服务规范化及全天候急诊服务方面较欠缺

尽管医院诊所为了更好满足消费者需求，以多元发展为经营方向，仍有近一成的养宠人对医疗服务不满意。目前消费者痛点集中在医生的专业资质和价格水平的层次不齐上，同时全天候急诊服务在诊疗服务中普及度较差。

2019 宠物诊疗消费满意度



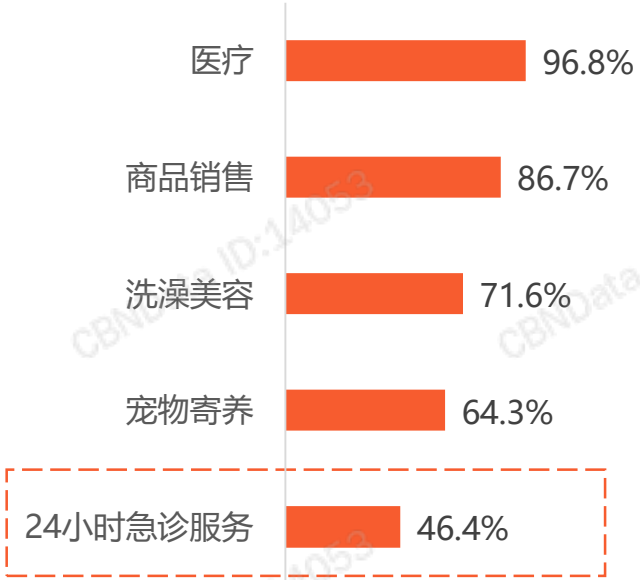
数据来源：狗民网调研数据

消费者对宠物医院服务的不满方面



数据来源：根据《2018年中国宠物行业白皮书》整体，词云大小代表提及率高低

2019 中国宠物医院经营服务类型数量占比

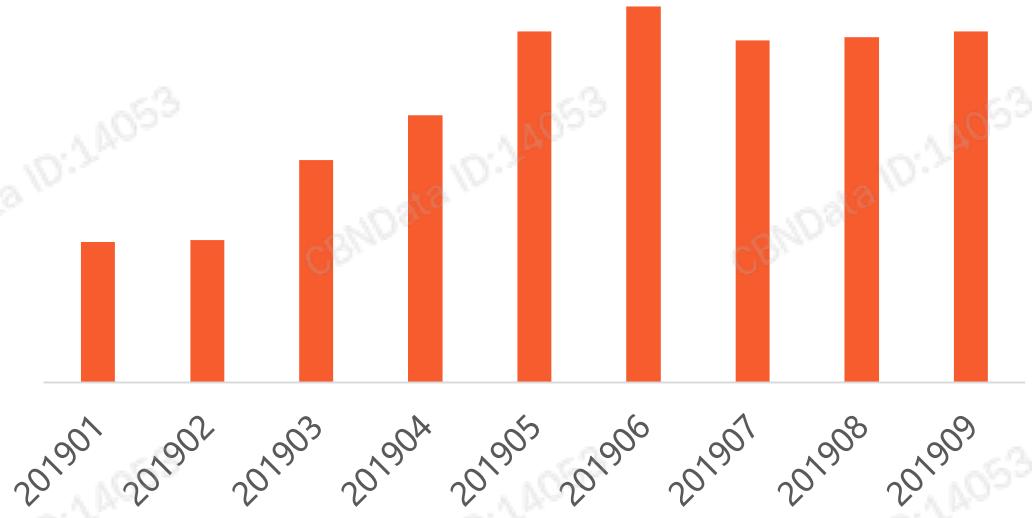


数据来源：铃铛宠物&狗民网《2019中国宠物医院发展报告》

场景丰富化|线上化宠物医疗问诊近一年快速发展，补足单一线下场景

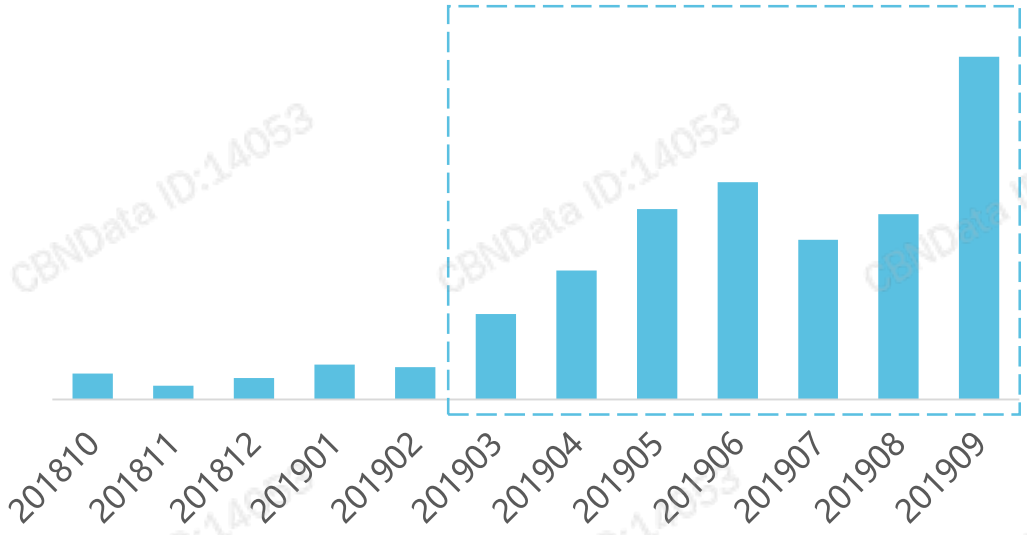
原本在线下为主场景的宠物医疗服务市场自2019年第二季度起，快速线上化发展。相较原先单一依靠线下宠物医院问诊及咨询，养宠人也逐渐尝试线上医疗服务，线上医疗服务的搜索人数及消费渐长。

2019 线上宠物医疗服务搜索人数趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 线上宠物医疗服务消费趋势



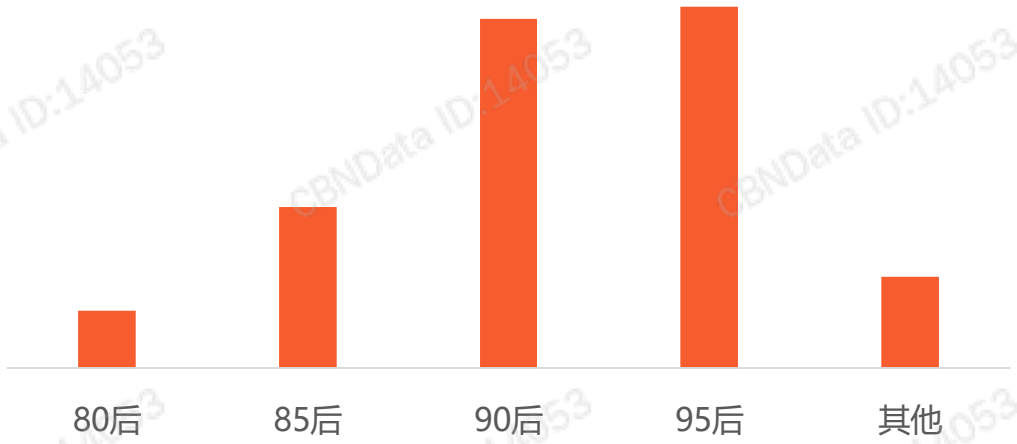
数据来源：CBNData消费大数据

Z世代领衔宠物医疗服务消费，女性养宠人消费更突出

成长于互联网时代的95后是线上宠物医疗服务消费主力，女性养宠人的消费占比显著高于男性，95后女性养宠人的消费更为突出。

MAT2019

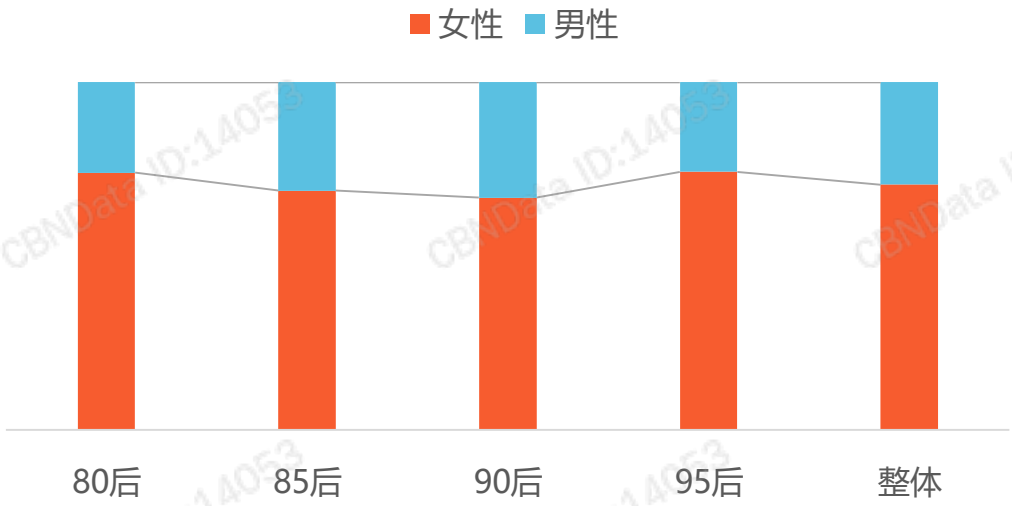
线上宠物医疗服务各代际消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019

线上宠物医疗服务各代际男/女性消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

在线问诊咨询和线上服务预约为养宠人提供了崭新问诊服务体验

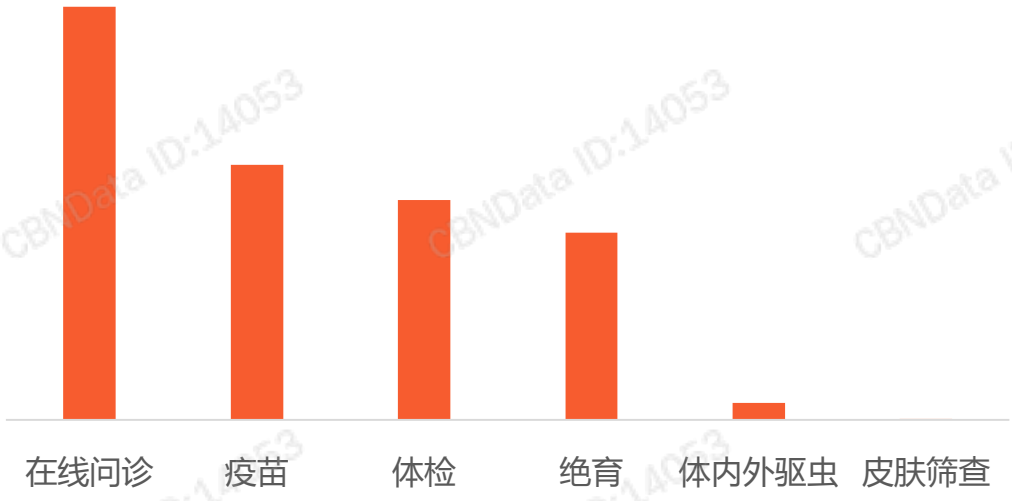
当宠物出现身体不适及问诊需求时，养宠人如今有了线上寻求咨询的意愿。在线问诊提供了及时、便捷的服务，是宠物医疗服务消费行业的重点消费；同时宠物疫苗、体检、绝育等原本线下的服务，也正走向O2O模式。

2019 线上宠物医疗服务搜索关键词



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：根据关键词搜索pv整理，词云大小代表提及率高低

MAT2019 线上宠物医疗服务细分品类消费占比



数据来源：CBNData消费大数据



04

趣味数据

CBNData ID:14053

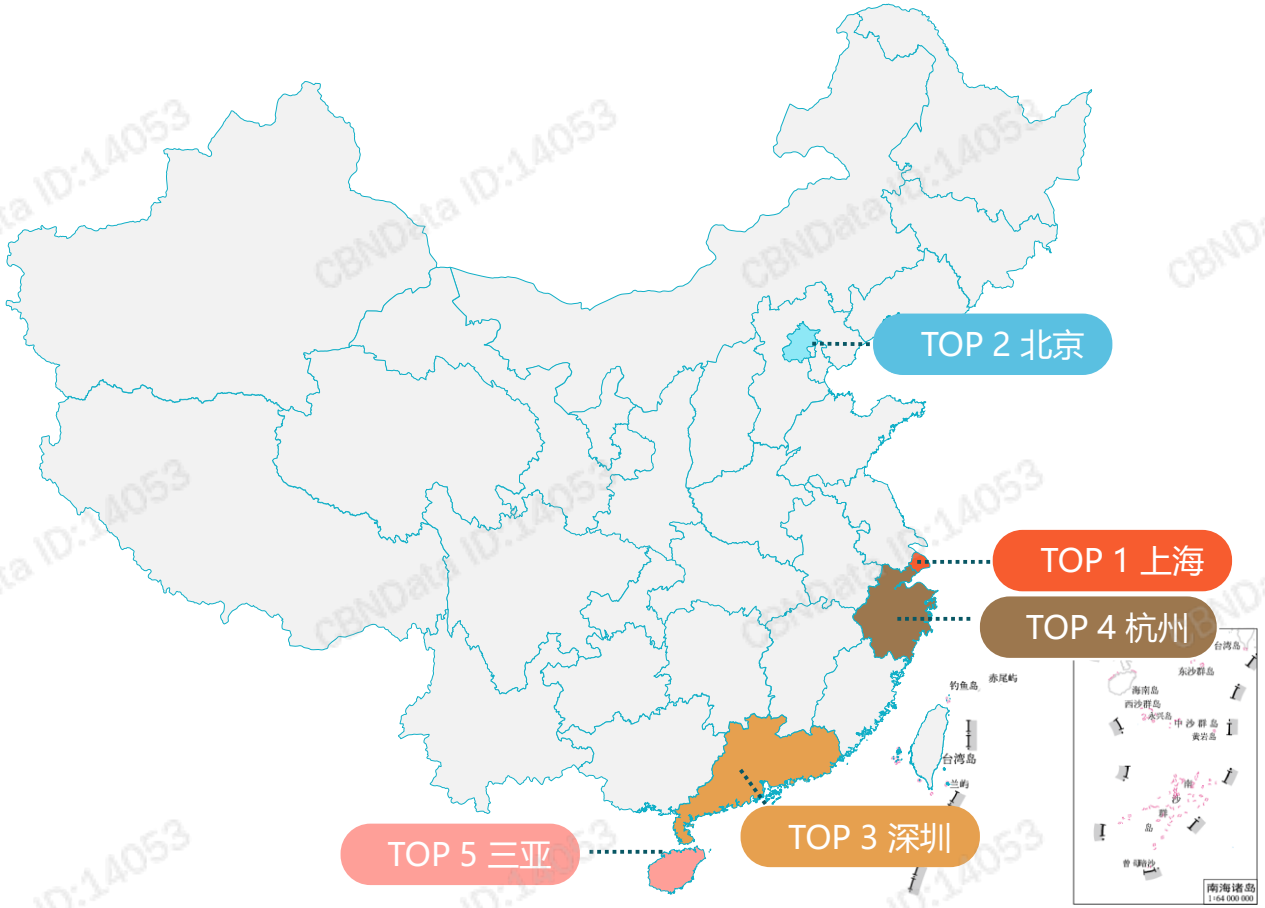
哪个细分品类最受“眷顾“?

MAT2019
线上宠物医疗消费细分品类消费频次排名榜单

TOP 1	调理肠胃
TOP 2	美毛护理
TOP 3	驱虫药
TOP 4	补钙健骨
TOP 5	强化免疫
TOP 6	奶粉/液态奶

数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：仅计算宠物药品和宠物保健品的细分品类

对宠物主子的健康守护，哪个城市最“壕气”？



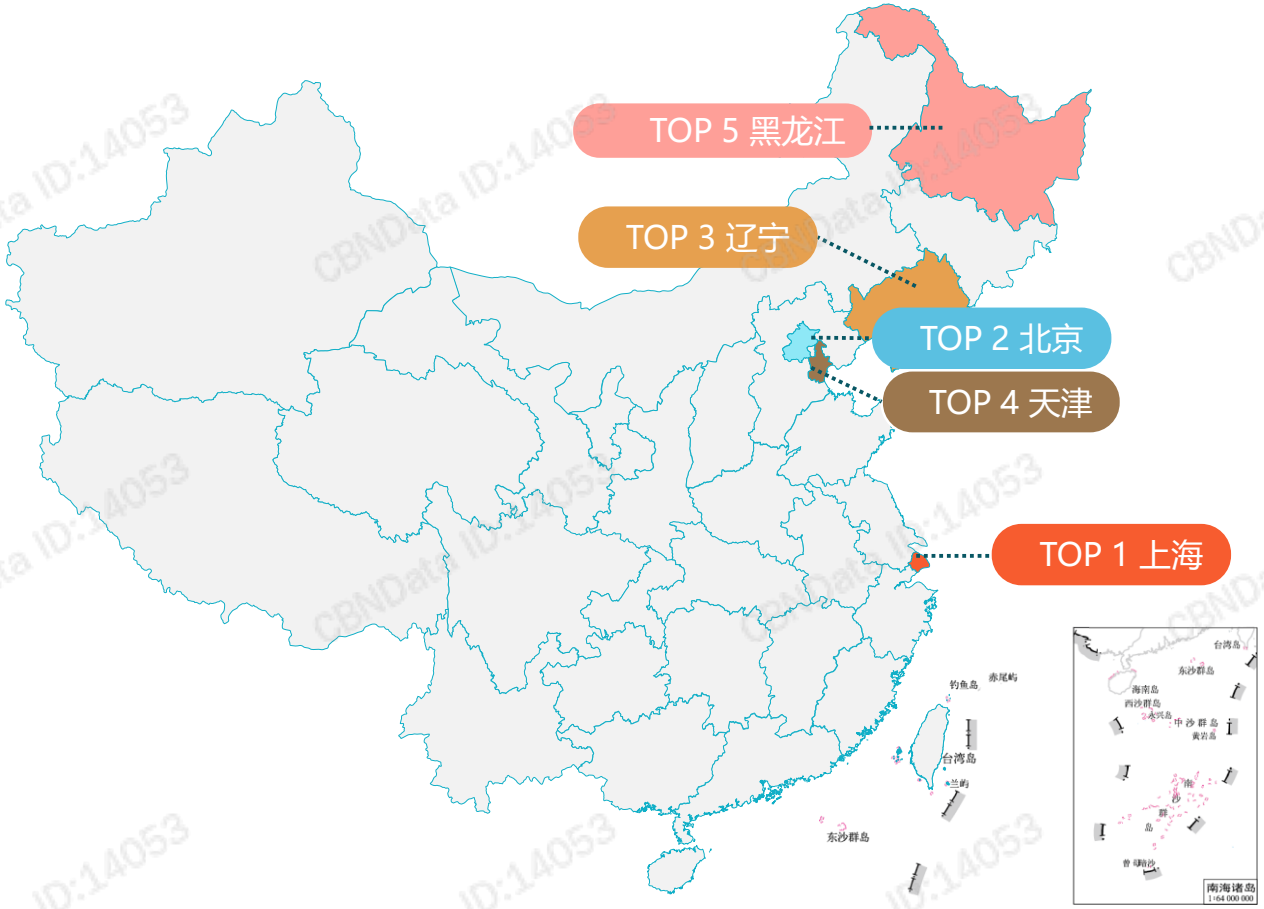
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 线上宠物医疗人均消费城市排名

TOP 1	上海市
TOP 2	北京市
TOP 3	深圳市
TOP 4	杭州市
TOP 5	三亚市
TOP 6	南京市
TOP 7	厦门市
TOP 8	珠海市
TOP 9	长沙市
TOP 10	武汉市

CBNData ID:14053

对宠物主子的健康守护，哪个省份爱“剁手”？



MAT2019 线上宠物医疗
人均商品消费数量省份排名

TOP 1	上海
TOP 2	北京
TOP 3	辽宁省
TOP 4	天津
TOP 5	黑龙江省
TOP 6	福建省
TOP 7	湖南省
TOP 8	广西壮族自治区
TOP 9	广东省
TOP 10	海南省

数据来源：CBNData消费大数据

CBNData ID:14053

哪个星座对爱宠的健康呵护最“走心”？

MAT2019
线上宠物医疗消费规模星座排名

TOP 1	天枰座
TOP 2	天蝎座
TOP 3	狮子座
TOP 4	处女座
TOP 5	双鱼座

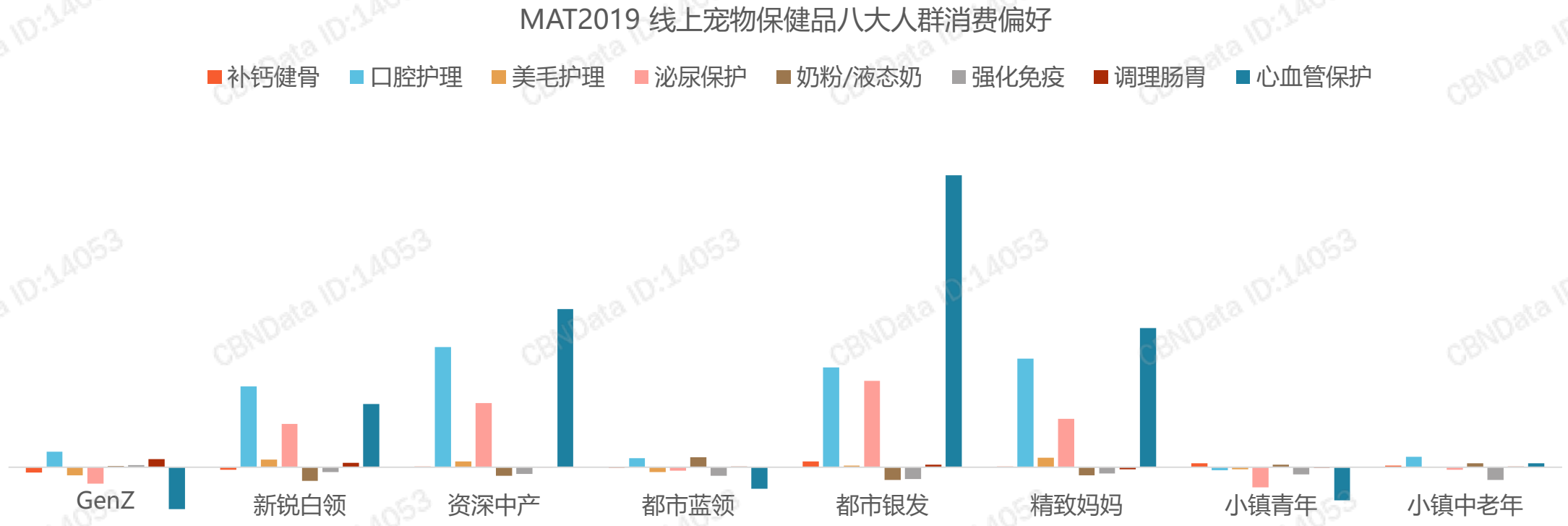
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019
线上宠物医疗消费潜力星座排名

TOP 1	摩羯座
TOP 2	射手座
TOP 3	天枰座
TOP 4	双鱼座
TOP 5	处女座

数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：消费潜力以消费规模增速计算

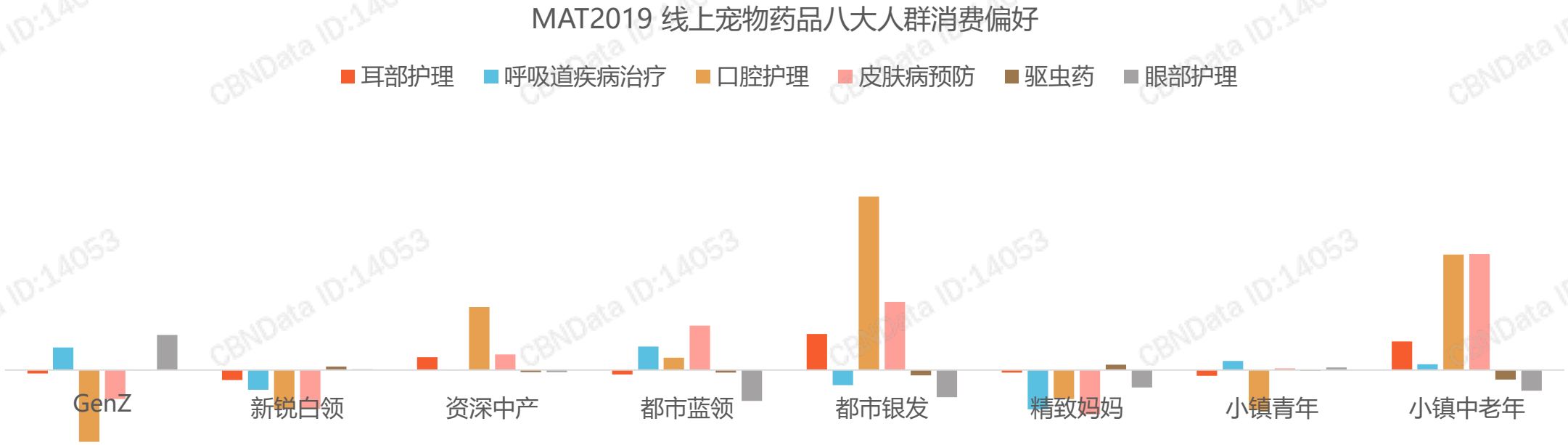
附录：八大人群线上宠物保健品消费有何偏好？



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：消费偏好以TGI计算，TGI=某人群某细分品类的消费占比/整体该品类消费占比-1，大于0表示偏好，小于0表示不偏好

附录：八大人群线上宠物药品消费有何偏好?



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：消费偏好以TGI计算，TGI=某人群某细分品类的消费占比/整体该品类消费占比-1，大于0表示偏好，小于0表示不偏好

DATA COVERAGE
数据说明

数据来源： CBNData消费大数据
CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：
如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市；
数据时间段: 2016.10.1-2019.09.30
MAT2017: 2016.10.01-2017.09.30
MAT2018: 2017.10.01-2018.09.30
MAT2019: 2018.10.01-2019.09.30
人群标签：基于消费者在平台上一年消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION

版权声明

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US

关于我们

联系我们：Data@dtcj.com
商务合作：BD@dtcj.com
加入我们：JOB@dtcj.com

第一财经商业数据中心介绍：

关于第一财经商业数据中心（CBNData）第一财经商业数据中心（CBNData）成立于2015年，是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的消费大数据研究机构、数据传播服务商和金融资讯运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，CBNData以科技为驱动，以场景为延展，面向市场全面输出数据服务、内容服务、整合营销服务、MCN整合运营服务四大核心能力。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

FOLLOW US

关注我们

更多数据 扫码关注



CBNData官网



CBNData官方微信号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察