

宠物食品行业趋势 报告



蜜蜂内参

不要错过**让你洞察**整个商业世界的蜜蜂内参

每日精选资料给您

不定期分享顶级外文期刊

扫码免费入群

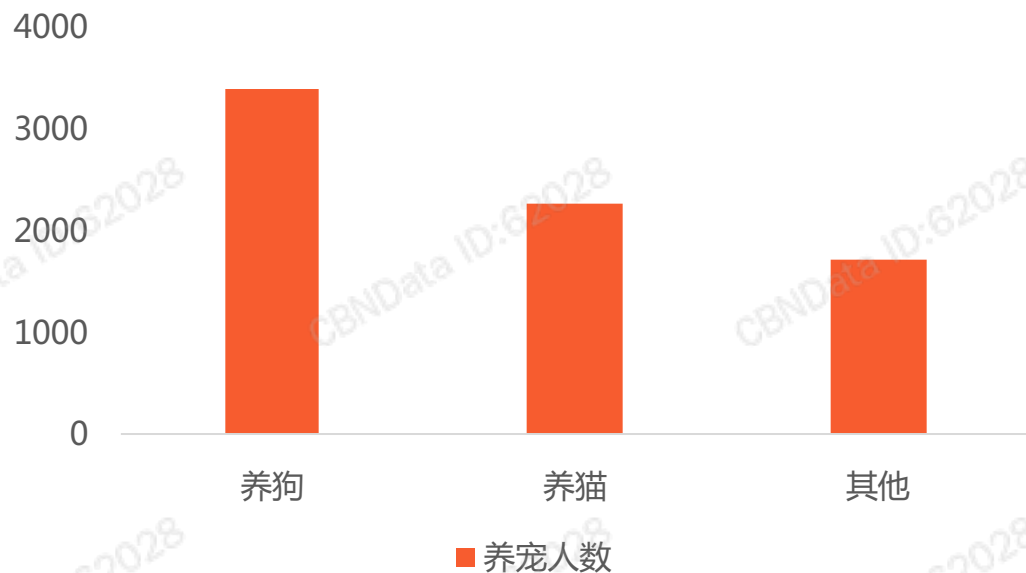
蜜蜂学堂



吸猫遛狗风行，带动线上“宠物经济”持续爆发

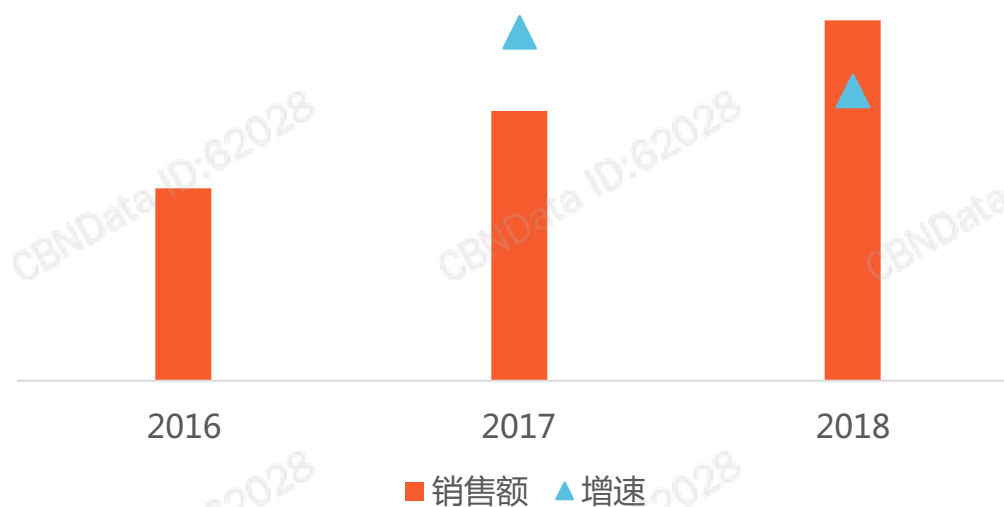
2018年中国城镇养宠用户已经达到7355万人（含水族），其中城镇养狗、养猫人数达5648万，养狗的人依然占多数，达到3390万人，猫主人为2258万人，由宠物消费带来的“宠物经济”、“它经济”，成为新消费时代的特征之一。与此同时，线上宠物食品消费趋热，近两年市场规模保持高速增长态势不断提升。

2018年中国城镇养宠用户规模



资料来源：《2018中国宠物消费白皮书》

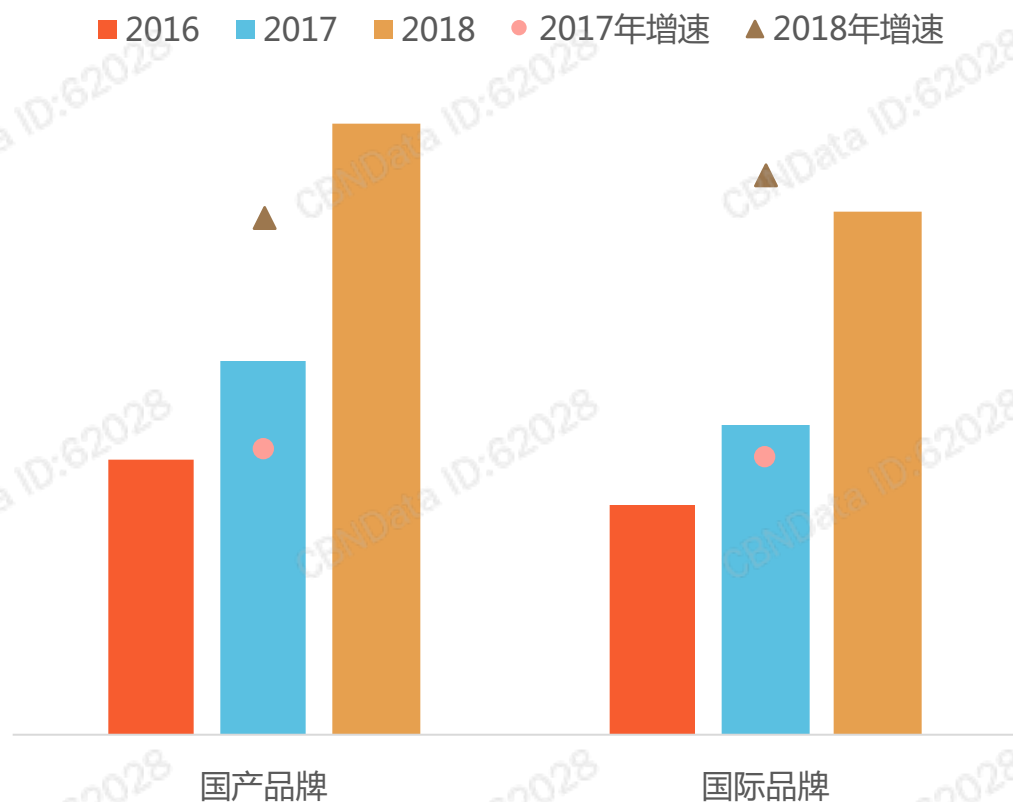
2016-2018宠物食品类目销售规模及增速



数据来源：CBNData消费大数据

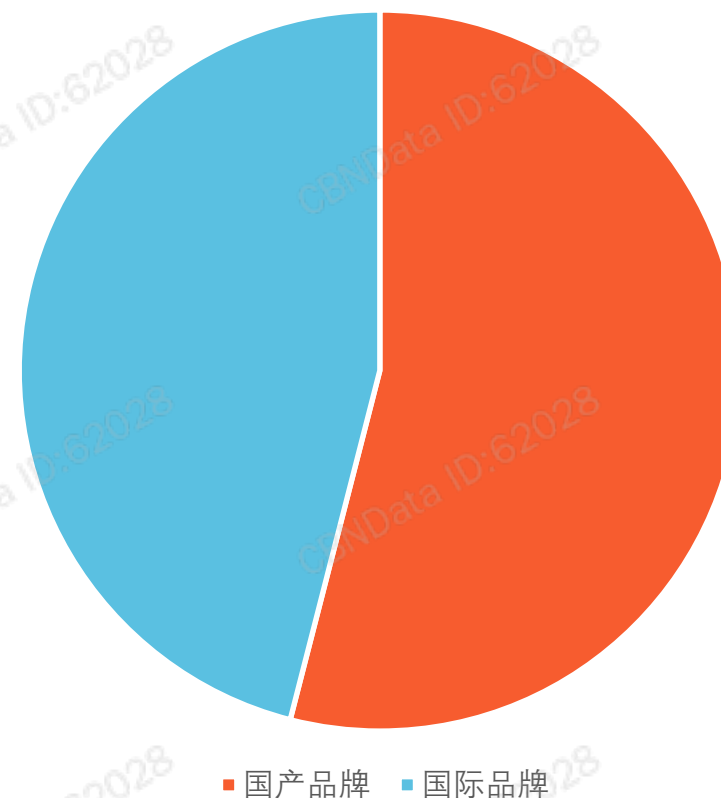
国产品牌宠粮消费持续升温，2018年国产品牌市场占比过半，且保持较高增长态势，国货品质逐步被铲屎官们认可。

2016-2018国产/国际品牌销售额和增速



数据来源：CBNData消费大数据

2016-2018国产/国际品牌宠粮销售额占比

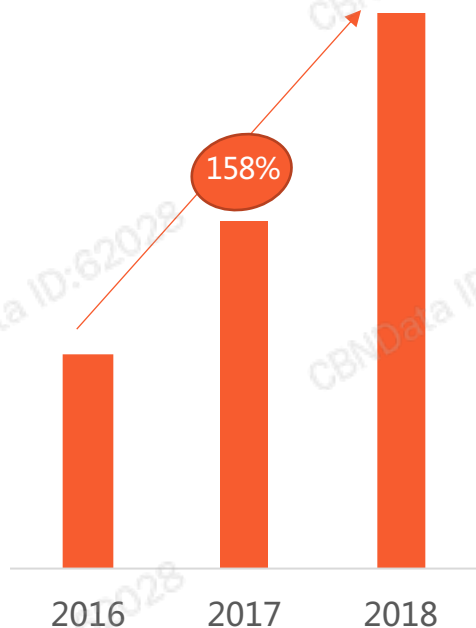


数据来源：CBNData消费大数据

无谷粮 | 五谷配方成为宠粮消费新趋势，人均年客单价超过整体2.2倍

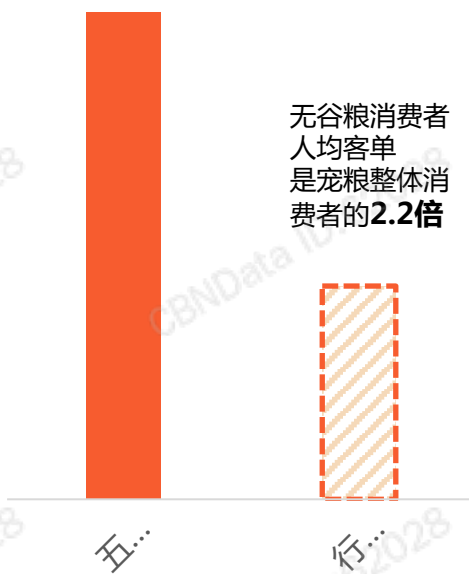
为了避免宠物因“谷蛋白”成分产生不耐受情况而导致过敏，养宠消费者对狗粮成分愈发关注。近三年来，高蛋白、低碳水化合物的无谷粮引发消费者线上购买热潮，人均年客单价超过宠粮整体220%，且销售金额持续提升，2018年无谷粮销售金额较2016年提升173%，市场潜力看好。

2016-2018无谷粮消费者人数变化



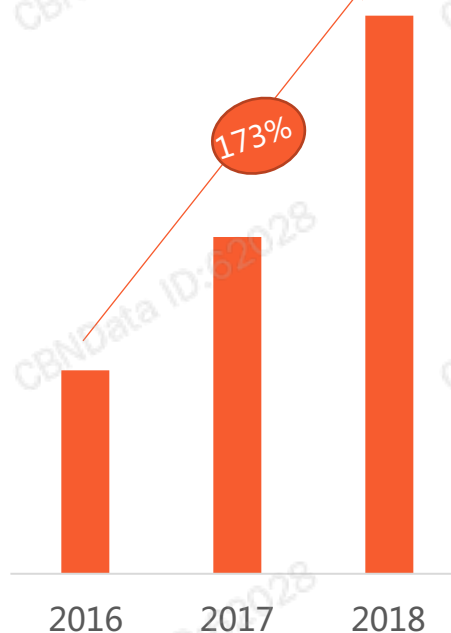
数据来源：CBNData消费大数据

2018年无谷粮客单价 vs 宠粮整体客单价



数据来源：CBNData消费大数据

2016-2018年无谷粮销售金额趋势



无谷粮代表品牌 | ZIWI (滋益)

- 不含猫犬无法消化的碳水化合物
- 低温风干，锁住食材营养成分
- 成分升级，96%肉含量+2%卵磷脂维生素、矿物质
- 食材标准达到人食级别

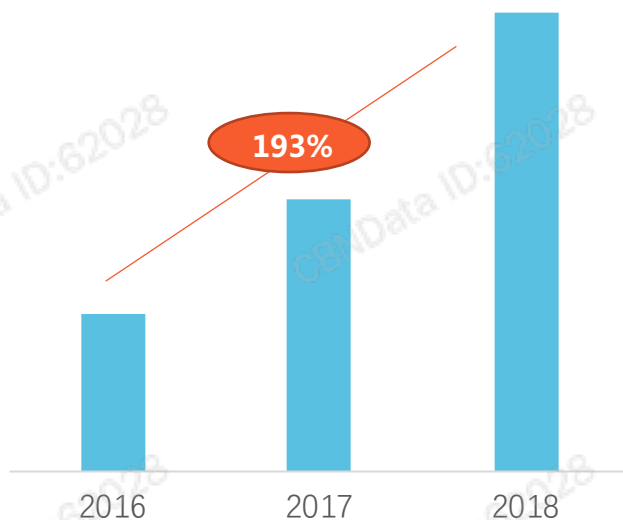


数据来源：CBNData消费大数据

全价湿粮 | 全年龄段湿粮逐渐成为主粮新选择

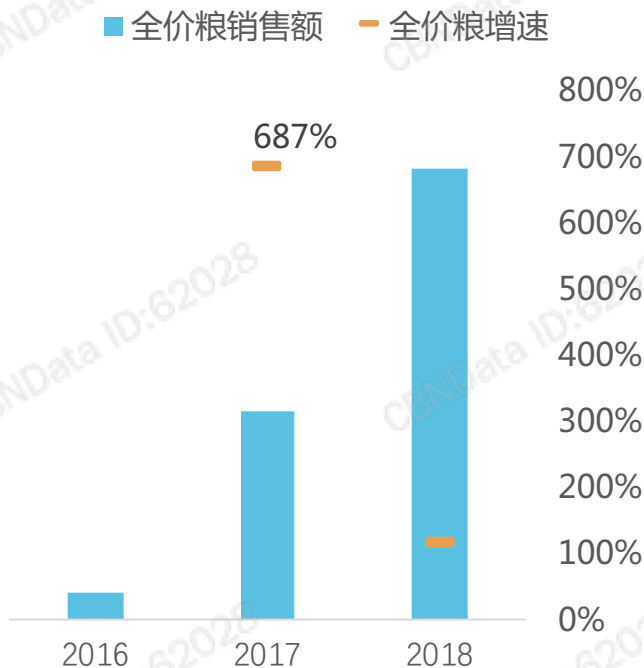
消费者对湿粮购买需求逐年提升，2016-2018年湿粮销售规模逐步提升，2018年湿粮销售额较2016年提升193%；与此同时，适用于宠物成长各阶段的全价粮在2016-2017年发生指数级增长，2018年销售规模仍呈现大幅度持续增长趋势。

2016-2018年湿粮销售额及增速



数据来源：CBNData消费大数据

2016-2018年全价粮销售增速



备注：近3年时间维度为2015.07-2018.06

数据来源：CBNData消费大数据

全价湿粮代表品牌 | 比瑞吉

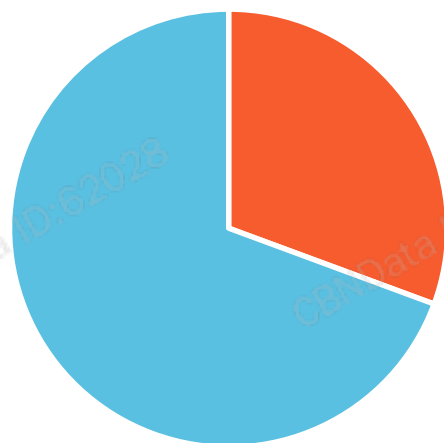
- 91%高肉含量（去汤固形物），满足宠物食肉天性
- 富含水分，降低宠物泌尿患病风险
- 营养全面，满足宠物成长各阶段营养需求
- 无谷配方，呵护猫咪肠胃
- 利乐佳环保包装



定制营养 | 为爱宠提供精准营养，定制粮越来越受消费者欢迎

消费者对宠粮选择越来越有针对性。不同体型、不同品种以及不同阶段所需要的营养元素均有不同。数据显示，针对狗狗体型大小专用的定制狗粮要比通用型狗粮更受消费者欢迎，且销售增速远高于通用型狗粮。针对猫咪不同成长阶段的定制型猫粮呈现较为明显的销售增长趋势，2018年幼猫猫粮销售额较2016年提升80%以上。

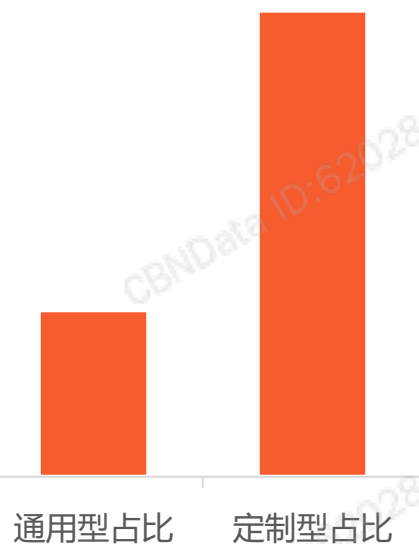
2018年通用型犬粮vs
体型定制犬粮销售占比



■ 通用型占比 ■ 定制型占比

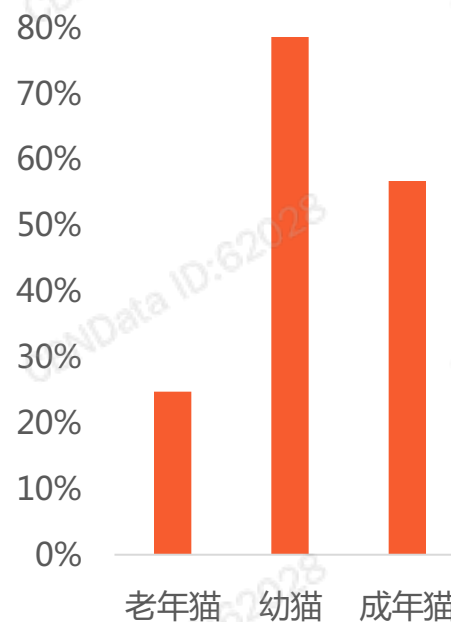
数据来源：CBNData消费大数据

通用型犬粮vs体型定制
犬粮销售增速



数据来源：CBNData消费大数据

2018对比2016不同阶
段猫粮销售增速



数据来源：CBNData消费大数据

定制营养代表品牌 | 皇家

- 根据不同宠物品种生理特点量身定制，引导用户科学养宠
- 根据成长阶段精准定制营养方案，满足宠物在不同阶段各项营养需求
- 精心定制全球200多种营养配方以精确满足各种要求

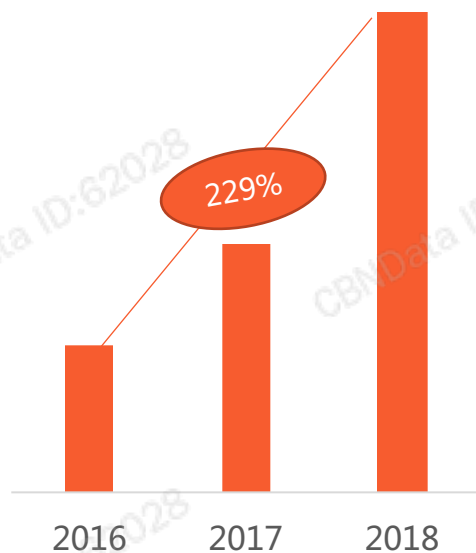


数据来源：CBNData消费大数据

功能粮 | 贴心呵护爱宠，功能宠粮逐渐成为黑马

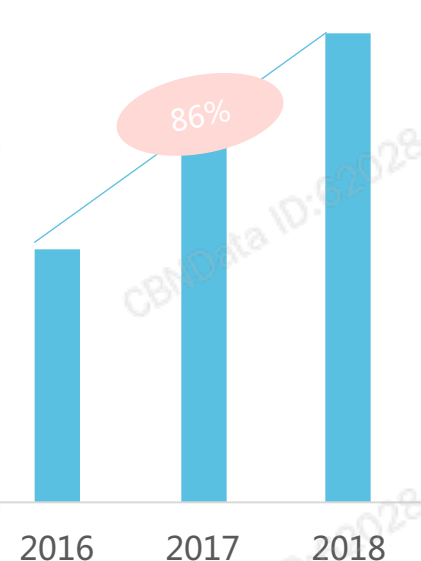
宠粮功能不断细分，如针对绝育和孕期特殊护理需求的功能宠粮出现，且得到消费者的广泛认可。2018年绝育呵护功能粮销售额较2016年提升229%，孕期专用功能粮销售额较2016年提升86%。其中，以功能粮为代表的宠物食品品牌冠能进驻天猫平台后受到消费者高度青睐，线上销售规模呈爆发式增长。

2016-2018绝育呵护功能粮销售额趋势



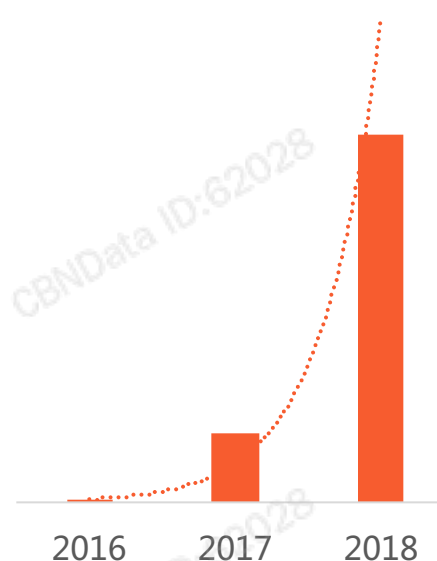
数据来源：CBNData消费大数据

2016-2018孕期专用功能粮销售额趋势



数据来源：CBNData消费大数据

2016-2018年冠能品牌销售额变化



备注：冠能在天猫、淘宝平台上销售额表现

功能粮代表品牌 | 冠能

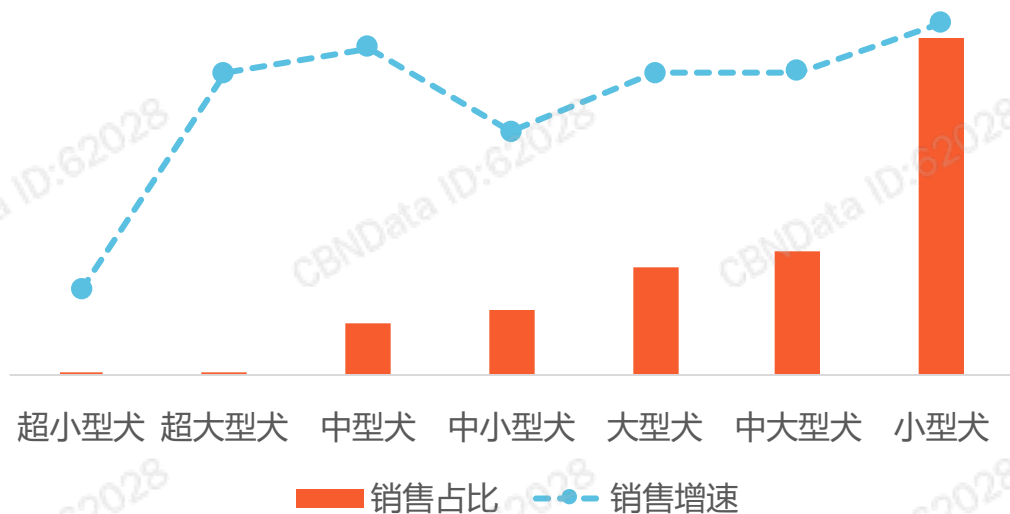
- 重视原料及营养素
严格挑选适合爱犬的动物蛋白及各种营养素
- 专注科学
品牌拥有超过85年的宠物食品研发经验，遍布全球的研发机构，超过400位科学家
- 功能全面
针对消化、肠胃呵护、改善毛发、关节保护、体重控制、皮肤敏感和绝育护理提供专业宠粮



小型犬专用粮 | 小型萌宠最受欢迎，小型犬专用宠粮消费趋热

不同体型狗狗来看，小型犬消费金额占比最高，可见养宠爱好者对小型萌宠偏好更高，小型犬粮销售额同比增速遥遥领先其他宠粮，为中小型犬定制的宠粮随之应运而生，如玛氏集团旗下宝路品牌，设有多款专为中小型犬粮的产品。

2018不同体型犬粮销售额占比及同比增速



注：不包含全阶段

数据来源：CBNData消费大数据

小型犬专用粮代表品牌 | 宝路

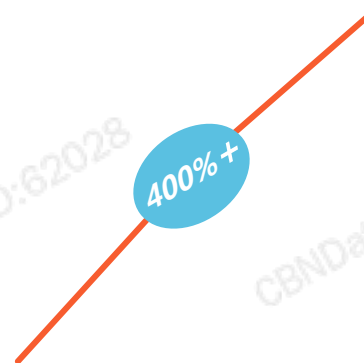


- 小型犬专属狗粮
- 特别添加“Zn-BLin”健康皮毛因子，呵护狗狗皮毛健康
- 松脆颗粒，摩擦牙齿减少牙垢积累
- 小颗粒设计，更适合小型犬下颚，易摄食

迎合消费新需求，品牌上线小包装带动销售、新客双增长

近两年小包装市场崛起，皇家、玛氏等宠物食品品牌针对新的消费需求推出小包装狗粮和猫粮。希宝在2018年5月底上线单包规格为16g和48g的小包装猫零食，针对幼猫和成猫合理控制喂养用量，上线3个月销售增长超过400%，且能够持续带动新客转化，拉新效果十分显著。

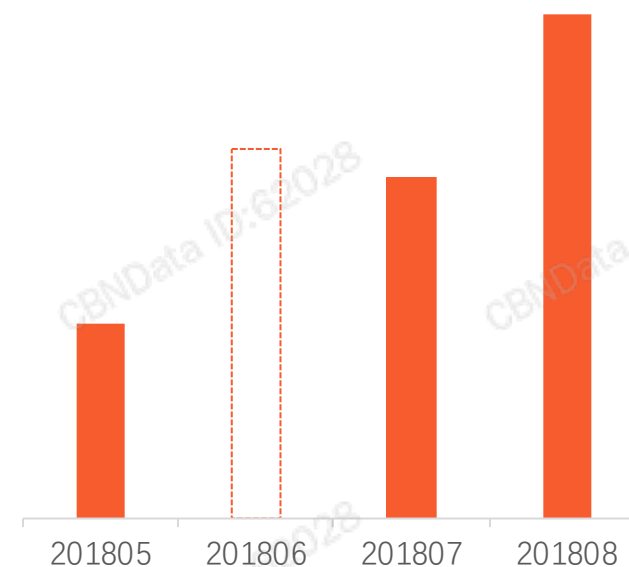
希宝小包装猫条上新后3个月销售趋势



201806 201807 201808

数据来源：CBNData消费大数据

希宝小包装猫零食上线前后品牌新客占比变化



数据来源：CBNData消费大数据

洞察用户特征，宠粮×潮牌圈粉Z世代养宠人群

数据发现，宠粮消费者偏好购买街头/运动/复古和欧美/嘻哈风格等潮流服装，年轻一代铲屎官对潮牌服装偏好极高。在行业支持下，雀巢普瑞纳旗下高端宠粮品牌丝倍亮首次尝试跨界合作，基于Z世代消费者特征洞察，与国民潮牌INXX进行跨界产品打造，推出联名款潮搭、宠物潮装，圈粉Z世代养宠人群。

宠粮消费者
女装风格偏好

韩版

街头

运动休闲

复古

森系

宠粮消费者
男装风格偏好

韩版

欧美

清新

嘻哈

运动



×



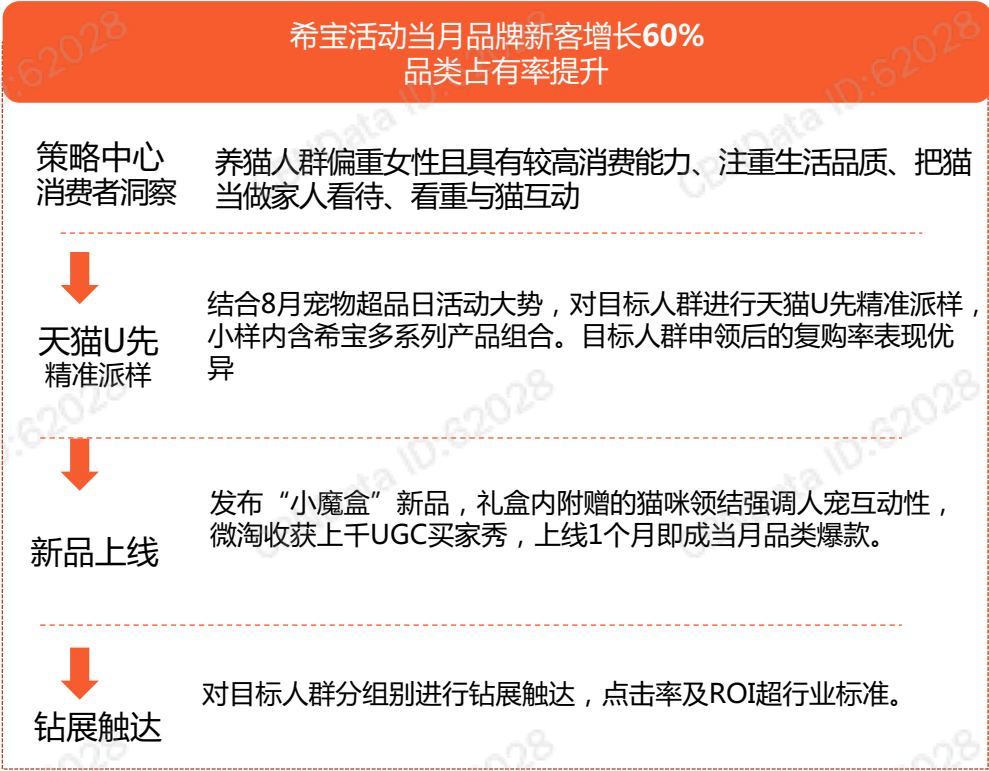
澳洲国民狗粮——丝倍亮抓住Z世代消费者的群体特征，与国民潮牌INXX进行跨界产品打造，推出联名款潮搭、宠物潮装，并登陆上海时装周完成首秀。在为品牌赢得声量，提供新增长点的同时，在年轻消费者中圈粉无数。

数据来源：CBNDATA消费大数据

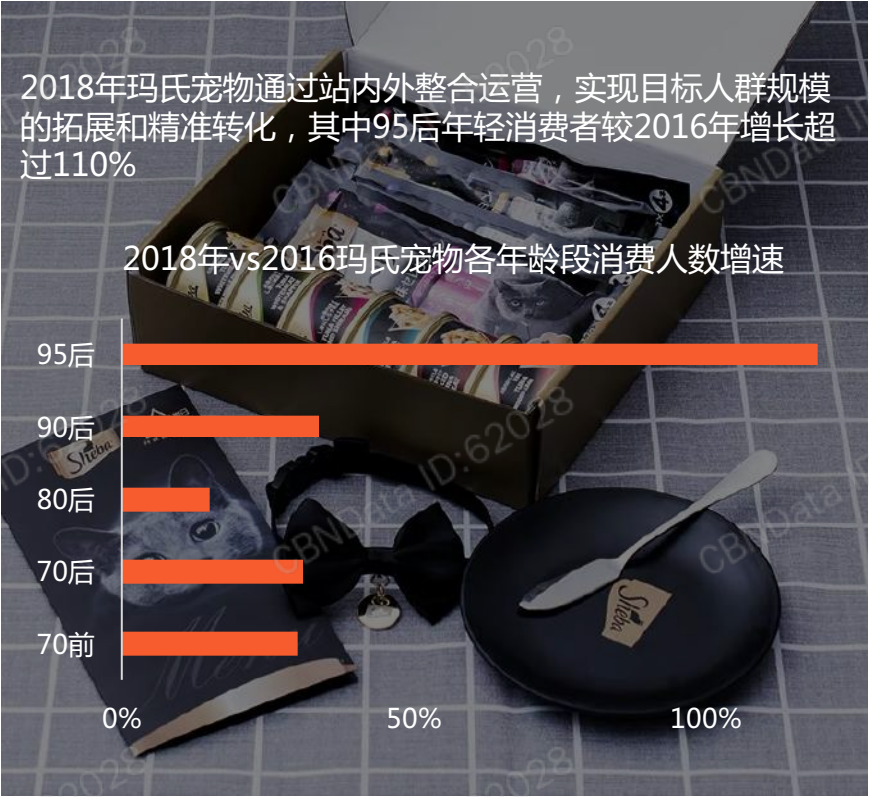
阿里巴巴营销工具在宠物行业利用率加大

阿里巴巴顺应电商发展趋势，不断推出针对用户洞察、精准营销的定制化产品，满足各个品牌的个性化需求。

玛氏宠物旗下高端品牌希宝通过策略中心对消费进行洞察，精准定位品牌目标人群，利用有效的多样方法实现人群种草转化。



资料来源：玛氏宠物食品



数据来源：CBNData消费大数据

重视私域运营，皇家通过微淘圈粉忠实用户

皇家宠物食品将微淘视为重要内容营销阵地之一，根据用户兴趣偏好推送优质图文和短视频，粉丝规模增长已突破110万。

优质买家秀

小猫能和漂亮的小姐姐一起生活一定非常开心！

唐***5: 哈哈 小猫从捡回家到现在五个月了一直吃的都是皇家的幼猫粮 挺好的 还有这个猫屋...



7062阅读 11 73

用户真实评价
吸引粉丝阅读、进店以及加购

场景化短视频

Health is unique to every breed! 养猫很好玩的，每天回到家，个个来腻着你，真的每天都不想上班，有种从此君王不早朝既视感！



1.7万阅读 2 11

萌宠出镜科普养宠知识
提升粉丝阅读兴趣

原创图文

#懂它才能更爱它#网友分享一只得了白痴风的小猫咪，幸运的是除了毛色以外对他的身体没有别的影响。皇家室内成猫粮可以帮助呵护喵的健康哟~



9308阅读 26 96

微淘图文保持原创性
轻松文风和萌宠主题

有奖互动

一等奖 9人获奖 皇家定制宠物背包

星辉***微笑	倔强***软糖	qu***g8
孜***4	宝贝***00	小猫***咪咪
迷离***界颜	t***14	丁丁***当儿

二等奖 4人获奖 小佩宠物车载安全带

ro***ty	tb***76	平淡***09
可爱***15		

三等奖 7人获奖 皇家宠物钢丝梳

我们***90	55***茵茵	5和***平安
5***楚	猫儿***u乖	li***00
小关***09		

定期推送有奖活动
增加粉丝粘性

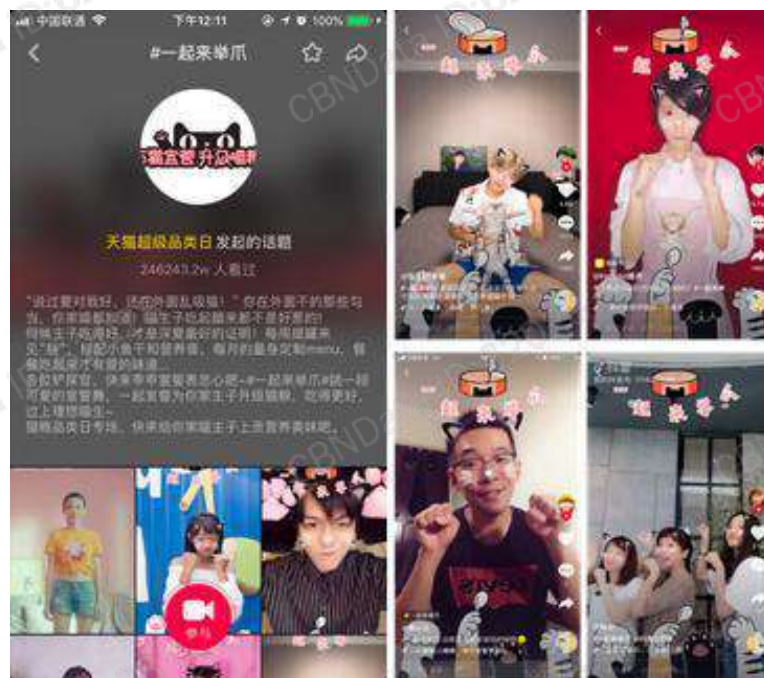
皇家宠物食品旗舰店微淘粉丝突破110万，粉丝规模年增长幅度41 %

资料来源：皇家宠物食品旗舰店

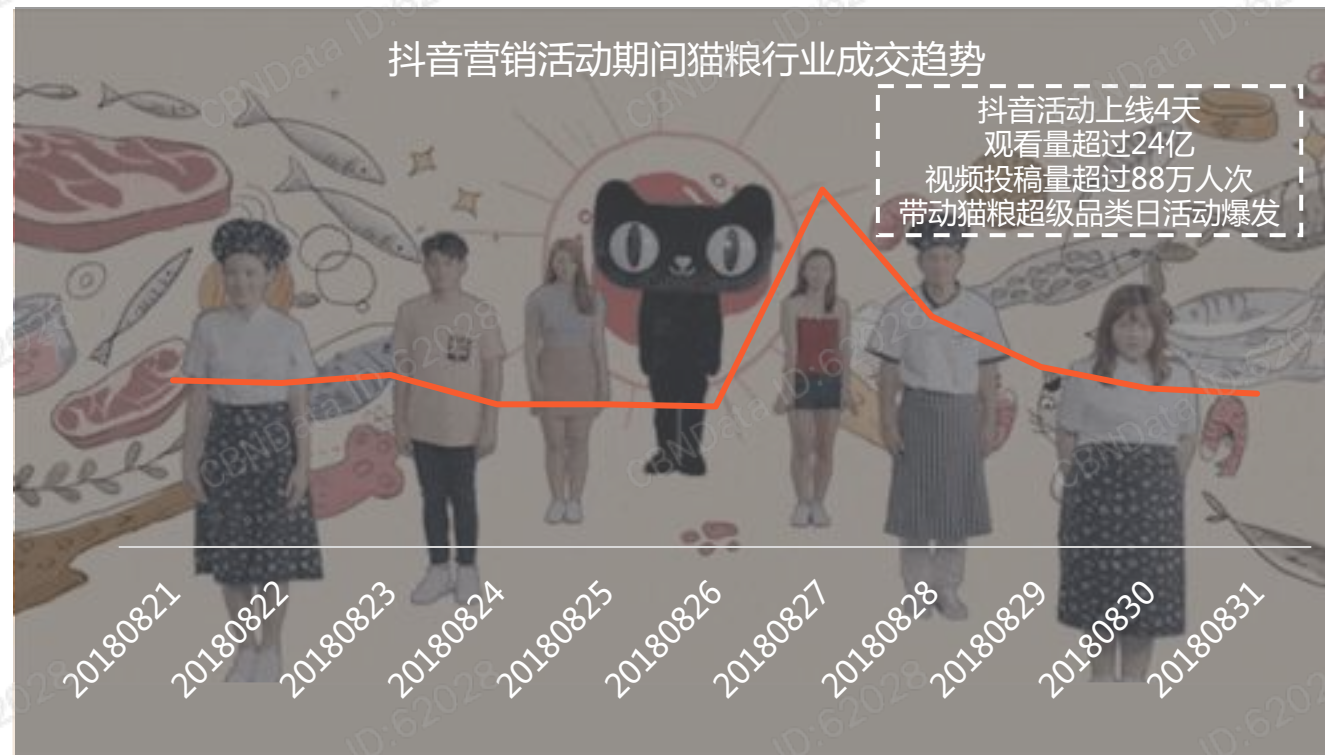
88万用户参与抖音互动，带动猫粮超级品类日销售爆发

2018年猫粮超级品类日期间，天猫从宠物视角出发，改编神曲并制作主题MV，衍生出适合传播的「喵喵宣誓舞」，通过抖音挑战赛、宣誓H5、KOL参与宣誓证言引发消费者互动，鼓励和呼吁更多铲屎官关注猫咪的膳食营养和健康成长。

#一起来举爪#抖音上线4天，观看量超过**24亿**，视频投稿量超过**88万**人次，吸引大量消费者积极参与互动。



喵喵宣誓舞引发线上用户积极参与



数据来源：CBNData消费大数据及网络公开资料

白富美最爱猫粮榜单？



白富美最爱狗粮榜单？



数据来源：CBNData消费大数据

90后吃货最爱猫粮榜单？

No.1 ROYAL CANIN/皇家

No.2 MYFOODIE/麦富迪

No.3 whiskas/伟嘉

No.4 伊纳宝

No.5 Wanpy/顽皮

90后吃货最爱狗粮榜单？

No.1 MYFOODIE/麦富迪

No.2 NAVARCH/耐威克

No.3 Nature Bridge/比瑞吉

No.4 Pedigree/宝路

No.5 ROYAL CANIN/皇家

数据来源：CBNData消费大数据

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年-2018年

数据清洗逻辑：购买产品 ≤ 20 袋， $10 \leq$ 单笔订单 ≤ 2000

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

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

报告作者：

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：

第一财经商业数据中心（CBNData）是基于大数据进行智能化商业研究咨询与整合营销传播的战略数据平台，依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。CBNData以商业数据报告/微报告、数据指数、定制化咨询等为核心产品，输出消费行业的全景分析以及面向企业和消费者的深度数据洞察；同时通过数据可视化、原生内容、活动、培训、视频/直播等形式拓展数据研究的业务边界，丰富数据商业化的应用场景，以数据加媒体的倍增效应，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



CBN DATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察