

直播

宠物

消费

# 2021中国宠物 精致消费图鉴

CBNDATA  
第一财经商业数据中心

× 淘宝直播 ONMAP®  
- 消费者和行业趋势探索器 -

© 2021 CBNDATA. All rights reserved.



# 目录

# TABLE OF CONTENTS

01

宠物市场概述

02

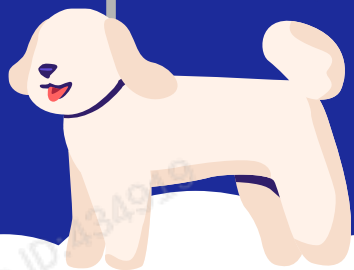
养宠人群概览

03

直播间带动的  
宠物消费

04

宠物消费的4大  
新趋势



01

# 宠物市场概述

# 资本方纷纷入局宠物赛道，重点布局医疗智能领域，助力赛道头部品牌成长

近三年宠物行业披露融资金额规模实现2.5倍增长，资本重点布局领域囊括宠物医疗、智能设备、生活服务。传统快消费品牌在宠物医疗服务等领域进行资本涉足，如玛氏投资瑞派宠物医院。小米、腾讯对于数字化宠物生活较为关注，分别在智能设备（猫猫狗狗）、宠物综合服务平台（宠物家）有投融资举措。小佩、新瑞鹏宠物医疗在资本入局趋势下成长为赛道头部品牌。

MAT2019-2021宠物行业已披露融资规模



年份	日期	投资方	融资企业	所属赛道
2019	2019年9月20日	小米集团	猫猫狗狗	宠物智能设备
	2019年12月5日	玛氏	瑞派宠物医院	宠物医疗服务
2020	2020年9月18日	坤言创投等	小佩	一站式宠物消费平台
	2020年9月29日	腾讯投资等	新瑞鹏宠物医疗	宠物医疗服务
2021	2021年1月12日	元昆创投	萌它	宠物生活服务门店
	2021年6月4日	腾讯投资	宠物家	宠物综合服务平台

## 线上渠道成宠物行业增长有力引擎，直播引导宠物消费近一年同比增长达2倍

宠物市场总体规模逐年增长。2018年至今，宠物相关注册企业数量实现3倍增长，截至2020年底超过37万家。近三年线上宠物消费受消费人数增长及客单价驱动，消费规模增长达1.5倍。直播引导宠物消费近一年同比增长达2倍。

2000-2020年全国年度宠物相关企业注册数量（家）



天眼查

MAT2019-2021线上宠物消费规模



CBNDATA消费大数据

大数据·全洞察

MAT2019-2021线上宠物消费规模增长归因

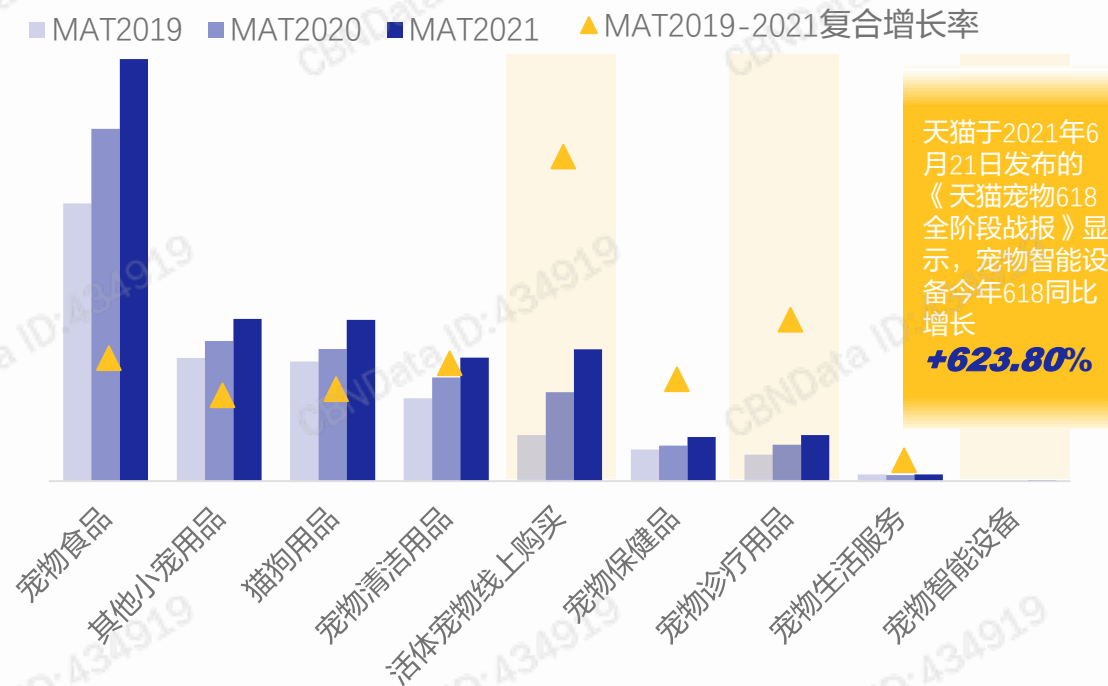


CBNDATA消费大数据

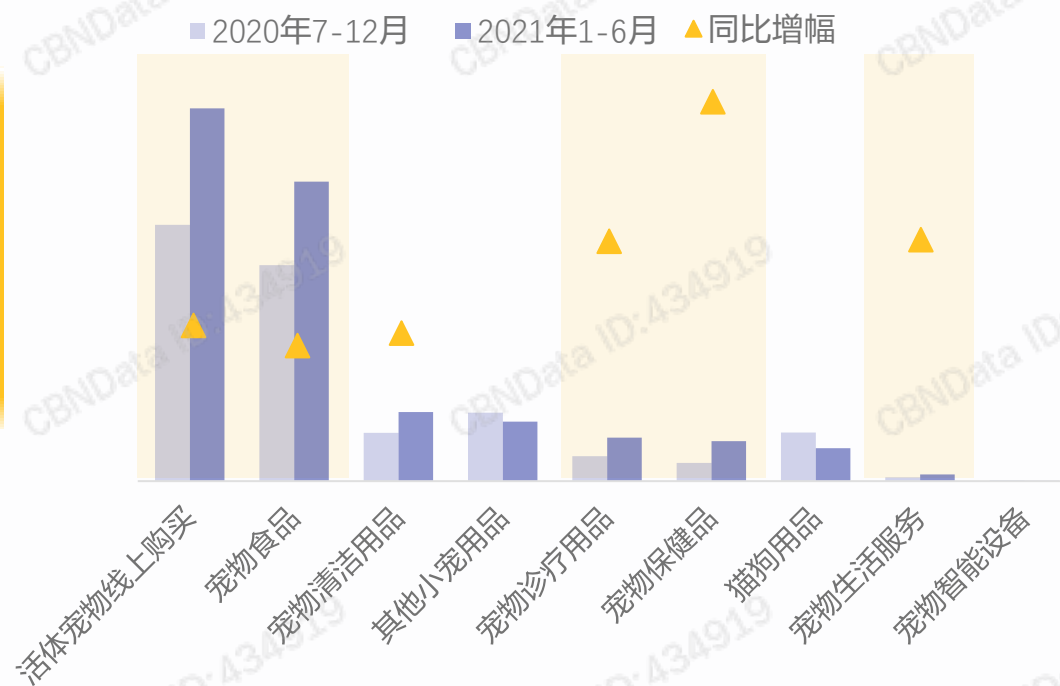
## 宠物食品仍占绝对消费主流，宠物智能设备、活体宠物线上购买增速显著

近三年，各品类线上宠物消费规模稳步扩大。从消费金额来看，宠物食品、宠物用品占据主要市场。宠物用品智能化趋势明显，线上活体宠物购买增长速度可观，直播间是线上活体宠物购买的重要赋能渠道。此外，随着科学养宠观念的深入人心，线上宠物诊疗成为潜力增长品类，宠物健康相关品类（诊疗、保健品）消费增速在直播间尤为显著。

### MAT2019-2021线上宠物市场分品类消费规模



### MAT2021直播宠物市场分品类消费规模



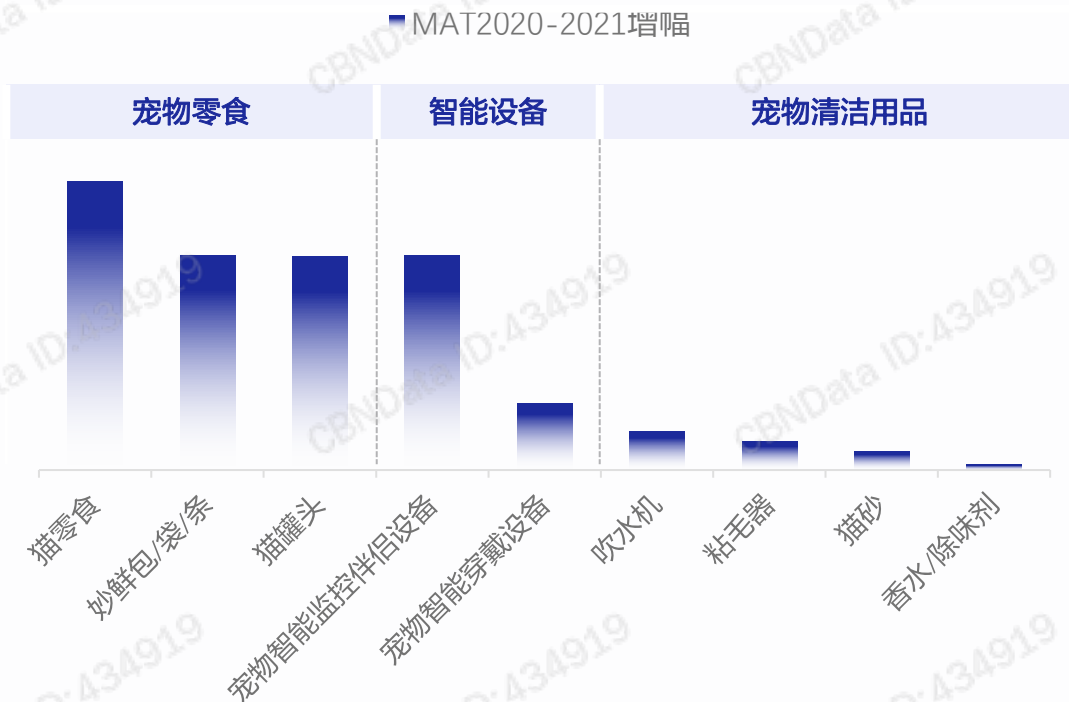
CBNData消费大数据  
猫狗、其他小宠用品含服饰与配件、玩具、日用品（不含清洁美容用品），不含智能设备；宠物清洁用品含美容用品



## 宠物零食、智能设备、清洁护理赛道高速增长

猫罐头、智能监控设备、猫砂、除味剂品类在近三年的增速处于头部水平。小米、美的等公司依托供应链生态，自主研发宠物智能用品。三只松鼠推出宠物子品牌养了个毛孩，目前已有零食、营养品、清洁用品。新锐品牌中，再三洗护产品、Pidan猫砂、帕特冻干零食均为各自细分品类中的佼佼者。

MAT2020-2021宠物零食、智能设备、宠物清洁头部增长品类



CBNData消费大数据



美的饮水机



小米智能摄像头



Pidan混合猫砂



养了个毛孩零食罐头



再三除臭剂



帕特冻干鹌鹑蛋黄

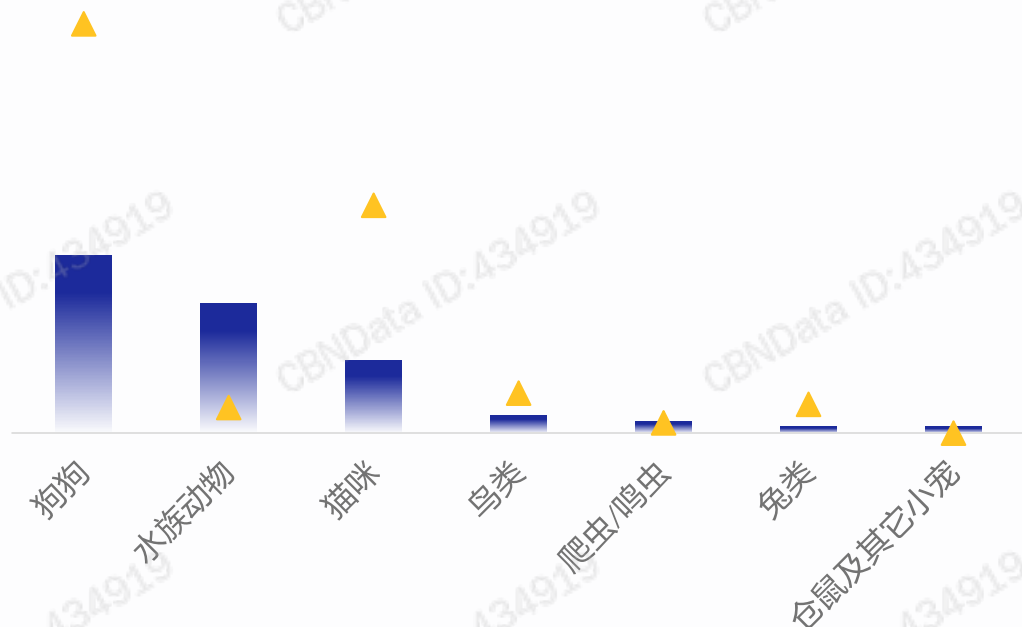
图片来源：品牌官网

## 宠物狗、猫增速领跑线上活体宠物购买消费，水族动物消费市场广阔

从消费规模占比来看，狗狗、水族动物、猫咪等活体宠物购买位居线上TOP 3，其中狗类、猫类线上购买增速远超其他品类。除猫狗之外的宠物用品消费中，水族动物用品消费规模最大。仓鼠类等小宠在线上购买上虽显小众，但相关用品消费规模展现出较强的增长趋势。

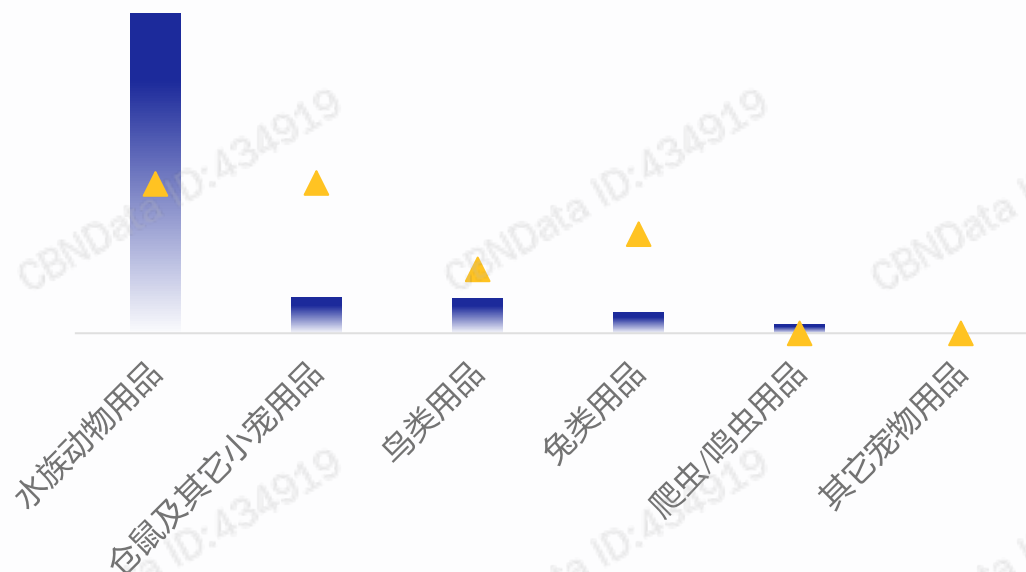
MAT2021线上活体宠物购买种类

■ MAT2021消费占比 ▲ MAT2019-2022增长幅度



MAT2021线上其他小宠用品消费细分品类

■ MAT2021消费占比 ▲ MAT2019-2021增长幅度



CBNData消费大数据；为便于呈现，MAT2019-2021增长幅度图示等比例缩小至原来的十分之一  
消费占比=各小宠线上购买消费规模/线上活体宠物消费规模

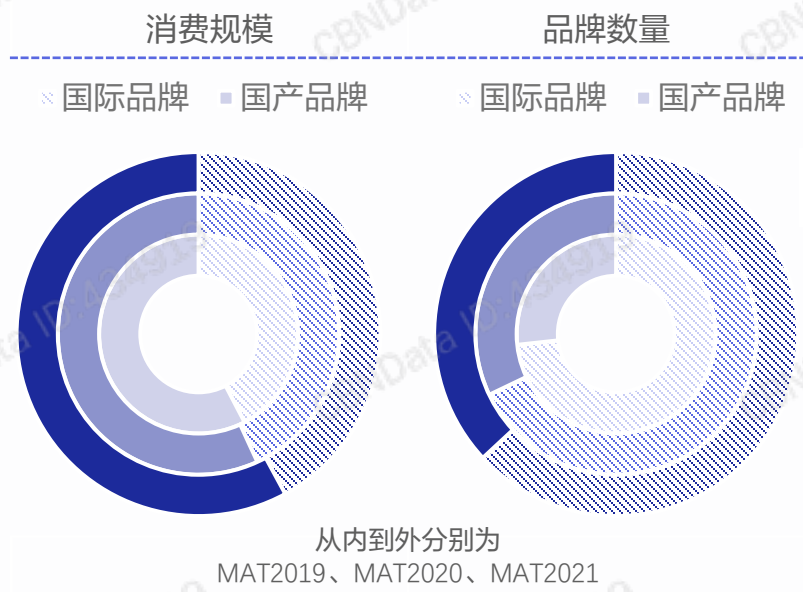
CBNData消费大数据  
消费占比=各小宠用品消费规模/线上其他宠物用品消费规模



## 国产宠物品牌总体消费规模逐年增长，国际品牌在宠物诊疗品类表现突出

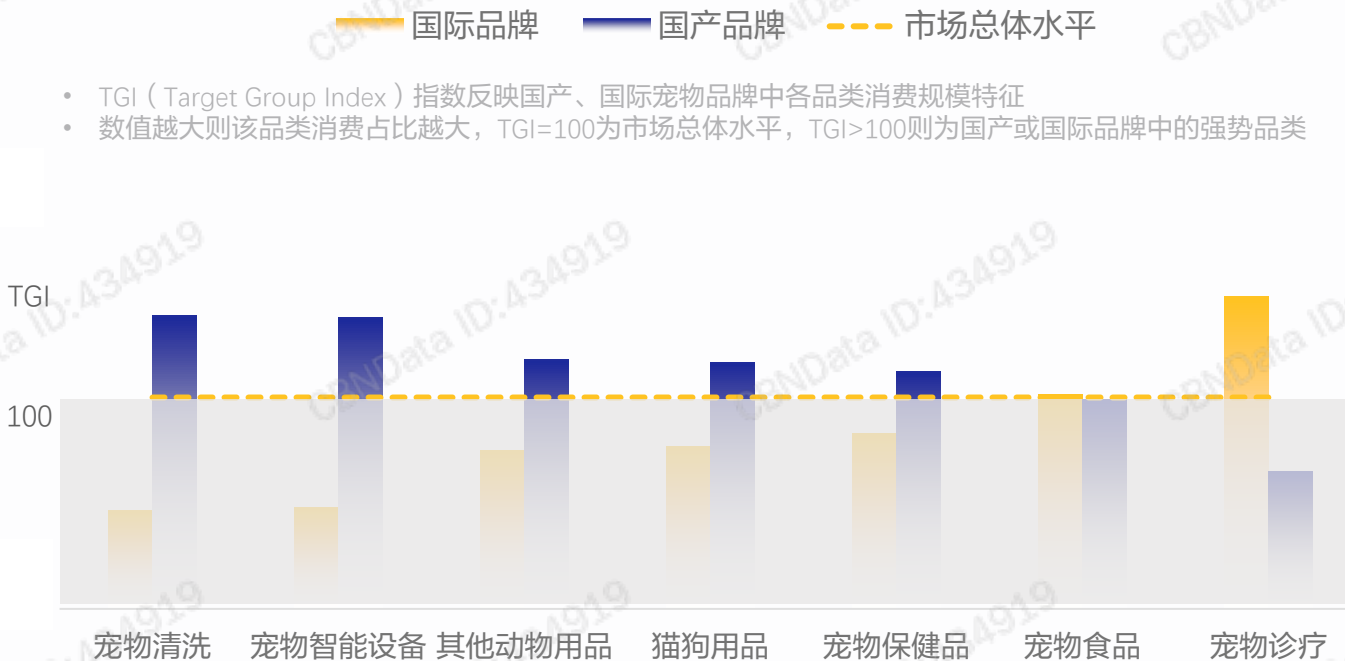
最近三年，国产品牌发展迅速，在数量、消费规模两个维度稳步提升，在国内宠物市场占据半壁江山。国产品牌在宠物清洗、宠物智能设备两个品类中优势明显。在相对高端的宠物诊疗领域，市场仍被国际宠物品牌主导。此外，国际、国产品牌在宠物食品领域平分秋色，国产宠粮还有较大发展潜力。

MAT2019-2021线上宠物品牌消费情况（分产地）



CBNData消费大数据

MAT2021国产、国际宠物品牌品类特征



CBNData消费大数据

国际 | 国产宠物品牌品类TGI=各品类在国际 | 国产品牌中消费占比/各品类在总体线上宠物市场消费占比\*100

02

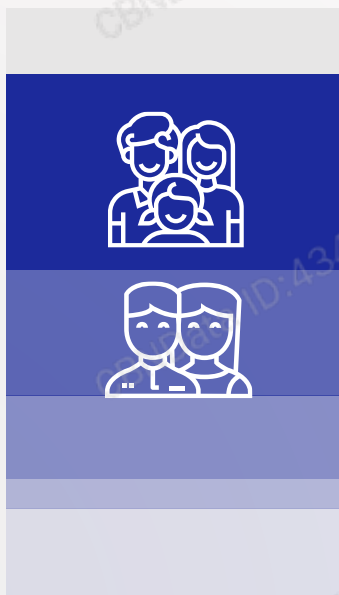
■ 养宠人群概览 ■

## 已婚人群成线上宠物主要消费力量，00后群体消费增速最高

线上宠物消费人群中，已婚群体（已婚未育、已婚已育）成为绝对主力，单身群体消费增速可观。90后、85后、95后是线上宠物主要消费人群。随着00后走入社会、70前陆续退休，两大群体展现出对宠物的陪伴渴求，消费增速明显。

MAT2021线上宠物消费人群人生阶段

■ 单身 ■ 恋爱期 ■ 准备结婚期 ■ 已婚未育 ■ 已婚已育 ■ 其他



CBNData消费大数据

MAT2021线上宠物消费人群性别分布

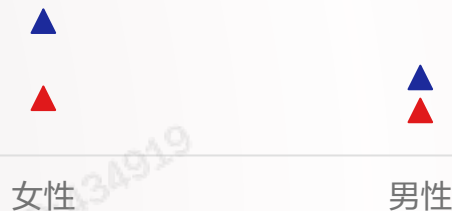
▨ 女性 ■ 男性



• 内圈：线上单身宠物消费人群  
• 外圈：线上总体宠物消费人群

MAT2019-2021线上单身宠物消费规模复合增长率

▲ 单身 ▲ 总体

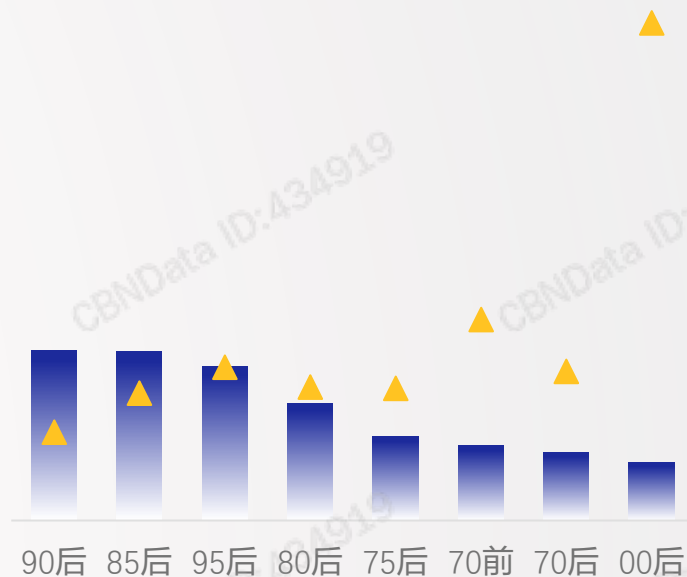


CBNData消费大数据

大数据·全洞察

MAT2021线上宠物消费人群代际分布

■ MAT2021消费人数占比 ▲ MAT2019-2021复合增长率



CBNData消费大数据

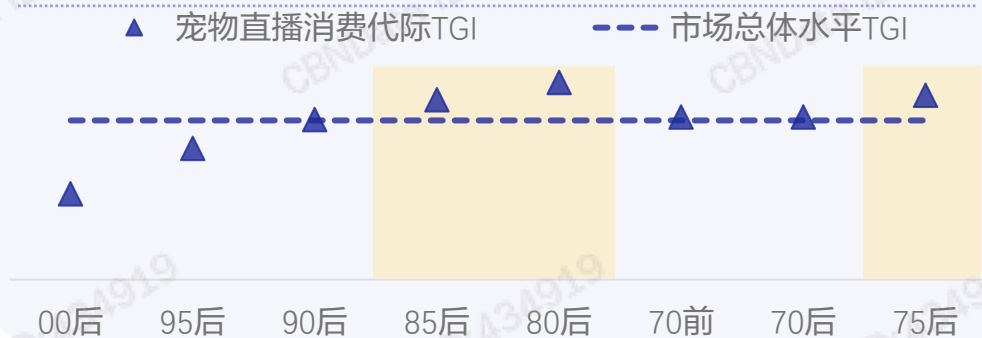
## 80后、85后为直播间宠物消费主力

最近一年，80、85后在直播间的宠物消费规模更为突出，00后的消费增长居于首位。90、95后直播间购物习惯较为成熟，直播间宠物消费粘性更强。00后倾向于在直播间选购活体宠物，80后、85后是其他小宠用品的主力消费人群。70后重视宠物健康，更爱在直播间购买诊疗、保健用品。

MAT2021直播宠物消费代际人群增长

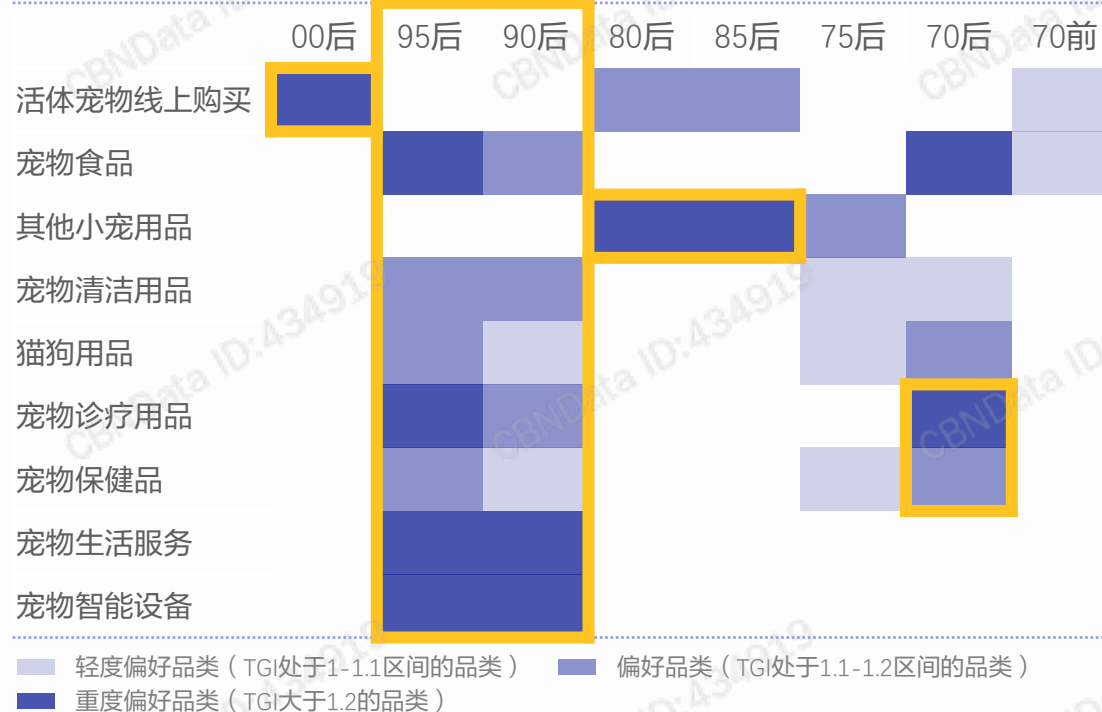


MAT2021直播宠物消费人群代际特征



CBNData消费大数据  
宠物直播消费代际TGI=直播各代际消费占比/线上各代际消费占比  
同比增幅指2020年7月-2021年6月增幅

MAT2021直播宠物消费人群代际品类偏好



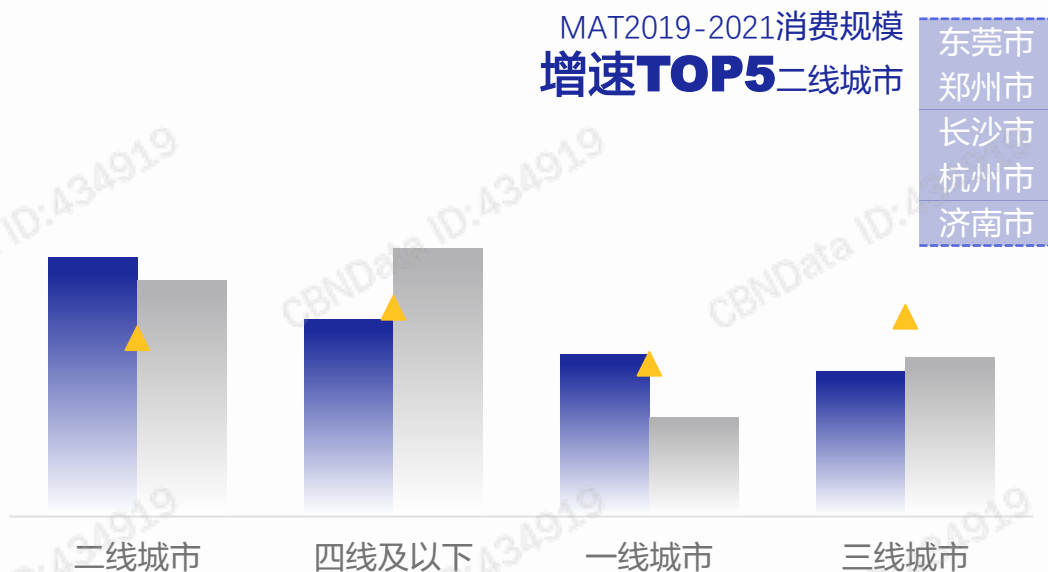
CBNData消费大数据  
宠物直播消费品类代际TGI=各代际直播品类消费占比/直播品类消费占比  
宠物品类依据直播消费占比排序

## 东莞、郑州、长沙为二线城市“养宠大户”，低线城市线上宠物消费规模增速可观

从消费地域来看，生活节奏适中、生活成本可控的二线城市为线上宠物消费主力，其中东莞、郑州、长沙、杭州、济南为消费规模增速TOP 5城市。各主要电商的用户在小镇下沉渠道的渗透率均高于其他城市，宠物线上消费也不例外，四线及以下低线城市的宠物消费者基数雄厚，消费规模年平均增长率领跑所有层级城市。江西、山东、广东为全国消费增速最高的省份。

MAT2021线上宠物消费城市层级分布

■ 消费规模占比 ■ 消费人数占比 ▲ MAT2019-2021消费规模复合增长率



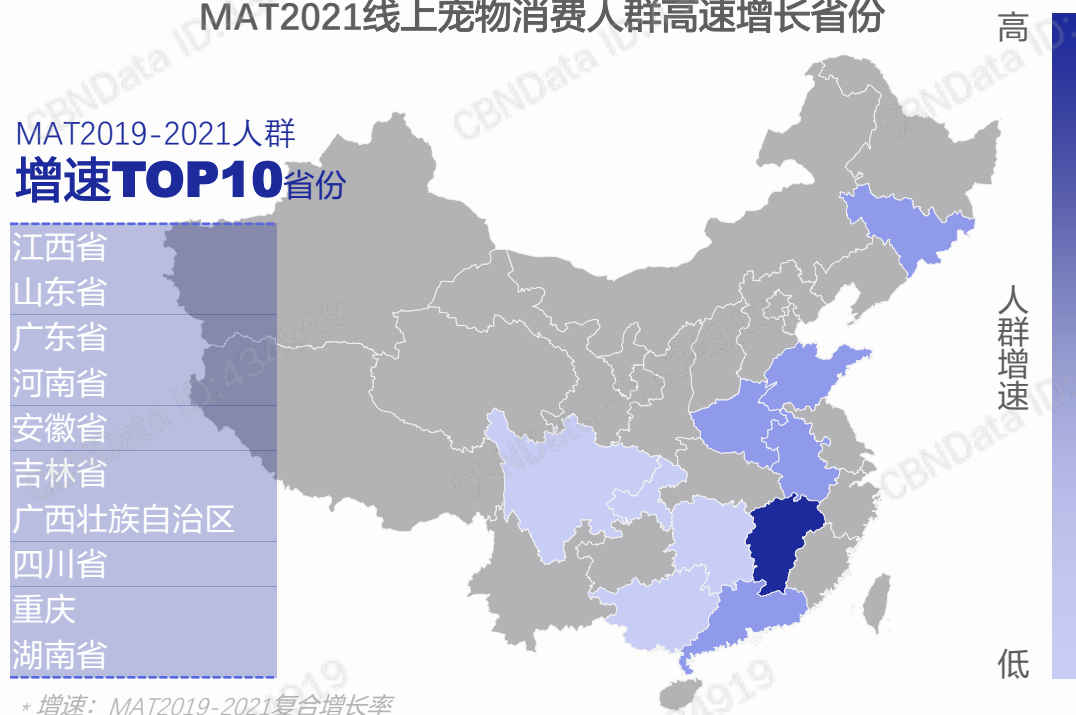
CBNData消费大数据

MAT2021线上宠物消费人群高速增长省份

MAT2019-2021人群增速TOP10省份

江西省
山东省
广东省
河南省
安徽省
吉林省
广西壮族自治区
四川省
重庆市
湖南省

\* 增速：MAT2019-2021复合增长率



CBNData消费大数据

## 饭点、睡前是打工人线上宠物消费高峰时段，清晨购买保健品，晚间添置宠物食品

职场养宠人的线上宠物消费集中在午间（上午11:00前后）以及晚间时段（19:00前后、22:00前后）。打工人清晨为宠物购买保健品，上午选购诊疗用品。饭点、睡前，打工人为自己点一份夜宵的同时，不忘为家中宠物购买宠物食品。





03

■ 直播间带动  
宠物消费



## 直播赋能线上宠物活体消费

活体宠物购买、宠物智能设备品直播对于线上同品类宠物消费的贡献值得关注，从直播引导宠物消费规模来看，活体宠物购买为直播间宠物消费贡献了近四成的销售额。直播间清晰、直观以及一对一互动显著提升消费者购物体验，帮助消费者进行决策。

MAT2021直播引导宠物消费规模



MAT2021直播引导宠物消费贡献



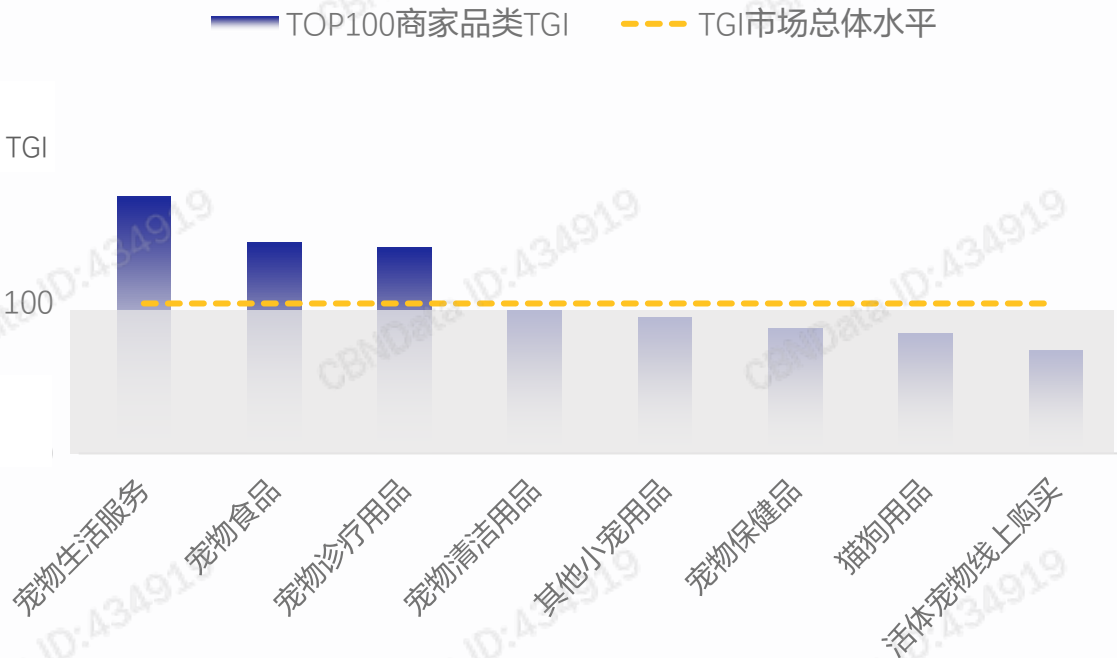
CBNData消费大数据；为便于呈现，MAT2021直播贡献图示等比例放大至原来的十倍

- 品类直播贡献=品类直播引导消费/品类总体线上消费
- 直播品类占比=品类直播引导消费/总体直播引导消费

# 头部宠物直播商家以宠物生活服务、宠物食品、宠物诊疗为主

在消费规模居头部的直播商家中，宠物生活服务、宠物食品、宠物诊疗三大赛道较为突出。宠物食品直播的头部商家包含品牌集合型店铺金多乐，以及品牌自播店铺冠能、一站式宠物购物平台波奇网。医疗服务品牌瑞鹏宠物医院通过达人带货猫狗体检套餐、绝育套餐等，成为宠物生活服务直播中的头部商家。

MAT2021直播引导宠物消费规模TOP100商家品类分布特征



CBNDATA消费大数据  
TOP100商家品类TGI=各品类在TOP100直播商家中消费占比/各品类在总体宠物直播市场消费占比\*100

MAT2021直播引导宠物消费各品类头部商家\*

宠物生活服务	宠物食品
瑞鹏宠物医院旗舰店	金多乐旗舰店
懿宠宠物	PROPLAN冠能官方旗舰店
宠家乐宠物	波奇网旗舰店
宠物诊疗用品	宠物清洁用品
八公叔叔宠物用品旗舰店	pidan旗舰店
福来恩宠物用品旗舰店	铂钻宠物用品旗舰店
波奇网旗舰店	如云宠物用品专营店
其他小宠用品	宠物保健品
sunsun森森旗舰店	RedDog红狗旗舰店
DA德克旗舰店	NOURSE卫仕旗舰店
汉霸宠物用品旗舰店	迈仕宠物用品专营店

CBNDATA消费大数据  
\* 商家销售包含店铺自播及达人带货引导销售

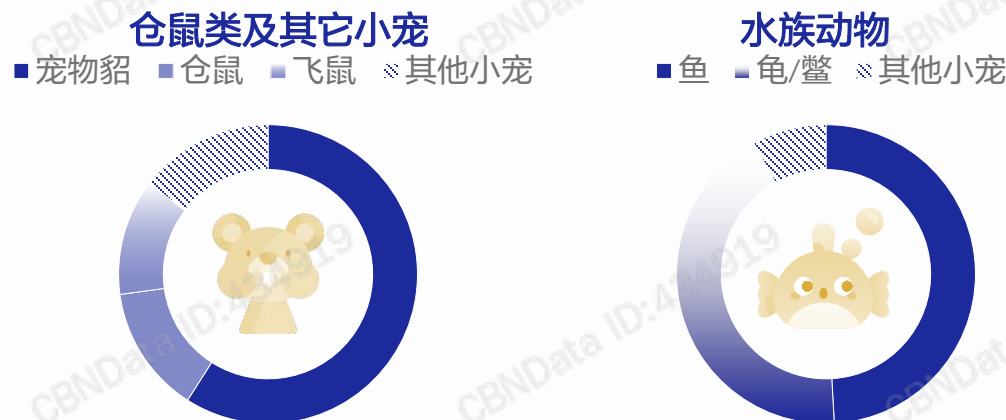
## 直播间小宠消费增长显著，宠物貂荣膺最受欢迎仓鼠类小宠

水族动物、狗狗、猫咪是主要的直播活体宠物购买品类。和总体线上活体宠物购买规模相比，从直播贡献来看，水族、鸟、兔是头部品类。仓鼠类小宠及爬虫类动物也是直播消费特征明显的品类。宠物貂是直播间内消费规模最高的仓鼠类小宠，直播水族动物购买主要集中于鱼类、龟、鳖。

MAT2021直播活体宠物购买品种



MAT2021直播宠物消费小宠品种



MAT2021宠物貂头部商家\*

- 1 宠貂大卖场
- 2 爱雪貂便利店
- 3 酷博伊小龙貂雪貂

MAT2021观赏鱼头部商家\*

- 1 丰泽锦鲤合作社
- 2 马来西亚龙鱼繁殖场
- 3 虎纠兰寿金鱼养殖场

CBNData消费大数据；为便于呈现，MAT2021消费占比图示等比例放大至原来的十倍

- TGI=直播各小宠购买消费规模占比/线上各小宠购买消费规模占比
- 各小宠购买消费规模占比=各小宠线上购买消费规模/活体宠物购买消费规模
- 小宠直播贡献=各小宠直播购买消费规模/各小宠线上购买消费规模

大数据·全洞察

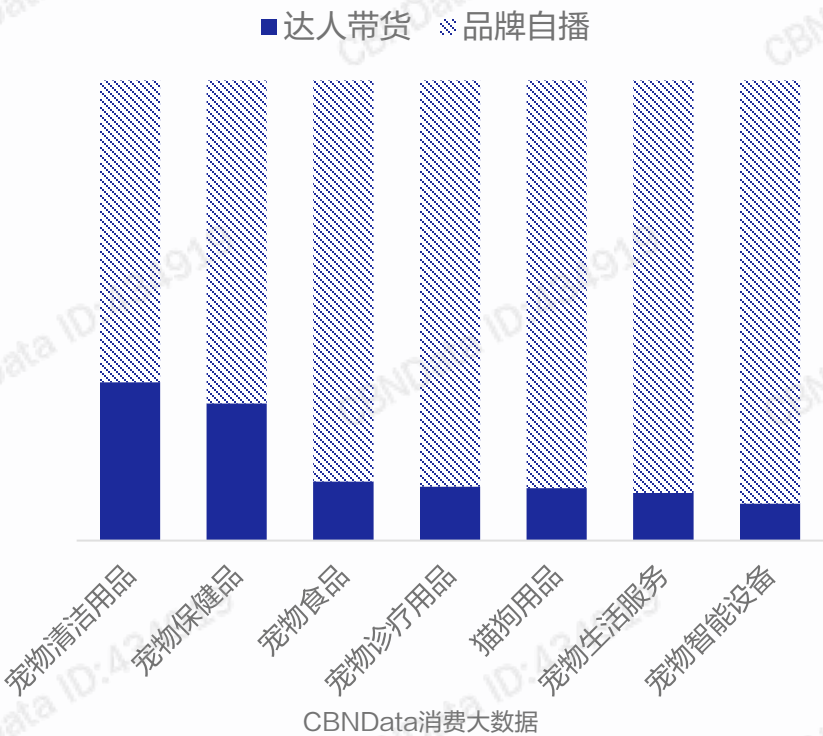
CBNData消费大数据

\* 商家销售包含店铺自播及达人带货引导销售

# 宠物清洁用品、保健品及食品达人带货比例高，猫类食用品成带货热门

宠物清洁用品、保健品及食品属于达人带货强势品类。猫砂、猫咪特色零食、猫罐头、逗猫棒是热门的细分带货品类。李佳琦在今年6-7月推荐了Pidan猫砂，bbgillian代王5-6月曾在直播间带货ZIWI滋益巅峰猫罐头及新瑞鹏猫心血管检查套餐，张蓝心在6月直播带货FOFOS两只福狸电动逗猫棒。

MAT2021宠物直播消费达人带货贡献占比



MAT2021达人宠物带货头部细分品类

宠物清洁用品	毛巾/浴巾/吸水毛巾
	猫砂
	尿片/尿垫/护垫
	香水/除味剂
宠物食品	猫咪特色零食
	猫罐头
	观赏虾蟹等饲料
猫狗用品	袜子
	套装玩具
	逗猫棒
宠物智能设备	宠物智能监控伴侣设备
宠物生活服务	宠物医疗服务

2021年5-7月淘宝主播带货宠物商品

bbgillian代王	李佳琦	雪梨	张蓝心
	pidan猫砂		
	倔强的尾巴除臭剂		
		帕特诺尔骨肉冻干零食	
	ZIWI滋益巅峰猫罐头	红狗营养膏	
			FOFOS两只福狸猫玩具电动智能自嗨魔盒逗猫棒
			【新瑞鹏全国】到店服务-猫心血管检查套餐

CBNData消费大数据

数据来源：知瓜

# 04

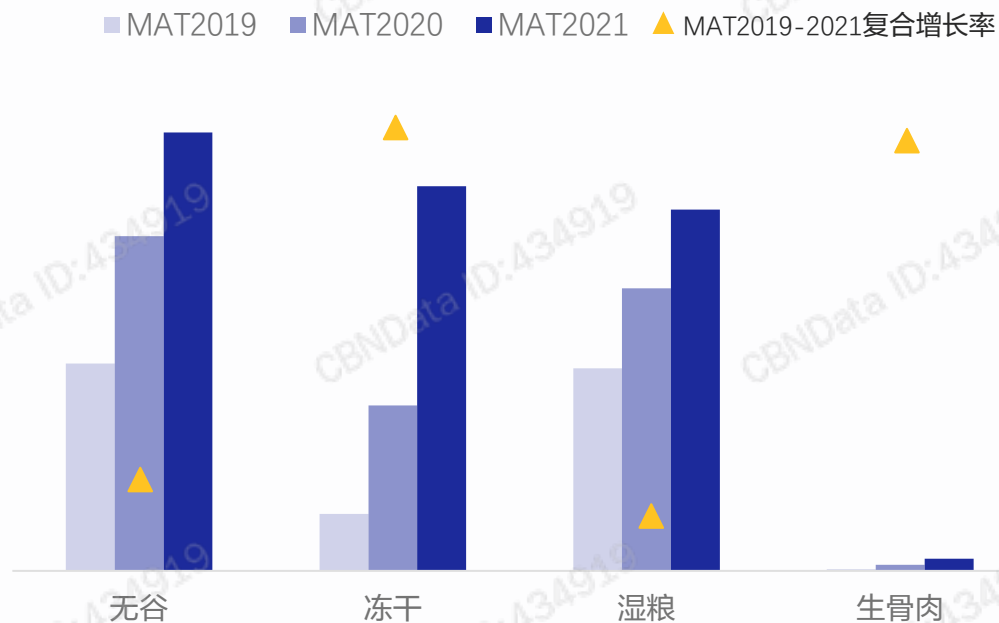
## 宠物消费 四大新趋势



## 轻食尝鲜 | 冻干、生骨肉受追捧，宠物食品健康与美味同样重要

养宠人消费升级，宠物食品健康受关注。最近三年，无谷宠粮位居宠物高阶食品消费规模首位，冻干、湿粮紧随其后。从增速来看，冻干、生骨肉最近三年年均复合增长率表现突出。卫仕、麦富迪、帕特等品牌均推出冻干产品，新锐品牌毛球殿下获得融资之后继续发力生骨肉产品。

MAT2019-2021线上宠物高阶食品消费规模



CBNData消费大数据

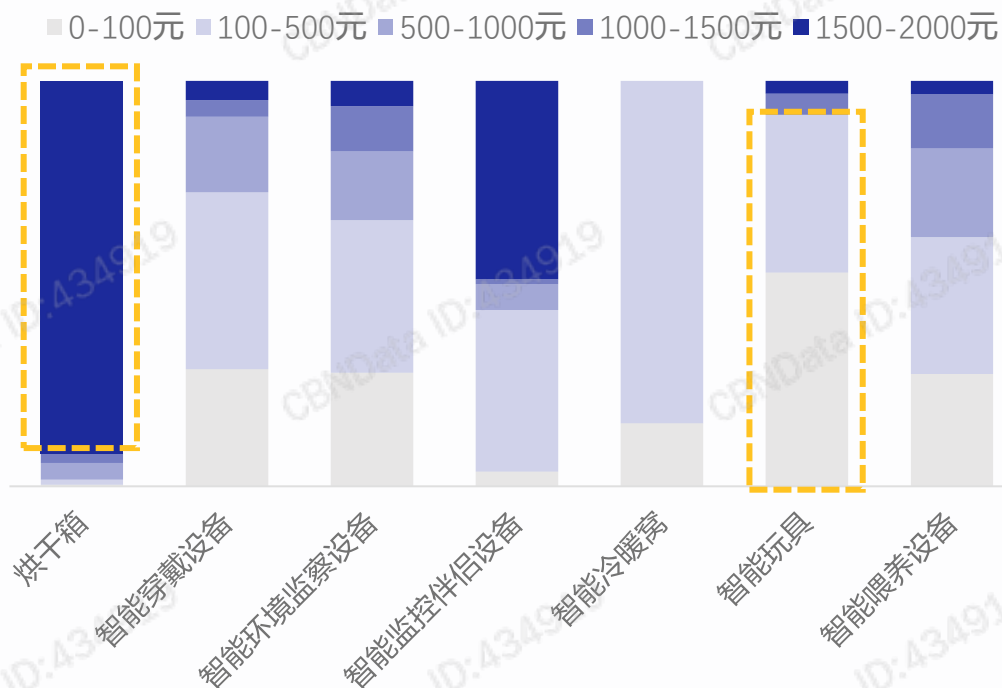


图片来源：品牌官网

## 解放双手 | 宠物智能用品解救“懒宅”一族

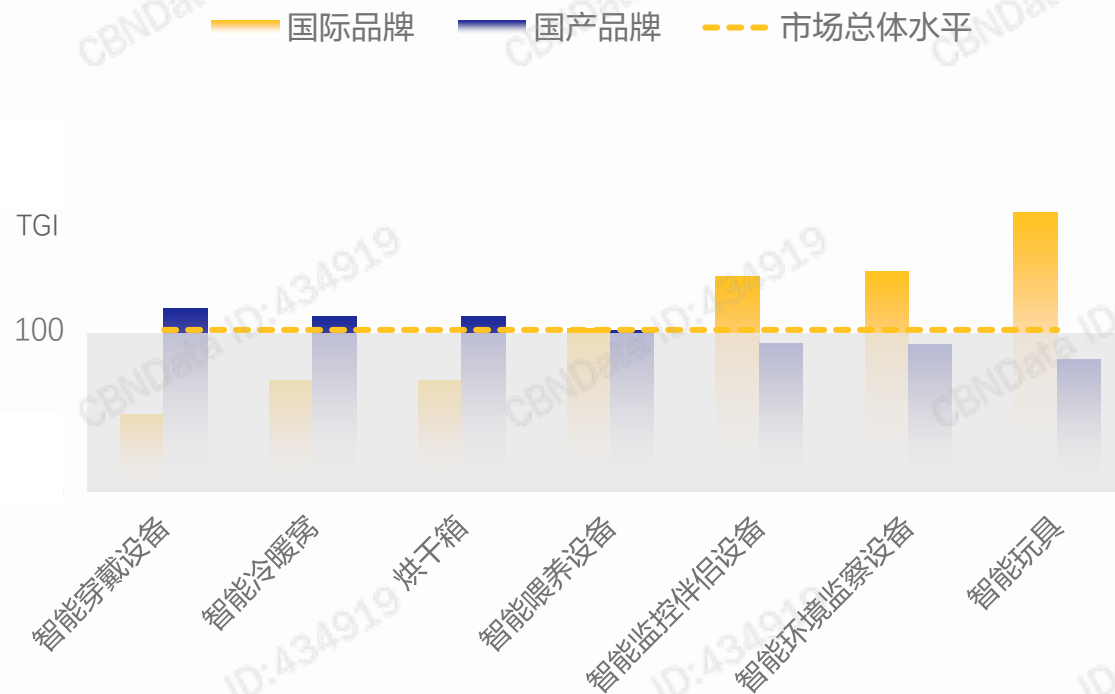
从喂食、喂水到铲屎、洗澡后烘干，这届铲屎官充分利用科技智能，解放双手。从价格来看，目前烘干箱集中在高价段，智能玩具相对价格友好，在百元内价段较为集中。当下国内宠物智能用品赛道属于蓝海阶段，国产品牌在宠物智能穿戴设备、智能冷暖窝、烘干箱上具备优势。国内新锐品牌中，Catlink智能猫砂盆、霍曼宠物烘干箱、小佩智能喂食器等成为铲屎官优先选择。

### MAT2021线上宠物智能设备价格分布



CBNData消费大数据

### MAT2021线上国产/国际宠物智能设备品牌品类特征



CBNData消费大数据

国际 | 国产智能设备品类TGI=各品类在国际 | 国产品牌中消费占比/各品类在总体线上宠物市场消费占比\*100

# 双重社交 | 户外出行场景下，养宠人与宠物的社交需求均要获得满足

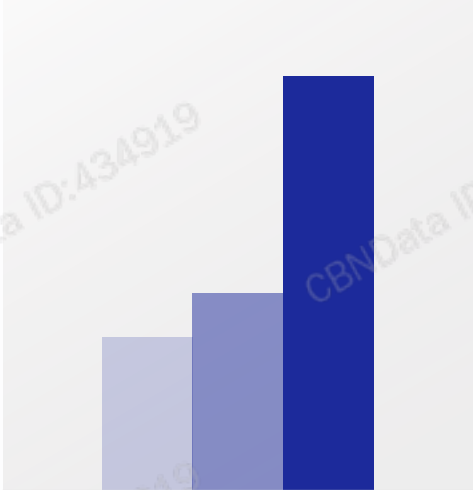
高颜值溜猫绳、遛狗绳、随行水杯、猫包、推车深受本届养宠人喜爱。截至2021年2月，星巴克在国内30多个城市开出超过110家宠物友好门店，必胜客、喜茶、MANNER等品牌陆续推出宠物友好门店，甚至上新特制宠物可食用产品。北京东坝郊野公园、上海BFC外滩金融中心等满足了宠物“撒野”与“逛街”需求。

MAT2019-2021线上宠物出行消费规模

宠物出行品类圈选范围：包、推车、绳、杯

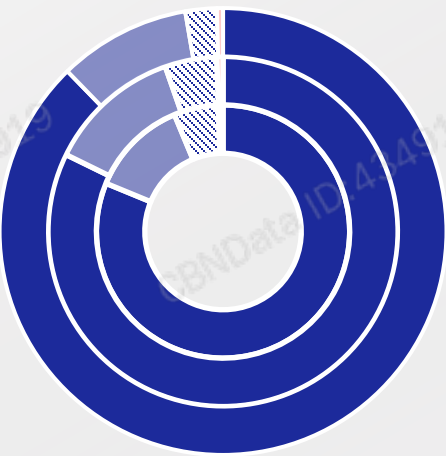
MAT2019 MAT2020 MAT2021

包 推车 绳 杯



宠物出行

CBNData消费大数据



从内到外分别为  
MAT2019、MAT2020、MAT2021

CBNData消费大数据

MAT2021线上宠物出行品牌TOP10

WPETLE	 <p>猫胸背牵引套装 安全舒适，轻松遛猫</p> <p>小佩溜猫绳</p> <p>MANNER滨江店 小胡子拿铁</p>
DODOPET	
小佩	
SPACE CAT-太空喵	
Hoopet-华元宠具	
宠天使	
BELLO	
MDEHO-麦德豪	
万宠乐	
DogLemi	

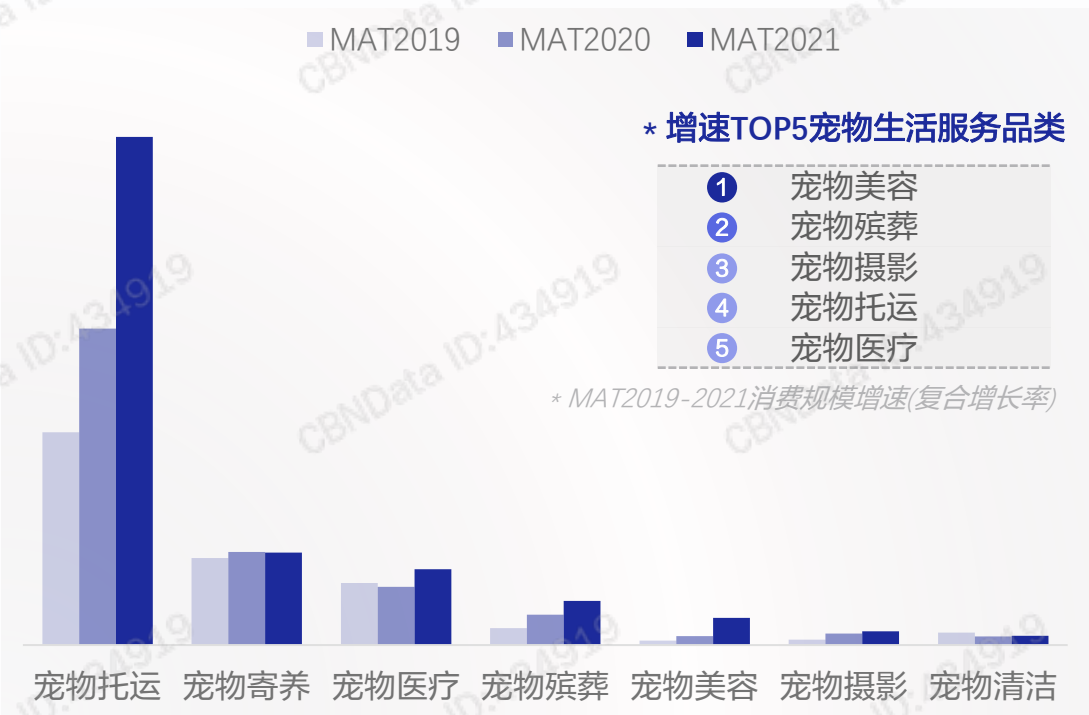
CBNData消费大数据

图片来源：品牌官网

## 体验延伸 | 头部宠物品牌加快连锁步伐，个性化宠物生活服务走向线下

近三年各类型线上宠物生活服务消费规模稳步提升，宠物美容、殡葬、摄影线上消费增速居头部。派多格、圣宠、小佩等头部品牌加快连锁步伐，立下1-3年实现“万店连锁”目标。截至2021年6月，派多格全国门店超过6000家，圣宠、小佩门店数量超过1000家。据相关报道，宠知道旗下萌它、萌小它两个宠物店连锁品牌门店数量计划将于2021年内增加到800家。

### MAT2019-2021线上宠物生活服务消费规模



CBNData消费大数据

### 国内宠物连锁门店数量



数据来源：品牌官网、公众号；统计时间截至2021年6月。图片来源：小佩官网

# 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：

数据时间段：

MAT2019：2018年7月-2019年6月

MAT2020：2019年7月-2020年6月

MAT2021：2020年7月-2021年6月

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：蒋彤 张晨曦

视觉设计：陈玮达

联系我们：Data@cbndata.com

商务合作：BD@cbndata.com

加入我们：JOB@cbndata.com

## ■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）隶属于上海文化广播影视集团（SMG），是国内领先的消费研究机构及数字化增长服务商，致力于洞察消费行业前沿动态，提升企业品牌的运营及决策效率。

CBNData以跨领域数据库为核心竞争优势，充分发挥全媒体势能，以AI技术为驱动，以多元场景为延展，面向品牌企业全面输出数据应用、内容运营、整合营销、销售转化等数字化增长服务。业务场景已覆盖传统零售与电商、互联网消费、内容社交、医疗教育、金融理财等多领域。

# ABOUT US 关于我们

报告作者：蒋彤 张晨曦

视觉设计：陈玮达

联系我们：Data@cbndata.com

商务合作：BD@cbndata.com

加入我们：JOB@cbndata.com

## ■ 淘宝直播 ON MAP介绍：

淘宝直播 ON MAP是基于直播领域消费者和行业趋势的探索器，内容涵盖潮搭美妆、珠宝首饰、美食生鲜、运动健身、母婴育儿、生活家居、健康咨询、在线教育、音乐旅行等各类生活领域，仍在不断扩展。通过定期报告的形式给直播生态从业者带来营销趋势上的洞察和新视角，指明在直播领域的地图上如何快速准确的触达消费者心智。同时，作为消费者，也可以通过报告有用有趣的内容了解自己所在的新兴商业消费场的动态和趋势。

FOLLOW  
US  
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号



淘宝直播ON MAP  
官方微信号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察