

2021年 宠物专题研究报告

2021年11月

Mob研究院出品

©2021 MobTech. All rights reserved.

本报告核心观点



- 宠物相关的消费类型多元化，今年城镇宠物市场规模将破3000亿元，预计2023年将达到4456亿元



- 宠物类型中，犬猫的渗透率最高，“铲屎官”以女性、85后90后、高知高收入人群为主



- 犬猫品种选择中，中国品种深受宠物主喜爱；宠物消费品牌的选择中，国产品牌偏好度明显高于进口品牌，高性价比的国产宠物商品成为越来越多养宠人的选择



- 宠物行业产业链完善，下游服务种类多样化，如宠物保险、宠物殡葬等新的需求不断涌现，它们或将成为刚需，未来前景可期



CONTENTS

录

1

宠物行业现状概览及研究对象定义

2

“铲屎官”画像和动机洞察

3

“铲屎官”的宠物消费偏好

4

宠物行业未来趋势分析

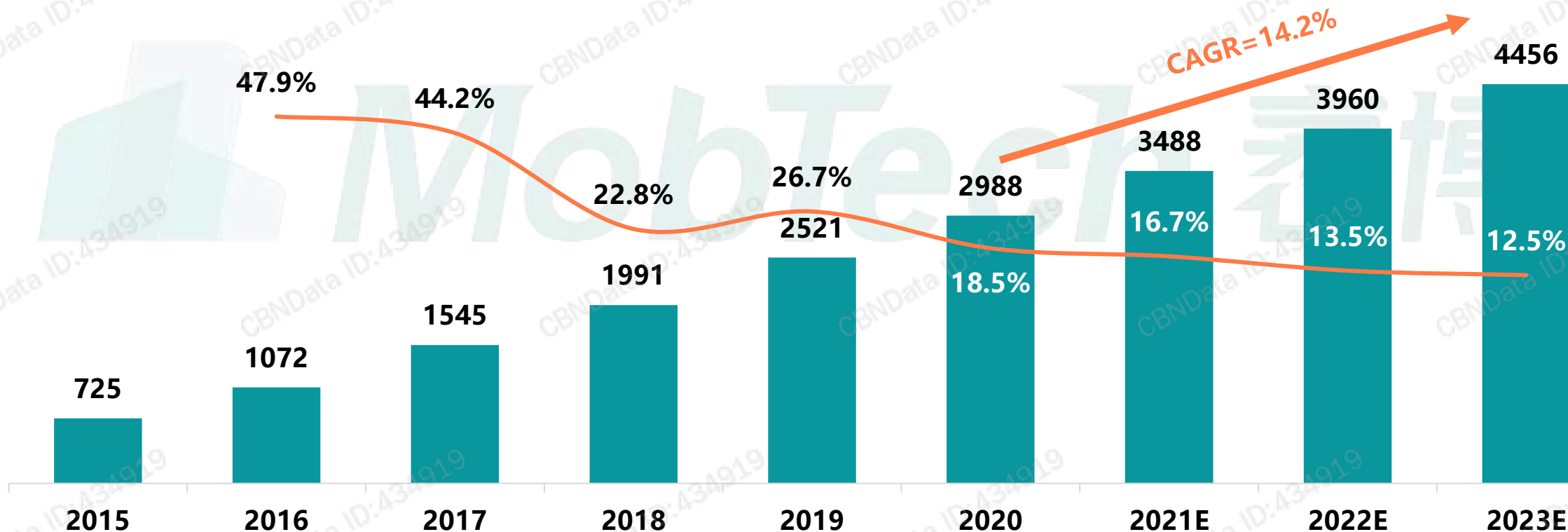
宠物行业市场规模：突破3000亿元，且持续增长

随着宠物相关的消费类型多元化，宠物行业规模高速扩张，今年城镇宠物市场规模将破3000亿元，预计2023年将达到4456亿元

Mob研究院 2015-2023年中国宠物行业规模与预测

宠物行业规模 (亿元)

增长率 (%)



注：数据统计口径为城镇宠物行业规模，不含农村市场；宠物类型不仅包括犬猫，还包括水族、异宠

Source：《2021年中国宠物消费趋势白皮书》，Mob研究院整理分析

宠物行业的发展历程：已正式进入稳定成熟期

由于互联网、数字化的迅速发展，养宠理念的转变，资本持续入局宠物市场，我国宠物行业经历了启蒙期、孕育期、快速发展期，目前已经迎来了稳定成熟期

启蒙期 (1990-1999年)

- **国内宠物行业的形成**：1992年，中国小动物保护协会成立
- **国外品牌相继进入**：1993年，玛氏进入中国，随后雀巢、皇家等品牌也进入国内
- **宠物相关零售店出现**：首批宠物店、宠物用品零售店在北京、上海等大城市出现
- **西方宠物理念带入**：1995年前后，大量“海归”将西方宠物理念带入中国

孕育期 (2000-2010年)

- **宠物市场开启**：养宠数量迅速增长，市场开启
- **宠物观念转变**：人们对宠物的观念向“家人”、“孩子”等情感陪伴角色转变
- **宠物消费意识转变**：消费者开始意识到宠物需要吃宠物粮食
- **国内知名企业涌现**：出现宠物产品生产制造的规模化工厂
- **线上宠物服务平台出现**：伴随互联网大潮，第一批线上宠物服务平台出现

快速发展期 (2011-2020年)

- **宠物数量激增**：宠物数量过亿，小众宠物开始兴起
- **人口结构发生变化**：空巢家庭、丁克家庭增多，更多陪伴需求
- **宠物行业井喷式增长**：互联网和电商快速发展，京东等互联网零售渠道宠物业务迎来爆发
- **向精细化养宠转变**：消费者正式认可商品粮，宠物消费升级
- **宠物品牌崛起**：国内品牌异军突起，主打性价比

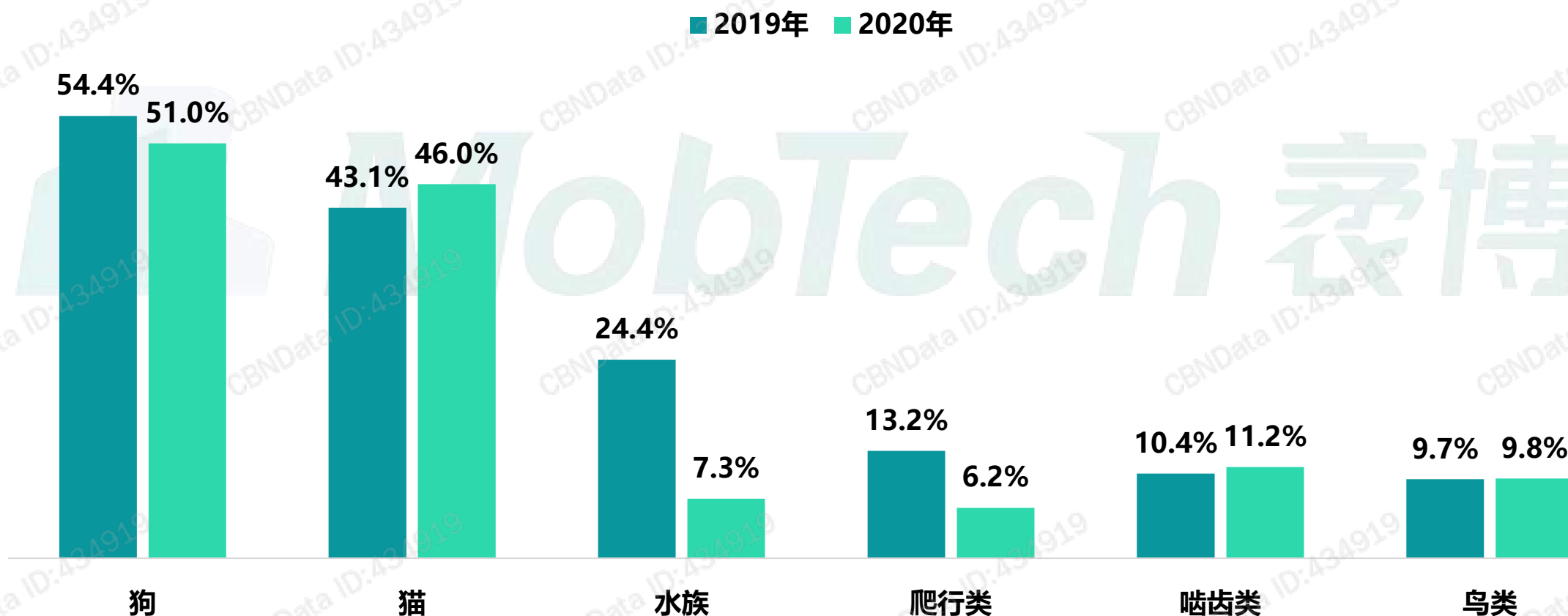
稳定成熟期 (2021年以后)

- **行业规模稳定增长**：宠物家庭饲养率逐步提升，宠物数量及规模稳定增长
- **行业产业链完善**：行业逐渐发展出覆盖宠物全生命周期服务的产业链
- **全渠道模式完善**：线上线下全渠道模式逐渐完善，市场走向成熟
- **宠物相关商品发展迅速**：宠物食品个性化、丰富化，宠物用品向智能化、物联化发展

本报告研究对象：犬猫主人——“铲屎官”

我国宠物分类中，猫狗占据的份额最大，2020年狗在所有宠物类型中渗透率为51%，猫渗透率为46%，相比2019年，猫的渗透率有明显上升，猫经济或将成为未来宠物市场增长点

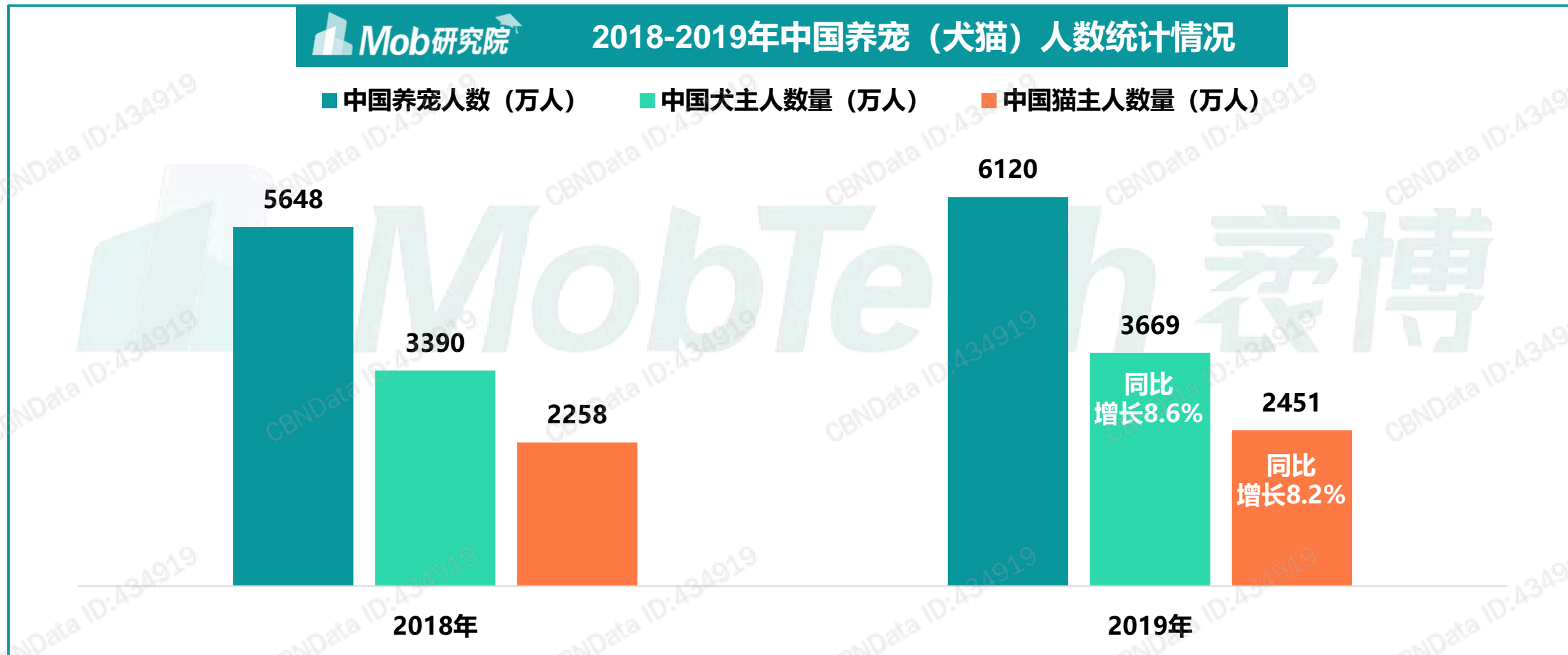
Mob研究院 2019-2020年宠物类型渗透率



Source: 《2020年中国宠物行业白皮书》，Mob研究院整理

“铲屎官”人数统计：2019年已超6000万人

2019年全国城镇养宠物（犬猫）主人中，犬主人人数超过3600万，猫主人人数超过2400万，同比分别增长8.6%、8.2%





CONTENTS

录

1

宠物行业现状概览及研究对象定义

2

“铲屎官”画像和动机洞察

3

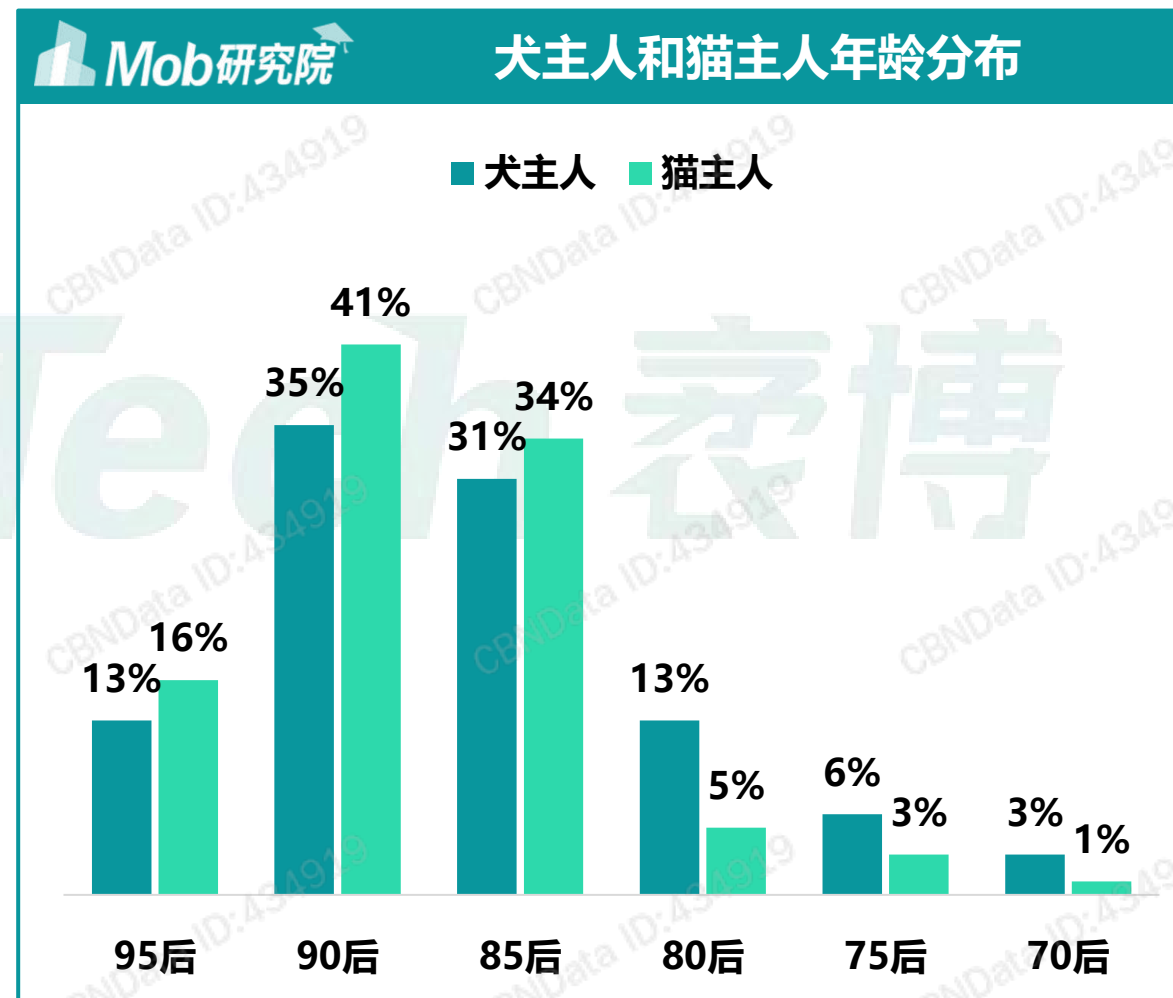
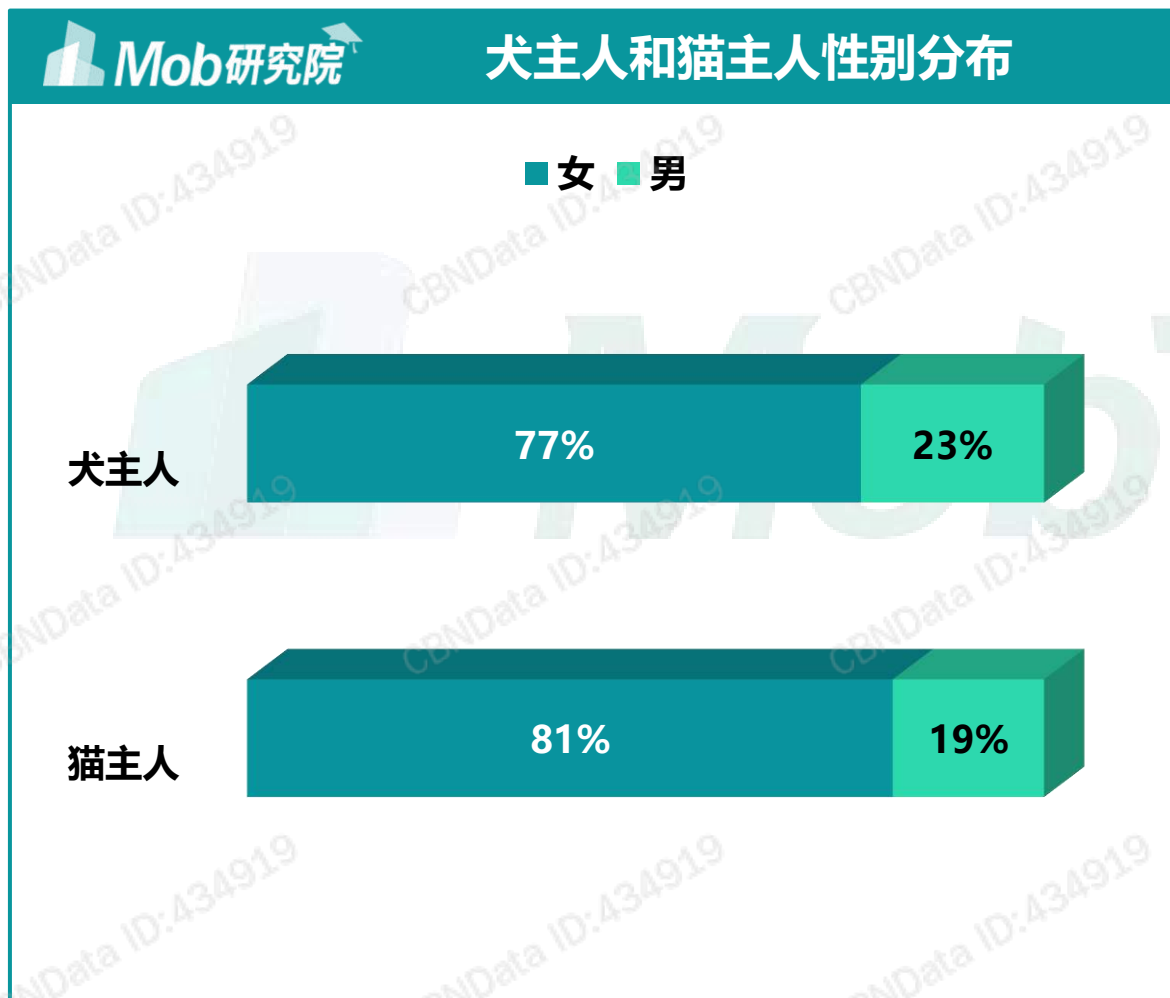
“铲屎官”的宠物消费偏好

4

宠物行业未来趋势分析

画像篇：女性、85后90后为主

“铲屎官”的性别分布中，女性占比均超7成，年龄分布中，90后占比最高，其次为85后

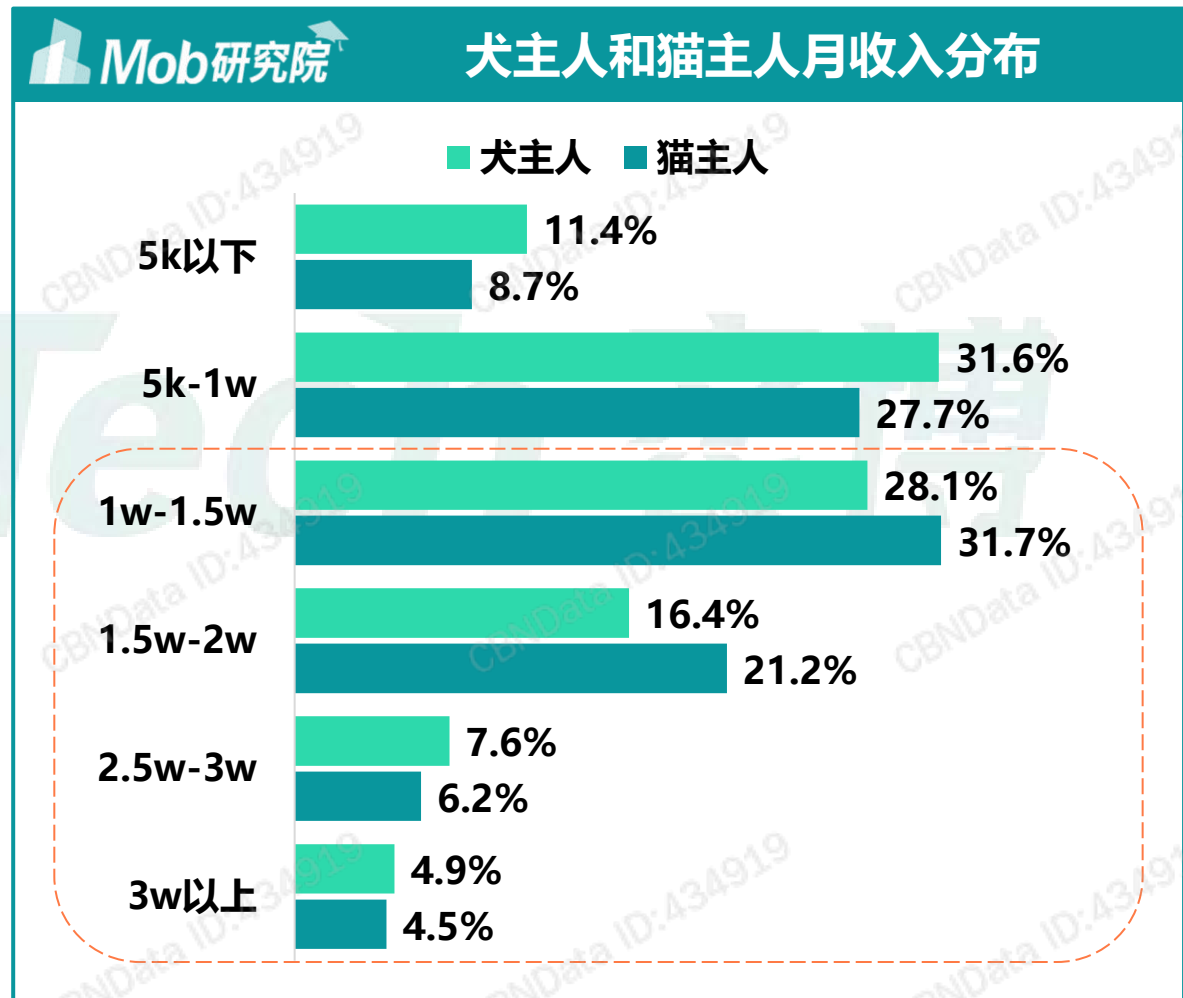
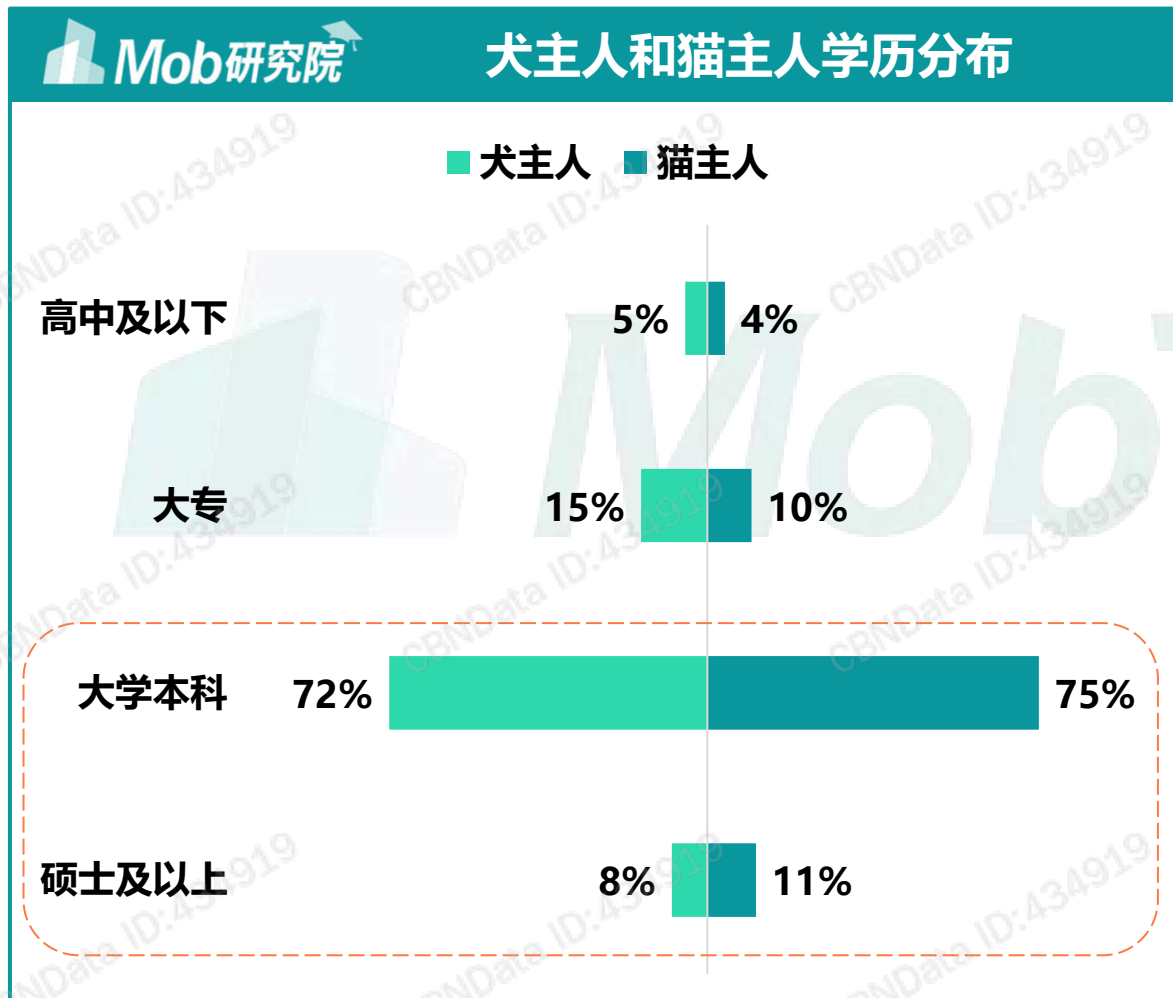


注：调研样本N=2000

Source：库润数据，202107，202109，Mob研究院整理

画像篇：高知、高收入为主

“铲屎官”的学历分布中，本科及以上学历占比超8成，月收入1万以上占比超5成

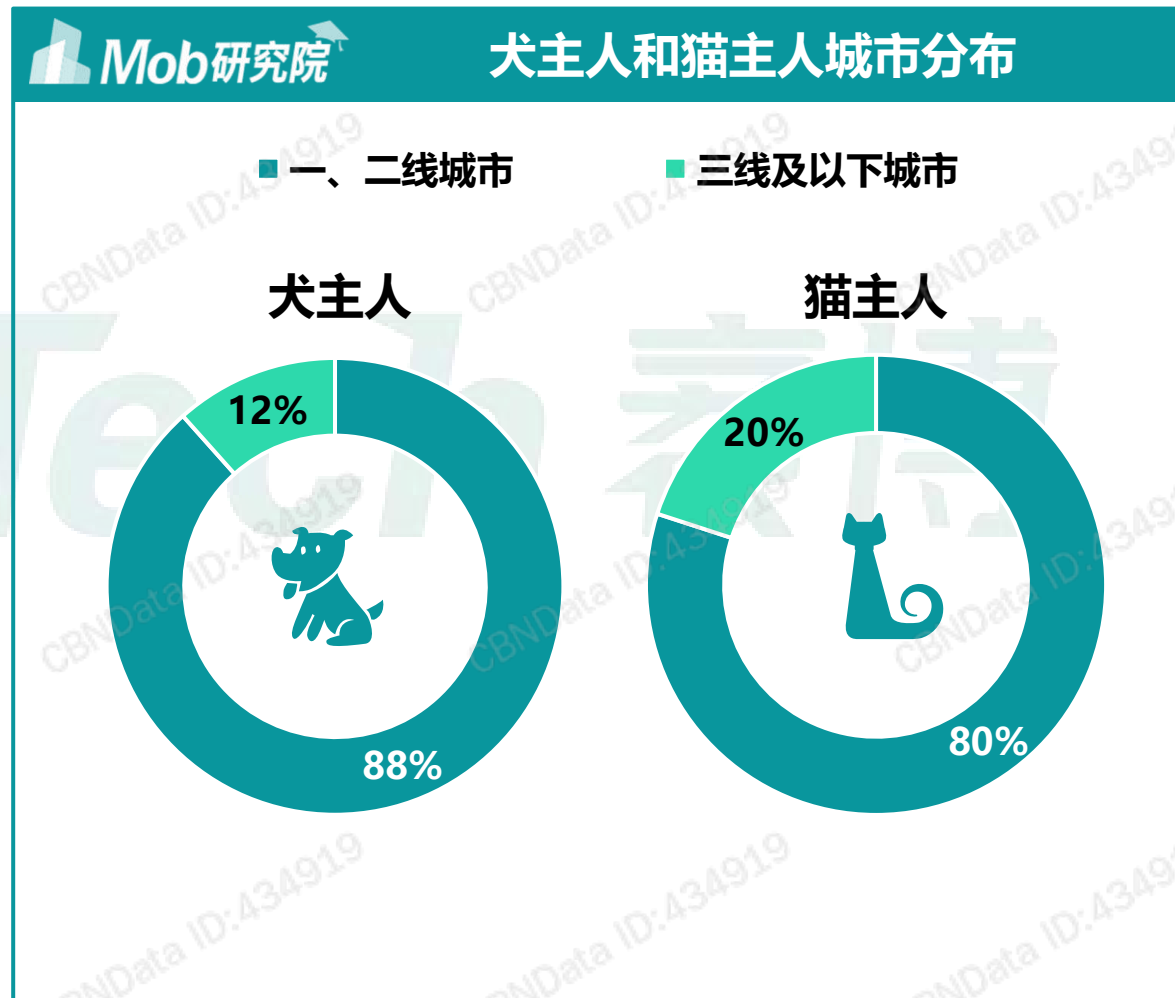
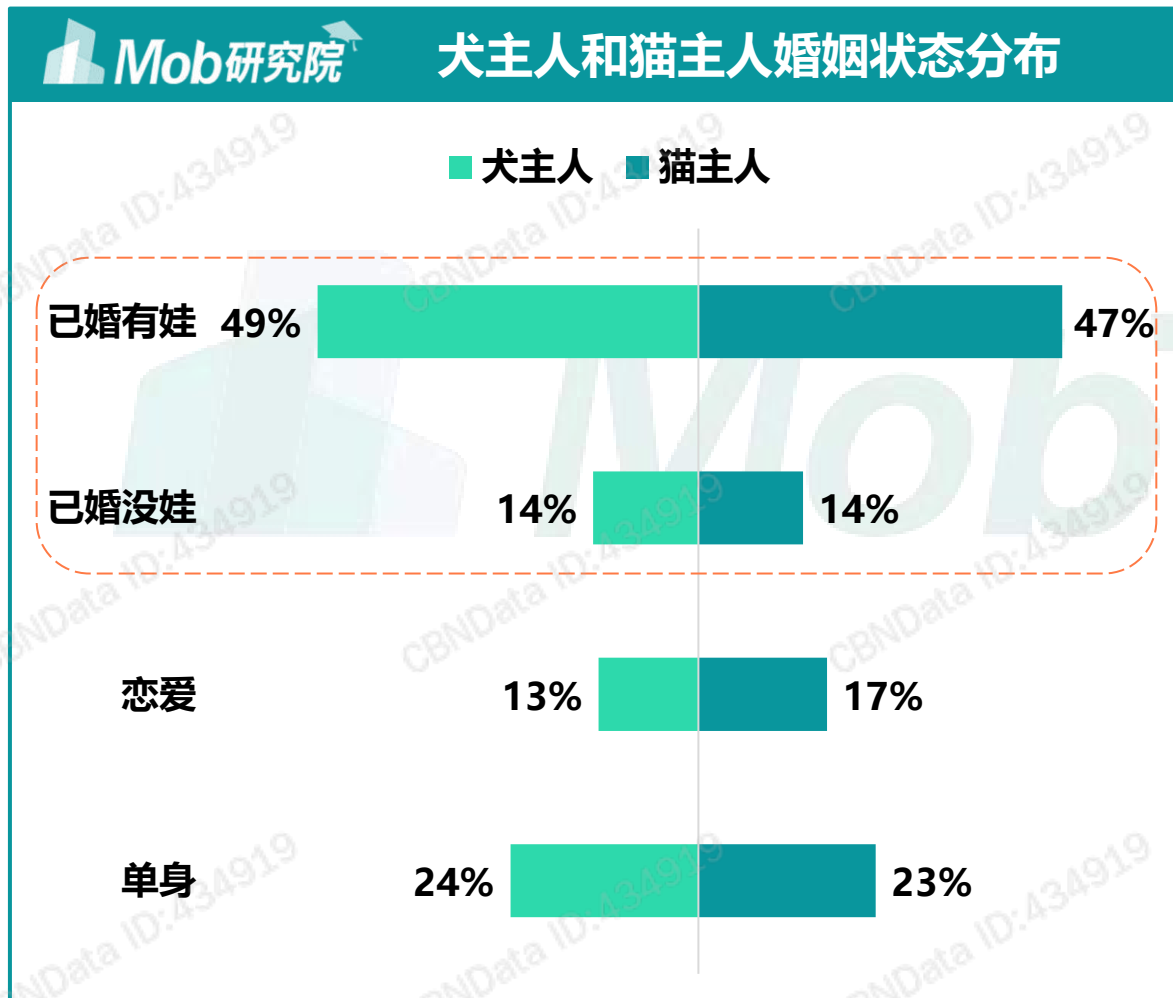


注：调研样本N=2000

Source：库润数据，202107，202109，Mob研究院整理

画像篇：已婚超6成，一二线城市为主

“铲屎官”中超6成为已婚人群，同时也有超2成的单身人群选择养宠陪伴自己，城市分布中，超8成生活于一二线城市

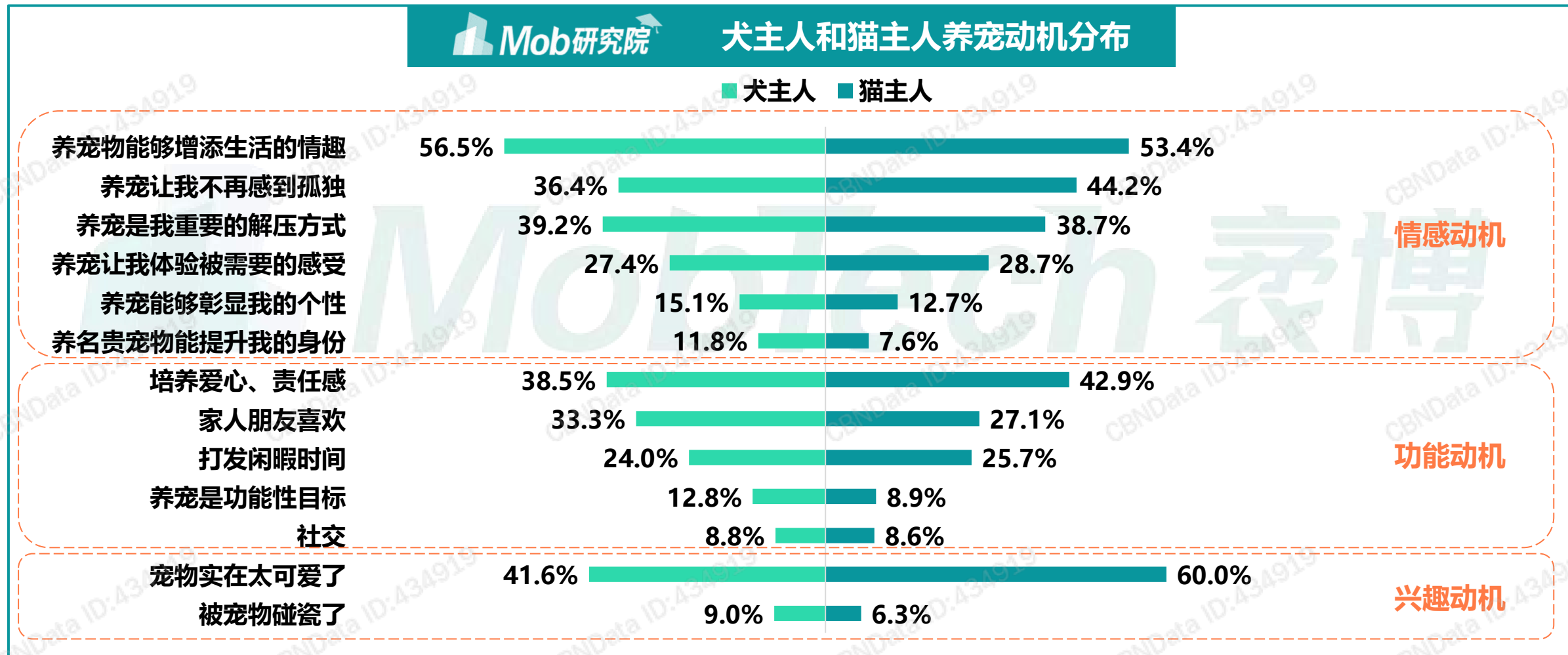


注：调研样本N=2000

Source：库润数据，202107，202109，Mob研究院整理

动机篇：可爱，且可以增添生活情趣

“铲屎官”的养宠动机可分为情感、功能和兴趣三个方面，除了认为宠物很可爱以外，养宠能够增添生活情趣、培养爱心和责任感是他们养宠的主要动机

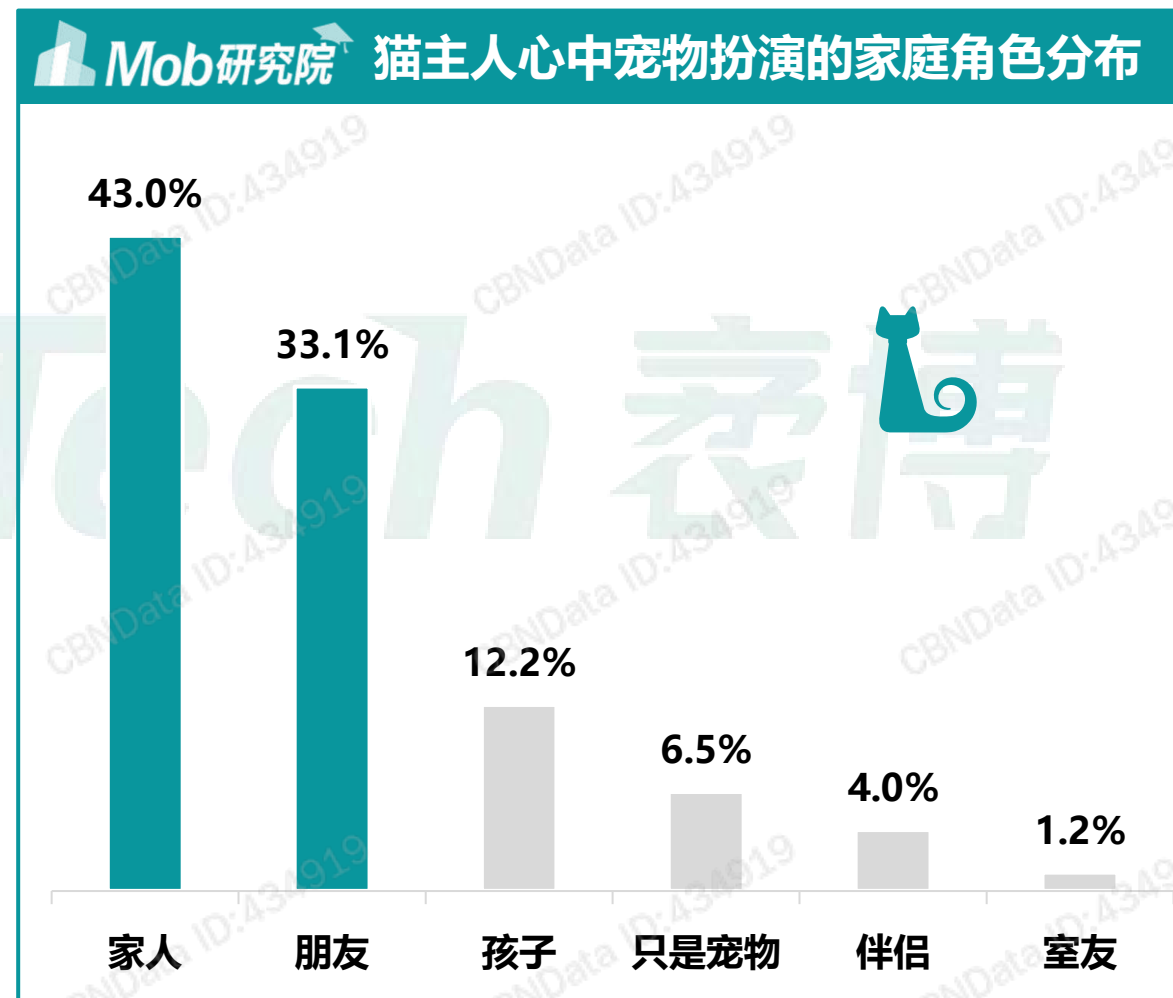
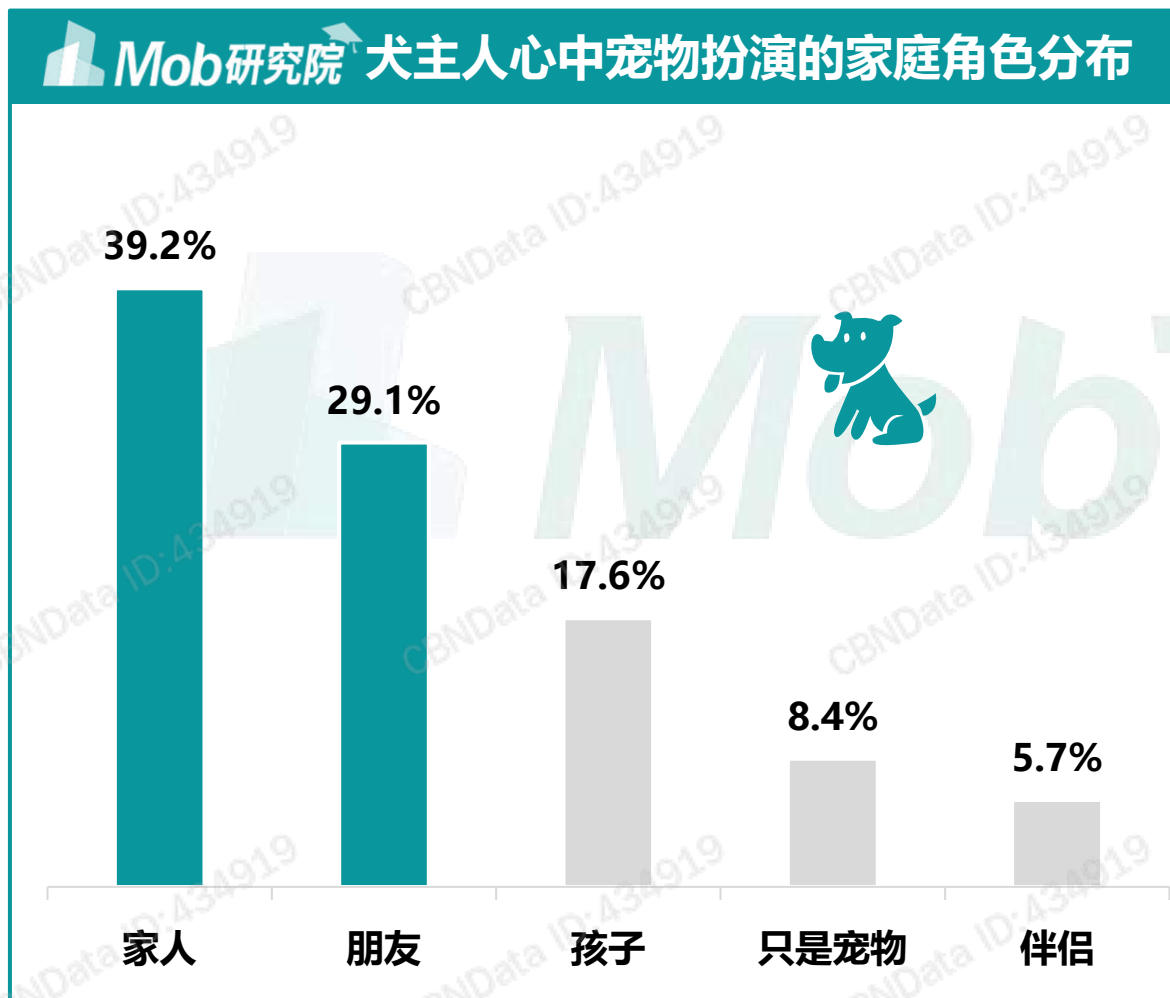


注：调研样本N=2000

Source：库润数据，202107，202109，Mob研究院整理

动机篇：“它”通常扮演家人或朋友

超7成的“铲屎官”将宠物当作自己的家人或朋友，认为它们是家庭的重要组成部分



注：调研样本N=2000

Source：库润数据，202107，202109，Mob研究院整理



CONTENTS

录

1

宠物行业现状概览及研究对象定义

2

“铲屎官”画像和动机洞察

3

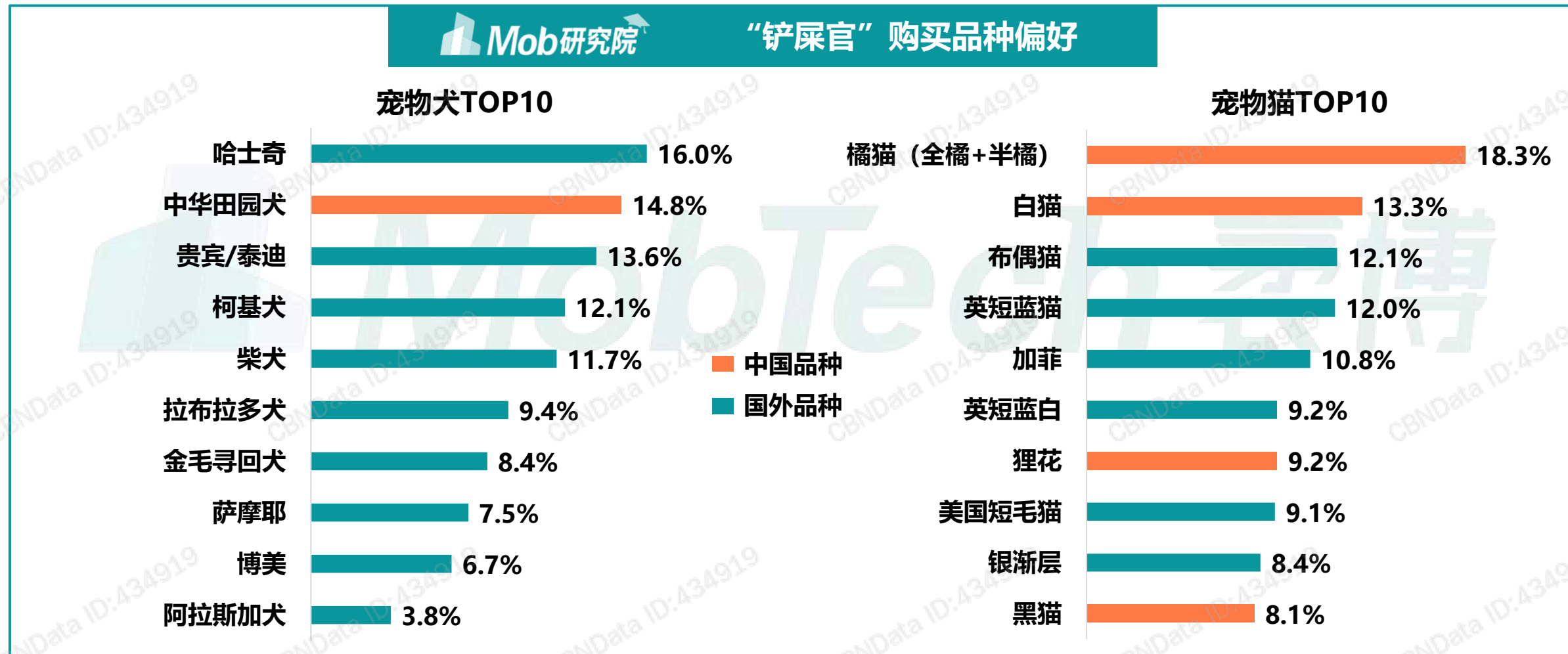
“铲屎官”的宠物消费偏好

4

宠物行业未来趋势分析

宠物品种偏好：“拆家能手”最受宠，“国产品种”频上榜

犬猫是宠物界的主流，哈士奇和橘猫成为最受喜爱的品种，值得注意的是，有四种中国品种猫进入了宠物猫品种榜前十名

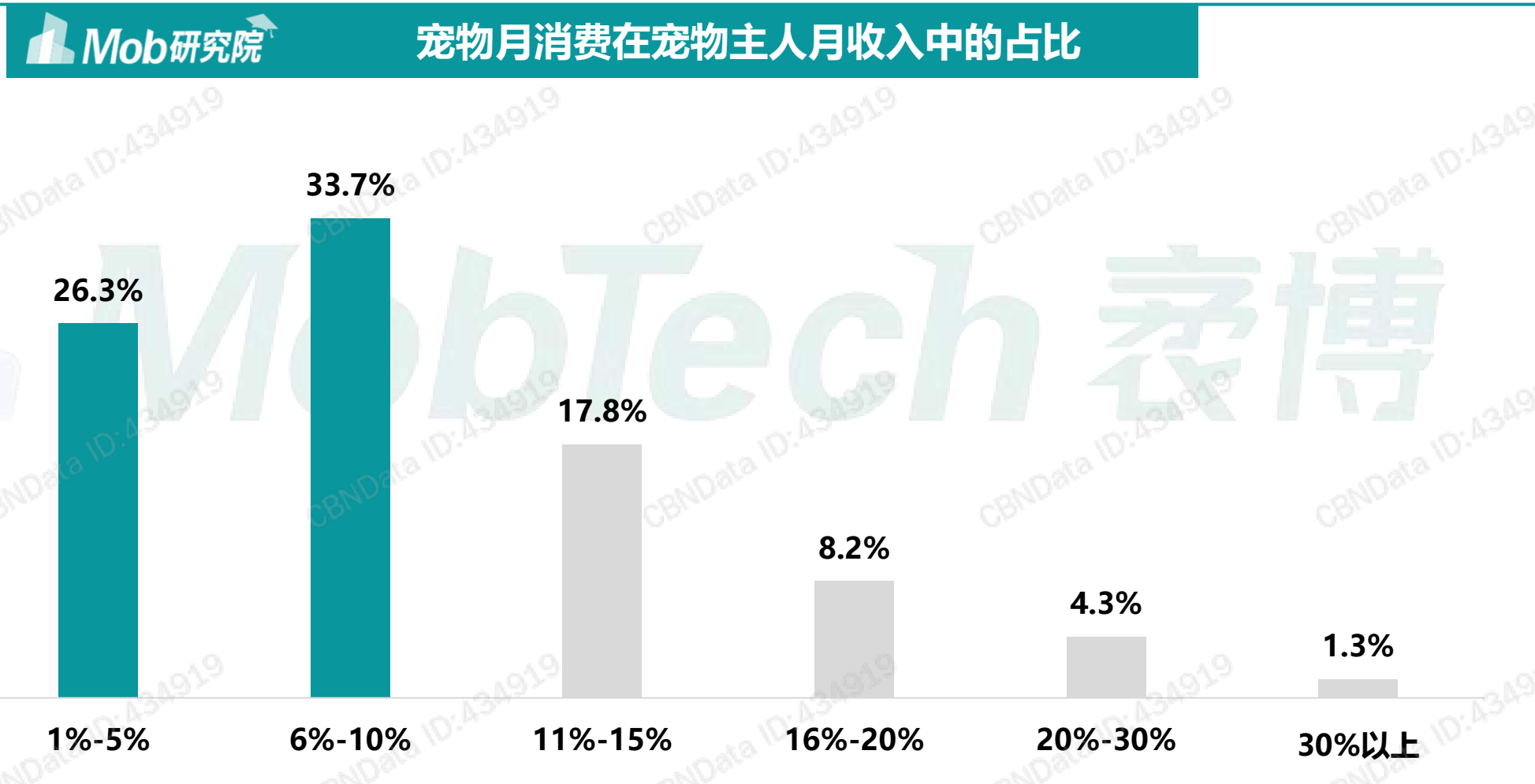


注：调研样本N=2000

Source：库润数据，202107，202109，Mob研究院整理

宠物月花费：经济化养宠成主流

68.4%的宠物（犬猫）主人会将养宠消费控制在月收入的10%以下，仅5.6%的他们会花费月收入的20%以上，养宠模式趋向经济型



注：调研样本N=2000

Source：库润数据，202107，202109，Mob研究院整理

宠物消费类目：以刚需消费为主

宠物消费类目中，食品、用品、药品为宠物刚需支出，宠物主粮消费渗透率最高，超7成，位居第二的为宠物零食，达69%，宠物用品消费渗透率位列第三，达63%

宠物主消费类目及渗透率

**72%**

宠物主粮：干粮类、湿粮类、半干粮类

**61%**

清洁用品：洗护香波、滴耳露、除臭剂等

**69%**

宠物零食：肉质类、饼干类、咬胶类

**56%**

药品：驱虫药、生物制品、抗感染药品等

**63%**

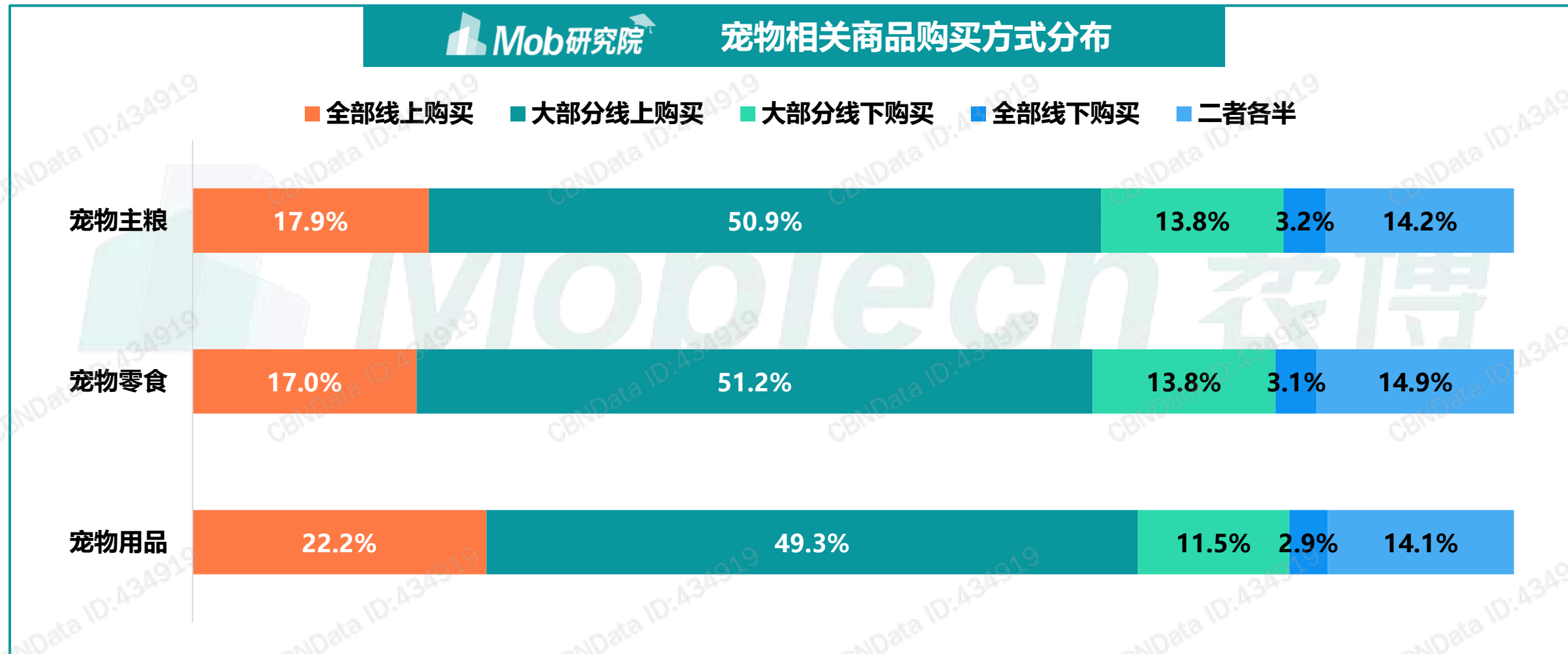
宠物用品：宠物窝、宠物垫、宠物餐具等

**56%**

宠物玩具：球类、飞盘、玩偶等

宠物消费方式：线上购买为主要方式

便捷、商品的性价比更高的线上消费成为主要方式，超6成的宠物（犬猫）主人会选择在线上购买宠物主粮、零食、用品



注：调研样本N=2000

Source：库润数据，202107，202109，Mob研究院整理

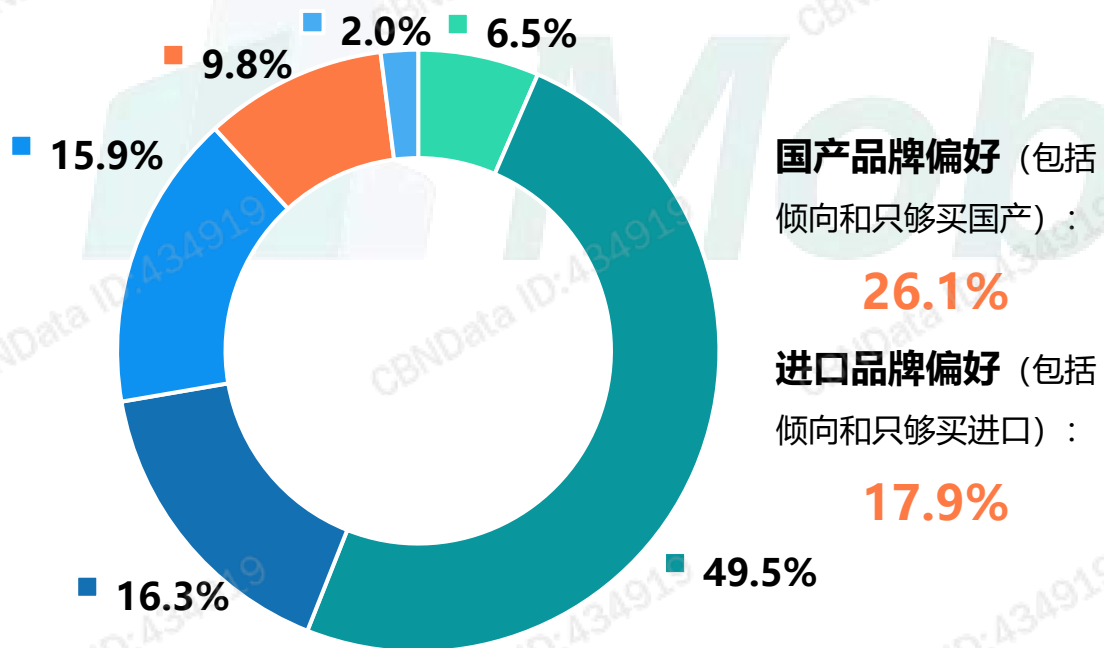
宠物消费品牌：国产偏好度高于进口

宠物（犬猫）主人选择宠物商品时，对国产品牌持开放态度，国产品牌偏好高于进口品牌，国产宠物商品的高性价比成为越来越多养宠人的选择，支持国货的心理原因也是主要驱动因素

Mob研究院

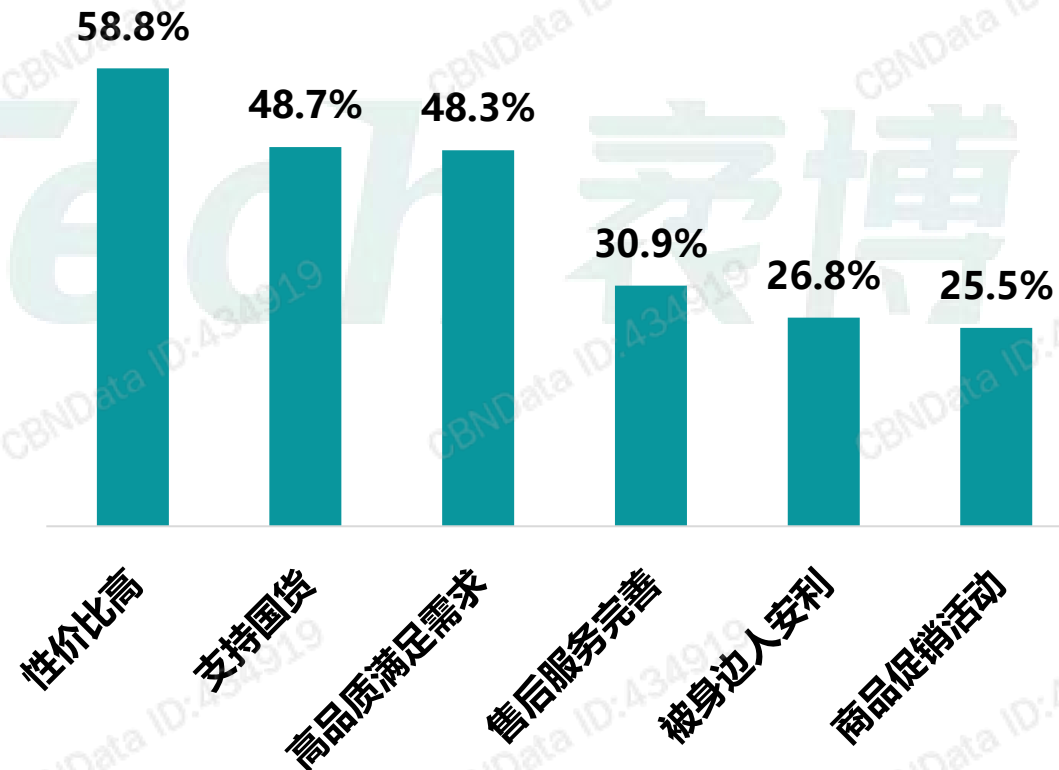
“铲屎官”消费品牌偏好

- 不关注品牌
- 国产进口都会选择
- 更倾向于国产品牌
- 更倾向于进口品牌
- 只够买国产品牌
- 只够买进口品牌



Mob研究院

“铲屎官”消费国产品牌的原因



注：调研样本N=2000

Source：库润数据，202107，202109，Mob研究院整理



CONTENTS

录

1

宠物行业现状概览及研究对象定义

2

“铲屎官”画像和动机洞察

3

“铲屎官”的宠物消费偏好

4

宠物行业未来趋势分析

产业链下游新需求不断涌现

宠物行业产业链完善，上游主要为养殖及贩卖，中游主要包括宠物食品及用品，下游服务种类多样化，如宠物保险、宠物殡葬等新的需求不断涌现

上游：养殖及贩卖

中游：宠物产品

下游：宠物服务

宠物饲养

宠物销售

宠物领养

虚拟宠物等

宠物食品

宠物干粮

宠物湿粮

宠物零食等

宠物用品

宠物清洁用品

宠物服装

宠物玩具等

宠物医疗

宠物美容

宠物培训

宠物摄影

宠物寄养

宠物保险

宠物殡葬

宠物托运等

宠物保险：国内覆盖率低，市场面临一片蓝海

日本宠物保险标杆企业anicom已拥有5大业务板块，营收近20亿人民币，相比国外，中国宠物保险覆盖率不足1%，但随着宠物经济和宠物医疗的进一步发展，宠物保险需求将会成为刚需，未来前景可观

Mob研究院 日本宠物保险标杆企业anicom

anicom营收达
19.4亿元 (CNY)

专设anicom损害
保险株式会社

anicom现参保
量达77万只



anicom损害保险 (动物保险)

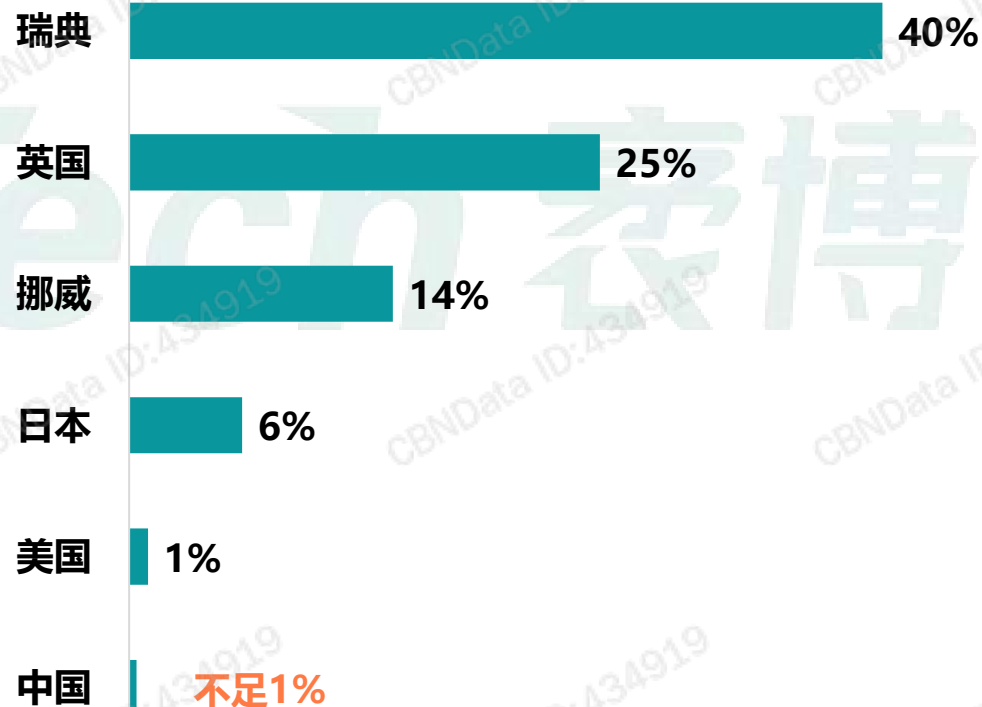
anicom Pafe (动物医院支持事业)

anicom Frontier (保险代理、收费职业介绍)

anicom先进医疗研究所 (临川研究事业)

anicom Capital (风险投资、培训)

Mob研究院 各国家宠物保险覆盖率



宠物殡葬：方式多样化，企业增速超100%

随着越来越多“铲屎官”的诞生，也让爱宠们的“身后事”被更多的宠物主所考虑。2020年，我国新增宠物殡葬相关企业增速达108.8%，宠物殡葬这一垂直行业或将爆发出巨大的潜力

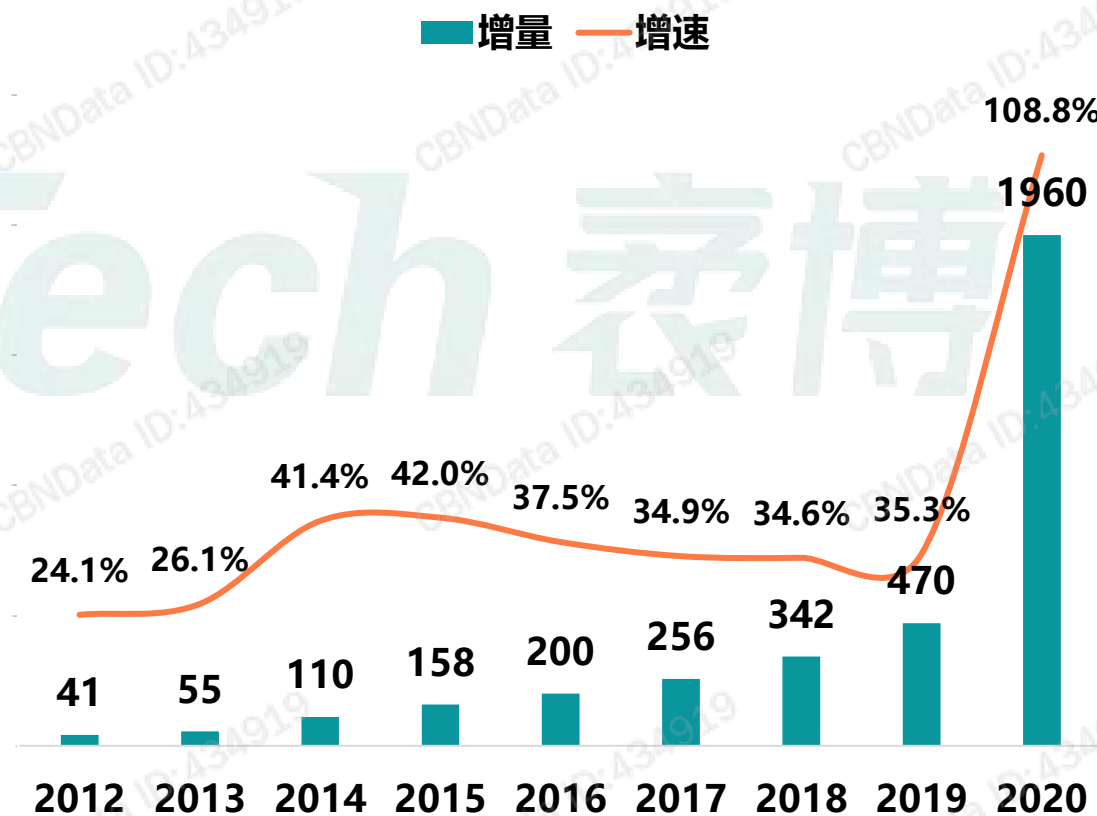
Mob研究院

宠物殡葬形式

| | |
|--------|---|
| 一般葬礼 | 主要包括接遗体，举办悼念仪式和焚化遗体三部分 |
| 树葬 | 根据宠物主人的需求，可以将宠物的尸体埋葬后，做成墓地形式，还可以再墓地上种植树木、或者雕刻墓碑 |
| 宠物骨灰钻石 | 将宠物的骨灰装进特制的容器里继续焚烧，变为深邃美丽的晶石，可以继续加工成饰品陪伴主人 |
| 宠物标本 | 将宠物的尸体由专业的宠物殡葬工作人员进行标本制作，随时可以看见 |

Mob研究院

2012-2020年宠物殡葬企业增量与增速



报告说明

1.数据来源

MobTech报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：2015-2021.09

具体数据指标请参考各页标注

3.版权声明

本报告为MobTech制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。



全球领先的数据智能科技平台



关注我们

研究报告合作

021-64702051

marketing@mob.com