



中国宠物经济

创新发展研究报告

亿欧智库 www.iyiou.com/intelligence

Copyright reserved to EO Intelligence, Oct 2020

研究背景

- ◆ 随着宠物在人类社会中角色的转变及地位的提升，“宠物经济”成为热词；创业公司涌现，资本市场对宠物经济的关注度升温，这加剧了企业的竞争。
- ◆ 亿欧智库对目前有关宠物经济市场估值和发展阶段的普遍认知仍有所存疑。另外，我们关注到该行业出现了诸多创新趋势和新兴赛道，因此我们认为此时对中国宠物经济现状以及发展趋势进行深入了解尤为必要。

研究目的

- ◆ 进行此次行业研究的目的是探求宠物经济的创新发展趋势。
- ◆ 基于中国宠物经济发展现状，通过深度访谈与研究，我们回溯并分析了宠物经济的发展阶段和市场特征，把对于该行业未来发展的判断与观点给予市场，给参与到中国宠物经济中的企业、创业者及投资机构提供更多的借鉴价值。

- ◆ 我国宠物经济的发展分为三个阶段：萌芽期（1995后）、探索期（2015后）、高速发展期（2028~2030后）。我国宠物经济的发展阶段目前仍处于探索期；
- ◆ 亿欧智库测算出 2020 年中国宠物经济（食品、用品、服务、医疗）消费市场规模的可变区间为 1900~2100 亿；
- ◆ 宠物经济的消费行为可以被分解为三个阶段：来自宠物的生存需求，以及来自宠物主的延伸需求和情感需求；
- ◆ 中国宠物经济四大细分行业的发展方向分别为：宠物食品精细化、宠物用品逆陪伴化、宠物服务亲子化、宠物医疗规范化；
- ◆ 中国宠物经济整体的发展趋势：

消费者：新蓝海人群将成为企业拓展增量市场的机会

市场：疫情出现长尾效应，将加速市场洗牌，或催生全新模式

赛道：跨界联动将催生新商业形态的出现和人才需求的增多

人才：宠物经济市场与人才供需不平衡，将推动人才结构优化

总结：中国宠物经济整体的发展趋势将由“四化”趋势主导

Part.1 中国宠物经济市场概况

Industry Overview

- 1.1 宠物经济概念界定
- 1.2 中国宠物经济发展现状
- 1.3 中国宠物经济市场分析

Part.3 中国宠物经济发展趋势

The development trends of pet industry

- 3.1 消费者：新蓝海人群将成为企业拓展增量市场的机会
- 3.2 市场：疫情出现长尾效应，将加速市场洗牌，或催生全新模式
- 3.3 赛道：跨界联动将催生新商业形态的出现和人才需求的增多
- 3.4 人才：宠物经济市场与人才供需不平衡，将推动人才结构优化
- 3.5 总结：中国宠物经济整体的发展趋势将由“四化”趋势主导

Part.2 中国宠物经济产业链概述及四大细分行业洞察

Overview of the pet industry chain and analysis of specific area

- 2.1 产业链概览
- 2.2 产业链上游分析
- 2.3 中游 | 宠物食品行业洞察
- 2.4 中游 | 宠物用品行业洞察
- 2.5 下游 | 宠物服务行业洞察
- 2.6 下游 | 宠物医疗行业洞察

Part 1 | 中国宠物经济市场概况

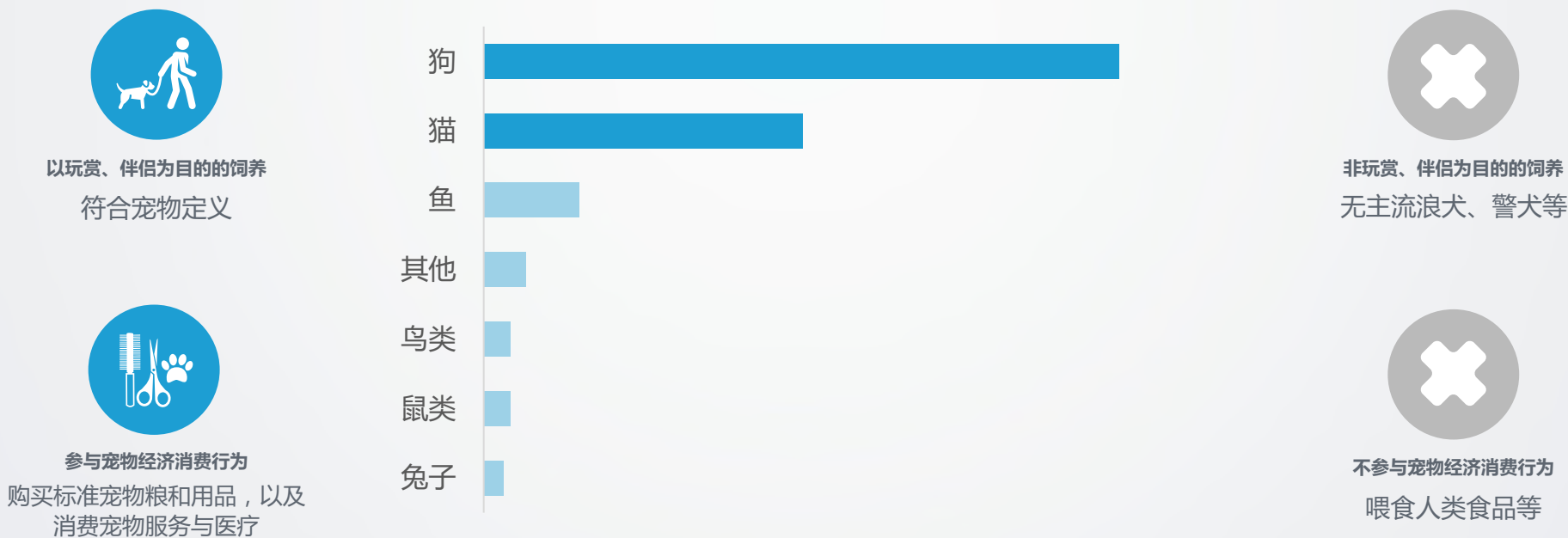
Industry Overview

1.1 宠物经济概念界定

Definition of the pet industry

- ◆ 宠物指 供玩赏、伴侣之目的而饲养或管领的动物。
- ◆ 目前中国宠物经济市场较为分散，宠物类别繁多，其中猫狗比重大且市场已初具规模，但其他宠物类别的市场暂未形成规模。根据上述逻辑，我们认为猫狗市场可以代表目前中国宠物经济的市场现状。
- ◆ 本篇报告所定义的宠物猫狗仅包括：食用宠物粮、使用宠物用品，以及消费宠物服务与医疗的猫狗群体。
- ◆ 本篇报告所研究的宠物经济，特指围绕 中国宠物猫狗市场，产生的一系列生产、销售、服务等商业活动。
- ◆ 非玩赏、伴侣为目的饲养的宠物以及不参与宠物经济消费行为的宠物并不在本报告的研究范围之内。

亿欧智库：宠物主所养宠物类别排序图（多选问卷）

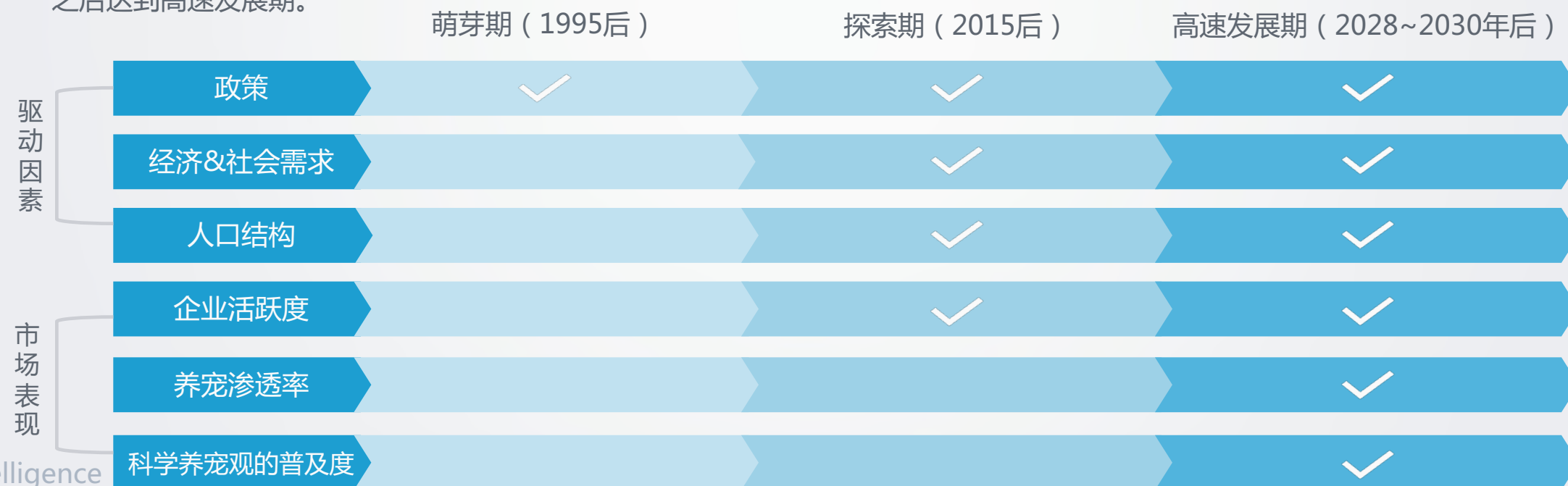


来源：Statista

1.2 中国宠物经济发展现状

Development of the pet industry

- ◆ 目前，市场研究普遍认为中国宠物经济已进入高速发展期。但我国的养宠渗透率低、科学养宠观念普及度低，这导致我国宠物经济尚未进入高速发展期。
- ◆ 亿欧智库认为，我国宠物经济的发展分为三个阶段：萌芽期（1995后）、探索期（2015后）、高速发展期（2028~2030后）。我国宠物经济的发展阶段目前仍处于探索期。
- ◆ 根据天眼查的数据，2005年至2020年之间共出现68万余家主营宠物相关业务的企业，其中有86.3%的企业成立于2015年以后。根据该统计，我们认为中国宠物经济市场于2015年后进入探索期。
- ◆ 对比发达国家的宠物经济发展阶段，探索期通常需要经历13~15年的时间。根据该推算，我国宠物经济或将于2028~2030年之后达到高速发展期。



禁止饲养



1980

《卫生部关于控制和消灭狂犬病的通知》《家犬管理条例》：县级以上城市、近郊区、新兴工业区禁止养犬。

2003



《北京市养犬管理规定》：养犬需要遵循登记、年检制度。

2006



《深圳市养犬管理条例》：规范养犬登记、免疫登记、户外活动管理、狂犬病免费免疫制度。

2007



《南京市养犬管理条例》：对犬只依法实行动物免疫制度和养犬登记制度。

2009



《杭州市养犬管理条例》《广州市养犬管理条例》《中华人民共和国动物保护法》：杭州、广州放开对于养宠数量的限制。

2015



《中华人民共和国动物防疫法》：设立宠物医疗机构必须取得当地动物卫生监督机构颁发的许可证，要求配置有注册的执业兽医和兽医助理各3名以上，室内面积需要大于120平方米。

2019



《宠物饲料管理办法》《宠物饲料卫生规定》、《宠物饲料标签规定》等6个规范性文件发布，规范饲料生产许可管理和进出口登记制度。

2020



《宠物（犬、猫）挤压膨化饲料生产质量控制与评价技术规范》农业行业标准项目获得正式立项。

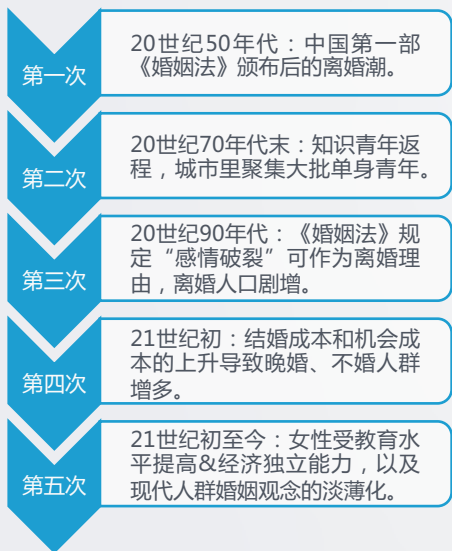
优化管理

合法饲养

驱动因素 | 人口结构：年轻单身人群是消费主力，养宠渗透率持续增加

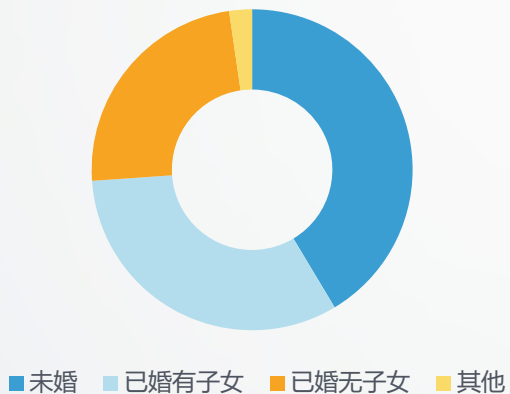
- ◆ 宠物经济伴随着晚婚或不婚趋势而发展。中国 41% 的养宠群体属于单身人群。同时，我国迎来第五次单身潮，这将对宠物经济起到较大推动作用。
- ◆ 亿欧智库通过研究发现，当老龄化发展到一定程度时，市场将会饱和，导致养宠渗透率下降。由于我国的老龄化还没有达到让市场饱和的状态，因此养宠渗透率还将持续增加。
- ◆ 根据养宠人群年龄分布图，消费人群年轻化趋势凸显，95后消费群体是行业增长关键动力。

亿欧智库：中国五次单身潮详解



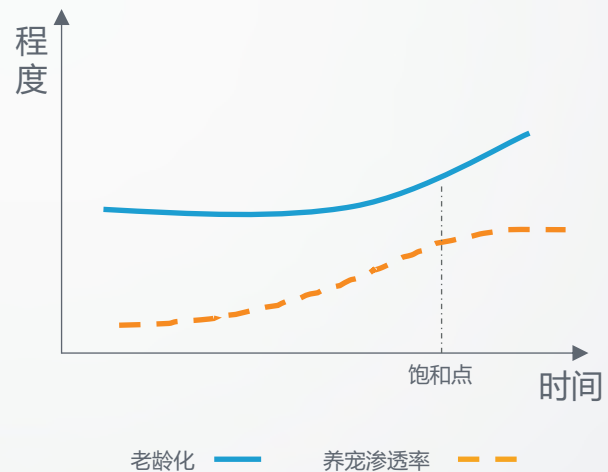
来源：西南证券

亿欧智库：养宠人群婚姻状况



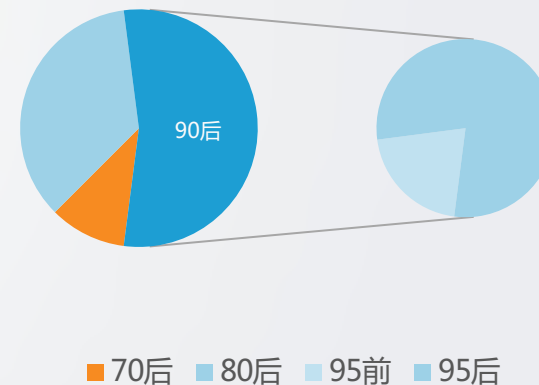
来源：国家统计局

亿欧智库：老龄化与养宠渗透率关系图



来源：天风证券

亿欧智库：养宠人群年龄分布图



来源：国联证券

制约因素 | 科学养宠普及度：观念尚待建立，宠物主消费能力被制约

- ◆ 现阶段，宠物主缺少相应的科学养宠知识储备。
- ◆ 亿欧智库通过访谈了解到，宠物主的养宠知识和养宠观念成熟大致需要五年时间。
- ◆ 中国消费者的科学养宠观念尚待建立，宠物主的消费能力在现阶段被观念制约。

- 未认识到宠物饮食的特殊性
- 不了解宠物不同生长阶段的差异化需求
- 缺乏宠物健康知识储备，无法判断其身体健康状态



- 部分宠物主选择喂养人类食物，宠物鲜粮及宠物营养品消费能力弱
- 宠物医疗与服务消费渗透率低

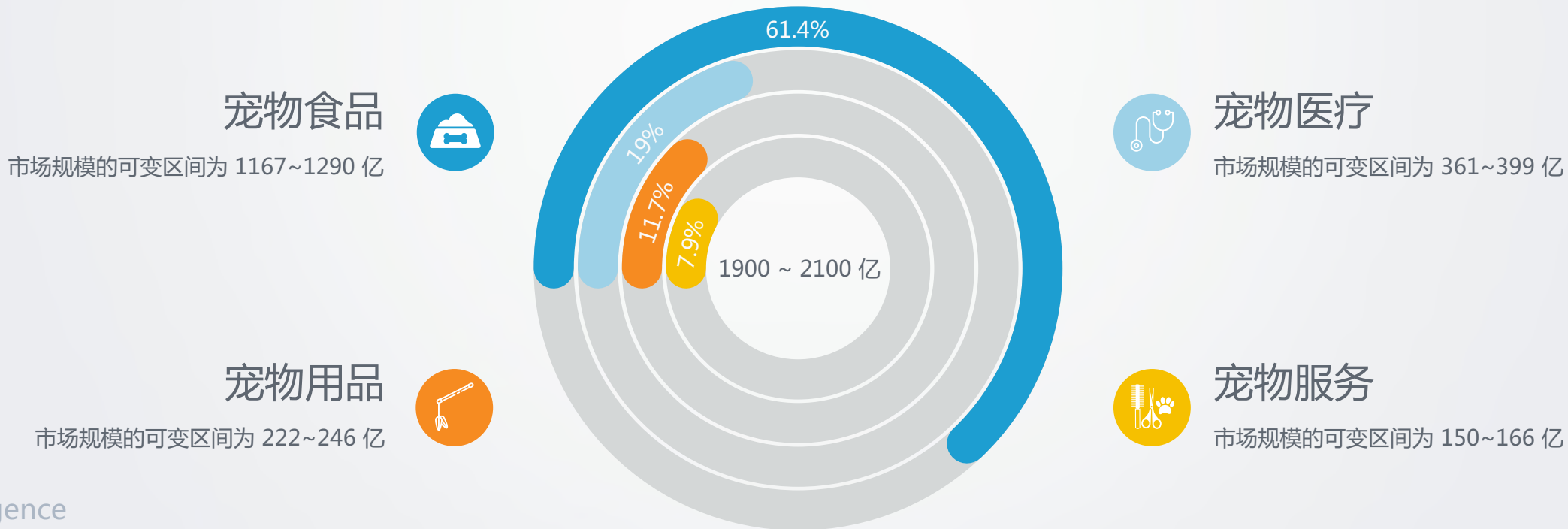
来源：企业访谈

1.3 中国宠物经济市场分析

Market analysis

市场测算：宠物经济市场规模介于 1900 亿至 2100 亿之间， 食品行业贡献超过50%

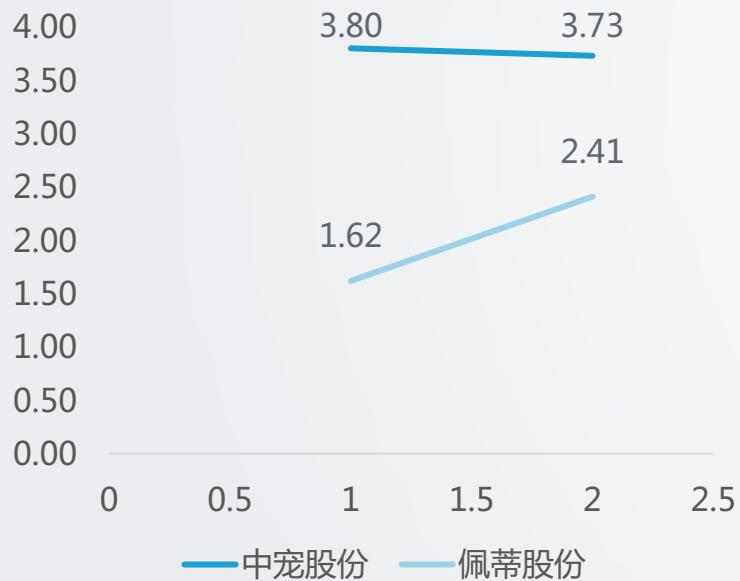
- ◆ 通过对网络销售数据的抓取，以及线下走访和企业访谈，亿欧智库对 2020 年中国宠物经济（食品、用品、服务、医疗）的市场规模进行了测算。
- ◆ 测算逻辑：从零售电商出发，推算出宠物经济线上全年销售额，再乘以线上线下消费比重，以及宠物经济各细分行业的消费占比，测算出中国宠物经济市场规模。
- ◆ 根据上述逻辑，经亿欧智库测算，2020 年中国宠物经济（食品、用品、服务、医疗）消费市场规模的可变区间为 1900~2100 亿。
四大细分领域分布如下：



二级市场：现阶段行业内上市公司少，且均在宠物零食领域营收最高

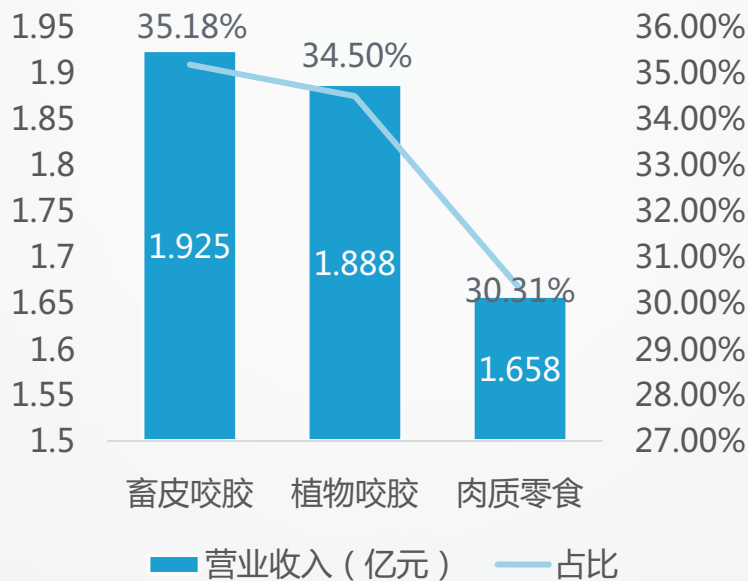
- ◆ 由于中国宠物经济的发展仍处于探索期，上市公司较少，仅有中宠与佩蒂两家。
- ◆ 比较 2020 年与 2019 年 Q1 营收，佩蒂股份营收增长达到 48.74%；而中宠股份由于“其他收益”部分较上年同期下降了 78.77%，因此整体营收出现了 2.03% 的下降。
- ◆ 中宠股份与佩蒂股份均将业务重心致力于宠物食品的研发和销售。

亿欧智库：中宠&佩蒂 2020 Q1 营收对比（亿元）



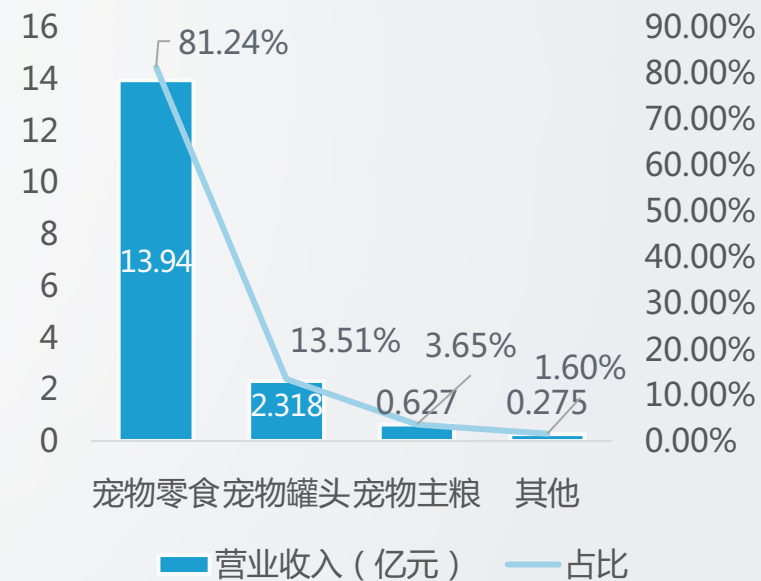
来源：企业年报

亿欧智库：佩蒂 2020 年中报 - 主要营收及占比



来源：企业年报

亿欧智库：中宠 2019 年报 - 主要营收及占比



来源：企业年报

企业简称	投资时间	轮次	具体金额(万)	币种	投资方	所在地	企业全称	企业简介
魔力猫盒	2020/1/1	B轮	千万级美元	美元	经纬中国	上海市	上海索洛信息技术有限公司	订阅制宠物服务平台
疯狂小狗	2020/1/1	股权融资	未披露	人民币	伊利股份	江苏省	徐州苏宠宠物用品有限公司	宠物服务、宠物用品提供商
宠年年	2020/2/26	天使轮	未披露	未披露	今汐永宣	北京市	真可爱呀(北京)科技有限公司	宠物一站式伴养平台
奥浦迈	2020/3/9	C轮	1亿	人民币	国寿投资,国寿大健康基金	上海市	上海奥浦迈生物科技有限公司	新型动物细胞无血清培养基开发和生产
泓宇医疗	2020/3/26	A轮	3000万	人民币	中信产业基金,醴泽基金	浙江省	浙江泓宇医疗科技有限公司	宠物犬心脏病介入治疗服务商
豆柴宠物	2020/4/3	A轮	数千万	人民币	金鼎资本	广东省	深圳市爱宠之家贸易有限公司	宠物食品品牌提供商
美兰生物	2020/5/13	天使轮	未披露	未披露	鸿博资本	河南省	商丘美兰生物工程有限公司	动物疫苗细胞全悬浮培养技术研发商
倍谱基生物科技	2020/6/11	股权融资	未披露	人民币	众合瑞民	上海市	上海倍谱基生物科技有限公司	动物细胞悬浮培养
祺祥生物	2020/6/22	Pre-A轮	未披露	未披露	河南高创	河南省	河南祺祥生物科技有限公司	动物疫苗研发生产商
希诺谷生物	2020/6/23	B轮	数千万	人民币	顺祺基金,希诺恒通	北京市	北京希诺谷生物科技有限公司	宠物克隆及基因编辑犬技术研发商
猫猫狗狗科技	20020/6	股权融资	未披露	人民币	艾莫投资	北京市	北京猫猫狗狗科技有限公司	宠物消费升级产品开发商
疯狂小狗	2020/7/1	战略融资	4000万	人民币	国盛富瑞	江苏省	徐州苏宠宠物用品有限公司	宠物服务、宠物用品提供商

来源：天眼查

Part 2 | 产业链概览及细分行业洞察

Overview of the pet industry chain and analysis of specific area

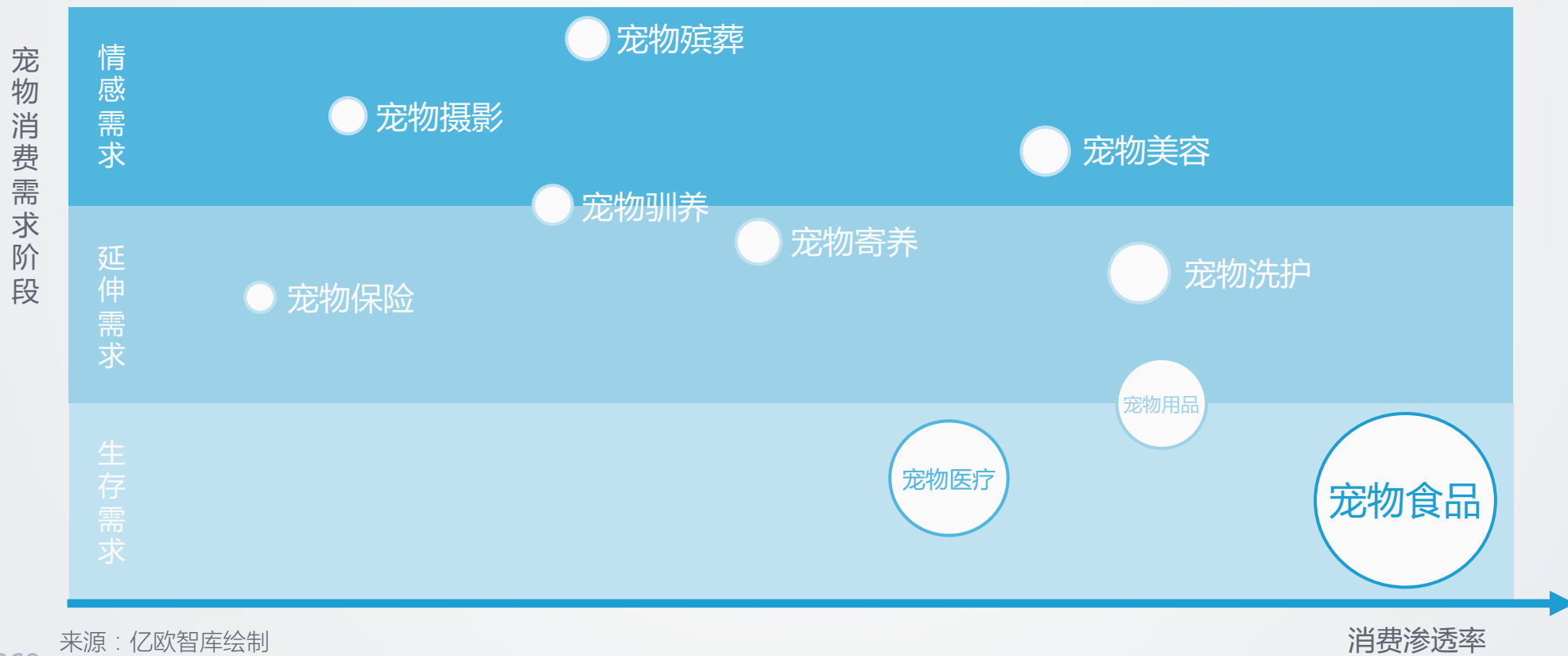
2.1 产业链概览

Industry chain overview



来源：公开资料收集，亿欧智库
EO Intelligence

- ◆ 亿欧智库认为，宠物经济的消费行为可以被分为三个不同的阶段，分别为：生存需求、延伸需求以及情感需求。
- ◆ 生存需求是来自于宠物猫狗自身的最基本需求。
- ◆ 延伸需求和情感需求则是由宠物主发起的。其中，延伸需求是指满足宠物生存有关的延伸的需求。
- ◆ 基于该需求理论以及消费渗透率，宠物经济产业链各个细分行业的分布如下图所示：



来源：亿欧智库绘制

2.2 产业链上游分析

Analysis of upstream chain

- ◆ 繁育与交易环节绑定关系极强，但国内尚无规模化的养殖机构，市场现状鱼龙混杂。
- ◆ 繁育端主要由犬舍/猫舍控制，但缺乏监管和标准化流程；交易行为主要发生在线下传统宠物店。
- ◆ 除下图展示的主要 4 种宠物获取途径外，其余占比为：动物救助站 4%；线上私人买家 2%；线下私人买家 1.5%；动物保护组织 0.5%。



宠物店购入占比 43%

宠物来源：

- ◆ 与犬舍/猫舍进行合作；
- ◆ 家庭繁育；
- ◆ 与其他宠物店合作繁育。

亿欧智库：宠物购买来源占比统计



被赠予占比达到 32%

宠物来源：

- ◆ 交易环节中，年龄超过3月的难售宠物；
- ◆ 家庭繁育。



宠物繁育

包括犬舍/猫舍、家庭繁育以及救助中心；
国内尚无大型的规模化养殖机构。



活体交易

线下救助中心及宠物店，线上垂直电商、；
与繁殖环节强绑定，包括包装、检疫、配送、售后等环节。



犬舍/猫舍购入占比 12.5%

宠物来源：

- ◆ 犬舍/猫舍，小规模化繁育。



捡拾占比 4.5%

宠物来源：

- ◆ 交易环节中产生的滞留宠物；
- ◆ 弃养宠物等。

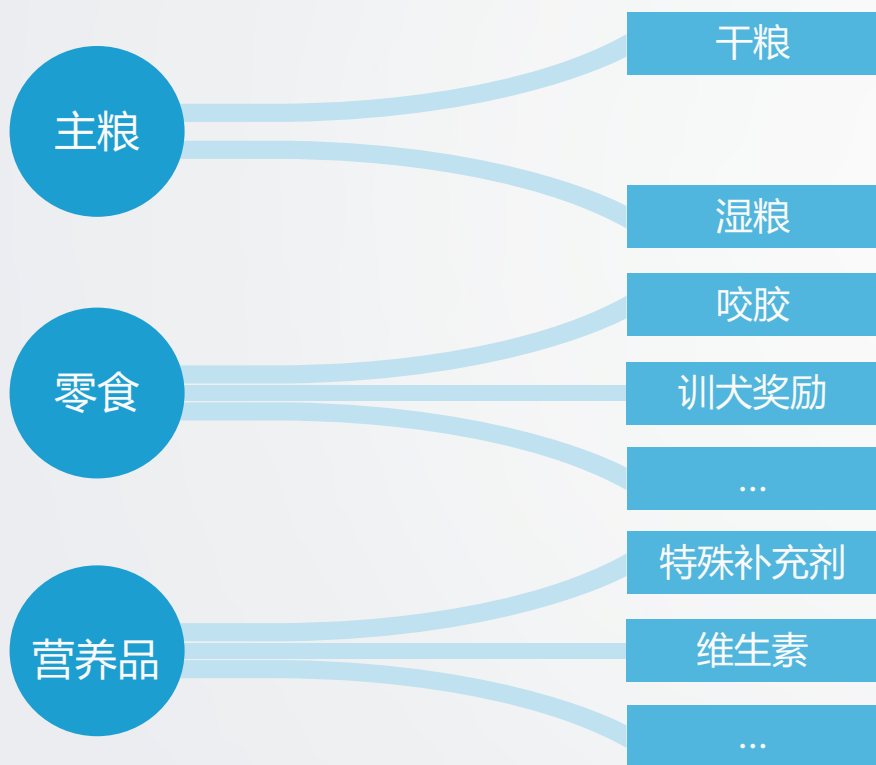
2.3 中游 | 宠物食品行业洞察

Analysis of pet foods industry

宠物食品是宠物行业第一刚需市场，包含三大领域，多种细分品类

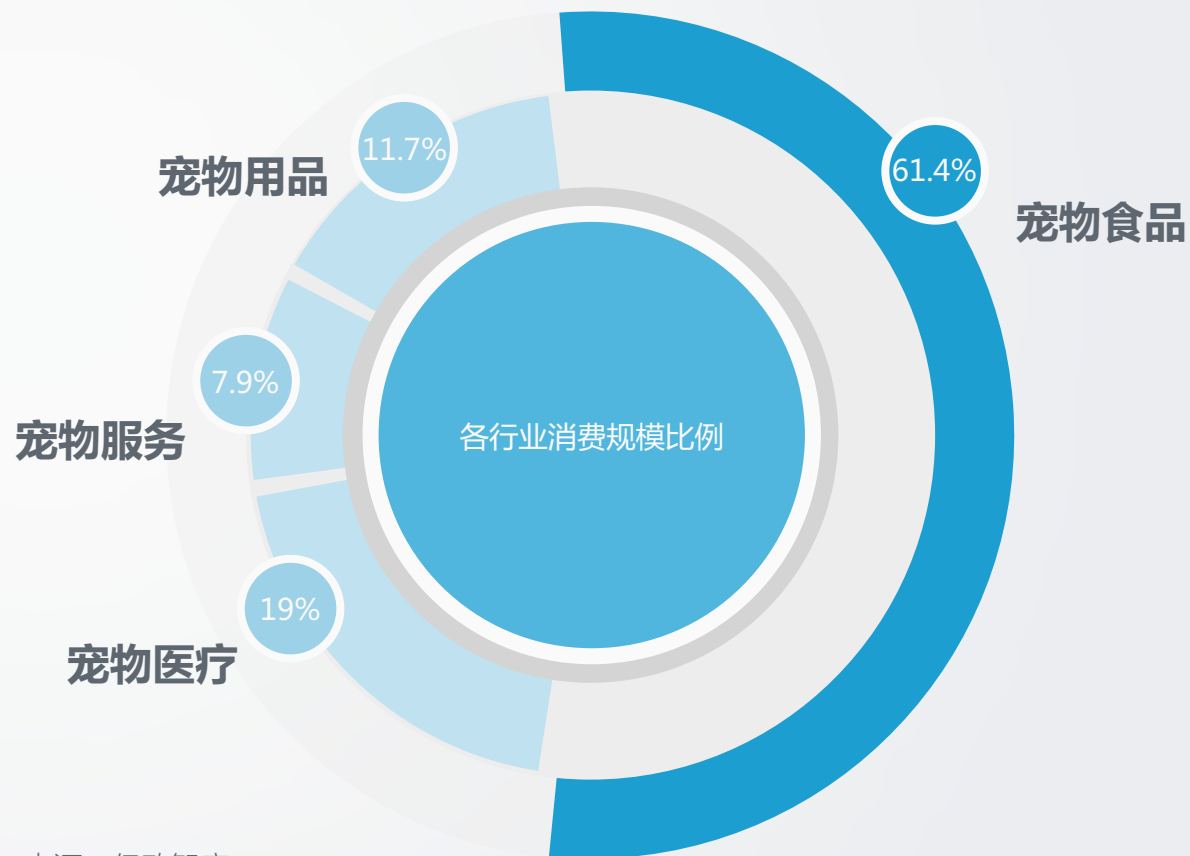
- ◆ 宠物食品特指 为宠物群体所专门研发并生产的食品，包含主粮、零食和营养品三大领域。
- ◆ 宠物食品行业是宠物经济中消费占比最大的行业。

亿欧智库：中国宠物食品行业经营品类



来源：公开资料整理

亿欧智库：中国宠物经济各细分行业消费市场规模比例



来源：亿欧智库

宠物食品产业链：单品牌型企业致力于食品生产，配方与生产工艺是核心创新点

- ◆ 宠物食品企业可以分为多品牌与单品牌两种类型。
- ◆ 单品牌型企业的出现加剧市场竞争，伴随消费者的需求增加，食品生产工艺的发展和升级正在被快速驱动。

亿欧智库：宠物食品产业链

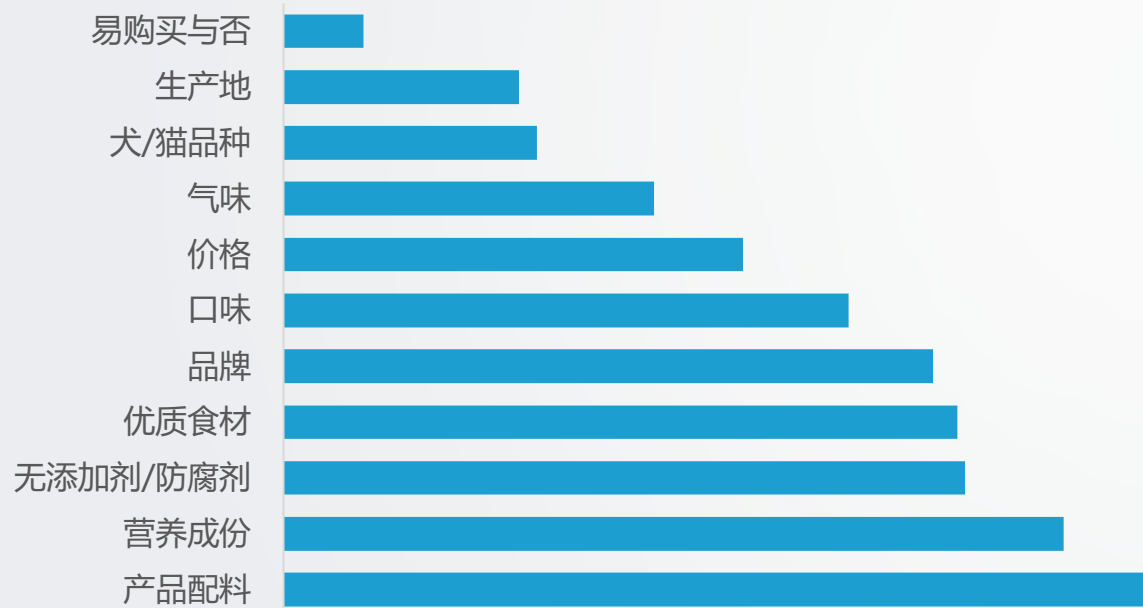


来源：亿欧智库

行业竞争态势：食品行业竞争态势较为激烈，产品创新机会在于产品成份与配料

- ◆ 宠物食品行业的竞争态势较为激烈，主要体现于新玩家威胁和同业竞争度两个方面。
- ◆ 亿欧智库通过调查发现，消费者在购买宠物粮时会优先考虑产品配料以及营养成分，这同样是产品创新的机会所在。

亿欧智库：宠物食品购买因素偏好调查排序图



来源：Statista



宠物食品行业发展精细化：与发达国家趋势相似，生产工艺迭代与消费升级驱动，食品品类不断扩充



美国

- ◆ 消费者追求食品和配料的无谷性以及天然有机性。
- ◆ 探索多样化蛋白质源，例如昆虫高蛋白和代替性植物蛋白。
- ◆ 功能性食品关注度上升，对犬/猫特定需求研发专门型宠物食品。



欧洲

- ◆ 可降解食品包装与小包装宠物粮均受欢迎。
- ◆ 宠物素食与清洁肉成为新趋势。
- ◆ 跨渠道提高食品处理质量和工艺。



中国

- ◆ 宠物地位与科学养宠观念的提高，促使消费者需求升级，驱动产品创新与制造工艺迭代。
- ◆ 天然粮、冰鲜粮、宠物饮料等新品类出现，宠物食品产品线不断扩充。

2.4 中游 | 宠物用品行业洞察

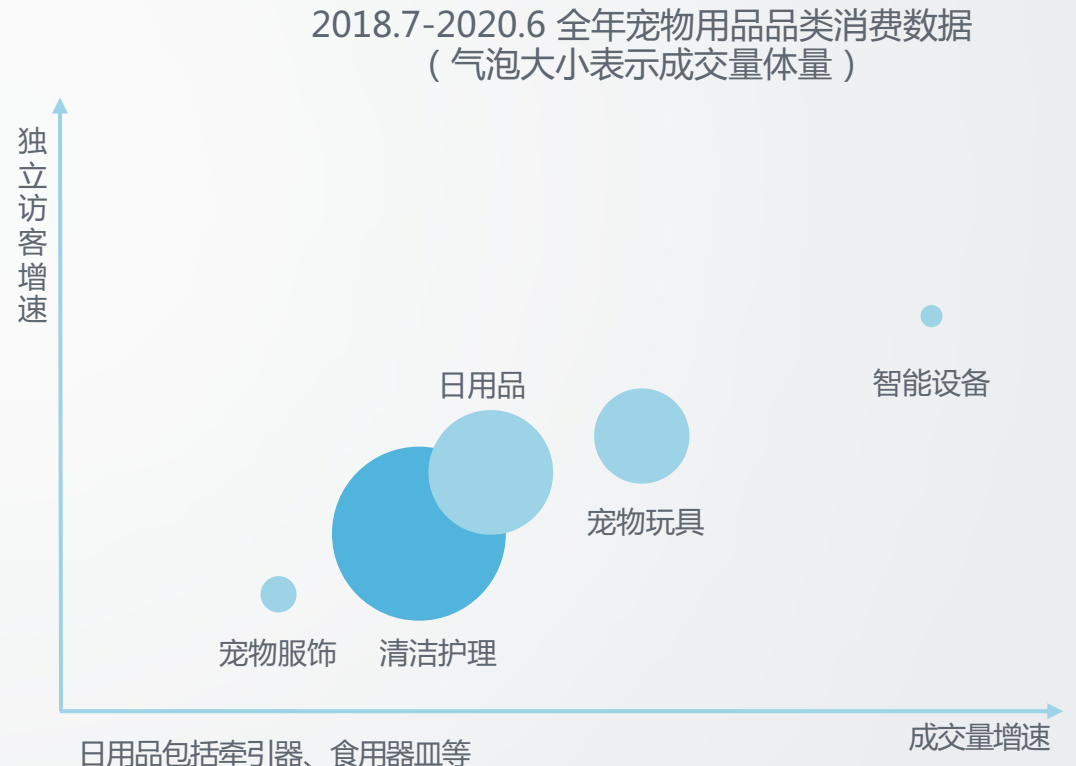
Analysis of pet supplies industry

宠物用品细分品类多，清洁护理需求最大，智能设备消费增速最快

- ◆ 宠物用品特指专门针对宠物群体所研发、生产和使用的用品。
- ◆ 宠物用品细分品类多，主要包括牵引器、清洁护理、宠物窝垫、食用器皿、宠物服饰、宠物玩具等。
- ◆ 清洁护理目前市场需求最大，但增速缓慢；宠物智能设备的需求和成交量增速最快，但目前成交体量较小。



来源：公开资料整理

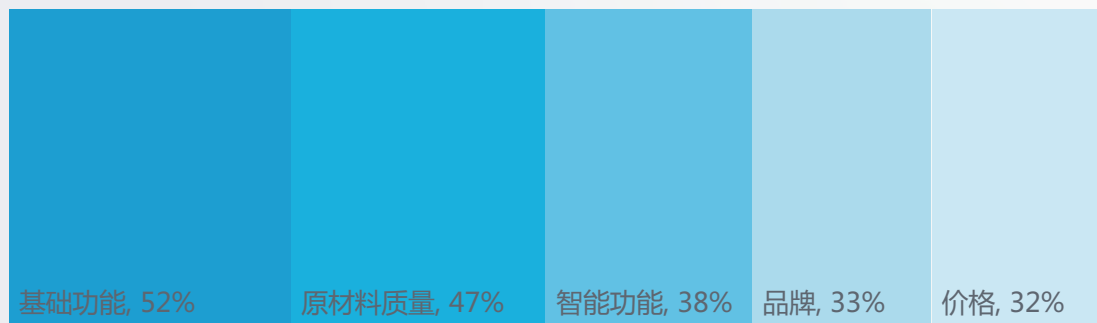


来源：阿里妈妈

创新发展方向

- ◆ **供应链升级**
企业进入从贴牌代工到开发自有品牌生产线过度阶段，通过供应链升级，严格原材料选取，提高产品质量及生产效率。
- ◆ **品牌化**
我国社会需求转化带来消费升级，32%的消费者关注宠物用品品牌，推动企业建立自主品牌，发展个性化商品。
- ◆ **产品设计与研发**
根据宠物用品消费者偏好调查，有38%的消费者看重智能化。为满足市场需求，企业加大产品设计与研发力度，开启宠物智能用品新时代。

亿欧智库：宠物用品消费者偏好分布图



原材料端

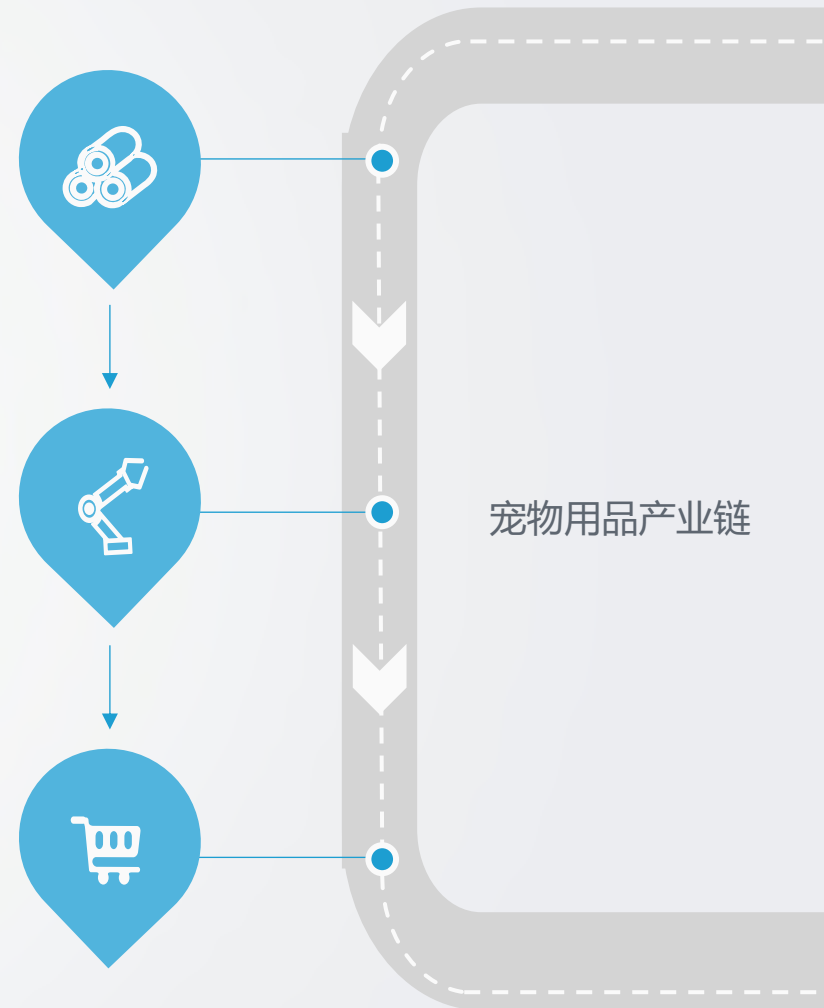
纺织品、板材、塑胶、橡胶、金属等

加工生产端

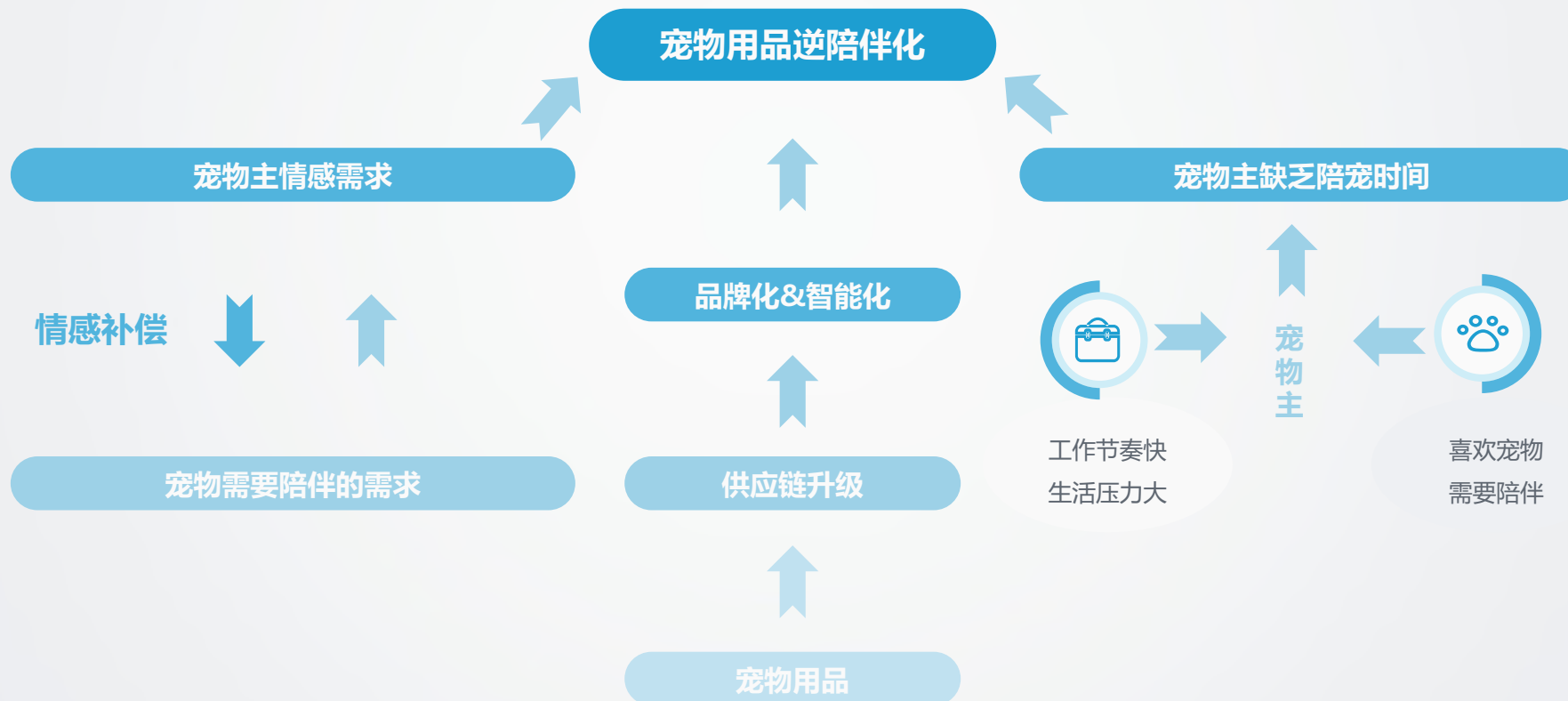
牵引绳、清洁护理、宠物窝垫、食用器皿、宠物服饰、宠物玩具等

销售渠道端

线上：综合电商平台、垂直电商平台
线下：综合超市、宠物门店



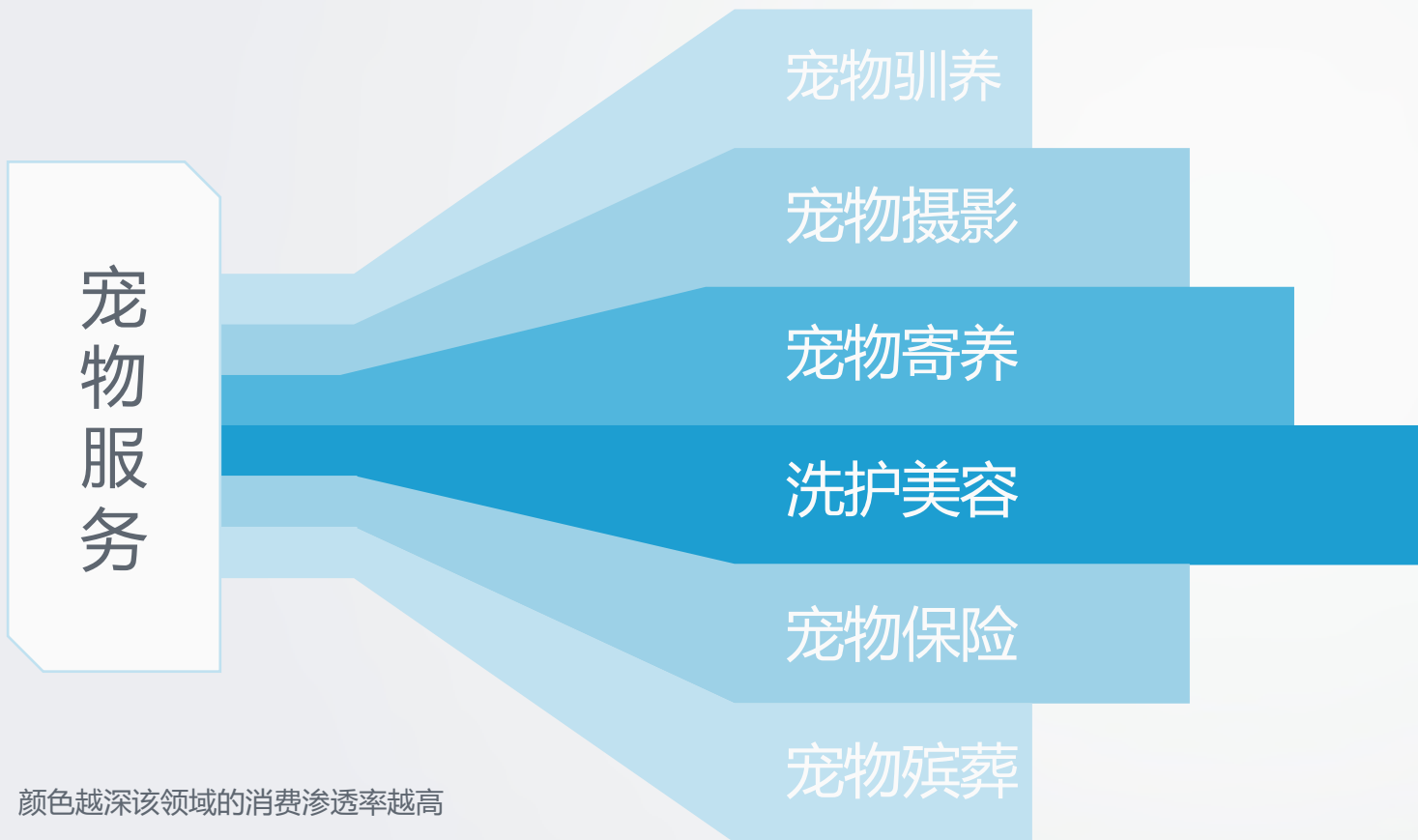
- ◆ 宠物主渴望解放双手，同时又需要在有限的个人可支配时间内，给予宠物充足的情感陪伴，这成为了现阶段养宠的主要矛盾。
- ◆ 用品逆陪伴化：在宠物用品智能化基础上，为解决宠物主的时间需求，以及宠物需要主人陪伴的情感需求，所产生的宠物主情感补偿行为。



2.5 下游 | 宠物服务行业洞察

Analysis of pet service industry

◆ 宠物服务行业包括六大细分领域，包括：洗护美容、宠物寄养、宠物摄影、宠物保险、宠物驯养以及宠物殡葬。



行业现状 无巨头，市场碎片化严重，缺乏标准化

入行/从业门槛低，无选址要求

需要新理念助力，缺乏模式创新

人才培养 主要从业者和服务型人才

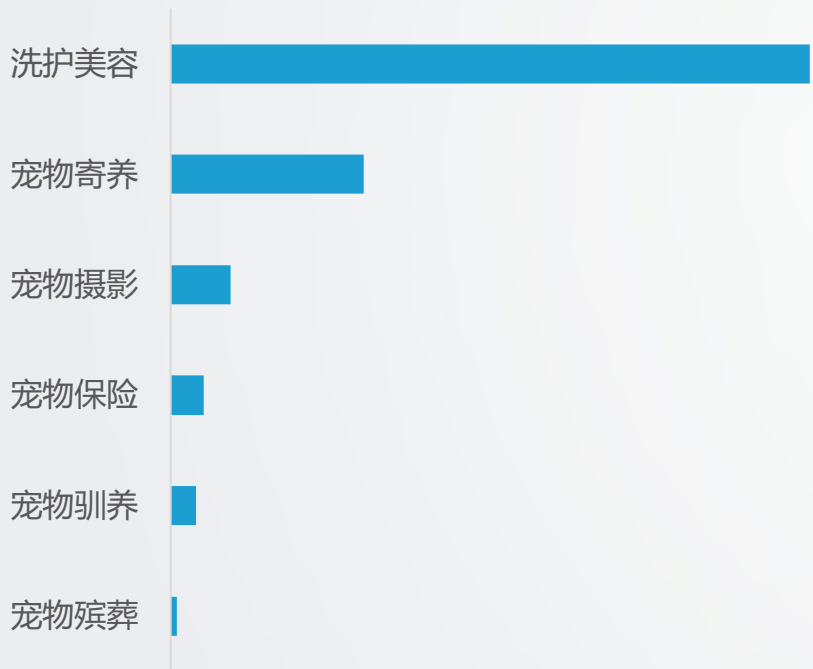
国内无职业标准，无监管体系，入职门槛低

培训不正规，以私人学校为主，资格证以海外为标准

洗护美容：宠物服务主要细分领域，以传统宠物店为主要商业形态

- ◆ 通过门店走访与从业者访谈，亿欧智库对宠物服务内的洗护美容领域进行了深度观察。
- ◆ 作为宠物服务行业中消费渗透率最高的领域，商业形态以传统宠物店为主，且服务内容呈现拟人化趋势。

亿欧智库：宠物服务各细分领域消费普及度排名



来源：2019中国宠物行业白皮书



传统宠物店难以发展：因入行门槛低、商业业态较为原始，以及伪加盟状态三大原因共同导致

- ◆ 传统宠物店有着较低的入行门槛，这在某种程度上导致了宠物门店碎片化，以及难以整合的现状。
- ◆ 亿欧智库通过线下走访发现，洗护美容作为传统宠物店的主营业务，与食品零售形成强绑定关系，销售方式过度依赖推销，造成了较为原始的商业业态。同时，由于单店的辐射区域有限（3公里以内），导致客源受限，营收较为艰难。
- ◆ 由于加盟门槛低，缺乏统一的供应链和服务管理，多数连锁品牌处于伪加盟状态。

	社区门店	商圈门店	连锁门店	加盟门店
主要业务	洗护美容 零售 寄养	主营零售 宠物活体 洗护美容	洗护美容 零售 寄养	洗护美容 零售 寄养
年盈利	小于20w	60-70w	10-15w	小于20w
毛利率	毛利率约 40%	毛利率约 35%	毛利率约 30%	毛利率约 30%-40%
回本周期	2-3年	1-1.5年	多数尚未盈利	2年以上

来源：雪球网、东北证券、从业者访谈



来源：企业访谈

- ◆ 其余五大细分领域的商业形态并不仅限于传统宠物店。消费渠道虽包括线上，但除宠物保险外，线下实体店仍然为主要的服务交付场所。
- ◆ 各个领域的服务内容在传统基础上，出现了较为明显的创新趋势，均以宠物拟人化为主轴。



宠物寄养

- ◆ 特点：消费升级新趋势
- ◆ 商业形态：传统摄影店 & 宠物摄影专门等
- ◆ 服务：内外景宠物拍摄、内外景人宠拍摄等
- ◆ 收费：按套收费，增值道具收费等



宠物保险

- ◆ 特点：渗透率低，消费意识尚未建立
- ◆ 商业形态：专门宠物培训基地
- ◆ 服务：不良行为纠正、基础行为训练等
- ◆ 收费：按课程收费、按月收费等



宠物殡葬

- ◆ 特点：由养宠人群差旅需求萌生的宠物经济新赛道，三线及以上城市为主要市场
- ◆ 商业形态：普通宠物店 & 宠物酒店等
- ◆ 服务：各式寄养房间、陪玩/代遛、日常护理等
- ◆ 收费：按天收费、增值服务



宠物摄影

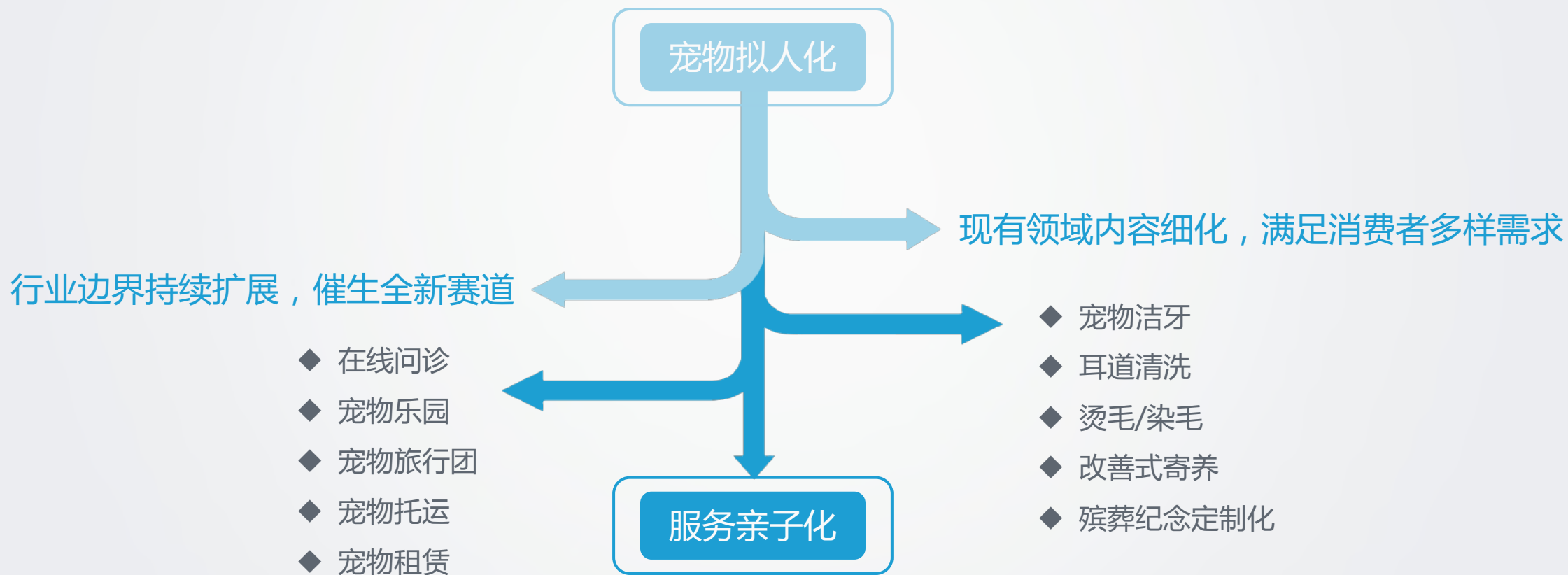
- ◆ 特点：宠物主的保险消费意识正在增强，以一二线城市为主要市场
- ◆ 商业形态：线上、保险公司
- ◆ 服务：第三方责任险、健康医疗险和宠物被盗险等
- ◆ 收费：按年收费



宠物驯养

- ◆ 特点：利润空间大，存在较强地域性
- ◆ 商业形态：专门型宠物殡葬门店
- ◆ 服务：火化、标本/纪念品制作、佛堂/骨灰堂定制等
- ◆ 收费：按次收费、增值服务等

- ◆ 宠物陪伴属性的增强，加快着宠物角色的转变；因宠物拟人化的影响，宠物服务行业正在出现服务亲子化的趋势。
- ◆ 随之而来的是服务消费品类的快速增加，包括对于旧有领域的内容细化，以及全新赛道的催生。



2.6 下游 | 宠物医疗行业洞察

Analysis of pet medical industry

- ◆ 宠物医疗属于“国民经济行业分类”中所规定的科学研究和技术服务业下的兽医服务业。
- ◆ 本报告所定义的宠物医疗，特指对于中国宠物猫狗进行的药品销售、宠物保健，及宠物诊疗服务。
- ◆ 医疗服务中，消费者针对宠物的皮肤和肠胃类疾病进行问诊的概率最高。

亿欧智库：宠物主要问诊项目统计



来源：Statista

人才培养

技术型人才

国内有完备的兽医从业标准，监管严格，入职门槛高

培训正规，高等院校拥有兽医专业

行业现状

巨头整合，标准化高

入行/从业门槛高，有面积规范，要求独栋建筑

行业发展快，模式较为成熟

宠物诊疗

疾病治疗

绝育手术

疫苗

.....

宠物保健

营养管理

驱虫

体检

幼年/老年特殊护理

.....

供应端：医疗药品

- ◆ 根据农业部《宠物用兽药说明书范本》规定，目前合规的宠物用药仅有183种。
- ◆ 在日常诊疗中，人用药与进口药品较为常见，但均不属于合规范围。

服务端：线上平台

- ◆ 在线问诊与线上医疗信息获取途径增多，但宠物医院仍是主要的服务交付场所。
- ◆ 与宠物服务接近，O2O电商平台已成为主要的医疗销售途径之一。



供应端：医疗设备与耗材

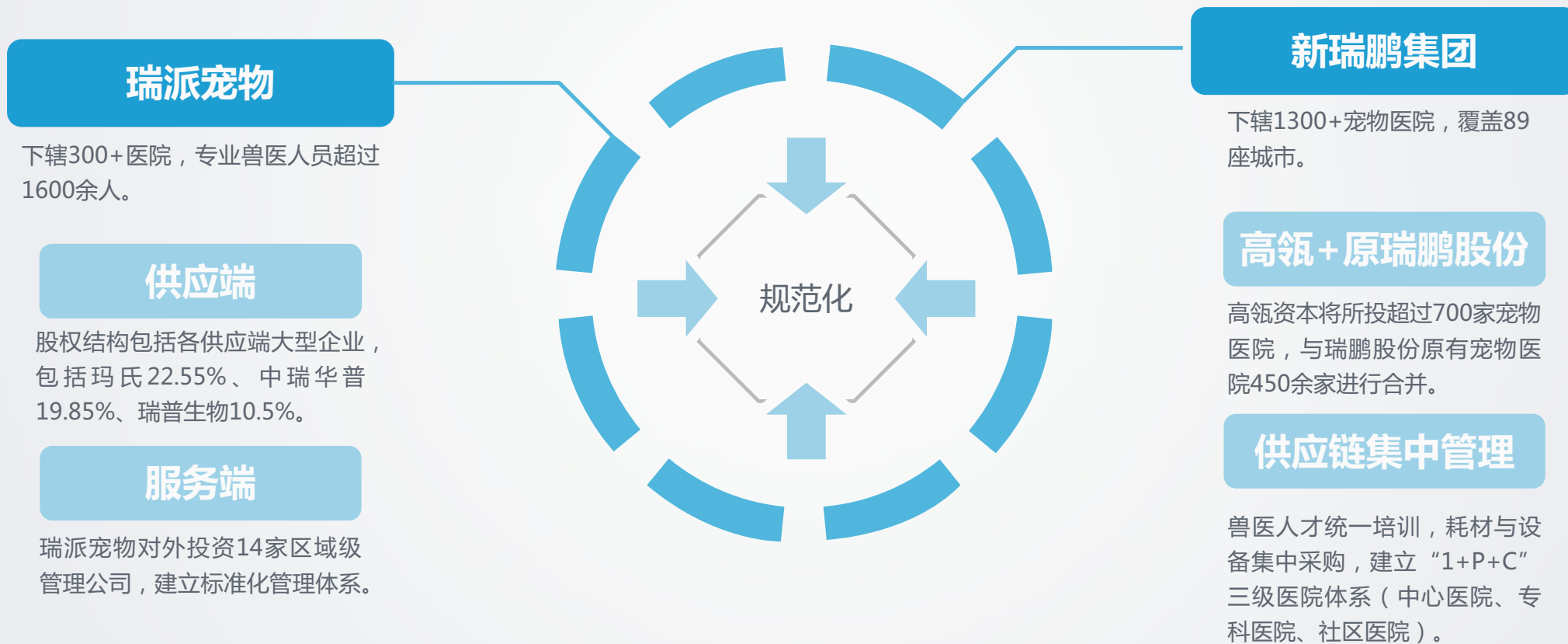
- ◆ 主要包括手术类、检验检疫类以及光学影像类。
- ◆ 由于设备与耗材主要依靠进口，昂贵的价格提高了宠物医院的入行门槛。

服务端：第三方检验机构

- ◆ 出具样本检测结果，辅助诊疗，宠物医院形成互补关系。

宠物医疗行业发展规范化：巨头整合正进行，行业集中度高，医疗行业规范化进程加快

◆ 瑞派宠物和新瑞鹏集团位居医疗行业第一梯队，其强整合能力正在快速推动医疗行业规范化的建立。



来源：公开资料整理

Part 3 | 中国宠物经济发展趋势

The development trends of pet industry

- ◆ 有别于目前已养宠但消费力尚未发挥完全的蓝海人群，宠物经济新蓝海人群主要由新宠物主/潜在消费者和下一代养宠人构成，这些新兴群体更易进行情感需求阶段的消费。
- ◆ 从企业角度看，产品与服务的创新能力是抓住这类群体的较好方式，如订阅制的销售渠道创新，以及跨界联动的品类创新。

创新能力
渠道创新 & 模式创新



新蓝海人群

科学养宠观念

随着作为主力养宠人群的90后成为父母，科学养宠的观念将成为新一代年轻人的家庭教育环节。



新宠物主 / 潜在消费者

爱宠人群将成为宠物经济的潜在消费者，同时，随着人均GDP的提升，新宠物主的人数将会大幅提升。



宠物网红经济

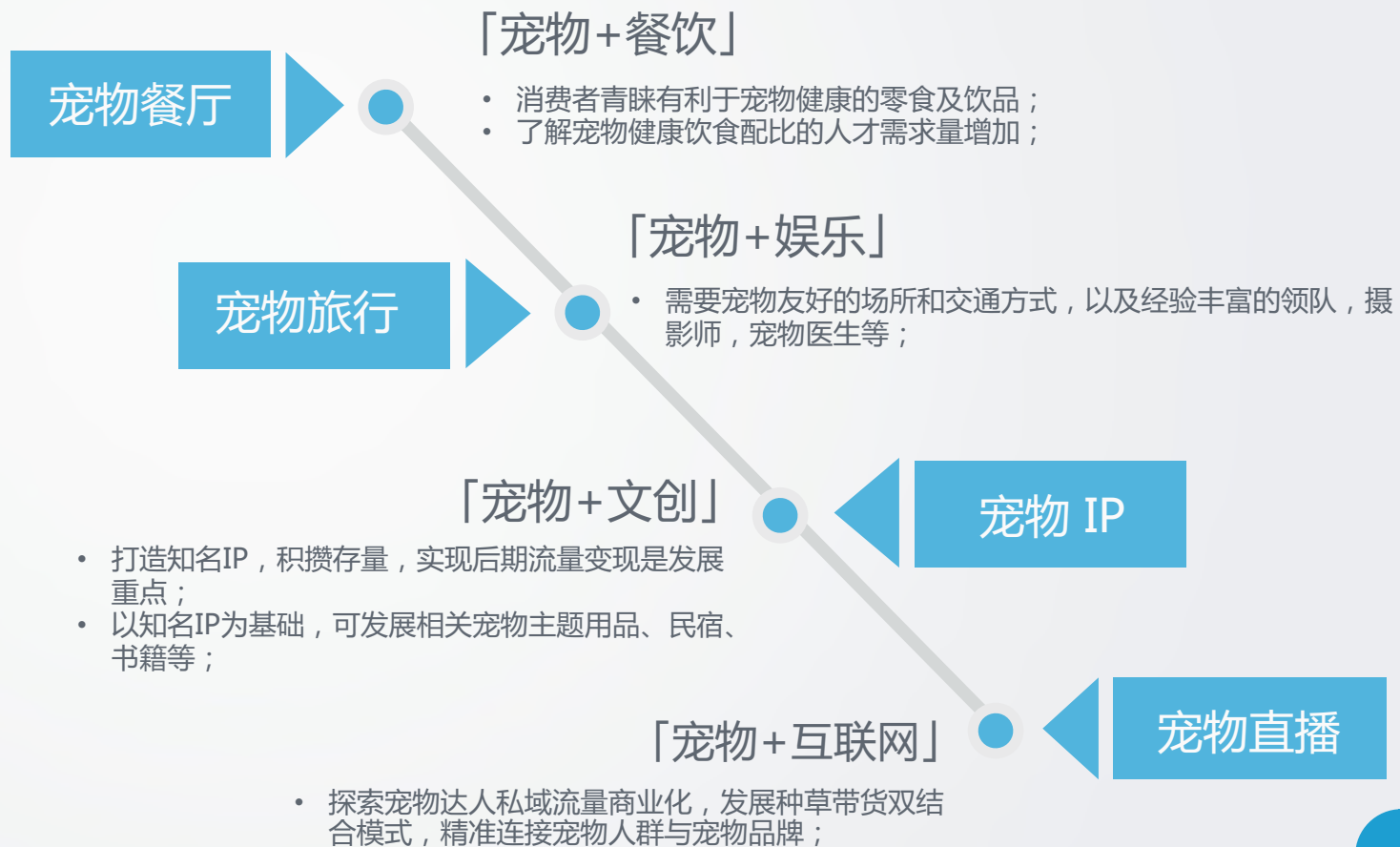
云吸宠与宠物IP成为流量焦点，带动宠物经济的衍生领域不断扩充，为商业化变现奠定了基础。



- ◆ 亿欧智库通过访谈了解到，疫情后由于世界局势的逐步紧张，以及国际进出口的受限，许多企业都进行了出口转内销的转型，这可能会使国内市场迎来较大规模的新老交替，加剧行业竞争，加速行业洗牌。
- ◆ 虽然线下门店在疫情期间受到了极大冲击，但宠物行业的线上渗透率大大提高。同时云养宠人数持续增加，为宠物行业培养了大批潜在消费者。

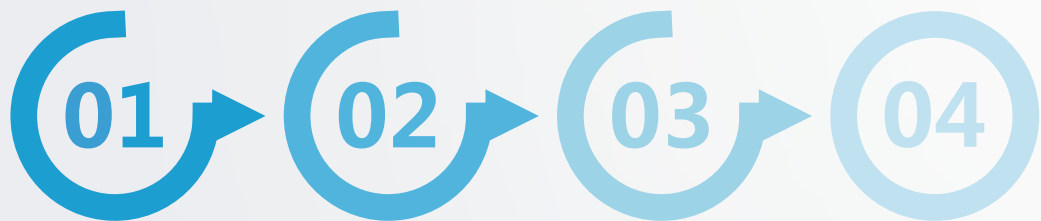


- ◆ 宠物市场规模扩大衍生多种新赛道，就目前阶段而言，宠物乐园和宠物时尚赛道最有发展潜力。
- ◆ 宠物餐厅、宠物旅行、宠物IP、宠物直播等跨界衍生赛道随消费者需求出现，宠物经济有望探寻更多的跨界商业形态，同时，伴随着消费形式的多样化，人才专业化需求也将增加。



人才结构优化需求

- ◆ 虽然目前宠物经济处于探索期，但仍已达到千亿级规模。亿欧智库调查发现，62%的宠物主需要近距离了解产品，58%的消费者需要店内协助服务。因此，伴随消费需求升级，以及市场规模扩大，人才专业化需求将增加。



市场与人才供需不匹配

人才需求+消费者科学养宠认知提升

相关培训服务机构增加

人才专业化培训结构体系化

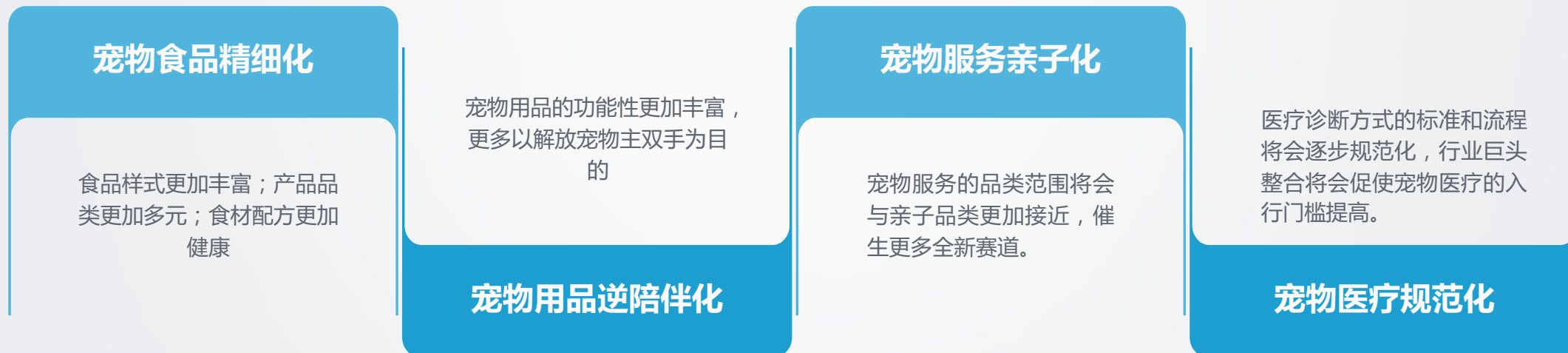
人才结构优化方式

- ◆ 我国人力资源与社会保障部教育培训中心已设立宠物服务行业系列培训。
- ◆ 相关培训学校与宠物企业合作，共同推行“岗位轮动”人才培养模式，分别在宠物用品超市、宠物医院等实训基地培养学生岗位技能与综合职业素养。
- ◆ 随着国家越来越重视宠物相关专业人才的培养，企业与高校将建立更完善的人才培训机制。



- ◆ 亿欧智库通过研究总结了**中国宠物经济四大细分行业的发展方向**，包括**食品精细化、用品逆陪伴化、服务亲子化和医疗规范化**。
- ◆ 各细分行业的发展方向虽有差异，但均是由**宠物主的消费需求升级**和**对宠物的情感认同**而驱动。
- ◆ 四大细分行业的发展方向将会主导中国宠物经济整体的发展趋势。

亿欧智库：中国宠物四大细分行业“四化”总结



◆ 团队介绍：

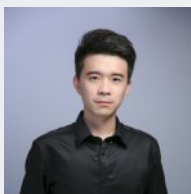
- 亿欧智库是亿欧公司旗下专业的研究与咨询业务部门。
- 智库专注于以人工智能、大数据、移动互联网为代表的前瞻性科技研究；以及前瞻性科技与不同领域传统产业结合、实现产业升级的研究，涉及行业包括汽车、金融、家居、医疗、教育、消费品、安防等等；智库将力求基于对科技的深入理解和对行业的深刻洞察，输出具有影响力和专业度的行业研究报告、提供具有针对性的企业定制化研究和咨询服务。
- 智库团队成员来自于知名研究公司、大集团战略研究部、科技媒体等，是一支具有深度思考分析能力、专业的领域知识、丰富行业人脉资源的优秀分析师团队。

◆ 版权声明：

- 本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。
- 本报告版权属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

- ◆ 《2020中国宠物经济创新与发展研究报告》是通过桌面研究、消费者问卷，以及对消费者、相关从业人员和投资人的访谈后最终完成。亿欧智库对中国宠物经济行业规模进行了重新测算，并重点分析了四大细分行业的发展方向以及宠物经济整体的发展趋势。
- ◆ 在此，感谢所有为亿欧智库此次报告提供帮助和写作的企业、投资人、行业专家，感谢你们的鼎力协助。亿欧智库也将继续密切关注中国宠物经济的发展，持续输出更多的研究成果。亿欧智库也十分欢迎大家与我们联系交流，提出您的宝贵意见。
- ◆ 以下为致谢名单（以公司首字母排序，不分先后）：凯珩资本创始人吴志伟、毛球殿下创始人修浩仁、青山资本投资副总裁艾笑

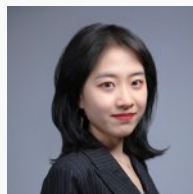
◆ 报告作者：



刘建豪 Alvin

分析师

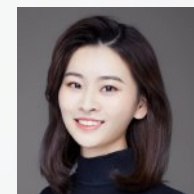
Email: Liujianhao@iyiou.com



兰艺 Layla

分析师

Email: Lanyi@iyiou.com

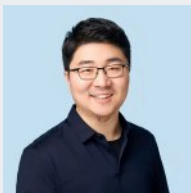


陶艳梅

分析师

Email: Taoyanmei@iyiou.com

◆ 报告审核：




由天宇 Deco

亿欧公司副总裁、亿欧智库院长

Email: Youtianyu@iyiou.com



 亿欧智库

网址：www.iyiou.com/intelligence

邮箱：zk@iyiou.com

电话：010-57293241

地址：北京市朝阳区霞光里9号中电发展大厦A座10层