KPMG
毕马威

2025年
中国宠物行业
市场报告

“它经济”的消费
升级与市场洞察

毕马威 创见不同·智启未来

kpmg.com/cn

2025年6月

目录

卷首语 03

01 宏观经济环境与消费驱动因素 04

02 市场结构与价值链分析 13

03 消费者调研与渠道偏好洞察 32

04 2025宠物经济：从趋势到实践，八大方向深度解析 48

05 宠物行业发展路径与战略解决方案 66

结语 77

联系人 78

卷首语

2024年，随着全球经济的持续发展与人们生活水平的不断提高，我国经济总量首次超过130万亿元，GDP同比增长5.0%，圆满完成年初制定的增速目标，实现了历史性的跃升，整体经济环境大好。消费内需对经济增长的贡献率持续上升，成为拉动经济增长的重要引擎。

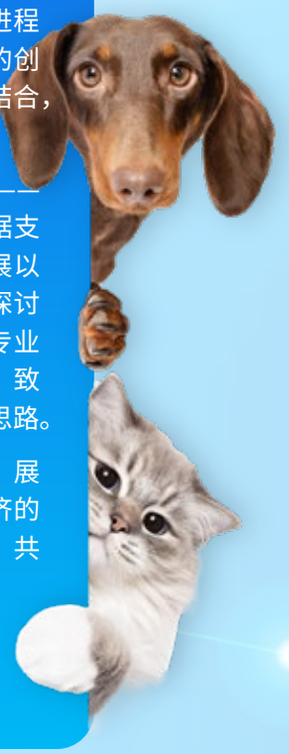
在“悦己经济”与“情感消费”崛起的宏观背景下，宠物经济正以不可忽视的增速重塑中国宠物消费市场格局。2024年，我国城镇宠物（犬猫）市场规模超过3,000亿元，预计至2027年有望突破4,000亿元。宠物正逐步从“功能性伴侣”向“家庭成员” 的角色转变，反映出我国宠物经济具有强劲的增长潜力。与此同时，宠物消费行业以“情感价值”为核心，向食品、医疗、服务、科技等多个产业链条辐射，成为消费升级与科技赋能的典型样本。

随着Z世代等年轻群体占比的不断扩大，并逐渐成为养宠主力军，推动养宠人群结构呈现年轻化、高学历化的发展趋势。这一群体在消费选择上更倾向于“高性价比”与“功能性”产品，以理性消费观推动宠物市场从“量”到“质”的全面升级。随着宠物市场规模的持续扩大，行业细分赛道不断涌现，2025年宠物经济将呈现出多元化的趋势，主要体现在以下几个方面：供应链重构与国产替代进程加速；消费升级与科技创新的双向赋能；跨界融合与社交经济的创新实践；此外，“银发经济”与“下沉市场”与“它经济”的结合，也为宠物经济开辟了新的增长极。

在此背景下，毕马威中国发布《2025年中国宠物行业市场报告——“它经济”的消费升级与市场洞察》报告，旨在通过详实的数据支撑和专业视角下的深度分析，从消费者行为决策变化、行业发展以及全球与国内市场的多维度视角，与业内专家及养宠人群共同探讨宠物行业与市场的现状与发展前景。同时，毕马威中国业务的专业团队为宠物经济的发展提供了切实可行的解决方案与独到见解，致力于为宠物行业的可持续发展探索有效路径并提供战略性指导思路。

宠物不仅是经济的“温度计”，更是社会情感结构的“镜像”。展望未来，宠物行业将迈向更加成熟与繁荣的新阶段，为我国经济的发展注入新的活力。毕马威中国愿为行业参与者提供前瞻视野，共同拥抱这场由“毛孩子”引领的消费革命。

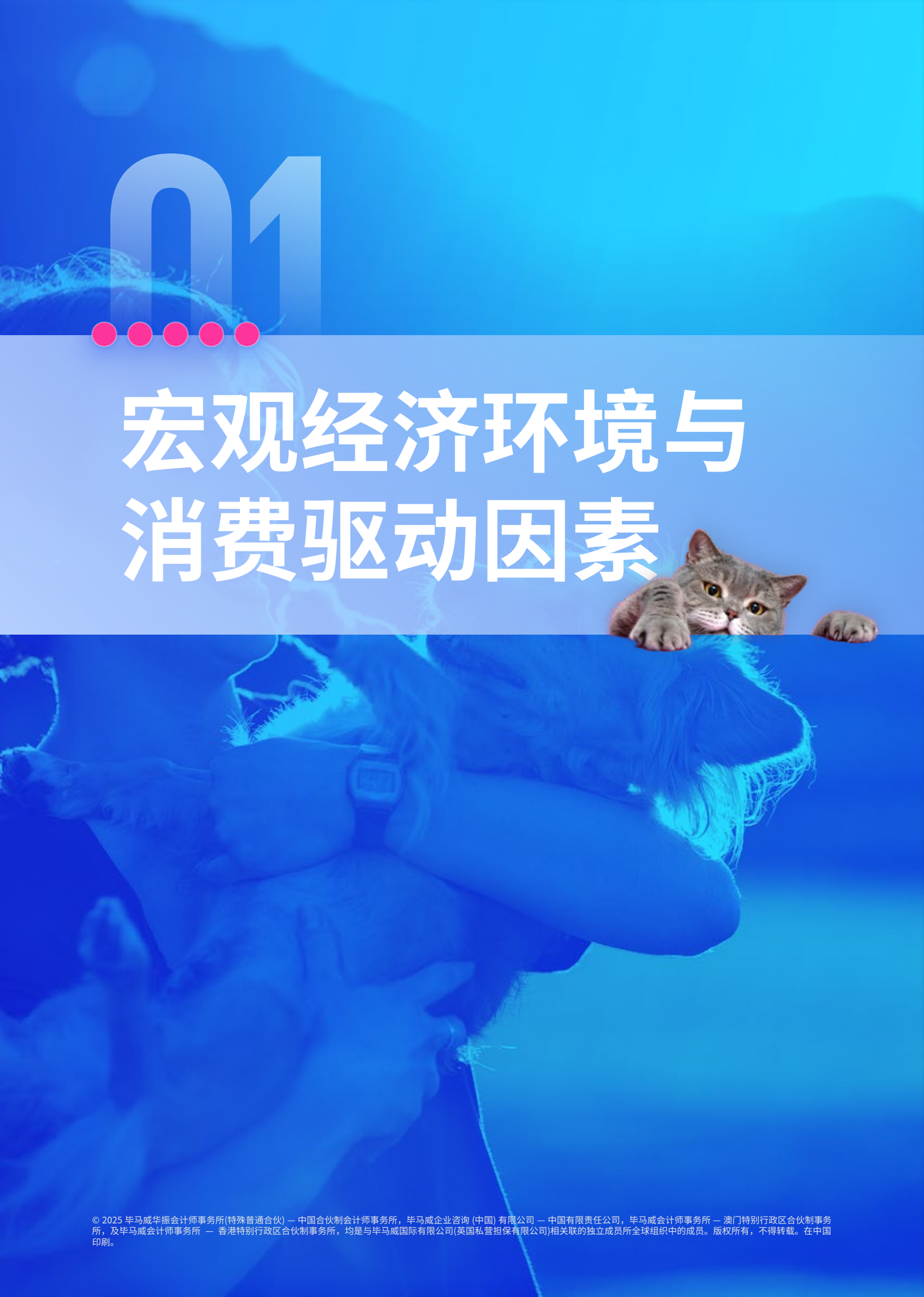
零售及消费品行业主管合伙人
毕马威中国
林启华



© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

01

宏观经济环境与消费驱动因素



© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

1.1 宏观经济与宠物消费驱动因素分析

随着社会的不断进步和人们生活方式的多样化，宠物在人类生活中的地位发生了翻天覆地的变化。从最初的“工具性动物”到如今的“家庭成员”，宠物与人之间的关系早已超越了传统意义上的饲养与被饲养的界限，演变为一种深刻的情感纽带。这种关系的转变不仅反映了人类文明的进步，也折射出现代社会中人们对精神陪伴和情感交流的强烈需求。

在过去的很长一段时间里，宠物更多地被赋予功能性角色。例如，狗被训练为看护家园的“守护者”，猫则被期待成为捕捉老鼠的“猎手”。然而，随着城市化进程的加速和生活方式的改变，宠物的功能性需求逐渐减弱，取而代之的是人们对精神陪伴和情感交流的渴望。

在快节奏的现代生活中，宠物成为了许多人排解孤独、缓解压力的重要伙伴。它们无条件的爱与陪伴，为人们提供了一种独特的情感慰藉。许多人将宠物视为自己的“孩子”，给予无微不至的关怀和照顾，甚至在经济上不惜投入大量资源来满足宠物的需求。

宠物与人之间的情感互动具有深远的意义。研究表明，与宠物相处可以显著降低人的压力水平，改善心理健康状态。宠物的简单行为模式和无条件的忠诚，为现代人提供了一种纯粹的情感交流方式。特别是在孤独或焦虑时，宠物的存在能够带来一种难以言喻的安慰感。这种情感连接不仅提升了人们的生活质量，也为宠物行业的发展奠定了坚实的基础。

消费信心回暖与通胀缓和助力宠物经济，韧性强劲与情感价值成行业标签

2024年，全球经济仍处于周期性调整阶段，国际环境错综复杂。面对外部压力加大、内部困难增多的复杂严峻形势，中国经济和消费活动均保持低速稳定增长，展现出较强韧性。2024年，中国GDP总量首次突破130万亿元，主要经济社会发展目标圆满完成，同比增长5.0%[1]。作为“十四五”规划承前启后的关键年，2024年中国坚持稳中求进的工作总基调，有效应对多重挑战，为高质量发展提供了有力支撑。

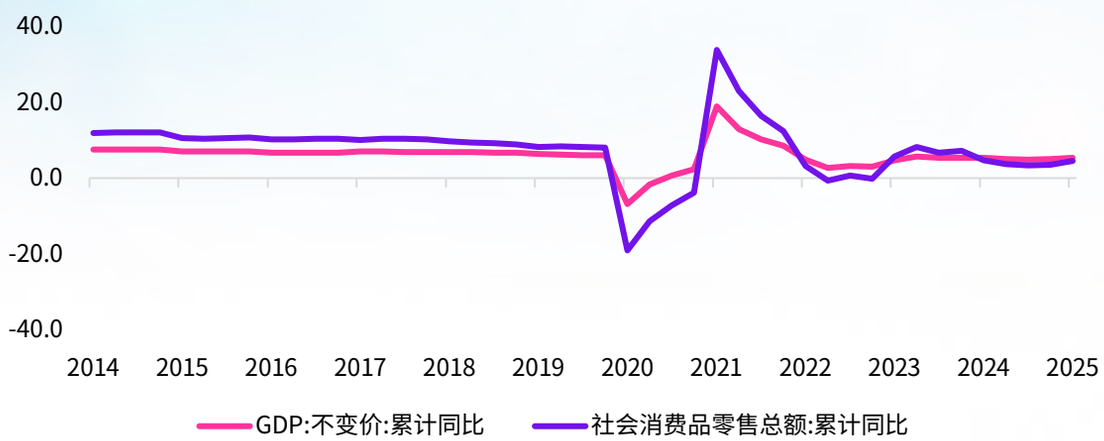
步入2025年，中国经济延续稳定恢复态势。一季度，国民经济运行总体平稳，GDP总量达到31.8万亿元，同比增长5.4%，增速与2024年四季度持平，高质量发展成效显著。这一成绩的取得，既得益于政策的持续发力，也反映了经济内生动力的逐步增强。作为“十五五”规划编制的谋划之年，2025年开局良好，高质量发展成效进一步显现，为全年经济目标的实现奠定了良好基础。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

社零方面，2024年中国社会消费品零售总额同比增长3.5%，略低于GDP整体恢复水平，反映出消费端的恢复力度弱于生产端，消费信心的恢复仍显有限。为此，2024年中央经济工作会议将“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”列为2025年重点任务，着重强调改善居民收入、提升消费能力、扩大有效投资等关键举措[2]，全方位激发国内市场需求。

在政府及时出台的一系列提振消费增量政策推动下，2025年一季度社会消费品零售总额同比增长4.6%，增速较2024年提升1.1个百分点，政策初见成效。然而，消费对经济的拉动作用仍有待进一步强化，未来仍需持续发力以释放消费潜力。当前，整体消费市场处于“疲软恢复期”，但结构性亮点明显。宠物行业虽小但韧性强，正成为情绪价值消费的代表性领域。

图1 2014年—2025年一季度GDP累计同比及社会消费品零售总额累计同比（单位：%）

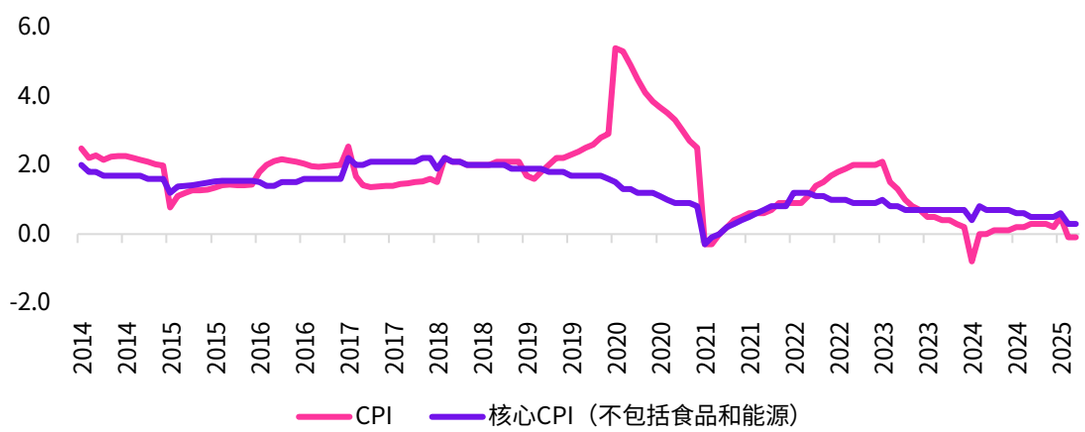


来源：国家统计局，毕马威分析

物价走势方面，2024年居民消费价格指数（CPI）同比增长0.2%，与2023年涨幅持平；2025年一季度CPI同比下降0.1%，整体物价水平保持稳定，通货膨胀压力较小。稳定的物价意味着消费者的购买力未受显著影响，减少了因通货膨胀带来的不确定性和悲观预期，有助于增强消费者信心。

2025年一季度，核心CPI同比增长0.3%，其中3月份核心CPI回升至0.6%。随着服务消费需求逐步释放，这一积极信号进一步提振了市场信心，特别是在服务消费领域。宠物行业因其较强的刚需属性和情感价值特征，展现出较强的增长潜力，为相关细分领域带来了更多发展机遇。

图2 2014年—2025年一季度居民消费价格指数（CPI）（单位：累计同比，%）



来源：国家统计局，毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

从宏观层面看宠物经济：五大核心影响因素解析

宠物经济的发展与居民消费水平密切相关

当居民的物质生活需求得到满足后，精神层面的需求便随之增加。与此同时，高端宠物服务（如保险、医疗等）的市场渗透率仍有较大提升空间。

我国城镇化进程显著加快，为宠物市场的发展注入动力

相较于一二线城市，三线及以下城市的宠物市场仍处于发展初期，展现出更大的增长空间和潜力。

银发经济带动具有情绪经济属性的宠物市场规模持续扩展

在“育儿式养宠”理念的引领下，老年群体对宠物的态度已从传统的“看家护院”转向将其视为家庭成员。

单身经济为宠物行业发展带来新机遇

随着单身人口的持续增长，这一群体成为宠物消费市场的重要推动力量。

家庭人口结构的变化将进一步推高对宠物的需求

宠物作为家庭的新成员，其重要性日益凸显，尤其是在已婚未育和丁克家庭中，宠物不仅承担着陪伴的角色，也成为维系家庭情感的重要纽带。

宠物经济的发展与居民消费水平密切相关。当居民的物质生活需求得到满足后，精神层面的需求便随之增加。宠物消费因其具备抚慰、温暖感知等情感功能，进一步推动了宠物市场规模的扩大。国家统计局数据显示，2014年至2024年，我国人均GDP水平持续增长，至2024年已达9.6万元，10年间复合增长率达7.2%。

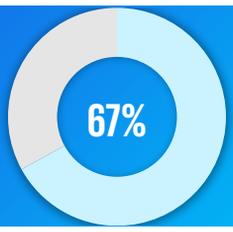
我国城镇化进程显著加快，为宠物市场的发展注入动力。根据国家统计局数据，我国常住人口城镇化率从2014年的55.8%提升至2024年的67.0%，这一进程吸引了大量农村人口向一二线城市迁移，同时也导致三四五线城市空巢老人数量增加。

这一经济基础为居民消费提供了有力支撑，横向推动了宠物经济规模的扩张，促进了宠物行业的快速发展。

然而，尽管居民人均可支配收入整体呈上升趋势，但增速放缓表明居民对未来收入增长的信心有所减弱，这说明高端宠物服务（如保险、医疗等）的市场渗透率仍有较大提升空间。

随着城市化进程的推进，居民对情感陪伴的需求持续增长，而宠物作为理想的情感寄托载体，能够有效缓解压力、驱散孤独，从而激发居民的养宠意愿。值得注意的是，相较于一二线城市，三线及以下城市的宠物市场仍处于发展初期，展现出更大的增长空间和潜力[a]。

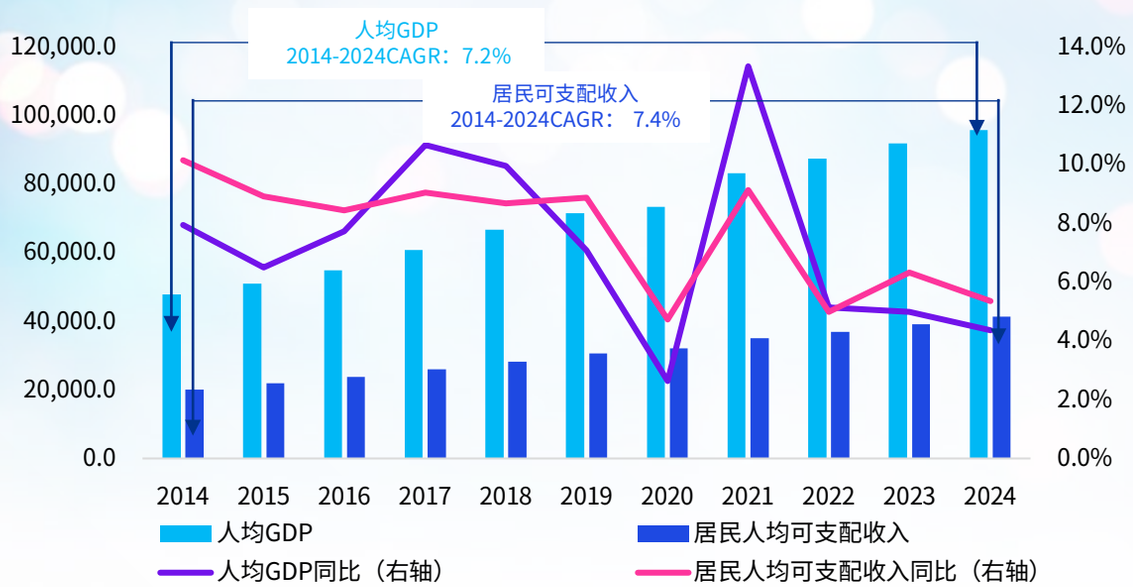
2024年中国城镇化率



[a] 本小节旨在从宏观层面阐述城镇化进程对宠物经济的影响，具体分析将在第三章进一步展开，将聚焦于不同城市层级的宠物消费特征。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

图3 2014年—2024年人均GDP与居民人均可支配收入同比（单位：元；%，右轴）

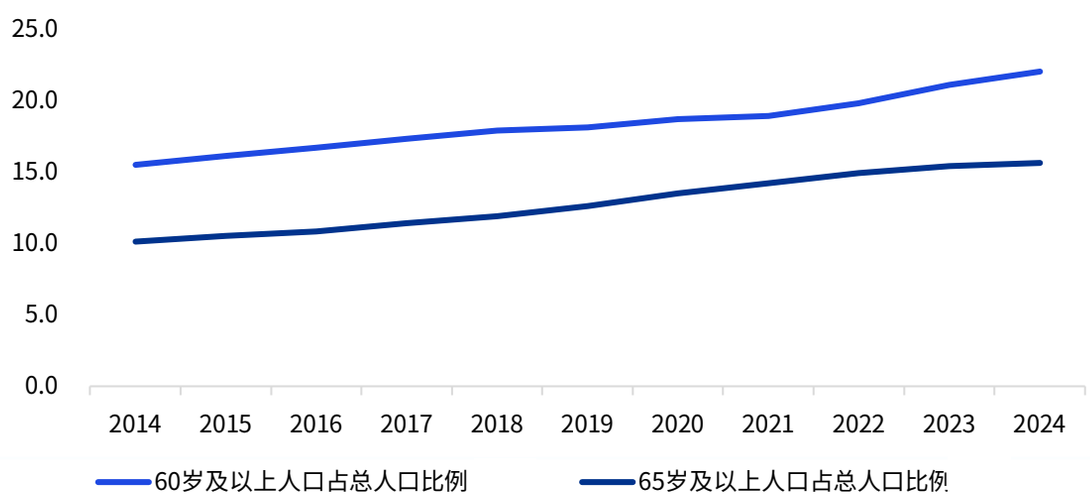


来源：国家统计局，毕马威分析

银发经济驱动宠物市场规模持续扩张。过去十年间，我国老龄化程度显著加深。截至2024年，全国60周岁及以上老龄人口已达3.1亿，占总人口比例的22.0%，较2023年同比增长4.0%；65周岁及以上老龄人口已达2.2亿，占总人口比例的15.6%，较2023年同比增长2.0%，我国已步入“中度老龄化阶段”[3]。

参照国际经验，这一趋势预计将持续。而在“育儿式养宠”理念的引领下，老年群体对宠物的态度已从传统的“看家护院”转向将其视为家庭成员。这种观念转变促使他们在宠物食品、居住环境、服饰装扮等方面投入更多，追求更高品质的宠物养护体验。

图4 2014年—2024年中国人口老龄化趋势（单位：%）

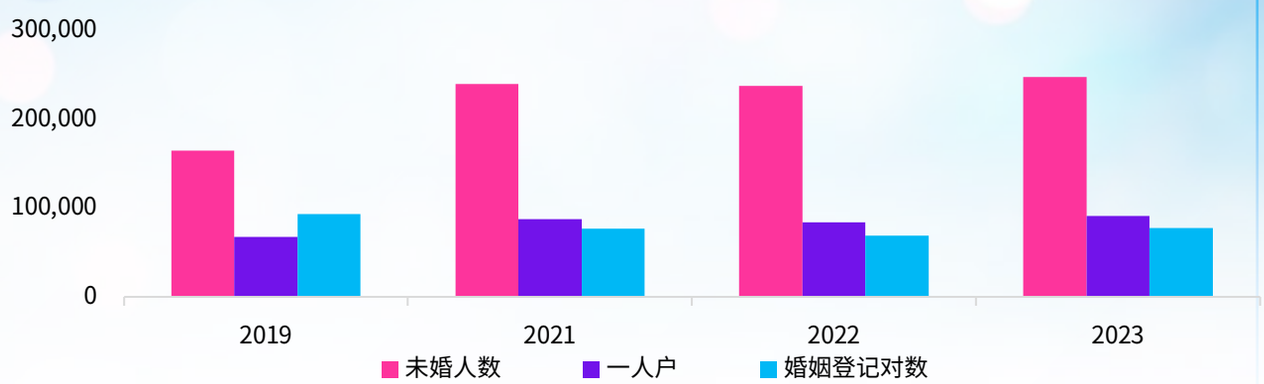


来源：国家统计局，毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

单身经济的持续升温为宠物行业带来了新的增长机遇。国家统计局数据显示，近年来我国结婚登记对数从1,286.6万对降至610.6万对，结婚率呈逐年下降趋势，这意味着选择单身和独居的人群规模不断扩大。与此同时，人口抽样调查数据显示，2019年至2023年，中国一人户数量从67,160户增至90,456万户，年复合增长率达7.7%，单身人口的持续增长正成为宠物消费市场发展的重要推动力。

图5 2019年—2023年中国未婚人口及一人户（单位：人；户；百对）

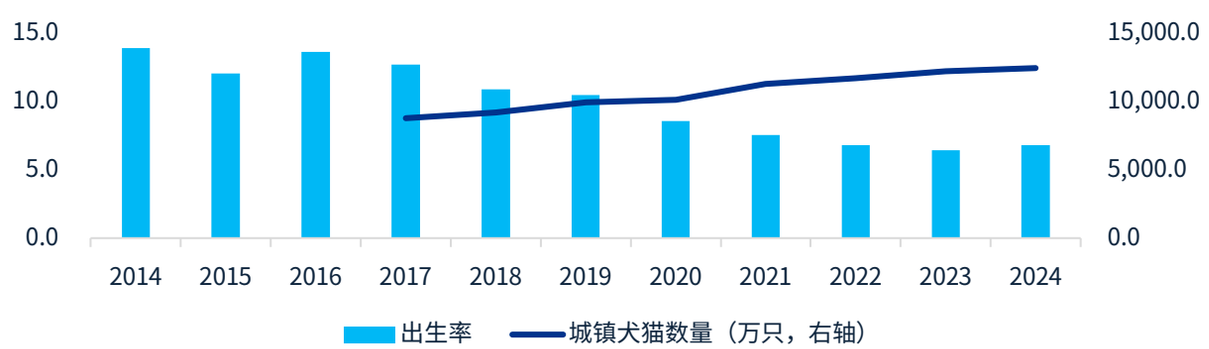


来源：国家统计局，毕马威分析

注：数据均为人口抽样数据，2020年具体抽样数据暂未披露。未婚人口是指15岁及以上的人口尚未结过婚的状况；一人户是指家庭户中仅有一名成员的户类型，包括老年人单人家庭和年轻人单人家庭。

家庭人口结构的多样化推升宠物需求。如前文所述，我国结婚登记人数自2013年起逐年下降，晚婚晚育及丁克家庭比例增加，叠加新生儿出生率持续走低，家庭结构正从小型化核心家庭向多样化转变。根据国家统计局数据，近年来，我国出生率持续走低。2020年中国人口出生率为8.52‰，首次跌破1.0%；2021年到2023年间持续下跌，2023年更是创下1978年以来最低记录，出生率降至6.4‰，全国新生儿数量仅有902万人。其中，一线城市上海的出生率更是低至3.95‰，生育率为0.6[4]，是全球生育率最低的城市之一。受生育意愿累积、各地生育支持政策逐渐落实以及龙年生肖偏好等因素影响，2024年中国新生儿数量增加52万人，这是自2017年出生人口连续下降7年以来的首次回升。然而，尽管新生儿数量有所回升，2024年中国人口自然增长率仍为-0.99‰，人口总量仍在减少。而同期，城镇宠物犬猫数量较2023年增长了2.1%。在人口出生率持续低位运行的背景下，宠物正逐渐成为家庭生活的重要组成部分，尤其在已婚未育和丁克家庭中，宠物不仅承担着陪伴角色，更在某种程度上填补了家庭情感需求的空白，成为维系家庭情感的重要纽带。

图6 2014年—2024年中国出生率及城镇犬猫数量（单位：%；万只，右轴）



来源：国家统计局，派宠行业大数据，毕马威分析

注：城镇犬猫数量自2017年开始有统计

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

1.2 行业政策与监管环境

提振消费相关政策组合拳齐出，推动宠物行业新增长

消费是拉动经济增长的主要引擎。大力提振消费，一方面可以有效应对外部挑战、畅通国内大循环、推动经济向好，另一方面有利于改善民生福祉、激发市场主体活力。党中央高度重视消费“压舱石”作用，自“十四五”以来，为了促进消费、激发内需活力，有关部门相继出台了《加快培育新型消费实施方案》《“十四五”扩大内需战略实施方案》《关于恢复和扩大消费的措施》《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》《提振消费专项行动方案》等多项重要文件，促进消费提质扩容。

其中，2025年3月国务院印发的《提振消费专项行动方案》聚焦三大核心方向，旨在破解制约消费的突出矛盾问题。从供需两端来看，政策加大需求侧发力，着力促进居民增收减负，提高消费者信心。从惠民生来看，将有批量资金加码各种惠民生的消费品行列，盘活更多底层消费。

从消费政策协同来看，财税、金融、产业、投资等各项经济社会政策都要体现促消费的政策导向，加快形成促进消费增长的强大政策合力。宠物经济的发展与经济发展、消费者生活水平等因素密切相关。提振消费政策通过改善居民收入、加大消费支持资金、优化消费环境等举措，不仅提高了居民消费意愿，还进一步扩大了宠物行业消费需求，有效助力宠物市场规模扩展。

除了中央的提振消费政策外，地方政府也在积极出台配套措施，积极推动宠物经济的高质量发展。东部沿海地区如广东、上海、重庆等地率先发力，通过一系列促消费政策培育宠物经济消费点，挖掘市场增长潜能，同时推动传统宠物企业数字化转型，积极布局跨境电商，助力本土品牌开拓海外市场。同时，部分地方政府还加大财政支持力度，鼓励宠物食品、用品的研发创新，推动产业向高端化、智能化方向发展。此外，各地还注重构建完善的人才培养机制，通过吸纳宠物行业专业人才，为产业发展提供坚实的人力资源保障，进一步推动宠物经济的多元化发展。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

表1 2024年—2025年各省市宠物行业相关政策（部分）

主题	重点地区支持宠物发展具体举措
消费	2025年2月，广东支持促进服务消费高质量发展，举办宠物展等，鼓励参展企业首发产品或服务，引领消费潮流。
	2025年3月，上海市《扩消费行动方案》支持打造商旅文体展联动场景。办好2025年亚洲宠物展，集聚全球高端宠物品牌，促进宠物经济。
研发	2025年1月，广东省印发加快建设生物制造产业创新高地行动通知，抢抓宠物食品市场快速发展机遇，推动未来生物食品率先在猫、犬、观赏鸟、观赏鱼、龟和兔等宠物食品中应用熟化。
	2025年4月，深圳市全链条支持医药和医疗器械发展，其中包括大力支持宠物药发展，对获得一、二、三类新兽药注册证书的宠物药，分别给予300万元、200万元、100万元奖励，单个企业每年支持不超过500万元。
跨境电商	2024年7月，天津市印发《天津市促进现代服务业高质量发展实施方案》通知，积极培育宠物会展、宠物跨境电商等融合新业态。
	2024年12月，深圳市为推动电子商务加快发展，鼓励打造有特色、有亮点、有品牌附加值的电商爆款，支持围绕宠物经济等产业创建本土电商新品牌，积极培育电商领域“瞪羚品牌”，支持各区对优质电商新品牌给予奖励。
人才	广州聚焦人才培养与引进、鼓励产业集聚发展、发展新质生产力、增强创新研发能力、促进服务消费五方面，对宠物企业发展提供支持。
	深圳积极打造“国际宠物社区”。积极创建香港特别行政区动物诊疗行业人才创业就业合作平台。

来源：公开信息收集，毕马威分析

推动宠物行业高质量发展势在必行，行业管理规范化

自“十五”时期以来，我国宠物行业由萌芽走向成熟，监管环境也由早期的严格管控转向更加开放。

图7 中国宠物政策的政策演变

来源：公开资料收集，毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

推动宠物行业高质量发展势在必行。自上世纪80年代起，我国逐步加强对宠物行业的规范化管理。最初以《卫生部关于控制和消灭狂犬病的通知》和《家犬管理条例》为代表，确立了在县级以上城市和工业区实施严格养犬限制的基本框架。此后，各省市纷纷出台配套政策，进一步强化对个人养犬的管控。进入21世纪，随着社会经济发展和居民生活水平提高，宠物饲养需求逐渐增加。北京、深圳等地率先突破传统限制，相继颁布《北京市养犬管理条例》和《深圳市养犬管理规定》，标志着我国宠物管理政策开始向科学化、人性化方向转变。2015年后，国家层面的立法力度明显加强。《中华人民共和国动物防疫法》的出台，首次对宠物医疗行业进行全面规范。随后，《宠物饲料管理办法》《宠物饲料生产企业许可条件》等配套文件相继发布，标志着我国宠物食品行业正式步入标准化发展轨道。

近年来，针对宠物行业的监管进一步深化。《食品安全管理体系认证实施规则》《关于在部分城市开展规范宠物诊疗秩序专项整治行动的通知》等文件的出台，体现了政府对宠物医疗、食品等关键领域的高度重视。与此同时，支持性政策也在不断推出，如鼓励外商投资宠物医疗和美容行业，将宠物饲料纳入战略性新兴产业范畴等，充分展现了国家对宠物经济发展的积极态度。

2025年两会期间，32位人大代表提出《制定伴侣动物保护和管理法》的议案，建议通过立法明确饲养者责任、规范繁殖交易、建立流浪动物救助体系，并将虐待行为纳入法律惩戒范围，旨在构建更加开放、包容、负责任的养宠环境。在上海两会上，多位政协委员和人大代表提交了多个关于宠物的提案，内容涉及宠物全周期生命阶段管理体系、携宠出行、宠物友好城市和宠物基础设施建设等……未来，这些议题若能顺利落地，将推动宠物经济向多元化发展、体系化建设、机制化运营和规范化管理迈进，从而实现全方位的升级与突破。

表2 宠物行业的政策发展历程

“六五”时期至“十一五”时期	行业监管环境					
	1980年出台《家犬管理条例》等条例，规定在县级以上城市、近郊区和新兴工业区禁止养犬。迈入2000年，各地逐步放开养犬限制，放宽养犬数量。					
“十二五”时期	医疗					
	随着养犬规模的扩大，宠物医疗安全问题成为社会关注点，2015年，《中华人民共和国动物防疫法》明确规定，从事动物诊疗活动的机构和个人应当申请动物诊疗许可证，为宠物医疗服务的发展提供了规范和保障。					
“十三五”时期	食品			其他政策		
	伴随着我国宠物行业的深入发展，宠物食品规模日益扩大。2018年国家农业农村部相继颁布了《宠物饲料管理办法》《宠物饲料生产企业许可条件》等规范性文件，首次统一宠物食品行业标准。为了推动宠物食品行业产业化发展，《战略性新兴产业分类（2018）》将“宠物生物饲料”归入“生物饲料制造”这一战略性新兴产业类别。			国际上对宠物饲养行为进行严格规范。2019年，《健康中国行动（2019-2030）》明确提出，要完善犬只登记管理制度，加强对宠物饲养者责任约束，提升兽用狂犬病疫苗注射覆盖率，逐步实现与国际宠物饲养规范接轨。		
“十四五”时期	行业监管环境	食品	医疗	税收	外贸	其他政策
	随着养宠环境的日益开放，商务部印发《城市一刻钟便民生活圈建设指南》，要求在城市设立宠物服务站，以满足社区居民的个性化、多样化需求。	宠物食品作为宠物行业中极具规模的细分赛道之一，国家出台《食品安全管理体系认证实施规则》《2023年饲料质量安全监管工作方案》等规定性文件，从宠物食品安全认证程序、质量安全监管出发，进一步明确宠物食品质量的安全性问题。	动物医疗机构数量持续增加、范围遍布较广，国家出台了《关于在部分城市开展规范宠物诊疗秩序专项整治行动的通知》《宠物诊疗机构诊疗服务指南》，进一步规范宠物医疗机构的诊疗行为、诊疗服务等。	国务院关税税则委员会发布《2025年关税调整方案》，自2025 年1 月1 日起，零售包装的狗食或猫食罐头、零售包装的其他狗食或猫食进口暂定税率由之前的4%上调至10%。此举结束了长达4年之久的低关税政策，将抬升进口宠物食品行业成本，推动国产品牌替代以及高端化进程。	商务部发布了《鼓励外商投资产业目录（2022）》，将宠物饲料、食品开发与生产列入目录。此后，于2024年发布了征求意见稿，拟将宠物医疗和美容服务也纳入该目录。	“两新”政策全面启动，市场监管总局等七部门联合发布了《以标准提升牵引设备更新和消费品以旧换新行动方案》，制定宠物家电标准，促进消费品以旧换新的进程。此外，商务部发布的《零售业创新提升工程实施方案》，积极培育宠物的消费增长点。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

02

市场结构与价值链分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

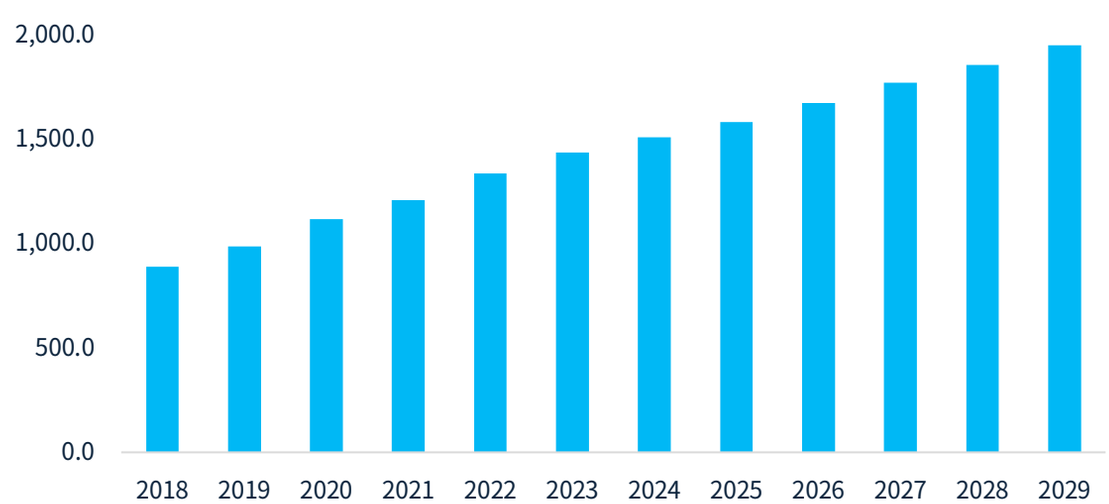
2.1 全球宠物行业发展概况

宠物行业的成熟与繁荣，是社会经济和消费水平发展的重要缩影。以发达国家为例，宠物行业已拥有近百年的历史积淀，通过长期的市场演变，形成了完整且多元化的供应链体系，涵盖宠物食品、医疗、服务、培训、保险及社区等细分领域，能够全面满足宠物全生命周期的需求。根据Euromonitor披露的数据，全球宠物产品零售市场（不含宠物服务）在2024年的规模为2,070亿美元，预计将以5.5%的年复合增长率增长至2029年的2,708亿美元，宠物经济发展势头强劲[5]。

全球宠物食品收入持续增长，国家间收入排名彰显经济基础和行业成熟度

宠物食品作为养宠的刚性需求，是宠物行业中非常重要的细分领域。根据Statista测算，全球宠物食品2024年的市场规模为1,511.1亿美元，并预计将以5.5%的年复合增长率持续增长，到2030年将突破2,098.7亿美元。

图8 2018年—2029年全球食品市场宠物食品领域的收入（单位：亿美元）



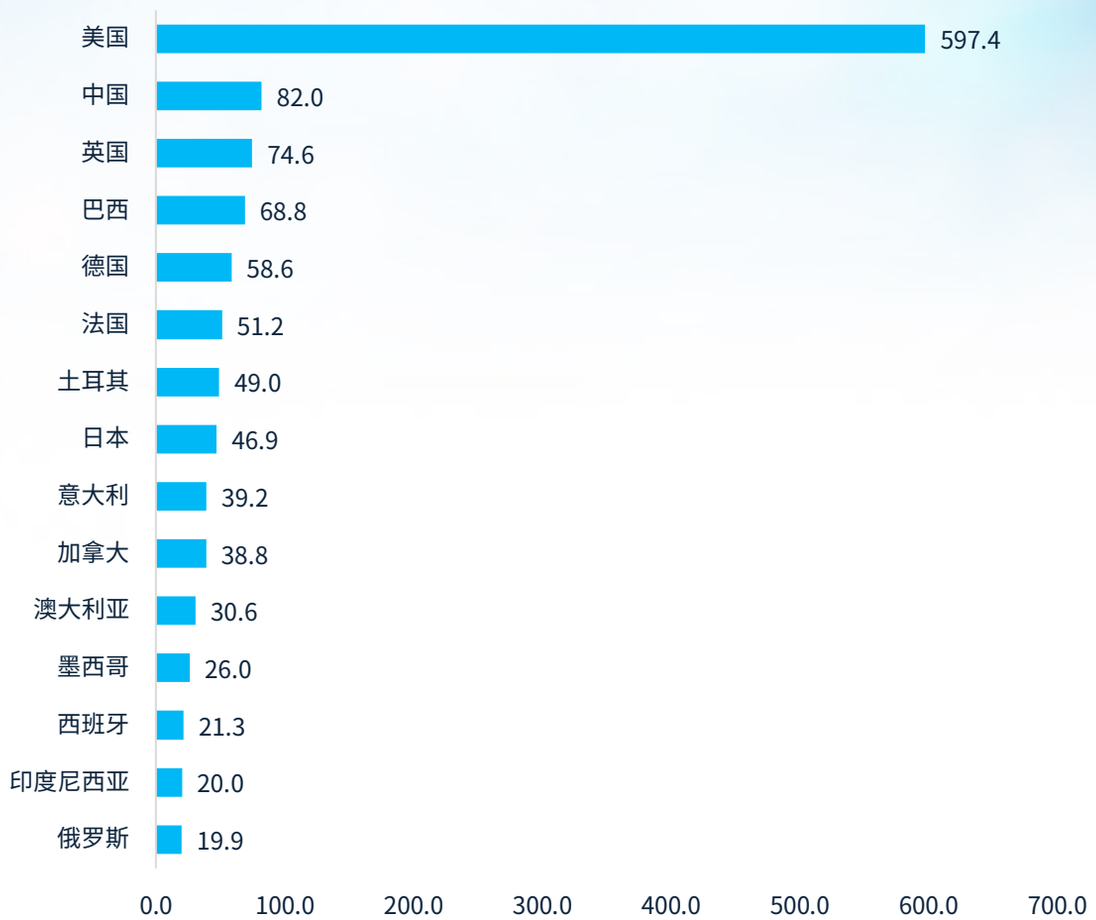
来源：Statista，毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

根据Statista数据，2024年美国以597.4亿美元的宠物食品销售额位居全球榜首，占全球TOP20销售额的45.4%；中国以82.0亿美元的销售额位居第二，约为美国宠物食品销售额的七分之一。

值得注意的是，中国与美国在宠物食品市场规模上的差距，远大于两国在GDP上的差距。这说明产业链的成熟度、行业监管的完善程度以及国民消费观念等因素，是影响宠物食品行业发展的重要因素。

图9 2024年全球Top15国家宠物食品收入（单位：亿美元）



来源：Statista，毕马威分析

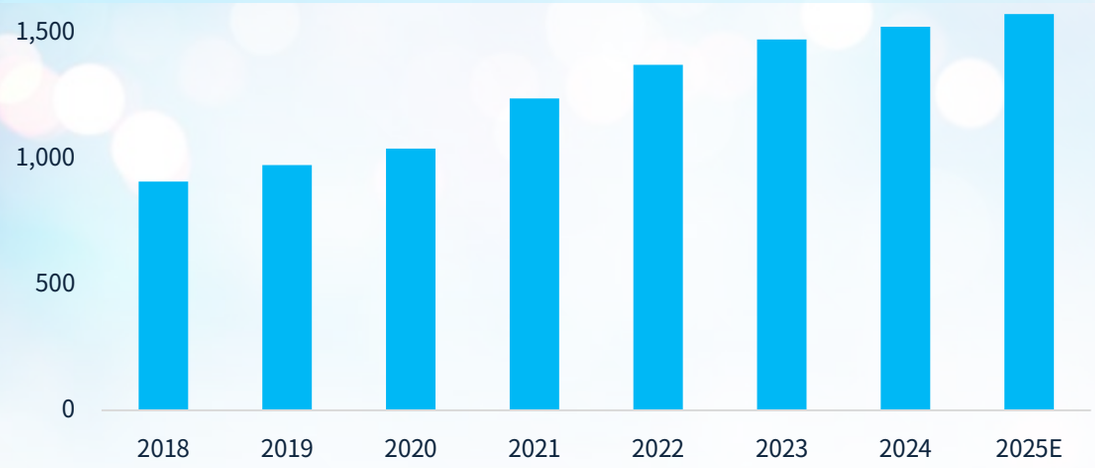
全球宠物行业市场规模持续扩容

在美国，养宠文化十分盛行，宠物家庭渗透率极高，宠物被人们视作家庭中的一份子，人们非常重视宠物的生活品质，因此形成了美国庞大且种类丰富的宠物消费市场。美国宠物用品协会（APPA）最新数据显示，截至2025年，美国家庭宠物保有量达到1.49亿只，其中数量最多的狗和猫，分别达到6,800万只和4,900万只，而水族宠物、鸟类、小型动物也具有较大规模[6]。

作为全球宠物饲养数量最多、消费能力最强的国家，美国宠物行业展现出庞大的市场规模和成熟的产业结构。根据美国宠物用品协会（APPA）预测，2024年，美国宠物行业的销售额将达到1,519亿美元，同比增长3.3%；预计2025年美国宠物行业销售额将继续保持增长态势，达到1,570亿美元，预计增长3.4%，美国宠物行业正进入一个稳步增长的新阶段。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

图10 2018年—2025年美国宠物行业总支出（单位：亿美元）

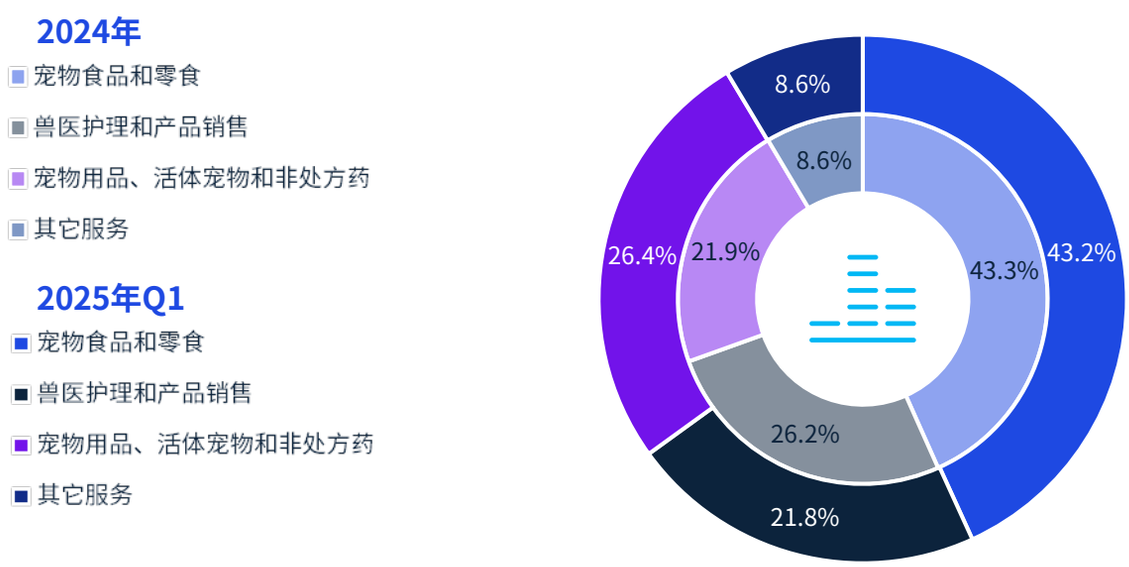


来源：美国宠物用品协会（APPA），毕马威分析

美国宠物行业消费结构呈现多元化特征。数据显示，2024年，美国宠物食品和零食市场规模最大，消费额为658亿美元，占宠物行业总消费额的43.3%；紧随其后的是兽医护理和产品，销售额为398亿美元，占比为26.2%；而宠物用品、活体宠物和非处方药及其它服务的销售额分别为333亿美元和130亿美元，占比分别为21.9%和8.6%。

预计到2025年，随着养宠人对品质生活追求的不断提升，宠物兽医护理和产品等传统的刚需支出项目的市场份额将面临来自宠物用品、活体宠物以及非处方药已及其他新兴消费领域（如智能设备、宠物保险、宠物美容）的竞争压力，市场份额有些许调整，但变化不大。

图11 2024年—2025年一季度美国宠物消费结构（单位：%）



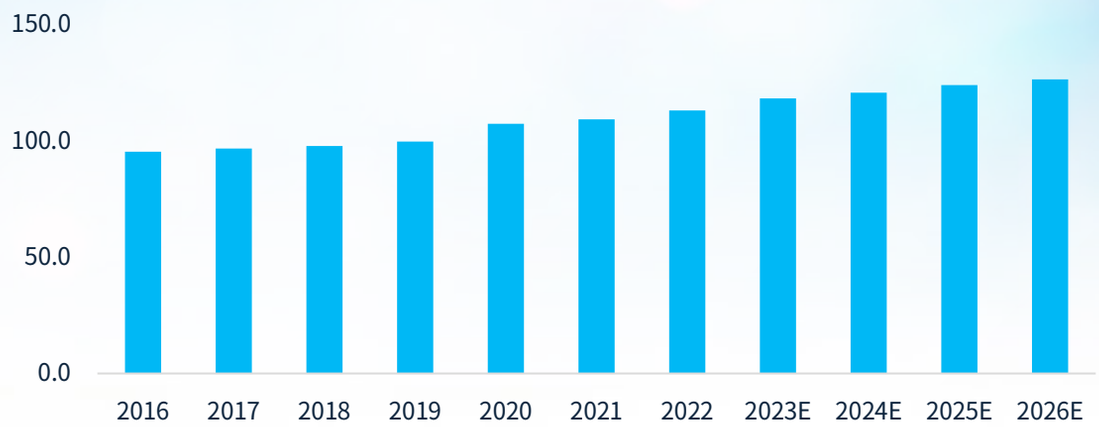
来源：美国宠物用品协会（APPA），毕马威分析

注：内环为2024年数据，外环为2025年数据。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

日本作为东亚的发达国家之一，其宠物行业发展也相当成熟。当前，日本宠物行业正处于快速发展的阶段，市场规模稳步扩大。根据Statista数据，日本宠物相关业务市场规模在2022年已达到113.2亿美元，预计在2026年达到126.6亿美元，年复合增长率为2.8%。此外，截至2023年，日本宠物（犬猫）家庭渗透率为40.0%，是我国的两倍有余。

图12 2016年—2026年日本宠物相关业务市场规模（单位：亿美元）

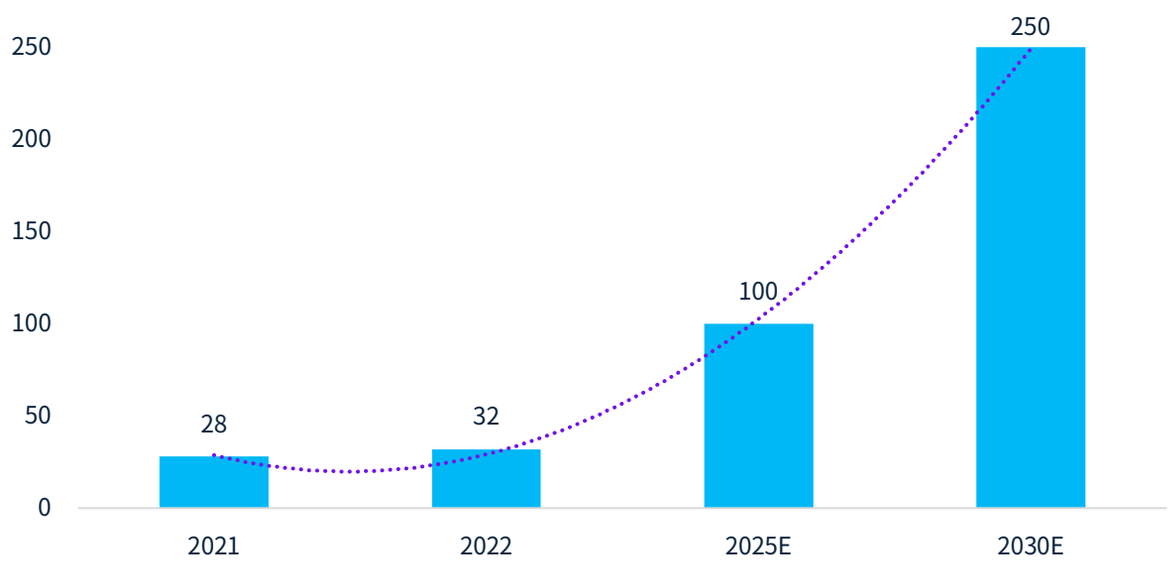


来源：Statista，毕马威分析

随着东南亚地区庞大的年轻人口和快速城市化进程的推动，叠加养宠文化兴起、人口结构优化及经济稳步发展的多重驱动因素，东南亚地区的宠物行业正迎来蓬勃发展的黄金期。

根据《2025年东南亚宠物行业白皮书》数据，东南亚宠物行业市场规模在2022年为32亿美元，预计在2030年将达到250亿美元，期间年复合增长率高达24.7%，是全球宠物经济增长最快的市场之一[7]。

图13 2021年—2030年东南亚地区宠物行业市场规模（单位：亿美元）



来源：《2025年东南亚宠物行业白皮书》，毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

2.2 国内宠物行业发展概况

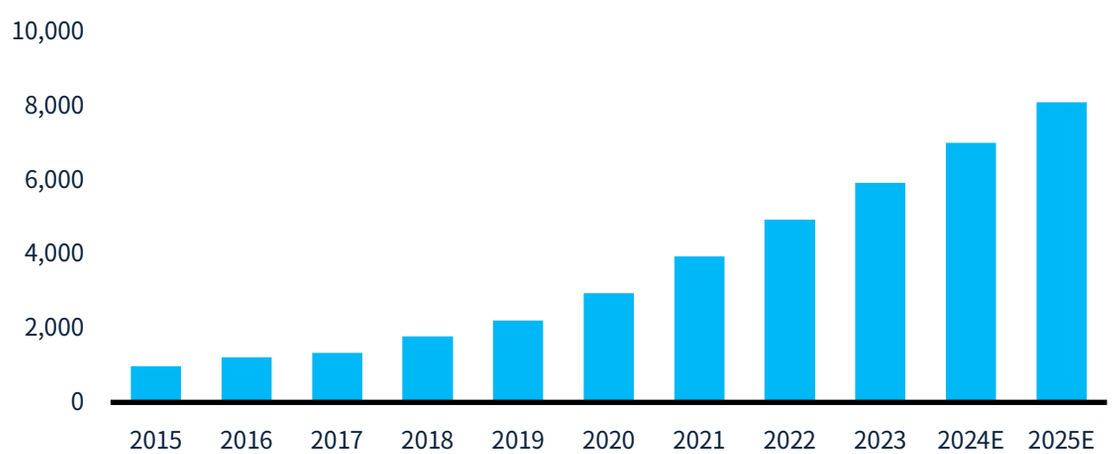
中国宠物行业起步时间相比发达国家晚了不少，但凭借世界上最大的中产阶级群体规模，已具备宠物行业发展的完备条件。在经济上，我国居民人均可支配收入持续稳步增长，为宠物消费提供了经济保障；在观念上，宠物也从最初用于看家护院、防范鼠患等注重功能属性转变为注重其情感属性，人们越发重视宠物本身的需求；在行业监管上，多地宠物行业协会相继成立，相关监管和扶持政策不断出台，消费者的权益得到有效保障，宠物行业走向规范化；在技术上，得益于电商平台的成熟发展，让各种宠物相关产品变得触手可得。同时，社交媒体的普及社交媒体的普及促进了养宠文化的传播和相关知识的推广，赋予宠物更多的社交属性，进一步提升了宠物的价值内涵。

沙利文的数据显示，中国宠物数量在2024年达到4.3亿只，预计在未来五年内以5.8%的年复合增长率持续增长，最终达到5.7亿只的规模[8]。庞大的宠物基数及其持续增长的趋势，将催生巨大的市场需求。

中国宠物相关业务市场规模稳步提升，宠物经济前景光明

近年来，中国宠物相关业务市场规模呈现高速增长态势。根据Statista数据，2015年，中国宠物市场规模为978亿元。随着中国社会消费升级和宠物产业生态的日趋完善，中国宠物市场进入高速增长期，至2023年已突破5,928亿元，年复合增长率高达25.4%。预计到2025年，中国宠物市场规模将进一步攀升至8,114亿元。

图14 2015年—2025年中国宠物相关业务的市场规模（单位：亿元人民币）

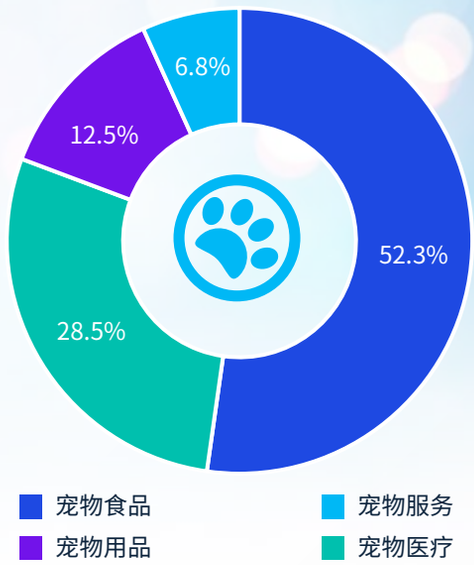


来源：Statista，毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

从宠物行业细分赛道来看，中国宠物行业呈现出明显的结构性特征。根据Statista发布的2023年统计数据显示，宠物食品作为刚需品类，占据了行业最大的市场份额，达到52.2%，宠物主粮和零食等基础消费是宠物经济的核心驱动力。与此同时，宠物医疗作为第二大细分领域，占据了28.5%的市场份额，反映出消费者对宠物健康和医疗保障的高度重视，这一比例也侧面印证了宠物“拟人化”趋势的深化。在其他细分赛道中，宠物用品以12.5%的市场份额位列第三，这与养宠人对宠物生活品质的追求密不可分，宠物玩具、窝垫、服饰等多样化产品的消费需求持续增长。而宠物服务则以6.8%的份额排名第四，尽管占比相对较小，但随着宠物寄养、美容、训练等服务的普及，这一领域的市场潜力正在逐步释放。

图15 2023年中国宠物相关业务分布（按细分市场）

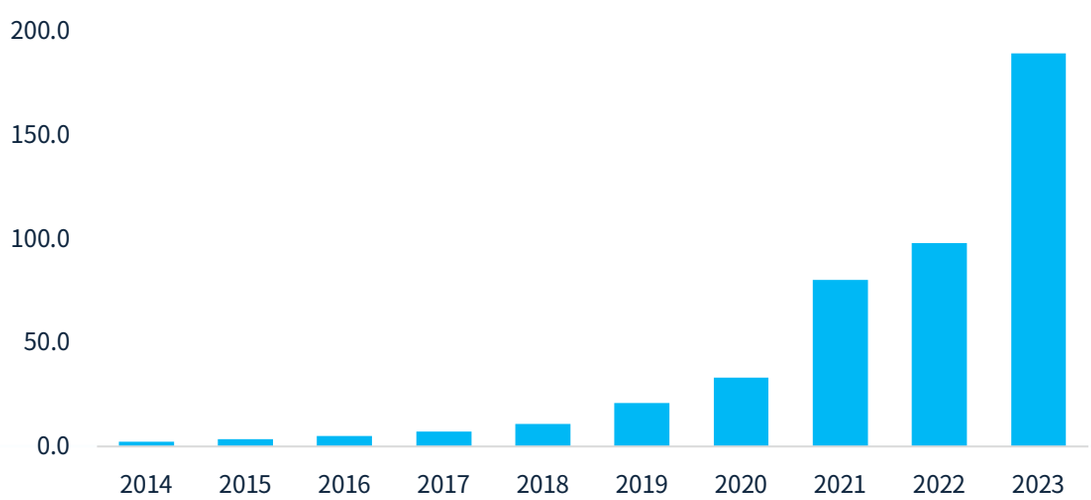


来源：Statista，毕马威分析

新注册企业数量爆发性增长，行业发展走向成熟

在宠物经济蓬勃发展的背景下，中国宠物行业快速扩张，特别是在企业数量方面呈现出显著的增长态势。根据Statista数据，中国新注册的从事宠物相关业务的企业数量持续攀升，从2014年的2.5万家，以54.9%的年复合增长率增加至2023年的189.5万家。值得注意的是，2023年相关企业数量的增长尤为迅猛，相关企业数量年内增长几近翻倍，宠物行业正进入一个快速扩张的新阶段。

图16 2014年—2023年中国新注册的从事宠物相关业务的企业数量（单位：万家）



来源：Statista，毕马威分析

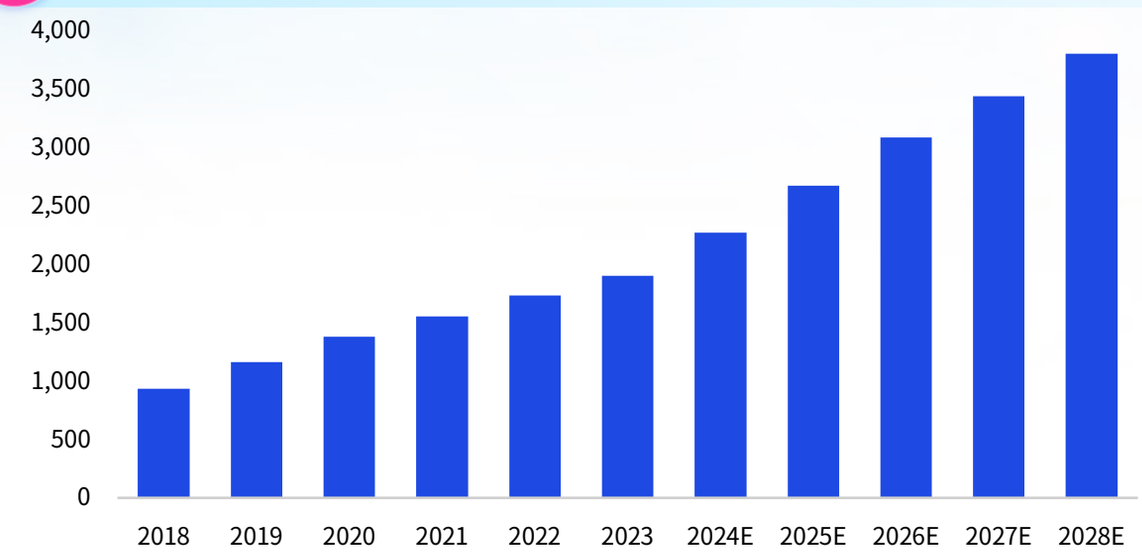
© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

自有品牌路线推动中国宠物食品行业高质量发展

中国本土宠物食品企业最初是以OEM/ODM的模式为国外品牌提供代工服务起步的。随着国内宠物行业的发展以及外部宏观环境的演变，不少国内企业凭借代工业务积累的经验以及持续不断的研发投入，逐步培育出具有竞争力的的自有品牌。

这一转型不仅提升了国内企业的核心竞争力，也为国产宠物食品品牌的崛起奠定了坚实基础。根据Statista数据，2023年中国宠物食品市场表现亮眼，全年收入总额高达1,900亿元，预计2028年将达到3,800亿元，期间年复合增长率为14.9%，中国宠物经济持续升温。

图17 2018年—2028年中国宠物食品行业市场收入（单位：亿元人民币）



来源：Statista，毕马威分析

根据Euromonitor的数据，2023年，中国宠物食品品牌Top20的市场集中度超过30.0%，这一水平高于宠物用品的集中度。在Top20宠物食品品牌分布中，国产品牌占比约为55.0%，国产化进程进一步提高[5]。宠物食品品牌集中度的提高，不仅有助于增强宠物食品生产企业在供应链中的议价能力，从而降低采购成本，还为行业整体的规范化和高效运营创造了有利条件。上市公司近期的财务报告也显示，自有品牌在营收中的比例正在不断上升，国产宠物食品品牌正逐步取得国内养宠人群的认可。

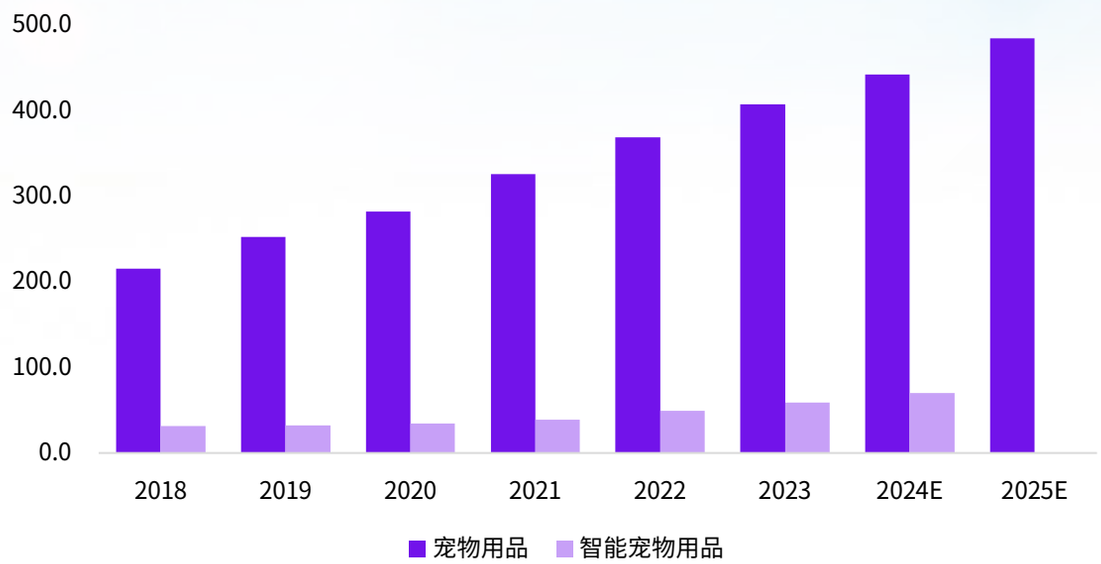
© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

宠物用品智能化稳定发展，宠物服务成行业润滑剂

近年来，中国宠物用品市场规模也在持续扩容。Statista数据显示，中国宠物用品市场规模从2018年214.9亿元增加至2023年的407亿元，期间年复合增长率为13.6%，预计2025年市场规模将达到484亿元，2023-2025年复合增长率为9.1%。

作为宠物用品市场的重要细分领域，智能宠物用品的增长速度令人瞩目，市场规模从2018年的31.5亿元增加至2024年的69.9亿元，期间年复合增长率高达13.9%。尽管目前智能宠物用品的市场渗透率较低，但消费者对智能化、便捷化宠物用品需求的不断提升，为这一细分市场的发展注入了强劲动力。随着越来越多的品牌加入到智能宠物用品的售卖行列，市场竞争的加剧推动了这一细分市场的快速成熟。

图18 2018年—2025年中国宠物用品市场规模&智能宠物用品规模（单位：亿元人民币）



来源：Statista，毕马威分析
注：2025年智能宠物用品规模暂未披露。

充分的竞争不仅给消费者提供了更多的选择，也让相关产品的价格进一步亲民化，达到普及化的条件。

乐观来看，未来智能宠物用品市场将迎来更大的发展空间。随着消费者对智能产品的接受度不断提高，部分智能宠物用品有望逐步替代传统宠物用品，成为现代养宠的标配。这一趋势不仅体现了宠物用品行业的升级迭代，也反映了宠物经济向智能化、科技化方向发展的大势所趋。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

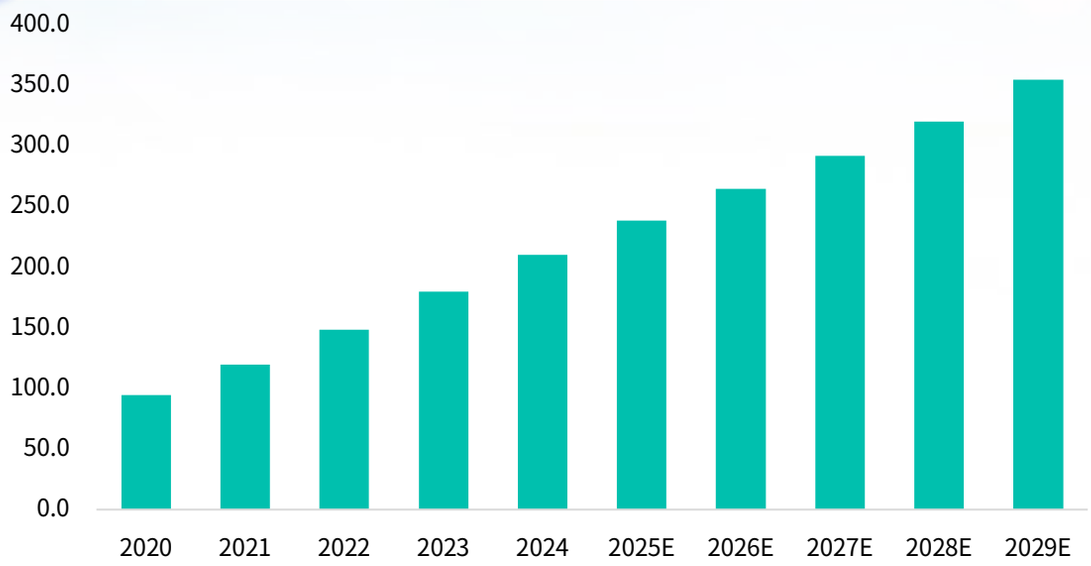
宠物健康备受重视，专业机构加速布局

随着城市化进程的加速推进以及消费升级的不断深入，养宠人的科学喂养和健康管理意识显著增强，宠物的健康需求随之升级。

作为宠物健康的重要领域，宠物医药凭借其高技术壁垒、市场迫切需求以及独特的消费属性，正成为推动宠物行业向更高层次发展的核心驱动力。

根据沙利文的预测，2024年，中国宠物医药市场规模为209.5亿元，预计2025年至2029年将以10.4%的年复合增长率增长至354.1亿元[8]，进入高速发展阶段。

图19 2020年—2029年中国宠物药市场规模（单位：亿元人民币）



来源：沙利文，毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

2.3 市场竞争格局与价值链分析

供应链管理与品牌发展路线，塑造宠物食品企业竞争力

宠物食品生产商的上游以农产品企业为主，负责提供生产所需的原材料；下游则覆盖品牌商、零售渠道及线上平台等多元化的终端市场。由于宠物食品生产的原料主要依赖外部采购，原料价格的起伏以及汇率波动会对企业生产成本带来重大且直接的影响。因此宠物食品生产企业往往会采取一系列措施来应对风险，例如积极开发合作供应商、优化采购流程，从而降低原料采购成本和潜在风险。

在国内的宠物食品行业中，很多企业最初都是以OEM/ODM模式起步，为国外品牌提供代工服务。尽管当前行业普遍强调自主品牌开发，但OEM/ODM模式在企业收入中仍占有相当大的比重。目前，大部分企业处于代工和自有品牌双轨并行的发展阶段。随着消费者对国产品牌认同感的不断提升，预计有更多企业加大对自有品牌的开发与投入，自有品牌在收入中的比例也将逐步提高。

在销售模式来看，宠物食品主要有经销、OEM/ODM、直销三种模式，且每种模式也均涉及线上和线下渠道。值得注意的是，线上销售在宠物食品的销售中占据绝对的主导地位。根据Euromonitor的数据，线上渠道贡献了宠物食品68.3%的零售份额[5]。

图20 宠物食品产业链图谱

来源：毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

线上线下均衡发展，用户体验是宠物用品加分项

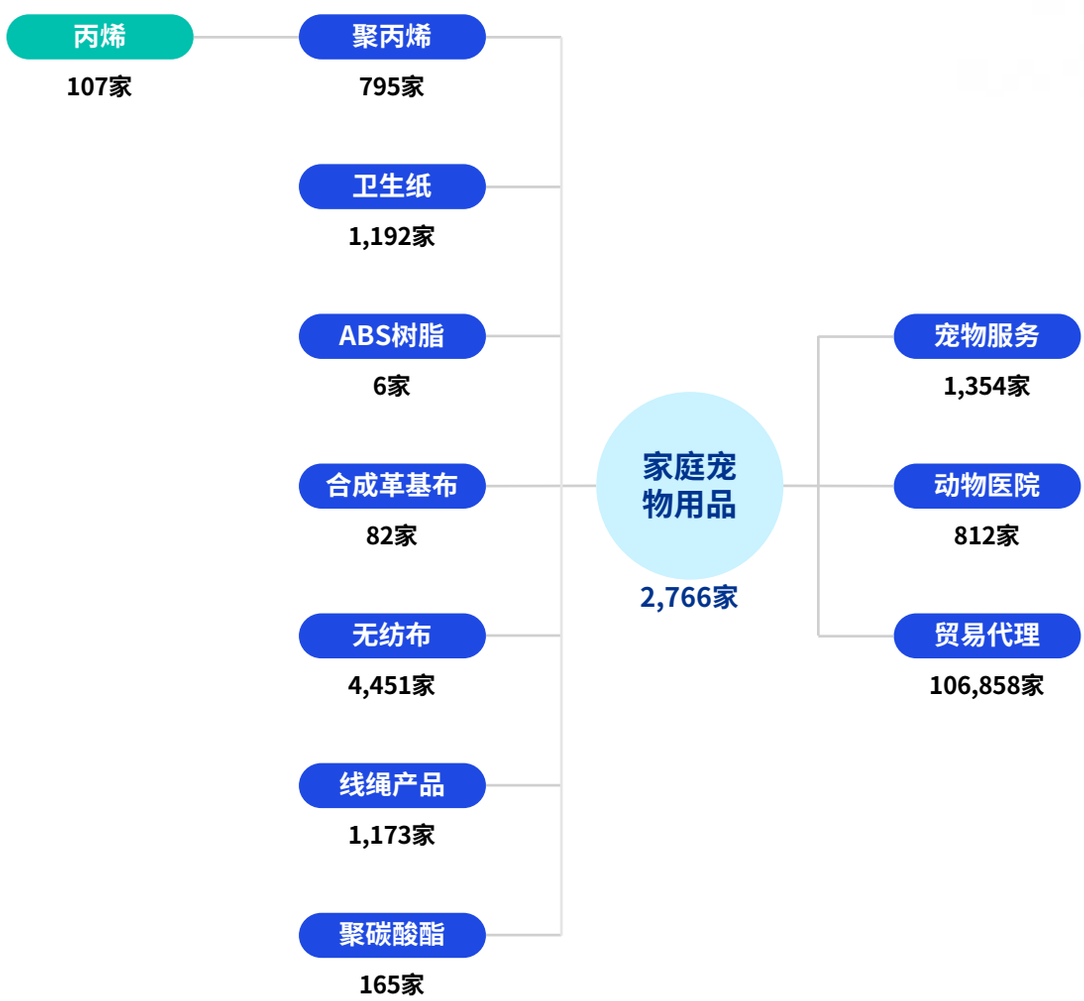
宠物用品供应链由上游的化工材料及半成品供应商、中游的宠物用品生产商，以及下游的宠物服务企业、动物医院和贸易代理组成的零售网络共同构成。整个供应链呈现出多元化、分工明确的特点，各环节之间形成了紧密的协作关系。

在上游供应链中，供应用于生产宠物清洁用品的卫生纸和无纺布的企业数量最多。

这一现象源于宠物清洁用品作为消耗品的特性，使用频率和复购率较高，市场需求稳定；随后是供应线绳产品的企业，这类产品主要用于宠物“牵引绳/胸背带”的生产。根据京东《2025年宠物消费报告》，宠物“牵引绳/胸背带”在猫狗出行用品中的成交占比最高，达到49.0%[9]。此外，还有少量企业为如玩具、窝垫等其它宠物用品提供生产所需材料。

在下游的销售端，宠物用品的流通主要依赖于宠物服务企业、宠物医院以及贸易代理等渠道。这些渠道不仅通过线下门店为消费者提供产品，还积极布局线上销售渠道，以满足消费者日益增长的网购需求。根据Euromonitor的数据，由于宠物用品在线下具有体验优势，2024年宠物用品的销售仍然由线下渠道主导，贡献了宠物用品销售额中的52.8%[5]，但线上渠道的快速发展也为行业带来了新的增长机遇。

图21 宠物用品产业链图谱



来源：wind

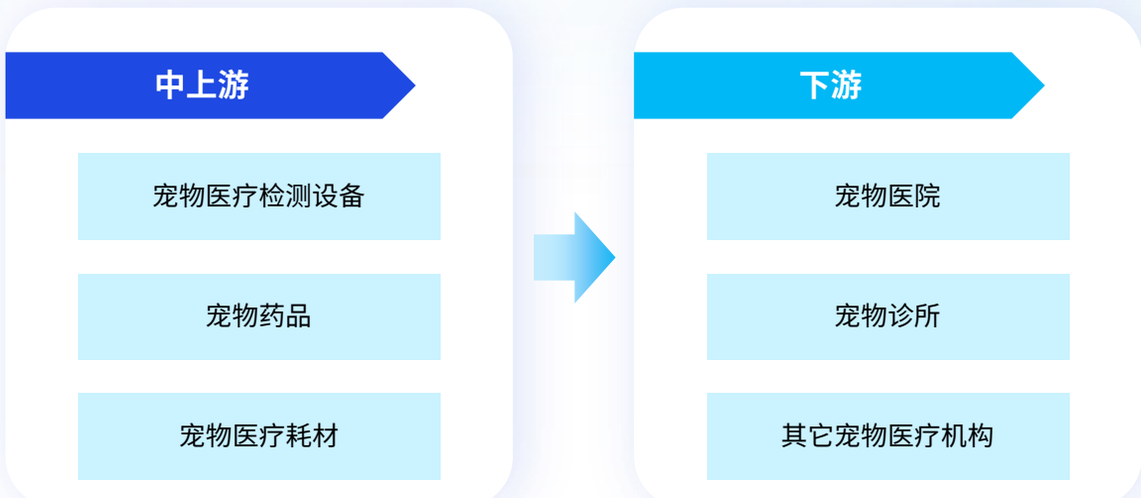
© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

资本加码，连锁化促进宠物医疗行业发展

宠物健康产业链由多个环节构成，中上游主要由各种宠物医疗检测设备和医疗器械的生产商以及宠物疫苗和药品、耗材的生产商所构成。宠物医疗机构位于产业链的下游，是直接面向消费者的终端服务提供方。

目前，各宠物医疗机构品牌之间竞争的较为激烈，尤其是在市场集中度较低的区域。然而，随着行业整合的加速，领先宠物医疗连锁机构正借助资本进行规模化扩张，通过拓展市场份额和提高品牌影响力，进一步巩固市场地位。随着宠物医疗行业连锁化率逐步提高，连锁医疗机构在采购时的议价能力将不断提高。这不仅有助于促进宠物医疗服务的标准化进程，还能够有效降低医疗服务成本，从而推动宠物健康行业向着更加规范化、高效化和可持续方向发展。

图22 宠物医疗产业链图谱



来源：毕马威分析

宠物服务连锁化率不断提高，传统行业以“宠物+”共襄盛举

宠物服务机构处于产业链下游环节，主要为消费者提供一站式、全方位的宠物相关服务。具体而言，宠物服务机构一般涵盖宠物售卖、宠物护理、宠物寄养及宠物日常用品销售等，旨在满足养宠人在不同场景下的多样化需求。宠物服务机构的上游主要由两类企业组成：第一类是为宠物服务机构提供日常经营所需物资的制造商，包括宠物用品和宠物食品的生产厂商等；第二类是提供活体宠物的培育单位，为宠物售卖环节提供基础支持。

当前，中国宠物服务行业的集中度相对较低，品牌众多，呈现出“小而散”的特征。

然而，已有部分领先宠物服务机构通过自营或加盟的方式进行扩张，提高市场份额。数据显示，截至2024年，连锁加盟店和连锁直营店的市场份额于已突破40.0%[5]。

除了传统的宠物服务企业外，近年来越来越多的跨界玩家开始布局宠物行业。这些企业基于自身原有的业务优势，向宠物领域进行延伸。例如，食品企业开发高附加值的宠物食品、酒店经营者拓展宠物寄养服务、美妆企业进军宠物保健品领域、大型商超或线上电商平台推出自有宠物食品品牌。这些跨界企业的加入，在丰富了宠物行业业态的同时，也推动了行业供应链的进一步完善。此外，新玩家的进入将促进宠物行业在技术创新、服务升级等方面取得突破，更好地挖掘养宠人群的潜在需求，从而推动整个宠物行业的全面发展。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

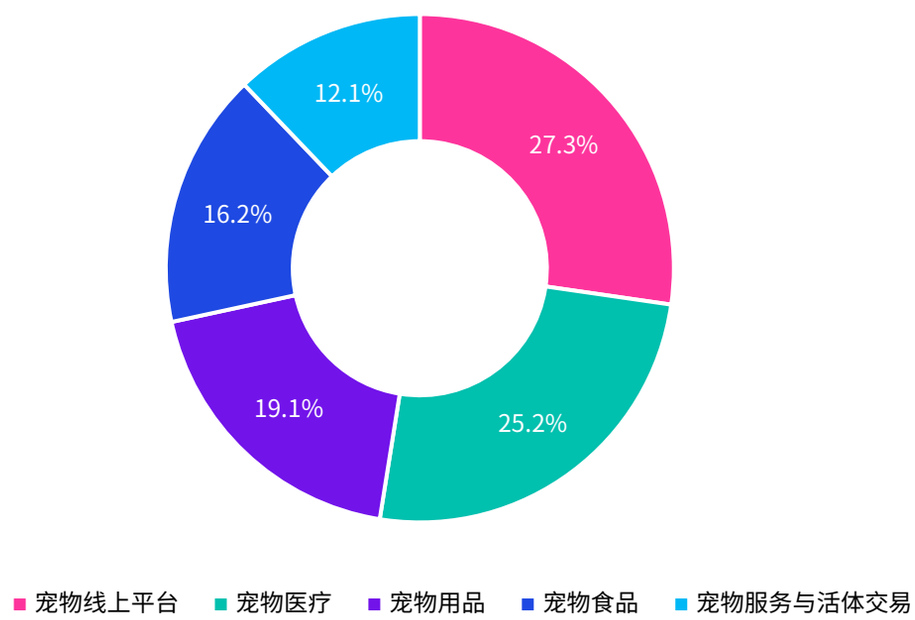
2.4 投融资及二级市场动态简析

一级市场宠物行业投资分析：细分赛道、区域分布与海外布局

根据CV Source数据显示，截至2025年一季度，宠物行业共发生634起PEVC融资事件[b]。从细分赛道来看，宠物线上平台赛道占比最多，共发生173起PEVC事件，占比为27.3%，其次是宠物医疗和宠物用品，分别发生160起和121起，占比25.2%和19.1%。

此外，宠物食品、宠物服务与活体交易等赛道合计占比28.3%。涉及的细分领域包括宠物供应链企业服务平台，传统宠物食用品消费及批零企业，医疗服务和生物医药，电子商务平台，文娱用品供应商，人工智能机大数据、信息化企业，宠物金融类等多个行业。

图23 2014年—2025年第一季度宠物行业PEVC融资事件各细分赛道占比（单位：%）



来源：CV Source，毕马威分析

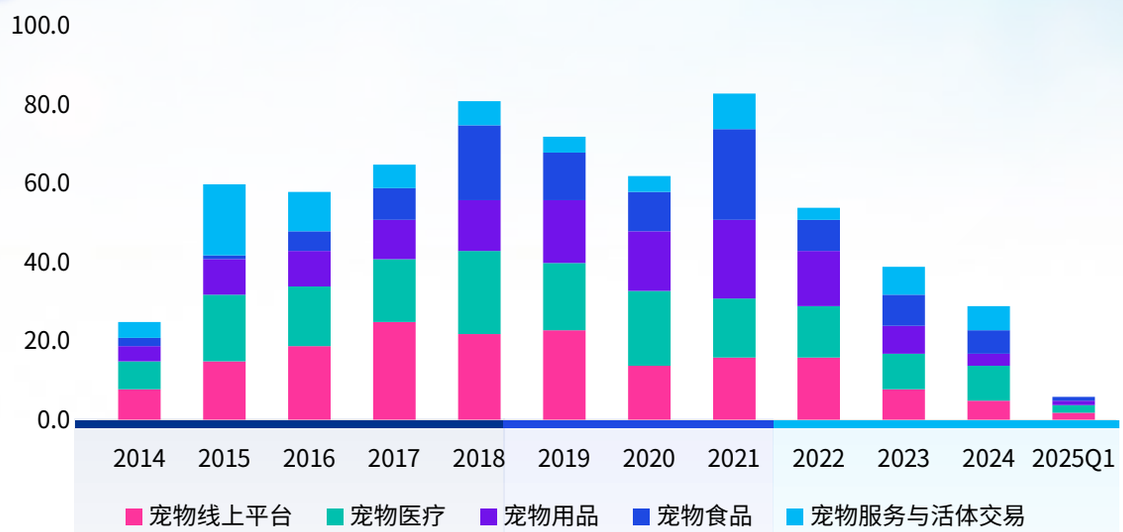
[b] 时间范围在2014年至2025年第一季度的宠物行业PEVC样本数据

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

从近十年趋势来看，宠物行业融资事件数量呈现先冲高再回落的态势，大致可以分为快速增长期，繁荣发展期，资本冷静期。2014年至2018年属于快速增长时期，期间共发生289起PEVC融资事件，其中，2014年的融资事件为25起，到2018年达到峰值81起，年均复合增长率约为34.2%。

2019至2021年资本活跃度较高，宠物行业持续受到投资者青睐，年均融资事件数量保持在70起以上，三年间共发生217起融资事件，占样本总量的75.1%。自2022年起，融资事件数量开始显著减少，2024年仅为29起，基本跌回十年前水平。截至2025年第一季度，仅发生约6起融资事件，预计全年融资数量将维持低位或实现微幅回升。

图24 2014年—2025年第一季度宠物行业PEVC融资事件数量（单位：起）



快速增长期

以“宠物线上平台”为主力赛道，2016年至2018年期间，该赛道融资事件数量持续保持在约20起左右。资本重点关注平台型和流量入口型项目，且宠物服务与活体交易赛道的融资关注度达到近十年峰值。

繁荣发展期

各赛道均受到资本青睐，融资市场呈现一片繁荣景象。其中，医疗、宠物食品和用品等刚需赛道表现尤为突出，占较大比重。

资本冷静期

整体行业进入调整期，宠物医疗赛道表现相对稳健，仍保持最高占比。“线上平台”赛道的融资热度回落，而宠物服务与活体交易赛道则出现小幅回升，反映出资本对线下消费与差异化服务的关注度提升。

来源：CV Source，毕马威分析

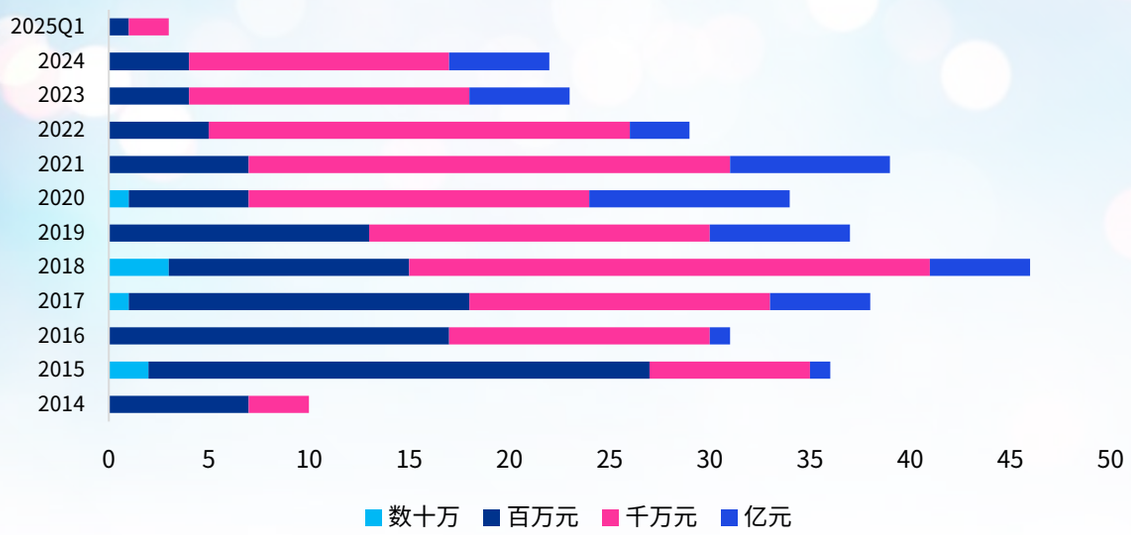
融资金额方面，在2014年至2017年间，宠物行业融资的金额大多在百万元级别；自2018年开始，千万元级别的融资事件数量超过了百万级，逐步占据主导地位并延续至今；而亿元级别的融资，从2015年开始便持续出现。

虽然宠物行业融资事件数量在2021年后便开始减少，且融资金额的总体规模有所缩减，但从结构来看，千万元及以上的融资事件仍占据绝大比例，亿元级别的融资事件数量近两年仍稳在5起左右。说明资本对行业头部和稳健发展的企业的关注并未减弱，这些企业依然能够获得大型资本的青睐。

[b] 时间范围在2014年至2025年第一季度的宠物行业PEVC样本数据

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

图25 2014年—2025年第一季度宠物行业各融资金额级别PEVC数量分布（单位：起）



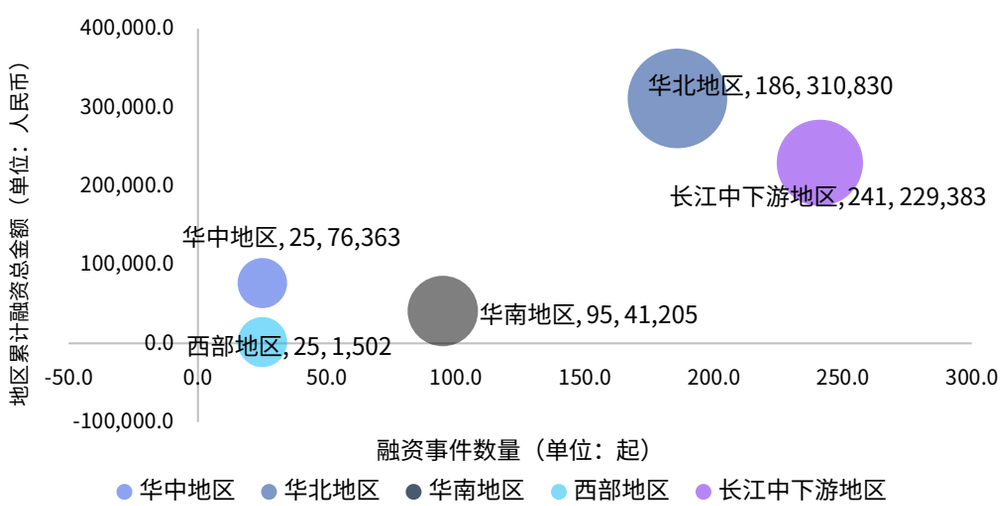
来源：CV Source，毕马威分析

注：统计范围不包括未披露融资金额及未明确金额单位的事件。

从地区分布来看，长江中下游地区的宠物行业融资活动相对活跃。2014年至2025年一季度，该地区融资事件有241起，占全国的42.1%（未披露地区数据除外），累计金额超过24亿元人民币。华北地区融资规模最大，总金额达31亿元人民币。

华南地区（含粤港澳大湾区）共有95起融资案例，涉及金额总计4.1亿元人民币。其中，香港特别行政区贡献了一笔500万元人民币的融资交易。此外，华中地区和西部地区分别完成了25起融资案例，累计金额分别为7.6亿元人民币和1,500万元人民币。

图26 2014年—2025年第一季度宠物行业PEVC融资地区分布（单位：起；万元人民币）



来源：CV Source，毕马威分析

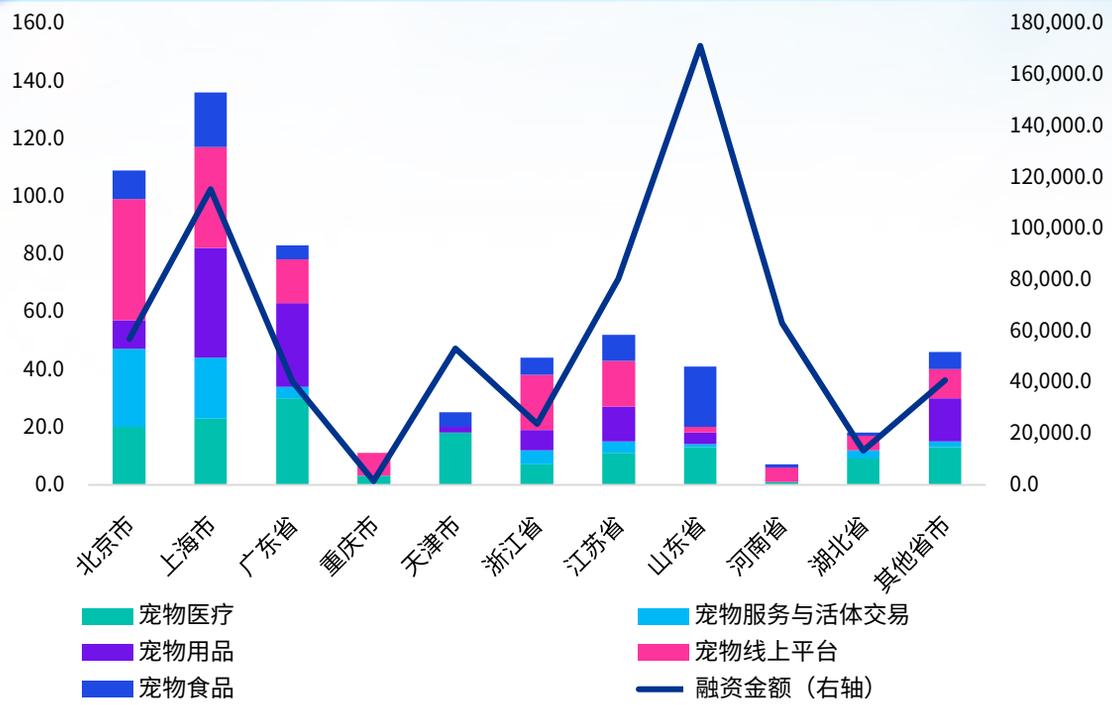
注：统计范围不包括未披露具体融资金额未明确金额单位的地区。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

从具体省市分布来看，宠物行业的投融资事件主要集中在上海、北京和广东三地，山东宠物食品赛道融资金额规模最大。其中上海以136起融资事件位列第一，北京以109起位列第二，两地的主要融资赛道中宠物线上平台都占较大比重，其次就是宠物用品和活体交易服务。此外，广东和天津两地的宠物医疗融资较为活跃，分别有30起和18起相关融资事件，显示出两地宠物医疗企业的集中度较高。

值得注意的是，山东虽然融资事件数量不及北上广等经济发达区域，但因为2020年君联资本对山东省某宠物食品赛道企业的一笔13亿元人民币投资，使其总融资金额达到了17亿元人民币，成为全国断层第一，远超其他省市。其他如吉林、安徽等省市也实现了亿元级以上的融资规模。

图27 2014年—2025年第一季度宠物行业PEVC融资省市分布（单位：起；万元人民币，右轴）



来源：CV Source，毕马威分析

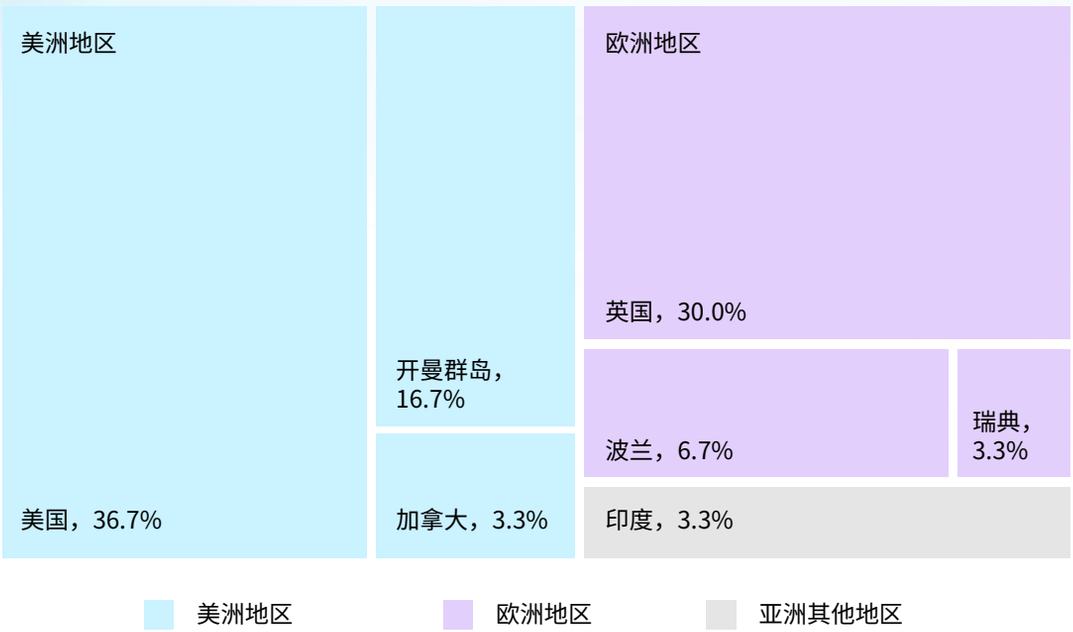
注：1.统计范围不包括未披露融资金额及未明确金额单位的事件。

2.其他省市包括吉林省、福建省、四川省、内蒙古自治区、台湾省、江西省、辽宁省、陕西省、安徽省以及香港特别行政区。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

海外市场方面，美洲地区融资事件占比最高，达到56.7%，超过所有海外融资的一半，主要来源地包括美国、开曼群岛和加拿大。其中，美国贡献了11起融资事件，主要集中在宠物食品、医疗及服务和活体交易领域；开曼群岛因税收优惠政策吸引众多企业注册，其融资规模为13.9亿元人民币，主要集中在宠物电商平台；加拿大也贡献了4.6亿元人民币的融资规模。欧洲地区融资事件占比40.0%，主要分布在英国、波兰和瑞典等地。其中，瑞典的一起融资事件规模达2.4亿元人民币，涉及一家宠物医疗咨询服务商。

图28 2014年—2025年第一季度海外宠物行业PEVC融资地区分布（单位：%）



来源：CV Source，毕马威分析

注：1.统计范围不包括未披露具体融资金额未明确金额单位的地区。

2.海外市场融资规模以人民币计，按照前一年相应外汇兑人民币的平均汇率计算。

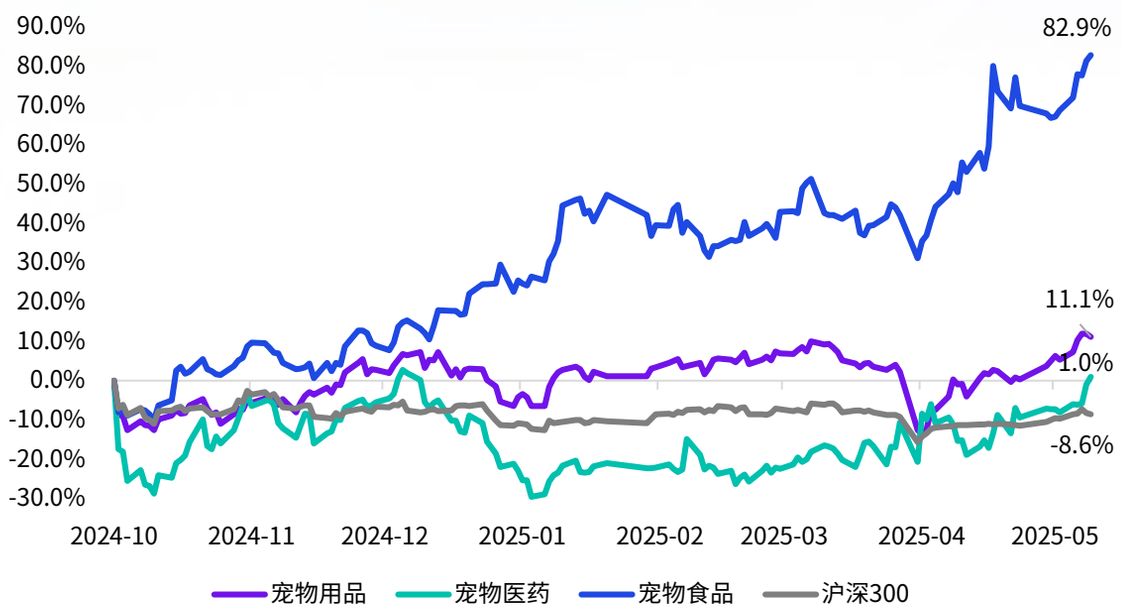
© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

宠物行业二级市场表现亮眼，细分领域投资潜力突出

与一级市场相比，宠物行业二级市场的表现更令人眼前一亮。2024年9月24日，在美联储降息、央行降准降息以及出台一系列增加资本市场流动性的政策后，A股市场以及相关性比较强的港股市场迎来了全面大涨。在经历了连续数天的非理性上涨后，多数股票已透支上涨潜力，最高点被定格在10月8日。然而，宠物行业没有在这一轮大浪淘沙中被淹没，而是在投资者真金白银的投入下脱颖而出，股价屡创新高。

根据Wind数据进行分析，当前A股涉及宠物业务的上市公司共有25家，其中宠物用品企业有12家，宠物医药企业有7家，并有5家宠物食品企业以及1家宠物电商运营企业。其中，宠物食品板块的表现最优，板块区间涨幅超过80.0%；宠物用品板块排在第二位，板块区间涨幅超过10.0%；宠物医药板块在二级市场表现略显平淡，区间涨幅仅为1%，这可能与其行业尚处发展初期，叠加短期业绩压力、缺乏龙头企业及一级市场估值偏高等因素有关，但整体表现仍优于沪深300 （-8.6%）。

图29 2024年10月-2025年5月A股宠物行业各细分板块区间表现（单位：%）



来源：Wind，毕马威分析

注：1. 基于2025年3月31日的总市值，为各细分赛道企业分配权重，并计算2024年10月8日至2025年5月16日的涨跌幅。

2. 因宠物电商运营板块仅有一家企业，不具备代表性，故未纳入比较。

可见宠物行业企业的股票深受二级市场投资者的追捧，随着宠物行业企业的股票价格水涨船高，行业整体估值的水平也会被推高，这将有利于提振行业信心，刺激更多潜在创业者和投资者进入到宠物行业，拉动宠物行业一级市场投融资的发展。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

03

消费者调研与渠道偏好洞察

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

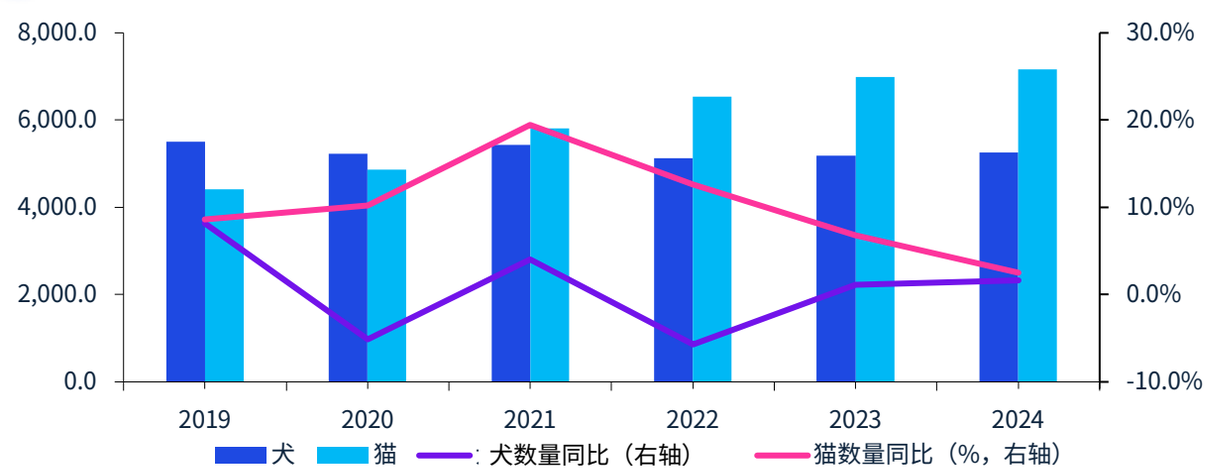
3.1 消费者用户画像研究

随着社会经济的快速发展和人们生活水平的显著提升，饲养宠物逐渐成为一种时尚的生活方式。越来越多的年轻人将宠物视为家庭成员，对宠物的健康、教育和福利给予高度关注，这种趋势不仅体现了人们对精神陪伴的强烈需求，也推动了宠物经济的蓬勃发展。与此同时，养宠人群呈现出明显的**年轻化、高学历化**特征。随着养宠观念的升级，宠物经济正朝着**高端化、多元化**方向发展，为宠物品牌和产品带来了新的机遇，为宠物行业高质量发展提供了坚实的基础。

养宠类型以犬猫为主，异宠市场前景广阔

近年来，随着宠物市场的蓬勃发展，我国宠物数量经历了从高速增长到稳步增长的转变。2024年，城镇犬猫数量达到1.2亿只，较2023年呈现2.1%的小幅增长。**从饲养偏好来看，犬和猫依然占据主导地位，分别占城镇养宠类型的57%和64.3%**[c]，持续引领宠物食品、用品等相关消费市场。值得注意的是，自2019年起，受城镇大中型犬管控政策等因素影响，犬数量开始呈现负增长趋势，而猫数量则持续攀升，并于2021年首次超过犬数量。截至2024年，我国猫主人数量已达4,088万人，平均每名“铲屎官”需照料两只猫咪。这一现象与Petline公司分享的香港居民生活习惯高度一致。近年来，香港的**养猫人数已超过养狗人数，这与当地工作繁忙、无暇遛狗的实际情况密切相关。**

图30 2019年—2024年城镇养宠结构（单位：万只；%，右轴）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

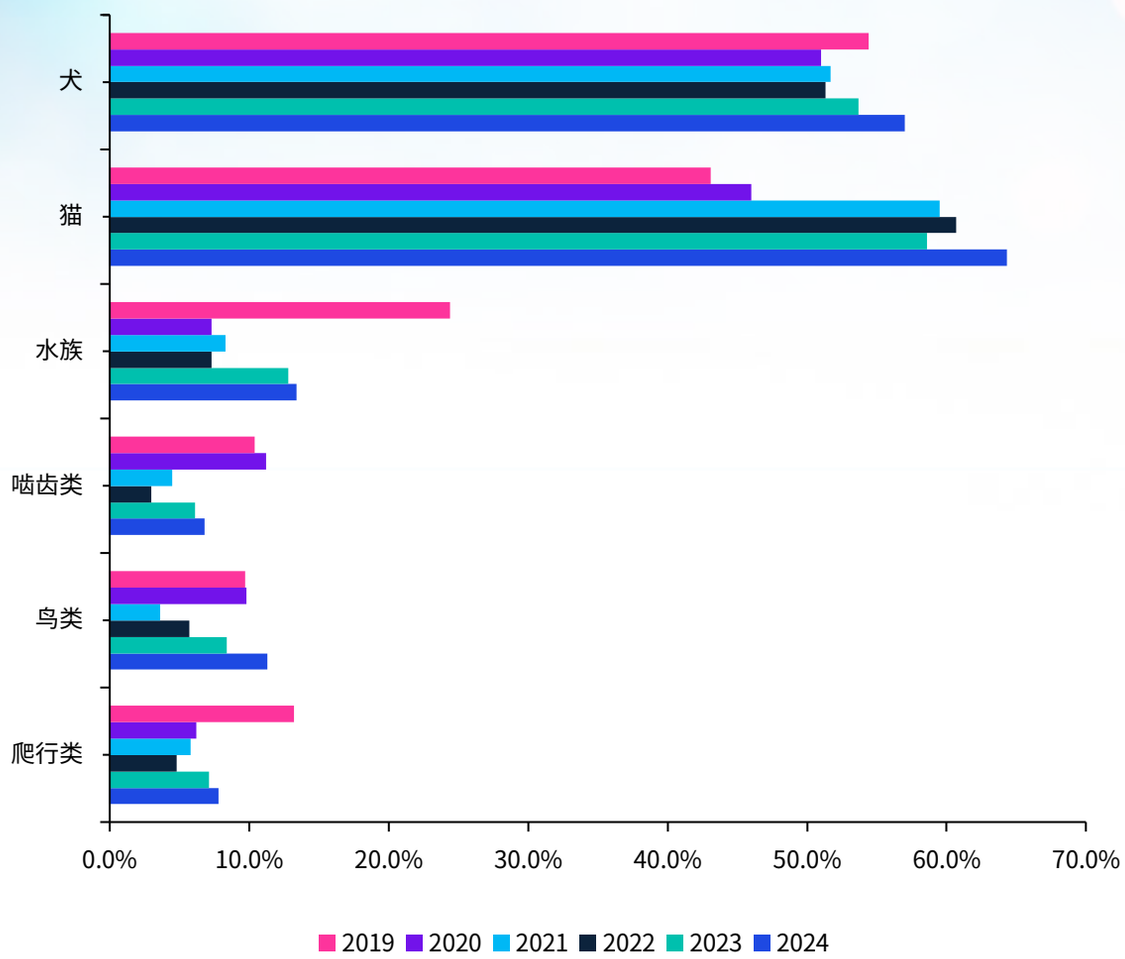
[c] 注：题目为多选，数据之和超过100%

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

此外，随着消费观念的升级和个性化需求的驱动，涵盖水族、爬行类、啮齿类、鸟类等异宠逐渐成为更多人饲养宠物的选择之一。

截至2024年底，我国已有约1,707万人饲养“异宠”[10]，相关市场规模已接近百亿元。反映了宠物经济的细分化和多元化发展，为行业注入了新的活力。

图31 2019年—2024年城镇养宠类型（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

注：题目为多选，数据之和超过100%

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

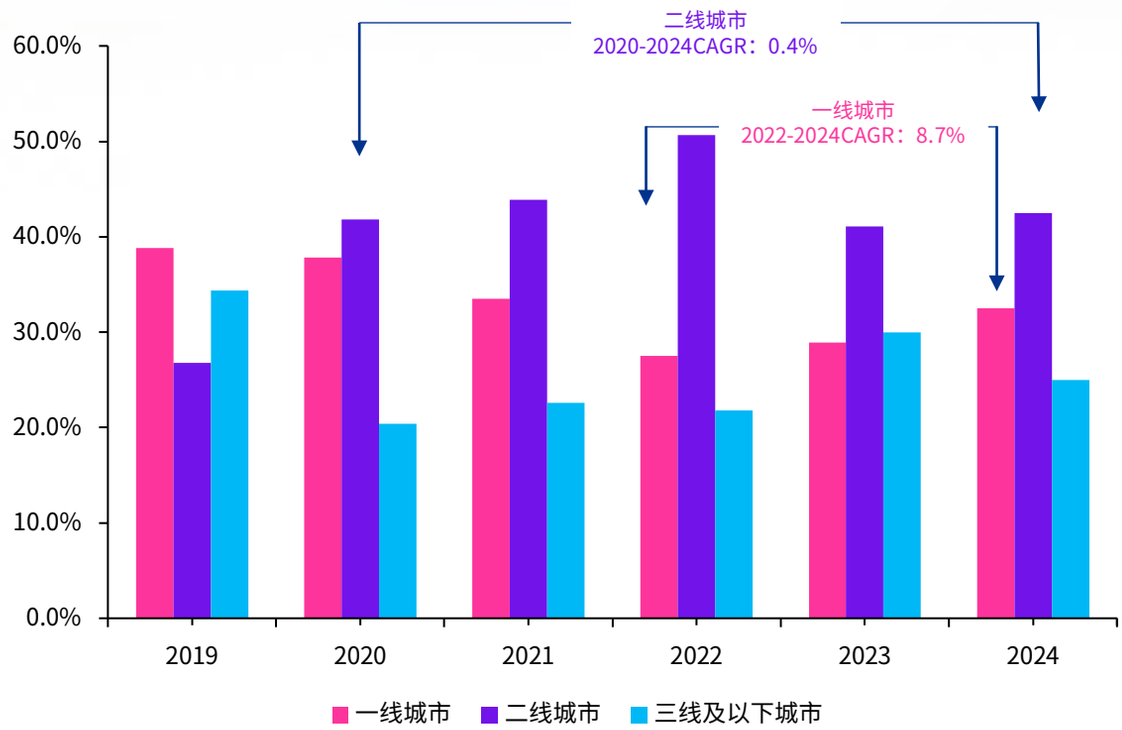
宠物经济在城市中的分布与发展：一二线城市主导，下沉市场潜力显现

从城市等级来看，一二线城市一直是宠物经济发展的核心区域。由于生活节奏快、社会压力大，“吸猫撸狗”成为许多居民缓解压力的重要方式。

数据显示，2020年至2024年间，一二线城市的养宠人群占比稳定在7成以上。其中，二线城市表现尤为突出，年复合增长率达0.4%；而一线城市则在2022年至2024年间实现了8.7%的年复合增长率。

相比之下，三线及以下城市属于对价格较为敏感的市场，近年来的波动主要与外部环境变化相关。值得注意的是，2023年三线及以下城市群养宠人占比出现明显回升（增幅达30.0%），甚至超越了一线城市，这表明下沉市场并非呈现线性下降趋势，而是受到多重因素影响，包括疫情后居家需求的增加、社交活动的反弹以及下沉市场电商的快速发展。以主攻下沉市场快手电商平台为例，2024年宠物行业的商品交易总额同比增长高达53.0%[11]，其中宠物食品和营养品是最受欢迎的品类，这进一步印证了下沉市场蕴藏的巨大潜力。

图32 2019年—2024年养宠人城市线分布情况（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

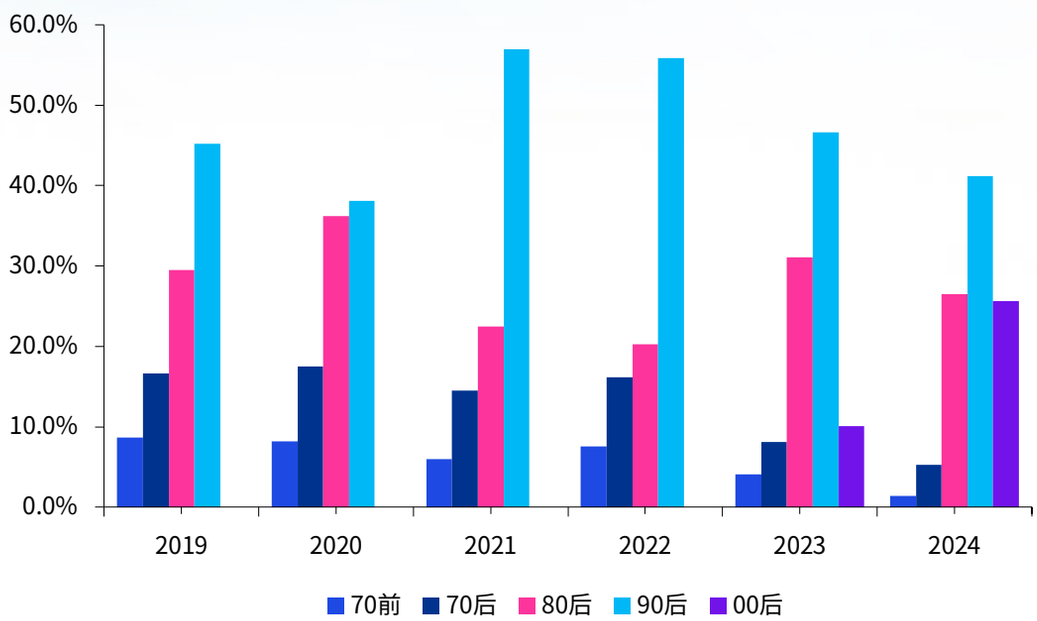
© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

90后与00后引领宠物市场消费升级：主力消费群体占比超六成

从消费群体来看，当前宠物市场的主力消费群体主要由90后和00后构成。90后自2019年起已是最大群体，尽管在2022年后略有回落，但2024年仍占总养宠人群的41.2%。而00后作为新兴力量，占比稳步提升至25.6%，展现出较强的增长势头。

年轻一代消费者因为更加注重宠物的生活质量与个性化需求，愿意在宠物周边消费，例如服装、美容、IP联名等上投入更多资金，从而推动宠物消费观念不断升级。截至2024年，90后和00后合计占据67.7%的市场份额，预计未来将延续主导宠物消费市场。此外，虽然老龄群体在宠物人中的比例逐渐减少，但他们对易于照顾且具有情感慰藉功能的宠物产品仍存在一定需求，为企业提供了新的市场机遇。

图33 2019年—2024年养宠人年龄结构（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

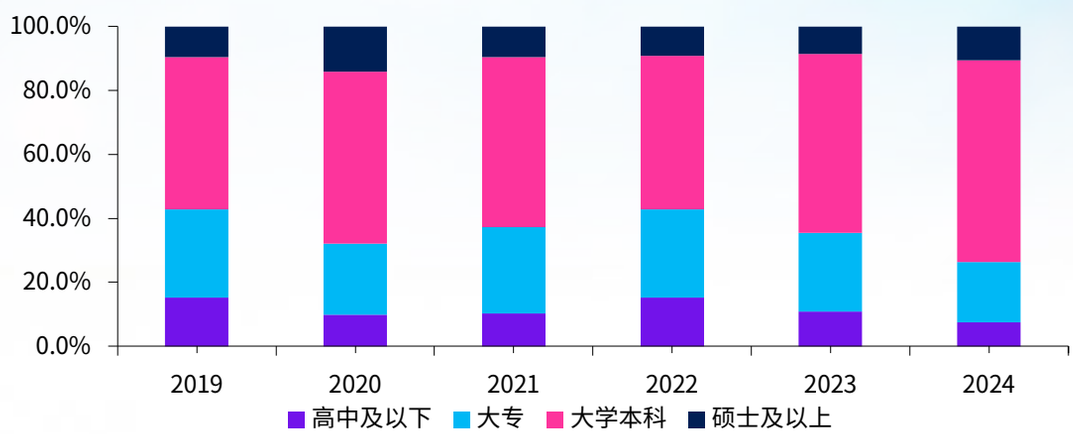
© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

高学历与高收入人群引领宠物经济发展

从学历分布来看，**近年来，养宠人群中高学历人群比例持续上升。**第七次全国人口普查数据显示，我国劳动年龄人口中大专及以上受教育程度人口占比为23.6%[12]，而养宠人中大专及以上学历人群占比至2024年已达到92.5%，远高于社会平均水平。

由于中高学历人群普遍具有晚婚晚育的特点，单身时间较长，个人支配收入较为充裕，他们更愿意将情感投注于宠物身上，并在宠物消费方面表现出更高的支付意愿和能力。

图34 2019年—2024年养宠人学历分布情况（单位：%）

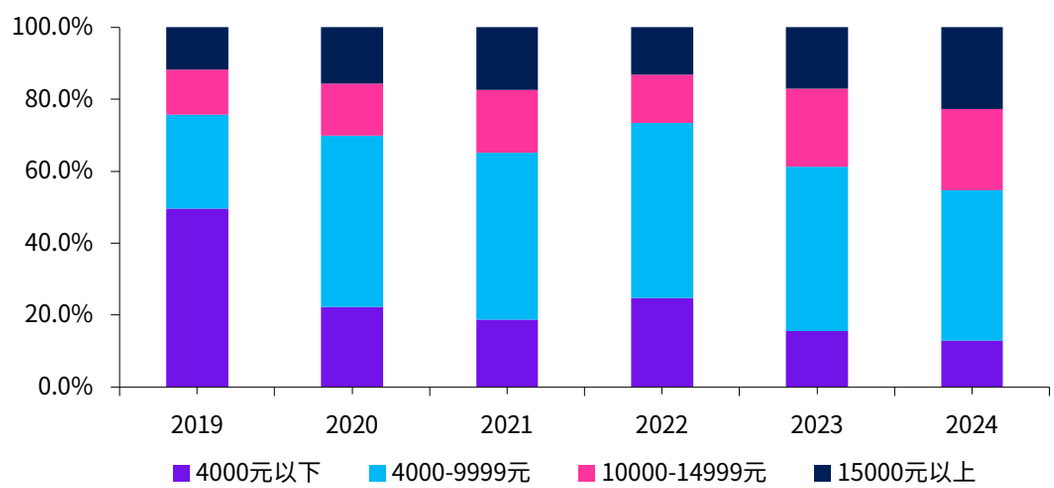


来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

从收入水平来看，养宠人的经济实力也在不断增强。2024年养宠人月收入4,000元以下的群体占比相比2023年减少了2.7个百分点，而月收入10,000元以上的群体占比则增加了6.6个百分点，其中月收入15,000元以上的群体增幅尤为明显，占比提升了5.6个百分点。

未来，随着高知化、高收入群体的持续增长，宠物经济有望迎来更广阔的发展前景。

图35 2019年—2024年养宠人月收入分布情况（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

3.2 决策行为与内容触点分析

社交媒体重塑养宠人消费决策，短视频与小红书主导新时代养宠经济

社交媒体正在深刻改变养宠知识的传播方式。以抖音电商为例，其以“内容+电商”为核心模式，通过短视频和直播实现流量转化，好内容已经成为宠物消费增长的重要驱动力。

短视频平台和小红书是养宠人选择最多的媒体平台，占比分别为73.5%和66.1%。其次是微博和电商平台广告，占比分别为41.2%和29.3%。具体来看，短视频平台、小红书和微博是养宠人主要的触媒平台。

短视频平台

相比2022年，2024年短视频平台依然是养宠人选择最多的媒体平台，占 **73.5%**

根据抖音电商发布的《萌宠“剁手”清单》，2024年好内容与直播间带动的成交额同比增长67.0%

小红书

小红书则以“种草社区”为核心，成为养宠人群的“百科全书”，占比 **66.1%**

根据《2024年宠物行业洞察报告》，超过52.0%的用户表示曾在小红书被种草过产品和服务，其中宠物日常用品和食品的种草热度最高。用户在小红书种草后，89.0%的消费者转向电商平台购买，41.0%的用户转到线下购买，一个月内全域转化率高达91.0%

微博

微博凭借其开放的内容生态和强大的传播能力，成为养宠人群获取宠物相关信息、分享养宠经验以及参与宠物话题讨论的主要平台之一。相比2022年，2024年微博在宠物领域的影响力和用户粘性依然保持领先地位，占比达到 **41.2%**

电商平台广告 | 电视广告 | 网页广告 | 楼宇广告 | 其他

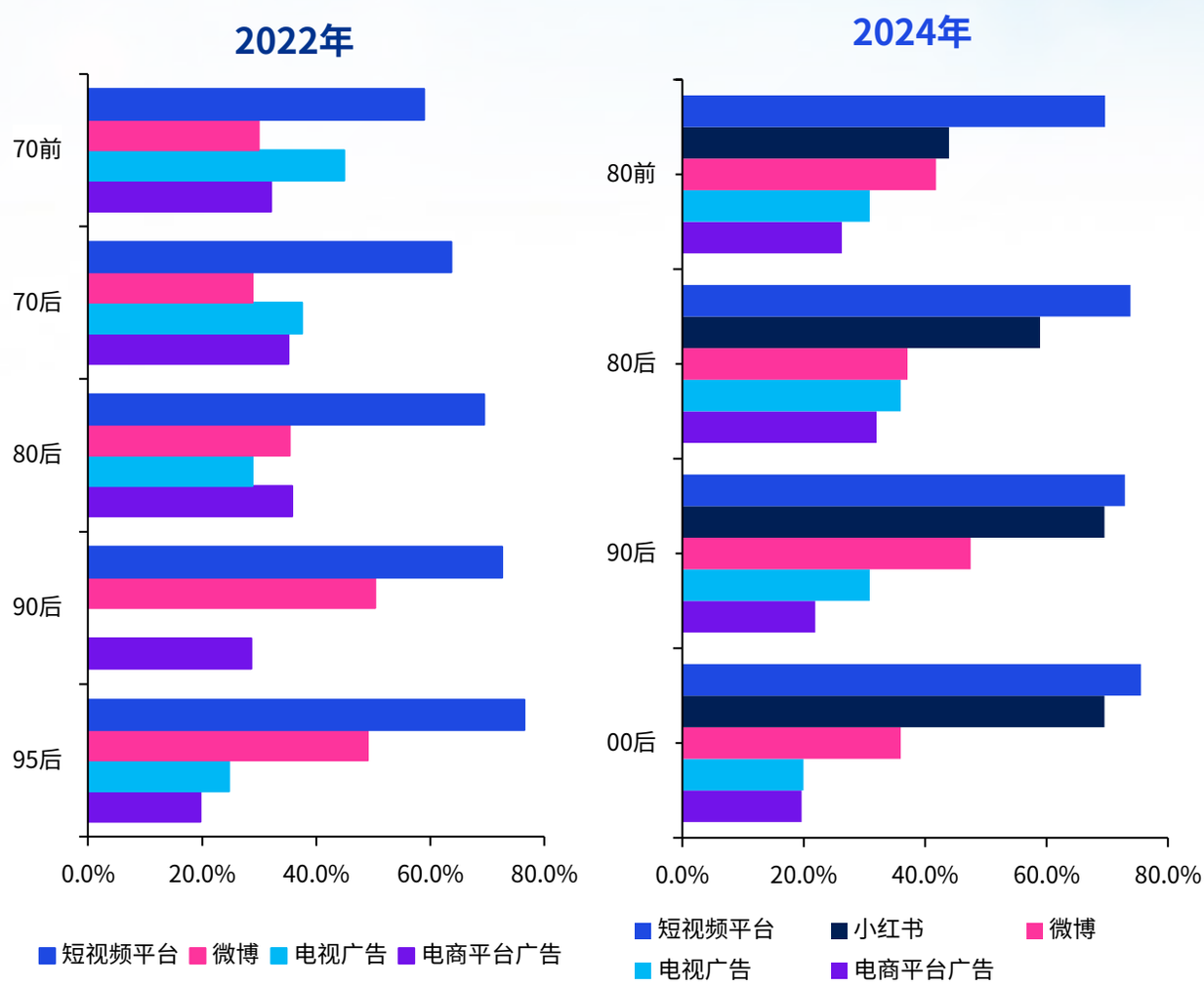
来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

值得注意的是，无论是2022年还是2024年，不同年龄段的养宠人对短视频平台的偏好度普遍较高。具体来看，80后养宠人对微博的关注度相对偏低，而90后养宠人对微博的关注度则较为稳定，始终保持在50.0%左右。进入2024年，不同年龄段的养宠人对短视频平台的偏好度进一步提升，均达到了70.0%左右。

其中，小红书作为新兴平台，表现尤为突出。2024年00后和90后养宠人对小红书的偏好度较高，占比均为69.5%。此外，值得关注的是，2024年80后和80前养宠人对电商平台广告的偏好度较高，占比分别为32.0%和26.3%。这一数据反映出不同年龄段养宠人群在媒介选择上的差异化特征，同时也体现了短视频平台和电商平台在宠物经济中的重要地位。

图36 2022年、2024年不同年龄段养宠人触媒偏好（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

注：题目为多选，数据之和超过100%

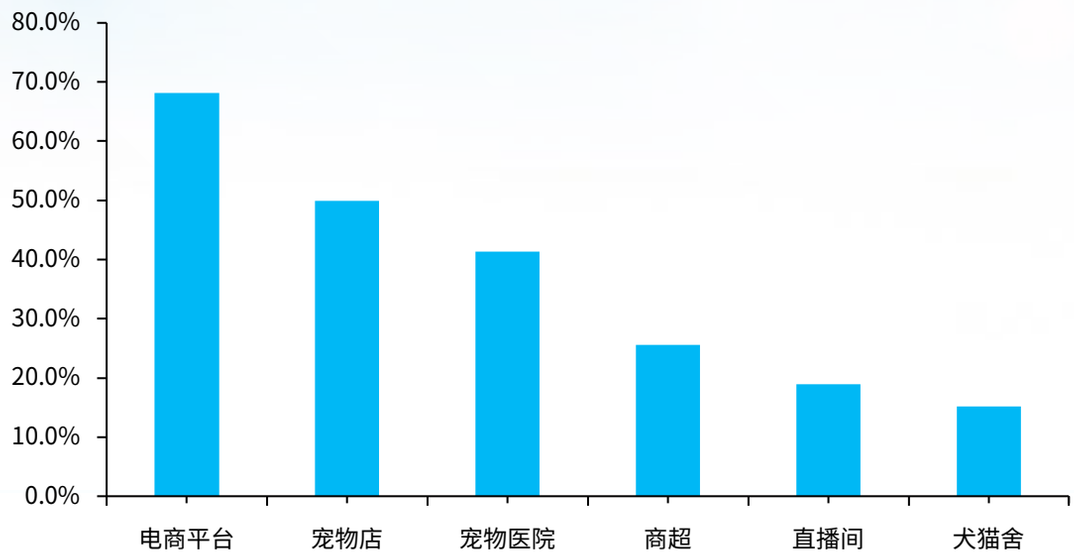
© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

从流量到转化的双引擎打法：线上为主、线下为辅，直播助力增长

近年来，随着国内互联网社交平台和电商经济的蓬勃发展，80后、90后等养宠人更倾向于通过线上渠道购买宠物产品。相关数据显示，2024年宠物类目全平台线上销售额502.3亿元，同比增加10.0%[13]，**线上渠道已成为宠物食品销售第一大渠道**。大型综合电商平台凭借显著优势，成为养宠人群首选，偏好度达68.1%，线上直播间达到18.9%。

尽管如此，线下渠道（包括宠物店、宠物医院、商超、犬猫舍等）仍占据重要地位，因其能提供更好的购物体验和附加服务。未来，**品牌方需要同时注重线上和线下渠道的协同发展**，不断优化产品和服务，以更好地适应市场变化和消费者需求。

图37 2024年养宠人宠物产品购买渠道偏好（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

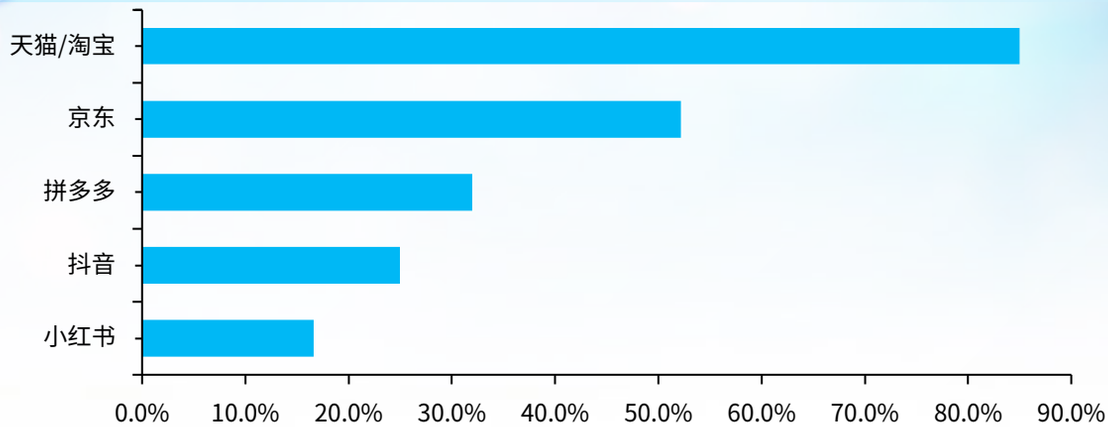
注：题目为多选，数据之和超过100%

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

电商平台使用方面，2024年“双十一”期间，**天猫/淘宝宠物类目全周期成交额及买家数同比增长均超过50.0%**，猫狗食品类目成交额同比增长40.0%以上，京东宠物类目百万单品数同比增长超37.0%[14]。

这两大平台的偏好度占比分别为85.0%和52.2%，另外几大平台例如拼多多、抖音和小红书，偏好度占比分别为32.0%、25.0%和16.6%。

图38 2024年养宠人宠物产品电商平台购买渠道偏好（单位：%）



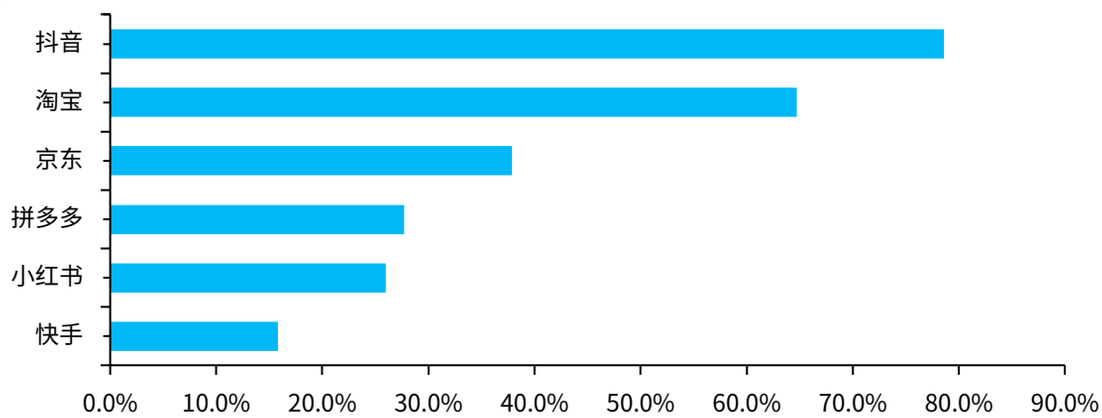
来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

注：题目为多选，数据之和超过100%

直播带货作为新兴电商模式，近年来已成为养宠人群的重要消费方式。数据显示，2024年，抖音平台以78.6%的偏好度位居榜首，成为最受养宠人青睐的直播购物渠道；其次是淘宝直播，偏好度达64.7%；京东直播以37.9%位列第三。

此外，拼多多、小红书、快手等平台也有一定比例的消费者选择在直播中购买宠物产品。

图39 2024年养宠人购买宠物产品直播平台使用偏好（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

注：题目为多选，数据之和超过100%

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

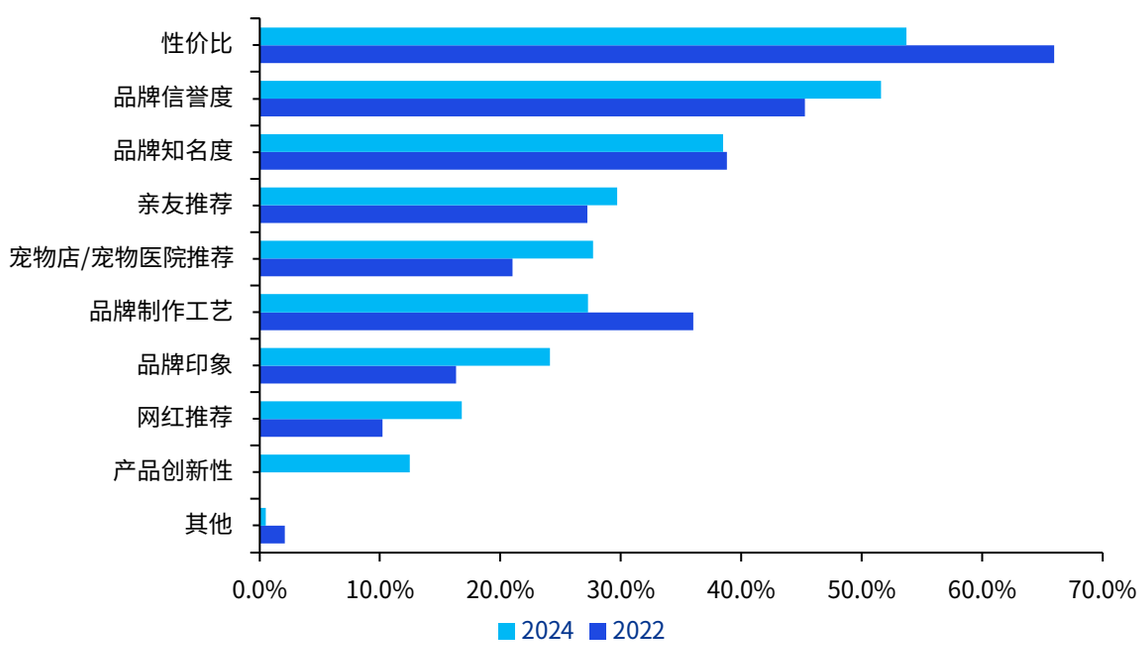
值得注意的是，近年来新兴的直播电商平台展现出较强的增长潜力。2024年宠物类目全平台线上销售额达到502.31亿元，同比增长10.0%。其中，天猫以286亿元的销售额位居第一，同比增长9.0%；京东以106亿元的销售额位列第二，同比增长5.0%；抖音表现尤为亮眼，销售额达110亿元，同比增长19.0%[13]。这一数据与抖音电商2025年3月发布的《萌宠“刹手”清单》报告相吻合，显示2024年"双十一"期间，抖音平台的宠物商品销量和商家数量均实现双增长，直播场次突破千万场，同时货架场和搜索场的宠物商品销量也显著提升[15]。

主粮作为宠物的必需品，具有较高的品牌粘性和用户复购率

随着科学养宠观念的普及以及新企业的涌入，养宠人比以往更注重选择最适合自家宠物的主粮品牌，而由于更换主粮需要宠物适应期，宠物主粮相较于宠物零食等非必需品更具品牌忠诚度。

在品牌选择方面，**性价比是养宠人最为看重的因素，在2024年表现得尤为明显**。相比2022年，2024年性价比因素虽然有所降低，但占比依旧超过50.0%。与此同时，消费者对品牌信誉度和品牌印象方面的关注度也有所提升，分别增加了6.3个百分点和7.8个百分点。养宠人不再仅仅关注产品的技术细节，而是更加注重品牌整体形象和价值观的契合度。在信息获取渠道方面，亲友推荐、宠物店/宠物医院推荐以及网红推荐的占比均有所上升，口碑传播和专业推荐在养宠人决策过程中扮演了越来越重要的角色。值得注意的是，2024年消费者对品牌的产品创新性有了新的需求，尤其是在满足宠物个性化需求方面，创新性的产品更易获得养宠人的青睐。

图40 2022年、2024年养宠人品牌选择决策因素（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

注：题目为多选，数据之和超过100%

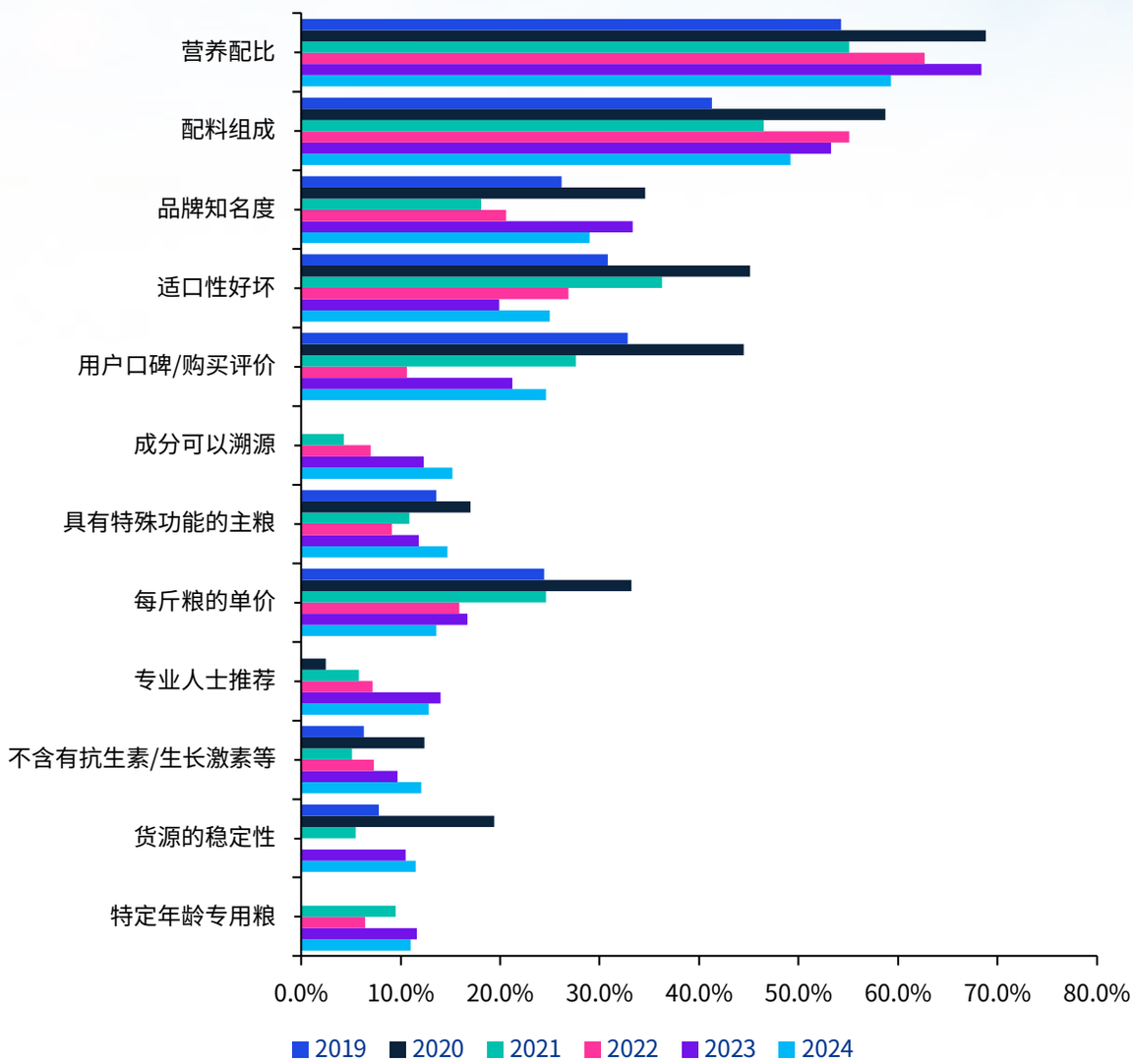
© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

养宠人在选择主粮时更加注重产品的实际效果和透明度

在消费需求和行为日益多样化的当下，养宠人的消费决策路径愈加复杂，从决策因素来看，营养配比、配料组成和品牌知名度仍然是养宠人选择主粮时最为关注的核心因素，分别占比59.3%、49.2%和29.0%。

值得注意的是，与2023年相比，养宠人对适口性、用户口碑、成分可追溯性和具体特殊功能的关注度有所提升，分别占比25.0%、24.6%、15.2%和14.7%。**反映了养宠人在选择主粮时更加注重产品的实际效果和透明度。**

图41 2019年—2024年养宠人购买主粮消费决策因素（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

注：题目为多选，数据之和超过100%

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

3.3 消费理念演化与消费者痛点捕捉

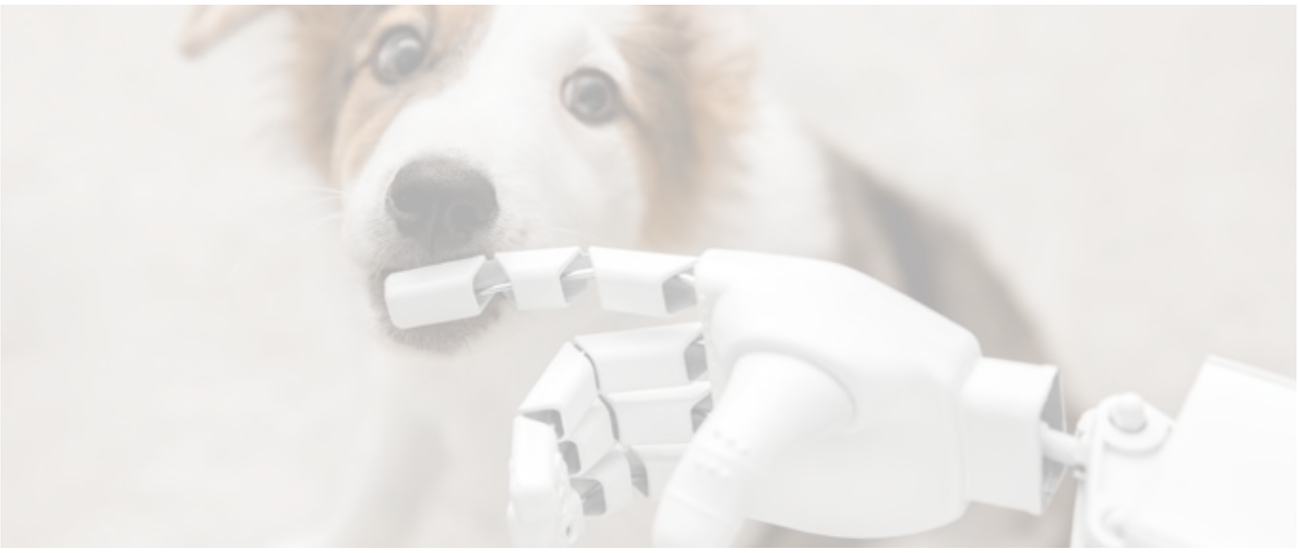
随着养宠人群的不断扩大以及科学养宠理念的深入普及，宠物市场正从“温饱型”转向“品质型”消费，宠物的日常喂养和健康管理朝着精细化、智能化升级。

消费升级推动智能用品开拓市场新蓝海

随着养宠人对宠物生活质量的关注不断提升，“科学养宠”和“精细化养宠”逐渐成为主流趋势。在此背景下，智能化宠物用品凭借其便捷性、高效性和健康性等特点，正逐步成为养宠人的重要选择。根据艾瑞咨询数据，2024年我国宠物智能用品市场规模预计达到102亿元[16]，显示出巨大潜力。京东数据显示，2023至2024年间，宠物电器销售额和销量分别增长28.0%和29.0%[17]，其中智能饮水机和智能喂食器等产品销售占比显著提升。

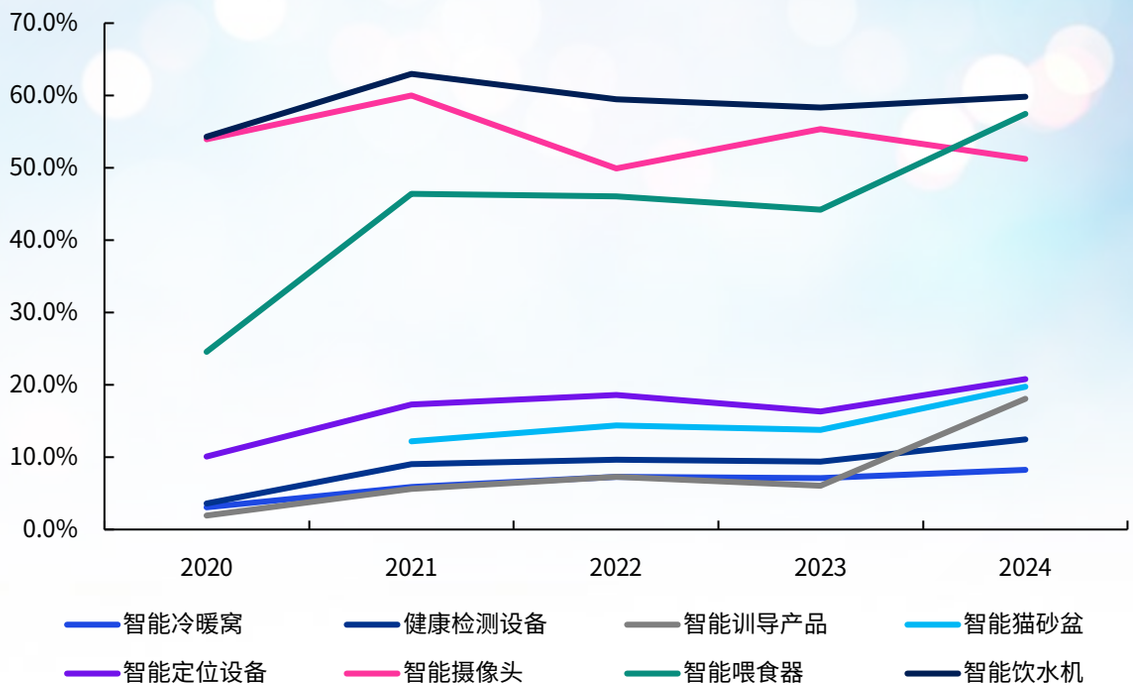
2024年“618”期间，天猫平台宠物智能喂食器和智能猫砂盆销售额分别同比增长230.0%和140.0%[18]，证实了智能宠物用品市场的稳健增长。

从智能用品的品类偏好来看，智能饮水机、智能喂食器和智能摄像头仍是养宠人主要购买的三大品类，2024年占比分别为59.8%、57.5%和51.2%。这些产品不仅满足了宠物的基本生存需求，还为宠物人提供了更加智能化的养宠体验。这一现象与Petline公司分享的香港年轻人偏好的智能用品一致，表明智能宠物用品在不同地区的消费群体中具有较高的接受度和需求。然而随着很多品牌都开始涉足宠物智能用品领域，尽管给消费者带来了更多选择，但也导致消费者在面对不同价格区间的产品时难以甄别其功能和质量的差异。因此，价格因素在消费者决策中占据重要地位。



© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

图42 2020年—2024年宠物智能用品偏好（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

注：题目为多选，数据之和超过100%

随着宠物企业研发生产能力的不断增强，各类宠物特色产品将进一步丰富市场，成为推动宠物用品市场发展的新动力。

预计到2025年，我国宠物用品市场规模有望达到484亿元[18]，智能化、精细化的养宠需求将继续推动行业的快速发展。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

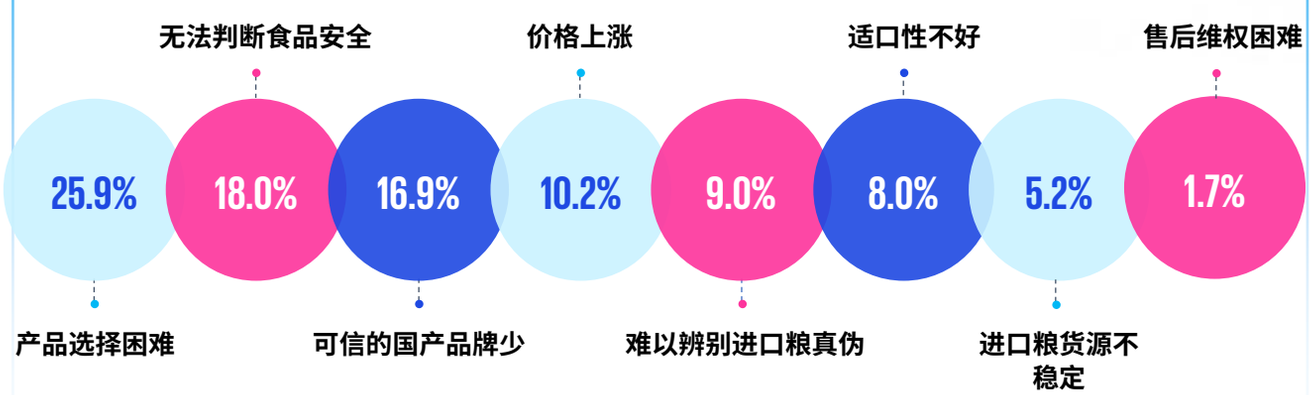
宠物食品市场现状与消费者痛点：竞争加剧与食品安全问题并存

随着宠物食品市场的快速增长，吸引了大量初创企业进入宠物食品赛道。然而，随着市场竞争的加剧，本土品牌在市占率上虽有所提升，但消费者对产品品质和创新性的要求也在不断提高，进一步推动了宠物食品市场的规范化和多元化发展，2025年中国宠物食品市场规模有望达到2,670亿元[18]。

近年来，宠物食品安全事件频发，包括违规添加诱食剂、食品毒素超标、原料变质等问题。截至2024年11月底，黑猫投诉平台收到宠物粮相关投诉5,600余件，其中质量问题投诉量超过1,000件，占比19.0%[19]。

这些问题不仅损害了消费者的信任，也对宠物健康造成了潜在威胁。过多的品牌供给导致养宠人在选择时面临信息过载，决策效率降低，甚至偏离预期需求。数据显示，**在养宠人的主粮消费痛点中，产品选择困难是最主要的问题之一**，2024年占比为25.9%。其次，食品安全性问题也成为养宠人关注的新痛点，占比为18.0%。此外，可信的国产品牌少、价格上涨、难以辨别进口粮真伪以及适口性不好均是养宠人难以忽略的重点，占比均在10.0%左右。

图43 2024年主粮消费痛点（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

注：题目为多选，数据之和超过100%

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

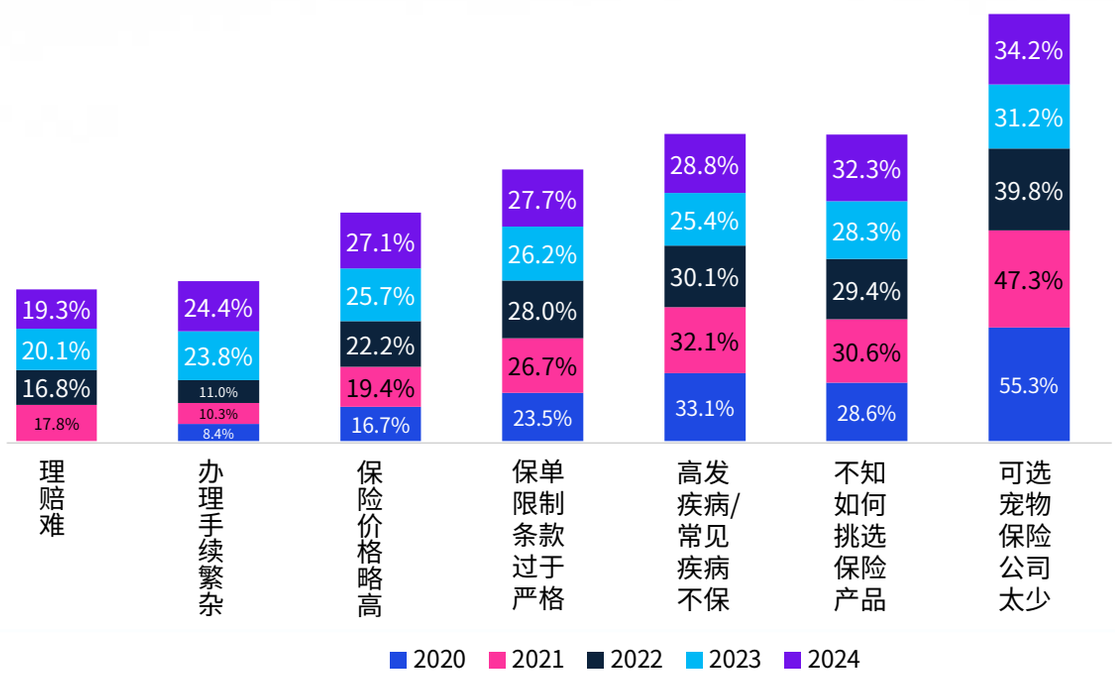
宠物险热度升温，驱动宠物经济高质量发展

宠物医疗和保险等后市场服务也逐渐成为养宠人关注的重点。2023年，我国内地宠物医疗市场规模约为735亿元人民币，截至2024年9月，全国备案有效的动物诊疗机构数量已达22,320家[20]。因此，宠物保险市场也迎来了快速发展的时期。

目前，国内宠物保险主要分为疾病险、意外险、责任险等类别，已有众安保险、大地保险、中国平安等多家保险公司入局。

2024年，众安保险的宠物险总保费规模同比增长达129.5%[21]，显示出宠物保险市场的巨大潜力。从消费者关注保险的层面来看，宠物保险市场存在多重发展痛点。数据显示，“销售宠物保险的公司太少”“不知如何挑选保险产品”是困扰广大养宠人的主要问题，关注度均超过30.0%，其次就是一些高发疾病或常见疾病未纳入保单的问题，占比达到28.8%。值得关注的是，2024年“理赔流程繁琐”和“投保手续复杂”关注度有所下降，说明宠物险行业在提升服务便捷性方面取得了一定进展。

图44 2020年—2024年宠物保险消费痛点（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

注：题目为多选，数据之和超过100%

针对这些问题，监管层面也采取了相应措施。例如，在2024年两会期间，人大代表提出了规范宠物保险市场发展的相关建议，包括建议保险公司选择与具有正规资质的宠物医院合作，并共同建立数字化宠物管理系统等。

随着监管政策的逐步完善和实施，宠物保险市场有望迎来更加规范和成熟的发展阶段。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

04

2025宠物经济：从趋势到实践，八大方向深度解析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

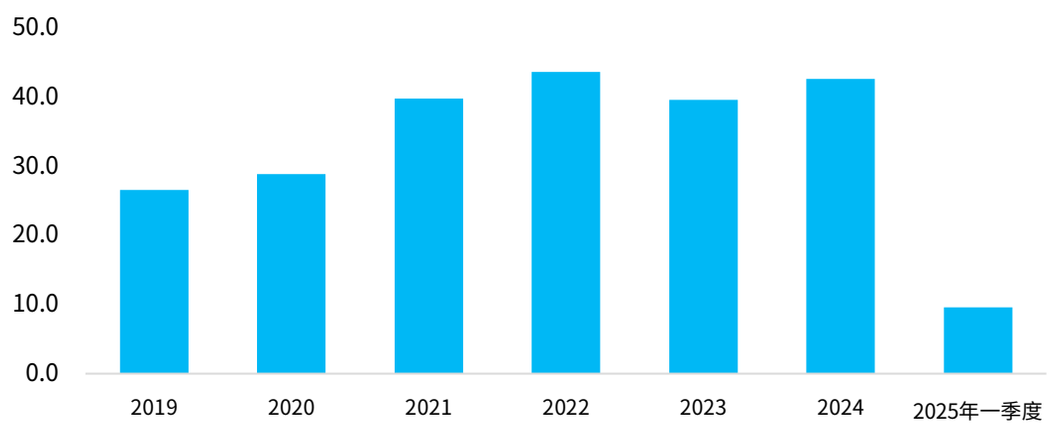
趋势一 推动宠物行业发展的双引擎：供应链重构与国产替代

方向1：
供应链重构：持续拓展东盟、拉美等新兴市场，减少对欧美单一市场依赖

根据海关总署数据，2024年中国宠物行业出口额达42.7亿美元，同比增长7.8%，仅次于2022年峰值。2019至2024年间年复合增长率为10.0%，表明行业保持稳健中高速增长。得益于供应链全球化布局优化及国际品牌合作深化，2025年一季度出口额为9.6亿美元，若线性外推全年，预计将达到38.4亿美元，如果下半年海外补库存加速或新兴市场拓展顺利，全年出口额有望接近去年水平。

从主要贸易伙伴来看，中国宠物行业出口市场主要集中在欧盟、东盟和美国三大经济体，合计占整体出口的绝大部分。2024年，中国对欧盟出口宠物行业产品11.2亿美元，居所有经济体之首；美国市场方面，2021年出口峰值为9.0亿美元，2024年回落至7.0亿美元，略低于欧盟和东盟，显示市场进入调整期。

图45 2019年—2025年第一季度中国宠物行业出口额情况（单位：亿美元）

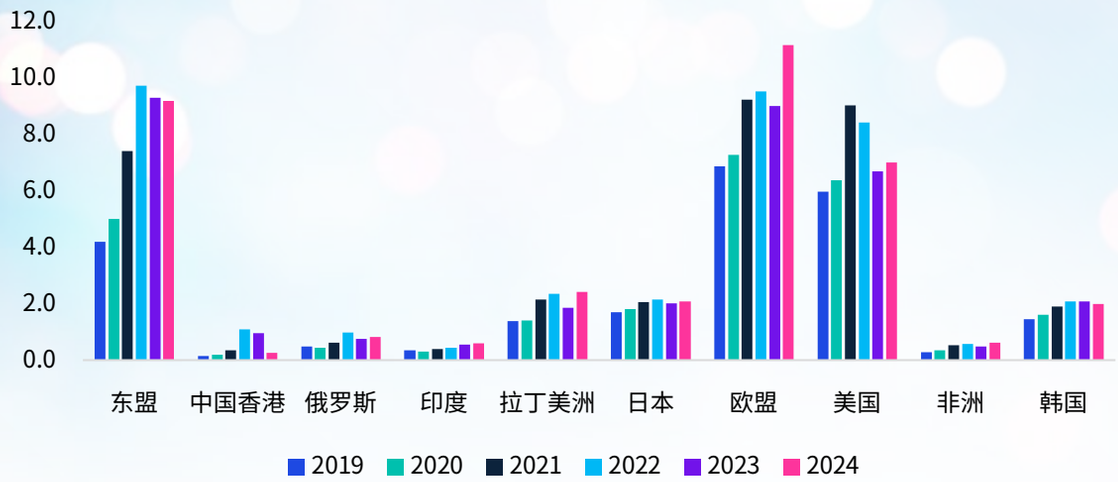


来源：海关总署，毕马威分析

注：鉴于宠物行业产品种类繁多，且海关尚未发布直接的行业统计报告，本节基于以下四类海关产品进行统计分析：其他配制的动物饲料、各种材料制成的鞍具及挽具（适合各种动物用）、零售包装的狗食或猫食饲料，以及兽用疫苗。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

图46 2019年—2024年按主要贸易伙伴统计的中国宠物产品出口额情况（单位：亿美元）

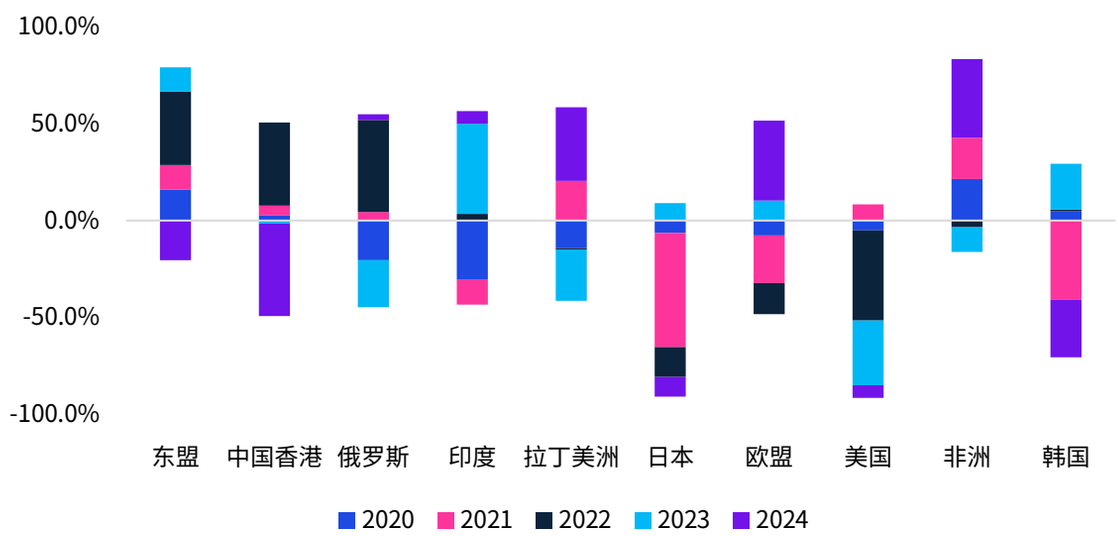


来源：海关总署，毕马威分析

东盟作为全球宠物行业的重要战略阵地，为中国宠物行业出口提供众多机遇。相较于欧美等成熟市场，东盟对宠物食品进口资质要求较低，进入门槛和关税政策更具优势。2019年至2024年间，对东盟出口总额年复合增长率达16.9%，2024年出口占比21.5%，展现出稳定增长势头。

新兴市场方面，印度、拉美和非洲等地区虽基数较小，但增长态势良好。2024年，这三个区域的出口增速分别达到11.8%、31.5%和30.8%，出口占比稳步提升，其中印度表现尤为突出，2022年至2024年占比持续增长，并在2025年第一季度进一步提升至2.1%。

图47 2020年—2024年按主要贸易伙伴统计的中国宠物产品出口额占比变化情况（单位：%）

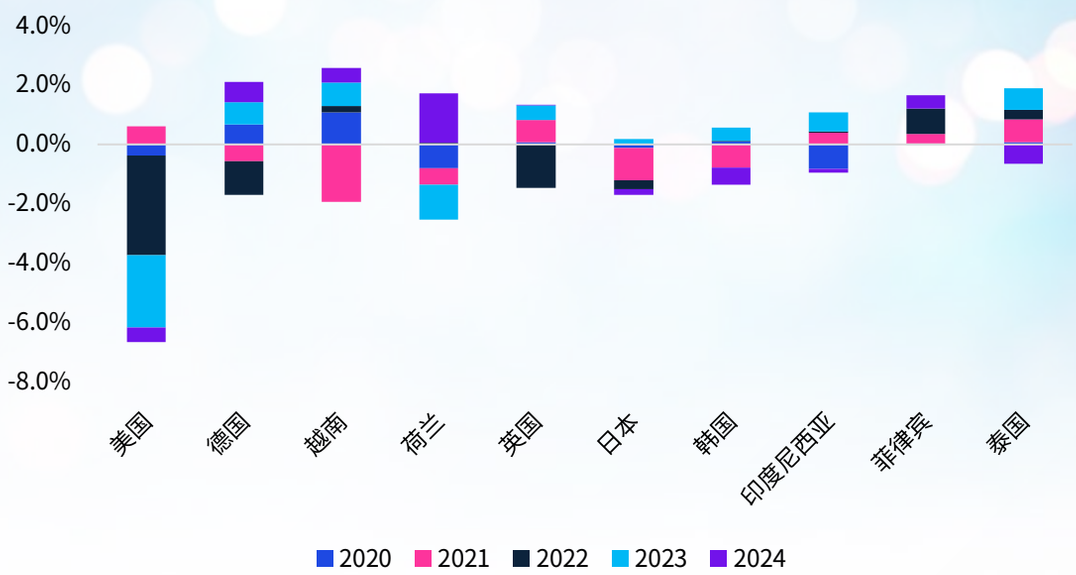


来源：海关总署，毕马威分析

注：占比变化是指当期占比减去前期占比的差值

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

图48 2020年—2024年按主要出口国统计的中国宠物产品出口额占比变化情况（单位：%）



来源：海关总署，毕马威分析

注：占比变化是指当期占比减去前期占比的差值

从国别来看，美国是全球最大的宠物经济市场，也是中国宠物行业出口的第一大市场。2024年，中国宠物行业对美出口占比仍以16.4%位居榜首，但较往年呈现下降趋势。展望未来，受制于美国关税政策的频繁变动，预计短期内中美宠物用品贸易前景将面临多重挑战，相关企业需做好应对复杂局面的长期准备。

2025年上半年，外贸企业正经历市场动荡与经营压力的考验。面对大国博弈带来的市场波动，企业不仅承受着成本压力的传导，还需在市场布局上做出调整。贸易政策的频繁调整不仅推升了成本压力，也倒逼企业加速市场多元化布局。这种跌宕起伏的市场环境可能为国产宠物食品品牌带来新的市场机遇。具体表现为：

从单一依赖到全球布局，供应链进一步优化

中国宠物企业正逐步从过度依赖单一市场转向全球化布局，积极拓展除美国以外的其他新兴市场，如东南亚、拉美、印度等地区。这些新兴市场尚未形成高度饱和的竞争格局且对宠物用品的需求正处于快速增长阶段，为国内企业提供了广阔的市场空间，企业可通过差异化产品和本地化策略，深入布局并抢占市场先机。

优化供应链布局，降低关税壁垒影响

为应对关税壁垒，一些中国宠物企业正积极调整供应链布局，探索在海外建立生产基地或与当地企业合作的可能性。例如，已有部分企业计划在海外建立后端加工工厂、海外仓、海外公司等，以实现国际市场本地化的设计、生产和销售。

中国宠物行业亟需品牌化升级

中国宠物企业多以代工模式起家，长期扮演“幕后英雄”角色，品牌化建设相对滞后。当前，宠物用品消费市场仍以国际知名品牌为主导，这些品牌通过贴牌代工方式将国内产品回流国内市场，进一步凸显了国内宠物行业在品牌建设与执行标准上的不足。

在国际市场中，中国宠物企业凭借“质优价廉”的产品特性展现出较强竞争力。然而，面对订单减少、市场流失等挑战，企业不仅需要在产品研发和生产体系上持续发力，还需加强品牌建设、加大营销投入，更要掌握核心技术与数字化AI等创新手段，优化供应链管理，从“幕后”走向“台前”，实现从“中国制造”到“中国品牌”的转型升级。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

方向2：
国产替代：政策护航与技术创新的共振

宠物经济的爆发不仅源于市场需求，更离不开政策与技术革新的合力推动。具体来看，国产替代的三大驱动力包括：

政策支持

国家通过政策引导和技术支持，鼓励企业加大研发投入，提升产品质量，推动国产宠物食品品牌的快速发展。国家市场监管总局和农业农村部等多部门分别加强了宠物食品领域的标准化建设和饲料监管，为行业质量提升提供了制度保障[22]。例如，国家发改委2017年1月颁布《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016版）》，将生物饲料纳入战略性新兴产业重点产品，为国产宠物粮食品牌发展创造有利条件。2022年9月，农业农村部提出加强疫病防控和种业基地建设，进一步完善原材料供应和质量保障体系。2024年11月，商务部等七部门印发《零售业创新提升工程实施方案》，提出培育宠物等新的消费增长点，推动品质化供给。地方政府也积极出台政策支持宠物食品产业发展，例如上海、福建和广州等地通过跨境电商试点等方式，探索宠物食品进口新模式，进一步释放市场潜力。这些政策合力为国产宠物食品行业迈向高质量发展奠定坚实基础。

智能科技赋能

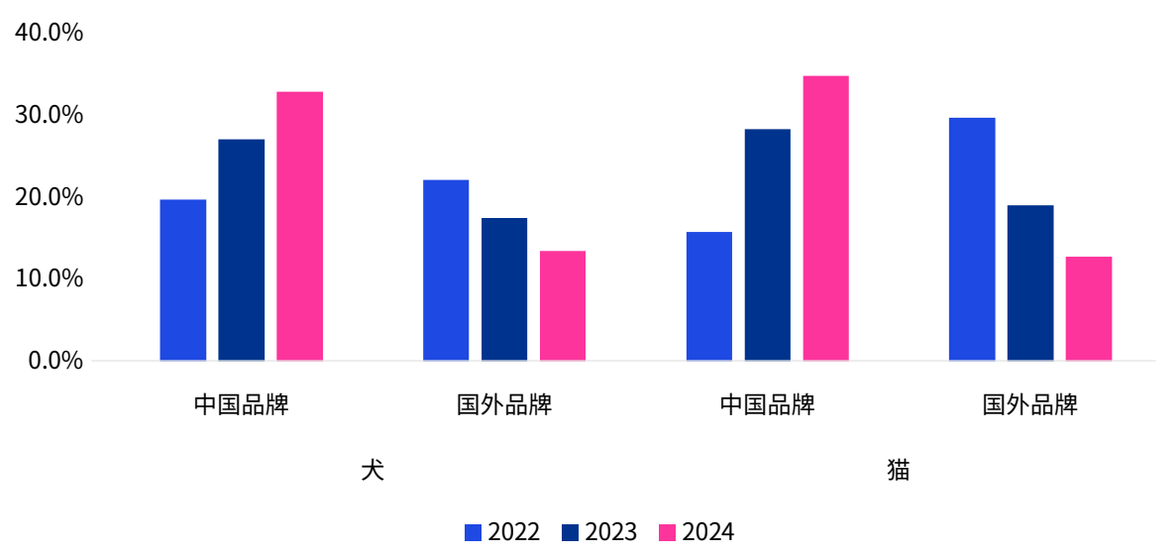
宠物行业国产替代比例的增加，离不开研发能力和生产工艺的双重提升。一方面，头部品牌通过与高校合作，开发更适合中国宠物的营养配方，推动本土化创新；另一方面，企业引进先进生产设备和工艺技术，如低温冷压等，不仅提升了生产效率，还更好地保留了宠物食品的营养成分，从而实现了产品质量的全面提升。

消费者认知升级

进口品牌因价格上涨和供应链不稳定逐渐失去消费者信任，而国产高端产品凭借科学配方和规模化生产降低成本，在品质上不断追赶甚至超越进口产品，吸引了更多预算有限的消费者。与此同时，部分宠物上市公司旗下品牌借助电商平台和社交媒体，通过直播带货等形式积极推广，成功突围并传递科学养宠理念，进一步提升了消费者对国产的信任度。

数据显示，2022年至2024年，犬猫主人对国产品牌的偏好持续增加。截至2024年，犬主人中32.9%倾向于选择国内品牌，而猫主人这一比例更是高达347.8%。同时，无明确品牌偏好的养宠人群占比逐步收窄，表明消费者对国产品牌的偏好度正在持续提升。

图49 2022年—2024年猫、犬主粮品牌偏好（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

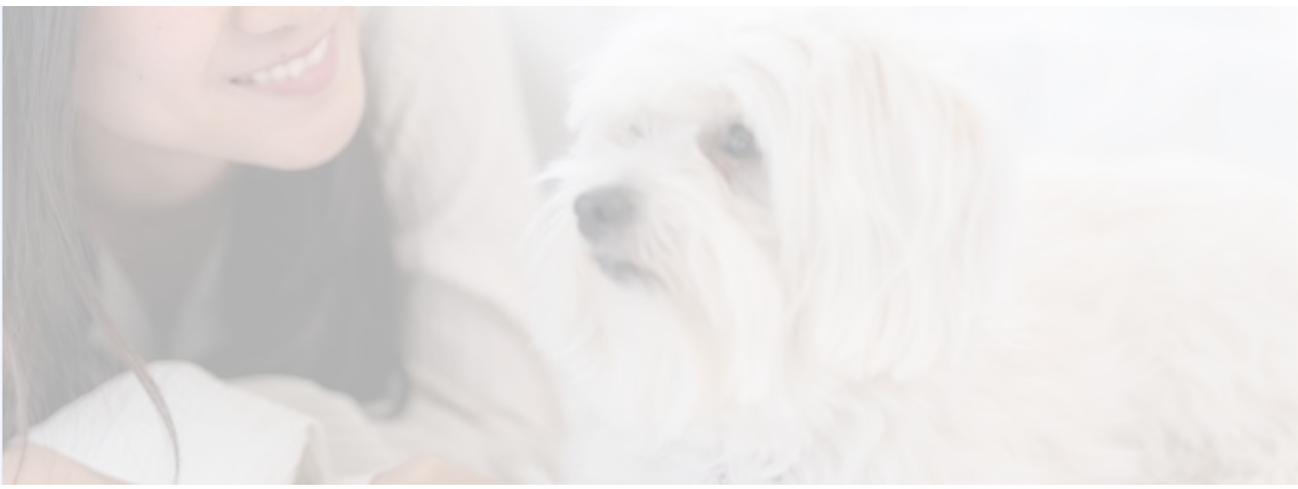
趋势二 消费升级与科技创新的双向赋能

方向3：
消费升级：人宠同源与情感经济的崛起

“人宠同源”的概念也在宠物经济中逐渐凸显。宠物不再仅仅是陪伴的动物，而是被视为家庭的一部分，甚至被赋予了“毛孩子”或“家人”的身份。这种关系的深化推动了宠物消费从基础需求向情感需求的升级，宠物情感属性日益突出，养宠人更乐于为“毛孩子”掏腰包，宠物行业细分领域迎来发展风口。

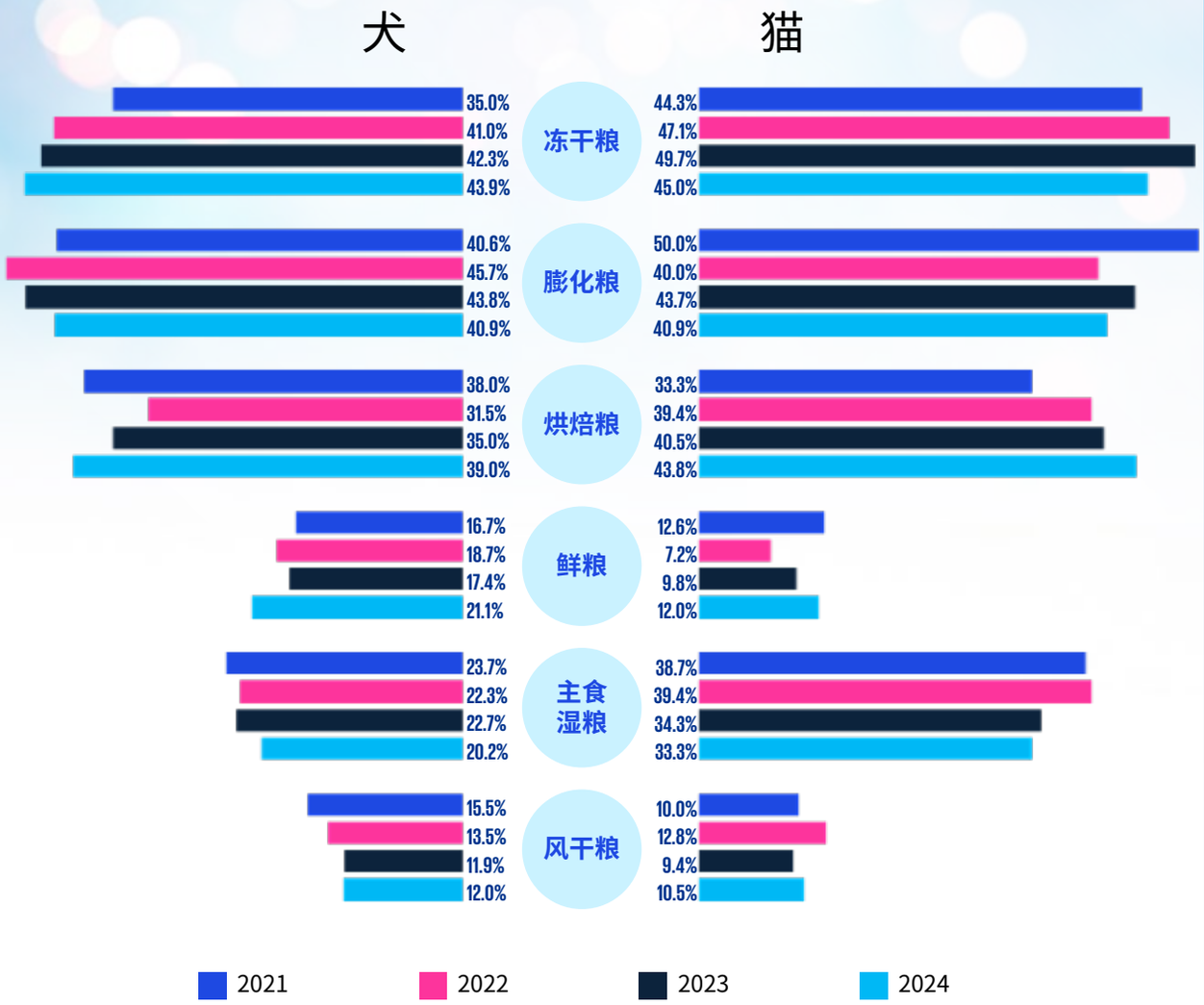
随着宠物经济的蓬勃发展，养宠人群对宠物健康和情感需求的提升，推动了宠物食品市场向精细化、高品质方向升级。尽管传统膨化粮仍占据市场主导地位，但烘焙粮、鲜粮、风干粮等新兴品类正逐步获得消费者认可。数据显示，犬主人对冻干粮的偏好从35%升至43.9%，猫主人从44.3%升至45%；犬主人对鲜粮的偏好从16.7%增至21.1%，而猫主人对烘焙粮的偏好度则从33.3%增至43.8%。

这一趋势与电商平台京东的数据高度契合。根据京东宠物平台数据，2023年至2024年期间，烘焙猫粮的供给与需求均实现快速增长，具体表现为商品数增长111%，搜索量增长50%，销售额增长238%，销售量增长252%，单品产值增长27%。特别是在“双十一”期间，烘焙猫粮的同比增长更是达到147%。这表明，烘焙粮不仅在供给端得到了充分拓展，也在消费端获得了广泛认可。预计随着消费习惯的进一步成熟，烘焙粮、鲜粮、风干粮等将成为宠物食品市场的热门品类。这些新型主粮凭借更优质的原料、更先进的低温工艺以及更高的营养价值，成功实现了价格带的上移，同时也为品牌带来了更强的溢价能力。



© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

图50 2022年—2024年猫、犬主粮购买品类偏好（单位：%）



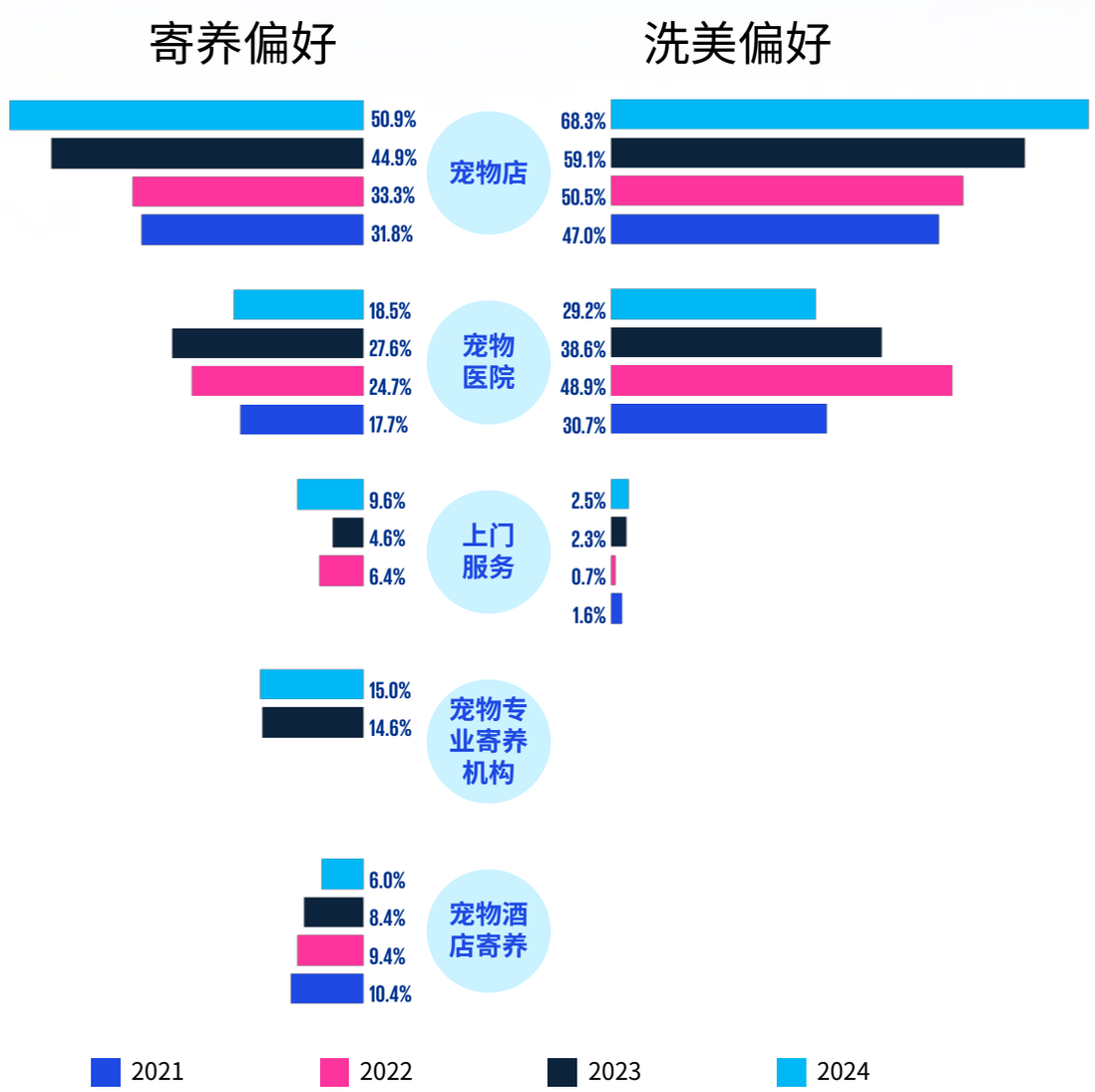
来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

此外，养宠人对洗美环境、服务专业性和预约便捷性的关注度显著提升。数据显示，选择宠物店进行洗美和寄养的养宠人偏好度持续上升，均超过50%，且较2021年增长19个百分点。与此同时，选择上门服务的养宠人数量也在增加，尤其是节假日选择上门喂养等新兴方式的人群明显增多。相比之下，选择医院寄养和洗美的养宠人占比有所下降，其中选择医院洗美的人群在2024年仅占29.2%，较两年前减少19个百分点。随着养宠人对专业服务和舒适环境的关注度大幅提升，专业寄养机构和宠物酒店寄养服务逐渐成为新兴选择，预计未来将成为热门服务之一。

与此同时，宠物经济的繁荣还体现在多个层面，从内容传播推动“宠物纪念”“亲子互动”等情感服务的增长，到宠物殡葬行业的规范化与个性化服务的兴起，再到宠物托运与“携宠出行”市场需求的不断攀升，无不彰显出宠物地位的提升以及养宠人对情感需求的日益重视。

图51 2022年—2024年宠物服务消费偏好（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据，毕马威分析

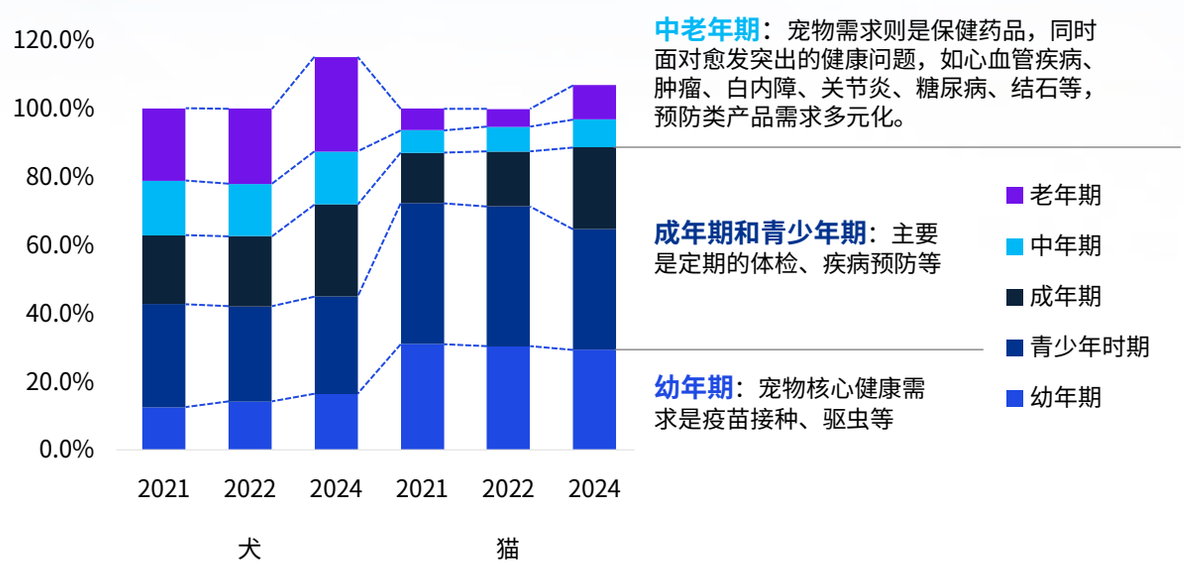
© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

方向4：
科技创新：智能硬件与宠物健康管理的深度融合

随着大数据与人工智能时代的到来，信息的快速普及使得宠物人对宠物健康的关注度显著提升。数据显示，2024年中国城镇宠物（犬猫）市场规模已突破3,000亿元，同比增长7.5%，其中宠物健康消费占比持续攀升。宠物的肠胃健康、关节健康、皮肤健康等细分领域逐渐成为市场关注的焦点，推动了宠物健康管理的精细化发展。

从出生到去世，宠物大致会经历幼年期、青少年期、成年期、中年期以及老年期五大阶段，不同时期的宠物对于健康诉求各不相同。数据显示，我国犬、猫青少年时期数量最多，占比规模居首，且呈现明显的老龄化特征。其中，犬类老龄化趋势更为显著，2024年老年犬占比达27.6%，较2021年增长6.4%；老年猫占比则由2021年的6.3%升至2024年的10.1%。

图52 2021年、2022年、2024年犬、猫年龄分布（单位：%）



来源：派读宠物行业大数据、毕马威分析

注：1.因部分养宠人饲养多只犬猫、故该题为多选题，数据之和大于100%

2.宠物年龄阶段大致按照宠物实际年龄划分，部分年龄段存在合并情况

3.2023年数据暂未能获取

随着中老年宠物数量的增加和宠物人对宠物健康的关注度不断提升，AI+宠物医疗技术的深度融合正推动宠物医疗行业向智能化、精准化方向发展。借助智能硬件与健康管理服务的升级，技术驱动下的宠物AI医疗市场规模将持续扩大，结合先进诊疗设备和多学科协作模式，宠物医疗正从传统的全科诊疗向精准诊疗转型。

公开资料显示，一线城市中超过七成的宠物医院已引入AI辅助诊断工具，可使误诊率显著降低，接诊效率得到明显提升。与此同时，宠物医院管理系统（PIMS）的普及率也越来越高，其核心功能涵盖电子病历、智能库存管理和自动分诊系统等，为中小型宠物医院提供了有力的技术支持，助力其优化资源配置，提升运营效率[23]。

此外，像智能项圈等可穿戴设备能够实时追踪宠物心率、体温等健康数据，并通过AI算法及时预警潜在健康风险，因此备受养宠人青睐。《2025年中国宠物行业白皮书》数据显示，近年来养宠人对智能健康监测设备的偏好度显著提升，从2023年的9.4%增至2024年的12.5%。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

图53 “AI+宠物健康”实际应用领域热点词

来源：毕马威分析

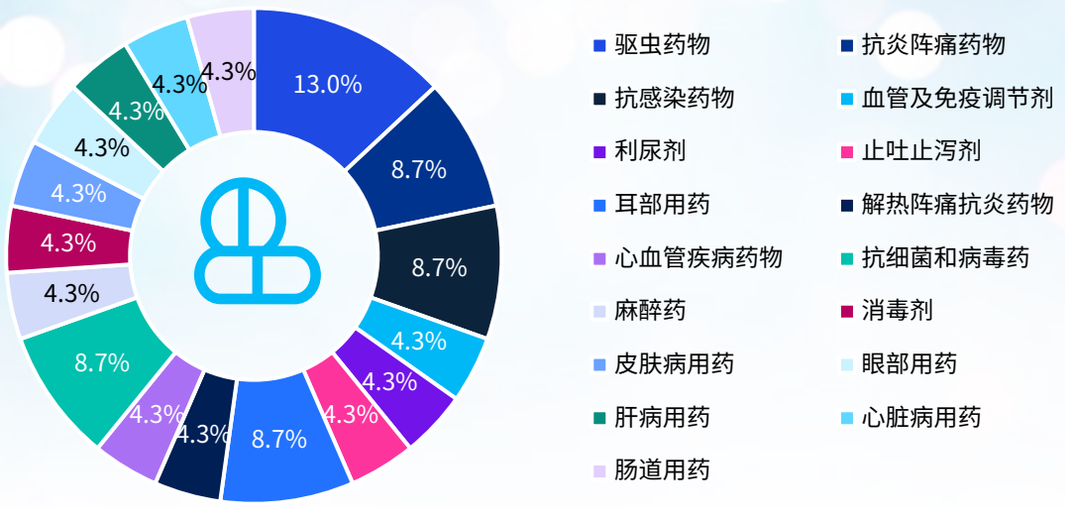
另一方面，在“人宠同源”的理念下，宠物医药的研发和应用正逐步走向专业化和规模化。这一理念强调人类与宠物在生理结构、疾病机制等方面的相似性，使得许多宠物药品的研发可以参考人用药的技术和经验。例如，一些人用药通过调整剂量、剂型或适应症后，可以转化为宠物药品。这种技术平移的模式不仅缩短了研发周期，还为宠物医药市场带来了更大的潜力。

与此同时，养宠人对宠物健康的重视程度不断提高，他们愿意为宠物支付较高的医疗费用。这一趋势与本报告访谈企业Petline的观点不谋而合，尤其是在香港等地区，宠物用药通常需要经过严格的资质审查，由专业的医疗机构和医师认证才能提供相关服务。这种高标准的监管体系确保了宠物用药的安全性和有效性。

根据沙利文发布的《2025年中国宠物药物白皮书》国产药品线下门店覆盖率数据，目前宠物给药方式以内服为主，外用为辅。此外，滴剂、雾化吸入和注射等方式也在逐步普及，产业布局主要集中在驱虫药物、抗炎阵痛药物、抗感染药物、心脑血管及免疫调节剂、利尿剂、止吐止泻药物、耳螨用药等多个领域[8]。近年来，一些类似针灸、电疗等治疗方式也被引入到宠物治疗中，从中医角度为宠物健康提供了新的解决方案。这些治疗方式在宠物保险的覆盖下，能够承担一部分费用，因此受到了许多年轻养宠人的青睐，未来也将成为一种趋势。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

图54 中国国产宠物药品品牌线下门店分布及分类分析（单位：%）



	品牌A	品牌B	品牌C	品牌D
驱虫药物	Y	Y	Y	
抗炎阵痛药物	Y		Y	
抗感染药物	Y	Y		
血管及免疫调节剂	Y			
利尿剂	Y			
止吐止泻剂	Y			
耳部用药	Y	Y		
解热阵痛抗炎药物		Y		
心血管疾病药物		Y		
抗细菌和病毒药		Y	Y	
麻醉药			Y	
消毒剂			Y	
皮肤病用药				Y
眼部用药				Y
肝病用药				Y
心脏病用药				Y
肠道用药				Y
市场定位	高端创新医药品牌	同类最佳医药品牌	改良型新医药品牌	快速跟进医药品牌
线下门店覆盖率	约65%	约55%	约20%	小于10%

来源：《2025年中国宠物药物白皮书》，毕马威分析

注：本数据源基于国产药市场定位，选出各市场定位层级的代表品牌（每层级可包含一家或多品牌），根据各品牌产品的侧重点，按照产业布局进行分类统计。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

趋势三 跨界融合与社交经济的创新实践

方向5：社交经济与私域流量：宠物友好空间的商业创新

近年来，宠物经济的蓬勃发展，宠物已不再是单纯的“家庭成员”，而是逐渐成为一种社交媒介和生活方式的重要组成部分。宠物经济的持续增长不仅推动了消费市场的繁荣，也让城市治理和商业空间更加注重“宠物友好”理念。作为一种新兴的城市空间形态，宠物友好空间凭借其独特的社交属性和流量价值，逐渐成为城市经济发展和建设的重要议题。

宠物友好空间的社交属性与流量价值

宠物不仅是家庭的伙伴，更是社交的润滑剂。在宠物友好空间中，养宠人因宠物的互动而主动交流，这种社交行为不仅限于宠物人之间，还会延伸至其他观察者或参与者，从而形成更广泛的社交网络。如今，许多城市都在积极打造“宠物友好空间”，越来越多的养宠人愿意为宠物及其相关服务买单。无论是“宠物友好”的绿地、商场、公园，还是咖啡馆、餐厅等，这些场所往往成为“网红打卡地”，吸引大量养宠人及其家庭成员，形成稳定的人流量。

在社交媒体时代，宠物友好空间的内容传播具有显著的流量价值。例如，宠物公园、宠物主题餐厅等场景常被拍摄成短视频或图片，并发布到抖音、小红书等平台，形成广泛传播。这种“网红效应”不仅提升了空间的知名度，也为相关品牌带来了巨大的流量红利，同时为城市经济发展注入了新的活力。

线下场景赋能线上：从流量到私域流量池的构建

宠物友好空间作为线下流量入口，通过提供独特的体验吸引养宠人前往打卡、消费，成为品牌与消费者建立联系的第一步。通过线下活动引导用户关注品牌微信公众号、社交媒体，加入社群、下载APP等，将线下流量转化为线上私域流量。在线下场景中，品牌可以通过扫码点单、会员注册等方式收集用户信息，结合线下行为数据（如消费记录、活动参与情况），建立并完善用户画像，为精准营销打下基础。

与此同时，品牌利用社交媒体等线上平台进行活动预告、知识分享、福利发放，吸引用户关注、参与并分享。这一过程不仅能增加社媒曝光度，还能提升用户的粘性和忠诚度。线下活动为线上流量池提供了丰富的素材和话题，而线上流量池中的用户也能被引导回线下场景消费，形成完整的流量闭环。

宠物友好空间通过线下场景吸引用户，再借助数据采集、内容运营、线上线下联动等方式，将用户引导至线上私域流量池。这种模式不仅能够提升品牌的知名度，还能通过精准营销和用户互动，增强用户粘性和忠诚度，最终实现流量的高效转化。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

方向6：
跨界融合与场景创新：宠物经济的多元化探索

近年来，宠物经济在中国呈现出蓬勃发展的态势，随着市场规模不断扩大，宠物消费升级明显，逐渐从单一的宠物用品、食品消费朝着多元化、场景化的方向发展。随着“宠物友好”理念的普及，越来越多的企业开始探索宠物经济与其他行业的跨界融合以及在不同场景下的创新应用。这种多元化的探索不仅满足了养宠人日益增长的需求，也为品牌和企业提供了新的盈利增长点，成为宠物行业发展的重要驱动力。

图55 品牌跨界入局宠物领域行为

企业（主要业务范围）	某烘焙食品品牌	某知名乳制品品牌	某速冻食品品牌	某休闲食品品牌
跨界动作	推出专注于宠物蛋糕的全新烘焙品牌	推出宠物品牌，产品涵盖宠物主粮、零食以及乳制品	成立子公司专注宠物食品	推出自有子品牌，产品涵盖宠物主粮、零食
创新点	专注于人宠服务的愉悦体验	聚焦解决宠物肠胃健康和免疫问题	计划推出创新产品，特别是“生鲜类宠物食品”	目标用户“新手养宠人群”，主打“省心喂养”概念

来源：公开资料整理，毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

酒店业的萌宠经济：宠物友好酒店的创新实践

数据显示，携宠住宿的需求正呈现出显著的增长趋势。根据途家民宿发布的《2025五一民宿出游预测报告》，今年五一假期，平台带有“可带宠物”标签的民宿预订量同比增长超八成，“可带宠物”的房源数量同比激增五倍[24]。飞猪民宿数据显示，今年一季度，“宠物友好”“可带宠物”等相关关键词的搜索量环比2024年四季度增长约60.0%[25]。携程平台数据显示，全国“宠物友好”酒店数量扩容近20.0%，推动“五一”期间“宠物友好”酒店订单量实现超三成增长[26]。最近出台的“高铁宠物托运服务”新举措打破了出行桎梏，为希望携带宠物一同出行的群体开辟了新道路，也将“携宠出游”这一话题再次推向大众视野。

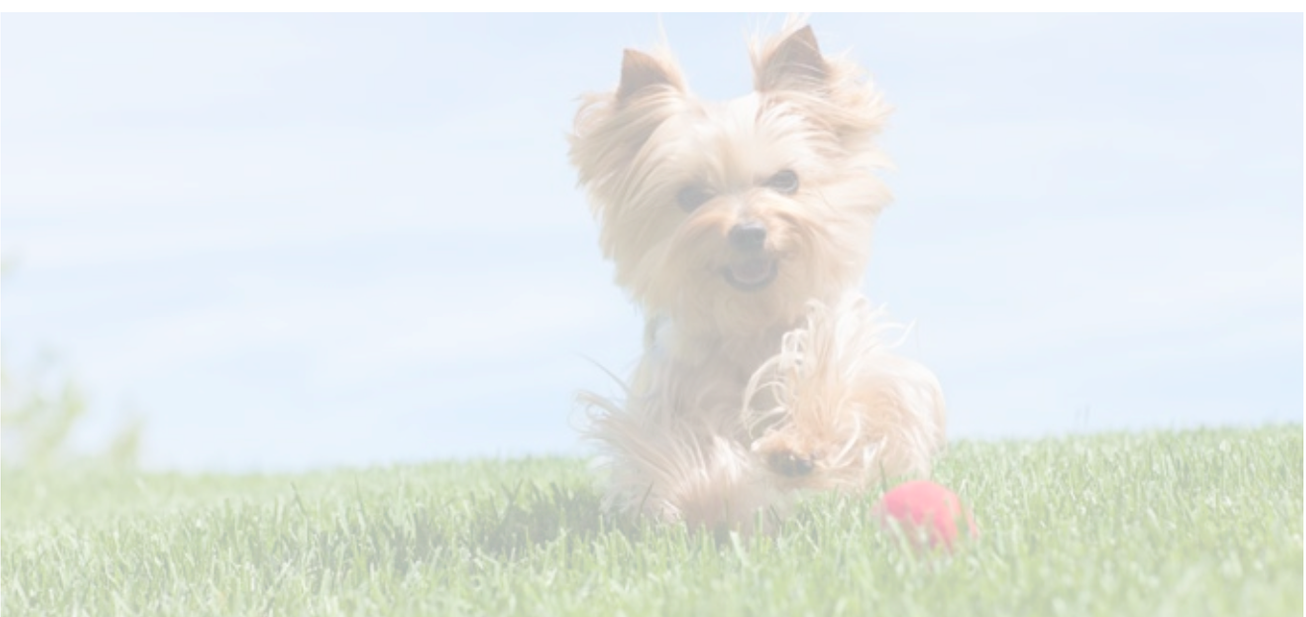
随着宠物的家庭地位越来越高、养宠人消费能力的不断提升、“出行难”得到有效解决，携宠出游需求日益增长。住宿作为“人宠同源”行程的关键环节，未来“酒店+宠物”仍是主流业态。目前，现有宠物友好酒店多为在原有酒店基础上增加基础的宠物友好服务，但专业服务仍显欠缺。“宠物拟人化”催生新需求，宠物友好酒店应更关注情感满足，设置宠物主题房间为宠物提供沉浸式体验，引进智能化设备设施提供便捷服务解放宠物人双手，定制化饮食、健康咨询满足个性化服务需求，与宠物保险公司、宠物医院合作提供延申服务，为宠物安全保驾护航。未来随着智能化、场景化、个性化服务的普及，宠物友好型酒店可以继续寻求服务创新升级，从满足宠物基本住宿需求到提供更为全面多样的友好服务。

快消品的宠物食品创新：从传统赛道到新兴市场的拓展

在精致养宠的趋势下，养宠人对宠物食品的需求不仅仅停留在满足基本营养层面，而是更加注重健康、安全以及个性化，越来越倾向于选择高质量、天然健康的宠物食品，推动了市场上高端化、定制化产品的出现。同时，凭借自身的品牌影响力、供应链管理和市场营销经验等跨界优势，快消品企业正纷纷探索自身领域与宠物经济的跨界融合路径，抢占宠物食品赛道的利润先机。

从品牌布局来看，跨界入局的快消品企业正在加速创新，通过推出高端子品牌、开发定制化产品等方式满足市场需求，迅速打开市场局面。例如，某知名乳业集团推出的宠物食品品牌，凭借其在供应链管理上的丰富经验，迅速在细分市场占据一席之地。

快消品企业的加入，为宠物食品行业注入了新的活力，通过在产品创新、研发和消费体验方面的持续投入，这些企业正在从传统赛道向新兴市场迈进。快消品企业的宠物食品创新不仅是对传统赛道的突破，更是对新兴市场的积极拓展。通过高端化、功能性、定制化的产品创新，快消品企业正在重新定义宠物食品的市场格局。未来，随着消费者需求日益多样化和科技的进步，宠物食品市场将迎来更加多元化的发展。



© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

趋势四

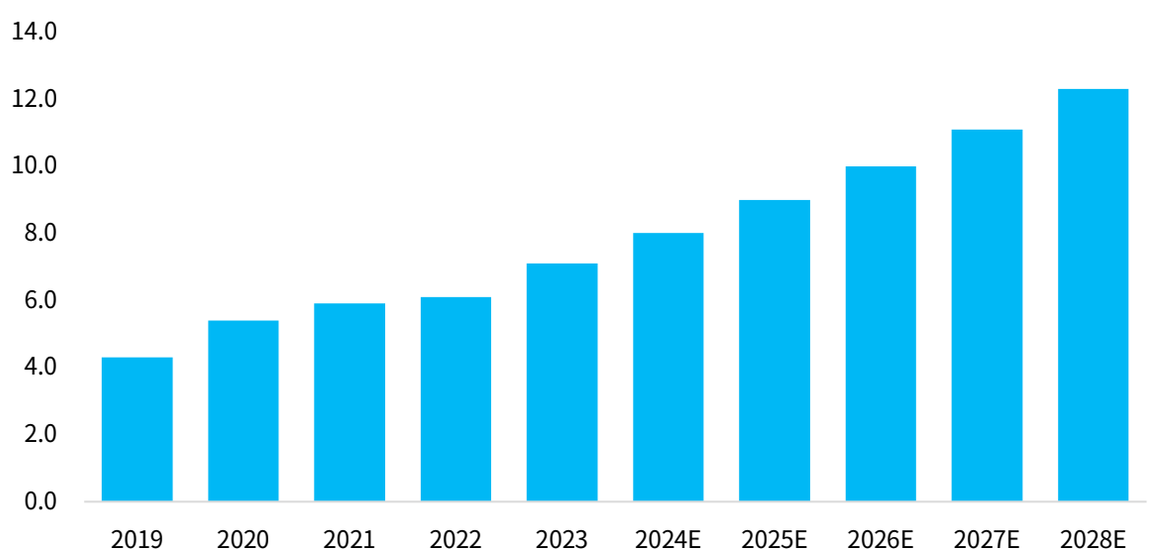
“银发经济” 与“它经济”：宠物经济的新增长极

方向7：银发经济：适老化需求推动供给侧创新

国家统计局数据显示，自1982年以来，我国65岁及以上人口整体呈上升趋势，进入21世纪，我国65岁及以上人口占比达到7.0%[27]，开始进入老龄化社会；到2024年，我国60岁及以上人口达到3.1亿，首次突破3亿大关，占全国总人口的22.0%，65岁及以上人口已达2.2亿人，占比达到15.6%[28]，标志着我国已进入深度老龄化社会。许多老年人由于子女不在身边，晚年生活比较孤独，对宠物的陪伴需求愈加强烈。宠物逐渐成为他们生活中不可或缺的情感寄托，为他们带来了精神上的慰藉和生活中的乐趣。

根据沙利文数据，预计到2028年，中国银发经济市场规模将会达到12.3万亿人民币，2019年到2028年十年的复合年增长率约为12.4%，这一预测彰显了中国银发经济市场的发展潜力巨大。

图56 2019年-2028年中国银发经济市场规模（单位：万亿人民币）



来源：沙利文，毕马威分析

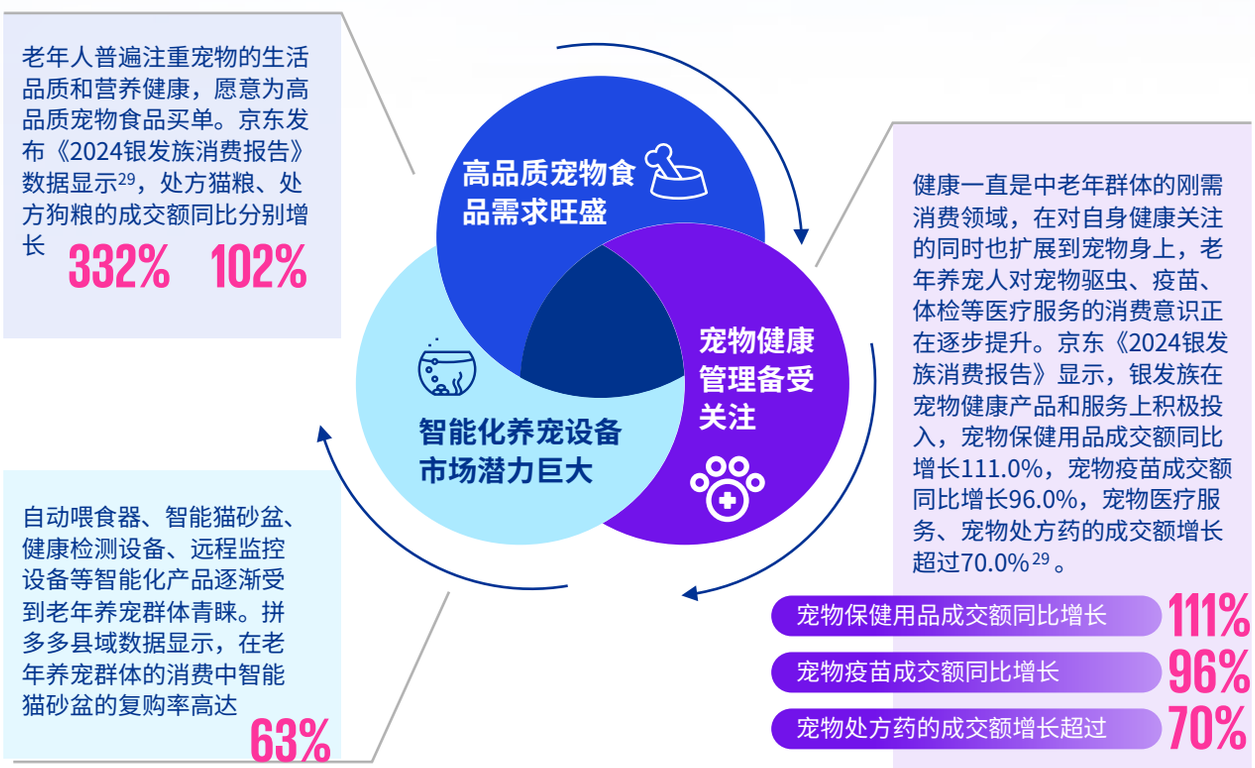
© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

根据艾媒数据显示，17.9%老年人的娱乐偏好是养宠物，“有钱有闲”的银发群体正逐渐成为宠物市场不容忽视的重要群体。值得关注的是，老年人养宠市场的发展具有深远的社会意义。它不仅能够带动相关产业发展，更重要的是能够帮助老年人建立积极健康的生活方式，缓解孤独感，提升生活幸福感。相关研究显示，养宠的老年人心理健康状况普遍优于不养宠的同龄人。

银发养宠经济是三亿老年人的情感刚需，可以预见，随着中国老龄化程度的加深，以及社会对老年人精神需求的关注度不断提升，老年人养宠市场必将迎来更加广阔的发展空间。当宠物经济瞄准年轻消费群体时，银发市场正在孕育新蓝海。对于宠物行业而言，谁能率先洞察并满足这一特殊群体的深层需求，谁就能在这个潜力巨大的蓝海市场中占据先机。

从需求端来看，老年人对宠物的情感依赖呈现出显著的“育儿式”特征，越来越多的老年人将宠物视为家庭成员，这种情感投射催生出多层次的消费需求，尤其在食品、健康、智能设备等领域。

图57 银发养宠消费需求表现



来源：京东研究院，公开渠道资料，毕马威分析

面对老年养宠市场的需求，未来宠物行业需加速供给侧的创新。如：专为老年宠物设计的营养配方食品，老年人友好型宠物保险，上门宠物护理服务，智能化宠物照顾设备等。在产品和服务的设计中，适老化理念应该被广泛应用。例如，宠物食品的包装设计更加简洁，字体更大，便于老年人阅读；智能设备的操作界面更加简单直观，降低老年人的学习成本。这些创新不仅可以满足老年人的切实需求，也将为行业发展开辟新赛道。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

方向8：
宠物经济在下沉市场的掘金新机遇

随着宠物经济的持续升温，县城逐渐成为宠物行业发展的新战场。与一、二线城市的成熟宠物产业相比，三线及以下县城的宠物产业仍处于初期阶段，主要集中在传统的宠物医院和基础宠物服务领域。然而，宠物经济的下沉正在推动县城商业版图的变化，催生出一系列与宠物相关的新产业，成为品牌和企业争夺的新战场。

一线城市：
消费升级驱动的高端市场回暖

一线城市作为宠物经济的核心市场，正在迎来新一轮消费热潮。数据显示，2023年一线城市养宠人数占比为28.9%，2024年增长至32.5%，同比增长12.5%，尽管2021年至2022年因外部环境影响出现短暂下滑，但2024年已逐步恢复至历史高位。**这一趋势表明，一线城市宠物经济正进入新一轮增长周期，主要得益于人均可支配收入的提升以及宠物消费观念的升级。**

二线城市：
存量市场的结构性优化与价值提升

二线城市作为宠物经济的重要增长极，目前正进入“成熟期”。数据显示，二线城市养宠人数占比在2022年达到峰值（50.7%），但2024年回落至42.5%，显示出市场增长趋缓、消费趋于理性的特征。然而，**这并不意味着二线城市宠物经济的潜力已经耗尽，相反，这一阶段恰恰为企业的结构性优化提供了重要机遇。**

下沉市场：宠物经济的增量蓝海与消费升级

与一线、二线城市的市场饱和不同，三线及以下城市的宠物经济正迎来快速增长期。数据显示，尽管2023-2024年三线及以下城市养宠人数占比出现短期负增长（-**16.7%**），但2021-2024年整体增长率为**3.4%**，为三类城市中唯一实现正增长的市场。**这一趋势表明，下沉市场宠物经济的消费升级正在加速，宠物作为情感陪伴的需求快速释放。**

未来，一线城市宠物经济的增长将更多依赖于“高端+创新”的消费模式。具体来看：

- 高端宠物食品：随着消费者对宠物饮食健康的关注提升，高端宠物粮、宠物鲜食等将成为市场热点。
- 智能科技产品：智能穿戴设备、宠物互动玩具等创新型产品将满足年轻养宠群体的消费升级需求。
- 宠物情感经济：宠物医疗、保险、陪护等服务将加速发展，尤其在宠物老龄化背景下，相关服务需求将进一步释放。

二线城市宠物经济的增长将更加注重“存量转增值”的逻辑：

- 产品结构调整：从功能性产品向情感型、健康型产品转型，例如宠物健康管理（营养、运动）、宠物保险等服务将成为新的增长点。
- 社区运营与服务升级：通过增强社区运营能力，提升用户粘性，构建以宠物为中心的本地生活服务生态。
- 精准会员运营：通过数字化手段，优化会员体系，提升复购率和用户生命周期价值。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

下沉市场宠物经济的增长将主要依赖于以下几个方面：

- 渠道下沉与电商赋能：通过加强抖音、小红书、拼多多等平台的推广与本地化运营，推动宠物产品和服务的下沉渗透。
- 高性价比产品布局：针对下沉市场消费特点，推出低客单价、高性价比的产品，满足当地消费者的多样化需求。
- 服务网络建设：在县域市场加速布局宠物医院、寄养、美容等服务终端，完善宠物经济的全产业链条。

尽管三线及以下县域养宠人群在宠物食品上更倾向于实惠的选择，如散装粮和自制猫饭，但在宠物医疗方面舍得投入，消费模式正从功能性向情感化转变，为县城宠物市场带来增长潜力。基于这一趋势，品牌可从猫饭食谱、零食、玩具等细分领域切入，并结合线上线下模式，通过社区服务和本地代理，提供贴近县域养宠需求的服务，实现精准匹配，满足多样化需求。

总体来看，下沉市场养宠人的消费驱动、情感化养宠趋势以及下沉市场的巨大潜力，为三线及以下县城宠物经济提供了广阔的发展空间。品牌和企业应抓住这一趋势，转变思路，通过产品创新、服务优化和渠道下沉，抢占下沉市场的先机，寻求新的增长点。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

05

宠物行业发展路径与战略解决方案

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

5.1 审计与上市：风险防范与解决方案的整合路径

在行业洗牌加剧与同质化竞争挤压利润的双重压力下，宠物企业亟待通过资本运作突破发展瓶颈。面对现金流承压与增长乏力，引入战略投资者、布局股权融资及上市规划成为破局关键。资本注入不仅缓解资金链压力，更能驱动技术升级与品牌突围，而并购重组和产业链整合将加速行业集中化进程。

毕马威中国针对宠物行业企业资本运作生命周期的各个阶段，均可提供专业服务方案和配备专属服务团队，助力企业稳步发展。

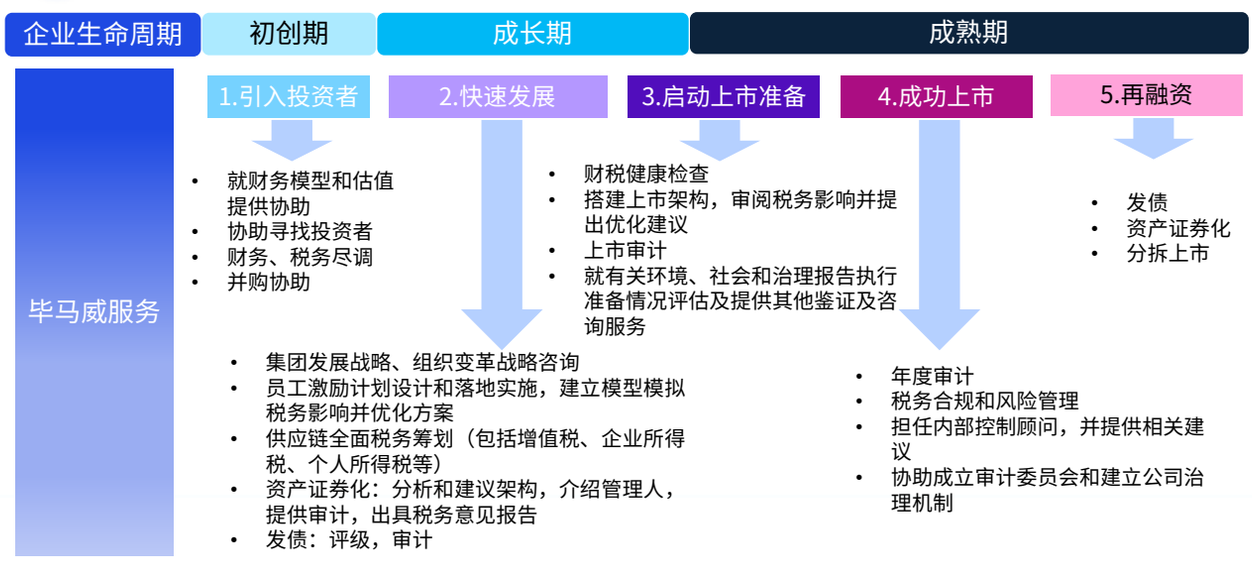
行业常见风险

目前国内宠物行业具备很大的发展空间，但企业普遍面临以下风险：

1）国内市场竞争加剧风险：国内宠物市场增速较快，新进品牌、大量产业资本不断加入国内市场竞争，宠物行业未来竞争格局将继续加剧。如何进一步提升和夯实企业自身的核心竞争力显得尤为重要。

2）新产品研发及推广风险：新产品从立项研发到实现利润需要一定周期，在此期间需要有充足且稳定的资金和资源的投入，若新产品的市场认可度低，前期投入存在无法收回的风险。企业需确保有足够资金维持日常经营的前提下，同时仍有充足且稳定的资金继续投入新产品研发并且能承受一定程度的不利结果。

图58 企业生命周期



来源：毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

3）原材料价格波动风险：宠物食品主要原材料成分肉类、农产品等属于大通商品，其价格波动或对公司经营成本与存货存在一定影响。若原材料价格上涨，会直接导致企业毛利率水平下降，若原材料价格短期内大幅下降，企业将出现存货跌价损失的风险。

4）汇率波动风险：境外业务收入、境外采购劳务和原材料多数以外币结算。受全球政治环境、经济环境及各国货币政策的变化影响，企业面临汇率波动的风险。

融资上市的好处

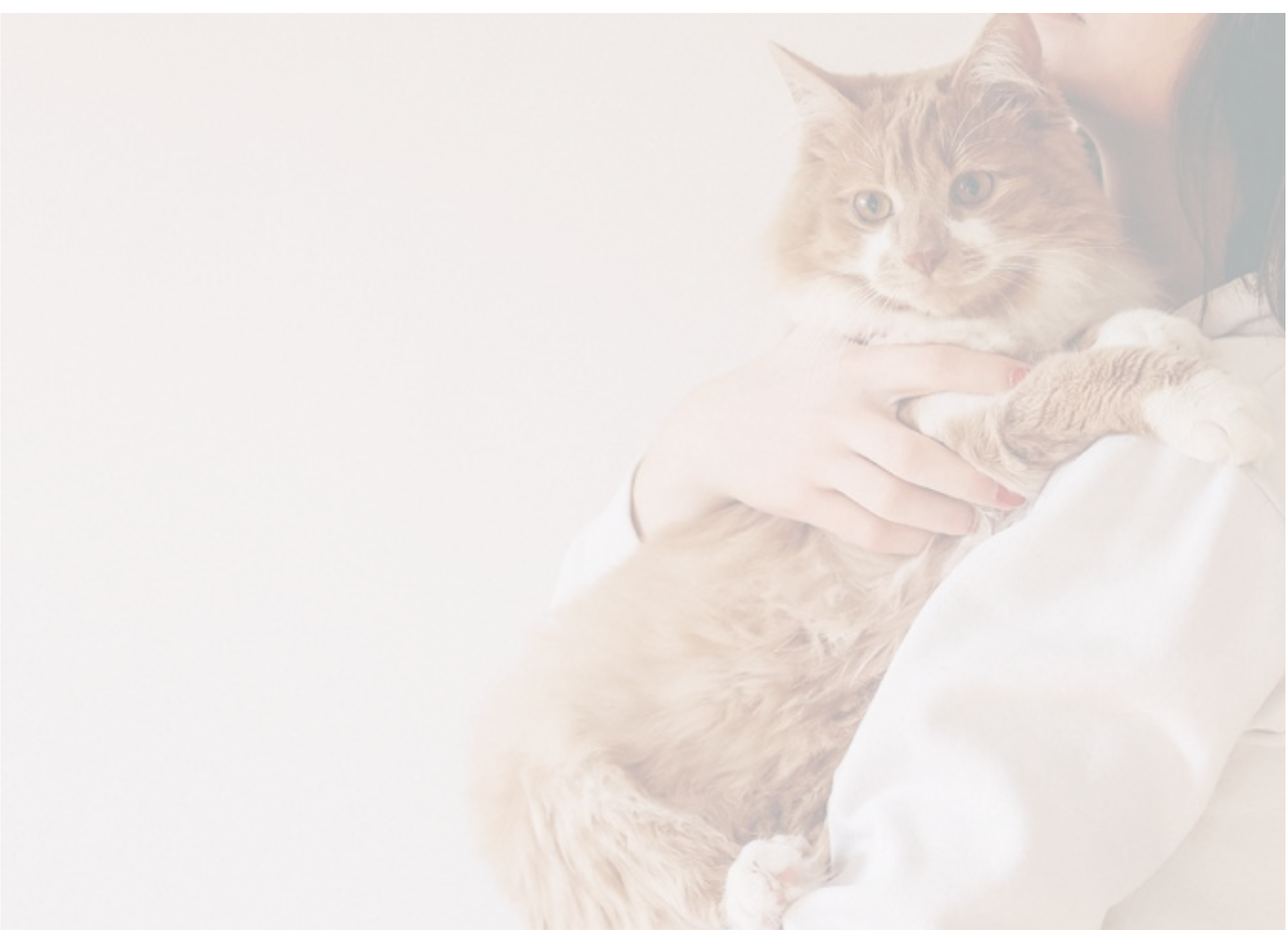
在宠物行业转型升级的关键阶段，融资上市（IPO）作为资本运作的核心路径，正成为企业突破发展瓶颈的战略选择。通过融资上市;

1）企业可以获得规模化资金支持，缓解研发创新、供应链建设及数字化转型等高投入需求，同时降低对债务融资的依赖，优化财务结构；

2）上市过程倒逼企业构建合规治理体系，从财务透明化、内控机制完善到股权结构优化，系统性提升经营规范性，这与宠物消费市场对品质化、标准化诉求高度契合；

3）上市带来的品牌溢价效应，不仅能强化消费者信任度、提升市场份额，还可通过股权激励绑定核心人才，形成持续创新动能。

但需警惕的是，IPO涉及长达2-3年的筹备周期，平均超千万元的直接成本，以及商业模式重构、税务合规等隐性风险。建议企业提前引入专业机构开展上市可行性诊断（如财税健康检查），通过前置性梳理财务数据、业务合规性及内控体系，精准识别监管审核要点，制定分阶段改进方案。对于尚不具备直接上市条件的企业，可先行通过战略融资引入产业资本，既获取发展资金，又可借助投资方的渠道资源加速市场拓展，为后续资本化奠定基础。在行业集中度快速提升的竞争格局下，分层级、分阶段的资本战略布局将成为宠物企业构建核心竞争力的关键变量。



© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

上市地优劣势对比

下图列示了融资上市三大市场（香港、境内和美国）的主要优劣势对比分析：

综上，三大市场各有侧重。香港市场在跨境资本流动性与政策衔接上优势显著，适合国际化布局的企业，但估值水平偏低；中国境内市场凭借消费板块30倍以上的市盈率提供估值溢价，对盈利稳定、行业龙头型企业吸引力突出，但需应对严格审核与行业政策约束；美国市场则以灵活的上市条件与大规模融资能力适配高增长创新企业，但需承担中概股监管不确定性风险。当前环境下，企业需动态评估自身发展阶段、合规成本及资源协同价值，将资本市场的规则特性转化为战略升级的杠杆支点，而非单向度的融资工具选择。

表3 融资上市三大市场（香港、境内和美国）的主要优劣势对比分析

考虑因素	香港上市	境内上市	美国上市	详细说明
上市门槛与财务标准	★★★★	★★★	★★★★★	• 美国上市门槛极低，允许亏损企业上市； • 香港上市标准灵活，主板接受不同发展阶段企业，市值门槛较低，适合中小型企业； • 境内上市的财务指标要求高，监管机构偏好财务表现良好和盈利稳定的企业
上市审核机制及上市时间	★★★★	★★★	★★★★	• 香港上市审核流程相对标准化，从首次递交申请（A1）开始至通过聆讯一般只需要3-4个月； • 美国上市的审查制度以披露为主，上市效率较高，SPAC（特殊目的收购公司）上市方式快速（最快4个月）； • 境内上市审核严格，注册制下仍需实质审查，排队时间长（平均1-2年）
再融资能力	★★★★★	★★★	★★★★★	• 香港与美国上市的再融资审批速度均相对较快，再融资便捷； • 境内上市的再融资需行政审批，流程复杂
估值水平	★★★	★★★★★	★★★★	• 境内上市的估值最高，科技股、消费股尤为突出； • 美国上市的估值次之，中概股面临地缘政治风险和投资者认知差异，部分企业估值折价； • 香港上市的整体估值偏低，但中资消费类企业估值接近或高于境内上市企业
监管环境与合规要求	★★★★★	★★★	★★★★	• 香港上市法制健全，透明度高，资金自由流动，无外汇管制； • 美国上市审核流程明确，合规成本高（需遵守SOX法案等）； • 境内上市政策干预多，减持规则严格
研究覆盖	★★★★	★★★★★	★★★	• 境内上市企业有更多券商研究部进行覆盖； • 与美国市场相比，香港市场覆盖研究员更了解中国市场和企业，有利于投资者认识企业；
投资者构成	★★★★	★★★	★★★★★	• 美国市场的机构与散户投资者并存，资金规模庞大； • 香港市场以机构投资者为主，资金稳定性强； • 境内市场的散户占比高，易受政策和市场情绪影响

来源：毕马威分析

注：★★★★★为推荐指数最高，★★★★其次，★★★次之。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

5.2 税务战略与优化：集团供应链税务管理、海外税务布局及风险防控

宠物企业常见税务风险

关联交易涉及的税务风险

- 宠物企业在发展过程中不断向产业上下游延伸，以谋求供应链的重构和自身的壮大。集团内将设有多家公司负责供应链的不同环节，而业务的发展将不可避免地导致更多内部的关联交易。
- 集团内各个公司主体实际税负可能不同。除了盈亏状态不一样，集团内各公司可能享受了小微企业优惠政策、高新技术企业优惠政策、地区性优惠政策等带来的税率优惠，还可能涉及到与不同法定税率的境外关联方的关联交易。在关联交易管理不规范、定价规则不清晰的情况下，极易引起税务机关对于企业通过关联交易将利润在不同税负企业之间进行转移，从而影响企业的总体税负，直接或者间接导致国家税收收入减少的质疑，进而导致补税风险。

高新技术企业资质及研发费用加计扣除涉及的税务风险

- 宠物企业开展产品或（和）系统开发相关的研发活动，并申请享受高新技术企业所得税政策，以及研发费用加计扣除优惠政策。
- 然而，随着税务监管环境的变化，前述相关政策的适用也对企业提出了更清晰、更高的管理要求，例如研发人员的资质、高新收入的关联性、研发费用的归集和管理、研发资料的完善和保存等等。与此同时，企业因高新技术企业优惠政策和研发费用加计扣除政策的不当适用而导致税务稽查的案例越来越多。

电商业务涉及的税务风险

- 宠物企业通过京东、淘宝、抖音、小红书等平台开展电商业务。从事电商业务也为企业带来一些典型的税务风险。例如，信息技术服务费和推广费用的区分、归集和扣除、平台服务费/达人佣金的税前扣除、达人个人所得税的代扣代缴问题、电商销售收入申报不全或申报不及时、成本发票的取得等。
- 随着国家对于电商业务监管的加强，上述税务风险带来的实际影响将越来越大。

出口业务涉及的税务风险

- 欧美地区是全球宠物产业最为发达的市场之一，养宠文化盛行，宠物被视为家庭成员，宠主们愿意为其投入大量资金用于购买高品质的食品、用品以及服务。部分国内宠物企业也放眼欧美市场，寻找新的广阔天地。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

- 而随着国际税收监管形势的趋严，出口业务所带来的税收合规风险也需引起企业关注。一方面，通过跨境电商平台经营出口业务的企业，需要关注消费者所在地区或国家的流转税风险。且近些年来，各个国家都在出台相关的税收法律法规以避免税源的流失和促进税收的公平性；另一方面，随着国际政治形势的变化，比如美国陆续出台的对于中国出口商品的关税政策，也为宠物企业出口美国市场带来了额外的税负成本。

我们的解决方案

集团供应链税务优化咨询

- 协助跨国集团进行全球供应链税务规划，优化税务效率。

常年税务顾问咨询

- 为企业提供及时、高质量的咨询服务，解答日常税务问题。
- 提高集团税务合规程度，提升日常税务管理水平。

税务健康检查

- 发现历史税务风险，提出对税务不合规事项的整改方向，并对未来提出框架性建议。

海外投资税务咨询

- 根据集团业务发展规划，提供有关海外投资架构搭建和重组、跨境关联交易、海外税务合规咨询、关税咨询等服务。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

5.3 “四维一体”：咨询解决方案的战略框架与变革路径

随着宠物经济正由“情绪消费”向“平台化产业”加速演进，行业在国产替代、消费升级、科技赋能与人口结构变化等多重因素推动下，正经历模式重塑、组织变革、技术革新与生态重构的深层转型。毕马威中国提出面向宠物行业的“四维一体”咨询服务框架，聚焦“助力、突破、发展、创新”的四大核心维度，助力企业构建系统化的战略路径与可持续的变革能力。

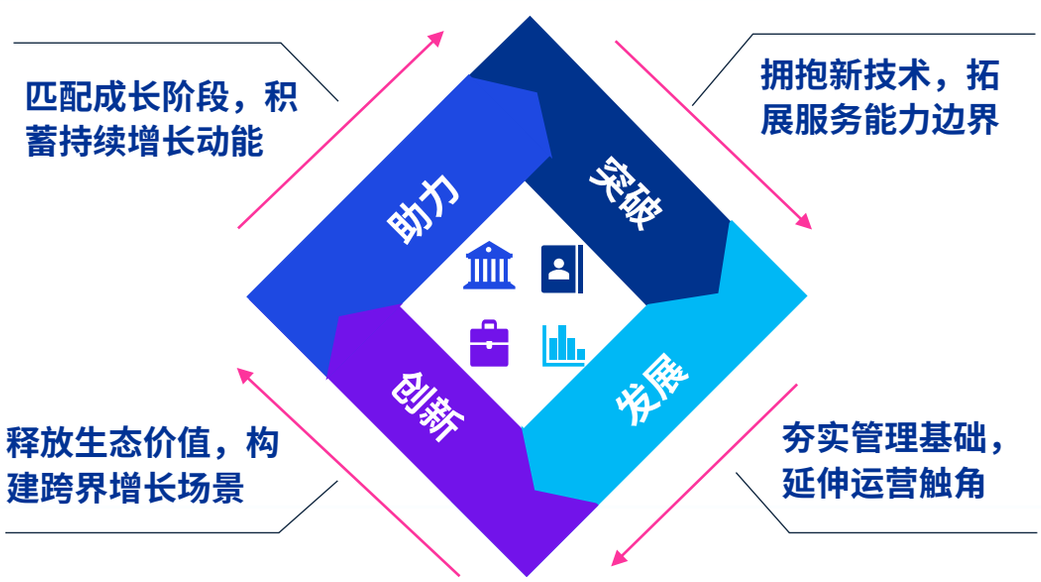
助力：匹配成长阶段，积蓄持续增长动能

在宠物经济热度持续攀升的市场环境中，行业正面临新旧格局剧烈碰撞的转折期。一方面，新入局玩家数量快速增长，但产品与服务高度同质化，使得初创企业在营收增长和融资能力上遭遇瓶颈；另一方面，头部企业凭借资本、渠道、品牌等综合优势，逐步拉大与中小企业的差距，呈现出明显的“马太效应”。在此背景下，企业必须通过系统性战略设计与清晰的增长路径规划，寻找突破口，确立可持续的竞争优势。

精准市场定位与细分策略

宠物行业的企业市场拓展需要建立在对消费者行为深刻理解与区域结构性机会精准识别的基础上。通过对宠物主画像的构建、消费行为特征的分析及多维市场趋势数据的交叉验证，协助企业识别具有成长潜力的细分赛道与区域市场。在此基础上，结合品类发展阶段、消费成熟度与渠道结构，帮助客户制定差异化的

图59 毕马威中国宠物行业“四维一体”咨询解决方案



来源：毕马威分析

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

市场进入与资源配置策略，确保战略聚焦的同时提升投入产出效率，为企业构建具备穿越周期能力的中长期市场定位与增长主线。

产品与服务创新体系设计

围绕养宠人在健康管理、情绪陪伴与智能互动等多元需求趋势，我们帮助企业系统性梳理产品与服务的组合路径。通过构建以“宠+人”为双核心的需求模型，结合生命周期管理、价值主张设计与服务场景映射，推动客户实现从单品竞争向复合型价值交付的转型。同时，协助客户明确核心产品架构与研发节奏，构建面向未来的产品创新与服务体系，从而在消费升级环境中持续强化品牌吸引力与用户粘性。

商业模式升级与盈利模型创新

在“用户经营”替代“单笔交易”的行业趋势下，我们协助企业重构商业模式，推动从“卖产品”向“提供持续价值”的经营逻辑演进。通过引入LTV模型与订阅机制，结合企业业务结构与用户特性，设计产品+服务+会员/订阅等复合盈利模型。

同时，围绕营收结构多元化与用户生命周期延展，提出场景联动策略与价值实现路径，支撑客户构建具有稳定性与成长性的长期盈利机制。

产业协同与资本布局规划

面对宠物经济横跨零售、医疗、保险、制造等多个子产业的结构特征，依托投资价值分析与并购尽调支持，识别潜在战略投资或协作机会，推动企业向产业链高附加值环节延伸。

突破：拥抱新技术，拓展服务能力边界

构建数字化宠物经济生态，不仅是数字时代下推动宠物行业高质量发展的关键路径，更是塑造宠物行业竞争优势的核心要素。毕马威中国提供定制化数字化解决方案，包括数字化战略规划、创新场景设计、系统集成与实施落地、数据治理与价值变现等，助力宠物行业把握数字化机遇，实现可持续发展。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

打地基：以规划为基，筑牢数字化转型基石

我们为企业提供专业的数字化战略规划服务，包括数字化现状诊断、顶层规划设计、系统集成与实施落地等。通过深入分析企业当前数字化水平，识别痛点与机会；制定科学的转型顶层规划设计，明确目标与路径；提供定制化的系统集成与实施服务，确保规划高效落地。同时，我们为客户提供从需求识别、产品选型到部署实施的全过程支持，协助企业完成组织配套、数据迁移与流程重构，确保系统建设不仅是工具的导入，更是推动业务模式优化与管理效率提升的重要抓手。

提效能：以技术为引，提升运营效率与协同能力

依托企业的业务类型与数据积累情况，我们设计并部署具备商业价值的AI场景应用，推动企业实现从数据采集到智能决策的能力跃迁。包括：基于双画像模型的个性化商品推荐与订阅补货机制；结合智能硬件与行为数据的健康干预与风险预警模型；利用视觉与动作识别技术的宠物情绪分析。

落价值：以数据为力，深掘价值场景与运营洞察

在推动宠物行业数字化转型的进程中，我们协助企业构建以宠物为核心的全生命周期数据档案，打通健康记录、行为轨迹、服务历史、保险接口等多个数据维度。通过标准化数据模型与可扩展接口机制，实现宠物与宠主信息的统一关联与动态更新，为个性化服务、精准运营和智能推荐等后续能力建设提供关键数据基础。

发展：夯实管理基础，延伸运营触角

以产品制造为核心的生产制造型企业：从研发—供应链-渠道的全链条管理咨询

对于以宠物食品、用品、智能设备为主的生产型企业，普遍面临产品创新迭代慢、供应链协调难度大、全球渠道控制薄弱等问题。我们协助客户构建从市场洞察驱动的产品研发机制，优化组织对研发节奏与资源的统筹能力。在营销与渠道管理方面，我们帮助客户规划品牌商、分销商、电商平台与直营终端等多渠道融合的管理策略，建立价格、库存、促销的统一协调机制，实现渠道规范化与客户资产沉淀。

以品牌连锁服务为主的宠物服务型企业：强化标准化服务与服务质量管理体系建设

对于以门店连锁和服务体验为主的宠物服务企业，当前行业痛点集中在服务流程非标准、人员管理难、扩张效率低与品牌输出不一致等方面。毕马威中国协助构建“平台总部—区域公司—门店终端”的治理体系，梳理加盟与直营模式下的统一管理政策与服务标准，通过标准化服务流程设计、操作SOP制定、员工培训机制与客户满意度监控，建立高一致性服务交付体系。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

创新：释放生态价值，构建跨界增长场景

毕马威中国提出“宠物+”跨界协同战略，依托在商业地产、养老服务、快消零售、物业文旅等多个行业的生态资源积累，助力企业打破行业边界，与多场景主体形成协同“化学反应”，共创生态级增长曲线。

宠物+商业&地产：场景融合与空间运营联动设计

毕马威中国可助力推动企业与跨界行业的合作，在商业综合体、社区住宅、酒店文旅等空间中推动宠物主题活动，并建立跨界联名的运营机制，推动“宠物+商业”等融合场景的落地。

宠物+物业&养老：营造温馨陪伴的和谐社区

协助企业联合社区物业公司、长者公寓及养老机构，共建以宠物陪伴为核心的生活服务生态。通过嵌入式服务设计、宠物照护产品组合、空间共管机制与服务协同流程，打造贯穿居住、健康、情感的复合型场景体验。

宠物+快消&文旅：品牌IP共创与社交传播强化

基于宠物情绪价值与内容传播优势，毕马威中国帮助企业打造独具特色的宠物IP形象，联动内容平台、文旅品牌与MCN资源进行跨界共创。通过打造社群互动、打卡联动等机制，增强用户参与感和品牌认同感，实现社交势能驱动下的可持续增长。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

引文

序号	文章标题	发文单位	发文日期
1	政府工作报告	国务院	2024年3月
2	中央经济工作会议在北京举行 习近平发表重要讲话	国务院	2024年12月
3	2024年经济运行稳中有进 主要发展目标顺利实现	国家统计局	2025年1月
4	2023年上海市人口监测统计资料主要数据汇编	上海市卫生健康委员会	2024年3月
5	《2024年中国宠物行业发展报告》	亚宠研究院	2025年5月
6	《Manufacturers & Pet Product Brands-Industry Trends and Stats》	美国宠物用品协会（APPA）	未披露
7	《2025年东南亚宠物行业白皮书》	派读宠物行业大数据	未披露
8	《2025年中国宠物药物白皮书》	沙利文	2025年1月
9	《2025年宠物消费报告》	京东消费及产业发展研究院	2025年5月
10	《中国宠物水族行业现状深度分析与发展前景研究报告（2025-2032年）》	观研报告网	未披露
11	《2025快手电商宠物行业报告》	快手电商	2025年4月
12	国务院第七次全国人口普查领导小组办公室负责人接受中新社专访	国家统计局	2021年5月
13	国内宠物市场洞察：宠物经济稳步增长，千万级爆品持续涌现	国联证券	2025年2月
14	宠物食品行业维持高增，头部品牌强者恒强	申万宏源	2024年11月
15	《萌宠 “剁手” 清单》	抖音电商	2025年3月
16	《2024年中国宠物行业研究报告》	艾瑞咨询	2024年11月
17	《2024年京东宠物行业趋势洞察白皮书》	派读宠物行业大数据	未披露
18	《2024-2025年中国宠物行业运行状况及消费市场监测报告》	艾媒咨询	2024年7月
19	成分造假、发霉变质、食用后中毒...宠物粮质量问题层出不穷	黑猫投诉	2024年12月
20	《2024年宠物医疗行业白皮书》	维宠宠物导航网	2024年12月
21	众安在线财产保险股份有限公司2024年度信息披露报告	众安保险	2025年4月
22	对十四届全国人大二次会议第4672号建议的答复摘要	农业农村部	2024年7月
23	上半年宠物医疗市场规模飙升至520 亿，背后是什么在引领千亿征程?	维宠宠物导航网	2025年5月
24	五一假期音乐节井喷带动文旅消费 携宠出游需求增长显著	封面新闻	2025年4月
25	携宠出游成新时尚仍有困境 商家如何接招?	手机中国网	2025年4月
26	《“五一”假期旅行数据报告》	中国旅行社协会	2025年5月
27	人口总量平稳增长 人口素质显著提升——新中国成立70周年经济社会发展成就系列报告之二十	国家统计局	2019年8月
28	王萍萍：人口总量降幅收窄 人口素质持续提升	国家统计局	2025年1月
29	《2024银发族消费报告》	京东研究院	2025年3月

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

结语

在即将步入“十五五”规划期之际，我国正朝着2035年基本实现现代化的目标迈进。在经济社会高速发展与消费者需求持续演变的背景下，新兴市场展现出巨大潜力，同时也面临诸多挑战。在此背景下，宠物经济作为提振消费的重要一环，正在通过优化供给侧、创新消费场景、深化数字化赋能与“AI+宠物”等多维度举措，激发养宠人群的消费潜力，推动行业价值的持续释放。随着宠物消费行业从“量增”向“质升”的转型升级，宠物经济将迎来更加广阔的发展前景。

未来，宠物行业将迎来高速发展黄金期。在消费升级与国产替代的推动下，消费结构呈现多元化发展，行业趋向成熟，集中度提升。宠物行业将经历模式重塑，向平台化、产业化方向发展；小规模、低质量的宠物企业将被市场淘汰，宠物市场逐渐饱和，企业面临同质化竞争与转型压力。在此背景下，宠物行业企业亟需通过资本运作突破发展瓶颈。在本次报告中，毕马威中国站在专业视角上，从审计、税务与咨询方面对宠物行业常见风险进行分析评估，并为宠物行业企业提供资本运作解决方案与企业战略路径规划，助力企业缓解资金压力并完成数字化转型，为宠物行业的发展保驾护航。

“天道酬勤，力耕不欺”，紧抓时代机遇，秉承专业理念，我们相信，中国宠物行业的未来将是广袤银河。毕马威中国愿与企业并肩同行，运用专业服务优势，助力企业为消费者带来更加美好、高品质的生活体验，在行业的发展进程中留下浓墨重彩的一笔！

毕马威中国零售及消费品行业合伙人
2025中国宠物行业市场报告组委会主席
刘琬婷

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

关于毕马威

毕马威中国在三十一个城市设有办事机构，合伙人及员工超过14,000名，分布在北京、长春、长沙、成都、重庆、大连、东莞、佛山、福州、广州、海口、杭州、合肥、济南、南京、南通、宁波、青岛、上海、沈阳、深圳、苏州、太原、天津、武汉、无锡、厦门、西安、郑州、香港特别行政区和澳门特别行政区。在这些办事机构紧密合作下，毕马威中国能够高效和迅速地调动各方面的资源，为客户提供高质量的服务。

毕马威是一个由独立的专业成员所组成的全球性组织，提供审计、税务和咨询等专业服务。毕马威国际有限公司（“毕马威国际”）的成员所以毕马威为品牌开展业务运营，并提供专业服务。“毕马威”可以指毕马威全球性组织内的独立成员所，也可以指一家或多家毕马威成员所。

毕马威成员所遍布全球142个国家及地区，拥有超过275,000名合伙人和员工。各成员所均为各自独立的法律主体，其对自身描述亦是如此。各毕马威成员所独立承担自身义务与责任。

毕马威国际有限公司是一家英国私营担保有限责任公司。毕马威国际及其关联实体不提供任何客户服务。

1992年，毕马威在中国内地成为首家获准中外合作开业的国际会计师事务所。2012年8月1日，毕马威成为四大会计师事务所之中首家从中外合作制转为特殊普通合伙的事务所。毕马威香港的成立更早在1945年。率先打入市场的先机以及对质量的不懈追求，使我们积累了丰富的行业经验，中国多家知名企业长期聘请毕马威提供广泛领域的专业服务（包括审计、税务和咨询），也反映了毕马威的领导地位。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

联系我们（1/2）

林启华

毕马威中国零售及消费品行业主管合伙人
毕马威中国零售及消费品行业审计服务
主管合伙人
电话：+86 (20) 3813 8388
+86 (755) 2547 4388
邮箱：raymond.lam@kpmg.com

翁晔

毕马威中国零售及消费品行业税务服务
主管合伙人
电话：+86 (21) 2212 3431
邮箱：jennifer.weng@kpmg.com

孙国宸

毕马威中国零售及消费品行业咨询服务主管合伙人
毕马威中国华东及华西区零售及消费品行业主管
合伙人
电话：+86 (21) 2212 3740
邮箱：willi.sun@kpmg.com

吴旭初

毕马威中国北方区零售及消费品行业
主管合伙人
电话：+86 (10) 8508 5131
邮箱：jeff.wu@kpmg.com

周永明

毕马威中国华南区零售及消费品行业
主管合伙人
电话：+86 (20) 3813 8322
邮箱：rayment.zhou@kpmg.com

叶嘉明

毕马威中国香港区零售及消费品行业
主管合伙人
电话：+852 2978 8152
邮箱：alice.yip@kpmg.com

刘琬婷

毕马威中国零售及消费品行业合伙人
2025中国宠物行业市场报告组委会主席
电话：+86 (20) 3813 7449
邮箱：sherry.liu@kpmg.com

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

联系我们（2/2）

张诗颖

毕马威中国零售及消费品行业
市场经理
电话：+86 (20) 3813 8974
邮箱：cherry.s.zhang@kpmg.com

王彬莎

毕马威中国零售及消费品行业华
南区拓展助理经理
电话：+86 (20) 3813 7503
邮箱：beth.b.wang@kpmg.com

研究团队

毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）

廖雅芸、梁安超、李良

孟璐、范嘉怡、陈泓妤、刘一凡、吕桂萍、区颖蓉、孙旭晖、许若愚

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

kpmg.com/cn/socialmedia

如需获取毕马威中国各办公室信息，请扫描二维码或登陆我们的网站：
https://home.kpmg/cn/zh/home/about/offices.html

所载资料仅供一般参考用，并非针对任何个人或团体的个别情况而提供。虽然本所已致力提供准确和及时的资料，但本所不能保证这些资料在阁下收取时或日后仍然准确。任何人士不应在没有详细考虑相关的情况及获取适当的专业意见下依据所载资料行事。

© 2025 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，毕马威企业咨询 (中国) 有限公司 — 中国有限责任公司，毕马威会计师事务所 — 澳门特别行政区合伙制事务所，及毕马威会计师事务所 — 香港特别行政区合伙制事务所，均是与毕马威国际有限公司(英国私营担保有限公司)相关联的独立成员所全球组织中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

毕马威的名称和标识均为毕马威全球组织中的独立成员所经许可后使用的商标。

刊物编号：CN-CM25-0002

二零二五年六月发布