

2020年中国宠物消费市场 分析报告



IT桔子

ITJUZI.COM

目录

- **第一章：宠物消费市场兴起背景**——20世纪末宠物市场进入发展期，现处于高速发展状态
- **第二章：宠物食品消费市场**——海外品牌占据主导地位，国产品牌加速发展
- **第三章：宠物医疗消费市场**——大型连锁宠物医疗集团已经出现，同时个人宠物诊所仍众多
- **第四章：宠物消费用品市场**——国产产品品牌化趋势加强，智能化产品更受欢迎
- **第五章：宠物服务消费市场**——服务集中在清洁美容方面，其他服务市场基本空白
- **第六章：宠物消费市场投融资情况**——高瓴资本重仓宠物医疗
- **第七章：宠物消费市场投资建议**——国产健康食品品牌值得关注，宠物生活服务市场具挖掘潜力

第一章：宠物消费市场兴起背景及分类

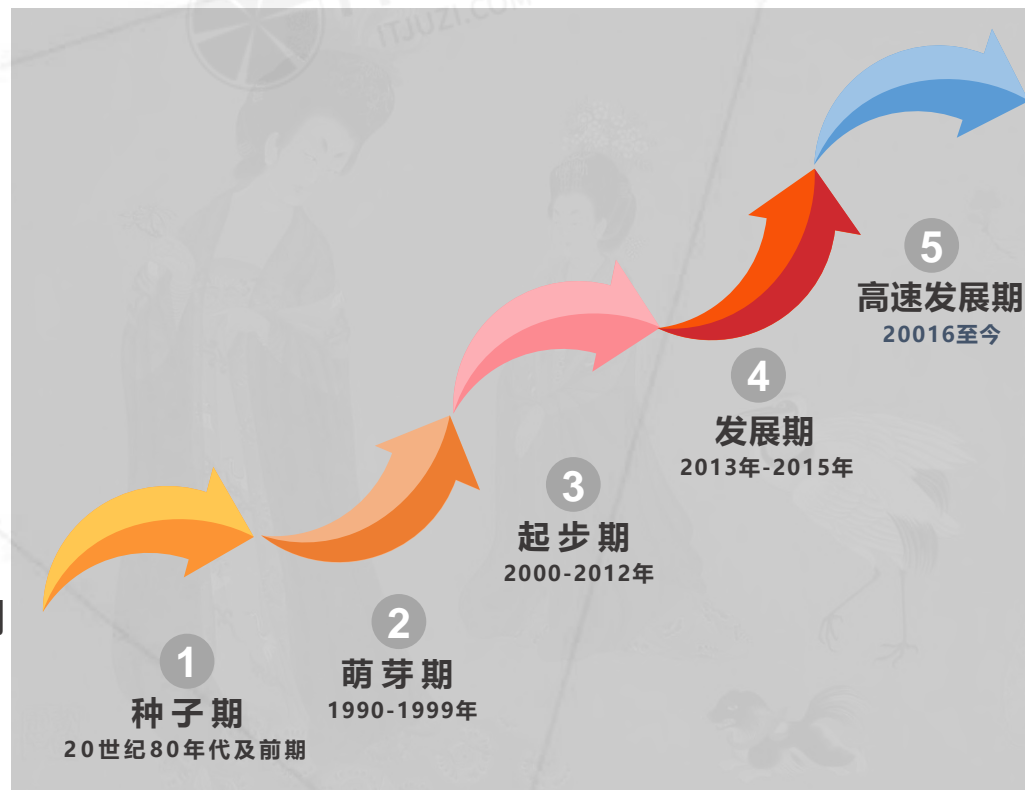
——20世纪末宠物市场进入发展期，至今处于高速发展状态



宠物消费市场发展历程——20世纪末出现萌芽，经历20余年发展，现处于高速发展期

根据中华人民共和国动物保护法（专家建议稿）表述，宠物指代宠物动物，也称陪伴动物或者伴侣动物，是指处于个人娱乐或者陪伴目的而被人们在某类场所特别是在家庭拥有或者意图被拥有的任何驯化动物。自古以来我国就有养宠物的习惯，从唐代《簪花仕女图》中的狗到现在以猫狗为代表的各种类型的宠物，宠物主养宠物行为的变化，造就了宠物消费市场的出现与发展。目前，我国宠物消费市场共经历了5个发展阶段，已经进入高速发展期。

- 第一阶段：种子期（20世纪80年代及前期）
- 第二阶段：萌芽期（1990-1999年）以玛氏、皇家为代表的宠物产品国际品牌在中国建立食品加工厂，宠物食品用品代工厂出现；“禁养令”松绑，《限制养犬规定》等饲养宠物规范出现。
- 第三阶段：起步期（2000-2012年）宠物主数量增长，消费观念开始改变，至2010年我国登记在册的宠物数量接近1万只。
- 第四阶段：发展期（2013年-2015年）资本开始布局宠物市场，宠物在线服务平台爆发。
- 第五阶段：高速发展期（2016年至今）2019年国内宠物市场达到了千亿级的规模，围绕宠物消费与服务多种业态出现。

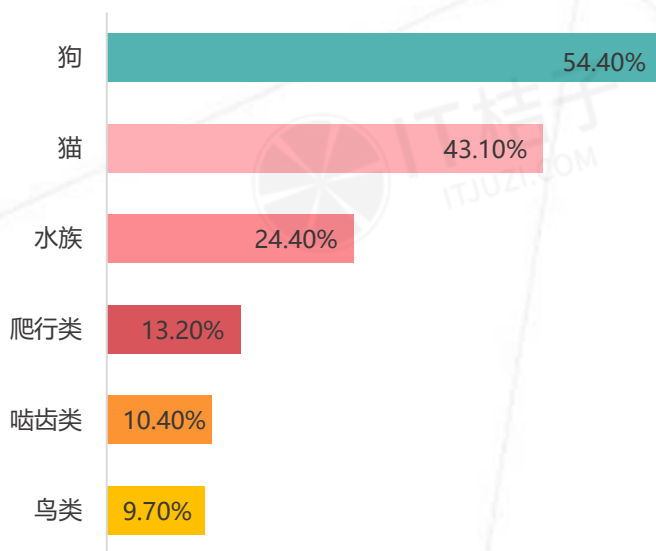


资料来源：《宠物与宠物保健品》夏咸柱《中国兽药杂志》2010第44期、
《2016年中国宠物市场规模现状及发展趋势预测》、狗民网、IT桔子整理

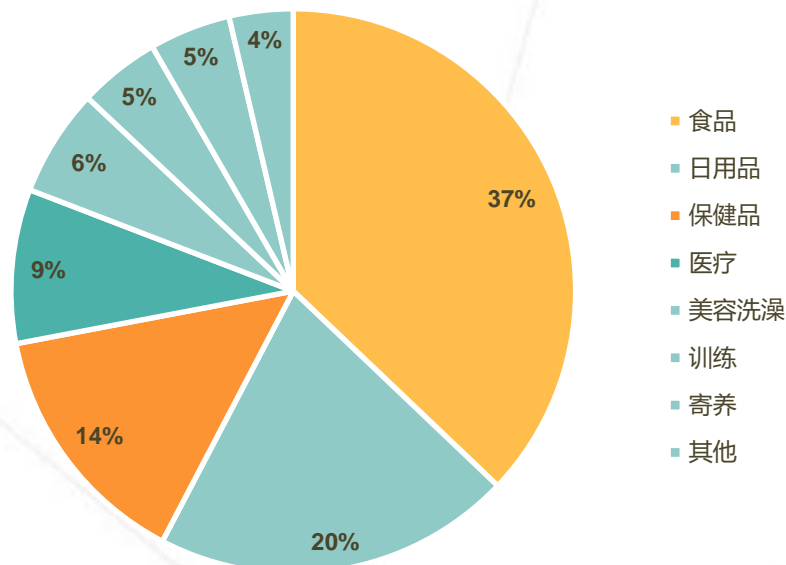
宠物消费市场概况——宠物以猫、狗为核心，消费与服务围绕宠物生活需求多个方面展开

- 宠物市场发展早期，宠物以狗猫、水族（鱼类）、鸟类为主。随着宠物主人数的增加、喜好的变化、饲养条件改善等原因，宠物类型也从猫、狗等扩展至爬行类、啮齿类等。《2019年宠物人群专题研究报告》显示，2019年宠物狗数量最多，约54%的宠物为狗类，其次是猫类，占比达43.1%。当前，随着宠物市场的发展，围绕宠物的消费产品与服务基本涵盖宠物一生所有需求，包括生存（食品）、清洁（洗护美容）、医疗等服务。2020年数据显示养宠主要消费类型为食品消费，占比超过了35%，其次是宠物日用品与宠物保健品，分别占20%和14%。宠物医疗占比9%左右。

2019年宠物种类结构（单位%）



2020年中国养宠消费结构占比

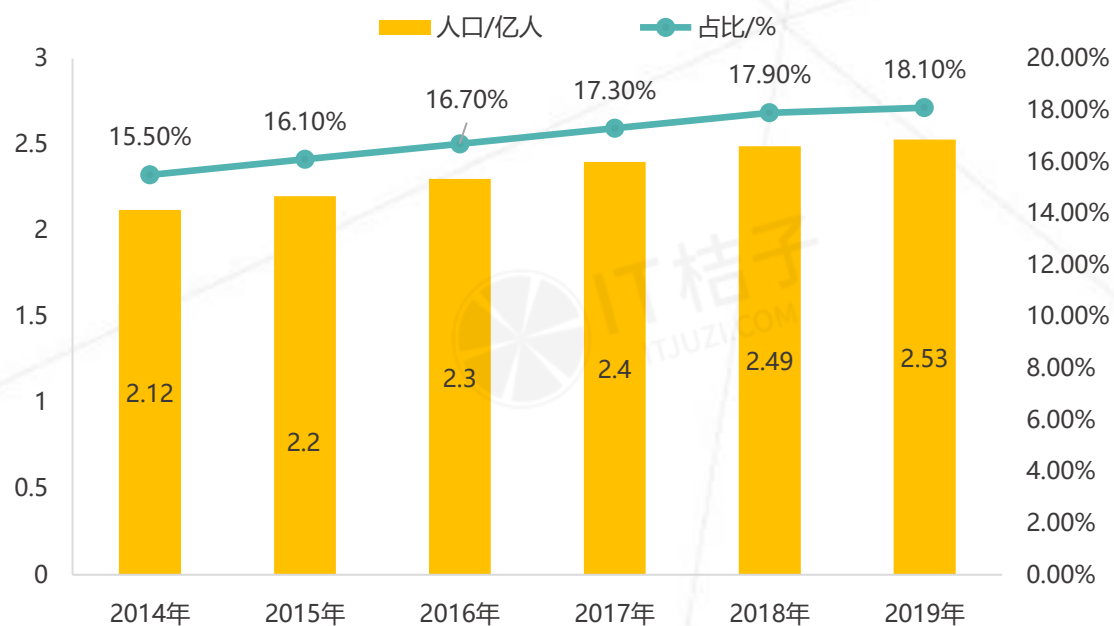


数据来源：狗民网《宠物行业白皮书》、极光大数据发布《2019年宠物人群专题研究报告》

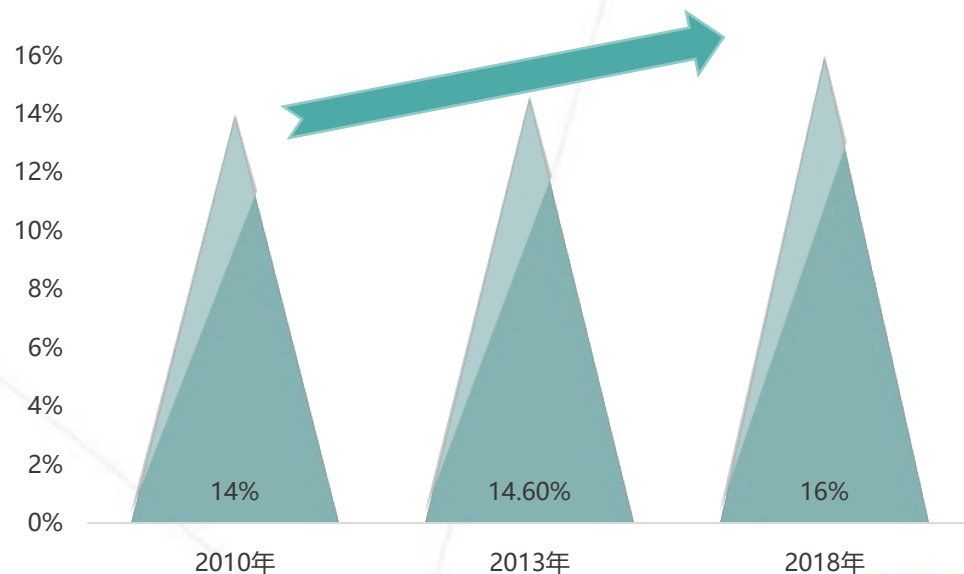
宠物消费市场兴起背景——银发人口、孤独人口增长，宠物消费主要人群扩大

- 随着人口老龄化与独居人群数量的增加，潜在宠物主数量增加，成为宠物消费市场兴起与发展的驱动因素之一。国家统计局公布数据显示，2019年我国60岁以上老年人口数量已经突破2.53亿人，占总人口的18%。民政部数据显示，2010年我国独居人口数量占比约合14%，2013年上升至14.6%，2018年占比约为16%。此外，数据显示2018年我国单身成年人口达2.4亿，其中超过7700万成年人是独居状态，预计到2021年这个数字将上升到9200万。

2014-2019中国60岁以上老年人口数量及占比变化



2010-2018中国独居人口数量占比

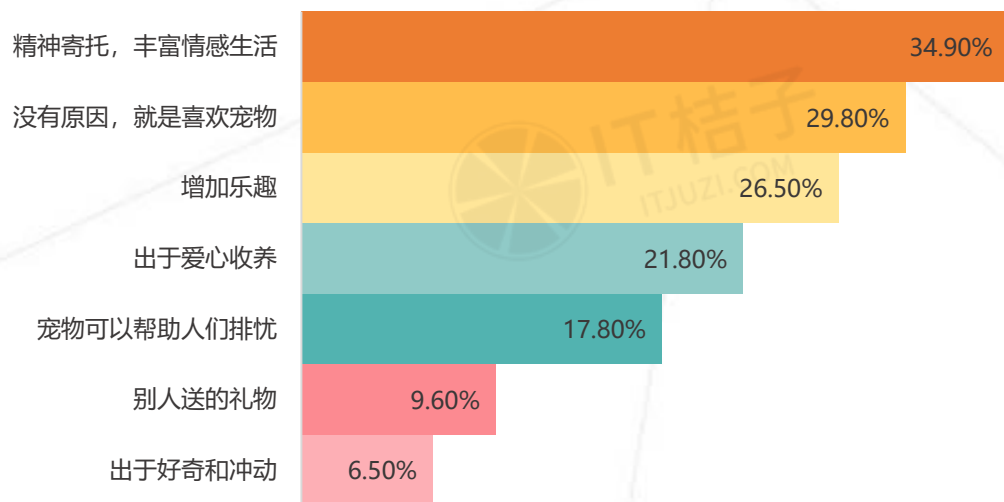


数据来源：国家统计局、民政部、IT桔子整理

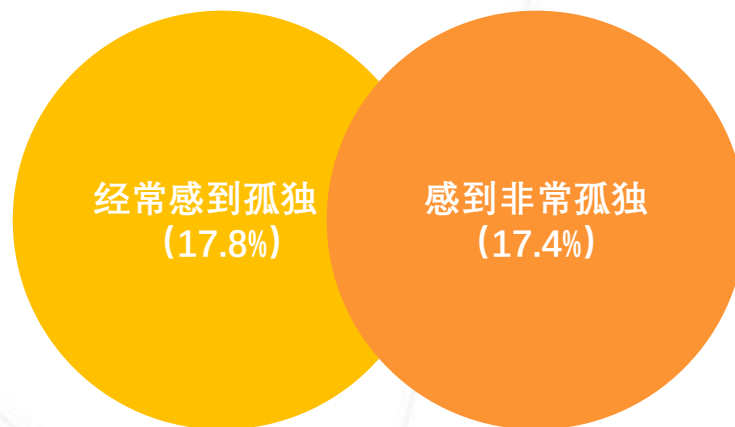
宠物消费市场兴起背景——宠物主陪伴情感需求增长，宠物数量随之增长

- 宠物主陪伴需求的增长正成为宠物市场发展的现实动力。随着社会关系环境的变化，公众孤独感不断上升。调查结果显示越来越多的个体体验到孤独。在被问及“最近一周多大程度感到孤独时”，17.8%的受访者选择了“绝大多数时候”感到孤独，而选择“体验到自己的孤独特别厉害”的比例为17.4%。
- 为排解孤独感，不少人选择养宠物。《2017年中国宠物市场白皮书》调研显示，“精神寄托，丰富感情生活”成为中国养宠物的首要原因，超过34%的宠物主为排解孤独而饲养宠物。宠物在精神寄托上的作用愈发明显，成为宠物数量增长，宠物市场发展的驱动因素。

宠物主养宠原因调查结果



公众孤独感状况调查结果

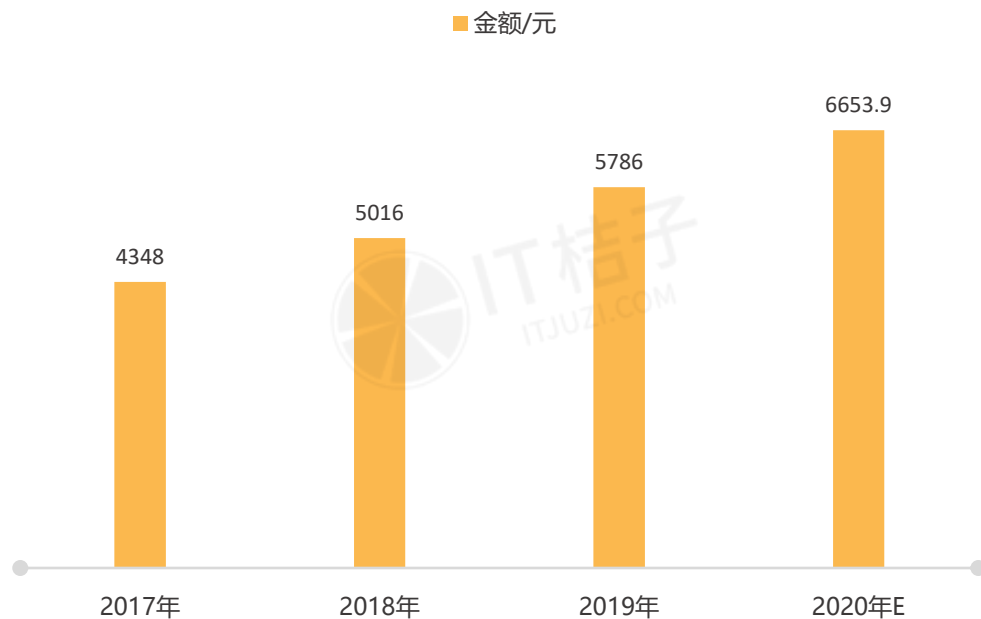


数据来源：《2017年中国宠物市场白皮书》、IT桔子整理

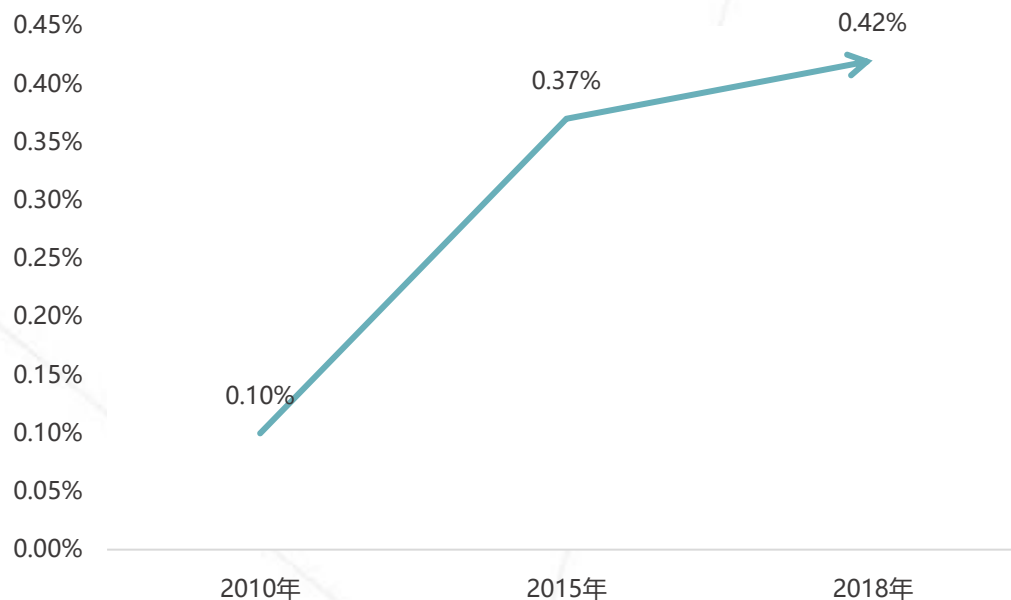
宠物消费市场兴起背景——宠物主消费支出增长，2020年预计单只宠物消费金额超过6000元

- 与宠物主数量、养宠意愿增长相辅相成的是宠物主消费支出的增长。《2019宠物消费市场报告》数据显示，中国猫狗人均单只年消费金额已经从2017年的4348元增长至2018年的5016元，2020年预计猫狗人均单只年消费金额将达到6653.9元。同一时期内，宠物消费占居民总消费比例也持续增长，尼尔森数据显示2018年，宠物消费占居民总消费比例的0.42%。消费支出的增长，成为宠物消费市场发展的必要条件。

2017-2020E中国猫狗人均单只年消费金额



2010-2018年宠物消费占居民总消费比例



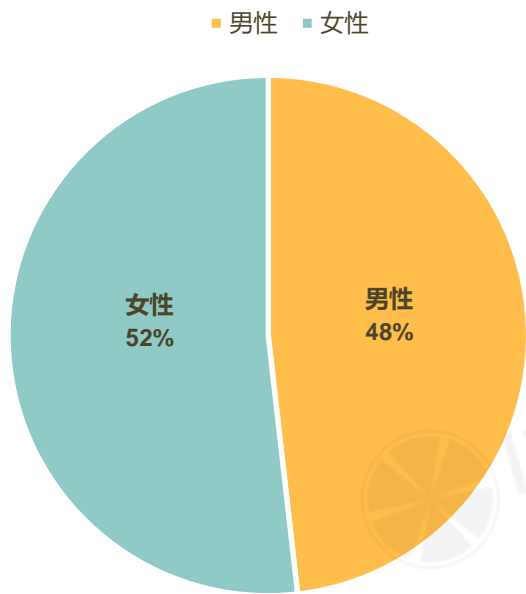
数据来源：京东&尼尔森数据《2019宠物消费市场报告》、狗民网、IT桔子整理

宠物消费市场消费者画像——85/90后是养宠主力，一二线城市白领

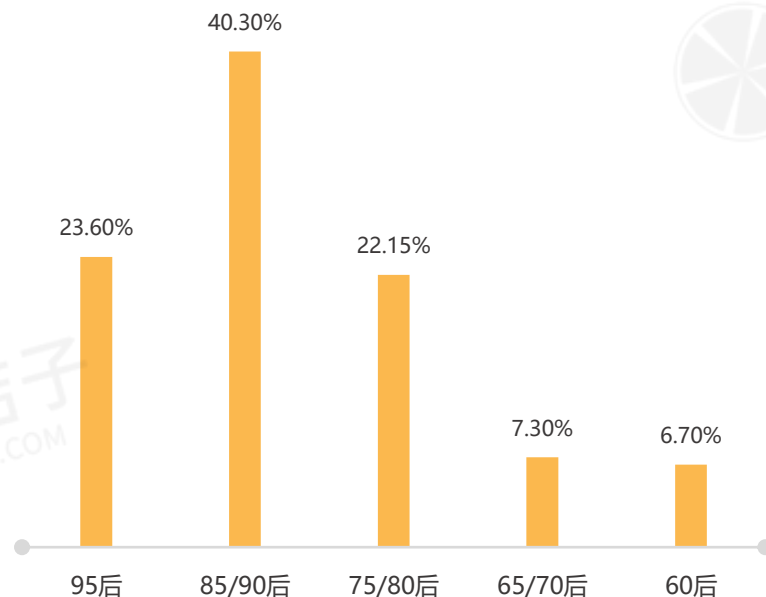
女性更愿意为宠物消费

- 宠物消费市场中，年轻人是主要消费者，85/90后位于一二线城市的女性消费能力最强。《2019年中国宠物消费趋势报告》数据显示，当前我国80%的宠物主人出生在1980年以后，以85后、90后为主。同时，超过50%的宠物主是女性，一线城市白领女性更愿意为宠物消费。但男性消费者占比也超过了45%，男性宠物消费发展不容忽视。此外，北上广等一二线城市宠物主较为集中。数据显示，接近13%的宠物主位于北上广地区，发达城市贡献了更多的消费额。

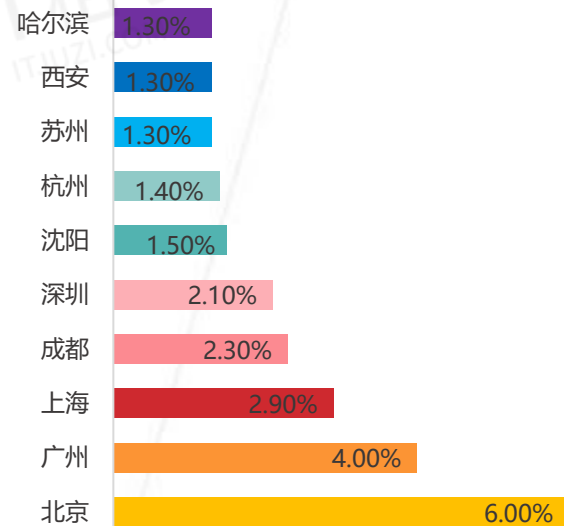
2019线上宠物市场宠物主性别分布



2019线上宠物市场宠物主年龄层分布



2019线上宠物市场宠物主城市分布TOP10



数据来源：有宠研究院《2019年中国宠物消费趋势报告》、京东大数据研究院、IT桔子整理

宠物消费市场产业地图——从“生”到“死”，宠物消费市场涵盖了宠物的整个生命周期

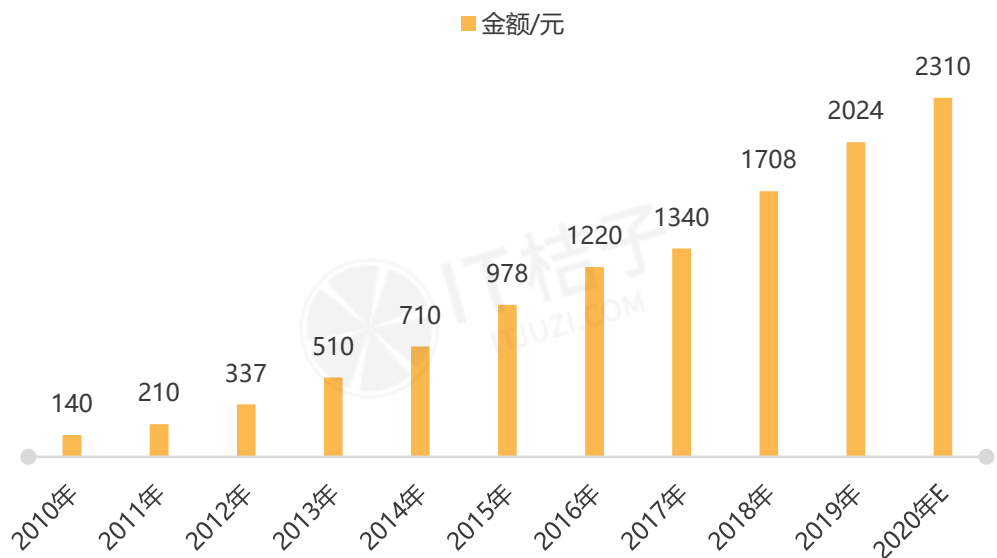


数据来源：网络公开，IT桔子整理

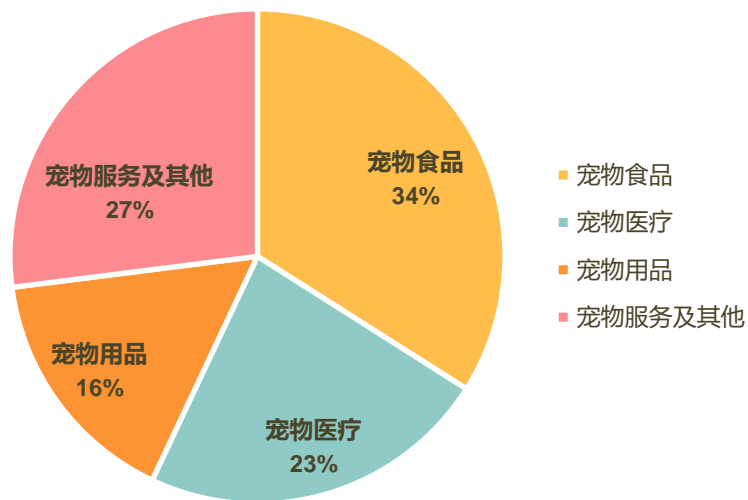
宠物消费市场产业结构——核心是宠物食品市场，医疗、日用品、各形态服务日渐丰富

- 我们将宠物消费市场分为宠物食品市场、宠物医疗市场、宠物消费品市场以及宠物服务市场四大板块。其中，宠物食品市场是第一细分市场，规模占比超过30%；其次是宠物服务与其他市场，占比超过了27%；宠物医疗市场与宠物用品市场占比分别为23%和16%。相关资料显示，2010年至今，我国宠物消费市场规模不断扩大，2020年市场规模将达到2310亿元。随着宠物服务不断细分，围绕宠物服务的消费市场不断扩大。

2010-2020E中国宠物市场规模/亿元



2018-2019中国宠物消费细分市场



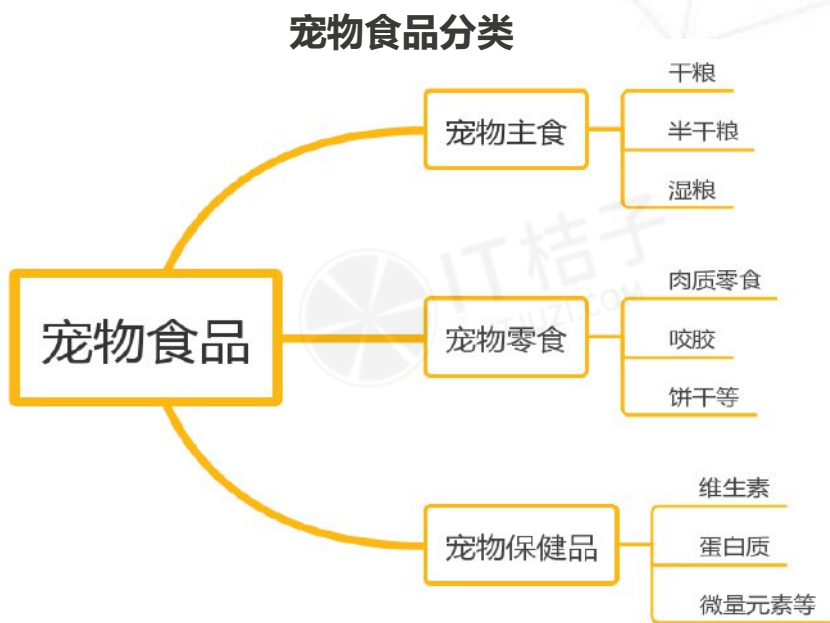
第二章：宠物食品消费市场

——海外品牌占据主导地位，国产品牌加速发展



宠物食品市场发展现状——市场规模已接近800亿元，宠物食品市场将伴随宠物消费市场快速发展

- 宠物食品是贯穿宠物生命周期的必需品之一，具有高频次、强刚需的特征。宠物食品主要可划分为宠物主食、零食、保健品三大类。其中主食需求最为强劲，细分主要包含干粮、半干粮、湿粮几类。万申宏源研究院报告显示，成熟的宠物食品市场会经历从“剩菜剩饭” - “主粮” - “零食保健品” - “服务”的发展路径，当前我国宠物食品消费市场存在第一二三阶段并存、同时向后过渡的状态。相关数据显示，2019年宠物食品市场规模已经接近800亿。随着我国存量宠物数量的增长、宠物主对宠物食品认知的发展，市场对宠物食品的需求将进一步被释放。

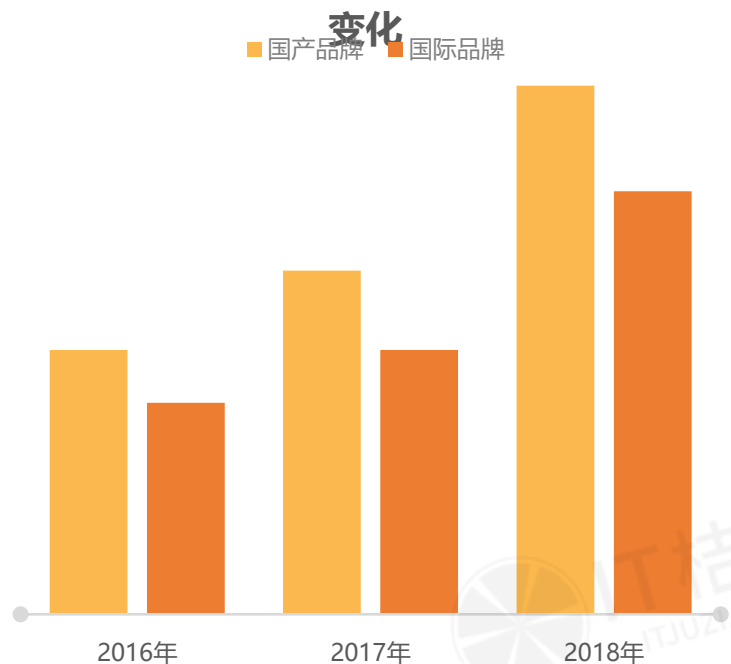


数据来源：万申宏源研究院、网络公开、IT桔子整理

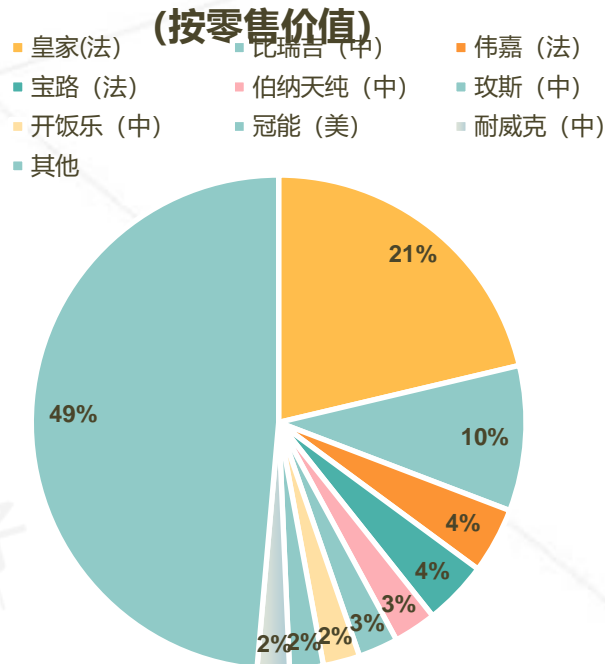
宠物食品市场格局——海外品牌仍占主要地位，国产品牌销量增长速度较快

- 当前，我国宠物食品行业仍处于较为分散的状态，国际品牌占据主要地位。华创证券资料显示，2017年中国宠物食品品牌份额（按零售价值）分布中，国际品牌占据超过30%的市场份额。不能忽视的是当前国产宠物食品品牌的出现与发展，CBNDATA资料显示，2016年至2018年国产宠物粮食品牌销售额增速较快。至2020年，天猫双十一宠物品牌销售金额排行榜中，国产品牌占据5席。

2016-2018国产/国际品牌宠粮销售额



2017年中国宠物食品品牌份额



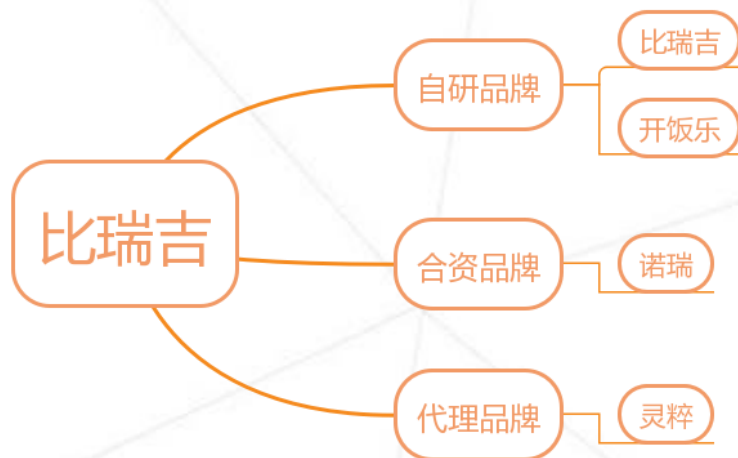
2020天猫双十一宠物品牌销售金额排行榜

排名	品牌	国家
1	Petcurean go!	加
2	麦富迪	中
3	皇家	法
4	渴望	加
5	爱肯拿	家
6	凯锐思	中
7	耐威克	中
8	伯纳天纯	中
9	卫仕	中
10	滋益巅峰	新西兰

数据来源：CBNDATA、华创证券、天猫、IT桔子整理

宠物食品典型国产品牌商——比瑞吉

- 比瑞吉是一家从事全系列猫狗粮的研发、生产、销售的企业。IT桔子数据显示，2017年1月5日，比瑞吉获得由高瓴资本投资的数千万元A轮融资。
- 品牌矩阵：**当前比瑞吉旗下共有四大品牌——自研宠物食品品牌比瑞吉&开饭乐、合资品牌诺瑞、代理德国高端宠物食品品牌灵粹。



业务矩阵：

当前比瑞吉已经在食品检测与研发、食品生产、品牌经营、产品销售等环节布局，打通了宠物食品研发-生产-销售产业链。

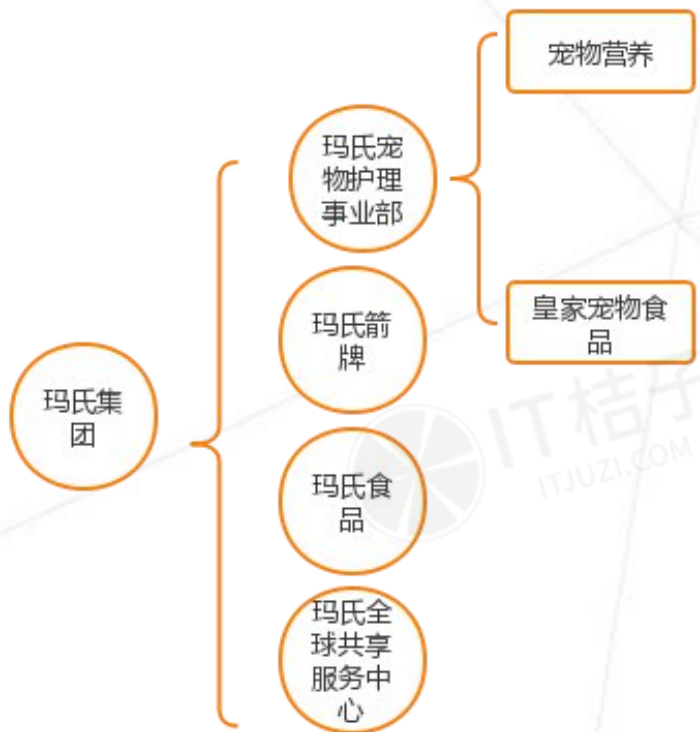
分销体系：当前比瑞吉已经在全国建立起规范化的分销体系，涉及41个省，60多个办事处，拥有100多家批发商。渠道涉及宠物店、宠物医院、电商平台以及商超等渠道。

生产基地：在国内拥有两大宠物食品生产基地：上海金山基地、山东开饭乐基地。

科研基地：宠物食品安全质量食品检测中心、小动物营养研究与开发中心。

宠物食品典型海外品牌商——玛氏公司

- 玛氏公司成立于1911年，是一家多元化的跨国公司，旗下有玛氏箭牌、玛氏宠物护理、玛氏食品以及玛氏全球共享服务中心四大事业部。主要业务涉及零食类（糖果巧克力）、宠物类、主食和电子产品的制造和营销。
- 其中，宠物相关业务主要由玛氏宠物护理事业部承担。该事业部由玛氏宠物营养业务单元和皇家宠物食品业务单元组成，共同运营50余个宠物营养品牌，如宝路（PEDIGREE）、伟嘉（WHISKAS）、皇家宠物食品（ROYAL CANIN）、优卡（EUKANUBA）等。



- 当前，玛氏旗下宠物食品品牌在中国占据了35%左右的市场份额。2020年双十一玛氏旗下宠物食品品牌皇家位列销量排行榜第二的位置，同期是宠物垂直电商波奇网双十一销量TOP1品牌。

玛氏宠物相关品牌矩阵



宠物食品市场产业链

- 宠物食品市场产业链包括：食品研发-食品生产-食品销售等环节。其中上游食品研发环节以国内代工厂以及品牌自营研发基地为主；中游以宠物食品生产厂商为主；下游主要以宠物食品分销渠道为主，当前主要销售渠道包括商超、电商平台、便利店等。

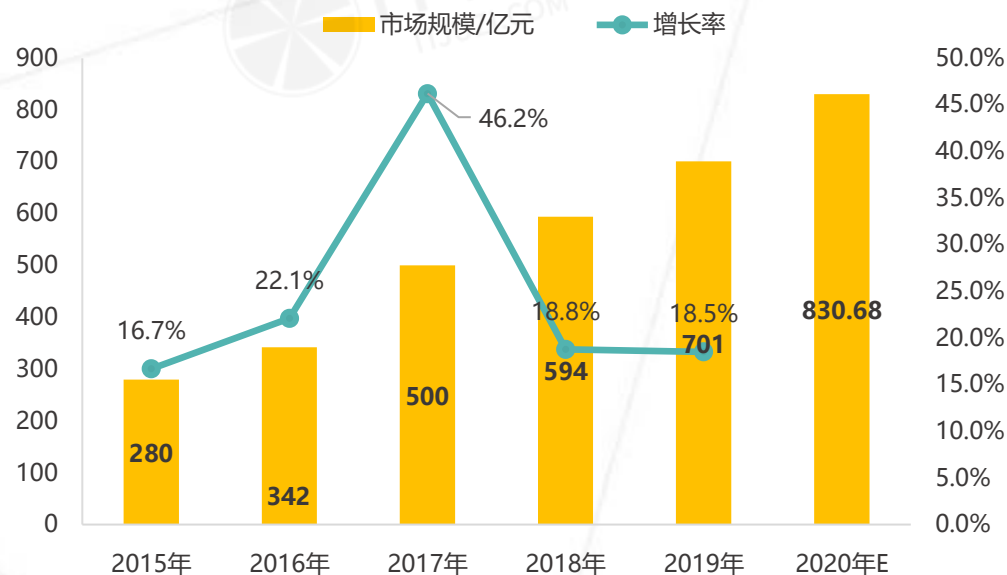


数据来源：网络公开、IT桔子整理

宠物食品市场发展潜力——国产品牌的替代出现，市场仍未明确宠物食品标准

- 作为宠物市场最重要的细分市场，我国宠物食品市场处于高速发展的阶段，近几年平均增速保持在20%左右。同时，基于我国供应链体系优势，新兴国产宠物食品品牌具备新生与成长的底层基础，但仍需品牌方夯实研发环节，注重满足宠物主对于宠物食品绿色、健康等需求的回应。
- 目前，国产宠物食品品牌市场占有率逐步提升，2020年天猫“双十一”宠物行业全品类品牌销量TOP10排行榜中，有五个国产宠物食品品牌。
- 值得注意的是，当前较为发达的国家已经制定了相应关于宠物食品的标准，但在我国宠物食品标准仍处于空白状态，监管亟需跟上。

2010-2020E中国宠物消费品市场规模



数据来源：国泰君安证券、IT桔子整理

第三章：宠物医疗消费市场

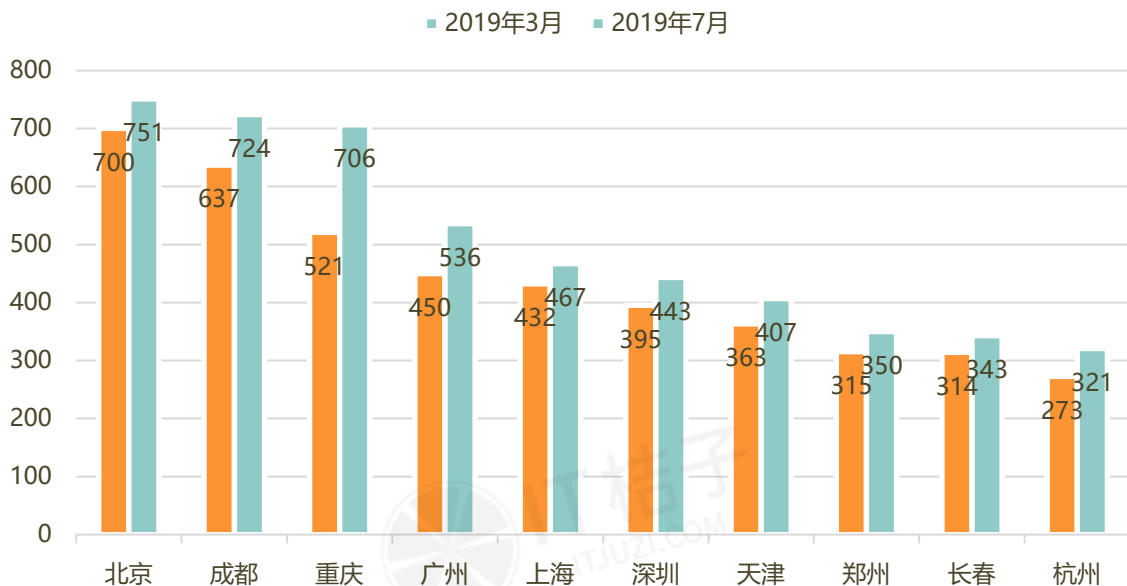
——大型连锁宠物医疗集团已经出现，但医疗服务仍以个人宠物诊所为主



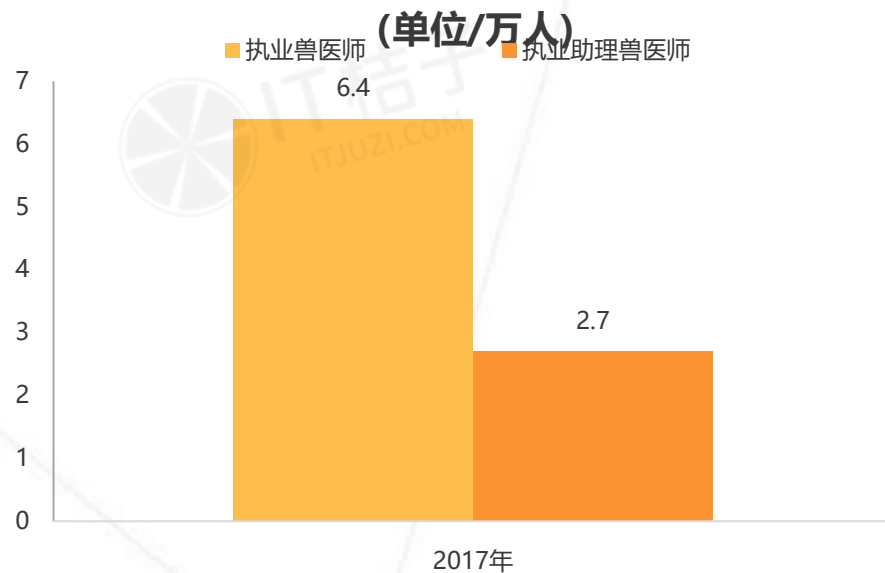
宠物医疗市场发展背景——进入快速发展期，宠物医院总数超过2万家，执业兽医师超过9万人

- 宠物医疗消费市场主要指代围绕宠物医疗需求的服务市场，通常包括疫苗接种、绝育、体检、门诊治疗、手术等服务。中国宠物医疗行业经历了小动物门诊出现的孕育期，2008年《动物防疫法》出台后的发展期，当前在资本与市场需求的的双重推动下进入快速发展阶段。
- 资料显示截止2019年7月，全国宠物医院总数在23000家左右，其中北京、成都、重庆几个城市宠物医院数量均超过了700家。此外，公开资料显示，2017年全国共计有9.1万人取得执业兽医师资格，其中执业兽医师6.4万人，执业助理兽医师2.7万人。

2019年百度地图全国前10城宠物医院数量变化



2017中国执业兽医师及执业助理兽医师数量



资料来源：宠业家、百度地图、网络公开资料、IT桔子整理

宠物医疗市场主体——以个体经营宠物诊所为主，连锁大型宠物医院

设备更先进，专业性更强

- 当前市场中可以为宠物提供诊疗服务的线下机构包括宠物医院、个体宠物诊所、第三方检测机构、宠物店等。
- 其中宠物医院是所有机构中专业性较强、诊疗手段较为先进的机构，通常可以为宠物提供门诊和手术、美容等多种医疗服务；
- 个体宠物诊所是当前市场中数量最多的机构，主要以个人经营者为主。部分经营者持有兽医执照或会聘请具有兽医执照的兽医师参与经营活动，这类机构通常能够为宠物提供门诊、检测以及简单手术和美容、寄养等服务，相较于宠物医院的专业性，其综合性较弱，同时诊疗能力又高于普通宠物店；
- 当前部分宠物店也会提供宠物诊疗服务，这种服务通常仅针对简单的病症；
- 此外，宠物医疗市场中还有一类第三方检测机构也能够提供宠物诊疗服务，不过这种服务通常围绕动物样本检测展开。

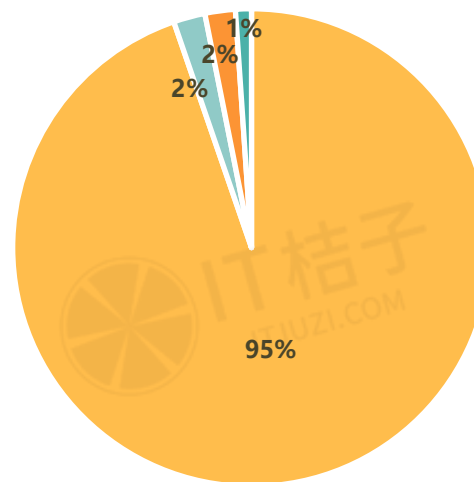
	宠物医院	个体宠物诊所	宠物店医疗服务
许可证	√	部分拥有	部分拥有
执业兽医资格证	√	部分拥有	部分拥有
动物防合格证	√	√	部分拥有
专业手术室/检验室/X光室等	√	部分个体诊所设置非专业手术室	无
医疗服务能力	高	中	低

宠物医疗市场格局——以个体经营宠物诊所为主，超过95%的宠物医疗机构注册资本小于500万

- 当前，中国宠物医疗市场中以宠物医院、宠物诊所为主体，其中个体注册的宠物诊所是数量最多的机构。
- 资料显示我国共计有超过1.7万家在业/存续的与宠物诊疗相关的机构，其中个体经营者占比超过了90%。
- 注册资本分布方面，95%左右的动物诊疗相关企业注册资本在500万以下；专业机构化的宠物医院中，市场上主要从事经营活动的宠物医院以大型连锁宠物医院为主，典型包括瑞鹏宠物医院等；此外部分科研单位/机构/学校也会设立下属动物医院，例如中国农业大学动物医院等。

中国在业/存续的动物诊疗相关企业注册资本分布

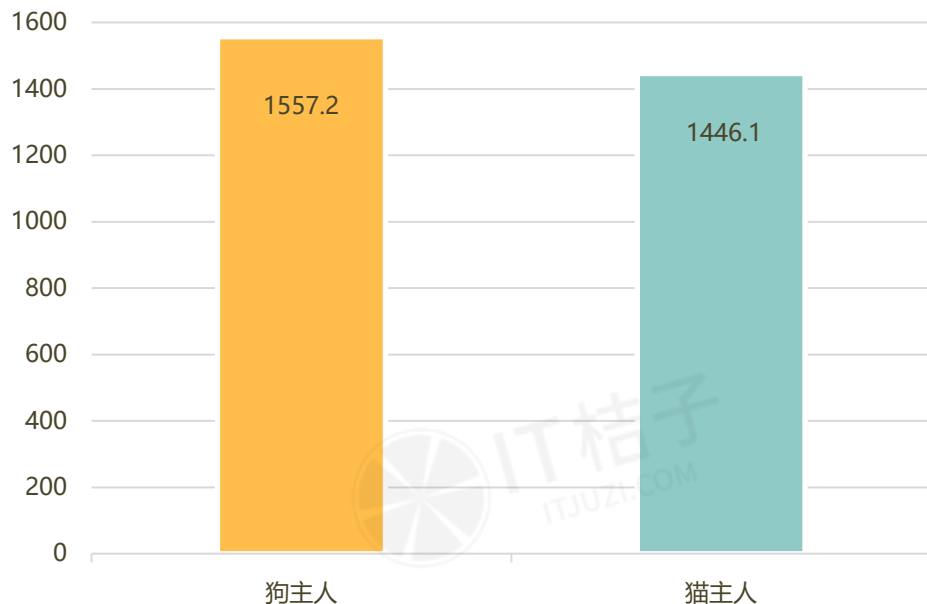
■ 500万以下 ■ 500-1000万 ■ 1000-5000万 ■ 5000万以上



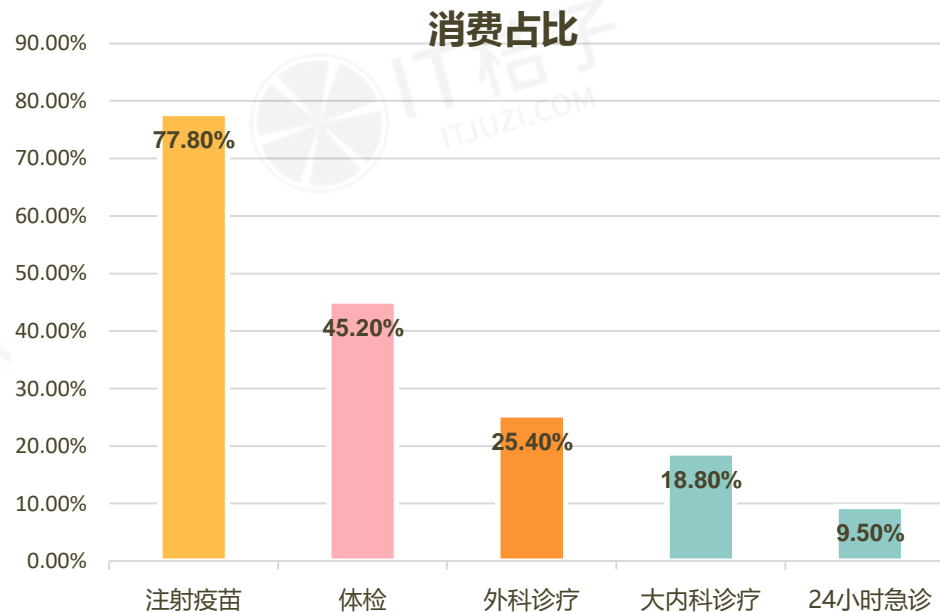
宠物医疗消费市场细分——宠物医疗消费以疫苗为主，单只宠物年均医疗消费约合1501.65元

- 根据针对宠物主的调查数据，2019年狗主人在宠物医疗上的年均花费为1557.2元，猫主人的年均医疗花费为1446.1元，年均猫狗医疗消费约合1501.65元。消费结构方面，宠物医疗消费以疫苗、驱虫、绝育等需求为主，其中疫苗需求为刚需。狗民网发布的《2019中国宠物行业白皮书》显示，宠物主购买宠物医疗服务的种类中，77.8%的人有选择疫苗消费；45.2%的人有选择体检消费。此外内科、外科诊疗分别占比25.4%、18.8%，有9.5%有过急诊服务消费。

2019年狗主人猫主人年均医疗消费（人民币）



2019年中国宠物主购买医疗服务种类

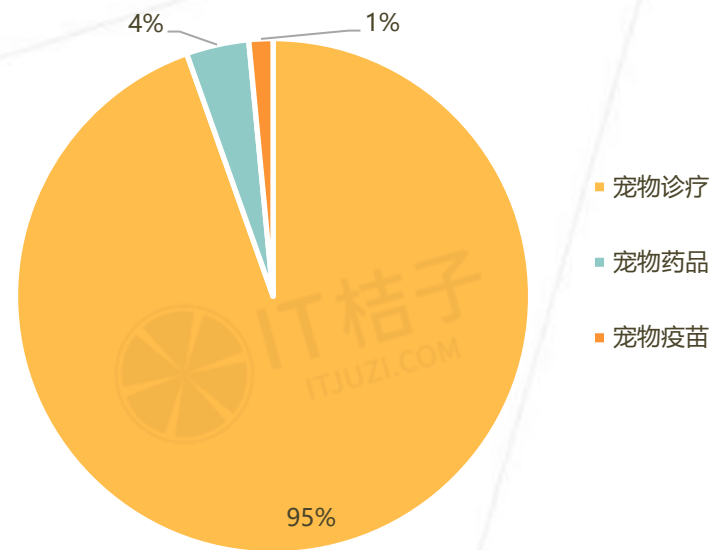


数据来源：狗民网《2019年中国宠物行业白皮书》、IT桔子整理

宠物医疗市场规模——预计2020年医疗服务市场规模超550亿元， 宠物诊疗市场规模或将超过500亿元

- 我们认为2020年中国宠物医疗服务市场规模约合559.36亿元，具体分类包括宠物诊疗、宠物医药销售、宠物疫苗。其中，宠物诊疗主要包括宠物医院、个体诊所等可以为宠物提供诊疗服务的机构。2020年宠物诊疗市场占比最大，约合528.9亿元。
- 其次是宠物医药市场，主要包括宠物药品销售。豹头研究院数据显示，2020年宠物药市场规模约合22亿元。
- 宠物疫苗消费频次最高，但市场规模相比较少。参考当前宠物疫苗占总体市场规模，我们认为当前宠物疫苗市场规模大致在8.46亿元左右。

2020E中国宠物医疗细分市场/亿元



宠物医疗市场产业地图



医药研发

疫苗、药物及保健品研发



诊疗及检测

宠物诊所



连锁宠物店医疗服务



宠物医药产品/保健品销售



典型连锁宠物医院品牌——芭比堂

芭比堂是一家动物医疗机构，由国内动物眼科专家董轶博士于1999年在北京创立。目前已在北京、上海、广州、深圳、武汉、杭州、宁波、济南和西安开设了100余家分院。IT桔子数据显示，2016年8月芭比堂获得高瓴资本数千万人民币战略投资，2017年8月被高瓴资本收购，2019年初合并进新瑞鹏集团，成为该宠物医疗集团的一部分。

- **业务矩阵：**芭比堂主要提供宠物医疗服务、体检服务、住院服务、美容服务以及宠物用品销售服务。

- **优势：**

团队：聘用多位具有多年临床经验的兽医师。兽医师以猫科专家毛军福、眼科专家李越鹏、微创专家程浩和心脏科专家马燕斌为核心，数十名临床兽医硕士在内的国内专业动物诊疗团队。

科室：当前芭比堂设有12大动物医学专科中心，同时医院引进了先进的动物诊疗设备。

手术项目：芭比堂除常规手术外可以开展国内具有创新性的医疗手术，包括眼科白内障超声乳化手术、骨科侧推板开窗减压手术、内窥镜手术、肿瘤外科手术等。

- 芭比堂是一个历史较长的宠物医疗机构，至今品牌已经有超过20年的历史，因此在用户认知度、医师资源、医院科室设备等方面都具有较强的优势，同时在全国门店的布局上也处于全国前列的位置。



典型宠物医疗集团——新瑞鹏集团

- 新瑞鹏宠物医疗集团有限公司（简称：新瑞鹏集团）是一家以宠物医疗为主营、业务多元化发展的大型综合性企业集团，由瑞鹏宠物医院与高瓴资本旗下多家宠物医院合并建立。目前，新瑞鹏集团下设宠物医疗集团、润合供应链集团、铎悦教育集团三大集团。

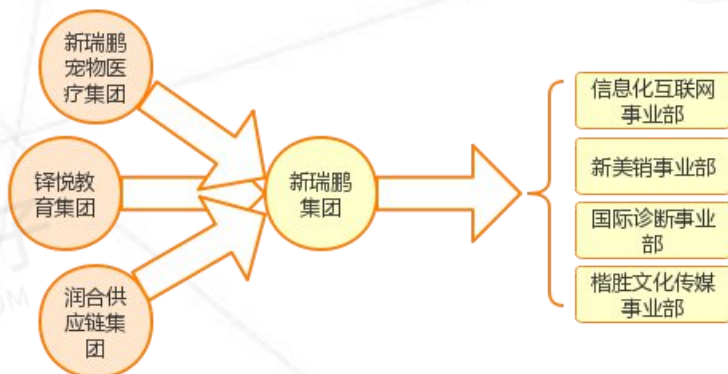
新瑞鹏集团融资记录

时间	轮次	金额	投资方
2015/12/25	A轮	数千万人民币	达晨创投/达晨财智
2016/9/3	新三板	未透露	公共股东
2017/11/19	战略投资	2.46亿人民币	阳光融汇资本
2018/8/18	战略投资	亿元及以上人民币	高瓴资本
2018/12/18	战略投资	数千万人民币	中宠股份
2020/9/29	战略投资	亿元及以上美元	腾讯投资、碧桂园创投、OrbiMed奥博资本、Aspex Management、清池资本Lake Bleu Capital、勃林格殷格翰、雪湖资本

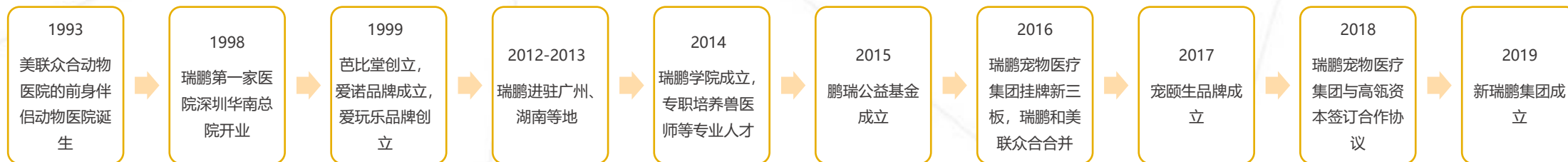
- 业务优势：**目前，新瑞鹏集团共计拥有超过1400家宠物医院，是当前宠物医疗集团中医院数量、覆盖面最广的宠物医疗集团。借助瑞鹏集团与高瓴资本的资源，当前新瑞鹏集团已经打通宠物医疗中医疗服务、供应链管理、人才培养资源等资源，并向产业链上下游延伸。

典型宠物医疗集团——新瑞鹏集团

- **品牌矩阵：**当前，新瑞鹏集团拥有美联众合动物医院、瑞鹏宠物医院、芭比堂动物医院、宠颐生、安安宠医、艾贝尔宠物医院、纳吉亚动物医院和凯特喵喵专科医院，以及爱诺动物医院、恒爱动物医院、顽皮家族宠物医院、贝克和史东动物医院、你我它动物医院、兰领动物医院、爱玩乐宠物医院、康科蒂亚宠医等品牌，在全国范围内开设有宠物中心医院及国际医院、各类宠物专科医院及社区医院1400多家。
- **业务矩阵：**新瑞鹏集团拥有宠物医疗连锁、中心医院、国际医院、供应链、教育集团、信息化互联网、新零售、国际诊断、文化传媒九大事业板块生态。



发展历程：



数据来源：网络公开、IT桔子整理

宠物医疗行业发展趋势——伴随集团化运作模式的成熟与市场的发展， 宠物医疗行业集中度将提升，医疗主体的专业程度也将提升

- 宠物医疗行业当前属高度分散的状态，医疗需求主要由宠物诊所满足。但随着大型宠物医疗集团的发展与连锁宠物医院的扩张，我国宠物医疗行业将向着专业化、集中化演变。
- 伴随宠物数量的增长，宠物医疗需求也将随之增长，宠物主对于专业化医疗的需求程度将更高。需求的演变也将刺激市场的变化，在宠物主不满足于“赤脚医生”的诊疗后，对具备兽医师资格的专业医师资源需求将加大。同时，连锁医院医师待遇的提升也将促使专业医师资源集中，促使宠物医院进一步发展。

医疗资源
分散化

医疗资源
集中化

医师资源专
业化不足

医师资源专
业化提升

第四章：宠物消费品市场

——国产产品品牌化趋势加强，智能化产品更受欢迎



宠物消费品市场定义——围绕宠物生活使用的快消费品市场

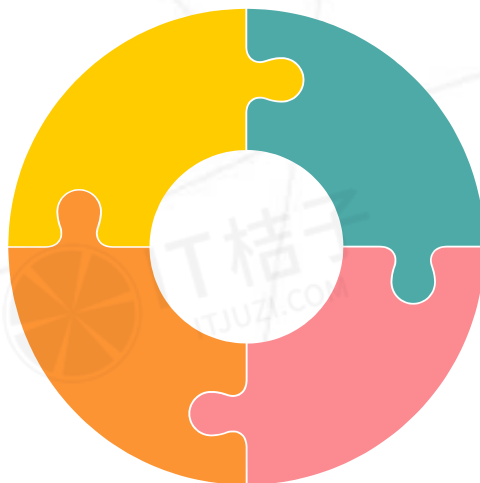
- 围绕宠物生活的消费品以快消品为主，在其概念上是包括宠物食品的，但由于宠物食品市场规模占比已达到整个宠物消费市场的1/3，因此我们将宠物食品设为独立章节。本章将聚焦宠物生活所需的消费品市场，主要包括宠物用具、清洁用品、宠物服饰、宠物玩具等细分市场。

宠物用具

常见的用具主要包括宠物窝/垫、食具、饮水器等提高宠物生活品质的产品。

宠物服饰

包括项圈、鞋子、衣服等起到御寒、美观、卫生等作用的服饰产品。



清洁用品

主要以宠物香波、滴耳露、修毛刀等减少宠物疾病发生、防治体内外寄生虫以及保持毛色光泽的用品。

宠物玩具

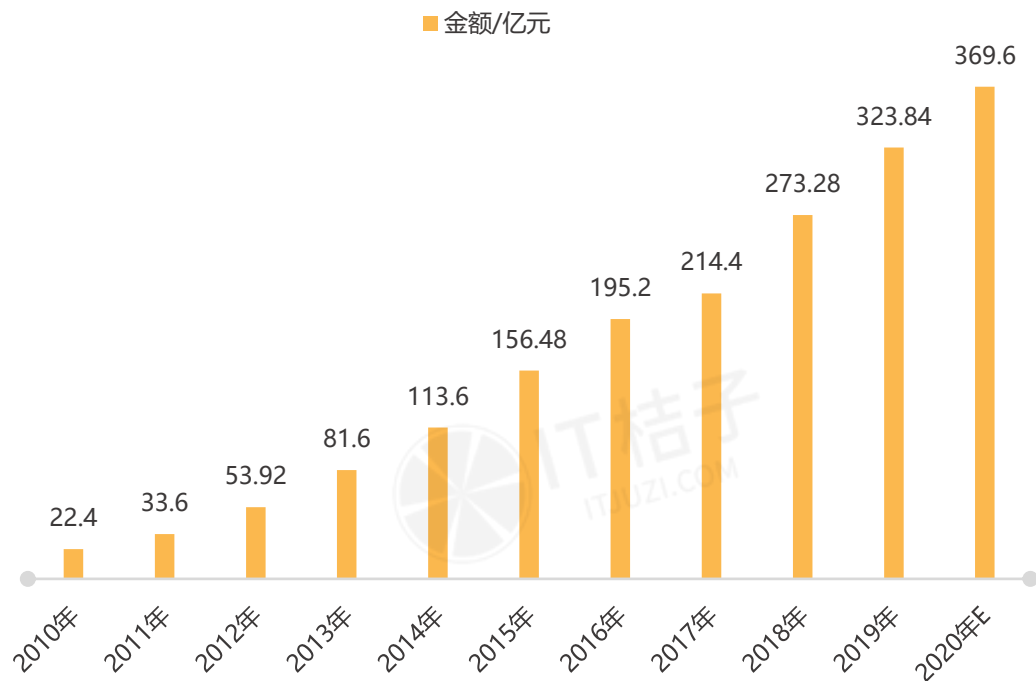
以球类、磨牙类、训练玩具等可以提供娱乐、消耗宠物精力、增强与主人互动的玩具。

- 其中，宠物日常用品与宠物清洁用品占主导地位，两者合计占据该领域接近80%的市场份额。宠物玩具的市场占比在逐年增加，当前占比超过10%。
- 值得注意的是，伴随技术的发展，宠物日常用品中智能产品数量持续增加，典型包括智能猫砂盆、自动喂食器、宠物饮水机等产品。该类目已经成为宠物消费品细分品类中增长较快的类目。

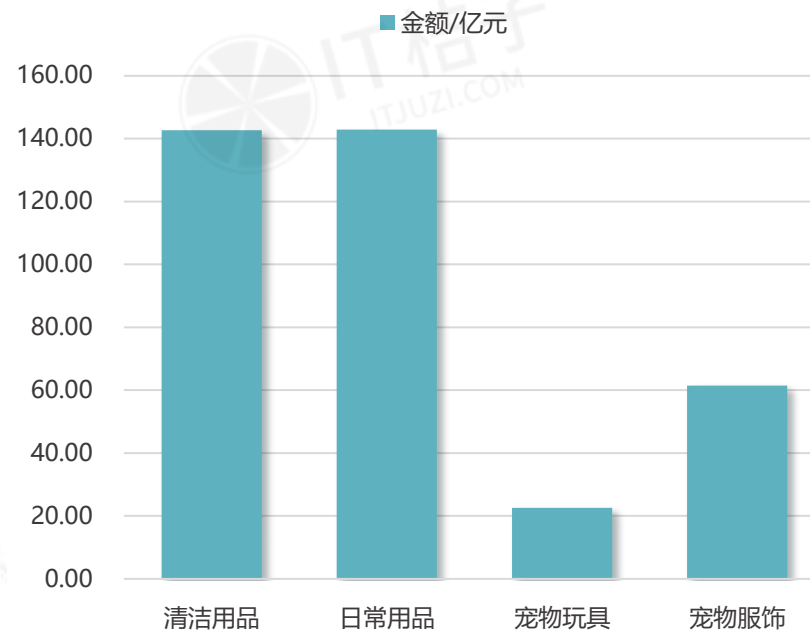
宠物消费品市场规模——2020年宠物消费品市场或将超过350亿，其中清洁用品与日常用品市场规模分别超过140亿

- 随着宠物消费市场的快速发展，我们认为至2020年宠物消费品市场规模或将达到369.9亿元。其中宠物清洁用品市场与宠物日常用品市场规模或将分别超过140亿元，宠物服饰市场规模约合61.46亿元，宠物玩具市场约合22.5亿元。

2010-2020E中国宠物消费品市场规模



2020中国宠物用品细分市场规模



数据来源：IT桔子整理 截止日期：2020年12月08日

典型宠物消费品品牌商——小佩宠物

- 小佩宠物是一家智能宠物硬件研发商，成立于2015年，旗下主要产品包括智能抗菌碗、智能喂食器、智能饮水机、宠物随行杯、智能牵引绳、智能猫牌狗牌、智能宠物伴侣、多功能猫爪板等。

小佩宠物融资记录

时间	轮次	金额	投资方
2013/11/1	天使轮	未透露	PreAngel、晨晖创投、格巨创投
2017/8/11	A轮	未透露	赛领资本（领投）、GGV纪源资本
2017/12/29	B轮	未透露	联新资本（领投）、ATLAS CAPITAL寰与资本（领投）
2018/4/13	B+轮	未透露	阿特列斯资本
2019/2/21	C轮	未透露	启明创投（领投）、GGV纪源资本
2020/9/18	C+轮	数千万美元	坤言资本（领投）、GGV纪源资本、启明创投、渙策资本

- 业务矩阵：**当前小佩宠物的业务已经从宠物智能产品扩展到宠物门店、宠物医院以及宠物食品等领域。其中小佩宠物智能硬件产品已经覆盖宠物喂食、喝水、睡眠、户外、清洁与玩乐六大板块；目前小佩宠物拥有1家旗舰型诊疗体验中心，2家社区型诊疗中心；2016年小佩宠物开始设立线下直营宠物门店，目前线下直营门店共有100家；2018年小佩宠物创立宠物鲜粮品牌“食物链”。
- 业务优势：**小佩宠物从智能硬件切入宠物市场，后续布局线下连锁宠物店业态，利用宠物连锁门店导流，推动智能产品和医疗服务销售。同时，通过自研+引入的方式扩展宠物门店SKU，并开放供应链平台，提升门店效率，通过会员体系联动宠物医院，完成用户、门店、医院的闭环体系。

典型宠物消费品渠道商——波奇宠物

- 波奇宠物是一家一站式宠物综合服务平台，成立于2008年，早期以“波奇社区”和“波奇商城”起步，后续推出波奇APP、创立自有品牌、引入SaaS解决方案、参投上下游企业。2020年9月30日波奇宠物在美国纽交所挂牌上市，被誉为中国“宠物电商第一股”。

波奇网融资记录

时间	轮次	金额	投资方
2013/1/8	天使轮	数百万人民币	点亮资本
2013/6/13	A轮	数千万美元	集富亚洲JAFCO、高盛(中国)
2014/3/1	B轮	2500万美元	高盛(中国)
2016/2/1	C轮	1.02亿美元	招商银行(领投)、高盛(中国)
2017/8/22	D轮	数千万人民币	鼎锋资产
2020/6/18	战略投资	6000万美元	投资方未透露
2020/9/30	IPO上市	7000万美元	公共股东

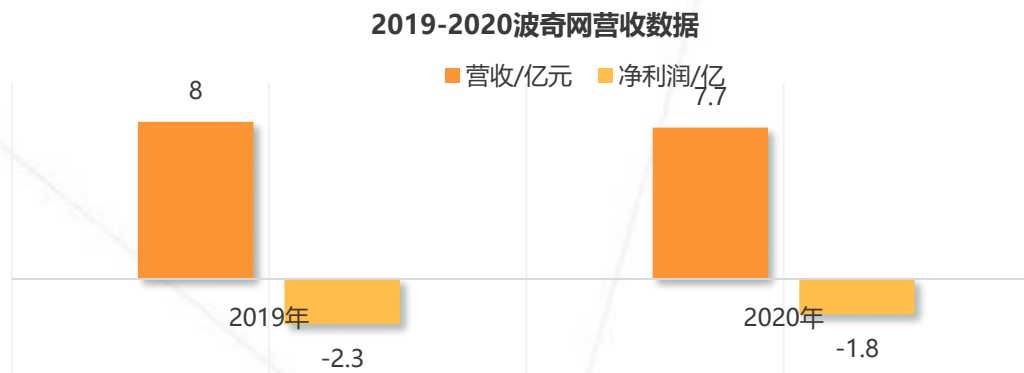
- 随着业务的扩展，波奇宠物已完成涵盖生产制造、医药研发、活体繁殖、自有品牌、线下门店、人员培训的全产业链布局。截止至2019年12月31日，波奇宠物已经收获了大约 2300 万中国注册用户。在品牌合作与销售上，波奇宠物合作品牌数约 570 个，SKU 总数超过 1.7 万个，囊括全球一线及国内新兴品牌；2021 财年一季度，波奇网客单价同比增长 54.4% 至 281 元，同期的复购率为 26.1%。外部渠道上，2019 年淘宝双十一数据显示，波奇宠物位居双十一宠物行业店铺销量第一。

典型宠物消费品渠道商——波奇宠物

- 波奇网业务链：**当前，波奇宠物已经在To C与To B两条业务线上展开服务。其中To C的服务已经从早期的围绕宠物社区向电商平台和本地生活服务平台演变，打通了从宠物社交到线上线下消费的环节。而To B的服务是在To C服务基础上的延伸，主要围绕波奇宠物在用户、渠道上的优势而展开。资料显示波奇宠物的主要营收依靠电子商务和合作实体宠物店的销售。



综合来说波奇宠物作为拥有宠物主用户数量最多的平台，在用户资源与流量上相对其他企业有较大的优势，但当前波奇宠物在营收结构等方面也有不可忽视的劣势——包括收入结构过于单一、对第三方平台依赖程度过高等问题。



宠物消费品市场产业地图

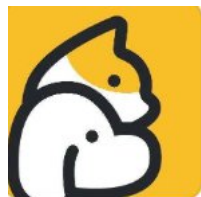


宠物用具

宠物窝



其他产品

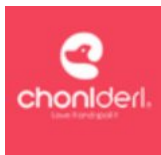


清洁用品

猫砂/猫砂盆



狗厕所/尿片等



宠物服饰

保暖服饰



外出服饰



配饰



宠物玩具



宠物消费品市场发展趋势——国产化、智能化

- 围绕宠物消费品品牌和使用习惯，当前宠物消费品市场的发展当前出现两个较为明显的特征——宠物消费品品牌国产化与宠物消费品智能化趋势。
- **国产产品品牌化：**中国是宠物附属用品出口国之一，拥有大量技术成熟的宠物用品生产代工厂。目前，随着由电商主导的C2M等模式出现与发展，国内厂家得以借助淘宝、拼多多等电商平台的销售数据反作用于产品生产，回应消费市场需求。同时，部分厂商自创品牌的意识已经觉醒，国产品牌在进一步崛起。
- **智能化：**在白领人群成为宠物主要消费者后，围绕宠物定时喂养等痛点，智能化家电产品应运而生。相关数据显示，2018至2019年，线上宠物智能设备主要以宠物环境监察设备为主，消费占比近40%，宠物智能穿戴设备及智能喂养设备正在受到越来越多消费者的欢迎。



升级

国产产品品牌化

智能化

第五章：宠物服务消费市场

——服务集中在清洁美容方面，其他服务市场基本空白



宠物服务市场分类——围绕宠物主和宠物，提供日常生活和休闲娱乐的服务市场

- 宠物服务市场一般指代面向宠物主和宠物，提供满足日常生活和休闲娱乐的服务市场。本章将针对除宠物医疗服务以外的其他服务展开。
- 当前宠物服务市场主要分为美业服务、殡葬服务、生活服务、休闲娱乐、其他服务等。其中，美业服务包括宠物美容、宠物洗浴等；殡葬服务包括宠物火化、安葬等服务；生活服务包括宠物培训、宠物寄养、宠物出行等；休闲娱乐包括宠物摄影、宠物主题活动等。



宠物美业服务

包括宠物美容、宠物洗浴、宠物造型、指甲修剪等与宠物美业相关的服务



宠物殡葬服务

包括宠物火化、宠物安葬、墓地等于宠物殡葬相关的服务



宠物生活服务

包括宠物培训、宠物寄养、宠物婚介等与宠物生活相关的服务



宠物休闲娱乐

包括宠物社交、宠物摄影、宠物主题活动等与宠物休闲娱乐相关的服务



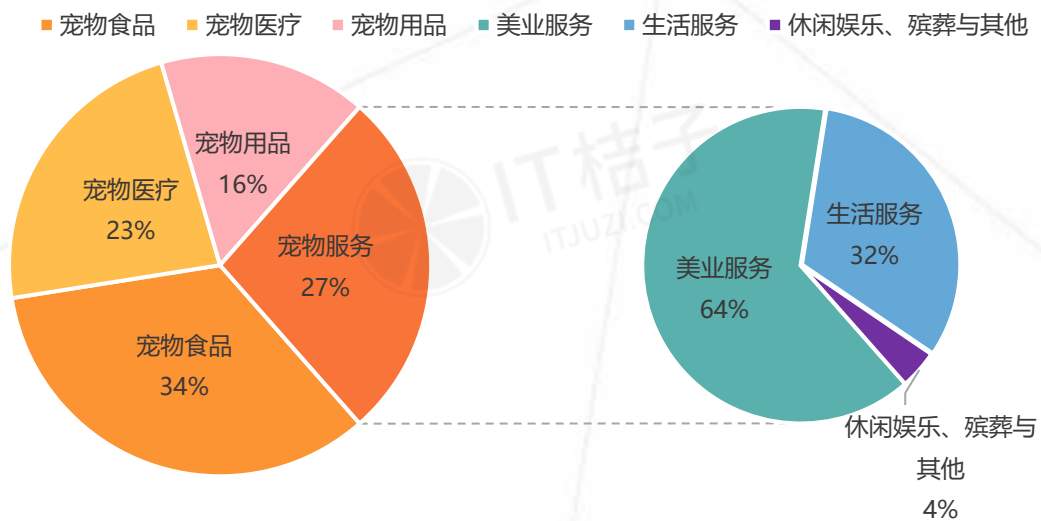
其他服务

包括宠物出行托运、宠物保险、配种等其它服务

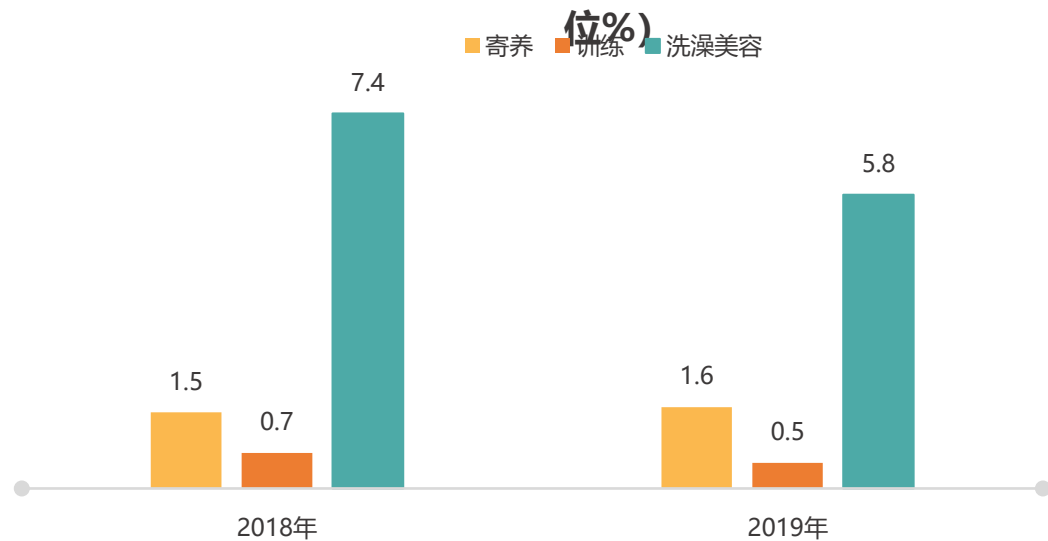
宠物服务市场规模——2020年宠物服务市场规模约合542.17亿元，美业服务占比最高

- IT桔子估算显示2020年中国宠物服务市场规模约合542.17亿元。细分市场主要包括：宠物美业服务、宠物寄养/训练与其他服务等，其中宠物美业服务市场占比最高，2020年约合346.98亿市场规模，生活服务约合173.49亿市场规模，休闲娱乐、宠物殡葬与其他占比较低，约合21.68亿市场规模。
- 值得关注的是2018年至今不同类型宠物服务的市场占比也发生了变化，其中宠物美业服务与训练等生活服务需求减少，宠物寄养等需求略有增长。同时，一些新兴的服务如宠物摄影与殡葬等服务正在出现与兴起。

2018-2019中国宠物服务市场细分市场分布



2018-2019中国城镇宠物（猫犬）消费结构变化（单位：%）



数据来源：《2019宠物行业白皮书》、艾媒咨询《2020H1中国宠物经济运营现状与发展趋势研究报告》、IT桔子整理

宠物服务市场典型企业——宠物服务与商品零售品牌宠物家Pet'em

- 宠物家Pet'em是一家综合性宠物服务与商品零售品牌，成立于2015年，主要提供宠物洗美、特色服务、商品零售与寄养等服务与商品。宠物家核心成员主要来自百度、ofo小黄车、CUSHMAN & WAKEFIELD 和酷迪。

宠物家Pet'em融资记录

时间	轮次	金额	投资方
2016/8/8	天使轮	未透露	深圳协同创新基金
2017/6/16	A轮	数千万人民币	深圳协同创新基金、高瓴资本、合江资本
2019/9/4	B轮	1亿人民币	熊猫资本、上海肇鼓（领投）

- 宠物家Pet'em在北京、深圳等地拥有近40家直营店铺，200余宠物美容师服务团队。线下门店主要为宠物提供洗澡、美容、洁白牙齿、毛发护理、清洁护理等服务。主打“服务标准化”和“数据系统支撑的运营体系”，利用宠物家历史服务数据做标准化建模。
- 2019年宠物家门店开始售卖商品，同期上线线上商城。以高频刚需的服务切入市场后深挖上游产业链切入商品售卖。

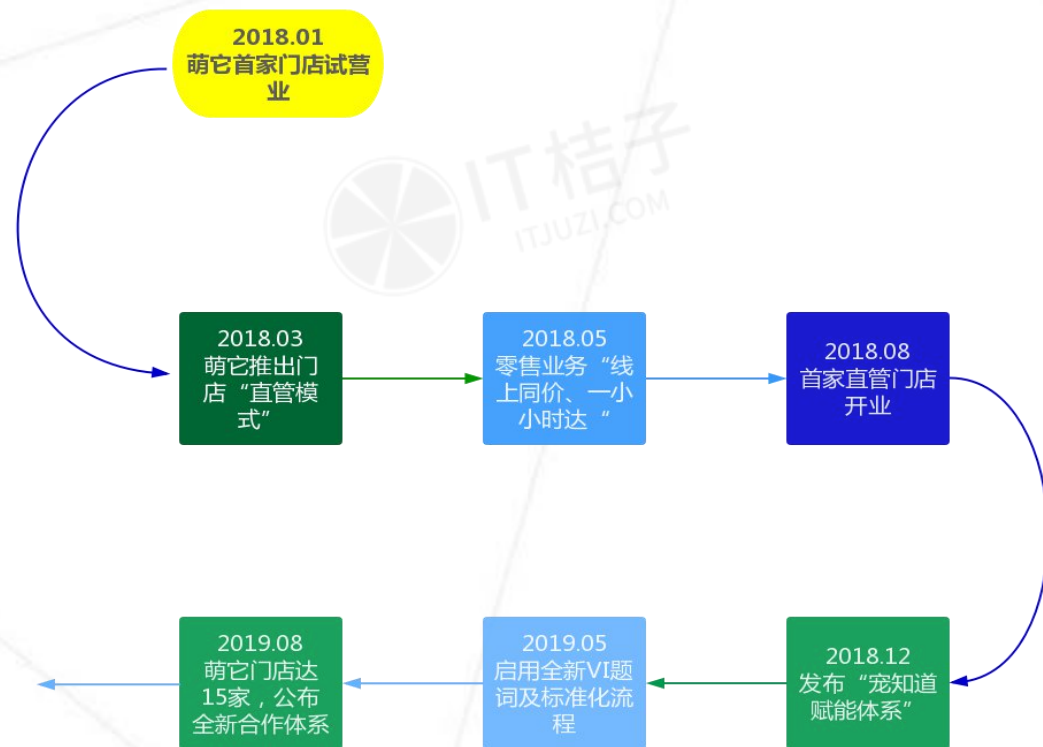


宠物服务市场典型企业——宠物门店连锁品牌萌它宠物

- 萌它宠物是一个直管体系宠物连锁品牌，成立于2017年，主要为用户提供宠物洗澡美容、宠物寄养、宠物食品、宠物医疗等服务项目。此外，它与宠物行业B2B平台“宠知道”合作，提供宠物商品零售服务。2018年开设第一家“Mentapets萌它”连锁宠物店，至今已经在北京开设20多家门店。
- IT桔子数据显示，2019年11月26日萌它宠物获得由青松基金投资的1000万人民币A轮融资。

特点：

- 1) 萌它以“直管”模式为主，即合伙人提供店铺房租资金和店员薪资，其他部分由萌它品牌总部负责。
- 2) 当前，萌它门店已经入驻美团、饿了么、京东到家等平台，为周边3公里内的用户提供1小时达的配送到家服务。
- 3) 萌它强调标准化服务，围绕宠物服务中制定了多项标准。
- 4) 萌它自主开发了一套管理系统，实现门店管理信息化。在选品上，一方面萌它依托门店消费数据，实现产品反向定制和自有品牌的积累；另一方面萌它与多个宠物品牌一级代理合作。



宠物服务市场典型企业——宠物殡葬服务企业宠慕

- 宠慕是一家宠物后市场全链服务商，于2016年10月成立，专注于宠物善后服务，提供包括宠物殡葬、骨灰钻石、宠物标本、高端定制等宠物善后服务。
- 其中，殡葬类服务，即为宠物提供墓地、火化等服务；标本服务是按照用户要求把宠物制作成标本；定制类服务即用宠物的骨灰为用户制作宠物钻石等；线上墓碑则是在线上建立宠物墓碑，通过长时间的用户沉淀，达成一个养宠社区的建设。目前，宠慕的交易主要在线下和淘宝进行，平台当前已经在宋庄建立了线下体验店。
- 宠慕资料显示当前已经经过民政备案，拥有相关证照；可以为宠物主提供7*24小时的资讯服务；服务全程透明与安全，并可提供1对1服务。



遗体冷存

宠物遗体专业
密封恒温冷存



遗体接送

宠物遗体专车
接送



宠物安乐

宠物医院医师
到店安乐，全
程可见



宠物火化

进口设备超高
温单炉火化



骨灰寄存

独立寄存室、
灵龕，区别于
墓地



更多服务

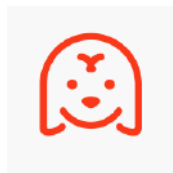
宠物克隆、骨
灰钻石、宠物
标本等服务

宠物服务市场产业地图



美业服务

线下门店



服务平台



殡葬服务

线下门店



福派宠物 一切源于爱



其它服务



生活服务

线下门店



服务平台



宠物休闲娱乐

宠物乐园



宠物社交



WWW.CHONGNIKEJL.COM

宠物服务市场痛点及发展趋势——规模化程度较低，大型连锁服务品牌已经出现，细分服务市场潜力待挖掘

- 目前，宠物服务市场进入门槛较低，宠物店大多是单体运营状态，连锁服务品牌较少；同时，单体宠物店部分服务人员技能培训不足，服务能力有待提升。与之对应的是，宠物主对服务提供商的忠诚度不高。
- 随着宠物市场的发展，宠物主对宠物服务需求增加，宠物服务市场已经出现包括萌它宠物、宠物家等连锁宠物服务店铺。这类连锁门店较为重视管理，对服务系统有需求。同时它们对于专业服务有更高的要求，会给对从业人员进行不同程度的培训。
- 但是宠物服务市场仍处于待深度挖掘的状态。
- 目前，针对宠物的服务主要集中在洗澡美容等方面，对围绕满足宠物主心理需求的宠物摄影、宠物主题活动等休闲娱乐活动服务商数量较少，市场空白较多。

痛点：行业准入门槛低；从业者专业技能不足

发展：连锁宠物服务品牌商的出现促进服务质量提升。

发展：细分服务市场仍有待发掘

第六章：宠物消费市场投融资情况

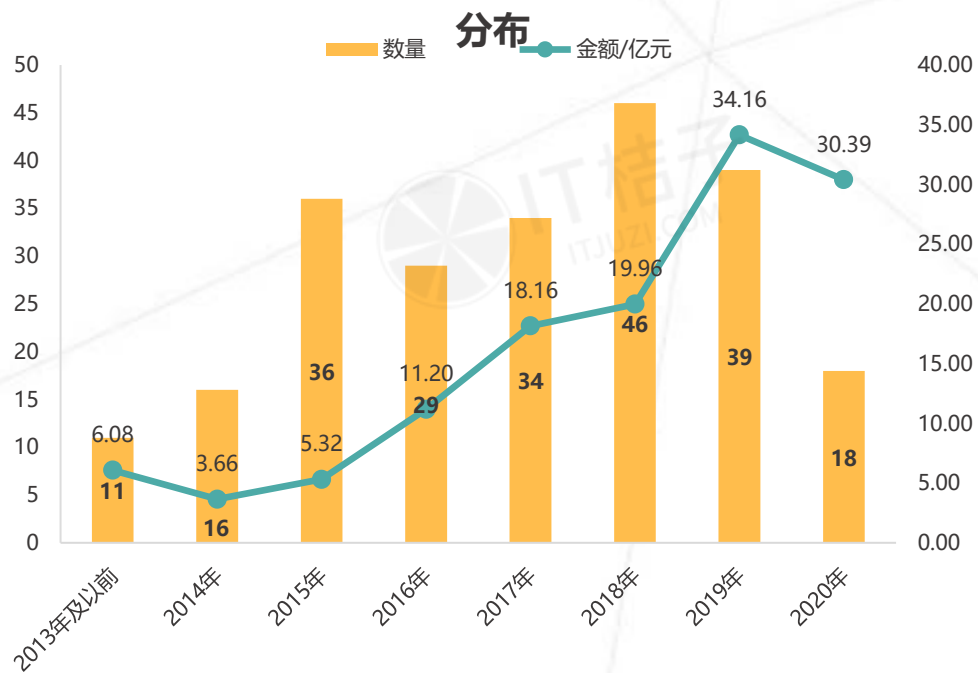
——共计出现232起投资事件，高瓴资本重仓宠物医疗



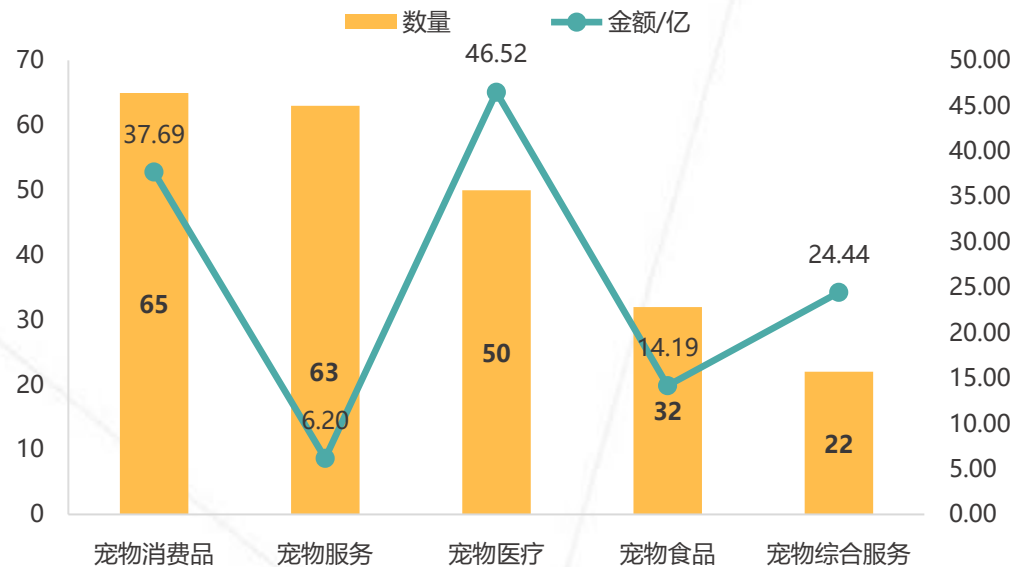
宠物消费市场投融资概况——宠物消费品领域投资事件最多，医疗领域拿钱最多

- 宠物消费市场的投融资在2013年以后逐渐兴起，2018年是投资事件集中出现的年份，IT桔子数据显示，2018年宠物消费市场共计发生46起投资事件。2019年至今，该领域投资事件数量持续减少，2020年截止至11月25日共计发生18起投资事件。
- 细分领域方面，宠物消费品领域投资事件数量最多，共计出现65起，其次是宠物服务市场，共计发生63起。值得注意的是宠物医疗领域是当前投资事件金额合计最高的领域，总交易金额超过45亿元。

2000-2020中国宠物市场投融资事件年份及金额



2000-2020中国宠物市场投融资事件领域及金额分布

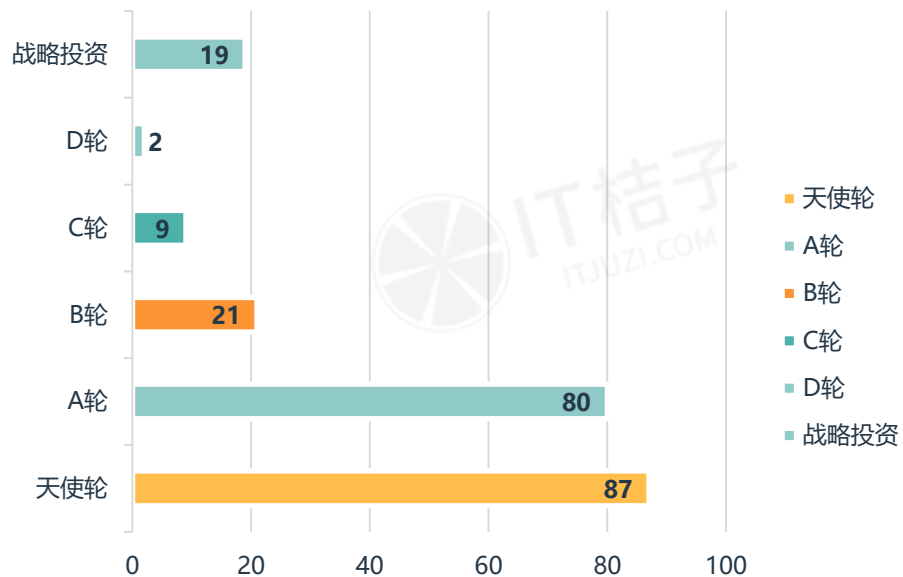


数据来源：IT桔子@itjuzi.com 截止日期：2020年11月25日

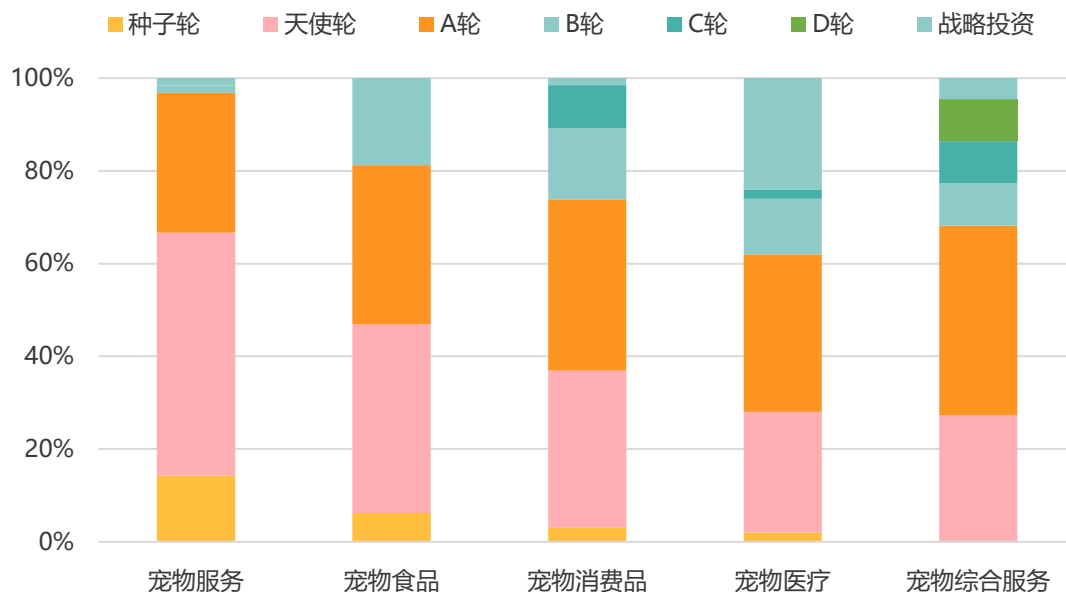
宠物消费市场投融资概况——早期投资较为集中，医疗领域出现中后期投资

- 目前，宠物消费市场中，早期投资仍占较大比例，市场整体处于早期发展阶段。IT桔子数据显示，截止至2020年11月25日，早期投资事件占总体事件比例超过了70%。
- 值得关注的是宠物医疗和宠物综合服务领域已经经历了早期发展，当前向成熟期转移，中后期投资事件占比较高，甚至已经有包括波奇网等企业完成IPO。数据显示，宠物医疗领域中后期投资事件占比超过了40%，宠物综合服务领域中后期投资事件占比超过了30%。

2000-2020年中国宠物消费市场历史融资轮次分布情况



2000-2020年中国宠物消费市场历史融资领域分布情况



数据来源：IT桔子@itjuzi.com 截止日期：2020年11月25日

宠物市场大额投资事件列表

日期	企业名称	领域	轮次	金额	投资方
2020-09-29	新瑞鹏	宠物医疗	战略投资	数亿美元	腾讯投资,OrbiMed奥博资本,Aspex Management,碧桂园创投,清池资本Lake Bleu Capital ,勃林格殷格翰,雪湖资本
2016-02-01	波奇宠物	宠物综合服务	C轮	1.02亿美元	高盛(中国),招商银行
2019-10-16	乖宝宠物	宠物食品	B轮	5亿人民币	君联资本,兴业银行
2019-08-21	极宠家	宠物消费品	A轮	5亿人民币	新瑞鹏
2020-06-18	波奇宠物	宠物综合服务	战略投资	6000万美元	未透露
2018-05-24	瑞派宠物	宠物医疗	战略投资	3.5亿人民币	高盛Goldman Sachs(国外),华泰新产业基金,瑞济生物
2017-07-22	E宠商城	宠物消费品	B轮	5000万美元	IDG资本
2019-05-28	疯狂小狗	宠物消费品	B轮	3亿人民币	复星集团,光点资本
2019-07-16	福贝宠食	宠物食品	B轮	3亿人民币	深创投,毅达资本,歌斐资产,海富产业投资,金鼎资本,凯珩资本,中比海富
2017-07-10	联宠	宠物综合服务	A轮	数亿人民币	清控银杏创投,国家中小企业发展基金(国中创投)

数据来源: IT桔子@itjuzi.com 截止日期: 2020年11月25日

宠物消费市场典型投资机构——高瓴资本

- 高瓴资本是一家专注于长期结构性价值投资的公司，2005年成立。IT桔子数据显示，当前高瓴资本参与的投资事件超过300起，覆盖包括医疗健康、企业服务共计17个行业。2016年，高瓴资本收购德国宠物品牌俊宝 Gimborn，开始其在宠物行业的布局。当前，高瓴资本已经通过投资并购等方式，布局宠物产业链多个领域，并重仓宠物医疗领域。

高瓴资本投资典型案例（宠物市场）

时间	企业名称	轮次	金额	投资方
2018-08-18	新瑞鹏	战略投资	数亿人民币	高瓴资本
2018-07-06	艾贝尔	A轮	数千万人民币	高瓴资本
2018-05-05	顽皮家族	B轮	数千万人民币	高瓴资本
2017-12-27	小暖医生	A+轮	数千万人民币	高瓴资本
2017-06-16	宠物家Pet'em	A轮	数千万人民币	高瓴资本,深圳协同创新基金,合江资本
2017-04-07	顽皮家族	A轮	数千万人民币	高瓴资本
2017-01-05	比瑞吉	A轮	数千万人民币	高瓴资本
2016-11-08	安安宠物医院	天使轮	数千万人民币	高瓴资本
2016-08-04	芭比堂动物医院	战略投资	数千万人民币	高瓴资本

高瓴资本并购事件典型案例（宠物市场）

时间	企业名称	金额	投资方
2018-08-16	小暖医生	数千万人民币	高瓴资本
2018-08-08	宠颐生	数千万人民币	高瓴资本
2018-06-14	纳吉亚动物医院	数千万人民币	高瓴资本
2018-05-31	宠福鑫	数亿人民币	高瓴资本
2018-05-22	爱诺动物医院	数亿人民币	高瓴资本
2017-11-28	西安你我它宠物医院	数千万人民币	高瓴资本
2017-10-23	安安宠物医院	数亿人民币	高瓴资本
2017-08-28	芭比堂动物医院	数千万人民币	高瓴资本
2017-04-14	酷迪宠物	未透露	高瓴资本
2016-10-20	俊宝Gimborn	数千万美元	高瓴资本

数据来源：IT桔子@itjuzi.com 截止日期：2020年11月25日

宠物消费市场关停倒闭案例

截止2020年11月25日，我们统计了部分宠物消费领域已关停倒闭的公司。在47个死亡样本中，其中34家公司涉及烧钱而死亡，26家公司与现金流断裂相关，16家公司死亡原因与行业竞争相关；存续时间分布方面，当前存续时间在3年左右死亡的企业数量最多。

名称	简介	成立时间	地点	工商状态	死亡原因
产品狗PMgo	宠物活体交易服务平台	2015-05	北京-朝阳区	注销	烧钱、行业竞争
养宠无忧	养宠用户社区类、服务类应用。	2011-12	广东-深圳	注销	商业模式匮乏、
看到网	宠物服务的在线网络	2012-02	北京-海淀区	注销	烧钱、现金流断裂
握爪	宠物社区O2O平台	2014-10	上海-静安区	注销	现金流断裂、营销不足
爱狗团	宠物狗交易平台	2014-10	湖北-武汉	注销	现金流断裂、营销不足
壹盟宠	宠物一站式服务app	2014-08	上海-闵行区	注销	烧钱、现金流断裂
遛遛宠物	基于宠物的移动社交应用	2014-09	上海-徐汇区	吊销	烧钱、现金流断裂
闻闻窝	宠物视角的图片分享应用	2013-01	北京-朝阳区	注销	现金流断裂、营销不足
宠物圈	基于宠物的移动社交应用	2013-08	北京-丰台区	注销	烧钱、现金流断裂

第七章：宠物消费市场投资建议

——国产健康食品品牌值得关注，宠物生活服务市场具挖掘潜力



宠物消费市场投资建议——国产健康食品品牌值得关注；宠物生活服务市场空白较大，具挖掘潜力

- 当前宠物消费服务需求基本涵盖宠物全生命周期，从出生、成长到死亡，围绕宠物的消费品及服务日益丰富与多样化。在宠物市场高速增长的同时，也引起了投资机构的关注。目前已经有包括高瓴资本、GGV纪源资本、IDG资本等VC/PE机构参与投资该领域的优质项目。
- 具体到细分市场中，目前高瓴资本重仓宠物医疗市场，其中头部企业基本被高瓴资本并购或参投。同时高瓴资本联合瑞鹏集团推出新瑞鹏集团，基本整合了宠物医院资源。但市场上，宠物医疗服务主体仍为个人宠物诊所。相关服务机构分散程度较高、专业程度较低，改造空间较大。
- 宠物食品市场中已经有包括中宠股份等上市公司，也出现了包括疯狂的小狗、波奇宠物等新兴中国本土宠物食品品牌。目前市场仍以海外宠物食品品牌为主。对比海外品牌，中国本土品牌仍需加强产品质量把控与宣传，让消费者了解中国品牌，放心使用中国品牌。
- 宠物消费品领域中，智能化产品销量大幅提升，这意味着满足宠物主对相关产品“方便”、“自动”的需求较大。但该领域中，还未出现市场占有率过半的品牌，新品牌与新品类的发展空间相对较大。
- 宠物服务市场是当前发展潜力最大的市场，相关资料显示围绕宠物生活相关的服务需求，包括出行、娱乐等需求正在增长。目前该市场中围绕宠物出行、满足宠物主心理需求的服务市场仍存在大量空白。因此我们认为，宠物市场中当前发展潜力较大的领域为宠物服务领域，其中以宠物主为核心的服务市场更有待于开发。

作者

IT桔子文化&消费行业分析师 武玥

版权声明

本报告版权归属为IT桔子，如未获取授权，请勿私自转载。

本报告仅根据市场已披露的公开投融资交易事件进行统计。

反馈及联系：hello@itjuzi.com 或 IT桔子公号 (ID: itjuzi521)



关于IT桔子

IT桔子是关注IT互联网行业的结构化的公司数据库和商业信息服务提供商,于2013年5月21日上线，目前是全行业信息最全面的创投数据库。

IT桔子致力于通过信息和数据的生产、聚合、挖掘、加工、处理，帮助目标用户和客户节约时间和金钱、提高效率，以辅助其各类商业行为，包括风险投资、收购、竞争情报、细分行业信息、国外公司产品信息数据服务、定制报告等。