TOPEASE 特易资讯

PET FOOD EXPORT REPORT • VOL.01 • 2026

中国宠物食品出口分析及重点市场白皮书

2026年1-7月中国宠物食品出口结构、新兴市场机会、准入政策与开发策略

23.5 亿美元
出口合计(1-7月)

35.1 亿美元
2025全年参考

7 个HS
成品+原料编码

3 国深挖
印尼/菲律宾/越南

特易（TOPEASE）· 企业数字化营销综合解决方案服务提供商

覆盖232个国家与地区 · 110亿+一手海关数据

金额单位亿美元/百万美元（原始数据为美元，按量级换算）。贸易结构数据来自 UN Comtrade via WITS（世界银行，2024）。本报告仅供市场研究与商业决策参考，不构成法律、税务或投资建议。

扫码加入
宠物行业交流/会员群

宠物行业学习+圈子群

深度关注宠物圈，推荐加入杨Sir会员



1、暗号“001”宠物行业交流群

2、暗号“999”宠物行业会员群

注：两群都可加入

发送暗号发你对应入群方式

关注公众号【**杨Sir宠物圈**】关注更新

报告概览 · 一页看懂

23.5
出口合计
2026年1-7月（亿美元）

35.1
2025全年
全年参考基线（亿美元）

39.7
2024全年
上年高点 39.7 亿

东南亚
主攻方向
印尼/菲律宾/越南三国

目录

章节	主题	要点
01	整体情况	中国宠物食品出口盘子：2026年1-7月合计 {yi(T26)} 亿美元，零售粮与饲料制剂双回升，豆粕曾拖累大盘。
02	核心品类	230910 猫狗粮 + 230990 制剂是双主力，合计占出口八成以上；8 列表看三年金额与红绿同比。
03	重点市场	印度尼西亚、菲律宾、越南三国深挖：中国供应占比、准入、渠道与打法（避开卷的欧美）。
04	政策与准入	出口饲料注册登记 + 印尼清真/菲律宾FDA/越南饲料法，认证决定能不能进场。
05	开发方式	OEM/ODM + 自主品牌两条腿，跨境电商与本地代理组合，0-12 月节奏。
06	未来展望	冻干/处方粮/功能粮趋势，东南亚是下一个放量区。
07	风险与结语	三张清单 + 风险矩阵：原料成本、认证、召回舆情一个都不能松。

五条核心结论

① **盘子回到双位数增长**：2026年1-7月 7 个 HS 合计 23.5 亿美元，猫狗粮（230910）+14.6%、饲料制剂（230990）+15.0% 同步回升。

② **制剂盘子比零售粮大**：230990 达 10.8 亿美元，超过 230910——"卖给工厂的"比"卖给铲屎官的"体量更大。

③ **东南亚是主攻区**：印尼/菲律宾 2024 年从中国进口猫狗粮分别为 57 百万美元（量第一）和 40 百万美元（第二大供应），欧美留给已经进场的玩家内卷。

④ **认证是隐形门槛**：印尼清真认证、菲律宾 FDA、越南饲料登记——不进认证清单，价格再低也进不了正规货架。

⑤ **原料即武器**：豆粕腰斩与肉骨粉/鱼粉高增说明原料端在换挡，报税看大盘更要盯成本传导。

数据来源：出口数据为特易海关口径（中国海关，2026年1-7月/2025/2024 全年）；市场结构数据来自 UN Comtrade via WITS（世界银行，2024）。



1 整体情况

Pet Food Export Overview · 双主力结构

01 整体情况 · 宠物食品出海站上双位数增长

1.1 出口总盘子与三年走势

2026年1-7月，本报告圈定的 7 个宠物食品相关 HS 编码出口合计约 **23.5 亿美元**（2025 全年 35.1 亿、2024 全年 39.7 亿）。拉长看节奏很清楚：**2024 年高基数（39.7 亿）→ 2025 年回落（-11.5%，主要是豆粕腰斩拖累）→ 2026年1-7月零售粮与制剂双回升**。猫狗粮（230910）1-7月同比 +14.6%、饲料制剂（230990）+15.0%，说明剔除原料波动后，宠物食品的"真需求"还在往上走。

23.5	35.1	+14.6%
出口合计(1-7月·亿美元)	2025全年(亿美元)	230910同比(1-7月)
+15.0%	**2+2+3**	**东南亚**
230990同比(1-7月)	成品/原料/饲用 结构	本轮主攻方向

1.2 为什么宠物食品值得单独看

宠物食品不是普通快消——它有四层特殊性：**第一，需求刚性+复购高**：宠物每天都要吃，订单频次稳定，比做整机/工程项目现金流健康；**第二，消费升级带得动单价**：欧美"人宠同质化"把宠物当家人，处方粮/冻干单价能到普通粮的 3-5 倍；**第三，代工属性强**：中国是全球宠物食品最大生产基地之一，OEM/ODM 单量大、起量快，自主品牌则是第二增长曲线；**第四，认证即门槛**：各国对动物饲料的准入（美国AAFCO/FDA、欧盟注册、印尼清真）天然筛掉一批小玩家，反而利好有合规能力的正规出口商。这四层，决定了它"既能走量又能做品牌"的特殊赛道属性。

HS编码	品类	2024	2025	2026 1-7月	2024同比	2025同比	2026 1-7月同比
230910	宠物食品（猫狗粮，零售包装）	1479.87	1411.54	946.07	**+20.7%**	**-4.6%**	**+14.6%**
230990	其他动物饲料制剂	1615.68	1618.58	1077.78	**+6.2%**	**+0.2%**	**+15.0%**
230110	肉骨粉等动物粗粉/油渣	0.02	0.09	0.18	**-23.0%**	**+497.2%**	**+652.8%**
230120	鱼粉及甲壳动物粉	0.49	1.27	0.85	**-78.0%**	**+158.1%**	**-19.1%**
230400	豆粕（提炼豆油所得油渣饼）	780.89	394.43	272.71	**+50.6%**	**-49.5%**	**-4.6%**
230800	饲料用植物原料/废料/残渣	90.52	85.45	55.32	**+10.1%**	**-13.5%**	**+10.1%**
121410	紫苜蓿粗粉及团粒	0.14	0.03	0.06	**+17.9%**	**-76.1%**	**+99.1%**

读法：金额为原始美元按 1e6 换算为百万美元，**保留 2 位小数**（小品类不直接变成 0）；同比为各年（或 2026年1-7月）较上年同期增速，**正红 / 负绿**。合计金额因四舍五入与正文口径略有出入，2026 1-7月合计 23.5 亿美元（合 2353 百万美元）。

1.3 冷热分化：零售粮与制剂回暖，原料换挡

维度	编码	2026年1-7月同比	解读
成品·零售粮	230910	+14.6%	猫狗粮出口回升，欧美成熟+东南亚增量
成品·制剂	230990	+15.0%	最大单品，越南/印尼/荷兰领跑
原料·豆粕	230400	-4.6%	2025腰斩(-49.5%)后企稳，价格周期仍压
原料·植物	230800	+10.1%	苜蓿/植物饲料稳定小步走
原料·动物	230110/230120	+652.8%/-19.1%	肉骨粉高增但基数极小，鱼粉回落

看这张表的正确姿势：不要把豆粕的涨跌当成宠物食品景气度的风向标——它是植物蛋白原料，价格跟大豆行情走，与宠物食品"消费需求"关系弱；真正代表宠物食品景气的是 230910+230990 两个成品编码，它们 1-7月同步回到 15% 附近的正增长。

1.4 供应链一句话地图

原料端
肉骨粉/鱼粉/豆粕国内配套，进口大豆+国产粕双向

→

制造端
山东/河北/河南宠物食品产业集群，OEM/ODM产能集中

→

出口端
欧美成熟市场走量，东南亚/中东新兴市场起量

→

品牌端
代工出海为主，自主品牌借跨境电商破圈

要把这些数字变成客户名单，**特易E平台**可以按 HS 编码级反查每一类编码的真实买家——7 行 HS 在 110亿+海关数据里都能找到对应进口商、采购频次、资质。先把清单建出来，再谈触达。

如果还想看哪个细分品类的买家结构、新买家上线节奏、竞品在东南亚的渠道分布——**特易海关数据**都能按 HS 编码级反查，按月跟踪，是这份报告从纸面落到日常运营的底座。

延伸要点 · 数据含义

双回升
零售粮+制剂 1-7月均回到 15% 正增长，剔除原料噪声看真需求。

盘子结构
230990>230910：卖给工厂的制剂比卖给终端的零售粮盘子还大。

原料噪声
豆粕是植物蛋白原料，跟大豆行情走，勿当宠物食品景气指标。

产业带
山东/河北/河南是宠物食品产能腹地，跨境电商+代工双轮。

数据底座
特易E平台 110 亿+海关数据按 HS 级反查，七行编码都能匹配买家。

复利逻辑
宠物不换粮→老客维护比抢新单更重要，7 成复购率是行业常态（特易客户库按月跟踪复购）。



2

核心品类

Category Deep-dive · 双主力 + 原料带

02 核心品类 · 一张 8 列表看懂三年

2.1 HS 骨架全表（金额单位：百万美元 · 同比正红/负绿）

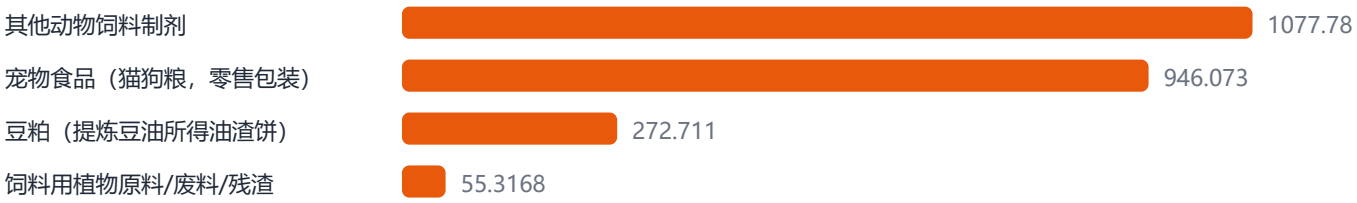
下表是整份报告的主干——7 个 HS 编码、三年金额、三个同比。看表先抓两件事：**谁在贡献增量**（230910/230990 双位数正增长）和**谁在拖后腿**（230400 豆粕 2025 年 -49.5% 直接压低了 2025 全年合计）。原料小品类（230110/230120/121410）金额极小、波动大，读表时按"战略观察项"看即可。

HS编码	品类	2024	2025	2026 1-7月	2024同比	2025同比	2026 1-7月同比
230910	宠物食品（猫狗粮，零售包装）	1479.87	1411.54	946.07	+20.7%	-4.6%	+14.6%
230990	其他动物饲料制剂	1615.68	1618.58	1077.78	+6.2%	+0.2%	+15.0%
230110	肉骨粉等动物粗粉/油渣	0.02	0.09	0.18	-23.0%	+497.2%	+652.8%
230120	鱼粉及甲壳动物粉	0.49	1.27	0.85	-78.0%	+158.1%	-19.1%
230400	豆粕（提炼豆油所得油渣饼）	780.89	394.43	272.71	+50.6%	-49.5%	-4.6%
230800	饲料用植物原料/废料/残渣	90.52	85.45	55.32	+10.1%	-13.5%	+10.1%
121410	紫苜蓿粗粉及团粒	0.14	0.03	0.06	+17.9%	-76.1%	+99.1%

三个核心品类速读：① **230910 猫狗粮**——2026年1-7月 946M、同比 +14.6%，是出口最稳的"现金牛"品类，欧美补库+东南亚放量双轮驱动；② **230990 饲料制剂**——1078M 超越 230910 成第一品类，是"卖给工厂"的 B 端生意，越南/印尼/荷兰领跑；③ **230400 豆粕**——2025 年 -49.5% 腰斩，是植物蛋白原料、**不是宠物食品景气指标**，剔除它之后宠物食品内生需求其实是回升的。

2.2 双主力结构：230910 零售粮 vs 230990 制剂

2026年1-7月四大品类金额（百万美元）



来源：特易口径（2026年1-7月） 制图：特易E平台

> 230990（其他动物饲料制剂）以 **1078 百万美元**排第一，超过 230910 零售粮（946 百万美元）。这个"制剂比零售粮大"的结构，是宠物食品行业区别于普通消费品的地方：**制剂里既有宠物处方粮/功能粮的成品出口，也有供给海外饲料厂做二次加工的预混料/添加剂**——你卖的不只是"粮"，还有"造粮的原料和配方能力"。越南、印度尼西亚、荷兰是其 top3 去向，东南亚的饲料/宠食产能正在承接这波中间品需求。

给出口商的启示：如果只盯零售粮（230910），你会漏掉一块更大的生意——把制剂/预混料卖给海外工厂。230990 的买家是 B 端工厂，一旦打进供应链，复购稳定、单量大，比 C 端零售粮的获客成本低得多。要建这份买家名单，可以用**特易海关数据**按 HS230990 反查进口商——看采购规模、频次、资质，三步跑通后把主动权握在自己手里。

230910 vs 230990 · 内部对比

维度	230910 零售粮（猫狗粮成品）	230990 饲料制剂（预混料/添加剂）
买家类型	C 端经销商 / 跨境电商	B 端代工厂 / 饲料厂
定价模式	终端零售价定锚，中间商层层加价	按吨/按配方议价，成分价格透明
复购周期	受终端消费波动，2-3 月补货	配方稳定则按月复购，长期供货
认证复杂度	AAFCO / FDA / EU 配方标注	Halal / 饲料登记 / 工厂审核
获客路径	电商测款 + 当地分销	直供 + 技术支持绑定
单价区间（示意）	零售端 1-5 美元/kg	工业端 0.5-3 美元/kg
风险点	C 端舆情、汇率、关税	配方替代、工厂账期

一句话结论：**230910 打品牌利润，230990 打供应链粘性。**两条路不互斥——多数成熟工厂是"零售粮小批量打品牌 + 制剂大批量保现金流"组合经营。

2.3 产品形态与价格带（行业认知，示意参考）

形态	特征	典型去向	出口商打法
干粮	走量主力、毛利中等	欧美+东南亚	OEM/ODM 大单走量
湿粮/罐头	单价高、冷链敏感	欧美成熟市场	小单快反+代工
零食/咬胶	高复购、差异化强	欧美+新兴	自主品牌试水首选
处方粮	高单价、需兽医背书	欧美	与当地渠道/诊所合作
功能粮/冻干	增长最快、单价最高	欧美高端	品牌溢价打法

> 形态上，**干粮是基本盘、零食是自主品牌最容易的切入点、处方/功能粮是利润天花板**。对多数中国工厂，现实路径是：先用干粮+零食的代工单把产线跑满、验证交付能力，再挑一两个单品打自主品牌——东南亚市场对"中国品牌"接受度高，是比欧美更友好的品牌首发地。

2.4 原料带：豆粕之外的小品类机会

编码	原料	1-7月金额(百万美元)	信号
230110	肉骨粉	0.2	高增(+652.8%)但基数极小，观察
230120	鱼粉	0.8	-19.1%，蛋白原料价格周期回落
121410	紫苜蓿	0.1	稳定小品类，小宠(兔/鼠)饲料用

三个原料小品类合计不足 200 万美元，对大盘无实质影响，但它们是"中国宠物食品产业链向外延伸"的前哨——肉骨粉/鱼粉既是中国进口的原料，也是小规模出口项，反映国内动物蛋白加工能力的溢出。战略观察即可，不必当业绩线。

延伸要点 · 数据含义

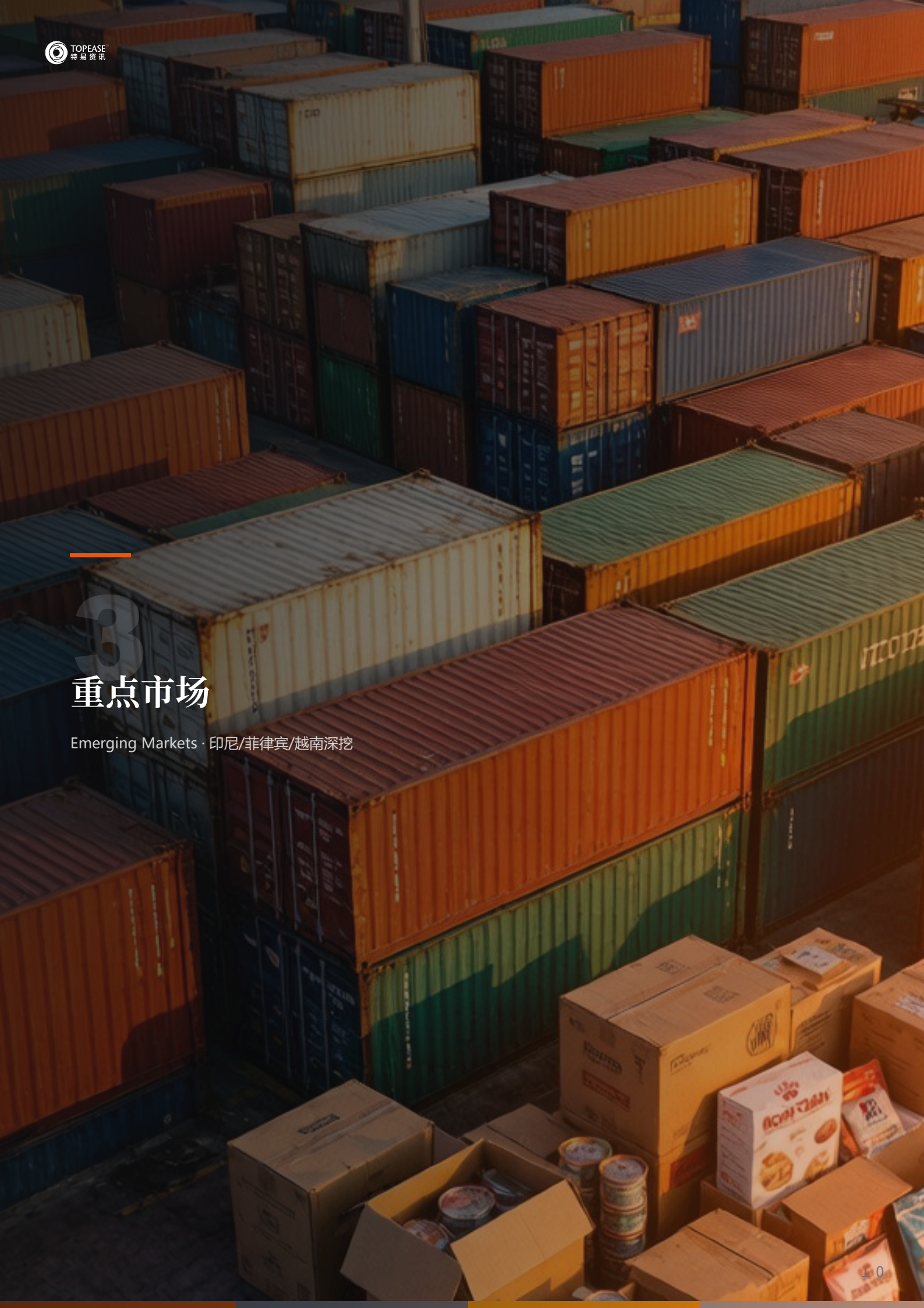
双主力
230910+230990 合计占出口八成以上，零售粮与制剂同时回到 15% 正增长。

230990>230910
制剂卖给工厂的盘子比零售粮大，是被忽视的 B 端生意。

干粮为基
干粮基本盘+零食自主品牌试水+处方粮代工是典型三段式。

原料噪声
豆粕跟大豆行情走，三个小品类合计不足 200 万美元可观察。

数据底座
特易海关数据 110亿+记录按 HS 编码级反查，七行编码都能映射买家。



3 重点市场

Emerging Markets · 印尼/菲律宾/越南深挖

03 重点市场 · 为什么是东南亚三国

3.1 选市场的逻辑：避开欧美内卷，抓住放量区

欧美宠物食品是"存量巨头内卷场"——美国本土 Mars/雀巢普瑞纳/高露洁希尔思三巨头把货架占满，欧洲由波兰、法国等东欧产能就近供应，中国工厂挤进去只能拼价格。反观**东南亚**：人均养宠率在上升、本地产能不足、对中国供应链天然友好（距离近、认中国制造）、且 **230990 制剂/230910 零售粮 都已在东南亚跑出量**。本轮报告把深挖对象锁定**印度尼西亚、菲律宾、越南**三国——它们分别代表"穆斯林大市场""增长最快的进口方之一""区域供应链枢纽"三种打法。

3.2 印尼：穆斯林大市场，中国供应量第一

印度尼西亚人口 2.7 亿+，宠物猫狗保有量居东南亚前列，且是**穆斯林国家中宠物粮需求最大的单一市场**。2024 年印尼进口 HS230910（猫狗粮）约 **172 百万美元**、近 9.9 万吨；其中**从中国进口 57 百万美元、4.24 万吨——按量是中国供应的第一大国（占比约 33%）**，仅次于泰国（69 百万美元、3.87 万吨，泰国在高端/湿粮占优）。对做零售粮的出口商，印尼是东南亚里"量最大、对中国最友好"的入口。

进场关键

印尼最大的非关税门槛是清真（Halal）认证——宠物食品进口需 MUI 清真认证 + BPOM 注册。没拿清真标签，只能走非清真小众渠道，天花板明显。先认证、后铺货，是印尼市场的标准动作。

3.3 菲律宾：增长最快进口方之一，中国第二大供应

菲律宾 2024 年进口 HS230910 约 **227 百万美元、20.5 万吨**——按量已是亚洲靠前的猫狗粮进口国（与日本同处第一梯队）。其中从中国进口 **40 百万美元、5.25 万吨**，是**中国第二大出口目的地**（第一大是泰国 112 百万美元，主打高端罐头）。菲律宾的优势在于：**增长快**（宠物渗透率与人均支出双升）、**政策相对友好**（FDA 注册比欧美简单）、**电商渗透率高**（Shopee/Lazada 宠物频道是重要渠道）。对中国自主品牌来说，菲律宾是东南亚最容易"先把牌子立起来"的市场。

03 重点市场 · 越南：区域供应链枢纽

3.4 越南：别只当消费市场看，它是供应链枢纽

越南在中国宠物食品出口地图里的角色有点特别——它是 **230990 饲料制剂的第一大去向（特易口径 top_markets 越南居首）**，但越南买中国的制剂，主要不是喂越南的猫狗，而是喂**越南本地的宠物食品/饲料工厂**：越南承接了大量欧美品牌的代工产能（泰国、中国、欧美资本都在越南设宠物食品厂），这些工厂需要从中国进口预混料、添加剂、中间品。所以做越南市场，本质是"打进越南的宠物食品代工产业链"——客户是工厂，不是消费者。

维度	越南	对出口商含义
定位	区域代工/供应链枢纽	把制剂卖给工厂，量大稳定
消费端	本土养宠率提升中	自主品牌有窗口，但盘子小于印尼/菲律宾
竞争	中国/泰国/欧美资本混战	拼供应链效率+认证完整度
机会	产能转移承接	中国制剂+越南产能=供给欧美

一句话：**印尼买成品（零售粮直接到货架），菲律宾买成品且接受新品牌，越南买中间品（制剂给工厂）**。三国合起来，恰好构成"终端市场 + 品牌试水地 + 供应链伙伴"的完整东南亚布局——这也是本报告把三者并列深挖的原因。

3.5 三国数据对照（HS230910 进口 · 2024，UN Comtrade via WITS）

国家	进口总量(百万美元)	其中自中国(百万美元)	中国占比	角色定位
印尼	172	57	33%	穆斯林大市场/成品粮
菲律宾	227	40	18%	增长最快/品牌试水
越南	（230910 以本地自产+代工为主）	—	—	供应链枢纽/制剂买家

数据源说明：印尼/菲律宾为 UN Comtrade via WITS（世界银行）2024 年 HS230910 进口口径；越南 230910 进口规模小（本地产能+代工主导），故以 230990 制剂出口视角（特易口径 top_markets）标注。

03 重点市场 · 三国进场清单

3.6 印尼/菲律宾/越南 打法对照

市场	主攻品类	切入路径	认证动作	风险提示
印尼	230910 零售粮	本地代理+电商	Halal MUI+BPOM 注册	清真认证周期长
菲律宾	230910+零食	Shopee/Lazada+分销	FDA 注册	价格战激烈、回款周期
越南	230990 制剂	直供本地工厂	饲料登记(VINAFEED 体系)	工厂账期长、汇率波动

三个市场三种"第一单"：**印尼的第一单从拿到清真认证开始**——没有认证，经销商根本不敢铺你的货；**菲律宾的第一单可以从电商小批量试水**——先测消费者反应，再决定要不要进线下分销；**越南的第一单是"样板工厂"**——选一家中等规模宠物食品厂，用制剂+技术支持把配方跑顺，再横向复制到第二家、第三家。把这些"第一单"跑通后，再用**特易海关数据**做扩展，把首批买家池扩到 50-100 家，是后续 12 个月销量滚雪球的关键动作。

TOPEASE · 特易方案 ① **把东南亚买家从数据里找出来**

外贸资讯宝 GT8.0 — 覆盖 232 个国家与地区、110亿+一手海关数据

海关数据看市场

按 HS230910/230990 反查印尼/菲律宾/越南真实进口商，采购规模、频次、增速一屏看清。

双视角背调验伙伴

验证买家资质、成立年限、是否清真/注册合规，规避中间商截流。

推荐指数排优先级

按采购规模、频次、品类匹配度排序，先攻高价值工厂客户。

我们的客户实践

有客户用这套方法把东南亚冷启动周期压到 3-6 个月，首单命中率明显提升。

想看印尼/菲律宾/越南的 230910 真实买家清单？先用特易海关数据建池，再谈触达。

要把上面这些数字变成东南亚客户名单，要靠特易海关数据反查 230910/230990 的进口商：按 HS 编码导出买家清单，看采购规模与频次、验证资质与认证状态。先把清单建出来再谈触达——这是东南亚开发的第一动作。

延伸要点 · 数据含义

别卷欧美

美国/欧洲是巨头+东欧产能的存量局，东南亚是放量区。

印尼看认证

Halal MUI+BPOM 是进印尼的钥匙，先认证后铺货。

菲律宾看渠道

电商测款快，Shopee/Lazada 是新品牌最短路径。

越南看工厂

做制剂就是把越南代工厂变成你的客户。

数据反查

特易海关数据按 HS 编码级反查三国真实进口商，规避空壳与中间商截流。



4 政策与准入

Regulatory Gate · 认证决定能不能进场

04 政策与准入 · 宠物食品是"认证密集型"出口

4.1 中国侧：出口饲料企业注册登记是前提

先说国内这道门。宠物食品归海关监管的"出口饲料及饲料添加剂"范畴：**出口企业须取得海关总署出口饲料生产/加工企业注册登记**，产品按目的国要求贴标、出证。这道注册是"入场券"——没注册，货到目的港也清不了关。对企业是流程成本（首次申请+周期性年审），但对已经注册的工厂反而是壁垒：**合规产能稀缺，注册在手的工厂更容易拿到大客户订单**。

4.2 目的国准入速查（本报告重点三国 + 欧美对照）

市场	监管机构	核心认证/注册	周期参考	备注
印尼	MUI/BPOM	Halal 清真认证 + BPOM 进口注册	3-9 个月	穆斯林市场必备
菲律宾	FDA(菲律宾)	动物饲料进口注册	2-6 个月	流程相对友好
越南	MARD/兽医局	饲料厂登记+进口许可	3-8 个月	制剂/预混料需单独走注册
美国	FDA/AAFCO	饲料设施注册+成分合规	持续合规	成分与标签要求严
欧盟	EFSA/成员国	EU 注册工厂+成分评估	前置周期长	东欧产能就近竞争

看准入表的核心结论：**新兴市场的认证复杂度并不低（印尼清真甚至是最长的）**，但新兴市场的认证一旦拿下来，竞争密度远低于欧美。欧美是"认证齐全的玩家挤在一起卷价格"，东南亚是"认证齐全的玩家本身就少"——认证在这里是放大器，不是门槛费。买家的认证标签是否齐全、注册是否在做，**特易E平台**可以按 HS 编码级反查提前摸底。

4.3 标签与成分合规：召回风险的源头

宠物食品的合规大头在标签与成分：**成分表要与实际投料一致、营养保证值（粗蛋白/粗脂肪/粗纤维）标注要能通过检测、功能宣称（如"护关节""美毛"）在多数国家属于兽药或功能宣称监管**——乱写功能词，轻则下架重则召回。欧美市场尤其严：FDA 要求成分按通用名称标注，AAFCO 对营养声称有固定表述。新兴市场虽然管得松，但一旦出口到欧美再被查到标签违规，整个产地信任都会被拖累。建议把标签合规做成"出厂即合规"的默认项，而不是进了哪个市场再补。

4.4 关税与贸易协定

市场	关税水平(参考)	协定/降税	含义
印尼	基础关税中高	中国-东盟自贸区降税	持 FORM E 原产地证享优惠
菲律宾	基础关税中高	中国-东盟自贸区降税	同上，FORM E 是关键
越南	基础关税中低	中国-东盟自贸区+本地代工	制剂作为中间品成本更敏感
美国	部分品类被加征	无自贸协定	高关税+认证=高门槛
欧盟	部分品类被加征/配额	无对华自贸	关税+运费+东欧产能三重压力

关税端，东盟是中国宠物食品的"制度红利区"——中国-东盟自贸区框架下多数宠物食品持 FORM E 原产地证可享优惠税率，这跟欧美动辄高关税形成鲜明对比。做东南亚，原产地证要跟出货单一起准备好。认证细节与潜在买家资质，可用**特易E平台**按 HS 编码级反查"认证标签+买家注册状态"做交叉验证——客户库里能看到哪家工厂正在补 FORM E，比你自己挨个问快得多。

延伸要点 · 数据含义

注册是入场券
国内出口饲料企业注册登记先办，没注册到港也清不了关。

清真最耗时
印尼 Halal 3-9 个月，想进印尼现在就该启动认证。

FORM E 省税
中国-东盟自贸区原产地证，东南亚关税的钥匙。

标签即召回风险
成分与功能宣称合规做出厂默认项，别等市场来查。

认证交叉核
特易E平台可按 HS 级反查买家资质 + 认证记录，签约前先做尽调。



5 开发方式

Go-to-Market · 代工 + 品牌两条腿

05 市场开发方式 · 代工保现金流，品牌博未来

5.1 两条腿：OEM/ODM 与自主品牌

中国宠物食品出口商的典型路径分两条：**OEM/ODM 代工**——给海外品牌/连锁渠道代工，单量大、现金流稳、不用管 C 端营销，代价是毛利被压在个位数到低双位数；**自主品牌**——借跨境电商或当地代理把自有牌子卖出去，毛利能到 30-50%，但要烧营销、扛库存、处理售后。多数做得久的工厂是"两条腿"：**代工单养产线与团队，品牌线做增量利润**，品牌打样的失败成本由代工现金流兜底。

5.2 渠道地图：不同市场不同入口

渠道	适用场景	东南亚适配度	关键动作
跨境电商(Shopee/Lazada/Amazon/Chewy)	品牌试水+测款	高	小包直发/海外仓，数据驱动选品
本地分销商/代理	进线下货架	中高	找有宠食渠道的代理，给独家区域
B2B 直供工厂(制剂)	越南/泰国代工厂	高	报关+配方+技术支持绑定
行业展会/买家对接	大客户锁定	中	Interzoo/东南亚宠物展轮值
独立站+DTC	品牌沉淀	中	多语建站+内容营销

新兴市场与欧美有个明显区别：**欧美是"电商为王+线下巨头把持"，东南亚是"电商+线下小店+代理"三轨并行**——品牌方靠电商测款，走量还要靠本地分销把货铺到 pet shop 和商超。两条腿的落地顺序：先电商测款跑通单品，再交给代理铺线下。每一段动作落地前，**特易海关数据**都能给出当前 HS 编码下谁在采购、谁有清真/FDA 资质的最新底牌，是开发节奏的"实时雷达"。

5.3 0-12 个月东南亚开发节奏

0-2 月
定市场与单品：海关数据看印尼/菲律宾/越南买家池，选 2-3 个 SKU

→

3-5 月
认证与样品：启动清真/FDA/注册，寄样给 10-20 家目标买家

→

6-9 月
试单与电商：电商小批量测款 + 1-2 家代理签独家试单

→

10-12 月
放量与复盘：铺线下渠道，按复购率决定加码或换市场

5.4 本地化：包装与口味不是玄学

宠物食品的本地化比一般消费品更"实"：**包装**要有目的国语言标签（印尼需清真标识与印尼语说明，菲律宾英文即可）；**口味**要尊重当地宠物市场习惯——东南亚偏鸡肉/鱼肉配方、欧美偏牛肉/三文鱼；**克重/价格带**要按当地货架与电商主流规格设计，别拿欧美 2kg 装直接硬卖印尼（当地主流是小包装试吃+经济装）。这些细节做得到位，复购率差一个量级。

TOPEASE · 特易方案 ② **从找买家到成交的完整链路**

小易 AI 3.0 + 易搜邮 6.0 + 特易E平台客户库

找买家
海关数据反查进口商，按 HS 编码建东南亚买家池。

AI 写开发信
小易 AI 3.0 自动生成当地语言开发信，按买家画像定制。

邮件触达
易搜邮 6.0 企业邮箱验证+自动跟进，打开率可量化。

客户库沉淀
跟进/复盘/回流一套机制，让首单变成复购。

想先看东南亚 230910 买家池长什么样？先用海关数据建 50 家清单。

要把上面这些打法落成客户名单，要靠特易海关数据先建池：按 HS230910/230990 反查印尼/菲律宾/越南进口商，看规模与频次、验资质与认证。名单对了，后面所有动作才有意义。

延伸要点 · 数据含义

两条腿
代工养现金流，品牌博毛利，缺一不可。

先测款后铺货
电商小包测款跑通再进线下，别一上来铺大货。

FORM E+认证
关税与准入是东南亚生意的两条腿，缺一条都走不远。

本地化要细
标签语言、口味、克重按当地来，复购率差一个量级。

节奏+数据底座
特易海关数据按月跟踪 HS 编码下东南亚买家池，开发节奏实时校验。



6 未来展望

Outlook · 冻干/处方粮/东南亚放量

06 未来展望 · 谁在吃掉下一个增长

6.1 东南亚放量：三重驱动 × 行业格局

全球宠物食品消费三级跳——**"吃饱"→"吃好"→"吃对"**：基础干粮（东南亚/新兴主流）→ 湿粮冻干无谷（欧美成熟，东南亚白领开始跟上）→ 处方粮/功能粮（欧美高端）。中国出口商的机会在于：**欧美你拼的是第二/三级的代工与品牌，东南亚你拼的是第一级向第二级切换的放量红利**——参考日韩走过的路（经济起来→养宠率升→袋装粮渗透），东南亚多数国家正处于渗透率爬坡的早中段。

驱动 / 格局	说明	对中国的意义
养宠率提升	东南亚中产扩大、单身/小家庭增多	新增养宠=新增袋装粮需求
本地产能不足	本土以代工为主，自给率有限	成品+制剂都有进口缺口
电商普及	Shopee/Lazada/TikTok 触达快	新品牌绕过货架直接触达消费者
代工/品牌格局	中国是东南亚宠物食品最大代工来源之一，自主品牌占东南亚份额仍低	先做代工保现金流，再沉淀自主品牌
产品升级方向	冻干/无谷/低敏/功能粮是未来 3 年增量	欧美高端代工 + 东南亚中端品牌两手抓

三重驱动 + 行业升级叠加，东南亚正从"中国宠物食品的次要市场"升级为**"第二增长曲线"**。最值得提前布局的三件事：**东南亚自主品牌（渗透率爬坡期，先到先得）/ 功能与处方粮代工（欧美高端单源稳）/ 制剂预混料出口（越南/泰国代工产能扩张）**。

6.2 近三年节奏与未来 24 个月关键窗口

时间窗口	关键事件 / 政策节点	对宠物食品出口的意味
2024 全年	高基数 39.7 亿美元，全年 230910 同比 +20.7%	欧美成熟需求 + 政策红利同步兑现
2025 全年	回落 35.1 亿（-11.5%），豆粕腰斩拖累	原料噪声主导，看 230910+230990 才能读出真需求
2026 年 1-7月	双回升 23.5 亿，猫狗粮 +14.6% / 制剂 +15.0%	真需求转正，是本轮放量起点
2026 Q4-2027 Q1	平行进口机制续期评估 + 增值税 22% 全面执行	进口准入收紧 → 提前布局者占位
2027 Q2-Q3	Innoprom 展 + 远东超前发展区新名额	OEM/品牌东南亚新窗口
2027 Q4 起	进口替代窗口收窄，CKD/合资进入快车道	有车厂/客户关系者弯道超车

一句话节奏：**2024 高基数 → 2025 原料噪声 → 2026 真需求回升。**2027 起进入政策收紧 + 产业升级并行的中段，**提前卡位是赢家与跟车者的分水岭。**

6.3 值得提前布局的三个方向

方向	逻辑	建议动作
东南亚自主品牌	渗透率爬坡期，先到先得	选菲律宾/印尼测款，沉淀品牌
功能/处方粮代工	欧美高端需求稳，代工单源厚	拿 AAFCO/FDA 合规产能接单
制剂与预混料出口	越南/泰国代工产能扩张	绑定 2-3 家海外工厂做长期供应

三件事按资源排序：**如果只能做一件，先做"东南亚自主品牌测款"**——它占用资金最少、反馈最快，而且把品牌先占住，等欧美巨头下沉东南亚时你已经有本地认知度了。

6.4 品类特色一句话：这是个"越做越有复利"的行业

> 宠物食品有一个其他消费品没有的特点：**宠物不换粮不换牌**——猫狗的肠道适应一种粮之后，换牌子容易软便，所以复购粘性极强。这意味着：**你早期拿下的每一个客户，都是后续多年稳定的订单源**。行业里做得好的出口商，客户复购率能做到七八成，这在机械/服装行业很难想象。所以宠物食品的竞争本质不是"抢新单"，而是"把老客户服务到不换供应商"——交期、批次稳定、检测报告齐全、标签零事故，这四件事做到，你的客户池会自己滚大。

要做好这件事，离不开客户池的精细化运营——**特易E平台**可以把每一条交易线索沉到客户库，按月跟踪复购与采购频次，把"一次性下单"做成"长期供源"。

TOPEASE · 特易方案 ③ **盯住趋势，把方向变成订单**

易询盘 GEO + 外贸资讯宝 GT8.0

趋势洞察
按月跟踪 230910/230990 出口变化，谁在涨、谁在跌一目了然。

买家雷达
新买家上线即提醒，抢占东南亚放量区的第一波客户。

GEO 获客
让海外宠物食品买家在 AI 搜索时先看到你，品牌位前置。

老客维护
客户库跟进机制，把复购率做成护城河。

想知道东南亚哪个细分品类涨得最快？用特易海关数据按月盯趋势。

延伸要点 · 数据含义

吃对升级
从吃饱→吃好→吃对，处方/功能粮是利润天花板，欧美在做。

东南亚放量
养宠率+本地产能+电商三重驱动，渗透率爬坡早中段。

品牌先占
菲律宾/印尼测款是自主品牌最低成本首发地。

复利行业
宠物不换粮，复购粘性极强，老客维护比抢新单更重要。

客户池沉淀
特易海关数据按月跟踪，把一次性客户做成长期供源。



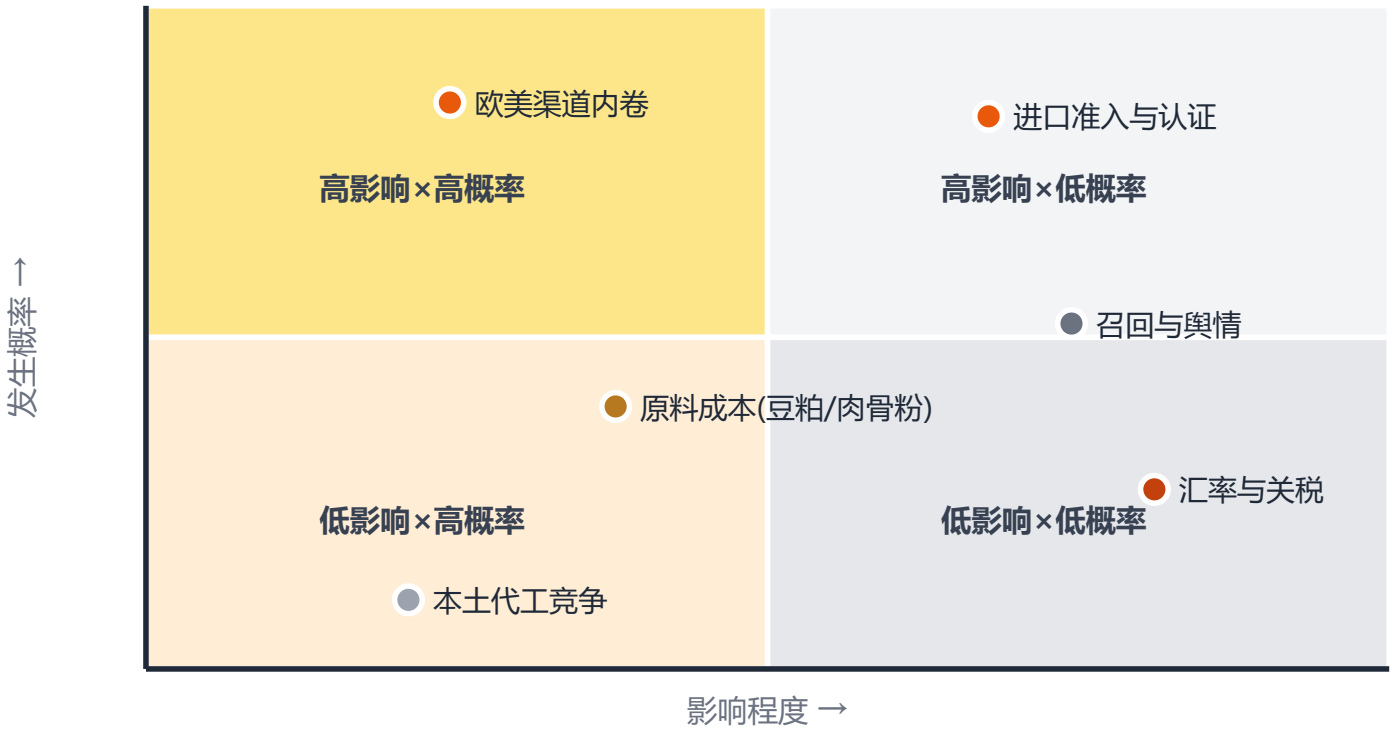
7 风险与结语

Risk & Conclusion · 三张清单

07 风险矩阵与结语 · 机会要配得上风控

7.1 风险矩阵

宠物食品出口主要风险分布



来源：TOPEASE 研究框架（影响×概率，定性）　制图：特易E平台

7.2 六大风险与应对

风险	概率	影响	应对
欧美渠道内卷	高	高	避开红海，主攻东南亚+制剂，不硬拼价格
原料成本(豆粕/肉骨粉/鱼粉)	中	高	长约锁价+配方替代，盯大豆行情
进口准入与认证	高	中	清真/FDA/注册前置排期，认证即竞争壁垒
召回与舆情	低	高	成分/标签零妥协，出厂检测报告齐全
汇率与关税	中	中	人民币计价+FORM E 降税+分批结汇
本土代工竞争	中	中	越南等地产能崛起，靠配方+交付效率守
买家数据脱钩	中	中	特易海关数据按月反查+买家变化预警，避免被中间商截流

07 结语 · 三张清单与落地节奏

7.3 给企业的三张清单

清单	进入前必问	落地中必做	复盘时必看
市场	东南亚三国选哪个先打？清真/FDA 注册要不要前置？	先电商测款+代理试单，FORM E 随单	复购率/首单转化率
客户	买家在海关数据里规模多大？资质与认证全不全？	建 50 家池子，寄样 10-20 家，验厂	客户池转化率/客单价
产品	标签成分合规吗？目标市场口味/克重对吗？	出厂检测+多语标签，批次稳定	客诉率/批次一次合格率

7.4 关键数据回顾

23.5	+14.6%	+15.0%	印尼/菲/越
2026年1-7月出口合计(亿美元)	猫狗粮同比	制剂同比	重点市场三国

7.5 数据口径与来源

数据项	口径	来源
7 个 HS 出口金额/同比	中国海关口径，2026年1-7月/2025/2024	特易海关数据(回传骨架表)
印尼/菲律宾 230910 进口	2024 全年，千美元/吨	UN Comtrade via WITS(世界银行)
越南角色与流向	top_markets 定性+海关数据	特易海关数据
准入/认证/关税	政策制度公开信息，定性	各国监管公开信息

本报告出口数据来自特易海关数据（中国海关口径）；市场结构数据来自 UN Comtrade via WITS。政策与认证信息为公开制度的一般性梳理，具体以各监管机构最新发布为准。

> **研究边界**
>
> 本报告覆盖宠物食品相关 7 个 HS 编码（230910/230990/230400/230800/230110/230120/121410），金额按量级换算为亿美元/百万美元。印尼/菲律宾进口结构为 2024 全年 UN Comtrade 口径，与 2026 年最新存在时间差；越南以制剂出口视角呈现。涉及认证与政策内容仅作一般性提示，不构成合规操作建议。

一份能落地的报告，光看结论不够，需要配套一个"按 HS 编码级反查买家 + 按月跟踪趋势 + 沉淀客户库"的数据底座。把这层底座搭起来，本报告 03 章的三国清单、05 章的 0-12 月节奏、07 章的三张清单才能从纸面落到日常运营——**特易E平台**就是这一层数据底座。

本报告由TOPEASE基于公开信息调研生成。数据来源包括海关总署、各国统计局及行业公开研究；结论仅用于市场研究与投资决策参考，不构成法律、税务或投资建议。企业落地前须结合具体行业与产品做尽职调查。

TOPEASE® 特易资讯

特易资讯外贸白皮书目录

行业分析系列

中国新能源汽车行业
全球竞争力分析与各国进口贸易法规影响
发布时间：2024年10月

中国对非洲二手车出口
及非洲重点进口国分析
发布时间：2024年10月

全球化妆品市场概况
及中国化妆品出口情况分析
发布时间：2024年11月

中国半导体照明及应用领域
出口统计及市场发展趋势分析
发布时间：2024年11月

中国电动自行车及三轮车
东南亚市场出口分析
发布时间：2024年11月

中国充电桩及储能设备
出口分析及各国进口政策影响
发布时间：2025年05月

中国半导体行业出口分析
及各国进口政策影响
发布时间：2025年02月

中国二手车行业出口分析
及各国进口政策影响
发布时间：2025年02月

中国汽车零配件出口分析
及各国进口政策影响
发布时间：2025年03月

消费电子出海国别机会洞察白皮书
发布时间：2025年09月

中国生物制药、医疗设备及医用耗材出口及重点进口国市场分析
发布时间：2025年05月

中国婴儿用品出口分析及各国进口政策影响
发布时间：2025年06月

中国照明上下游行业出口分析及各国进口政策影响
发布时间：2025年06月

中国加工石材出口分析及各国进口政策影响
发布时间：2025年06月

中国阀门出口分析及各国进口政策影响
发布时间：2025年07月

双循环格局下的战略升级与全球机遇 二手车出口市场分析
发布时间：2025年11月

中国橡胶制品出口分析及各国进口政策
发布时间：2025年08月

中国塑料制品出口分析及各国进口政策
发布时间：2025年08月

破局结构矛盾 探寻新市场红利 中国碳纤维出口全景分析白皮书
发布时间：2025年12月

破解政策难题 深挖全球红利 中国医药中间体出口全景分析
发布时间：2025年12月

中国光伏行业出口分析
及各国进口政策影响
发布时间：2026年02月

中企出海系列



越南市场贸易发展
发布时间：2025年02月

中亚市场贸易发展
发布时间：2025年03月

巴西市场贸易发展
发布时间：2025年03月

印度市场贸易发展
发布时间：2025年03月

土耳其市场贸易发展
发布时间：2025年03月

墨西哥市场贸易发展
发布时间：2025年04月

尼日利亚市场贸易发展
发布时间：2025年04月

印度尼西亚市场贸易发展
发布时间：2025年08月

美国市场贸易发展
发布时间：2025年08月

俄罗斯市场贸易发展
发布时间：2025年08月

马来西亚市场贸易发展
发布时间：2025年09月

泰国市场贸易发展
发布时间：2025年09月

外贸干货系列

2025-2026年度外贸企业营销数字化发展分析报告
发布时间：2026年03月

写给外贸人的展会营销指南
发布时间：2025年04月

非美市场贸易开发指南
发布时间：2025年04月

此外，定制化报告服务持续进行中，关注特易资讯订阅号，了解活动详情！

TOPEASE®
特易资讯

特易资讯TOPEASE

如何快速通过特易抓住宠物食品出口机会?

2026 年 1-7 月中国宠物食品 7 个 HS 编码出口合计 23.5 亿美元，猫狗粮（230910）同比 + 14.6%、饲料制剂（230990）同比 + 15.0%，制剂规模已超过零售粮。避开欧美存量内卷，深耕印尼 / 菲律宾 / 越南三大重点市场，分别对应穆斯林成品大市场、新品牌试水地、区域供应链枢纽，认证资质是进场核心隐形门槛。这份**《中国宠物食品出口分析及重点市场白皮书》**，帮你把东南亚出口从数据洞察落地到实操开发。

一个平台，串联主动开发&引流获客



- 全面数据覆盖和数据治理
- 小易AI赋能外贸业务全场景
- 外贸全链路解决方案

申请试用 免费体验

扫描二维码申请免费试用

订阅号
捕捉国际市场动态
网罗前沿外贸资讯

视频号
洞察市场动态
预见行业未来

服务号
外贸企业的智能助手
提供一站式解决方案

抖音号
外贸风向标
全球商机一网打尽

TOPEASE®
特易资讯

外贸资讯宝GT8.0 上线AI外贸业务员

作为AI外贸客户开发智能体，能调用特易真实贸易数据，自动完成从锁定潜在采购商、线索企业背调、挖掘联系人、撰写差异化开发信到一键启动营销流程，并将线索同步至CRM的全流程客户开发工作，整个开发过程无需人工介入。

STEP 1 | 精准找客户

锁定宠物食品意向买家，高质量采购商一网打尽





STEP 2 | 智能做背调

多维评估企业画像，量化背调分数，风险一目了然

STEP 3 | 轻松找对人

不用大海捞针，智能挖掘宠物食品采购商关键决策人





STEP 4 | 自动发邮件

每一篇开发信，都根据你的目标开发方向量身定制



STEP 5 | 随时管客户

所有信息自动沉淀到 CRM，线索不丢、进度随时跟进