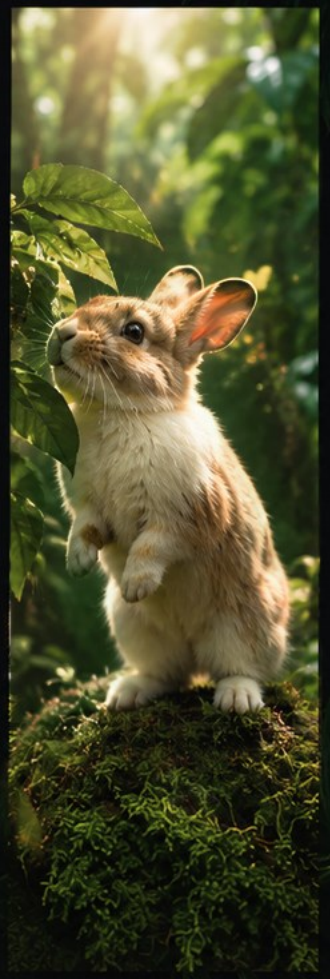
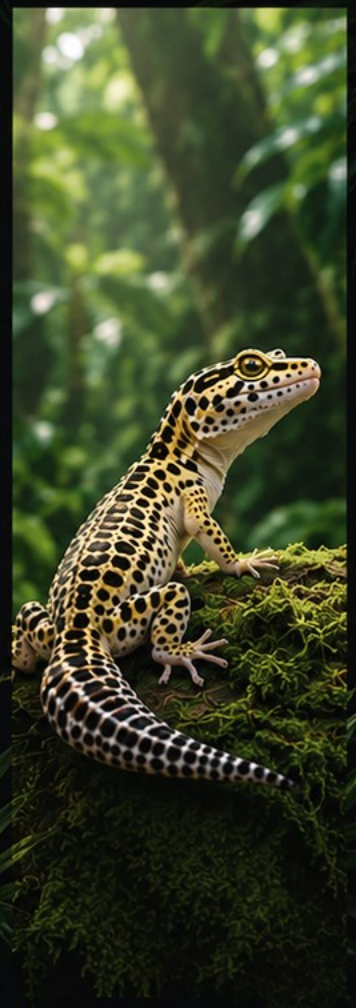
apa 亚宠会 | 亚宠研究院 apa INSTITUTE | ASAEF 亚洲小宠生态论坛 | petfair asia 亚洲宠物展览会









2026小宠消费洞察报告

亚宠研究院

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

目录
CONTENTS

01
PART ONE
小宠行业概况

02
PART TWO
鹦鹉消费洞察

03
PART THREE
小宠消费洞察

04
PART FOUR
两爬消费洞察

亚宠研究院

01 小宠行业概况

亚宠研究院

小宠市场规模与行业动态

市场规模变化

- 2026年小宠消费市场规模预期超过**120亿元，**年增长率预计超过15%
- 其中线上市场规模80+亿元，鸟类是最大的细分赛道；爬宠市场规模较小但增速较快

行业告别“野蛮生长”

- 2025年“3+4”分类管理，鹦鹉养殖新规落地
- 2026年5月《鹦鹉品类识别与分级标准》发布
- 2026年7月《鹦鹉配合饲料》团体标准发布
- 职业打假人和监管体系开始进入小宠赛道

行业加速迈向工业化体系竞争

- 头部品牌逐渐掌握核心产能，如2026 年卡诺重磅自建小宠粮食工厂，投入千万级年度研发，打造 “田间 — 生产” 原料闭环

小宠赛道迎来品牌创业潮

- 天猫618每5个宠物新品牌中有1个不做犬猫生意。小宠异宠品类独立成军，入驻速度更快

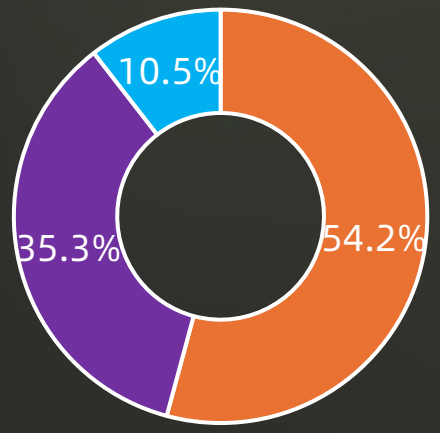
亚宠研究院

数据来源：炼丹炉大数据，新浪财经，公开资料
注：小宠市场规模仅包含鸟禽类、哺乳类小宠、爬宠/鸣虫，不含水族

小宠市场结构：鸟类市场占比超半数，爬宠增速较快

鸟类市场规模占比54.2%，爬宠/鸣虫市场占比10.5%但增速较快。

小宠线上市场消费结构



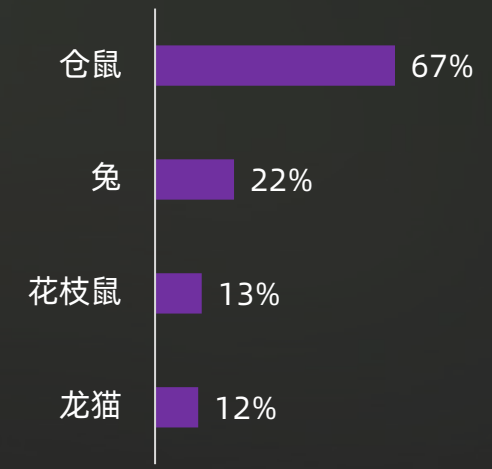
鸟类

鹦鹉占比80%

鹦鹉喂养偏好	第一只	第二只	第三只	综合偏好
虎皮鹦鹉	30.4%	13.0%	10.5%	★★★
牡丹鹦鹉	27.8%	29.1%	22.4%	★★★★★
玄风鹦鹉	18.1%	23.4%	21.6%	★★★★
小太阳鹦鹉	13.2%	18.6%	23.9%	★★★
和尚鹦鹉	6.2%	10.0%	14.2%	★★
金太阳鹦鹉	3.4%	4.4%	4.2%	★

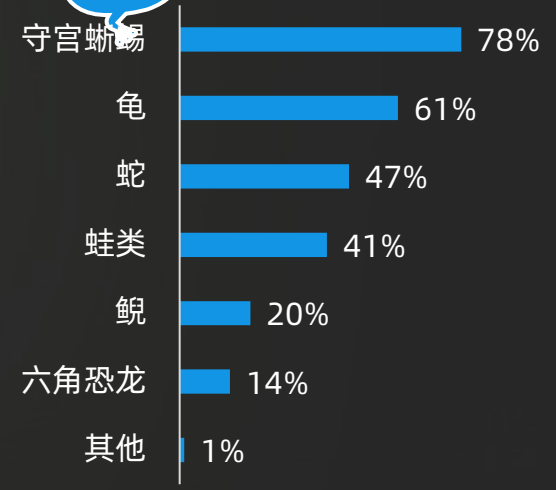
哺乳类小宠





两爬





数据来源：炼丹炉大数据，亚宠研究院2026年中国小宠养宠人群系列调查（N=2839），公开资料
注：小宠市场规模仅包含鸟禽类、哺乳类小宠、爬宠/鸣虫，不含水族

中国小宠市场VS欧美小宠市场

维度	欧美市场	中国市场
发展阶段	成熟期（存量深耕+质量升级）	高速成长期（从野蛮生长走向规范化）
标准规范	拥有NRC 营养基准、FEDIAF 行业技术指南建立的配方研发体系 头部品牌已形成标准化工业化生产范式	几乎没有专属标准，多数产品参照犬猫标准或无标生产 2026年7月刚刚发布国内首个《鹦鹉配合饲料》团体标准
市场增速	数量平稳甚至微降，商品客单价持续提升	高速增长，但基础薄弱
驱动逻辑	精细化养护 + 情感陪伴升级	养宠人群结构变化（独居/年轻化）+ 社交传播破圈
发展格局	头部品牌格局稳固，Kaytee、Oxbow、Versele-Laga等占据主流货架 成熟的异宠兽医专科体系，AAV（异宠兽医协会）运作多年，不同小宠有独立的诊疗指南	尚未真正进入"品牌价值"竞争阶段 医疗服务缺位
竞争焦点	精准营养、服务精细化	标准化、品牌化、供应链整合

数据来源：公开资料，亚宠研究院

小宠市场行业趋势

01 市场规模持续扩容

养宠人群与宠物数量不断增长，大量“新玩家”入局，释放小宠赛道市场活力。

02 供给端迭代升级

行业告别“小作坊”竞争模式，头部品牌自建产线、布局上游原料基地，伴随团体标准落地与资本加持，向标准化、工业化全链路竞争转型。

03 养宠人群圈层分化

年轻群体成为增长主力，新手入门、进阶玩家、收藏爱好者分层清晰，圈内交流影响消费选择。

04 养宠理念迭代升级

喂养认知持续提升，丰容意识增强。

05 医疗需求逐步崛起

医疗服务需求持续上升，医疗赛道迎来发展机会。

06 渠道发展存在短板

线下实体渠道供给稀缺，成为行业现存痛点。

亚宠研究院

02

鹦鹉消费洞察

亚宠研究院

宠物主画像：女性，多宠家庭，科学成分党较多

养宠主力为 18-31 岁年轻女性，新手养宠较多，偏好多只喂养、手养幼鸟。
养宠年消费普遍不超过1500元，超六成人群属于「科学成分党 + 佛系随性党」。

性别结构

女性：77%

男性：23%

年龄分布

18-26岁：38%
27-31岁：22%
37-46岁：13%

养宠年消费

500元及以下：18%
501-1000元：26%
1001-1500元：17%

养宠年限

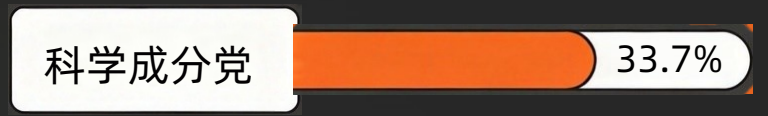
不足一年：24%
1-2年：28%
2-3年：21%

养宠数量与接养阶段

多只喂养: 70%
接养半毛（4-5周）: 35%
接养齐毛学吃（6-7周）:21%

渠道偏好

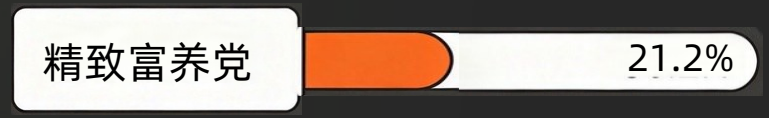
淘宝：73%
拼多多：54%
抖音：35%



种子粮与滋养丸组合喂养，看重营养成分，科学配比



吃饱健康，刚需配套齐全，省心陪伴

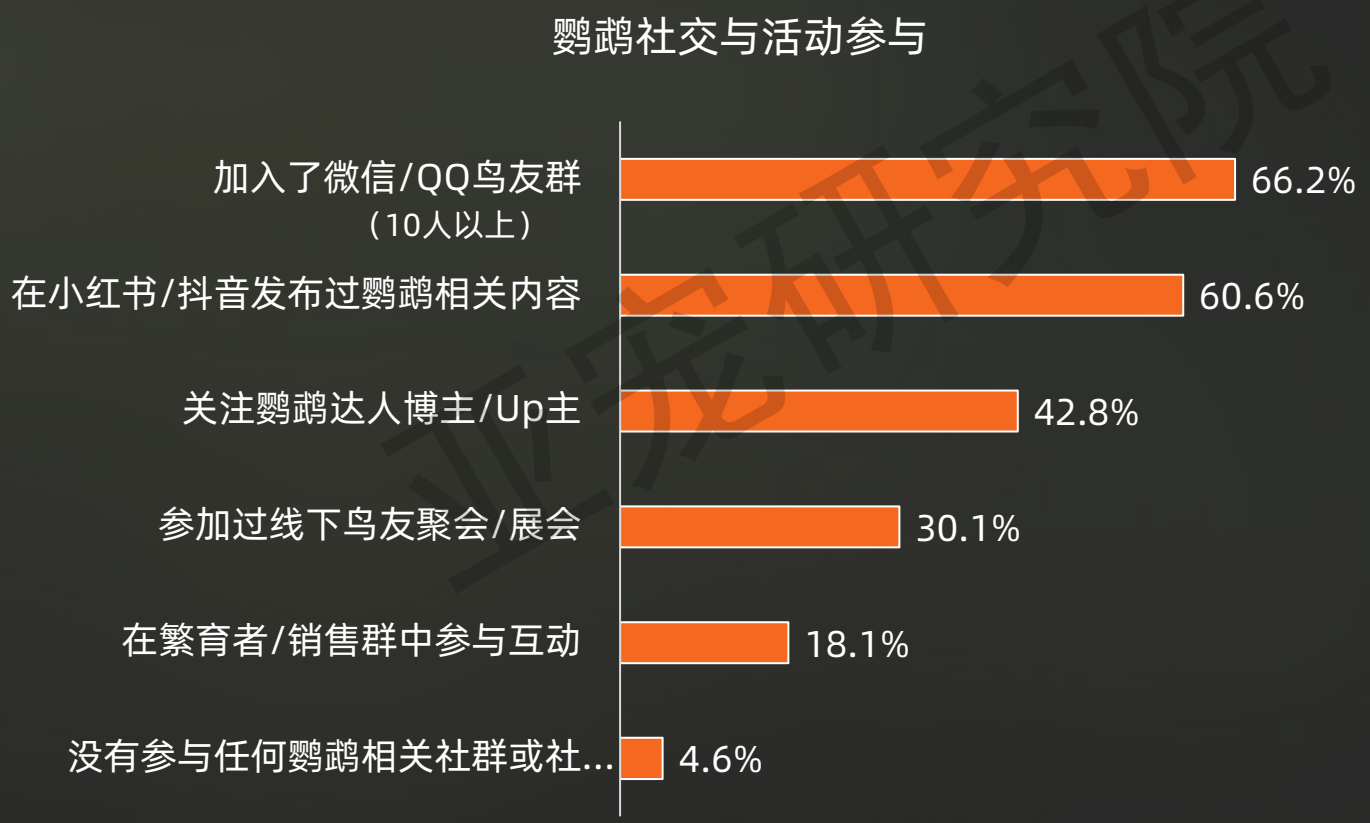


全方位关注科学喂养、环境造景

数据来源：亚宠研究院
注：核心家庭结构指由夫妇及未婚子女组成的家庭

宠物主画像：线上社交分享活跃

从鹦鹉社交与活动参与方面来看，线上社群与同好交流是宠物主获取信息的核心渠道之一，超六成饲主加入微信 / QQ 鸟友群。



数据来源：亚宠研究院

食品消费洞察：饮食结构化细分，营养认知待进一步加强

鹦鹉食品消费逐渐形成 “种子粮刚需+ 滋养丸补充营养 + 多元化零食丰富日常” 的三层结构。
尽管大部分宠物主对基础营养成分的添加有所认知，且38%的宠物主表示能够辨识各生长阶段的喂食差异，但仍有近半数宠物主处于“模糊认知”状态。

食品类型选择	传统主力种子粮		进阶滋养丸		零食/辅食	
	混合种子粮	68.0%	高能滋养丸	36.3%	坚果瓜子类	45.0%
	混合果蔬种子粮	39.5%	果蔬滋养丸	14.5%	蛋黄米/蛋小米	40.7%
	混合果蔬种子粮（含少量滋养丸）	33.6%	功能性滋养丸	10.2%	果蔬冻干	39.3%
	发芽混合种子粮	12.3%	其他	4.0%	磨喙零食类	39.2%
					花草茶/天然草本辅食	30.0%

•主粮热门功效关注

肠胃健康	提高免疫力	营养增重	骨骼健康	美羽
70.9%	69.8%	53.7%	49.5%	43.8%

•主粮品牌偏好与购买影响因素

国际品牌	国内品牌	混合种子数量	添加保健成分	小颗粒
42%	36%	22%	14%	11%

食品营养成分认知

维生素	76.7%
钙磷比均衡	69.4%
益生菌/益生元	64.6%
氨基酸	55.2%
Omega3 不饱和脂肪酸	43.5%

分阶喂养意识

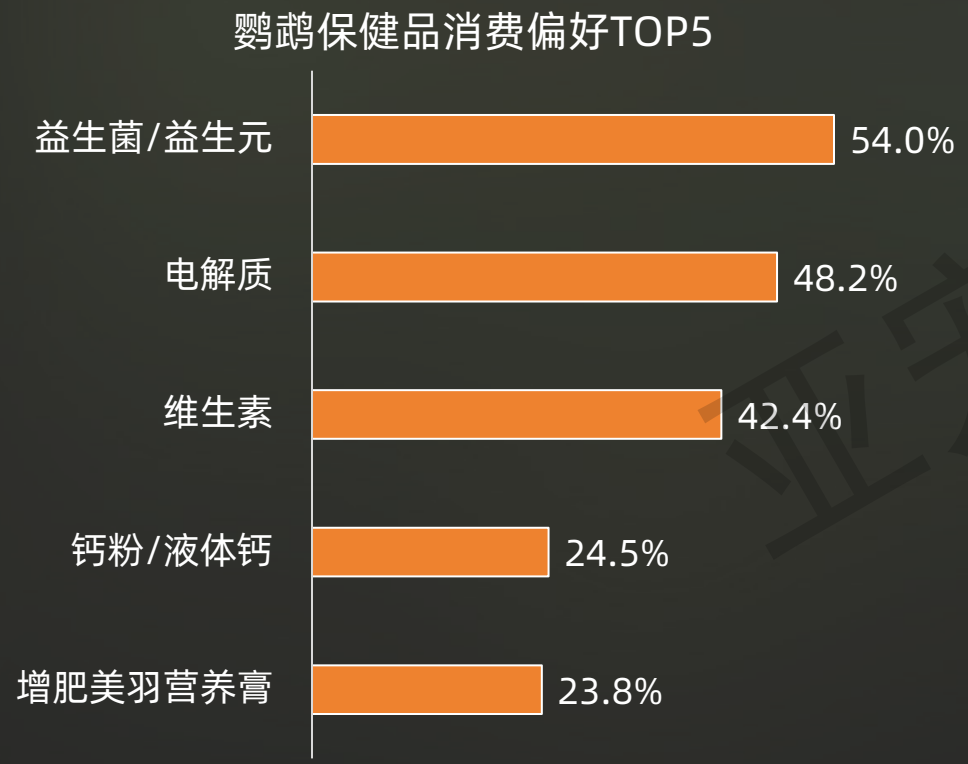
清楚各阶段喂食差异	38%
知道大概有区别	48%
没关注过阶段差异	14%

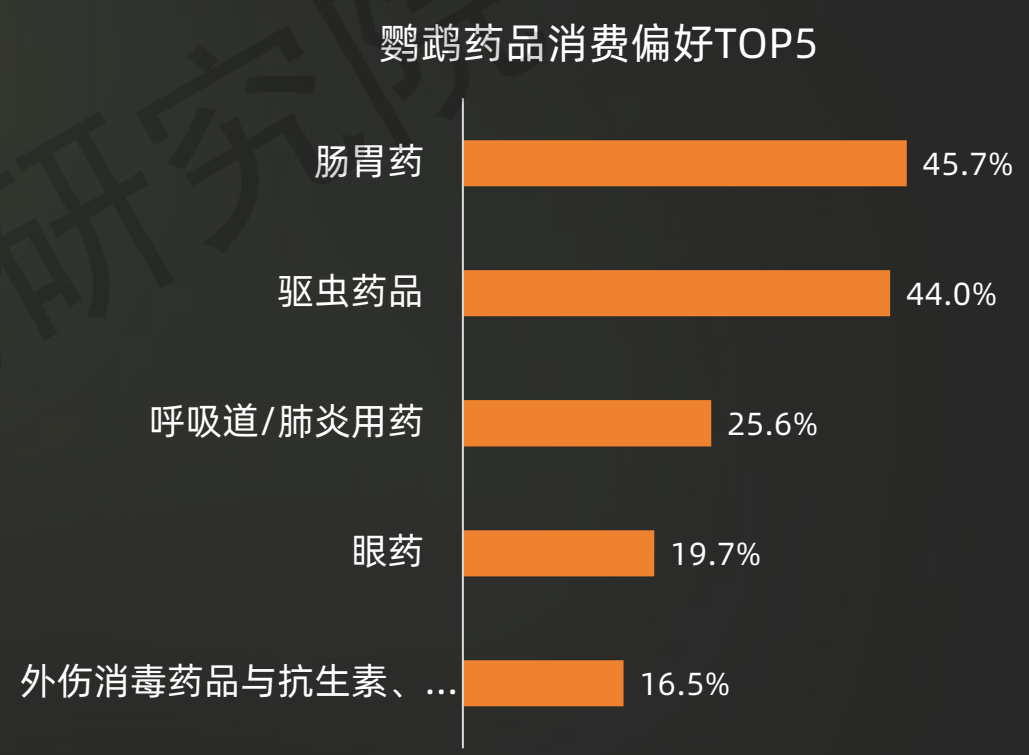
数据来源：亚宠研究院

亚宠研究院

保健品及药品消费洞察：保健品、药品头部品类结构稳定，预防性保健需求持续升温

2026年宠物主预防性保健消费意识显著增强，选择不购买保健品的宠物主占比下滑 7.7%，益生菌 / 益生元、电解质、维生素依然是消费偏好较高的主流三类保健品。
药品TOP5消费偏好排序未发生变动，整体消费需求发生2%以内的小幅回落。

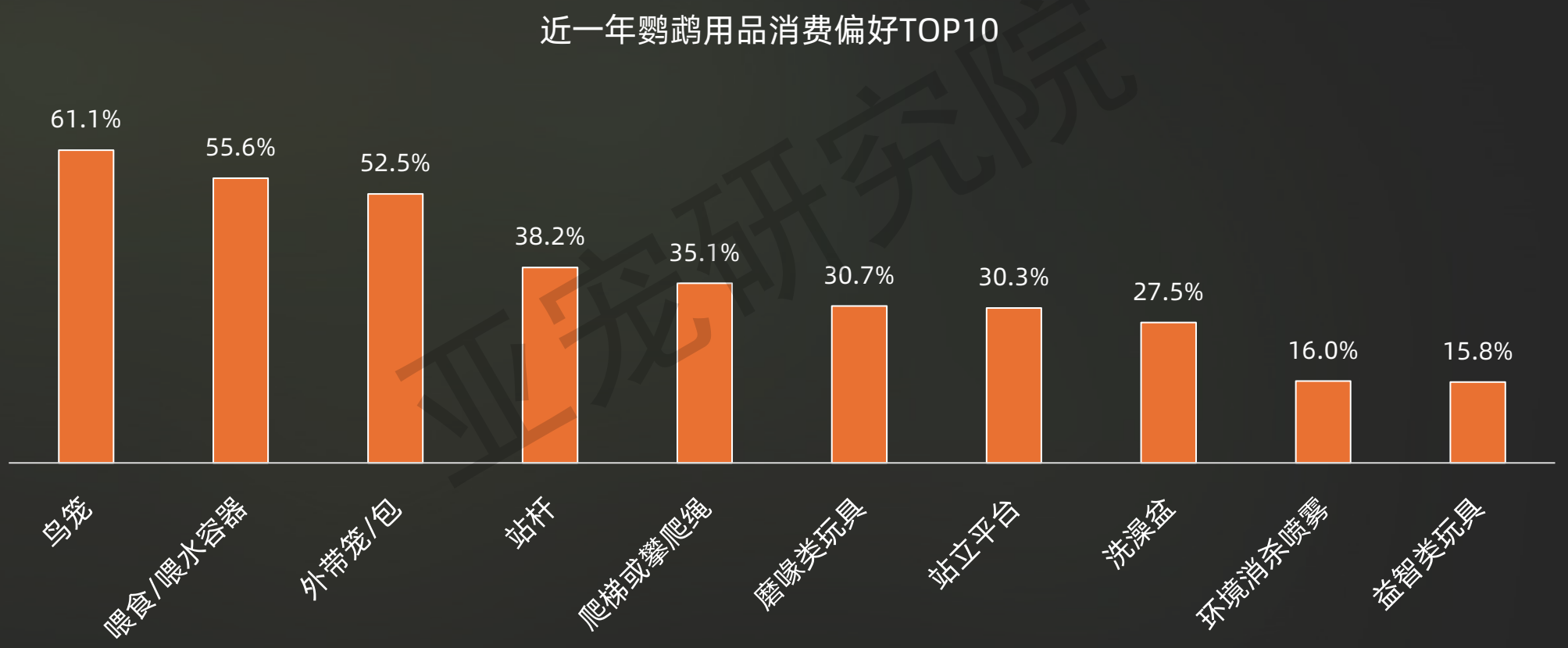




数据来源：亚宠研究院

用品消费洞察：用品向环境丰容、行为训练延展

鸟笼及配套始终是消费首选；站杆、攀爬绳、磨喙玩具等丰容类用品同样拥有稳定需求，市场进入精细化运营阶段，品牌需从产品功能、环境丰容、行为教育三维度建立竞争壁垒。



数据来源：亚宠研究院

用品消费洞察(智能用品）：智能鸟笼具备广阔潜在转化空间

- 智能鸟笼市场尚处于发展培育阶段，超六成宠物主处于观望状态，意味着市场拥有较大待转化潜力。
- 已购置智能鸟笼的用户核心诉求集中在更精准的喂食喂水、温湿度调控、除味杀菌；
- 意向购买人群对远程监控操控需求最为突出，其次为杀菌除味、定量喂食等，两类群体需求高度重合，侧面反映当前智能鸟笼赛道尚未出现体验全面成熟的标杆产品。

智能鸟笼消费意向

已购买	已有意向	观察阶段	不敢兴趣
13.6%	23.6%	40.8%	21.9%

已购买人群功能改进需求

精准的喂食/喂水控制	精准的温度/湿度控制	更有效的智能除味杀菌	噪音智能监测与主动降噪/隔音
57.7%	44.5%	41.6%	19.0%

意向购买人群功能期待

远程监控+操控	智能杀菌除味	智能控量喂食	智能控温
71.1%	60.0%	55%	52%

数据来源：亚宠研究院

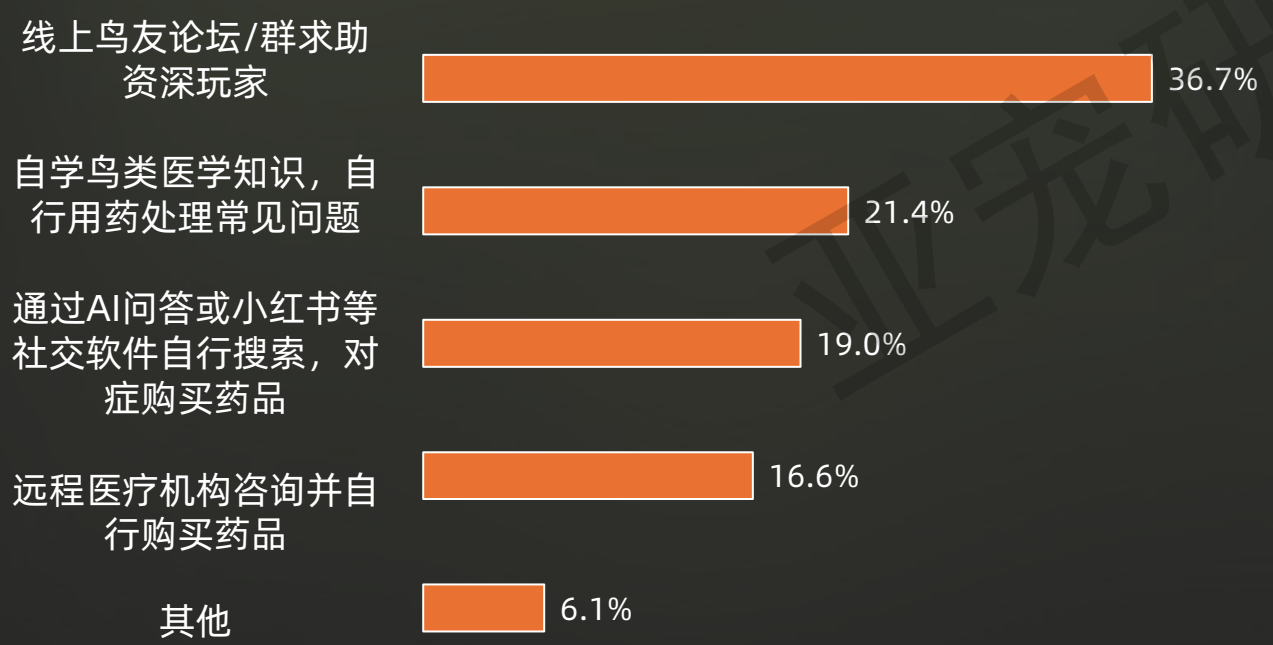
亚宠研究院

服务消费洞察：社群互助成为鹦鹉治疗的重要辅助路径，专业化服务价值持续释放

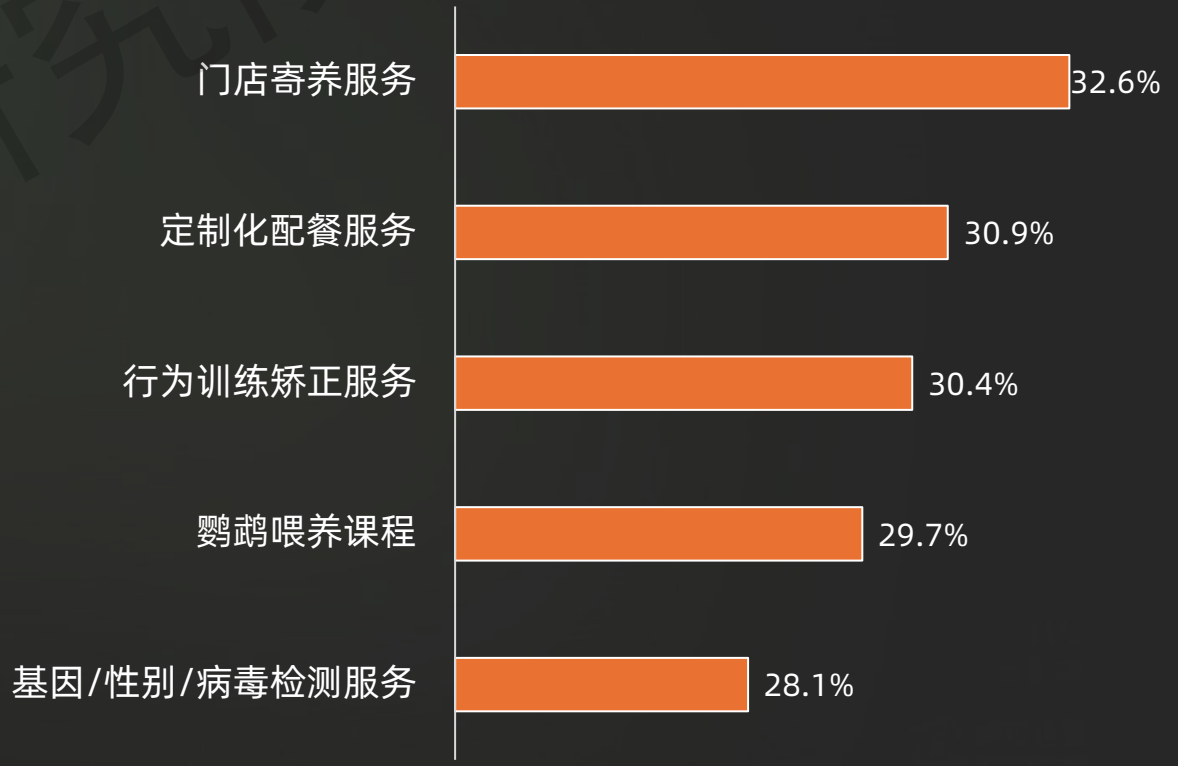
鹦鹉医疗赛道供需错配特征鲜明，线下机构稀缺、线上专业服务供给不足的行业现状，使得部分宠物主形成 “社群经验为核心、自助学习用药为补充”的疾病应对模式。

衍生服务方面，门店寄养服务以 32.6% 的需求占比位居首位，定制化配餐、行为训练矫正服务需求同样突破 30%。此外，喂养课程、基因/性别/病毒检测服务的需求占比接近三成，同样体现宠物主对专业化养护服务与科学喂养知识的诉求持续提升。

没有合适医疗机构情景下的鹦鹉疾病应对举措



鹦鹉衍生服务需求TOP5

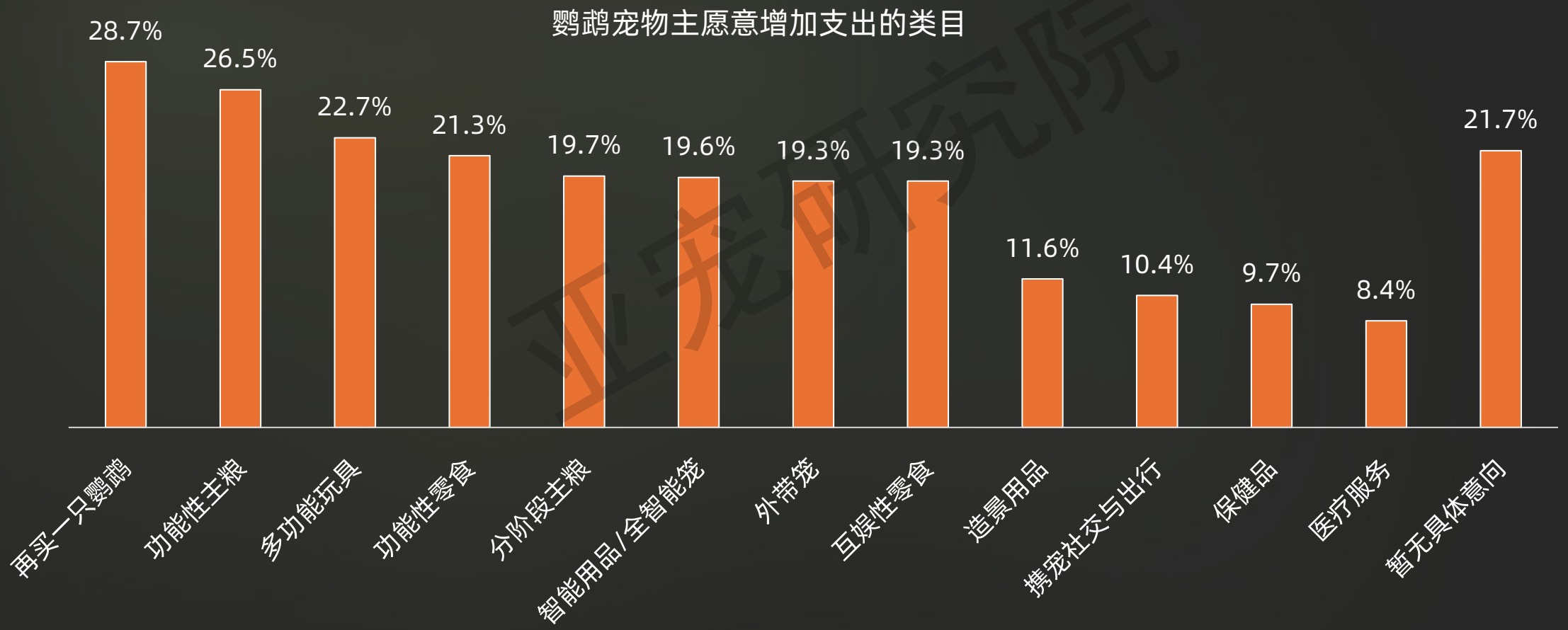


数据来源：亚宠研究院

亚宠研究院

消费升级：鹦鹉市场将呈现“多只饲养 + 产品升级” 的双轨增长特征

28.7% 的宠物主有再养一只鹦鹉的计划，为市场规模持续扩张提供增量支撑；
功能性主粮、多功能玩具、分阶段主粮及智能用品的增支意愿位居前列，说明养宠理念正向科学化、精细化、智能化方向演进，具备功能附加的产品将成为存量市场升级的核心载体。



数据来源：亚宠研究院

03

哺乳类小宠消费洞察

亚宠研究院

宠物主画像：男性占比上升，佛系养宠占比较高

男性宠物主占比由28%上升至34%，18-31 岁群体合计占比 73%，58%养宠不超过2年，约70%喂养1-2只小宠。
养宠年消费集中在 501-1500元，佛系随性党、科学成分党同样是哺乳类小宠市场主流养宠态度。

性别结构

女性：66%
男性：34%

年龄分布

18-26岁：49%
27-31岁：24%
37-46岁：20%

养宠年消费

501-1000元：25%
1001-1500元：20%
1500-2000元：15%

养宠年限

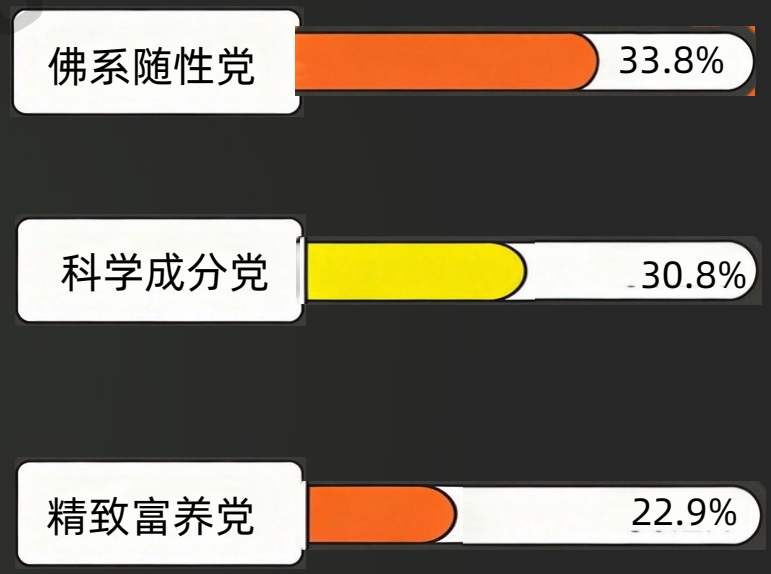
不足一年：26%
1-2年：32%
2-3年：19%

养宠数量

单只喂养: 39%
喂养2只：31%

渠道偏好

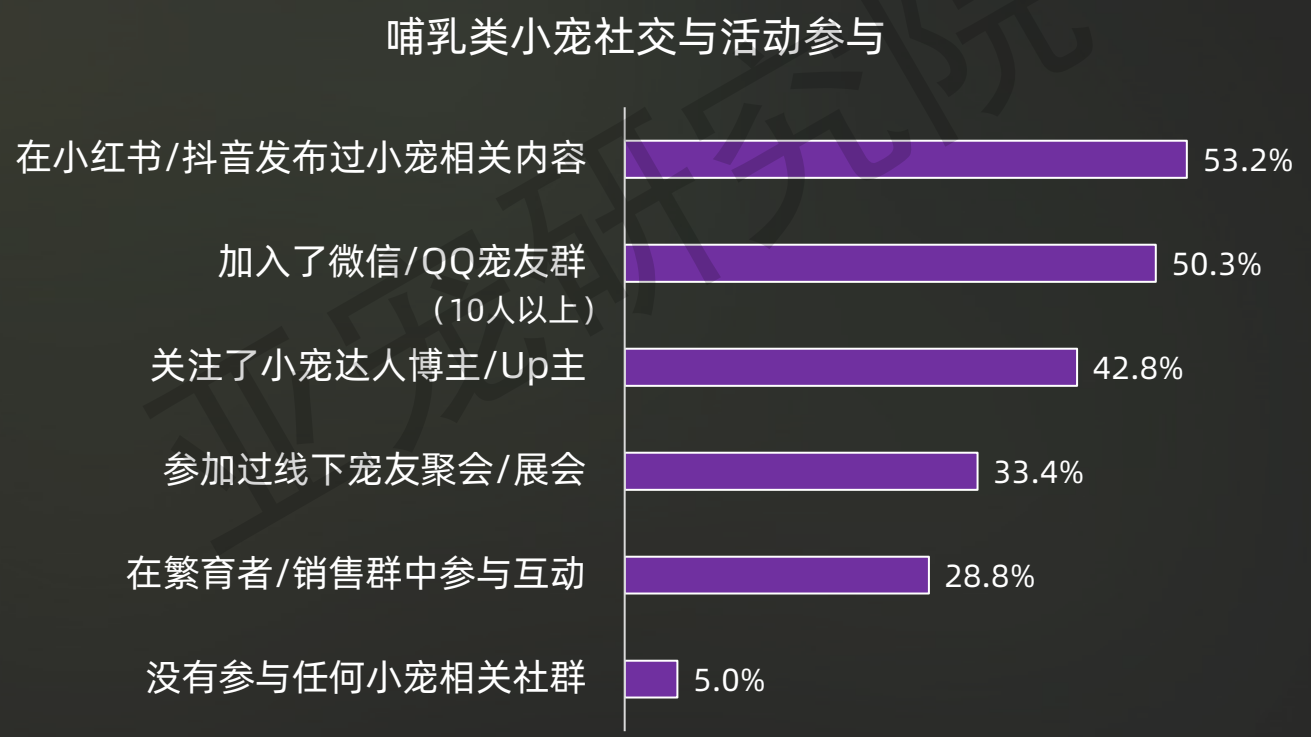
淘宝：67%
拼多多：62%
抖音：55%



数据来源：亚宠研究院

宠物主画像：线上分享活跃，社群参与度较高

活动/社交方面，53.2%的宠物主曾在小红书、抖音发布小宠相关内容，50.3%的宠物主加入线上宠友社群。线上社群成为用户交流饲养经验、交换产品信息的核心阵地，线下展会、宠友聚会同样具备稳定参与基础，圈层传播影响消费决策。



数据来源：亚宠研究院

食品消费洞察（杂食性）：“成长养护”功效需求突出，原料是选购重要标尺

谷物粮是主粮市场主流选择，零食市场以磨牙零食需求领先，果蔬冻干、冻干奶酪作为热门辅食；
从功效诉求来看，肠胃健康、提升免疫力依然是核心需求，同时对促生长需求偏好高于小宠整体水平，成长营养供给是独特关注点。
购买影响因素方面，天然原料、品种专用、生长阶段专用是主要考量因素。

杂食性啮齿小宠
仓鼠、花枝鼠、松鼠等

主粮	
谷物粮	71.4%
草本粮	56.8%
低温烘焙粮	31.9%
海鲜粮	22.3%
冻干粮	20.2%

零食/辅食	
磨牙零食	63.4%
果蔬冻干	41.2%
冻干奶酪	30.2%
鼠条	22.8%
面包虫	19.6%
葫芦巴籽	12.3%

●主粮热门功效关注

肠胃健康	提高免疫力	促生长	营养增重	骨骼健康	美毛
75.2%	67.8%	47.8%	46.9%	45.3%	32.2%

TGI：113

●主粮购买影响因素

天然原料	品种专用	生长阶段专用	高适口性	易吸收	兽医专研品牌
65%	60%	53%	46%	30%	20%

数据来源：亚宠研究院

亚宠研究院

食品消费洞察（草食性）：排毛需求凸显，分阶喂养与兽医专研打开产品差异化空间

草食性小宠拥有牧草刚需+ 主粮支撑 + 零食辅助的特有喂养结构。主粮方面添加果蔬、冻干的混合粮较受欢迎；提摩西草、澳麦草等各类牧草是日常饲喂基础，进口牧草更受欢迎。零食方面排毛零食、草条草饼需求领先。

从功效诉求来看，对骨骼健康、辅助排毛需求高于小宠平均水平。

购买影响因素方面，草食性小宠宠物主对适配生长阶段的食品偏好小幅领先整体小宠市场，对兽医专研品牌的偏好则显著高于整体水平。

草食性小宠

兔子、龙猫、豚鼠等

主粮		主草		零食/辅食	
混合粮（添加果蔬、花朵冻干）	52.9%	进口晒干提摩西草	45.0%	排毛零食	44.3%
压缩粮	41.5%	国产烘干提摩西草	39.0%	果蔬冻干	24.8%
膨化粮	34.5%	澳麦草	38.8%	草条 /草饼/草棒	43.0%
功能性粮	17.3%	其他禾科类牧草	16.3%	果冻/布丁	17.6%
				其他烘干草本植物	30.2%

●主粮热门功效关注



●主粮购买影响因素



数据来源：亚宠研究院

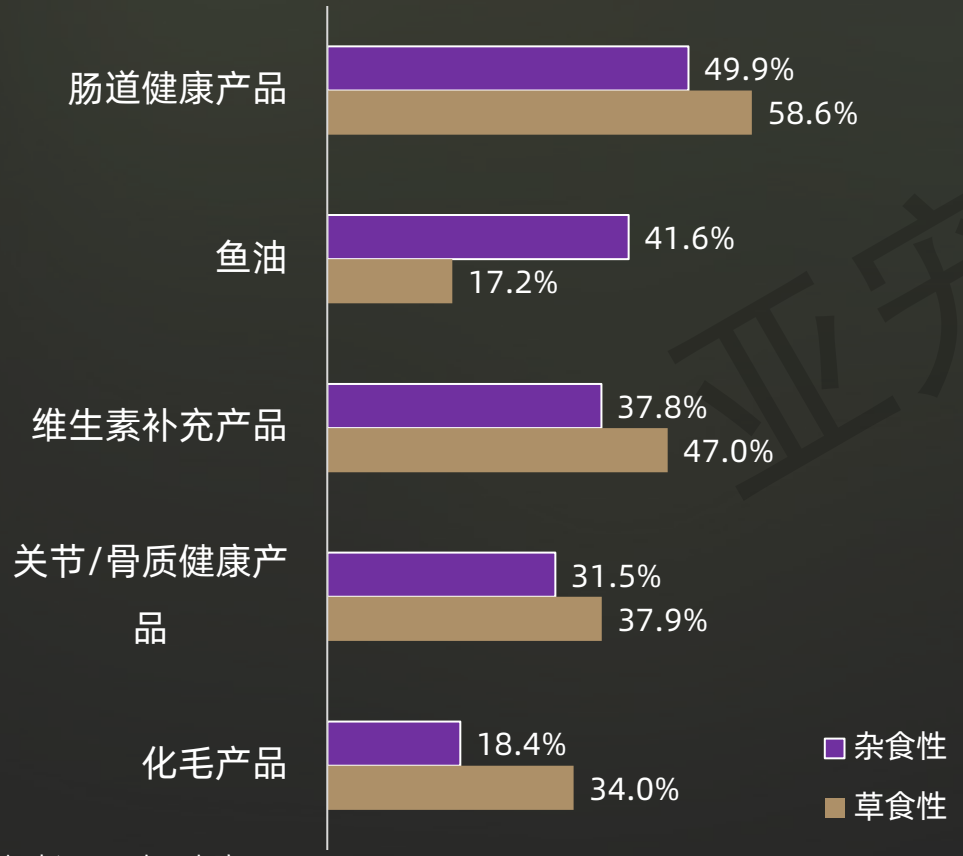
亚宠研究院

保健品及药品消费洞察：肠道养护贯穿保健与用药赛道，不同小宠需求分化明显

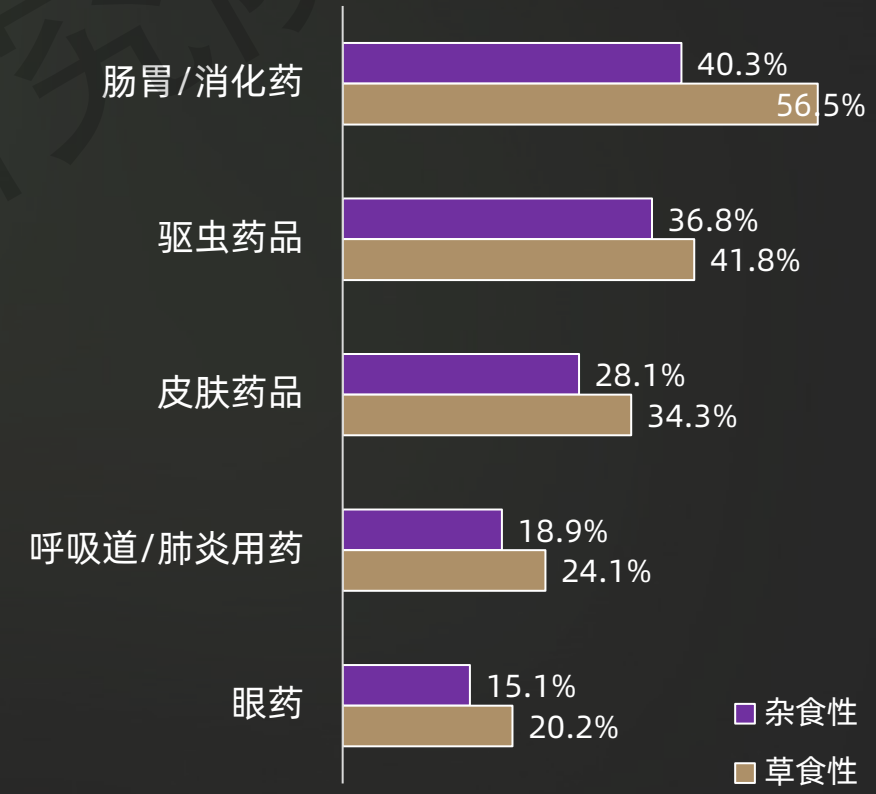
肠道健康保健品是首要选择，杂食性小宠宠物主对鱼油的消费偏好相对突出，草食性小宠宠物主则相对青睐维生素补充、关节/骨质健康、化毛相关产品。

杂食、草食小宠共同面临消化道、寄生虫问题，草食性小宠对各类药品的消费偏好普遍高于杂食性小宠。

哺乳类小宠保健品消费偏好TOP5



哺乳类小宠药品消费偏好TOP5



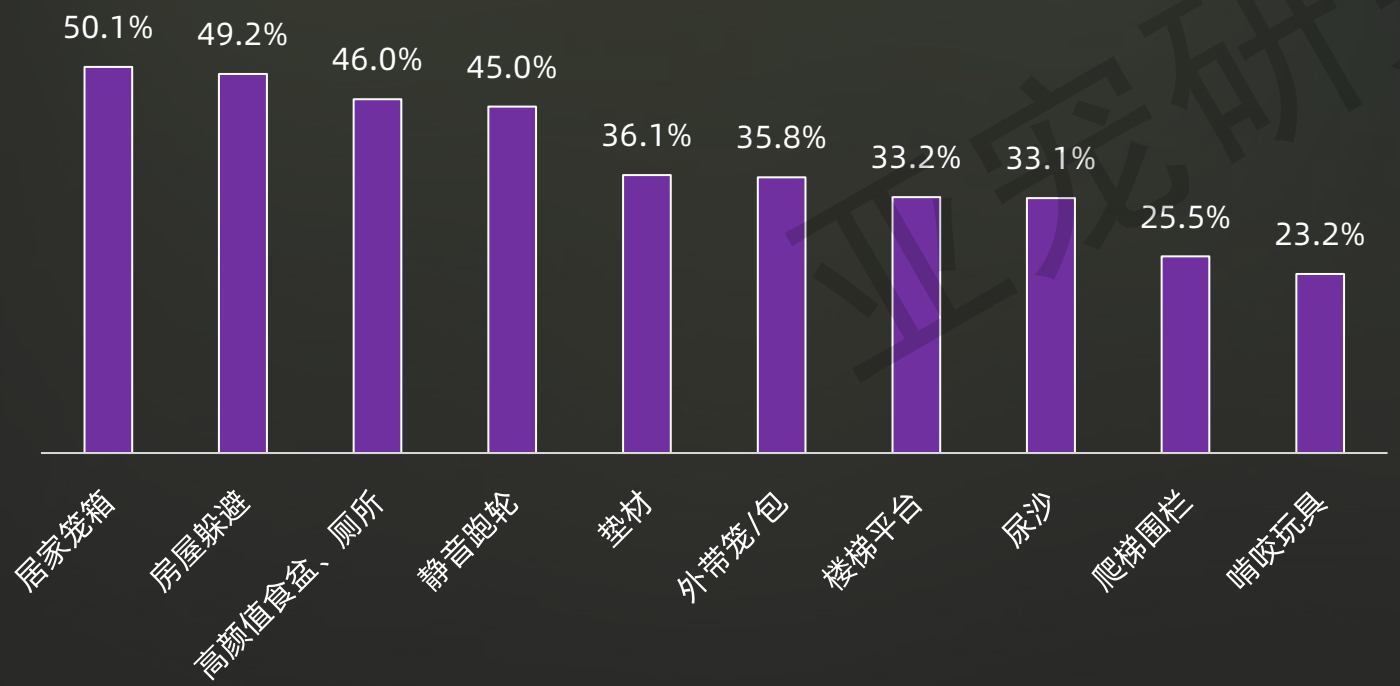
数据来源：亚宠研究院

亚宠研究院

用品消费洞察（鼠类）：造景优先，场景精细化

鼠类小宠用品消费呈现场景精细化、造景优先的鲜明特征。居家笼箱、房屋躲避、食盆厕所、静音跑轮位列消费前列，笼箱选购首要追求全景高透、适配造景，偏好自然季节、田园乡野造景。

鼠类小宠近一年主要用品消费偏好TOP10



居家笼箱消费需求

- 全景高透适用造景 68.2%
- 可拆卸易清洁 50.4%
- 防啃咬 45.7%
- 支持笼外拓展 30.8%

造景风格偏好

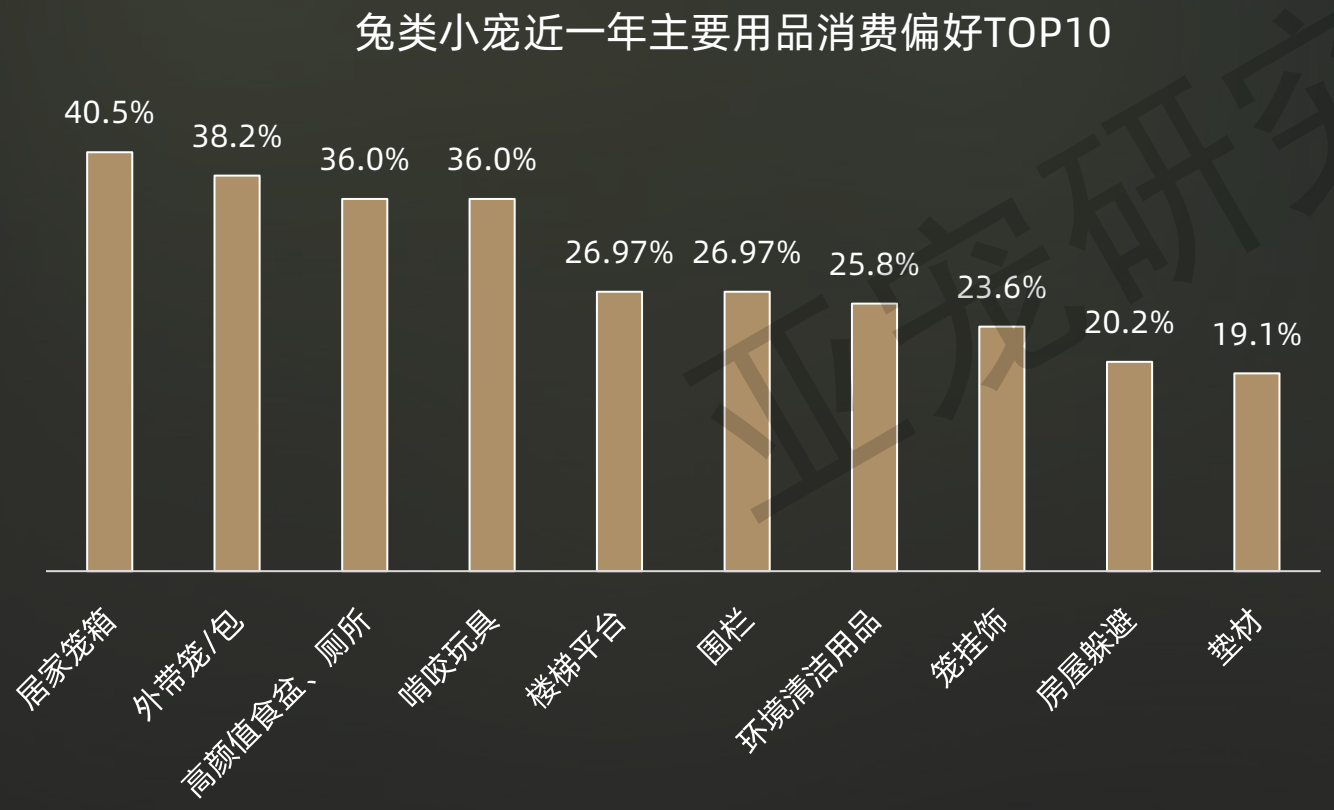
- 自然季节造景 46.6%
- 田园乡野造景 41.9%
- 节日主题造景 25.5%
- 童话风造景 22.6%

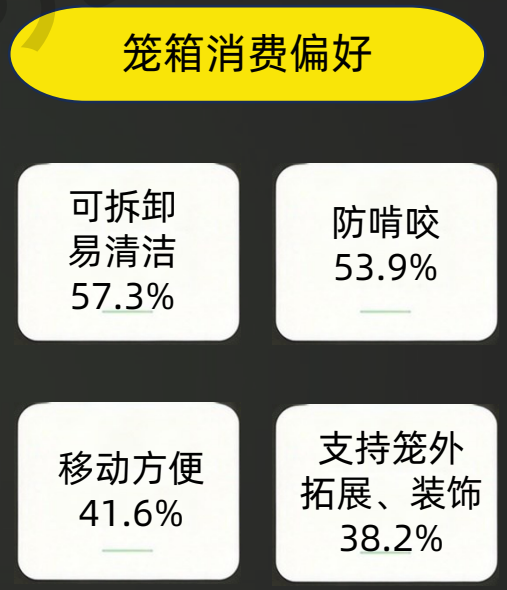
数据来源：亚宠研究院

注：不同于食品板块按照采食习性划分，用品需求受物种体型大小、活动习性影响较大，用品以鼠、兔两类主流小宠为代表分析不同养宠人群在环境打造思路上的明显差异。

用品消费洞察（兔类）：实用主义优先，造景意识萌芽

居家笼箱、外带笼包、食盆厕所、啃咬玩具是兔类用品核心采购品类，笼箱选购更加看重可拆卸易清洁、防啃咬等实用属性；兔类小宠用品市场现阶段仍处于夯实基础饲养配置的阶段，宠物主优先看重产品耐用性与清洁便利性；同时，楼梯平台、围栏、笼挂饰开始拥有部分稳定需求，反映出部分宠物主已开始关注笼内空间分层布置，饲养环境丰富化需求正在逐步萌芽。





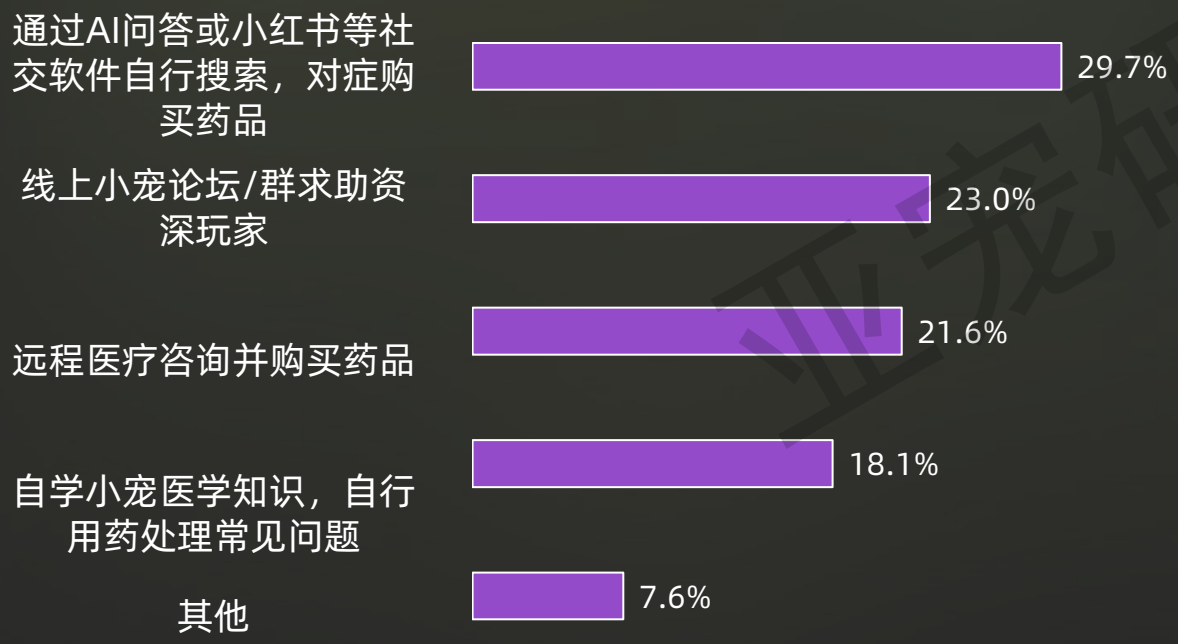
数据来源：亚宠研究院

服务消费洞察：宠物主通过AI问答或社交软件获得健康管理方案，定制化配餐需求凸出

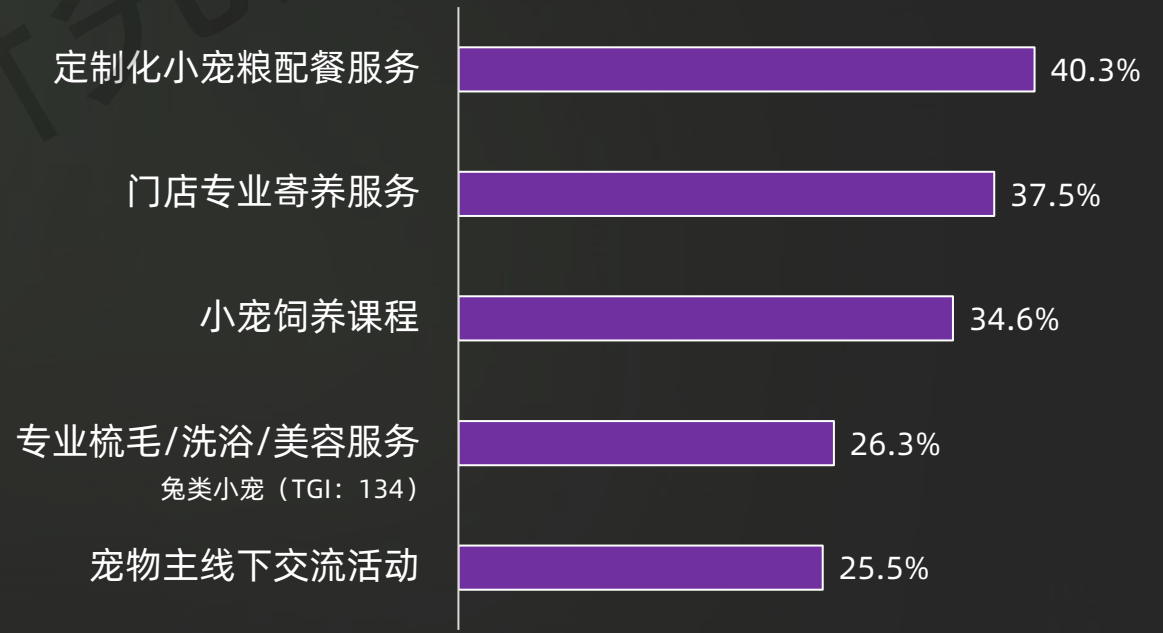
在没有适配医疗机构的情境下，宠物主更习惯通过AI 、社交平台检索信息或社群求助。宠物主高度依赖碎片化网络资讯自行处置，存在较大饲养风险。

衍生服务方面，定制配餐、专业寄养、饲养课程需求领先；美容、专业梳毛/洗浴/美容服务需求集中在兔类市场。

没有合适医疗机构情景下的小宠疾病应对举措



哺乳类小宠衍生服务需求TOP5



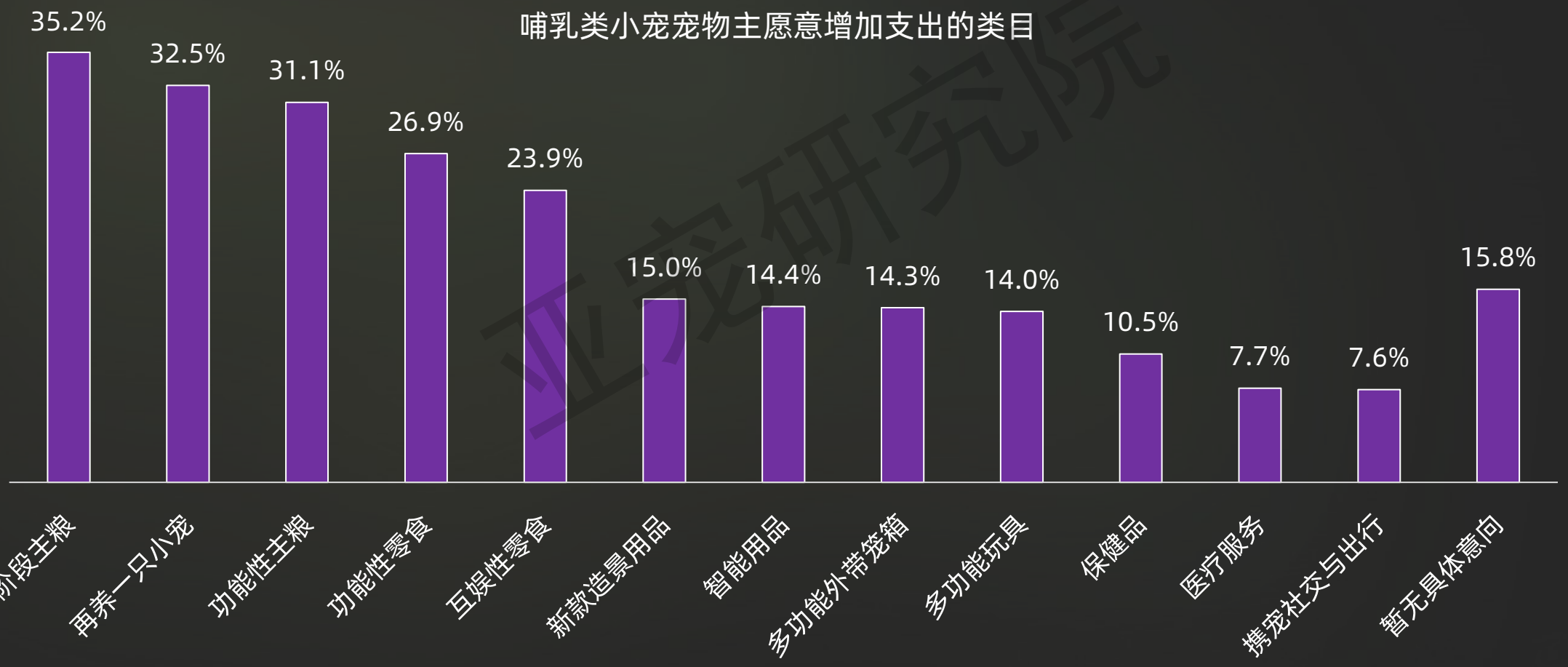
数据来源：亚宠研究院

亚宠研究院

消费升级：分阶喂养与养宠数量扩充意愿领先，环境、智能消费潜力有序释放

分阶段主粮、功能性主粮、功能性零增支意愿较高，说明哺乳类小宠宠物主愿意持续投入资金优化饮食结构。同时 “再养一只小宠” 的意愿高居第二位，市场扩容需求强劲。

用品方面，新款造景用品、智能用品具备稳定消费意向，未来宠物主将持续追求饲养环境升级。



数据来源：亚宠研究院

04

两爬消费洞察

亚宠研究院

宠物主画像：佛系养宠党与生态观察家构成基本盘

两爬宠物主以 18-31 岁青年群体为主，男女比例相对均衡，60%养宠不足2年，43%喂养2只爬宠；
养宠年消费集中在 501-1500 元区间，佛系随性党、生态观察家构成养宠人群主体 。

性别结构

女性：47%

男性：53%

年龄分布

18-26岁：35%

27-31岁：31%

37-46岁：8%

养宠年消费

501-1000元：24%

1001-1500元：25%

1501-2000元：20%

养宠年限

不足一年：24%

1-2年：36%

3年以上：21%

养宠数量

喂养2只: 43%

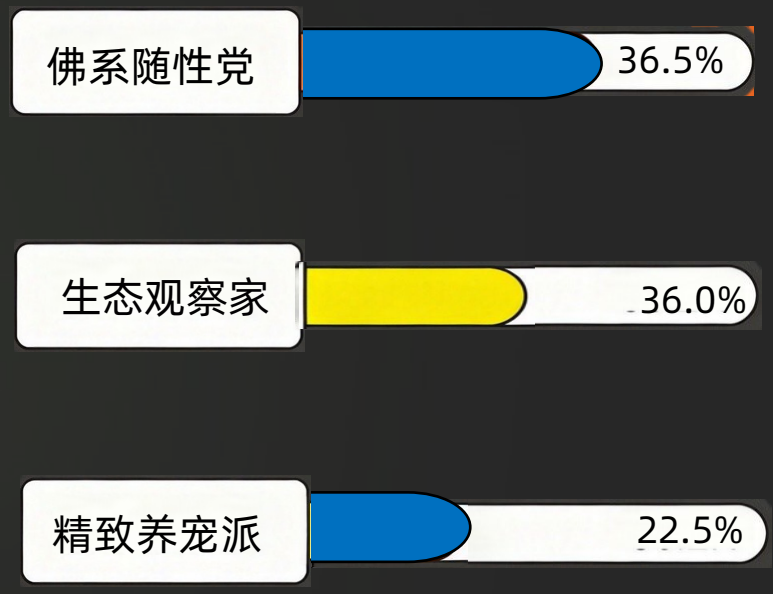
喂养1只：31%

渠道偏好

拼多多：42%

淘宝：40%

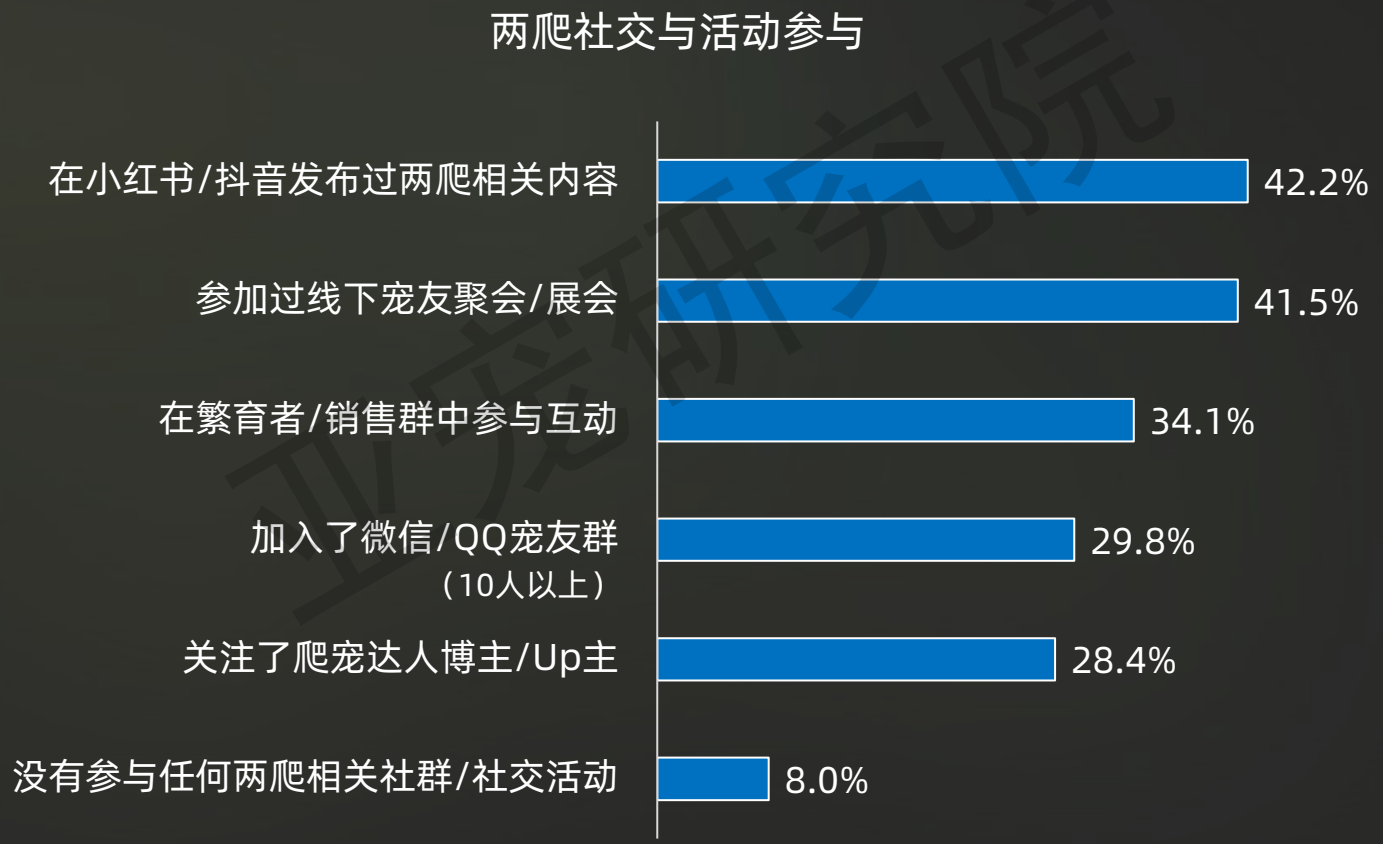
抖音：38%



数据来源：亚宠研究院

宠物主画像：线上分享与线下社交双重需要

社交与活动方面，42.2%的宠物主会在社交平替发布两爬相关内容，41.5%的宠物主参加过线下宠友聚会/展会，宠物主兼具线上内容分享与线下社交互动的双重需要。



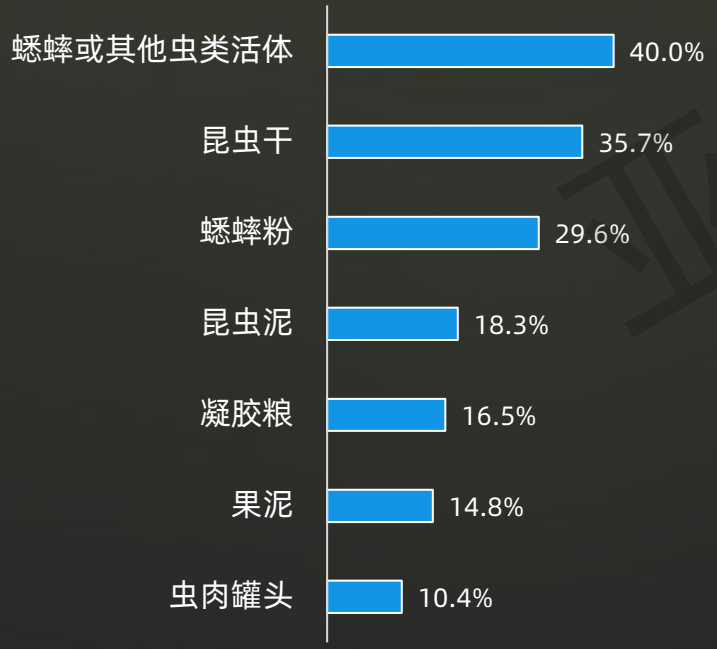
数据来源：亚宠研究院

食品消费洞察：标准化成品饲料多样化发展

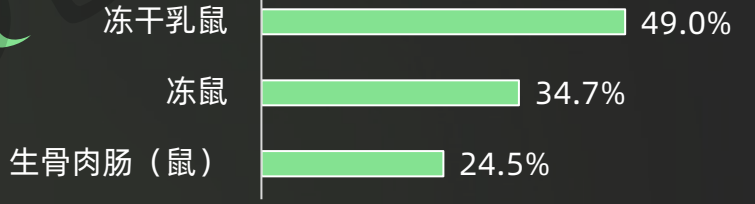
活体饵料采购门槛高、储存麻烦，各类虫干、冻干鼠、鼠肉肠等标准化成品相继上市，接受度逐年上涨，龟是标准化成品饲料渗透率较高的两爬品类。
但肉食两爬天然食谱难以彻底替换，活体饵料依旧不可完全替代。

不同两爬品类主要食品消费偏好

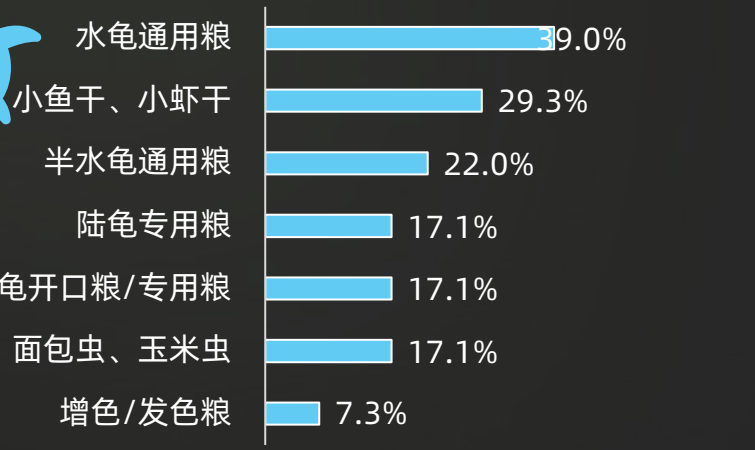












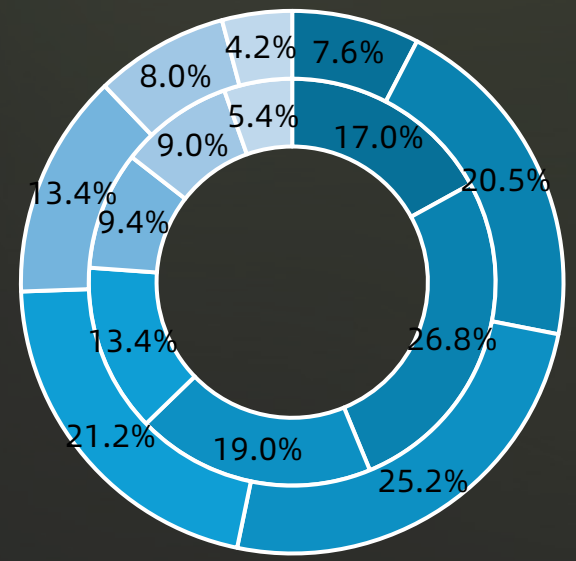
数据来源：亚宠研究院，公开资料

亚宠研究院

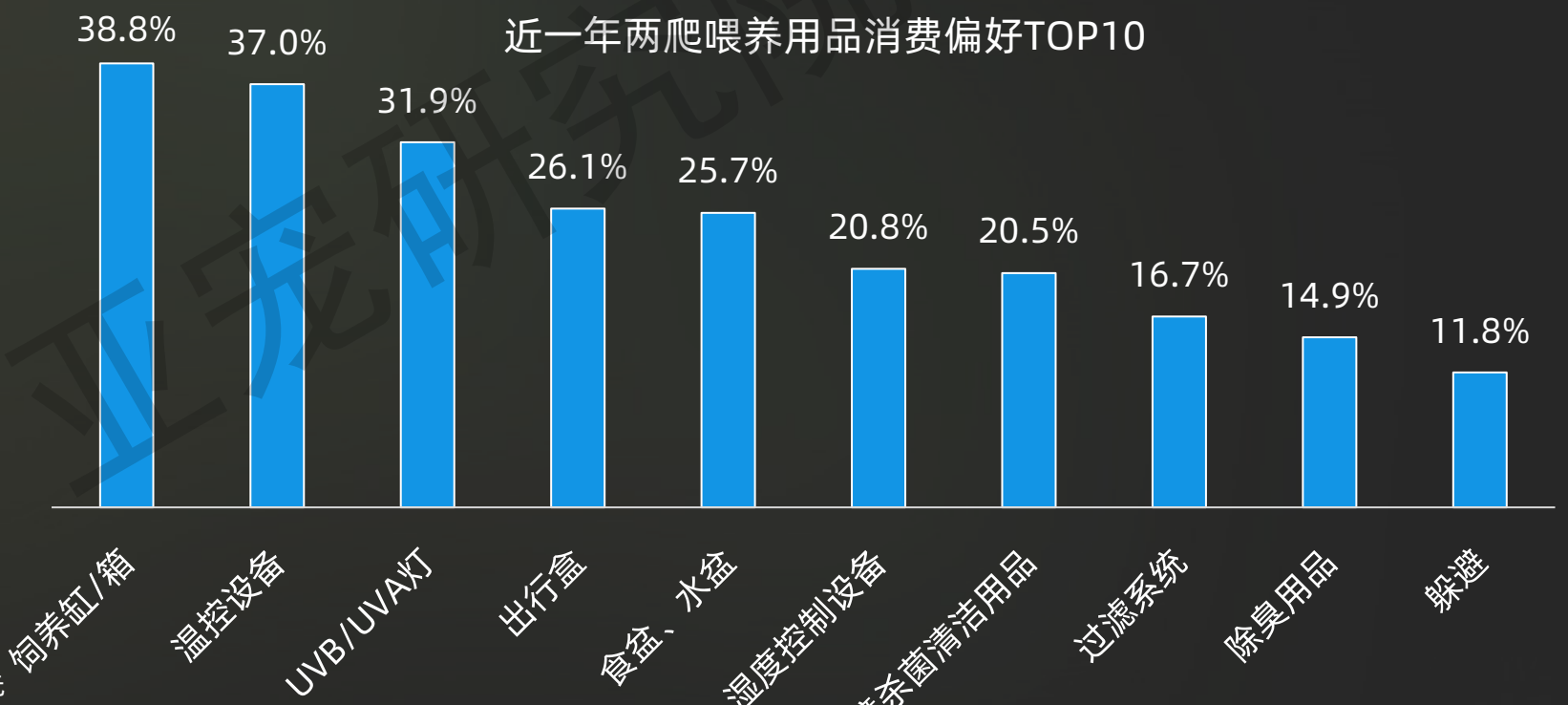
用品消费洞察：环境搭建类消费为核心，喂养缸/箱主力价位集中在 100-300 元

饲养缸/箱稳居用品消费偏好首位，消费需求集中在100-300 元价格带，该价位段占比由40.2%提升至45.7% 。
温控、UVB/UVA 灯等环境配套设备紧随其后，构成两爬用品主要消费清单。

喂养箱/缸价格偏好



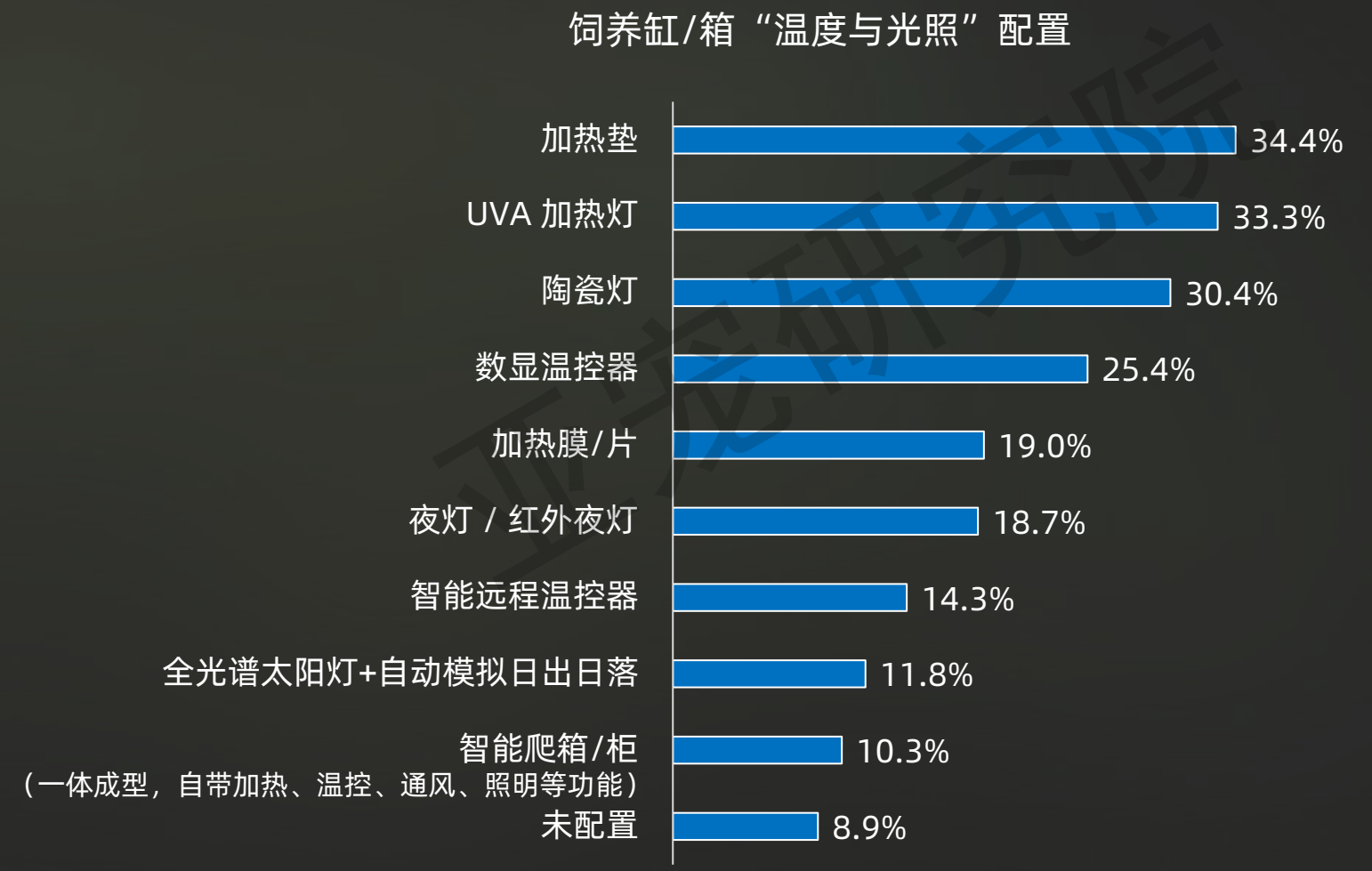
近一年两爬喂养用品消费偏好TOP10



数据来源：亚宠研究院，公开资料

用品消费洞察（温控与光照）：温控光照基础配置普及但高阶设备渗透率偏低

完全不做“温度与光照”配置的两爬宠物主不足10%，加热垫 、UVA 加热灯、陶瓷灯较为常见，远程定时设备、全太阳光谱模拟日落设备等专业用品普及率较低。



数据来源：亚宠研究院

用品消费洞察（造景）：基础功能性造景占据市场主流

造景赛道分化明显，约半数只进行如躲避屋、攀爬树、可挖土层等简约功能性用品装饰；
此外，38%偏好原生态栖息地造景，主题创意、水陆造景逐渐兴起。



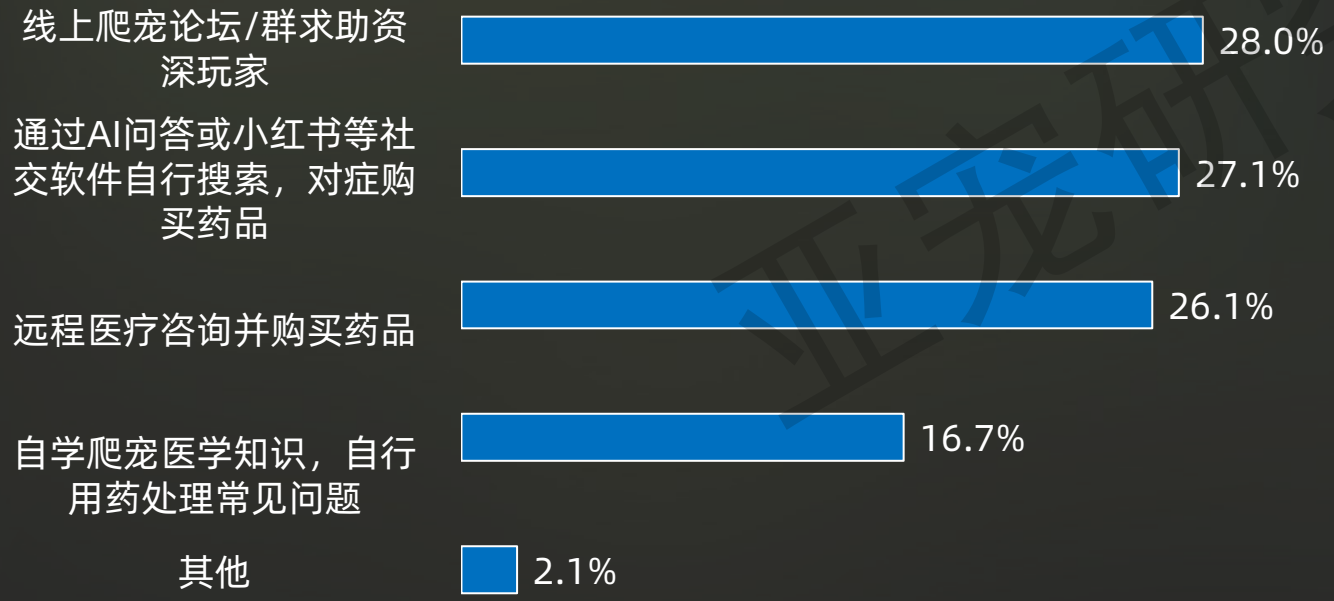
造景偏好

- 简约功能性造景 51%
- 原生态栖息地造景 38%
- 主题创意造景 23%
- 水陆缸造景 11%

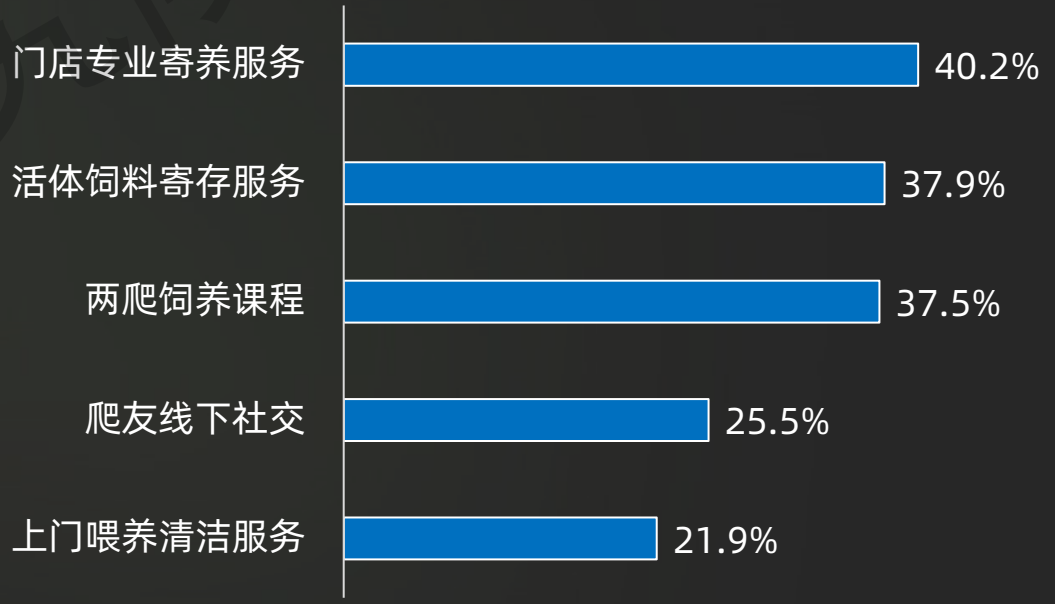
服务消费洞察：医疗短板持续凸显，寄养寄存服务需求较高

专业医疗供给短板在两爬赛道同样凸显，治疗信息依赖社群与网络内容。
衍生服务方面，外出托管与与活体饵料存放需求突出。

没有合适医疗机构情景下的两爬疾病应对举措



两爬主要衍生服务需求TOP5

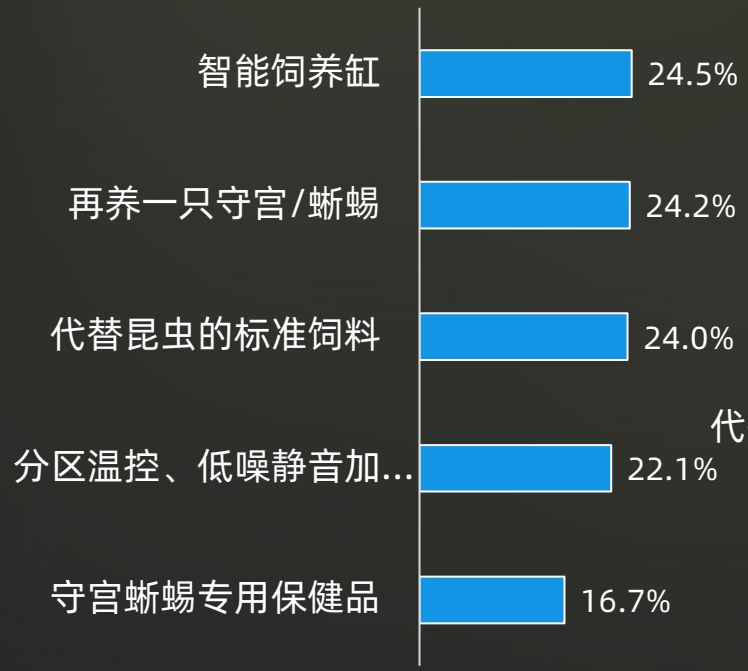


数据来源：亚宠研究院

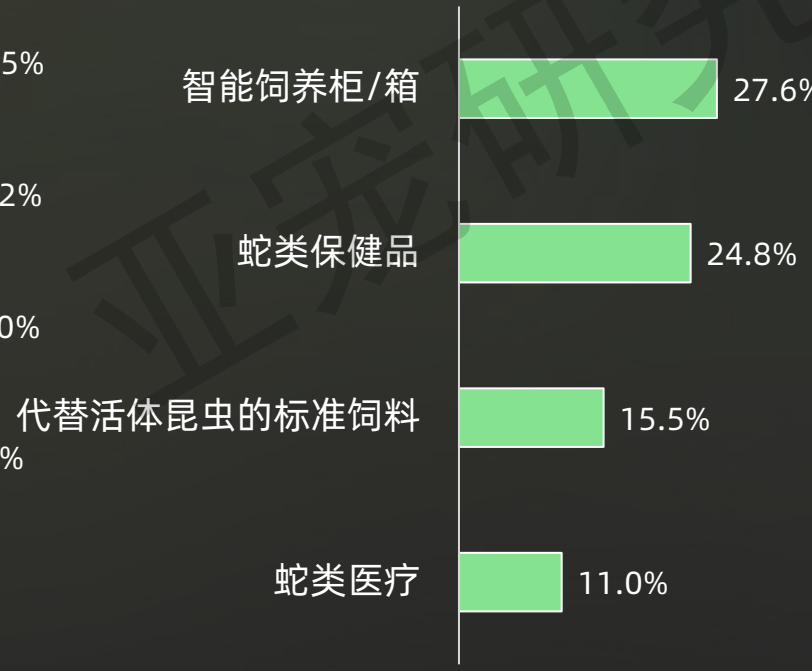
消费升级：智能养宠需求持续看涨

从两爬宠物主未来增支意愿来看，智能用品成为三大养宠群体共同的首要升级方向。
此外，守宫蜥蜴宠物主愿意购买更多替代活体的标准饲料；蛇类、龟类倾向在保健品领域增加投资。

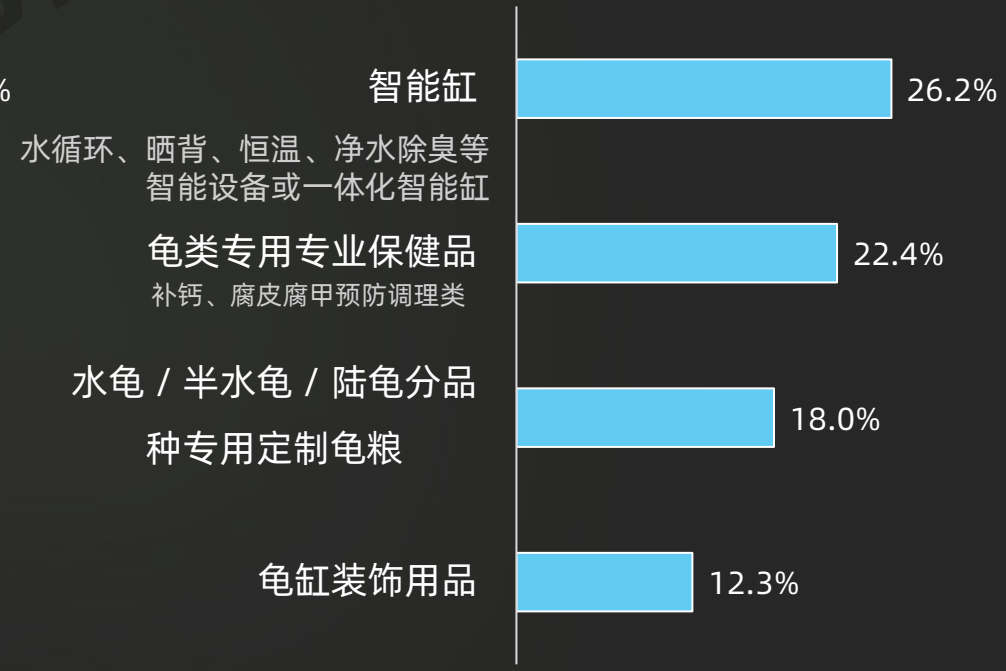
守宫蜥蜴未来增支意向



蛇类未来增支意向



龟类未来增支意向

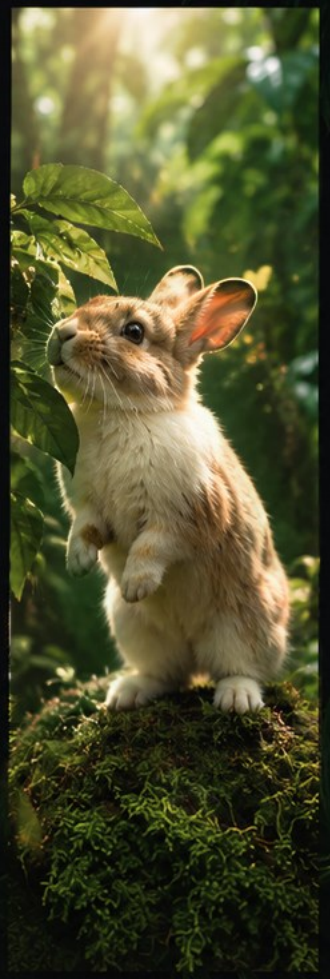


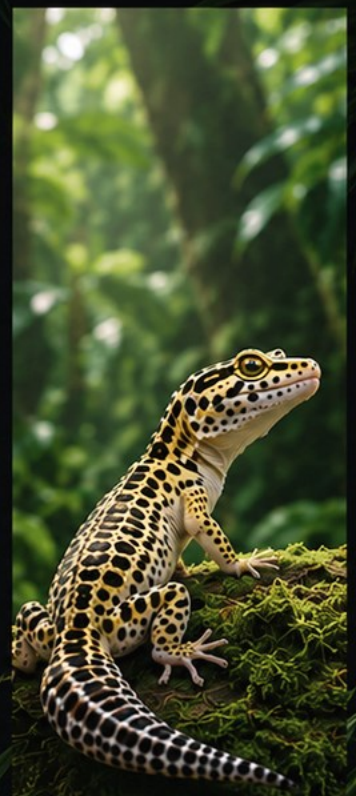
数据来源：亚宠研究院

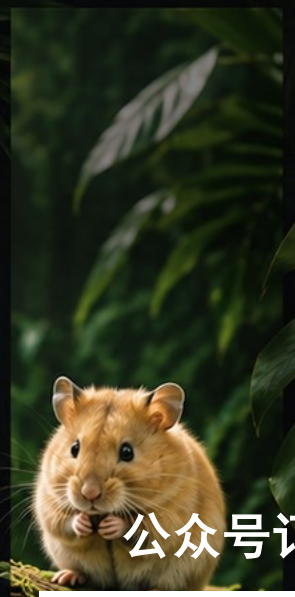
亚宠研究院

apa 亚宠会 | 亚宠研究院 apa INSTITUTE | ASAEF 亚洲小宠生态论坛 | petfair asia 亚洲宠物展览会









感谢聆听

公众号订阅

2026蓝皮书预售