药融圈
医药信息与人脉精准链接平台

药融圈
产业研究院



2026年
中国宠物药行业
发展白皮书

2026 China's
Pet Medicine Industry
Development White Paper

给”孩子”用儿童药
给”宠物”用宠物药
对待生命的态度
决定了我们文明的刻度

药融圈 医药信息与人脉精准链接平台

扫码加入
宠物行业交流/会员群

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

宠物行业学习+圈子群

深度关注宠物圈，推荐加入杨Sir会员



关注公众号【杨Sir宠物圈】关注更新

研究目的

宠物用药安全问题的显性化，与宠物角色从 " 动物 " 向 " 家庭成员 " 转变、宠物医疗消费从 " 偶发性治病 " 向 " 全生命周期健康管理 " 升级密切相关。在这一背景下，宠物用药安全已不再是单纯的动物医疗议题，而是涉及药品研发、生产、流通、处方、使用、监测全链条的系统性工程。与此同时，国内宠物药产业正处于从进口依赖向自主供应转型的关键窗口期，人药兽用、假劣兽药、渠道违规等乱象与产业规范化发展并存，使得宠物用药安全研究兼具现实紧迫性与产业参考价值。

本书研究以宠物用药安全为核心主线，通过整合产业调研、上市公司年报、农业农村部公告、新兽药注册数据及批签发信息，从以下三个维度展开：

第一，宠物用药安全的三层内涵与产业供给格局。

本书将宠物用药安全拆解为 " 药品本身的质量安全性 "" 处方的合规性与精准性 "" 用药后的效果监测与反馈闭环 " 三个递进层面，形成从基础保障到持续优化的完整分析框架。在此基础上，系统梳理国产宠物药企业的三类供给路径——传统动保延伸型、宠物药垂直型、跨界企业进入型，呈现猫三联疫苗、驱虫药、皮肤药、抗生素等品类的国产替代进展，以及慢性病治疗药物、前沿生物技术（JAK 靶向药、mRNA 疫苗、干细胞疗法等）的创新突破与临床转化现状。

第二，政策监管演进与消费行为变迁的双重牵引。

本书分析 2025—2026 年宠物用药监管政策的系统性升级路径，涵盖优先评审机制、人用药品转化注册、二维码追溯制度、网络售药整治、诊断试剂身份认定等关键政策节点，呈现监管从 " 事后抽检 " 向 " 全程留痕 "、从 " 管住 " 向 " 管好 " 的演进逻辑。同时，基于消费数据与行为研究，分析宠物主从 " 价格敏感 " 向 " 资质验证 "、从 " 被动接受 " 向 " 主动查验 " 的决策重构，探讨消费觉醒对合规市场扩容的反向塑造作用。

第三，前沿技术发展与配套体系建设。

本书关注 AI 辅助诊疗、数字化健康管理、远程兽医服务等技术对宠物用药精准性的提升路径，分析宠物保险支付体系对合规用药规模化推广的传导机制，同时呈现宠物专用临床试验标准、长期安全性评价方法、真实世界证据积累等基础研究的完善情况，探讨技术前沿化与配套体系成熟之间的协同关系。

通过上述研究，本书试图回答以下核心问题：当前宠物用药安全体系存在哪些结构性短板与风险节点？国产宠物药产业在哪些品类已实现有效替代、在哪些领域仍存在供给缺口？政策监管与消费觉醒如何形成双向牵引以推动市场规范化？前沿技术创新需要哪些配套体系支撑才能实现临床转化？

本书旨在为宠物药行业政策制定者提供监管优化的参考依据，为宠物药生产企业提供战略定位与竞争格局的研判基础，为宠物诊疗机构提供处方合规与用药安全的实践指引，为宠物主提供药品查验与消费决策的科普框架，最终推动宠物用药从 " 可用 " 向 " 安全用 "、从 " 合规 " 向 " 精准 " 的层次跃升。

正文目录

1 从“治病”到“用药安全”：宠物医疗的理念跃迁 01

1.1 “宠物用药安全”热点解析 01

1.1.1 执法监管的空前密集化与制度化 01

1.1.2 社交媒体驱动的消费者集体觉醒 01

1.1.3 产业头部玩家的战略转向与合规叙事升级 01

1.2 安全用药的三个层面分析 02

第一层：药品本身的质量安全性——"有没有合格药" 02

第二层：处方的合规性与精准性——"会不会合理用" 03

第三层：用药后的效果监测与反馈闭环——"用后效果如何" 03

2 替代链背后的“暗物质”：乱象如何吞噬合规市场 05

2.1 人药兽用——最大的一块“灰色存量” 06

2.1.1 "消费者自带"模式的法律边界 06

2.1.2 医院"暗房存放"的明知故犯 06

2.1.3 "无对症兽药"困境下的经验主义选择 07

2.2 假劣兽药——电商平台上的“隐形货架” 07

2.3 渠道乱象——兽药经营许可证的“借用与滥用” 08

3 政策收紧与消费觉醒：宠物安全用药的“双重牵引” 09

3.1 政策分析：体系的系统性升级，从“管住”到“管好” 10

3.1.1 从"无药可用"到"有药快批"：优先评审机制打开供给闸门 10

3.1.2 从"事后抽检"到"全程留痕"：二维码追溯与网络整治的"双线作战" 10

3.1.3 从"科研豁免"到"持证上岗"：诊断试剂监管补全最后一块拼图 11

3.2 消费画像与偏好分析：宠物主付费意愿的质变 12

3.2.1 人群底色：Z世代主导的"理性养宠"时代 12

3.2.2 结构迁移：从"食品独大"到"医疗崛起"的消费版图重塑 12

3.2.3 付费升级：全生命周期健康管理的支出天花板抬升 13

3.2.4 决策重构：从"比价"到"验真"的购买逻辑跃迁 14

药融圈 医药销售人脉精准链接平台

4 市场竞争格局分析：主要企业与产品全景分析 15
4.1 跨国代表企业分析 16
4.1.1 硕腾——全球龙头企业的中国挑战与应对 16
4.1.2 勃林格殷格翰——数字化渠道与本土化生产布局 17
4.1.3 礼蓝——创新产品持续放量，战略转型稳步推进 18
4.1.4 默沙东动物保健——本土化生产与数字化产品组合 18
4.2 本土代表企业分析 20
4.2.1 传统动保集团延伸型 20
4.2.2 宠物药垂直型 24
4.2.3 跨界企业进入型 27
4.3 主要产品的特征共性分析 27
4.3.1 品种分布：驱虫药和疫苗仍是绝对主体，治疗性药物破冰在即 27
4.3.2 剂型分布：“用户便利性”重构产品设计逻辑 33
4.3.3 客单价分布：价格带显著分化 36
4.3.4 核心创新点：差异化的底层逻辑 38
4.4 行业趋势与公司重大举措 39
4.4.1 行业关注的核心趋势与风向 39
4.4.2 代表企业重大举措与在研管线 40
4.4.3 大事件与行业里程碑 42
5 资本偏好与技术预见 47
5.1 投资热点与偏好分析 48
5.1.1 技术偏好的梯度变化 48
5.1.2 资本偏好的结构特征 48
5.2 重点资本事件简析 50
5.2.1 一级市场的“专业化”融资加速 50
5.2.2 二级市场与产业资本的“整合式”入场 51
5.2.3 海外对标与技术催化 52

6 产业热点与趋势解析 54

6.1 诊疗智能化：AI从"辅助工具"走向"决策中枢" 55

6.1.1 第一层：辅助诊断——从X光片到多模态识别 55

6.1.2 第二层：临床决策支持——大模型的里程碑意义 55

6.1.3 第三层：预防性健康管理——从"治病"到"防病" 56

6.2 治疗前沿化：生物技术突破治愈边界 56

6.2.1 干细胞疗法：从概念验证到监管路径打通 56

6.2.2 mRNA疫苗：平台化技术的跨界迁移 57

6.2.3 基因编辑与基因治疗：更高壁垒，更高回报 57

6.3 服务精细化：数字化打通宠物健康管理“最后一公里” 58

6.3.1 远程兽医服务：打破时空限制 58

6.3.2 数字化健康档案与行为监测 58

6.3.3 用药依从性管理：数字化工具的隐性价值 59

6.4 支付规模化：宠物保险或成为合规用药的“放量引擎” 59

6.4.1 渗透率困境与结构性瓶颈 59

6.4.2 保险驱动合规用药的三重传导机制 59

6.4.3 打破僵局的关键实践 60

7 未来三年——安全用药的四个关键博弈 61

7.1 产能安全 vs 产能规模 61

7.2 监管收紧 vs 消费教育 61

7.3 短期盈利 vs 长期研发 61

7.4 单点产品 vs 生态协同 61

免责申明 63

版权申明 63

关于药融圈产业研究院 64

联系我们 64

药融圈 医药信息人脉精准链接平台

图表目录

图表 1： 宠物安全用药的三层内涵与递进逻辑 02

图表 2： 宠物药品终端消费结构估算（2025年） 08

图表 3： 宠物药品消费决策因素权重变化图（2023 vs 2025） 14

图表 4： 硕腾中国区季度营收变化趋势（2024Q1—2025Q4） 16

图表 5： 传统动保集团延伸型企业主要产品情况 21

图表 6： 宠物药垂直型企业主要产品情况 25

图表 7： 宠物药市场品类占比与竞争情况 28

图表 8： 近一年来，全球宠物治疗性药物重大进展一览 29

图表 9： 宠物药剂型全景图 33

图表 10： 经胃肠道给药（口服制剂） 33

图表 11： 注射给药剂型 35

图表 12： 宠物药品价格带分布表 37

图表 13： 代表企业战略视角的重大举措 40

图表 14： 宠物药行业2025—2026年重大事件年度日历 43

图表 15： 技术偏好的梯度变化 48

图表 16： 2024—2025年宠物医疗融资按技术方向分布及代表案例 49

图表 17： AI在宠物医疗领域的应用场景图谱 56

图表 18： 前瞻性技术在宠物医疗领域的应用成熟度评估 57

图表 19： 数字化技术在宠物健康管理中的应用框架 58

图表 20： 宠物保险渗透率国际对比与中国增长空间 60

药融圈 医药信息与人脉精准链接平台

01 CHAPTER

从“治病”到“用药安全”——宠物医疗的理念跃迁

1.1 “宠物用药安全”的重要性

宠物用药安全问题的显性化，经历了一个从"隐于专业圈层"到"爆发于公众视野"的过程。

1.1.1 执法监管的空前密集化与制度化

2025—2026 年，全国多地农业农村主管部门密集发布涉及宠物用药安全的行政处罚案例，覆盖面从一线城市延伸至县域市场。仅 2025 年 5 月，纳入统计范围的宠物诊疗行业行政处罚案例即达约 49 起，涉及人药兽用、假劣兽药、无证经营、医疗废物处置等多类违法情形。典型案例包括：2025 年 11 月天津大唐宠物医院因使用人用胰岛素治疗糖尿病患犬，于 2026 年 2 月被天津市西青区农业农村委员会处以 1.3 万元罚款；2025 年 8 月宁夏贺兰县某动物医院因使用过期人用药、兽药及医疗器械被查获并处罚。执法的密集化表明，用药安全已不再是"少数区域的局部问题"，而是上升为全国性、制度化的监管重点。

1.1.2 社交媒体驱动的消费者集体觉醒

在小红书、抖音等平台上，"避雷贴""成分党""兽药批号查验攻略"等主题的关注度大幅攀升。宠物主开始主动学习通过中国兽药信息网核验批准文号、扫描二维码追溯产品来源、区分人药兽用的风险边界。这种自下而上的消费者教育虽然呈现碎片化特征，但其传播速度之快、影响范围之广，已远超传统行业教育手段。值得注意的是，消费者的觉醒正在反向塑造市场——当"批号查验"成为购买前的标准动作，不合规产品的生存空间被快速压缩。

1.1.3 产业头部玩家的战略转向与合规叙事升级

瑞普生物、海正动保等本土头部企业，以及硕腾、勃林格殷格翰等跨国巨头，在 2025—2026 年的产品发布和财报沟通中，不约而同地强化了"安全性""合规性""可追溯性"的品牌叙事。例如，勃林格殷格翰于 2025 年 7 月通过京东健康首发口服驱虫咀嚼片福味恩®，以数字化渠道强化正规流通路径；瑞普生物在 2025 年年报中强调其宠物板块通过中瑞供应链覆盖超 1.4 万家医院，推动合规药品的终端渗透。这一战略转向并非偶然——当消费者对

安全的关注度转化为购买决策权重，"安全"便从非核心卖点升级为产业竞争的核心壁垒。

1.2 安全用药的三个层面

在深入分析之前，有必要对"宠物安全用药"的内涵做一次系统性拆解。本报告将其划分为由浅入深、层层递进的三个层面，形成"基础保障—过程管控—持续优化"的完整闭环。

图表 1：宠物安全用药的三层内涵与递进逻辑



数据来源：药融圈产业研究院绘制

第一层：药品本身的质量安全性——"有没有合格药"

这是最基本、最传统的一层，解决的是供给端的"产品合规"问题。具体包括四个维度：

- **合法资质维度：**药品是否取得农业农村部核发的合法批准文号，是否可通过中国兽药信息网或国家兽药综合查询 APP 核验；
- **评价维度：**是否已通过必要的安全性与有效性评价（包括临床试验、残留检测、环境安全评估等）；
- **生产维度：**生产过程是否符合《兽药生产质量管理规范》（GMP）标准，是否建立完整的生产记录与质量档案；

- **信息维度：**产品标签和说明书是否真实、完整，是否与农业农村部批准的内容一致，是否存在擅自变更标签样式或夸大适应症等违规行为。

第二层：处方的合规性与精准性——"会不会合理用"

这是最容易被忽略但临床影响最大的一层。即便药品本身完全合规，若处方不当、剂量错误、适应症错配或过期使用，同样会引发严重安全问题。该层的核心要点包括：

- **剂量精准匹配：**宠物的代谢特征与人存在显著差异，人用药品的剂量标准无法直接套用于宠物。例如，人用胰岛素在犬猫体内的代谢曲线与兽用胰岛素存在差异，盲目替代可能导致低血糖或血糖波动失控；
- **适应症与生理特征吻合：**不同品种、年龄、体重的宠物对同一药物的耐受性差异巨大，处方必须基于准确的诊断和个体化评估；
- **人药兽用风险边界管控：**在缺乏对应兽药的临床场景下（如宠物专用胰岛素严重不足），部分诊疗机构存在"救急"心态而突破法律红线。2025 年上海闵行区某宠物医院在无对症兽药情况下使用人用药品救治宠物猫，因符合《上海市农业农村领域轻微违法行为依法不予行政处罚清单》规定情形而免予处罚，这一案例既反映了临床困境，也提示了"合规例外"的边界争议。

第二层的问题本质上是"供给侧合规"与"需求端专业"之间的衔接断裂。当前中国执业兽医队伍的专业化水平参差不齐，部分基层诊疗机构缺乏系统的处方审核机制，导致"合规药"被"不合规地用"。

第三层：用药后的效果监测与反馈闭环——"用后效果如何"

这是最前沿、产业成熟度最低的一层，也是头部企业差异化竞争的新方向。具体包括：

- **不良反应监测（PV）：**建立宠物用药后的不良反应收集、上报与分析机制。当前中国尚未建立类似人用药品的国家级宠物药物警戒系统，但部分头部企业（如硕腾、瑞普生

物）已在内部建立产品使用反馈数据库；

- **疗效追踪评估：**通过数字化工具（如宠物医院 HIS 系统、可穿戴设备）追踪用药后的临床结局指标，形成真实世界证据（RWE）；
- **长期安全性数据积累：**宠物生命周期长达 10—20 年，慢性病的长期用药安全性数据极度匮乏。这一数据缺口既是风险盲区，也是创新药企业的竞争高地；
- **反馈驱动的迭代优化：**将监测数据反向输入研发与生产环节，形成"临床使用—数据反馈—产品迭代"的闭环。

第三层的薄弱，意味着中国宠物药产业尚未完成从"卖产品"到"管健康"的转型。随着宠物主对全生命周期健康管理的需求升级，以及 AI 诊疗工具（如新瑞鹏 2025 年 3 月发布的 Vet1 大模型）的普及，第三层有望成为下一个五年产业投资的重点方向。

药融圈 医药信息与人脉精准链接平台

02 CHAPTER

替代链背后的“暗物质”——乱象如何吞噬合规市场

人药兽用源于宠物专用药品在糖尿病、肿瘤、心血管等领域的结构性短缺；假劣兽药利用电商平台的流量红利与监管滞后，将未经批准的检测试剂、失效疫苗直接触达消费者；无证经营则通过"小、散、隐"的模式，在执法成本的边界上持续套利。这三重乱象并非孤立存在，而是相互交织、彼此强化，共同构成了合规市场背后的"暗物质"。

2.1 人药兽用——最大的一块“灰色存量”

人药兽用已不再是个别行为，而是具有高度普遍性的行业现象。人药兽用集中出现在宠物专用药品供给不足的治疗领域， 糖尿病、呼吸道疾病、心脏病、抗肿瘤等领域，宠物专用药品的品种选择远少于人用药。当宠物医师面对一个没有正规宠物药可用的临床场景时，经验上选择"有总比没有好"的人药替代，已成为行业中的隐性常规。这一结构性缺口，正是灰色存量得以长期存在的根本原因。

2.1.1 "消费者自带"模式的法律边界

2026 年 2 月，西青区农业农村委依据《兽药管理条例》第四十一条第四款“禁止将人用药品用于动物”的规定，对某宠物医院处以 1.3 万元罚款。本案的特殊之处在于：药品是宠物主自带入院，医院只是提供注射服务。这一现象揭示了人药兽用存在一条完整的“隐性供应链”——宠物主从药店购买人用药品，再由宠物医院代为注射，形成了一种表面上由“消费者需求驱动”、实则全体参与者都在规避监管的默契。

2.1.2 医院"暗房存放"的明知故犯

2025 年 8 月，襄阳市农业农村局接群众举报后，对襄阳某宠物医院进行检查。执法人员在该院药房内发现了 3 种未用完的人用药品，医疗废弃物暂存桶内有 2 个人用药品空包装盒，而在宠物用品展示柜后的暗房内，竟然存放了多达 17 种人用药品。"暗房存放"是一个极具警示意义的细节——如果行为合法合规，为何要刻意隐蔽存放？这折射出部分从业者对"人药兽用"违法性并非无知，而是在"临床救急"与"法律红线"之间做出了明知故犯的成本权

衡。

2.1.3 "无对症兽药"困境下的经验主义选择

2025 年，上海市闵行区某宠物医院在动物诊疗过程中使用了 6 款人用药品。经调查，该院兽医师系在"无对症兽药可用"的困境下，为救治宠物猫而采取的人药替代措施，且事先征得宠物主人完全知情同意并签署《宠物诊疗知情同意书》，用药过程记录真实完整。鉴于该院系初次违法、积极配合调查、未造成危害后果，闵行区农业农村委员会依据《上海市农业农村领域轻微违法行为依法不予行政处罚清单》作出不予行政处罚的决定。

上述案例案具有重要的示范意义：一方面，它再次确认了"禁止将人用药品用于动物"的法律红线不可逾越；另一方面，它也暴露出当前兽药研发滞后、合法兽药品种不全的现实瓶颈——当宠物医师面对"无药可用"的临床绝境时，"有总比没有好"的经验主义选择，正在成为全国范围内反复出现的执法困境。

2.2 假劣兽药——电商平台上的“隐形货架”

如果说人药兽用是"不得已而为之"的替代，那么假劣兽药则是赤裸裸的市场欺诈，且线上平台已成为其主要流通渠道。2025—2026 年查处的假劣兽药案件中，线上平台已经成为主要流通渠道。

株洲市农业农村局 2025 年立案调查发现，“犬瘟热筛查用品”和“犬猫弓形虫筛查用品”7 头份和 3 头份产品通过美团平台进行销售，经鉴定属于“应当经审查批准而未经审查批准即生产的兽药”。某兽药销售有限公司在美团平台开设的“栖息里丨咪咪大王宠物药房”中销售标称“猫瘟病毒抗原检测卡（胶体金层析法）”的产品，被认定为假兽药。更不容忽视的是高端疫苗产品的乱象。2026 年“3·15”期间，多家媒体报道了“妙三多”猫咪疫苗的网络销售乱象。而 2026 年 3 月 5 日，品牌方硕腾（上海）企业管理有限公司更进一步声明：从未授权任何电商平台或网店销售该疫苗，网购渠道产品存在严重质量与安全隐患。

2.3 渠道乱象——兽药经营许可证的“借用与滥用”

除产品层面的假劣与替代外，流通渠道的合规性同样是侵蚀正规市场的暗流。无兽药经营许可证从事兽药经营，是当前渠道乱象的典型表现。根据相关新闻报道，钟山区某宠物用品店因无兽药经营许可证经营兽药被处罚，货值仅 36 元，但依据《贵州省农业行政处罚裁量权基准》，被处以货值金额 2.1 倍罚款。这一案例虽然涉案金额不大，但它折射出另一个问题：在小额、分散的违规行为上，执法成本远高于违规收益，使得大量小微违规行为难以被有效遏制。

综合来看，非正规替代品对合规宠物药品市场的挤兑，是一个由"供给缺口"+"价格敏感"+"监管缝隙"三股力量共同驱动的系统性问题。它们不出现在正规的批签发数据与财报营收中，却实实在在地吞噬着约 35%*的终端市场份额，并对宠物健康与行业声誉造成难以量化的长期损害。

图表 2：宠物药品终端消费结构估算（2025 年）



数据性质：所有分项数据均为行业综合推算值，非官方精确统计口径，建议在引用时明确标注"估算值"
核心说明：本图表旨在从量级和结构上揭示"约 35%的市场份额被非正规供给挤占"，为后续监管资源投放与产业投资提供参考

03 CHAPTER

政策收紧与消费觉醒——宠物安全用药的“双重牵引”

医药信息与人脉标准地图 医药信息与人脉标准地图平台

3.1 政策分析：体系的系统性升级，从“管住”到“管好”

3.1.1 从"无药可用"到"有药快批"：优先评审机制打开供给闸门

政策突破一：人用药品转化注册的"减负通道"。 2020 年 9 月 7 日，农业农村部发布第 330 号公告，出台《人用化学药品转宠物用化学药品注册资料要求》，明确已批准上市的人用化学药品可转宠物用，并大幅减免注册资料要求——原料药的药理毒理、残留、生态毒性试验资料免报；制剂的急性毒性、亚慢性毒性、致突变、生殖毒性、慢性毒性等试验资料免报。2023 年底，农业农村部进一步发布《宠物临床急需使用的人用药品目录（61 种）》，涵盖抗生素及抗病毒药、消化系统用药、心血管系统用药、内分泌疾病用药、皮肤用药、电解质及营养补充类、重症及急救用药、化疗药等类别，为企业研发提供明确指引。

政策突破二：已上市兽药增加靶动物或适应症的"扩容通道"。 第 330 号公告同时规定，现行《中国兽药典》《兽药质量标准》收载的兽药品种，无知识产权单位或征得产权单位授权同意后，已取得产品批准文号的兽药生产企业，可提出增加靶动物、适应症或功能主治、规格等的注册申请，新增靶动物执行 3 年监测期。这意味着，原本仅批准用于猪、牛、禽的兽药，可以通过简化程序扩展至犬猫等宠物靶动物，快速填补适应症空白。

政策突破三：2026 年行动方案的"优先评审清单"。 2026 年 4 月 21 日，农业农村部办公厅印发《2026 年规范兽药使用专项整治巩固提升行动方案》，明确由农业农村部兽药评审中心负责制定发布宠物、水生动物、蛋鸡等临床急需药物清单，对列入清单的品种实行优先评审，优化注册资料要求，鼓励人用药品转化注册、已上市兽药增加靶动物或适应症等，增加急需产品供应。方案同时提出"兼顾严格监管与暖心服务，持续完善兽药保障体系……优化注册流程，鼓励急需兽药研发上市，补齐市场供给短板。

3.1.2 从"事后抽检"到"全程留痕"：二维码追溯与网络整治的"双线作战"

技术底座：兽药二维码追溯制度的全面落地。 二维码追溯并非简单的信息登记，而是

覆盖"生产赋码→流通扫码→消费验码"全链条的三级过滤机制。农业农村部要求兽药生产企业严格落实追溯制度，确保出入库兽药产品信息上传率达到 100%；严禁销售二维码遮挡、损毁的兽药产品，确保信息可查询、产品可追溯。

消费端工具："农业农村部政务通"APP 的公众查询功能。 各级农业农村部门引导兽药购买和使用主体使用该应用程序中的兽药查询功能，核验产品真伪。这意味着，宠物主在宠物医院或电商平台购买药品后，可以自主扫码验证批准文号、生产企业、流通路径，将第二章所述的"批号查验"行为从社交媒体科普升级为官方工具赋能。

网络整治："线上监测+线下核查"的双线作战模式。 2026 年行动方案明确落实《网售工业产品质量安全专项治理行动方案（2025—2027 年）》要求，坚持线上线下一体化监管，排查电子商务平台、直播平台、自建平台等销售兽药的活动，重点整治无兽药经营资质问题、标签说明书与批准内容不一致问题、制售假兽药三类问题。

3.1.3 从"科研豁免"到"持证上岗"：诊断试剂监管补全最后一块拼图

监管盲区：宠物疫病抗原筛查产品的"灰色身份"。长期以来，大量宠物疫病抗原检测卡、病毒筛查试剂盒以"仅限科研用""内部使用""某领域使用"等名义在市场上流通，规避兽药注册审批。这些产品通过电商平台、宠物医院甚至宠物店直接销售，既无批准文号，也无生产质量管理规范（GMP）认证，质量参差不齐，检测结果可靠性无法保障。

政策定调：2024 年底的"身份认定"与 2025 年的"专项整治"。 2024 年 12 月 16 日，农业农村部办公厅发布《关于宠物疫病抗原筛查产品认定有关问题的意见》：宠物疫病抗原筛查产品用于对宠物特定疾病病毒的筛查，属于对宠物疾病的诊断物质，应当界定为兽药，按照《兽药管理条例》进行管理。这一定性意味着，今后任何声称能检测宠物疾病的试剂盒，只要以商品化形式流向市场，就必须取得兽药批准文号，接受全链条监管。2025 年，农业农村部在《2025 年规范兽药使用专项整治行动方案》中进一步将"整治未经批准生产经营兽

医体外诊断制品行为"列为重点任务，明确纠治以"仅限科研用""内部使用"等名义规避审批生产经营兽医体外诊断制品的典型问题。2026 年行动方案延续了这一整治方向，将制售"仅限科研用"或"内部使用"兽医体外诊断制品等行为纳入假兽药查处范围。

产业影响：诊断赛道从"野蛮生长"进入"持证竞争"时代。抗原筛查产品纳入兽药管理，对行业产生三重影响：其一，技术门槛提升——企业需按照兽药 GMP 标准建设生产线，完成注册审批，中小"白牌"厂商将被加速出清；其二，质量信任重建——取得批准文号的产品意味着通过了安全性、有效性、质量可控性评价，宠物医院和宠物主的采购决策将有据可依；其三，市场集中度提高——具备研发实力和合规能力的头部企业将获得先发优势，诊断领域的"劣币驱逐良币"现象有望缓解。

3.2 消费画像与偏好分析：宠物主付费意愿的质变

3.2.1 人群底色：Z 世代主导的"理性养宠"时代

养宠人群的代际更替已经完成。根据相关数据显示，《2026 年中国宠物行业白皮书（消费报告）》显示，2025 年 90 后宠主占比 42.7%，00 后占比 26.3%，两者合计近七成；80 后占比 24.5%，而 80 前宠主占比已不足 10%。从学历结构看，本科及以上学历宠主占比达 67.8%，企业职员及医生、教师等专业人士为养宠主力。

这一代际结构具有深远的产业含义。**90 后与 00 后是真正意义上的"数字原住民"和"社交原住民"，其信息获取方式、品牌认知路径和消费决策逻辑与上一代养宠人群存在本质差异。消费者层面已经形成了对不合规药品的"第一道过滤网"。**当宠物主在走进宠物医院之前就已经知道如何查验批号、如何识别假劣产品，非正规供给的市场空间便被从需求端持续压缩。

3.2.2 结构迁移：从"食品独大"到"医疗崛起"的消费版图重塑

宠物消费的"医疗化"趋势正在加速。2025 年，中国城镇宠物（犬猫）消费市场规模达

3126 亿元，同比增长 4.1%。其中，食品市场仍占主导，份额为 53.7%；医疗市场份额为 27.6%，为仅次于食品的第二大消费市场。

更具指示意义的是单宠消费金额的攀升：2025 年单只犬年均消费 3006 元（同比+1.5%），单只猫年均消费 2085 元（同比+3.2%），均创历史新高。在总量 1.26 亿只、增速仅 1.8%的背景下，市场规模仍能实现 4.1%的增长，**说明"数量减速、消费加速"已成为核心特征——宠物主不再满足于"养活"，而是追求"养好"。**京东平台数据进一步印证了这一结构迁移的深度：2025 年，宠物处方食品同比增幅高达 290%；宠物治疗药物增长 80%。这些品类的增速远超传统宠物消费，反映出宠物角色已从"看家护院的动物"转变为"家庭成员"。

3.2.3 付费升级：全生命周期健康管理的支出天花板抬升

宠物老龄化正在打开慢性病管理的付费天花板。2025 年，中国城镇 8 岁以上老年犬约 3247 万只，10 岁以上老年猫约 2118 万只，合计 5365 万只，占犬猫总量近 30%。2020—2025 年老年宠物年复合增长率达 13%，是幼年/成年宠物的 2 倍。老年宠物普遍面临关节炎、糖尿病、肾病、肿瘤等慢性病高发风险，其治疗需求具有长期性、高频次、高单价三大特征。

这一结构性变化直接推高了医疗支出的"天花板"：

- 据众安保险 2025 年理赔数据，猫单次平均医疗花费达 1489 元，犬单次平均医疗花费达 1664 元；骨折、肾衰、肿瘤等重症治疗费用普遍超过 1.5 万元；
- 宠物保险作为风险分摊工具，正在从"可选消费"转向"刚需产品"。2025 年中国宠物保险市场规模达 30—35 亿元，同比增长超 40%，连续五年保持近翻倍增长节奏；但渗透率仍仅为 1%—3%，远低于瑞典（约 40%）和日本（约 10%）；
- 《2026 年中国宠物行业白皮书》显示，95.8%的宠主对宠物健康险存在明确需求。

从"被动治病"到"主动管理"的消费跃迁正在发生。**意味着宠物药品市场将从"偶发性、事件驱动"转向"持续性、计划驱动"，为合规药品企业提供了稳定的复购基础和更高的客户终**

身价值（LTV）。

3.2.4 决策重构：从"比价"到"验真"的购买逻辑跃迁

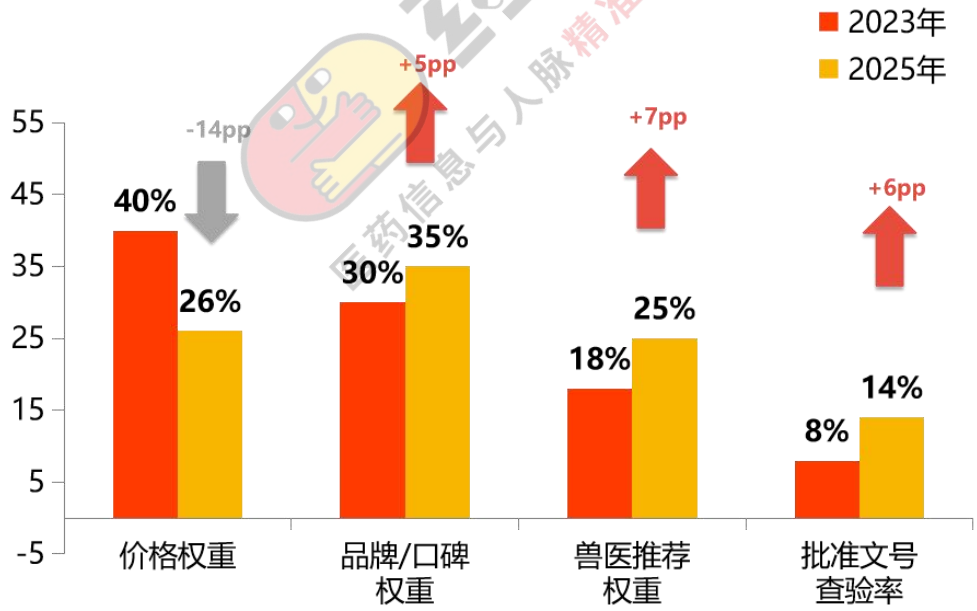
宠物主的购买决策权重正在发生根本性位移。这一权重变化揭示了消费心理的三层递进：

第一层：从"价格敏感"到"价值敏感"。评估维度从"绝对低价"转向"综合性价比"，成分、资质、可追溯性成为必选项；

第二层：从"被动接受"到"主动验证"。批准文号查验率接近翻倍，"成分党"从极客行为扩散为大众习惯；

第三层：从"单次购买"到"信任绑定"。兽医推荐权重上升反映当宠物主面对复杂的慢性病管理方案时，其信任的不仅是药品本身，更是"兽医专业判断+合规药品+可追溯服务"的整体确定性。

图表 3：宠物药品消费决策因素权重变化图（2023 vs 2025）



数据来源：基于 2024—2026 年多份行业投研/消费报告的权重交叉推断，结合小红书专题数量增长指数与百度搜索指数趋势推估。

04 CHAPTER

市场竞争格局分析——主要企业与产品全景分析

药时代 医药信息与人脉精准链接平台

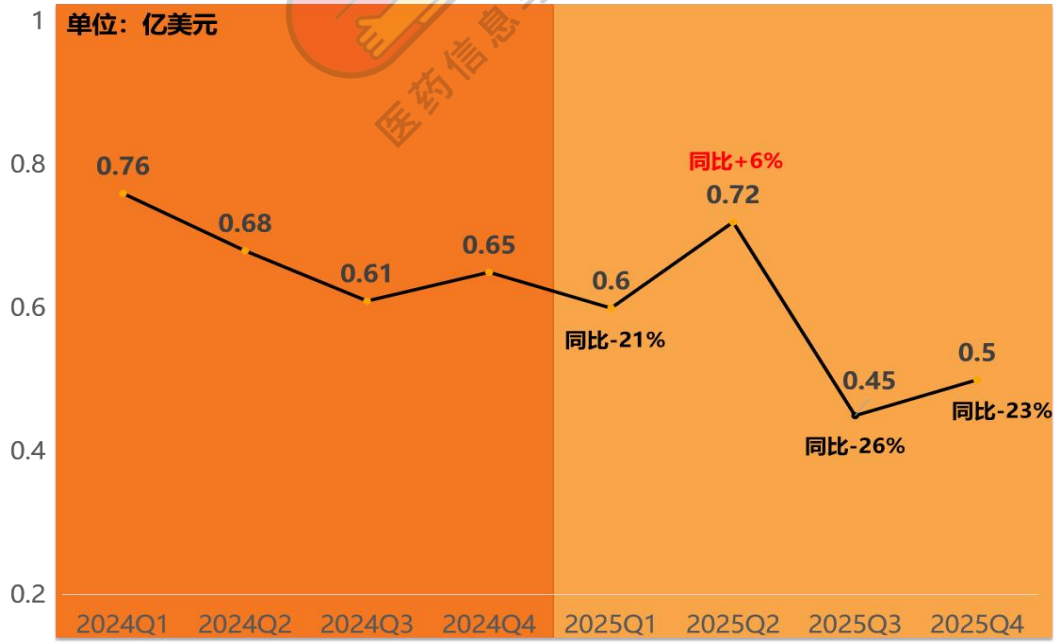
宠物药市场的竞争格局正在经历深刻重构。从"跨国巨头主导"到"国产替代破局"，从"单一产品竞争"到"平台化生态竞争"，中国宠物药赛道的玩家阵容、产品矩阵和战略逻辑都处于动态变化的窗口期。本章作为研究主轴，系统梳理国内外主要企业的财务表现、产品布局、技术实力和战略方向，并在此基础上归纳当前宠物药品市场的特征共性与未来趋势。

4.1 跨国代表企业分析

4.1.1 硕腾——全球龙头企业的中国挑战与应对

硕腾作为全球动物保健领域规模最大的企业。2025 年全年，硕腾实现总营收 94.67 亿美元（约合 656.26 亿元人民币），同比增长 2.28%；净利润 26.73 亿美元，同比增长 7.52%，摊薄后每股收益 6.02 美元，同比增长 10%。从产品结构看，硕腾的核心竞争力集中在伴侣动物领域——**驱虫药 Simparica 系列、皮肤病用药 Apoquel 和 Cytopoint 是驱动国际区业务增长的主力**。2025 年第四季度，国际区营收 11 亿美元，同比增长 8%（有机运营口径增长 7%），伴侣动物产品贡献了增长主体。

图表 4：硕腾中国区季度营收变化趋势（2024Q1—2025Q4）



数据说明：主要基于行业媒体对硕腾财报的二次整理，部分季度推算是基于官方全年/半年度数据与已知季度数据的计算

然而，硕腾在中国市场正面临前所未有的压力。2025 年全年，硕腾中国区营收为 2.27 亿美元，同比下降 16%。业绩下滑背后交织着多重因素：**国产猫三联疫苗的密集上市直接冲击了妙三多的定价空间和市场份额；国产品牌在驱虫药和疫苗领域凭借"价格+渠道"的组合策略加速渗透。**

从战略动向来看，硕腾正在以"存量防守+增量创新"的双线策略应对。

存量层面，妙三多仍保持较高市场份额，硕腾通过加强非授权渠道维权、优化经销商管理等手段守住核心盘。

增量层面，硕腾将更多资源投向全球创新产品线——2025 年，全球首个犬用长效骨关节炎疼痛单克隆抗体药物 Lenivia（单次注射可持续镇痛长达 3 个月）和全球首个猫用 3 个月给药间隔骨关节炎疼痛单抗疗法 Portela，双双获得加拿大卫生部及欧盟批准，计划于 2026 年在上述市场上市。硕腾目前有 12 款在研管线产品具备重磅潜力，将继续保持每年在主要市场获批重磅新品的节奏。

4.1.2 勃林格殷格翰——数字化渠道与本土化生产布局

2025 年，动物保健业务净销售额达 49 亿欧元（约合 56.84 亿美元），宠物业务同比增长 4.4%（无绝对值）。勃林格殷格翰的宠物药布局以寄生虫防治产品为核心，旗下福来恩®系列是全球外用驱虫药的经典产品。**2025 年，勃林格在中国市场推出了犬用口服外驱虫新药"福味恩"（阿福拉纳咀嚼片），每月口服一次、牛肉风味咀嚼片设计显著提升了给药便利性和宠物依从性。**

近年，最值得关注的战略动作是与京东健康达成的全域战略合作。2025 年 7 月，福味恩在京东健康平台线上独家首发，首发日成交额破百万元；上市后连续 21 天位居宠物健康品类榜单领跑位置。2025 年 12 月，**双方进一步签署战略合作协议，将合作维度从"产品首发销售"升级为"全渠道供应链优化+品牌数字化共建+专业用户服务"。**这一合作的核心逻辑

在于：通过京东健康的数字化平台能力实现产品触达、用户教育到拉新复购的全链路闭环。相关数据显示，国内口服驱虫药市场增速达 16%，是其他剂型增速的 5 倍，勃林格选择以福味恩精准卡位这一高潜赛道。

在供应链层面，勃林格启动了在华本地化生产计划，正在中国寻找本土 CMO 伙伴，计划在 2027 年前实现部分宠物药的本土化灌装。这一举措意味着跨国企业的中国策略正在从"进口为主"转向"本土生产"。

4.1.3 礼蓝——创新产品持续放量，战略转型稳步推进

礼蓝 2025 年全年实现营收 47.15 亿美元，同比增长 6%；其中伴侣动物业务营收约 23 亿美元，按固定汇率计算实现 7%的有机增长。从产品表现来看，2025 年，礼蓝创新产品收入达到 8.92 亿美元，超额完成既定目标，六大潜力产品成为增长核心引擎。JAK 抑制剂 Zenrelia 于 2025 年获欧盟委员会批准上市，截至年底已进入美国约 50%的动物医院，在巴西 JAK 市场占有约 40%份额。同期，犬抗 IL-31 单抗 Befrena 于 2025 年第四季度获美国农业部批准，给药间隔长达 6—8 周，相较于同类产品具有便利性优势。至此，**礼蓝在 2025 年完整交付了全部六个潜在重磅产品，标志着公司创新战略从布局期全面进入兑现期。**

在华层面，2025 年公司推出兽医配方补充剂 Pet Protect 系列和首款宠物胃肠健康产品“常清萌”，并与幽兰医疗签署战略合作，围绕宠物口腔预防医学共建专科体系。值得关注的还有礼蓝在创新治疗领域的商务拓展布局：2024 年 10 月，由格格巫生物科技研发、礼蓝中国子公司获得独家商业化权益的礼舒替尼获批国家一类新兽药证书，成为全球第三款以 JAK 激酶为靶点的兽用药物。**该案例属于典型授权许可（License-out）模式——本土企业输出创新分子，跨国巨头主导商业化，为人药领域成熟模式在宠物药行业的首次成功实践。**

4.1.4 默沙东动物保健——本土化生产与数字化产品组合

2025 年伴侣动物（含宠物）全球收入 24.58 亿美元，同比增长 2%。驱虫药贝卫多

（BRAVECTO）系列全球销售额达 11 亿美元，是默沙东动物保健最大的单品收入来源。**从增速结构看，伴侣动物板块增速相对平缓，反映出成熟市场中疫苗和驱虫产品的渗透率已处于较高水平。**

在华层面，默沙东动物保健在中国境内已上市约 50 款宠物、畜禽疫苗和化学药品。2025 年 12 月，农业农村部批准默沙东（宁波）的犬瘟热、传染性肝炎、细小病毒病、副流感四联活疫苗转国内生产（农业农村部公告第 978 号），预计 2026 年底可实现本土供应。这一决策背后是**跨国企业对"中国成本+中国渠道+全球标准"战略路径的积极探索。**此外，默沙东动物保健正将 Sure Petcare 数字化产品组合导入中国市场。2025 年进博会期间，默沙东动物保健将该智能化产品组合与宠必威®疫苗、贝卫多®驱虫方案并列为伴侣动物业务核心板块，标志着其**在中国市场的业务逻辑正从"单一药品销售"向"预防+监测+治疗"闭环延伸。**

2025 年，全球四大动保巨头在中国市场的表现呈现出显著的分化态势，其战略路径也各具特色。这背后折射出**跨国企业在中国宠物药市场从“垄断红利”向“本土化竞争”转型的深层逻辑。**同时也体现出一些共性趋势与行业启示:

国产替代不可逆转：在猫三联、驱虫药等成熟品类，外资品牌的垄断已被打破，价格体系重构。跨国企业必须通过产品迭代或渠道创新建立新壁垒。

本土化生产成为共识：默沙东、勃林格均加速本土灌装或转国内生产，以降低成本、缩短供应链、规避地缘风险。

数字化转型加速：勃林格与京东健康的合作，开启了跨国药企“去中间化、直达消费者”的新模式，数字化能力正在成为竞争新维度。

创新方向高度一致：四家企业均在慢性病（骨关节炎、皮肤病、肾病）、长效剂型、单抗/小分子靶向药等领域深度布局，预示着下一个十年的竞争焦点将从“基础疫苗/驱虫”转向“高价值治疗”。

中国市场战略定位调整：从“高增长驱动极”变为“需精细化运营的成熟市场”。硕腾的份额下滑、勃林格的渠道创新、礼蓝的 BD 合作、默沙东的本土化生产，本质上都是对这一新定位的适应性调整。

综上，跨国巨头在中国宠物药市场已告别“躺赢”时代。未来竞争的关键，在于能否在本土化生产、数字化渠道、创新产品管线三个维度上同时构建差异化优势。对于本土企业而言，跨国公司的转型路径同样具有参考价值——**产品创新是基石，但渠道、生产、数据服务的生态协同能力，将决定谁能在这场“攻守转换”中占据更有利的位置。**

4.2 本土代表企业分析

4.2.1 传统动保集团延伸型

传统动保企业延伸型是国产宠物药市场的中坚力量。此类企业原主营猪、禽、反刍等经济动物兽药，依托母公司资金实力、GMP 生产资质、研发平台与渠道网络向宠物赛道延伸。从规模上看，已呈现明显梯队分化：瑞普生物 2025 年宠物板块收入约 8.58 亿元，海正动保约 5.33 亿元，二者构成第一梯队；金河生物 2025 年宠物业务收入有望突破 1 亿元，生物股份宠物疫苗增长 300%以上，处于快速放量期；其余多数企业宠物板块尚处培育期或未单独披露。

产品层面，猫三联疫苗是此类企业集体突破的标志性领域。瑞普生物、普莱柯、生物股份、中牧股份、科前生物、华派生物、哈药集团生物疫苗、金河生物、长春西诺等十余家企业陆续获批猫三联疫苗，国产批签发占比已超 84%，成功打破进口产品长期垄断。驱虫药领域，海正动保"海乐妙"累计销量超 4500 万片、含税销售额破 2 亿元，成为首款国产破亿驱虫药。此外，皮肤药（恩康唑、伊曲康唑）、抗生素（头孢维星钠、阿莫西林克拉维酸钾）、镇痛药（非罗考昔、格拉匹仑、美洛昔康）等品类亦有多家企业通过自主研发或联合申报实现获批。

值得注意的是，此类企业的宠物业务普遍面临"组织惯性"挑战：研发体系、销售团队、渠道资源长期服务于经济动物客户，向宠物赛道转型需要重构终端关系（从养殖集团转向宠物医院）、调整产品思维（从群体防疫转向个体治疗）。因此，虽然传统动保企业在产能与资金上具备优势，但宠物业务的收入占比与利润贡献率目前仍普遍偏低。

图表 5：传统动保集团延伸型企业主要产品情况

企业名称	关键数据成果	目前核心产品举列	当前产品类别
瑞普生物	2025 年宠物板块约 8.58 亿元；18 项宠物新兽药注册证书；中瑞供应链覆盖 1.4 万+宠物医疗终端；瑞派宠物医院约 600 家门店	瑞喵舒（猫三联）、莫普欣（驱虫滴剂）、菲比欣（驱虫滴剂）、妙普净（驱虫片）、环舒宁（环孢素溶液）、重组猫干扰素ω（冻干型）、格拉匹仑片（二类新兽药，联合申报，犬骨关节炎镇痛）	疫苗+驱虫药+皮肤药+镇痛药
海正动保	2025 年营收约 5.33 亿元；海乐妙累计销量超 4500 万片、含税销售额破 2 亿元；首款国产破亿驱虫药	海乐妙（米尔贝肟吡喹酮片）、海乐旺（米尔贝肟吡喹酮咀嚼片）、海妙哆（猫三联）、克维舒（阿莫西林克拉维酸钾）、甲泼尼龙片（犬用，五类新兽	驱虫药+疫苗+抗生素+激素
普莱柯/惠中动保	2025 年宠物板块约 0.62 亿元，同比增长 34%	喵益哆（猫三联）、美洛昔康片、头孢泊肟酯片、普瑞巴林内服溶液（缓解猫应激和恐惧）	疫苗+化药+神经药
金河生物	2025 年宠物业务收入有望突破 1 亿元；在售产品 15	狂犬疫苗（已上市）、保健品 8 款（自有品牌）、功能性食品 6 款、驱虫药	疫苗+保健品+功能性食品+

企业名称	关键数据成果	目前核心产品举列	当前产品类别
	个（含狂犬疫苗 1 款、保健品 8 款、功能性食品 6 款）；正在申报产品十多个	（已上市）；猫四联灭活疫苗（在研）、犬四联 mRNA 疫苗（在研）	驱虫药
生物股份	2025 年宠物疫苗增长 300%+	金喵乐（猫三联）、狂犬疫苗、猫传腹 mRNA 疫苗（在研，全球首创，临床试验获批）	疫苗
中牧股份	2025 年总营收 62.05 亿元，宠物业务未单独披露；已布局 3 款宠物疫苗、8 款化药、10 款保健品	猫三联疫苗、宠物化学药品 8 款、营养保健品 10 款、猫鼻气管炎/杯状病毒/泛白细胞减少症三联灭活疫苗（三类新兽药）	疫苗+化药+保健品
科前生物	2025 年预计营收约 13.70 亿元，宠物疫苗预计增速 100%+	科妙优（猫三联）	疫苗
回盛生物	2025 年营收 16.81 亿元，宠物业务未单独披露	恩康唑溶液（二类新兽药，国内首款宠物抗真菌）、格拉匹仑片（二类新兽药，联合申报，国产首款新靶点宠物专用解热镇痛药）、醋酸氯己定软胶囊、盛肤爽	皮肤药+镇痛药
联邦动保	依托联邦制药原料药优势；聚焦宠物抗感染药、	头孢维星钠/注射用头孢维星钠（二类新兽药，联合申报）、复方硝酸咪康	抗生素+皮肤药+驱虫药

企业名称	关键数据成果	目前核心产品举列	当前产品类别
	皮肤用药	唑洗剂（五类新兽药）、氟雷拉纳原料药（二类新兽药）、非罗考昔咀嚼片（二类新兽药，联合申报）	
齐鲁动保	宠物业务未单独披露；国内兽药无菌制剂首次通过 FDA 现场检查	注射用头孢维星钠（二类新兽药，通过 FDA 检查，联合申报）、非罗考昔咀嚼片（联合申报）、氟雷拉纳莫昔克丁滴剂（二类新兽药）	抗生素+镇痛药+驱虫药
华派生物	2024 年 8 月完成首轮融资，宠物业务未单独披露	猫康宁（猫三联）、猫杯状病毒检测试剂、宠物 mRNA 疫苗（在研）	疫苗+诊断试剂
哈药集团生物疫苗	2025 年 6 月猫三联上市	妙多安（猫三联）	疫苗
金盾药业	9 项新兽药证书、35 个兽药批准文号；公安部直属四大警犬科研机构共建	润康（硫酸新霉素滴眼液，国内首款有批文的宠物滴眼液）、润安朋（兽用滴眼剂国家新兽药）、复方甘草酸苷片（四类新兽药）、氟康唑搽剂（四类新兽药）、米氮平软膏（五类新兽药）	眼科药+皮肤药+精神药
生泰尔	爱迪森、爱宠族品牌运营	奥美拉唑肠溶胶囊（四类新兽药，消化道）、芭蕉补骨胶囊（三类新兽药）、西沙必利胶囊（四类新兽药）	消化道药+中药

企业名称	关键数据成果	目前核心产品举列	当前产品类别
蔚蓝生物	2025 年获 6 个宠物专用新兽药证书	非罗考昔咀嚼片（二类新兽药，镇痛抗炎）、氟雷拉纳滴剂（犬用/猫用，二类新兽药）、米氮平软膏（五类新兽药）、泼尼松龙片、氟康唑搽剂、苯磺酸氨氯地平咀嚼片（五类新兽药）	镇痛药+驱虫药+皮肤药+激素+心血管药
中博绿亚	/	非罗考昔咀嚼片（二类新兽药，联合申报）	镇痛药
长春西诺生物	/	猫三联灭活疫苗	疫苗

数据说明：企业样本及相关财务与产品数据由药融圈产业研究院对上市/非上市公司财报以及各类公开数据进行的手动汇总总结，或可能存在误差

4.2.2 宠物药垂直型

宠物药垂直型企业型是国产宠物药产业中专注度最高、渠道深耕最深的群体。此类企业自成立之初即聚焦宠物药品，不涉足经济动物兽药，其核心优势在于对宠物临床需求的精准把握、宠物医院终端渠道的长期积累，以及宠物专用批文（新兽药证书）的密集获取。

从商业化成熟度看，该群体呈现"三层结构"：

第一层以汉维宠仕、博莱得利、欧博方、朗博特为代表，已形成较完整的产品矩阵与渠道网络。汉维宠仕手握 17 个新兽药证书、46 个批准文号，线下宠物医院覆盖率位居国产企业首位，产品覆盖皮肤、镇痛、抗感染等核心治疗领域；博莱得利 2025 年斩获 5 个新兽药证书，其猫三联疫苗"喵倍护"批签发量国产占比达 20.93%，并拥有全球首创一类新兽药"博生健"（犬血白蛋白注射液）；欧博方 2016 年获批的维他昔布咀嚼片（1.1 类新兽药）至今仍是国产原创宠物化药的标杆；朗博特累计获得 16 张新兽药证书，其贝心康为国内首款宠

物用双层片，覆盖心血管、驱虫、皮肤、肝病等品类。

第二层以怡安生物、爱宠生物为代表，聚焦疫苗领域，在猫三联、狂犬疫苗等品类实现国产替代。

第三层则以格格巫生物、艾益动物药品为代表，属于创新药 Biotech，管线聚焦全球首创或国内空白品种。格格巫生物的礼舒替尼（JAK 激酶靶向，用于犬瘙痒症）于 2024 年 10 月获批一类新兽药，是国内时隔 8 年第二款获批的一类宠物化药；艾益动物药品的犬性征控制疫苗（节育疫苗）全球率先进入临床阶段，若成功上市将开创宠物非手术节育时代。

总体而言，宠物药垂直型企业的核心壁垒在于"批文密度+渠道深度"的双轮驱动，其挑战则在于资金实力相对有限、产能扩张速度较慢，以及单一品种峰值销售天花板。

图表 6：宠物药垂直型企业主要产品情况

企业名称	关键数据成果	目前核心产品举列	当前产品类别
汉维宠仕	17 个新兽药证书、46 个批文；线下门店覆盖率国产第一；7 国 GMP 认证；服务 1.5 万+宠物医院	汉肤欣（伊曲康唑内服溶液，国内首款宠物专用抗真菌口服溶液）、美昔（美洛昔康口服液）、莫比新（阿莫西林克拉维酸钾片）、宠立维（头孢氨苄片）、环胞舒（环孢素内服溶液，五类新兽药）	皮肤药+镇痛药+抗生素
博莱得利	9 项新兽药证书（含 1 个全球首创一类、4 个全国首创二类）；2025 年斩获 5 个证书；猫三联批签发国产占比 20.93%	博生健（犬血白蛋白注射液，全球首创一类新兽药）、喵倍护（猫三联，国家二类新兽药）、喵倍健（重组猫干扰素，国家二类新兽药）、犬细小病毒免疫球蛋白	疫苗+生物制品

欧博方	国产宠物一类新药（维他昔布，2016 年获批）；全产业链覆盖研发+生产+医院	贝安可/维他昔布咀嚼片（1.1 类新兽药）、贝心安（匹莫苯丹）、克维舒	镇痛药+心血管药+抗生素
朗博特	16 张新兽药证书（二类 4 项、三类 1 项、四类 5 项、五类 6 项）；B+轮融资	贝心康（盐酸贝那普利匹莫苯丹片，国内首款宠物用双层片）、朗宠清（吡虫啉莫昔克丁滴剂）、氟雷拉纳咀嚼片（二类新兽药）、环孢素内服溶液、伊曲康唑软膏、苷复安（填补国内宠物肝脏用药空白）、恩康唑溶液（二类新兽药，联合申报）	心血管药+驱虫药+皮肤药+肝病药
怡安生物	/	喵三新（猫三联）、狂犬疫苗、犬二联疫苗	疫苗
爱宠生物	年产 3000 万剂狂犬疫苗产线；规划年产能 3000 万支猫三联	猫三联灭活疫苗、狂犬疫苗、犬三联疫苗、氟雷拉纳、非泼罗尼	疫苗+驱虫药
格格巫生物	礼舒替尼 2024.10 获批一类新兽药；国内第二款获批的一类宠物用化药；全球第三款 JAK 靶向兽用药物	礼舒替尼（JAK 激酶靶向，用于犬瘙痒症，一类新兽药）；GGW102（猫传染性腹膜炎药物，临床Ⅲ期）	疫苗+皮肤药

艾益动物	2025 年 1 月完成 C+轮融资，金额亿元级	犬支气管败血波氏杆菌疫苗（粘膜免疫，在研）、犬性征控制疫苗（节育疫苗，在研，全球率先进入临床阶段）	疫苗

数据说明：企业样本及相关财务与产品数据由药融圈产业研究院对公司财报以及各类公开数据进行的手动汇总总结，或可能存在误差

4.2.3 跨界企业进入型

跨界企业进入型是指原主营人药、原料药或大型综合医药集团，通过设立子公司、事业部或并购方式切入宠物药赛道的企业。此类企业尚未将宠物药作为主营业务，但凭借人药领域的技术积累、生产资质与资本实力，正成为国产宠物药产业的重要增量变量。

从进展看，跨界企业的宠物业务普遍处于早期阶段。阳光诺和通过子公司诺和动保开展宠物药业务，2025 年实现营收 3099.74 万元，是跨界型中少数已有实质性收入的企业；华东医药、健康元、丽珠医药、华北制药、太龙药业、华润集团等大型药企已公告设立宠物医药板块，但尚未有实质性宠物药品上市。

跨界布局的意义在于：一方面，人药企业在化学合成、制剂工艺、质量控制等领域的技术积累可直接迁移至宠物药开发，缩短研发周期；另一方面，大型药企的资金实力与品牌背书有助于推动宠物药产业从"小散弱"向规模化、规范化升级。然而，宠物药与人药在终端渠道（宠物医院 vs.人类医疗机构）、临床需求（个体化治疗 vs.标准化用药）、注册监管（农业农村部 vs.国家药监局）等方面存在显著差异，跨界企业需克服"懂药不懂宠"的短板，建立独立的宠物临床团队与渠道体系，方能实现从"布局"到"落地"的跨越。

4.3 主要产品的特征共性分析

4.3.1 品种分布：驱虫药和疫苗仍是绝对主体，治疗性药物破冰在即

根据行业公开资料，目前宠物药品市场中驱虫药占比较高，疫苗紧随其后。各类别细分情况如下表所示：

图表 7：宠物药市场品类占比与竞争情况

品类	市场占比*	年增长率*	竞争格局
体外驱虫药	约 15%—20%	约 19.3%	跨国主导，国产品牌加速破局
体内驱虫药	约 6%—10%	约 12.7%	传统品类，国产与进口并存
猫三联疫苗	市场规模约 5 亿元（2025 年）	（批签发量增速超 30%）	从硕腾独家走向多厂商竞争
犬用多联疫苗	本土企业约 35%份额	国产替代进行中	默沙东、瑞普等布局
治疗性药物（皮肤病、呼吸道等）	约 12%—15%	约 8%—10%	技术壁垒高，国产仍待突破
功能性保健品	宠物保健品市场规模约 200-250 亿元（2024 年）年增速约 20%	增速快	品牌分散，功能性分化为趋势

数据说明：非市场官方直接数据，主要基于中国畜牧业协会宠物产业分会、批签发数据、电商平台销量增速、上市公司财报及行业访谈综合测算

宠物治疗性药物领域正经历前所未有的密集突破期——从代谢疾病（糖尿病、肥胖）到皮肤病（JAK 抑制剂、单抗），从心血管疾病（心力衰竭、高血压、心肌病）到肿瘤（淋巴瘤），从传染病治疗（猫瘟抗体）到慢性病管理（CKD），多个细分赛道均有里程碑意义的新药获批或进入临床后期。中国本土企业在代谢性疾病（华东医药普瑞泊肽、银诺医药依苏帕格鲁肽α）和炎症免疫（礼舒替尼）等领域已展现与国际同步的创新能力，但在心血管、肿瘤等方向仍以海外进展为主导，国产替代空间依然广阔。

图表 8：近一年来，全球宠物治疗性药物重大进展一览

疾病领域	产品名称	研发/持有企业	适应症/方向	阶段/状态	关键数据/差异化	监管机构	中国/海外
代谢疾病	普瑞泊肽注射液	华东医药（南农动药）	成年肥胖猫体重管理	申报上市（2025.12）	GLP-1/GIP 双靶点，6 周体重降 9.26%，72.31%动物体重降≥5%	农业农村部	中国原创
	依苏帕格鲁肽α	银诺医药	宠物糖尿病	临床试验申请受理（2026.2）	人用 GLP-1 同类分子转宠物，疗效与安全性良好	农业农村部	中国原创
皮肤病	夫速宁（礼舒替尼）	格格巫/礼蓝	犬瘙痒症	获批一类新兽药（2024.10）	全球第三款 JAK 靶点兽药，国内首例宠物创新药 BD 交易	农业农村部	中国原创

药融圈 医药信息与人脉精准链接平台

	Befrena（tirnovetmab）	礼蓝	犬过敏性/特应性皮炎	USDA 批准（2025.12）	抗 IL-31 单抗，给药间隔 6—8 周	USDA	海外
	NUMELVI（atinvicitinib）	默沙东	犬过敏性皮炎瘙痒	FDA 批准（2026.2）	全球首款第二代 JAK 抑制剂，JAK1 高选择性	FDA	海外
	Zenrelia	礼蓝	犬瘙痒症	FDA/EMA 批准（2024—2025）	JAK1 抑制剂，已进入美国约 50%动物医院	FDA/EMA	海外
心血管	VETMEDIN（匹莫苯丹）	勃林格殷格翰	延缓 B2 期 MMVD 犬充血性心衰	FDA 完全批准（2026.1）	全球首款该适应症药物，延后心衰/死亡时间 15.6 个月	FDA	海外

	Felycin-CA1（西罗莫司）	TriviumVet	猫亚临床肥厚性心肌病	FDA 有条件批准（2025.3）	全球首款猫 HCM 药物，约 1/7 宠物猫患病	FDA	海外
	苯磺酸氨氯地平咀嚼片	蔚蓝生物等	猫系统性高血压	获批五类新兽药（2026.4）	国内首款猫用高血压专用药，ACVIM 指南一线推荐	农业农村部	中国原创
肿瘤	Laverdia（verdinexor）	Anivive Lifesciences	犬淋巴瘤	FDA 全面批准（2026.1）	首个犬淋巴瘤口服药物，从有条件转为完全批准	FDA	海外
传染病/消化	猫瘟卵黄抗体	长春西诺生物	猫泛白细胞减少症	获批一类新兽药（2026.4）	全球首款猫瘟卵黄抗体产品，可用于群体防护	农业农村部	中国原创

药融圈 医药信息与人脉精准链接平台

	枸橼酸马罗匹坦及注射液	青岛农业大学/青岛康地恩	犬化疗呕吐及病理性呕吐	获批二类新兽药（2026.3）	国内首款犬重症止吐专用药	农业农村部	中国原创
慢性病（肾病）	（未命名）	日本 AIM 医学研究所	猫慢性肾病	提交上市申请（2026.4）	基于人 AIM 蛋白，显著延长患病猫生存期	日本农林水产省	海外
骨关节炎	Lenivia	硕腾	犬骨关节炎疼痛	加拿大/欧盟批准（2025）	抗 NGF 单抗，每 3 个月一次，全球首个犬用长效单抗	Health Canada/EMA	海外

- ✧ 数据范围说明：本表非全量统计，仅列示 2024 年 10 月至 2026 年 5 月期间全球范围内宠物治疗性药物领域具有代表性或填补空白的重大突破，涵盖中国原创首发、海外里程碑产品及全球首创适应症。表格信息的选取存在主观判断，不保证完全覆盖期内所有获批产品。
- ✧ 数据不严谨性声明：本表所列数据主要源于公司公告、官方监管机构批文、行业媒体公开报道及第三方信息汇编，可能存在以下不严谨性：（1）部分临床试验数据系公司自行披露，未经第三方独立验证；（2）不同来源对同一产品的描述可能存在口径差异；（3）监管阶段信息（如“申报上市”“有条件批准”等）在不同法域具有不同的程序含义，不可直接横向比较；（4）“获批”状态不必然等同于“已上市销售”，部分产品处于获批后商业化准备阶段；（5）企业名称、产品名称为基于公开披露信息的中文或英文直译，可能与企业内部命名存在差异。建议交叉验证具体信息。

4.3.2 剂型分布：“用户便利性”重构产品设计逻辑

宠物药的剂型演进反映了一个核心趋势——产品设计逻辑正从“治疗有效性优先”向“治疗有效性+用户便利性并重”转变。

图表 9：宠物药剂型全景图



数据说明：药融圈产业研究院研究绘制

（一）经胃肠道给药（口服制剂）

口服给药剂型是宠物药品中最为多样的一类。包括：

图表 10：经胃肠道给药（口服制剂）

剂型类别	细分类型	市场常见程度	发展现状与趋势洞察
固体口服制剂	普通片剂（素片、包衣片）、咀嚼片、分散片、口崩片、多层片、泡腾片	★★★★★	咀嚼片因适口性好、喂药便捷，成为驱虫药主流；口崩片属新型剂型，适口性和递送技术仍在优化

	硬胶囊、软胶囊	★★★★☆	可掩味、可制成缓释/肠溶胶囊
	颗粒剂（可溶颗粒、混悬颗粒、泡腾颗粒）、散剂/粉剂	★★★☆☆	常用于抗生素、解热镇痛药，使用前需混合或溶解
	丸剂	★★☆☆☆	传统剂型，兽用较多，宠物专用产品较少
口服液体制剂	口服溶液剂、口服混悬剂、口服乳剂、口服滴剂	★★★☆☆	适用于幼龄、老年或吞咽困难宠物；口服滴剂区别于外用滴剂，经口腔黏膜或舌下给药，市场正在发展
	糖浆剂、合剂	★★☆☆☆	传统兽用剂型
新型口服制剂	口服速溶膜（口溶膜/口腔薄膜片 OTF）、口服冻干闪释片	★☆☆☆☆（前沿）	入口即溶、无吞咽负担、黏膜直接吸收。代表产品：湖南融科口清宁（猫口炎）与传福康（猫传腹），上市于 2025 年 10 月
	口腔崩解片（ODT）	★☆☆☆☆（储备）	区别于口溶膜的载体崩解方式，国内宠物药企已有米氮平 ODT 在研
口服零食/软嚼剂	功能性营养补充剂、适口性改良的“零食	★★★★☆	介于药品与保健品之间的形态，在宠物驱虫药和营养补充剂中常见

药融圈 医药信息与人脉精准链接平台

	型药品”		（部分电商平台将其单列为“口服零食”品类）

数据说明：药融圈产业研究院研究绘制

（二）注射给药剂型

注射剂在疫苗、麻醉和重症治疗中应用广泛：

图表 11：注射给药剂型

剂型类别	细分类型	市场常见程度	备注
注射剂（水针）	注射用水溶液、混悬注射液、乳浊液注射液	★★★★★	疫苗、麻醉剂、重症治疗用药均以此类为主
注射用粉针	无菌粉末、冻干粉针	★★★★☆	使用时复溶，适用于生物制品和不稳定化合物
长效注射制剂	油性注射液、微球缓释注射液、原位凝胶注射液	★★★☆☆	创新剂型前沿，可实现数天至数月的缓释效果；硕腾 Lenivia 单抗即属此方向

数据说明：药融圈产业研究院研究绘制

（三）黏膜/外用给药剂型

外用固体/半固体剂型包括：软膏剂、乳膏剂、凝胶剂、糊剂、眼膏剂、栓剂、阴道泡腾片、耳用栓剂、浇泼剂等。常见于皮肤病、耳部感染、眼部感染、肛周疾病的治疗。

外用液体制剂包括：滴眼剂、滴耳剂、滴鼻剂、外用溶液剂、搽剂、涂剂、气雾剂、喷雾剂、泡沫剂、洗剂、浇泼剂等。滴眼剂和滴耳剂是眼科、耳科疾病的主流剂型；喷雾剂/

气雾剂在消毒、解表治疗和部分呼吸系统用药中较为常用。

透皮/长效制剂方面：透皮贴剂（2022 年 FDA 批准 Zorbium 丁丙诺啡透皮液用于猫术后镇痛）、透皮凝胶（Topi-CLICK®等复方调配产品）、功能性项圈（Atopivet 项圈等）、透皮软膏剂（米氮平透皮软膏，在猫耳廓内侧局部给药）、微针贴片（前沿方向）、皮下植入剂/微球（缓释微球可皮下埋植，释放期 7—15 天，国内已有相关专利储备）等。

4.3.3 客单价分布：价格带显著分化

宠物药品的价格体系正经历多重力量驱动下的结构性重构。一方面，国产替代浪潮在驱虫药、疫苗等领域加速产品供给，部分品类价格出现回落；另一方面，宠物老龄化趋势与消费升级共同推动高价值治疗性药物、功能性保健品等价格中枢上移。整体呈现出分品类、分梯度的价格分化格局。

2025—2026 年，随着国产猫三联疫苗密集上市及驱虫药国产品牌持续渗透，部分品类终端价格有所下行；与此同时，中高端功能性保健品及专业治疗性药物因技术壁垒及消费升级需求，价格中枢呈现上移趋势。

价格下行的主要驱动力来自国产替代加速带来的供给扩容。在猫三联疫苗领域，随着国产产品陆续获批上市，市场竞争格局发生显著变化。在驱虫药领域，不同价格梯度的产品并存。整体来看，国产品牌在价格层面为消费者提供了更多选择。

价格上行动力来自消费升级与品类结构调整。据京东宠物健康公开数据显示，2024 年第一季度宠物处方药线上渗透率为 19%，至 2026 年第一季度已攀升至 38%，两年间渗透率翻倍。此外，据多家行业机构分析，2022—2026 年期间大量宠物犬进入老年期（8 岁以上），2023—2029 年大量宠物猫进入老年期（10 岁以上）。中老年宠物功能性营养品（关节养护、免疫提升、心脏保健）成为新增长点，宠物保健品高端化趋势明显。

图表 12：宠物药品价格带分布表

品类	价格区间（单次给药/月均）	主力价格带	趋势变化
进口驱虫药（滴剂/口服片）	50—300 元	120—250 元	受国产替代冲击，部分品类价格趋于下行；月均驱虫成本 60—150 元
国产驱虫药	20—150 元	40—80 元	国产药片 20—50 元/片，进口药片 50—100 元/片；国产滴剂 17—35 元/支
猫三联疫苗（终端定价）	进口：60—150 元；国产：20—60 元	价格持续走低	国产终端单价 50—80 元/支甚至更低，迫使进口同步降价；历史高点约 200 元/支降至 40—60 元/支，降低约 2/3
宠物专用治疗性药物	30—150 元/疗程	60—100 元	价格体系尚不透明，高端治疗药物（JAK 抑制剂、单抗）价格显著高于普药
处方食品/功能性保健品	50—200 元/月	100—150 元	中高端宠物主粮价格带 60—100 元/公斤维持领先增长；猫化毛保健品高端化明显

✧ 数据说明：本表格价格区间系基于 2025 年天猫、京东、抖音等主要电商平台及部分线下渠道及行业监测数据的抽样监测数据统计得出。由于品牌差异（进口与国产、原研与仿制）、规格差异（单支/多支装、单片/多片装）、销售渠道差异（宠物医院、电商自营、第三方店铺）及促销活动等因素影响，实际成交价格可能在上述区间范围内存在一定波动。同一品类内的价格差异可能达到数倍，建议以主力价格带作为核心参考。

✧ 局限性说明：表格数据系行业观察性判断，而非经过量化验证的因果结论。

4.3.4 核心创新点：差异化的底层逻辑

① 适口性与依从性技术的升级

宠物药与人药的本质区别在于“使用者”不配合问题。牛肉/鸡肉风味咀嚼片已成为宠物体外驱虫药的常见剂型选择。礼蓝 Credelio Quattro、勃林格福味恩®、普莱柯氟雷拉纳咀嚼片等均采用软咀嚼片设计以提升宠物接受度；海正动保海乐妙®依托微球包包埋技术与多口味片剂提升给药便利性。**软咀嚼片制备工艺正在成为差异化竞争的重要阵地。**

② 长效缓释技术的应用

长效剂型技术的应用正在为宠物用药依从性带来改善空间。普莱柯的氟雷拉纳咀嚼片可实现每 12 周给药一次驱除犬跳蚤感染，可涵盖跳蚤的整个生命周期。硕腾在 2025 年推出全球首个犬用长效抗神经生长因子单克隆抗体疗法 Lenivia®，用于缓解犬骨关节炎疼痛，每三个月给药一次，已获加拿大和欧盟批准上市。**国产在这一领域仍处追赶阶段。**

③ 复方制剂的多效合一趋势

复方化正在成为驱虫药产品升级的重要方向。礼蓝 Credelio Quattro 以单一口服咀嚼片覆盖跳蚤、蜱虫、心丝虫、蛔虫、钩虫及 3 种绦虫共 6 类寄生虫。海正动保“赛乐滴”提出“内外同驱+耳螨同治”三合一配方。**复方化趋势对制剂工艺要求更高，正在构筑更高的技术门槛。**

④ 靶点创新与治疗性药物的差异化突破

JAK 抑制剂礼舒替尼（夫速宁®）获批国家一类新兽药，是全球第三款以 JAK 激酶为靶点的兽用药物，用于治疗犬瘙痒症。2025 年 12 月，华东医药自主研发的普瑞泊肽注射液（GLP-1/GIP 双靶点长效激动剂）一类新兽药上市注册申请获得受理，系全球首个针对肥胖猫体重管理的创新药物。**慢性肾病、肿瘤、糖尿病等领域的治疗性新药正在加速推进。**

4.4 行业趋势与公司重大举措

4.4.1 行业关注的核心趋势与风向

① 资本聚焦“高价值治疗领域”

2024—2025 年宠物药融资方向已从“猫三联疫苗/驱虫药”向“宠物慢性病治疗药物”和“诊断”延伸。**资本的投资逻辑正在从“国产替代的确定性盈利”向“国产原创创新药的长期价值”切换。**

② AI 与智能化技术加速渗透

2025 年 3 月，新瑞鹏宠物医疗集团发布宠物医疗行业全科医学基座大模型 Vet1，标志 AI 开始深度嵌入宠物诊疗全流程。勃林格殷格翰与京东健康达成战略合作，以数字化手段构建从触达、教育到复购的全链路闭环。

③ 口服驱虫药赛道持续增长

口服驱虫药市场增速较快，勃林格、礼蓝、硕腾三大跨国巨头以及海正、普莱柯等本土企业都在这一赛道集中资源推进。

④ 处方食品与宠物功能性产品的边界模糊化

海正动保与中誉宠食设立合资公司进军宠物处方粮市场，计划投资 2 亿元建设年产 1 万吨的宠物处方粮生产线。2025 年中国宠物益生菌终端零售额首次站上 80 亿元台阶，三年复合增速 40%。

⑤ 慢性病药物全球竞争加速

硕腾获批全球首个犬用长效骨关节炎疼痛单克隆抗体药物 Lenivia（3 个月给药一次），以及全球首个猫用 3 个月给药间隔骨关节炎疼痛单抗疗法 Portela。国内在慢性病药物领域的差距正在加速弥补。

4.4.2 代表企业重大举措与在研管线

头部企业战略趋同，从“单一药品”向“药品+食品+健康服务”延伸，从“仿制替代”向“自主研发+国际合作”升级。**但路径分化显著：瑞普平台整合、海正大单品突围、华东医药人药降维打击、汉维渠道深耕，四种范式各有优劣。**

图表 13：代表企业战略视角的重大举措

企业	重大战略举措	在研管线/研发方向（总体描述）
瑞普生物	① 2026 年 2 月参与设立 10 亿元产业并购基金（公司出资 2.95 亿元）；② 2025 年 10 月设立 4.06 亿元宠物产业专项基金；③ 构建“三瑞”闭环（瑞普动保+中瑞供应链+瑞派宠物）	猫四联 mRNA 疫苗（两项临床批件）、犬四联疫苗、猫传腹 mRNA 疫苗等；mRNA 疫苗生产线已通过 GMP 验收
海正动保	① 2026 年 1 月与中誉宠食合资进军宠物处方粮，投资超 2 亿元，持股 60%；② 战略聚焦宠物药，宠物业务占比已超 50%	在研产品三十余项，宠物产品研发占比 72%；驱虫药持续迭代（海乐妙十周年），猫三联（海妙哆）已上市
普莱柯	① 持续完善宠物用化学药品矩阵；② 宠物药品研发储备有序推进	氟雷拉纳咀嚼片（12 周驱虫）已获批；犬瘟细小病毒二联活疫苗获批；猫三联等疫苗在研

华东医药（南农动药）	① 打造宠物电商品牌“萌笛”，推出益生菌片等肠道健康产品；② 依托人药技术平台跨界宠物	普瑞泊肽注射液（猫减肥药）已申报上市；另有 6 款产品在注册评审中；布局宠物慢性病领域
联邦动保	① 2025 年 11 月一次性发布七款宠物新品；② 动保开发 60 项新产品，宠物占比超 70%；③ 2025—2028 年每年超 10 款获批	覆盖注射用头孢维星钠、猫用苯磺酸氨氯地平咀嚼片、米氮平软膏等
申联生物	① 2026 年 2 月拟 2.37 亿元收购人药研发企业世之源（“逆向跨界”）；② 布局宠物生物制品高端化	长效重组犬α干扰素（已提交新兽药注册）；犬黑色素瘤环状 RNA 疫苗（专利实质审查）；GnRH 核酸疫苗专利
回盛生物	① 明确“宠物皮肤病第一品牌”定位；② 宠物业务 2025 年销售额突破 2000 万元，同比增长 186%	拥有近 20 款马波沙星系列产品；恩康唑溶液为国内首款宠物抗真菌二类新兽药；在研心肌肥厚、疱疹病毒治疗
汉维宠仕	① 线下覆盖 1.2 万—2 万家宠物医院（沙利文认证国产第一）；② 推出中老年宠物健康品牌“汉维宠悦”；③ 领投国宠血液技术	累计 13 个新兽药证书、47 个批文、50+在研；环胞舒为国内首款宠物免疫抑制口服液

✧ **数据时间范围：“重大战略举措”主要基于 2025 年 1 月至 2026 年 5 月期间上市公司公告、企业官方新闻稿及公开媒体报道；“在研管线/研发方向（总体描述）”部分，部分企业因未披露完整的短期管线**

时间表，引用了截至其最新年报（2024 年报或 2025 年中报）的在研项目概况，其时间界限可能略早于 2026 年 5 月。

- ✧ 数据来源：源于各公司年度报告（2024 年、2025 年）、半年度报告、临时公告、官方新闻稿，以及农业农村部新兽药注册公告、行业媒体（如 pet healthcare today、动保瞭望等）的公开报道。非上市公司（如汉维宠仕）的信息来源于其官网公开资料、沙利文报告及权威媒体报道。
- ✧ 选择性偏差：表格优先收录了在宠物药领域有公开战略动作或明确在研管线的企业，未收录未披露相关信息的企业，不构成对行业企业重要性的全面排序。

4.4.3 大事件与行业里程碑

2025—2026 年是中国宠物药行业“基础设施成型”的关键期。渠道数字化、终端资本化、审批提速、出海破冰等多维度事件共同构筑了行业新底座。大事件的共同特征是“连接”——药企与平台、资本与产业、中国与海外、监管与创新的连接。这些生态级变化比单个产品获批更能预示行业长期走向。

药融圈 医药信息与人脉精准链接平台

图表 14：宠物药行业 2025—2026 年重大事件年度日历

时间	事件主体	事件描述	事件类型	行业影响
2025.01	慧疗生物	完成近亿元 A 轮首关融资（国中资本领投），加速宠物 mRNA 疫苗研发与商业化	资本运作	mRNA 技术平台从人用向宠用迁移，成本与周期显著低于传统路径；国产企业有望以"技术代差"而非"成本优势"弯道超车，改变疫苗领域外资绝对主导格局
2025.02	银诺医药	宣布成立宠物事业部，依托 GLP-1 技术积累战略性布局宠物用创新药领域	跨界合作	人药企业"研发降维"入局，直接抬高行业技术门槛与资金门槛；对现有宠物药企业既是技术合作红利，也是降维竞争压力，窗口期正在收窄
2025.03	农业农村部	印发《2025 年规范兽药使用专项整治巩固提升行动方案》，部署兽药网络经营专项整治	政策里程碑	直击线上处方药随意售卖、无证经营泛滥痛点；京东、天猫等平台将强化资质审核，无《兽药经营许可证》商家面临清退，短期线上 SKU 可能收缩
2025.03	海正动保	核心驱虫产品"海乐旺"获越南农业农村部批准上市，成为首个在越南注册的国产宠物药	出海突破	打破"国内生产、海外贴牌"代工模式，实现自主品牌出海；越南作为东南亚增速最快市场（年增 15%+），成为国产宠物药出海可复制模板
2025.04	CMEF/国药励展	举办"2025 国际宠物健康论坛"，专题讨论国际化平台赋能宠物医药出海	出海突破	首次在人医顶级展会框架下搭建宠医出海通道，降低独立出海商务成本；推动人医技术向宠医溢出，加速国产宠物药技术升级

药融圈 医药信息与人脉精准链接平台

2025.05	汉维生物	领投国宠血液技术千万元级天使轮融资，切入宠物输血医学赛道	资本运作	头部药企从"单一卖药"向"药品+血液制品+诊断服务"打包输出转型，构建 B2B 解决方案闭环，提升客户粘性与单客价值
2025.05	农业农村部等 7 部门	发布《2025 年全国农资打假和监管工作要点》，加强线上监管，规范网络销售兽药	政策里程碑	网络售药从"平台自治"升级为"多部门协同执法"，违规成本显著提高；利好资质完整的头部企业，中小品牌"贴牌+网销"模式生存空间被压缩
2025.07	勃林格×京东健康	福味恩®在京东健康独家首发，首发日成交额破百万	渠道数字化	DTC 链路（药企→平台→消费者）跑通，药企可掌握终端定价权与用户数据；若模式验证成功，将引发礼蓝、硕腾跟进，重塑宠物药分销层级体系
2025.09	农业农村部	答复《关于促进兽药网络经营健康发展的提案》（农办案〔2025〕200 号），明确"线上线下相一致"原则，压实平台责任	政策里程碑	为后续《兽药网络经营监督管理办法》出台奠定政策基调；平台方将被迫建立兽药专项审核团队，合规成本转嫁商家，行业准入门槛实质性提高
2025.09	海正动保×中誉宠食	设立合资公司进军宠物处方粮市场，海正持股 60%，计划总投资 2.36 亿元	跨界合作	从"治疗药品"向"预防-治疗-营养"全周期健康管理闭环延伸，提升单宠终身价值（LTV）；但药品企业缺乏食品渠道基因，需警惕跨界渠道能力缺失风险
2025.1	瑞普生物	设立 4.06 亿元产业基金（天津保瑞股权投资基金），专项布局宠物产业链赛道	资本运作	从"内生增长"转向"外延投资"，通过资本纽带绑定上下游；宠物药行业集中度将加速提升，中小企业面临"被整合或边缘化"压力

药融圈 医药信息与人脉精准链接平台

2025.1	勃林格殷格翰	宣布"中国关键"战略深化，未来 5 年在华研发投入超 50 亿元，动物保健业务加速疫苗创新	跨国本土化	将中国从"销售市场"升级为"创新策源地"，直接挤压国产企业"跟随创新"窗口期；同时抬高行业整体研发标准，倒逼国产从 me-too 向 me-better 升级
2025.12	京东健康	披露 2025 年 29 款宠物健康新品首发，线上宠物药品供应链覆盖 132 个批文，入驻超 5500 名执业兽医师	渠道数字化	线上从"补充渠道"升级为"新品首发主阵地+专业服务平台"；倒逼药企在产品设计阶段即考虑"线上可传播性"，产品定义逻辑从医院处方导向向线上内容导向微调
2025 全年	多家上市药企	华北制药、太龙药业、阳光诺和、华东医药、联邦制药、健康元等明确布局宠物药赛道	行业格局	"大厂涌入"格局形成，宠物药从细分赛道升级为战略必选项；资金、人才、批文向头部集中，现有企业若 3 年内未建立技术或渠道壁垒，将面临碾压或收购
2025 全年	海正动保	获艾瑞咨询"中国宠物药市占率第一"及海乐旺"犬内驱全国销量第一"认证	行业格局	国产替代拐点确认，市场心理从"唯进口论"转向"国产可行"；加速医院采购目录调整，可能引发国产头部企业以份额换利润的价格战
2026.02	回盛生物	以 552 万元转让宠物药子公司 80%股权，从 B2C 零售端战略收缩，回归研发制造优势环节(B2B)	资本运作	战略纠偏信号：制造端优势≠零售端优势；宠物药行业分工将更趋专业化，研发制造企业应坚守 B2B，盲目自建 C 端品牌风险极高

药融圈 医药信息与人脉精准链接平台

2026.02	派特美生	完成新一轮融资（勤智资本参投），加速宠物创新药临床试验及 GMP 基地建设	资本运作	资本估值逻辑从"批文导向"转向"管线导向"，激励 Biotech 切入宠物赛道；宠物药研发从"仿制为主"向"仿创结合"加速转型
2026.04	农业农村部	印发《2026 年规范兽药使用专项整治巩固提升行动方案》，网络兽药抽检占比不低于 20%	政策里程碑	抽检常态化终结"一次性过批+长期不检"时代；合规成本上升将加速行业出清，预计 2 年内 20-30%线上兽药店铺退出市场

数据说明：本表收录 2025 年 1 月至 2026 年 5 月期间，对宠物药行业格局产生结构性影响的非产品类事件，但人工统计，非全。

数据来源：主要来源于农业农村部公告及提案答复、上市公司定期报告与临时公告、权威财经媒体、行业展会官方议程、以及企业公开新闻稿。

药融圈 医药信息与人脉精准链接平台

05 CHAPTER

资本偏好与技术预见

药时圈 医药信息与人脉精准链接平台

5.1 投资热点与偏好分析

5.1.1 技术偏好的梯度变化

2025 年宠物药赛道投融资显著升温，更值得关注的趋势是投资热点的结构性转向。根据对历年来投融资事件的梳理，宠物创新药与宠物创新疫苗仍然是资本争相涌入的热门赛道。但资本对创新药的关注重点已“升级”——从普适性常用药品转向宠物心脏病、肿瘤、肾病等重大疾病和慢性病领域。

图表 15：技术偏好的梯度变化

投资代际	技术方向	核心逻辑
第一代（2020—2023）	仿制药/普适性药品	市场大、替代空间广
第二代（2024—2025）	改良新药与疫苗	差异化、技术升级
第三代（2025—）	慢性病与原创创新药	高壁垒、长价值

数据来源：药融圈产业研究院研究绘制

这一转变的深层逻辑是对宠物医疗消费升级的洞察：当基础医疗需求得到满足后，针对慢性病、老年病的精准治疗将迎来爆发。这类产品不仅客单价高，更具备明确的技术壁垒和专利保护。

5.1.2 资本偏好的结构特征

根据 2024—2025 年宠物药领域的融资事件特征，可以发现资本对以下几个方向表现出了明显的投资偏好：

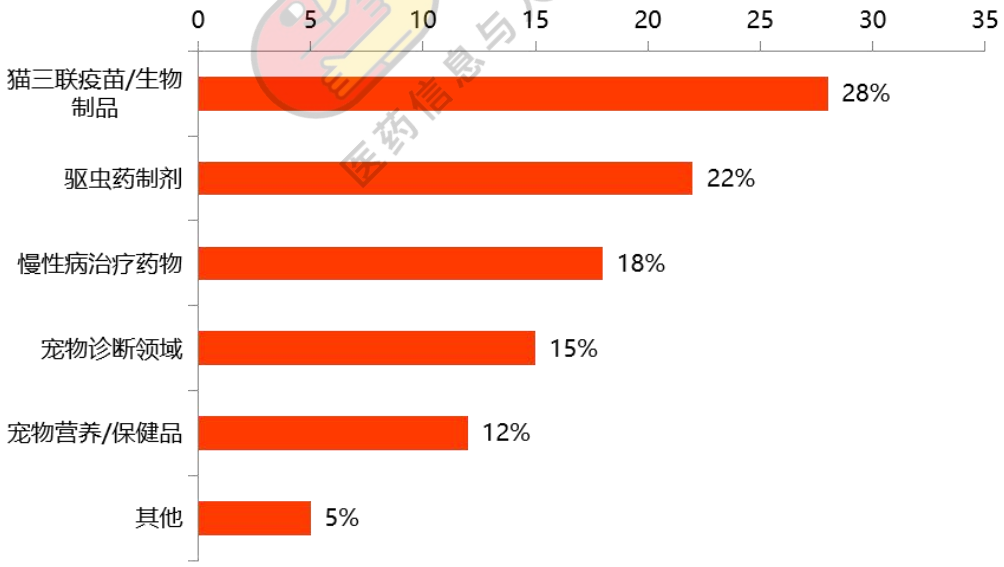
猫三联疫苗赛道——拥挤但刚性。从瑞普的“瑞喵舒”、博莱得利的“喵倍护”到普莱柯的入局，猫三联市场从长期由硕腾“妙三多”独家垄断的局面，演变为超过 10 款国产产品获批

的“群雄逐鹿”格局。批签发数据极具冲击力：国产产品在 2025 年的批签发总占比已高达 84.53%。资本对于猫三联赛道的集体押注，本质上是对“疫苗是宠物进入医疗系统的超级入口”这一命题的耐心验证，而非对单一品类短期盈利空间的期待。

驱虫药国产替代——规模化的确定性逻辑。海正动保以“海乐妙”等产品矩阵实现了驱虫药的品类突破，表明驱虫药的高频复购特性可为品牌建立稳定收入流，同时也说明未来可以逐步从单品类向多品类拓展用户的“生命周期价值”。

慢性病与治疗性药物——最具风险但最具潜力的空区。这是资本押注的“长期价值最大区间”。宠物癌症、糖尿病、肾病等治疗领域本土产品和进口批准品种相比存在明显代差，而已经完成技术验证的跨国企业（如硕腾、勃林格）正将目光瞄准这些赛道。国内鼎持生物、普诺康等企业已开始在这一领域中积极布局。资本在这一领域的投资逻辑不是看短期营收，而是看它能否在未来 3—5 年成为填补“供给缺口”的核心力量。

图表 16：2024—2025 年宠物医疗融资按技术方向分布及代表案例



特别说明：本图基于公开可查融资事件数量与金额结构的两维估算，非精准财务统计口径的横向对比

数据来源：农业农村部批签发数据、各公司财报及公告、宠物行业投融资公开数据

5.2 重点资本事件简析

结合一级市场融资事件、上市公司战略投资和二级市场估值论述，资本入场并非零散分布，而是沿着三条主线有序推进：一级市场专业化融资加速、二级市场 IPO 与并购整合集中涌现、海外标杆映射与技术创新外部驱动。

5.2.1 一级市场的“专业化”融资加速

资本正在从“投市场规模”转向“投技术壁垒与赛道卡位”，早期、高壁垒、填补空白成为一级市场筛选新标的的核心标准。

事件一：平台技术溢价——慧疗生物 mRNA 递送系统获资本重注

2025 年 1 月，慧疗生物完成近亿元 A 轮首关融资，同年 9 月再次获得新一轮投资，一年内完成两轮融资。其核心价值在于建立了 CLS/LNP“双轮”递送系统平台，在兽用 mRNA 疫苗领域取得原创性突破。

慧疗生物的资本吸引力并非源自某个具体产品，而是其平台技术的“延展性”。mRNA 技术平台一旦成熟，可快速迭代出猫传腹疫苗、犬肿瘤疫苗等多个高价值产品。资本在 A 轮阶段投入近亿元，本质上是为“平台型技术”的管线输出能力买单，而非单一品种的预期销售收入。这一逻辑与海外 Moderna、BioNTech 的估值逻辑一脉相承——平台技术的价值在于其可复制、可延展的研发效率，而非某一款产品的峰值销售额。

事件二：空白赛道先发押注——普诺康生物成立一月即获融资

普诺康生物成立于 2025 年 6 月，7 月即完成近千万元种子轮融资，由勤智宠乐独家投资，资金用于猫肥厚型心肌病（HCM）I类兽药的研发。猫 HCM 是宠物心脏病中最常见的类型，目前全球尚无获批的宠物专用治疗药物，临床需求极为迫切。

该案例的典型意义在于：资本在“产品尚未进入临床、公司仅有研发团队”的阶段即完成投资决策。其背后的判断逻辑是：在宠物慢性病治疗领域，“先发者”可能获得 5—8 年的专

利保护期和市场独占期，而猫 HCM 赛道目前处于“空白”状态。资本并非押注普诺康的研发必然成功，而是判断“谁能第一个跑出来，谁就可能定义整个赛道的治疗标准和品牌认知”。这是一种典型的“赛道卡位”投资逻辑——在空白市场中，先发优势的边际价值被极度放大。

事件三：细分市场根据地——鼎持生物以“小而美”路径避开红海竞争

2026 年 4 月，鼎持生物完成由倚锋资本独家投资的数千万融资。公司已形成动保与耗材两大业务板块，宠物功效型产品布局填补了细分领域空白。

与慧疗生物的“平台型技术”路径不同，鼎持生物的资本故事聚焦于“在巨头尚未覆盖的细分领域建立根据地”。其策略是通过聚焦某个被忽视的品类（如特定剂型、特定靶向适应症），在细分市场中建立品牌认知和渠道优势，再逐步向外延伸。这种“小而美”的路径，正在成为创新药企业避开猫三联、驱虫药等红海竞争的有效策略。资本认可这一路径的逻辑在于：细分市场的规模虽有限，但竞争强度低、利润率高，且可作为企业向更大赛道延伸的“根据地”。

5.2.2 二级市场与产业资本的“整合式”入场

事件一：产业闭环构建——瑞普生物连续设立宠物产业基金

2025 年 10 月，瑞普生物与三家投资机构共同发起设立天津保瑞股权投资合伙企业，认缴出资总额 4.06 亿元，其中瑞普自有资金出资 1.54 亿元，专项投资于宠物产业链相关标的。2026 年 2 月，瑞普再次联合海通并购等机构设立 10 亿元产业并购基金，两轮合计释放超 14 亿元的赛道投入信号。

瑞普的整合逻辑可从三个层面理解。产品层，瑞普已拥有 19 项宠物新兽药注册证书，自主产品覆盖疫苗、驱虫药、干扰素等，在研 mRNA 疫苗布局下一代技术。渠道层，中瑞供应链 2025 年贡献收入 7.82 亿元，覆盖超 1.4 万家宠物医院终端，既代理跨国品牌也分销自有产品，形成“双向变现”的渠道护城河。终端层，瑞普参股的瑞派宠物医院拥有 548 家在

营医院，构成处方药的核心出口。三者叠加，使瑞普从一家动保产品制造商升级为覆盖“产品-流通-处方”全链条的产业生态组织者。这一模式的竞争壁垒在于：即便竞争对手研发出同类产品，也难以在短期内复制其渠道覆盖广度和终端触达深度。

事件二：终端入口卡位——瑞派宠物医院递表港交所

2025 年 12 月，瑞派宠物医院正式向港交所递交主板上市申请，虽于 2026 年 6 月 22 日自动失效，但据市场消息公司仍再为重启 IPO 做准备。截至 2025 年 6 月 30 日，瑞派拥有 548 家在营宠物医院，2022—2024 年总收入分别为 14.55 亿元、15.85 亿元、17.58 亿元，呈稳步增长态势。

瑞派拟 IPO 的意义远超单一企业的资本化。宠物药品约 70%的处方由宠物医院开具，医院终端是药品流入市场的“水龙头”。瑞派作为全国性连锁医院网络，其集中采购与处方标准化将直接重塑上游药品供应商的竞争格局——进入瑞派采购目录的品牌将获得规模化终端触达，而被排除在外的企业则面临渠道断层。瑞派 IPO 若成功，标志着资本对宠物医疗终端的整合从“跑马圈地”进入“精细化运营与集中化采购”阶段，连锁网络的规模效应将被正式纳入财务报表定价。对于上游药企而言，与瑞派等连锁医院建立战略合作关系，正从“可选项”变为“必选项”。

5.2.3 海外对标与技术催化

在分析中国宠物药资本动向时，海外对标是不可或缺的参照系。2025—2026 年，美国宠物药领域出现了多起标志性的大额融资，这些事件正在塑造全球资本对宠物药赛道的估值逻辑，并间接影响中国市场的投资预期。

海外对标的价值在于提供“趋势确认”和“估值锚点”。Loyal 和 Gallant 的融资事件帮助中国资本确认“宠物长寿经济”和“前沿疗法”是值得押注的方向；硕腾和勃林格的产品管线则验证了慢性病管理的商业价值。

事件一：Loyal——将“延长宠物健康寿命”确立为独立赛道

2026 年 2 月，Loyal 完成 1 亿美元 C 轮融资，由 age1 领投，Baillie Gifford 等跟投，累计融资超 2.5 亿美元，估值达独角兽级别。其核心产品致力于通过延缓衰老相关生理衰退，延长犬类健康寿命。该融资规模在宠物药领域罕见，释放的信号是：全球资本已将“宠物长寿经济”视为独立赛道。

事件二：Gallant——干细胞疗法从概念走向产品验证

2025 年 7 月，Gallant 完成 1800 万美元 B 轮融资，专注于猫用即用型干细胞疗法，计划于 2026 年获得 FDA 批准上市，有望成为全球首个获批的宠物即用型干细胞产品。Gallant 的价值在于验证了前沿疗法在宠物领域的监管路径与商业化模式。国内觅投克等企业已开始布局宠物干细胞技术，但整体处于早期。Gallant 的进展将加速中国资本对基因治疗、干细胞等方向的关注。

事件三：硕腾与勃林格——慢性病管线指明十年增长方向

跨国巨头的管线布局是资本判断技术方向的重要参照。硕腾 2025 年获批全球首个犬用长效骨关节炎疼痛单抗药物 Lenivia（3 个月给药一次）及首个猫用同适应症单抗疗法 Portela；勃林格在慢性肾病、心脏病等领域持续投入。这些产品的共同特征是针对“无法治愈但需长期管理”的慢性病，具有长期用药、高依从性、强品牌粘性的特点。跨国巨头的方向选择为资本提供了清晰信号：下一个十年的宠物药增长引擎，在慢性病管理。

06 CHAPTER

产业热点与趋势解析

药融圈 医药信息与人脉精准链接平台

宠物用药产业的精细化演进，正沿着"诊疗智能化→治疗前沿化→服务精细化→支付规模化"四条主线加速推进。四者并非孤立存在，而是构成一条从"发现问题"到"解决问题"再到"支付保障"的完整价值链：AI 提升诊断精度，为前沿技术找到适用人群；前沿技术创造高价值治疗需求，为保险提供差异化产品空间；数字化工具沉淀全病程数据，为保险风控和 AI 训练提供燃料；保险扩大支付覆盖面，为前三者的商业化提供规模基础。**对于企业而言，能否在这四条主线上找到自己的生态位，将决定其在下一轮产业洗牌中的竞争位次。**

6.1 诊疗智能化：AI 从"辅助工具"走向"决策中枢"

人工智能与宠物医疗的融合，已跨越概念验证阶段，进入真实场景的应用落地。2025—2026 年，AI 技术在宠物诊疗领域的渗透体现在三个递进层级：

6.1.1 第一层：辅助诊断——从 X 光片到多模态识别

国内已有 AI 影像诊断应用支持宠物主上传 X 光片，提供辅助影像分析。这一功能的价值在于：一方面帮助宠物主在就医前进行初步健康筛查，降低因忽视早期症状导致的病情延误；另一方面为执业兽医提供辅助参考工具，减少传统诊疗中过度依赖个体经验导致的诊断偏差。从全球视野看，AI 在宠物眼部、皮肤、牙齿等专科领域的识别准确率已接近商业化水平，推动宠物健康管理从"症状驱动"向"数据驱动"转型。

6.1.3 第二层：临床决策支持——大模型的里程碑意义

2025 年 3 月，新瑞鹏宠物医疗集团正式发布 Vet1——全球领先的专为宠物医疗行业设计的全科医学基座大模型。Vet1 融合了专业医疗知识与临床推理能力，能够辅助兽医进行病例分析、鉴别诊断和治疗方案推荐。这一发布标志着 AI 从"单点工具"升级为"临床决策中枢"，其长期价值在于：通过沉淀海量真实病例数据，持续优化诊断准确率，并缩小不同层级宠物医院之间的诊疗水平差距。

6.1.3 第三层：预防性健康管理——从"治病"到"防病"

AI 技术正在将宠物健康管理的重心前移。通过分析宠物的日常行为数据（进食量、活动量、睡眠模式等），AI 算法可以识别异常模式并预警潜在健康风险。这类预防性应用虽然尚处早期，但其产业意义深远——它使得宠物药品的使用从"治疗已发生的疾病"转向"延缓疾病发生、优化用药时机"，与慢性病管理、健康寿命延长等趋势形成协同。

图表 17：AI 在宠物医疗领域的应用场景图谱



数据来源：药融圈产业研究院研究整理绘制

6.2 治疗前沿化：生物技术突破治愈边界

2025—2026 年，原本集中于人类医学的前沿生物技术，正在加速向宠物医疗领域迁移。这一趋势的驱动力来自两个方向：一是人药领域的技术成熟溢出，二是宠物主人对高端治疗方案的支付意愿持续提升。

6.2.1 干细胞疗法：从概念验证到监管路径打通

Gallant 公司开发的 sonruvetcel（猫用异体干细胞疗法）已于 2024 年获美国 FDA 有条件批准（Conditional Approval），用于治疗猫慢性牙龈口炎（FCGS），预计 2026 年完成完全批准流程。这是全球首个有望完全获批的宠物即用型干细胞产品，其价值在于验证了"细胞疗法在宠物领域的监管路径与商业化可行性"。在中国市场，觅投克等企业已开始布局宠物干细胞医学技术，2025 年完成 Pre-A

轮千万级融资（勤智资本领投）。尽管整体处于早期，但 Gallant 的进展将加速中国资本对这一方向的关注和投入。

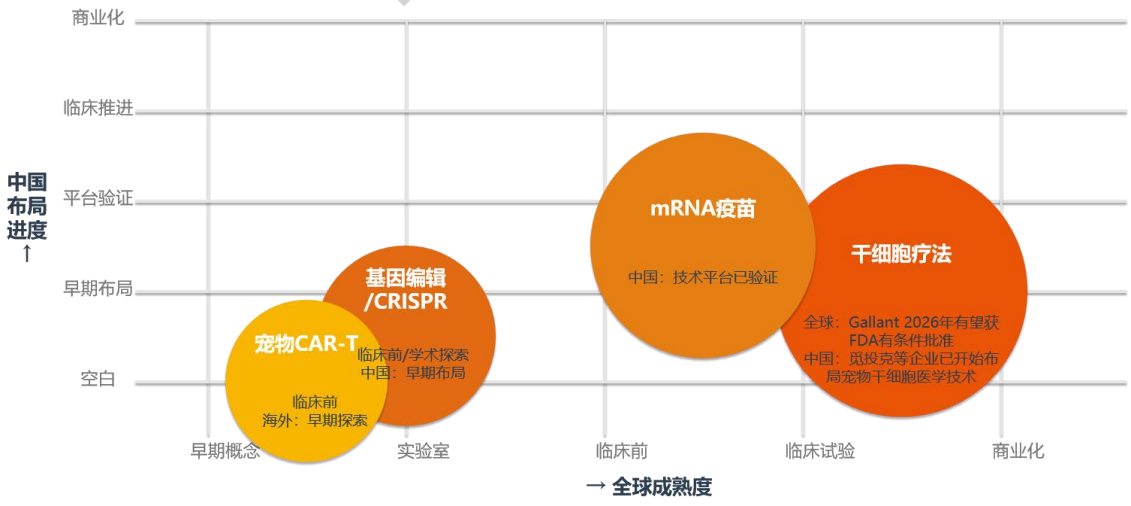
6.2.2 mRNA 疫苗：平台化技术的跨界迁移

2025 年，国内兽用 mRNA 疫苗领域取得原创性突破，相关企业在一年内完成多轮融资。mRNA 技术平台一旦成熟，可快速迭代出猫传腹疫苗、犬肿瘤疫苗等多个高价值产品。这一方向与人类 mRNA 疫苗的技术溢出高度相关，中国企业在兽用 mRNA 领域的布局甚至快于部分跨国巨头。

6.2.3 基因编辑与基因治疗：更高壁垒，更高回报

基因编辑技术（如 CRISPR）在宠物领域的应用已从学术探索进入产业转化的早期阶段。部分海外初创企业正尝试将动物全基因组筛选与 AI 辅助药物设计一体化落地于宠物创新药研发，另有企业为犬 B 细胞淋巴瘤开发 CAR-T 细胞疗法。与干细胞疗法相比，基因治疗的壁垒更高、周期更长，但其"一次性治愈"的潜力也意味着更高的商业价值。

图表 18：前瞻性技术在宠物医疗领域的应用成熟度评估



数据说明：气泡大小代表商业潜力评估。全球成熟度基于公开临床试验与监管审批进展；中国布局基于融资事件与企业公开信息。

6.3 服务精细化：数字化打通宠物健康管理“最后一公里”

如果说 AI 和前沿技术解决的是"诊疗质量"问题，那么数字化技术解决的则是"服务可及性"和"用户粘性"问题。数字化工具正在将宠物健康管理从"偶发式就诊"转变为"持续性照护"。

图表 19：数字化技术在宠物健康管理中的应用框架



数据来源：药融圈产业研究院研究整理绘制

6.3.1 远程兽医服务：打破时空限制

勃林格殷格翰与京东健康的全域战略合作（2025 年 12 月），将专业的宠物健康知识转化为用户可访问的线上服务体系。宠物主可以通过平台获取用药指导、不良反应反馈、定期复诊提醒等服务。这类远程服务虽然不能完全替代线下诊疗，但在常规用药管理、慢性病随访等场景中具有显著效率优势。

6.3.2 数字化健康档案与行为监测

默沙东动物保健展示的 Sure Petcare 智能化产品组合，提供宠物身份识别、行为监测与智能喂饲等科技解决方案。这类产品将宠物的日常数据（进食、活动、睡眠）实时结构化，帮助宠物主和兽医建立长期的健康基线。当数据积累达到一定规模后，异常波动的识别将变得更加精准，从而实现"早发现、早干预"。

6.3.3 用药依从性管理：数字化工具的隐性价值

宠物药品的疗效高度依赖宠物主人的依从性——忘记喂药、剂量错误、提前停药是常见问题。数字化工具通过用药提醒、电子处方、自动续方等功能，将依从性管理嵌入用户日常。部分头部企业推出的订阅制驱虫服务，本质上就是一种数字化驱动的依从性管理方案，其用户年均消费金额显著高于单次购买用户。

6.4 支付规模化：宠物保险或成为合规用药的“放量引擎”

宠物保险在产业生态中的定位正在被重新认识——它不仅是宠物主的风险管理工具，更是合规宠物药品规模化推广的"基础设施"。

6.4.1 渗透率困境与结构性瓶颈

截至 2025 年，中国宠物保险整体渗透率不足 3%，远低于瑞典的约 40%、英国的约 25%和日本的约 7%。约 30 亿元的保费规模背后，产品同质化、理赔流程复杂、风控能力缺失等核心问题亟待改善。道德风险（难以区分合理诊疗与过度诊疗）、数据基础薄弱（缺乏标准化诊断术语和收费编码体系）、逆选择（带病投保）是制约行业发展的三大瓶颈。

6.4.2 保险驱动合规用药的三重传导机制

第一，目录引导。保险公司的赔付目录天然排除没有兽药批准文号的假劣药品，同时优先推荐疗效确切、安全性高的合规品牌。这意味着投保宠物主的用药选择权部分从"价格敏感型"转向"目录驱动型"。

第二，处方规范。保险的核赔审查机制在实践中会形成对处方行为的间接监督。定点医院为顺利获得赔付，更倾向于开具合规药品处方，从而降低人药兽用和处方不当的使用比例。

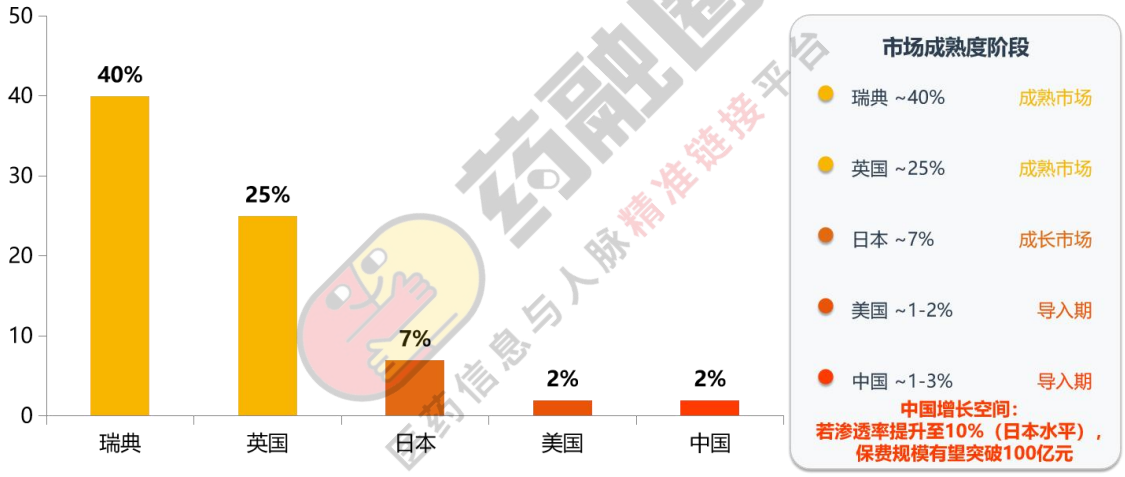
第三，预防性用药激励。保险公司有动力推广预防性用药（如驱虫、疫苗），因为预防疾病的发生比治疗已发生的疾病更能降低长期理赔支出。这一逻辑与合规药品企业的商业目标高度一致。

6.4.3 打破僵局的关键实践

尽管渗透率低，但 2024—2025 年的创新尝试正在为未来铺路。众安保险与大型连锁宠物医院合作探索"按次就诊、定额赔付"模式，不再按单次诊疗项目逐项审核，而是按疾病种类和就诊次数约定赔付标准。这一模式有效简化了理赔流程，降低了道德风险审核成本，但规模化推广仍面临标准化诊断术语缺失、风控数据积累不足等挑战。

宠物医院与保险公司的深度合作有望将保险的渗透速度从"缓慢自然爬坡"提升至"主动规模化导流"。对于上游药品企业而言，积极参与保险目录的制定、与保险公司共建定点医院用药清单，正在成为战略性议题。

图表 20：宠物保险渗透率国际对比与中国增长空间



数据来源：CBNData/第一财经商业数据中心等网站

数据说明：以 2025 年保费 30 亿元（渗透率不足 3%）为基准，按线性外推法提升至 10%（日本水平），保费规模≈100 亿元。

07 CHAPTER

未来三年——
安全用药的四个关键博弈

药融圈 医药信息与人才精准链接平台

7.1 产能安全 vs 产能规模

对中国宠物用药行业来说，最大的风险可能不是规模增长不够快，而是在快速规模扩张的过程中牺牲了安全作为底线。2025 年已经有信号显示，在部分价格竞争激烈的猫三联疫苗市场，出现了“为抢占市场而压缩质量管控检验流程”的隐忧——这对于整个国产替代进程来说，是一种隐秘而危险的风险。对于身处赛道上的企业而言，如何在“上量”和“守住安全底线”之间取得平衡，将是存量竞争格局下的战略抉择。

7.2 监管收紧 vs 消费教育

过去两年监管政策的收紧是合规市场扩容的重要推手。但长远来看，仅靠监管压力驱动是不够的。当政策趋严的边际效应递减时，消费者的安全用药意识和自觉性才是支撑合规市场稳定增长的根本。那些在消费者安全教育和品牌安全叙事上持续投入的企业，将在中长跑中胜出——当宠物主决策路径从“被监管保护”转向“自我驱动选择”时，安全会在更深的层次上成为品牌的护城河。

7.3 短期盈利 vs 长期研发

国产替代的第一阶段（猫三联、驱虫药）已经在 2025—2026 年基本上打完了“上半场”。下一阶段的“主战场”——慢性病、肿瘤等治疗性宠物药物——需要更高的研发投入、更长的研发周期和更复杂的临床设计。面对资本市场的预期和业绩压力，本土企业如何在“要短期增长”和“求长期技术壁垒”之间合理分配资源，将成为决定下一轮行业位次的重要分水岭。

7.4 单点产品 vs 生态协同

安全用药在产业终局的实现，从来不取决于一家企业是否做了一款好产品这么简单。它需要政府端的刚性监管铺底，保险端的赔付目录引导流向，医院端的处方规范执行，电商平台的资质核验拦截，以及消费者教育提升认知门槛等多方协同。对于一家企业而言，不能被

动地等待各参与方自己行动，而是要主动成为生态协同的推动者和组织者——而这恰恰是目前绝大多数中国动保企业能力建设上的“软肋”和“盲区”。

宠物用药的安全化，是一条既得慢跑，又得看得清方向的漫漫长路。对行业的每一个参与者而言，这场改革既是挑战，也是重新定义行业效率、消费者信任和公共健康价值的共同航标。

药融圈™ 医药信息与人脉精准链接平台

免责申明

本白皮书所载信息及观点基于公开资料、行业调研及专业分析整理而成，仅供参考与学术交流之目的，不构成任何形式的投资建议、业务决策依据或法律承诺。药融圈产业研究院已力求内容的客观性与准确性，但因市场环境动态变化及信息获取的局限性，文中数据、结论或预测可能存在滞后性或偏差，药融圈产业研究院不对其完整性、时效性及适用性作任何明示或暗示的保证。且随着时间推移，药融圈产业研究院可能会发布与本白皮书观点不一致的研究成果。同时，药融圈产业研究院有权在不另行通知的情况下对报告中的信息进行修改与调整，应自行关注相关更新或修改。

版权申明

本文档版权属于药融圈产业研究院所有，未经许可，将保留追究法律责任的权利。

药融圈 医药信息与人脉精准链接平台

关于药融圈产业研究院

药融圈产业研究院立足全球化视野，深耕生命科学与大健康产业，以前沿技术追踪、深度市场洞察及产业链全景分析为核心，为生物医药企业、投资机构、创新团队、政府及医疗机构提供战略级智库支持。依托覆盖全球的产业数据网络与 6000+院士科学家、跨国药企高管的专家智库，我们构建“趋势预判-战略规划-资源对接-落地执行”的全周期服务体系，涵盖技术壁垒评估、管线布局优化、政策沙盘推演等垂直场景解决方案。通过整合专利大数据、临床试验动态及生态级资源枢纽，赋能合作伙伴精准把握 AI 制药、合成生物学等颠覆性赛道机遇，驱动产学研深度融合与价值转化。我们致力于成为生命健康产业高质量发展的核心引擎，携手全球创新力量，共筑人类健康未来。

联系我们

电话：400-166-2808

邮箱：fangfen@pharnex.com

药融圈 医药信息和人脉的链接平台



药融圈
医药信息与人脉精准链接平台

药融圈™
医药信息与人脉精准链接平台

药融圈
产业研究院