宠物行业蓝皮书

BLUE BOOK OF PET'S INDUSTRY

2026 中国宠物行业发展报告

CHINA PET INDUSTRY ANNUAL REPORT[2026]

亚宠研究院

apa INSTITUTE

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 行业现状综述

02 犬猫消费洞察

03 小宠消费洞察

04 国际市场洞察

05 行业趋势总结

06 鸣谢与预售

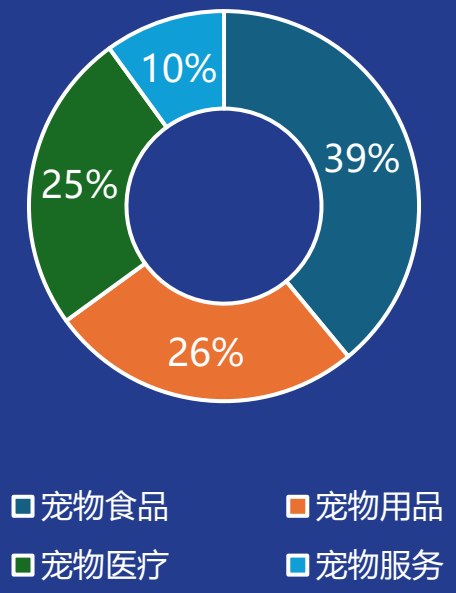
行业现状综述

亚宠研究院

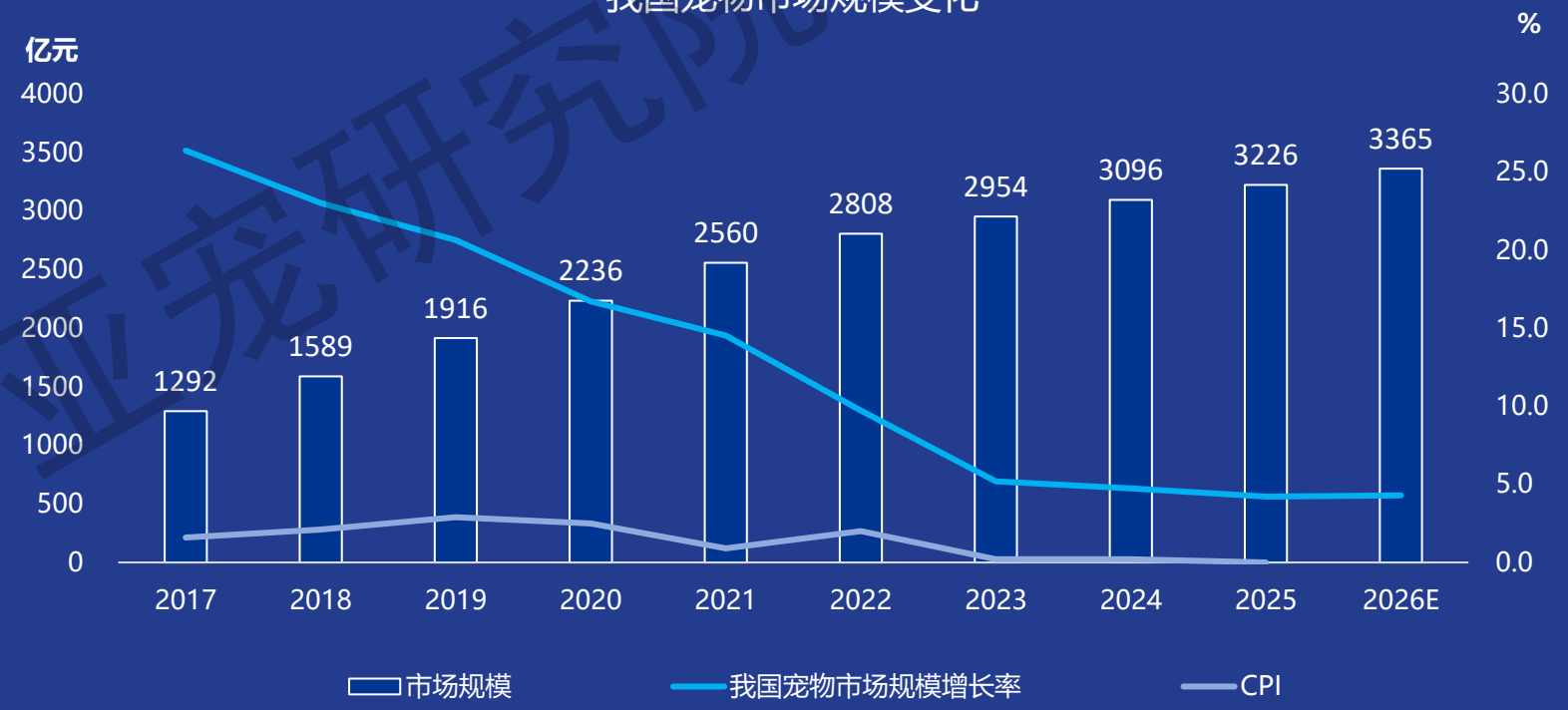
市场规模：宠物消费市场规模预计将达到3365亿元，低增速常态化

2023年以来，宠物消费市场规模增速维持在4%-5%，低增速常态化，预期2026年将以4.3%的年增长率增至3365亿元；
宠物食品仍为第一大细分赛道占比约39%，用品占比25%，医疗占比26%，其他服务占比10%。

2026宠物市场消费结构



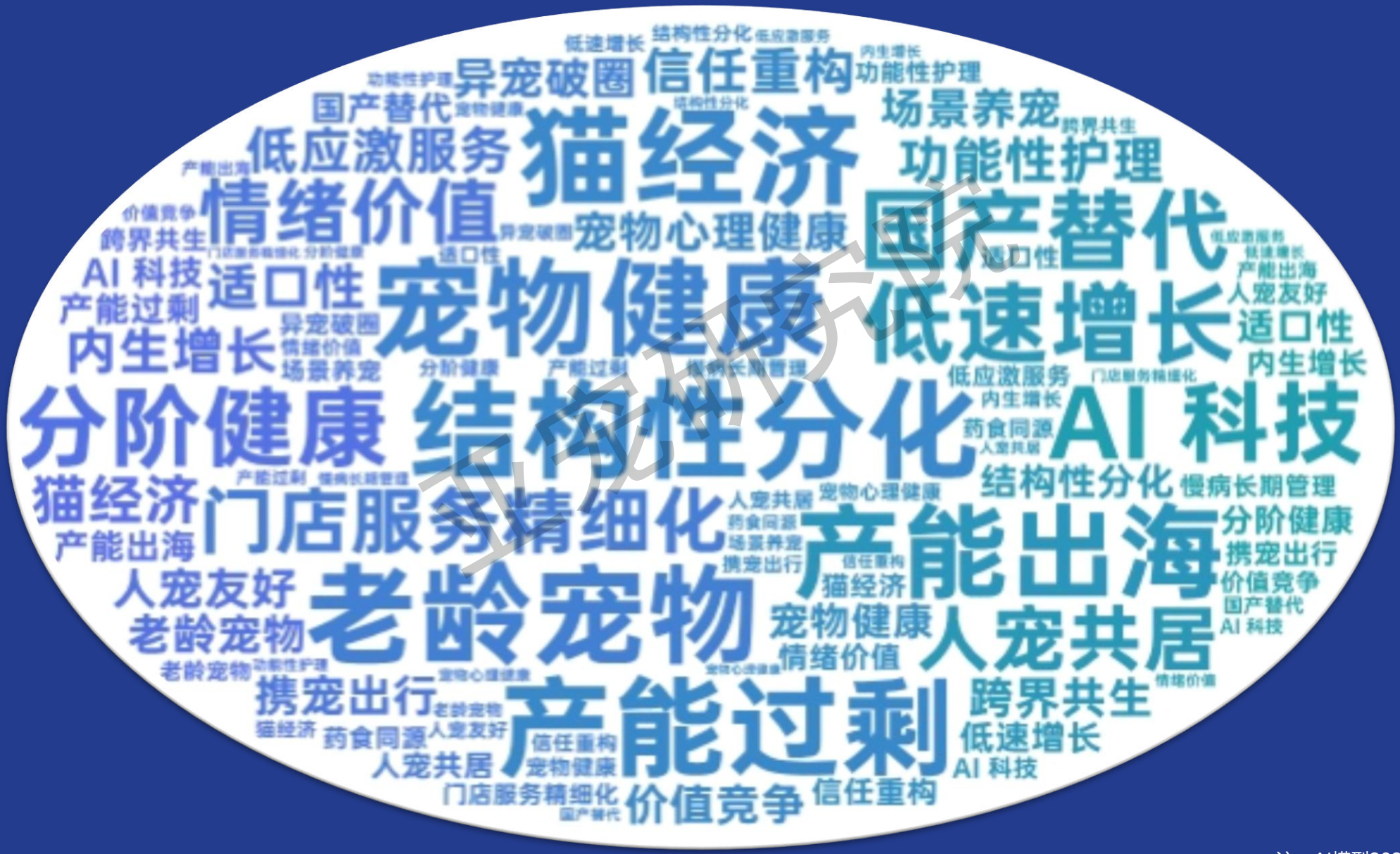
我国宠物市场规模变化



亚宠研究院

数据来源：公开资料，Euromonitor International，亚宠研究院

2026宠物行业关键词



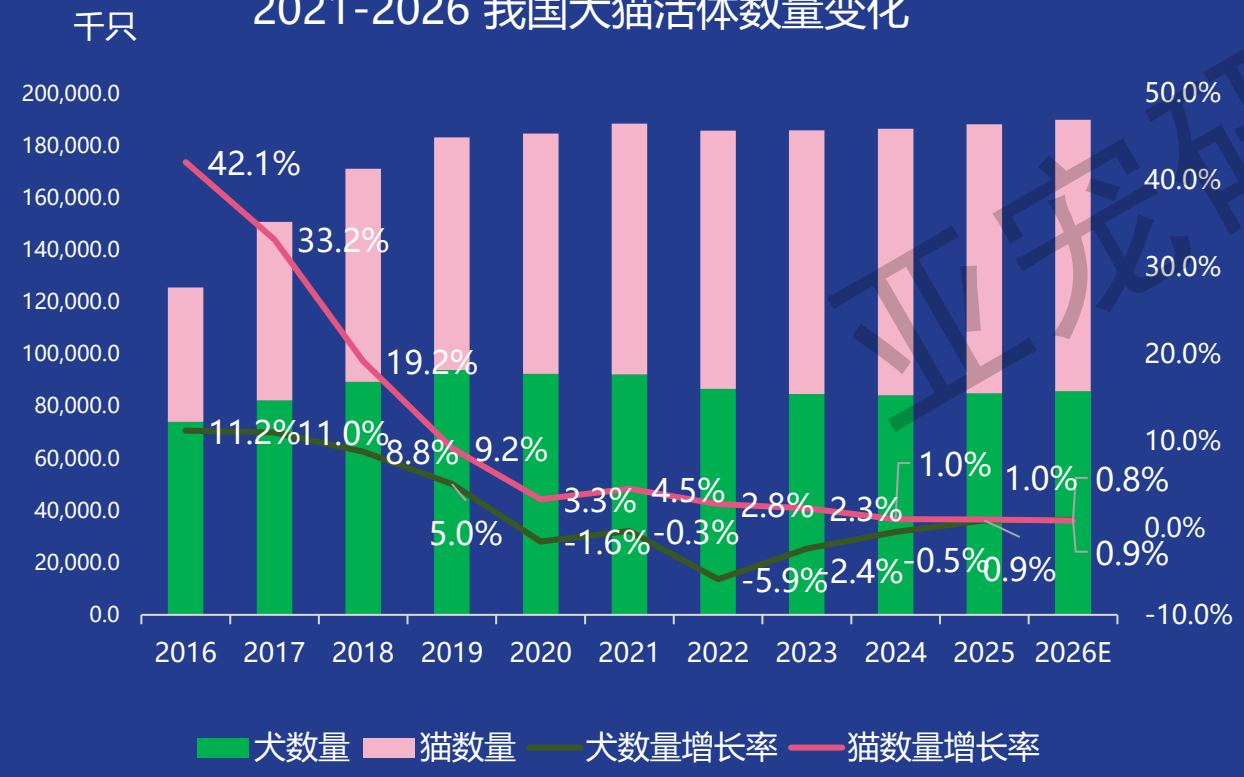
注：AI模型2026年宠物行业关键词生成

宠物数量：宠物数量增长见顶，下沉市场仍有一定增长机会

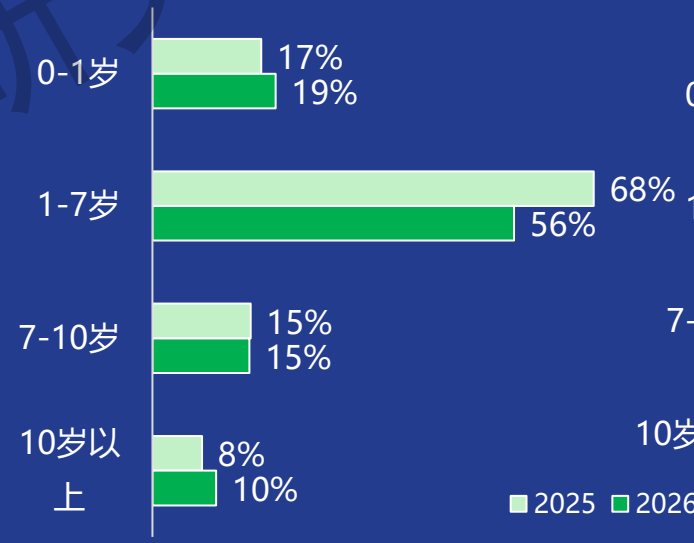
2026年犬猫数量预计以年增长率0.89%由1.88亿只增至1.89亿只，整体增速进一步放缓；其中犬数量0.85亿只，小型犬（占比56%，近三年复合增长率1.2%）驱动增速由负增长转正；猫数量1.04亿只依然占据主导（55%），但增速从2021年的4.5%收敛至2026年的0.8%，不论整体还是猫经济均已换挡至存量精细化阶段，依靠养宠数量引领消费增长已成为过去式。但从不同线级城市养宠渗透率来看，一线城市宠养宠渗透率约35%、新一线 31%、二线 24%、三线18%、四线及县域12%，下沉市场可能孕育下一波增长机会。

7岁以上犬猫数量均呈现上升趋势，随着2016-2019年养宠高峰期的宠物逐渐进入7岁+阶段，将直接拉动老龄赛道需求，老龄宠物带来的细分增长红利，已率先在宠物食品品类落地显现。618大促期间天猫平台老年猫主食罐同比增长300%，老年处方粮、慢病营养补剂涨幅超80%、260%。

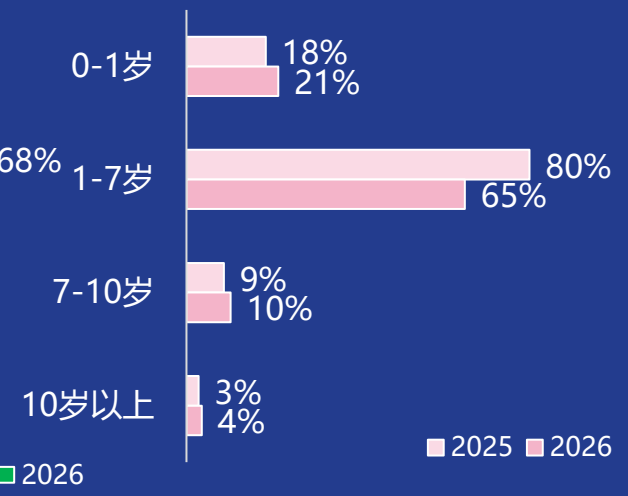
2021-2026 我国犬猫活体数量变化



2025-2026 宠物犬年龄分布



2025-2026 宠物猫年龄分布



数据来源：公开资料，Euromonitor International，亚宠研究院
注：小型犬以体重低于9kg计算

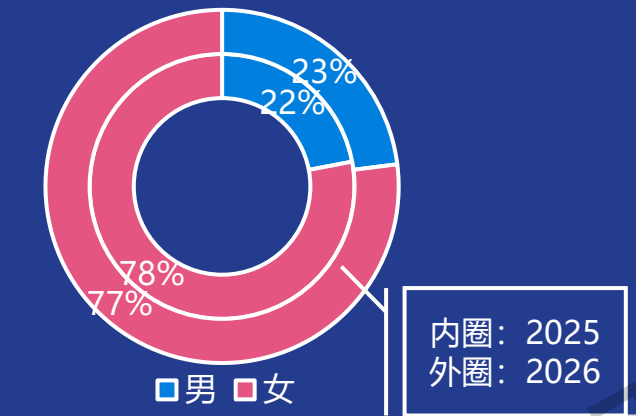
亚宠研究院

宠物主画像：年轻女性仍是核心消费主力，18-30岁（Z世代）占比64.6%

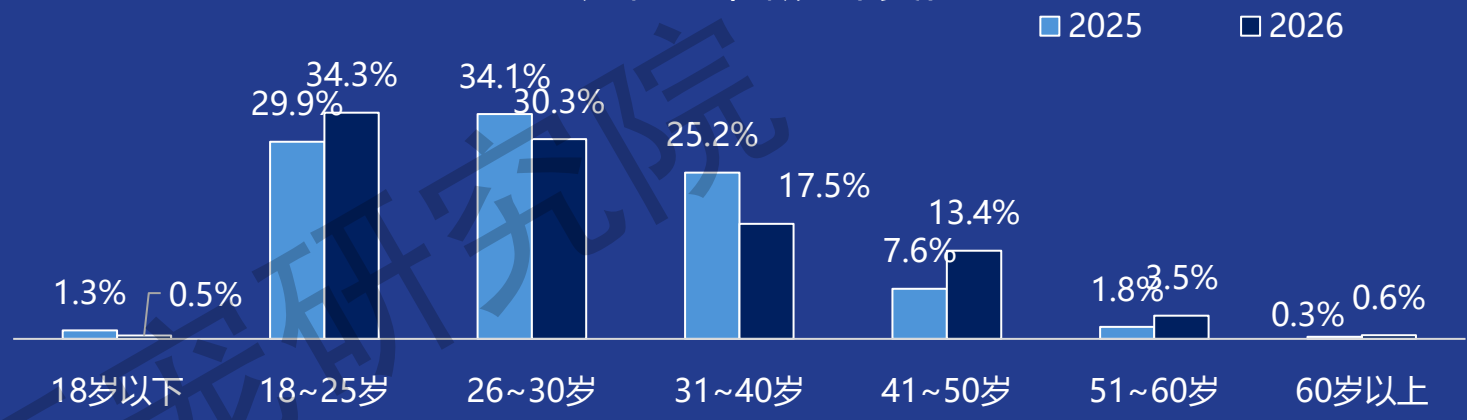
年轻女性仍是宠物市场核心消费力，18-30岁（Z世代）占比64.6%，此外，40岁以上宠物主占比由9.8%上升至17.5%得关注；

单人独居宠物主以18-26岁青年（42%）为主，其中59.3%养猫，该比例远超其他家庭结构；两口之家的“富养”属性最强，养宠消费较高；核心家庭（夫妻+子女）消费最理性，养宠类型最均衡；几代同堂家庭养犬比例最高（34.2%），可能与老人对犬的偏好、更大的居住空间有关。

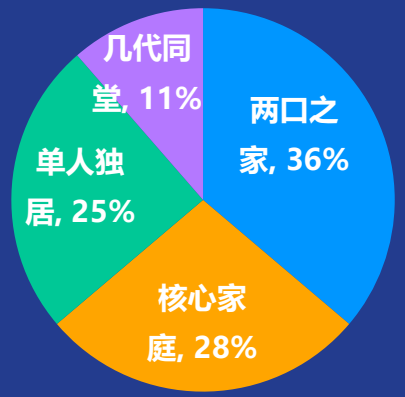
2025-2026 宠物主性别比例变化



2025-2026 宠物主年龄分布变化



宠物主家庭结构分布



家庭结构	养犬	养猫	犬猫双全	城市养犬月均消费	城市养猫月均消费	犬-猫差值
单人独居	20.4%	59.3%	20.3%	765元	602元	+163元
两口之家	24.2%	51.7%	24.1%	788元	661元	+127元
核心家庭	29.8%	48.3%	21.8%	680元	586元	+94元
几代同堂	34.2%	43.1%	22.7%	649元	609元	+40元

数据来源：公开资料，亚宠研究院2026犬猫宠物主养宠生活方式调查
注：月消费样本以二线及以上城市为主，故养宠消费偏高

亚宠研究院

宠物主画像：七类养宠人群画像

新晋铲屎官 9.1%

「入门试水·谨慎消费·实用至上」

18-26岁（46%），单人独居（32%），养宠不足1年，处于“摸石头过河”养宠阶段。

特点：入门期宠物主，消费集中在基础品类，尚未建立起系统保健意识，更关注幼宠基础需求（如脑部发育），对新兴品类（如酥化粮）和进阶保健（如抗衰老）几乎无感

佛系随性党 36.8%

「够用就好·零食互动·居家为主」

18-31岁（66%），两口之家与核心家庭（63%），养宠经验1-7年（62%），理性消费。

特点：“低干预”养宠模式，对智能用品和外出装备兴趣偏低。不太愿意在“进阶消费”上多花钱，但对主粮品质有一定追求。

科学养宠族 25.0%

「理性决策·数据驱动·预防保健」

18-31岁（65%）,养宠3-7年(32%)，单人独居与两口之家（63%）。

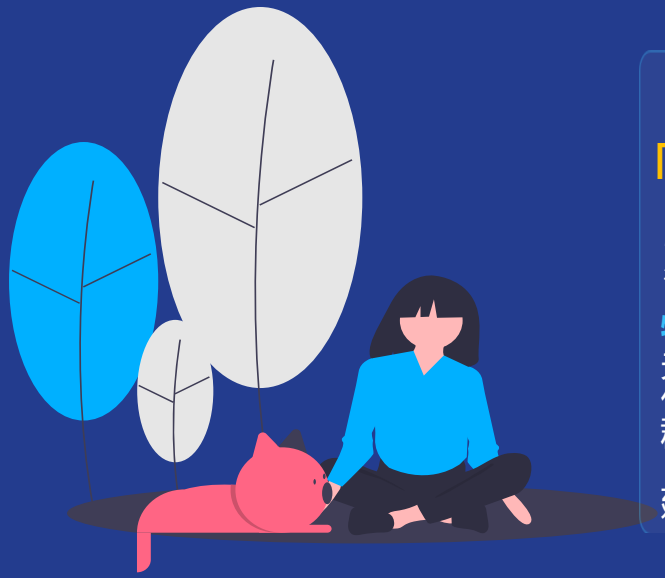
特点：最“像研究员”的一群人。关注宠物专业人士推荐，偏好专业功能标签与智能养宠，理性消费代表。

精致美学家 10.5%

「颜值经济·小众时尚·品质追求」

18-26岁（34%），两口之家（41%），养宠3-7年(34%)，收入中高（1万-1.5万）

特点：信任国产精品，对创新包装、酥化粮这类“颜值+小众”品类极度偏爱。对“延缓认知退化”、“改善视力”等专业、高级的功能性标签有独特偏好。



富养天花板 6.7%

「接受溢价·预防优先·全龄养护」

27-31岁（33%），两口之家（42%），养宠7年以上（40%）。

特点：“富养”群体养宠经验最多，关注“抗衰抗氧化”、“延缓认知退化”等升级标签。值得注意的是该群体对进口主粮的倾向反而低于平均（TGI=70），说明资深养宠人已经建立了对国产食品品牌的信任。

养宠社交人 6.7%

「携宠出街·社交场景·露营达人」

27-31岁（35%），两口之家（44%），犬主人占比超70%。

特点：携宠露营装备、功能服饰、车载安全装备是标配。对宠物赛事、宠物时尚秀、萌宠乐园、携宠观影、宠物友好景区的关注远超其他养宠人群。

先锋体验派 5.3%

「科技尝鲜·智能养宠·抗衰先锋」

27-31岁（33%），两口之家（39%），养宠3年以上（55%）。

特点：最具“未来感”的养宠人群。对新工艺产品、新兴功能标签、智能用品接受度较高。

亚宠研究院

数据来源：亚宠研究院2026犬猫宠物主养宠生活方式调查

政策标准：地区宠物发展规划密集出台，人宠友好相关标准相继发布

政策/法规

类别	名称	发布/实施	发布机构	核心内容
养犬管理	新修订《治安管理处罚法》（养犬相关条款）	2026年1月（实施）	全国人大	处罚力度升级（罚款上限提至1000元）、新增行政拘留、新增烈性犬饲养/未采取安全措施伤人等处罚范畴
宠物食品	《饲料原料目录》修订（第1028号公告）	2026年3月	农业农村部	新增83种原料、删除10种、修订173种，目录总数突破600种；昆虫源原料（虫干粉等）、酶解原料入列
	《2026年饲料质量安全监管工作方案》	2026年4月		全流程质量安全管控，覆盖原料采购、生产加工、标签标识、线上销售全链条
直播规范	《直播电商监督管理办法》	2026年2月（实施）	国家网信办	宠物行业直播迎来全链条合规监管。京东发布全国首个互联网宠物犬猫交易标准，推行“一宠一芯片”全生命周期溯源” 抖音电商发布宠物活体专项治理公告，打击劣质活体销售

行业标准（2025年12月发布，2026年5月实施）

类别	标准编号	标准名称	发布机构	核心内容
宠物医疗	NY/T 4824-2025	《犬急性胰腺炎超声诊断技术》	农业农村部	明确超声检查前准备、操作流程、扫查判读
	NY/T 4825-2025	《犬猫吸入麻醉操作技术规范》		规定吸入麻醉门诊流程、麻醉准备、苏醒后监护
	NY/T 4826-2025	《犬猫心肺复苏术操作规范》		规定心肺复苏前评估、人工通气、胸外按压、药物治疗
	NY/T 4827-2025	《犬猫经胸超声心动扫查技术规范》		规定扫查前准备、扫查流程技术要求
宠物食品	NY/T 4838-2025	《全价宠物食品 处方粮通用要求》		明确水分含量划分，细化19类处方粮营养特征指标
	NY/T 4839-2025	《冻干宠物食品通用要求》		明确水分、挥发性盐基氮、组胺、微生物指标

亚宠研究院

地方标准

类别	标准编号	标准名称	发布机构	核心内容
人宠友好	DB 31/T 1703—2026	《宠物友好型商业场所安全运行管理指南》	上海市市场监督管理局	国内首个宠物友好型商业场所地方标准，从总体原则、运营管理、卫生防疫、安全保障等6个维度提出规范

团体标准

类别	标准编号	标准名称	发布机构	核心内容
宠物医疗	T/CVMA-397-2026	《宠物临床注射给药查对操作规范》	中国兽医协会	规范注射给药查对流程
	T/CVMA-398-2026	《宠物注射药品的配制流程》		规范药品配制流程
	T/CVMA-399-2026	《犬猫皮下输液操作技术规范》		规范皮下输液操作
	T/CVMA-400-2026	《犬骨关节炎诊断与分期技术指南》		明确诊断与分期标准
宠物食品	T/SDPIA 23-2026	《全价宠物食品 鲜蒸干粮》	山东省宠物行业协会	明确鲜蒸工艺定义，量化鲜肉添加比例、颗粒硬度等指标
	T/SDPIA 24-2026	《全价宠物食品 泡芙粮》		区分全价泡芙主粮与膨化零食，统一营养区间
	T/SDPIA 25-2026	《鹦鹉配合饲料》		**首部鹦鹉饲料专项标准**，覆盖虎皮/玄凤/大中型鹦鹉，划分幼鸟/成鸟/繁殖期营养指标
	T/SDPIA 26-2026	《全价干（性）宠物食品 微生物饲料添加剂使用规范》		规范微生物添加剂使用
人宠友好	T/CNCCT 005-2025（1月实施）	《人宠友好旅游空间服务管理规范》	全国工商联旅游业商会	面向景区、露营地等文旅场景的人宠友好团体标准，明确旅游空间携宠运营服务准则
	T/CGLA 0004-2026	《人宠友好服务场所等级划分与评定》	中国礼仪休闲用品工业协会	建立通用型人宠友好场所分级体系，为商超、门店等多元场景提供评级依据

亚宠研究院

地方宠物经济发展规划

政策/规范	发布时间	发布机构	核心内容	核心产业集群
《青岛西海岸新区支持宠物食品产业发展十项重点政策清单》	2026年4月	青岛西海岸新区管委	就新区宠物产业发展推出一系列举措。其中，在培育制造业优质企业方面，单个企业当年获得奖补资金总额最高可达600万元；在支持AI赋能国际市场开拓方面，可每年给予最高20万元扶持；在支持投保短期出口信用保险方面，可最高给予300万元支持；在支持企业参加国内外专业展会方面，每年每家企业可最高给予15万元支持。	宠物食品
《东莞市大力发展宠物经济的实施方案（2026—2030 年）》	2026年4月	东莞市政府	2028年争取全市宠物经济营收突破50亿元，到2030年达到100亿元以上。重点任务和措施包括推动宠物医药产业集聚发展、做大宠物智能(电子)用品产业、推动宠物服饰赛道转型、加快布局宠物食品赛道、适度发展宠物繁育产业、打造宠物赛事和展会品牌、建设爱宠服务平台、建立宠物友好型城市、培育宠物经济新动能、规范行业经营管理、培育壮大产业人才队伍	宠物医药、宠物科技、宠物洗护用品
《沈阳市支持宠物经济发展若干政策》 《沈阳市关于促进宠物经济高质量发展的实施方案》	2026年5月	沈阳市农业农村局等5部门 沈阳市政府	为打造沈阳市宠物犬猫繁育、交易及电商领域全国核心地位，壮大宠物食品、健康、服务等支撑体系，结合沈阳市实际，制定“沈宠”支持政策。**规划新建 10 个标准化繁育基地。**	宠物繁育
《宿迁市宠物产业集群全链式发展实施意见(2025—2027年)》 《关于加快宿豫区宠物产业集群集聚发展的实施意见（2026—2028 年）》	2026年5月	宿迁市政府 宿迁市宿豫区政府	规划新建京东宿豫经开区**宠物产业园、大兴宠物智造工坊、来龙宠物用品产业园、益缮达宠物科技产业园，4 大专业化园区集群**，长三角宠物食品制造核心集群，目标 2028 年形成百亿级宠物产业生态圈。	宠物科技、宠物食品
《锦江区三圣花乡宠物产业高质量发展三年行动计划（2026-2028 年）》	2026年5月	成都锦江区政府	2026年至2028年，将在三圣花乡聚焦“宠物+文旅”“宠物+赛事”“宠物+数字经济”三大核心方向，打造1个综合性宠物乐园、1个赛事场景、1个萌宠社交购物平台、多个萌宠产业载体，形成“一园、一平台、多载体、N场景”的宠物产业发展格局。	宠物服务、宠物文旅
《连云港市促进宠物经济高质量发展三年行动方案（2026—2028 年）》	2026年7月	连云港市政府	聚焦集群化、智能化、高端化、友好化发展方向着力打造宠物友好型城市、数字宠物先导城市、宠物产业投资软环境友好城市。力争2028年，全市宠物经济产业规模突破70亿元，**建成宠物产业园区、专业化基地10个以上。**	宠物食品、宠物服饰、宠物商贸

资料来源：农业农村部，北京中标联标准化技术院，中国畜牧业协会，中国兽医协会，上海市市场监督管理局，山东省宠物行业协会，各地市/区政府官网，公开资料，亚宠研究院

融资事件：宠物行业融资事件共27起，对比2025年同期增长69%

类别	融资主体	平台定位	融资轮次	融资金额	投资方
宠物科技	米小恒科技	数字化宠物健康档案解决方案研发商	天使轮	约百万美元	上海富声达企业管理有限公司
	未来智友	宠物智能硬件研发商	天使轮	-	东科创资本
	宠爱友家	宠物AI硬件科技品牌	天使轮	-	追创创投
	云联智宠	宠物智能产品研发商	天使轮	-	徐汇科创投
	PurrPurr	AI宠物智能项圈开发商	天使轮	-	易云时代，阿尔法公社，恺信科技（北京）有限公司
	宠宝科技	宠物出行科技服务商	Pre-A轮	约千万元	赣州市章贡区文化旅游发展集团有限公司
	灵予科技	宠物智能设备研发商	A轮	-	南山战新投
	灵坤恒宠	科技推广与应用服务	A轮	-	徐汇科创投
	Pettichat	实时宠物翻译器研发商	天使轮	100万美元	华旦天使投资，藕舫天使
	BetaCat	宠物诊疗全流程智慧解决方案提供商	天使+轮	-	卢拉资本
	MOVA AI宠物	宠物智能硬件产品制造商	A轮	数千万元	追创创投
	质子心宠	宠物医疗级智能穿戴设备研发商	天使轮	-	质子科技，北京诺和动保科技有限公司
	星联未来	AI宠物硬件产品研发商	A轮	数千万元	国香资本，零一创投
医疗健康	国宠血液技术	标准化宠物血液供给研发商	Pre-A轮	数千万元	山东齐州融汇资产运营有限公司
	国宠血液技术	标准化宠物血液供给研发商	天使+轮	-	道赋资本
	派特美生	宠物健康产品研发商	A轮	数千万元	中信农业，南京未来宠物产业研究院有限公司
	腾创	宠物创新药服务商	天使轮	-	诺庚资本，临创司南基金
	派特美生	宠物健康产品研发商	天使+轮	-	东南基金，南京市创新投资集团，臻至资本，勤智资本
	普诺康生物	宠物代谢疾病创新药物研发商	种子轮	-	东科创资本
	国科明耀	宠物干细胞与免疫细胞技术研发商	天使轮	-	烟台大学资产经营有限公司，烟台绿圃科技有限公司
宠物食品	惠星生物	宠物饲料加工商	A轮	-	复健资本，星宠康（上海）企业管理合伙企业，济南市复惠星未来医疗投资管理合伙企业
	山东耀目	宠物食品供应商	B轮	-	栈道资本，山东耀目投资有限公司，济南耀目一号企业管理中心，济南耀目二号企业管理中心
	佩途生物	宠物食品品牌	A轮	数千万元	栈道资本
	佩途生物	宠物食品品牌	天使轮	-	零以创投
	双安科技	大型宠物食品研发生产商	B轮	-	温氏资本
宠物用品	天元宠物	宠物用品生产商	股权融资	-	杭州联创，典度投资，杭州乐旺股权投资管理有限公司，杭州同旺投资有限公司
	英国猫	宠物用品销售商	天使轮	500万元	合肥市发现未来股权投资合伙企业（有限合伙）

资料来源：企查查，亚宠研究院

亚宠研究院

业态共生：宠物经济已经成为拉动内需促进消费的「超级接口」

2026年上半年，食品/饮品企业以“供应链平移”逻辑密集涌入，同时，医药企业瞄准国内处方粮渗透率不足2%的巨大空白，以制药级标准切入，进一步推动宠物食品向功能化升级；此外，运动服饰、汽车、家电、酒店、体育IP等其他产业领域近年来也在持续跨界入局。当品牌把“宠物友好”作为品牌价值和用户情感连接的新载体，行业竞争的底层逻辑逐渐从“产品功能战”走向“生活方式战”。

食品/饮品

2月 温氏股份 1.47亿元入股青岛双安生物科技,正式进军宠物食品，旗下品牌'黑鼻头''猫博士'升级

3月 茅台集团 启动'优质酱酒糟黑水虻昆虫转化中试项目'，布局昆虫蛋白宠粮

5月 金锣集团 启动年产20万吨宠物食品超级工厂项目

6-7月 妙可蓝多 招聘宠物奶酪业务负责人和产品高级经理招聘，从零搭建宠物奶酪业务体系

7月 万洲国际 收购波兰Pupil Foods，加速布局欧洲宠食市场

7月 光明乳业 推出“光明友益”宠物品牌

运动/时尚

4月 阿迪达斯 推出2026 FIFA世界杯主场球衣宠物系列，打造'人宠同款'足球战袍

4月 Kith 携手wagwear推出首个宠物服饰胶囊系列，包含遛狗装备、宠物出行包、宠物靴等

2026跨界事件盘点

1月 海正动保 旗下海正动保与中誉宠食签约，共同出资设立合资公司，进军宠物处方粮，主打'药粮联动'

7月 鲁南制药 旗下山东盼得动物保健品获得两项宠物饲料生产许可（宠物配合饲料+添加剂预混饲料），正式拿到宠物食品赛道'入场券'，聚焦功能处方粮

医疗健康

4月 莲花跑车 首次跨界宠物领域，携超跑SUV'莲花FORME'亮相上海宠物时装周，提出'人车宠和谐出行'概念

4月 万豪旅享家 亮相上海宠物时装周，以'握爪计划'为主题诠释人宠友好酒店生态

5月中国石化 湖南石油首开2座加能站宠物店 拓展“人·车·生活”服务场景

6月 蔚来NIO Life 2026 年 6 月正式上线冻干宠物食品矩阵，从车载周边延伸至宠物食品赛道，打造人车宠一体化车主生态

住宿/出行

亚宠研究院

数据来源：公开资料，亚宠研究院

人宠友好：冰火两重天，赛道进入“成长阵痛期”

人宠友好在不同业态场景下的成本结构和风险边界完全不同。 能相对精确控制空间和风险的业态如酒店、景区、开放街区会逐渐扩充；空间复杂、客群冲突密集的业态如商场、餐饮会探索转为限定场景。

人宠友好主流业态发展

业态	人宠友好现状	原因	未来发展
酒店住宿	✅ 明显放开	独立空间、专业消毒流程可控、直接溢价（如清洁费）	有望继续扩大,走向标准化 宠物楼层、宠物专区、携宠路线逐渐成为标配，行业规范标准将日趋成熟
景区/开放街区	✅ 逐步开放	户外空间、分流路线设计、冲突密度低、管理难度相对小	
交通出行	✅ 持续扩容	宠物友好高铁、专车、航空线路不断增加，宠物不再只能待在“行李舱”	持续推进，短期无质变 宠物友好高铁、航空线路持续扩容
商场/商业体	⚠️ 集体收紧	密闭空间、多客群碰撞、风险不可控	向“室外专区+限时活动”模式发展 户外保留友好,室内全面禁入
餐饮	❌ 几乎全线退出	食品安全红线不可触碰，舆情一触即发	人宠友好就餐空间基本禁止 茶饮咖啡、快餐可寻求户外小空间友好、联名活动 转战线上宠物产品（如海底捞）

亚宠研究院

数据来源：央视网，公开资料，亚宠研究院

人宠友好：“人宠和谐”的本质是推动社会共识的达成

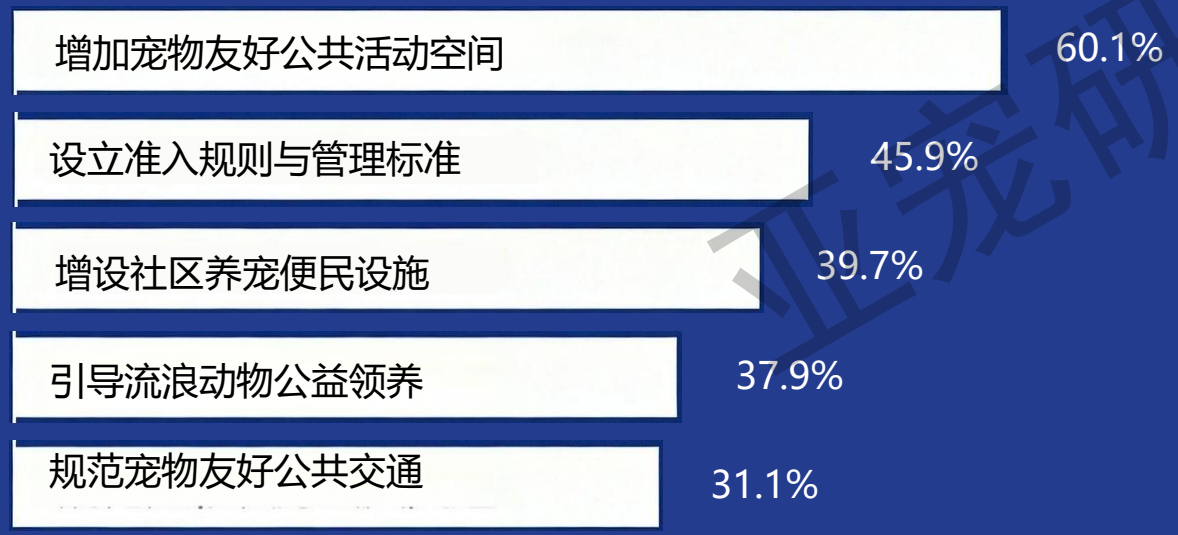
宠物主观点：并不仅仅是“只想被允许进入”的被动等待者——他们要的是空间有标准、行业有规范、行为有底线。

非宠物主观点：“尊重大家饲养宠物的喜好，只是希望携宠外出做好管控，避免宠物突然扑跃、吠叫，减少路人的不安感。”；“支持户外街区设置宠物活动区域，不过，密闭餐饮空间人流集中，卫生与安全风险更突出，审慎限制可以理解。”

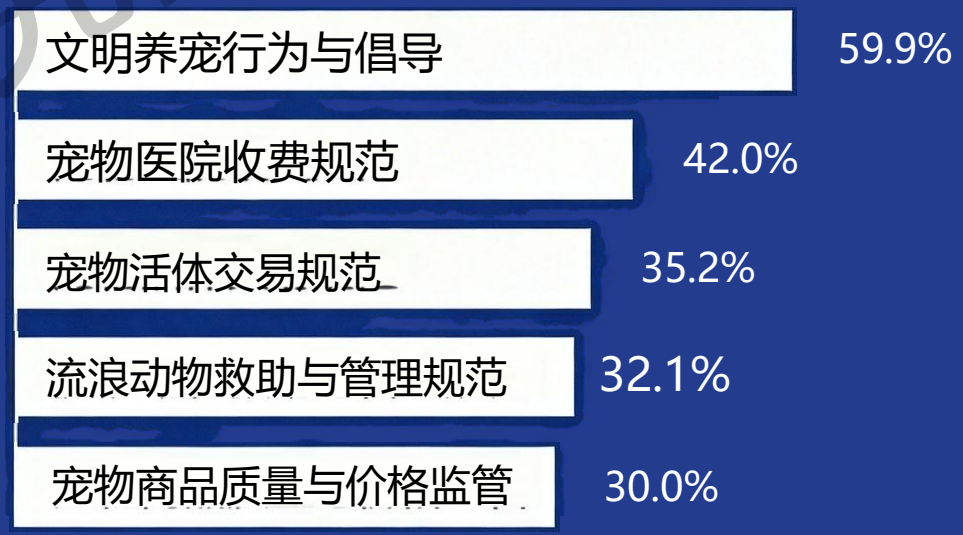
人宠和谐发展的本质，是“倾听”双方的声音，构建一个宠物主、非宠物主都能信赖的规则体系，推动社会共识的达成。

亚宠研究院

宠物友好公共环境诉求Top5



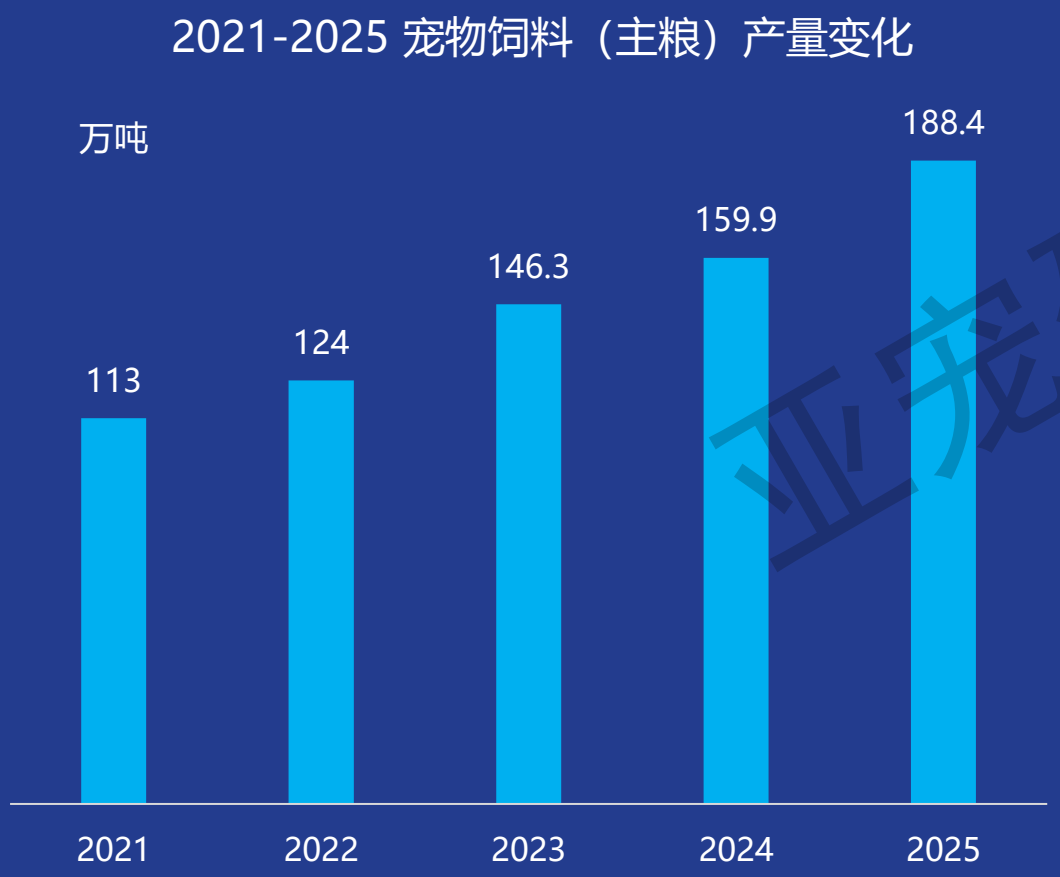
文明养宠城市发展建议Top5



数据来源：亚宠研究院，公开资料

供需现状：大量新建产能集中投产，需求增速难以匹配供给扩张

宠物饲料产能逐年上升，年均增速14.5%，2025年产能188.4万吨，消费量约138.1万吨，
基础同质化产品过剩，高端差异化产品如宠物医药/疫苗、处方粮/功能粮供给不足。在产业集群持续扩张和跨界入局热潮下，这一矛盾可能进一步加剧。未来，只有那些能够精准把握消费升级趋势、坚持技术创新和品牌化建设的企业，才能在产能过剩的市场环境中脱颖而出，推动行业向高质量发展转型。



2026新增/投产项目（部分）	地点	投资额	规模/进展
中宠汇宠物产业工园	山东安丘	总投资计划50亿元	建设期，总规划1000亩，一期220亩已签约11家企业
苏宠工厂（吉家宠物）	江苏徐州	总投资超13亿元	占地面积200亩，全面投产后可实现年产主粮20万吨、特色冻干1000吨，2026年3月开业投产
纳爱斯·丽水莲都智能工厂	浙江丽水	约10亿元	宠物食品10万吨/年，年产值15亿元 2026年上半年首期投产
艾益动物疫苗总部及产业基地	苏州高新区	6亿元	年产上亿剂疫苗，一期10条产线，已通过GMP验收
凯锐思透明工厂	济南商河	5亿元	占地126亩，年产12万吨，预计2026年12月投产

数据来源：中国饲料工业协会，Euromonitor International ，公开资料，亚宠研究院
注：宠物饲料（主粮）口径，仅统计持证饲料企业生产的犬猫配合饲料等合规主粮

亚宠研究院

宠业出海：产能全球化布局与品牌建设加码

海外建厂·全球化产能落地

乖宝宠物｜泰国生产研发中心正式开工

中宠股份｜美国第二工厂预计 2026Q3 末投产

依依股份｜柬埔寨二期工厂投产

天元宠物｜越南宠物笼具用品项目资金落地推进

源飞宠物｜柬埔寨、孟加拉海外基地 2026 年持续释放新增产能



海外品牌收购

乖宝宠物｜收购新西兰高端宠食 K9中国大陆资产收购出资 2.25 亿元，获取 K9 Natural、Feline Natural 两大高端进口宠食品牌中国大陆全部商标、知识产权、包装体系。结束长期代理模式，实现超高端品牌自主运营，同时和新西兰在建工厂形成产能 + 品牌协同。

产业集群出海

平阳宠物小镇企业已在柬埔寨、越南、孟加拉国、乌兹别克斯坦、泰国、巴西等“一带一路”沿线国家设立16家公司，中方投资额累计达2.56亿美元；其中仅在柬埔寨就设立7家工厂。

宠物食品出口市场结构性变化

上半年宠物食品出口额约57.1亿元，同比增长约14%。

受关税影响对美出口额同比下降约27%，德国成为宠粮第一大出口目的地国（占比 约17%）

亚宠研究院

数据来源：Euromonitor International，海关总署，雨果网，乖宝宠物，新浪财经，公开资料，亚宠研究院

2026宠物行业核心数据一览

市场规模

3365亿

2026年同比预期年增速4.3%
与2025年基本持平
食品仍为第一赛道占比39%

犬猫数量

1.89亿只

年增速0.89%
猫数量占比55%
7岁以上老龄宠物占比上升

企业数量

535.9万家

截止7月末宠物相关企业数量，
同比2025年末增长约3%

营收：+16.3%
净利润：-34.2%

2026 年一季度，7家国内主要上市宠物企业平均营收、净利润增长情况

融资事件

69%

同比增长
增长主要来自以AI硬件研发、医疗科技支持为主的宠物科技企业

行业展会

32万+㎡

2600+展商

2026年亚宠展展出面积、品牌创新高

亚宠研究院

数据来源：公开资料，Euromonitor International，企查查，上市公司年报，亚洲宠物展，亚宠研究院

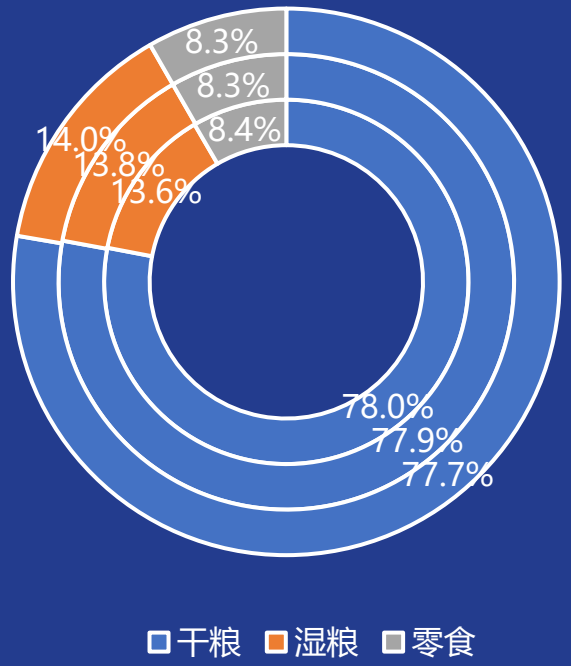
犬猫消费洞察

亚宠研究院

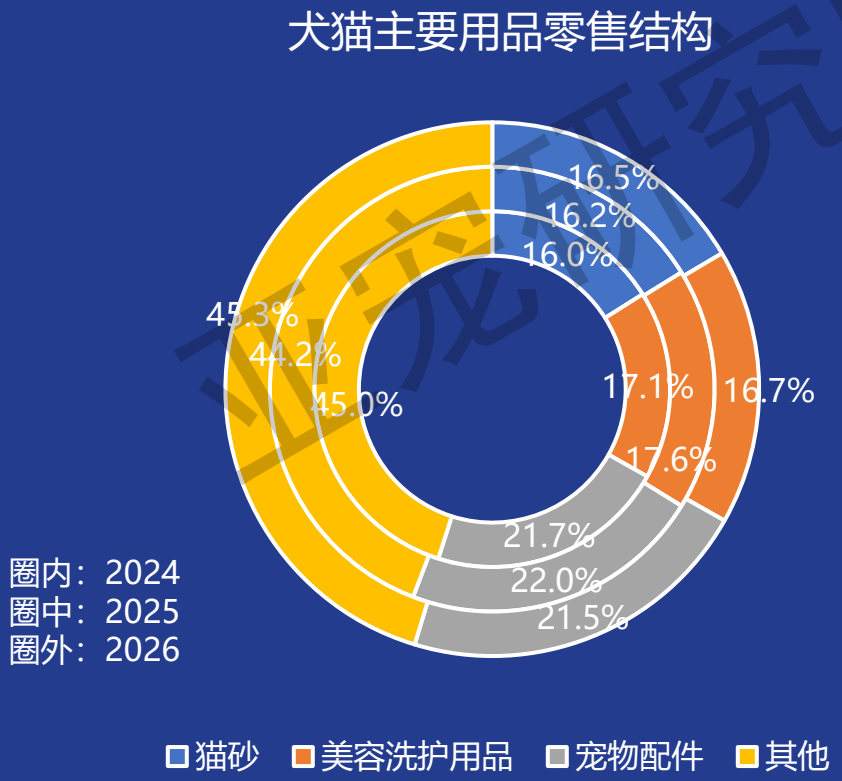
犬猫品类洞察概览：湿粮、猫砂份额逐年上升，保健品及药品增速显著

2026年干粮仍是犬猫食品主导品类，湿粮份额逐年缓速上升，猫粮增长持续高于犬粮；
用品中，猫砂随着猫数量的增长份额逐年上升；
对宠物健康的关注引领保健品及药品维持高位增长。

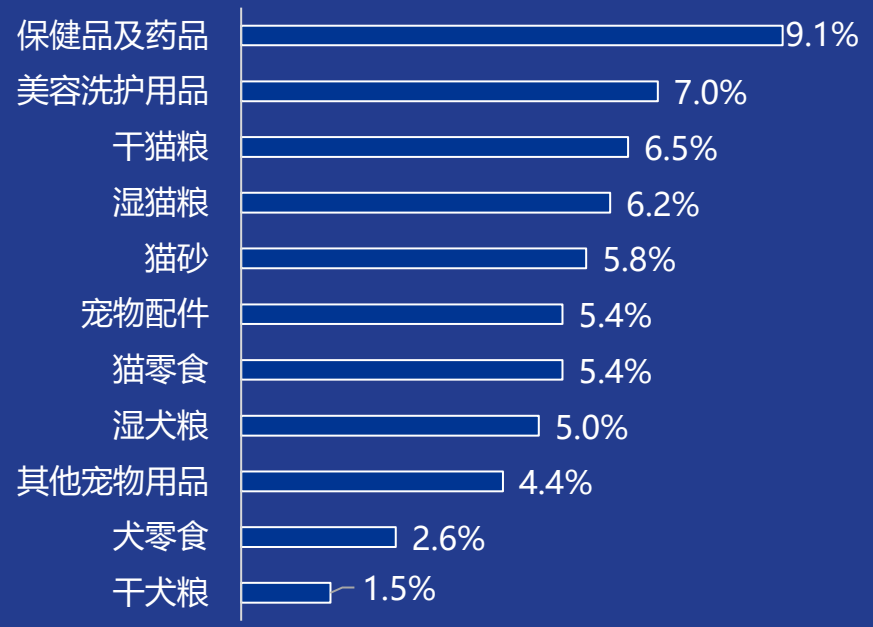
犬猫主要食品零售结构



犬猫主要用品零售结构



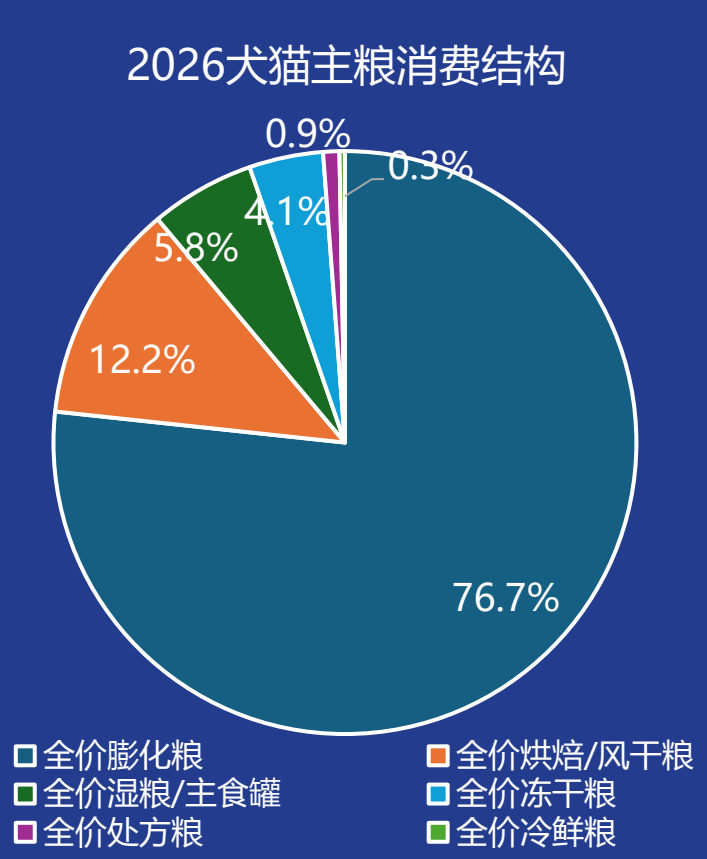
2023-2026 不同犬猫产品零售额复合增长率



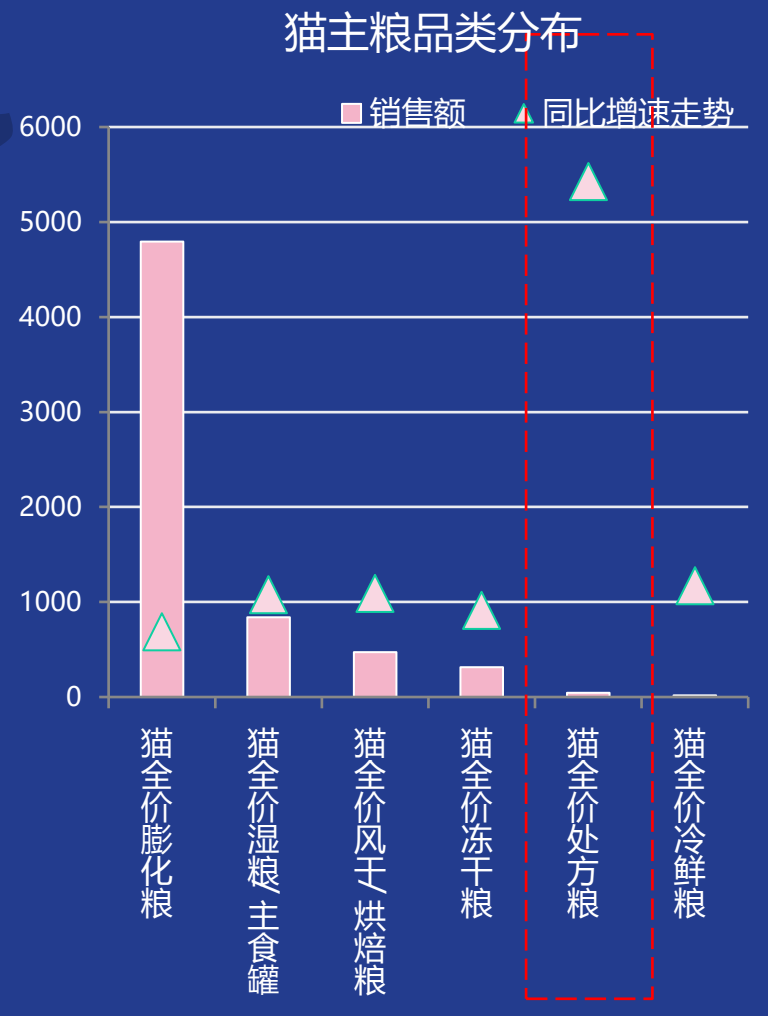
数据来源：Euromonitor International，亚宠研究院

犬猫主粮：膨化粮占比约77%，处方粮增长活跃

2026年主粮赛道仍由全价主粮共同承接需求，膨化粮仍为主粮成熟基本盘，处方粮增长活跃，上半年同比增速超过40%。新工艺方面，鲜蒸工艺粮上半年实现月均增长17.3%、酥化粮月均增长58.8%。分阶喂养方面，分阶喂养食品月均增长4.3%，其中老龄宠物粮月均增长12.6%。







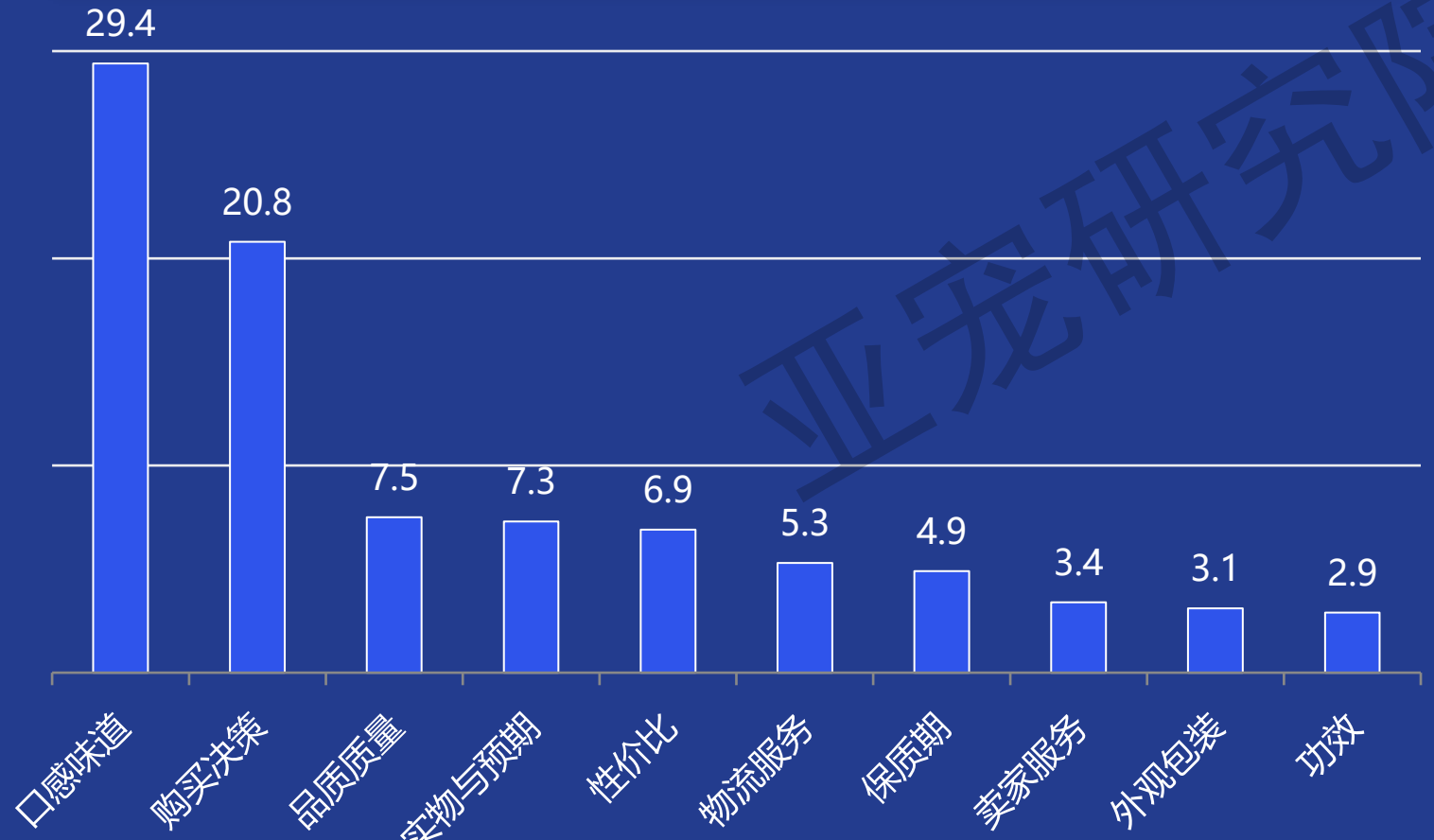
数据来源：炼丹炉大数据，亚宠研究院

亚宠研究院

犬猫主粮：适口性与复购居消费者声量TOP2

2026年主粮消费者评价声量集中在口感味道与购买决策，说明日常复购仍由宠物爱吃、宠物主愿意持续购买共同驱动；同时，品质质量、性价比、保质期与功效诉求保持较高关注，推动主粮从基础喂养进一步延展到安全、营养和长期健康管理。

2026年上半年主粮消费者一级声量维度分布



数据来源：炼丹炉大数据，亚宠研究院

消费者核心诉求

口感味道：适口性是第一心智 **29.4%**

“很好吃”“适口好”等反馈集中，主粮复购首先依赖宠物接受度。

复购推荐支撑稳定消费 **20.8%**

回购意愿与推荐购买声量突出，说明主粮购买决策更重视持续喂养体验。

品质质量牢筑信任底盘 **7.5%**

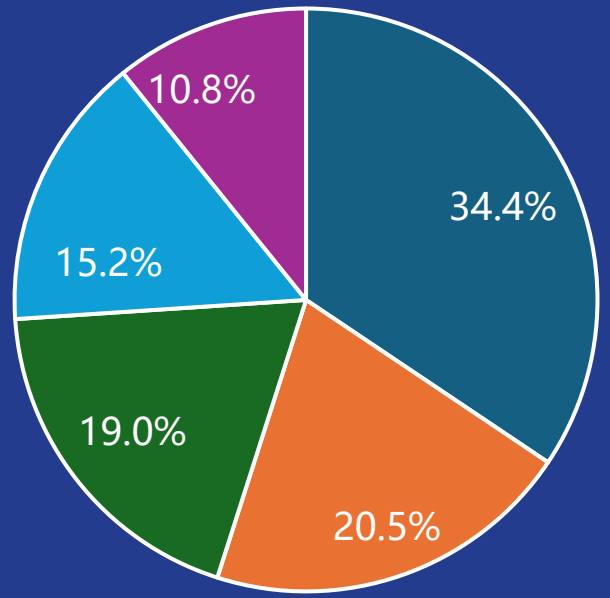
原料安全、品控相关讨论持续存在，品质可靠性是消费者建立品牌信任的基础。

亚宠研究院

犬猫零食：零食罐占比约34%，功能延展到泌尿呵护、情绪价值等细分场景

2026年上半年，猫零食销售额贡献约65%；
零食罐、冻干、肉干肉条等成熟品组成市场基础盘，零食湿粮包/餐盒增长显著上半年同比增长21.2%。
从细分产品来看，零食盲盒（月均增速116%）、爆珠猫条（月均增速21.6%）彰显零食趣味互动、情绪价值功能；泌尿呵护功能零食增速亮眼（月均增速20.5%），功能性零食逐渐打开市场。

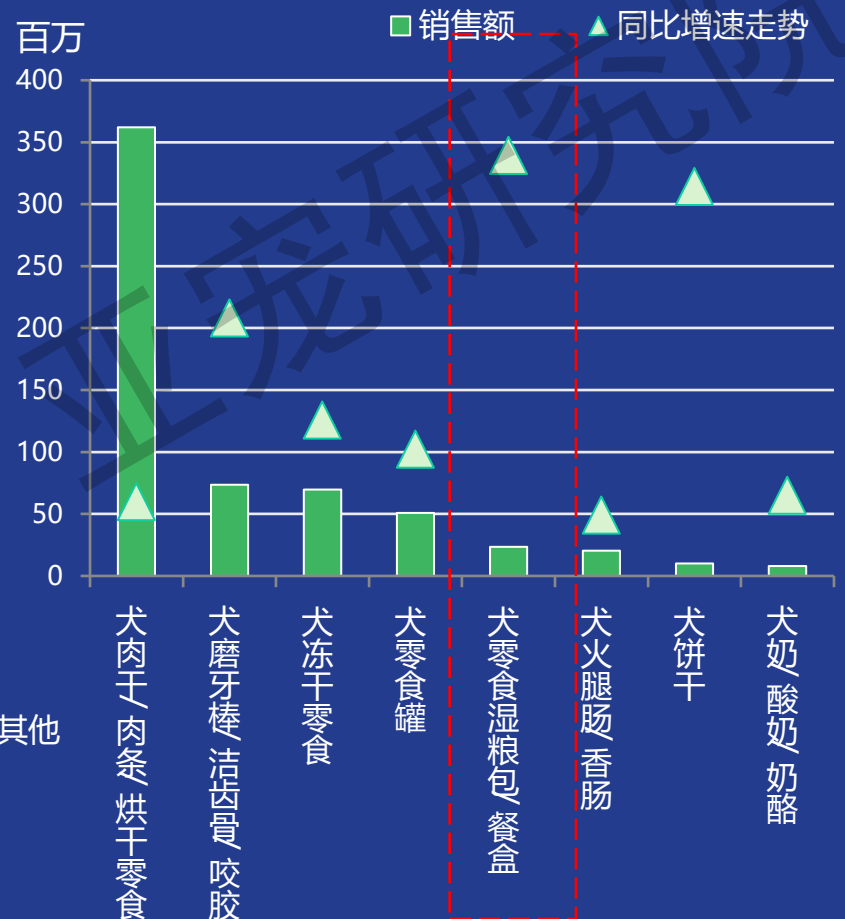
2026犬猫零食消费结构



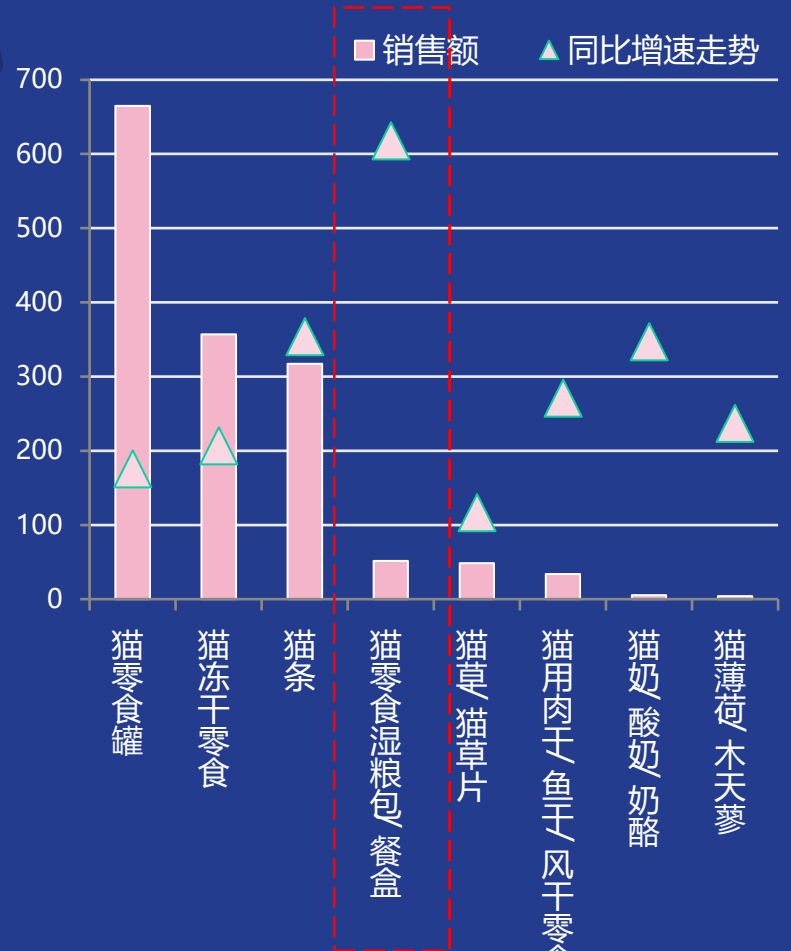
零食罐 冻干零食 肉干/肉条/烘干零食 猫条 其他

数据来源：炼丹炉大数据，亚宠研究院

犬零食品类分布



猫零食品类分布

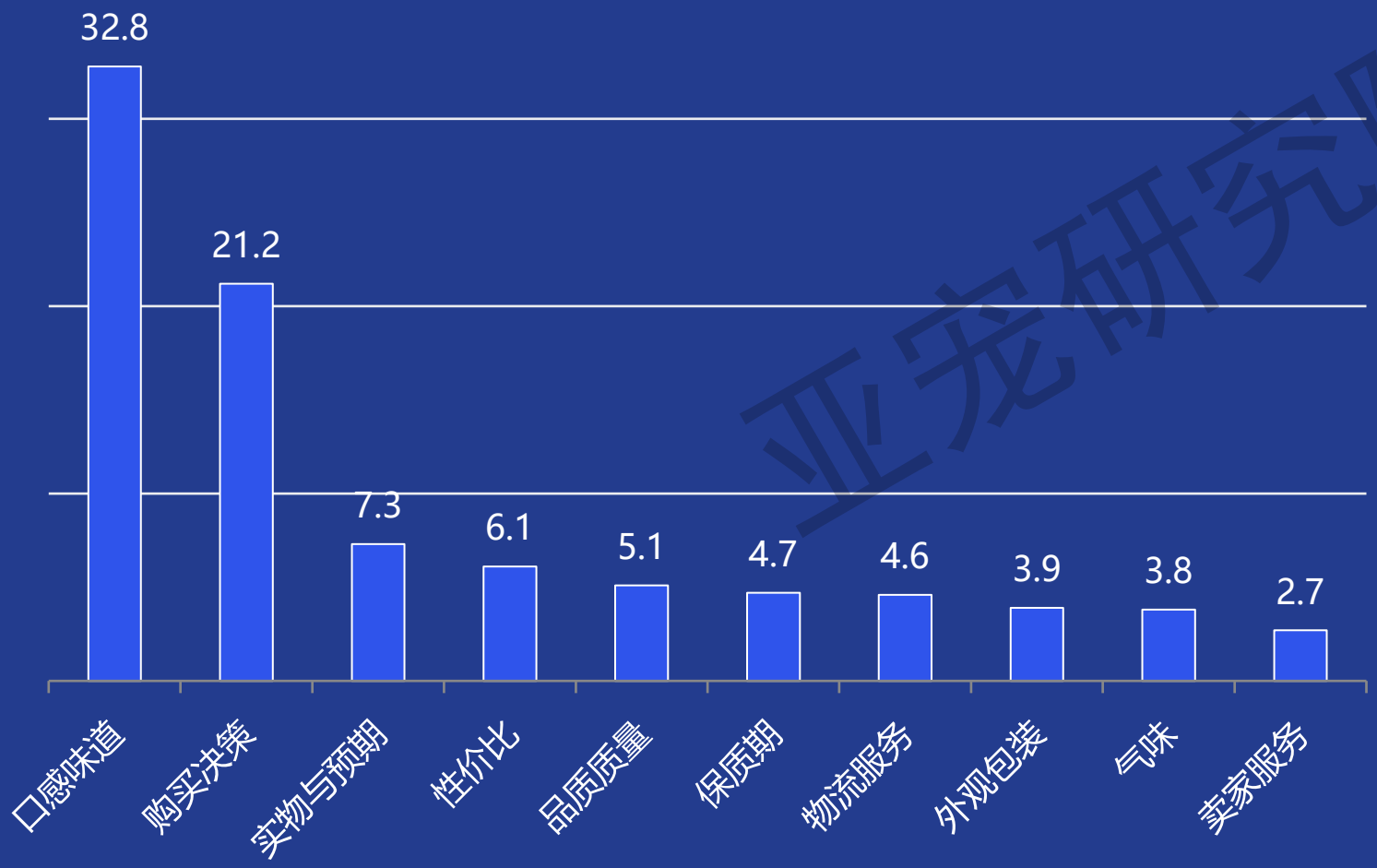


亚宠研究院

犬猫零食：适口性与复购同样是零食消费者声量TOP2，实物与预期落差将影响初次喂食体验

2026年犬猫零食消费者评价围绕口感味道、购买决策、实物与预期为主，表明零食品类天然依赖“宠物爱吃”和“主人愿意反复购买”，同时，实物和预期的落差会直接影响初次喂食感受，品牌应该在做好的品控的同时避免夸大宣传；
此外，消费者正在性价比、品质质量、保质期和气味等维度上持续寻找好吃、安心、新鲜且适合日常奖励的产品。

2026年上半年零食消费者一级声量维度分布



数据来源：炼丹炉大数据，亚宠研究院

消费者核心诉求

适口反馈高度集中 32.8%

“很好吃”“适口好”“酥脆”等反馈强化零食的即时奖励属性。

复购心智持续沉淀 21.2%

回购意愿高与推荐购买声量突出，零食正在从尝鲜走向日常囤货。

实物与预期 7.3%

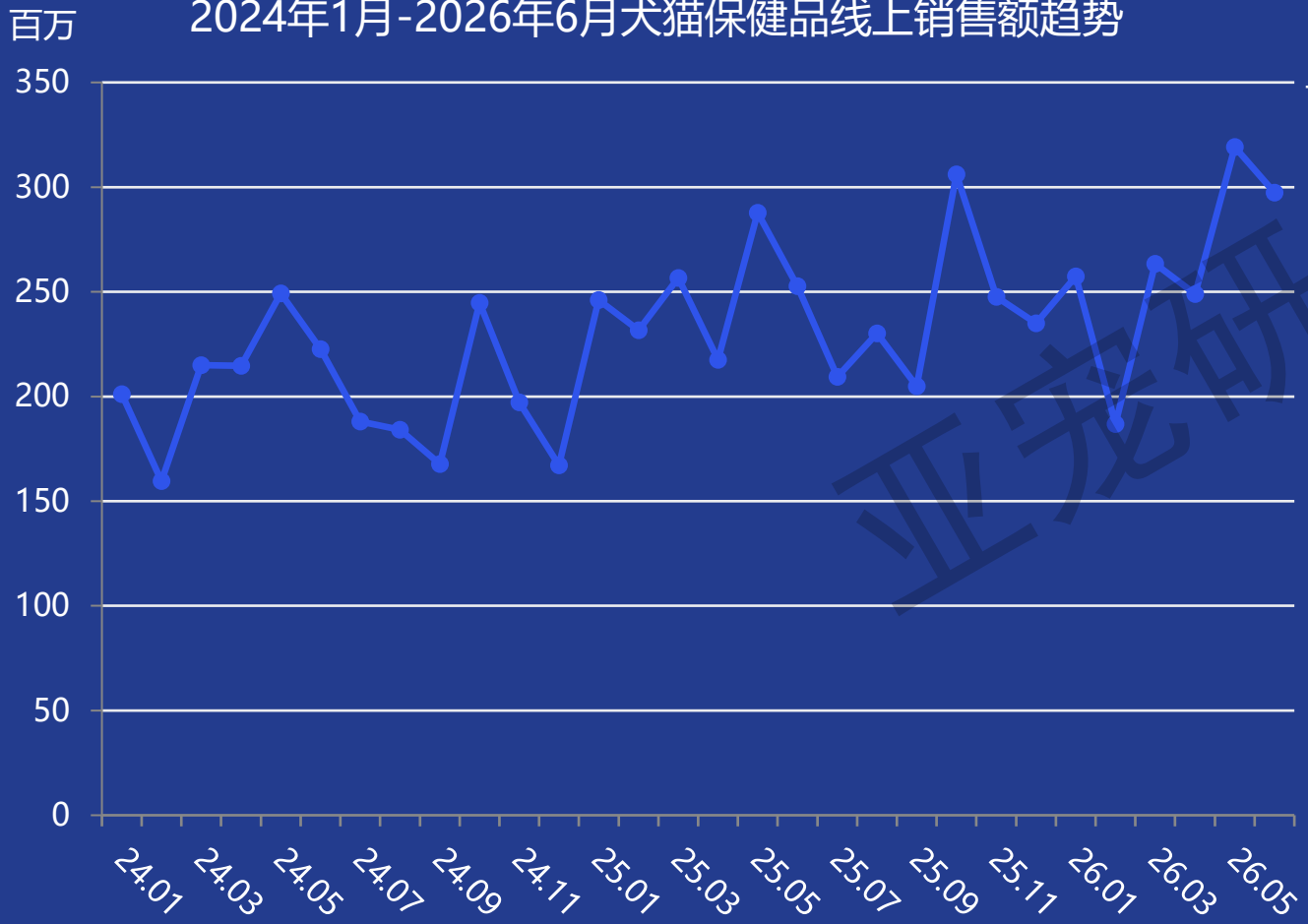
实物和预期的落差会直接影响初次喂食感受，左右用户口碑与持续购买选择。

亚宠研究院

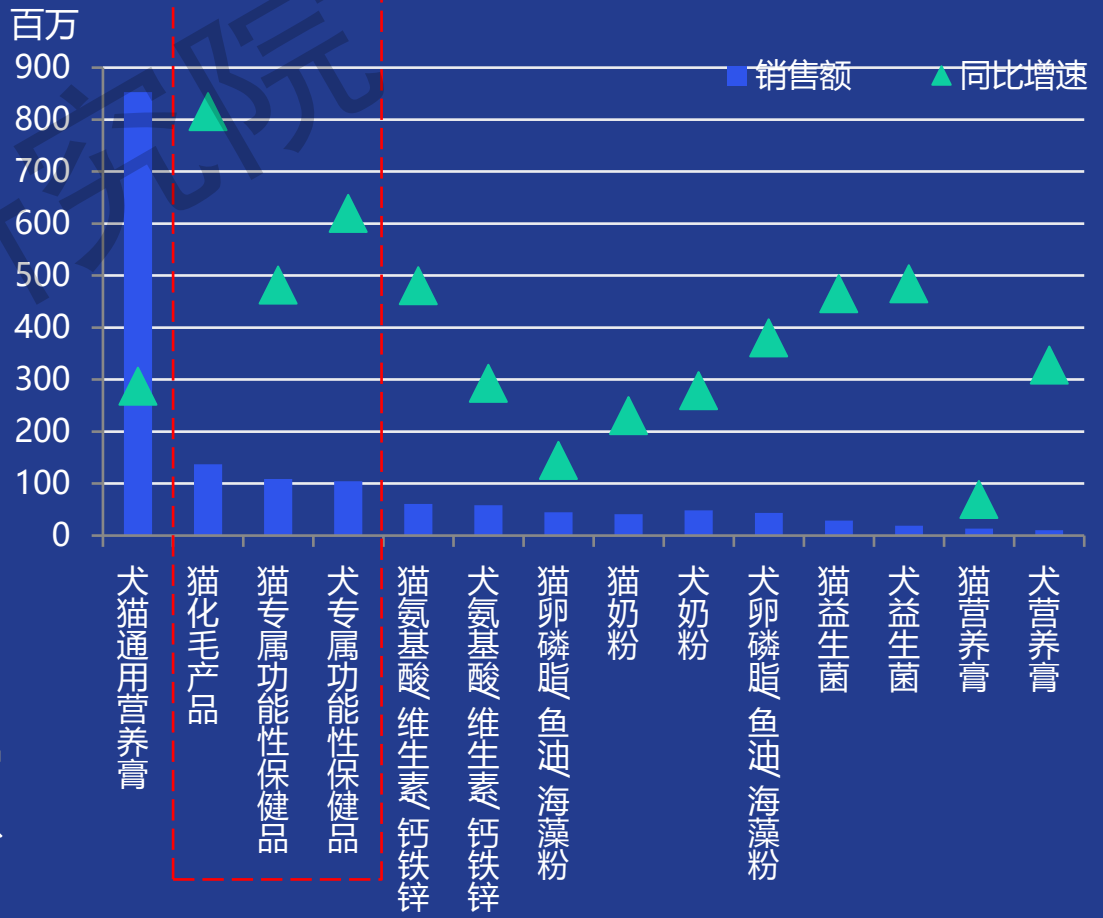
犬猫保健品：通用营养膏是绝对基本盘，化毛产品、犬/猫专属功能性保健品高速增长

宠物保健消费正从基础营养补充向精细化健康管理发展。一方面，通用综合营养膏占比约48%，尽管增速相比其他品类并不亮眼，但细分产品如乳铁蛋白月均增速28.5%，复合维生素月均增速14.0%需求稳定上升；另一方面，化毛产品、犬/猫专属功能性保健品（如针对猫咪的专项功能性保健品泌尿养护、猫洁齿粉等；针对犬类的专项功能性保健品关节养护等）快速增长为品牌提供新的增长机会。

2024年1月-2026年6月犬猫保健品线上销售额趋势



2026保健品品类分布



亚宠研究院

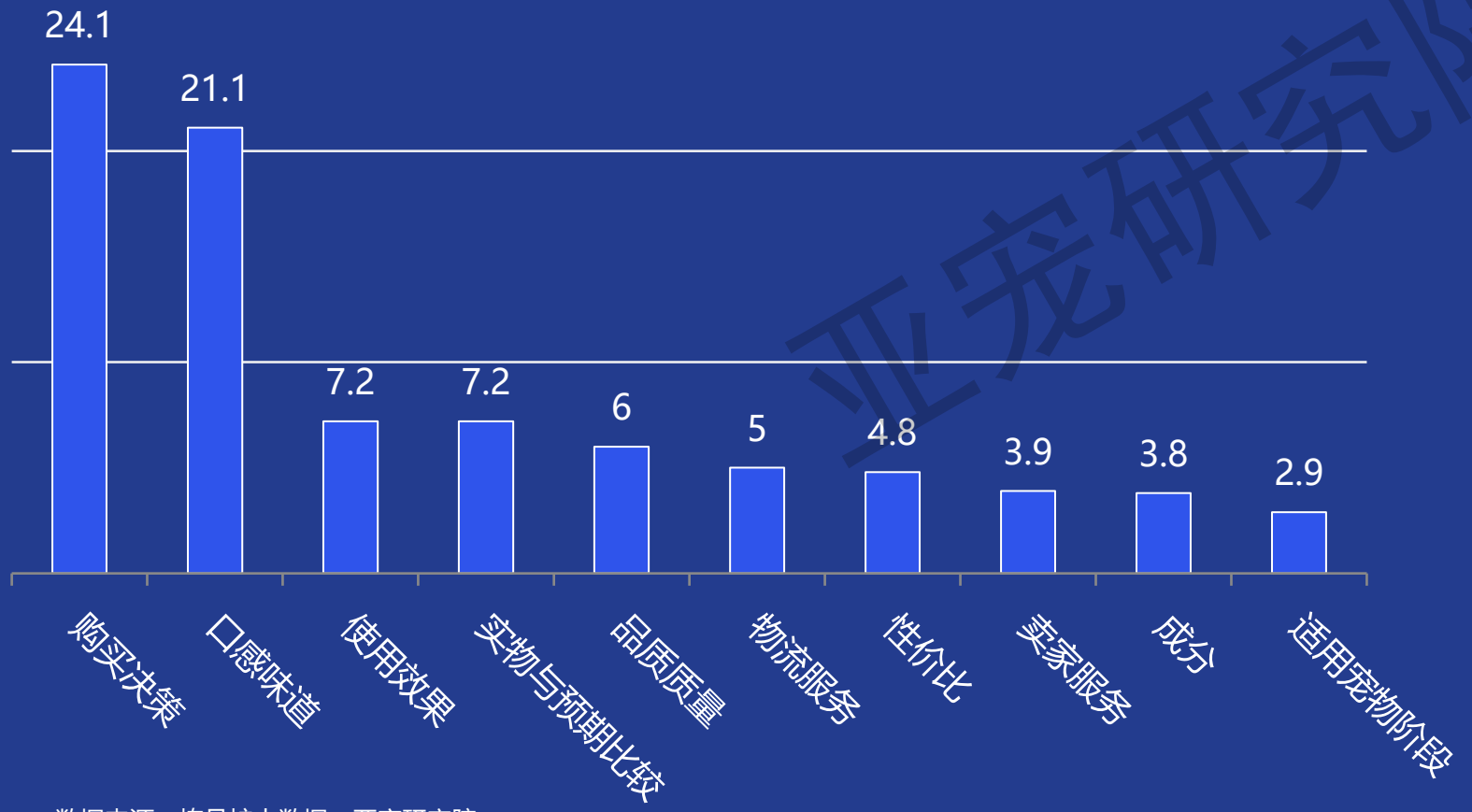
数据来源：炼丹炉大数据，亚宠研究院

注：犬/猫专属功能性保健品，即电商口径犬/猫特色保健品，为专宠专用、定向功能保健品，剔除通用营养膏、奶粉、益生菌等独立类目之后剩下的其他功能性保健品

犬猫保健品：消费者声量更多围绕复购、适口性与效果展开

2026上半年保健品消费者评价声量首先集中在购买决策与口感味道，其后是使用效果、实物与预期、品质质量和成分。相比食品，保健品更依赖“愿意回购、宠物爱吃、效果可见、成分可信”的组合反馈，品牌需要同时建立功效信任和长期使用理由。

2026年上半年保健品消费者一级声量维度分布



数据来源：炼丹炉大数据，亚宠研究院

消费者核心诉求

复购推荐驱动转化 24.1%

购买决策声量领先，回购意愿高和推荐购买共同支撑长期复购。

适口与效果共同影响体验 28.3%

回购意愿与推荐购买声量突出，说明主粮购买决策更重视持续喂养体验。

实物与预期 7.2%

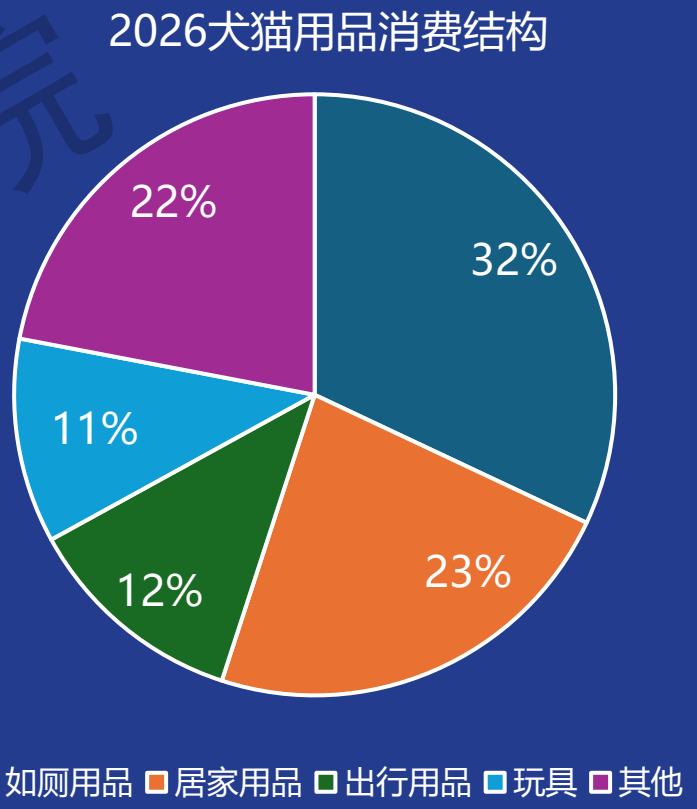
保健品具备功效预期属性，实物落差更容易直接动摇用户对产品价值的判断，影响长期持续投喂意愿。

亚宠研究院

犬猫用品：用品波动式上升，如厕、玩具、居家用品构筑品类基本盘

用品呈波动上升趋势，如厕用品（32%）、居家用品（23%）、出行用品（12%）、玩具（11%）组成基本盘；
2026上半年如厕用品月均增长6.6%、犬猫美容用品月均增长3.8%，玩具、出行用品实现2%以内的微速上升。





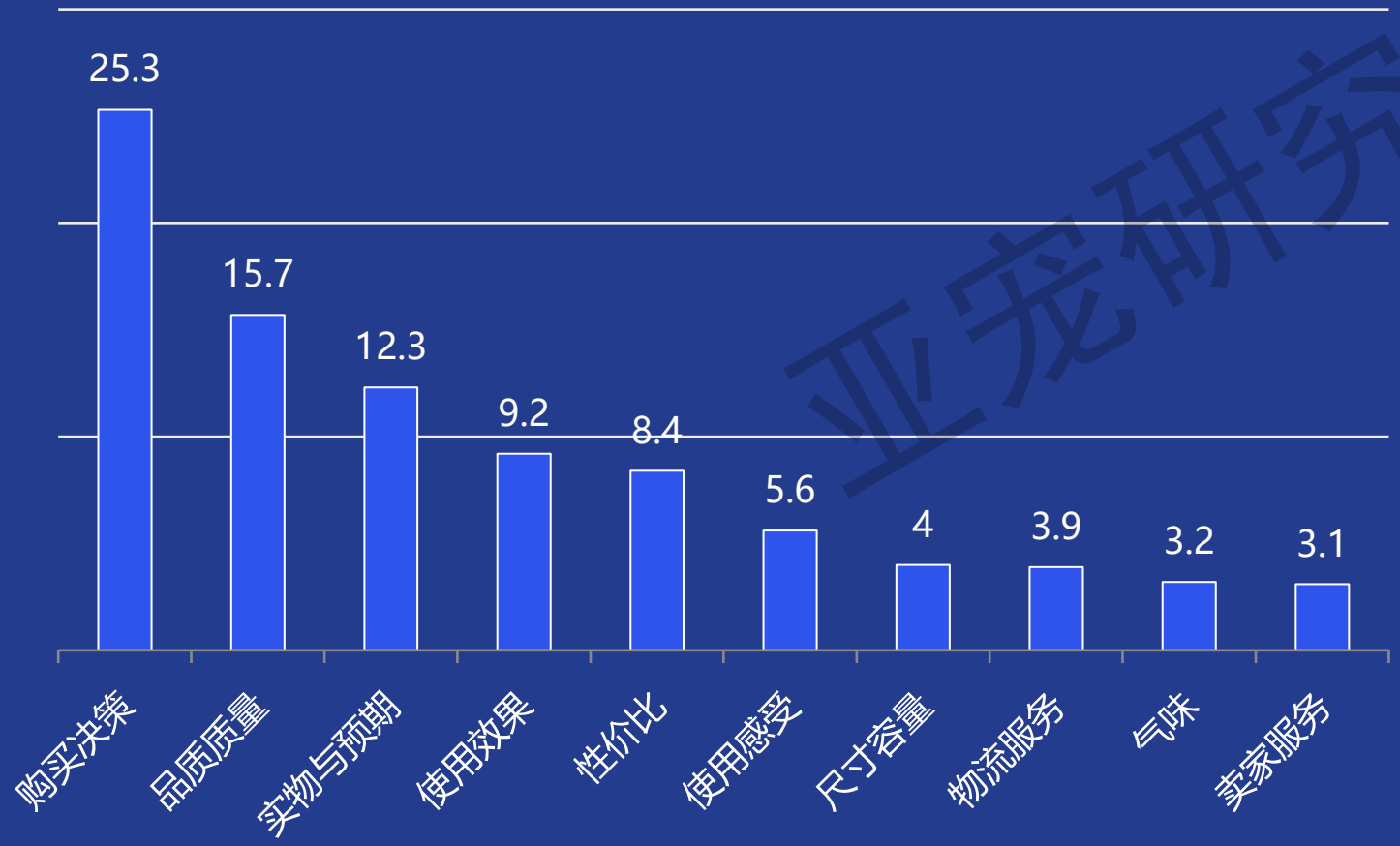
亚宠研究院

数据来源：炼丹炉大数据，亚宠研究院

犬猫用品：购买决策、品质质量是用品消费者声量TOP2

2026年上半年用品消费者产品评价声量首先集中在购买决策，其后是品质质量、实物与预期、使用效果和性价比。相比食品类，用品更强调“买得值、用得顺、效果可见”，以及结团快、尺寸合适、操作方便、没有异味等反馈，体现消费者对清洁减负和日常使用效率的关注。

2026年上半年宠物用品消费者一级声量维度分布



数据来源：炼丹炉大数据，亚宠研究院

消费者核心诉求

推荐购买转化率 **25.3%**

推荐购买与回购意愿高声量领先，用品决策更依赖真实使用反馈。

品质与匹配度共同影响体验 **28.0%**

品质质量和实物与预期合计占比较高，说明消费者重视稳定交付。

效果可见强化省心价值 **9.2%**

结团快、效果好、操作方便等反馈，把用品价值落到日常效率。

亚宠研究院

犬猫用品（居家场景）：智能化照护成为主流，家居“适宠化” 改造开始流行

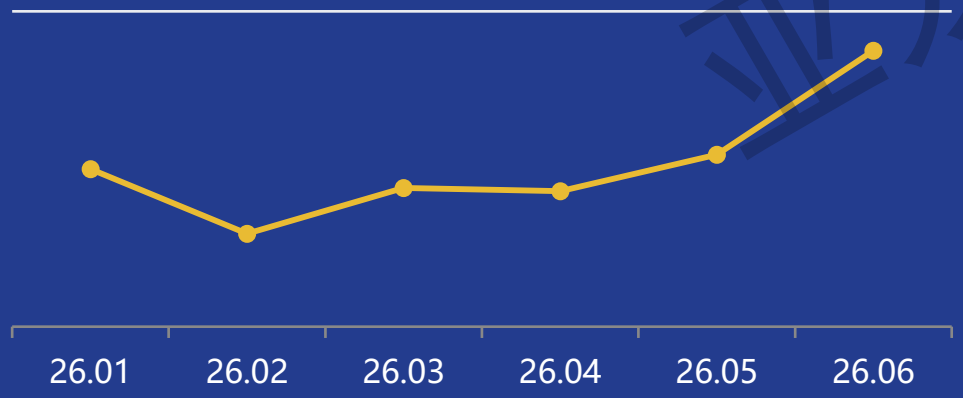
人宠共居将净味、家居审美和宠物友好空间连接起来，推动用品更接近家庭生活方式消费，“人宠共居”相关用品持续走高 。
智能喂养/监控/陪伴以58.5%成为人宠共居第一需求。显著的犬猫消费差异在于：猫主人更偏好“人宠共用家具” ；犬主人则在“共用清洁用品” 和“情绪价值用品” 方面更为关注，犬的户外活动带来更多清洁需求，同时犬主人的情感投射也更外显。

人宠共居

空间融合

从宠物友好香氛、除臭、家居收纳和空间适配切入，把用品需求延伸到家庭审美和共同生活体验。

人宠共居用品销售趋势



人宠共居产品消费偏好	整体	只养犬	只养猫
宠物智能喂养/监控/陪伴/如厕用品	58.5%	52.6%	61.3%
人宠共用家具	32.8%	27.9%	35.5%
人宠共用清洁用品	31.7%	35.9%	30.1%
宠物友好软装	31.2%	29.2%	32.3%
搭载宠物模式家电	22.8%	21.3%	22.8%
空间分隔与动线改造	22.2%	22.5%	18.9%
安全防护设备	16.4%	16.9%	15.9%
人宠"情绪价值"用品	13.8%	19.5%	11.0%

数据来源：炼丹炉大数据，公开资料，亚宠研究院

亚宠研究院

犬猫用品（出行场景）：户外场景、季节需要、携宠安全等细分需求凸显

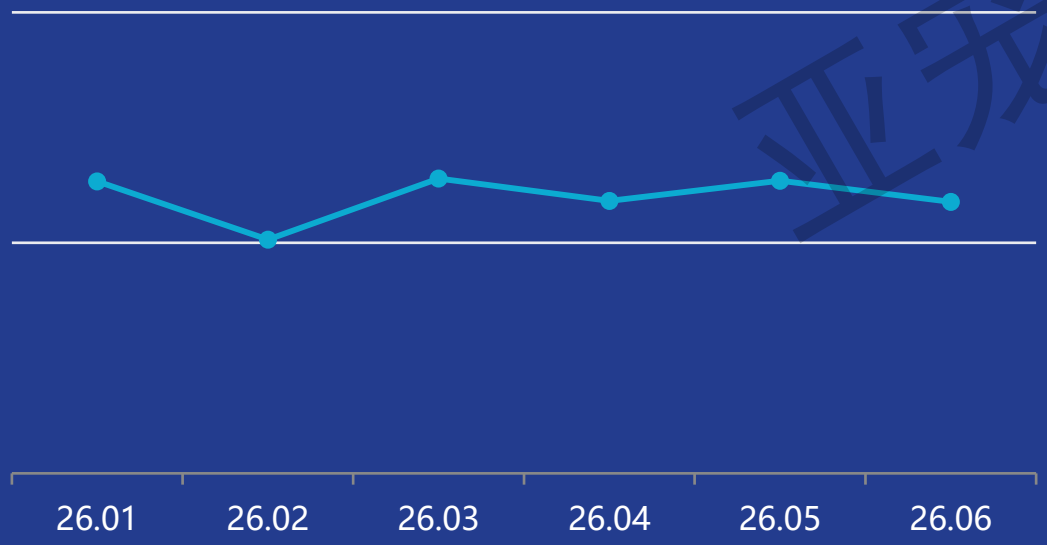
出行用品上半年销售趋势趋于平缓，月均增速约0.9%；同时，调研中宠物友好酒店/民宿、携宠游玩宠物友好景区荣登衍生服务需求TOP2，说明携宠出行赛道仍有增长空间；
功能性宠物服饰需求仅次于宠物推车/背包/航空箱，以宠物凉凉衣为代表的高增长品类围绕夏季防暑、户外活动满足季节性功能服饰需求。车载携宠安全/舒适装备在消费需求中位列第三，说明宠物乘车安全、应激安抚、旅途舒适正在成为养宠家庭不可忽视的消费考量。
此外，尽管有携猫出行需要的宠物主占比已达超半数，但出行消费需求更多集中在航空箱/推车（34.5%）、功能性宠物服饰，说明主要场景是就医、搬家与短途溜宠。

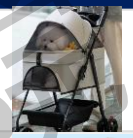
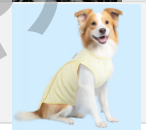
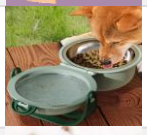
出行用品

携宠出行

涵盖外出箱包、车载装备、牵引防护、户外饮水食具等，服务宠物外出游玩、通勤、就医等各类场景。

出行用品销售趋势



携宠出行用品偏好	整体	只养犬	只养猫
宠物推车/背包/航空箱 	35.2%	31.9%	34.5%
功能性宠物服饰 	34.6%	56.9%	17.5%
车载安全/舒适装备 	30.2%	40.6%	20.6%
便携清洁用品 	26.0%	42.0%	14.6%
随行水杯/折叠食碗 	25.1%	43.7%	12.2%
安抚玩具 	8.6%	6.7%	9.4%
宠物露营/郊游专用装备 	7.1%	8.6%	5.8%
居家为主不携宠外出	27.3%	6.5%	45.1%

数据来源：炼丹炉大数据，公开资料，亚宠研究院

亚宠研究院

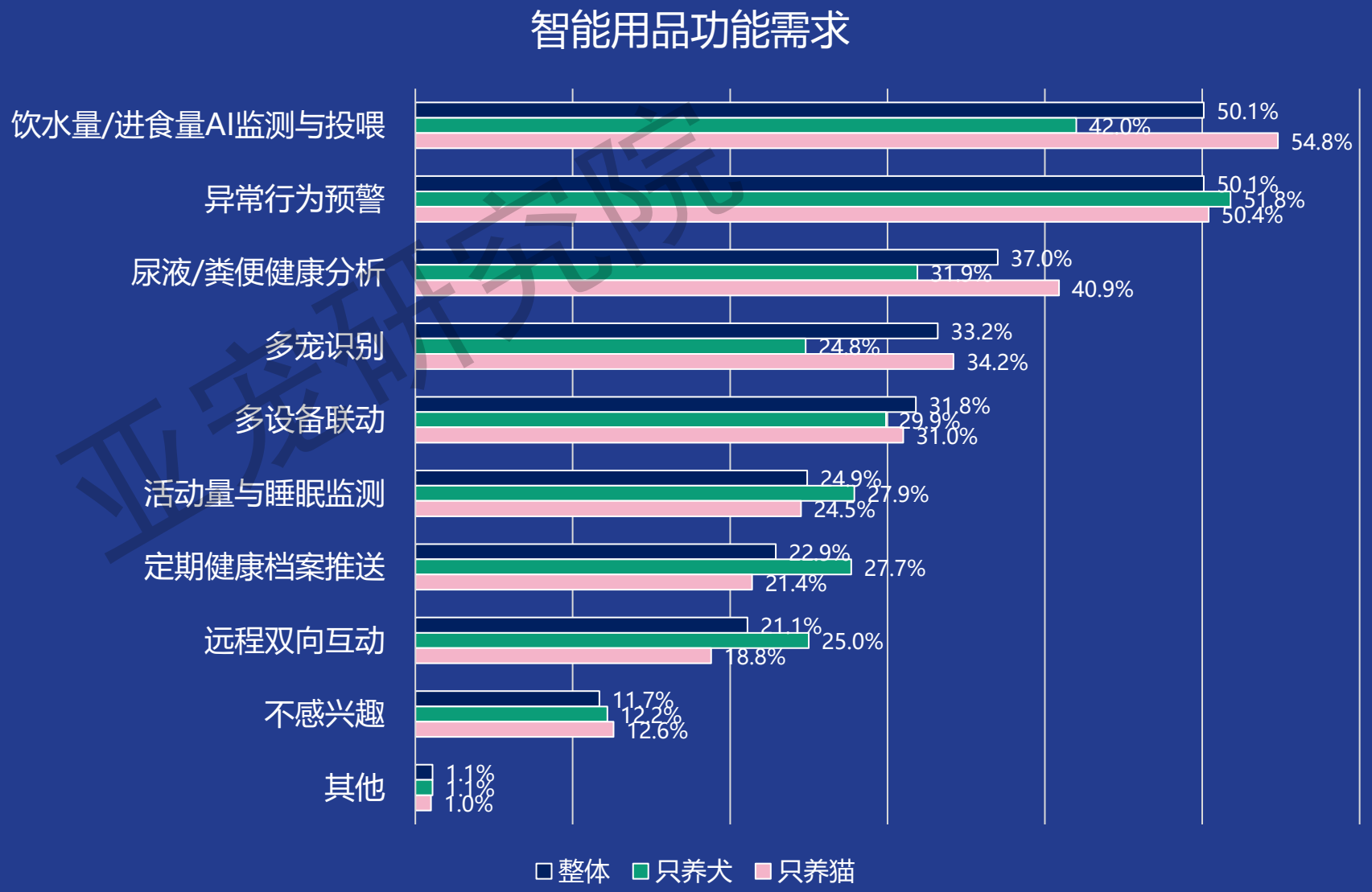
犬猫用品（智能用品）：养猫家庭聚焦“静态指标”，养犬家庭侧重“动态行为看护”

饮水量/进食量AI监测与投喂、异常行为预警需求并列第一，说明AI技术的结合应以 “健康监测优先”。与此同时，多宠识别、多设备联动需求跻身TOP5，反映养宠人群对一体化饲养体验的追求，全屋联动式智能养宠的发展趋势进一步凸显。

从不同养宠家庭来看：

🐱**养猫家庭**：聚焦“静态健康指标”，对饮水量、进食量及排泄物分析需求尤为突出，这与猫咪泌尿系统易出现健康问题的生理特性高度相关；

🐶**养犬家庭**：侧重“动态行为看护”，对异常行为预警、远程双向互动及活动量监测功能的需求意愿更强，贴合犬类的高陪伴属性与外出活动习性。



数据来源：亚宠研究院

智能用品：AI技术从概念论证到商业落地

AI技术近年来火热发展，已实现在生产研发、经营管理、智能硬件、医疗服务等多元业态的应用。

智能硬件



萌小译推出全球首款实时 AI 宠物翻译器 Pettichat。

6月与Rokid 乐奇推出宠物行为翻译AI 眼镜。



帕奇宠宠物项圈，孪生 AI 宠物，实时展示爱宠动态；健康数据监测，GPS 寻宠功能，支持多模式搜索和防丢警报；
线上问诊服务提供 AI 智能问诊和专业宠物医生 1V1 服务



快瞳科技「宠物鼻纹身份识别方案」
协助城市智慧养犬治理
赋能保险公司鼻纹核验
赋能喂食器、猫砂盆等智能硬件，依靠鼻纹区分多只宠物，实现个性化喂食、独立健康监测

AI赋能产业链的结构性重塑

生产端：从“经验试错”走向”精准预测 “

AI 规模化参与研发决策、配方优化、品控预测，从经验驱动→数据驱动

产品端：从"工具"进化为"接口"

从单一功能设备→具备感知、监测、记录、交互能力的智能终端

服务端：从“被动响应"变为"全周期管理"

AI 辅助诊断、远程问诊、健康管理全周期覆盖，从被动响应转向提前干预

消费端：从“健康喂养”升级为“情绪与诉求感知”

AI 理解宠物情绪、行为、匹配个性化需求，从功能性消费→情感性消费

模式升级："云端+端侧混合部署”

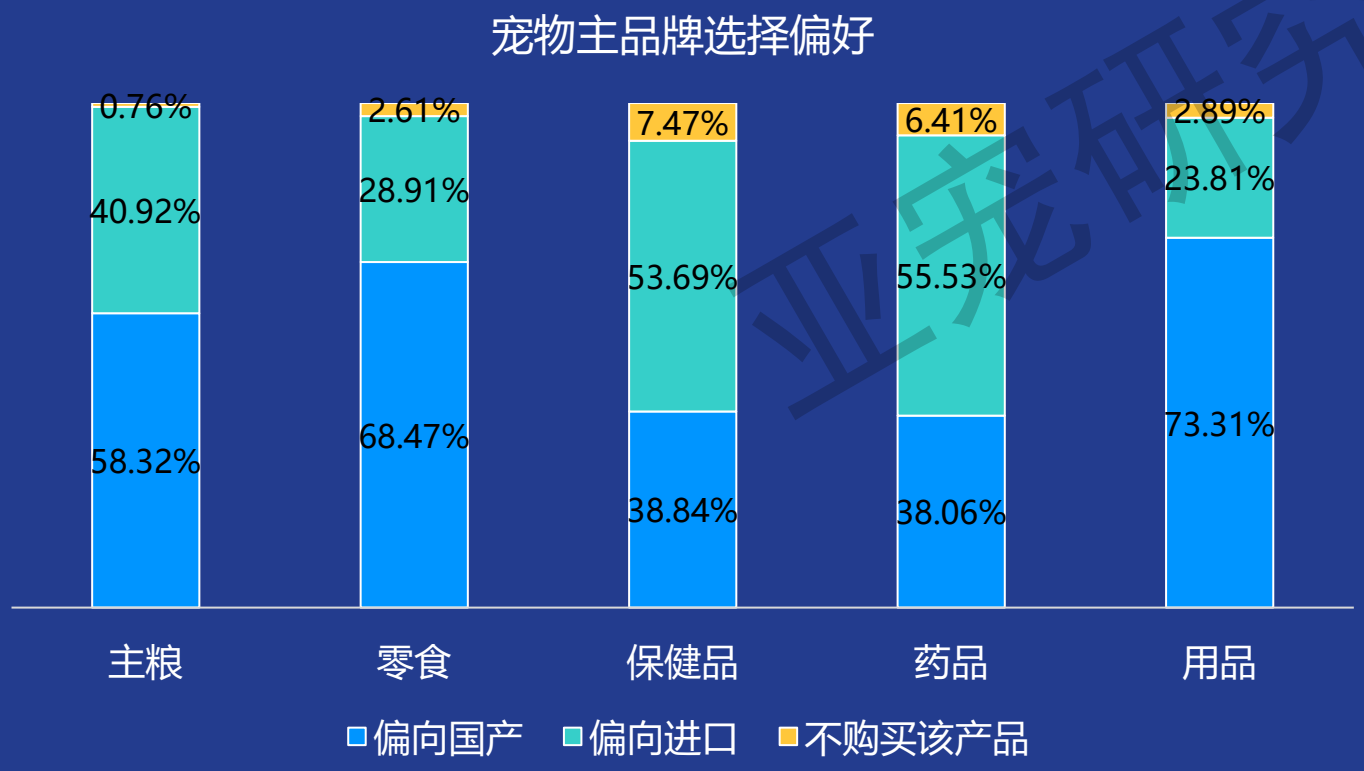
核心隐私数据回归用户端，复杂分析（如长期健康趋势预测、跨宠物品类的大数据模型）依赖云端

数据来源：公开资料，亚宠研究院

亚宠研究院

国产vs进口：国产宠物食品正在完成从“配角”到“主场”的质变

宠物行业TOP20品牌市场占有率由2024年33.8%上升至36.8%，国产品牌数量由2024年9席晋升为12席，市场份额由17.9%升至22.2%。
从宠物主消费偏好来看，食品、用品均为国产品牌主场，保健品、药品仍待突破。



数据来源：Euromonitor International，亚宠研究院

宠物食品TOP20品牌市场份额		
品牌	所属国家	份额%
皇家	法国	6.4
麦富迪	中国	6.3
顽皮	中国	2.9
蓝氏	中国	2.1
伯纳天纯	中国	1.9
鲜朗	中国	1.8
冠能	美国	1.8
弗列加特	中国	1.8
爱肯拿	加拿大	1.5
渴望	加拿大	1.4
网易严选	中国	1.3
诚实一口	中国	1.2
天然百利	美国	1.2
素力高	美国	0.9
比瑞吉	中国	0.9
宝路	美国	0.8
凯锐思	中国	0.7
疯狂小狗	中国	0.7
玫斯	中国	0.6
珍致	美国	0.6
TOP20		36.8

亚宠研究院

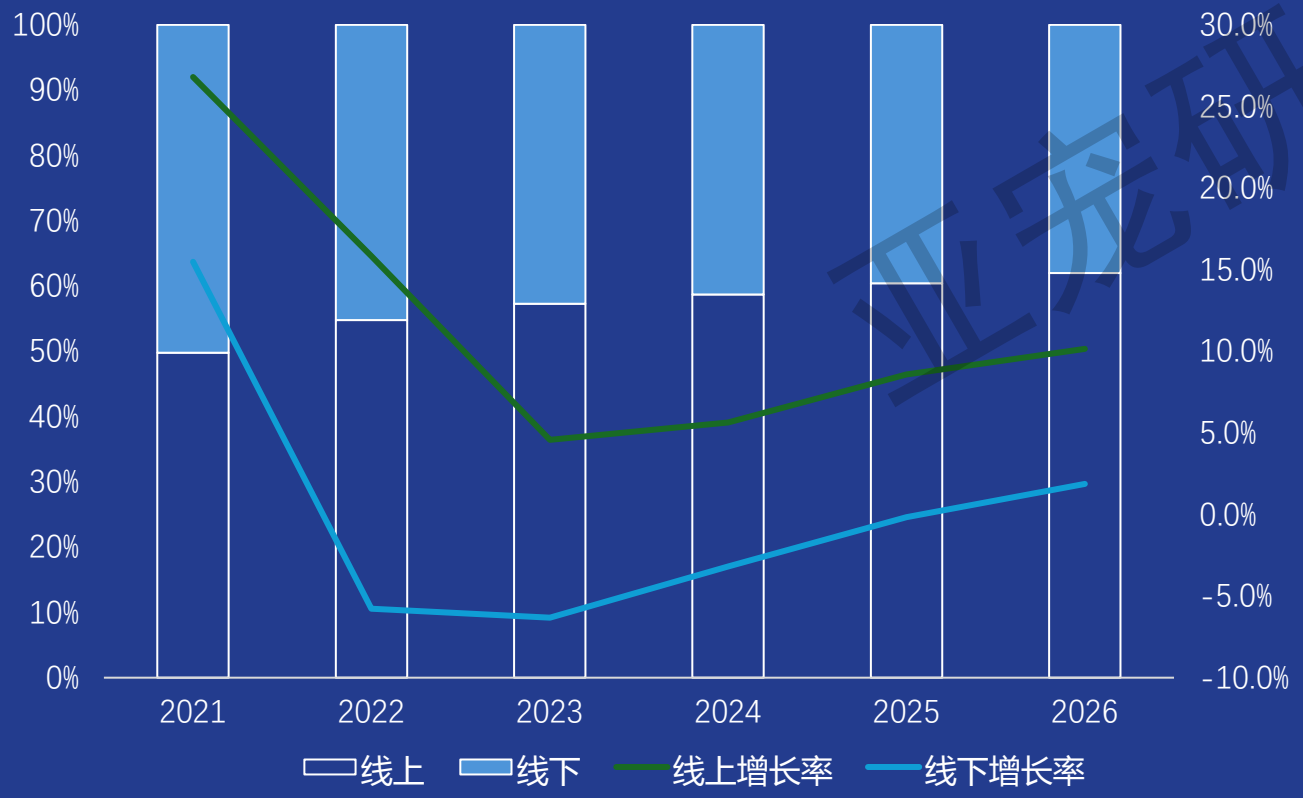
零售渠道：线上份额持续上升，“内容电商”、“即时零售”、“AI营销”，驱动渠道运营变革

2026年线上零售渠道占比预期进一步上升至62%，综合电商以约32%的份额仍是最大渠道，上半年线上主流电商平台累计销售额已突破两百亿元，月均规模保持在四十亿元以上，热销品类覆盖基础喂养、清洁护理与生活场景。宠物门店作为传统线下渠道占比约23%。

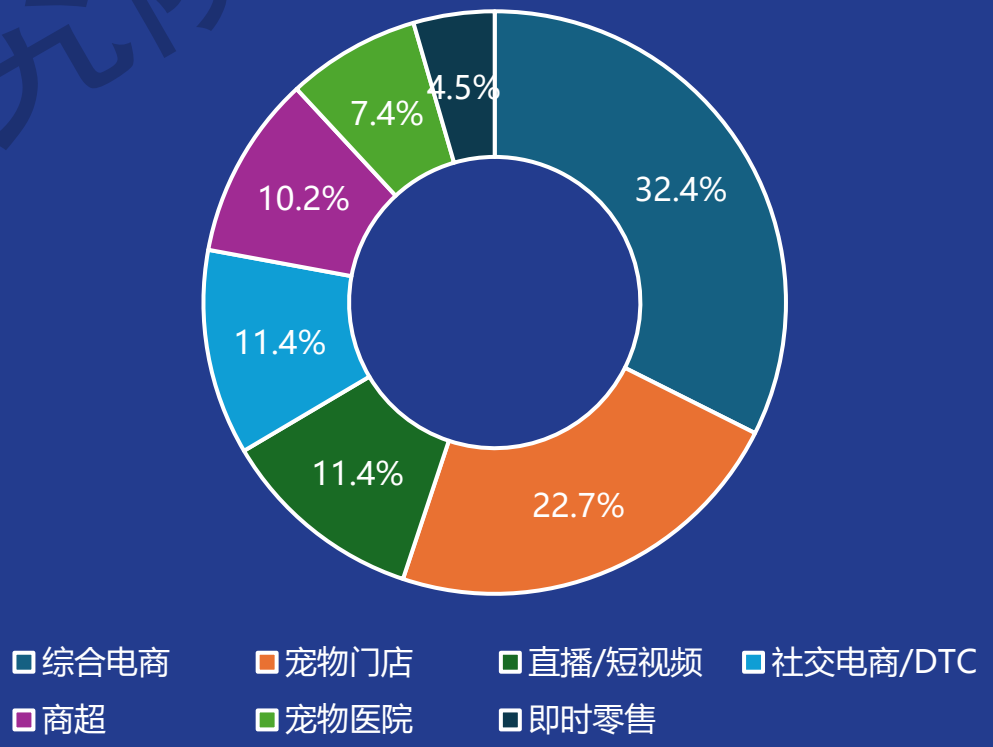
渠道的结构性变化在于：近年来直播/短视频平台正成为最大增量引擎，即时零售虽基数小却有望以30%+的增速回应消费者对“确定性生活方式”的需要。

此外，目前已有约13%的宠物主表示购买新品时会收到AI推荐的影响，AI算法能够结合宠物品种、年龄、健康状况、饲养习惯输出定制化商品建议，未来可能进一步打通内容种草到下单转化的全流程，推动宠物行业营销模式迭代。

2021-2026E 宠物商品零售渠道贡献分布



宠物商品细分零售渠道分布

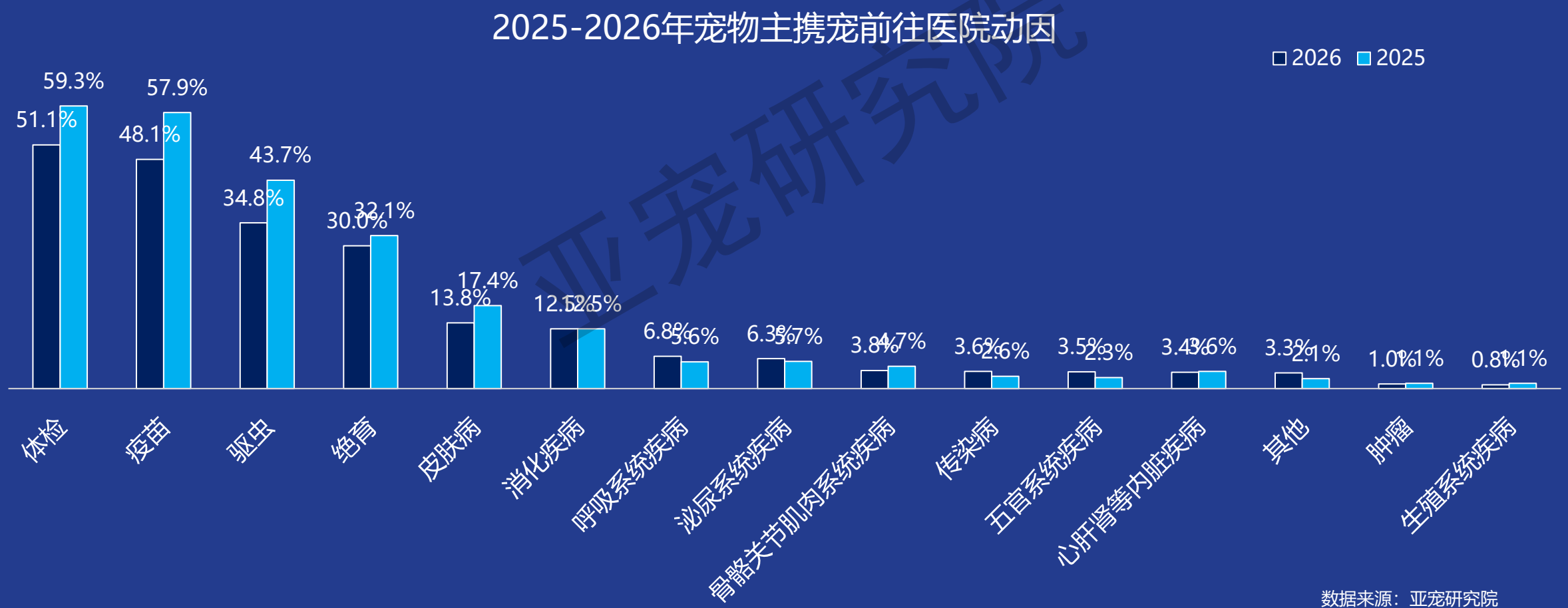


数据来源：Euromonitor International，公开资料，亚宠研究院
注：即时零售归口线上

亚宠研究院

宠物医疗：携宠就医意愿下降，医疗行业可能面临信任与模式双重挑战

2026 年宠物主携宠前往医院的整体意愿较去年有所降低，其中体检、疫苗、驱虫等常规健康管理项目的就诊意愿下降尤为明显。这一趋势或与多重因素相关：经济环境影响下消费决策更趋理性；互联网问诊与在线药房的普及，分流了部分非紧急就医需求；同时，新一代养宠人更倾向于通过线上渠道获取健康信息与服务。这对宠物医院的服务质量、口碑信任及商业模式提出了新的挑战，是行业需要关注的重要信号。



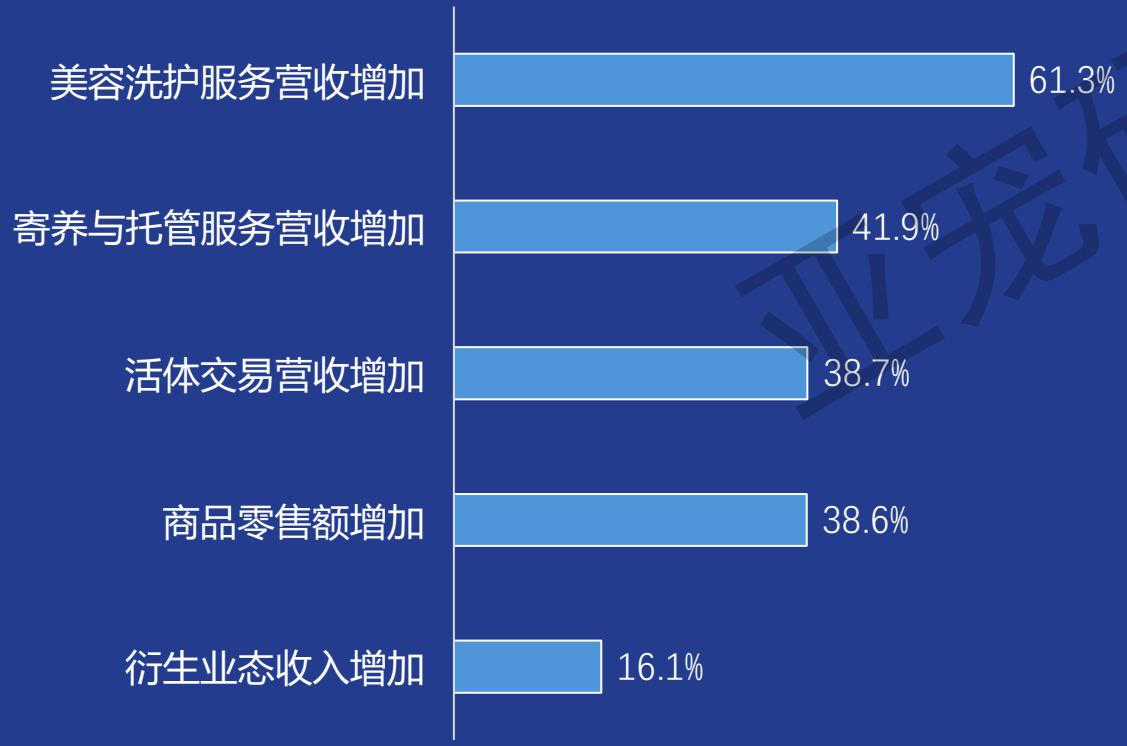
亚宠研究院

数据来源：亚宠研究院

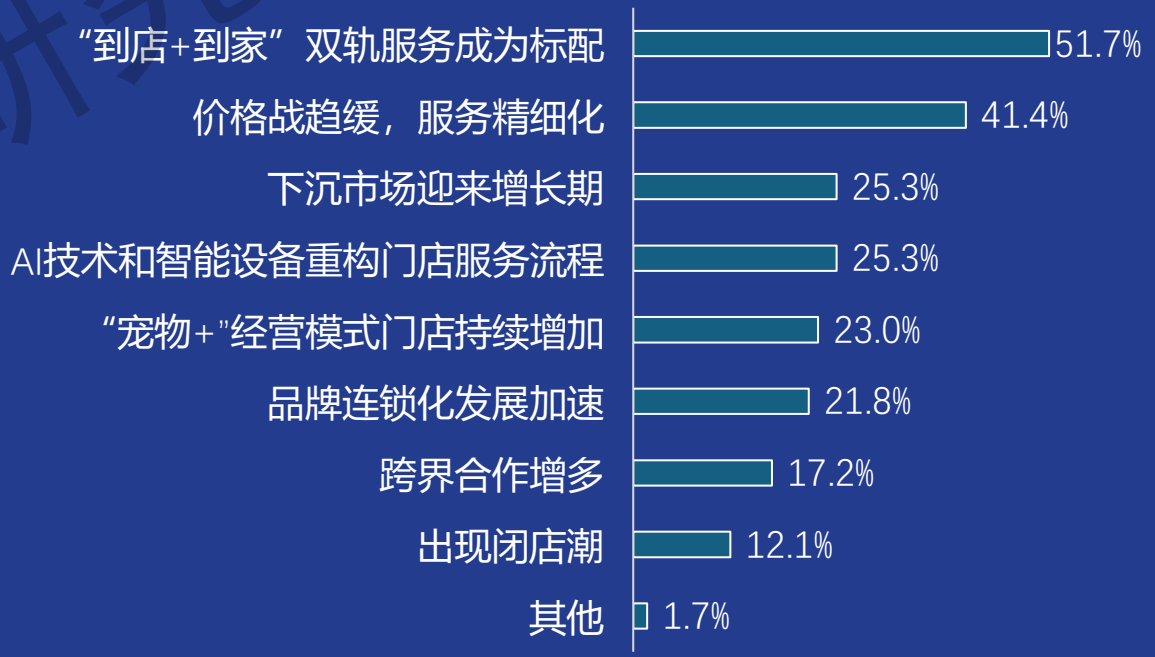
宠物门店：好服务始终是门店的“生存法则”

近一年营收增长大于5%的宠物门店中，61.3%的门店表示营收增量来自美容洗护，其次是寄养与托管服务，商品零售位列第四，说明做好服务始终是门店的发展重点。
从门店从业者对未来三年宠物门店发展趋势的判断来看，认为“到店+到家”双轨服务会成为重要趋势的从业者占比51.7%，同时价格战趋缓，服务精细化占比41.4%，说明未来部分门店将通过双轨服务拓展客户，靠服务差异化而非低价竞争拓展市场空间。

近一年营收增长高于5%的门店增长业态



宠物门店未来发展趋势



亚宠研究院

数据来源：亚宠研究院

小宠消费洞察

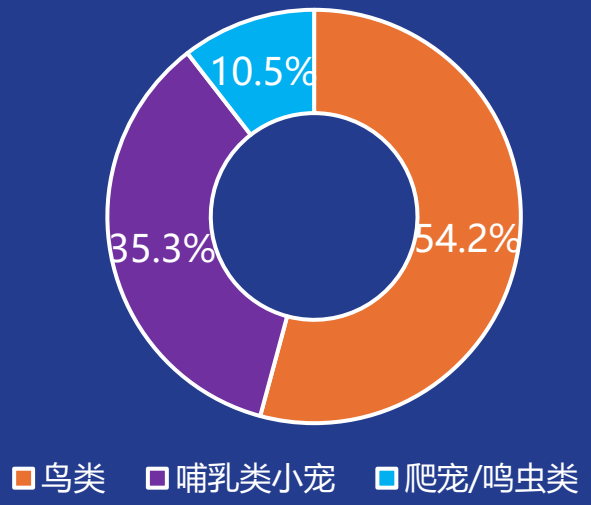
亚宠研究院

小宠市场概览：小宠市场规模预期达到120亿以上，年增长率预计超过15%

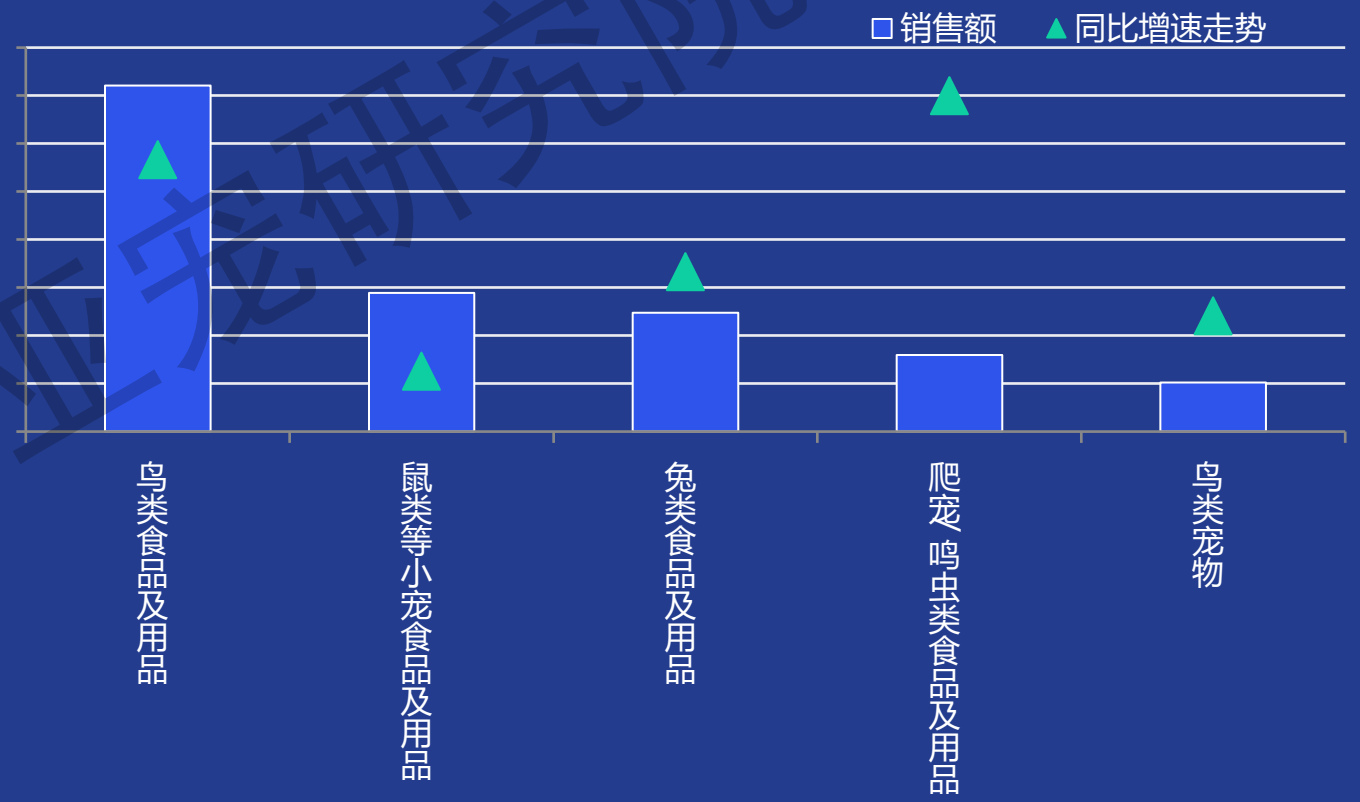
2026年小宠零售市场规模预期超过120亿元，年增长率预计超过15%，其中线上规模80+亿元，鸟类已经成为小宠线上市场最大的细分赛道，爬宠市场规模较小但增速较快。
鹦鹉依然是宠物鸟主流饲养品类占比80%，且养宠人群热衷多只喂养，虎皮通常是初次养宠首选，综合来看，牡丹、玄凤较受欢迎；哺乳类小宠中仓鼠、兔是主流饲养品种，其次是花枝鼠、龙猫；两爬则以守宫/蜥蜴、龟为热门饲养项。

120+亿元
2026小宠异宠零售市场规模预期

小宠市场规模结构



2026上半年小宠异宠线上销售额及同比增速



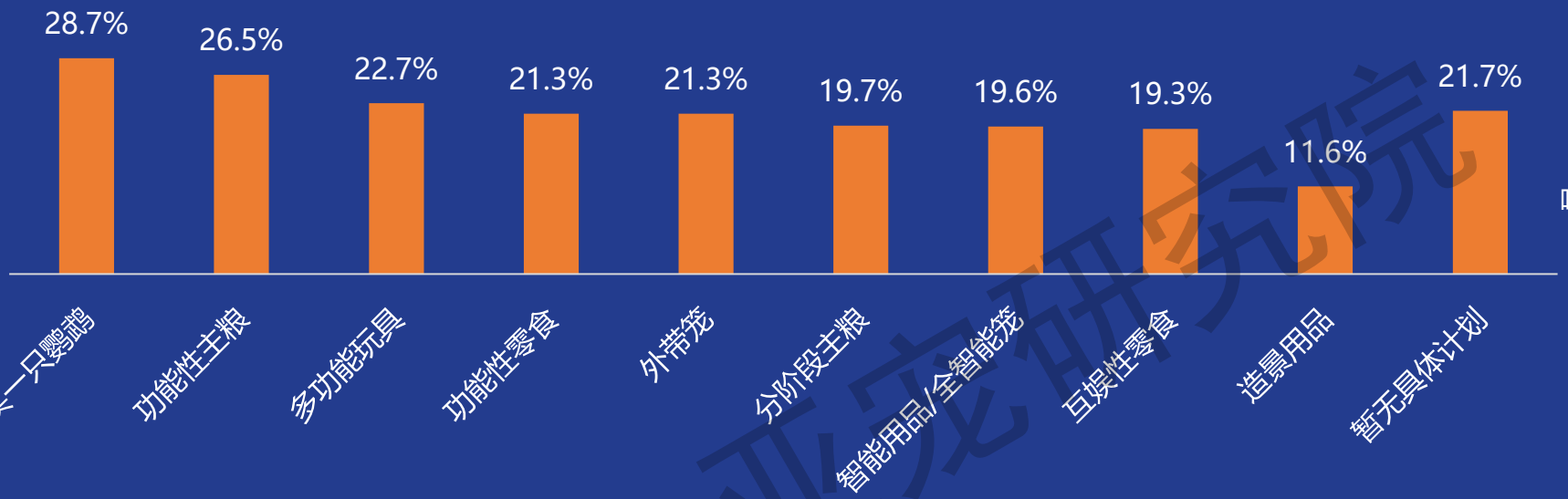
亚宠研究院

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类、哺乳类小宠、爬宠/鸣虫，不含水族

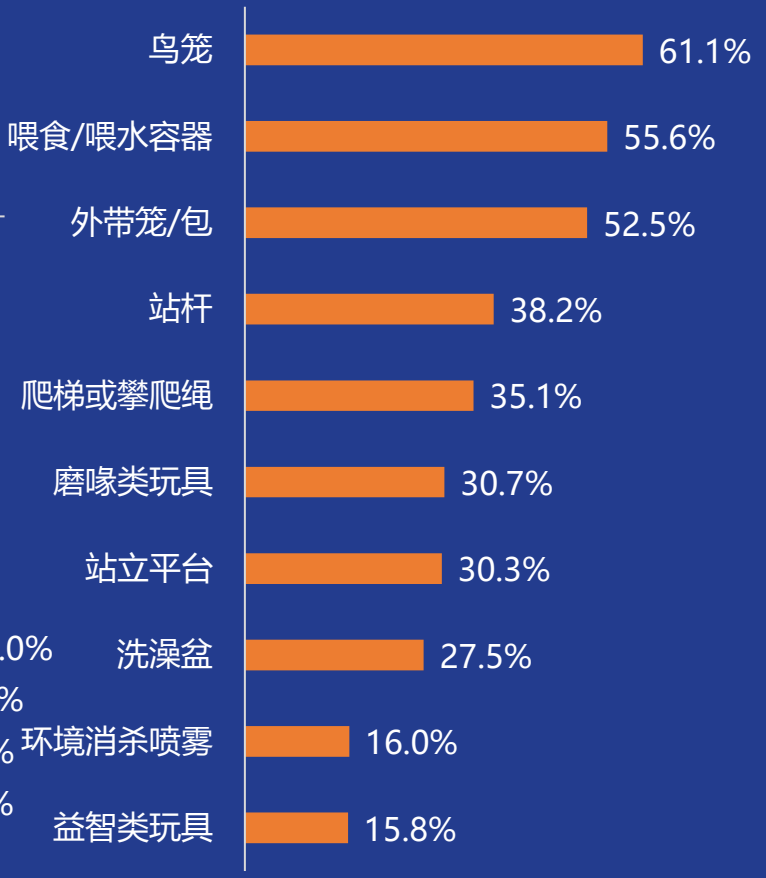
鹦鹉：养宠扩容、产品升级带动市场增长

鹦鹉食品消费逐渐形成 “基础种子粮刚需+ 滋养丸补充营养 + 多元化零食丰富日常” 稳定三层结构。
鸟笼+丰容类用品需求稳定，智能鸟笼具备广阔潜在转化空间；
鹦鹉市场将呈现“群体扩容 + 产品升级” 的双轨增长特征

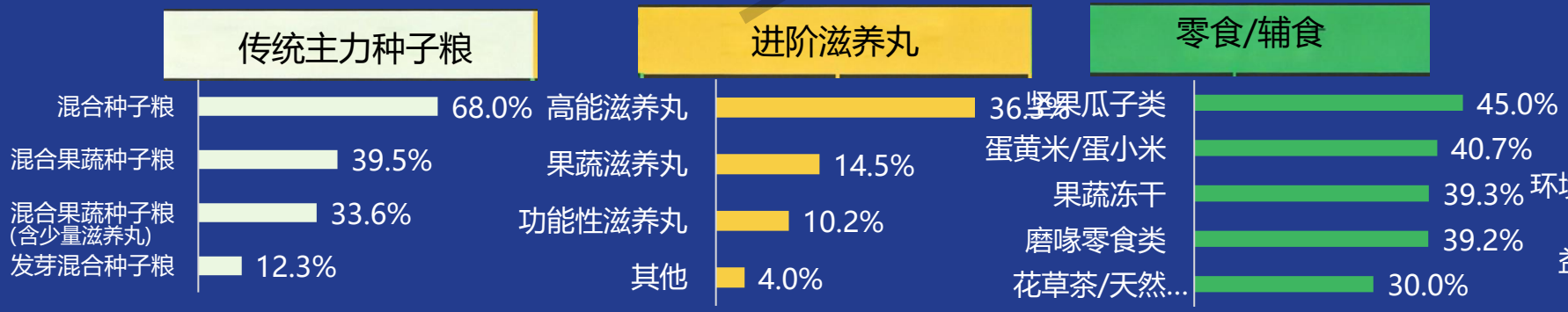
宠物主未来一年愿意增加消费的类目



近一年鹦鹉用品消费偏好TOP10



近一年鹦鹉食品消费偏好



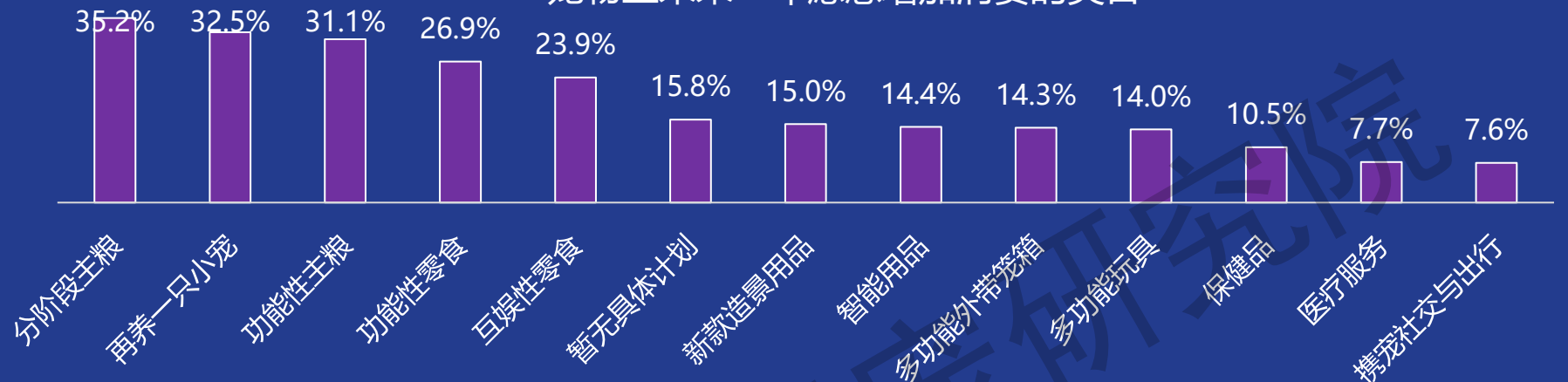
亚宠研究院

数据来源：亚宠研究院

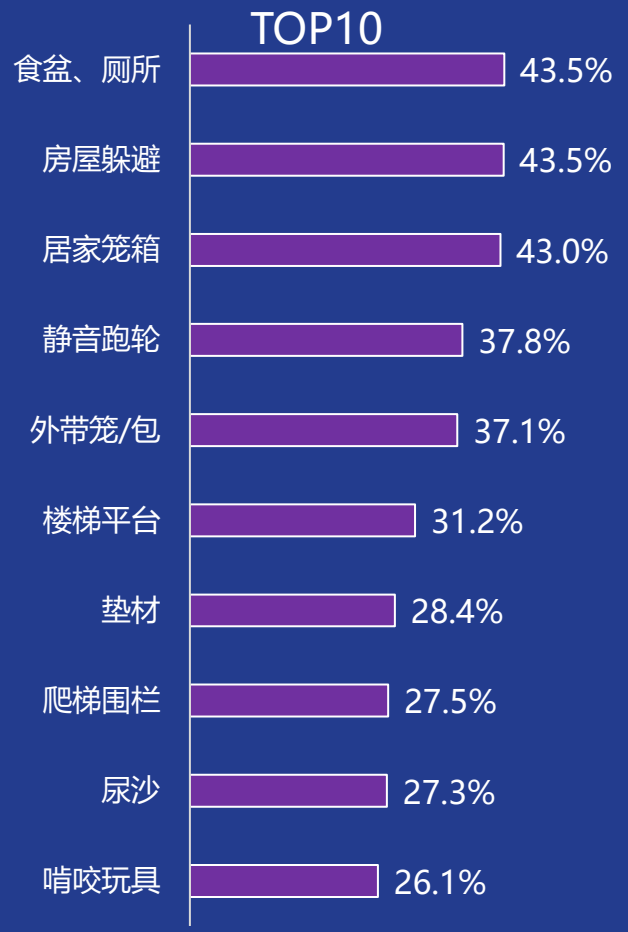
哺乳类小宠：饮食升级与新增喂养需求拓宽市场空间

杂食性小宠（仓鼠、花枝鼠、松鼠）饮食以谷物粮为绝对核心，磨牙零食渗透率高达 63.4%；草食性小宠，则以混合粮、牧草喂养为主，进口牧草更受欢迎。用品消费为绕笼箱与配件、造景。
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。

宠物主未来一年愿意增加消费的类目



近一年哺乳类小宠用品消费偏好TOP10



杂食性小宠
仓鼠、花枝鼠、松鼠等

主粮		零食/辅食	
谷物粮	71.4%	磨牙零食	63.4%
草本粮	56.8%	果蔬冻干	41.2%
低温烘焙粮	31.9%	冻干奶酪	30.2%
海鲜粮	22.3%	鼠条	22.8%
冻干粮	20.2%	面包虫	19.6%
		葫芦巴籽	12.3%

草食性小宠
兔子、龙猫、豚鼠

主粮		主草		零食/辅食	
混合粮	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%

数据来源：亚宠研究院

亚宠研究院

两爬：标准化食品相继上市，智能养宠需求持续看涨

活体饵料采购门槛高、储存麻烦，各类虫干、鼠肉肠等标准化食品相继上市，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。饲养箱体、温控、光照构成两爬饲养不可缺少的三大硬件。出行盒由往年 19.7% 上涨至 26.1%，涨幅明显，代表更多的宠物主存在携宠社交、就医等短途外出需求。

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。

宠物主未来一年愿意增加消费的类目

守宫蜥蜴未来增支意向

智能饲养缸	24.5%
再养一只守宫/蜥蜴	24.2%
代替昆虫的标准饲料	24.0%
分区温控、低噪静音加热设备	22.1%

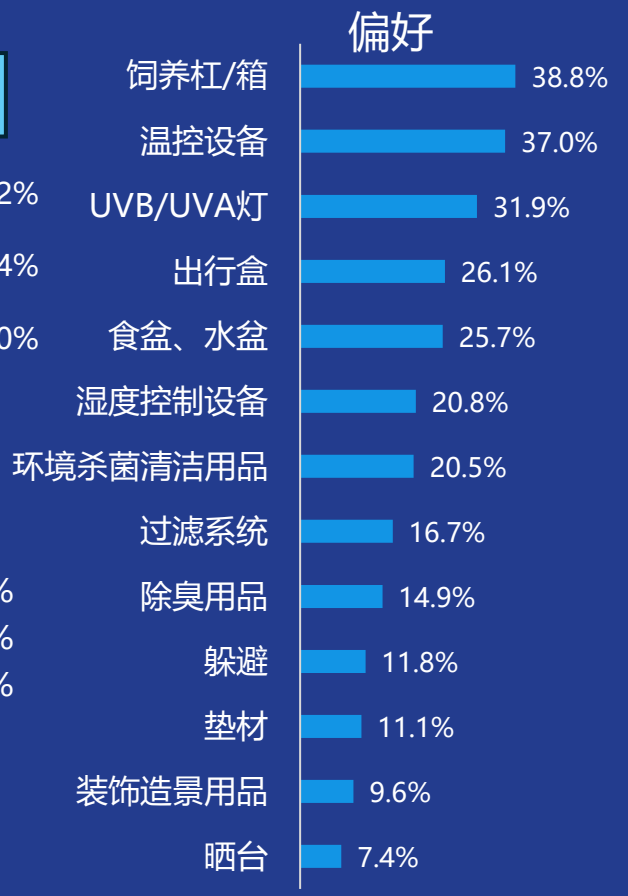
蛇类未来增支意向

智能配件或蛇类专用一体式智能饲养柜/箱	27.6%
蛇类专用蜕皮辅助保健产品	24.8%
替代活体投喂的标准饲料	15.5%

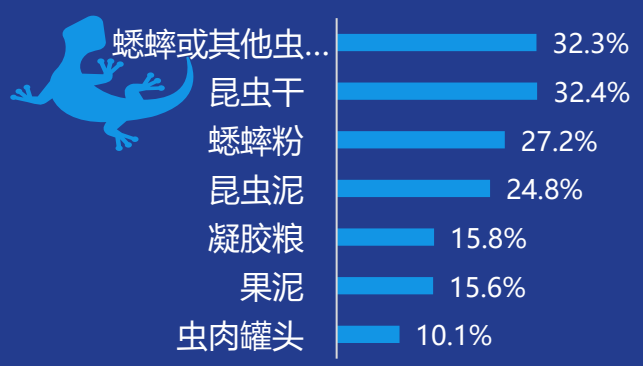
龟类未来增支意向

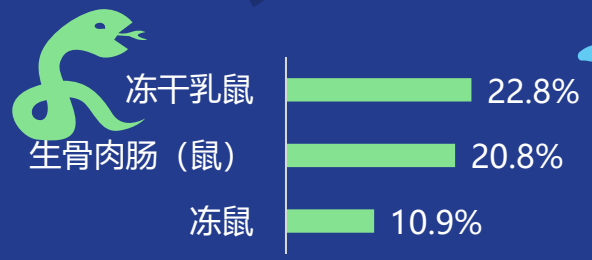
龟缸智能配套设备或一体化智能缸	26.2%
龟类专用补钙、腐皮腐甲预防调理类专业保健品	22.4%
水龟 / 半水龟 / 陆龟分品种专用定制龟粮	18.0%

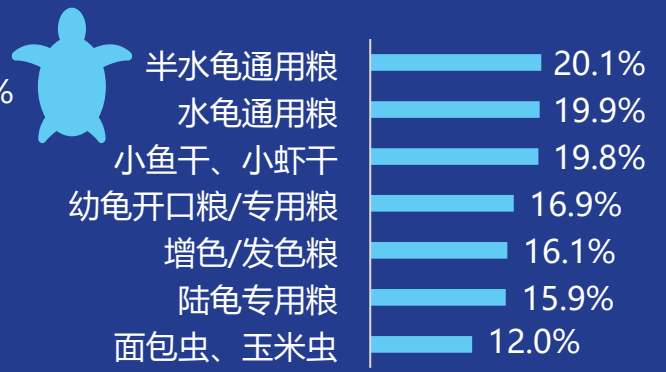
近一年两爬饲养用品消费偏好



不同两爬品种主要食品消费偏好







数据来源：亚宠研究院

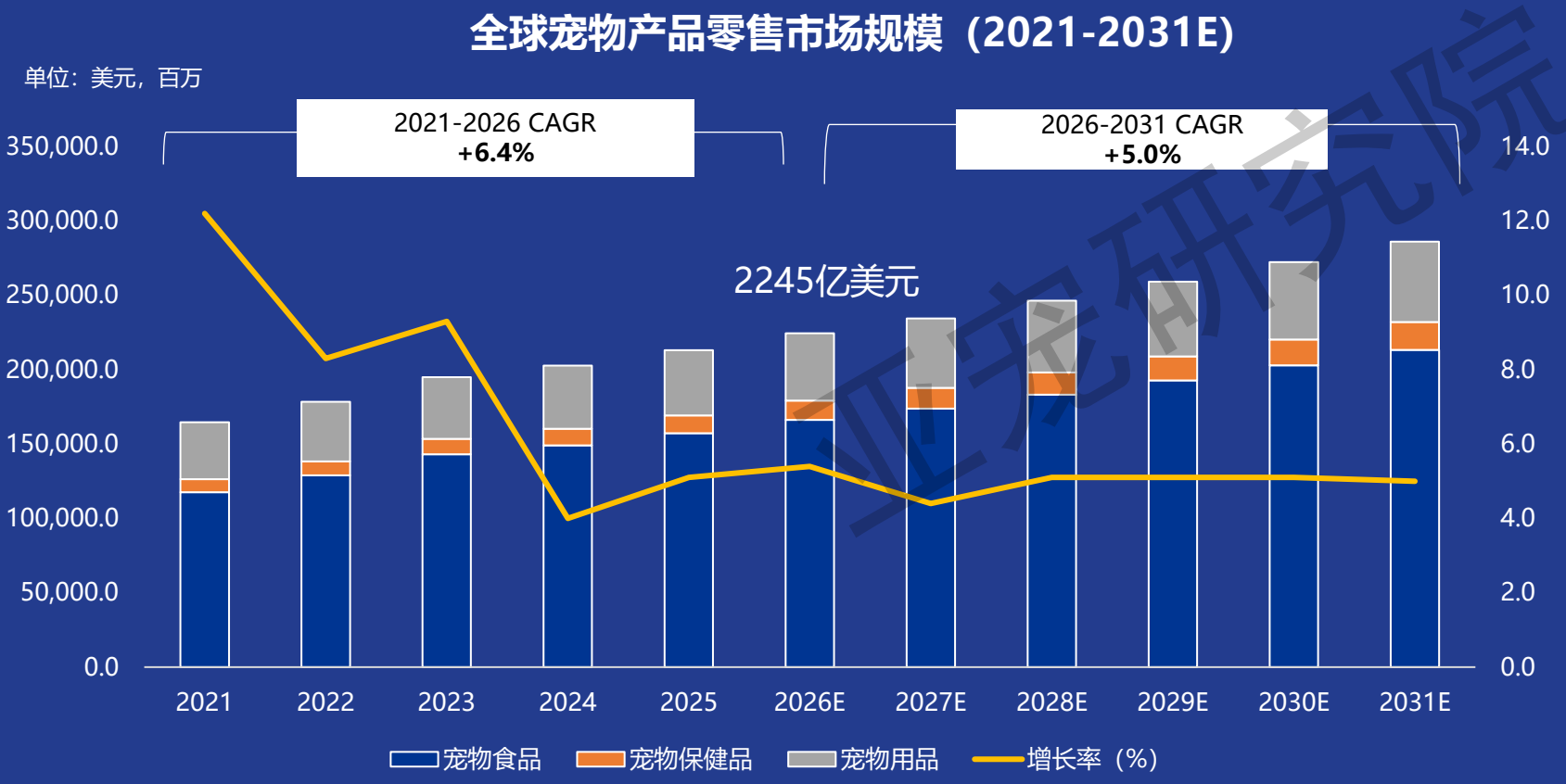
亚宠研究院

国际市场洞察

亚宠研究院

概览：全球宠物零售市场规模约2245亿美元，年增速5.4%

2026年全球宠物产品零售市场有望以5.4%的年增长率增至2245亿美元，未来五年复合增长率预期相较前五年回落，行业整体由高速扩张转入稳健增长阶段。行业将呈现明显的结构化升级与科技化双线发展特征，受全球通胀和经济环境影响，2026 年宠物主在非必要、奢侈类产品上的支出收紧，转而将预算集中在“刀刃”上。但功能性食品、保健品需求依然走高，高端细分赛道景气度长期优于同质化基础品类；科技赛道将成为全新增长引擎，2026 年全球宠物科技市场规模达 191 亿美元，未来十年复合增长率 12%，AI 健康硬件、智能饲养设备需求爆发。



品类	零售额（亿美元）	2026 占比	*21-26 CAGR*	*26-31 CAGR*
整体	**2245**	**100%**	**7.3%**	**5.5%**
犬食品	956	42.6%	6.5%	4.7%
猫食品	659	29.4%	8.5%	5.8%
其他宠物食品	47	2.1%	3.2%	2.8%
宠物保健品	129	5.7%	8.2%	7.8%
宠物用品	454	20.2%	3.4%	3.5%

数据来源：Euromonitor International，亚宠研究院，Global Market Insights，Morgan Stanley
注：零售市场不含活体、医疗、服务等相关消费，统计以主流B端渠道为主

亚宠研究院

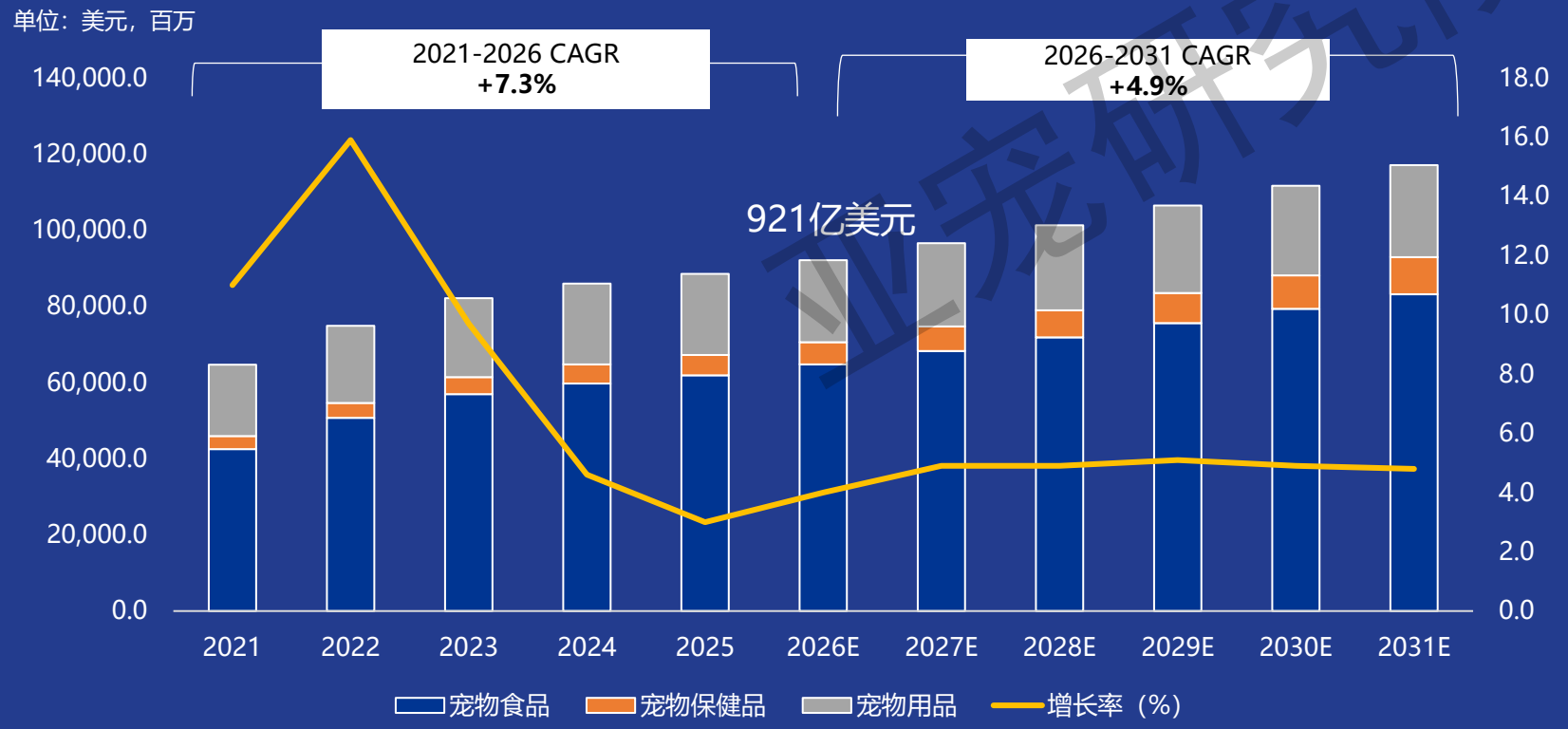
美国：宠物零售市场规模约921亿美元，年增速4%

美国宠物市场规模在2026年依然有约4%的增长表现，规模预计达921亿元，宠物食品依然是最大的消费板块，宠物主对功能性食品（如肠胃调理、关节保护、体重控制）以及高品质蛋白、新鲜/冻干粮的需求依然强劲；此外，由于美国兽医劳动力短缺、诊疗费用高昂，功能粮、保健品等预防性治疗产品增长预期持续走高。

养宠人群代际交替：X世代与Z世代成为新引擎, X世代在 2026 年展现出强大的养宠爆发力增长率超过12%，随着子女长大离家，X世代家庭的宠物拥有量显著增加（多猫、多犬及异宠家庭比例上升）。

消费行为理性分化:尽管经济压力持续存在，但约一半宠物主消费支出没有降低，但更追求“物有所值”。同时，约有 22% 的宠物主在经济压力下主动缩减了非必要开支（如昂贵的宠物服装、非主流玩具）。

美国宠物产品零售市场规模（2021-2031E）



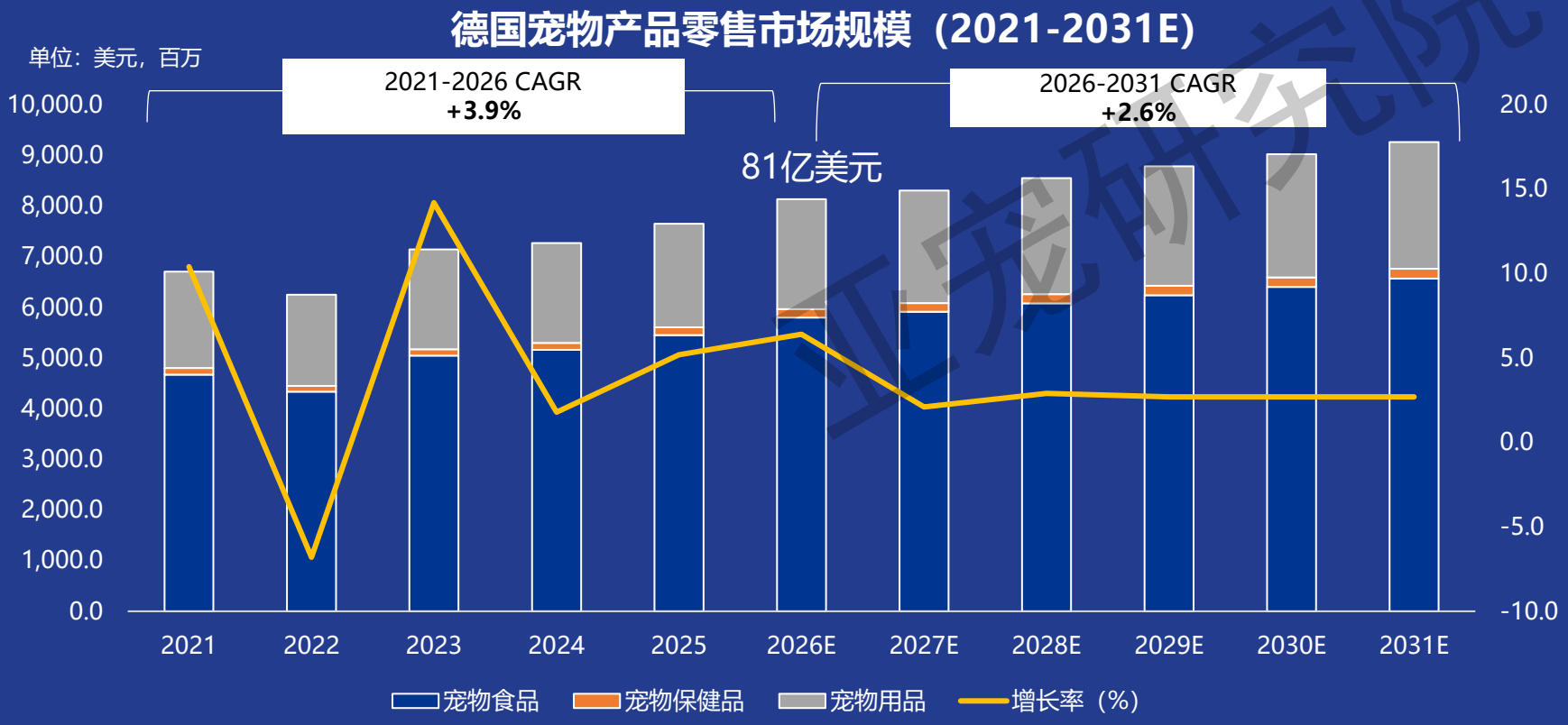
品类	零售额（亿美元）	2026 占比	*21-26 CAGR*	*26-31 CAGR*
整体	**921**	**100%**	**7.3%**	**4.9%**
犬食品	433	47.0%	8.2%	4.8%
猫食品	201	21.8%	10.7%	5.8%
其他宠物食品	14	1.5%	4.0%	2.6%
宠物保健品	58	6.3%	10.7%	11%
宠物用品	215	23.3%	2.8%	2.3%

数据来源：Euromonitor International , 亚宠研究院，APPA, Global Market Insights

亚宠研究院

德国：宠物零售市场规模约81亿美元，年增速6.4%

2026 年德国宠物零售市场规模达 81 亿美元，行业整体增长稳中放缓，2021 至 2026 年市场复合增速 3.9%，预计 2026-2031 年复合增速回落至 2.6%，步入成熟存量增长阶段。
德国宠物市场以“少养精养” 为核心特征，一方面，家庭宠物渗透率小幅下滑至 43%，另一方面，宠物主愿意提升单只宠物消费预算，消费重心全面转向生活品质升级。
品类消费结构上猫食品销售额 29 亿美元，占整体市场 38.5%，未来增速将持续高于犬食品。环保是德国宠物消费最核心准入门槛，宠物主高度看重可持续属性，可生物降解包装、本地有机食材、无残忍（cruelty-free）认证等标签是打开德国渠道的有效条件。此外，宠物保健品成长性最优，2026 年后复合增速可达 3.3%；宠物用品增长平缓，依靠刚需用品稳定扩容。



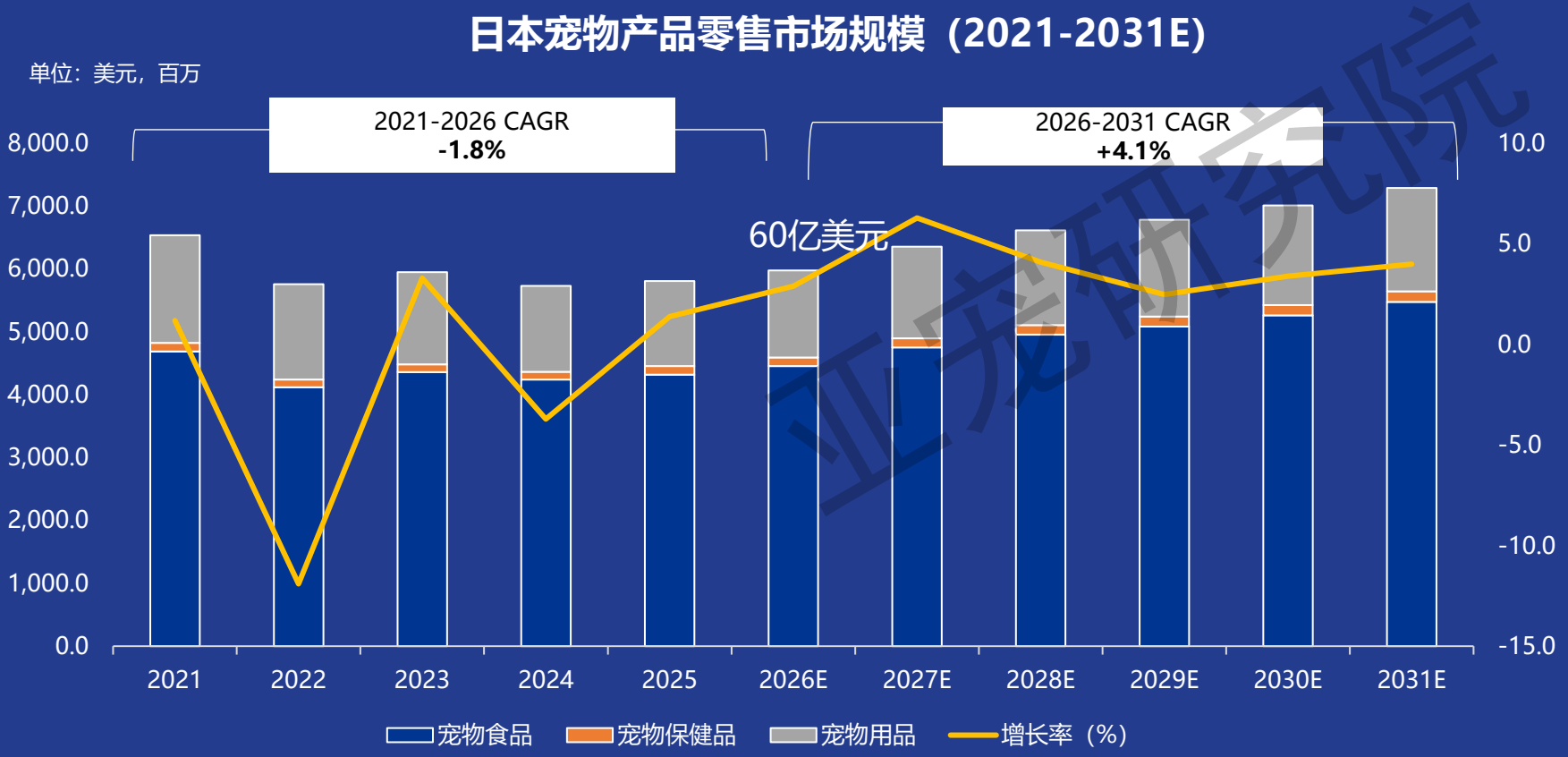
品类	零售额（亿美元）	2026占比	21-26 CAGR	26-31 CAGR
整体	**81**	**100%**	**7.3%**	**4.9%**
犬食品	26	32.1%	4.1%	2.5%
猫食品	29	38.5%	5.2%	2.6%
其他宠物食品	3	3.7%	0.2%	2.2%
宠物保健品	1	1.2%	5.1%	3.3%
宠物用品	22	27.2%	2.7%	2.8%

数据来源：Euromonitor International，亚宠研究院，IVH（德国宠物食品行业协会）、ZZF（德国宠物商业协会）

亚宠研究院

日本：宠物零售市场规模约60亿美元，年增速2.9%

2026年日本宠物零售市场规模预计达到 60 亿美元。2021-2026 年市场整体复合增速为 - 1.8%，人口老龄化、低出生率造成全国宠物总量增长停滞，行业增长依靠消费高端化实现产值上涨。
品类消费结构上2026年猫食品零售额 预期24 亿美元，占整体市场 40.1%，并将长期领跑；宠物用品前期承压明显，未来五年将稳步修复增长。
日本市场拥有鲜明的银发养宠与小户型两大消费底色。宠物寿命逐年延长，老龄宠物慢病养护需求旺盛，肾脏护理、关节保健处方粮、适配老年进食的流质软食热销，叠加日本宠物医疗险普及率高，功能性保健品、处方粮需求稳定。同时城市住房普遍狭小，静音、除臭、节省空间的智能猫砂盆、迷你宠物家居占据主流货架。

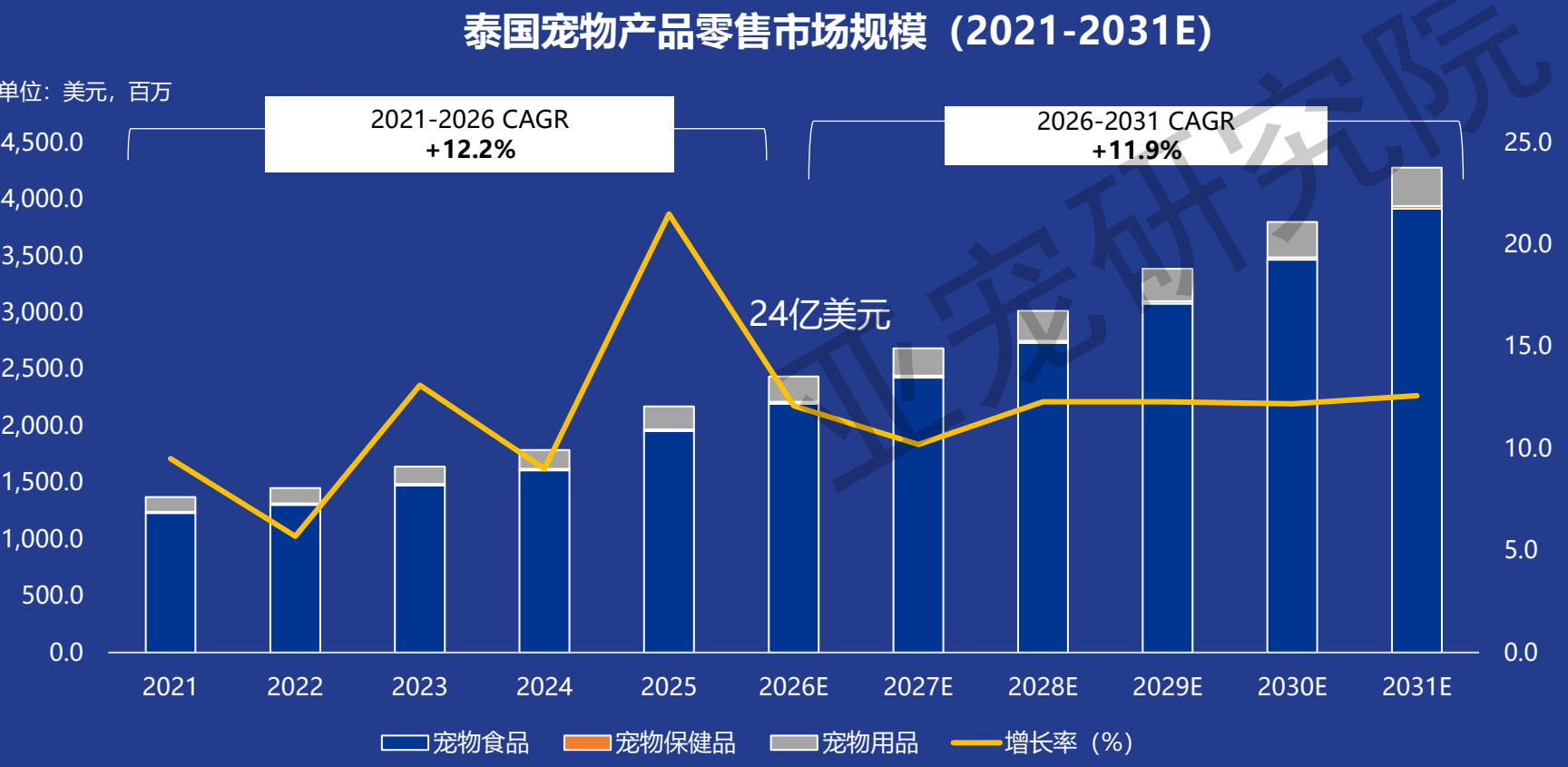


品类	零售额（亿美元）	2026占比	*21-26 CAGR*	*26-31 CAGR*
整体	**60**	**100%**	**-1.8%**	**4.1%**
犬食品	19	31.8%	1.0%	4.2%
猫食品	24	40.1%	0.4	4.5%
其他宠物食品	1.4	2.3%	-2.4%	3.8%
宠物保健品	1.4	2.3%	-0.1%	4.1%
宠物用品	14	23.4%	-4.1%	3.5%

数据来源：Euromonitor International , 亚宠研究院，Fortune Business Insights

泰国：宠物零售市场规模24亿美元，年增速12.1%

泰国是近年来亚洲宠物经济增速最快的国家之一，2026年预期以年增长率12.1%增至24亿美元，且未来五年复合增长率预期仍将高达11.9%。犬食品体量最大，占整体市场 50.2%；猫食品增速优势显著，2021-2026 年复合增长率 16%，是长期核心增量赛道；宠物用品、保健品同样保持高速增长。
泰国消费分层特征十分清晰，曼谷中产偏爱进口高端宠物好物，大众消费者受通胀影响，转向平价中端宠粮。此外，宠物保健品、宠物家具在 2026 年迎来爆发，消费需求走向多元化。



品类	零售额（亿美元）	2026占比	*21-26 CAGR*	*26-31 CAGR*
整体	**24**	**100%**	**12.2%**	**11.9%**
犬食品	12	50.2%	10.3%	10.9%
猫食品	9	37.7%	16.0%	14.3%
其他宠物食品	0.7	2.9%	3.6%	4.6%
宠物保健品	0.2	0.8%	10%	5%
宠物用品	2	8.4%	11.6%	8.7%

数据来源：Euromonitor International，亚宠研究院，Global Market Insights，Morgan Stanley

出海：全球重点区域概览

区域	核心目标国家	重点出口品类	市场核心特征与痛点	准入关键合规要求
北美	**美国、加拿大**	◆食品：宠物零食、冻干粮、功能湿粮（主粮准入门槛高，以 OEM 零食切入） ◆用品：洗护清洁用品、智能用品、猫爬架、宠物玩具、出行用品	成熟存量市场，增速逐步放缓；本土巨头壁垒强；国内企业多代工，自有品牌突围困难；对华贸易关税风险持续抬升	美国：USDA APHIS 监管；FDA 管控饲料安全 加拿大：动物源宠物食品需 CFIA 工厂注册与产品准入
欧洲	**德国、英国、意大利、法国、西班牙**	◆食品：功能性零食、罐头、天然有机宠物食品 ◆用品：可降解环保宠物耗材、木质猫家具、宠物牵引服饰、洗护设备	需求稳定性强；重视可持续、天然概念；东欧为增量蓝海，当前国内布局偏少；碳关税持续抬升传统塑料制品成本	欧盟：遵循《(EC) No 767/2009 饲料法规》、FEDIAF 标准； 英国：独立饲料监管， UKCA
东南亚	**马来西亚、泰国、菲律宾**	◆食品：平价主粮、零食、罐头为主，高端粮主攻都市中产；印尼 / 马来西亚需求清真宠物粮 ◆用品：清洁用品、经济型笼具、猫砂、简易玩具、一次性尿垫	增量核心赛道，中产带动养宠需求爆发；市场分散、各国法规不一；价格内卷严重；智能用品尚处早期培育阶段	印尼 / 马来：Halal 清真认证； 各国独立食品进口备案
东亚	**日本、韩国**	◆食品：高端猫零食、功能性保健零食、小包装、权威背书 ◆用品：精致小型猫用品、猫砂、轻量化宠物家居	精细化喂养偏好突出，猫向产品需求旺盛；消费者对品质、包装、安全标准要求严苛；准入流程繁琐	日本：农林水产省检疫要求；韩国 MFDS 食品登记

亚宠研究院

数据来源：Euromonitor International , 亚宠研究院，公开资料

出海：全球重点国家概览

国家	泰国	菲律宾	越南	马来西亚	新加坡	日本	美国
主要特征	高增速、**电商活力强、社媒活跃**	高增速，线上**以Shopee为代表的电商平台**发展势头强劲	**市场小增速高，品类发展处于早期**，销售以线下为主导，电商刚兴起	增速平稳，**线上渠道**与其他东南亚国家相比份额较高	**高端、成熟、小而精**；消费趋势功能化、精致化	**高壁垒、品牌忠诚度高**；市场成熟、注重品质	全球最大市场，**品类齐全、专业性强**
消费偏好	• **猫宠**偏好 • 追求性价比，青睐更高品质的中价品牌	• 文化因素导致**狗宠**更受欢迎 • 小包装的中低价优质产品是消费趋势	• **新兴养宠群体**增长快 • 城乡消费习惯差异导致产生猫、狗产品分化	• **猫宠**是主流 • 产品本土化适配重要：清真认证、适应热带环境	• 历史政策影响**狗宠**成为主流宠物； • 高端化趋势，功能性、科技性、人性化	• **猫宠**偏好 • 高品质、强背书的高价品牌是消费趋势	• 高端化趋势显著，重视功能、营养 • 朝**“人类级”产品**发展
竞争特点	• 本土品牌有一定占有率 • 市场集中度高，但下降速度快	• 本土品牌竞争力弱 • 当地市场中低端需求仍有空间进入	• 外来品牌占据本地品牌市场主要声量 • 无品牌市场占比超过85%，品牌化空间大	• 市场竞争格局多元，市场接受度高 • 市场集中度上升中	• 本土品牌竞争力不俗 • 市场集中度较低，品牌通过精细化运营和高附加值来争取市场份额	• 本地市场竞争力强；品牌长期沉淀建立品牌信任，格局稳定	• 本土品牌竞争激烈：新兴品牌依托社媒快速崛起，传统品牌通过收购实现品类补位与年轻化转型
进入难度	较低	中等	中等	较高	较高	高	高
企业出海机会点	✓ **供应链灵活、定价性价比高、电商营销能力强**	✓ **抖音/快手等短视频打法成熟、网红合作经验丰富**	✓ **成本控制力强、教育市场经验丰富**	✓ **产品设计国际化、跨文化传播能力提升**	✓ **建立To-C品牌力、适合验证高端/科技成分定位**	✓ **产品功效可靠、包装细节好、性价比打动年轻人**	✓ **切入优势细分赛道（如护肤、工具类），制造能力+价格竞争力强**

业务研究院

行业趋势总结

亚宠研究院

2026宠物行业趋势总结

宠物行业大盘告别粗放规模增量时代，养宠消费需求发生结构性质变，产业进入存量价值重构新周期

供给端：产能博弈，研发破局

- 产能过剩叠加流量内卷，增收不增利常态化
- 头部企业加码研发，资本流向高技术壁垒业态
- 跨行业技术融合加深，食品围绕分阶营养、高适口性、专项功能护理、药食同源不断迭代

需求端：存量重构，价值深耕

- 行业进入常态化低速增长，增长动力转向单客价值深挖与品类结构升级
- 养宠消费跳出基础刚需，向情绪价值、人宠友好等多元新消费场景延伸
- 细分赛道持续崛起：老龄宠物、处方粮、保健品、智能用品、小宠异宠迎来增长机会

研发端：AI助力技术迭代，功能突围

- AI科技商业化落地提速，支撑犬猫天性、分阶喂养、肠道健康、行为习性等细分基础研究，
- 人类健康领域成熟技术跨界转化，跨界企业持续为行业补充研发力量
- 国产替代深化，国产品牌凭借供应链与研发力抢占中端市场并不断渗透高端品类

市场端：渠道扩容，场景创新，全域共生

- 线上渠道占比持续走高，内容电商、即时零售、AI 推荐驱动渠道迭代
- 头部企业产能出海、海外并购并行，对冲国内市场竞争压力
- 多行业跨界打造宠物友好场景，宠物经济不断拓宽边界

宠研究院

鸣谢与预售

鸣谢支持

petfair asia 亚洲宠物展览会

炼丹炉 huo1818.com

EUROMONITOR INTERNATIONAL

顽皮 WANPY

比乐 BILE

Myfoodie 麦富迪 BARF 霸弗

伯纳天纯 Pure Natural

汉维宠仕 Hanvet Pet Health 专业宠物药 | 世界放心用

路斯 SOFT HEART

俊宝俊喵 GIMBORN 源自1855 德国专业营养

EQUILIBRIO TOTAL 英派特

GiGwi

卫仕 NOURSE

BELCANDO 贝尔加多 DOG FOOD

LEONARDO 小李子 CAT FOOD

天净猫砂 NEO CLEAN

petzmall 派摩

EETOYS 宜特

honeycare 好命家

Jv San Bernard 伊珊娜

SoulMate FOR PETS WITH TASTE 思慕特

Holistic HEALTH EXTENSION All the ingredients for a healthy life. 维采康延

SALMO PET PURE NORWEGIAN SALMON OIL 鲑宠优

CHNCEPET 钱宠

MOJO 魔球

yeepet

宠保Y家

UG 优基

亿沃 EVOLVE

小沐 XIAOMU

简粒®

KUDI

富士樱® Soulpet

Cator 喵彩

banxian 搬鲜

PURRY 派锐 宠物美护清洁

三又二分之一

OMARURU!

Mango® 蛮果宠物

欢羽™Chipper

K® 开元

手养日记® Sooyum

ZOOLIN® 卓尔林

Tafit它适®

TEEWY 萃微益

carcool® 卡酷宠物

carno卡诺®

Yoosopet



JOVIYO

DR BUNNY® 兔博士®

HSBG-REPTILE

新派宠物 NEWPET

REPTI ZOO

报告声明

本报告为2026简版蓝皮书，数据做了脱敏处理，完整纸质版蓝皮书更具体！更细节！更翔实！

本报告中所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

本报告中的市场调研数据受样本和调研时间的影响，该数据仅代表调研时间段内和人群的基本情况。对于本报告中来自公开资料整理的信息， apa亚宠会对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。蓝皮书为宠物行业的深度研究报告，只提供给用户作为行业内部流通资料使用，对该报告的数据和观点不承担法律责任。

本报告版权为apa亚宠会所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。如征得apa亚宠会同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“apa亚宠会”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

apa亚宠会出品，转载请标明出处；禁止商用转载，违规转载法律必究。

炼丹炉能够帮助宠物企业做什么？

炼丹炉

市场洞察

T+2日度级电商数据更新
跨平台跨类目验证市场机会

新品开发

商品颗粒度精确至**属性、评价**等
打造宠物行业专属热点标签矩阵

竞争分析

覆盖**全网5w+宠物品牌**
拆解竞对运营动作及投放策略

市场调研

AI智能分析消费者评论
精准提炼养宠痛点及宠物偏好

部分合作宠物品牌

LORDE里兜 · pidan · 比乐 · 比瑞吉 Bridge PetCare · 柒哦 · Join Pets · 伯纳天纯 · Elite伊丽宠具 · Stella & Chewy's · 诚实一口 HONESTBITE · Seek · 佰萃 · PET STAR

扫码添加客服
免费试用

亚宠研究院X炼丹炉2026联合发布





扫码下载报告







apa亚宠会介绍

亚宠会成立于2019年，是亚洲宠物行业的协会、学会、企业和相关人士共同发起的创新型平台。我们联合亚洲宠物市场，聚焦中国宠物行业，致力于为亚洲宠物行业树立规范，促进行业增长与健康发展；协助公共部门向消费者传递正确的养宠观念，为宠物提供安全与健康的生活方式；助力宠物零售业发展，连接全球商源，提供教育和社交服务，引领亚洲宠物行业的未来。

联系我们

官网：www.apaworldwide.com.cn

电话：021-6195-3577

邮箱：apai@apaworldwide.com.cn

地址：上海市静安区南京西路1333号上海展览中心商务楼

2026蓝皮书完整版
预售与说明