嘉世咨询

MARKET ANALYSIS

宠物清洁用品行业简析报告

2026

THE BRIEF MARKET ANALYSIS REPORT ON PET CLEANING SUPPLIES

MCR

版权归属上海嘉世营销咨询有限公司

商业合作/内容转载/更多报告

扫码加入
宠物行业交流/会员群

宠物行业学习+圈子群

深度关注宠物圈，推荐加入杨Sir会员



1、暗号“001”宠物行业交流群

2、暗号“999”宠物行业会员群

注：两群都可加入

发送暗号发你对应入群方式

关注公众号【**杨Sir宠物圈**】关注更新

报告摘要

Report Summary

受益于养宠理念由“看护”向“情感伴侣”的拟人化升级，中国宠物清洁用品市场迎来精细化与品质化转型。2025年市场规模已达197亿元，预计2026年升至221亿元，并于2030年突破300亿元。行业整体已跨越早期粗放增长阶段，全面进入由存量客单价提升和结构性品质升级驱动的稳健扩容期。

品类结构呈现显著的分化特征：猫砂、尿垫等环境消耗品构成了高频刚需的现金流基本盘；身体洗护与五官清洁产品凭借护肤级与医用级配方占据高毛利高地；智能猫砂盆与烘干箱等设备则成为拉动赛道高端化的核心引擎。产业链上下游中，上游加速向绿色生物科技演进，中游竞争格局极度分散，日化跨界巨头与本土龙头正依托供应链与产品创新重塑竞争壁垒。

未来，社交内容电商的爆发与智能设备的下沉将进一步释放消费红利。然而，行业依然面临低门槛引发的价格战内卷、核心配方研发薄弱以及监管标准滞后等挑战。具备底层技术专利、绿色环保资质与全域情绪价值塑造能力的品牌，将在新一轮产业洗牌中脱颖而出。

数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

01. 宠物清洁用品的定义与产品分类

- 宠物清洁用品是指专用于清洁宠物身体各部位（如毛发、口腔、耳部、脚爪）以及维护宠物生活环境卫生的各类消费产品与设备。随着现代家庭中宠物角色从“看护工具”向“伴侣”与“亲人”发生根本性转变，宠物清洁用品的基础功能已经从早期单纯的去污去垢，快速迭代为兼具清洁、除臭、抑菌、深层护理及预防特定疾病等多重功效的综合性产品体系1。该细分赛道的崛起，标志着中国宠物消费市场正从满足基本生存需求的粗放型喂养阶段，向追求健康与人宠共居生活品质的精细化、科学化阶段迈进。
- 基于专业市场研究的分类标准与消费场景的差异，宠物清洁用品可系统划分为三大核心品类：宠物身体及面部清洁护理用品、宠物环境清洁及消耗品、宠物智能清洁设备与物理辅助工具。

宠物清洁用品的主要分类

宠物身体及面部清洁护理用品

该品类直接作用于宠物皮毛与五官，是市场渗透率最高、复购周期稳定的细分领域。具体细分为通用型与功效型宠物香波/沐浴液、护毛素、免洗清洁泡沫；针对面部及五官特征开发的泪痕清洁湿巾、滴耳露、洗眼液、洁齿水与口腔喷雾；以及用于局部护理的护爪膏与洁足泡沫等。



宠物环境清洁及消耗品

该品类主要解决宠物排泄及高密度室内居住环境引发的卫生与异味痛点。涵盖了各类材质的猫砂、宠物一次性卫生尿垫、宠物纸尿裤、便携拾便袋等高频消耗品，以及专用于宠物环境的生物酶除臭剂、环境消毒液、除菌除螨喷雾等。



宠物智能清洁设备与物理辅助工具

随着物联网与微电子技术在宠物家居场景的渗透，该品类呈现出显著的客单价提升与消费升级趋势。涵盖了智能全自动猫砂盆、智能宠物烘干箱、活氧除味净化器、专研宠物空气净化器，以及传统的修毛刀、除毛梳、宠物指甲剪等物理清洁工具。



数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

02. 宠物清洁用品的行业发展历程

- 中国宠物清洁用品行业的发展轨迹，与国家宏观经济的腾飞、人口家庭结构的变迁以及城市化进程高度协同。从产业生命周期的角度进行深度剖析，该行业经历了从无到有、从低端代工到自主品牌崛起的四个关键演进阶段。

宠物清洁用品的发展历程

萌芽探索期

- 中国宏观政策对城市养犬实行严格的限制乃至禁止，宠物经济尚未形成规模化产业。
- 1980年相关部门发布的《家犬管理条例》标志着政策层面的规范化起步，但社会大众对宠物的认知仍停留在“看家护院”的实用属性上。
- 在这一漫长的萌芽期，专业的宠物清洁用品几乎处于市场空白状态，消费者多使用人类的肥皂或洗发水替代洗护，专业级的宠物洗护概念处于萌芽阶段。

1980-2003

产业启动期

- 伴随2003年北京等地《养犬管理规定》的出台，政策从“禁止”向“限制与规范”过渡，国际成熟宠物品牌相继进入中国市场，引入了科学养宠与专业洗护的理念。
- 在这一时期，国内长三角、珠三角等制造业发达地区涌现出首批宠物清洁用品代工企业，开始承接海外品牌的OEM/ODM订单。
- 宠物香波、宠物尿垫等基础产品开始在线下花鸟市场和早期的独立宠物店流通，中国宠物清洁行业的底层供应链雏形由此确立。

2003-2010

高速发展期

- 互联网与数字经济的爆发为宠物行业注入了强劲动力。电商渠道爆发使宠物清洁用品打破了线下渠道限制，实现了销量的指数级跨越。2013年《宠物用清洁护理剂》等行业标准出台，推动了市场的规范化运作。
- 国内资本开始密集布局该赛道，依依股份、天元宠物等产业链龙头相继登陆资本市场。
- 产品供给端实现大爆发，除臭技术以及智能硬件技术开始大规模跨界应用于宠物清洁领域。

2010-2023

稳健扩容与品质升级期

- 行业已跨越了依靠流量红利野蛮生长的阶段，全面进入高质量发展的稳健扩容期。
- 市场增长的核心驱动转向单只宠物客单价与精细化复购率提升。
- 消费者对清洁产品的成分安全性、功能细分化以及环保可持续性提出了前所未有的高要求。
- 日化与医药巨头的跨界入局，进一步加剧了中高端洗护市场的研发内卷，推动行业向医疗级、护肤级方向演进。

2023至今

数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

03. 中国宠物清洁用品行业的驱动力分析（PEST）

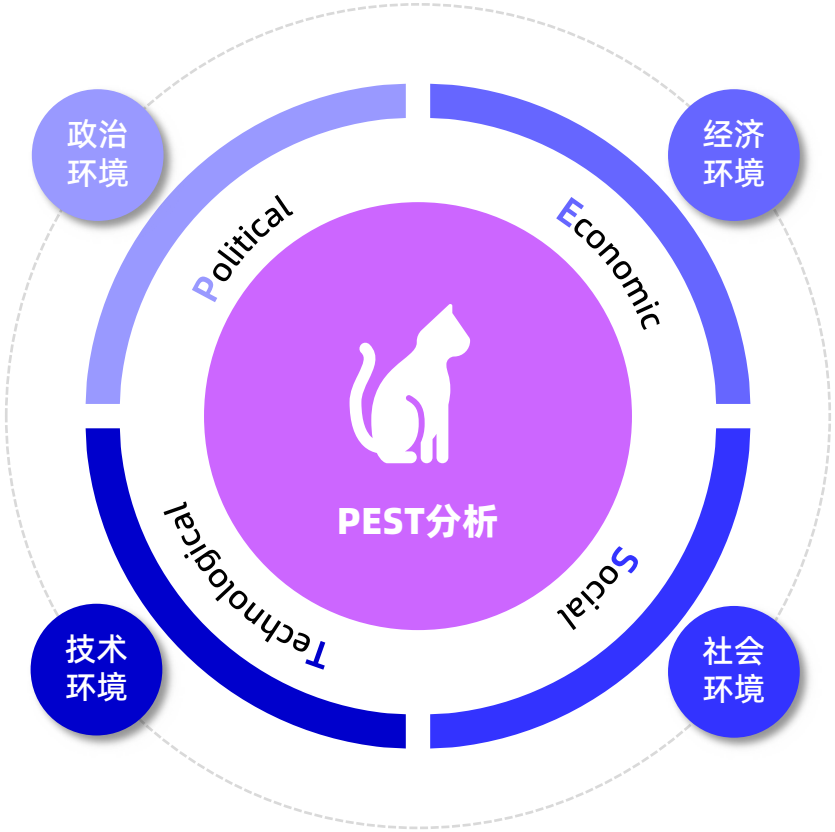
- 宠物清洁用品行业的持续扩容，并非单一要素的突进，而是宏观环境多重利好因素产生共振的结果。通过PEST（政治、经济、社会、技术）分析模型，可以深度洞察推动该细分市场蓬勃发展的内在底层逻辑。

政策规范扶持，优化行业发展环境

1. 行业标准逐步完善，整治市场乱象，规范宠物洗护产品生产经营
2. 多地出台宠物产业与跨境电商扶持政策，提供土地、税收、物流支持
3. 政策助力本土供应链升级，赋能宠物清洁代工品牌开拓海外市场

社会结构变迁，催生新型养宠需求

1. 独居、少子化、老龄化加剧，激发宠物情感陪伴需求
2. 拟人化养宠观念普及，消费者愈发关注宠物健康与家居卫生
3. 年轻群体成为养宠主力，拉动高端功能型宠物清洁产品需求



消费能力上行，筑牢行业需求根基

1. 居民收入稳步提升，推动精细化养宠消费持续发展
2. 国内宠物消费市场规模扩容，清洁护理为养宠高频刚需品类
3. 国内制造业具备成本优势，宠物清洁产业链拥有较强抗风险与议价能力

跨域技术融合，创新升级产品形态

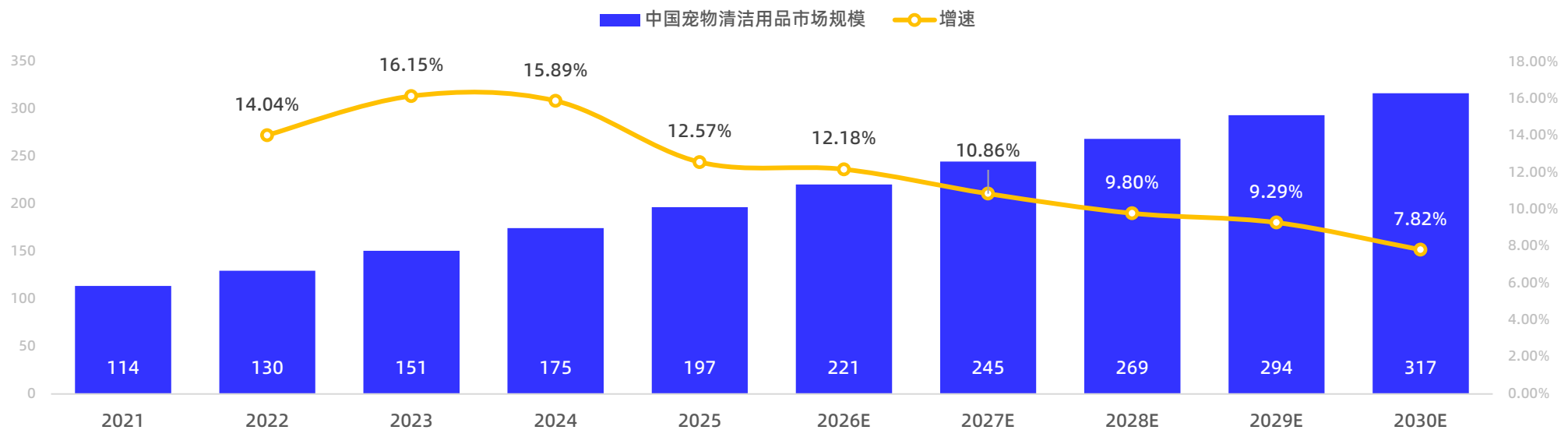
1. 生物化工技术成熟，研发温和原料，实现安全长效除臭护理
2. AI、物联网等技术落地，推动智能宠物清洁硬件产品不断涌现
3. 多领域技术融合创新，提升产品溢价，优化养宠清洁体验

数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

04. 2021-2030年中国宠物清洁用品市场分析

- 基于行业历史数据回溯、重点企业的营收表现，结合对未来宏观经济指标与养宠渗透率的推演，中国宠物清洁行业市场规模目前正处于稳健扩容与结构性升级并存的黄金期。数据表明，2025年中国宠物清洁行业市场规模已达197亿元，预计2026年将达到221亿元，同比增速维持在12.18%的高位，整体赛道正展现出极强的成长确定性。
- 在市场规模增长的内在逻辑推演上，2021年至2024年期间，受线上电商渠道深层渗透、年轻养宠群体红利集中释放以及智能清洁设备初次普及的驱动，行业保持在14%至16%的高速增长区间。步入2025年之后，随着一二线城市犬猫保有量增速逐渐放缓，市场增量将更多依赖于存量市场的客单价提升、高附加值洗护产品的渗透以及下沉市场的逐步开拓。因此，同比增速将遵循产业发展规律，逐渐平滑回归至7%至12%的稳健成熟增长区间。预计至2030年，中国宠物清洁用品市场规模将突破300亿元大关。

2021-2030E中国宠物清洁用品市场规模（亿元）及增速（%）



数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

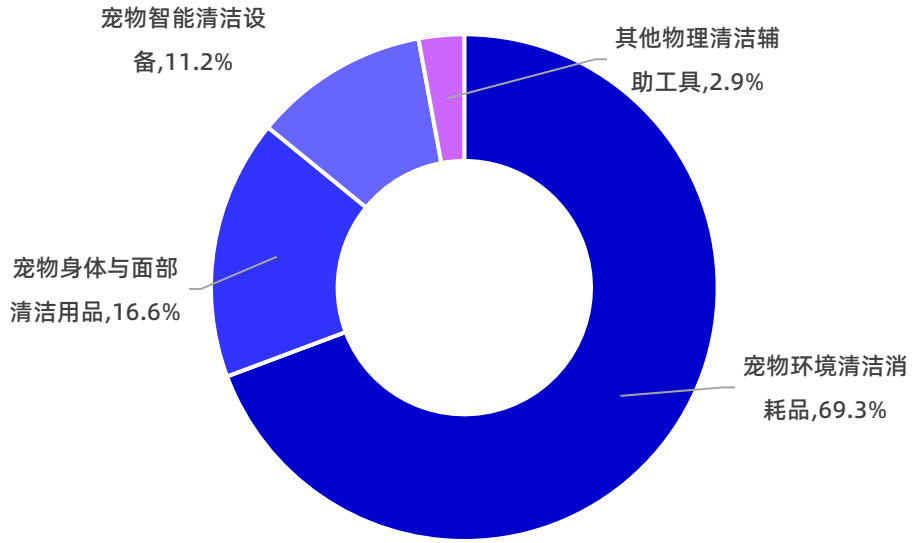
05. 2025年中国宠物清洁用品市场规模细分品类结构及分析

- 在2025年中国宠物清洁用品197亿元市场大盘中，细分品类呈现出显著的结构性分布差异。各品类的市场份额占比，直接映射了消费者的购买频次、产品的客单价属性以及日常养宠核心痛点的分布情况。
- 通过对品类结构数据的深度剖析可以得出，高频消耗品构成了宠物清洁市场的绝对现金流基本盘。猫砂与一次性尿垫等产品的销售体量，决定了行业整体的规模底座。然而，这类产品因生产工艺透明，同质化极为严重，品牌极易陷入微利的价格战泥潭。相比之下，宠物身体及面部清洁液品类拥有更高的毛利空间与配方壁垒，是品牌建立消费者心智、实现差异化竞争的战略高地。此外，值得高度关注的是智能清洁设备板块，虽然目前总体占比约为11.5%，但其年均增速远超行业大盘，正成为拉动整个宠物清洁赛道向高端化跃升的核心结构性增量。

各类宠物清洁用品细分市场特征

品类类别	核心代表产品矩阵	细分品类结构分析与增长驱动因子洞察
宠物环境清洁消耗品	各类猫砂、一次性卫生尿垫、纸尿裤、除臭喷雾	• 具备绝对的高频刚需特性，猫砂与尿垫复购率极高 • 多猫家庭比例的增加拉动了环境消耗品的吨级需求，占据市场绝对主力地位
宠物身体与面部清洁用品	香波沐浴液、免洗清洁泡沫、泪痕湿巾、洁耳液	• 拟人化养宠推动功能极致细分 • 宠物湿巾及五官局部清洁液快速放量，毛利率在各品类中位居前列
宠物智能清洁设备	智能全自动猫砂盆、智能烘干箱、除味净化器	• 客单价极高，有效释放年轻消费者的时间成本 • 市场渗透率正处于快速爬坡期，是拉升行业客单价的核心引擎
其他物理清洁辅助工具	修毛刀、除毛梳、宠物指甲剪、环境消毒袋等	• 属于基础耐用品，复购率偏低，市场竞争格局相对固化，主要依靠人体工学设计创新或与知名IP联名来获取有限的品牌溢价

2025中国宠物清洁用品细分品类占比



数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

06. 中国宠物清洁市场明星品类与需求差异分析

- 在整体市场扩容的宏观背景下，部分细分品类凭借精准直击消费者痛点、填补特定场景空白，展现出远超大盘的爆发式增长潜力。同时，犬系与猫系宠物在生理特征、生活环境及行为习性上的巨大差异，导致了清洁市场需求的高度分化，要求品牌方必须实施高度定制化的产品战略。

市场新宠：三大高增长明星品类



便捷清洁：轻量化场景刚需

- 宠物湿巾与免洗泡沫顺应“带宠出行”与“精细化居家”趋势，预计2028年湿巾市场规模将突破120亿元，成为高频消耗的核心品类。



精准护理：从“改善”到“刚需”

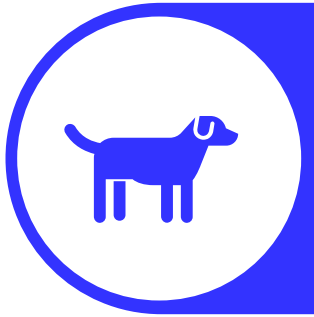
- 洁耳、口腔等部位的专用护理液需求爆发，电商销售额同比增长超40%，正从“进阶消费”下沉为养宠日常的基础健康需求。



生物除臭：根源解决异味难题

- 通过生物酶分子级降解异味源，而非传统香精遮盖，有效解决室内养宠异味痛点，成为多宠家庭与小户型养宠的必备单品。

需求分化：犬猫清洁的核心差异

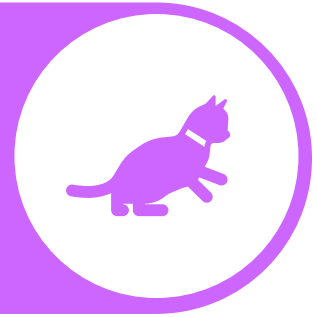


犬类：户外重度洗护

- 聚焦外出后的去污、驱虫与足部清洁，大容量、功能性沐浴产品是消费主流，强调“深度清洁与防护”。

猫类：居家环境除臭

- 侧重免洗清洁、浮毛处理及猫砂除臭，对产品的气味、安全性有极致要求，更关注“低刺激与环境友好”。



数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

07. 宠物清洁用品行业产业链拆解及趋势分析

- 宠物清洁用品行业已经发展成为一条壁垒分明、高度协同的完整产业链。从上游的精细化工与基础材料供应，到中游的产品配方研发与品牌制造，再到下游的全渠道分销与履约服务，产业链各环节的利润分配机制与底层技术迭代，直接决定了行业的竞争格局与未来走向。

宠物清洁用品产业链各环节构成、职责分工与核心趋势

	上游产业链 原材料与基材供应	中游产业链 品牌运营与生产制造	下游产业链 渠道分销与终端触达
核心参与主体与产品构成	• 表面活性剂厂、香精香料厂、植物提取与生物酶制剂企业 • 无纺布、SAP高分子树脂及塑料包材制造商。	• 各类宠物洗护液、环境消耗品及智能设备制造商 • 品牌商与ODM/OEM代工厂	• 综合电商（天猫、京东）、内容电商（抖音、小红书） • 线下连锁宠物医院与专业洗美宠物店
环节核心职责与价值创造	• 提供化学与生物功能原料及包装基材 • 确保原料批次质量的绝对稳定性、降低大宗采购成本，配合中游进行环保配方的底层研发	• 代工厂负责规模化、标准化及降本增效的生产交付 • 品牌商承担产品定义、配方微创新、全域市场营销与品牌无形资产的沉淀	• 建立消费者认知，缩短从种草到购买的触达链路 • 提供高效的物流履约服务、售后保障及线下的深度体验场景
行业现状特征	• 产能充足且充分竞争，传统硫酸盐表活与普通塑料包材利润极薄，高度依赖规模效应。	• 市场集中度极低，代工模式盛行导致产品外观与配方同质化严重，价格战频发。	• 线上渠道占据绝对主导地位，大促节点是囤货主力；线下门店盈利能力受人工成本制约。
未来发展趋势	• 具备独家植物萃取专利或新型复合生物酶菌株规模化发酵能力的供应商，将掌握产业链的上游核心定价权与高溢价。	• 呈现“哑铃型”分化：一端是具备极强成本与全球交付能力的超级供应链巨头愈发稳固；另一端是深耕细分功效的独立品牌脱颖而出，纯贴牌白牌面临出清。	• 线上线下边界模糊，线下门店将从“货架零售”转变为“高端体验与专业医疗服务场景”；同城即时零售（O2O）将重塑高频消耗品的履约体验。

数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

08. 上游环节：核心供应商及技术与供应链发展趋势

上游原材料的技术路线选择与大宗采购成本的波动，是决定中游宠物清洁用品安全性、临床功效以及终端零售售价的基石。在精细化、拟人化养宠的强力驱动下，上游供应链正在经历一场从“廉价工业化工”向“绿色生物温和”的技术革命。

宠物清洁用品上游供应链三大核心技术趋势

1 技术革命

从化工到生物的跨越

- 行业正从传统“工业化工”向“绿色生物”转型，以满足精细化养宠需求。
- 通过引入天然植物萃取与生物发酵技术，从源头提升产品的安全性与温和性，彻底告别高刺激化学添加的旧模式。

2 核心升级

温和表活与生物酶除臭

- 表面活性剂全面升级为氨基酸与植物源APG，替代强刺激的硫酸盐类。
- 异味控制技术革新，利用复合生物酶从分子层面降解异味源，而非简单的香精遮盖，更安全且长效。

3 绿色未来

全链路可持续供应链

- 响应全球环保号召，植物基可降解无纺布成为耗材主流。
- 包装端大幅减少一次性塑料使用，采用可回收或生物降解材料。绿色供应链不仅是合规要求，更是品牌价值的核心体现。

数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

09. 中游环节：市场核心圈层与核心竞争力要素

- 目前，中国宠物清洁行业的市场集中度处于极低水平，企业规模普遍偏小，且消费者对单一品牌的忠诚度较弱。行业权威数据显示，全国涵盖宠物用品及医疗领域的CR10（前十大企业市场占有率）仅约为11.4%，没有任何单一品牌的市占率能够突破绝对的垄断优势阈值。在充分竞争的态势下，市场可清晰划分为三大核心圈层：跨界日化品牌与资深国际品牌、本土资深宠物用品品牌、新兴D2C品牌与长尾白牌代工厂。

中国宠物用品市场三大核心圈层

跨界日化品牌与资深国际品牌

- 主要玩家：联合利华、华熙生物、朝云集团、玛氏皇家等
- 核心特征：依靠在人类个护日化或专业宠物食品领域积淀的庞大柔性供应链、充沛的研发资金池及不可撼动的品牌势能，对宠物清洁赛道实行降维打击，占据高端价格带。

本土资深宠物用品品牌

- 主要玩家：依依股份、天元宠物、佩蒂股份等
- 核心特征：发展早期依靠承接海外大客户的OEM代工订单，积累了极其庞大的产能基础与严苛的品质管控经验。当前，这些企业正依托成本优势大力孵化自有品牌，在中端市场展现出强劲的渗透力。

新兴D2C品牌与长尾白牌代工厂

- 主要玩家：数量庞大的初创品牌企业及工厂直销店铺
- 核心特征：它们主要通过主打单一细分功效或依靠极致性价比，在抖音、小红书等社交电商渠道进行流量采买，寻找生存空间，但生命周期普遍较短。

宠物清洁用品市场核心竞争力要素矩阵

	供应链规模与极致成本控制力	研发创新与底层配方专利壁垒	全域营销网络与消费者情绪价值占领
适用产品品类与战略意义	• 针对猫砂、一次性尿垫等高频消耗品。 • 此类产品利润空间极薄，对价格极度敏感。	• 针对洗护液体、滴耳液及高端生物除臭剂。 • 核心在于成分配方的临床有效性及生物安全性验证。	• 适用于全品类，尤其是在产品成分同质化严重的背景下。
竞争壁垒构建路径	企业必须拥有自建的重资产规模化产能或极强的上游集中采购议价能力，方能通过规模效应摊薄单位固定成本，从而在不牺牲质量的前提下抵御残酷的价格战风险。	跨界引入人类医疗或高端护肤级成分，取得第三方权威机构功效认证或独家专利，从而实现从“产品销售”向“解决方案”的品牌高端化溢价跨越。	品牌需具备强悍的情绪价值共鸣塑造能力。通过热门IP深度联名、权威兽医KOL专业背书以及高辨识度的视觉包装设计，精准切入特定细分圈层，实现从前端流量收割到后端私域复购的商业闭环。

数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

10. 中游环节：代表性品牌竞品分析矩阵

- 在竞争激烈的中游环节，跨界品牌、外资品牌与本土品牌凭借各自的资源禀赋，形成了差异化的竞争策略。以下选取了四个典型代表品牌（跨界品牌：倔强的尾巴；外资品牌：Pet Esthe 贝特爱思；本土品牌：PIDAN 彼诞、乐事宠 Hushpet），从品牌定位、产品、技术与渠道四个维度构建竞品分析矩阵。

	倔强的尾巴	Pet Esthe 贝特爱思	PIDAN 彼诞	Hushpet 乐事宠
	跨界品牌代表-朝云集团旗下	外资品牌代表-日本美丽多	本土品牌代表-PIDAN STUDIO	本土品牌代表-依依股份旗下
品牌定位	中端及偏高端宠物护理品牌，依托母公司日化基因实行降维打击。	日本高端宠物沙龙级护肤与SPA洗护品牌，强调极致体验。	中高端猫咪日常用品及文化品牌，主打独特审美与差异化设计。	专业高品质宠物一次性卫生护理品牌，主打健康守护与环保理念。
产品优势	主打环境除臭、除菌及宠物洗护用品，背靠母公司强大的柔性日化供应链，产品性价比高且更新迭代极快。	以修复毛发真色彩及低刺激SPA香波闻名，细分产品线极强。	爆款混合猫砂常年霸榜，雪屋猫厕所等智能/物理产品兼具高颜值与强实用性。	涵盖宠物尿垫、环保竹浆宠物尿裤等高频消耗品，针对细分场景推出隐血显示尿垫等创新高附加值单品。
技术优势	共享母公司在家居清洁与香氛领域的底层研发技术，主打天然植物提取与高效生物除臭技术，成分安全性高。	采用温和低刺激的绿色表面活性剂，配合丝蛋白与迷迭香提取物，舔舐极度安全且实证功效强。	独创的活性炭复合除臭技术及科学的猫砂吸水结团配比，有效解决多猫家庭粉尘与异味的核心痛点。	掌握高分子吸水树脂（SAP）高效锁水技术与微孔防漏核心工艺，同时在植物基可降解材料应用上处于行业领先。
渠道优势	拥有极强的电商团队运营能力，并能高度复用母公司在家清领域的庞大分销网络。	深耕线下专业宠物美容沙龙与高端宠物医院体系，近年来通过跨境电商和口碑营销逐步渗透中国高端消费圈层。	线上线下全渠道布局完善，通过内容营销、亚文化周边及多方IP联名迅速破圈，以D2C模式触达全球消费者。	依托母公司全球领先的OEM产能规模，具备极致的成本优势；同时大力布局抖音、小红书等内容电商直触年轻消费群体。

数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

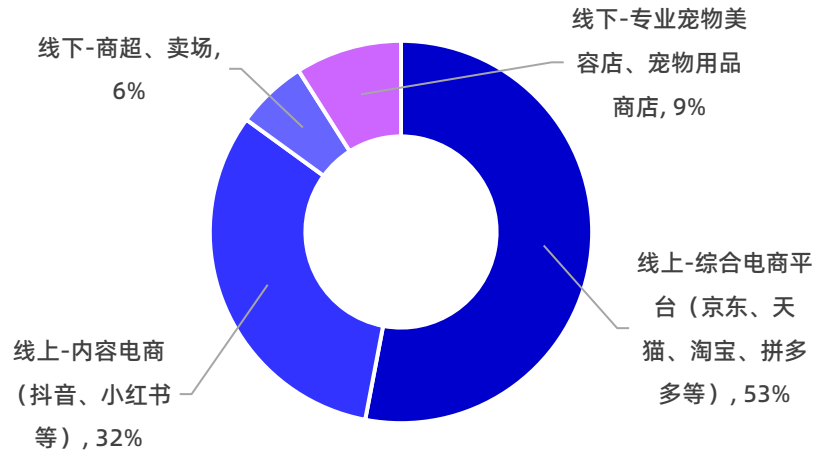
11. 下游环节：核心购买人群画像、痛点与渠道偏好

- 中国宠物清洁用品的核心决策人群呈现出极为鲜明的年轻化、高学历与女性主导特征。大数据监测表明，90后与00后已成为中国养宠大军的绝对主力，两者合计占比高达56.7%，其中90后占46.6%，00后占10.1%。这部分核心人群多集中在一二线高线城市，具备良好的教育背景与独立的可支配收入。在他们的价值观中，宠物已成为不可或缺的家庭成员与情感纽带。他们对新产品、新概念的接受度极高，并且愿意为宠物的高品质生活支付情感溢价，不仅要求居家环境绝对无异味，更追求宠物外在的精致与身心健康。
- 在日常繁琐的养宠清洁场景中，消费者面临的最大痛点高度集中于“成分安全性疑虑”与“清洁及除味的不彻底性”。人工操作不专业极易导致宠物产生强烈的应激反应甚至物理损伤；传统低端清洁剂无法从根源降解尿渍，导致长效异味难以清除；而劣质化学添加剂更可能引发宠物皮肤红肿过敏，甚至因自我舔舐导致中毒。
- 现代年轻宠物主的信息获取高度依赖于线上内容社区生态（如小红书、抖音、B站）。专业的兽医KOL科普、达人真实测评对比以及普通用户的开箱反馈，构成了他们建立品牌认知与信任的核心信息源。 在最终的交易履约渠道方面，线上综合电商平台依然占据绝对的主导地位。与此同时，新兴的短视频与直播带货渠道（如抖音）增速最为迅猛，通过直观展示产品瞬间除污、极速结团或去味的震撼视觉效果，短视频渠道极大地刺激了消费者的冲动性购买欲，已成为爆款单品孵化的最核心阵地。

消费者购买宠物清洁用品的主要决策因素

1. 成分安全性与低敏温和度
2. 真实的临床功效表现
3. 气味偏好与人宠共适性

2025年中国市场宠物清洁用品购买渠道结构

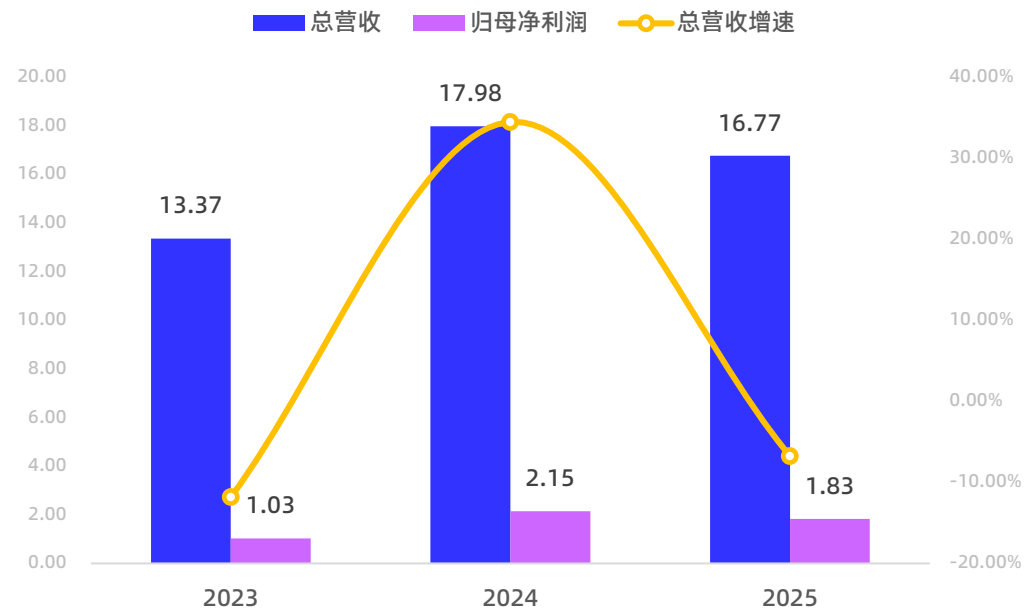


数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

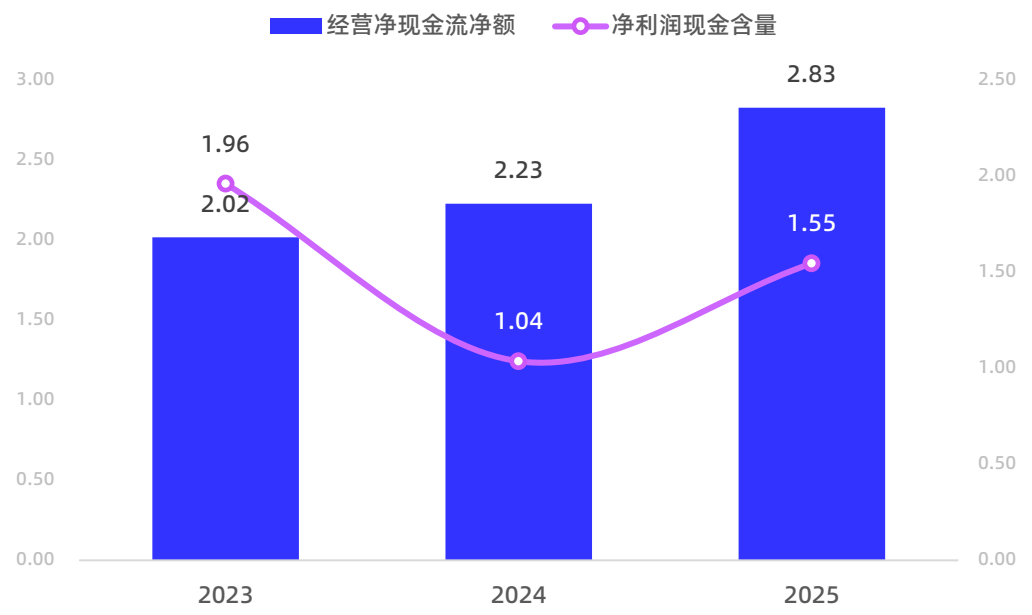
12. 全球宠物清洁用品代工龙头：依依股份

- 依依股份深耕宠物一次性卫生护理用品二十余载，凭借极其强大的柔性产能基础与极速交货能力，连续多年稳居该细分行业出口量第一名。其宠物一次性卫生护理用品的出口额占国内海关同类产品出口总额的比例常年维持在近40%的高位。公司的核心主打产品包括高分子宠物尿垫与高吸收宠物尿裤。在技术层面，公司不仅在吸水锁水性能与防漏微孔设计上具备全球领先水准，更前瞻性地研发推出了隐血显示尿垫、天然竹浆环保抑菌尿裤等多款高附加值功能型创新单品，构筑了超千种SKU的完善应用体系。
- 根据公司近年发布的公开财报数据，依依股份在面临复杂多变的国际宏观贸易环境时，展现出了极强的战略定力与卓越的现金流管理能力。面对近年来地缘政治不确定性加剧，公司主动优化供应商结算节奏以控制风险。虽账面利润微降，但经营性现金流量净额大增27.51%至2.84亿元，毛利率提升至19.93%，资产质量极度健康，在全球宠物清洁用品市场中展现出极强的韧性。

2023-2025年依依股份总营收（亿元）、总营收增速（%）及归母净利润



2023-2025年依依股份经营性现金流净额（亿元）及净利润现金含量



数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

13. 宠物清洁用品行业未来发展的核心机遇

智能清洁设备的下沉与技术普惠红利

随着人工智能算法、高精度传感技术及微型电机制造工艺的规模化降本，智能全自动猫砂盆、智能温控烘干箱等动辄数千元的大件清洁设备，其底层制造成本正迎来大幅下探。这种底层技术的普惠化将打破以往仅一线城市高收入人群消费的绝对壁垒，推动智能清洁产品向更广泛的三四线城市下沉市场及年轻大众养宠群体加速渗透，有望在未来五年内创造出数十亿的新增量市场。

01

“拟人化”驱动的全场景细分与功效高端化

消费者已深刻将宠物视为自身生活方式与情感的延伸，这必然要求产品供给不能再局限于基础的去污除臭。针对不同毛发颜色（如白毛物理增亮）、不同部位（眼部除泪痕、口腔抑菌修复）、甚至不同生命周期（老年宠物防脱发与皮脂腺修护）的专研洗护产品，蕴含着巨大的商业溢价空间。品牌大胆跨界引入人类高端护肤级的透明质酸、神经酰胺等成分，将引领新一轮宠物洗护的高端化消费狂欢。

02

绿色环保与可持续材料的全球化出海机遇

在全球加速推进碳中和目标与各国相继出台限塑令的宏观背景下，环保型宠物清洁用品迎来了历史性的爆发节点。采用天然植物竹浆纤维、可完全生物降解的尿垫及无纺布包装材料，以及提取自天然无毒植物的去味精华，不仅完美契合当下国内年轻人群崇尚的绿色消费理念，更是本土OEM/ODM厂商突破欧美市场日益严格的环保贸易壁垒、获取海外高端大客户长期战略订单的最核心筹码。

03

社交内容电商与短视频直播重塑流量分配格局

相比于依赖搜索排名的传统货架电商，短视频和直播渠道（如抖音、小红书）能够利用极具视觉冲击力的视频，最直观地展示清洁用品“一秒除污、瞬间极速结团或去味”的前后对比效果。这种强烈的视觉与情绪冲击，极易激发消费者的即时冲动购买欲。国货新锐品牌若能精准掌握内容分发机制与算法逻辑，深耕种草经济并进行头部IP跨界联名，完全有机会实现低成本高效获客与品牌声量的弯道超车。

04

数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

14. 宠物清洁用品行业未来发展的主要挑战

行业准入门槛低引发的同质化内卷与恶性价格战

宠物清洁用品（特别是普通猫砂、基础香波等消耗品）在精细化工配方及制造工艺上的准入门槛相对较低，导致市面上短时间内涌现出大量缺乏核心技术的长尾白牌与贴牌工厂。产品功能与外观的高度同质化，迫使企业为争夺有限的市场份额陷入残酷的恶性价格战。这不仅大幅削弱了行业的整体利润率，也使得企业更难积攒足够的资本投入到深度的底层技术研发中，极易形成劣币驱逐良币的恶性循环。

01

核心配方底层基础研发能力长期薄弱

目前市面上许多号称具有特殊杀菌、除螨、靶向除臭功效的清洁产品，往往停留在市场营销的“概念添加”阶段，缺乏真实的临床数据支撑与严谨的活体生物实验验证。本土品牌在底层生物材料学、特异性生物酶菌株基因培育等硬核基础科学方面，与国际尖端化工巨头仍存在显著的代差。一旦国际美妆日化巨头凭借雄厚的研发储备与成熟的配方库对宠物赛道进行全面降维打击，本土缺乏壁垒的品牌将面临被迅速边缘化的严峻风险。

02

监管标准滞后与产品合规性乱象风险

尽管工信部曾出台过部分基础行业标准，但相较于产品极快的迭代速度与层出不穷的新概念，现有的规范体系仍显严重滞后。对于新兴的宠物专用消毒剂、生物除味剂等强功效产品，目前仍缺乏强制性的国家统一标准与质量认证体系。市场中虚假夸大宣传、有效成分标示不明甚至隐蔽使用有害化学物质的乱象时有发生，一旦爆发大面积的宠物安全或中毒事故，将对整个细分品类的信任度造成毁灭性打击。

03

地缘政治摩擦加剧与全球供应链成本剧烈波动

中国作为全球最大的宠物卫生用品代工与出口国，整个产业对国际宏观贸易环境高度敏感。全球贸易保护主义的持续抬头、关税壁垒的频繁单边调整，以及国际海运费用的剧烈波动，使得高度依赖海外订单的代工企业面临巨大的经营不确定性。同时，上游精细化工原料及石油衍生品（如高分子吸水树脂、塑料包材）极易受国际大宗商品周期及地缘冲突影响，大幅增加了中游企业的供应链安全与成本管控难度。

04

数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

版权说明

本报告为简版报告，内容为嘉世咨询研究员通过桌面研究整理撰写。如有深度调研需求，请联系：mcr@chinamcr.com或021-52987060；

本报告中的所有内容，包括但不限于文字报道、照片、影像、插图、图表等素材，均受《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国著作权法实施细则》及国际著作权公约的保护。

本报告的著作权属于上海嘉世营销咨询有限公司所有，如需转发、转载、引用必须在显著位置标注出处，并且不得对转载内容进行任何更改。

版权归属上海嘉世营销咨询有限公司