库润数据 a toluna company

库润数据 2026.6出品

2026宠物行业消费趋势洞察

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

Preface 前言

库润数据 a toluna company

研究的目的及意义

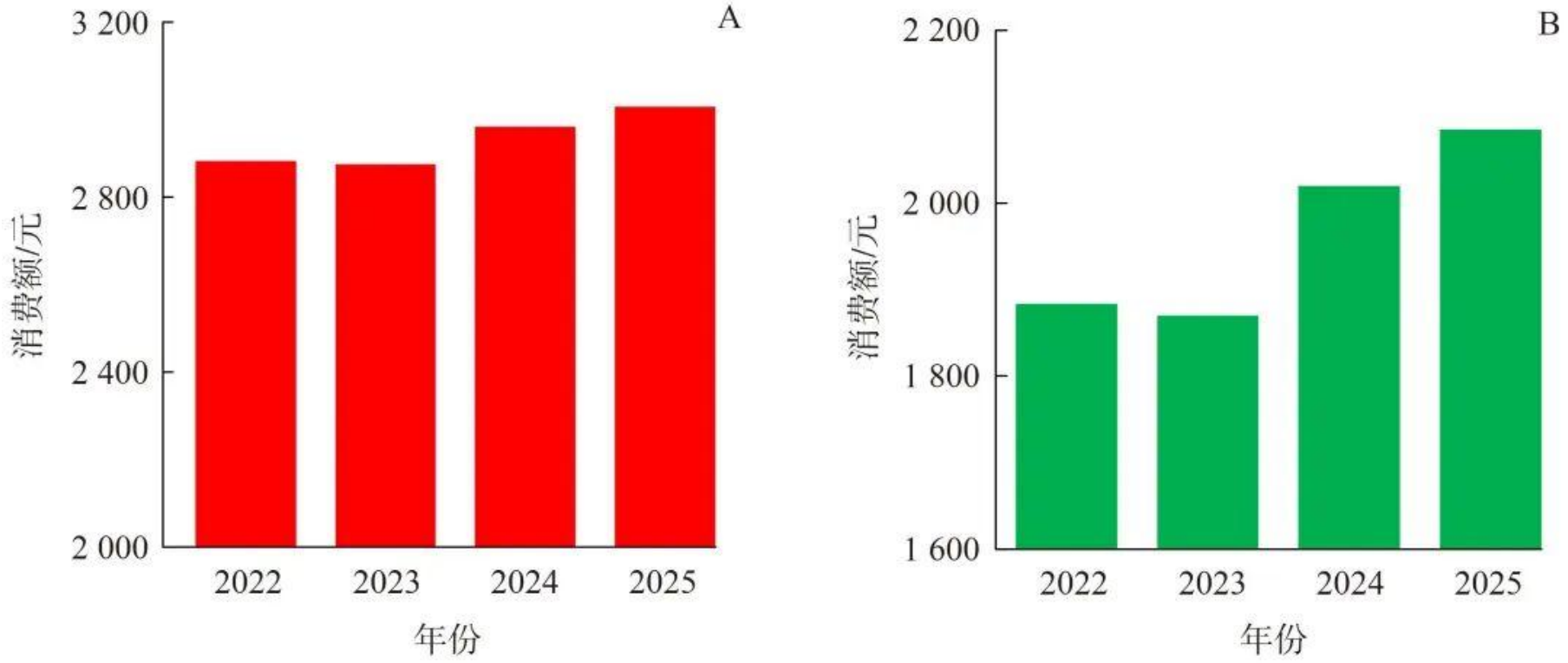
本期报告旨在系统洞察宠物主的消费行为、健康管理习惯及未满足需求，揭示从“基础喂养”向“情感陪伴+健康管理+全场景服务”升级的核心趋势。研究成果可为宠物行业品牌的产品创新与服务设计提供数据支撑与方向指引。

调研人群数量

800位，18岁以上，至少拥有一种宠物的宠主，覆盖一线、新一线、二--五线消费者。

3126亿的宠物消费市场规模

根据行业数据，2025年，中国城镇宠物（犬、猫）消费市场规模达到3126亿元，较2024年增长4.1%。单只宠物犬年均消费3006元，较2024年上升1.5%；单只宠物猫年均消费2085元，较2024年上升3.2%。猫年均消费增速高于犬，犬、猫年均消费均创历史新高。



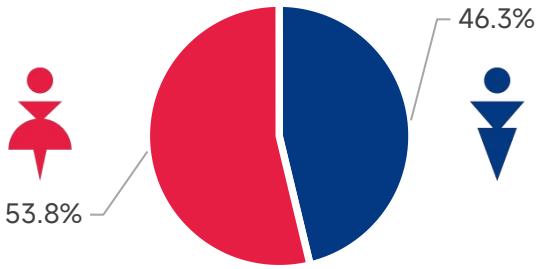
2022—2025年单只宠物犬、猫年均消费额

数据来自：《2026年中国宠物行业白皮书（消费报告）》

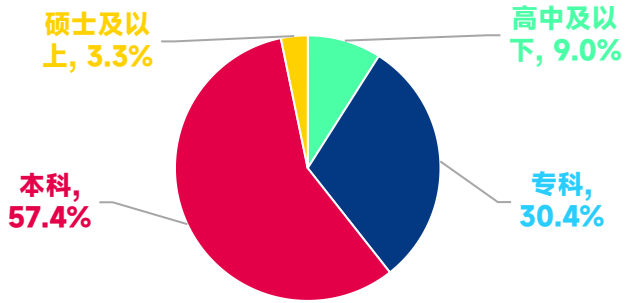
宠主画像（性别/年龄/学历/城市/家庭）

调研结果显示，女性宠主占比更高，高线城市的年轻一代家庭是养宠主力人群，25-35岁已经成为养宠的主力消费人群。高学历、中高收入人群成为新一代犬主人，其中本科率超过6成。

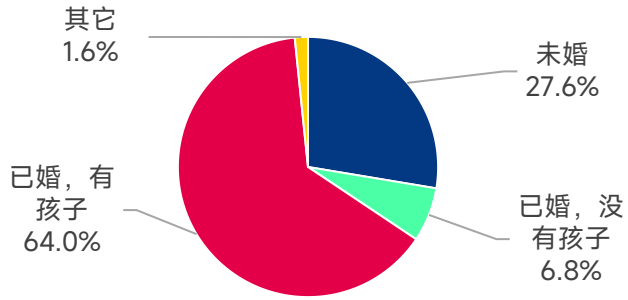
养宠人群性别分布



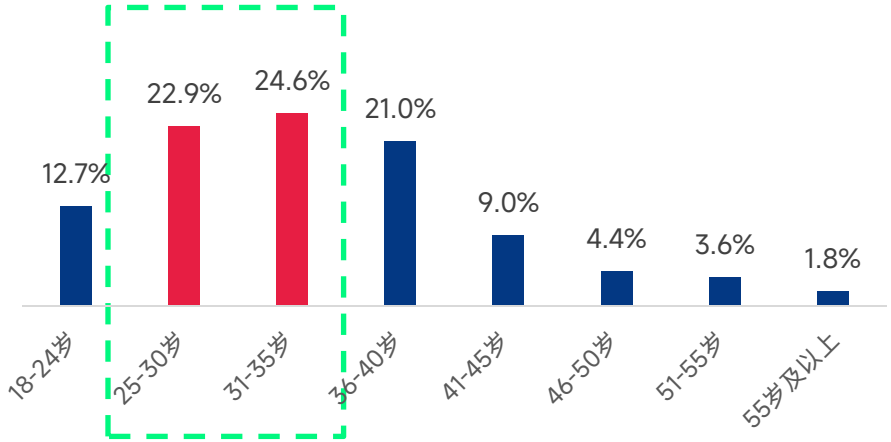
养宠人群学历分布



养宠人群家庭情况分布

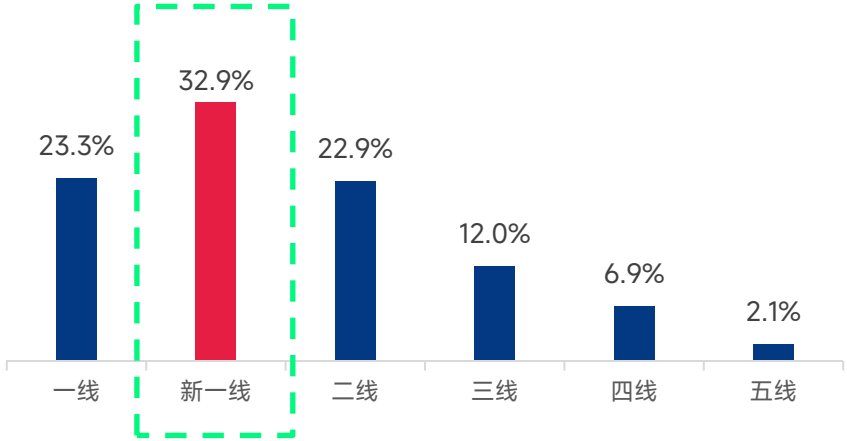


养宠人群年龄分布





养宠人群居住分布

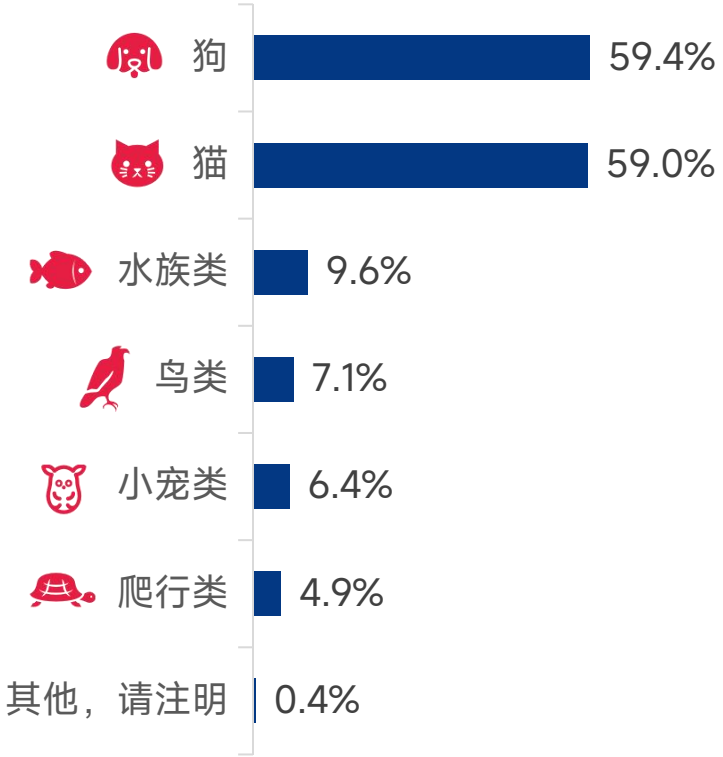


数据来自：Kurundata库润数据2026.6

宠主养宠源以情感驱动为主，超半数宠主宠龄3年以下

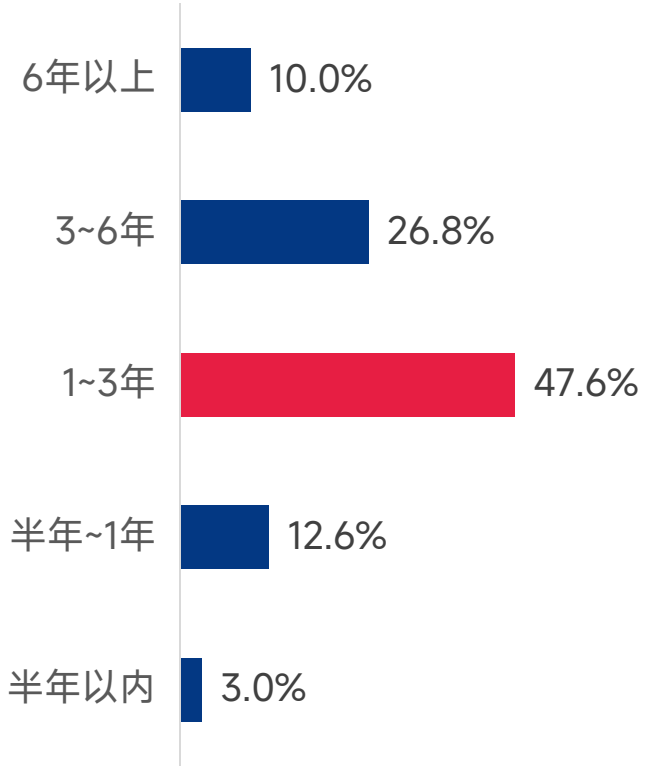
犬、猫仍是当下主流养宠选择，占比均衡。近半数宠主养宠时长集中在1-3年，“新晋宠主”规模可观。消费习惯正处于形成期，品牌教育窗口依然开放。养宠驱动中，“喜爱动物”（46.1%）与“情感陪伴”（18.4%）合计超六成，印证“宠物即家人”的情绪价值已取代功能需求，成为消费决策的底层动力。

养宠人群性别分布



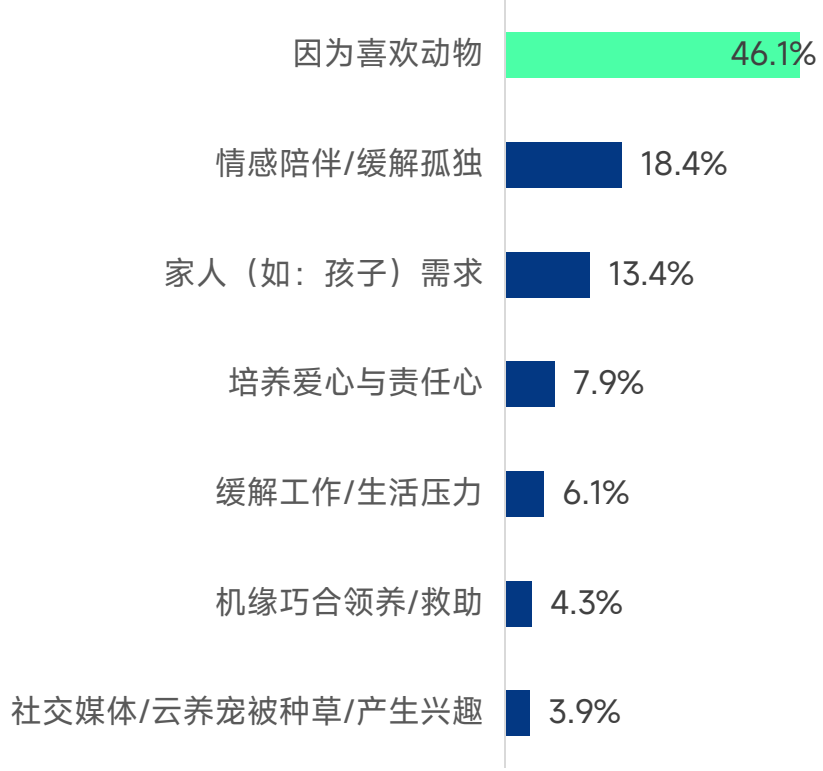
Q：【多选】请问您目前正在饲养以下哪一类/哪几类宠物？N=800

养宠时长分布



Q：【单选】您家中饲养宠物最长时长是？N=800

养宠驱动因素分布



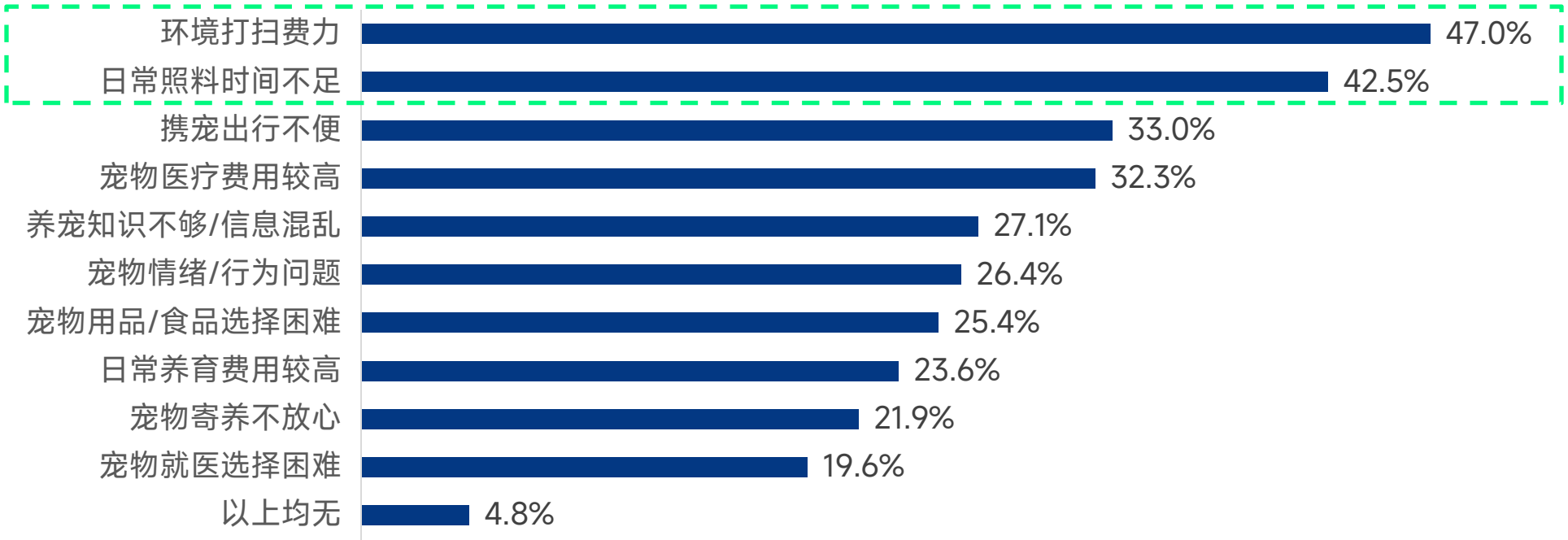
Q：【单选】您饲养宠物的最主要原因是？N=800

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

核心痛点：养宠“精力”比“金钱”付出多，信息与决策焦虑集中

环境打扫（47.0%）和照料时间不足（42.5%）是宠主的核心痛点；且比例高于费用，说明“精力成本”比“金钱成本”更突出。同时，“出行难”（30.3%）成为新晋高频痛点，反映出携宠社交、旅游等场景需求爆发。信息层面，“养宠知识混乱”（27.1%）和“用品/就医选择困难”（25.4%/19.6%）表明，宠主在决策链路中缺乏可信、简洁的指导，内容信任与决策效率是品牌可切入的关键价值点。

宠主养宠过程中主要痛点

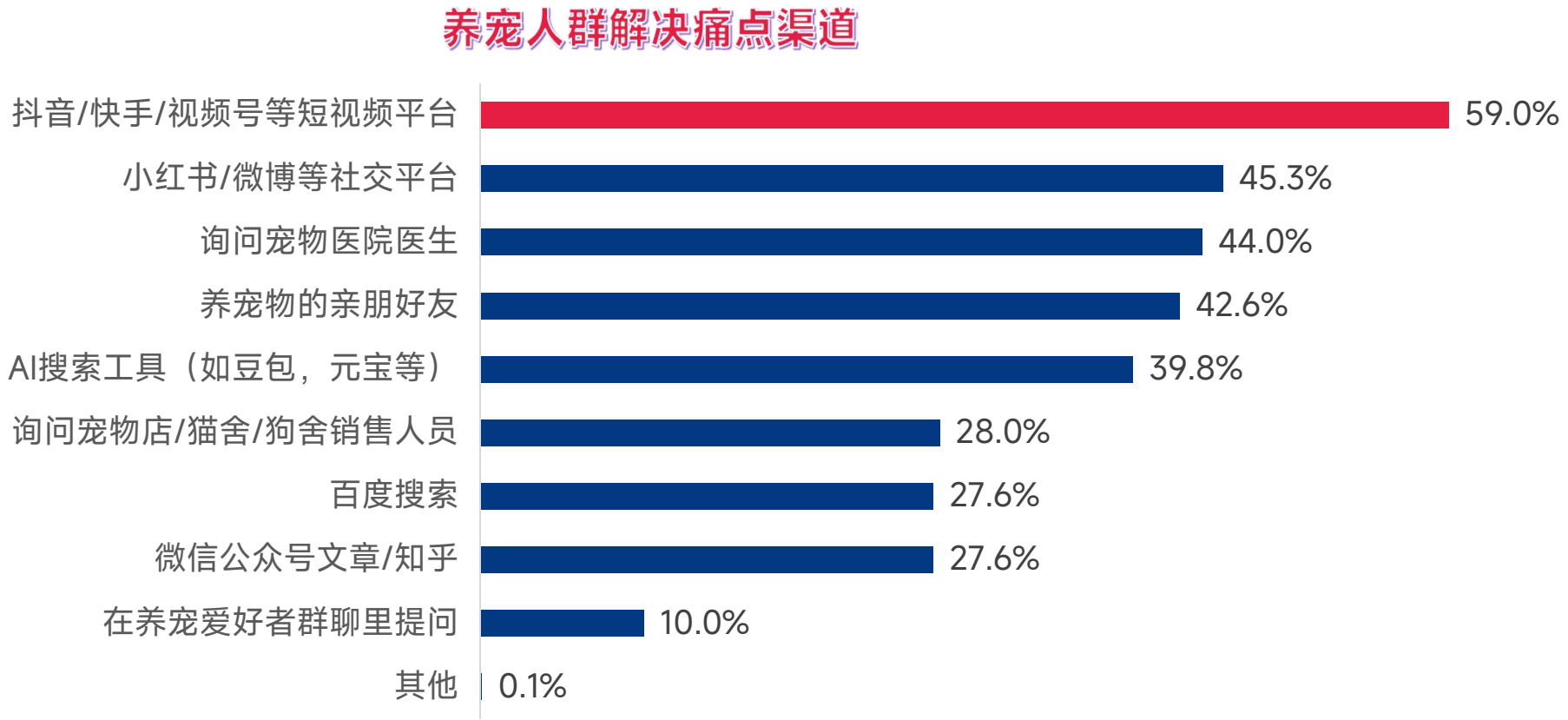


Q：【可多选】目前而言，您认为在饲养宠物过程中遇到哪些困难点？ N=800

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

信息获取：解决方案流向“碎片化知识平台”，AI搜索工具渗透力强劲

59.0%的宠主依赖短视频平台获取解决方案，其次为小红书/微博（45.3%），社交化、视觉化内容主导知识获取。宠物医院医生（44.0%）和亲朋好友（42.6%），则显示宠主既信“专业人士”也信“身边经验”。AI搜索工具（豆包、元宝等）使用率达39.8%，已超越传统百度搜索（27.6%），新兴工具渗透力强劲。



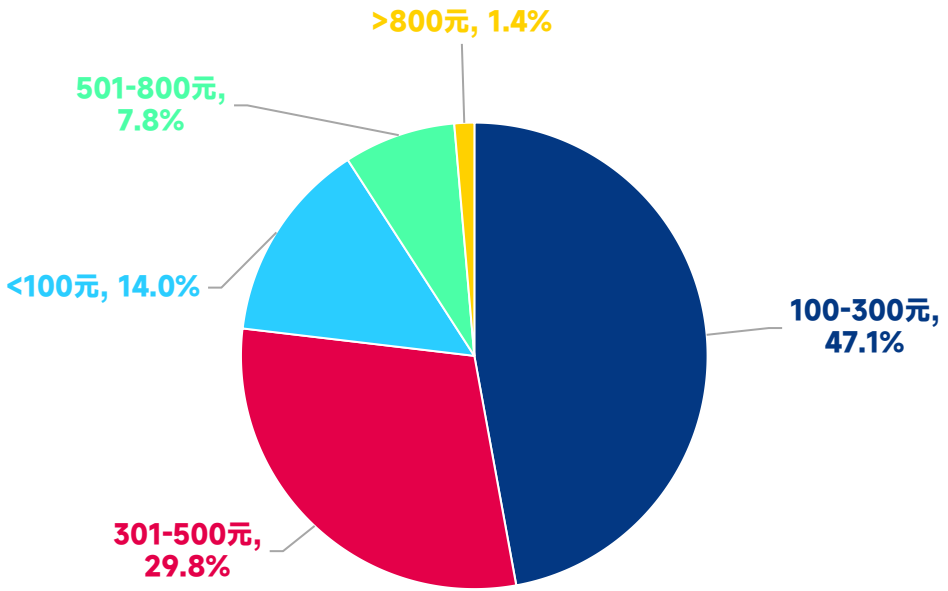
Q：【可多选】您会从哪些渠道寻找解决困难的方法？N=800

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

月均消费：宠主整体消费偏日常、理性

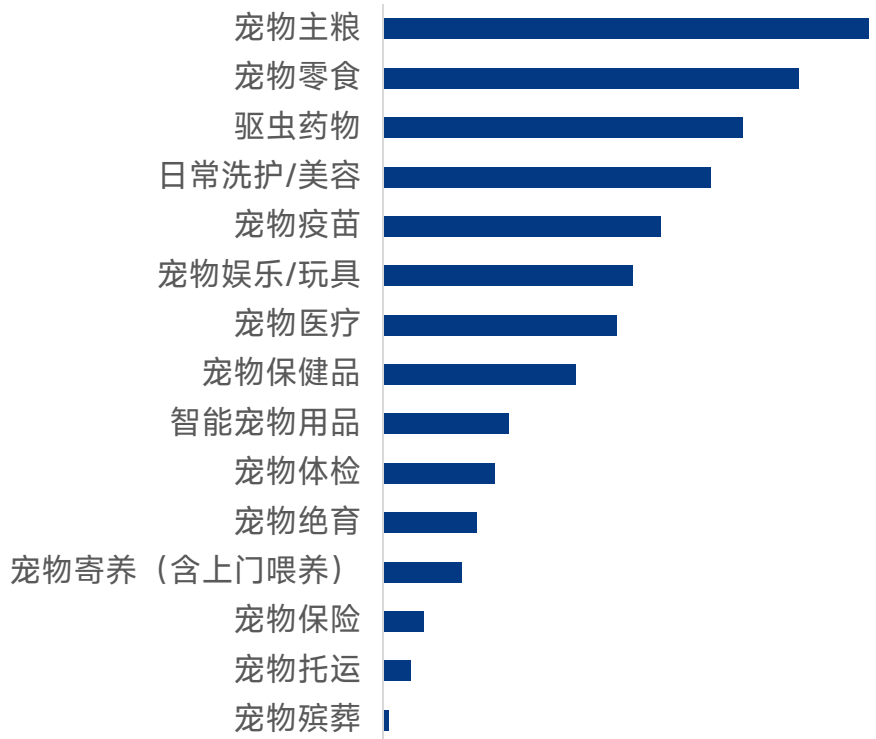
近半数（47.1%）宠主月均消费在100-300元，整体消费偏日常、理性。高消费群体较小：500元以上仅占9.2%，绝大多数养宠负担尚未达到“重金投入”级别。宠物食品（主粮和零食）则是每月最稳定的重点消费。另外宠物的驱虫和日常洗护美容也成为宠主的重要成本项。相较而言，当下在宠物体检、保险和托运上的花费是较为保守的。

养宠家庭月均消费情况



Q：【单选】每只宠物月平均花费大约多少元？N=800

消费占比排行TOP10



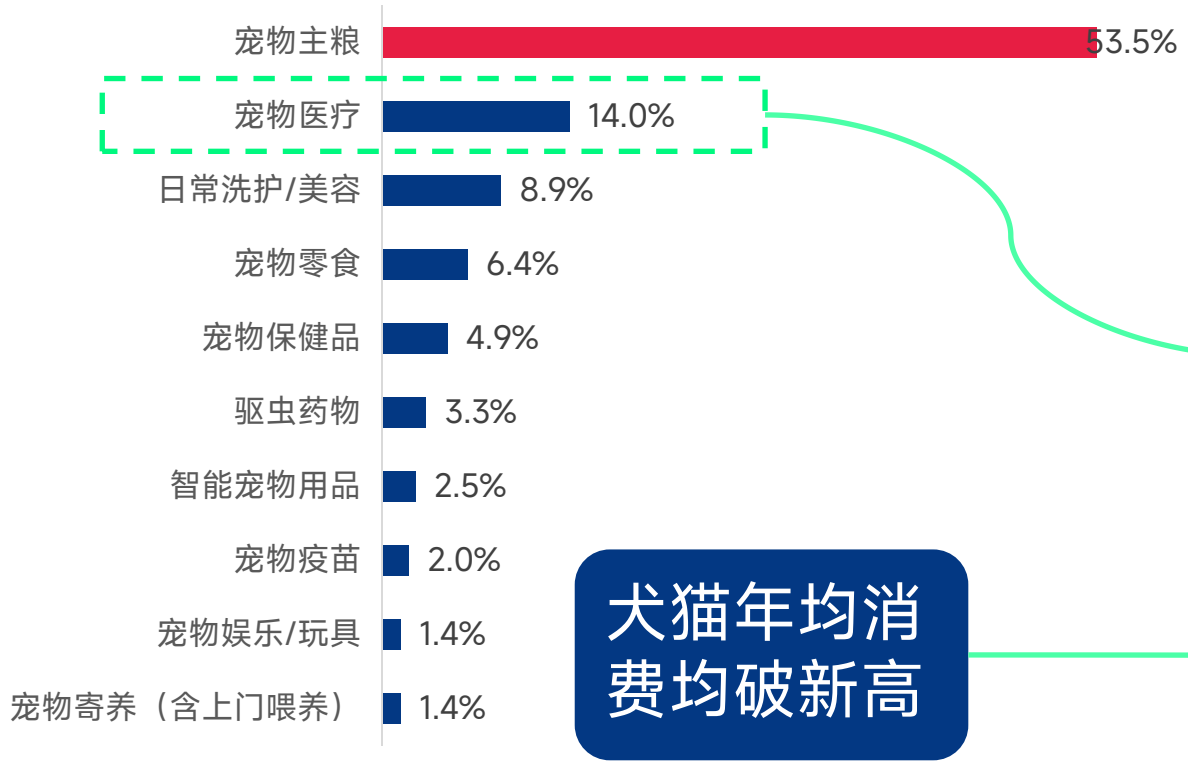
Q：【可多选】您为您的宠物支出过哪些费用。N=800

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

费用结构：主粮是细水长流的固定成本，医疗则是不可预见的突发压力

医疗是除主粮外总体花费最高的品类，且呈“低频、高额、突发”特征。引用白皮书数据，犬猫单只年均医疗消费持续攀升，但宠主主动体检和保险购买率仍较低，说明医疗支出以被动应急为主。

核心消费占比排行



Q：对于这些宠物需求，您认为总体最大花费是哪一类？N=800

我国犬猫单只年均医疗消费金额(元)



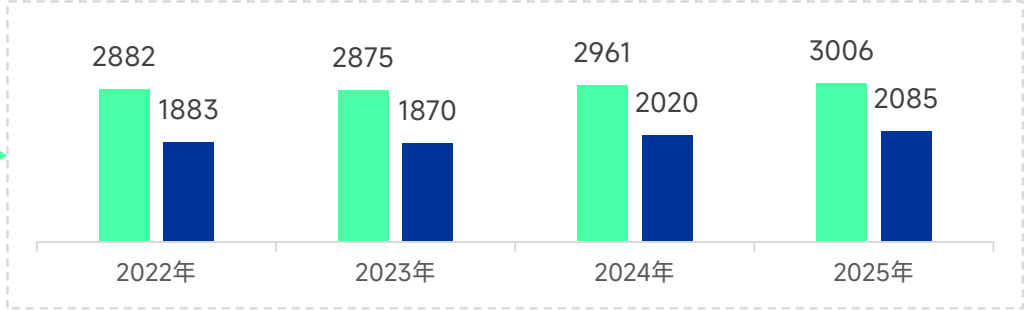
猫：年平均医疗花费1489元



狗：年平均医疗花费1664元

资料来源：众安保险2025理赔服务年报，库润数据整理

犬猫年均消费均破新高



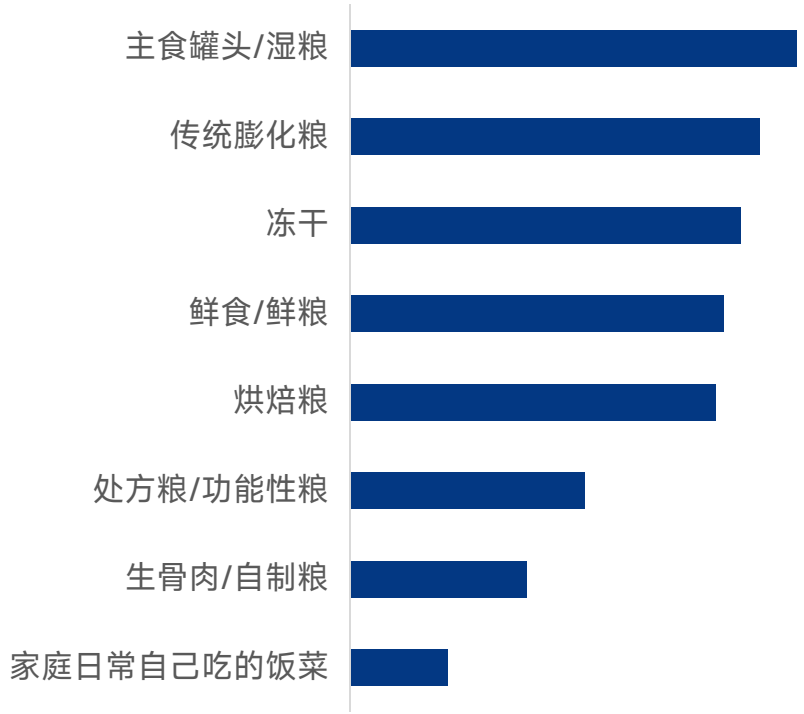
数据摘自《2026年中国宠物行业白皮书（消费报告）》

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

主粮选择：呈现多样化，精细化喂养趋势明显，选粮先看配料表

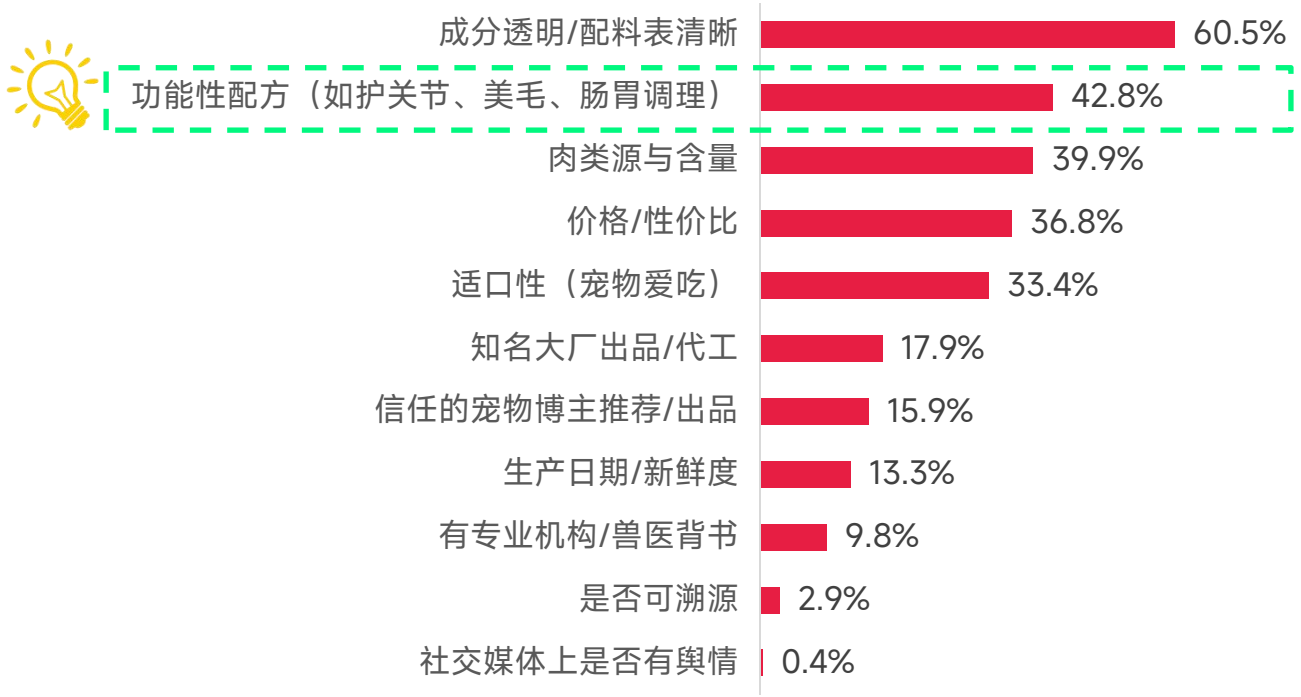
膨化粮仍是主流，烘焙粮开始追赶，湿粮/罐头与冻干渗透率也极高，说明宠主在主粮选择上正向“高肉含量、少加工”方向升级。选粮决策因素中，“成分表清晰”位列第一，远超品牌或价格，说明透明化沟通是建立信任的核心。功能性配方（42.8%）和肉源/含量（39.9%）紧随其后，表明宠主开始关注“精准功效”和“原料溯源”，这为功能性主粮（关节、泌尿、美毛等）和定制化配比提供了明确市场基础。

主粮喂养类型



Q：【多选】您目前给宠物喂食的主粮类型是？N=800

选择主粮时的核心决策因素



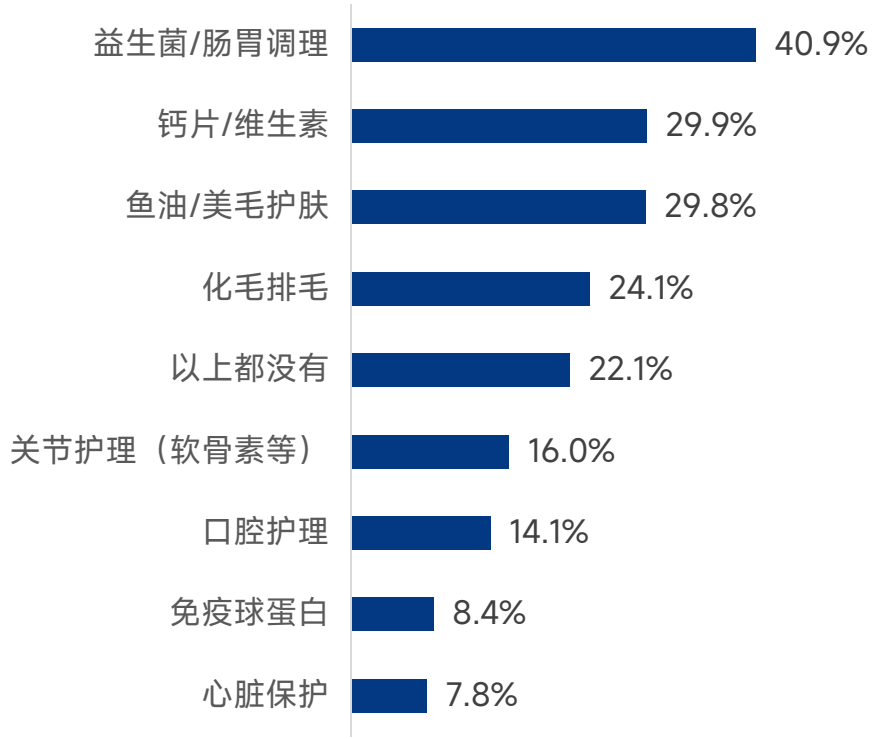
Q：选择宠物主粮时，您最看重哪些因素？（最多选3项）N=800

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

保健品：肠胃保健成首选，预防消费升温

从犬猫保健品销售趋势上来看，整体维持正向增长，行业景气度良好。“品质喂养”理念逐步渗透，益生菌/肠胃调理（40.9%）需求较为显著，与当下宠主高频关注的“软便、消化不良”等实际问题紧密相关。与此同时钙片/维生素（29.9%）和鱼油/美毛护肤（29.8%）提示宠主日常喂养中的突出关注骨骼健康与皮毛养护。

宠物保健品购买情况分布



Q：【多选】您是否购买过以下宠物保健品？N=800

犬猫保健品市场销售趋势



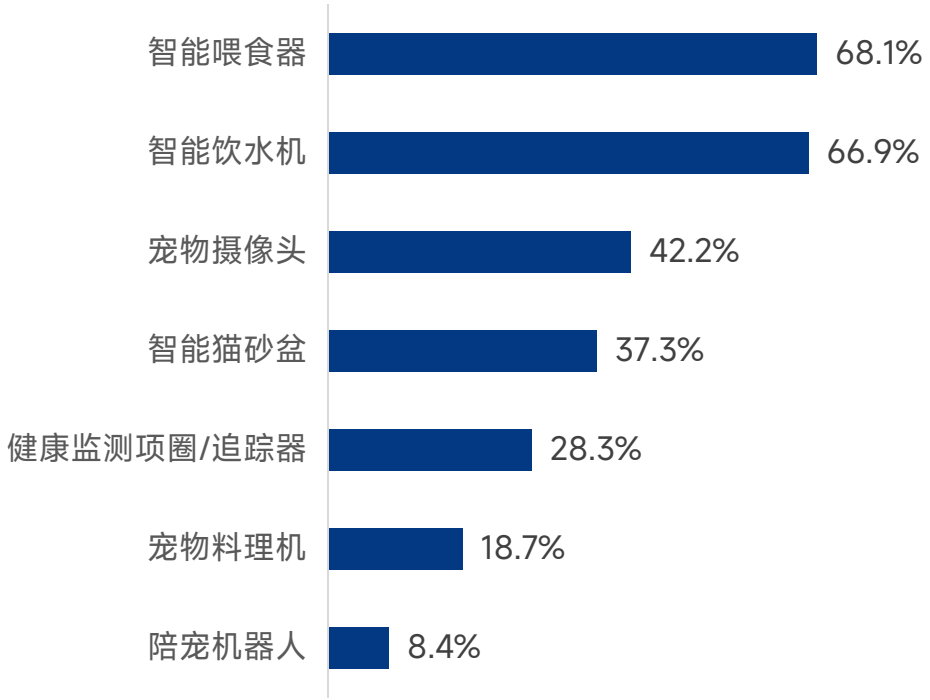
数据来自：魔镜洞察
《2025宠物食品市场趋势洞察》

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

智能产品：宠主对“自动化喂养”这一基础刚需场景的高度依赖

智能喂食器（68.1%）与智能饮水机（66.9%） 渗透率最高，“自动化喂养”成为解决宠主喂养“日常照料时间不足”的一项补充。智能猫砂盆、烘干箱等销量同比增速超40%（奥维云网数据），“懒人经济+清洁体验”正驱动品类扩容。当下宠物智能产品中，喂食、饮水、监控等基础功能已广泛普及，而健康监测、情感交互等进阶功能仍有较大渗透空间。

宠物智能产品购买情况



Q：【可多选】您主要购买哪些智能宠物用品？？ N=167

2025年1-11月宠物美容市场整体销售额同比增长17.13%，销量提升18.14%，其中**智能烘干箱、清洁工具等多个细分品类增速超过50%。**——数据来自：魔镜洞察

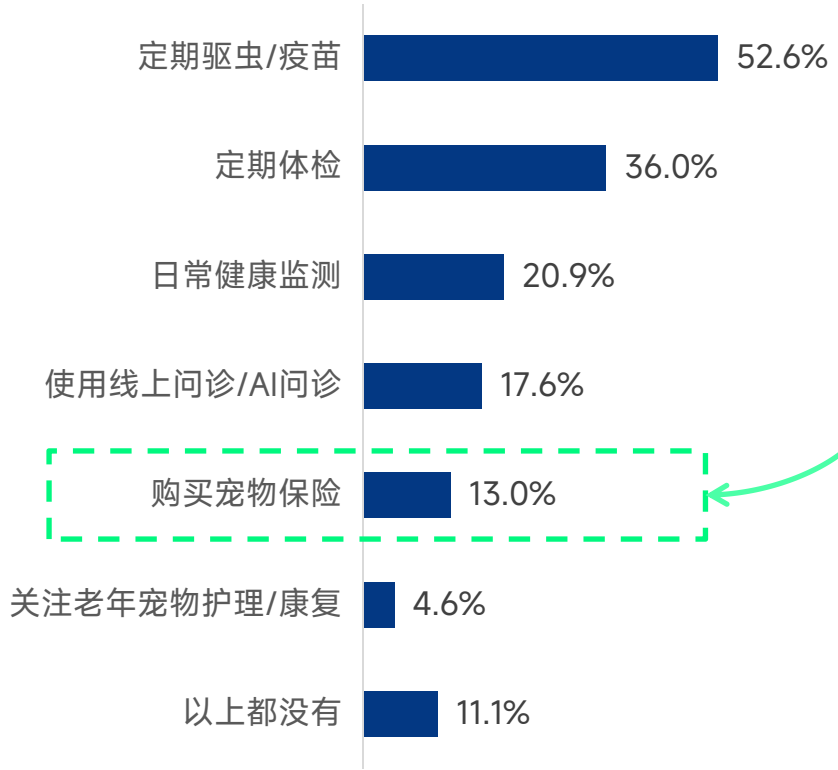
2026年第一季度，宠物家电全品类线上销量达到64.9万套，同比增长18.5%；零售额达到2.6亿元，同比增长19.2%。细分产品来看，**其中宠物自动喂养器、智能猫砂盆、宠物烘干箱销量分别同比增长12.8%、40.7%、40%。**——数据来自：奥维云网

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

健康管理：基础预防已普及，主动管理待深耕

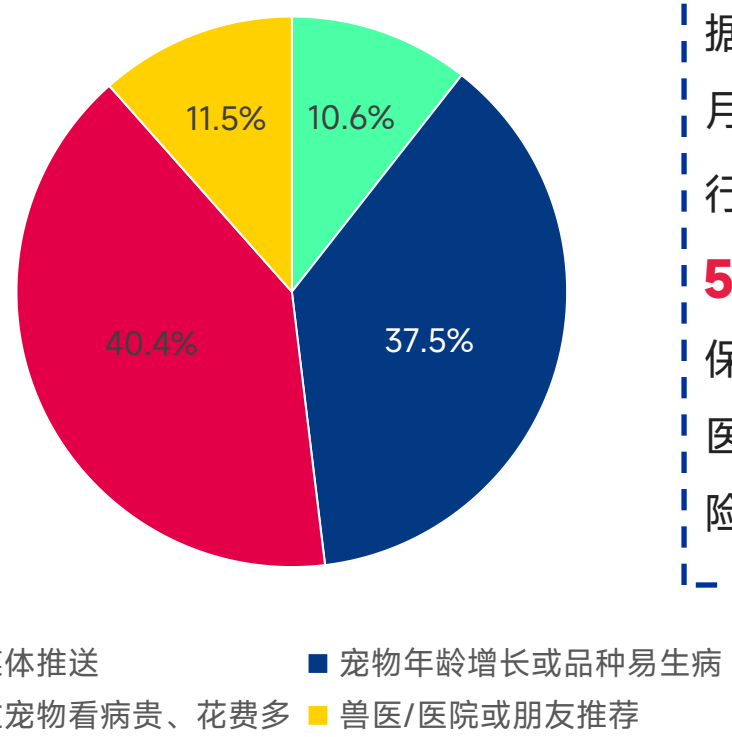
52.6%的宠主会为宠物进行定期驱虫/疫苗，基础防疫意识已高度普及。以老年宠物的护理（4.6%）和购买保险（13.0%）为代表的预防性医疗的深层渗透仍处于早期阶段。一次高额医疗支出往往是促使宠主从“观望”转向“行动”的关键转折点。宠物健康管理正在从“被动应对”逐步向“主动预防”前进。

宠物健康管理情况



Q：【多选】您的宠物健康管理习惯是？N=800

首次宠物医保购买动因



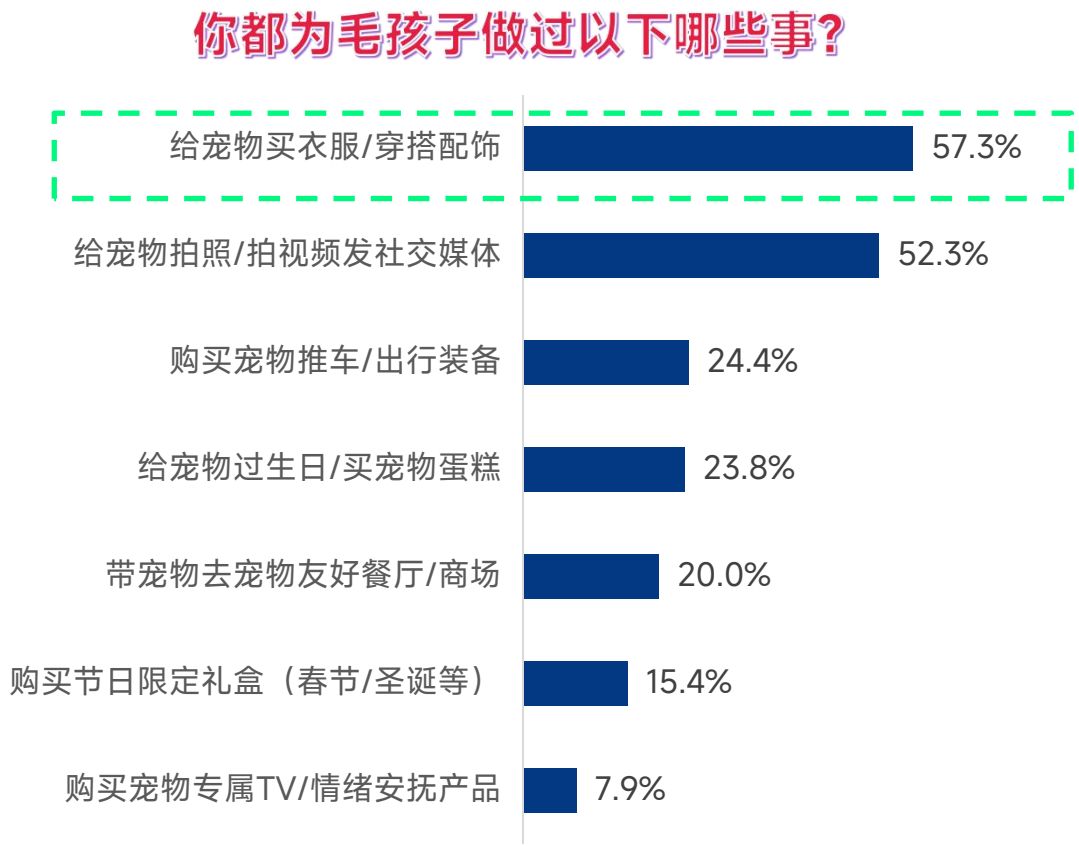
Q：【单选】您首次购买宠物保险的原因是？N=104

据《每日经济新闻》2025年9月报道：根据不完全统计，全行业**89家**财产险公司中，有**59家**公司涉及约**500款**宠物保险产品，主要包含责任险、医疗险、意外险、家财险附加险、疾病险、托运险等品类。

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

情感消费：以宠物服装需求变化为代表的消费升级趋势

毛孩子的“穿搭经济”不容忽视，“低门槛”的宠物服装生产销售逐渐受到挑战。舒适度、活动自由度、面料柔软度、穿脱方便性，这些原本属于人类服装的词，正在进入宠物服饰的讨论里。情感投射正推动“宠物生活方式品牌”的崛起，设计力与功能性并重是产品突围关键。









Q：【多选】您是否有以下拟人化养宠行为？N=800

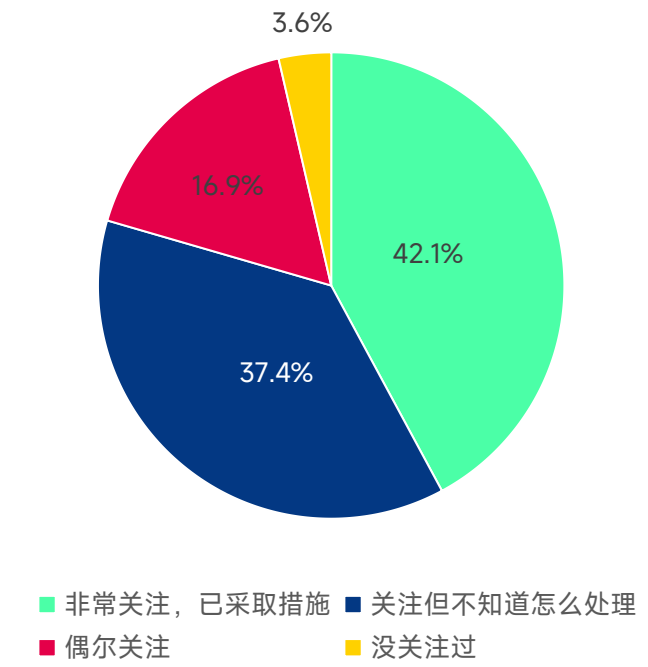
图片来自：上海宠物时装周

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

心理健康：从“喂养”到“陪伴”再到“共情”

近8成的宠主会主动关注并回应宠物的情绪状态，42.1%的宠主已经为此采取行动。宠主不仅从宠物身上获得情绪慰藉，也开始反向关注宠物的心理状态，形成双向情感互动的闭环。宠物心理健康关注度的提升与拟人化养宠行为之间存在显著的正向关联——将宠物视为“家人”或“情绪搭子”的宠主，更倾向于关注其心理状态并为之投入仪式感消费，三者共同构成了当前宠物消费升级的情感驱动逻辑。

宠物心理健康关注程度



Q：【单选】您是否关注过宠物心理健康/情绪问题？N=800

您是否愿意尝试AI宠物情感识别产品？

57.1%

很感兴趣，愿意尝试

20.5%

有兴趣但担心准确性

Q：【单选】您是否愿意尝试AI宠物情感识别产品？N=800



图片来自帕奇宠品牌店铺

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

养宠需求正从基础喂养升级为“读懂+监测+全场景陪伴”

单一功能型产品的竞争壁垒正在弱化，能够以数据为纽带、以情感为主线、串联多场景需求的生态化解决方案，将是下一阶段品牌构建差异化竞争力的关键方向。

01	智能设备 AI+宠物健康	消费者对可穿戴式健康监测设备的需求最为集中且迫切。 高频关键词包括：智能项圈、实时监测、心率、体温、预警、疾病早筛。
02	上门宠物护理 与全场景便捷服务	消费者对“省心省力”的服务型产品需求明确，尤其是上门洗护、上门喂养、代遛代养、寄养托管等高频刚需场景。
03	携宠出行 场景解决方案	消费者在携宠出行、旅行、交通、托运等场景中存在未被满足的结构性需求。
04	功能性食品 精准营养定制	从“吃饱”到“吃对”，品种/年龄/健康状态定制化成为高阶诉求。

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

（1）宠物智能健康监测与预警设备（AI+宠物健康）

消费者对可穿戴式健康监测设备的需求最为集中且迫切。高频关键词包括：智能项圈、实时监测、心率、体温、预警、疾病早筛。 消费者已不满足于基础定位防丢功能，而是期待无创、连续、多维度的生理数据采集与智能预警，核心诉求是“早发现、早干预”，本质是对宠物医疗高额支出的前端防御性需求。

典型原声：

- “宠物健康监测项圈，能实时追踪心率、体温、睡眠、活动量，异常时自动推送提醒。”
- “便捷式快速检测盒，一滴尿或一滴唾液就能达到检测效果。”
- “宠物忍痛能力强，发病时往往已是晚期，这种产品能让主人第一时间发现潜在风险。”



感知（项圈）
+
决策（AI算法）
+
交付（精准粮/医疗服务）

娲宝科技通过智能项圈24小时采集宠物的活动量、心率、睡眠、呼吸频率等十余项关键生理指标，数据通过AI算法分析后，每7-14天生成阶段性健康报告，并为宠物主提供营养方案建议。

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

（2）上门宠物护理与全场景便捷服务

消费者对“省心省力”的服务型产品需求明确，尤其是上门洗护、上门喂养、代遛代养、寄养托管等高频刚需场景。一方面都市生活节奏加快，时间碎片化导致照料精力不足；另一方面，消费者对传统宠物店寄养存在信任焦虑（卫生、应激、安全），期望“在熟悉环境中获得专业服务”。宠物生活品质化，就是增量的基本盘。

典型原声：

- “爱宠家庭上门护理服务。”
- “上门一站式宠物洗护护理服务，减少宠物外出应激反应。”
- “出差旅行代养。”
- “离家三天以上，可以有人照顾我的宠物，放在宠物馆我不放心。”



是增量还是新赛道？

从基础服务向情感与品质服务转型

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

（3）宠物出行与携宠生活场景解决方案

出行痛点（打车、公交、自驾、航空）长期未被系统解决。当前市场上宠物出行产品多集中于基础牵引装备，而消费者真实痛点是“全链路出行解决方案”——从市内短途（打车/公交）到城际长途（自驾/航空），涉及安全装备、路线规划、目的地友好商户推荐、中途托管等系统性服务缺口。

典型原声：

- “车载防撞承压安全舱、震动提醒防走失牵引绳、轻量化防应激航空托运恒温箱。”
- “携带宠物的民宿、自驾路线规划、宠物临时寄养日托。”
- “可以上公共交通工具。”



宠主养宠过程中主要痛点

47.0%

环境打扫费力

42.5%

日常照料时间不足

33.0%

携宠出行不便

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

（4）功能性宠物食品与精准营养定制

消费者的需求正在从“吃饱”“吃好”向“吃对”升级——即根据宠物的品种、年龄、健康状态、甚至基因特征，提供具有明确功能指向（肠胃调理、美毛护肤、关节保护、肾脏护理、体重管理、过敏控制等）的精准营养解决方案。从定量数据来看，选粮决策因素中“功能性配方”以42.8%排名第二，印证了这一需求的底层驱动力。

典型原声：

- “针对老年犬关节、心脏、肾脏不同问题的处方粮能再多一些、细分一些，现在能选的就那几款，价格也太高。”
- “能够根据宠物个体基因、年龄、健康状况定制营养配比的智能主粮，每月自动配送到家。”
- “买一种既是食疗又是理疗又是药疗的食品。”

选择主粮时的核心决策因素

60.5%

成分透明/配料表清晰

42.8%

功能性配方

39.9%

携肉类源于含量

生理阶段代谢差异

（1）幼年期（犬 0-12 月，猫 0-10 月）：代谢旺盛（BMR 是成年期 1.5 倍），需高蛋白（犬 22%-28%，猫 35%-40%）、高钙磷、DHA，且需少量多餐（每天 3-4 次），避免肠胃负担。

（2）成年期（犬 1-7 岁，猫 1-8 岁）：代谢稳定，需控制能量摄入，增加膳食纤维（犬 5%-8%，猫 3%-5%，促进肠道蠕动），小型犬需更高蛋白质（25%-30%）以维持肌肉量。

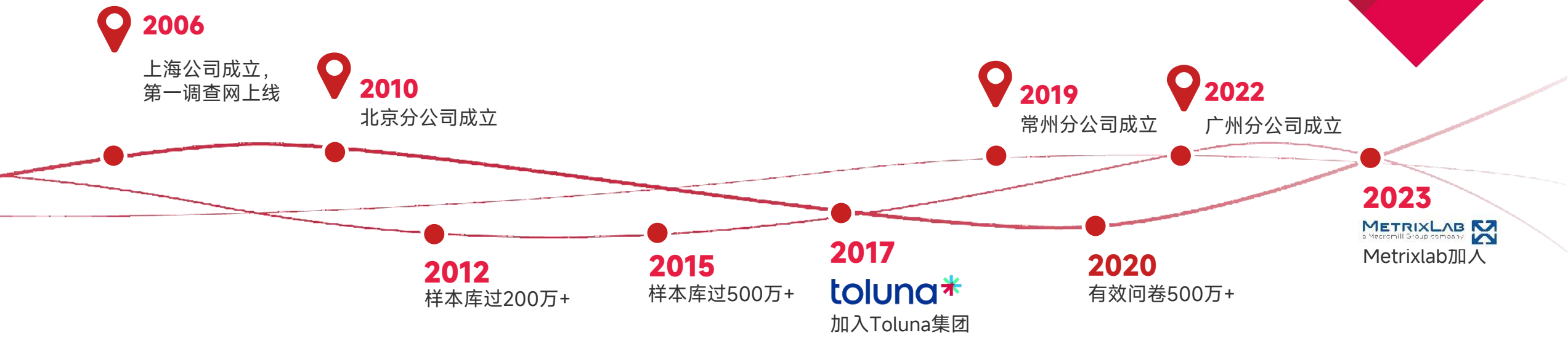
（3）老年期（犬 > 7 岁，猫 > 8 岁）：代谢率下降 20%-30%，需低脂（犬 15%-20%，猫 25%-30%）、易消化蛋白质（如水解蛋白）、添加葡萄糖胺 / 软骨素（保护关节），且需减少磷摄入（保护肾脏功能）。

（4）特殊阶段：孕期母犬猫代谢率提升 30%-50%，需高蛋白（犬 28%-32%，猫 40%-45%）、叶酸（预防胎儿畸形）；病后恢复期需高能量密度（如添加 MCT 中链甘油三酯）、抗氧化成分（维生素 E、硒），促进组织修复。

数据来自：Kurundata库润数据2026.6

关于我们 About KuRunData

始于2006　专注市场调研行业19年



全球化咨询机构

- Toluna 全球调研集团，分布全球**91个国家地区**，全球样本量规模达**4700w**。
- 旗下**第一调查网**始于2006年
- 整合调研产业供应链**70+**家，提供全案调查支撑

卓越研究能力

- 至2022年累计服务商业调研项目 **80,000+**
- **数十家高校**学术样本支持
- 全球咨询机构联合研究，成熟商用全周期研究模型
- 丰富的**视觉研究**经验及案例

自有数据平台

- “第一调查网”&“给力赚”全平台化
- 问卷数字化投放平台加速调研流程周期
- 行业norm值工具系统1**Compass**
- 在线定性调研平台聊一聊

成熟的全周期的研究模型
End-to-End Research at all stages of development

库润数据 a toluna company

行业 Industry

- 宏观环境调研 Macro-Environment Scanning
- 服务运营标准研究 Service Operations Benchmarking
- 行业竞争/上下游研究 Industry Competition Upstream and Downstream Research

人群 Consumer

- 人群定位/细分 Segmentation
- 态度与行为 Attitudes & Behavior

客户体验 CX

- *品牌满意度 BSI
- *品牌推荐度 NPS
- *品牌忠诚度 Brand Loyalty

新产品开发 NPD

- 概念测试 Concept Testing
- 命名测试 Naming Testing
- 包装测试 Pack testing
- 货架测试 Shelf testing
- 需求测试 Needs identification
- 创意筛选 Idea screening
- 价格测试 Price optimization
- 产品试用 ProductTrial

媒体及创意测试 Advertising & creative testing

- 渠道及营销定位 Channel&MarketingPositioning
- 广告前测 Comms Pre - Testing
- 广告后测 Comms Post-Testing

品牌 Brand

- 品牌健康 Brand health
- *品牌认知 Brand cognitive
- *品牌使用 Usage index
- *未来使用意愿 Purchase Intent (PI) Index
- *品牌形象 Brand Imagery
- *品牌资产 Brand Equity

库润数据
a toluna company

上海(总部)

上海市徐汇区肇嘉浜路789号均瑶国际大厦23A

电话：021-52379150

邮箱：**mkt@kurundata.com**