

证券研究报告

2025年07月16日

行业报告：行业专题研究

农林牧渔

行业专题：近期宠物行业更新（含618关键数据）

作者：

分析师 吴立 SAC执业证书编号：S1110517010002

分析师 陈潇 SAC执业证书编号：S1110519070002



天风证券
TF SECURITIES

行业评级：强于大市（维持评级）
上次评级：强于大市

请务必阅读正文之后的信息披露和免责声明

摘要

头部主播：直播间宠物品类销量大涨73%，国货品牌受青睐

李佳琦直播间宠物品类销售额同比大幅增长73%，宠物消费从“基础温饱型”向“品质升级型”跃迁的结构性变化。从需求结构看，刚性囤货需求仍是主力。主粮、零食、猫砂等高频消耗品占比高达92%，头部直播间通过科学规划产品规格（4-6个月用量）平衡集中采购与食用新鲜度，契合消费者囤货习惯。**消费升级趋势显著**：新一代宠主（90后、00后占比67%）科学养宠理念深化，选购标准从“有粮可吃”转向“配料表优先”，配料工艺、适用阶段、品种适配等精细化指标成为决策核心，推动直播间优化选品逻辑，严控配方多样性及保健品、药品质量，构建一站式宠物健康解决方案。

618战报：消费升级驱动全品类增长，国产品牌强势崛起

根据宠经说数据，2025年618大促期间，宠物食品赛道全网销售额达75亿元，印证行业需求韧性与结构性升级并行。平台侧策略调整成为增长新范式——淘天以“简化促销（官方立减+多券叠加）-弱化价格战-聚焦长期价值”重构竞争规则，推动行业从“流量消耗型增长”转向“用户心智-品牌壁垒-复购沉淀”的健康模型。未来，平台能力将深度绑定行业进化方向，具备全域运营能力（直播+货架+私域）与垂直品类创新势能的品牌，有望在“弱价格战、强价值战”的新周期中持续领跑。

线下渠道：低成本场景化营销赋能品牌高端化升级全场景体验驱动宠物消费升级，生态协同构筑竞争壁

中国宠物品牌加速体验经济转型。麦富迪打造自然主题慢闪店，通过烘焙派对等互动活动提升高端主粮认知；朝云集团推出商场“4S模式”，整合选宠、洗护、猫咖及零售业态；宠胖胖以干平“人宠生活中心”聚合13大功能区，结合明星营销与智能硬件构建服务闭环。三大模式均以场景体验撬动消费升级，依托轻资产运营与私域沉淀突破同质化竞争。

投资建议：我们认为，我国宠物经济蓬勃发展，国产品牌崛起快速，聚焦“国产替代+消费升级”双主线。推荐标的：【乖宝宠物】、【佩蒂股份】、【中宠股份】、【路斯股份】，建议关注：【朝云集团】。

风险提示：原材料价格波动风险；市场竞争风险；汇率波动风险；出口贸易摩擦风险；测算具有一定主观性。

1.1 头部主播：直播间宠物品类销量大涨73%，国货品牌受青睐

李佳琦618直播间宠物品类销售额同比大幅增长73%，宠物消费从“基础温饱型”向“品质升级型”跃迁的结构性变化

- 从需求结构看，618刚性囤货需求仍是主力。主粮、零食、猫砂等高频消耗品在李佳琦直播间的宠物产品总销量中占比高达92%，头部直播间通过科学规划产品规格（4-6个月用量）平衡集中采购与食用新鲜度，契合消费者囤货习惯。
- 消费升级趋势显著：新一代宠主（90后、00后占比67%）科学养宠理念深化，选购标准从“有粮可吃”转向“配料表优先”，配料工艺、适用阶段、品种适配等精细化指标成为决策核心，推动直播间优化选品逻辑，严控配方多样性及保健品、药品质量，构建一站式宠物健康解决方案。

图：李佳琦618直播间部分选品情况

品类	母公司	宠物品牌	产品名称	产品包装图	价格	单价/kg	淘宝券后价元/kg	降幅	产品特点	赠品
主粮	乖宝宠物	麦富迪	麦富迪BARF天然成猫粮		279元/8.2kg	34.0	55.0	38.1%	丛林食谱科学进化犬猫天性，94.5%消化率，80%肉骨内脏+60%鲜肌肉，原材料：鲜鸡肉60%鲜带骨鸡腿肉10%、鲜鸡肝5%、鲜鸡心5%、烘干鸡肉鸡油等	1.麦富迪BARF霸弗成猫粮同口味试吃装100g*10 2.麦富迪BARF霸弗猫主食冻干鸡肉味15g*6 3.麦富迪BARF霸弗主食猫条10支装
主粮		麦富迪	麦富迪BARF烘焙粮成犬粮（鲜鸡肉+鳕鱼酥）		255元/5.6kg	45.5	66.1	31.2%	丛林食谱：模拟狗狗完整猎物饮食结构；76%肉骨内脏：每一口，都有肉有骨有内脏；天然植萃：天然萃取浆果&草本活性成分；≥90.1%消化率，90.1%表观消化率、95.3%胃蛋白酶消化率	1.麦富迪BARF霸弗烘焙成犬粮100g*2 2.麦富迪BARF霸弗烘焙狗主食冻干50g*2
零食		麦富迪	麦富迪宠物零食冻干羊奶棒（犬用）		93元/0.36kg	258.3	422.2	38.8%	酥脆好嚼：狗狗乳牙萌出，食物不能太坚硬；鲜肉乳化：减轻肠胃负担，避免引起肠胃不适；全脂羊乳：FD冻干工艺；大小适中：根据小奶狗口腔大小设计，放心吃	麦富迪犬猫通用零食肉饼28g*2
主粮		弗列加特	0压乳高肉主食冻干480g*2/480g*4		279元/1.05kg	265.7	414.6	35.9%	FPMR生骨肉喂养食谱，98%高含肉量，添加血浆蛋白和非变性二型胶原蛋白等功能性成分。有助于支持猫咪的免疫系统和整体肠道健康，提供蛋白质、矿物质、抗体和18种氨基酸。	主食冻干15g*6+主食冻干180g*1+主食猫条150g*2
主粮		汪臻醇	鲜鸡肉低温烘焙狗粮1.8kg*3包		330元/6.2kg	53.2	88.3	39.8%	选用新鲜肉类，选用南极磷虾油，选用有溯源认证的有机果蔬，不含玉米/小麦等易致敏谷物不含化学合成防腐剂/色素/香料/诱食剂，85%高品质动物成分，60%鲜鸡肉，16%鲜带骨鸡腿肉，6%鲜鸡肝，3%南极磷虾油，12%有机果蔬	烘焙粮100g*8+主食冻干15g*4+犬用肉干100g*3

1.1 头部主播：直播间宠物品类销量大涨73%，国货品牌受青睐

李佳琦直播间宠物品类销售额同比大幅增长73%，宠物消费从“基础温饱型”向“品质升级型”跃迁的结构性变化

- ▶ **直播间品牌品类数量增长明显，国产品牌百花齐开：**对比2024年618，今年李佳琪直播间上新多款国货新品，2025年李佳琪直播间+助播间共上架106款宠物产品，对比2024年618的51款产品数量同比提升超100%。麦富迪等头部厂商加速迭代高端产品线，其BARF系列以“丛林食谱2.0”为核心，聚焦伴侣动物肠道健康痛点，通过自研“气爆营养释放技术”（注：通过精准压力控制打破食材细胞壁，使食材粒径减小44.21%，表面积增加120%以上，显著提升消化吸收效率）实现功能差异化，凸显本土品牌研发投入强度提升与精准需求响应能力。
- ▶ **对比2024年及2025年618大促李佳琦直播间宠物品类定价策略看，行业呈现价格刚性强化与产品矩阵分化并存的特征：**核心单品（如诚实一口N33小型犬粮）同规格价格与2024年持平，但SKU数量从2个扩展至9个，新增幼犬/老年犬定制配方及多口味选项，叠加赠品升级，反映出品牌方在渠道议价权上移背景下，通过规格细分与增值服务重构差异化壁垒的趋势。这一策略调整映射消费者需求分层深化，科学养宠理念下，宠物主对“精准营养”及“个性适配”诉求提升，驱动厂商以SKU扩张匹配长尾市场。

图：李佳琪618直播间部分选品情况



「幼猫粮1.8kgx4包」拍1送：

1. 麦富迪BARF霸弗猫主食冻干鸡肉味15g*6
2. 麦富迪BARF霸弗猫主食猫条10支装
3. 麦富迪BARF霸弗幼猫粮同款试吃装100g*10

「幼猫粮1.8kgx4包」数量拍1 到手价 **279元/4包**

「成犬2kgx4包」数量拍1 到手价 **279元/4包**

图：李佳琪618直播间截图



2.1 天猫618战报：消费升级驱动全品类增长，国产品牌强势崛起

从线上销售渠道端来看，国产品牌在激烈竞争环境下持续崛起中！

- 根据宠经说数据，2025年618大促期间，**宠物食品赛道全网销售额达75亿元**，印证行业需求韧性与结构性升级并行。
- **平台侧策略调整成为增长新范式**——淘天以“简化促销（官方立减+多券叠加）-弱化价格战-聚焦长期价值”重构竞争规则。我们认为，该规则将推动行业从“流量消耗型增长”转向“用户心智-品牌壁垒-复购沉淀”的健康模型。未来，平台能力将深度绑定行业进化方向，具备全域运营能力（直播+货架+私域）与垂直品类创新势能的品牌，有望在“弱价格战、强价值战”的新周期中持续领跑。
- **天猫平台作为核心战场，头部品牌格局呈现显著迭代**：鲜朗、麦富迪、蓝氏、皇家、弗列加特跻身TOP5，其中国产品牌占据4席，外资品牌皇家由第二名下滑至第四名，弗列加特凭借“专利低温真空鲜肉浓缩工艺”跃居第五，鲜朗以全价烘焙粮矩阵稳居榜首，反映国货研发深化与品类卡位能力提升。

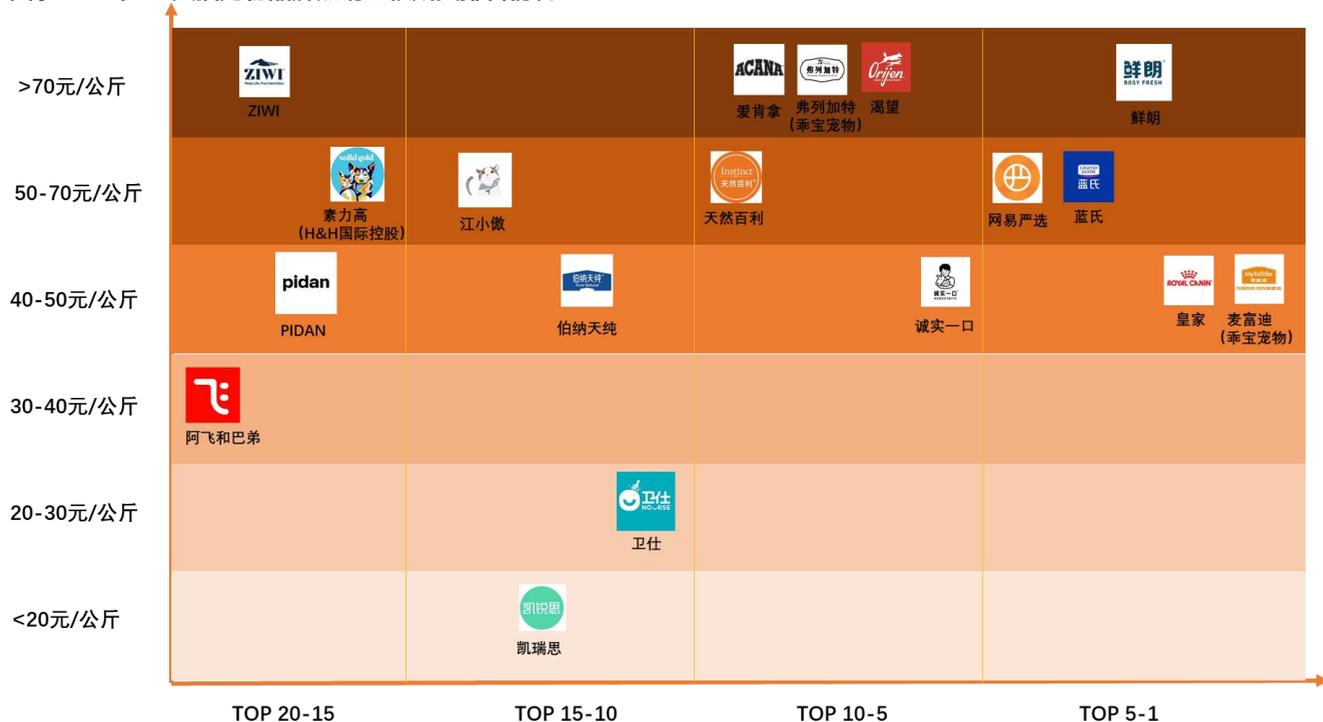
图：2024年&2025年618天猫宠物品牌成交TOP20及排名变化

	2024年618	2025年618	2025年排名变化
1	麦富迪	鲜朗	+2
2	皇家	麦富迪	-1
3	鲜郎	蓝氏	+1
4	蓝氏	皇家	-2
5	网易严选	弗列加特	+3
6	诚实一口	诚实一口	
7	渴望	天然百利	+3
8	弗列加特	渴望	-1
9	爱肯拿	网易严选	-4
10	天然百利	爱肯拿	-1
11	卫仕	卫仕	
12	伯纳天纯	大宠爱	+3
13	凯锐思	伯纳天纯	-1
14	江小傲	凯锐思	-1
15	大宠爱	素力高	+1
16	素力高	江小傲	-2
17	PIDAN	小佩	新入榜
18	ZIWI	许翠花	新入榜
19	嘻皮狗	Topdress	新入榜
20	阿飞和巴弟	ZIWI	-2

2.1 天猫618战报：消费升级驱动全品类增长，国产品牌强势崛起

➤ 当前宠物食品行业呈现显著中高端价格带（40-70+元/公斤）主导特征。据我们统计，2024年618中，根据品牌旗舰店销量第一的主粮价格，成交排名前20的食品品牌中定价主体从“品牌定位”转向“产品系列差异化”——即单一品牌通过细分品类（如烘焙粮、鲜肉粮）下的高附加值系列（如鲜朗“丛林食谱2.0”、弗列加特BARF系列）卡位中高端市场，形成“大单品驱动”模式。我们认为，品类认知传导机制上，强品类（如猫主粮）建立的品牌溢价可向弱品类（主食罐、零食）渗透，但反向传导失效——此逻辑与奢侈品类跨界彩妆的成功路径相似，体现“高打低”心智优势。

图：2024年618天猫宠物品牌热销主粮成交排名情况



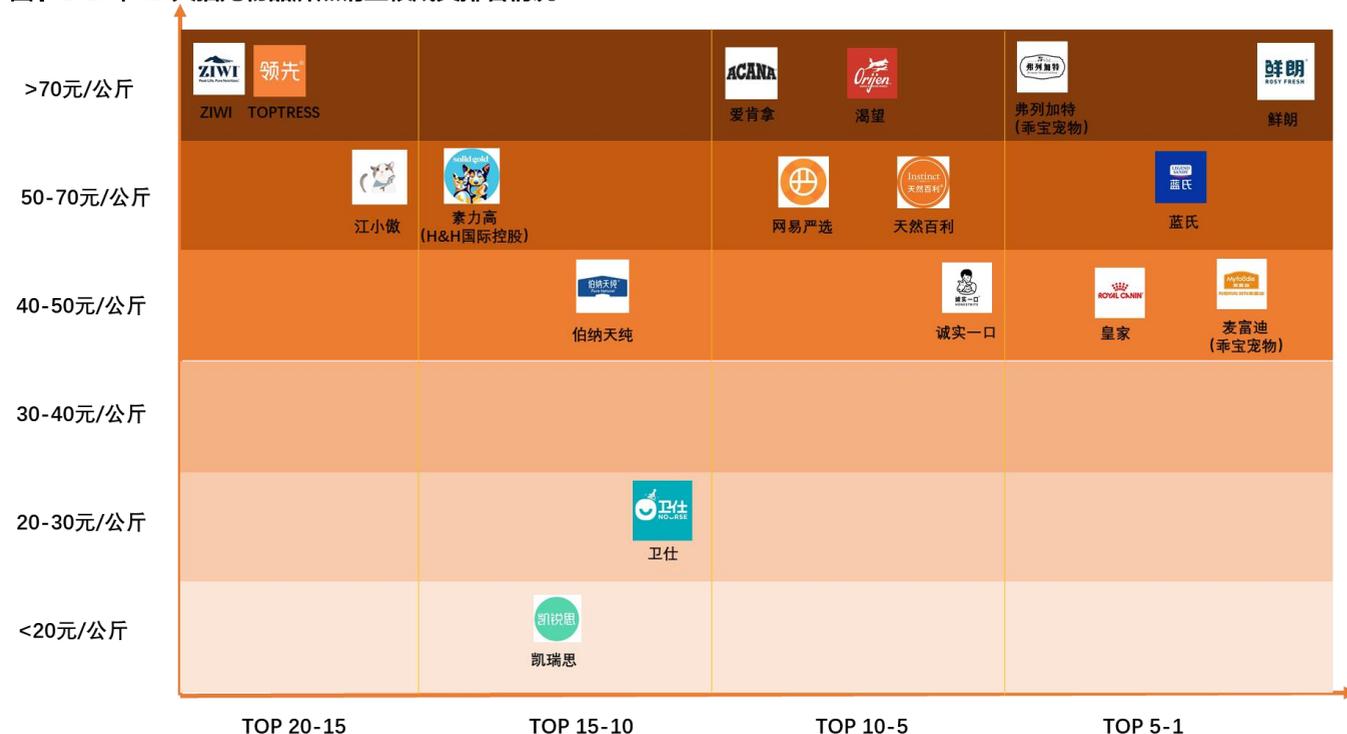
图：2024年618天猫猫主粮排行榜TOP10



2.1 天猫618战报：消费升级驱动全品类增长，国产品牌强势崛起

► **宠物食品行业高端化趋势加速兑现。**据我们统计，根据品牌旗舰店销量第一的主粮价格，对比2024年618，价格带70元以上的高端品牌排名显著跃升，映射消费需求从“性价比优先”向“科学养宠价值认同”的深层次迁移。典型案例如鲜朗凭借“全价烘焙粮+鲜肉酶解技术”构建产品矩阵，从2024年第三名强势登顶2025年天猫品牌成交榜榜首；弗列加特则以“专利低温真空鲜肉浓缩工艺”切入高端猫主粮赛道，排名从品牌成交榜第八跃居第五，并斩获猫主粮细分品类亚军。这一变迁印证国产高端品牌技术壁垒初现，鲜朗、弗列加特通过自研工艺（鲜肉含量80%+、鲜肉标准化处理系统）打破进口品牌垄断，带动国产高端粮排名持续提升。

图：2025年618天猫宠物品牌热销主粮成交排名情况



图：2025年618天猫猫主粮排行榜TOP10



2.2 京东618战报：用户分层增长与生态优势凸显

- 京东发布宠物618全周期战报，国产品牌强势崛起，麦富迪位列宠物零食双榜第一。平台方面，618大促期间，京东宠物板块以精准用户运营与差异化服务驱动高质量增长，多维数据印证赛道潜力：用户端呈现结构性跃升，成交用户同比+32%、新晋养宠用户同比+39%、高净值PLUS用户同比+35%，凸显“养宠新人入场”与“存量消费升级”双轮驱动。
- 从本届大促榜单结构看，国产品牌已在宠物食品领域形成显著优势：猫狗主粮TOP10中国货占据7席，零食榜单更现全盘国产化格局，印证国产品牌在细分市场的深度渗透力与供应链敏捷响应优势。同时，麦富迪蝉联猫狗零食双榜第一，主粮类目稳居第二。我们认为，榜单变迁趋势表明，国货正从“性价比替代”向“心智占领”进阶，依托电商渠道红利与垂直品类创新，逐步瓦解进口品牌传统壁垒，为行业投资提供“强品牌+全品类”的优选标的。

图：2024年&2025年618京东宠物猫主粮成交TOP10及排名变化

	2024年618	2025年618	2025年排名变化
1	皇家	皇家	
2	渴望	麦富迪	+2
3	网易严选	网易严选	
4	麦富迪	渴望	-2
5	蓝氏	蓝氏	
6	天然百利	天然百利	
7	爱肯拿	爱肯拿	
8	素力高	弗列加特	新入榜
9	冠能	诚实一口	新入榜
10	卫仕	冠能	-1

图：2024年&2025年618京东宠物狗主粮成交TOP10及排名变化

	2024年618	2025年618	2025年排名变化
1	伯纳天纯	皇家	+2
2	麦富迪	麦富迪	
3	皇家	伯纳天纯	-2
4	渴望	疯狂小狗	+3
5	比乐	爱肯拿	+4
6	网易严选	渴望	-2
7	疯狂小狗	网易严选	-1
8	冠能	蓝氏	新入榜
9	爱肯拿	冠能	-1
10	海洋之星	凯锐思	新入榜

3.1 乖宝宠物：麦富迪超级宠物商店，低成本场景化营销赋能品牌高端化升级

- ▶ 麦富迪于上海淮海中路核心商圈落地为期一个月的「盆友圈」限定慢闪店。该项目选址立交桥下人流密集区，借助艺术家Louis Zhao设计的原木自然空间（绿植、中草药元素）及BARF系列“丛林秘境”橱窗，将“天性喂养”理念具象化为可感知的消费叙事。活动通过烘焙派对、摄影展（联动西宁野生动物园）及DIY工坊等高互动内容，提升品牌情感溢价。我们认为该模式以轻资产投入（无库存压力）实现三大突破：一：以场景体验支撑价格带跃迁，主粮高端化反哺零食/保健品品类溢价；二：私域流量高效沉淀，积攒社群用户客群；三：打破行业同质化营销困局，为国货品牌提供“低费用-高心智渗透”的差异化突围路径，印证“体验经济+情感共鸣”在宠物消费升级中的核心驱动力。

图：慢闪店内部互动现场情况



图：慢闪店外部地址选址



3.2 朝云集团：双品牌矩阵构建全场景消费闭环，高毛利生态协同驱动增长

- 朝云集团针对旗下宠物业务板块米乐乖乖“强线上、弱线下”的发展特性，制定了系统化的升级方案。在线下渠道布局方面，创新性推出商场旗舰店“4S模式”，整合“选宠购宠+洗护美容/宠物酒店+猫咪咖啡馆+宠物用品零售”四大核心业态，打造覆盖宠物全生命周期的“一站式”服务体系。在选址策略上，凭借上市公司的品牌背书优势，已成功进驻上海环宇城MAX、成都麓镇等高流量商业地标，有效提升线下触达能力。产品运营端通过引入自有品牌“倔强嘴巴”宠物食品和“倔强尾巴”用品系列，实现产业链纵向整合。
- 门店方面：爪爪喵星球优化了原本以粉色为主体调，改为原木色简约风，更加符合时下年轻人的审美，提升了年轻群体的覆盖率，猫咖业绩提升超过200%；米乐乖乖则完善升级了品牌形象设计，形成统一的视觉输出，其中包括店铺装修、门店物料、线上宣传等方面，使品牌形象更加突出。

图：爪爪喵星球门店



图：爪爪喵星球内部货架摆放情况



3.3 宠胖胖超级MALL：全场景体验驱动宠物消费升级，生态协同构筑竞争壁

➤ 宠胖胖杭州旗舰店（杭州大悦城B1，1000m²）以“一站式人宠生活中心”定位切入高线城市升级需求，通过场景化体验+服务闭环重塑宠物消费逻辑。门店划分为商品零售、活体互动（猫/狗/异宠）、洗护美容、撸猫馆等13大功能区，以“空间叙事”延长用户停留时长，结合智能硬件（宠咕咕喂食器/饮水机）与轻医疗服务，构建“到店体验-服务转化-线上复购”生态链。营销端，实施创作者扶持计划+综艺植入（《萌探探探案》）精准触达Z世代女性，内容生态（MCN投资）实现用户口碑裂变，吸引了大量粉丝关注；运营端，以“城市合伙人”的形式在全国各大城市建立本地运营中心，增强平台的本地化服务能力。历经三年的快速发展，目前其城市合伙人覆盖17个省、4个直辖市、2个自治区，共120个城市。我们认为，当前模型验证高线城市消费潜力，但需持续优化单店效率与跨区域复制能力，以支撑从“体验标杆”向“规模化盈利”的跨越。

图：宠胖胖门店图片



图：宠胖胖运营团队全国布局情况



风险提示

- 1、原材料价格波动风险：**宠物食品的主要原材料包括主料、辅料和包装材料。当原材料价格出现大幅波动的情况，如行业内的公司无法将原材料上涨所产生的压力转移，或者不能通过提升研发水平和产品生产工艺以抵消原材料成本上升的压力，或将存在原材料价格大幅波动而导致的经营风险。
- 2、市场竞争风险：**近年我国宠物食品市场的国产品牌加速崛起，并伴随较为激烈的市场竞争，因此行业内的公司或面对较大的市场竞争风险。
- 3、汇率波动风险：**行业内主要公司海外市场贡献收入占比高，人民币汇率存在较大的波动风险，给行业和公司造成业绩的不确定性。
- 4、出口贸易摩擦风险：**近年来，随着国际政治经济形势日益复杂，全球产业格局不断调整，国际贸易摩擦频发。出口是我国宠物食品公司重要销售渠道，因此出口贸易摩擦加剧或将对我国宠物食品产业的发展造成负面影响。
- 5、测算具有一定主观性。**由于产品价格测算及行业趋势预测过程中存在分析师主观判断因素，可能导致相关预测结论与行业发展实际或企业真实经营情况产生偏离。

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，本报告所表述的所有观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法。我们所得报酬的任何部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接联系。

一般声明

除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属天风证券股份有限公司（已获中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）及其附属机构（以下统称“天风证券”）。未经天风证券事先书面授权，不得以任何方式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容。所有本报告中使用的商标、服务标识及标记均为天风证券的商标、服务标识及标记。

本报告是机密的，仅供我们的客户使用，天风证券不因收件人收到本报告而视其为天风证券的客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但天风证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，天风证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，天风证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

天风证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。天风证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。天风证券的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

特别声明

在法律许可的情况下，天风证券可能会持有本报告中提及公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。因此，投资者应当考虑到天风证券及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

投资评级声明

类别	说明	评级	体系
股票投资评级	自报告日后的6个月内，相对同期沪深300指数的涨跌幅	买入	预期股价相对收益20%以上
		增持	预期股价相对收益10%-20%
		持有	预期股价相对收益-10%-10%
		卖出	预期股价相对收益-10%以下
行业投资评级	自报告日后的6个月内，相对同期沪深300指数的涨跌幅	强于大市	预期行业指数涨幅5%以上
		中性	预期行业指数涨幅-5%-5%
		弱于大市	预期行业指数涨幅-5%以下

THANKS