

2022年中国宠物食品企业对比：宠物食品新浪潮——中宠股份、佩蒂股份、路斯股份

2022 Chinese Pet Food Enterprises Comparative Analysis Report: China Pet Foods、Peidi、Luscious

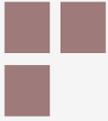
2022年中国におけるペットフード企業の比較分析：China Pet Foods、Peidi、Luscious

(摘要版)

概览标签：宠物主粮、宠物零食、ODM/OEM、自主品牌

撰写人：梁飞

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。



观点摘要

近年来，随着人均可支配收入及国民对于精神陪伴的需求提升，中国宠物经济得到快速发展。根据《中国宠物行业白皮书》，中国养猫/养犬人数分别从2018年的2258/3390万人提升至2021年的3225/3619万人，人们对于宠物陪伴需求持续高增。作为宠物经济中最大的板块——宠物食品，其市场规模也从2012年的157亿元，增至2021年的1282亿元。尽管海外品牌起步早且知名度高，但国内本土品牌通过加大技术研发投入、产能建设及多渠道营销也逐渐形成了强大的核心竞争力，本土化品牌的市场份额及知名度也在逐步提升

- ✓ 随着人均可支配收入的提高，人们对于精神陪伴的需求日渐提升，受益于中国宠物经济的高速发展，宠物食品市场规模水涨船高

根据《中国宠物行业白皮书》，中国宠物（犬猫）食品市场规模从2012年的157亿元增长至2021年的1282亿元，年复合增速高达26.3%，并以52%的份额位列宠物经济中的最大细分市场

- ✓ 对标海外，中国宠物行业发展起步较晚，市场规模及渗透率仍有较大提升空间，而欧美等发达国家宠物行业起步早且发展成熟

美国宠物行业起步于20世纪50年代。20世纪60年代，美国第一家全国性的宠物店开业，这一时期美国养宠率快速提升。截至2019年底，美国养宠渗透率已高达68.9%，远超中国的22.8%

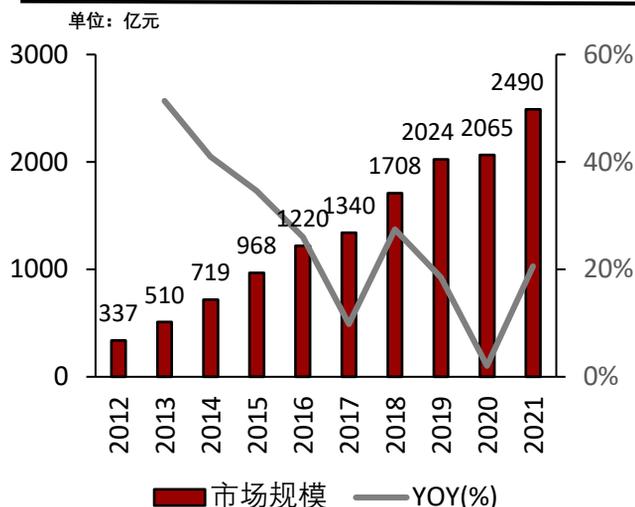
- ✓ 相较海外品牌，本土品牌在国内具有更强的市场运作能力，其本地化运营优势更为明显，优质本土化品牌市场份额有望持续提升

根据《2021年中国宠物行业白皮书》数据，在犬主粮、猫主粮、犬零食及猫零食的品牌使用率排行上，中宠旗下的顽皮、Zeal以及乖宝旗下的麦富迪等本土品牌皆名列前茅，反映本土化品牌认可度正在不断提高

■ 中国宠物食品行业市场综述——市场现状

近年来，随着国民经济的发展以及人们对宠物陪伴的精神需求日渐增强，中国宠物市场进入高速发展阶段，宠物食品作为其中最大的细分市场（52%），将最先受益于宠物经济的崛起

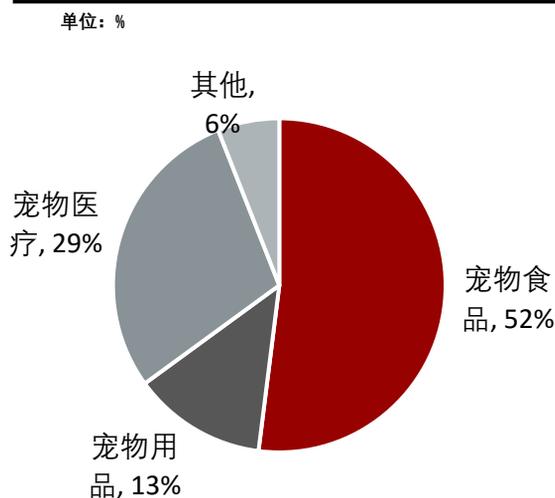
中国城镇宠物（犬猫）消费市场规模，2012-2021年



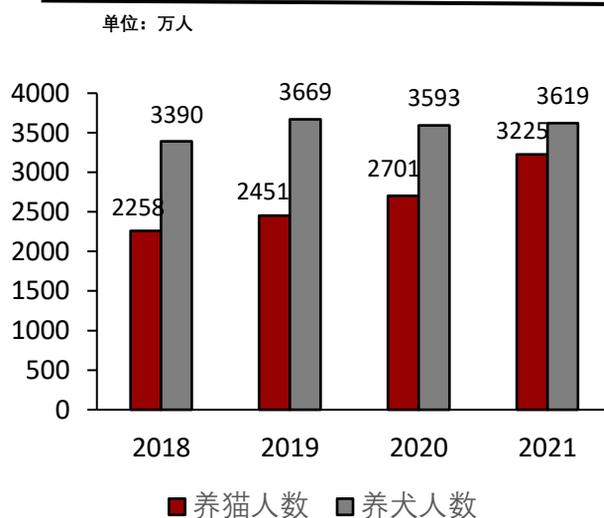
中国宠物（犬猫）食品市场规模，2012-2021年



中国宠物行业细分市场份额占比情况，2021年



中国城镇养宠（犬猫）人数，2018-2021年



分析师观点

- 随着人均可支配收入的提高，人们对于精神陪伴的需求日渐提升：根据资料，中国养猫/养犬人数分别从2018年的2258/3390万人提升至2021年的3225/3619万人，宠物陪伴需求高增
- 受益于中国宠物经济的高速发展，宠物食品市场规模水涨船高：根据《中国宠物行业白皮书》，中国宠物（犬猫）食品市场规模从2012年的157亿元增长至2021年的1282亿元，年复合增速高达26.3%，并以52%的份额位列宠物经济中的最大细分市场

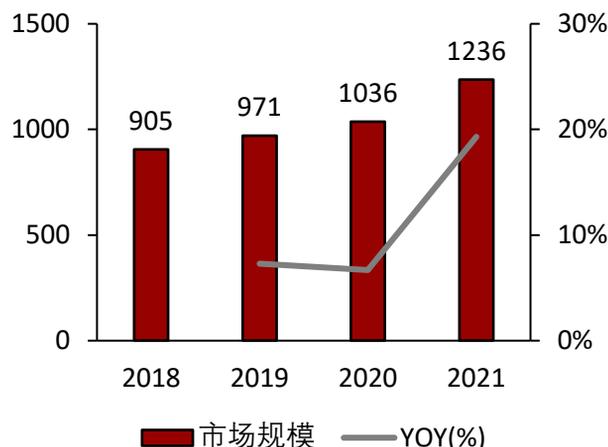
来源：中国宠物行业白皮书，头豹研究院

■ 中国宠物食品行业市场综述——海外对比

对标海外，中国宠物行业发展起步较晚。欧美等发达国家宠物行业起步早且发展较为成熟，其中美国为全球宠物经济第一大国家。中国宠物行业的市场规模及渗透率较发达国家仍有较大提升空间

美国宠物市场规模及增速，2018-2021年

单位：亿美元



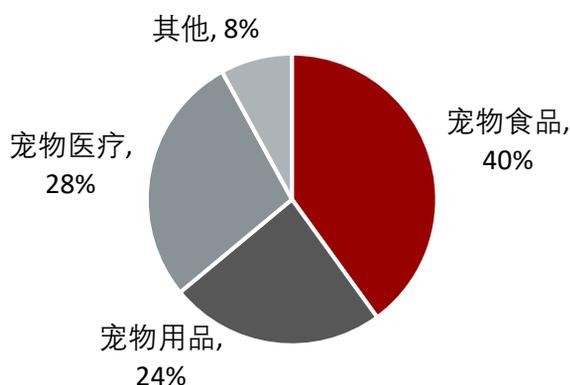
美国宠物食品行业规模，2017-2021年

单位：亿美元



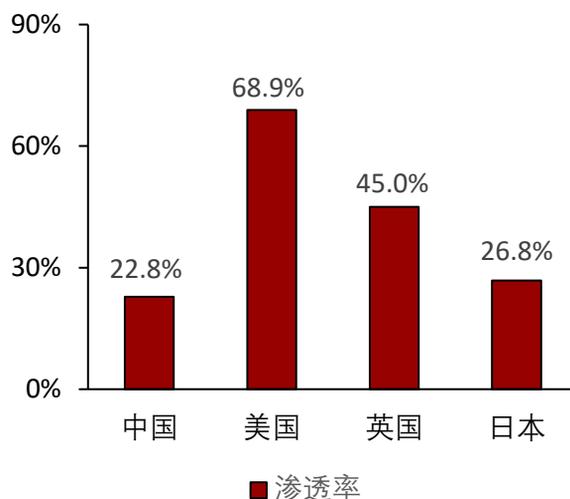
美国宠物行业细分市场占比情况，2021年

单位：%



中、美、英、日养宠渗透率对比，2019年

单位：%



分析师观点

- **美国宠物行业起步早，养宠渗透率高。**美国宠物行业起步于20世纪50年代。20世纪60年代，美国第一家全国性的宠物店开业，这一时期美国养宠率快速提升。截至2019年底，美国养宠渗透率已高达68.9%，远超中国的22.8%
- **美国高养宠渗透率推动宠物食品市场高速发展。**根据弗若斯特沙利文，美国宠物食品市场规模从2017年的271亿美元增长至2021年的500亿美元，年复合增速高达14.5%

来源：Frost & Sullivan, APPA, 头豹研究院

■ 中国宠物食品行业市场综述——竞争格局

相比海外市场，中国宠物食品竞争格局较为分散，海外品牌因起步早，且率先进入国内市场，因此具有一定的先发优势。而随着国内宠物食品头部品牌在研发、产能及营销的大力投入，本土品牌正逐渐崛起

美国宠物食品前十大品牌市占率，2021年

单位：%

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2022年中国宠物食品企业对比：宠物食品新浪潮——中宠股份、佩蒂股份、路斯股份》

- 竞争格局方面，美国宠物食品行业发展较早，宠物食品行业巨头雀巢、玛氏先发优势明显，旗下各品牌市占率较高。根据欧睿数据，2021年美国宠物食品市占率排名前五的品牌分别是蓝馥、宝路、珍致、ONE和Hill's Science Diet，市占率分别为7.5%、5.1%、5.0%、4.0%和3.9%。雀巢和玛氏两大巨头通过多次外延并购扩展产品线，不断提高其市占率

中国宠物食品前十大品牌市占率，2021年

单位：%

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2022年中国宠物食品企业对比：宠物食品新浪潮——中宠股份、佩蒂股份、路斯股份》

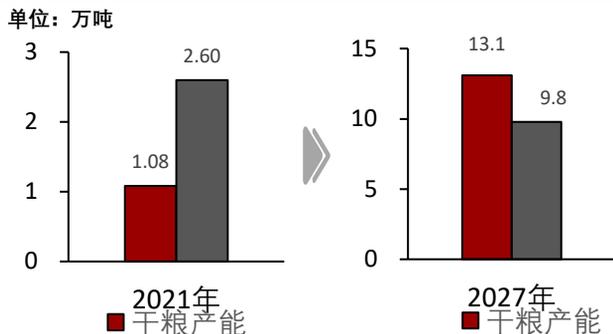
- 快速增长的中国宠物食品市场吸引海外巨头加入，本土品牌纷纷加大投入强化自身竞争力。随着中国宠物食品行业的高速发展，玛氏、雀巢等海外巨头纷纷加大对中国市场的投资和宣传力度。本土企业如中宠、佩蒂近年来通过加大研发、产能及渠道的布局，逐渐提升其品牌影响力。本土品牌有望奋起直追，从营销、品质和品牌端发力以抢占市场

来源：欧睿，头豹研究院

中国宠物食品企业对比分析——产能对比

随着宠物食品市场需求的持续高增，各大头部企业纷纷加大产能建设。中宠通过定增和发行可转债扩大产能；佩蒂则加大新西兰、柬埔寨等海外地区工厂产能建设；而路斯股份也持续加大其主粮产能的投入

中宠股份产能变化趋势，2021-2027E



分析师观点

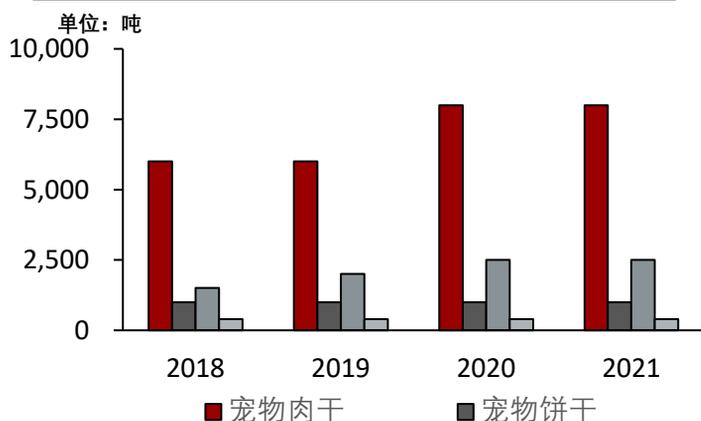
□ 公司通过定增和发行可转债加大产能建设，预计2027年干粮及湿粮年产能分别为13.1万吨和9.8万吨。根据公司公告，2020年公司通过定增募集资金6.5亿元，并在2022年发行可转债将募集总额不超过7.7亿元用于干粮和湿粮的产能建设。截至2021年底，公司干粮及湿粮产能分别为1.08万吨及2.6万吨。预计2027年随着各项目产能的充分释放，干粮及湿粮年产能分别可达13.1万吨及9.8万吨

佩蒂股份宠物食品产能情况

国家	类型	产能 (吨)	当前进度
中国	咀嚼食品	15,000	已投产
中国	新型主粮	50,000	预计2024年6月底投产
越南	咀嚼食品	15,000	已投产
柬埔寨	咀嚼食品/肉质零食	9,200	今年预计3,000吨产能
新西兰	肉质零食	2,000	已投产
新西兰	主粮 (干粮)	40,000	预计今年下半年试生产
新西兰	主粮 (湿粮)	30,000	预计2023年底可使用

□ 公司海外工厂运营经验丰富，越南、新西兰等地区工厂产能提升显著。根据公司2021年报，越南工厂系公司主要收入、利润来源地，其产能约占公司2021年报告期内的二分之一。公司凭借海外工厂的运营优势，持续加大海外的产能建设。如“柬埔寨年产9,200吨宠物休闲食品新建项目”部分建成项目于2021年下半年已进入试生产。另外，北岛小镇和新西兰的募投项目“年产量4万吨宠物干粮项目”正处于建设期

路斯股份产能变化趋势，2018-2021年



□ 随着公司年产3万吨宠物主粮项目产能的逐步释放，犬猫主粮规模持续提升。根据公司招股书及财报，2021H1，公司在宠物肉干、饼干、罐头及洁牙膏的产能分别是4000吨、500吨、1250吨及200吨。随着公司主粮项目的持续推进，预计两年后实现3万吨宠物主粮的新增，其中犬粮主粮新增1.8万吨产能，猫粮主粮新增1.2万吨产能

来源：各公司招股书、公司年报，民生证券、浙商证券、头豹研究院

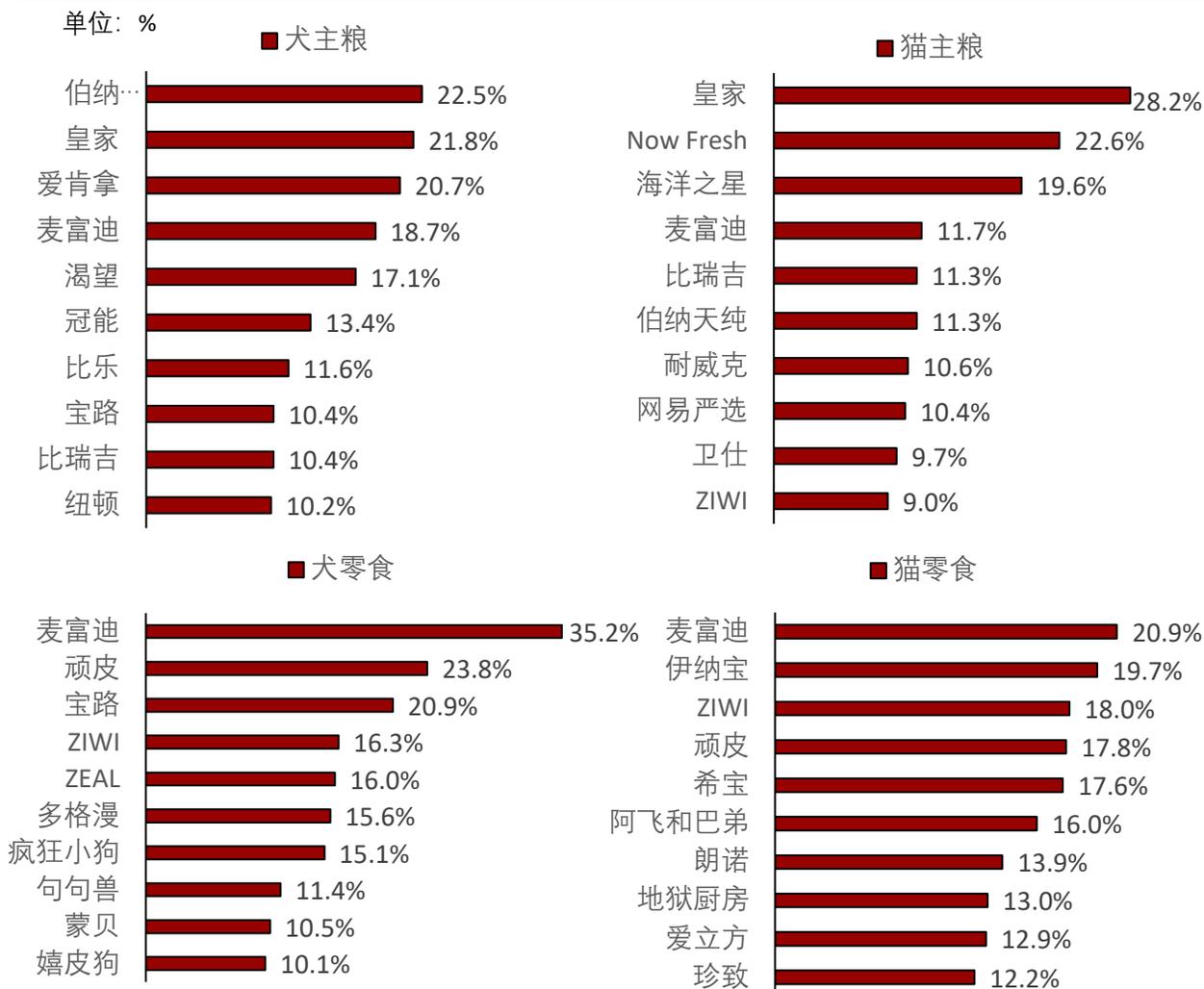
注：路斯股份2021年产能是根据2021半年度数据*2进行估算

中国宠物食品企业对比分析——行业趋势

相较于海外的知名品牌，国产宠物食品品牌在国内具有更强的市场运作能力，其本地化运营优势更为明显；此外，电商的高速发展助力宠物食品快速铺货，优质本土化品牌市场份额有望持续提升

中国宠物食品行业发展趋势

各类别宠物食品品牌使用率TOP10，2021年



分析师观点

□ 本土化宠物食品品牌影响力日趋提升，品牌使用率排名位居行业前列。随着本土化宠物食品品牌在产品研发、产能建设及品牌营销等维度上的持续发力，近年来本土化品牌的市占率及影响力正在逐年攀升。根据《2021年中国宠物行业白皮书》数据，在犬主粮、猫主粮、犬零食及猫零食的品牌使用率排行上，中宠旗下的顽皮、Zeal以及乖宝旗下的麦富迪等本土品牌皆名列前茅，展示出国内消费者对本土化宠物食品品牌的认可度和使用忠诚度正在不断提升，彰显本土化品牌的品牌韧性

来源：中国宠物行业白皮书，头豹研究院



未完待续
下篇正在进行中

若您期待尽快看到下篇报告或对下篇报告的内容有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院消费行业研究团队

邮箱：

gary.liu@frostchina.com

完整版研究报告阅读渠道：

- 登录www.leadleo.com，搜索《2022年中国宠物食品企业对比：宠物食品新浪潮——中宠股份、佩蒂股份、路斯股份》

了解其他系列课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- [2022年中国家用空气炸锅行业概览](#)
- [2022年中国按摩小家电行业](#)
- [2022年中国智能坐便器行业研究报告](#)
- [2022年中国智能晾衣架行业研究报告](#)
- [2022年中国衣物护理机行业展望](#)

头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报定制服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他以企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



备注：数据截止2022.6

四大核心服务

企业服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项评选、行业白皮书**等服务

云研究院服务

提供**行业分析师外派驻场服务**，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区企业孵化**服务

报告阅读渠道

头豹官网 —— www.leadleo.com 阅读更多报告

头豹APP/小程序 —— 搜索“头豹”手机可便捷阅读研报

头豹交流群 —— 可添加企业微信13080197867，身份认证后邀您进群

详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



深圳

李先生：13080197867

李女士：18049912451



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521