

宠物湿粮 头豹词条报告系列



宋卿衍 · 头豹分析师

2023-09-19 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：[居民服务、修理和其他服务/其他服务业/宠物服务](#)

[消费品制造](#)



词条目录

行业定义

宠物湿粮是一种以肉类（禽类肉、牛羊肉、猪肉等）...

[AI访谈](#)

行业分类

根据宠物湿粮适用宠物种类不同，可将宠物湿粮分为...

[AI访谈](#)

行业特征

市场份额方面，海外宠物湿粮品牌在中国宠物湿粮市...

[AI访谈](#)

发展历程

宠物湿粮行业目前已达到 **3个**阶段

[AI访谈](#)

产业链分析

[上游分析](#) [中游分析](#) [下游分析](#)

[AI访谈](#)

行业规模

宠物湿粮行业规模暂无评级报告

[AI访谈](#)

[SIZE数据](#)

政策梳理

宠物湿粮行业相关政策 **5篇**

[AI访谈](#)

竞争格局

目前可根据各宠物湿粮生产商线上销售表现，将中宠...

[AI访谈](#)

[数据图表](#)

摘要

宠物湿粮是一种以肉类（禽类肉、牛羊肉、猪肉等）、动物内脏、粮食类、果蔬类等农业产品为主要原材料制成的宠物主粮，其水分含量通常大于等于60%。宠物湿粮生产企业将原材料预处理加工后，经过罐装、封口、高温杀菌等工序后，最终制成宠物湿粮。经特定处理后，宠物湿粮可在常温下保存较长时间，且具有营养丰富、易消化等特点。受全球经济下行等宏观因素影响，2020年中国宠物（猫犬）湿粮市场规模下降至148.3亿元，但在2021年迅速恢复至178.3亿元。截至2022年底，中国宠物（猫犬）湿粮市场规模由2018年的134.6亿元增长至2022年的191.1亿元，年复合增长率为9.2%。预计到2027年中国宠物湿粮市场规模将达到292.4亿元，期间年复合增长率为8.7%。

宠物湿粮行业定义^[1]

宠物湿粮是一种以肉类（禽类肉、牛羊肉、猪肉等）、动物内脏、粮食类、果蔬类等农业产品为主要原材料制成的宠物主粮，其水分含量通常大于等于60%。宠物湿粮生产企业将原材料预处理加工后，经过罐装、封口、高温杀菌等工序后，最终制成宠物湿粮。经特定处理后，宠物湿粮可在常温下保存较长时间，且具有营养丰富、易消化等特点。

[1] 1: 福贝宠物公告、佩蒂股...

宠物湿粮行业分类^[2]

根据宠物湿粮适用宠物种类不同，可将宠物湿粮分为宠物猫湿粮、宠物狗湿粮和其他宠物湿粮。宠物猫湿粮多以鱼肉、禽肉为主要原材料，宠物狗湿粮多以牛肉、软骨为主要原材料，其他宠物湿粮包括宠物兔湿粮、宠物鸭湿粮等。

适用宠物分类



[2] 1: 佩蒂股份公告

宠物湿粮行业特征^[3]

市场份额方面，海外宠物湿粮品牌在中国宠物湿粮市场中占据较大份额。市场前景方面，随着宠物主对宠物饮食健康方面重视程度的不断提高，高营养价值型宠物湿粮产品市场关注度增长迅速，市场前景广阔。市场集中度方面，中国宠物湿粮行业参与企业较多，市场较为分散。

1 海外宠物湿粮品牌占据较大市场份额

海外国家宠物湿粮较早进入中国宠物市场，产品市场认可度较高。

中国宠物行业发展前期，玛氏、雀巢等海外宠物食品巨头企业凭借其成熟的宠物湿粮产品较早进入中国宠物湿粮市场，并逐渐积累品牌忠实客户，使得目前海外宠物湿粮品牌在中国宠物湿粮市场中仍占据较大份额。

2 高营养价值型宠物湿粮产品市场前景广阔

高营养价值型宠物湿粮产品市场关注度增长迅速，市场前景广阔。

随着宠物主对宠物饮食健康方面重视程度的不断提高，宠物主在选择宠物湿粮等宠物食品时更加关注原料成分的营养价值。2023年一季度（1月至3月），抖音平台中宠物食品“原料成分”相关内容播放量同比增速超70%。其中，具有较高营养价值的“深海鱼”相关播放量同比增长690%。随着宠物主对宠物饮食健康方面重视程度的不断提高，预计高营养价值型宠物湿粮市场规模将快速增长，市场前景广阔。

3 市场集中度较低

中国宠物湿粮行业参与企业较多，市场较为分散。

中国宠物行业整体的快速发展，使得中国宠物食品生产企业数量快速增加。截至2022年底，中国宠物食品生产企业数量超300家，且大部分参与宠物湿粮生产。大量新兴宠物食品企业的不断加入，使得中国宠物湿粮市场份额不断被分散，导致行业整体集中度较低。

[3] 1: 京东、知网

宠物湿粮发展历程^[4]

宠物湿粮行业迄今为止主要经历三个发展阶段：**1992年至1997年的萌芽期**，中国“宠物”概念尚未流行，宠物湿粮行业及其他宠物相关行业均在摸索中前进。**1998年至2012年的启动期**，宠物概念逐渐流行，宠物湿粮生产企业及宠物湿粮品牌数量逐渐增多。**2013年至2023年的高速发展期**，网络购物模式的普及使得宠物湿粮线上销售规模快速增长，带动宠物湿粮行业快速发展。

萌芽期 · 1992~1997

1992年，中国小动物保护协会成立。1993年，雀巢、皇家等国外宠物食品品牌进入中国市场。1995年前后，大量“海归”将西方宠物理念带入中国。

行业萌芽期，中国小动物保护协会成立，标志着中国宠物行业的初步形成。此时期，“宠物”概念尚未流行，宠物湿粮行业及其他宠物相关行业均在摸索中前进。

启动期 · 1998~2012

1998年，中宠股份成立。2003年，淘宝网成立。2005年，福贝宠物成立。2006年，乖宝宠物成立。2007年，《中华人民共和国动物防疫法》第一次修订，其中提到“宠物”。

行业启动期，宠物概念逐渐流行，宠物湿粮生产企业及宠物湿粮品牌数量逐渐增多。第一次修订后的《中华人民共和国动物防疫法》中提到“宠物”，这是中国首次在法律文件中提到宠物。淘宝网的成立，为宠物湿粮行业拓宽了销售渠道，为未来宠物湿粮市场规模的快速增长奠定基础。

高速发展期 · 2013~2023

2013年，快手成立。2016年，抖音成立。2021年，中国城镇饲养犬猫的人数达6,844万人，城镇犬猫消费市场规模达 2,490亿元。

行业高速发展期，随着快手、抖音等短视频平台的成立及快速发展，宠物相关短视频得以快速传播，从而激发观众购买、饲养宠物的兴趣，带动养宠人群规模及宠物湿粮等宠物消费市场规模快速增长。同时，网络购物模式的普及使得宠物湿粮线上销售规模快速增长，进一步带动宠物湿粮行业快速发展。

- [4] 1: <https://www.gov.c...> | 2: <https://www.taoba...> | 3: <https://www.kuais...> | 4: <https://zhuanlan.z...> | 5: <http://www.csapa...> | 6: <http://www.wanpy...> | 7: <http://www.gamb...> | 8: <https://www.fbpet...> | 9: 福贝宠物官网、乖宝宠...

宠物湿粮产业链分析^[5]

宠物湿粮行业产业链上游为宠物湿粮原材料供应商，主要包括圣农发展、六和股份等。中游为宠物湿粮生产商，主要包括中宠股份、佩蒂股份、乖宝宠物等。下游为渠道端及终端客户。渠道端主要包括各电商平台、宠物店等，终端客户指养宠人群。

上游方面，宠物湿粮原材料主要包括鸡胸肉、鸡肉粉、鸭胸肉、小麦等。其中，中国小麦产量稳定，供应量充足。2020年至2022年，中国小麦播种面积分别为2,338.0万公顷、2,356.7万公顷和2,352.0万公顷。小麦产量分别为13,425.4万吨、13,694.5万吨和13,772.3万吨，整体产量保持稳定。**中游方面**，宠物湿粮市场集中度较

低。中国宠物行业整体的快速发展，使得中国宠物食品生产企业数量快速增加。截至2022年底，中国宠物食品生产企业数量超300家，且大部分参与宠物湿粮生产。大量新兴宠物食品企业的不断加入，使得中国宠物湿粮市场份额不断被分散，导致行业整体集中度较低。2022年，中国猫湿粮市场CR10为31%，狗湿粮市场CR10由2013年的62%减少至54%。**下游方面，宠物湿粮关注人群年轻化程度较高。**2023年一季度（1月至3月），抖音平台主流宠物食品板块用户中，39%的用户年龄在18岁至23岁之间，15%的用户年龄在24岁至30岁之间。

上 产业链上游

生产制造端

宠物湿粮原材料供应商

上游厂商

[上海兆宇国际贸易有限公司 >](#)

[新希望六和股份有限公司 >](#)

[福建圣农发展（浦城）有限公司 >](#)

[查看全部](#) ▾

产业链上游说明

宠物湿粮原材料主要包括鸡胸肉、鱼肉、小麦等。**中国小麦产量稳定，供应量充足。**2020年至2022年，中国小麦播种面积分别为2,338.0万公顷、2,356.7万公顷和2,352.0万公顷。小麦产量分别为13,425.4万吨、13,694.5万吨和13,772.3万吨，整体产量保持稳定。

中国鸡胸肉价格较为稳定。以乖宝宠物采购环节为例，2020年至2022年，乖宝宠物在采购鸡胸肉时平均采购单价分别为10.8元/千克、10.7元/千克和10.2元/千克，价格波动较为稳定。

中 产业链中游

品牌端

宠物湿粮生产商

中游厂商

[乖宝宠物食品集团股份有限公司 >](#)

[上海依蕴宠物用品有限公司 >](#)

[上海宠幸宠物用品有限公司 >](#)

[查看全部](#) ▾

产业链中游说明

高营养价值型宠物湿粮产品市场前景广阔。随着宠物主对宠物饮食健康方面重视程度的不断提高，宠物主在选择宠物湿粮等宠物食品时更加关注原料成分的营养价值。2023年一季度（1月至3月），抖音平台中宠物食品“原料成分”相关内容播放量同比增速超70%。其中，具有较高营养价值的“深海鱼”相关播放量同比增长690%。随着宠物主对宠物饮食健康方面重视程度的不断提高，预计高营养价值型宠物湿粮市场规模将快速增长，市场前景广阔。

宠物湿粮市场集中度较低。中国宠物行业整体的快速发展，使得中国宠物食品生产企业数量快速增加。截至2022年底，中国宠物食品生产企业数量超300家，且大部分参与宠物湿粮生产。大量新兴宠物食品企业的不断加入，使得中国宠物湿粮市场份额不断被分散，导致行业整体集中度较低。2022年，中国猫湿粮市场CR10为31%，狗湿粮市场CR10由2013年的62%减少至54%。

产业链下游

渠道端及终端客户

渠道端及终端客户

渠道端

养宠人群

浙江天猫技术有限公司 >

淘宝（中国）软件有限公司 >

查看全部 ▾

产业链下游说明

渠道端主要指各线上电商平台及各线下综合性超市、宠物商店、宠物医院等。终端客户主要指养宠人群。**宠物行业线上渠道渗透率不断增加，宠物商品线上销售规模占比持续提高。**2020年至2022年，中国宠物行业线上渠道渗透率由43%增长至50%，宠物商品线上销售规模占比由2020年的51%增长至2022年的53%。随着中国电商平台的持续下沉，预计选择线上购买宠物湿粮等商品的人群规模将持续增长。

宠物湿粮等宠物食品关注人群年轻化程度较高。2023年一季度（1月至3月），抖音平台主流宠物食品板块用户中，39%的用户年龄在18岁至23岁之间，15%的用户年龄在24岁至30岁之间。

[5] 1: <https://data.stats...>

2: <https://data.stats...>

3: 京东、国家统计局、乖...

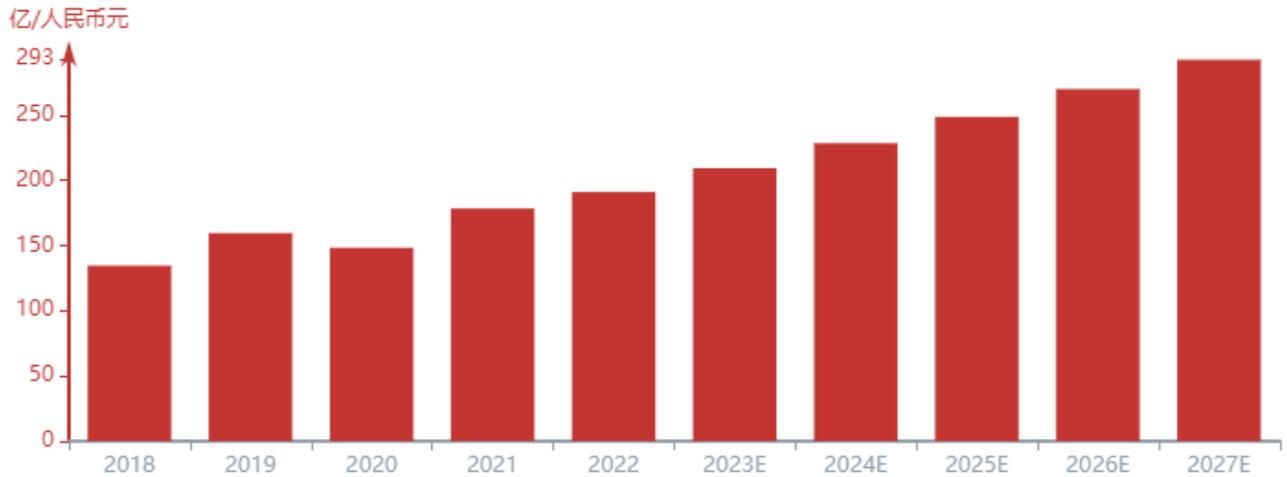
宠物湿粮行业规模^[6]

宠物（猫犬）湿粮市场规模

宠物湿粮行业规模



宠物（猫犬）湿粮市场规模



数据来源：国家兽药产业技术创新联盟、国家统计局、乖宝宠物公告、中宠股份公告、福贝宠物公告

受全球经济下行等宏观因素影响，2020年中国宠物（猫犬）湿粮市场规模下降至148.3亿元，但在2021年迅速恢复至178.3亿元。截至2022年底，中国宠物（猫犬）湿粮市场规模由2018年的134.6亿元增长至2022年的191.1亿元，年复合增长率为9.2%。预计到2027年中国宠物湿粮市场规模将达到292.4亿元，期间年复合增长率为8.7%。

宠物身份的转变是宠物湿粮市场规模逐步扩大的主要原因之一。居民购买宠物目的由看家护院向陪伴生活转变。随着宠物主与宠物间感情的加深，宠物逐渐被赋予“家人”“朋友”等身份，宠物主喂养宠物所用食物逐渐由剩饭剩菜转变为专业宠物湿粮等宠物食品，从而带动宠物湿粮行业规模逐步扩大。截至2022年，86%的宠物主将宠物视为朋友、孩子、家人。宠物主为宠物湿粮等宠物食品消费的意愿有所增加，推动宠物湿粮市场规模在2018年至2022年间以9.2%的年复合增长率快速增长。**宠物数量的增加是宠物湿粮市场规模逐步扩大的另一主要原因。**以宠物猫数量为例，2020年至2022年，中国宠物猫数量分别为4,862万只、5,806万只和6,536万只，增长率分别为10.2%、19.4%和12.6%。中国宠物数量的持续增长，带动宠物湿粮市场规模随之持续增长。

预计未来中国宠物湿粮市场规模仍将持续增长。**一方面，中国家庭宠物拥有率仍有较大增长空间。**2022年中国家庭宠物拥有率为23.9%，美国为70.4%。随着中国人均可支配收入的不断增长以及居民对陪伴需求的不断增加，预计中国家庭对宠物的需求将逐渐增加，推动中国养宠人群规模及宠物数量不断增长，从而带动宠物湿粮市场规模的持续增长。**另一方面，宠物主对精细化养宠需求的增加将推动中国宠物湿粮市场规模的持续增长。**与宠物干粮相比，宠物湿粮具有口味多样、营养丰富、高水分摄入等特点，但价格较高。以麦富迪为例，其天猫店铺中售卖的烘焙粮（宠物干粮的一种）价格为9.9元每100克，而宠物湿粮产品价格为14.9元每100克。随着宠物主对宠物饮食健康方面重视程度的不断提高，营养价值较高的宠物湿粮逐渐受到市场关注。2023年一季度（1月

至3月)，抖音平台中“湿粮”相关视频播放量同比增长487%。预计随着中国人均可支配收入的不断增长以及宠物主对精细化养宠需求的不断增加，宠物主对宠物湿粮的需求将不断增加，推动宠物湿粮市场规模持续增长。

[6] 1: 国家兽药产业技术创新...

宠物湿粮政策梳理^[7]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中共中央国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》	中共中央、国务院	2023-07	7
政策内容	健全中小微企业和个体工商户信用评级和评价体系，加强涉企信用信息归集，推广“信易贷”等服务模式。支持符合条件的民营中小微企业在债券市场融资，鼓励符合条件的民营企业发行科技创新公司债券，推动民营企业债券融资专项支持计划扩大覆盖面、提升增信力度。支持符合条件的民营企业上市融资和再融资。			
政策解读	《中共中央国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》中指出，要推广“信易贷”等服务模式。该政策有利于拓宽优质中小型宠物湿粮生产企业融资渠道，缓解该类企业初创及业务扩张期的资金压力。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划(2023-2025)》	商务部等13部门	2023-07	7
政策内容	改造传统商业载体。引导邻近居民区的传统商场向社区商业中心转型，拓展特色餐饮、生活零售、文化休闲、儿童娱乐、运动健身、社区食堂等服务功能。			
政策解读	计划指出，要拓展生活零售、文化休闲等社区商业中心的服务功能。该政策有利于推动宠物湿粮商店更加接近居民社区，减少社区内消费者购买宠物湿粮的时间成本，从而吸引更多临近社区的消费者。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
--	------	------	------	----

	《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》	网信办、税务总局、市场监管总局	2022-03	6
政策内容	积极营造网络直播公平竞争环境。网络直播平台和网络直播发布者不得对商品生产经营主体以及商品的性能、功能、质量、来源、曾获荣誉、资格资质、销售状况、交易信息、经营数据、用户评价等进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或者相关公众，不得帮助其他经营者实施上述行为。			
政策解读	《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》指出，要积极营造网络直播公平竞争环境。该政策有利于规范宠物湿粮行业在线上销售环节的行为，有利于营造良好的宠物湿粮行业竞争环境。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”电子商务发展规划》	商务部、网信办、发展改革委	2021-10	7
政策内容	鼓励模式业态创新。发挥电子商务对价值链重构的引领作用，鼓励电子商务企业挖掘用户需求，推动社交电商、直播电商、内容电商等新业态健康发展。			
政策解读	随着中国线上购物模式的逐渐普及，线上销售成为宠物湿粮销售的重要方式。《“十四五”电子商务发展规划》有利于推动电商平台的健康发展，为宠物湿粮的线上销售提供更健康的环境。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《2021年饲料质量安全监管工作方案》	农业农村部办公厅	2021-10	10
政策内容	重点开展宠物饲料标签检查、质量安全指标和非法添加物监测，调查被抽检产品饲料标签是否规范，监测宠物饲料产品的主要质量安全指标和非法添加物。			
政策解读	《2021年饲料质量安全监管工作方案》指出，要重点对宠物饲料质量相关问题进行检查。该政策有利于规范宠物湿粮生产企业生产流程，有力保障宠物湿粮安全。同时，随着质检不合格的宠物湿粮退出市场，宠物湿粮市场发展将更加有序化，有利于国产宠物湿粮品牌更好地积累口碑。			
政策性质	规范类政策			

宠物湿粮竞争格局^[8]

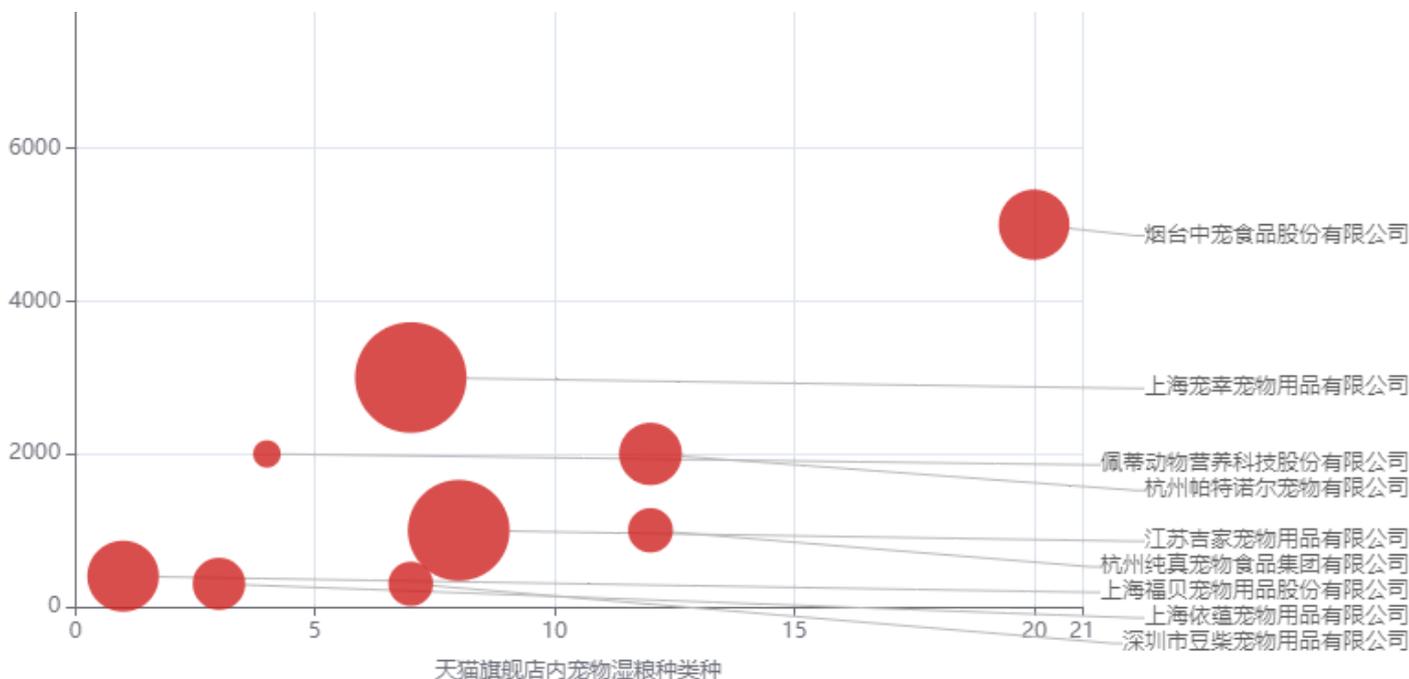
目前可根据各宠物湿粮生产商线上销售表现，将中宠股份、乖宝宠物列为第一梯队，纯真宠物、帕特诺尔等列为第二梯队，其他宠物湿粮生产商列为第三梯队。

宠物湿粮市场整体竞争较为激烈。宠物湿粮行业是宠物食品行业的细分行业。目前，宠物食品生产企业大多涉及宠物湿粮生产。中国宠物行业整体的快速发展，使得中国宠物食品生产企业等宠物企业逐渐受到资本市场关注。2022年，中国宠物行业融资事件共35起，其中宠物食品行业6起。资本市场的推动以及中国宠物经济的快速发展，使得中国宠物食品生产企业数量快速增加。2018年至2022年，中国宠物食品行业许可证由226个增加到563个。截至2022年底，中国宠物食品生产企业数量超300家。大量新兴宠物食品企业的不断加入，使得中国宠物湿粮市场竞争激烈程度不断增加。**国外宠物湿粮品牌在中国宠物湿粮市场中占据较大份额。**由于中国宠物湿粮等宠物食品行业起步较晚，导致玛氏、雀巢等国外宠物食品巨头企业凭借其成熟的宠物食品较早进入中国市场，并逐渐积累品牌忠实客户，使得目前国外宠物湿粮品牌在中国宠物湿粮市场中仍占据较大份额。

重视视频平台的广告传播效应将快速提高宠物湿粮生产商品牌知名度。以抖音平台为例，2023年一季度（2023年1-3月）主流宠物食品相关内容短视频播放量同比增长75%。截至2023年4月，抖音平台中40%的宠物行业用户将抖音视为获取宠物科普内容的主要平台。随着中国视频平台渗透率的日益增长以及视频平台内容丰富程度的不断增加，预计将视频平台视为主要信息来源的用户规模将持续扩大。若宠物湿粮生产商重视视频平台的广告传播效应，在视频平台中持续投放高质量宠物湿粮相关内容，预计该宠物湿粮生产商品牌知名度将快速增长，为企业持续获得新客源。**加快高营养价值型宠物湿粮产品的研发生产有利于提升宠物湿粮生产企业竞争力。**随着宠物主对宠物饮食健康方面重视程度的不断提高，宠物主在选择宠物湿粮等宠物食品时更加关注原料成分。2023年一季度（1月至3月），抖音平台中宠物食品“原料成分”相关内容播放量同比增速超70%。其中，具有较高营养价值的“深海鱼”相关播放量同比增长690%。同期，宠物湿粮板块中，具有较高营养价值的“羊奶粉”相关视频播放量同比增长186%。**若宠物湿粮生产商加快高营养价值型宠物湿粮产品的研发，在该类宠物湿粮需求高速增长阶段完成相关产品研发生产并投入市场，预计该企业高营养价值型宠物湿粮产品的研发业务将在一段时间内为企业带来持续高速增长的收益，提高企业竞争力。**

气泡大小表示：天猫旗舰店粉丝数量(万人)





上市公司速览

乖宝宠物食品集团股份有限公司 (301498)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	34.0亿元	-	-

烟台中宠食品股份有限公司 (002891)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	7.1亿元	-11.00	24.35

佩蒂动物营养科技股份有限公司 (300673)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	4.9亿元	-41.77	15.45

[8] 1: 京东、知网

[9] 1: 淘宝APP

[10] 1: 淘宝APP

[11] 1: 淘宝APP

宠物湿粮代表企业分析

1 乖宝宠物食品集团股份有限公司【301498】

• 公司信息

企业状态	开业	注册资本	36004万人民币
企业总部	聊城市	行业	食品制造业
法人	秦华	统一社会信用代码	91371500790384538P
企业类型	股份有限公司（外商投资、未上市）	成立时间	2006-06-26
品牌名称	乖宝宠物食品集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	宠物食品加工、销售；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定公司经营或禁止... 查看更多		

▪ 财务数据分析

财务指标	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)	2023(Q2)
资产负债率(%)	42.205	34.472	28.718	35.915	22.951	19.408	18.562
营业总收入同比增长(%)	-	14.907	43.467	27.924	31.935	24.542	22.439
应收账款周转天数(天)	-	27	20	20	17	19	18
流动比率	1.041	2.081	2.122	1.732	2.78	3.233	3.401
每股经营现金流(元)	1.43	-0.47	0.49	0.26	0.85	0.121	1.02
流动负债/总负债(%)	97.813	62.851	71.464	84.787	79.952	82.834	83.426
速动比率	0.636	1.289	1.103	0.9	1.024	1.476	1.9
摊薄总资产收益率(%)	-	0.294	6.279	6.69	11.638	3.719	8.748
基本每股收益(元)	0.15	0.01	0.31	0.39	0.74	0.24	0.57
净利率(%)	3.646	0.2965	5.5381	5.5068	7.819	9.4779	10.0342
总资产周转率(次)	-	0.992	1.134	1.228	1.482	0.396	0.878
每股公积金(元)	-	-	1.8522	1.8638	1.8684	1.8689	1.8695
存货周转天数(天)	-	87	86	96	104	104	86
营业总收入(元)	12.21亿	14.03亿	20.13亿	25.75亿	33.98亿	9.05亿	20.66亿
每股未分配利润(元)	-	-	0.8754	1.2434	1.9497	2.1798	2.5062

稀释每股收益 (元)	0.15	0.01	0.31	0.39	0.74	0.24	0.57
归属净利润(元)	4452.20万	416.02万	1.11亿	1.40亿	2.67亿	8498.40万	2.06亿
扣非每股收益 (元)	0.14	-	0.29	0.34	0.73	0.23	0.57
经营现金流/营 业收入	1.43	-0.47	0.49	0.26	0.85	0.121	1.02

竞争优势

乖宝宠物自营宠物湿粮品牌“麦富迪”市场认可度较高。2021年，公司自营品牌“麦富迪”获MAT2021犬猫食品品牌天猫销量榜单行业第一名，并成为MAT2021最受Z世代欢迎的宠物食品品牌。2022年，品牌获得2021-2022天猫TOP品牌力榜（宠物）第一名。

竞争优势2

乖宝宠物产品品控严格，宠物湿粮质量有较好保障。公司使用自有辐照中心对产品进行辐照，成品检测采用实验室设备内部检测与第三方检测相结合方式。公司检测中心获得中国合格评定国家认可委员会（CNAS）实验室认可证书。公司及其生产子公司已通过BRCGS认证、FSSC22000认证、FSMA认证、IFS认证、GMP认证和HACCP认证，取得美国FDA、加拿大CFIA、日本MAFF、欧盟FVO等海外宠物食品消费大国官方机构的认可。

2 上海福贝宠物用品股份有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	36180万人民币
企业总部	市辖区	行业	其他制造业
法人	汪迎春	统一社会信用代码	91310117774756514A
企业类型	股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)	成立时间	2005-04-28
品牌名称	上海福贝宠物用品股份有限公司		
经营范围	宠物用品（除专控）、配合饲料（宠物）的生产、销售；宠物用品、饲料领域内的技术开发... 查看更多		

融资信息

融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
2019-05-01	2019-07-12	凯珩资本, 深创投, 金鼎资本, 毅达资本, 海富产业基金	3亿人民币	B轮	-	-
-	2017-05-11	毅达资本	未披露	A轮	-	-

A轮

未披露

2017-05-11

B轮

3亿人民币

2019-07-12

竞争优势

福贝宠物供应链管理能力强，宠物湿粮产品毛利率整体较高。福贝宠物拥有较强的供应链管理能力和成本优势，能较好控制其宠物食品生产成本，从而使其产品毛利率较高。2022年1-6月，福贝宠物所生产的犬粮毛利率为40.6%，猫粮毛利率为37.4%，在宠物湿粮行业内均处较高水准。

竞争优势2

福贝宠物拥有较为专业的研发团队，不断优化宠物湿粮配方。公司建有专门的宠物食品营养研究中心，拥有一支专业的宠物食品营养研发团队，研发人员涵盖动物营养学、动物医学、动物行为学、食品科学等学科专业，长期围绕宠物的营养需求和宠物的科学喂养两个方面开展研发工作。通过不断积累宠物全生命周期的生长曲线及营养需求等方面的试验数据，公司建立了相关的宠物营养数据库，为配方设计提供科学的数据支撑。公司积极开展产学研合作研究，经上海市院士专家工作站指导办公室等批准建立了宠物食品研究领域的首个上海市专家工作站，为宠物提供营养均衡、促进宠物健康、适口性优越的宠物湿粮配方方案。

3 烟台中宠食品股份有限公司【002891】



公司信息

企业状态	开业	注册资本	29411.2698万人民币
企业总部	烟台市	行业	食品制造业
法人	郝忠礼	统一社会信用代码	913700007337235643
企业类型	股份有限公司(中外合资、上市)	成立时间	2002-01-18
品牌名称	烟台中宠食品股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	生产、加工宠物食品，并销售公司上述所列自产产品；销售宠物饲料添加剂产品。（依法须... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)	2023(Q2)
销售现金流/营业收入	1.01	1.03	1.06	-	-	-	-
资产负债率(%)	40.7649	44.3331	26.6183	35.467	42.176	38.723	41.53

营业总收入同比增长(%)	39.0906	21.5244	30.0958	29.058	12.717	-10.996	7.889
归属净利润同比增长(%)	-23.3857	39.9739	70.7234	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	39.7588	43.7445	40.9738	39	39	48	46
流动比率	1.2028	1.328	2.2393	1.54	2.055	2.416	2.039
每股经营现金流(元)	0.2716	0.5698	0.0859	0.723	0.406	-0.09	0.362
毛利率(%)	23.3101	23.8009	24.6997	-	-	-	7.97
流动负债/总负债(%)	92.21	76.3208	92.9667	81.213	52.422	45.366	51.709
速动比率	0.5495	0.7181	1.2452	0.945	1.337	1.468	1.334
摊薄总资产收益率(%)	5.1017	5.7478	7.2052	4.19	3.09	0.418	2.48
营业总收入滚动环比增长(%)	10.775	17.0767	-3.0141	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-24.1821	-0.8901	-30.1701	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	7.87	9.56	11.66	-	-	-	-
基本每股收益(元)	0.56	0.46	0.75	0.39	0.3602	0.0532	0.327
净利率(%)	4.3574	5.2037	6.7817	4.3895	3.722	3.828	7.3325
总资产周转率(次)	1.1708	1.1046	1.0624	1.044	0.948	0.188	0.442
归属净利润滚动环比增长(%)	-7.5547	8.943	-22.9135	-	-	-	-
每股公积金(元)	4.0538	1.9191	5.7723	3.5303	3.8918	3.8918	3.8919
存货周转天数(天)	79.1435	78.2541	90.4205	83	78	103	84
营业总收入(元)	14.12亿	17.16亿	22.33亿	28.82亿	32.48亿	7.06亿	17.15亿

每股未分配利润 (元)	2.1326	1.51	1.9104	1.6104	1.8845	1.9377	2.1604
稀释每股收益 (元)	0.56	0.46	0.75	0.39	0.3602	0.0532	0.327
归属净利润(元)	5644.47万	7900.78万	1.35亿	1.16亿	1.06亿	1566.15万	9616.87万
扣非每股收益 (元)	0.58	0.4	0.7	0.39	0.3094	0.046	0.3141
经营现金流/营 业收入	0.2716	0.5698	0.0859	0.723	0.406	-0.09	0.362

▪ 竞争优势

中宠股份重视研发，为开发新型宠物湿粮产品做好技术积累。公司技术研发中心成立于2007年，下设新产品研发中心、检测中心、动物健康监测中心、宠物饲喂实验基地以及中试试验车间。2018年10月，公司建成首发募集资金投资的“宠物食品研发中心项目”。公司拥有多项行业内先进技术，如“均衡营养马口铁罐头加工关键技术”、“宠物鲜肉羹制备加工技术”、“肉类破碎重组加工技术”等。

▪ 竞争优势2

中宠股份较早布局海外宠物湿粮市场，拥有丰富的海外客户资源。在国际市场中，公司先后在日本、美国、欧洲、澳大利亚等国家推出了“Wanpy”、“Jerky time”、“Dr.Hao”等自主品牌的宠物湿粮产品。凭借稳定的产品质量和良好的商业信誉，公司在美洲、欧洲、亚洲、大洋洲及非洲等60个国家和地区积累了一批优质的品牌客户，并形成了长期、良好的合作关系。

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权归属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。