



量价齐升二八法则， 高端化与国产替代驱动宠物食品行业新增长

——宠物食品行业专题报告

投资评级：推荐（维持）

报告日期：2025年07月29日

- 分析师：娄倩
- SAC编号：S1050524070002

研究创造价值

1、渗透率提升带来规模扩张，消费升级推动价格增长：

- ①**量增**：中国宠物数量及养宠渗透率稳定增长，消费基数持续扩大，对比海外国家仍存在较大提升空间，长期增长潜力明确。
- ②**价增**：单宠消费升级显著，产品价格提升明显，逐渐成为主要驱动力。

2、国产品牌市占率实现反超，行业集中度提升强化头部效应

国产替代与品牌升级同时引起国内宠物食品行业的竞争格局变革。

- 2024年国产品牌市场份额达61%，首次全面超越进口品牌。
- 线上主导但红利趋缓，线下专业渠道价值重估，线上线下融合成标配，头部企业通过高端化布局抢占市场。

3、产品加速高端化转型提升溢价，供应链优化实现降本增效

- 产品结构高端化：高端宠粮增速领跑，2025年高端市场占比超40%，烘焙粮、冻干粮等品类爆发，头部企业通过生产技术创新提升溢价能力。
- 供应链优化管理：智能化生产与海外产能布局加速推动转型升级，实现降本增效

- (1) 国内市场竞争加剧的风险
- (2) 原材料价格波动的风险
- (3) 贸易摩擦风险
- (4) 国家“能耗双控”政策风险
- (5) 宏观经济波动风险
- (6) 消费者需求变化的风险

01

宠物食品行业发展状况： 量价双升驱动市场持续扩张

研究创造价值

1.1、量增：宠物数量与渗透率提升，对比国际显示增长空间

中国宠物数量稳定增长

宠物数量的稳定增长为宠物食品市场提供了庞大的消费基础。近年来，我国宠物数量持续增长，2024年中国宠物（犬猫）数量达1.24亿只，同比增长2.1%。随着宠物数量的增加，宠物食品的需求量也相应上升。

图表：2020年-2024年我国宠物（犬猫）数量

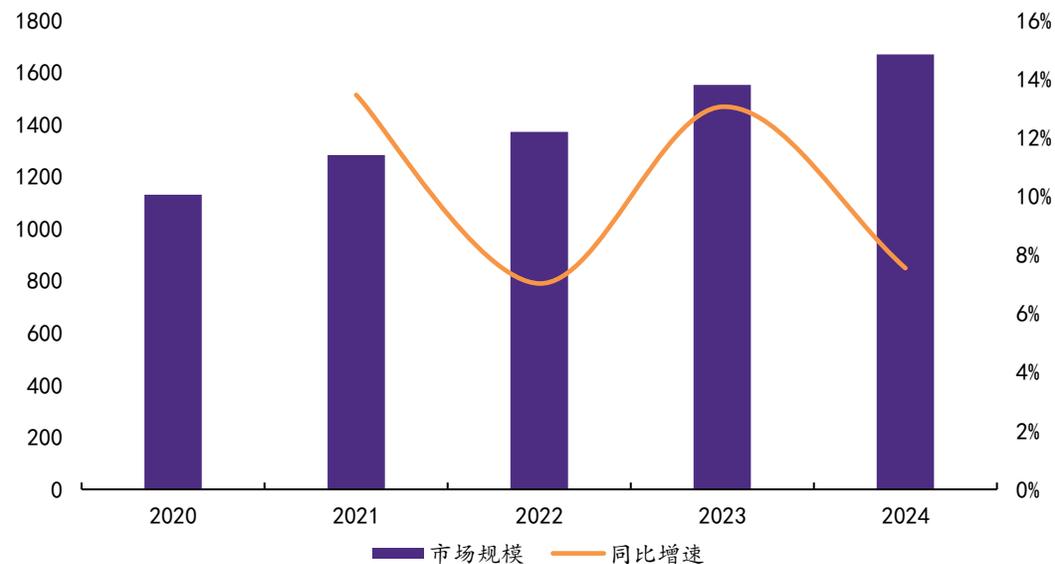


资料来源：《2025中国宠物行业白皮书》，华鑫证券研究

养宠规模扩大带动宠物食品市场增长，量的增长明显

近年来我国宠物食品市场规模持续扩大。有数据显示，2024年我国宠物食品市场规模达到1668亿元，较上年增长7.54%；2013年至2024年，年复合增长率（CAGR）高达22.4%。预计2025年我国宠物食品市场规模将继续扩大。

图表：中国宠物食品市场规模及同比增速



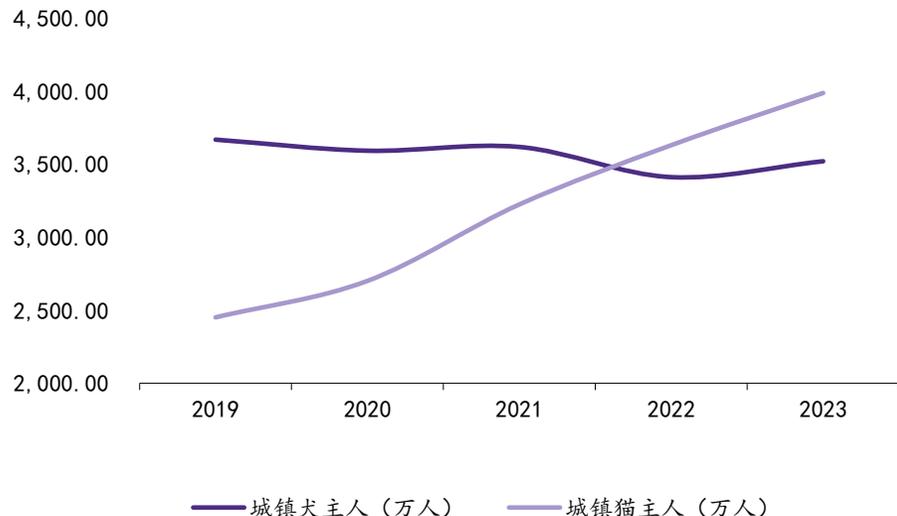
资料来源：中商产业研究院，华鑫证券研究

1.1、量增：宠物数量与渗透率提升，对比国际显示增长空间

渗透率持续攀升直接扩大消费基数

渗透率持续攀升直接扩大消费基数。中国家庭养宠率迅速提升，从2019年的19.58%增长至2024年的23.54%，渗透率提升速度快于宠物数量增长。这一增长显著扩大了宠物食品的消费群体基数，尤其是猫主人的数量出现迅速增长，截至2024年，我国猫主人数量已经达到4088万人。

图表：2019年-2023年我国宠物主数量（万人）

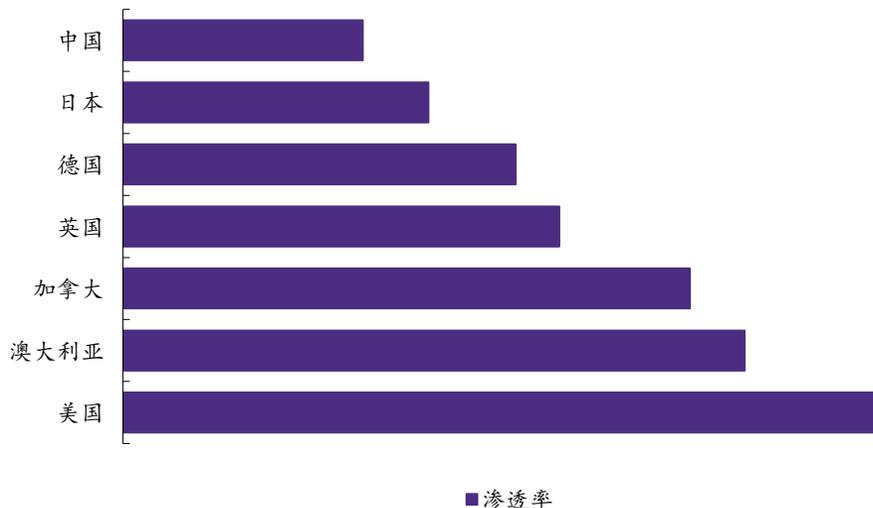


资料来源：艾瑞咨询，华鑫证券研究

渗透率差距预示长期增长空间，行业发展未来可期

中国宠物渗透率与海外对比存在数倍提升空间。2024年，中国家庭养宠率达到约24%，但将国内宠物渗透率与美国等成熟宠物市场相比，仍存在约3倍的差距；与日本等与国内思想理念和居住环境相近的国家相比，我国养宠渗透率也较低。中国养宠家庭数量以及户均养宠数量具有较大增长潜力，随着养宠渗透率的提升将进一步释放潜在市场空间。

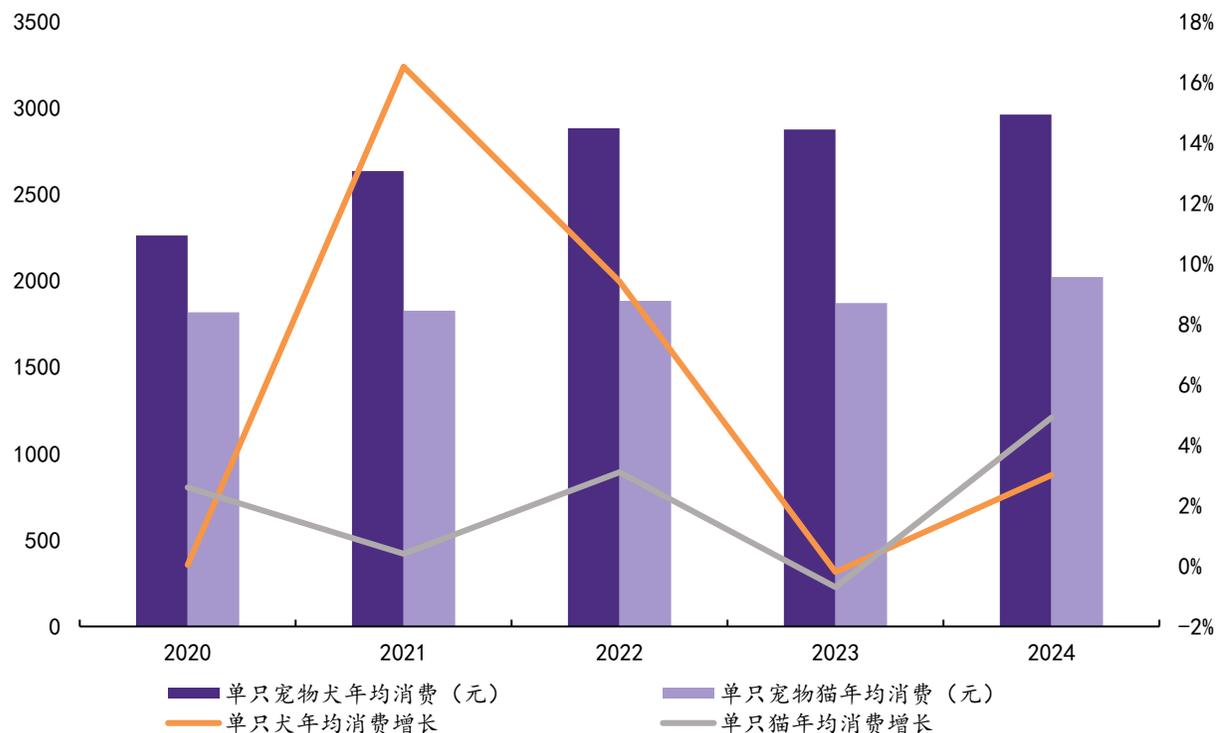
图表：主要国家宠物家庭渗透率



资料来源：《中国宠物用品消费趋势报告》，华鑫证券研究

1.2、价增：中高端产品增速快，单宠消费升级趋势明显

图表：单只宠物（犬猫）年均消费及增速



资料来源：《中国宠物行业白皮书》，华鑫证券研究

价增成为市场核心驱动力，高端化升级打开溢价空间

①**价格增速超越数量增长**。2020-2024年，中国单只宠犬年消费从2262元升至2961元，单只宠物猫年消费从1818元升至2020元；2024年，单只宠物犬年消费同比增长3.0%，单只宠物猫年消费同比增长4.9%，而宠物数量同比增长2.1%，价格增速已超过同期宠物数量增速，成为市场规模扩张的首要动能。

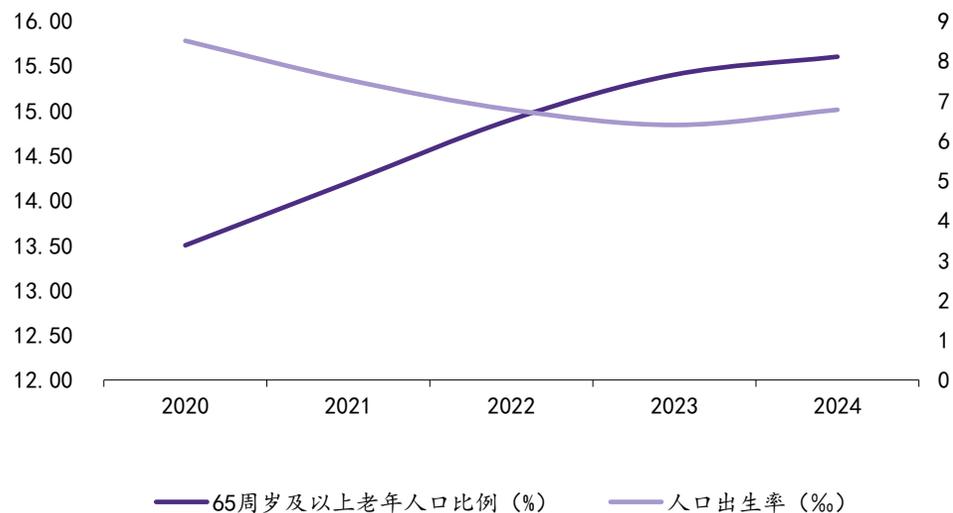
②**结构性升级是价增的核心来源**。一方面，宠物食品品类高端化趋势明显，2023-2024年的数据显示，20元以下及20-50元价格带销量同比下滑，而中高端价格带则普遍增长：100-300元价格带销量同比增速达24.43%，300-500元和500元以上价格带分别增长9.15%和44.75%。另一方面，宠主消费行为改变，消费观念升级，更加注重食品的健康与营养，“精细喂养”越来越普遍。

1.3、人口结构变革驱动增长，宠主年轻化趋势明显

人口结构变化奠定长期增长趋势

宠物食品行业的持续增长根本原因来自人口结构变化的影响。据统计，2024年中国65岁以上老年人口比例已突破15%，而人口出生率则降至6.8‰的历史低点。这种人口结构变化直接改变了家庭组成和情感需求，越来越多的年轻人和老年人选择通过饲养宠物来获得陪伴与情感慰藉，使得宠物数量增长成为一种长期趋势。

图表：2020年-2024年我国65周岁及以上老年人口比例与人口出生率

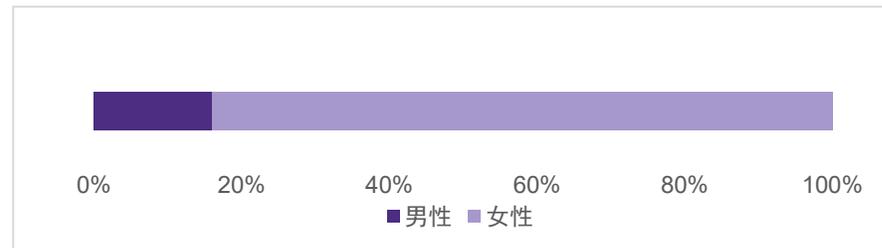


资料来源：国家统计局，华鑫证券研究

年轻宠主占比持续攀升，女性群体成为养宠主力军

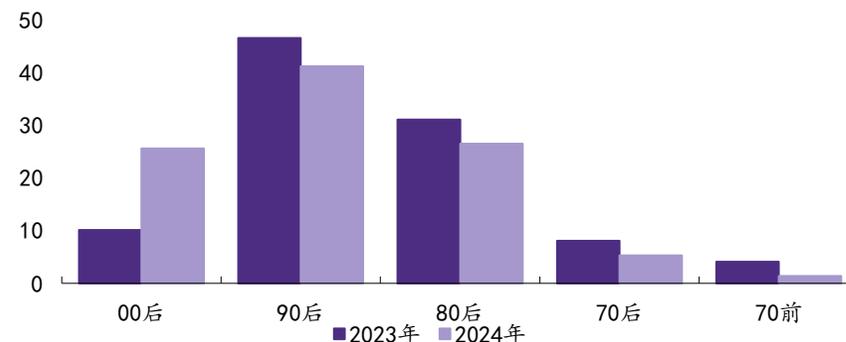
养宠成为高线城市Z世代女性标配，主导社媒平台宠物食品话题讨论。00后宠主占比持续上升，且增速较快，为宠物食品消费贡献力度持续增大。

图表：宠物食品社媒讨论人群画像



资料来源：艺恩营销，华鑫证券研究

图表：2023年-2024年中国宠主年龄分布



资料来源：《2025中国宠物行业白皮书》，华鑫证券研究

0 2

行业阶段：渠道扩张转向品牌竞争，
头部集中度加速提升

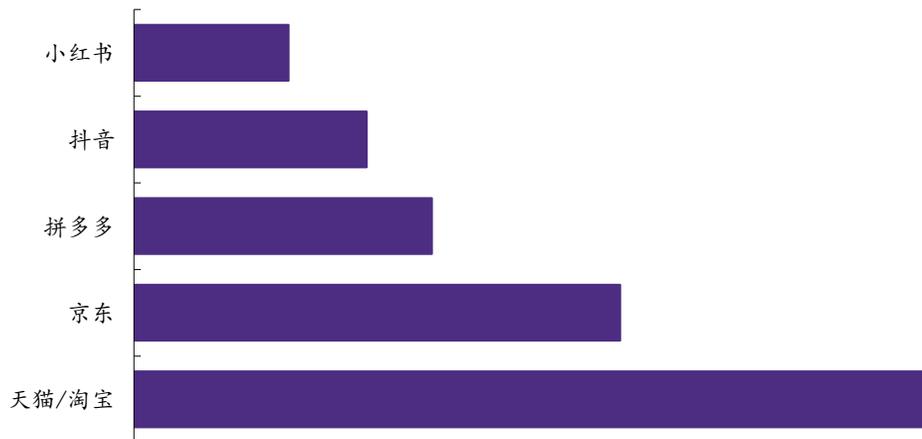
研究创造价值

渠道端以线上主导但红利消退，线下专业渠道价值重估

①随着国内互联网社交平台 and 电商经济的兴起，90后、00后等养宠主力消费者更倾向于通过线上渠道购买宠物食品。电商平台成为国内宠物食品销售的主要渠道，数据显示，2024年宠物类目全平台线上销售额502.31亿元，同比增长10%，养宠人士对大型综合电商平台的偏好度超过60%，线上直播间达到18.9%，直播电商平台展现出较强的增长潜力。

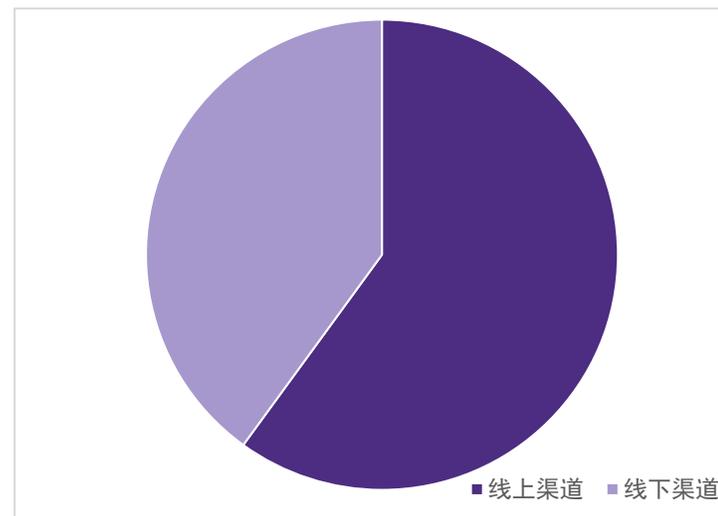
②线上线下融合成标配。随着平台流量成本日益高昂，竞争激烈，对品牌的运营能力和资金实力也提出了更高要求，线上渠道红利趋缓，线下渠道因其突出的购物体验和专业服务，仍然占据重要地位。各企业更加注重线上线下渠道的融合发展，如乖宝宠物的全渠道覆盖。

图表：2024年宠主宠物产品购买渠道偏好（单位：%）



资料来源：《2025年中国宠物行业市场报告》，华鑫证券研究

图表：我国宠物食品销售渠道占比情况



资料来源：嘉世咨询，华鑫证券研究

2.2、加快自有品牌建设，国产化替代趋势明显

品牌竞争逐渐成为竞争主要形式

渠道优势减弱的同时，国内企业将目光放在建立自有品牌优势上，实现营收突破。在我国头部企业中，乖宝宠物以“麦富迪”品牌为主打，配合“弗列加特”和“汪臻醇”等品牌，布局中高端市场，市场占有率位居国产品牌第一。

图表：中国宠物食品市场上市公司



资料来源：公司年报，华鑫证券研究

行业集中度有望持续提升

行业集中度相对较低，但近年来呈现集中度变高趋势。虽然与美日等宠物行业较为成熟的国家相比，我国宠物行业集中度仍处于较低水平，2023年，我国宠物行业CR3和CR5分别达到3.6%和4.5%。但近年来，随着整个宠物行业集中度呈现持续上升，宠物食品领域头部企业表现突出，到2023年我国宠物食品企业CR5约为30%，显示出长期提升空间。

2.2、加快自有品牌建设，国产化替代趋势明显

图表：2025年中国宠物食品十大品牌

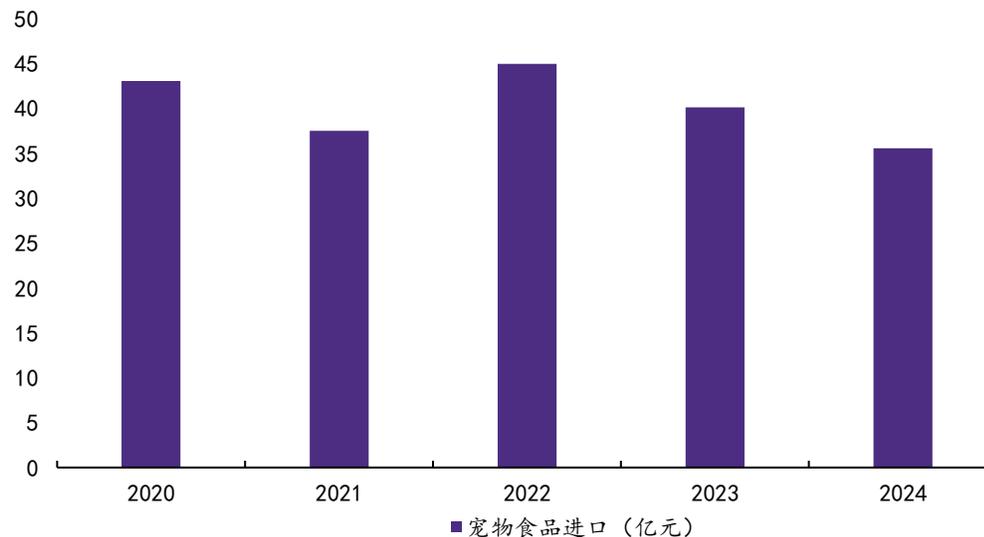
排名	品牌
1	麦富迪
2	皇家
3	疯狂小狗
4	宝路
5	蓝氏
6	顽皮
7	比瑞吉
8	美滋元
9	珍宝
10	伯纳天纯

资料来源：艾媒金榜，华鑫证券研究

国产品牌崛起，加速替代进口

国产品牌与进口品牌的竞争格局正在重构。2024年，国产品牌市占率已达61%，首次全面超越进口品牌。这一转变主要得益于三方面因素：一是国产品牌更适应本土渠道(尤其是直播电商)和消费习惯；二是性价比优势在消费分级背景下更受青睐；三是进口关税从4%上调至10%提高了进口品牌成本。

图表：2020-2024年我国宠物食品进口总额



资料来源：嘉世咨询，华鑫证券研究

0 3 盈利能力提升：高端化+供应链 优化驱动利润跃迁

研究创造价值

3.1、产品结构优化，打造高端化产品路线

国产品牌中高端转型趋势明显

①国产品牌重点发力高端宠粮市场。2025年高端宠物食品市场规模占比已超过40%，且增速明显高于中低端市场，高端宠粮市场呈现爆发式增长趋势。乖宝宠物、中宠股份等国产品牌通过高端化和研发投入，逐步提升市场份额，抢占高端宠粮市场，增强盈利能力。

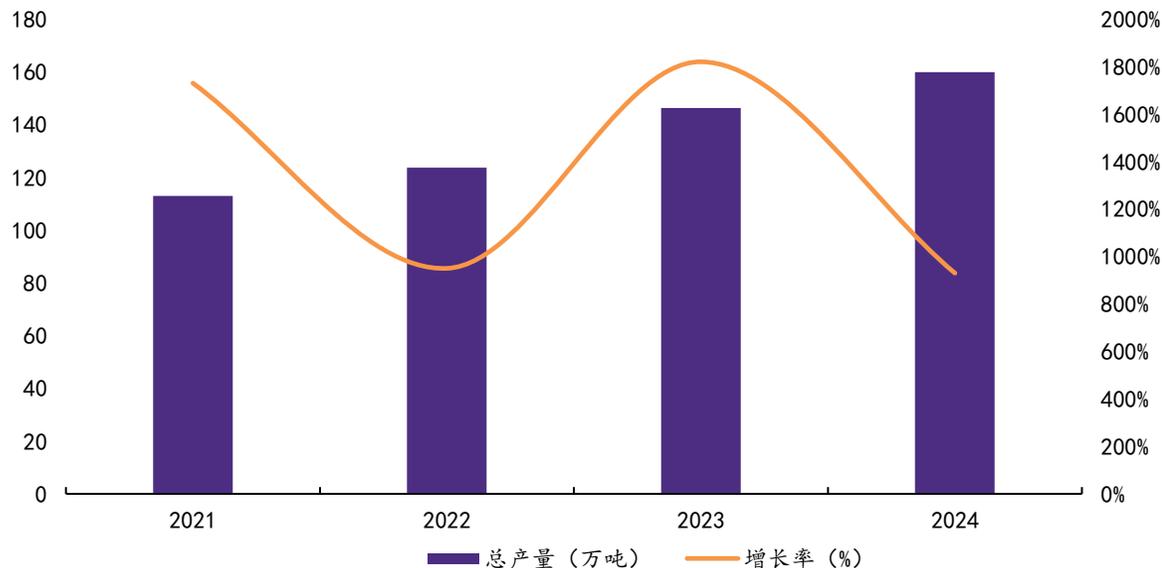
图表：国内头部企业的品牌定位

企业	品牌	品牌定位及特性
中宠股份	Wanpy顽皮	中高端
	Zeal	高端
佩蒂股份	爵宴	高端
乖宝宠物	麦富迪	中高端
	弗列加特	高端

资料来源：公司年报，华鑫证券研究

②技术升级助力产品品质提升和产能扩充。冻干粮和烘焙粮成为消费者偏好的高品质产品，根据京东宠物平台数据，2023年至2024年期间，烘焙猫粮销售额增长238%。同时智能化数字化成为宠物食品行业发展的重要趋势，国内众多企业均通过智能化生产实现产能扩张，如乖宝宠物搭建“数字孪生工厂”，模拟配方膨化效果，新品开发周期压缩至7天，又利用3D打印技术实现定制零食按需生产，单日交付5000份异形订单，大大提高了生产效率。

图表：2021-2024宠物食品产能总量及增长率



资料来源：中国饲料工业协会，华鑫证券研究

3.2、供应链管理升级实现降本增效

供应链智能化管理保持成本稳定，加速海外产能布局开拓海外市场

①宠物食品的加工成本易受到原材料价格波动的影响。宠物食品行业的上游主要是各类农副食品，以谷物、淀粉等粮食类作物和鸡胸肉、鸭胸肉等肉类皮革为主，农副产品价格存在周期性且波动较为频繁。企业通过科学的供应链管理对冲价格波动，减低风险。此外，智能化管理有利于提升周转效率，减少产品损耗，从而帮助提高效益。

图表：多家上市企业强化供应链建设举措

中宠股份	全球布局22个现代化基地，并于2024年12月与SAP达成战略合作推进数字化升级
佩蒂股份	在国内外设立工厂，其新西兰4万吨高品质主粮产线于2024年3月投产
天元宠物	收购“它品”平台整合线下资源，覆盖超5万家宠物店，同时加速海外团队建设，扩大越南和柬埔寨工厂规模

资料来源：新华网，华鑫证券研究

②头部企业加速海外产能布局，乖宝宠物、中宠股份等企业纷纷于东南亚建厂，利用关税优势开拓海外市场。

图表：国内头部企业的海外产能布局

乖宝宠物	泰国设有工厂，自有资金投入扩建
中宠股份	产能分布在中国、美国、加拿大、新西兰、柬埔寨5个国家，海外拥有8间现代化工厂
佩蒂股份	公司先后在越南、新西兰、柬埔寨等地设立生产基地，积极整合国际优势资源
路斯股份	本期柬埔寨一期项目已建设完成并投入生产，可每年新增宠物零食产能3,000吨，二期项目正在建设中

资料来源：公司年报，华鑫证券研究

- (1) 国内市场竞争加剧的风险
- (2) 原材料价格波动的风险
- (3) 贸易摩擦风险
- (4) 国家“能耗双控”政策风险
- (5) 宏观经济波动风险
- (6) 消费者需求变化的风险

娄倩：农业轻纺首席分析师，中山大学学士，北京大学硕士，拥有8年从业经历，具备实体、一级、一级半、二级市场经验，擅长产业链视角和草根一线，2024年7月入职华鑫证券研究所，覆盖农业轻纺板块，从全产业链角度深耕生猪、宠物、户外、娃娃研究。

证券分析师承诺

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

免责声明

华鑫证券有限责任公司（以下简称“华鑫证券”）具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。本报告由华鑫证券制作，仅供华鑫证券的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告中的信息均来源于公开资料，华鑫证券研究部门及相关研究人员力求准确可靠，但对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。我们已力求报告内容客观、公正，但报告中的信息与所表达的观点不构成所述证券买卖的出价或询价的依据，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。投资者应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并同时结合各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就财务、法律、商业、税收等方面咨询专业顾问的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，华鑫证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。本公司或关联机构可能会持有报告中所提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等服务。本公司在知晓范围内依法合规地履行披露。

本报告中的资料、意见、预测均只反映报告初次发布时的判断，可能会随时调整。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。在不同时期，华鑫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。华鑫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。

本报告版权仅为华鑫证券所有，未经华鑫证券书面授权，任何机构和个人不得以任何形式刊载、翻版、复制、发布、转发或引用本报告的任何部分。若华鑫证券以外的机构向其客户发放本报告，则由该机构独自为此发送行为负责，华鑫证券对此等行为不承担任何责任。本报告同时不构成华鑫证券向发送本报告的机构之客户提供的投资建议。如未经华鑫证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。华鑫证券将保留随时追究其法律责任的权利。请投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的华鑫证券研究报告。

证券投资评级说明

股票投资评级说明：

	投资建议	预测个股相对同期证券市场代表性指数涨幅
1	买入	>20%
2	增持	10%—20%
3	中性	-10%—10%
4	卖出	<-10%

行业投资评级说明：

	投资建议	行业指数相对同期证券市场代表性指数涨幅
1	推荐	>10%
2	中性	-10%—10%
3	回避	<-10%

以报告日后的12个月内，预测个股或行业指数相对于相关证券市场主要指数的涨跌幅为标准。

相关证券市场代表性指数说明：A股市场以沪深300指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以道琼斯指数为基准。



华鑫证券

CHINA FORTUNE SECURITIES

研创造价值