

中国宠物行业年度必读大数据

# 2025年 中国宠物行业白皮书

消费报告



Petdata.cn  
派读宠物行业大数据

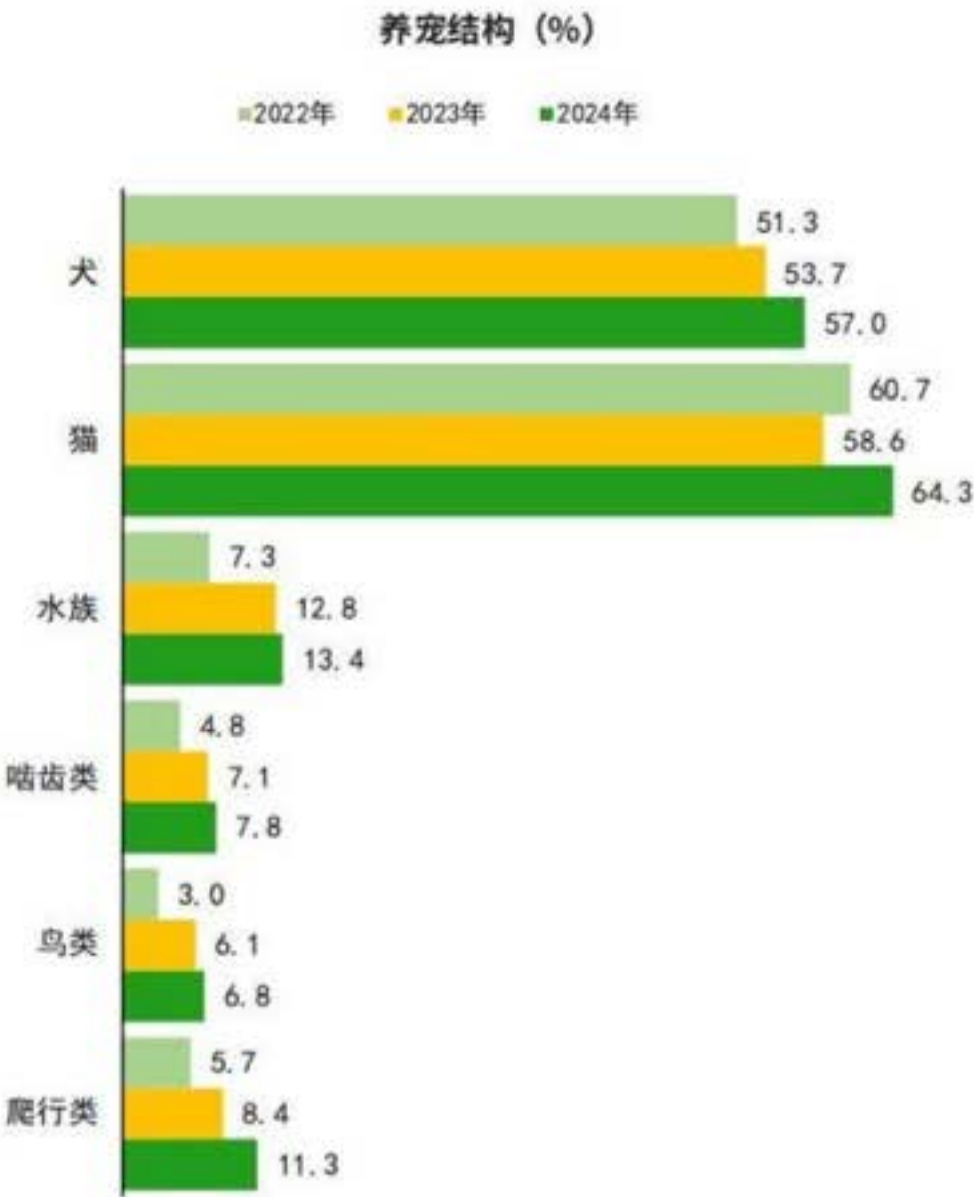
## 1.1 城镇养宠概况

### 1.1.1 养宠结构

#### 宠主养宠逐渐“多元化”，宠物类型均有所上升

犬、猫仍是宠主首选的宠物类型。其中，犬的占比为57.0%，猫的占比为64.3%，较2023年均有所上升。

此外，饲养异宠的人群同样在上升。其中，爬行类较2023年上升2.9个百分点。水族、啮齿、鸟类均在小幅上升。



1.1.2 犬猫数量

犬、猫数量小幅上升

2024年城镇犬猫数量为12411万只，较2023年小幅增长2.1%。

其中，犬5258万只，较2023年小幅上升1.6%；猫7153万只，较2023年上升2.5%。

犬猫数量变化趋势（万只）



增长率	2021年	2022年	2023年	2024年
犬	+4.0%	- 5.7%	+1.1%	+1.6%
猫	+19.4%	+12.6%	+6.8%	+2.5%

### 1.1.3 宠主数量

#### 宠主数量增长放缓

2024年城镇宠主(犬、猫主人)7689万人，较2023年上升2.4%。

其中，犬主人3601万人，较2022年上升2.3%；猫主人4088万人，较2023年上升2.5%，上升趋势略有放缓。





1.2 宠物市场概况

1.2.1 消费市场规模

消费市场规模仍保持缓速上升，预计2027年消费市场将突破4000亿元

2024年城镇宠物(犬猫)消费市场规模达3002亿元，较2023年增长7.5%。

其中，犬消费市场规模达1557亿元，较2023年上升4.6%，猫消费市场规模达1445亿元，较2023年上升10.7%。

预计2027年城镇宠物(犬猫)消费市场规模达4042亿元。

其中，犬消费市场规模达1891亿元，猫消费市场规模达2151亿元。



2021-2024 年城镇宠物（犬猫）同比增幅

类别	2021年	2022年	2023年	2024年
犬	+21.2%	+3.1%	+0.9%	+4.6%
猫	+19.9%	+16.1%	+6.0%	+10.7%
总体	+20.6%	+8.7%	+3.2%	+7.5%

注：市场规模不包含活体交易数据。

1.2.2 平均消费金额

单只犬猫年均消费金额有所回升

单只犬年均消费2961元，较2023年小幅上升3.0%。

单只猫年均消费2020元，较2023年上升4.9%。



### 1.2.3 消费结构变化

#### 宠物消费结构较稳定，食品消费占比小幅提升

食品仍是宠主的主要消费市场，市场份额为52.8%，较2023年略有上升。

其次是医疗，市场份额为28.0%，较2023年小幅下降。  
用品、服务市场份额较低，分别为12.4%、6.8%。

从细分结构来看:在食品领域中，主粮、营养品份额较2023年有所上升，零食份额略有回落。

医疗领域中的细分品类有小幅波动，均在1个百分点以内。





### 1.2.3.1犬

#### 犬食品市场结构稳定，医疗市场小幅上升

犬食品市场份额为50.1%，较2023年小幅波动。其中，主粮、营养品份额小幅上升，零食市场份额小幅下降。

犬医疗市场份额为27.9%，较2023年有所回升。其中，诊疗上升0.3个百分点，疫苗下降0.2个百分点，体检上升0.3个百分点。

犬服务市场份额为9.8%，较2023年小幅上升。其中，洗澡美容略有下降，保险、寄养小幅上升。

犬用品市场份额较2023年小幅下降0.2个百分点。





1.2.3.2猫

猫食品、用品市场份额有所上升，医疗市场份额略有下降

猫食品市场份额为55.7%，较2023年略有上升1.3个百分点。

其中，主粮市场份额小幅上升0.7个百分点，零食、营养品分别上升0.3个百分点。

猫用品份额为12.7%，较2023年小幅上升0.1个百分点。

猫医疗市场份额为27.9%，较2023年下降1.5个百分点，主要诊疗较2023年份额有所下降。

猫服务市场份额为3.7%，较2023年小幅上升0.1个百分点。



## 1.2.4 消费渗透率

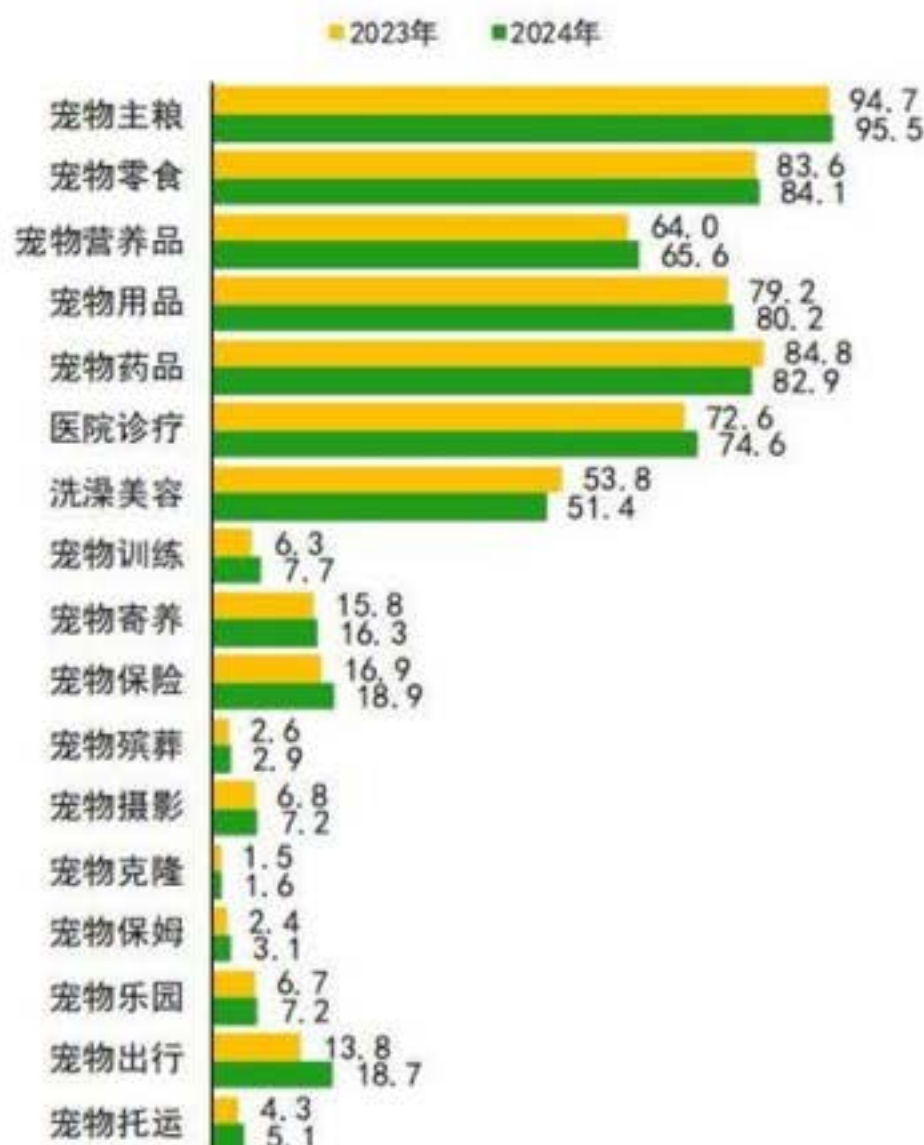
### 宠物医疗、保险、出行渗透率上升

宠物食品渗透率均在小幅上升，其中，营养品渗透率上升1.6个百分点。

此外，宠物诊疗、宠物训练、宠物保险、宠物出行均在大幅度上升。其中，宠物出行上升4.9个百分点。

宠物药品、洗澡美容渗透率有所下降。其中，宠物药品下降1.9个百分点，洗澡美容下降2.4个百分点。

宠物细分品类消费渗透率（%）



1.2.4.1犬和猫

犬、猫医疗、保险渗透率有所上升，药品、洗澡美容渗透率有所下降

与2023年相比，犬细分品类中，主粮、零食、营养品、用品、诊疗、训练、寄养、保险渗透率有所上升。药品、洗澡美容渗透率有所下降。其中药品渗透率下降1.5个百分点，洗澡美容下降1个百分点。

猫细分品类中。零食、营养品、用品、诊疗、保险渗透率有所上升。其中，营养品渗透率上升2.2个百分点，保险上升1.7个百分点。

主粮、药品、洗澡美容、寄养渗透率有所下降。其中药品渗透率下降4.7个百分点。





# 2

## 宠主与宠物（犬猫） 基本情况

🐾 2.1 宠主基本情况分析	18
🐾 2.2 宠主养宠习惯分析	26
🐾 2.3 宠主生活习惯分析	48
🐾 2.4 宠物（犬猫）概况分析	63



### 本章要点

- 🐾 00 后宠主数量持续上升，老年宠主的占比有所下降。
- 🐾 一、二线城市宠主有所回升，三线及以下城市宠主小幅回落。
- 🐾 北京、上海“养宠经济”与城市经济均处于领先地位，成都“养宠经济”优于城市经济，苏州、南京养宠占比较低。
- 🐾 随着城镇养犬规范的逐渐严格，饲养大型犬的宠主逐渐减少。
- 🐾 幼猫占比高于犬，老龄犬的占比仍较高。



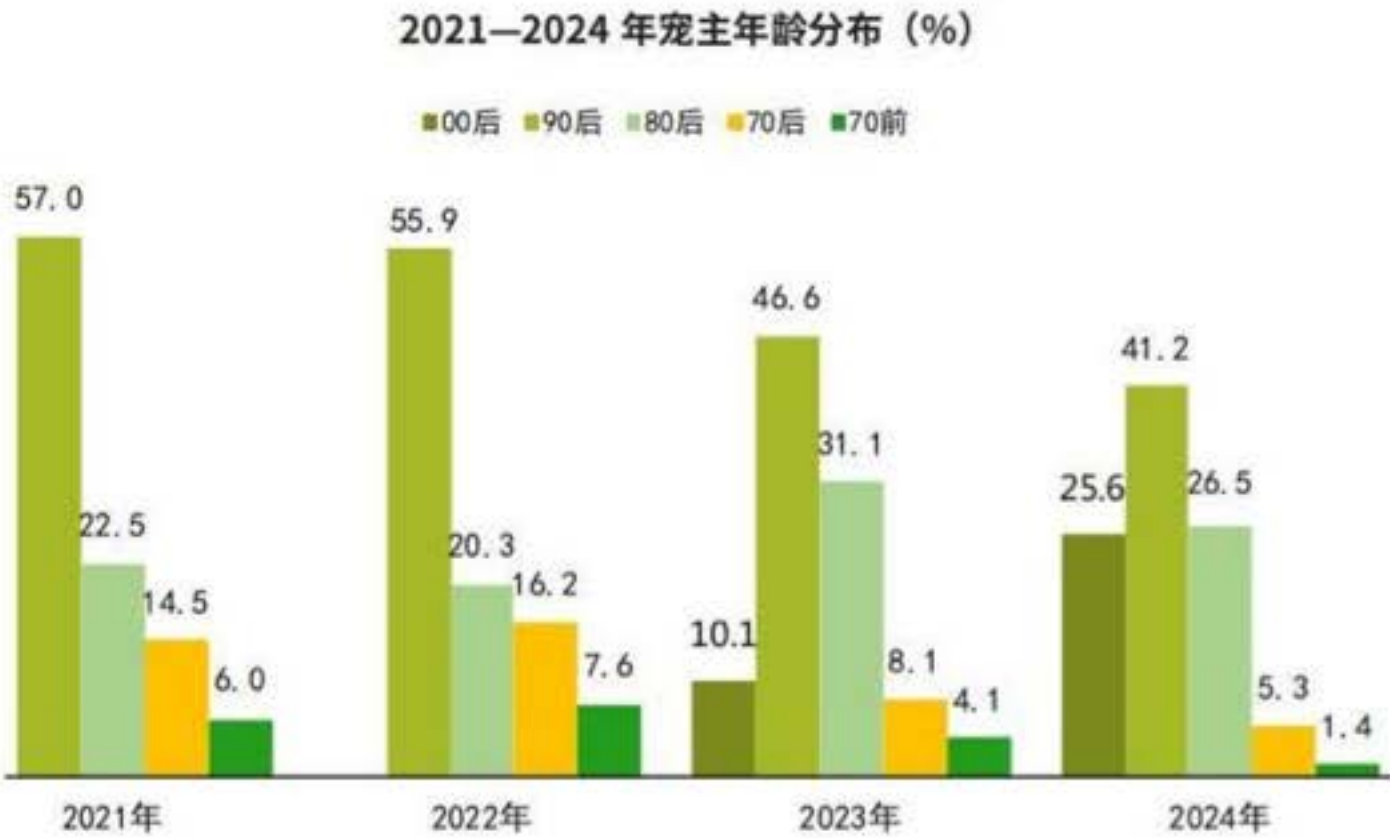
## 2.1.1基础画像

### 2.1.1.1年龄分布

#### 00后宠主占比大幅上升

90后宠主仍是养宠的主力军，占比为41.2%，其次是00后、80后宠主，占比为25.6%、26.5%。

随着00后宠主群体的迅速增长，70后、70前宠主的占比进一步降低，占比不足10%。



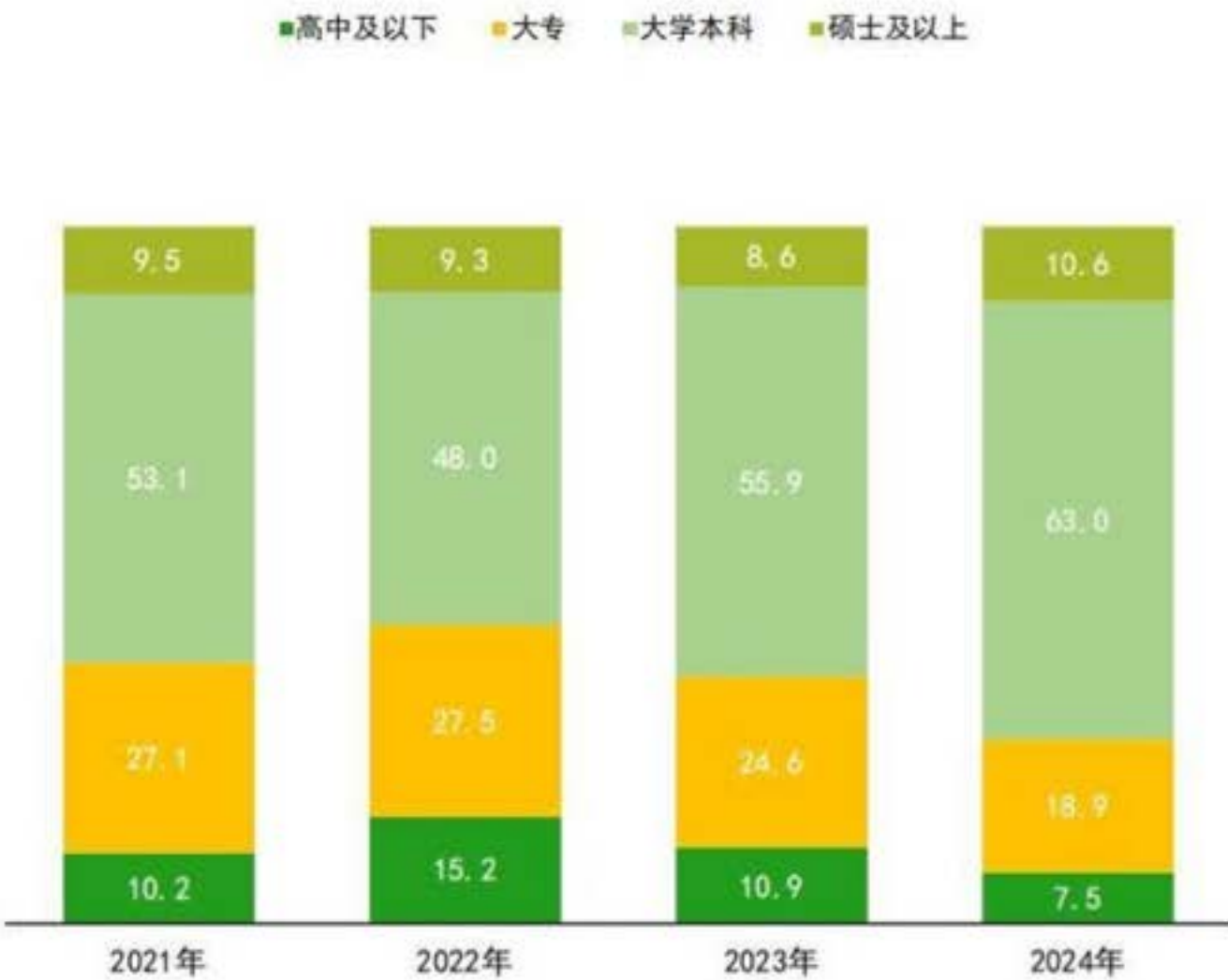
### 2.1.1.2学历分布

#### 本科及以上学历宠主持续上升

宠主学历呈逐渐升高趋势，其中，本科以上学历宠主达73.6%。

大专、高中及以下学历宠主占比持续下降。其中，大专学历宠主占比为18.9%；高中学历宠主占比为7.4%。

2021—2024 年宠主学历分布 (%)



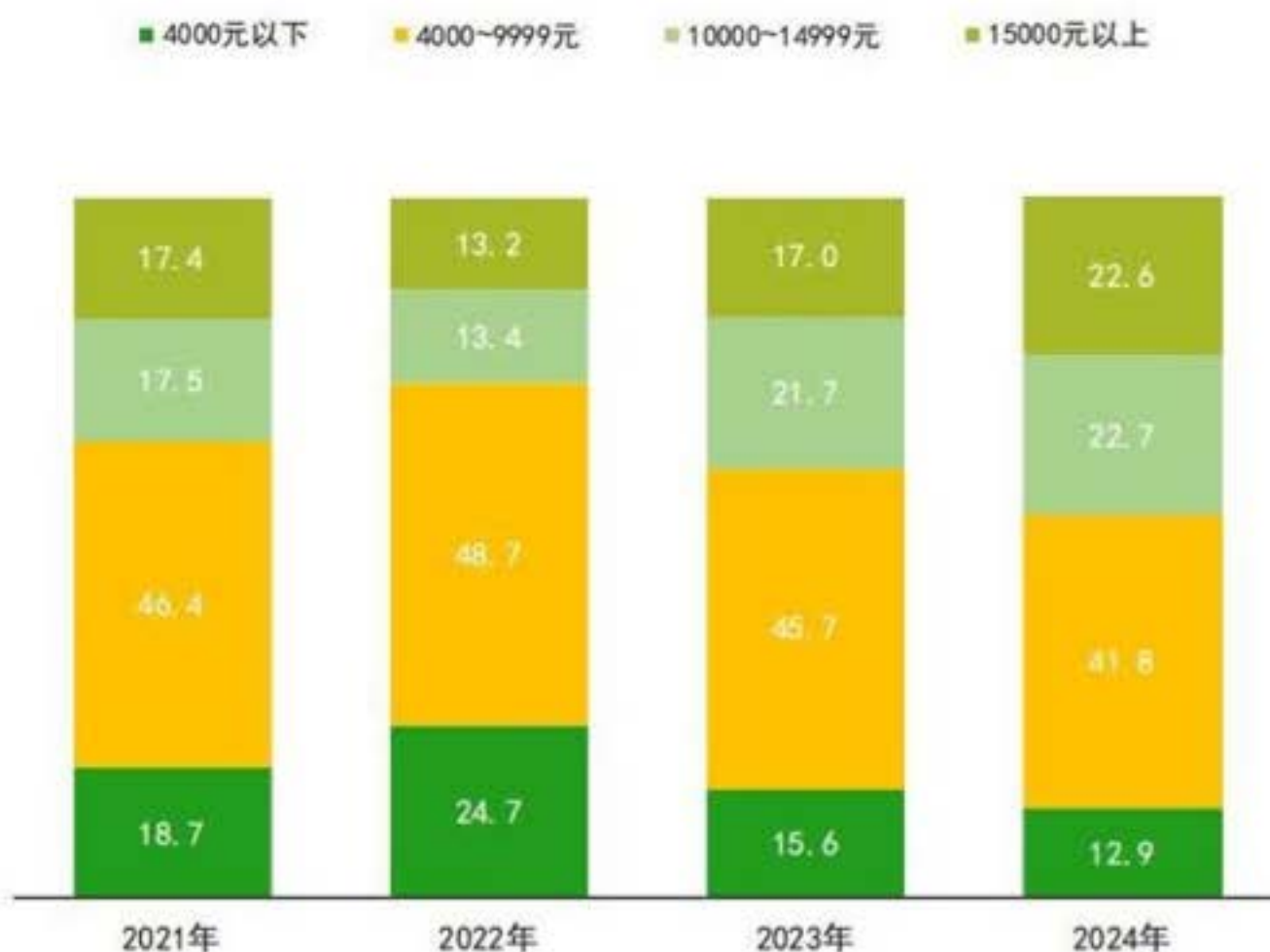
### 2.1.1.3收入分布

#### 宠主收入在10000元以上的占比上升，4000元以下的占比下降

宠主收入主要集中在4000~9999元，其次是10000~14999元。

与2023年相比，宠主月均收入在4000元以下、4000~9999元区间的占比有所缩减，10000~14999元、15000元以上区间的占比有所上升。

2021—2024 年宠主月均收入分布（%）



### 2.1.1.4城市线分布

#### 一、二线城市宠主有所回升，下沉城市宠主小幅回落

一线城市宠主在全国宠主中的占比为32.5%，较2023年上升3.6个百分点。

二线城市宠主在全国宠主中的占比最高，占比为42.5%，较2023年上升1.4个百分点。

三线及以下城市宠主较2023年小幅回落，占比为25.0%。

