



26年宠物行业白皮书- 炼丹炉

报告解读

26 年宠物行业白皮书-炼丹炉

- 一、研究背景评估
- 二、范围与边界确认
- 三、核心摘要提炼
- 四、关键数据抓取与呈现
- 五、风险与机遇诊断

一、研究背景评估

评估维度	说明
研究机构	炼丹炉（杭州知衣科技有限公司）
权威性说明	炼丹炉是专业的全域 AI 大数据服务商，实时采集淘系、京东等电商平台超百亿级商品数据，并整合了《2025/2026 年中国宠物行业白皮书》、艾瑞咨询等第三方权威数据，在电商趋势洞察领域具有较高的数据专业性和行业参考价值。
样本数量	报告未明确提及调研样本量，但其数据基础为“淘系电商 180+一级行业、500W+店铺、100 亿+商品数据，230+京东行业，约 19w+品牌、40w+店铺、16 亿商品”，数据量庞大。
研究时间范围	核心数据区间为 2025 年 1 月至 12 月，部分趋势展望至 2028 年。
时效性评估	报告于 2026 年 1 月发布，数据截止至 2025 年底，对当前及短期未来具备高时效性与前瞻性。

二、范围与边界确认

维度	说明
研究主题	中国宠物行业市场规模、消费结构、细分品类趋势及高增长概念
细分行业	宠物食品（主粮、零食）、宠物用品（居家、如厕、美容护理、出行）、宠物健康（保健品、药品）
地域市场	以中国城镇市场为主，聚焦高线城市（一、二线城市）
用户群体	城镇宠物主，核心为 26-35 岁、高知、白领、有孩家庭，且以女性为主导。

三、核心摘要提炼

“猫经济”主导增长：宠物猫数量及消费规模激增，成为市场核心引擎，驱动行业向精细化、多元化发展。

消费升级趋势显著：宠物消费正从“生存型喂养”全面迈向“价值驱动型精致养育”。主粮向高工艺、功能化升级；用品向智能化、品质化、人宠融合演进；健康消费从“治疗”转向“预防”。

线上渠道为王，痛点分化：线上渠道（尤其天猫/淘宝、京东）是消费绝对主流。“看病贵”与“宠物拆家”是核心痛点，而“买宠上当”等新风险显现。

细分市场机会清晰：食品领域的功能粮、鲜食、老年专用粮；用品领域的智能设备、出行装备、美容护理；健康领域的精准保健品等是核心增长点。

新兴概念市场崛起：宠物鲜食、抗过敏粮、智能设备、老年宠物、人宠共居、宠物户外、宠物殡葬等新兴概念赛道正快速成长，代表未来增长方向。

核心趋势总结	具体体现
结构转变	“猫经济”崛起，犬市场趋稳
消费逻辑升级	从基础功能到情感体验、健康预防与品质生活
渠道高度集中	线上电商主导，线下专业渠道补充
需求高度分化	痛点、品类、功能需求均呈现精细化、物种差异化
未来增长引擎	功能化、智能化、情感化、场景化的细分赛道与新兴概念

四、关键数据抓取与呈现

关键数据	数据来源
预计 2028 年宠物消费市场规模将突破 4000 亿元	数据来源：《2025 年中国宠物行业白皮书》，《2026 年中国宠物行业白皮书》，炼丹炉大数据整理
2025 年宠物猫数量激增至 7289 万只，消费规模突破 1500 亿元	数据来源：《2026 年中国宠物行业白皮书》，炼丹炉大数据整理
68.1% 的宠主首选线上渠道购买宠物产品	数据来源：《2025 年中国宠物行业白皮书》，炼丹炉大数据整理
85.2% 的消费者对传统文化的兴趣日益浓厚	数据来源：炼丹炉大数据
老年期专用猫主粮销量同比激增 28%	数据来源：炼丹炉大数据
猫零食占据宠物零食市场 68% 的份额	数据来源：炼丹炉大数据
超过 55% 的宠主将牵引绳的功能性列为首要决策因素	数据来源：《2026 年中国宠物行业白皮书》，炼丹炉大数据整理

五、风险与机遇诊断

类别	具体内容
主要挑战与风险	<ol style="list-style-type: none"> 医疗与行为管理成本高企：“看病贵”仍是核心痛点且加剧，“宠物拆家”问题关注度飙升，反映医疗支出负担重与宠物行为训练市场供给不足。 活体交易与社区矛盾：“买宠上当”与“邻里矛盾”成为新痛点，活体交易缺乏规范、养宠社会化支持体系不完善带来新风险。 市场竞争激烈同质化：各细分市场（尤其主粮、用品）竞争激烈，品牌高度分散，容易陷入价格战与产品同质化。
潜在增长机会	<ol style="list-style-type: none"> “它健康”预防市场：宠物保健品增速亮眼，针对老年宠物、关节护理、肠胃调理、口腔健康等精细化预防管理需求巨大。 小众与新兴赛道：观赏虾蟹、爬虫等异宠饲料；宠物鲜食、抗过敏功能粮；宠物殡葬、宠物户外装备等新兴概念市场正快速兴起，竞争格局未定。 场景化与智能化产品：智能猫砂盆、宠物推车、智能穿戴；解决“人宠共居”的空间融合家具；针对出行、家居场景的专用用品，增长动力强劲。 服务与解决方案：针对“看病贵”的宠物保险、健康管理服务；针对“宠物拆家”的行为训练服务及产品，存在巨大市场空间。