

消费需求持续扩容，宠物食品前景广阔

证券分析师：朱洁羽

执业证书编号：S0600520090004 联系邮箱：zhujieyu@dwzq.com.cn

二零二六年三月六日

摘要

- ◆ **我国宠物行业消费需求持续扩容，猫经济崛起。**根据《2026年中国宠物行业白皮书》的数据，2020年至2025年，我国宠物行业市场规模呈持续增长态势。同时，受都市生活节奏与情感需求等多方面因素影响，宠物猫在城镇养宠结构中的占比正持续提升，自2020年以来，猫咪的饲养量呈爆发式增长，从2020年的4662万只迅速增长至2025年的7289万只。
- ◆ **宠物食品基本盘稳固，逐步转向精致养育。**1) **宠物主人群：高线城市高知女性为主。**当前养宠人群以高学历、中青年女性为主，且主要集中在一线及新一线城市，这一群体对宠物的情感依赖更强，消费意愿与消费能力也更为突出。2) **宠物食品：食品需求占比近半，逐步转向价值驱动型精致养育阶段。**食品市场基本盘稳固，宠物食品用品占比达到46%，同时保健品等需求增多。目前，我国宠物消费以宠物食品为主，宠物用品、医疗、服务为辅的多元化宠物市场生态作为有利补充，且呈现出快速增长的趋势。
- ◆ **宠物食品技术持续升级，功能化需求逐步提升。**1) **烘焙粮、冻干、处方粮等保持高增长。**宠物主对主粮的新鲜工艺与营养品质日益重视，健康管理趋向精细化和预防化，功能粮赛道正成为行业新的增长点。2) **宠物零食功能化趋势显著。**互动型零食仍是主流，但功能型零食增长空间明显，宠物零食消费正从传统喂食向功能化、互动化转型。
- ◆ **投资建议：**建议关注北交所唯一宠物食品标的：路斯股份
- ◆ **风险提示：**市场竞争加剧、产品同质化竞争等风险。



■ 一、我国宠物行业消费需求持续扩容，猫经济崛起

■ 二、宠物食品基本盘稳固，逐步转向精致养育

■ 三、宠物食品技术持续升级，功能化需求逐步提升

■ 四、宠物食品市场空间广阔

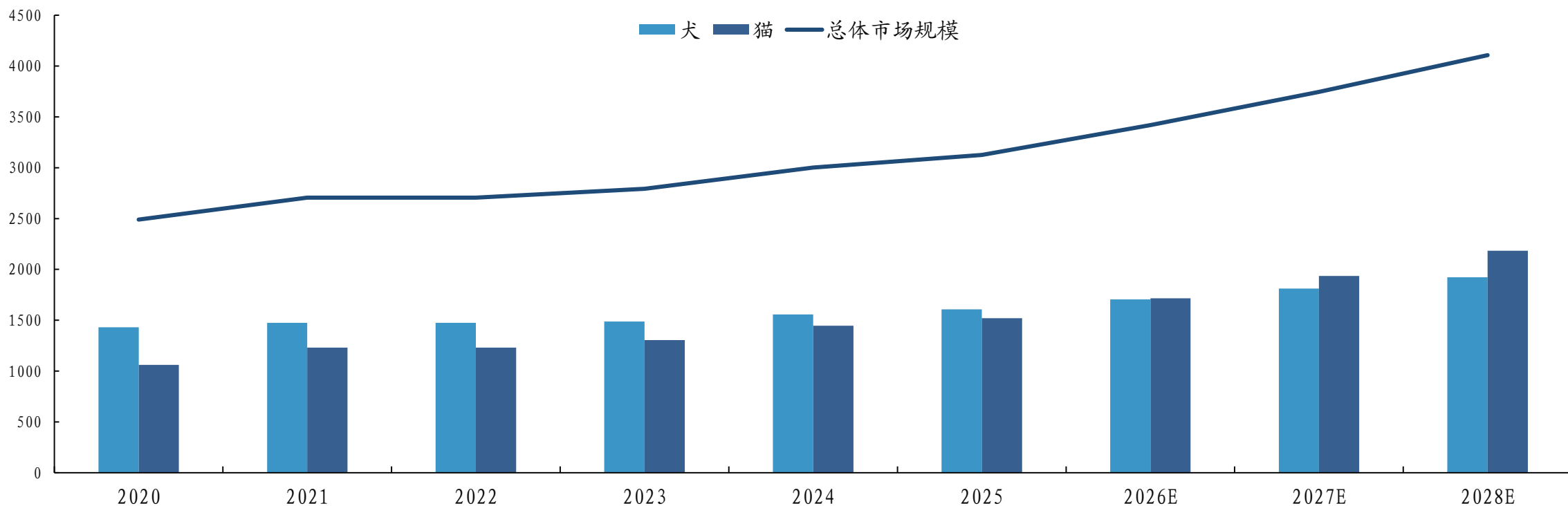
■ 五、风险提示

一、我国宠物行业消费需求持续扩容，猫经济崛起

1.1 宠物行业：城镇犬猫数量稳步升高，市场规模持续增长

◆ **我国宠物行业消费需求持续扩容，城镇犬猫消费市场规模稳步攀升。**根据《2026年中国宠物行业白皮书》的数据，2020年至2025年，我国宠物行业市场规模呈持续增长态势。2020年，宠物市场规模仅为2490亿元，直至2025年，中国宠物行业市场规模达到了3126亿元，相较2020年增长25.54%，预计2028年突破4000亿元。

图：城镇宠物（犬猫）消费市场规模（单位：亿元）



1.2 宠物猫占比逐步提升

◆ 受都市生活节奏与情感需求等多方面因素影响，宠物猫在城镇养宠结构中的占比正持续提升。社会生活节奏加快与居民情感需求提升，共同推动宠物消费市场持续扩容，年轻群体饲养宠物以慰藉心灵、舒缓压力的趋势日益明显。与此同时，较高的工作压力与不固定的时间安排，使年轻人在宠物选择上更倾向于便捷、低养护的品种。同时，受到城镇禁养烈性犬只规定的影响，宠物犬数量增长趋缓。而猫咪凭借独立性强、性格温顺、无需外出遛放等优势，恰好满足这一市场需求，逐步成为都市人群的理想宠物伴侣。自2020年以来，猫咪的饲养量呈爆发式增长，从2020年的4662万只迅速增长至2025年的7289万只。

图1：2020-2025中国宠物（犬猫）数量（单位：万只）

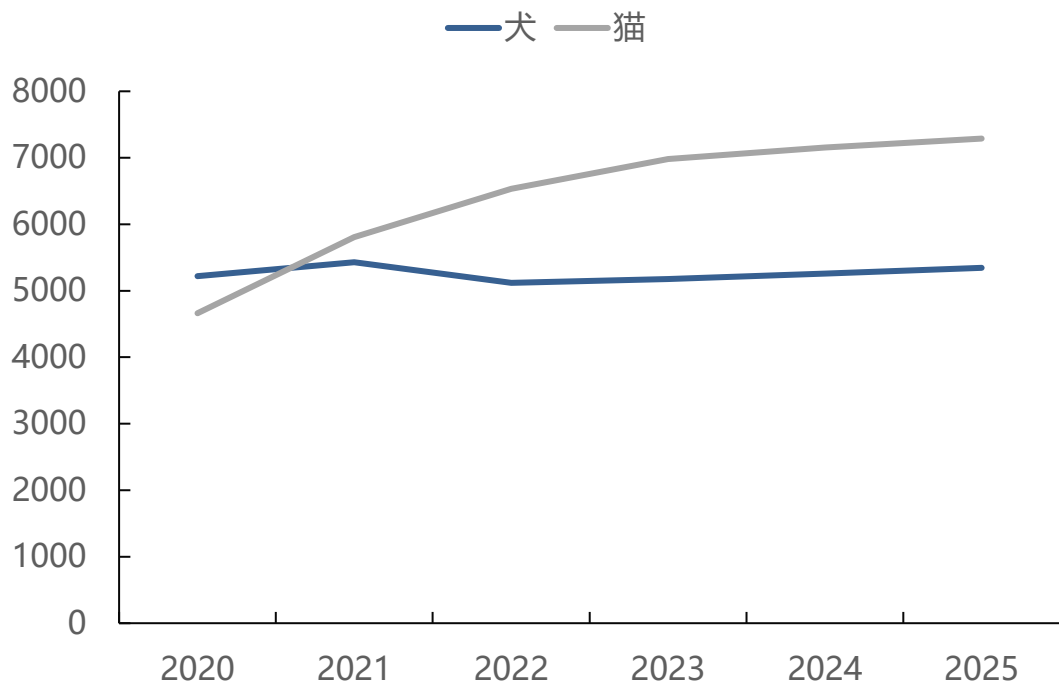
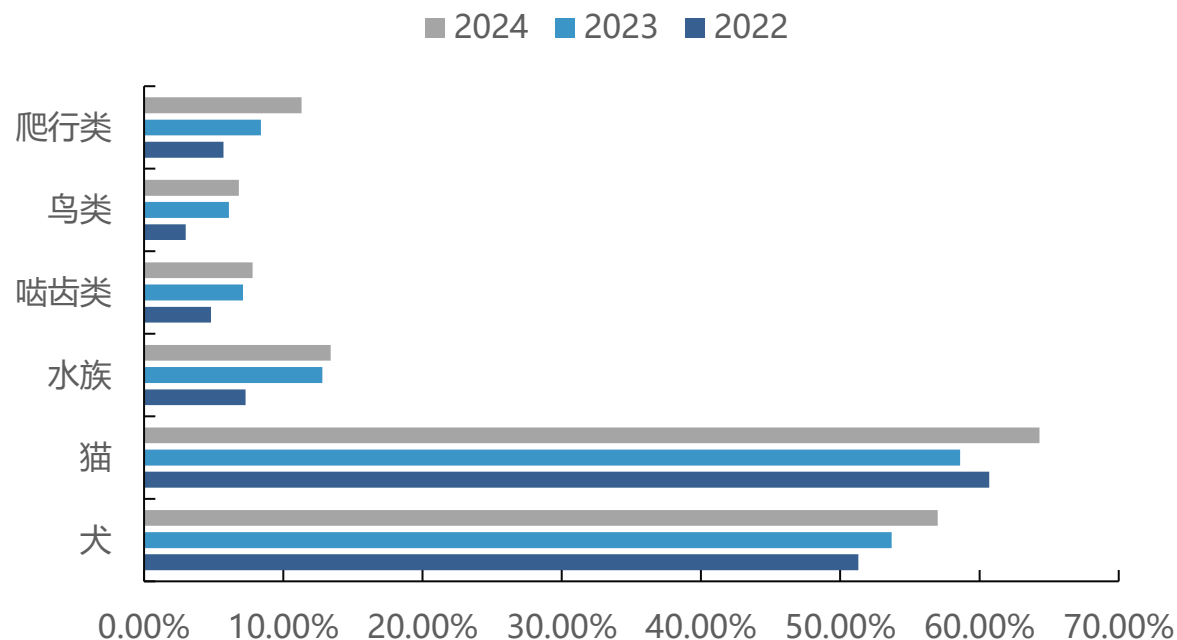


图2：2022-2024中国城镇养宠结构



二、宠物食品基本盘稳固，逐步转向精致养育

2.1 宠物主人人群：高线城市高知女性为主

◆ 当前养宠人群以高学历、中青年女性为主，且主要集中在一线及新一线城市，这一群体对宠物的情感依赖更强，消费意愿与消费能力也更为突出。根据2026年中国宠物行业白皮书可知，女性是绝对的消费主力，占比超60%，同时宠物主多为高学历、高收入，近六成是企业白领。另一方面，宠主年轻化的趋势也日益明显，90后、95后、00后群体已经成为消费主力，31-35岁群体占比最高，为31%，其次是26-30岁群体，占比25%，年轻及中青年群体是宠物消费的核心力量。

图 1：养宠人群不同职业占比

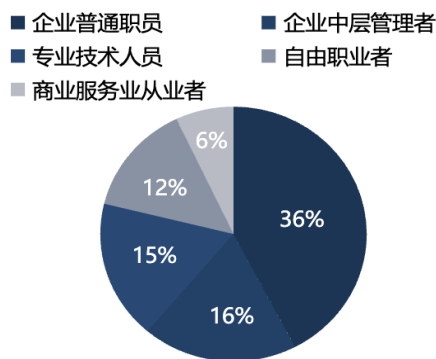


图 3：养宠人群不同性别占比

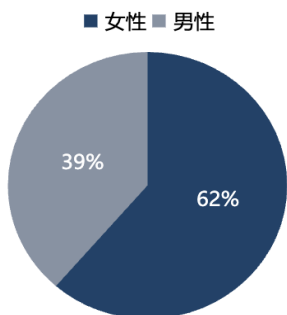


图 2：养宠人群不同性别占比

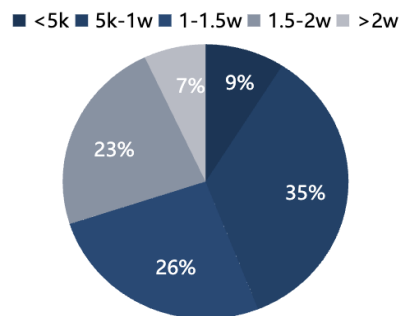


图 4：养宠人群不同学历占比

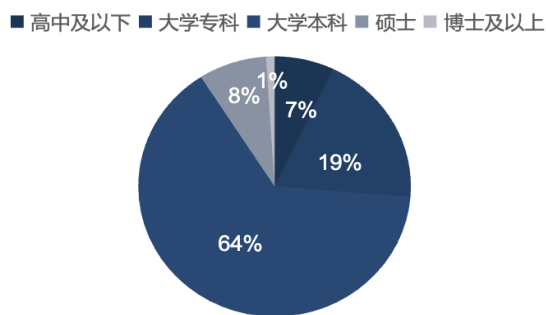


图 5：养宠人群不同年龄占比

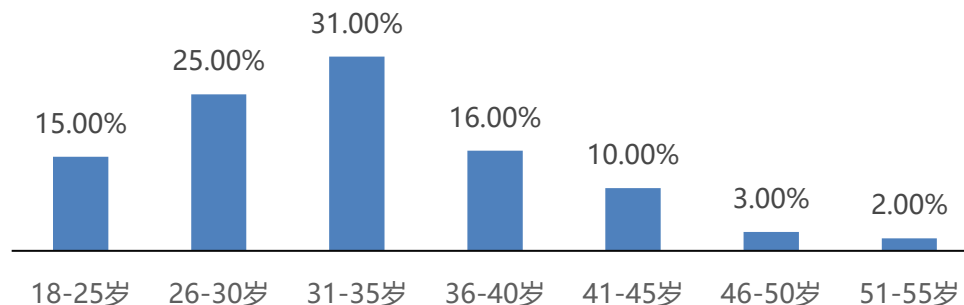
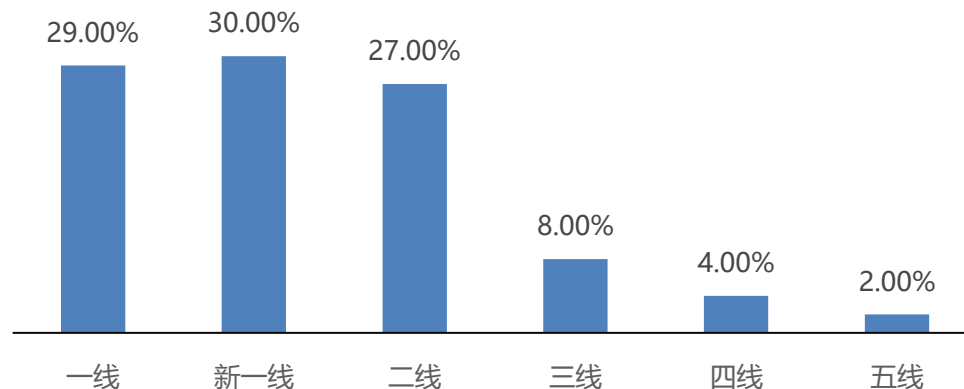


图 6：养宠人群集中城市

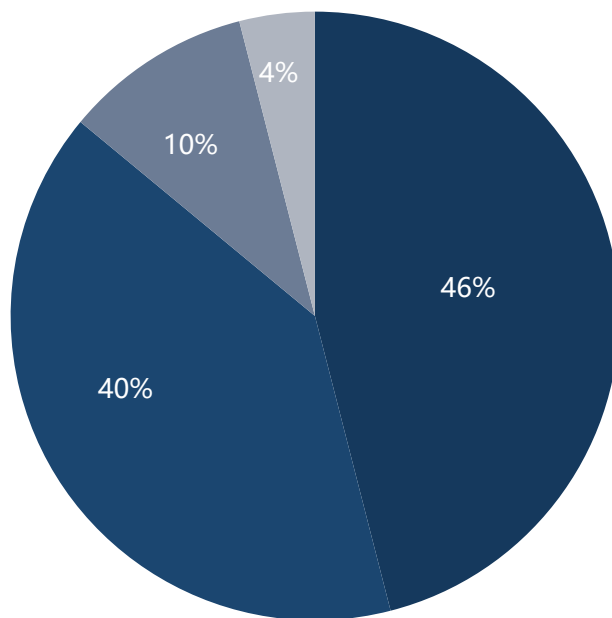


2.2 宠物食品：食品需求占比近半，逐步转向价值驱动型精致养育阶段

◆ **食品市场基本盘稳固，宠物食品用品占比达到46%，同时保健品等需求增多。**目前，我国宠物消费以宠物食品为主，宠物用品、医疗、服务为辅的多元化宠物市场生态作为有利补充，且呈现出快速增长的趋势。宠物食品市场为宠物市场中最大的细分市场，据《2026年中国宠物行业白皮书》数据，2025年宠物食品份额占比达46%，基本盘稳固。同时，保健品需求等逐步增多，体现出宠物消费正从基础“生存型喂养”迈向“价值驱动型精致养育”阶段。

图1：2025年宠物行业品类销售占比

■ 宠物食品 ■ 宠物用品 ■ 宠物健康 ■ 其他服务

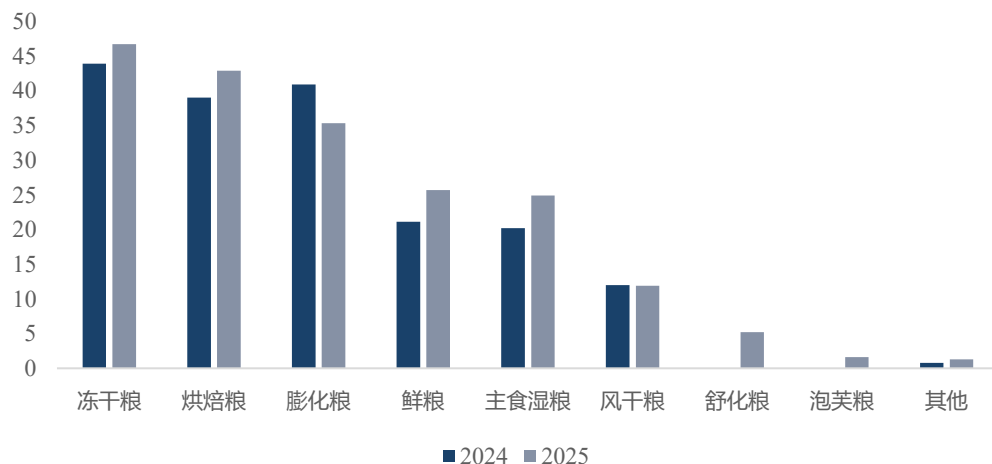


三、宠物食品技术持续升级，功能化需求逐步提升

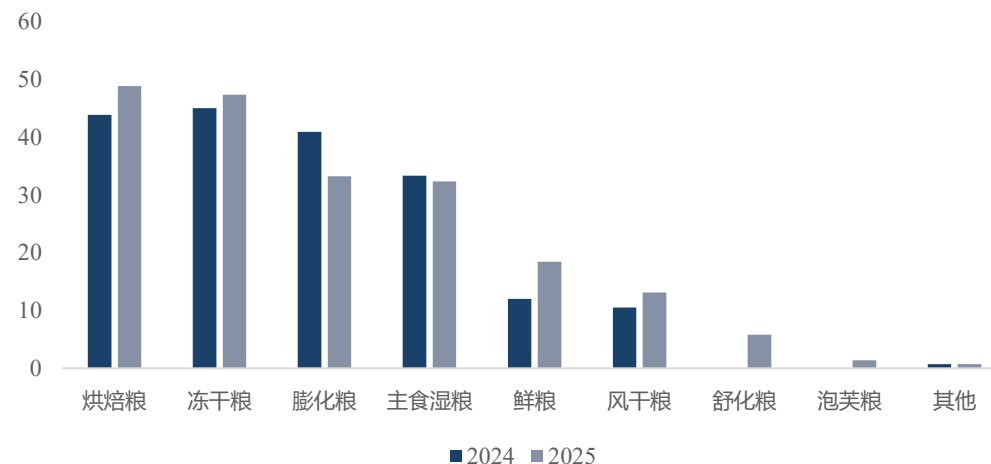
3.1 烘焙粮、冻干、处方粮保持高增长，功能粮成为行业增长点

◆ **宠物主粮市场中烘焙粮、冻干、处方粮等保持高增长，功能粮正成为行业增长点**：在猫粮领域，风干/烘焙粮增长显著，湿粮、冻干及处方粮也保持强劲势头；狗粮市场则呈现处方粮需求爆发、风干/烘焙、冻干等高端品类同步快速增长的格局。整体而言，宠物主对主粮的新鲜工艺与营养品质日益重视，健康管理趋向精细化和预防化，功能粮赛道正成为行业新的增长点。

表：犬主粮购买品类偏好 (%)



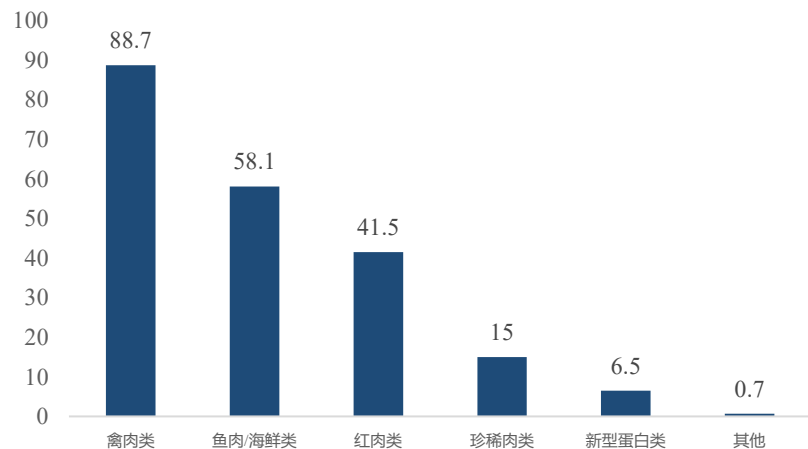
表：猫主粮购买品类偏好 (%)



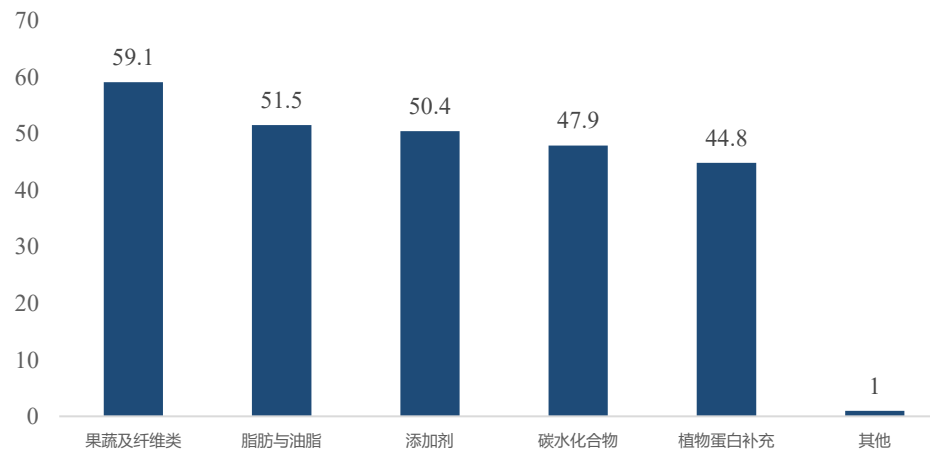
3.1 主粮禽肉+辅料果蔬为主，宠物健康管理需求增速亮眼

◆ 禽肉类主粮和果蔬纤维类辅料占比较高，宠物健康管理需求增速亮眼。截至2025年，宠主倾向购买禽肉类的宠物主粮，占比为88.7%。其次是鱼肉/海鲜类、红肉类的宠物主粮，占比分别为58.1%、41.5%。在主粮辅料方面，宠主倾向购买含果蔬及纤维类的主粮，占比为59.1%。其次是脂肪与油脂、添加剂，占比分别为51.5%、50.4%。在购买功能性主粮时，宠主对增强免疫力、肠胃健康及骨骼健康等标签较为关注。

表：截至2025年宠主购买主粮时关注的口味 (%)



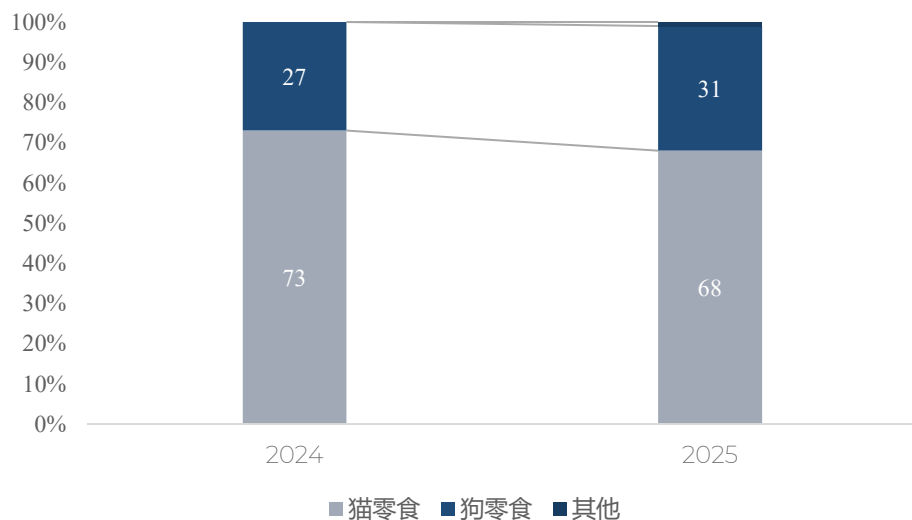
表：截至2025年宠主购买主粮时关注的辅料 (%)



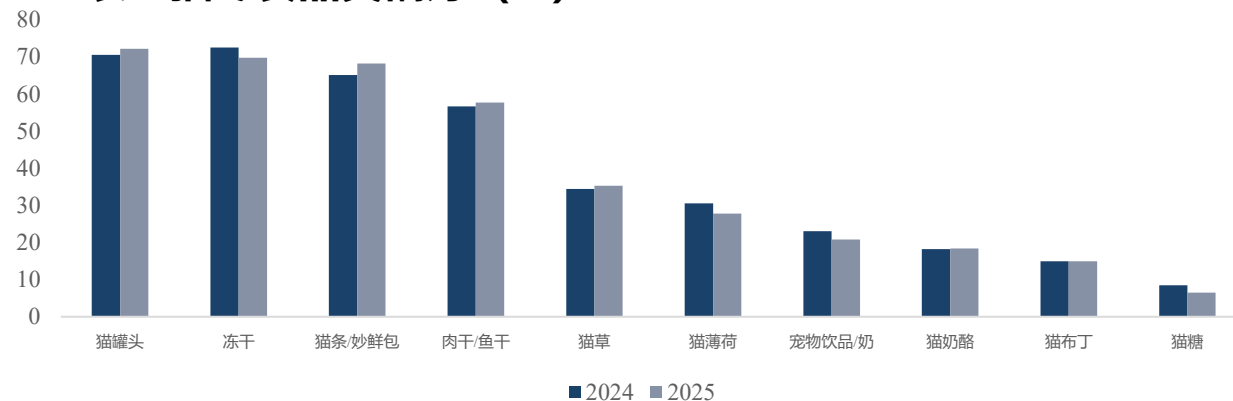
3.2猫零食占比高，狗零食增长快，零食工艺向主粮看齐

◆ **猫零食占比高，狗零食增长快，零食工艺向主粮看齐。**从品类销售分布看，截至2025年，猫零食以68%的份额保持主导，狗零食占比提升至31%，市场结构趋于平衡。猫零食中，风干、湿粮包、奶制品、猫条、冻干等品类增长强劲，体现“互动+健康”双重诉求；狗零食中，冻干、湿粮包、火腿肠、磨牙洁齿等品类表现突出，彰显“功能多元+品质升级”趋势。整体而言，宠物零食正加速向“主粮级”的高标准工艺与成分看齐。

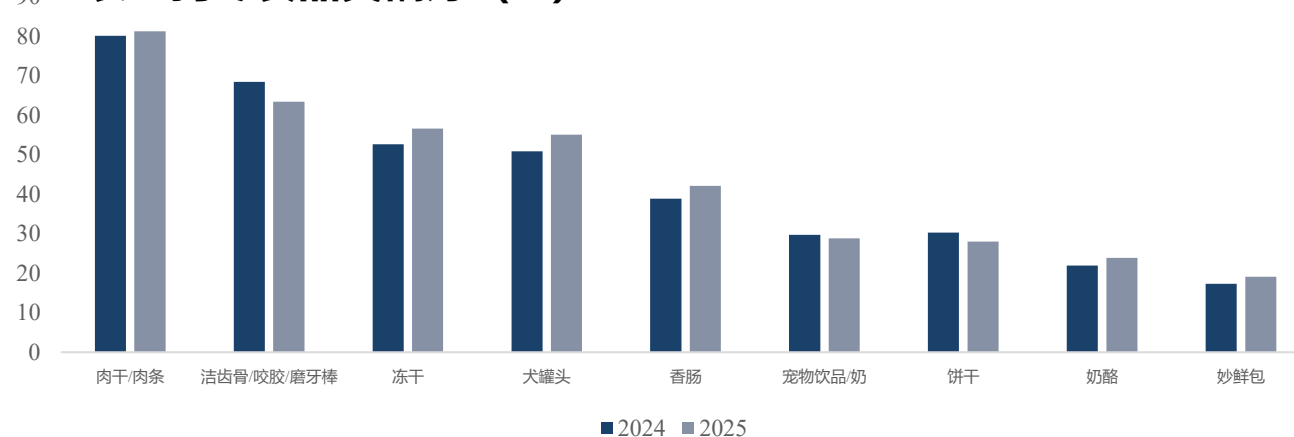
表：宠物零食品类销售分布



表：猫零食品类偏好 (%)



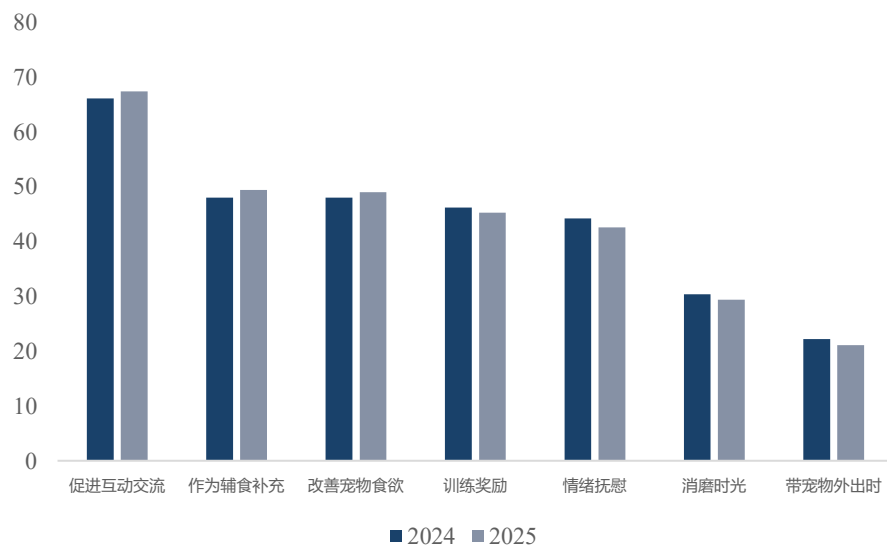
表：狗零食品类偏好 (%)



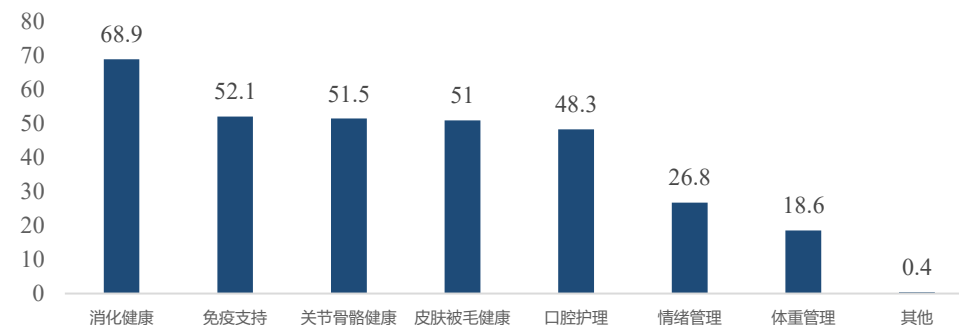
3.2 宠物零食功能化趋势显著

- ◆ **宠物零食消费正从传统喂食向功能化、互动化转型。** 互动型零食仍是主流，但功能型零食增长空间明显。在功能需求上,消化健康成为犬猫共同关注焦点；犬主人更侧重免疫、关节与皮肤健康,猫主人则更关注皮肤健康、化毛与口腔护理等特有需求。未来宠物零食市场将持续向精准化、功能化方向发展。

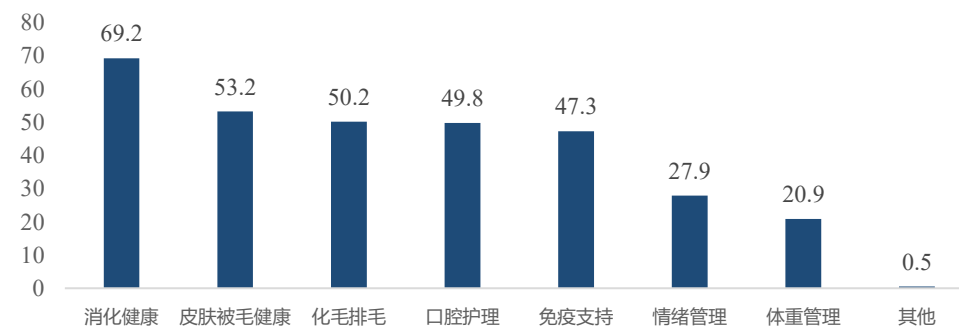
图：宠物零食喂食场景 (%)



图：宠物犬功能性零食关注度 (%)



图：宠物猫功能性零食关注度 (%)

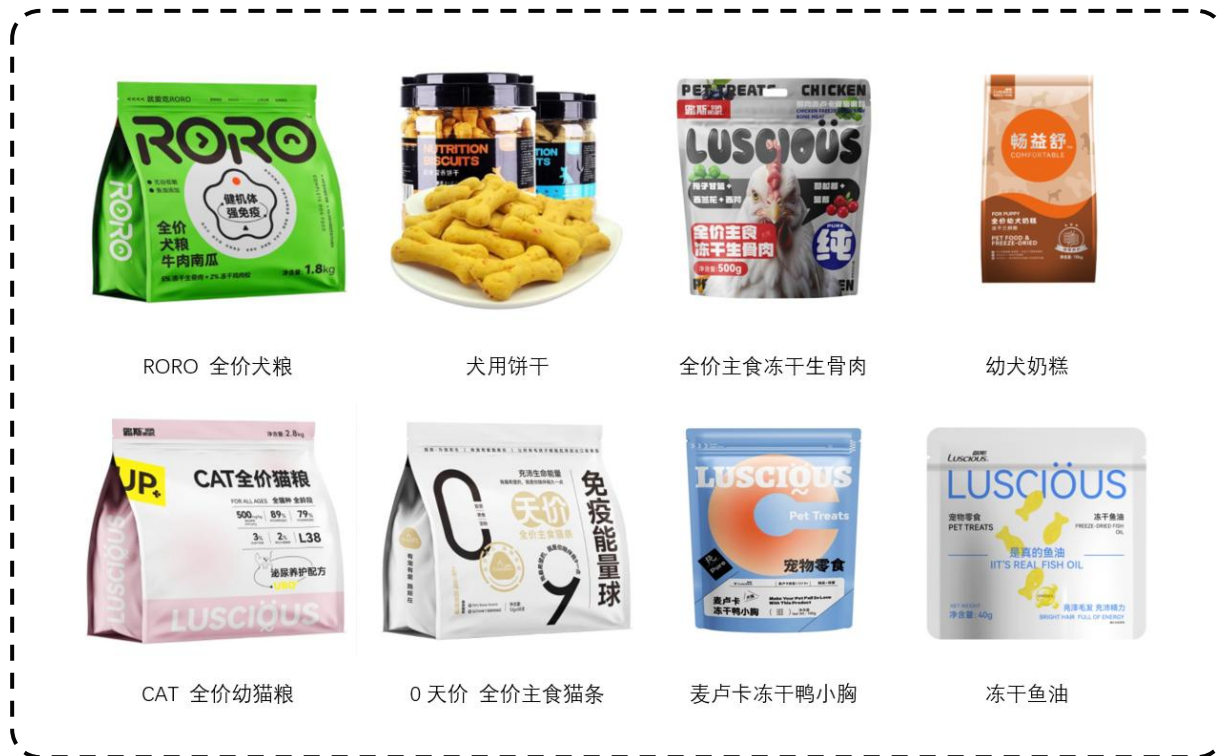


四、宠物食品市场空间广阔

4.1 路斯股份：宠物食品出海先锋，自主品牌全链突围

◆公司作为国内宠物食品行业“出海+品牌”双轮驱动的先行者，正加速从OEM代工出口向“零食+主粮全品类品牌商”战略升级。公司是一家专注于宠物食品研发、生产与销售的高新技术企业，核心产品涵盖肉干、主粮、罐头、洁齿骨及肉粉等全系列品类。在海外市场层面，公司依托多年服务欧美日韩市场积累的产品标准适配能力，持续获得大客户订单增长，海外客户认可度持续提升。在国内市场层面，公司以主粮产品为切入点推进“工厂品牌化”转型，通过与上海它博会、亚宠展等头部展会深度合作，逐步建立品牌认知。目前国内辐照加工中心项目已建成投产，实现辐照灭菌自主可控；柬埔寨二期项目正在建设中，鲜肉干车间有序推进，为后续国内外市场拓展奠定坚实基础。

图：公司主要产品



五、风险提示

风险提示

◆ **市场竞争加剧的风险。**近年来，宠物食品行业快速发展，市场参与主体不断增多，产品同质化现象较为普遍，整体竞争日趋激烈。若行业内企业未能有效推进品牌建设、持续提升产品差异化水平及市场推广能力，可能导致市场份额被挤压、主要产品价格承压，进而对行业整体盈利能力产生不利影响。

◆ **产品同质化竞争的风险。**当前，宠物食品行业企业在产品配方、营养配比、功能定位等方面虽有一定差异化探索，但整体仍存在产品品质趋同、同质化竞争较为突出的问题。若行业内企业无法在技术创新、产品设计、品牌塑造等方面持续巩固竞争优势，或将在市场竞争中处于不利地位，制约行业整体的高质量发展和盈利能力提升。

免责声明

东吴证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本研究报告仅供东吴证券股份有限公司（以下简称“本公司”）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。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，本公司及作者不对任何人因使用本报告中的内容所导致的任何后果负任何责任。任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

在法律许可的情况下，东吴证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司分析师认为可靠且已公开的信息，本公司力求但不保证这些信息的准确性和完整性，也不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。

本报告的版权归本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。经授权刊载、转发本报告或者摘要的，应当注明出处为东吴证券研究所，并注明本报告发布人和发布日期，提示使用本报告的风险，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权或未按要求刊载、转发本报告的，应当承担相应的法律责任。本公司将保留向其追究法律责任的权利。

东吴证券投资评级标准

资评级基于分析师对报告发布日后6至12个月内行业或公司回报潜力相对基准表现的预期（A股市场基准为沪深300指数，香港市场基准为恒生指数，美国市场基准为标普500指数，新三板基准指数为三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的），北交所基准指数为北证50指数），具体如下：

公司投资评级：

买入：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准在15%以上；

增持：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准介于5%与15%之间；

中性：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准介于-5%与5%之间；

减持：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准介于-15%与-5%之间；

卖出：预期未来6个月个股涨跌幅相对基准在-15%以下。

行业投资评级：

增持：预期未来6个月内，行业指数相对强于基准5%以上；

中性：预期未来6个月内，行业指数相对基准-5%与5%；

减持：预期未来6个月内，行业指数相对弱于基准5%以上。

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议。投资者买入或者卖出证券的决定应当充分考虑自身特定状况，如具体投资目的、财务状况以及特定需求等，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。

东吴证券研究所
苏州工业园区星阳街5号
邮政编码：215021

传真：（0512）62938527

公司网址：<http://www.dwzq.com.cn>

东吴证券 财富家园