



| 懂数据 更懂生意

# 宠物保健品行业分析 & 派迪诺品牌拆解

2026

# CONTENTS

**01** 赛道红利：爆发增长期的宠物保健品

---

**02** 品牌拆解：TOP品牌派迪诺高增拆解

---

**03** 竞争格局：宠物保健品趋势

---

懂数据更懂生意

# 01

PART ONE

赛道红利：爆发增长长期的宠物保健品

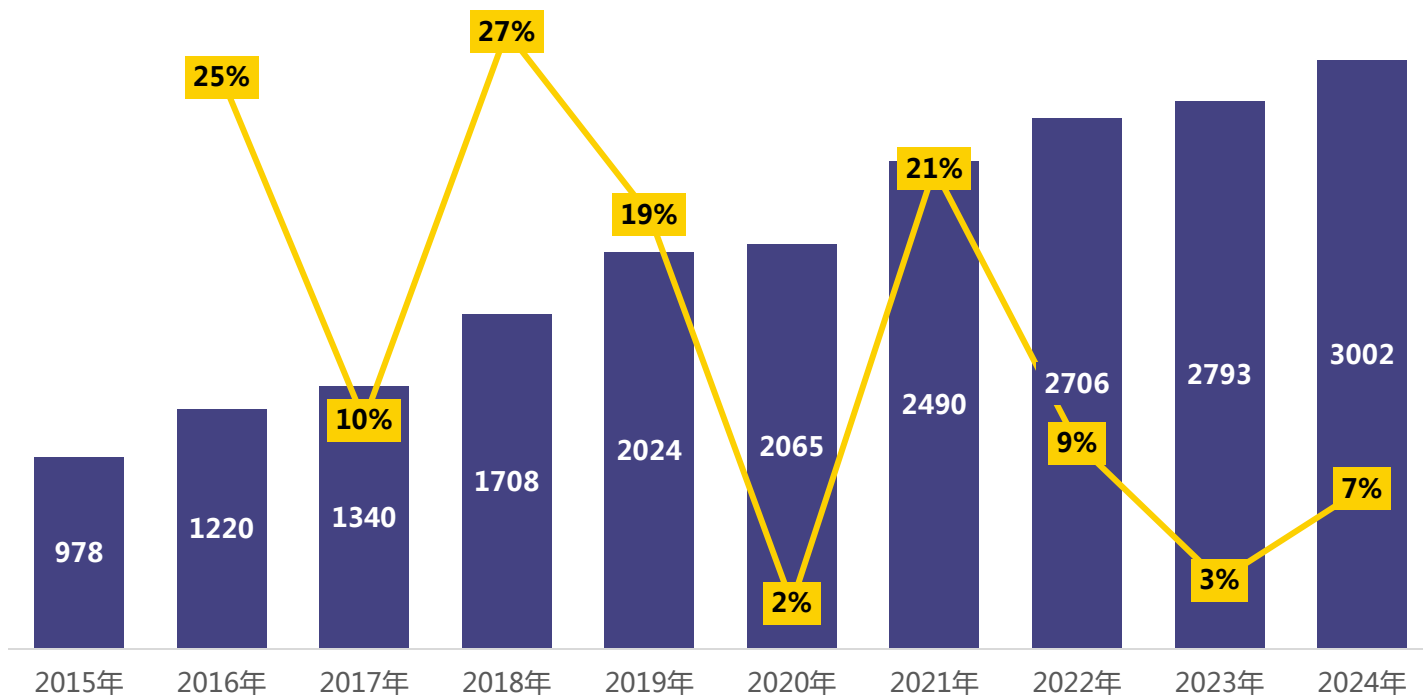
# 宠物保健品： 抖音增速最快的明星细分赛道

懂数据 更懂生意

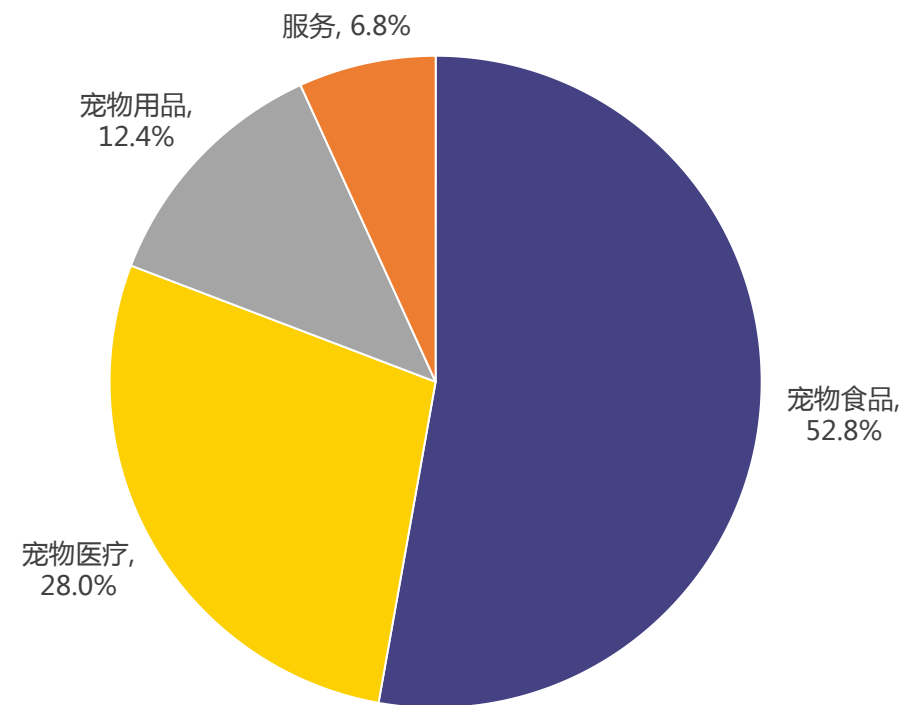
# 2024年宠物消费市场突破3000亿，同比+7.5%，宠物经济仍处于稳健扩张阶段

宠物消费市场规模

■ 销售额（亿元） — 增速



2024年宠物市场结构

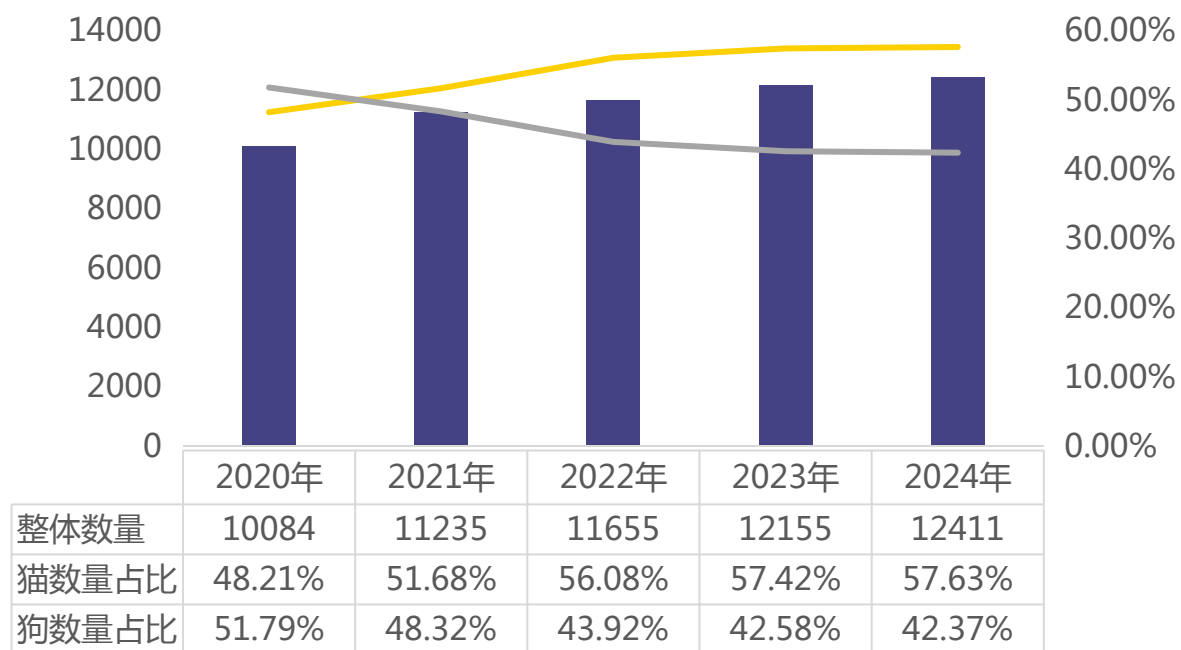


# 宠物精养趋势下，消费持续增长，对专业需求越发凸显

2024年，宠物猫&宠物狗数量增速均低于市场体量增速，**精细化喂养趋势明显**

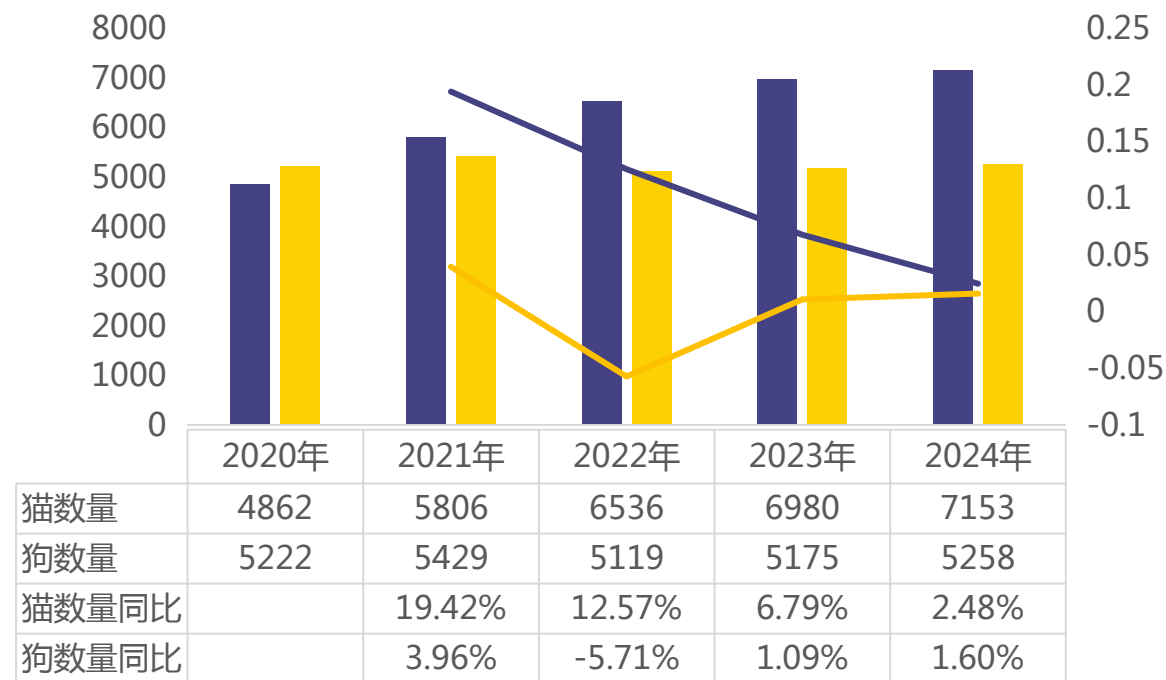
### 2020-2025年中国犬猫宠物数量/万

■ 整体数量    — 猫数量占比    — 狗数量占比



### 2020-2024年中国犬&猫消费市场规模/万

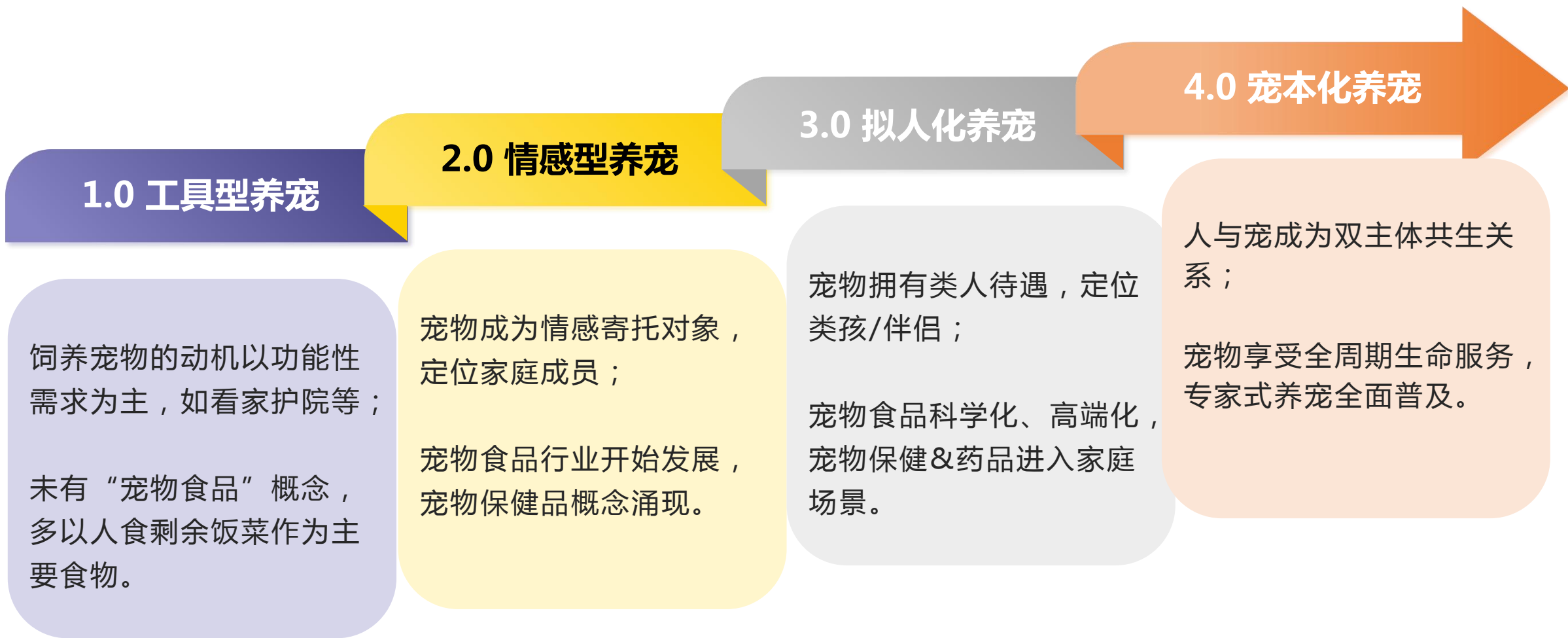
■ 猫数量    ■ 狗数量    — 猫数量同比    — 狗数量同比



# 三大红利驱动赛道爆发

懂数据 更懂生意

## 红利一：需求红利——从“养得活”到“养得好”



## 红利一：需求红利——从“养得活”到“养得好”

79.4%的宠物主会主动购买保健品，其中超过45%的用户将其纳入日常喂养流程

2024年宠物保健品消费热点分布

品类	市场份额	同比增速	主力客单价
狗特色保健品	51%	189%	100-150元
猫狗通用营养膏	23%	121%	30-100元
猫专用保健品	26%	67%	50-80元

医疗成本高：  
宠物单次诊疗费用超500元，手术费可达5000元以上，促使消费者通过保健品进行疾病预防

宠物老龄化加速：  
7岁以上犬占比已达23%，老年宠物对心脑血管、关节养护类产品的需求激增

# 品类功能分化与消费升级趋势

懂数据 更懂生意

# 02

PART TWO

## 品牌拆解：TOP品牌派迪诺高增拆解

# 品牌溯源与核心定位

懂数据 更懂生意

# PE+AL 派迪诺®



派迪诺 (Petino) 隶属于广州斯宾科技有限公司，创始团队自2000年开始从事动物健康事业，在宠物药品、营养保健品、清洁消毒产品的研发生产领域拥有超过二十年的行业积淀。

公司早期以宠物药品和消毒产品起家，后续逐步拓展至营养保健品领域，形成了“药品+保健品”双轮驱动的产品结构，专注于为宠物提供全方位的健康保障一体化服务

### 派迪诺品牌定位

功效型



性价比

区别于卫仕等头部品牌的“研发驱动+高溢价”路径，派迪诺不追求重资产模式，而是以技术团队和产品研发能力为核心，控制成本结构

区别于米奇旋风等白牌的“极致低价”打法，派迪诺坚持品牌化路线，注重达人合作与内容种草，避免陷入价格战泥潭

# 产品矩阵与核心品类

懂数据 更懂生意

# 渠道结构与增长表现

懂数据 更懂生意

## 在内容策略上，派迪诺以“症状导向型”内容为主



猫狗做驱虫不要再用这种非泼罗尼了，可以用这种第三代的吡虫啉莫西克丁#新手养猫 #养猫经验分享 #驱虫 #萌...

2025/05/20 23:33 时长：33秒



猫咪发情怎么办？派迪诺家的开心片温和舒缓猫咪躁动的情绪，让他愉快度过恋爱期#科学养宠攻略 #养猫新手 #...

2025/09/20 16:37 时长：25秒



天热了，虫子越来越多，铲屎官一定要记得每月给毛孩子按时驱虫！#萌宠好物 #新手养猫 #宠物驱虫

2025/09/13 10:23 时长：28秒



猫咪狗狗每个月都必须做一次驱虫！对毛孩子好，对人也好 #新手养猫#宠物驱虫

2025/10/28 11:20 时长：35秒



天热了，虫子越来越多，铲屎官一定要记得每月给毛孩子按时驱虫！#萌宠好物 #新手养猫 #宠物驱虫

2026/03/13 02:44 时长：40秒

典型标题逻辑：“狗狗挑食不吃狗粮怎么办？” “猫咪掉毛严重吃什么？” “泪痕重是什么原因？”

内容逻辑：从用户日常痛点切入，建立“问题-解决方案”的强关联，而非泛化地讲“科学养宠”

转化路径：短视频种草（症状→产品）→直播间转化→商品卡复购

这一内容逻辑已被验证为高效的转化路径——与泛化的“科学养宠”教育相比，直接回应具体问题的内容，转化效率更高。

# 03

## PART THREE

### 竞争格局：宠物保健品趋势

# 对宠物保健品品牌的三大借鉴意义

## 把握“格局松动期”的窗口机会，以细分赛道切入实现突围



头部品牌的壁垒正在被侵蚀，当下的核心机会不在于与老牌正面竞争，而在于抓住“品类分化”的趋势——功能细分为“毛发健康、关节养护、肠胃呵护”等垂直赛道提供了差异化切入点。

## 平衡“流量效率”与“品牌沉淀”，避免陷入纯投流陷阱



纯投流模式面临“停投即停增”的风险，虽然在短期内可以快速起量，但运营壁垒极低、流量波动风险大、品牌信任难以建立；宠物保健品的复购决策高度依赖适口性和实际效果，这意味着品牌信任比短期流量更重要。在流量成本持续上升的背景下，品牌沉淀才是穿越周期的护城河。

## 以“症状导向型”内容构建高效转化路径



这背后反映的是宠物保健品消费的本质：用户买的不是营养，而是问题的解决方案。派迪诺在内容策略上精准切入这一逻辑——通过短视频建立“问题-解决方案”的强关联，再通过直播间完成转化，最后通过商品卡承接复购。这一“内容种草→直播转化→货架复购”的闭环，已被验证为宠物保健品赛道的高效增长路径。

## 解数介绍

### ABOUT US

解数咨询是首家专注于电商行业大数据挖掘及分析的调研机构。服务于消费品行业在电商领域全品类全平台品牌孵化、营销及管理。

解数咨询从数字化聚焦电商领域，致力于用专业的数据能力和丰富的电商经验，帮助企业提升电商经营能力，对电商全平台、全品类、全品牌实施覆盖，服务品牌、机构超300家，提供全新视角洞察消费行业，同时也服务了众多知名消费品基金及上市服务机构。



解数咨询  
官方视频号



解数咨询  
官方公众号



业务合作  
请联系

# 解数咨询部分报告目录

## 美妆护肤

品牌拆解：  
《2025Q1高增行业与爆款复盘》《谷雨》  
《底妆-修可芙》《洗发水-墨雪》  
《眉笔--资堂》、《美白--美斯蒂克》  
《彩妆--毛戈平、YSL、彩棠》《美容仪--极萌》  
《美妆王者：珀莱雅》《定妆喷雾--柏瑞美》  
《彩妆--UODO优沃朵》  
《定妆喷雾--BABI》《涂抹面膜--造物者》  
《护肤--宫芙》《沐浴油--贝德玛》  
《美妆抖音--谷雨、HBN、娇润泉、卡姿兰、方里》  
《洗发水--KONO》《护肤--可复美》  
《美妆--唐魅可TOMMARK》  
《乳液面霜--仁和匠心、肌肤未来》  
《美妆--唐魅可》《护肤彩妆--兰蔻、欧莱雅》  
《美容工具--尔木萄、健美创研》  
《面部彩妆--雅诗兰黛、卡姿兰》  
《美妆护肤--欧诗漫、至本》  
《防晒--Mistine、安热沙、美康粉黛》  
《面膜行业--米蓓尔、瑗尔博士、蒂佳婷》  
《美妆--科颜氏&HBN&谷雨》  
《面部彩妆、彩妆套装、男士彩妆--3CE、华伦天奴、左颜右色、Blank Me 半分--》  
《面部彩妆、粉饼、双十一--复盘--花西子、FUNNY ELES方里、PASSIONAL LOVE恋火》  
《Into you》《彩棠》《花西子》《HBN》《祖玛珑》  
《修丽可》

行业分析：

《美妆出海：开拓北美市场》  
《24年年度复盘-美妆》《双十一--大促总结》  
《2024年精华行业分析（美国站）》  
《2024上半年美妆行业数据复盘》  
《美妆出海东南亚市场研究》  
《2022年海外美妆行业及品牌复盘》  
《防晒行业调研》  
《抖音彩妆护肤分析报告》《以油养肤行业分析报告》  
《干瓜数据x解数咨询：小红书内容营销数据洞察白皮书》

## 食品饮料

品牌拆解：

《甄磨坊》  
《食品王者：认养--头牛》《纯奶--隔壁刘奶奶》  
《咖啡--四只猫》《健康轻食--谷本日记》  
《水果罐头--林家铺子》《月饼--美心、稻香村》  
《预制菜--叮叮懒人菜、锋味派、西贝》  
《驼奶及驼奶粉--原始黄金、谷掌柜》  
《小笼包--头厨》《食品冲饮--暴肌独角兽》  
《健康食品--七年五季》《饮料--农夫山泉、IF》  
《肉类&卤味零食--王小卤、脱骨侠》  
《螺蛳粉--好欢螺、臭宝、食分辣》  
《咖啡--瑞幸、SINLOY、G7coffe》  
《益生菌--wonderlab、life space、江中》  
《中式糕点--yyotime悠享时&皇家尚食局&御茶膳房》  
《食补粉粉--内问、南方黑芝麻、江中食疗》  
《速溶咖啡豆/粉--美好回忆、oatly》  
《低温乳制品、低度酒--悦鲜活、每日鲜语、Oarmilk吾岛、梅见、RIO锐澳》《奶酪博士&小鹿蓝蓝》  
《认养--头牛》《薄荷健康品牌拆解》  
《元气森林》《隅田川》《小鹿蓝蓝》

行业分析：

《2024年度复盘-食品》  
《低度潮饮酒趋势及品牌打法》  
《低温乳制品行业分析报告》  
《咖啡麦片冲饮行业2022年半年度复盘》  
《月饼行业报告》《雪糕行业发展趋势》  
《预制菜行业调研》《低度酒行业调研报告》

## 母婴

品牌拆解：

《儿童洗发水贝德美》  
《母婴王者BABYCARE》《奶粉--蒙牛--米八八》  
《母婴护理--贝德美&一页》《母婴营养品--兰骑士》  
《纸尿裤--佳婴》《奶粉--贝因美》  
《婴幼儿营养品益生菌--信谊》  
《婴幼儿营养品--AUTILI澳特力》  
《婴幼儿奶粉--美素佳儿》  
《婴幼儿营养品--Numans纽曼思、芯》  
《婴幼儿营养品--健安喜、小伞伞》  
《婴幼儿营养品益生菌--BioGaia拜奥、BIOSTIME合生元》  
《宝宝辅食--英氏、秋田满满》  
《DHA--天然博士、ERICFAVRE》  
《婴幼儿营养品--童年时光、健思敏》  
《婴幼儿牛奶粉--飞鹤、君乐宝、a2》  
《宝宝零食--babypantry光合星球、喵小侠、奶酪博士》  
《婴儿手推车、学步车--好孩子、DearMom、amorhome》《bebebus》《戴可思》  
《婴童水杯--taoqibaby、Potato小土豆、GNAUHBABY皇宠》《babycare》  
《婴童用品、婴童乳液面霜--Evereden安唯伊、Akasugu爱舒屋、new page--页》  
《婴童用品&婴童护肤--爷爷的农场、戴可思&薇诺娜宝贝&艾维诺》《小鹿蓝蓝》《奥特曼玩具》

行业分析：

《钙铁锌行业调研报告》《儿童水杯行业分析报告》  
《月饼行业报告》《雪糕行业发展趋势》  
《婴幼儿辅食行业全域拆解》

## 宠物

品牌拆解：

《烘焙粮--鲜朗》《宠物食品-宽福》  
《宠物小家电--霍曼》《天然百利》  
《猫狗主粮--凯瑞思》《狗主粮--比乐》  
《宠物食品--卫仕》《猫主粮--喵梵思》  
《全价猫主粮--蓝氏》《狗主粮--疯狂小狗》  
《宠物食品--麦富迪》《猫零食--瓜州牧、麦富迪》  
《猫砂--比亿奇、lorde》《全价猫主粮--醇粹、高爷家》  
《猫、狗保健品--reddog红狗》《宠物用品-Pidan》  
《猫狗药品--普安特、福来恩》  
《狗主粮--伯纳天纯、比乐、纽顿》  
《水族世界--SUNSUN森森、yee、疯狂水草》  
《猫主粮--Orien原始猎食渴望、诚实一口、江小傲》  
《宠物--小佩宠物、霍曼、uah有哈》  
《猫砂--petshy、福丸、鲜御》《猫粮--凯锐思》  
《宠物用品、猫主粮-阿飞和巴弟》  
《宠物、猫咪--牡丹猫苑、Lauren萝伦、招财猫、网易严选、阿飞和巴弟、鲜朗》

行业分析：

《2024年度复盘--宠物》《双十一--大促总结》  
《2024年7月份宠物--犬粮品类》  
《小萌宠大赛道，2000亿宠物市场机会点分析》  
《“萌宠经济”中如何抓住行业机遇》  
《解数咨询：宠物新浪潮下的入局态势及明星打法拆解》

## 其他行业

品牌拆解：

《戴森品牌调研报告》《银发产品创新》  
《钟薛高、蕉下、高姿的夏日运营策略盘点》  
《文胸行业&内外、Ubras数据研究报告》  
《鸭鸭羽绒服》

行业分析：

《银发经济趋势前瞻》《电商银发人群深度研究》  
《厨房小家电行业分析报告》  
《东方甄选抖播数据调研和拆解》  
《2022年618大促复盘--一个护行业分析报告》  
《露营市场行业分析》《小红书品牌分析》  
《抖音品牌运营分析》《快手平台品牌分析》  
《罗永浩与“交个朋友”抖音直播账号矩阵拆解》  
《拖鞋市场行研》《抖音崛起分析报告》  
《冰墩墩--墩难求》《新国货品牌调研》  
《深挖抖音带货成绩单！新晋互联网电商品牌这么干没毛病》  
《揭秘！李佳琦直播带货后单品追踪》

## 保健品

品牌拆解：

《氨基丁酸-养能健》《保健食品--宝石肌、健安喜》

行业分析：

《运动营养市场趋势数据洞察》  
《2024年度复盘-保健品》  
《保健食品行业报告》

# 解数已更新333期，更多报告请扫码领取

## 扫码 领取





| 懂数据 更懂生意

2026