

# 宠物食品 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 未来值得关注的营销活动和新产品趋势
- 宠物食品子品类的喂养频率是如何演变的？
- 宠物食品的主要复购因素
- 最受欢迎的肉类混合
- 宠物主人对通过饮食管理宠物体重的态度

除了给宠物喂养普通主粮以外，肉干/肉肠在低家庭收入和高家庭收入宠物主之间的差距最小（6个百分点），突显出这类宠物食品在不同收入水平群体之间的高渗透率。但有趣的是，当论及喂养频率为“每天1次或更多”时，肉干/肉肠是低家庭收入和高家庭收入宠物主之间差距最大的品类。因此，一方面，肉干/肉肠在不同收入水平的宠物主中拥有较高的接受度，从而很容易吸引新的消费者；而另一方面，肉干/肉肠在高家庭收入的宠物主中拥有更多重度用户，从而为其带来更多高端化机会。

2021年城镇宠物犬主人和宠物犬数量较2020年有所回升，与稳健的“猫咪经济”共同推动该市场发展。然而，新冠疫情仍然是宠物主人生活中的一项不确定因素。有关宠物（尤其是宠物狗）在2021年疫情期间受到虐待的新闻，将继续令那些想要养狗的消费感到忧心。同时，原料的进口也很大程度上取决于主要港口城市的防疫政策。因此，短期内的市场需求将更多地依赖猫咪经济，同时供应侧将受到进口原料的价格影响。

市场参与者需更多地关注二线城市，因为在许多宠物食品子品类，二线城市的宠物主喂养“每天1次或更多”的比例都是最低的，尤其是在普通主粮（66%vs70%的所有被访者）、袋装湿粮（14%vs16%的所有被访者）和罐头湿粮（7%vs9%的所有被访者）等主粮品类。二线城市的宠物主在消费习惯方面仍有培育空间。

宠物食品的机遇在于宠物主人对含有益生菌的肠道健康食品、天然食品和体重管理食品的需求。消化健康是宠物食品新品中的主要宣称。搭乘人类食品中益生菌的流行趋势，消化健康宣称有机会升级并且提高接受度。如今，宠物主人喜欢用符合宠物自然饮食的食品和宠物原本的进食方式来喂养他们的宠物。在全球市场，宠物绝育后的体



"天然"是主要复购因素之一，但有着具体化的定义。宠物主人不仅寻求全天然的食材，也要求食品是动物饮食天性的一部分。再加上体重管理食品，这些是最迫切的需要市场响应的需求。"

- 彭袁君，研究分析师

## 购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。



重管理正在吸引越来越多的关注。然而，中国市场在天然和体重管理宣称方面较为落后。

## 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

## 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

## 目录

### 概述

- 您所需要了解的
- 本报告涵盖的关键议题
- 报告定义
- 不包括

### 综述

- 市场  
数据1: 狗粮和猫粮零售市场总销售额及预测，中国，2017-2027年
- 公司与品牌  
数据2: 狗粮和猫粮市场的领先企业（按销售额份额区分\*），中国，2020-2021年
- 消费者
- 普通主粮占主导，益生菌迅速增长  
数据3: 消费频率，2022年
- 专业性和天然性最受重视  
数据4: 复购因素，2022年
- 水和蛋白质的摄入量足够，但纤维和酸性营养素补充不足  
数据5: 营养素的知识和摄入情况，2022年
- 鸡肉和牛肉是最受欢迎的肉类  
数据6: 肉类混合偏好，2022年
- 生骨肉罐头最受青睐  
数据7: 对新兴宠物食品的兴趣
- 对宠物体重管理的更广泛认知为宠物食品创新带来潜力  
数据8: 对体重管理的态度，2022年
- 我们的观点

### 议题与洞察

- 强调益生菌以升级助消化功能
- 现状
- 启示  
数据9: 含有益生菌的宠物食品示例
- 更关注针对体重管理的宠物食品
- 现状
- 启示  
数据10: 带有低卡路里宣称的宠物食品示例  
数据11: KingJerry在其体重管理宠物食品的介绍页面上解释肥胖不等于可爱。  
数据12: 含有精选鸡肉和全谷物的成年猫粮（Adult Cat Food with Selected Chicken and Wholegrains），法国，2022年

## 报告内容

### 综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

## 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 通过调味料增强适口性
- 现状
- 启示

数据13: 宠物食品调味料示例

#### 市场规模与预测

- 逐步回暖的“犬经济”和稳健的“猫经济”共同推动市场增长

数据14: 狗粮和猫粮零售市场总销售额及预测，中国，2017-2027年

数据15: 狗粮和猫粮零售市场总销售量及预测，中国，2017-2027年

- 预计未来5年将保持强劲增长势头

#### 市场因素

- 原料价格大幅上涨
- 由于禽流感，部分进口产品被暂停
- 更激烈的竞争伴随着更多资本涌入
- 京东发布主粮推优标准

#### 市场细分

- 猫粮继续扩张

数据16: 狗粮和猫粮销售额市场份额（按细分市场区分），中国，2019-2021年

数据17: 狗粮和猫粮细分市场新品（按子品类区分），中国，2019-2022年（1月-7月）

#### 市场份额

- 乖宝保持稳健增长

数据18: 狗粮和猫粮市场的领先企业（按销售额份额区分\*），中国，2020-2021年

- 本土品牌强势崛起
- 伊利进军宠物食品赛道

#### 营销活动

- 雀巢冠能与Keep携手合作

数据19: 冠能 x Keep健身课

数据20: 冠能 x Keep宠物食品礼盒

- 豆柴宠物肠胃研发中心

数据21: 豆柴新战略：专注宠物肠胃健康

数据22: 豆柴宠物肠胃研发中心

- 真致Zeal与设计师FX Balléry合作推出宠物碗

数据23: 真致Zeal与FX Balléry秉持“0妥协”理念的合作

#### 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

#### 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

### 新产品趋势

- 消化系统居功能性宣称之首.....  
数据24: 宠物食品中的前十名宣称类别，中国，2019年7月-2022年6月  
数据25: 宠物食品中的前15名宣称，中国，2019年7月-2022年6月
- .....益生菌宣称迅速增长  
数据26: 宠物食品中的益生菌宣称，中国，2019年7月-2022年6月  
数据27: 宠物食品中的益生菌宣称（按子品类区分），中国，2019年7月-2022年6月
- 天然宣称和体重管理宣称远远落后  
数据28: 前十名宠物食品市场中天然宣称的占比，2019年7月-2022年6月  
数据29: 宠物食品中的天然宣称，中国，2019年7月-2022年6月  
数据30: 宠物食品中的低/无/减卡路里宣称（按前十名市场区分），中国，2019年7月-2022年6月  
数据31: 体重管理宠物食品示例
- 风味类型应该更加多元化  
数据32: 宠物食品中的前十名风味，中国，2019年7月-2022年6月  
数据33: 宠物食品中的前十名风味，美国，2019年7月-2022年6月  
数据34: 宠物食品中的多元化风味示例，美国，2022年

### 消费频率

- 饮食结构稳定，益生菌的渗透率不断上升  
数据35: 消费频率，2022年  
数据36: 2021与2022年的渗透率  
数据37: 喂养的食品类型——每天1次或更多，2022年
- 不同收入水平和城市线级中的渗透率各异
- 肉干/肉肠在渗透率和高端化方面都具备商机  
数据38: 消费频率差异——“过去3个月喂过”，家庭月收入为2,4000元人民币或以上的宠物主人与家庭月收入为9,999元人民币或以下的宠物主人之间的差异百分点  
数据39: 消费频率——每天1次或更多\*（按家庭月收入区分），2022年
- 袋装湿粮成为所有城市线级中的主导性主粮之一  
数据40: 消费频率差异——“过去3个月喂过”，一线城市的宠物主人与三线或以下城市的宠物主人之间的差异百分点  
数据41: 消费频率——每天1次或更多\*（按城市线级区分），2022年

### 复购因素

- 专业性和天然性均首位  
数据42: 复购因素，2022年

### 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

### 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格,可能受汇率波动影响而有变动.

- 猫狗主人重视的复购因素逐渐趋同  
数据43: 复购因素\* (按宠物主类型区分), 2022年
- 养猫专家的要求更高  
数据44: 复购因素 (按宠物主类型和饲养经验区分), 2022年

### 营养素摄入

- 宠物主人对水和蛋白质摄入量有信心,但对纤维和酸性补充剂不太确定  
数据45: 营养素的知识 and 摄入情况, 2022年
- 狗主人更了解矿物质,猫主人更了解益生菌  
数据46: 营养素摄入——我了解摄入量\* (按宠物主类型区分), 2022年  
数据47: 营养素摄入——我了解摄入量,但喂得还不够\* (按宠物主类型区分), 2022年

### 肉类混合偏好

- 经典选择: 鸡肉和牛肉  
数据48: 肉类混合偏好, 2022年
- 向猫主人推出水产,向狗主人推出禽肉和牛肉  
数据49: 肉类偏好 (按宠物主类型区分), 2022年
- 最受欢迎的组合: 鸡肉&动物内脏  
数据50: 肉类混合偏好\*, 2022年  
数据51: 肉类混合偏好, 2022年

### 对新兴宠物食品的兴趣

- 生骨肉罐头最受青睐  
数据52: 对新兴宠物食品的兴趣  
数据53: 对新兴宠物食品的兴趣 (按代际区分), 2022年
- “猫狗双全”的家庭更愿意拥抱新兴产品  
数据54: 对新兴宠物食品的兴趣 (按宠物主类型区分), 2022年
- 不妨瞄准养宠经验丰富者  
数据55: 对新兴宠物食品的兴趣 (按养宠经验区分), 2022年

### 对体重管理的态度

- 宠物主人有很强的体重管理意识.....  
数据56: 对体重管理的态度——对体重管理的认知, 2022年  
数据57: 对体重管理的认知 (按代际区分), 2022年
- .....但更倾向于通过调整营养来减肥  
数据58: 对体重管理的态度——超重与饮食, 2022年  
数据59: 对体重管理的部分态度 (按减肥的方式区分), 2022年  
数据60: 对体重管理的部分态度 (按减肥的方式区分), 2022年
- 天然和安全是绝育后宠物食品的关键词

## 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容?

该报告是系列报告中的一篇,旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

## 购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据61: 对体重管理的态度——绝育与体重管理，2022年

数据62: 复购因素的差异（知道和不知道宠物绝育后饮食注意事项的宠物主人之间的差异百分点），2022年

#### 附录——市场规模与预测

数据63: 狗粮和猫粮零售市场总销售额及预测，中国，2017-2027年

数据64: 狗粮和猫粮零售市场总销售量及预测，中国，2017-2027年

#### 附录——市场细分

数据65: 狗粮和猫粮的零售销售额（按细分市场区分），中国，2019-2021年

#### 附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

### 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

### 购买此报告

网址 [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font. The letters are contained within a bright yellow speech bubble shape that has a tail pointing downwards and to the right. Below the main bubble, there are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

## 关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。