



2024宠物行业市场趋势变化报告

2024年8月 库润数据出品

宠物行业

定量调研

独家发布



并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

Preface

/ 前言

报告研究内容

本报告主要是将2022年和2024年宠物行业进行对比，洞悉两年间宠物行业市场变化的趋势。

报告研究目的&意义

近年来，我国宠物数量持续增长，宠物市场发展迅速，宠物经济不断升温，随之而来的是宠物行业变化迅速，本篇报告通过对比2022年和24年行业数据，给品牌提供一些洞见。

调研的人群数量

1000份

Contents

/ 目录

- 一、 宠物行业市场概况
- 二、 用户画像变化
- 三、 养宠人群消费变化



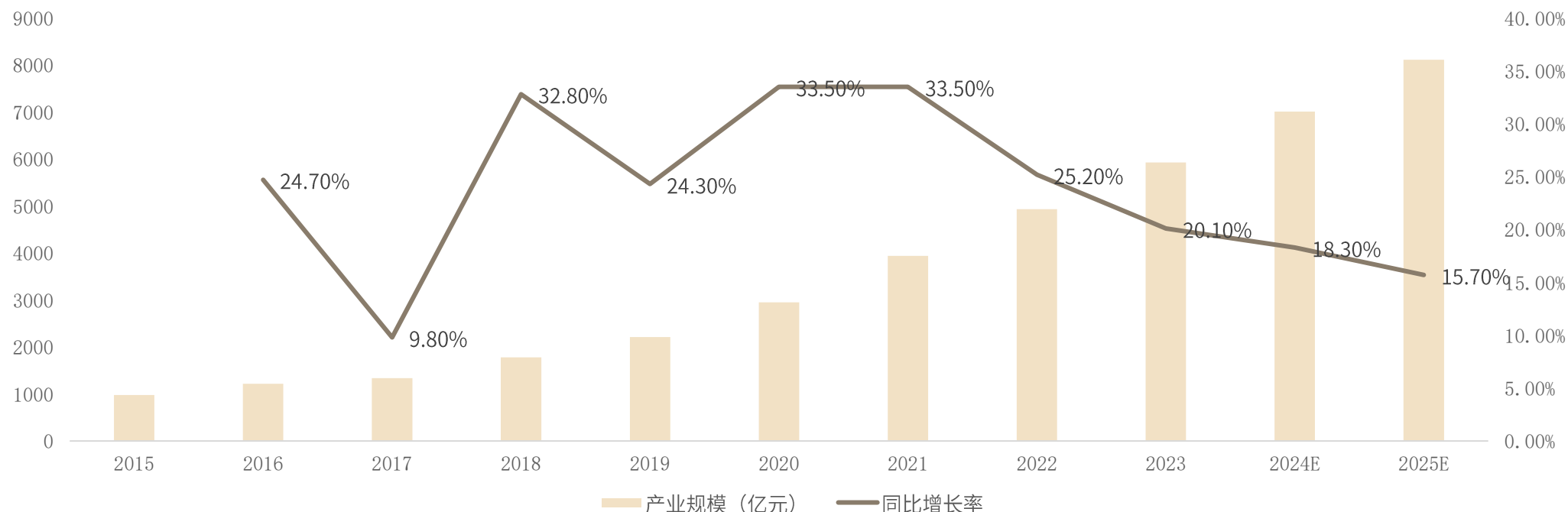
第一章

2024年宠物行业市场概况

养宠需求增加，行业规模高速增长

据艾瑞数据显示，2023年中国宠物行业规模达5928亿元，同比增长了20.1%，预计2025年将达到8114亿元。目前，人口结构变化以及经济的不断发展，叠加国家政策法规的完善，我国宠物市场规模有望进一步增长，预计未来几年我国宠物行业市场规模有望进一步增长。

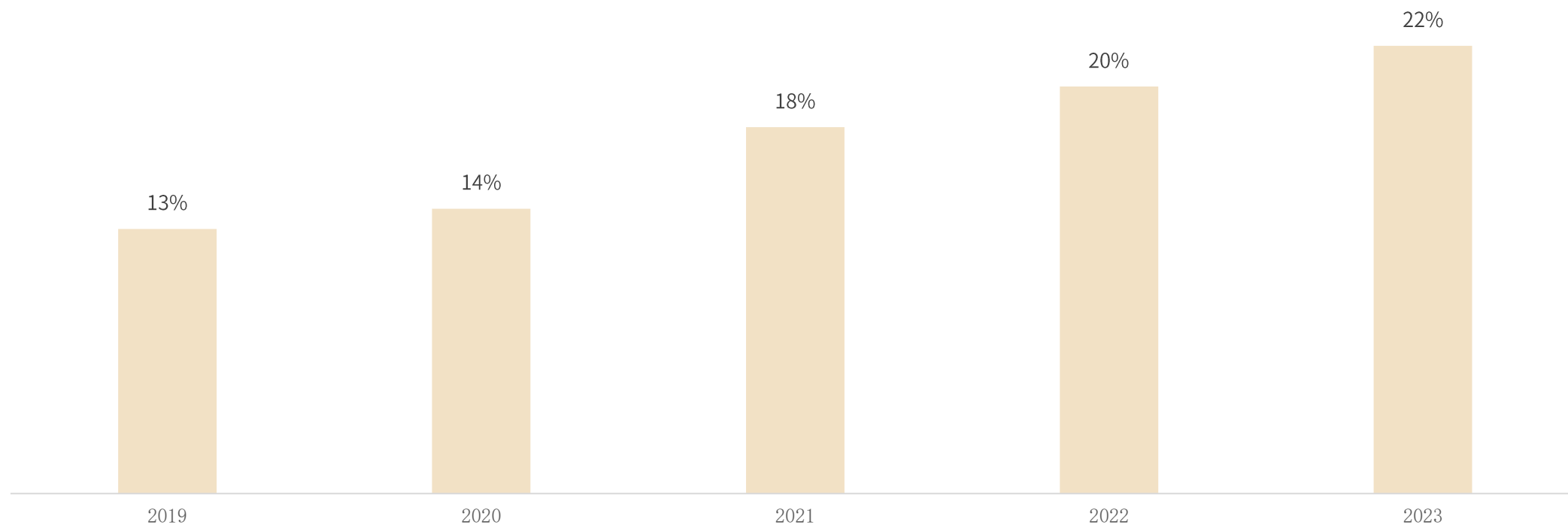
宠物行业市场规模



养宠渗透率持续扩大，市场有巨大发展空间

中国养宠家庭渗透率从2019年的13%增长至2023年的22%；
但与美国的70%和欧洲的46%相比，中国宠物市场仍然有巨大的发展空间。

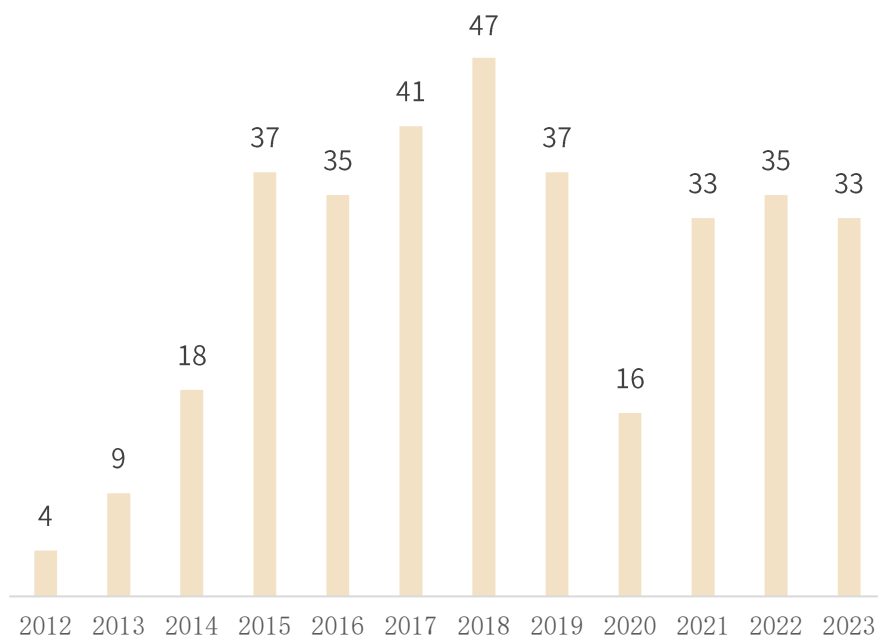
宠物家庭户数渗透率



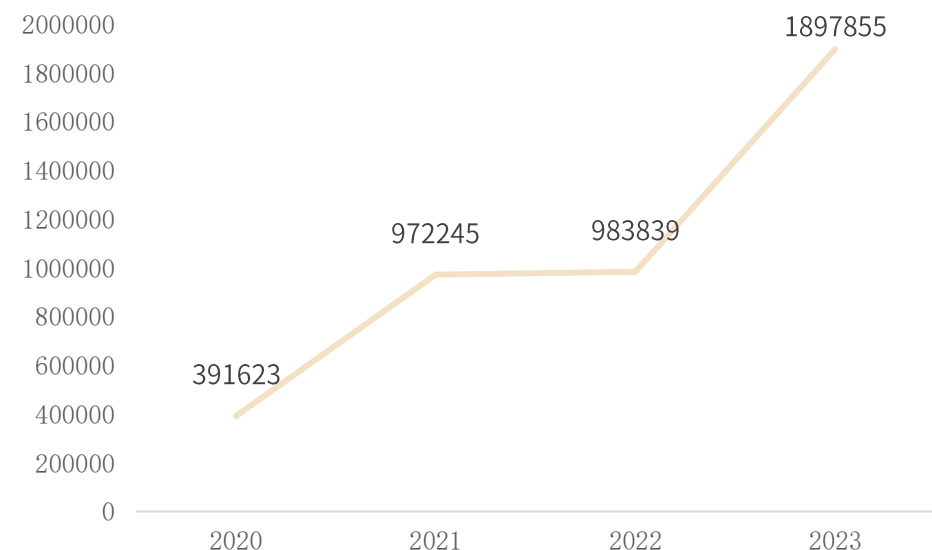
宠物行业投融资事件平稳增长，国内企业竞争愈加激烈

精细化养宠观念渗透日益加深，宠物行业迎来高速发展期，因此吸引了大批国内投资者和创业者。我国现存宠物相关企业超514万家，宠物相关企业注册量呈稳定增长趋势。2022年至2023年，宠物相关企业增速明显，2023年新增91.4万家，同比增长达93%，宠物市场竞争格局愈加激烈。

宠物赛道投融资数量



宠物相关企业数量



第二章

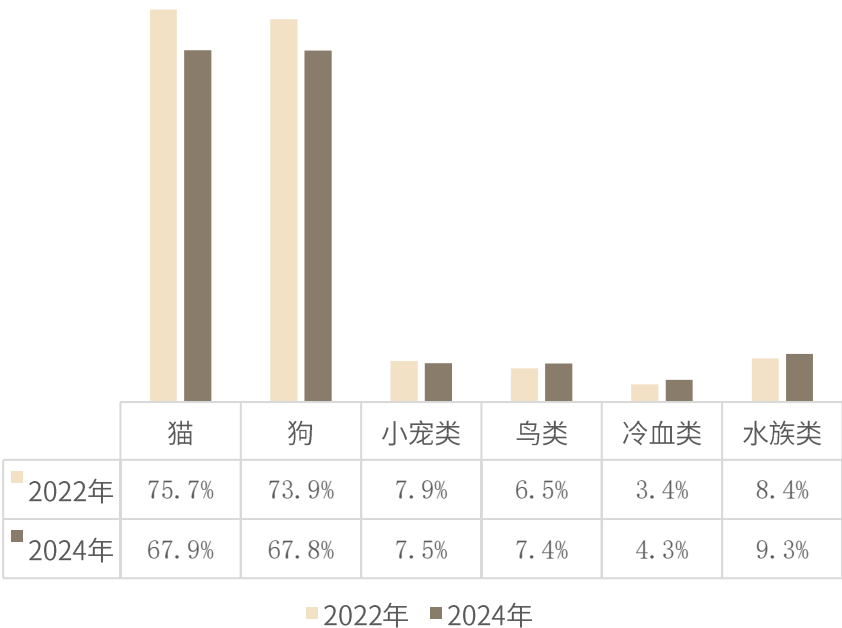
2024年养宠人群变化

小宠市场迎来新机遇，25-34岁为养宠主要人群

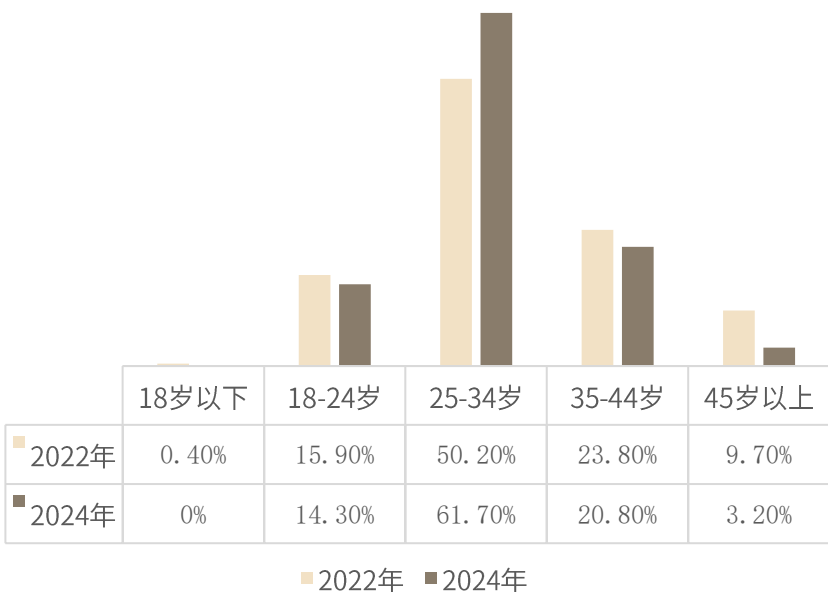
犬猫仍为最受欢迎的宠物种类，水族小宠则是市场扩展的机会点，宽松的法规制度以及相关政策的完善，为水族小宠市场带来更多生机，呈蓄势待发的状态。

25~34岁人群养宠比例增加，由2022年的50.2%增长至61.7%，这部分人群有一定的经济能力同时有情感陪伴的需要。

2022VS2024年正在饲养的宠物类型



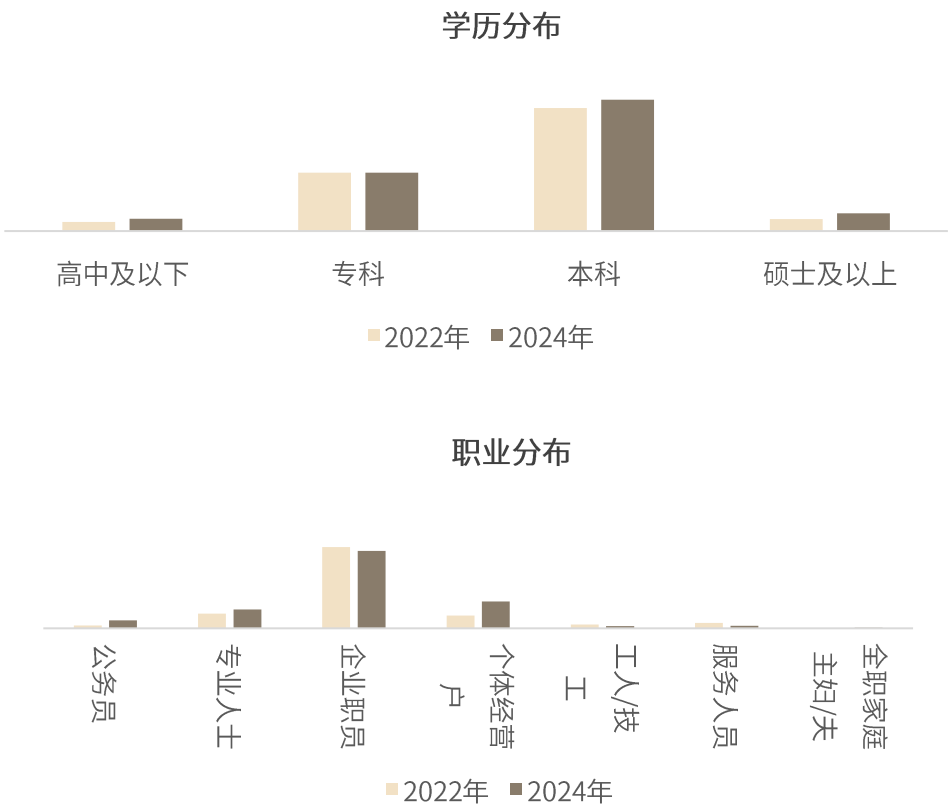
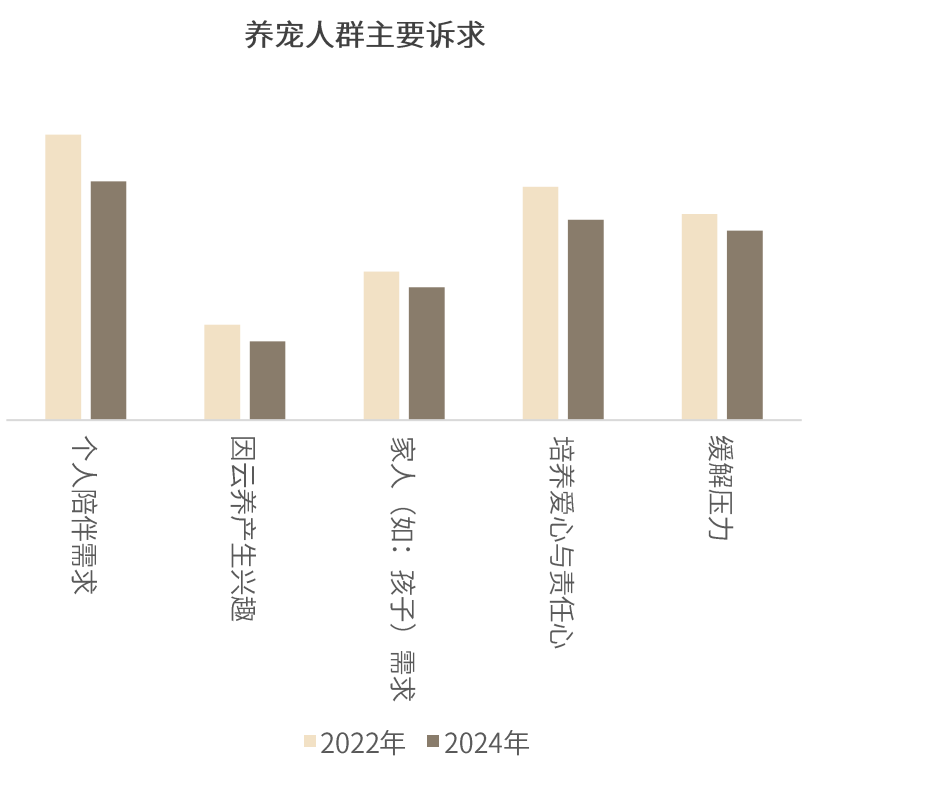
2022VS2024年中国养宠人群分布



高学历仍为主要养宠人群，陪伴为养宠主要动机

宠物主依然以高学历为主，近六成是企业白领，节奏快、压力大的工作状态催生其解压需求，而宠物自带的“陪伴”属性能够帮助他们治愈自己、舒缓身心。个人陪伴仍为宠物主的主要需求。

2022VS2024年养宠人群画像变化

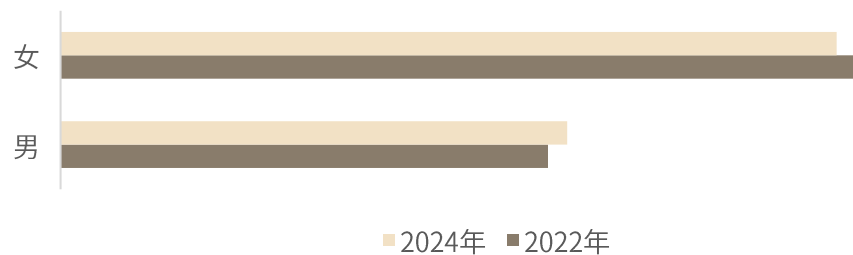


女性为主要养宠人群，已婚有孩家庭养宠比例增长

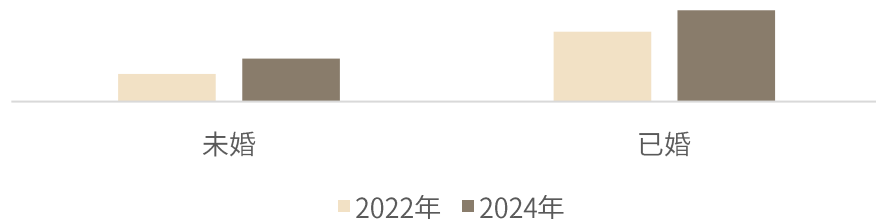
女性连续两年为主要养宠人群，且呈上升趋势，从2022年的60.5%增长至2024年的62%。而随着年轻一代精致养育观念的兴起，一部分人会考虑儿童过敏等情况，等孩子长大了才考虑养宠物，已婚家庭孩子在4-6岁、7-12岁的养宠比例有所增长。

2022VS2024年养宠人群画像变化

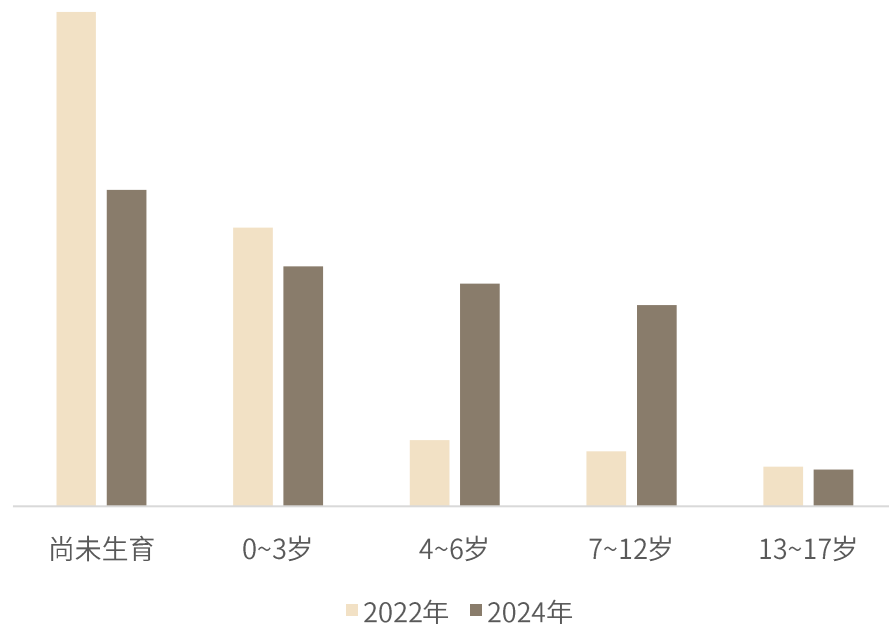
性别分布



婚姻状况



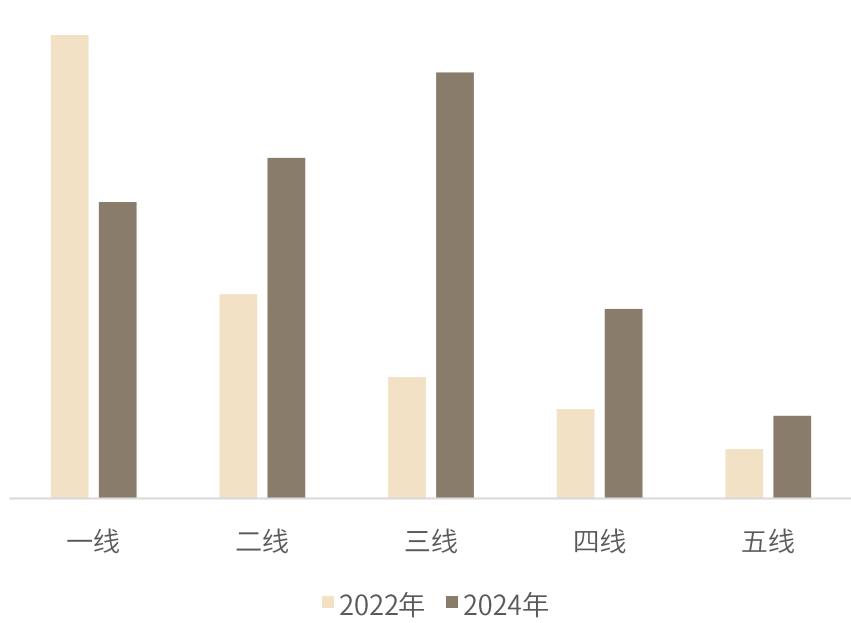
生育状况



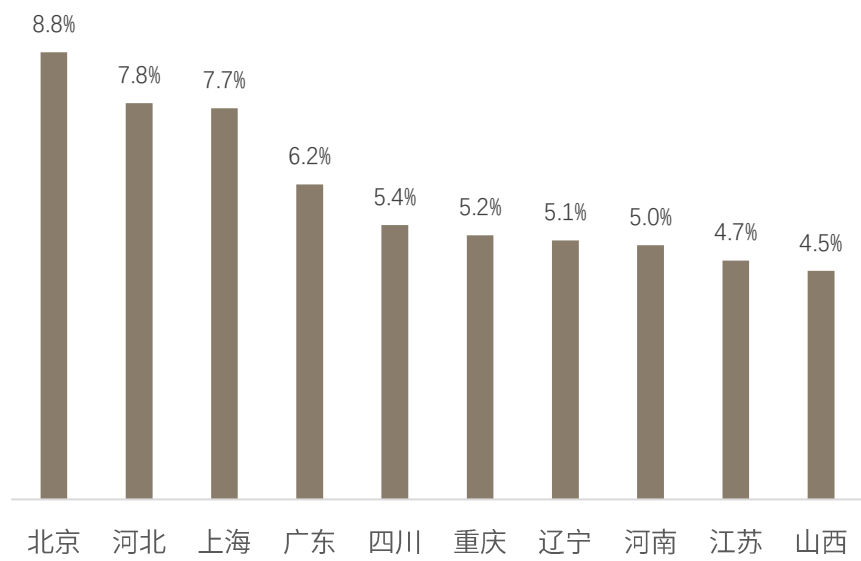
中国进入全民养宠时代，北京人儿最爱“铲屎”

与2022年相比，大部分宠物主不再仅局限于一线城市，而是遍布全国，这也表明中国正在进入全民养宠时代。北京养宠人群占8.8%成为养宠大省，河北、上海人对宠物更感兴趣。

2022VS2024年宠物消费人群城市线级对比



2024年宠物消费人群省份排名



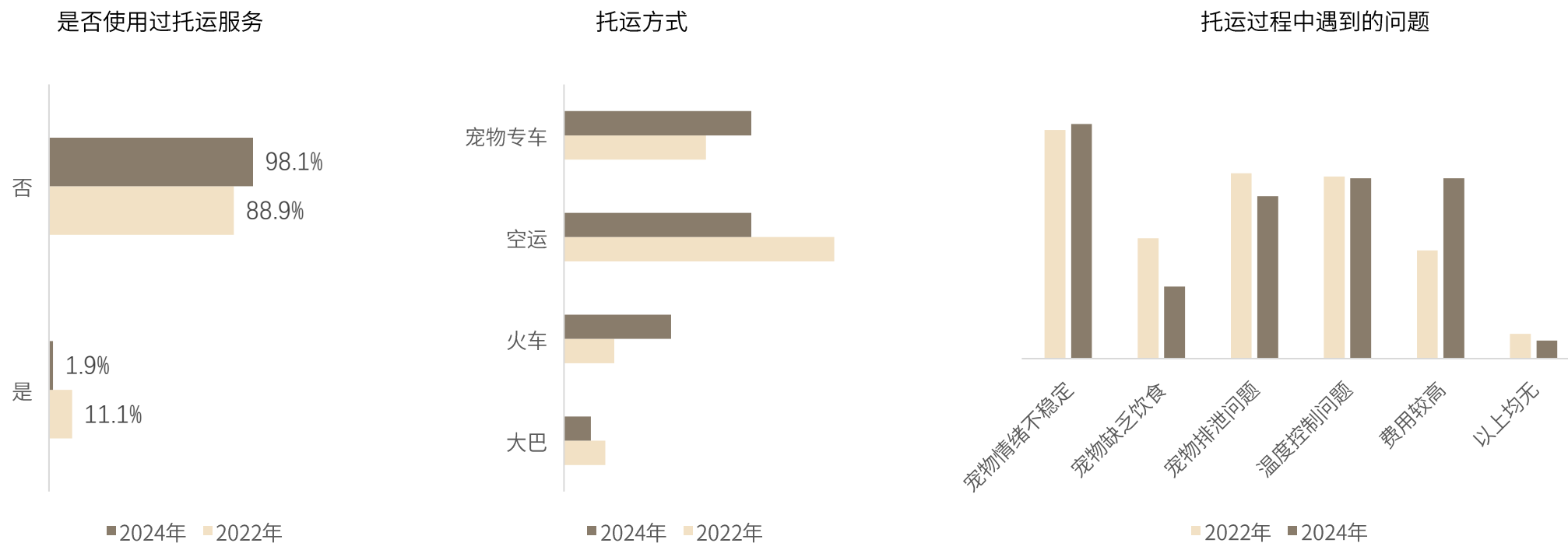
第三章

2024年养宠人群消费偏好变化

负面新闻影响宠物主选择托运方式

调研显示，宠物主办理过宠物托运业务的比例大幅下降，下降了9.2%，目前占比不到1.9%；选择宠物空运的比例有所下降，这主要与空运政策不完善、对宠物伤害较大以及近年空运负面新闻频出有关。另外，选择宠物专车托运的比例有所上升，相应的费用较高成为宠物主面临的比较大的问题。

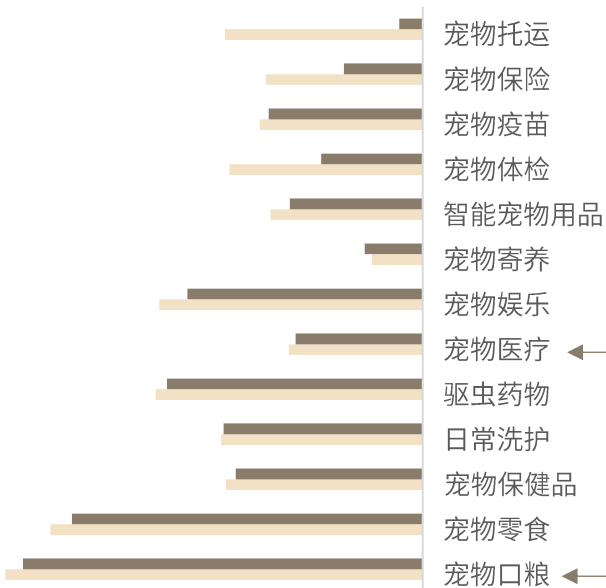
2022VS2024年宠物托运消费偏好



吃饱吃好仍是刚需，医疗、保健品、零食不可缺少

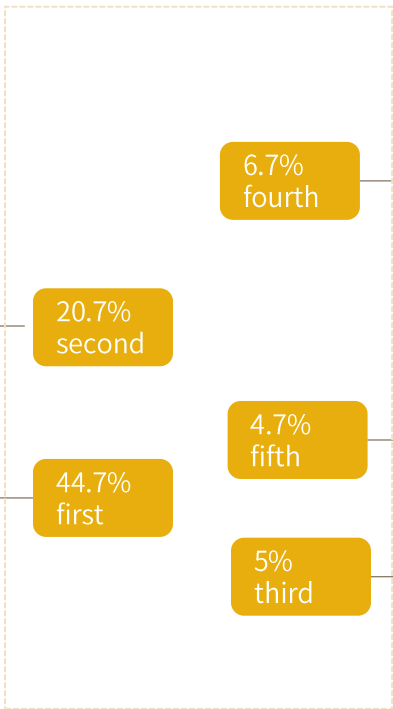
宠物口粮、医疗以及零食排位前三，和2022年相比，用户在线上购买寄养服务占比小幅增长，其余消费均有所下降，在线下渠道，宠物保健品、零食、口粮消费有所增加。

2022VS2024年线上购买渠道变化

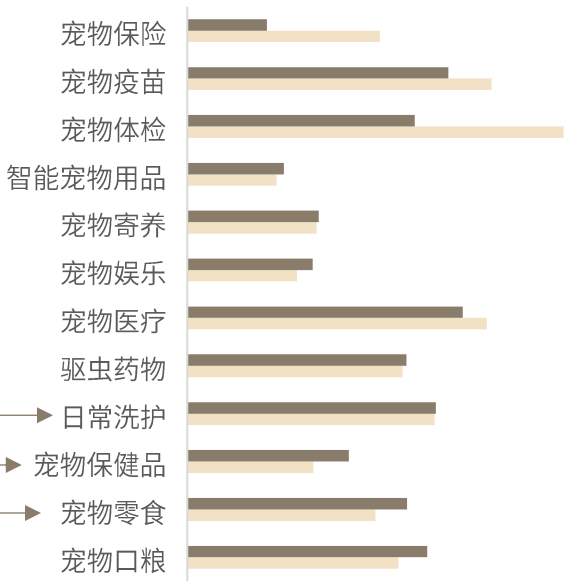


■ 2024年 ■ 2022年

消费排行



2022VS2024年线下购买渠道变化

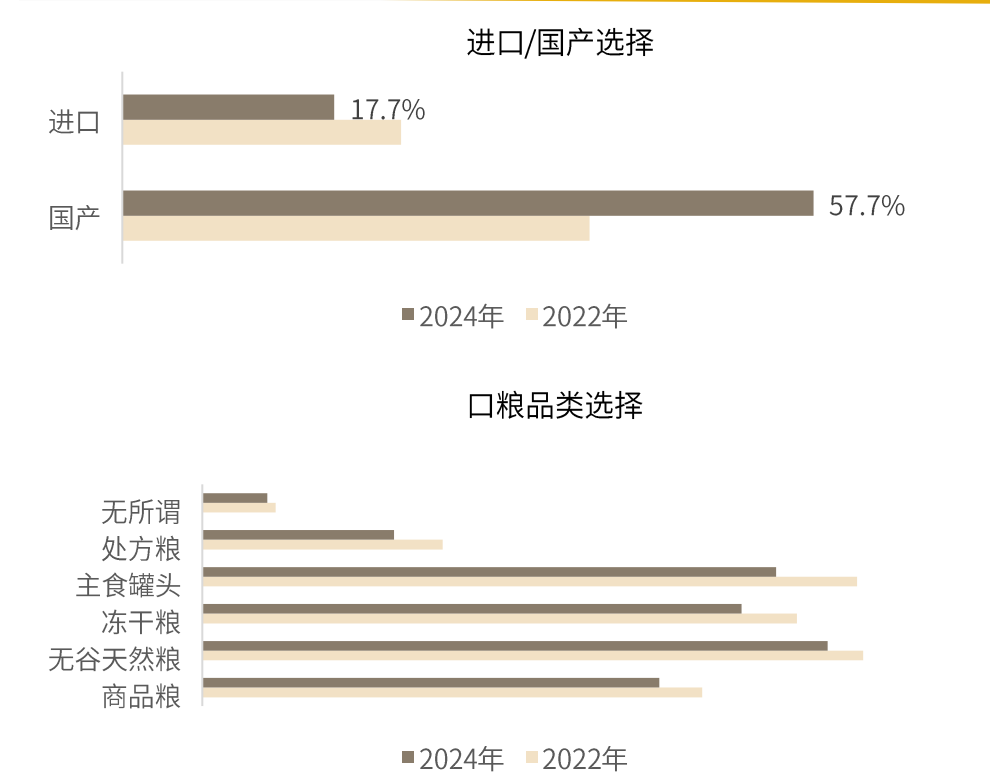


■ 2024年 ■ 2022年

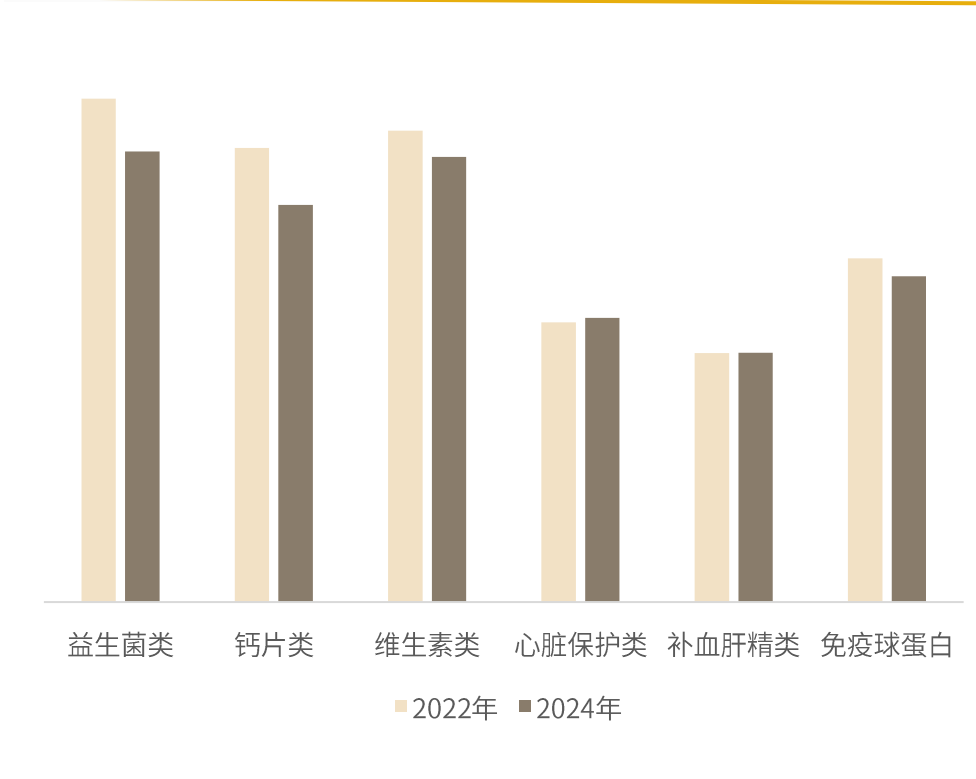
消费降级大家更倾向于购买国产口粮，益生菌、钙片最受宠物主欢迎

宠物口粮选择方面，2024年宠物主选择国产品牌的比例提升了40%，占比近六成，这主要是近年国产品牌通过价格战和提升质量让宠物主看到了国产品牌的好处，同时全民消费降级让大家选择时更在乎实惠性。和2022年一样，无谷天然粮和主食罐头得到更多宠物主偏爱，更多主人较为注重日常保健，因此益生菌、钙片类以及维生素类是Top3宠物保健品选择。

2022VS2024年宠物口粮消费偏好变化



2022年VS2024年宠物保健品消费偏好变化

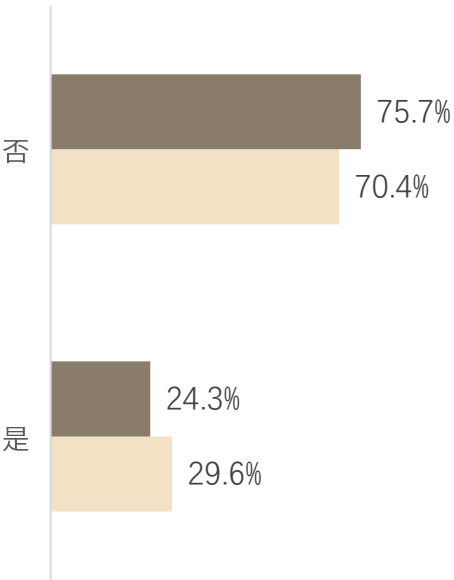


宠物保险购买率下降，平安、太平洋大牌公司最受用户喜爱

和2022年相比，购买宠物保险的用户小幅下降，为宠物购买保险的用户比例依然很少，这主要与宠物保险存在理赔难、赔付标准不透明等问题，导致用户对保险公司信任度较低，其次大众对宠物保险的认知比较低，间接导致宠物保险渗透率不高。平安和太平洋保险依然为宠物主主要选择的平台，500-1000为主要消费区间。

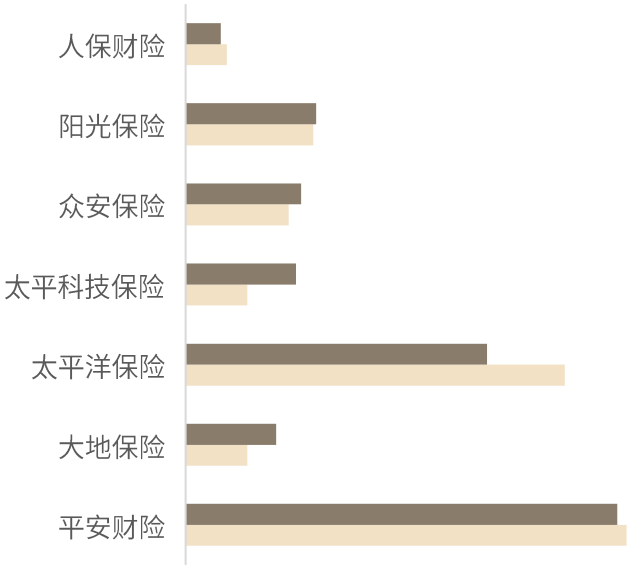
2022VS2024年宠物保险消费偏好变化

是否购买过宠物保险



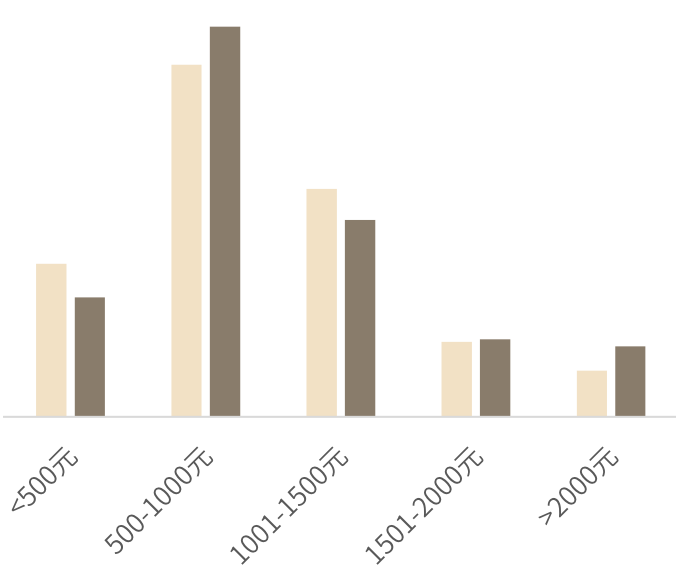
2024年 2022年

保险购买平台



2024年 2022年

单只宠物保险费用（元）

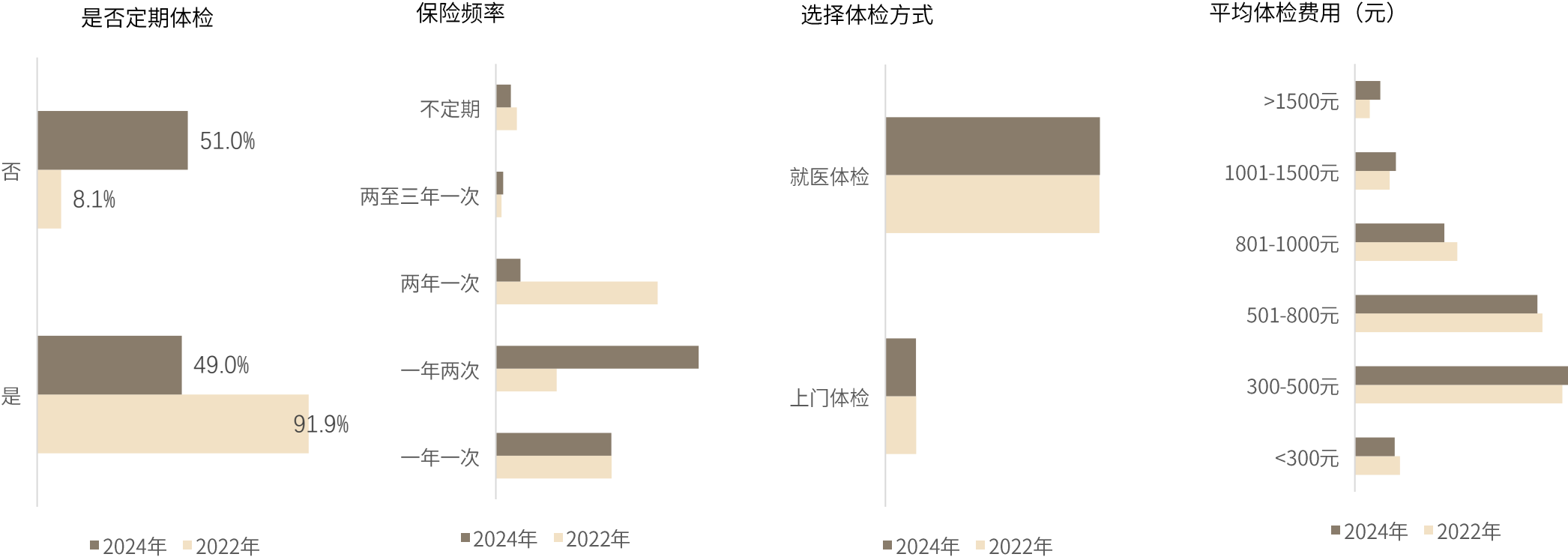


2022年 2024年

宠物定期体检比例有所下降，频率集中在一年一次

和2022年相比，2024年用户定期给宠物进行体检的比例有所下降，从91.9%降至49%。连续两年，宠物主给宠物体检的频率集中在一年一次，费用在300- 800元居多。

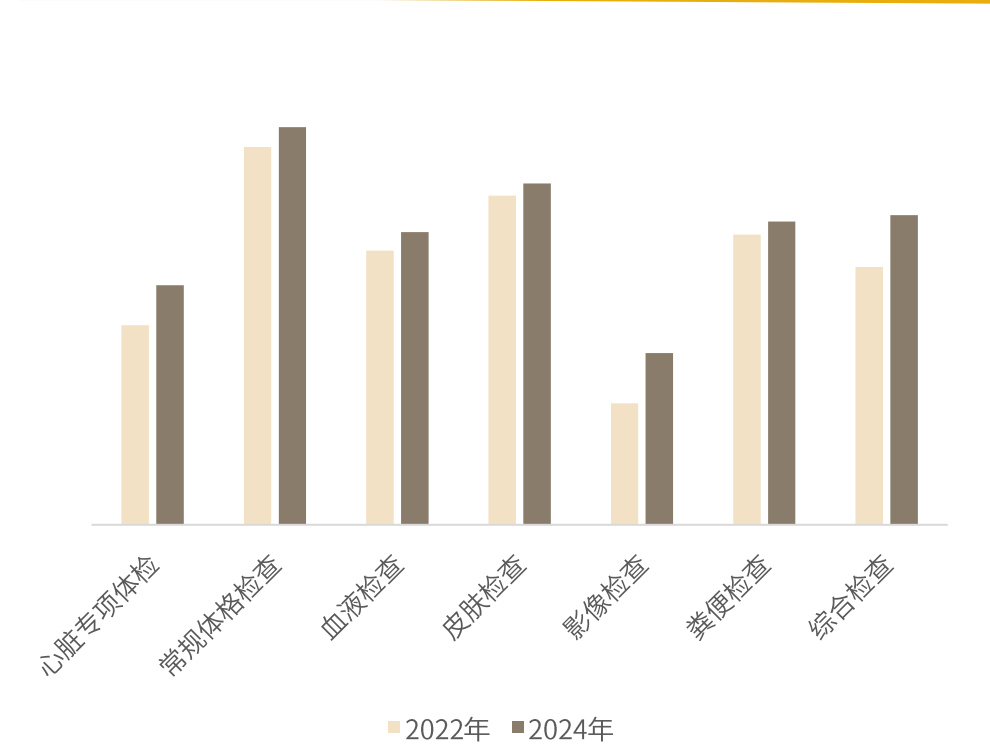
2022VS2024年宠物体检消费偏好变化



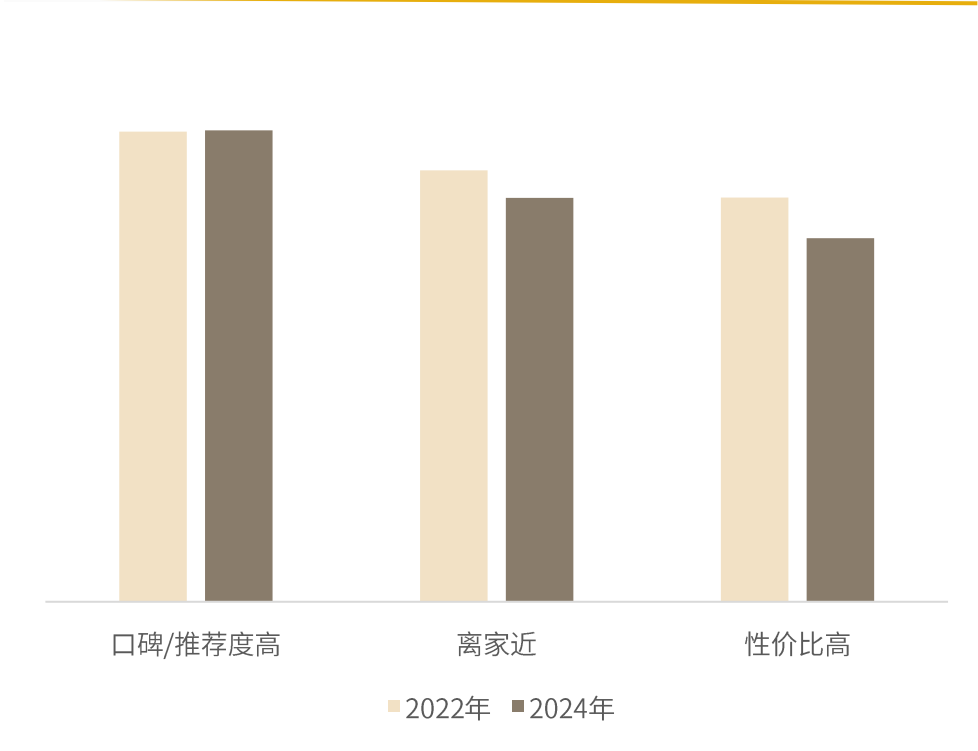
年轻一代宠物主更注重宠物健康，愿意为体检付费

和2022年相比，各项体检项目比例均有所增长，这说明年轻一代宠物主更加注重宠物健康，也更愿意为其买单。选择医院的考量标准连续两年均以口碑和推荐度为先。

2022VS2024年体检项目变化



2022年VS2024年宠物体检选择医院考虑因素

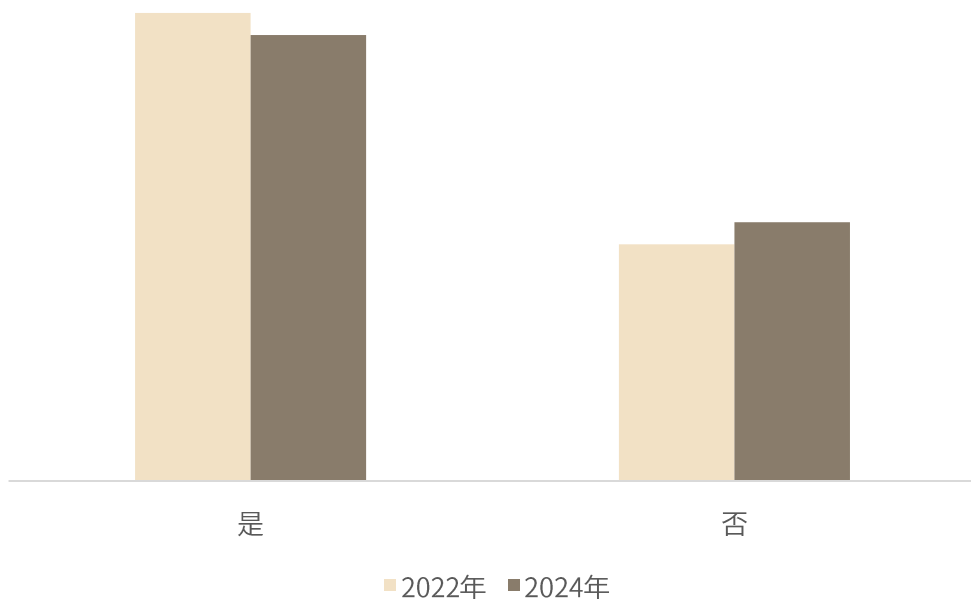


方便、快捷和无时间限制，线上问诊依然为用户主要的就医方式

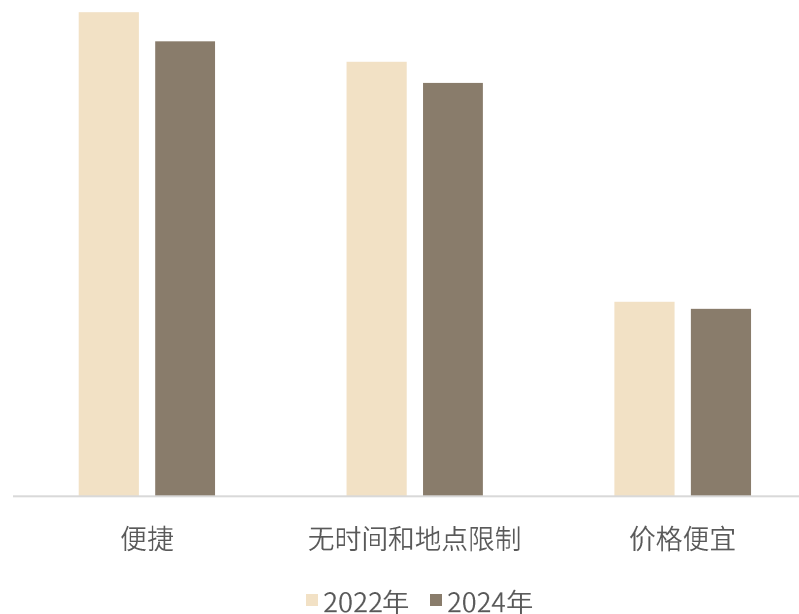
连续两年，有过线上问诊的宠物主比例均超过六成，忙碌的工作和生活下，线上问诊的便捷性，可以随时随地满足了上班族们的养宠问诊需求。

2022VS2024年宠物线上问诊偏好变化

是否线上问诊



选择医院考虑因素



报告说明

消费者端数据来源：KuRunData库润数据的在线调研数据（调研人群为1000位养宠用户，调研时间为2024年8月）

特别说明：本报告为库润数据出品，本报告只提供给用户作为市场参考资料，任何机构或个人引用或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与KuRunData库润数据无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。



全案调研解决方案专家



扫描以上二维码，获取完整版报告
欢迎私信联系或咨询热线
400-021-8081