

2026年中国宠物分阶喂养行业绿皮书

部门：投资及出海研究组

©2026 iResearch Inc.

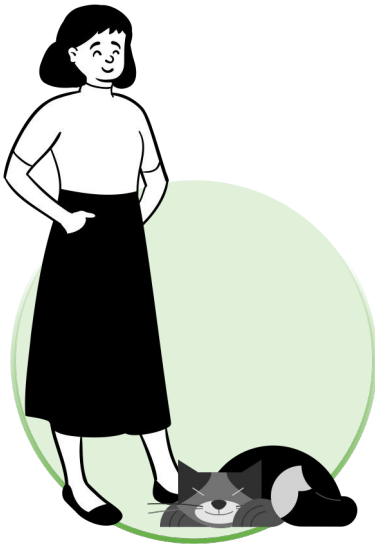
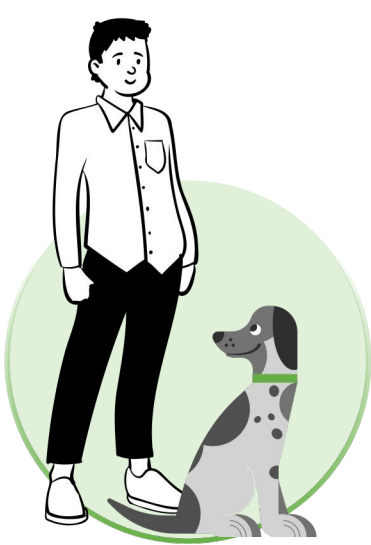
CONTENTS

目录

-
- 01** 行业发展背景与趋势
Market Background & Trends
-
- 02** 宠物分阶喂养核心概念与科学体系
Core Concepts & Scientific System of Pet Life-Stage Feeding
-
- 03** 中国宠物分阶喂养市场现状调研分析
Market Research & Analysis of China's Pet Life-Stage Feeding
-
- 04** 宠物不同阶段喂养痛点与核心营养需求
Pain Points & Nutritional Needs
-
- 05** 宠物分阶喂养行业需求挖掘与消费潜力
Demand Mining & Consumption Potential
-
- 06** 宠物分阶喂养行业竞争格局与企业案例分析
Competitive Landscape & Case Studies
-
- 07** 宠物分阶喂养行业未来发展趋势与展望
Future Trends & Outlook

调研说明

调研概况	描述
调研时间	2026年4月
调研对象	猫/犬宠主
调研方法	线上问卷调研
调研范围	全国范围，覆盖不同城市线级、性别、年龄、收入的宠主
样本数量	共2000个，其中猫宠主1000个，犬宠主1000个
主要调研内容	宠主画像、喂养习惯、消费偏好、对分阶粮的认知与需求等



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

01 / 行业发展背景与趋势

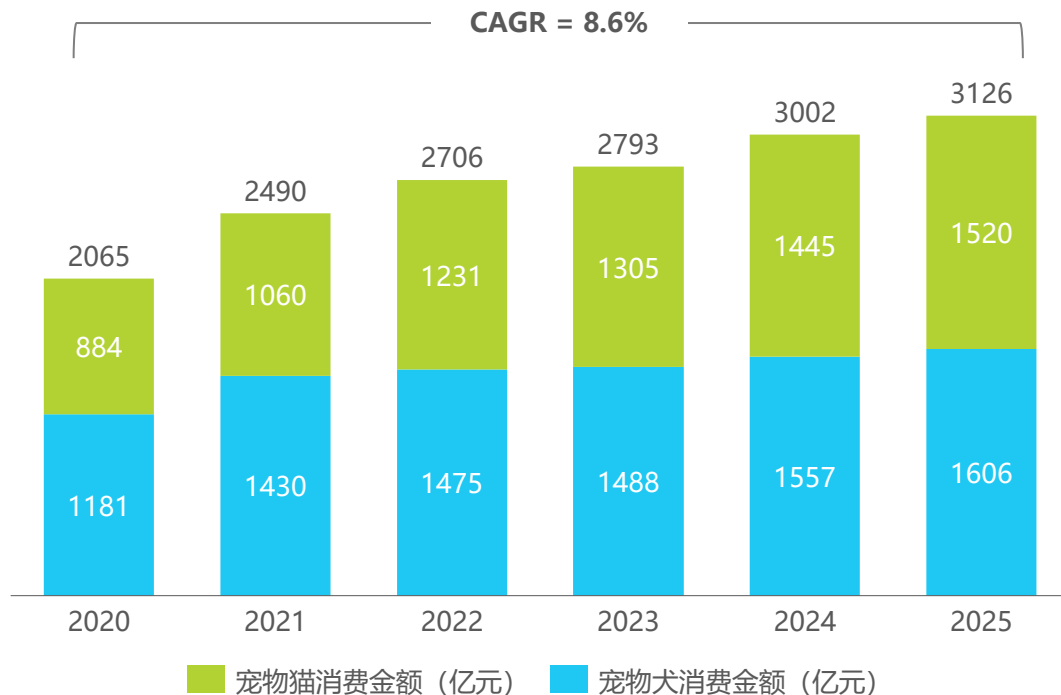
Market Background &
Trends

宠物行业整体发展现状

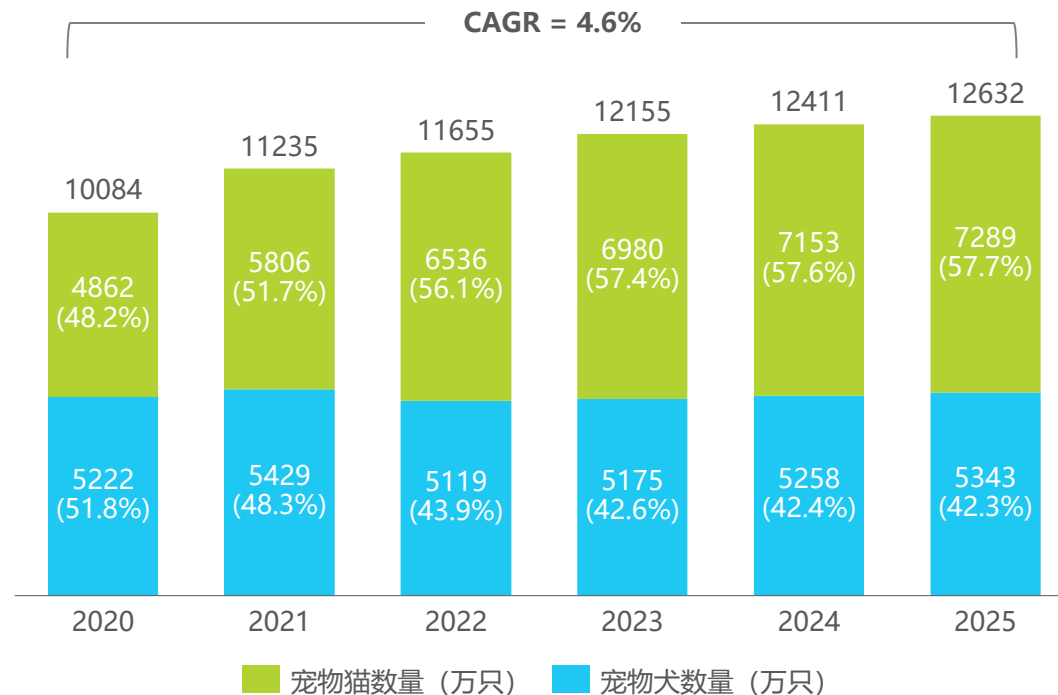
中国宠物猫犬数量与消费市场规模呈稳健增长态势

自2021年我国城镇宠物猫犬消费市场规模大幅上升后，近年来我国宠物消费市场保持稳健增长，2025年市场规模达3126亿元，2020-2025年复合年均增长率约8.6%。其中宠物犬市场略大，2025年已超1600亿元。从宠物数量来看，猫犬整体数量稳步扩大，2025年达1.26亿只，复合年均增长率约4.6%。其中宠物猫数量增长显著，由2020年的市场占比48.2%上升至2025年的57.7%，反超宠物犬数量并持续扩大。

2020-2025年中国城镇宠物猫犬消费市场规模



2020-2025年中国城镇宠物猫犬数量



来源：《2026年中国宠物行业白皮书》，艾瑞研究院自主研究及绘制。

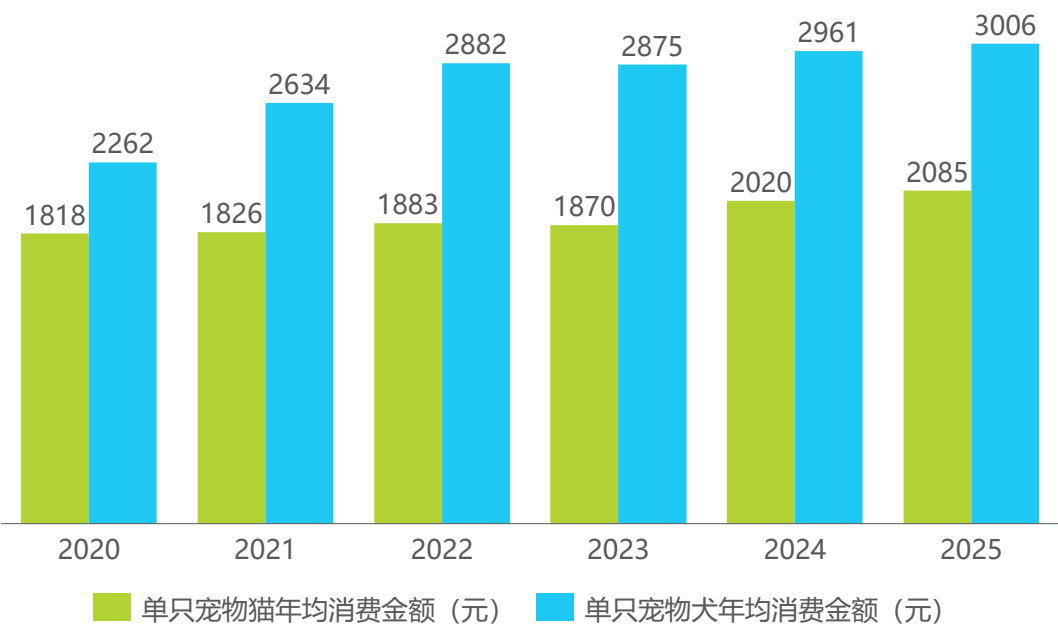
来源：《2026年中国宠物行业白皮书》，艾瑞研究院自主研究及绘制。

宠物行业整体发展现状

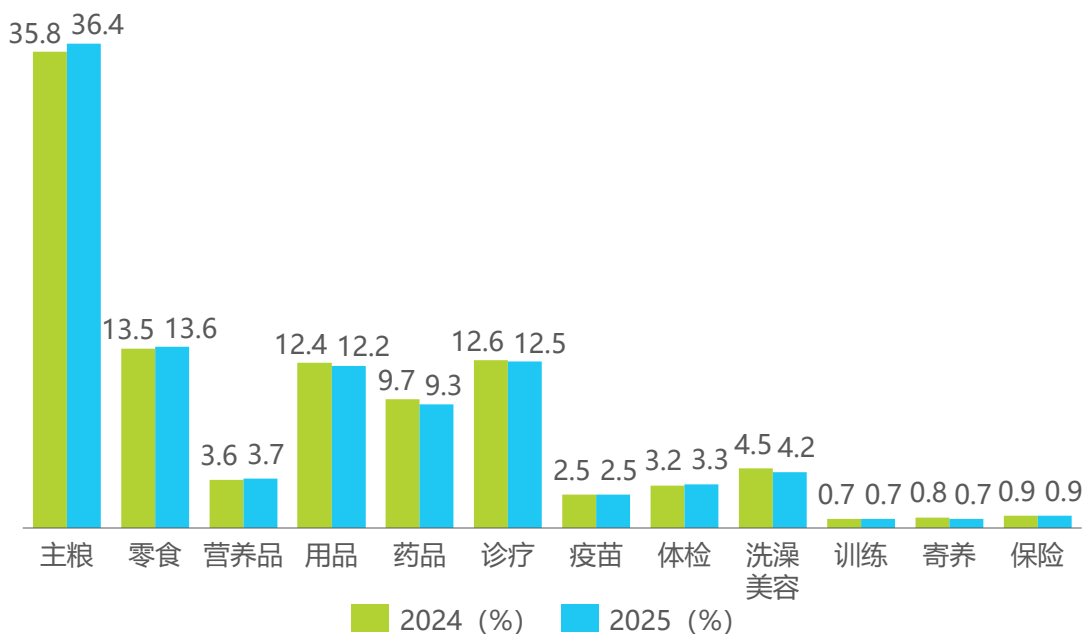
单只宠物猫犬年均消费金额持续增长，其中主粮消费占绝对主导

从单只宠物消费来看，2020年-2025年猫和犬的年均消费金额均处于上升态势，复合年均增长率分别为2.8%和5.9%，其中单只宠物犬的消费更高。在宠物的具体消费结构上，主粮、零食、用品、诊疗和药品是主要消费项目，其中主粮消费占据主导地位，占总消费的份额超35%，且2024-2025年这一比例进一步上升，体现了宠物猫犬主粮的市场地位。

2020-2025年中国单只宠物猫犬年均消费金额



2024-2025年中国宠物猫犬消费结构变化



来源：《2026年中国宠物行业白皮书》，艾瑞研究院自主研究及绘制。

来源：《2026年中国宠物行业白皮书》，艾瑞研究院自主研究及绘制。

宠物行业整体发展现状

宠物逐渐成为不可或缺的家庭成员，驱动宠物喂养从基础温饱向科学精细化喂养转型

在我国当今社会，人们愈发注重和宠物之间的平等互动与情感纽带，开始更多地把宠物视为拥有生活品质 and 独立情感的生命个体，人宠关系也从单向饲养，转变为双向奔赴的情感陪伴。从吃饱、吃好到吃健康，养宠理念完成了从生存满足到全维度生命关怀的迭代，宠主喂养需求逐渐转向注重营养均衡、饮食体验、疾病预防、分阶选粮的科学精细化喂养。

养宠理念与喂养需求变化

	宠物角色	宠主关注点	喂养特征	核心需求
	重要家人，拥有生活品质 and 独立情感的生命个体	疾病预防、免疫体检、陪伴玩耍、情绪与心理疏导，提升宠物生活幸福感	精细化喂养，结合宠物品种、成长阶段、健康状况等分阶选粮，搭配肠胃、关节等保健品，配合定期疫苗、体检、驱虫，注重结合心理需求喂养	预防疾病，延长宠物寿命，满足宠物精神需求
	亲密伙伴或家庭成员，成为生活陪伴者	宠粮品质、口感口味、原料成分，规避营养缺失或过剩问题	告别剩饭，关注营养均衡与科学喂养，零食、罐头等辅食增多，追求宠物爱吃	提升宠物饮食体验，通过科学喂养夯实宠物体质
	饲养对象，承担看家护院、捕鼠等功能	宠物能否存活、不挨饿，维持基本温饱	以人类剩饭剩菜、廉价粮为主，无固定喂养标准，不讲究食材与搭配	低成本维持宠物基本生存，无额外喂养投入

来源：中国畜牧业协会宠物产业分会，公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

分阶喂养行业发展的机遇与挑战

市场发展尚未成熟，行业标准、产品规范、消费者认知、服务配套体系尚不完善

当前宠物分阶喂养行业发展仍面临多重现实挑战，行业层面缺乏国家级权威分阶与营养量化标准，市场边界界定模糊；消费者对分阶喂养的认知仍停留在浅层，存在认知误区且阶段判定能力不足；产品供给端存在伪分阶现象，精细化细分产品供给不足；同时行业还存在分阶喂养产品体系缺失的问题，专业服务支撑不足，多重因素共同制约了分阶喂养科学性的落地与行业的规范化发展。

宠物分阶喂养行业发展挑战



缺乏行业权威标准

宠物分阶喂养的市场边界尚未形成清晰界定，且国内尚未出台针对猫犬分阶喂养的国家级、行业性权威标准，行业上暂无统一的分阶段划分规范和各阶段宠物的营养需求量化标准。

当前虽有部分行业协会、头部品牌推出分阶指南，但缺乏普适性，消费者难以区分真正的分阶喂养产品，也不利于市场的规范化发展。



消费者认知体系不完善

消费者对宠物分阶喂养的认知仍处于浅层阶段，多数宠主仅知晓“幼宠吃幼粮、老宠吃老粮”的基础概念，对宠物不同阶段的营养需求差异，以及分阶对宠物健康的长期价值等缺乏深入理解。

同时，消费者对宠物阶段化的判定能力不足，无法根据宠物的体况、代谢水平、生长发育情况判断其所属阶段，易出现错阶喂养的情况。加之市场上的分阶概念模糊，进一步加剧了消费者的认知混淆。



产品伪分阶现象突出

当前市场上多数产品仅简单以年龄划分为幼、成、老三大基础阶段，未做进一步精细化细分。行业内分阶产品的研发集中在基础阶段，针对青年期、壮年期、老年失能期等细分阶段的产品存在供给空白。

此外，市场上甚至出现“换标不换方”的情况，核心营养配比、原料构成差异甚微，难以匹配不同宠物的阶段化专属需求，让分阶喂养的科学性在产品端难以真正落地，也造成消费者信任度低。



分阶喂养产品体系缺失

分阶喂养并非单一的主粮产品替换，而是涵盖主粮、湿粮、冻干等产品体系，当前行业发展暂未形成系统的分阶喂养产品体系，服务配套也远未跟上产品发展节奏。

一方面，终端销售渠道无法根据宠物的实际情况为消费者提供个性化的喂养产品和喂养方式调整建议，另一方面，大部分的品牌方与兽医机构、宠物体检机构的联动不足，缺乏一站式服务衔接，可能导致分阶喂养的效果大打折扣，难以发挥其科学喂养的核心价值。

分阶喂养行业发展的机遇与挑战

随着消费者养宠精细化需求持续升级，头部企业引领行业走向科学分阶和产品创新，行业需求有望进一步释放

行业挑战的另一面，是宠物分阶喂养行业蕴含的巨大市场机遇。养宠精细化需求持续升级，消费者科学喂养认知不断提升，新生代养宠群体的消费意愿与支付溢价能力为行业奠定坚实消费基础；头部品牌凭借研发与资源优势展开专业化布局，扭转市场乱象，引领行业向科学分阶转型，同时宠物医疗体系与兽医端的专业赋能进一步提升分阶喂养的科学性与消费者信任度；巨大的产品创新空间，让企业能通过差异化研发打造核心竞争力，也为分阶喂养行业带来持续的发展活力，为行业打开了更广阔的市场增量空间。

宠物分阶喂养行业发展机遇



消费者养宠精细化需求持续升级



当下宠主群体已从基础饲养向健康精细化养宠全面转型，随着养宠知识科普的普及和宠主对宠物健康关注度的提升，消费者的科学喂养认知正快速升级，逐步理解科学喂养对宠物全生命周期健康的核心价值。尤其是90后、00后新生代养宠群体，更愿意通过专业渠道学习分阶喂养知识，也愿意为匹配宠物阶段需求的分阶产品支付溢价，分阶喂养的市场接受度提升，为行业发展奠定了坚实的消费基础。

头部品牌专业化布局，引领行业向科学分阶转型



头部宠物食品品牌凭借研发实力、供应链优势和品牌影响力，率先开启分阶喂养的专业化布局，成为行业发展的核心引领者。头部品牌结合猫犬生理特点制定精细化的分阶营养体系，推出覆盖离乳期、幼年期、青春期、成熟期、初老期、高龄期的全阶段产品矩阵，并开展与宠物医院、兽医机构的深度合作与临床研究，推动行业向技术研发、产品落地的实质化发展转型。

分阶产品创新空间巨大



当前宠物分阶喂养产品在营养配比、产品形态、分阶维度上仍有极大的创新空间。从营养研发来看，可针对不同阶段的代谢特点优化蛋白、维生素、矿物质的精准配比，结合宠物生理需求添加功能性成分；从产品形态来看，可推出适配幼宠咀嚼和老年宠易进食的奶糕、软粮、慕斯等形态；从分阶维度来看，可突破年龄单一维度，向品种、体型、生理状态、生活场景等多维度延伸。

02 / 宠物分阶喂养核心概念 与科学体系

Core Concepts & Scientific
System of Pet Life-Stage
Feeding

宠物精准营养的核心定义与实践维度

宠物精准营养的核心围绕个性化、科学化、动态化展开

宠物精准营养是基于宠物的年龄阶段、品种、体型、健康状况等个体差异，结合科学营养理论，为宠物提供量身定制的营养供给方案，实现按需补营养、精准调配比，最终保障宠物健康、延长生命周期的喂养理念。精准营养的核心是个性化、科学化、动态化，强调个体特征聚焦、营养需求动态调整、配方精准适配、喂养方式适配等，兼顾科学性和实用性。超99%的宠主认为需要根据宠物的个体情况来调整喂养方式，其中宠物的年龄/成长阶段、健康状况和体型/体重是最主要的考量维度。

宠物精准营养的核心内涵

个性化

个体适配，承认每只宠物独特，需求存在显著差异。以宠物自身条件为核心，不盲目追求高端配方，重点匹配宠物的生理需求。

动态化

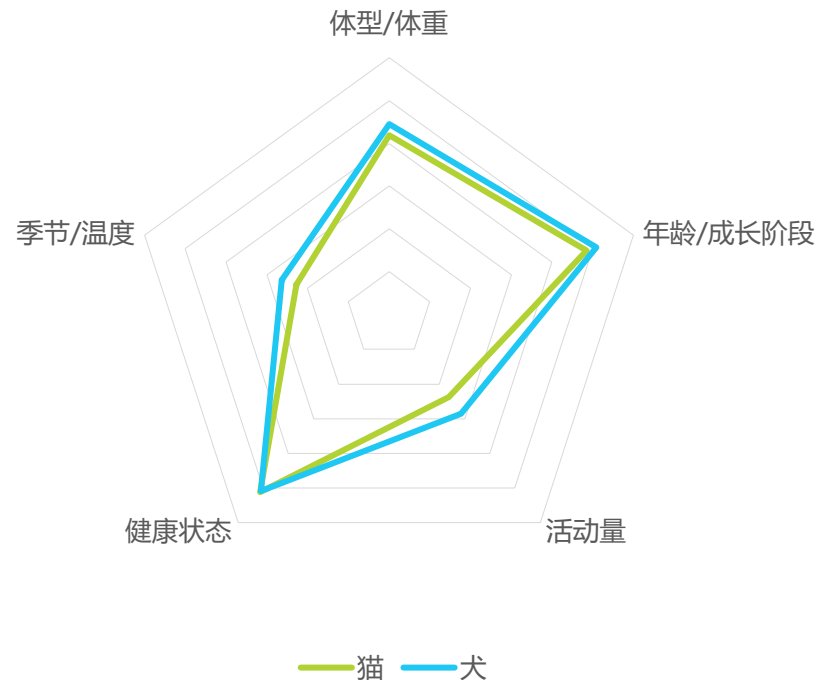
营养方案随宠物生命阶段、健康状况和环境动态调整，贯穿宠物离乳期→幼年期→青春期→成熟期→初老期→高龄期全流程。



科学化

基于宠物营养学、动物行为学，结合临床实践，拒绝经验主义，根据科学依据进行营养配比。预防医学导向，主动干预，预防营养失衡等疾病。

需要根据个体宠物情况调整喂养的维度



宠物分阶喂养的科学支撑

兽医营养与动物医学领域对猫犬生命分阶的研究论证

当前国内外兽医营养与动物医学领域的大量研究结论表明，猫犬在不同生命阶段存在生长发育、代谢水平、生理机能的显著差异，对营养的需求具有阶段性专属特征。参考最新的研究成果，猫犬生命阶段划分标准已精细至6阶，且犬类的分阶需要考虑其具体品种与体型。分阶划分的核心目的是让宠主能根据猫犬不同生命阶段的差异化需求，进行针对性的科学照护，从而延长宠物寿命，保障他们各阶段的生活质量。

关于宠物生命阶段的科学研究

A

Life stage	Age of cat	Human equivalent age
Kitten Birth – 6 months	0-1 months	0-1 years
	2 months	2 years
	3 months	4 years
	4 months	6 years
	5 months	8 years
	6 months	10 years
Junior 7 months – 2 years	7 months	12 years
	12 months	15 years
	18 months	21 years
Adult 3 – 6 years	2 years	24 years
	3 years	28 years
	4 years	32 years
	5 years	36 years
Mature 7 – 10 years	6 years	40 years
	7 years	44 years
	8 years	48 years
	9 years	52 years
Senior 11 – 14 years	10 years	56 years
	11 years	60 years
	12 years	64 years
	13 years	68 years
Super Senior 15 years +	14 years	72 years
	15 years	76 years
	16 years	80 years
	17 years	84 years
	18 years	88 years
	19 years	92 years
	20 years	96 years
	21 years	100 years
	22 years	104 years
	23 years	108 years
24 years	112 years	
25 years	116 years	

International cat care 国际猫咪照护机构把猫的生命划分为至少6个阶段，以此体现猫成长过程中的需求变化，帮助宠主明确各阶段的年龄界定与核心生长特点，同时针对不同阶段给出照护核心方向，从而延长猫的寿命，保障其各阶段的生活质量。

6个阶段分别为：幼崽期、青年期（其早期又可划分出成长期幼猫）、成年期、壮年期、老年期、高龄期。

幼崽期是健康发展关键期，成长期幼猫需做好成年过渡准备，青年期侧重社交培养与安全探索，成年期兼顾身心双重健康维护，壮年期需调整饮食、增加体检频率以降低患病风险，老年期和高龄期则要满足其特殊照护需求，并配合兽医开展专业养护。

B

- 幼犬（0-6个月大）**
 - 检测任何先天性的疾病或缺陷，例如眼裂或牙科问题等
 - 在8-9週齡開始進行體內寄生蟲的預防（建議每2週進行一次）
 - 在12至16週齡時接種核心疫苗，在6個月大時開始接種狂犬病疫苗
 - 與醫生討論小狗的需要，包括社交、絕育、寵物美容，和所需的訓練
 - 根據小狗的生活方式討論及作出不同預防跳蚤/牛蟻的選項
 - 根據美國心絲蟲協會，預防心絲蟲應於8周大
- 青年期（7個月至2歲）**
 - 如果不考慮繁殖，應在2.5歲前為雌性小狗絕育，這可降低乳腺癌（雌性狗中最常見的腫瘤）的風險，並幾乎可消除子宮積膿的風險
 - 監測體重的變化及提供適當的飲食以達到中等的體形（絕育後或需要減少日常攝入的热量）
 - 每年進行1-4次糞便檢查（取決於其生活方式）
 - 每年繼續接種核心疫苗+/- 狗端螺旋體菌疫苗，每三年一次狂犬病疫苗注射
 - 至少每年進行一次心絲蟲測試
- 成年（3-6歲）和中年（7-10歲）**
 - 監控及保持適度中等的體形，如寵物從幼年到高齡都能保持其理想體重，他們的平均壽命能延長了15%。
 - 每年進行1-2次糞便檢查（取決於其生活方式）
 - 每年繼續接種核心疫苗+/- 狗端螺旋體菌疫苗，每三年一次狂犬病疫苗注射
 - 至少每年進行一次心絲蟲測試
 - 狗在此階段可能開始有牙周病和牙齒問題，應考慮約見進行洗牙
- 年長期（11-14歲）老年（大於14歲）**
 - 健康的年長/老年犬應每六個月接受獸醫檢查
 - 每6個月進行一次血液檢查（全血細胞測試，生物化學測試）和尿液分析，並根據個別健康狀況進行調整

City University of Hong Kong Veterinary Medical Centre 提供了犬只不同生命阶段的健康指南，提倡在宠物临床实践中根据不同生命阶段的犬只进行健康检查，让医生了解宠物的体质以便将来进行比较，及时发现一些初期无临床症状的疾病。

指南将犬只生命阶段划分为6个阶段，分别为幼犬期、青年期、成年期、中年期、年长期和老年期。

指南中也建议雌性小狗应在2.5岁前绝育（如果不考虑繁殖），可降低雌性狗中常见的乳腺肿瘤的风险，并几乎可消除子宫积液的风险。另外，常见的老年疾病包括慢性肾衰竭、骨关节炎、心脏病、内分泌疾病。

来源：International cat care, City University of Hong Kong Veterinary Medical Centre, Preventive Veterinary Medicine, American Association of Feline Practitioners, American Animal Hospital Association, 公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

宠物分阶喂养的科学支撑

国内外学界与临床视角下宠物分阶喂养的必要性与实践价值

宠物分阶喂养有助于精准匹配宠物各阶段的营养需求，幼龄补营养强免疫、成年控能保均衡、老年优配比减代谢负担。国内外相关期刊研究还指出，分阶喂养能针对性减少因营养失衡引发的关节病、认知衰退等问题，兼顾猫犬全生命周期的生理特点，是实现科学喂养、从源头预防营养性疾病的关键举措，也成为国内外兽医营养领域的共识性原则。

关于宠物分阶喂养的科学研究

A

Table 2. Nutrients with proven efficacy in cats and dogs
表 2. 特定营养素对猫和犬健康的影响

品种	年龄(范围)	影响对象	营养素	结果	参考文献
犬	1.7~10.6 岁	免疫状态	β -胡萝卜素(20 或 40 mg/kg)	提高免疫功能	[31]
犬	7~10 岁	免疫状态	α -生育酚酯/维生素 E (101 mg/kg)	提高免疫功能	[32]
猫	1.5~10 岁	免疫状态	维生素 E (225 mg/kg)	提高免疫功能	[33]
猫	2.0~11.0 岁	免疫状态	含 omega-6 和 omega-3 比例为 4.77:1 的鳕鱼油(剂量未说明)	提高免疫功能	[34]
犬	2~12.6 岁	认知功能	D,L- α -生育酚(1000 ppm)、左旋肉碱(250 ppm)、D,L- α -亚油酸(120 ppm)、抗坏血酸(80 ppm)、1%的菠菜片、番茄皮、葡萄皮、胡萝卜颗粒和柑橘果肉	降低认知功能障碍	[35]
犬	2~12.5 岁	认知功能	D,L- α -生育酚(1,050 ppm)、左旋肉碱(260 ppm)、D,L- α -亚油酸(128 ppm)、抗坏血酸(80 ppm)、1%的菠菜片、番茄皮、葡萄皮、胡萝卜颗粒和柑橘果肉	降低认知功能障碍	[36]
犬	7~9 岁	认知功能	α -亚油酸(11.0 mg/kg)和乙酰左旋肉碱(27.5 mg/kg)	提高认知能力	[37]
犬	9~11.5 岁	认知功能	维生素 E (551 mg/kg)、维生素 C (84.7 mg/kg)、精氨酸(2.52%)、硫酸素(18.67 mg/kg)、核黄素(13.35 mg/kg)、泛酸(34.07 mg/kg)、烟酸(102.57 mg/kg)、吡哆醇(11.05 mg/kg)、氟硅酸(0.1 mg/kg)、叶酸(3.94 mg/kg)、EPA (0.24%)和 DHA (0.21%)	认知能力提高	[38]

食品与营养科学发表的《老龄猫和犬营养研究进展》发现，营养干预对与猫犬衰老相关的指标或免疫系统基础生理过程均有显著影响，表明衰老的猫和犬确实有特定的营养需求。

B

品种	生命阶段	样本量 (N)	超重 (%)	肥胖 (%)
犬	Early growth	262,315	< 0.0	0.0
	Late growth	1,530,178	0.3	9.5
	Young adult	1,135,797	1.9	24.4
	Adult	2,063,740	8.4	44.5
	Mature	1,291,335	12.6	50.1
	Senior	990,577	11.3	46.4
猫	Early growth	240,903	< 0.0	0.8
	Late growth	352,430	0.4	10.7
	Young adult	266,553	3.6	36.2
	Adult	495,271	13.9	47.2
	Mature	278,062	21.7	44.8
	Senior	182,192	12.6	32.0

Preventive Veterinary Medicine 发表的一项研究表明，猫犬超重/肥胖率随年龄显著上升，生长阶段的超重/肥胖会显著增加成年期患病风险，建议从宠物生长阶段开始，由兽医主导实施肥胖预防策略。

C

Table 4
Recommended Diagnostics Based on Life Stage*

	Kitten (Birth up to 1 Year)	Young Adult (1-6 Years)	Mature Adult (7-10 Years)	Senior (>10 Years)
Complete blood count: hematocrit, red blood cells, white blood cells, differential count, cytology, platelets		+	++	+++
Serum biochemistry panel: at a minimum include total protein, albumin, globulin, alkaline phosphatase, alanine aminotransferase, glucose, blood urea nitrogen, creatinine, potassium, phosphorus, sodium, calcium		+	++	+++
Urinalysis: specific gravity, sediment, glucose, ketones, bilirubin, protein		+	++	+++
T4		+	++	+++
Symmetric dimethylarginine and other renal indices		+	++	+++
Blood pressure		+	++	+++
Retroviral testing	+++	+	+	+
Fecal examination	+++	+	+	+
Testing frequency*	Single baseline, then as needed	Single baseline, then as needed	Every 1-2 years	At least yearly (every 6 months recommended)

AAHA/AAFP 猫咪生命阶段指南指出，猫的健康管理核心是阶段化+个性化，指南围绕猫不同生命阶段的生理与行为特点，制定了覆盖全健康维度的针对性方案，并指出该方案需结合猫的个体特征灵活落地，而非统一标准。

来源: Preventive Veterinary Medicine, American Association of Feline Practitioners, American Animal Hospital Association, 食品与营养科学, 公开资料整理, 艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2026.04 iResearch Inc.

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

13

03 / 中国宠物分阶喂养市场 现状调研分析

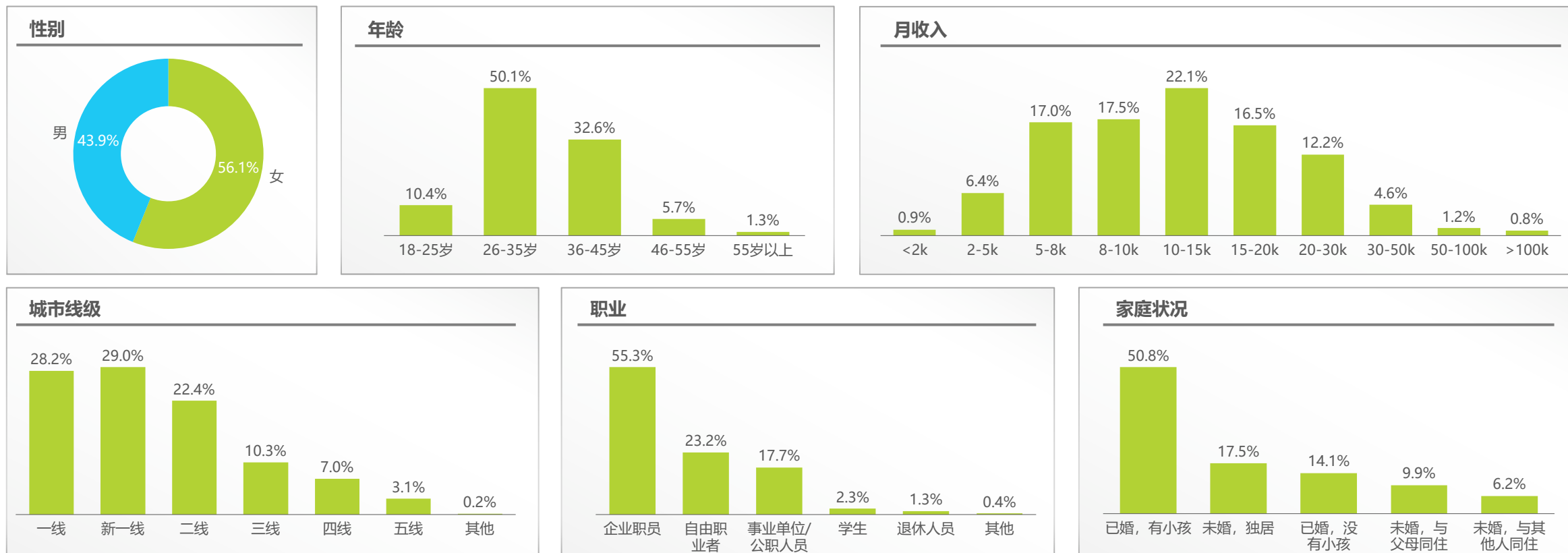
Market Research & Analysis of China's
Pet Life-Stage Feeding

宠主人群画像

女性、年轻人、高线城市、已婚有孩人群居多

养宠女性略多，以26-35岁的年轻人为主，月收入在5000至15000元之间居多。他们大多是生活在一线、新一线及二线城市的企业职员，超半数已婚有小孩、其次是未婚独居人群。

宠主人群画像



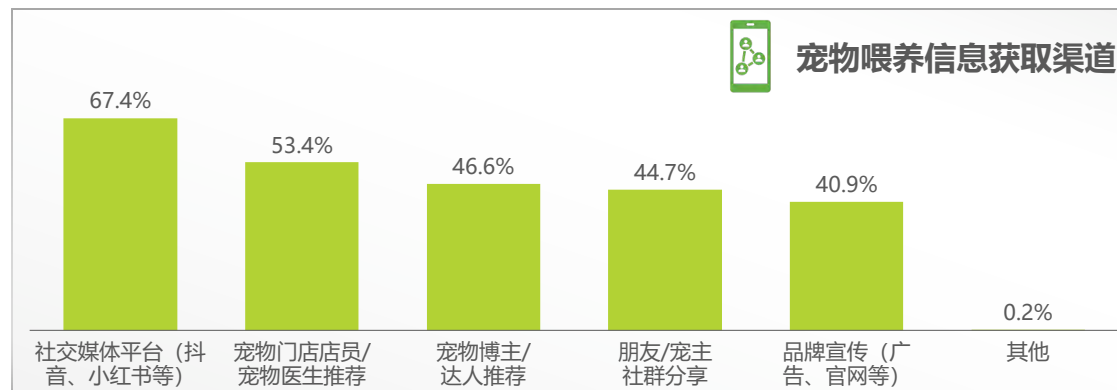
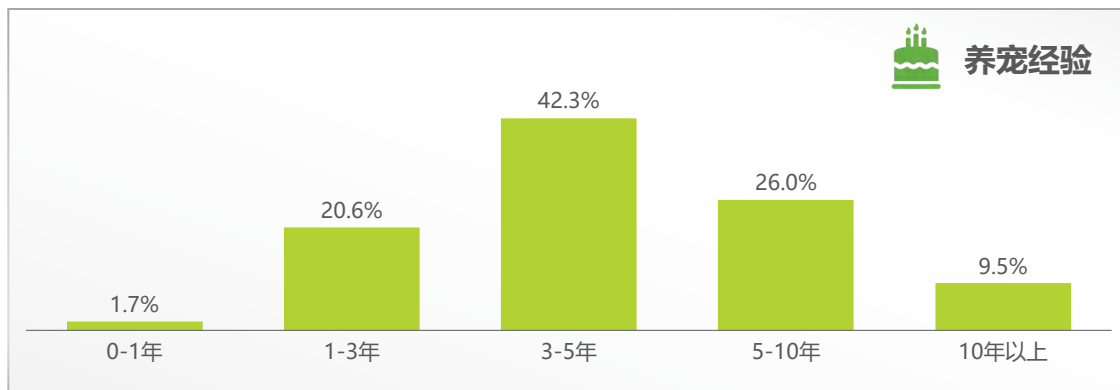
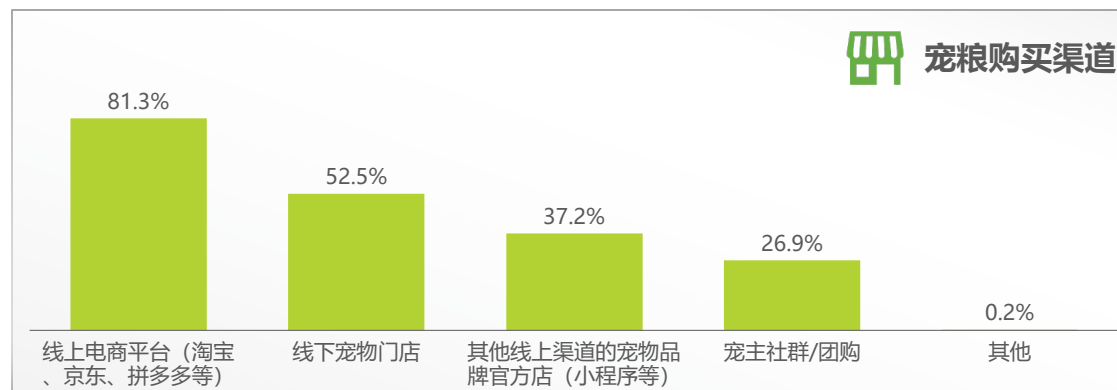
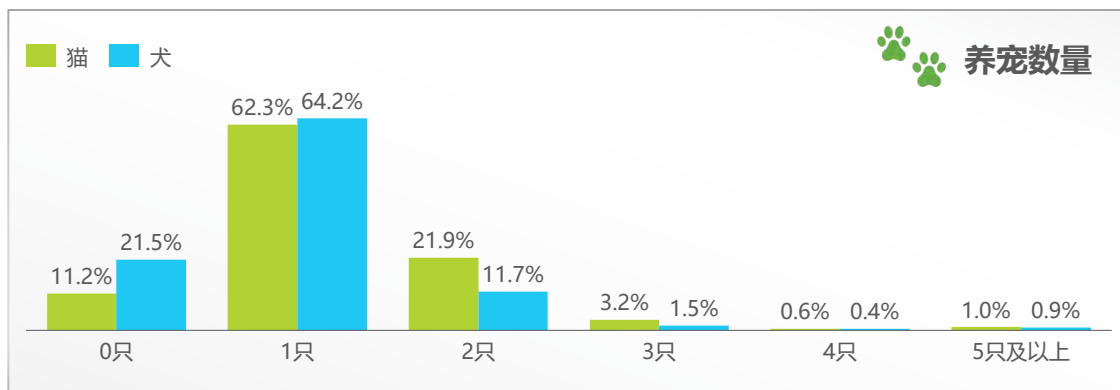
来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

宠主人群特征

多猫家庭的比例高于多犬家庭，大多宠主有3-5年的养宠经验，社媒成最主要的信息获取渠道

多数宠主仅有1只猫或犬，多猫家庭的比例高于多犬家庭，大多数宠主有3-5年的养宠经验。线上电商平台是他们最主要的宠粮购买渠道，其次是线下宠物门店。社媒平台是最主要的喂养信息获取渠道，宠物店员/医生次之。

养宠特征



来源：宠物喂养调研问卷 (N=2000)，艾瑞研究院自主研究及绘制。

宠主喂养行为洞察

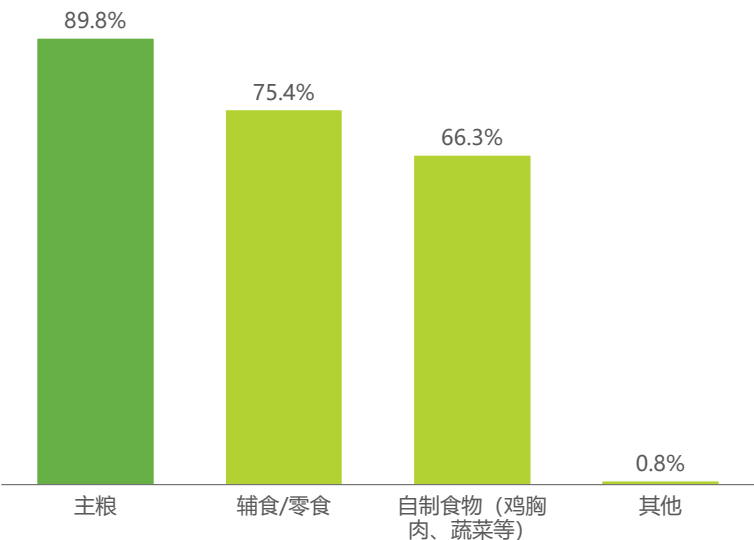
当前大部分宠主采取多元饮食结构，规律喂养次数，且会主动调整喂养方式

当前宠主的喂养行为呈现出多元化、品质化、规律化、动态化的特征，仅有少部分宠主仍喂食剩饭剩菜、或喂食次数随意不固定，由此可见市场对科学喂养的认知度正在提升，且已在一定程度上践行更科学的宠物喂养理念，为分阶喂养理念进一步落地提供了良好的用户基础和市场潜力。

宠主喂养行为

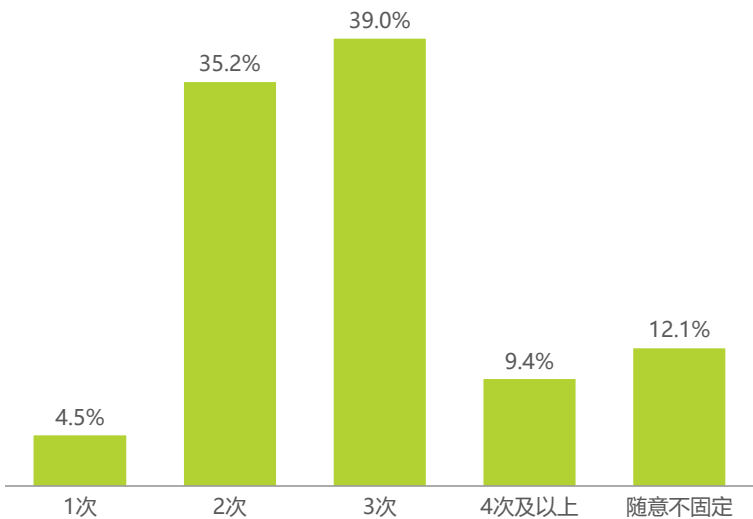
喂养食物类型选择

宠物主粮是基础，但辅食和自制食物占比同样非常高，单一食物喂养已无法满足宠主对丰富性的要求，宠物饮食结构多元化特征明显。



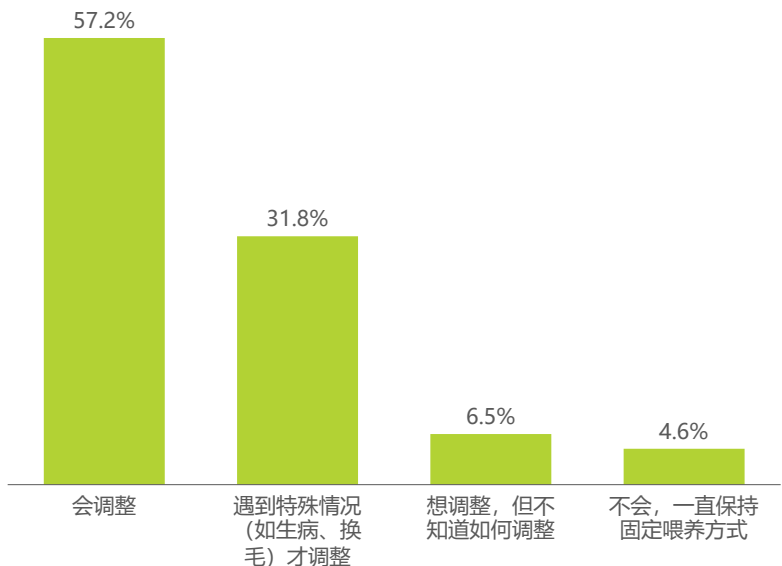
每日喂食次数

超75%的宠主每日给宠物喂食2-3次，而喂食次数随意不固定的宠主比例在12.1%。规律喂养成为主流习惯，反映出对宠物健康管理的重视。



喂养调整行为

超半数宠主会根据宠物年龄、体重或健康情况主动调整喂养量或喂养食物类型，科学喂养理念已有一部分用户基础。另外，有6.5%的宠主想调整喂养方式却不知如何调整。



来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

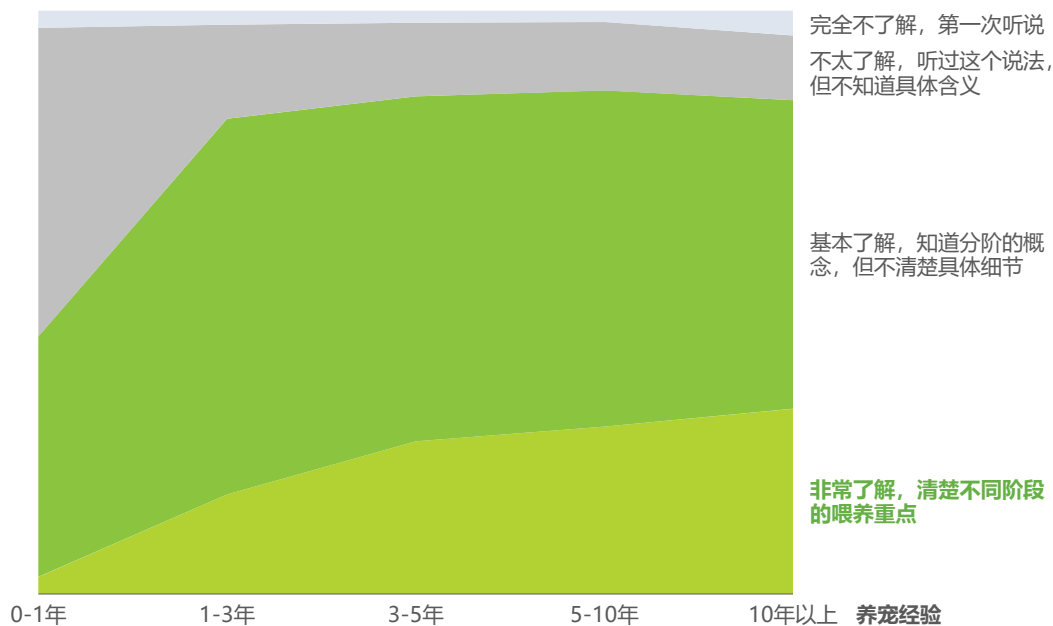
宠主对分阶喂养的认知程度

大多数宠主对分阶喂养已并不陌生，且随着养宠经验的积累，对分阶喂养的认知更加深刻

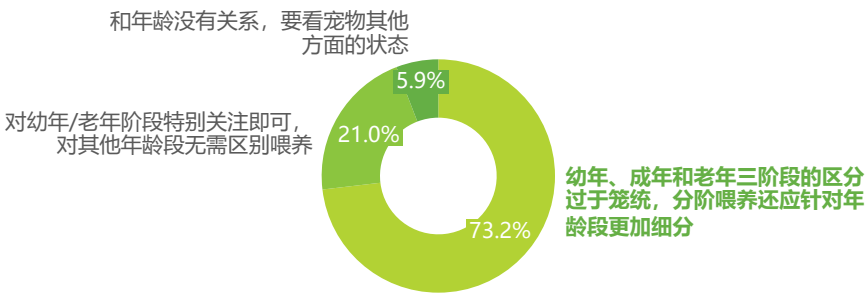
调研结果显示，宠物分阶喂养理念已具备广泛认知基础，超八成宠主对分阶喂养有基本了解，但多数宠主仍停留在概念层面，对具体细节掌握不足，另外也可以看出，随着养宠经验的积累，宠主对分阶喂养的了解逐步提升。在分阶划分上，绝大部分宠主认为现有幼/成/老三阶段划分过于笼统，期待更精细化的分阶方案，凸显出强烈的精细化喂养需求。在分阶做法上，近八成宠主认为分阶喂养需结合宠物体型、体质、生理状态综合调整，超六成认可按年龄段更换主粮、调整喂食方式，可见宠主对分阶喂养的理解已从单一年龄维度，升级为多维度的个性化精准营养适配需求。

宠主对分阶喂养的认知程度

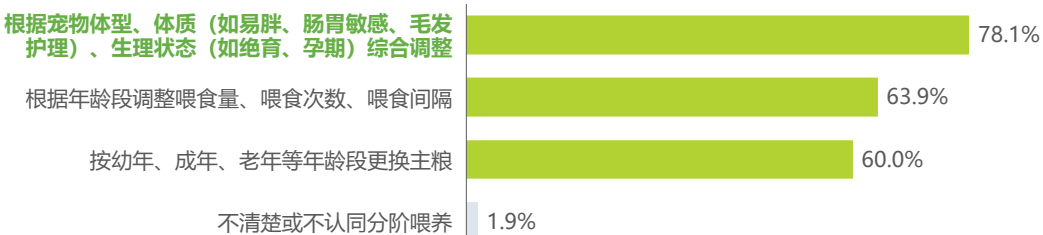
您是否了解“宠物分阶喂养”？



您认为宠物分阶喂养应该分为几个阶段？



以下哪些选项符合您对分阶喂养做法的认识？



来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2026.04 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

18

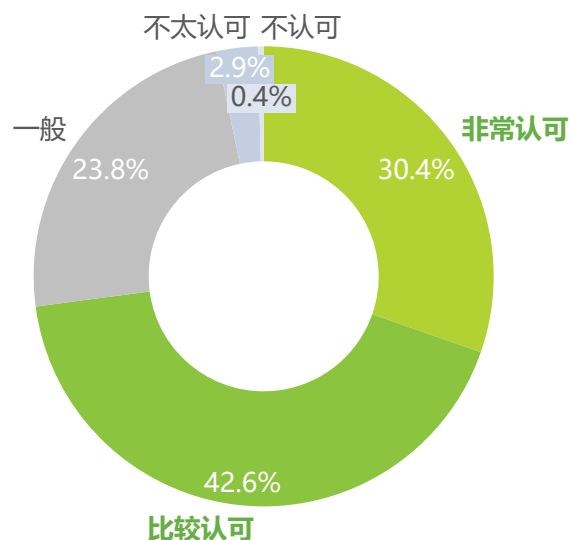
宠主对分阶喂养的认知程度

宠主对6阶划分高度认可，对于年龄阶段节点形成一定共识

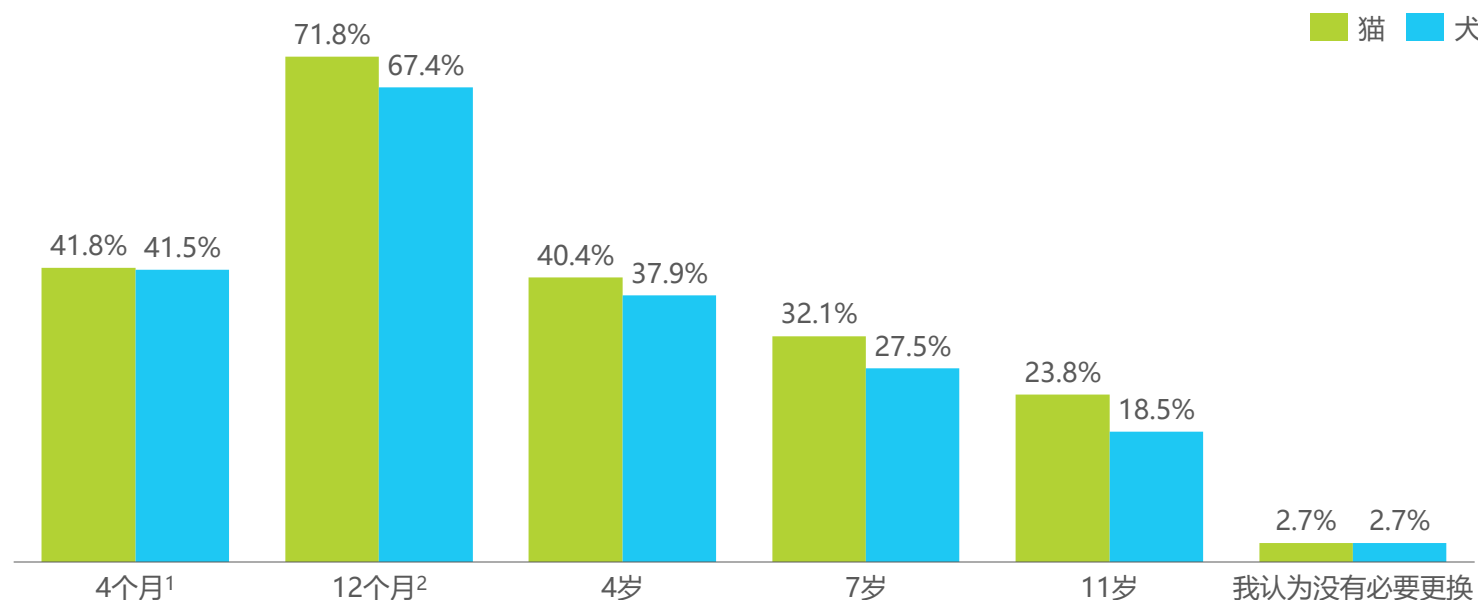
针对6阶段精细化喂养模式，超七成宠主持认可态度，凸显出宠主对精细化、分阶喂养的强烈需求与市场潜力。在猫犬的具体年龄分阶上，宠主对换粮节点形成了高度共识，猫、犬宠主均将月龄12个月²左右（即离乳期向幼年期过渡）作为最核心的换粮节点，选择占比分别达 71.8%、67.4%，其次为4个月¹左右（离乳期关键阶段），充分体现绝大多数宠主认可分阶喂养的必要性。

宠主对分阶喂养阶段的看法

您对将宠物年龄段分为6个阶段进行精细化喂养的看法是？



您认为在猫/犬达到哪些年龄节点需要更换主粮？



注释：1. 微小型犬和小型犬为4个月，中型犬和大型犬为6个月。2. 微小型犬为9个月，小型犬为12个月，中型犬为18个月，大型犬为21个月。
来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

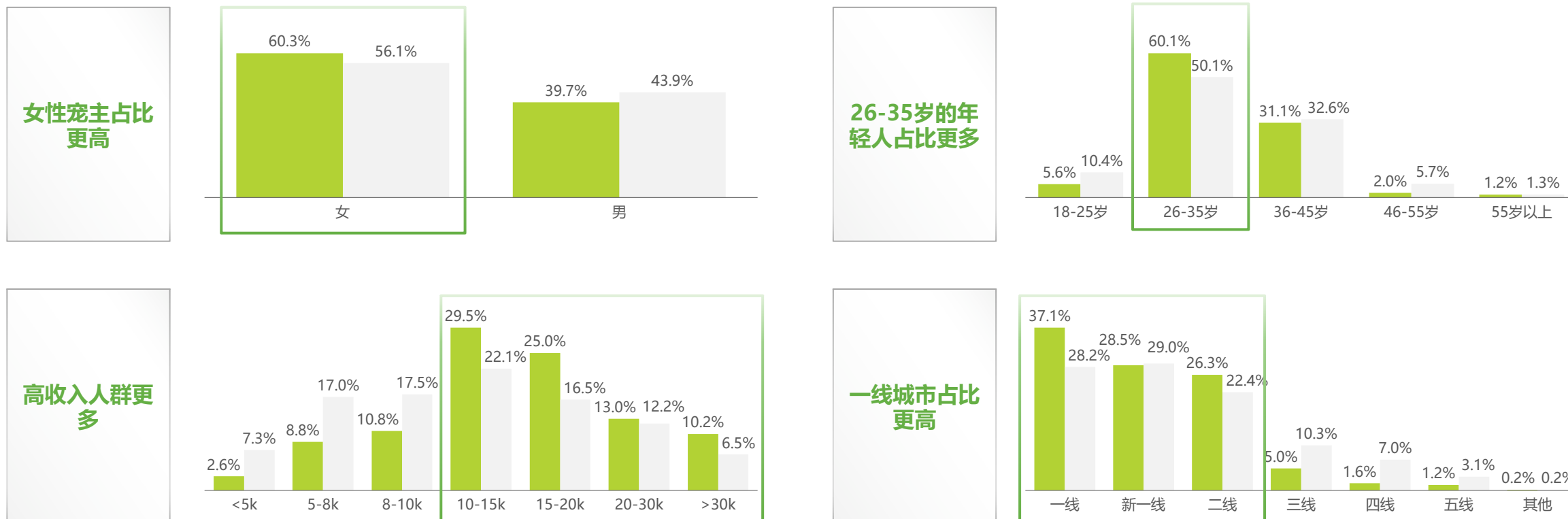
分阶喂养宠主的画像

有分阶认知的宠主更集中于女性、26-35岁、高收入、一线城市的人群

对比普通宠主人群，已有分阶喂养认知的宠主更偏女性、26-35岁的年轻人、月收入10000元以上的高收入人群、一线城市人群。

分阶喂养宠主人群画像

■ 有分阶喂养认知的宠主¹ ■ 普通宠主



注释：1. “有分阶喂养认知的宠主”指回答“非常了解”宠物分阶喂养的宠主。
来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

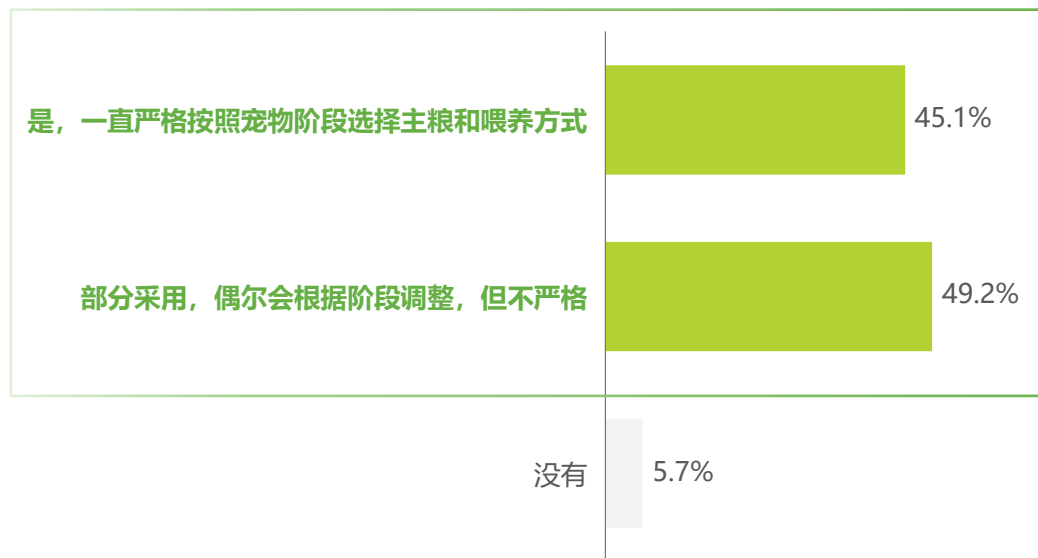
宠主对分阶喂养的执行现状与市场落地潜力

当前处于宠物分阶喂养走向实际应用的关键过渡期，市场渗透率仍有提升空间

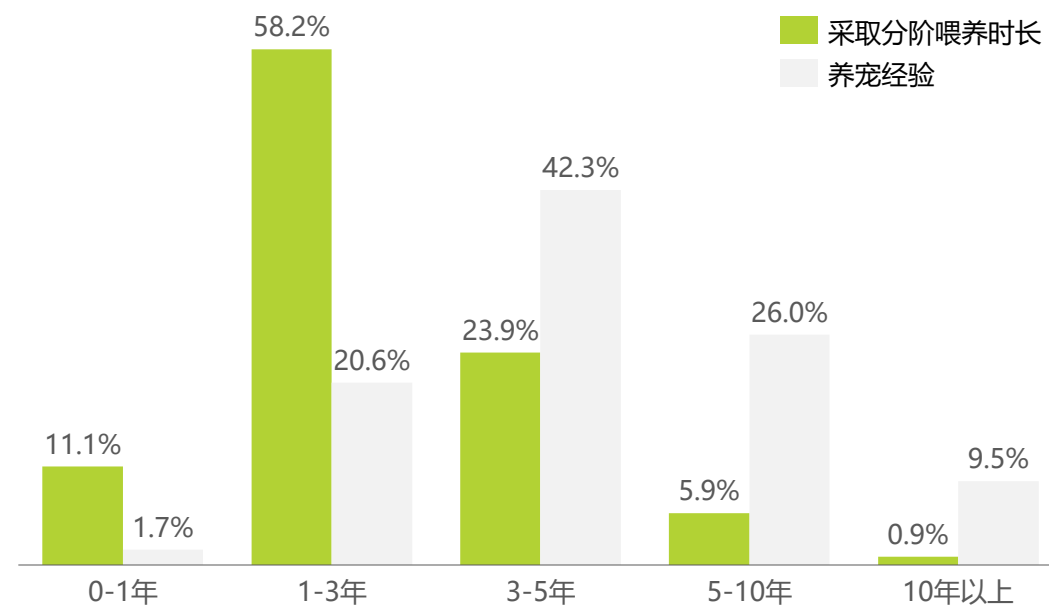
当前宠物分阶喂养的市场渗透率仍有待提升。在执行层面，仅45.1%的宠主能做到“严格按照宠物阶段选择主粮和喂养方式”，而近半数宠主虽有分阶意识，实际操作仍停留在“偶尔调整、执行不严”的浅层。这表明宠物分阶喂养已从概念普及走向实际应用的关键过渡期，但真正实现全流程规范化落地的比例仍有较大提升空间。分阶喂养的时长分布上，相较其养宠经验，宠主采取分阶喂养的时长明显更短，近60%宠主集中在1-3年，为市场教育与产品渗透的核心周期，11.1%的宠主小于1年，属于正处于认知转化期的潜在用户群体，也凸显了对更标准化、易操作的分阶产品与服务的迫切市场需求。

分阶喂养的市场执行度

您目前是否在采用分阶喂养的方式？



您采取分阶喂养的时间有多久？



来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2026.04 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

21

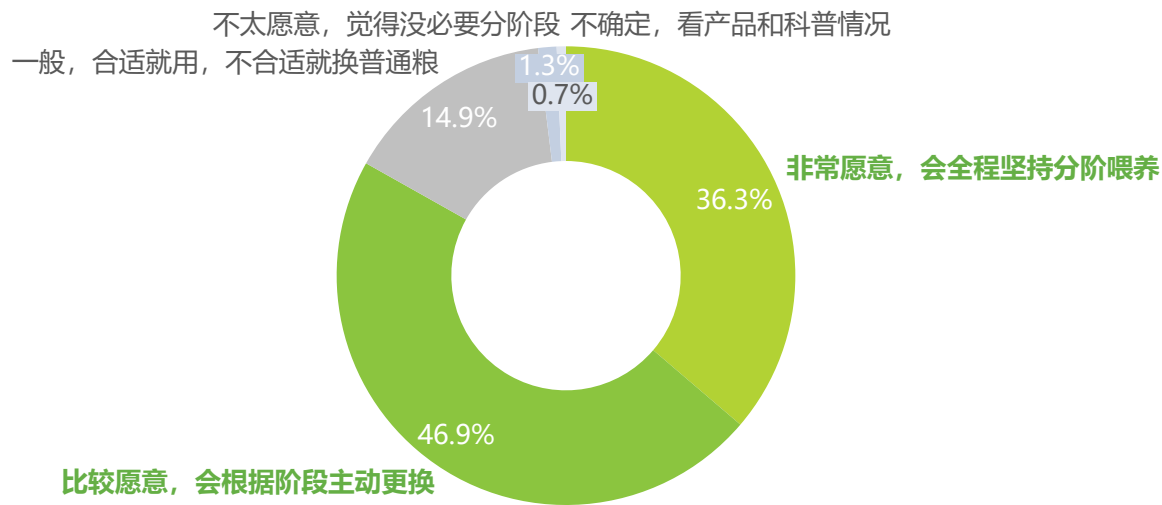
宠主对分阶喂养的执行现状与市场落地潜力

宠主对分阶喂养形式体现出了长期坚持和推荐意愿，市场落地潜力巨大

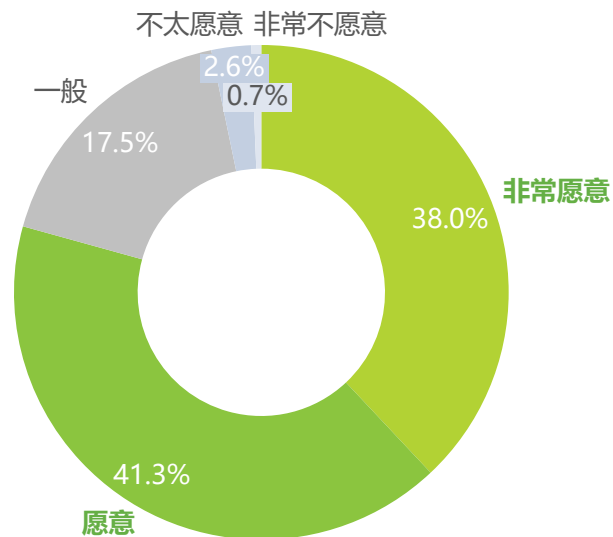
在未来持续采用的意愿度上，超80%的宠主表现积极，愿意持续采用分阶喂养，仅少数宠主持观望或否定态度，这表明分阶喂养已获得广泛的市场认同。在推荐意愿方面，宠主的口碑传播意愿同样强烈，38.0%的宠主非常愿意向其他宠主推荐，41.3%的宠主愿意推荐，合计占比近八成，反映出分阶喂养理念已获得较高的用户认可度与信任度，具备良好的自发传播潜质。整体而言，尽管部分用户在执行层面仍需进一步引导，但宠主对分阶喂养的长期价值已形成普遍认同，未来市场推广与用户渗透具备显著的正向动力。

分阶喂养的未来落地潜力

未来 1 年内，您是否愿意根据宠物不同生命阶段，持续使用分阶喂养方案？



您是否愿意向其他宠主推荐分阶喂养？



来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2026.04 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

22

04/ 宠物不同阶段喂养痛点与核心营养需求

Pain Points & Nutritional Needs

分阶喂养的科学定义与新标准建立

从“按年龄粗分”迈向“基于生理与代谢需求的精准营养”

宠物分阶喂养是精准营养理念的核心落地实践，以宠物全生命周期为核心脉络。它以生命阶段为核心锚点，结合品种、体型、健康状况等个体差异，建立覆盖离乳期、幼年期、青春期、成熟期、初老期、高龄期的精细化喂养标准，通过科学营养配比与动态方案调整，打破通用喂养模式，实现营养供给与宠物生理需求的精准匹配。以预防医学为导向，守护宠物全周期健康，同时推动宠物营养行业建立从分阶维度、营养指标到喂养流程的标准化体系，让科学喂养从理念走向可落地的实践标准。

分阶喂养的新标准体系

核心目标：满足阶段需求 | 适应个体差异 | 预防营养疾病

6阶生命阶段：全周期管理



注释：1. 针对犬类，不同体型在离乳期、幼年期、青春年期阶段略微有所不同。
来源：专家访谈，公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

精准营养适配模型

核心理念：精准营养 | 动态调整



1. 生命周期细化

引入生理里程碑（如免疫状态、生长发育速度）和代谢拐点（如氧化水平）等指标，实现更精细的阶段划分。



2. 体型与品种差异

区分不同体型犬只的生长曲线与骨骼负荷要求，如大型犬幼犬需特别控制钙磷比与生长速度。



3. 绝育/代谢状态

针对绝育后宠物代谢率下降的特点，下调脂肪与能量密度，增加膳食纤维与左旋肉碱以维持理想体重。



4. 活动水平分级

引入动态能量调整系数，为高活动量犬猫增加蛋白质与B族维生素，满足其能量代谢需求。

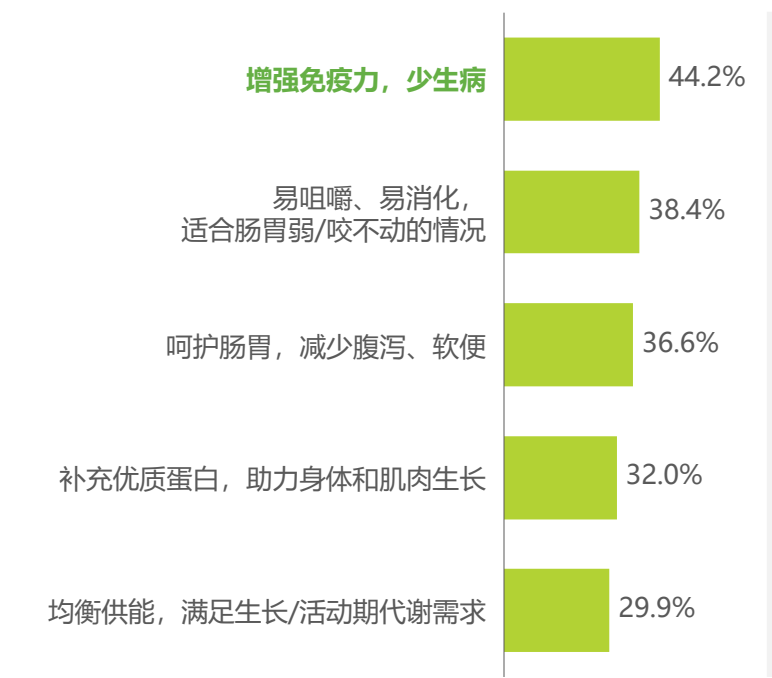
来源：专家访谈，公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

宠物不同阶段的喂养痛点与需求

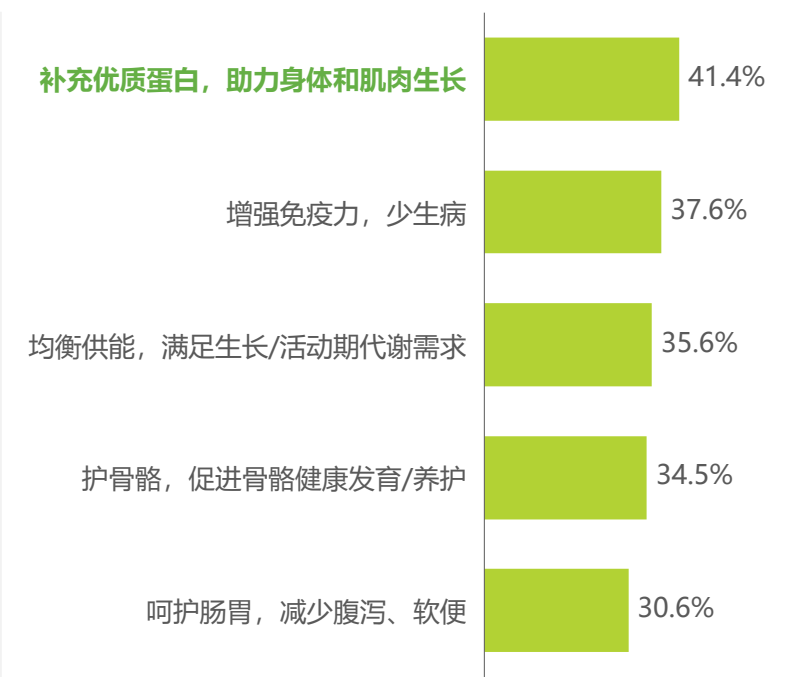
在猫咪不同生命阶段，宠主最关心的主粮方面（1/2）

在猫咪不同生命阶段，宠主对主粮的核心关注点呈现明显的动态迁移特征。离乳期，宠主最关心“增强免疫力，少生病”与“易咀嚼、易消化”，反映出对幼猫体质脆弱、肠胃适应性的高度焦虑。进入幼年期，“补充优质蛋白”跃居首位，同时骨骼发育的关注度显著上升，表明宠主意识到快速生长阶段对营养密度与骨骼健康的迫切需求。到了青春期，“均衡供能”成为第一关注，同时“美毛护肤”首次进入前列，显示宠主开始兼顾外观健康与代谢平衡。

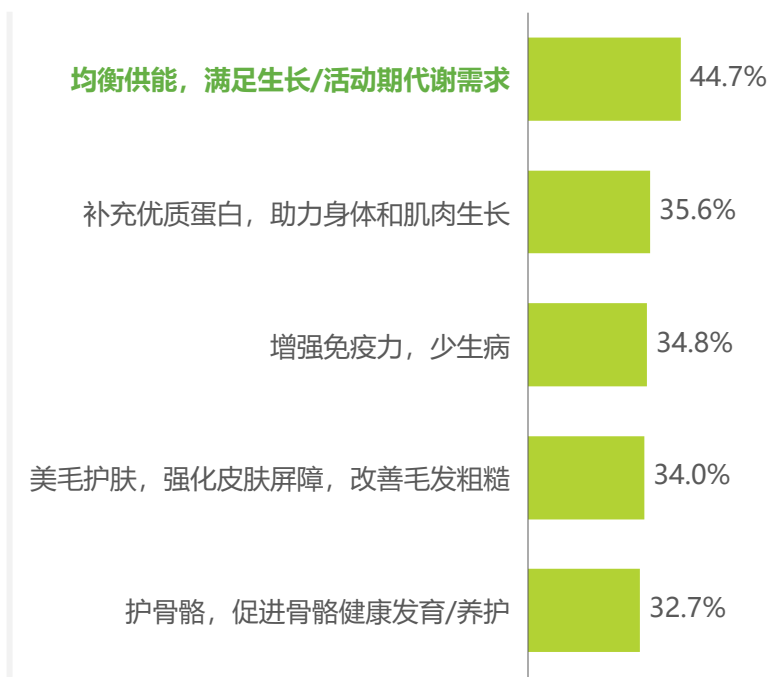
1 在猫咪离乳期，宠主最关心的主粮方面



2 在猫咪幼年期，宠主最关心的主粮方面



3 在猫咪青春期，宠主最关心的主粮方面



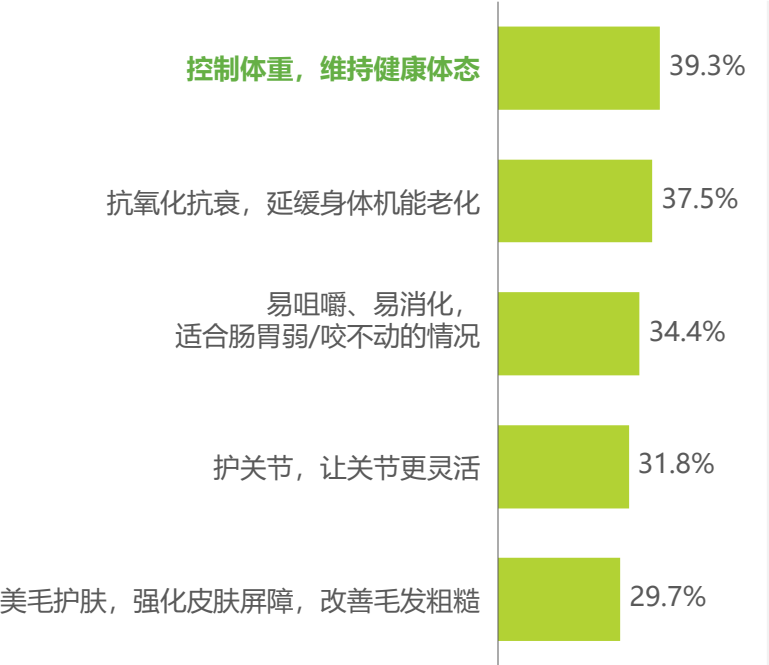
来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

宠物不同阶段的喂养痛点与需求

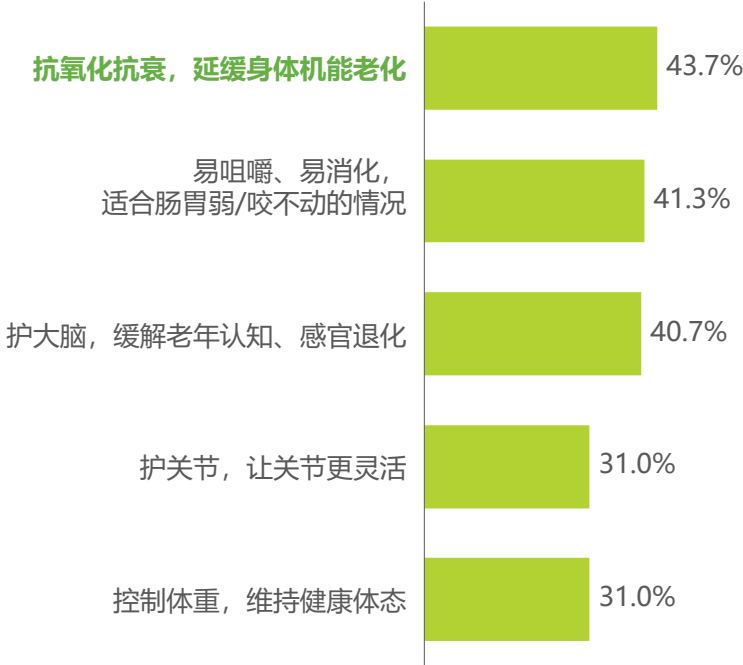
在猫咪不同生命阶段，宠主最关心的主粮方面（2/2）

调研显示，猫咪进入成熟期后，宠主关注重心从“生长支持”转向“健康维护”。“控制体重”与“抗氧化抗衰”成为首要关切，反映出对代谢放缓与机能老化的早期警惕。进入初老期与高龄期，“抗氧化抗衰”持续位居前列，同时“护大脑”与“易咀嚼易消化”的关注度大幅跃升。这表明宠主对老年认知退化、感官衰退、咀嚼消化能力下降等深层老化问题有明确感知，且需求紧迫度随年龄增长而上升。

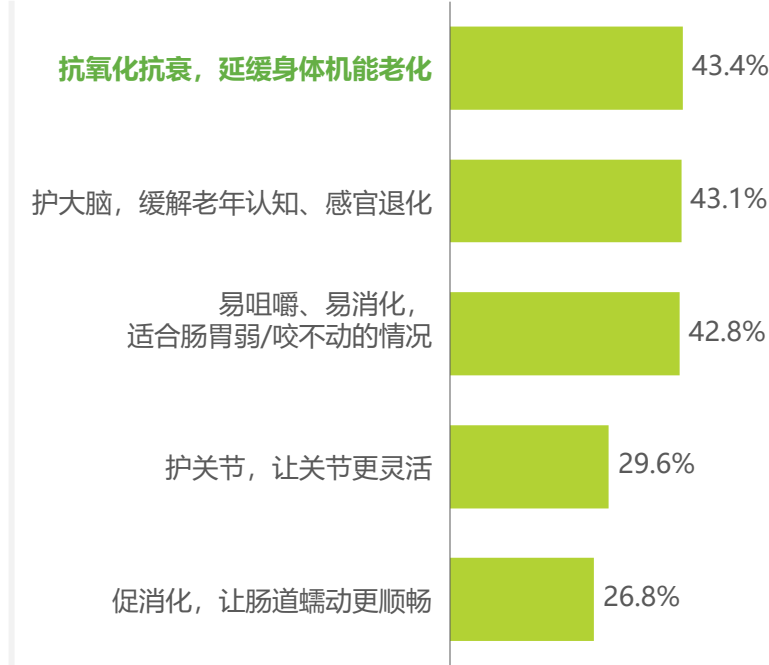
4 在猫咪成熟期，宠主最关心的主粮方面



5 在猫咪初老期，宠主最关心的主粮方面



6 在猫咪高龄期，宠主最关心的主粮方面



来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

宠物猫各阶段喂养痛点与营养需求

	1阶 离乳期	2阶 幼年期	3阶 青春期	4阶 成熟期	5阶 初老期	6阶 高龄期
						
常见生理学特点	- 免疫空窗期，免疫系统未成熟 - 肠道屏障弱，微生态不稳定	- 骨骼和肌肉快速生长发育 - 神经系统与行为能力逐渐成熟 - 肠道敏感，易发生应激	- 基础代谢高，活动量充沛 - 皮肤屏障趋于成熟但易受影响 - 肠道消化负担重，菌群易失衡	- 代谢速率下降，活动量减少 - 脂肪易堆积 - 肠道适应性较强，但慢性炎症风险上升	- 氧化应激加剧，开始出现初老 - 软骨基质代谢减缓，关节润滑度和稳定性下降 - 肠道吸收能力下降	- 泌尿道环境稳定性差，结晶风险高 - 感官、认知功能退化 - 肠道功能整体衰退，病变风险明显增高
营养需求	优质蛋白质、EPA、DHA、维生素、矿物质、益生菌、姜黄、免疫球蛋白、乳铁蛋白...	优质蛋白质、EPA、DHA、矿物质、钙磷比、益生菌...	优质蛋白质、omega-3、omega-6、益生菌、微量元素、DL-蛋氨酸...	优质蛋白质、膳食纤维、L-肉碱、益生菌...	易消化蛋白质、omega-3、维生素E、维生素C、硫酸软骨素、益生菌...	易消化蛋白质、omega-3、车前子、控制磷含量、控制镁含量、益生菌...
喂养痛点	- 肠道脆弱，易腹泻软便，消化应激反应频发 - 免疫力低，易受病菌感染	- 营养配比易失衡，影响发育 - 能量需求高，喂食量难把控 - 肠道脆弱，易腹泻软便	- 易挑食，饮食单一致营养不均 - 室内猫易发胖 - 肠道脆弱，易腹泻软便	- 易肥胖，减肥后易反弹 - 肠道蠕动慢，易便秘口臭	- 关节易退化，活动能力下降 - 脏器代谢弱，易受营养负担 - 消化功能衰退，肠道脆弱，易出现软便或便秘交替	- 泌尿问题高发，易尿闭结晶 - 咀嚼消化弱，营养吸收效率低，易呕吐、腹泻、体重减轻 - 认知退化，行为异常难干预
主粮侧重方面	- 免疫支持 - 肠道免疫构建	- 高蛋白 - 生长发育 - 肠道健康	- 能量均衡 - 美毛 - 肠道健康	- 轻盈体态，控制体脂 - 肠道健康	- 初老守护 - 关节呵护 - 肠道健康	- 泌尿系统健康 - 认知维持 - 肠道健康

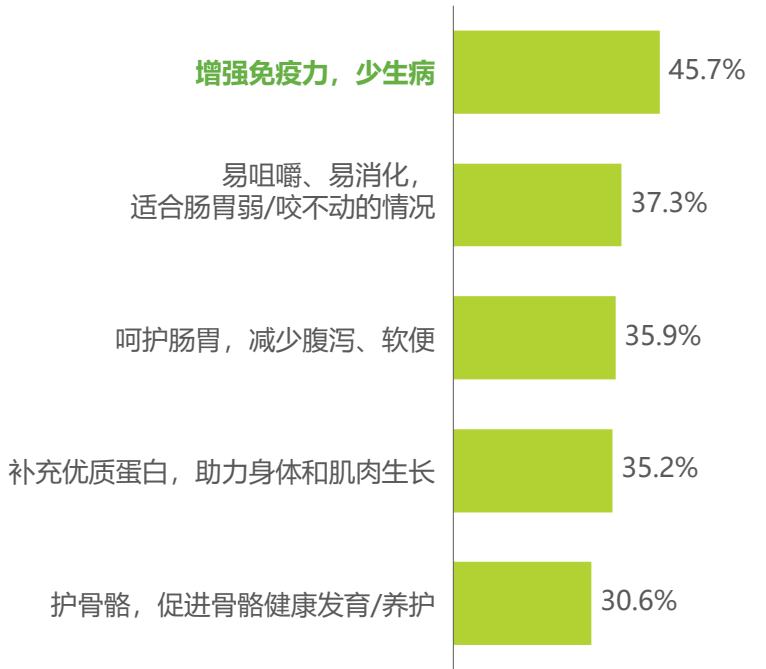
来源：公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

宠物不同阶段的喂养痛点与需求

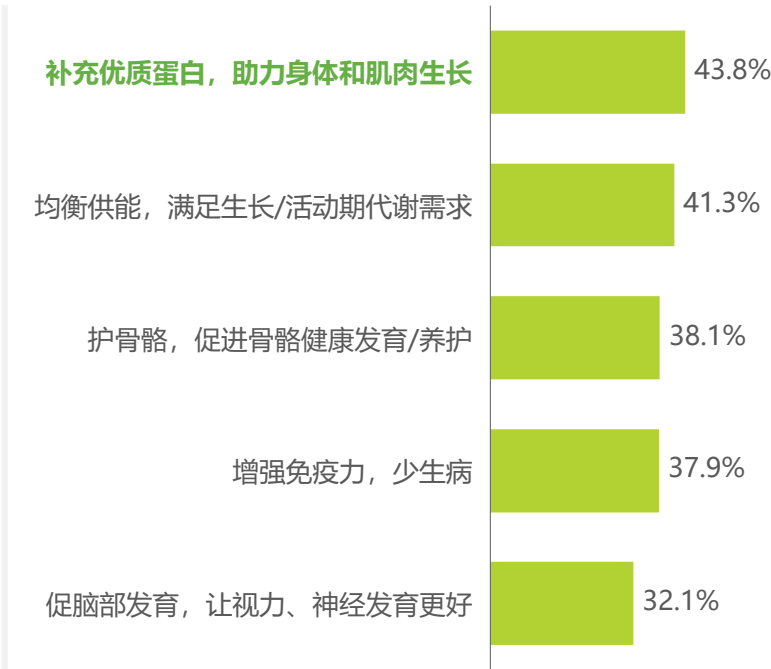
在狗狗不同生命阶段，宠主最关心的主粮方面（1/2）

狗狗各生命阶段的关注重点与猫咪存在共性，但也呈现犬种特有的需求差异。离乳期，“增强免疫力”居首，“易咀嚼易消化”与“呵护肠胃”紧随其后，反映出对幼犬脆弱期的基础保护焦虑。幼年期，“补充优质蛋白”与“均衡供能”并列前两位，同时“护骨骼”与“促脑部发育”的关注度显著高于猫咪同期，这与犬类更长的骨骼生长期及工作/训练需求密切相关。青春期，“均衡供能”跃居第一，同时“美毛护肤”首次进入前五，表明宠主开始关注外观健康。

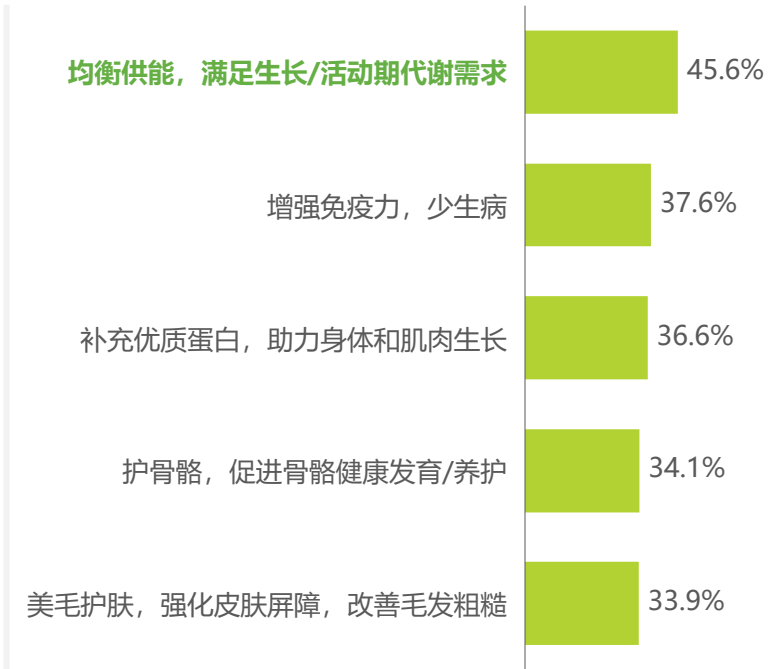
1 在狗狗离乳期，宠主最关心的主粮方面



2 在狗狗幼年期，宠主最关心的主粮方面



3 在狗狗青春期，宠主最关心的主粮方面



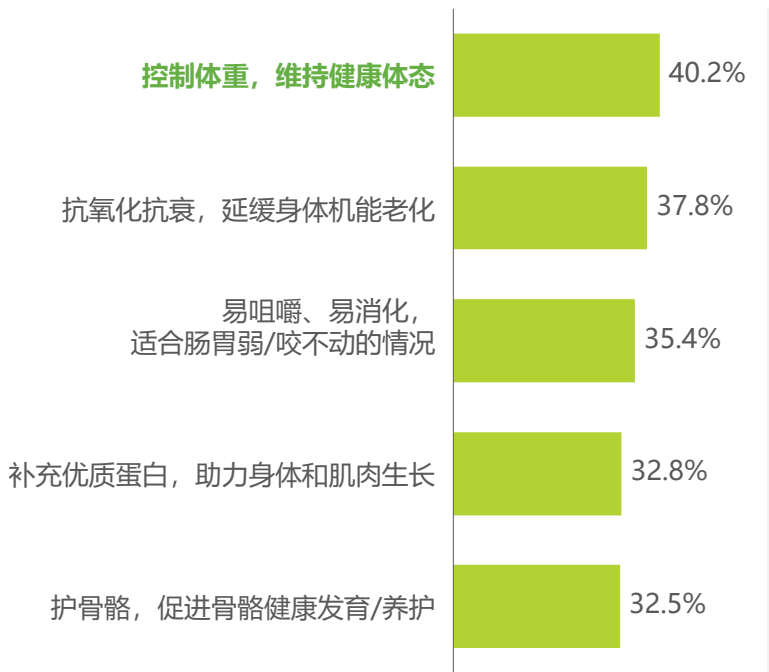
来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

宠物不同阶段的喂养痛点与需求

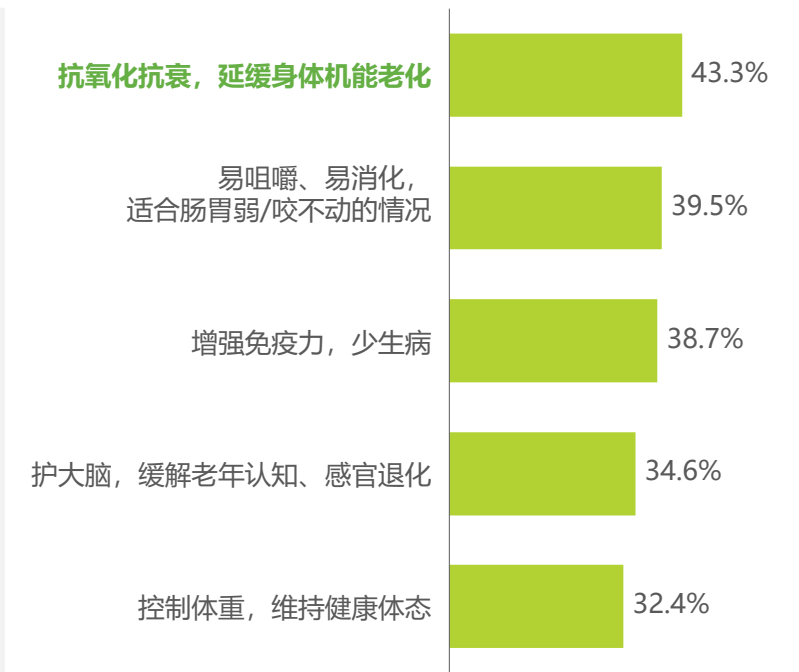
在狗狗不同生命阶段，宠主最关心的主粮方面（2/2）

狗狗进入成熟期后，“控制体重”与“抗氧化抗衰”成为首要关注，反映出对代谢管理与早期老化的主动干预意识。进入初老期，“抗氧化抗衰”跃居首位，“护大脑”首次进入前五，表明宠主开始关注认知功能衰退问题。值得注意的是，“增强免疫力”在初老期仍保持高位，说明对疾病抵抗力的担忧随年龄增长而强化。到了高龄期，“易咀嚼、易消化”成为第一诉求，超过“抗氧化抗衰”，同时“护大脑”与“促消化”关注度显著提升。这反映出老年犬面临咀嚼能力下降、消化吸收减弱、认知退化等多重挑战。

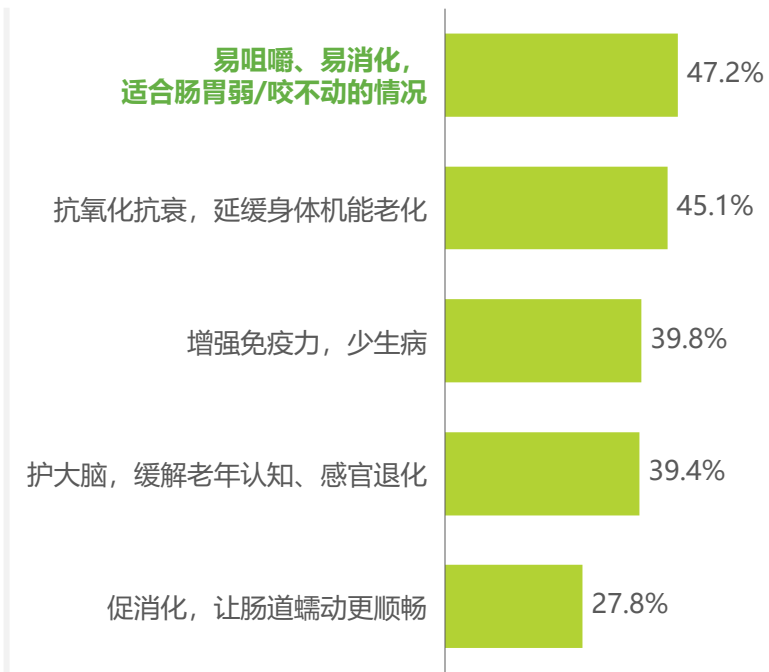
4 在狗狗成熟期，宠主最关心的主粮方面



5 在狗狗初老期，宠主最关心的主粮方面



6 在狗狗高龄期，宠主最关心的主粮方面



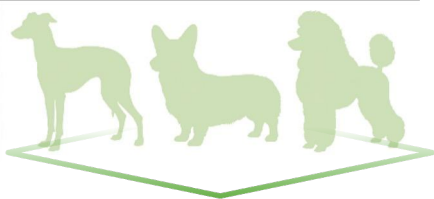
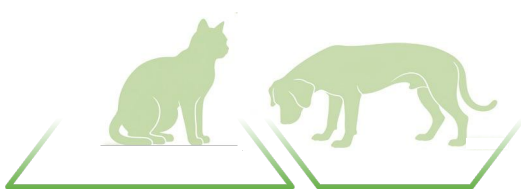
来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

宠物狗各阶段喂养痛点与营养需求

	1阶 离乳期	2阶 幼年期	3阶 青春期	4阶 成熟期	5阶 初老期	6阶 高龄期
						
常见生理学特点	- 免疫空窗期，母体抗体消退 - 肠道屏障弱，菌群结构不稳定	- 骨骼和肌肉快速发育，易生长失衡 - 大脑与神经网络快速成熟，感官发育关键 - 肠道黏膜娇嫩	- 机能巅峰，活动量大，探索欲强 - 皮脂分泌活跃，外界暴露频繁，皮肤易受环境影响 - 肠道负担加重，菌群易失调	- 代谢速率下降，活动量逐步减少 - 脂肪易堆积，体重管理需求提升 - 肠道功能趋于稳定，耐受性较好	- 氧化应激加剧，机体出现初老迹象 - 软骨基质代谢减缓，关节润滑度和稳定性下降 - 肠道蠕动减慢，吸收效率下降	- 牙齿磨损，咀嚼与消化效率下降 - 感官退化，认知功能逐步减退 - 肠道屏障功能衰退，消化吸收能力显著减弱
营养需求	乳铁蛋白、维生素E、维生素C、B-胡萝卜素、姜黄素、益生菌/益生元、优质蛋白质...	优质蛋白质、EPA、DHA、钙磷比、维生素D3、益生菌/益生元...	优质蛋白质、ω-3、ω-6、维生素E、益生菌/益生元...	优质蛋白质、益生菌/益生元、FOS、MOS、膳食纤维、L-肉碱...	易消化蛋白质、ω-3、维生素E、维生素C、硫酸软骨素、不饱和脂肪酸、益生菌/益生元...	维生素E、维生素C、MCT、益生菌/益生元、易消化蛋白质...
喂养痛点	- 易腹泻，免疫弱易被病菌感染 - 奶糕适配性弱，易出现消化应激	- 营养配比失衡易致骨骼畸形，发育不稳健 - 能量需求高，喂食量难把控 - 消化酶不足，吃多吃杂易软便	- 皮肤病高发，毛发易粗糙干枯 - 高活动量下，能量供给难精准 - 食量大、代谢快，肠道负担重易胀气	- 易肥胖，诱发脂肪肝等代谢病 - 肠道蠕动慢，易便秘、粪便异味	- 关节退化，活动迟缓易跛行 - 自由基累积，机能衰退速度快 - 肠道蠕动减慢，易便秘与腹泻交替	- 咀嚼困难，干粮进食效率低 - 认知退化，易出现行为异常 - 吸收能力差，易腹泻或菌群紊乱
主粮侧重方面	- 免疫构建 - 肠道健康	- 易消化优质蛋白 - 生长发育 - 肠道健康	- 皮肤状态维持 - 专犬需求定制 - 肠道健康	- 体重控制 - 专犬需求定制 - 肠道健康	- 初老守护 - 关节呵护 - 肠道健康	- 易消化软粮 - 认知能力维持 - 肠道健康

来源：公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

不同特质宠物的分阶喂养补充需求

	品种	体型	特殊状态
			
生理学特点	基因差异显著 特定的骨骼/皮毛基因表达 代谢率与易感病症高度关联	生长发育曲线不同 小型犬代谢快，胃容量有限 大型犬骨骼负载重，生长期长	机能波动状态 术后机体处于高代谢修复状态，免疫力下降 孕期需满足胎儿发育与母体储备双重需求，代谢激增 肠胃敏感期消化酶活性低，肠道菌群失衡
分阶喂养必要性	同一品种的遗传特质决定其营养干预方向不同，需针对性预防品种高发疾病	体型差异直接影响能量代谢、骨骼发育速度及进食行为，统一配方易导致营养过剩或不足	生理状态剧变使机体对营养素的吸收利用模式发生改变，需在短期内调整营养密度与配方结构
营养需求	针对品种高发疾病强化特定营养素。如： - 易患心脏病的品种添加特种氨基酸/护心因子 - 易患皮肤病的品种强化皮毛养护成分 - 易患牙结石的品种添加口腔健康相关矿物质 - 易患泌尿系统疾病的品种需优化镁离子与pH值平衡	- 小型：高营养密度配方，易咀嚼颗粒 - 中型：均衡肌肉维持蛋白 - 大型：强化软骨素，精准钙磷比支持骨骼发育，添加关节保护成分	- 术后：高免疫球蛋白、高能量密度 - 孕期：叶酸、DHA、优质蛋白、高热量 - 肠胃敏感期：易消化蛋白、益生元、低刺激纤维
喂养痛点	- 品种性挑食、肠胃娇贵 - 遗传性健康隐患早期预警不足，易忽略遗传性疾病与营养干预的关联性	通用粮无法同时满足小型犬少吃多餐以抑制肥胖倾向、大型犬需控制生长速度避免导致骨骼发育不良等需求	- 食欲丧失、消化吸收率骤降、营养流失速度超过补充速度 - 特殊状态持续时间短但需求精准，通用配方缺乏针对短期生理波动的精细化解决方案
主粮侧重方面	定制化成分 针对品种高发疾病进行营养强化，匹配特定颗粒形状以护齿	理想体态管理 按体型划分的颗粒大小、能量密度、功能添加。匹配咬合力，严格控制热量摄入，以及强化骨骼支架发育	高能、低敏、高吸收 功能性处方或阶段性调理配方，强化适口性，强调高消化率、低刺激、营养密度调节

来源：公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

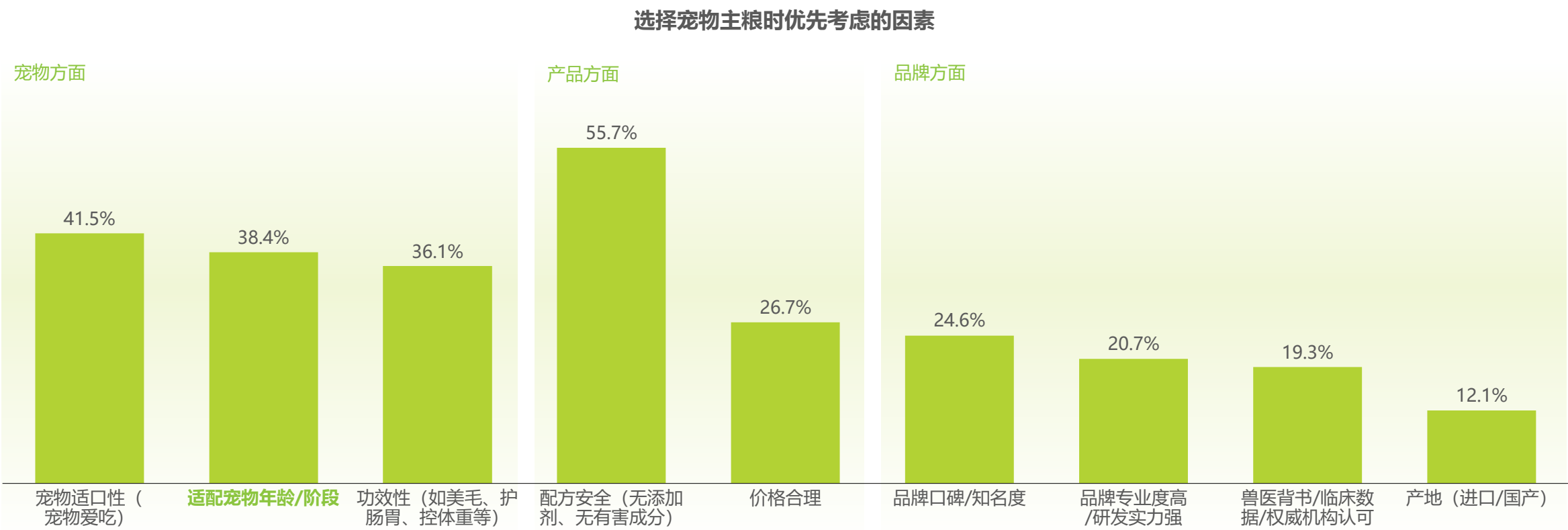
05 / 宠物分阶喂养行业需求挖掘 与消费潜力

Demand Mining & Consumption Potential

宠主对分阶喂养产品的痛点与未被满足的需求

宠主选择宠物主粮时优先考虑的因素

“配方安全”是宠主选择主粮时最优先考虑的因素，反映出消费者对产品基础质量的高度敏感与深层焦虑。其次，“宠物适口性”与“适配宠物年龄/阶段”分列二、三位，表明宠主在关注安全的基础上，同样重视宠物个体的实际接受度与生命阶段的精准匹配。“品牌专业度高/研发实力强”与“兽医背书/临床数据/权威机构认可”排名相对靠后，表明虽然分阶喂养理念逐渐普及，但消费者对品牌专业能力的认知有限，专业背书尚未成为主流决策依据。



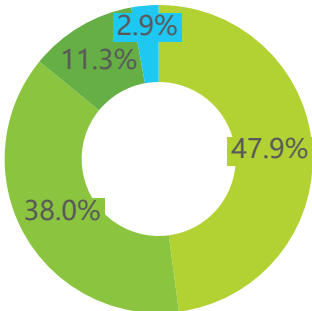
来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

宠主对分阶喂养产品的痛点与未被满足的需求

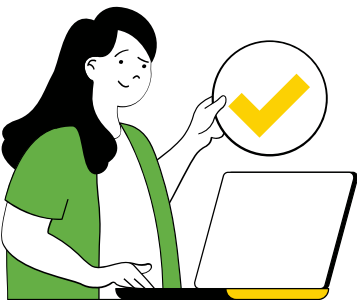
宠主是否选择分阶粮的原因

宠主在购买主粮时“一定会优先选择分阶粮”的比例尚未形成绝对主导，但相当部分用户已处于会关注的状态。从选择动因来看，“贴合年龄段生理需求，营养更精准”是核心驱动力，其次是“减少患病概率、改善体质”。这说明分阶粮的价值主张已被认可，用户诉求集中在精准营养与长期健康上。然而，尚未选择分阶粮的主要原因反馈揭示了关键缺口：使用便捷性不足、价值感知不清晰、用户教育不到位。此外，“阶段划分标准不清晰”“品类太少”“缺少针对特殊健康状态宠物的功效”等供给端问题，也限制了分阶粮的进一步普及。综上，行业当前的核心瓶颈并非需求缺失，而是产品标准、用户引导与价值传递尚未形成闭环。

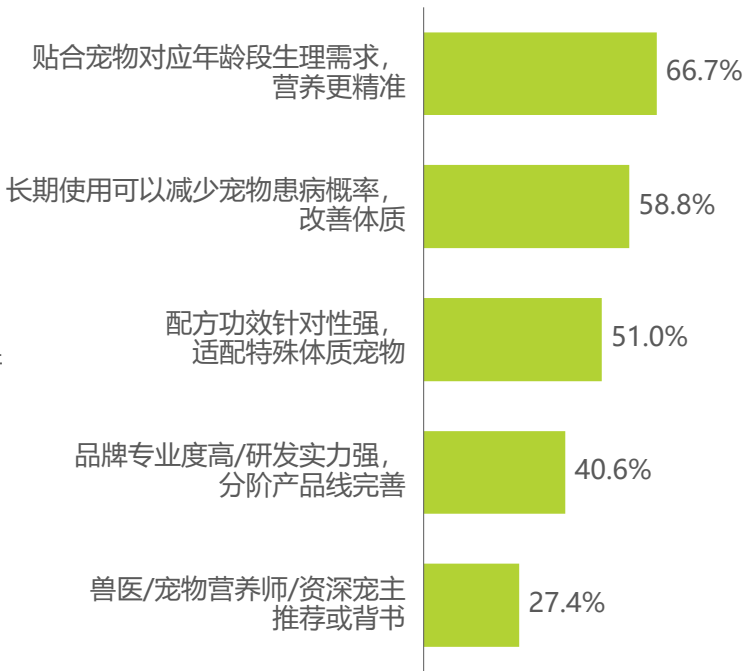
购买主粮时是否会特意关注分阶粮



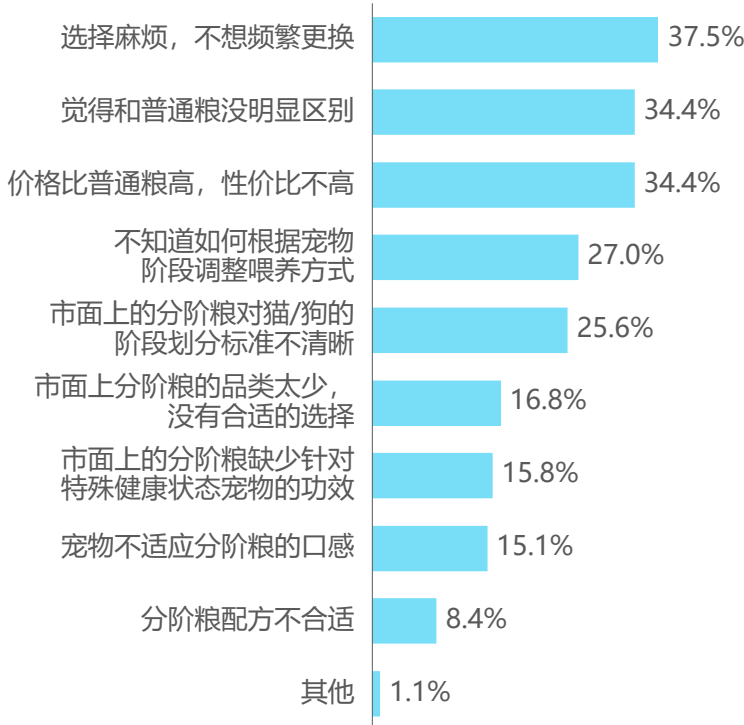
- 一定会，优先选择分阶粮
- 会关注，但不是首要选择条件
- 偶尔会看，不刻意
- 不会，不关注是否分阶



选择分阶粮的主要原因



尚未选择分阶粮的主要原因



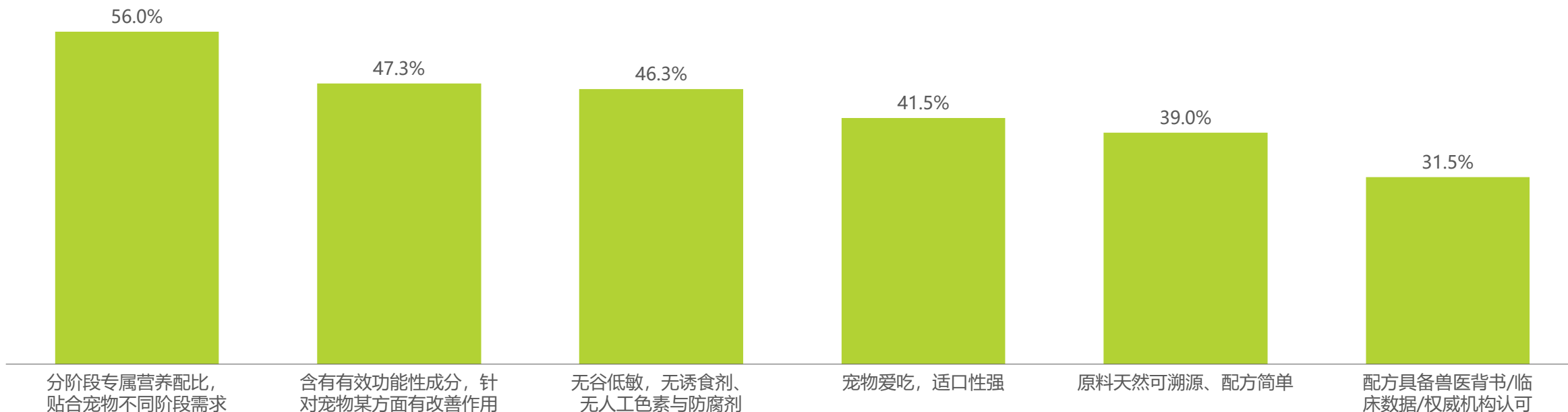
来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

宠主对分阶喂养产品的痛点与未被满足的需求

宠主对分阶粮的配方需求

宠主对分阶粮的配方需求呈现出明显的多层次、复合化特征。排名第一的是“分阶段专属营养配比，贴合宠物不同阶段需求”，直接印证了分阶喂养理念已获得广泛认同，用户期望产品能够精准匹配宠物生命周期的营养变化。位列第二、三位的需求表明用户在关注“分阶”这一基础属性的同时，对功效性与配方纯净度也提出了明确要求。值得注意的是，“配方具备兽医背书/临床数据/权威机构认可”虽位列末位，但仍有近三分之一用户将其作为重要考量。这一比例相较“选择宠物主粮时优先考虑的因素”中“专业背书”仅19.3%的选择率有所提升，说明在分阶粮这一细分品类中，用户对科学证据的重视程度显著高于普通主粮。

宠主对分阶粮的配方需求



来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2026.04 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipopo.cn

www.iresearch.com.cn

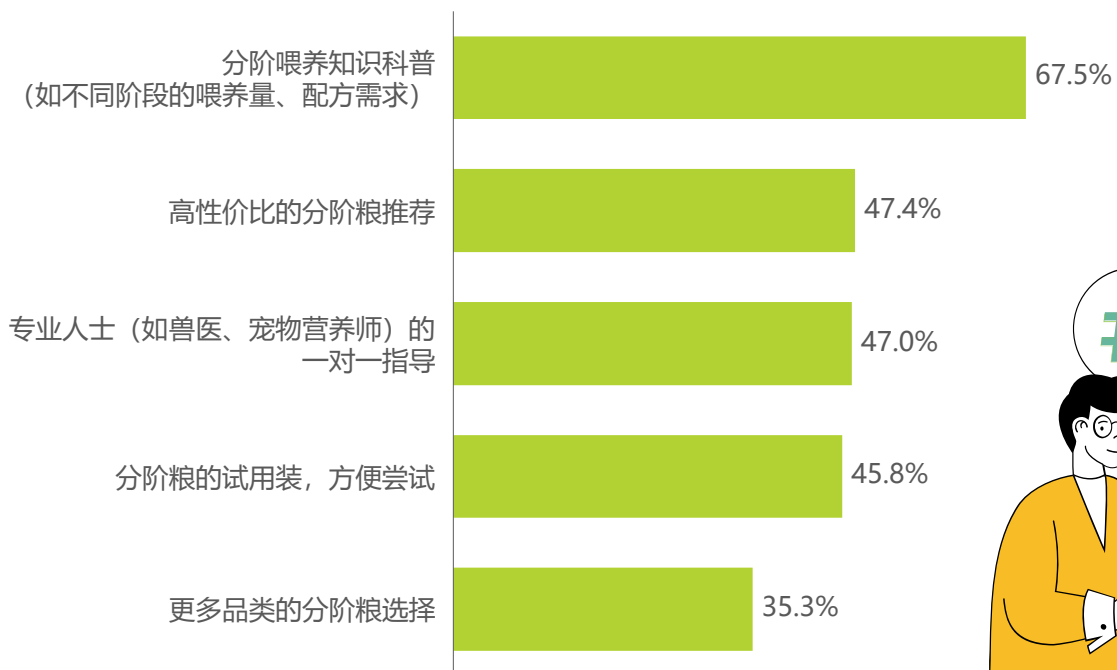
35

宠主对分阶喂养产品的痛点与未被满足的需求

宠主关于分阶喂养最希望获得的支持和建议

宠主最希望获得分阶喂养知识科普与专业人士指导，表明用户教育仍有较大缺口。具体诉求包括信息标注更透明、按阶段配好套餐、阶段交替提醒，以及更多口味选择。值得关注的是，“频繁换粮导致肠胃不适”被多次提及，品牌应优化阶段间配方的平滑衔接，降低换粮门槛，同时提供试用装降低尝试成本，才能更好满足用户真实需求。

对于分阶喂养，宠主最希望获得的支持



对于分阶喂养，宠主的建议



来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

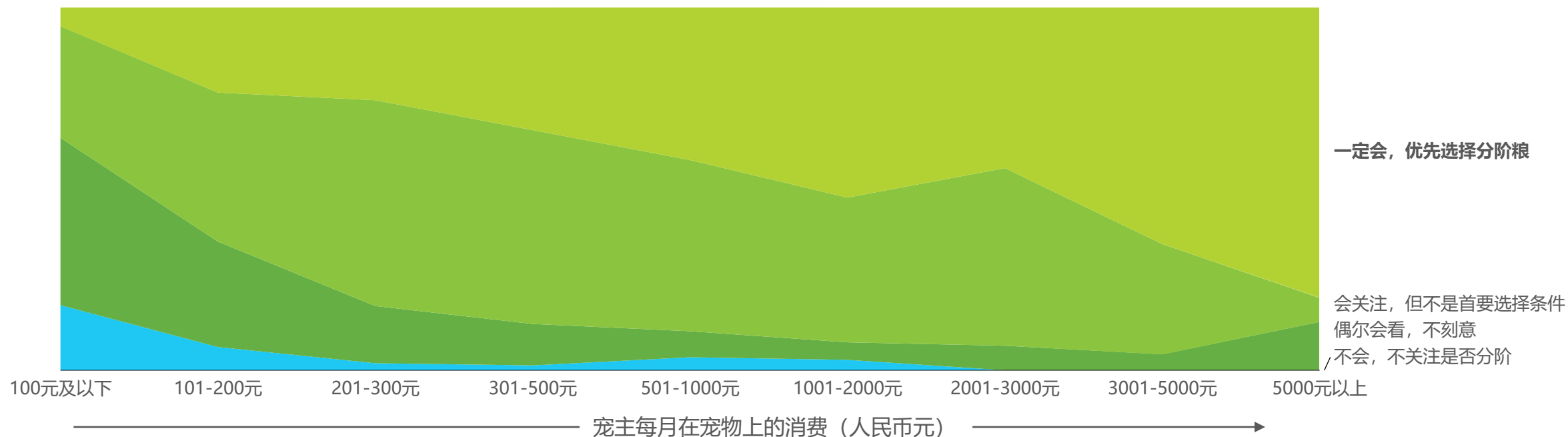
来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

宠主对分阶喂养产品的支付意愿与消费偏好

不同宠物月消费的宠主对分阶粮的关注度

调研显示，宠主对分阶粮的关注度与宠物月消费水平呈显著正相关。在月消费100元及以下的用户群体中，“一定会优先选择分阶粮”的比例处于低位，更多用户集中于“偶尔会看”或“不会关注”；而在月消费500元以上的用户中，“一定会优先选择”的比例显著提升，尤其在3000元以上区间，分阶粮已成为多数宠主的首选或重要考量。这一趋势反映出宠物消费投入越高的宠主，越倾向于将分阶喂养作为科学养宠的必要组成部分，分阶粮已从“可选升级”演变为“标配选择”。相反，低消费群体受预算约束，更关注基础饱腹与价格因素。综上，分阶粮当前仍属于消费升级型品类，其市场渗透率的提升有赖于中高消费人群的持续扩容，以及通过产品下沉策略逐步触达更广泛的大众市场。

不同宠物月消费的宠主在选购主粮时对分阶粮的关注度



来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2026.04 iResearch Inc.

更多免费行业报告

并购家

www.ipopo.cn

www.iresearch.com.cn

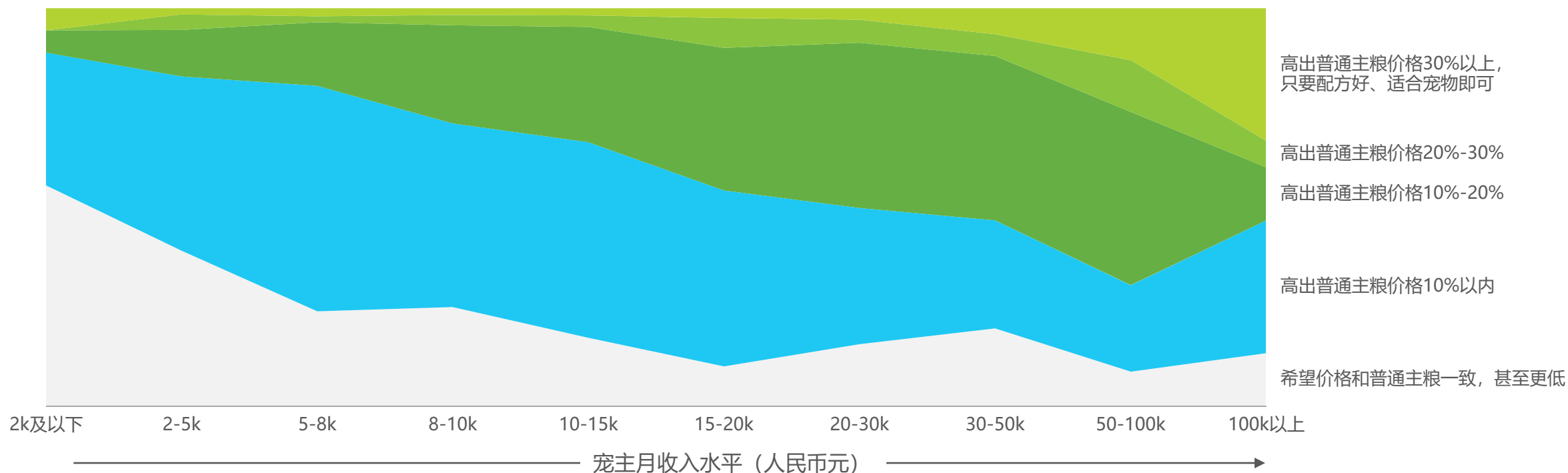
37

宠主对分阶喂养产品的支付意愿与消费偏好

不同收入宠主对分阶产品的价格接受度

随着宠主月收入水平的提升，其对分阶粮的支付意愿呈明显上升趋势。中高收入群体中，选择“高出普通主粮30%以上，只要配方好、适合宠物即可”的比例显著增加，体现出价格敏感度下降、品质导向上升的消费特征。值得注意的是，即使在较高收入区间，仍有相当比例用户倾向于“高出10%-20%”或“20%-30%”的温和溢价区间，表明完全不计价格的“奢侈型消费”并非主流。中低收入群体则更多集中在“10%以内”或“希望与普通粮一致”，反映出价格仍是普及的重要门槛。

不同月收入水平的宠主对分阶粮的价格接受度



来源：宠物喂养调研问卷（N=2000），艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2026.04 iResearch Inc.

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

38

06/ 宠物分阶喂养行业竞争格局 与企业案例分析

Competitive Landscape & Case Studies

宠物分阶喂养行业品牌格局

中国宠物分阶喂养品牌格局

宠物主粮品牌



宠物营养保健品品牌



专业宠物医疗机构



市场竞争格局



头部品牌

凭借长期研发投入、完善的产线布局 and 持续的用户教育，已初步建立“专业分阶喂养”的心智壁垒，在产品力与品牌力上形成双重领先。

中小品牌

多采取跟随策略，或在细分阶段（如幼宠、老年宠）进行单点突破，但整体研发能力和供应链稳定性仍有待提升。

长尾品牌/白牌

以低价和概念包装切入市场，产品往往停留在“标签分阶”而非“配方分阶”，缺乏真正的科研支撑与品控保障。

注释：图谱中品牌仅为展示，不代表排名先后，名单不穷尽。
来源：艾瑞研究院自主研究及绘制。

分阶喂养行业核心竞争要素

关键能力体系覆盖品牌、产品、市场、渠道四大要素

品牌专业度以科研体系和专家认证建立信任；产品配方通过精准营养与功能强化实现价值落地；市场认知度依靠品类教育与口碑积累推动理念渗透；渠道布局则以专业渠道建信任、大众渠道扩规模。四大要素协同，构筑企业核心壁垒。

品牌专业度

- **科研体系支撑**：建立合作研究中心，通过长期的宠物临床观察数据证明分阶喂养的改善效果
- **科学背书**：与高校、科研机构合作，产品配方经过临床验证或学术论文支持
- **专家认证**：获得兽医、营养学家等专业人士的推荐与认可
- **标准制定**：参与或主导宠物食品分阶营养标准的制定，将品牌逻辑升华为行业共识
- **用户沟通**：将专业营养知识转化为消费者可理解的表达，建立信任认知



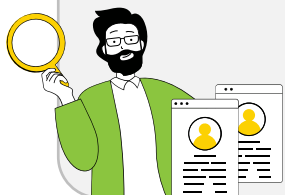
产品配方

- **全周期营养矩阵**：针对离乳期、幼年期、青春期、成熟期、初老期、高龄期进行差异化成分添加
- **核心原材料竞争**：鲜肉占比、蛋白来源透明化及功能性原料在不同阶段的精准投放
- **适口性与消化率**：利用酶解工艺提升幼宠消化率，通过颗粒大小与形状的阶段化设计，适配不同年龄段宠物的咬合能力
- **功能强化**：针对品种高发疾病添加特定营养素
- **配方迭代**：基于最新研究成果持续优化，保持产品领先性



市场认知度

- **品类教育**：持续向消费者传递科学分阶喂养理念，从“单一年龄分阶”向“年龄/品种/体型/状态分阶”深化
- **口碑积累**：核心用户的真实喂养案例与正向反馈
- **媒体声量**：在社交媒体、电商平台、专业媒体的曝光度与讨论热度
- **内容资产**：围绕分阶喂养的知识体系构建，如喂养指南、品种专属建议、科普文章等
- **用户忠诚**：复购率、品牌推荐意愿、用户生命周期价值



渠道布局

- **专业渠道**：覆盖宠物医院、宠物店、繁育基地、猫舍犬舍等，建立专业信任与核心用户触达
- **大众渠道**：多电商平台实现规模化触达与复购转化
- **新零售渠道**：社区店、会员店、精品超市等，贴近消费者日常购买场景
- **私域运营**：通过社群、会员体系、专属顾问，实现长期用户关系维护与复购引导
- **渠道协同**：专业渠道做口碑与教育，大众渠道做规模与渗透，形成线上线下联动



分阶喂养领域标杆企业案例分析

凯锐思：6阶营养，更懂喂养

成立十年以来，凯锐思以科学精准的宠物营养方案为核心，率先构建了覆盖宠物全生命周期的“6阶营养”体系，通过将宠物生命划分为离乳、幼年、青春、成熟、初老、高龄6阶段。在学术端，品牌汇聚诺奖得主与顶尖院校专家，联合权威院所构建分阶营养理论体系完成科学实证。

KERES 凯锐思

品牌发展与理念

KERES 凯锐思

成立十年，耀目宠物集团旗下品牌，致力于科学精准的宠物营养方案。

凯锐思以全生命周期分阶配方、靶向营养供给与科学喂养方案，让每一口喂养都更贴合宠物的成长节奏，真正实现6阶精准守护，是“6阶精准营养分阶宠粮开创者”。

6阶营养·更懂喂养

海内外学术背书



Jeffrey C. Hall
凯锐思首席科学家 | 2017年诺贝尔生理学或医学奖得主

研究方向：
生命阶段分阶营养支持：精准营养配比、宠物健康赋能



Bruno Chomel
凯锐思首席研发顾问 | 美国加州大学戴维斯分校兽医学院名誉教授

研究方向：
· 依托顶尖兽医学学术成果，赋能科学养宠
· 聚焦宠物微生物平衡，靶向调节肠道菌群
· 横跨兽医学、微生物学、流行病学多领域顶尖学术研究



John R. Speakman
凯锐思品牌挚友 | 中国科学院外籍院士

研究方向：
· 持续能源支出和摄入量限制
· 能量学与衰老生物学与生命史
· 能量学和肥胖等

经研究证实：

宠物的生命周期应细分为6个具有独立生理特征和营养需求的阶段。



南京农业大学·凯锐思 宠物分阶喂养研究院
凯锐思联合南京农业大学共同成立宠物分阶喂养研究院，围绕宠物6个生命阶段的真实营养需求，重新设计产品配方。



与山东省农业学院畜牧兽医研究所联合科研
与山东省农业学院畜牧兽医研究所深度合作，由刘策博士领衔的专家团队协助凯锐思完成持续的科研创新升级与产品品控把关。



权威第三方科学实证6阶营养有效性
具备CNAS/CMA认证资质的CTI华测检测通过分阶段喂养试验，科学验证了分阶段营养配方在调节肠道菌群、构建屏障及维持肠道稳态方面的功效。

分阶喂养领域标杆企业案例分析

凯锐思：6阶精准营养分阶宠粮开创者

凯锐思针对不同生理特征提供靶向营养支持，形成了以分阶主粮为核心、品种专用粮与功能产品、宠物用品协同的完整矩阵。在生产端，品牌整合全球顶级原料资源，搭建透明化供应链与标准化生产体系，以严苛的质检标准实现全链路品质管控，为分阶产品提供坚实保障。

KERES 凯锐思

6阶营养模型

将宠物生命划分为离乳、幼年、青春、成熟、初老、高龄6阶段，针对生理特点提供靶向营养支持。

尊重生命阶段的不同需求，
从生命早期到高龄阶段，
用分阶配方回应每一次生理变化



产品矩阵

- **分阶主粮**：覆盖猫犬全生命周期膨化/烘焙粮、主食冻干主粮
- **品种专用**：布偶/英短/比熊/柯基等定制配方
- **功能产品**：零食、驱虫药、化毛膏、维生素片、益生菌等
- **宠物用品**：分阶猫砂、清洁湿巾等

凯锐思“银爪”
系列产品
吃对+吃饱



凯锐思“金爪”
系列产品
吃对+吃好



凯锐思“钻爪”
系列产品
吃对+吃健康



☆
2024-2025年中国品牌分阶宠粮连续两年销量领先
2024-2025年中国品牌幼年期、成年期专用宠粮连续两年销量领先
2025年中国品牌老年期专用宠粮销量领先

来源：凯锐思，艾瑞研究院自主研究及绘制。

©2026.04 iResearch Inc.

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

www.iresearch.com.cn

43

分阶喂养领域标杆企业案例分析

凯锐思：2025年中国品牌分阶宠粮消费者推荐品牌

除产品力和品牌力外，凯锐思凭借社媒传播和社会担当积累了广泛的市场认知。在渠道方面，品牌坚持全域渗透与精准运营，构建了以电商为基础的全渠道网络。线上核心渠道与私域渠道保障销售与用户价值，专业渠道及新零售强化专业形象，跨境出海稳步推进全球化。这一策略实现了线上线下的高效融合，为品牌的持续增长提供了坚实保障。

KERES 凯锐思

市场认知

消费者认可与忠诚度

- 截至2025年底，已累计服务1500万养宠家庭
- 2023-2025年中国品牌分阶猫粮连续三年复购率第一
- 2025年中国品牌分阶宠粮消费者推荐品牌

社媒内容资产积淀

社交媒体平台是宠物喂养信息获取的关键渠道。凯锐思借助社媒平台扩大了宠主覆盖面，使“6阶喂养”深入人心



通过品牌活动放大声量

凯锐思以“闪耀公益计划”践行社会责任，通过专业赛事合作与跨界联动深化行业影响力

依靠品类教育与口碑积累推动理念渗透

闪耀公益计划

不仅是救助行动，更是与高校动保组织等伙伴共建的长效信任机制



WCCF国际猫赛合作伙伴



跨界联动



渠道布局



线上核心渠道

货架电商与内容电商全面覆盖

深耕天猫、京东等电商平台，同步布局抖音、小红书等内容电商渠道，通过“搜索+兴趣”双引擎驱动，实现从流量获取到用户转化的高效闭环



私域长效渠道

精细化用户运营

紧扣宠物行业高复购、强情感属性特点，以宠物顾问暖心人设搭建用户深度信任，严格遵循基建“搭建-全域引流-精细运营-转化裂变”四步走策略，高效把公域流量沉淀为品牌长效留量，深度挖掘客户全生命周期消费价值



线下专业渠道与新零售

全场景渗透与体验

专业渠道使得品牌可精准触达核心养宠人群，建立专业信任。同时，拓展新零售渠道有利于扩大产品覆盖面，提升消费者购买便利性



跨境出海渠道

全球化市场布局

前瞻性布局东南亚、北美海外跨境市场，采用“平台电商+内容电商”双轮驱动模式，稳步拓展全球宠物市场，实现品牌全球化渠道扩张

分阶喂养领域标杆企业案例分析

皇家：国际品牌践行“精准营养”和“犬猫优先”

皇家宠物食品是全球宠物健康营养领域国际品牌，以“精准营养”和“犬猫优先”为核心理念，专注定制化解决方案。皇家针对宠物不同品种、体型与生命阶段，研发满足差异化营养需求的专业配方矩阵；其处方粮产品聚焦宠物常见健康痛点，覆盖泌尿道、皮肤、消化道、体重管理等多维度健康场景，近年在宠物处方粮赛道具备较强市场竞争力。



品牌简介及发展

- ◆ **品牌起源**
1968年由法国兽医创立，致力于量身定制的猫犬营养食品。
- ◆ **全球布局**
2002年，品牌被玛氏集团收购，业务遍及全球120+市场
- ◆ **业务发展**
根据宠物不同品种、体型、生命阶段，研发满足不同营养所需的专业配方，在中国大陆销售的产品超300个

产品体系及行业优势

 产品线体系	生命周期划分	功能定制产品	品种专属系列	处方需求
	离乳期、幼犬/幼猫、成犬/成猫、老年犬/猫	去毛球、口腔护理、体重管理、绝育呵护、情绪管理等	法斗、贵宾、英短、布偶猫、缅因猫等猫犬品种专用粮	泌尿道、皮肤、肾脏、消化道、糖尿病等处方粮
 竞争优势	科学研究基础	兽医专业背书	精准营养理念	
	专业研究，精准营养配方	由兽医师研发，处方粮系列针对6大核心健康需求	拒绝“一粮通吃”，根据年龄、体型、品种及健康状况定制方案	

近期动态：聚焦11岁+老年宠物健康管理

参与起草《老年猫饲养管理技术规范》



- 联合淘宝天猫及专家发布行业首批团体标准。
- 明确界定标准，树立日常照护、营养需求、健康检查等科学标杆。
- 呼吁社会关注，填补行业养护空白。

健康倡议，推动“带宠去医院”



- 2026年核心聚焦老年犬猫，开展全国巡演与线下义诊。
- 联动众安保险与新瑞鹏，推出专项体检套餐，实现早发现早干预。

完善老年宠物精准营养矩阵



- 引入全球专研配方，推出老年猫“活力”系列，完善8款产品矩阵。
- 推行“干湿搭配”分阶营养方案，精准应对肾脏、关节等挑战。

来源：公开资料，艾瑞研究院自主绘制。

标杆企业的核心竞争优势与行业借鉴意义

“精细化养宠”成为主流的当下，行业竞争转向“全生命周期科学营养”的体系化竞争

在“精细化养宠”成为绝对主流的当下，行业竞争已从单一的原料堆砌转向“全生命周期科学营养”的体系化竞争。头部企业通过建立“产品+品牌+用户”的铁三角壁垒，不仅定义了市场标准，更推动了行业从“基础温饱”向“科学喂养”的代际跃升。

宠物分阶喂养标杆企业的竞争核心优势与行业借鉴意义

产品创新

贴合分阶营养需求的配方研发



- **极致的生命周期解构：**领先品牌不再简单划分幼、成、老三个阶段，而是进行更细粒度的拆解。例如，凯锐思提出的“6阶精准喂养”（K1-K6），针对离乳期、幼年期、青春期、成熟期、初老期乃至高龄期的特定生理问题提供靶向解决方案
- **功能与阶段的深度融合：**创新不仅在于阶段的划分，更在于配方的科学性。针对肠胃敏感、皮毛健康、体重管理等细分需求，强化功能性成分与差异化配比
- **持续研发与数据驱动迭代：**结合临床数据、用户反馈与营养研究成果，不断优化配方与产品结构

品牌建设

打造分阶喂养领域的专业认知



- **聚焦分阶定位，强化专家形象：**标杆企业通常选择聚焦“分阶喂养”这一细分领域，通过长期一致的品牌传播，强化其在消费者心中的专业形象。相比泛宠物食品品牌，这类企业更强调科学性与系统性，从而在用户心智中占据“宠物营养专家”的位置
- **多维度专业背书体系：**领先企业通常引入兽医、宠物营养师以及科研机构等多方背书，通过合作研发、联合发布研究成果等方式强化专业属性
- **专业渠道与内容赋能：**品牌正从单纯的制造商转变为行业教育者。通过发布行业分阶喂养指导手册、联合专业机构制定团体标准，并赋能宠物门店、宠物医院等专业渠道，建立B端信任壁垒

消费者认知提升

科学喂养理念的传播与落地



- **多渠道教育体系搭建：**标杆企业通过线上内容平台、线下门店以及私域社群等多渠道，系统性输出科学喂养知识，包括分阶段营养需求、常见喂养误区等。通过持续教育，逐步提升消费者对分阶喂养的理解深度
- **工具化与方案化落地能力：**为了降低用户理解和执行门槛，企业通常开发喂养指南、智能推荐工具或标准化喂养方案，将专业知识转化为可操作路径
- **长期用户运营与习惯培养：**通过会员体系、内容推送及复购激励机制，企业持续与用户保持互动，逐步培养科学喂养习惯。在长期运营中，用户不仅形成稳定复购，也更容易接受分阶段升级产品，从而提升生命周期价值

07 / 宠物分阶喂养行业未来发展 趋势与展望

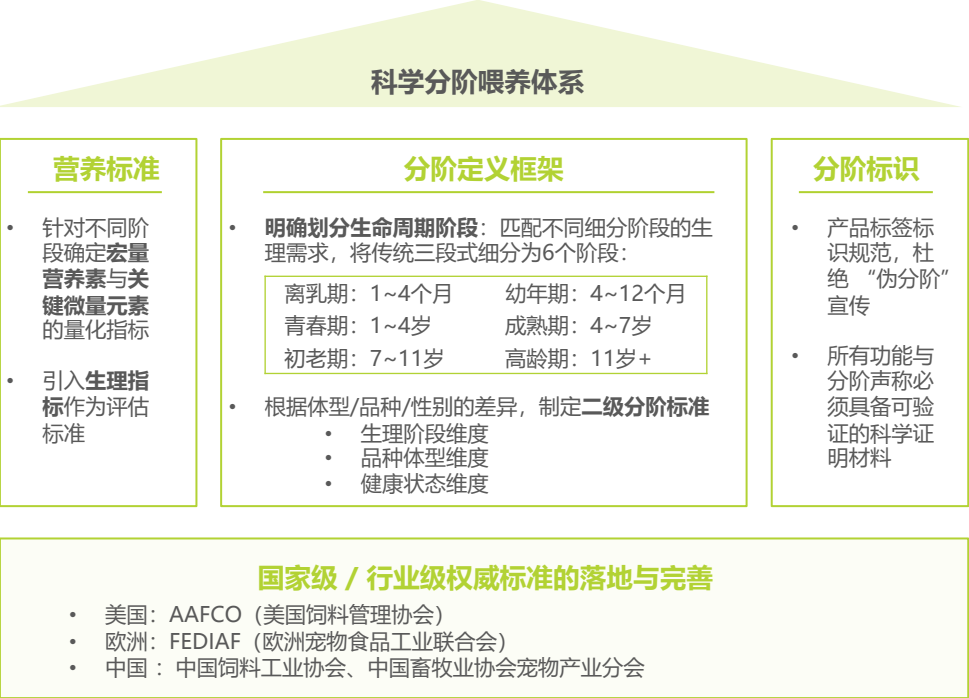
Future Trends & Outlook

行业发展核心趋势

权威标准引领科学喂养，线上线下教育构建认知闭环

当前宠物分阶喂养行业的核心发展制约，在于标准缺失与用户认知不足的双向掣肘。科学可量化的分阶营养体系，是根治行业伪分阶乱象、实现规范化发展的底层堡垒，为消费者认知升级提供权威、统一的科学依据。线上线下融合的全渠道认知体系，则是将科学标准落地到用户端的核心载体，实现科学喂养理念的全民普及。二者双向赋能，形成从标准规范、认知提升到行业升级的正向循环。

建立科学、可量化的分阶喂养体系



搭建线上线下融合的消费者认知体系



来源：公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

来源：公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

产品发展趋势

产品精细化分层与全链路布局加速，配方研发迈向科学化与数据驱动

在分阶喂养理念持续深化的背景下，宠物食品产品体系正加速向精细化与系统化方向演进。一方面，分阶产品不断细化，从基础生命周期划分延伸至不同体型、品种及特殊健康状态，逐步覆盖更丰富的生理阶段与功能需求；另一方面，分阶理念由主粮向零食、营养补充剂等多品类延伸，推动形成全链路的分阶营养产品矩阵。同时，配方研发能力成为核心竞争要素，行业逐步从经验驱动转向以动物营养学研究和临床数据为基础的科学化研发体系，通过持续的配方优化与功能验证提升产品有效性与可信度。整体来看，产品端正由单一功能供给向系统化营养解决方案升级，成为推动分阶喂养行业发展的关键支撑。

分阶产品的精细化

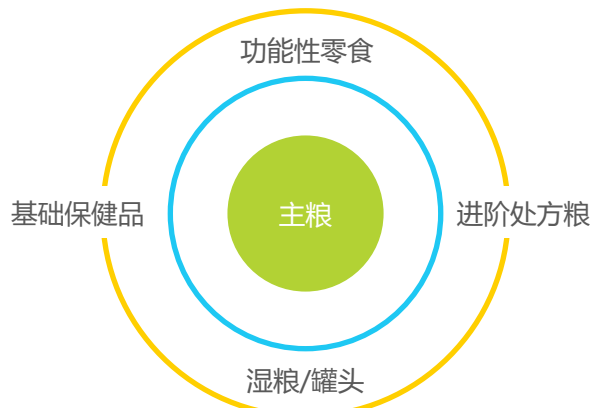
01 生命周期（离乳期/幼年期/青春期/成熟期/初老期/高龄期）

02 特殊生理阶段（离乳/康复）

03 核心痛点（肠胃/皮毛/肥胖）

04 个体差异

全品类分阶布局



配方研发科学化



经验驱动 转向 数据驱动、研发驱动

- 从“粗分阶段”走向“多维精细化”：根据生命周期 × 体型 × 品种 × 健康状态 的多维分层
- 特殊需求驱动细分市场爆发：行业出现大量“亚分阶产品”，如肠胃敏感粮、泌尿系统护理、术后恢复粮等

- 分阶喂养理念将从**核心主粮品类**，全面延伸至宠物喂养的**全场景、全品类**，构建覆盖“**主粮 + 湿粮 + 零食 + 保健品 + 处方粮**”的全链路分阶产品体系

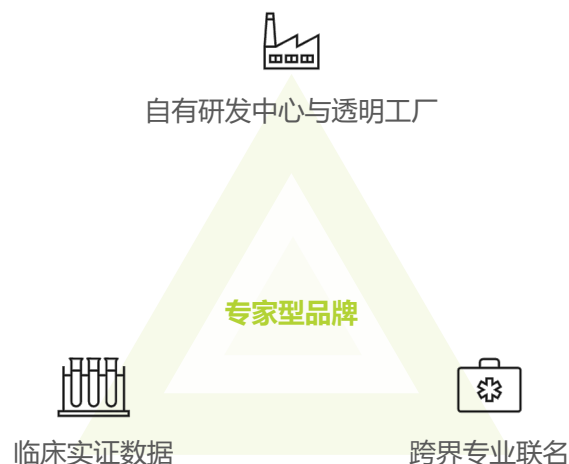
- 多成分协同配方创新**：定向筛选功能性成分，精准控制添加量，同时通过多成分配伍实现 1+1>2 的喂养效果。
- 工艺升级提升成分有效性**：通过微胶囊包埋技术、生物酶解技术、低温冷压技术、发酵工艺等创新

品牌发展趋势

品牌正从单纯产品竞争向专业能力体系、数据驱动和国际化布局升级

在分阶喂养行业的未来发展中，品牌竞争将不再局限于产品和渠道，而是向体系化能力和长期壁垒演进。专业化不仅是产品丰富度，更意味着通过科学的生命周期划分、功能性产品组合和精准营养方案建立行业认知壁垒，让用户将品牌视为长期信赖的养护伙伴。与此同时，数据能力成为品牌运营的核心杠杆。多源数据和动态分阶模型使品牌能够把宠物个体差异转化为可执行的喂养方案，实现更精准的产品匹配和长期复购，从而重塑品牌与宠主的互动方式。在国际化方面，分阶喂养的标准化和方法论属性为国产品牌提供了可复制的增长空间。

品牌专业化升级



头部分阶品牌通过“分阶研发投入、临床实证、分阶标准制定”构建专业壁垒，强化“专业养宠伙伴”的品牌形象，提升消费者信任度

品牌数字化发展

AI大数据



精准匹配



月度订阅

数据维度（典型结构）：

基础信息：年龄、品种、体重、性别
生理状态：绝育情况、成长阶段、繁育状态
健康数据：肠胃敏感、皮肤问题、关节问题
行为数据：运动量、食量、活跃度
消费数据：购买频率、品类偏好、价格敏感度

多维分阶模型 X 动态更新机制

品牌数字化转型已成为分阶喂养品牌精准触达需求、提升竞争力的关键。头部品牌通过收集宠主喂养数据、消费行为数据，精准捕捉需求痛点，精准匹配分阶产品

国产品牌国际化

阶段一：OEM/ODM出海

以代工为主，服务海外品牌
产品标准由海外客户定义
企业核心能力集中在成本控制/规模化生产/供应链效率

阶段二：自主品牌出海

开始建立自有品牌，入驻亚马逊/独立站
利用社交媒体（TikTok/IG）营销
产品层面开始差异化（如无谷粮、冻干粮等）

在中国宠物食品出海的背景下，国产分阶喂养品牌积极布局海外市场。国内分阶产品凭借精准营养配比，逐步获得海外市场认可，未来将进一步释放海外布局潜力

BUSINESS
COOPERATION

业务合作

官 网



微信公众号



新 浪 微 博



企 业 微 信



联系我们

- 400 - 026 - 2099
- ask@iresearch.com.cn
- www.idigital.com.cn

LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

THANKS

艾 瑞 咨 询 为 商 业 决 策 赋 能