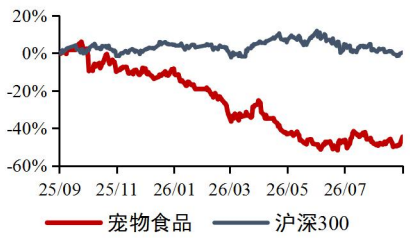
宠物食品 宠物食品系列专题二（上） 同步大市-A(维持)

行业结构升级，功能食品赛道可期

2026 年 9 月 22 日 行业研究/行业专题报告

宠物食品板块近一年市场表现



资料来源：常闻

首选股票		评级
301498.SZ	乖宝宠物	增持-A
002891.SZ	中宠股份	增持-A

相关报告：

【山证宠物食品】行业发展前景广，升级转型谋突围-【山证农业】宠物食品系列专题一 2026.1.23

分析师：

徐风

执业登记编码：S0760519110003

邮箱：xufeng@sxzq.com

陈振志

执业登记编码：S0760522030004

邮箱：chenzhenzhi@sxzq.com

投资要点：

- **在宠物食品行业“精准喂养+消费升级”的背景下，不仅是总体消费规模的提升，而且是消费结构的变化，宠物主对更健康、更精细化的产品与服务产生了系统性的偏好转移。**从宠主消费行为出发，考虑到消费者对主粮营养配比、配料表的高度关注，我们认为功能性食品一定程度上能代表“科学养宠、精细化喂养”理念。有鉴于此，我们在宠物食品系列专题二将研究和探讨宠物功能性食品的发展。
- **功能性食品发展的主要驱动因素：（1）需求端：宠物数量增长放缓，老龄化率提升。**一方面，2025 年城镇犬猫数量同比+1.8%，低于 2019-2024 年 CAGR（4.6%）。其中，犬同比+1.6%，增速相对平稳；猫同比+1.9%，增速放缓。另一方面，我国 7 岁以上犬猫占比近 20%，日本 7 岁以上老年犬占比高达 56.8%、老年猫占比 44.4%，美国老龄犬猫整体占比 37%，欧盟老龄犬占比超 30%。我国老龄宠物市场处于起步阶段，未来五至十年将持续进入集中老龄化周期，老龄宠物保健与疾病养护需求细分增加。（2）**供给端：从行业竞争角度来看，食品厂商对品牌化主粮、尤其是高端主粮的布局尤为重要。**从市场容量来看，主粮是宠物犬猫食品消费压舱石，占比稳定在 70%左右，2025 年犬猫主粮市场规模近 1138 亿元。从盈利能力来看，主粮＞零食，主粮较零食，需求量大、规模效应大；同时，主粮标准化程度高、适合流水线生产，零食 SKU 多、且较多环节依赖手工操作；此外，从商业模式来看，主粮品牌化具备一定的议价能力，毛利率较高。
- **近 10 年功能性宠物食品的产品研发趋势。**（1）上新数量稳定增长：根据 MintelGNPD 的统计（涵盖干粮、湿粮和零食），2016-2025 年，全球范围内功能性宠物食品上市数量累计 54834，2025 年上市数量（6717）较 2016 年（4780）增长 40.5%。（2）上市种类：皮肤和毛发产品最多，消化产品次之，二者主要是干粮产品。（3）配方成分：植物蛋白使用最广泛，集中在干粮；酵母在犬猫干粮中也增长显著；此外常见的成分还有草本、藻类、不饱和脂肪酸（omega-3）等。（4）营养定位：无谷物和高蛋白声明的增长最为明显，其中无谷物往往是针对对谷物敏感或消化耐受性较差的宠物推出的。（5）系统性：宠物食品的功能性表现不能仅从成分的选择来判断，功能效果是配方设计、制造工艺、生物活性稳定性等相互作用的结果。
- **全球功能性宠物食品发展趋势。**据欧睿统计，2025 年全球犬猫处方粮渗透率 4.1%，其中猫处方粮渗透率 3.6%，犬处方粮渗透率为 4.5%。2025 年全球犬猫非处方高端粮渗透率 26.3%，其中猫为 26.2%，犬为 26.3%，考虑到

非处方高端粮包括一些不带功能宣称的主粮，这意味着全球功能粮的渗透率低于 26%。欧睿统计了 10 个国家的处方粮渗透率，数据表现分化。2025 年，日本和意大利处方粮渗透率高，分别为 10.9%、10.1%，美国处方粮渗透率 6.3%，巴西和俄罗斯渗透率低位为 1.6%和 2.9%，其余国家渗透率在中单到高单位数之间分布。

- **我国功能性宠物食品或将进入放量期。**根据中研网预测，功能性主粮渗透率将从 2024 年的 15%跃升至 2030 年的 35%；根据中、美、日宠物老龄化比例，我们测算我国处方粮当前的渗透率约为 1%-2%，假设 2030 年增长到 3%-4%。（1）假设我国城镇犬猫主粮规模增速 2026-2028 年为 7%，2029-2030 年为 6%，高于全球增速（约 5%）；（2）假设处方粮和功能粮渗透率在 2025-2030 年均匀提升。（3）根据以上假设，计算得到：2025-2030 年，处方粮和功能粮迎来高速增长期，复合增速分别为 26.3%、21.3%，远高于犬猫主粮大盘增速（6.6%）。
- **投资建议：**当前宠物食品行业仍处在激烈的竞争当中，企业的营销和研发投入不断增加，盈利能力面临挑战。我们认为，我国的功能性宠物食品或将进入放量期，一方面，宠物数量增速放缓，老龄化率逐步提升，老龄宠物保健与疾病需求细分增加；另一方面，精准喂养的背景下，宠主愿意为功能性食品支付合理的溢价，对企业来讲，既可以增加收入规模，又能在一定程度上改善盈利能力。国内上市的宠物食品企业对功能性食品的布局仍在起步阶段，特别是处方粮，对企业的研发能力、生产能力、渠道拓展能力均提出了较大的挑战。建议关注功能性食品布局相对全面的乖宝宠物，确立“科学预防专家”全新定位的中宠股份，以及洁齿类功能零食布局领先的佩蒂股份。

风险提示：市场竞争加剧的风险；产品拓展不及预期的风险；贸易摩擦风险；原材料价格波动的风险；产品质量风险。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

目录

1. 供需双向驱动功能性食品扩容 6

1.1 需求端驱动因素：宠物数量增长放缓，老龄化率提升 6

1.2 供给端驱动因素：竞争加剧，功能产品助力盈利改善 10

2. 功能性宠物食品行业的发展特征和趋势 15

2.1 近 10 年功能性宠物食品的产品研发趋势 15

2.2 全球功能性食品发展趋势 19

2.3 我国功能性食品或将进入放量期 22

3. 投资建议 23

3.1 上市公司 23

3.2 投资建议 26

4. 风险提示 27

图表目录

图 1： 2025 年宠物犬猫数量增速略有放缓 7

图 2： 老龄犬潜力产品 TOP3 8

图 3： 老龄猫潜力产品 TOP3 8

图 4： 老龄宠物主粮功能偏好 8

图 5： 老龄宠物保健品消费分布 9

图 6： 中国老龄宠物食品渗透率约 5% 9

图 7： 2025 年中国老龄宠物食品规模 48.6 亿元 9

图 8： 抖音渠道维持高增长 10

图 9： 犬猫主粮消费在食品中占比近 7 成 11

图 10： 2025 年，犬猫主粮规模 1138 亿元（亿元）.....11
图 11： 2025 年，犬猫零食规模 425 亿元（亿元）.....11
图 12： 2025 年，犬猫营养品规模 116 亿元（亿元）.....11
图 13： 乖宝宠物产品毛利率.....12
图 14： 中宠股份产品毛利率.....12
图 15： 猫主粮升级路径表现为“工艺更鲜、肉源更野、功能更专”.....13
图 16： 狗主粮同样在工艺、肉源、功能三大维度上实现跃升.....13
图 17： 京东宠物功能粮销售显著增长.....15
图 18： 皇家处方粮出现在天猫的狗主粮品牌 TOP10.....15
图 19： 2016-2025 年功能性宠物食品新品稳定增长.....16
图 20： 聚焦皮肤毛发和消化相关的功能食品数量最多.....17
图 21： 功能性配方中常见成分.....18
图 22： 明确宣传的功能性成分.....18
图 23： 无谷物声明增长明显.....19
图 24： 高蛋白声明增长明显.....19
图 25： 2012-2025 年全球犬猫处方粮规模以及渗透率.....20
图 26： 2012-2025 年全球犬猫非处方高端粮规模以及渗透率.....21
图 27： 2012-2025 年主要国家犬猫处方粮渗透率.....21
图 28： 我国高端宠粮占比持续提升.....22
图 29： 乖宝推出处方粮品牌——康弗.....24
图 30： 弗列加特推出多款功能性食品.....24
图 31： 领先推出“免疫+”系列烘焙猫粮.....25
图 32： Wanpy 金盾专研美毛护肠烘焙粮.....25

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

图 33： 好适嘉布局美毛、体重管理产品.....26
图 34： 齿能 30 年专注宠物牙齿健康.....26

表 1： 2026 年上半年宠食新品汇总.....13
表 2： 中国处方粮和功能粮市场规模测算（单位：亿元）.....23

1. 供需双向驱动功能性食品扩容

在《宠物食品系列专题一：行业发展前景广，升级转型谋突围》中，我们指出宠物食品行业“精准喂养+消费升级”趋势，不仅意味着总体消费规模的提升，而且是消费结构的变化，宠物主对更高品质、更健康、更精细化的产品与服务产生了系统性的偏好转移。

从宠主消费行为出发，考虑到消费者对主粮营养配比、配料表的高度关注，我们认为功能性食品一定程度上能代表“科学养宠、精细化喂养”理念。有鉴于此，我们在宠物食品系列专题二将研究和探讨宠物功能性食品的发展。

功能性宠物食品在提供基本营养的同时添加了特定活性成分和营养素，旨在提供额外的保健、调节及其他功能，以改善宠物的健康状况。功能性宠物食品种类丰富，（1）按用途，即根据功能性宠物食品的使用场景：分为处方粮、功能粮和基础日粮等，处方粮用于辅助疾病治疗、需要兽医处方，功能粮则用于日常保健、完全开放零售渠道无购买门槛。我国农业农村部发布了处方粮监管标准，而功能粮则更多是基于营养学或商业上的概念。（2）按目标功能，即根据功能性宠物食品针对的特定健康问题或需求：分为体重管理、泌尿系统呵护、消化支持、免疫调节等；（3）按属性差异，即根据功能性宠物食品的含水量、营养密度、形态等特性：分为干粮、湿粮及半湿粮。

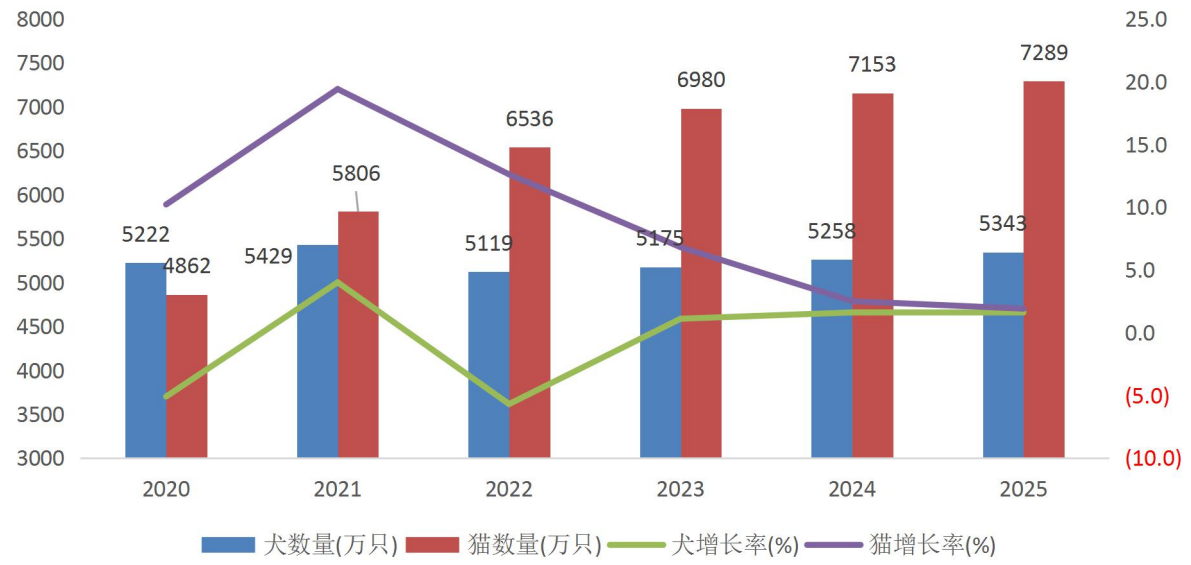
1.1 需求端驱动因素：宠物数量增长放缓，老龄化率提升

宠物食品的需求端包括宠物和宠主，宠主的年龄结构、购买偏好、拟人化喂养方式已经在专题一讨论过，因此专题二将重点探讨宠物自身需求的特点。

宠物犬猫数量长期渗透率有提升空间，但短期增速边际放缓。2025 年城镇犬猫数量为 1.26 亿只，较 2024 年增长 1.8%，低于 2019-2024 年 CAGR（4.6%）。其中，宠物犬的数量为 5343 万只，较 2024 年增长 1.6%，增速相对平稳；宠物猫的数量为 7289 万只，较 2024 年增长 1.9%，增速放缓、首次低于 2%。《专题一》测算我国城镇家庭宠物渗透率约 21%，低于日本和韩国宠物渗透率约为 60%（由于口径不同，日本宠物渗透率约为 40%-60%）、30%。然而，短期宠物数量增速放缓或导致宠物食品行业竞争趋于激烈、尤其对中低价位产品，而高端产品受影响程度相对较小。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

图 1：2025 年宠物犬猫数量增速略有放缓



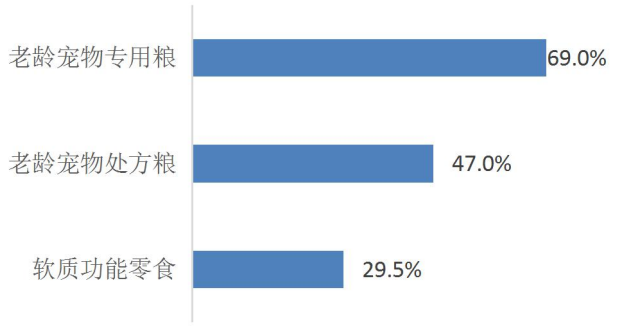
资料来源：宠物行业白皮书 2022-2026，山西证券研究所

我国宠物年龄结构未来五至十年或将进入集中老龄化周期。根据亚宠研究院《宠物行业蓝皮书》相关数据，我国 7 岁以上犬猫占比近 20%，其中，老龄犬数量约 1778 万只（数量含城镇与乡村）高于老龄猫数量约 1083 万只。根据新快报，日本 7 岁以上老年犬占比高达 56.8%、老年猫占比 44.4%；美国老龄犬猫整体占比 37%；欧盟老龄犬占比超 30%。我国宠物年龄结构仍偏年轻化，老龄宠物市场处于起步阶段，未来五至十年将持续进入集中老龄化周期。

老龄宠物保健与疾病养护需求细分增加。一方面老龄宠物专用粮消费潜力较高，约 70%养宠人群倾向购买老龄宠物专用粮，50%购买老龄宠处方粮。另一方面，随着宠物迈入老年，提高免疫、骨骼健康外，肝脏、肾脏、胰脏等老龄宠物内科健康需求不断增加。同时，食品结合不同宠物体型从中老期到高老期定制化配方升级。

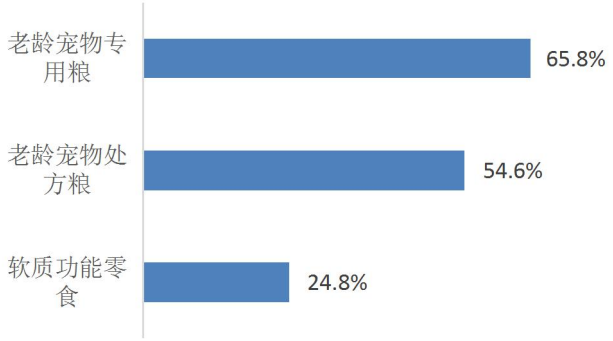
当前我国老龄宠物食品渗透率低，约为 5%，显著低于日本（42%）、美国（38%）、欧盟（32%），老龄宠物食品规模在 2025 年规模仅有 48.6 亿元。一方面老龄化率有望继续提升，另一方面精准喂养理念下、老龄宠物定制食品有望增加，行业增长空间大、确定性高。

图 2：老龄犬潜力产品 TOP3



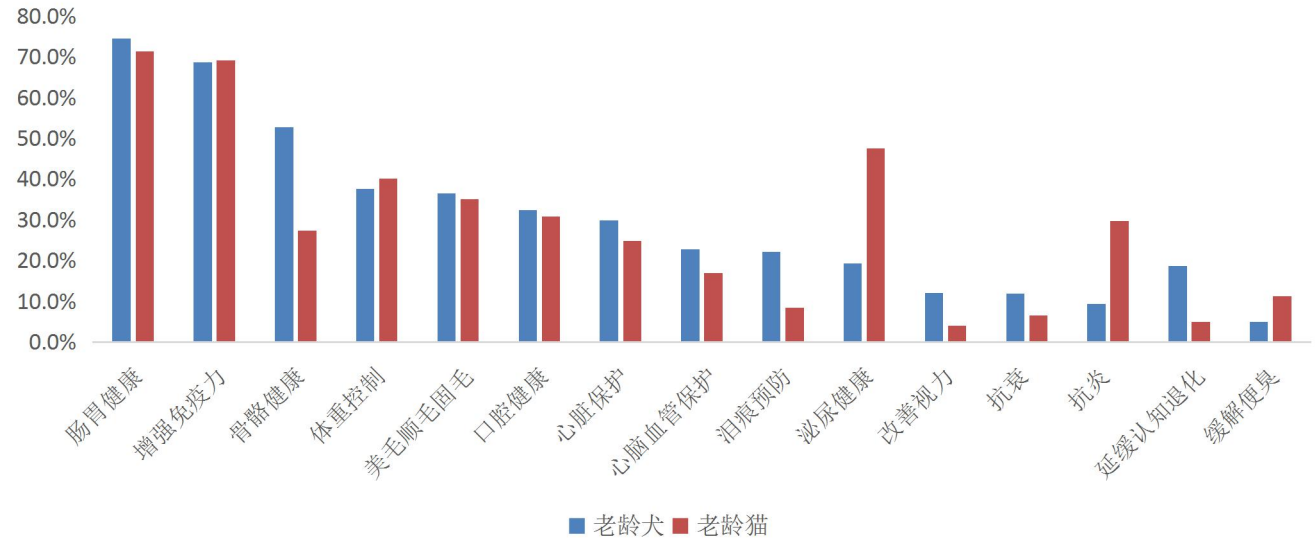
资料来源：大数跨境《2025 宠物行业蓝皮书·中国老龄宠物消费洞察报告》，山西证券研究所

图 3：老龄猫潜力产品 TOP3



资料来源：大数跨境《2025 宠物行业蓝皮书·中国老龄宠物消费洞察报告》，山西证券研究所

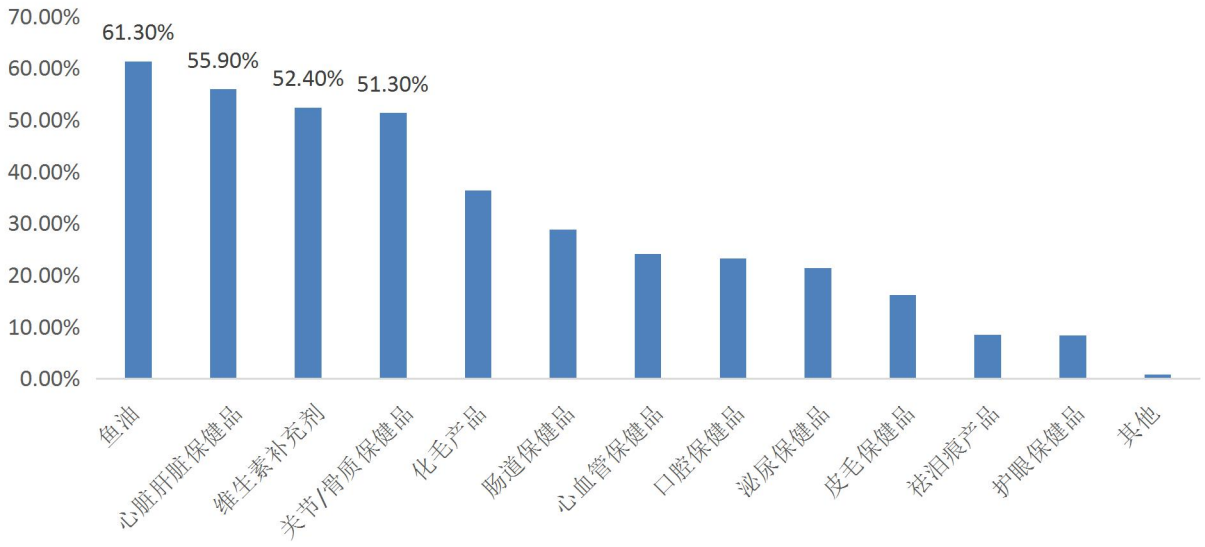
图 4：老龄宠物主粮功能偏好



资料来源：大数跨境《2025 宠物行业蓝皮书·中国老龄宠物消费洞察报告》，山西证券研究所

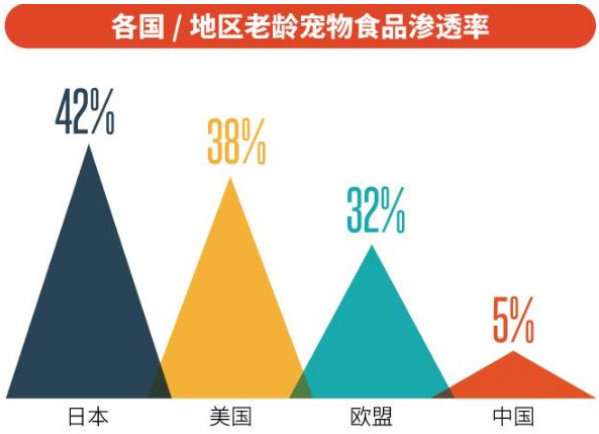
更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

图 5：老龄宠物保健品消费分布



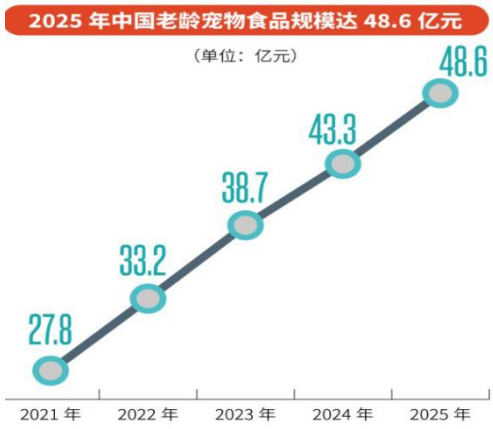
资料来源：大数跨境《2025 宠物行业蓝皮书·中国老龄宠物消费洞察报告》，山西证券研究所

图 6：中国老龄宠物食品渗透率约 5%



资料来源：今日头条、新快报、艾媒咨询，山西证券研究所

图 7：2025 年中国老龄宠物食品规模 48.6 亿元

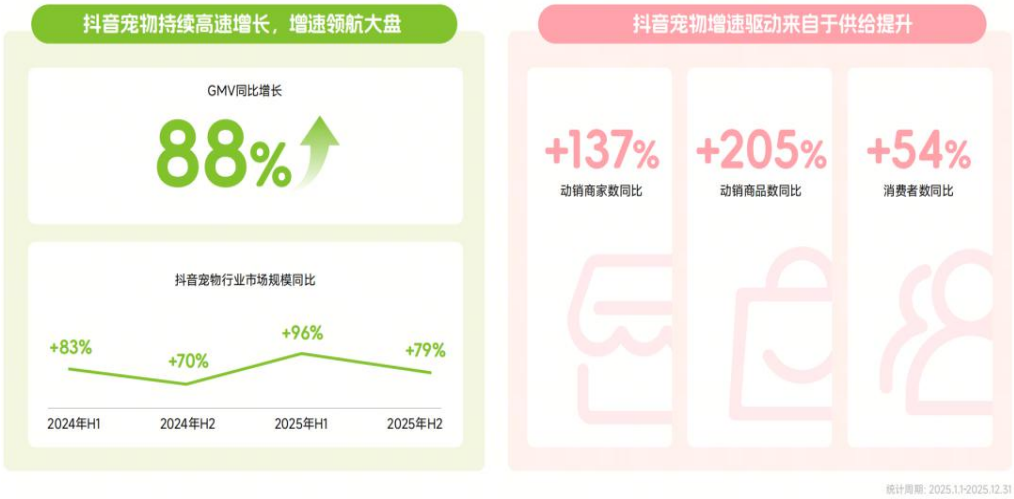


资料来源：今日头条、新快报、艾媒咨询，山西证券研究所

1.2 供给端驱动因素：竞争加剧，功能产品助力盈利改善

当前宠物食品行业仍处在激烈竞争中，以抖音平台为例，宠食企业将抖音作为新品牌、新产品推广的主要阵地，抖音宠物销售持续高增长，背后正对应了供给端的增加。2025 年，抖音宠物 GMV 同比增长 88%，从供给端来看，动销商家数量同比增长 137%、动销商品数量增长 205%，而同期的消费者数量增速为 54%，低于供给端的增长。

图 8：抖音渠道维持高增长



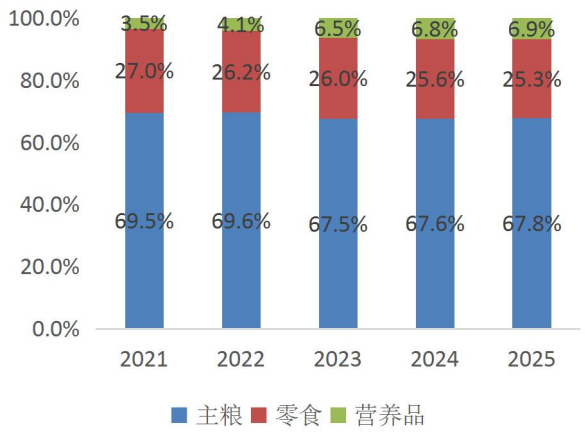
资料来源：宠业家公众号，《2026 抖音电商宠物新品趋势白皮书》，山西证券研究所

在行业竞争趋于激烈的背景下，厂商对主粮、尤其是高端主粮的布局显得更为重要。简单来说，相较零食和营养品而言，宠物主粮市场规模更大，盈利能力更强（较零食）。

主粮强调“全价”，所含营养素和能量能满足犬猫每日全面营养需求，是宠物犬猫食品消费压舱石，占比稳定在 70%左右。从结构来看，2025 年，犬猫食品中主粮占比 67.8%，零食占比 25.3%，营养品占比 6.9%；从规模来看，2025 年，犬猫主粮 1138 亿元，零食 425 亿元，营养品 116 亿元。从市场增速来看，保健品增长快于主粮和零食，2025 年主粮/零食/营养品规模同比分别增长 6.3%/5.3%/7.0%；2021-2025 年，营养品规模 CAGR 为 26.7%，主粮规模 CAGR 为 6.3%，零食规模 CAGR 为 5.3%。

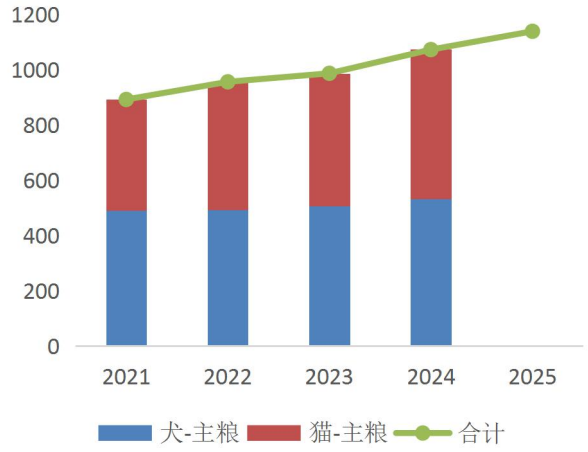
更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

图 9：犬猫主粮消费在食品中占比近 7 成



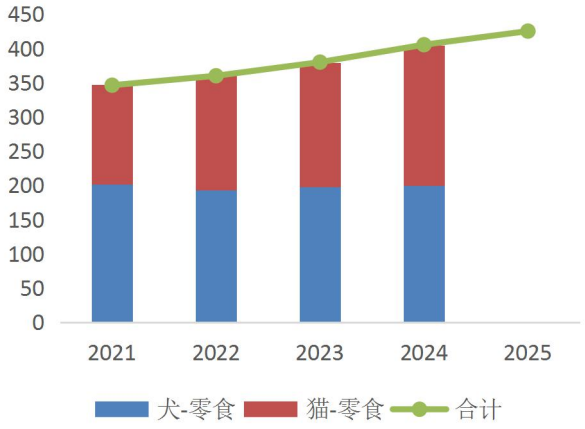
资料来源：《中国宠物行业白皮书》2022-2026，宠物行业白皮书公众号，山西证券研究所

图 10：2025 年，犬猫主粮规模 1138 亿元（亿元）



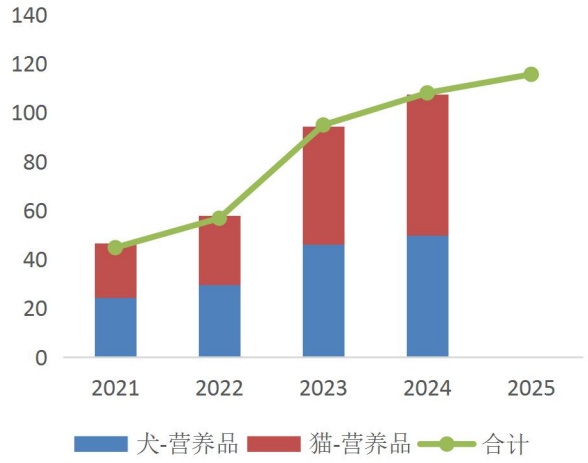
资料来源：《中国宠物行业白皮书》2022-2026，宠物行业白皮书公众号，山西证券研究所

图 11：2025 年，犬猫零食规模 425 亿元（亿元）



资料来源：《中国宠物行业白皮书》2022-2026，宠物行业白皮书公众号，山西证券研究所

图 12：2025 年，犬猫营养品规模 116 亿元（亿元）

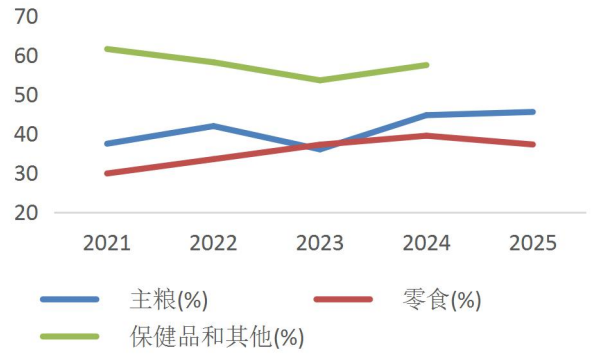


资料来源：《中国宠物行业白皮书》2022-2026，宠物行业白皮书公众号，山西证券研究所

从盈利能力来看，主粮＞零食。以上市公司数据为参考，2025 年，乖宝宠物主粮、零食

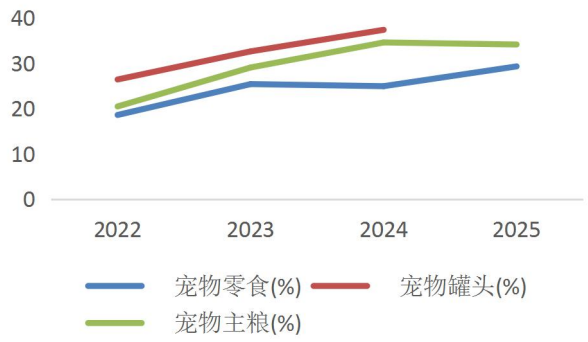
的毛利率分别为 45.52%、37.24%；中宠股份主粮和零食的毛利率分别为 34.14%、29.3%。**主粮较零食盈利能力更好，**一方面，主粮较零食，需求量大、采购成本低，规模效应大；另一方面，主粮标准化程度高、适合流水线生产，零食 SKU 多、且较多环节依赖手工操作。此外，从商业模式来看，国内宠食厂商的代工业务多是海外厂商的零食业务，毛利率低；而主粮的配方保密、规模效应等，多由企业自主生产，品牌化具备一定的议价能力，毛利率较高。

图 13：乖宝宠物产品毛利率



资料来源：wind，山西证券研究所

图 14：中宠股份产品毛利率



资料来源：wind，山西证券研究所

宠物食品企业响应宠主需求，从工艺、肉源、功能等多个维度对主粮进行迭代升级。在工艺升级方面，低温烘焙、冷鲜粮、酶解技术等正在提供更多选择；在肉源方面，兔肉、乳鸽、鹿肉等稀有蛋白源成为新宠；在功能方向上，猫的美毛、肠胃、免疫、泌尿四大健康管理功能已成为标配，犬主粮则围绕关节、口腔、肠胃、老年、体重、品种、泪痕等七大方向做精准添加。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

图 15：猫主粮升级路径表现为“工艺更鲜、肉源更野、功能更专”



资料来源：宠业家公众号，《2026 抖音电商宠物新品趋势白皮书》，山西证券研究所

图 16：狗主粮同样在工艺、肉源、功能三大维度上实现跃升



资料来源：宠业家公众号，《2026 抖音电商宠物新品趋势白皮书》，山西证券研究所

梳理各宠食品牌在 2026 年上半年发布的新品，可以发现以下特点：1、精准化，“分龄、分品种、分场景”，例如针对幼猫的奶糕粮，针对布偶/英短的品种专研烘焙猫粮，从通用型向定制化转型； 2、健康化，功能粮上市数量增加，聚焦免疫、肠胃、美毛、泌尿、关节等具体健康问题；3、科学化，强调临床实证、医研合作、数据驱动。宠食品牌正从提供基础营养，全面转向提供基于科学研究的个性化健康解决方案。

表 1：2026 年上半年宠食新品汇总

品牌	新产品名称	产品定位	核心功能/特点
冠能(雀巢普瑞纳)	免疫加护系列(含 5 款主食猫罐头、2 款犬猫干粮)	首款日常营养湿粮，定位“科学喂养‘干湿搭配’新篇章”，成为“多场景科学营养解决方案提供者”。	1. 三重免疫保护：通过β-葡聚糖（激发抵抗力）、维生素 E（提升自御力）、Omega-3 脂肪酸（强化保护力）构建免疫屏障。 2. 干湿搭配：倡导科学喂养方式，湿粮支持泌尿健康、消化率高，干粮方便喂食、有助口腔健康。
皇家（玛氏）	离乳期奶糕罐头、成猫心脏全价处方粮	覆盖全生命周期，针对特定生命阶段和疾病期提供专业营养支持。	1. 离乳期奶糕罐头：专为 1-4 月龄幼宠设计，超细腻肉泥易进食，添加专研成分提升自护力。 2. 成猫心脏全价处方粮：针对肥厚型心肌病患猫，旨在延缓疾病进展、提高生活质量。
希宝（玛氏）	全价成猫主食猫条	拓展湿粮主食化场景	顺应湿粮主食化趋势，将猫条这一传统零食形态升级为全价主食，拓展科学喂养场景。
爱肯拿（玛氏）	双拼倍护猫粮 Nutra-Duo 系列	-	主打泌尿日常养护。
渴望（玛氏）	超浓系列主食罐	-	以浓鲜肉泥质地覆盖成猫、幼猫需求，兼顾美毛与消化吸收。

弗列加特(乖宝)	体态管理配方烘焙猫粮	科学体重管理猫粮，避免传统“硬饿”导致的肌肉流失。	三重能量管理：精准分离甘油三酯以从源头减少脂肪摄入；科学添加甘油二酯帮助减少脂肪堆积，同时搭配 L-肉碱，帮助猫咪消耗多余脂肪，协同降低体脂；结合膳食纤维增强饱腹感。
弗列加特(乖宝)	品种专研烘焙猫粮 (布偶/英短)	首款针对特定品种猫遗传特质与健康需求的专属猫粮。	1、布偶品种烘焙猫粮：针对布偶高发的“玻璃胃”与美毛护肤的需求，将部分大分子蛋白定向重组为小分子短肽，降低消化负担，并针对性添加磷虾油。 2、英短品种烘焙猫粮：针对英短猫特有的“易胖体质”及潜在的肥厚型心肌病风险，通过高鲜肉、中低脂肪的配方设计，配合支链氨基酸促进肌肉合成，并针对性添加有益于心脏健康的支持成分。
麦富迪(乖宝)	奶弗幼猫粮(奶糕粮)	“天生免疫营养，科学延续母乳”，专为 1-4 月龄离乳期幼猫设计。	1. 三重母乳营养：20%生羊乳+45%鲜肉实现奶肉协同；添加天然免疫蛋白因子与 3 大专利母乳自护菌；采用超微乳化微粒技术提升吸收率。 2. 科研背书：联合中国海洋大学成立行业首个犬猫母乳营养研究院，深化幼宠起点营养研究。
康弗（乖宝）	全新处方粮品牌 ，康复、肠道、泌尿、低脂、低过敏五大系列	宠物临床营养，定位“营养介入医疗”，旨在成为兽医师的可靠后盾。	1. 医研食协同：深度融合营养学与宠物临床医学，提出“教育赋能+专业产品+临床工具”三位一体方案。 2. Vet Meta+™技术：基于 Warm Data 大数据，围绕生病犬猫器官的“吸收—转化—修复”进行分子级营养调控。 3. GMP 生产线：在超级工厂内按药品洁净度标准建立独立处方粮生产线。
领先（中宠）	“免疫双屏障”系列 (蓬蓬猫粮、壮壮猫粮)	“科学预防”，推动宠物健康管理逐步向主动预防升级。	“蓬蓬粮”专注外部屏障（皮毛健康），创新提出“屏障型美毛”理念，“屏障型美毛”更强调通过系统营养支持皮肤免疫与屏障防御能力，帮助猫咪健康；“壮壮粮”专注内部屏障（肠道健康），针对猫咪软便、不长肉等常见问题专项研发，首创专利益菌型护肠体系。
爵宴(佩蒂股份)	全价风干幼犬粮、季节限定冻干鲜花饼、全新全价犬主食冻干	品牌升级至“Better Life for Health”，从喂养升级为生命健康状态呵护。	1、全价风干幼犬粮：采用轻薄 4mm 粮体设计，搭配低温风干工艺，加入 0 乳糖奶源及天然果蔬成分，适配幼犬消化特点； 2、季节限定冻干鲜花饼：采用高占比肉基底，搭配羊奶与食用花瓣、养生食材，适配猫狗食用需求； 3、全新全价犬主食冻干：采用无谷无抗配方，粗蛋白含量超 40%，均衡果蔬配比，并以独立小包装优化储存与喂食便利性。
凯锐思(耀目宠物集团)	6 阶金爪烘焙猫粮 (全系列)	“6 阶营养·更懂喂养”，主打全生命周期分阶精准营养，旨在终结“一粮通吃”。	1. 6 阶精准划分：针对离乳期、幼年期、青春期、成熟期、初老期、高龄期 6 个阶段设计专属配方。 2. 独立配方体系：6 个阶段均采用独立研发的专属配方,而非同一套基础配方调整参数。全系列以 90%高鲜肉含量为统一基底,在肉源组合、功能成分与专利菌株配置上实现全面差异化。 3. 高鲜肉基底：全系列采用 90%高鲜肉含量，搭配 UPtake 吸收技术（酶解预消化+低温烘焙）。"

资料来源：宠业家公众号，中国经济网，中国商务新闻网，中国新闻网，上海徐汇区人民政府网站，中宠股份官网，新浪网，证券日报之声，麦富迪官网，宠物行业白皮书公众号，消费日报网，山西证券研究所

2026 年 618 购物节，宠物功能粮显著增长，皇家处方粮旗舰店进入天猫狗主粮 TOP10。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

（1）京东宠物：美毛/肠道健康/关节养护功能宠粮成交额同比+82%，老年粮+79%，处方粮+60%；（2）皇家处方粮出现在天猫的狗主粮 TOP10，体现了极强的结构信号，宠物慢病喂养需求释放，头部成熟处方粮品牌壁垒高。

图 17：京东宠物功能粮销售显著增长



资料来源：京东宠物，山西证券研究所

图 18：皇家处方粮出现在天猫的狗主粮品牌 TOP10



资料来源：宠经说，山西证券研究所

2. 功能性宠物食品行业的发展特征和趋势

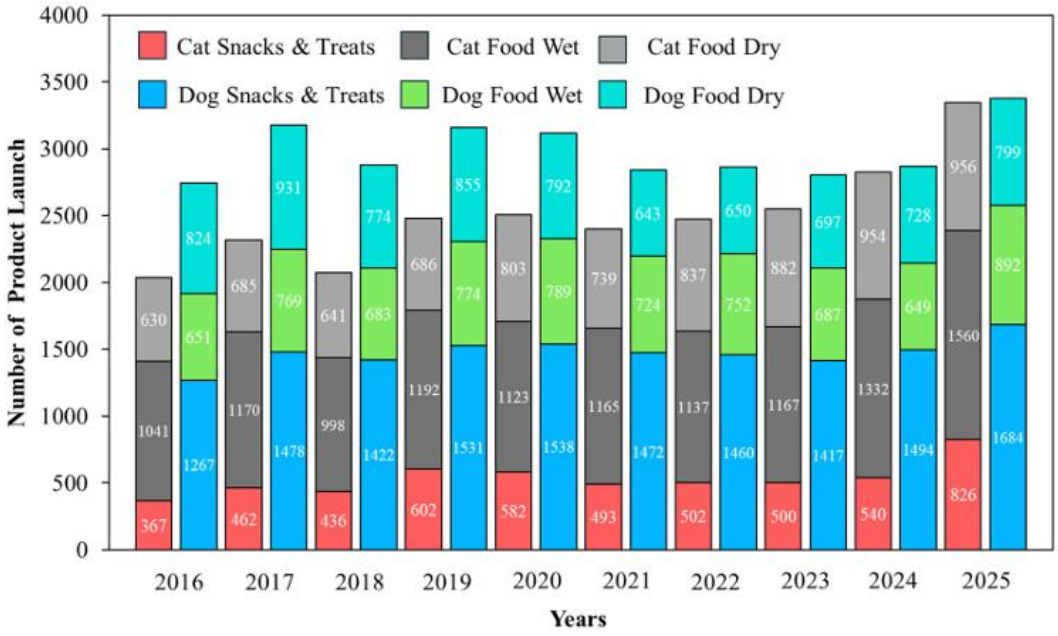
2.1 近 10 年功能性宠物食品的产品研发趋势

从功能性食品上市数量来看，根据 MintelGNPD 的统计（涵盖干粮、湿粮和零食），2016-2025 年，全球范围内功能性宠物食品上市数量累计 54834，2025 年上市数量（6717）较 2016 年（4780）增长 40.5%；其中，猫功能食品上市数量累计为 24994，2025 年上市数量（3342）较 2016 年（2038）增长 64.0%；犬功能食品上市数量累计为 29840，2025 年上市数量（3375）较 2016 年（2742）增长 23.1%。猫功能食品中，以湿粮为主，占比在 45%-52%，零食增速较高，10

年 CAGR 为 8.5%；犬功能食品中，以零食为主，占比 46%-52%，湿粮增速较快，10 年 CAGR 为 3.2%。

从功能食品上市种类来看，MintelGNPD 统计了 15 个常见的目标功能的产品上市数量，**发现皮肤和毛发产品最多达到 14715，消化产品次之达到 14122**，二者主要是干粮产品；其中，皮肤和毛发类食品，犬干粮 4404，猫干粮 4243；消化类食品，犬干粮 4617，猫干粮 4113。与之对应的，牙齿和口气清新的功能食品则以零食为主。

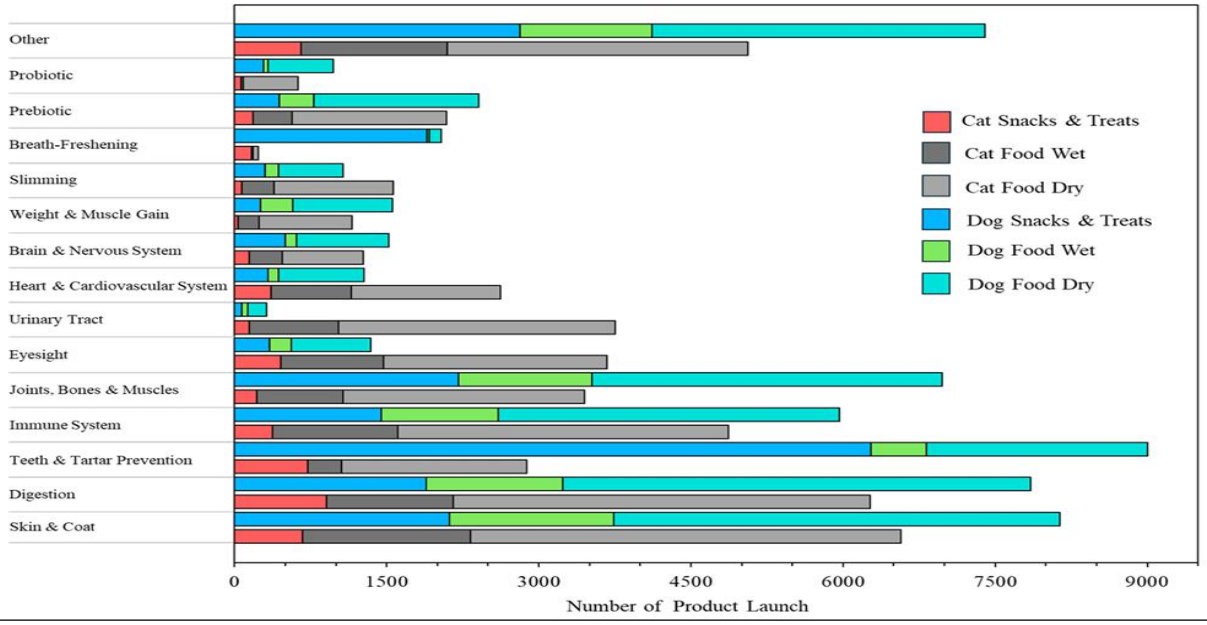
图 19：2016-2025 年功能性宠物食品新品稳定增长



资料来源：Advances in Functional Pet Food Research: Health-Driven Ingredients, Nutritional Targets and Evidence-Based Claims，Mintel GNPD，山西证券研究所

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

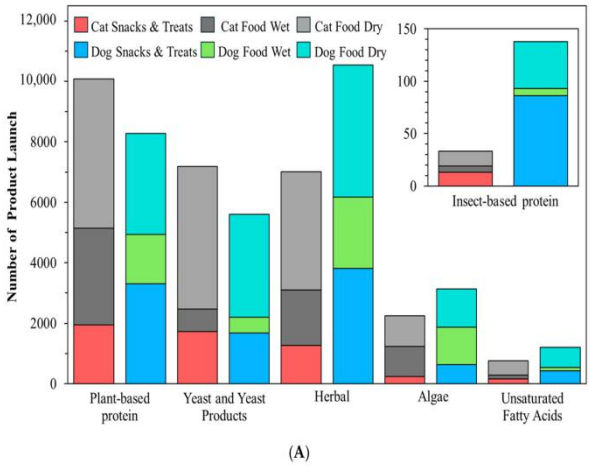
图 20：聚焦皮肤毛发和消化相关的功能食品数量最多



资料来源：Advances in Functional Pet Food Research: Health-Driven Ingredients, Nutritional Targets and Evidence-Based Claims，Mintel GNPD，山西证券研究所

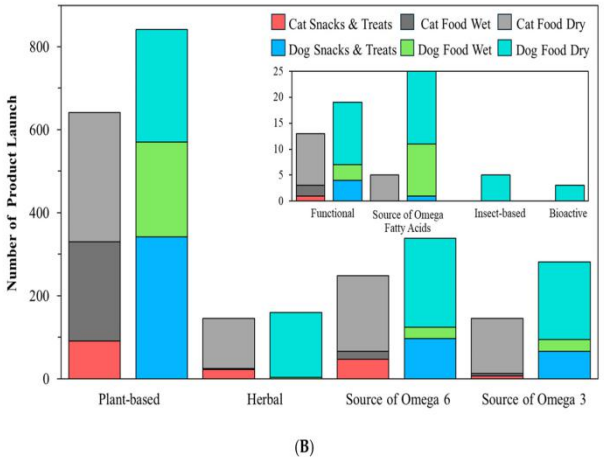
从配方成分来看，有些成分被广泛使用，但考虑到宣传门槛、大众认知、合规风险等，只有少数几种会被用在包装正面的成分声明中。根据 Mintel GNPD 统计，植物蛋白在功能性食品配方中使用最广泛，集中在猫干粮和狗干粮中，通常强调植物和动物成分的混合、素食配方以及高质量植物蛋白来源。酵母和酵母产品在犬猫干粮中也增长显著，通常被描述为蛋白质、B 族维生素和矿物质的来源，有助于毛发健康、免疫支持和增加食物的适口性。此外常见的成分还有草本、藻类、不饱和脂肪酸等，其中藻类强调螺旋藻以及海洋来源的 EPA 和 DHA，支持肠道健康；不饱和脂肪酸主要强调富含 omega，支持毛发光泽和皮肤健康。从成分的宣传来看，植物基相关宣称数量占据主导（1482 条），覆盖全价主食与零食品类；Omega- 6 脂肪酸来源为第二大类宣传卖点（586 条），Omega- 3 来源宣称同样较为普遍（426 条）；植物与草本相关宣称规模适中。

图 21：功能性配方中常见成分



资料来源：Advances in Functional Pet Food Research: Health-Driven Ingredients, Nutritional Targets and Evidence-Based Claims，Mintel GNPD，山西证券研究所

图 22：明确宣传的功能性成分

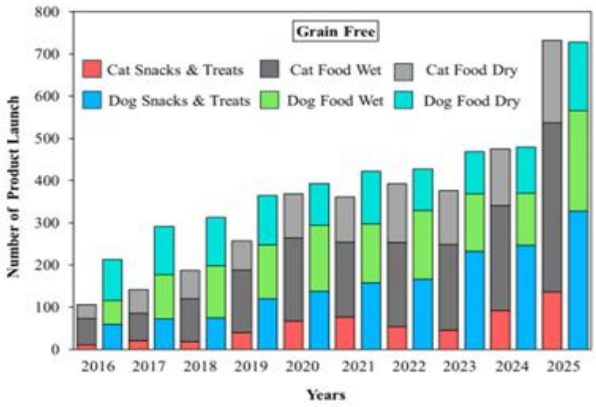


资料来源：Advances in Functional Pet Food Research: Health-Driven Ingredients, Nutritional Targets and Evidence-Based Claims，Mintel GNPD，山西证券研究所

从功能性宠物食品新品发布中的营养定位声明来看，无谷物和高蛋白声明的增长最为明显。无谷物增长最快，其中以猫湿粮（从 62 增至 400，增长 545.16%）和猫干粮（从 33 增至 196，增长 493.94%）为主。无谷物新品往往是针对对谷物敏感或消化耐受性较差的宠物推出的，通常强调避免常见过敏原，而且经常与“无谷物”、“不含谷物”或“单一蛋白/单蛋白”共同标注。高蛋白/添加蛋白也显示出加速增长，尤其是在猫产品中，湿猫粮从 10 增加到 62，干猫粮从 43 增加到 189。低脂/无脂/减脂是狗零食中最多的营养宣传（累计 2579 次），但增长有限，从 2016 年的 228 次增加到 2025 年的 259 次。

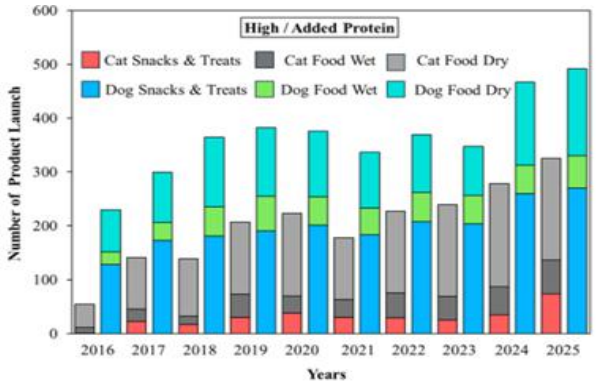
更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

图 23：无谷物声明增长明显



资料来源：Advances in Functional Pet Food Research: Health-Driven Ingredients, Nutritional Targets and Evidence-Based Claims，Mintel GNPD，山西证券研究所

图 24：高蛋白声明增长明显



资料来源：Advances in Functional Pet Food Research: Health-Driven Ingredients, Nutritional Targets and Evidence-Based Claims，Mintel GNPD，山西证券研究所

宠物食品的功能性表现不能仅从成分的选择来判断，功能效果是配方设计、制造工艺、生物活性稳定性等相互作用的结果。其中，宠物食品制造工艺强调加工对后期产品质量属性的影响——比如硬度、堆积密度、内部结构以及储存期间的抗氧化稳定性，这些参数不仅决定了保质期和安全性，还会影响适口性、喂食行为，以及功能性成分在各餐中的摄入可重复性。

2.2 全球功能性食品发展趋势

根据欧睿的统计口径，犬猫粮分别细分为干/湿粮，并继续下分为经济型、中端、高端粮，高端粮下继续细分为处方粮和非处方粮，根据欧睿对非处方高端粮的定义，以及品牌列示 Hill's Science Plan, Iams, Eukanuba, Royal Canin, Purina ONE and Pro Plan，涵盖了我们所说的功能粮、特定品种粮以及高端工艺粮等类型。

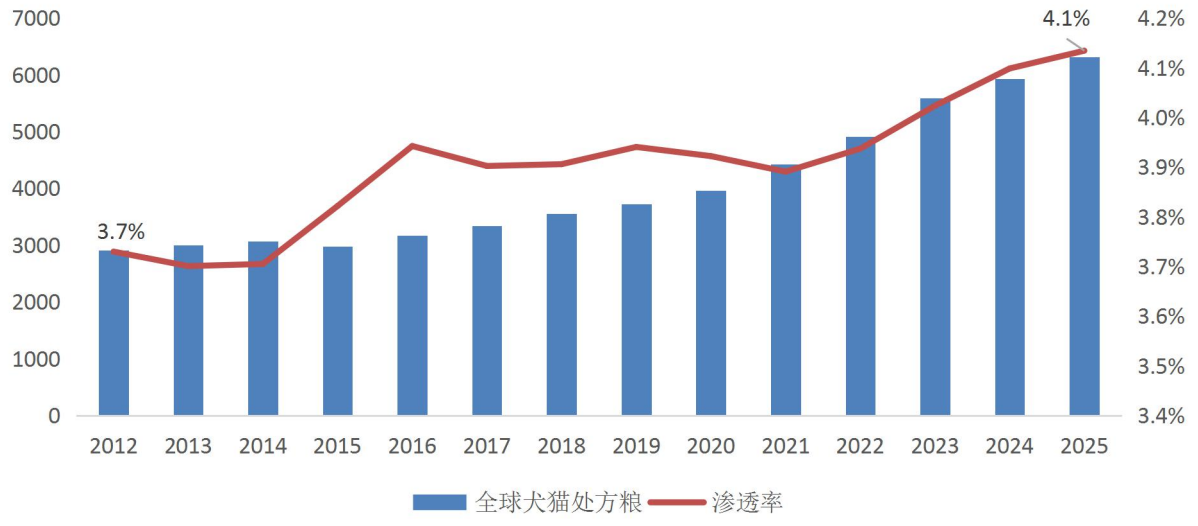
根据欧睿统计，2025 年全球犬猫处方粮渗透率 4.1%，其中猫处方粮渗透率 3.6%，犬处方粮渗透率为 4.5%；较 2012 年，渗透率提升幅度分别在 0.4pct、0.3pct、0.5pct，缓慢提升，犬和猫增长幅度接近。从规模来看，2025 年犬猫处方粮规模 63.15 亿美元，其中犬处方粮 40.88

亿美元（占比 64.7%），猫处方粮 22.27 亿美元（占比 35.3%）。从增速来看，2012-2025 年，全球犬猫粮、猫粮、犬粮大盘的复合增速为 5.3%、5.9%、4.9%，犬猫处方粮、犬处方粮、毛处方粮的复合增速分别为 6.2%、6.6%、5.9%，处方粮复合增速略高于犬猫粮大盘近 1pct。

2025 年全球犬猫非处方高端粮渗透率 26.3%，其中猫为 26.2%，犬为 26.3%，考虑到非处方高端粮包括一些不带功能宣称的主粮，这意味着全球功能粮的渗透率低于 26%。2012-2025 年，非处方高端粮的渗透率大幅提升，犬猫、猫、犬非处方高端粮的渗透率提升幅度分别为 5.4pct、1.2pct、7.9pct，犬非处方高端粮的复合增速 7.9%高于猫（6.3%）。整体来看，非处方高端粮的渗透率较处方粮更高，增速也更快。

欧睿统计了 10 个国家的处方粮及非处方高端粮渗透率，数据表现分化。处方粮渗透率由多种因素决定，比如宠物健康状况、医疗体系与监管、居民购买力、消费者教育、行业供给等。根据欧睿统计，发现这 10 个国家处方粮渗透率方差较大，2025 年，日本和意大利处方粮渗透率领先分别为 10.9%、10.1%，美国处方粮渗透率在 6.3%，巴西和俄罗斯渗透率低位为 1.6%和 2.9%，其余国家渗透率在中单到高度单位数之间分布。

图 25：2012-2025 年全球犬猫处方粮规模以及渗透率



资料来源：欧睿，山西证券研究所

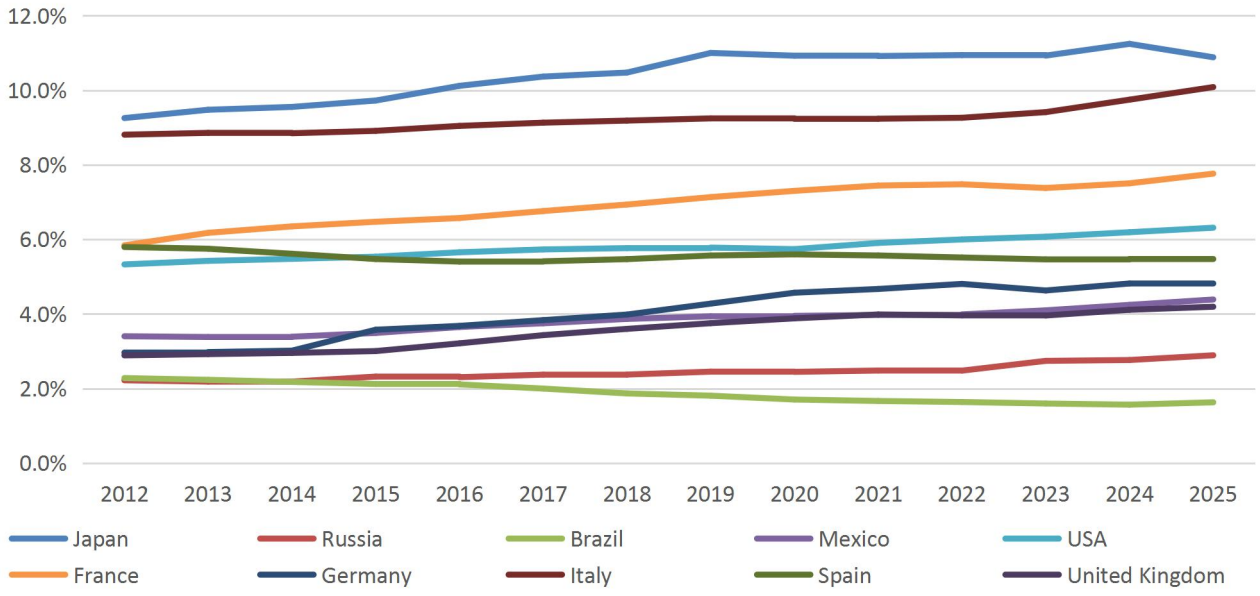
更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

图 26：2012-2025 年全球犬猫非处方高端粮规模以及渗透率



资料来源：欧睿，山西证券研究所

图 27：2012-2025 年主要国家犬猫处方粮渗透率

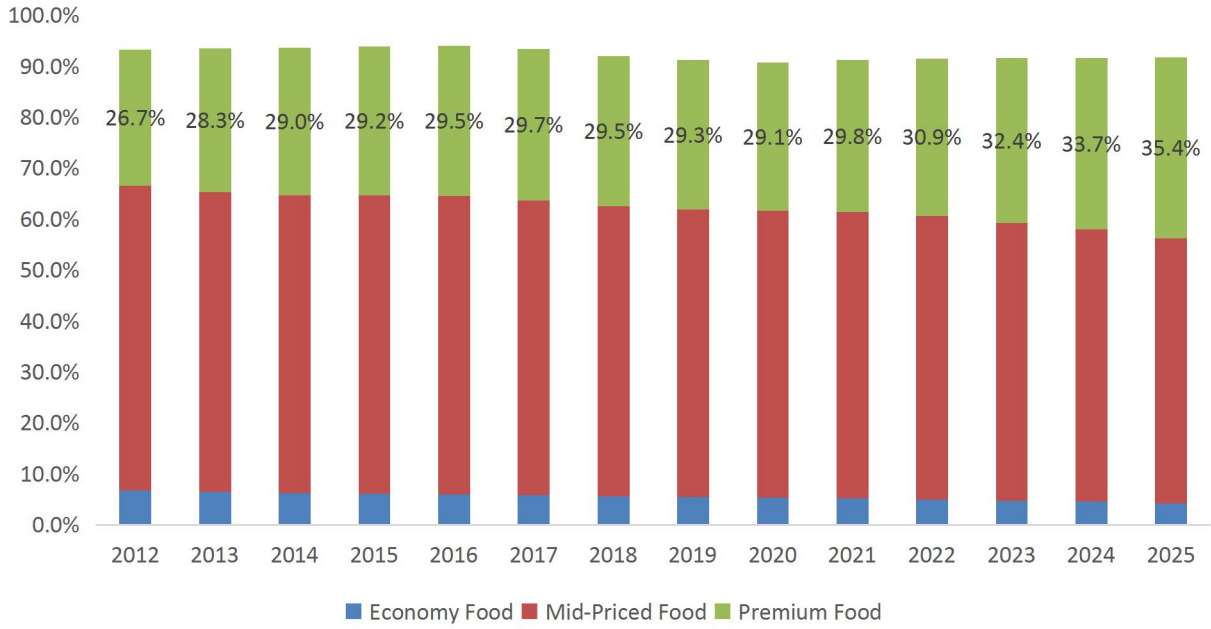


资料来源：欧睿，山西证券研究所

2.3 我国功能性食品或将进入放量期

近年来，我国高端宠粮规模快速增长，渗透率大幅提升。根据欧睿统计，2025 年，我国犬猫食品中，经济型主粮占比 4.2%，中端主粮占比 52.0%，高端宠粮占比 35.4%，剩余部分为零食；较 2012 年，经济型主粮占比下滑 2.5pct，中端粮占比下滑 7.8pct，而高端粮占比则提升 8.8pct。欧睿并未统计到我国高端粮中处方粮和非处方粮各自的规模，可以理解为二者合计占比在 35%以内。

图 28：我国高端宠粮占比持续提升



资料来源：欧睿，山西证券研究所

关于我国国内处方粮和功能粮市场规模及渗透率，目前尚未有权威的统计数据。对于处方粮，我们根据老龄化比例和处方粮渗透率的相关关系做简要测算；对于功能粮，则主要依靠三方机构的统计。

（1）处方粮：对比中、日、美宠物老龄化率，线性测算并加以修正，大致推测我国 2025 年处方粮渗透率约为 1%-2%，假设 2030 年增长到 3%-4%。假设处方粮渗透率在 2025-2030 年均匀提升。

（2）功能性主粮：根据中研网预测，渗透率将从 2024 年的 15%跃升至 2030 年的 35%。由于我国并未有明确的法规做出定义，按照包装标签上的宣传进行统计，可能会将功能粮的实

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

际渗透率有所夸大。假设功能粮渗透率在 2025-2030 年均匀提升。

（3）我国城镇犬猫主粮大盘：预计 2026-2028 年规模增速为 7%，2029-2030 年为 6%，高于全球增速（近 5%）。

根据以上假设，计算得到：2025-2030 年，处方粮和功能粮迎来高速增长期，复合增速分别为 26.3%、21.3%，远高于犬猫主粮大盘增速（6.6%）。

表 2：中国处方粮和功能粮市场规模测算（单位：亿元）

	2024	2025E	2026E	2027E	2028E	2029E	2030E	CAGR（2025-2030）
犬猫主粮规模	1071.7	1137.9	1217.5	1302.7	1393.9	1477.6	1566.2	6.6%
yoy	8.7%	6.2%	7%	7%	7%	6%	6%	
处方粮渗透率		1.5%	1.9%	2.3%	2.7%	3.1%	3.5%	
处方粮规模		17.1	23.1	30.0	37.6	45.8	54.8	26.3%
yoy			35.5%	29.5%	25.6%	21.7%	19.7%	
功能粮渗透率	15%	18.3%	21.7%	25.0%	28.3%	31.7%	35%	
功能粮规模	160.8	208.6	263.8	325.7	394.9	467.9	548.2	21.3%
yoy		29.8%	26.5%	23.5%	21.3%	18.5%	17.2%	
处方粮+功能粮	160.8	225.7	286.9	355.6	432.6	513.7	603.0	21.7%
yoy		40.4%	27.1%	24.0%	21.6%	18.8%	17.4%	

资料来源：宠物行业白皮书，中研网，山西证券研究所（注：数据保留 1 位小数，计算结果存在小幅差异）

3. 投资建议

3.1 上市公司

国内上市的宠物食品企业对功能性食品的布局仍在起步阶段，特别是处方粮。对于“功能粮”，法规并未有这一单独分类，国内厂商通常在普通全价粮框架下做营养素定向调整，把功能诉求转化为“营养指标调整”。

乖宝宠物是功能性食品布局相对全面的宠物食品上市公司，处方粮和功能粮均有。（1）康弗：2026 年 5 月 20 日，公司正式发布专业临床营养品牌康弗及首批产品，涵盖康复、肠道、泌尿、低脂、低过敏五大系列。同时，康弗在乖宝的超级工厂中，单独配置了按照 GMP 规范建设的完全独立的处方粮生产线，空气流向、温湿度控制、设备清洗管路均按药厂洁净度标准执行。（2）弗列加特：推出体态管理配方系列、肠道养护系列、机能美毛系列等产品，为宠猫提供特定功能主粮产品。

图 29：乖宝推出处方粮品牌——康弗



资料来源：宠物行业白皮书，山西证券研究所

图 30：弗列加特推出多款功能性食品







资料来源：新华报业网，大象新闻，山西证券研究所

中宠股份旗下品牌领先和顽皮布局了非处方功能性食品。（1）领先：确立“科学预防专家”全新定位，推出“免疫+”系列猫粮，蓬蓬猫粮和壮壮猫粮，每个系列下分别包括了烘焙粮、

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

冻干、猫条和主食罐。“蓬蓬粮”专注外部屏障（皮毛健康），“壮壮粮”专注内部屏障（肠道健康）。（2）顽皮：金盾专研美毛护肠烘焙粮，固毛又排毛，护肠缓便臭。虽然尚未布局处方粮产品，公司已官宣携手毛军福博士，毛军福博士正式出任首位「宠物临床」外部专家顾问，确立“医疗顾问”身份，双方的合作将围绕宠物免疫功能营养研究、不同生命阶段营养方案等方向持续深入展开。

图 31：领先推出“免疫+”系列烘焙猫粮



资料来源：中宠股份官网，山西证券研究所

图 32：Wanpy 金盾专研美毛护肠烘焙粮



资料来源：中宠股份官网，山西证券研究所

佩蒂股份旗下品牌布局了非处方功能性食品。（1）好适嘉：布局了美毛（好适嘉冻干生骨

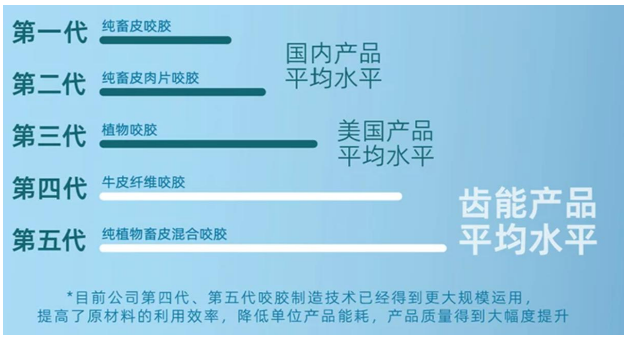
肉猫粮全猫咪冻干鱼油焕养毛发）、体重管理（好适嘉全价烘焙猫粮高蛋白控脂低卡轻盈控制体重管理鲜鸡肉猫粮）等功能食品。**（2）齿能：**洁齿类功能零食，30 年专注宠物牙齿健康，全球 57 项先进技术专利，《宠物食品-狗咬胶》中国国标起草单位，第 5 代宠物咀嚼产品市场引导者。

图 33：好适嘉布局美毛、体重管理产品



资料来源：佩蒂股份官网，山西证券研究所

图 34：齿能 30 年专注宠物牙齿健康



资料来源：佩蒂股份官网，山西证券研究所

3.2 投资建议

当前宠物食品行业仍处在激烈的竞争当中，新品牌、新产品供给增加，宠物食品企业对于营销和研发的投入仍在不断增加，盈利能力面临挑战。我们认为，我国的功能性宠物食品或将进入放量期，行业趋势值得关注：一方面，宠物数量增速放缓，老龄化率逐步提升，老龄宠物保健与疾病需求细分增加；另一方面，精准喂养的背景下，宠主愿意为功能性食品支付合理的溢价，对于食品企业来讲，既可以增加收入规模，又能在一定程度上改善盈利能力。国内上市的宠物食品企业对功能性食品的布局仍在起步阶段，特别是处方粮，对企业的研发能力、生产能力、渠道拓展能力均提出了较大的挑战。建议关注功能性食品布局相对全面的乖宝宠物，确立“科学预防专家”全新定位的中宠股份，以及洁齿类功能零食布局领先的佩蒂股份。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

4. 风险提示

市场竞争加剧的风险：随着宠物食品市场规模的扩张，越来越多的国内厂商以自有品牌加入国内市场的竞争。宠物食品行业正处于国内厂商与外资企业群雄逐鹿的大环境之中。

产品拓展不及预期的风险：高端粮领域，特别是处方粮竞争壁垒高，海外厂商占据优势地位，国产厂商产品拓展面临挑战。

贸易摩擦风险：2025 年 4 月起，美国关税政策波动加剧，受此影响，中国工厂对美出口订单量存在较大不确定性。除关税壁垒外，美国对宠物食品制定了较为苛刻的技术标准，且不能排除未来美国通过修改产品技术标准设置非关税壁垒，从而对出口业务需求造成冲击的风险。

原材料价格波动的风险：宠物食品原材料主要包括鸡肉、鸭肉等肉类以及玉米、小麦等谷物，行业在上游采购中议价能力相对较弱，生产成本易受谷物、禽肉等价格变化影响。若原材料价格高企而产品售价未能同步调整时，企业的毛利率会直接下降。

产品质量风险：目前宠物食品的相关标准多为推荐性标准，强制力有限。行业内仍然存在有害微生物、霉菌毒素、重金属污染等质量隐患。如果生产企业产品质控管理不到位，可能会对产品质量和品牌声誉造成负面影响。

分析师承诺：

本人已在中国证券业协会登记为证券分析师，本人承诺，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本人对证券研究报告的内容和观点负责，保证信息来源合法合规，研究方法专业审慎，分析结论具有合理依据。本报告清晰准确地反映本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接受到任何形式的补偿。本人承诺不利用自己的身份、地位或执业过程中所掌握的信息为自己或他人谋取私利。

投资评级的说明：

以报告发布日后的 6--12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的涨跌幅为基准。其中：A 股以沪深 300 指数为基准；新三板以三板成指或三板做市指数为基准；港股以恒生指数为基准；美股以纳斯达克综合指数或标普 500 指数为基准。

无评级：因无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见的结果的重大不确定事件，或者其他原因，致使无法给出明确的投资评级。（新股覆盖、新三板覆盖报告及转债报告默认无评级）

评级体系：

——公司评级

买入： 预计涨幅领先相对基准指数 15%以上；
增持： 预计涨幅领先相对基准指数介于 5%-15%之间；
中性： 预计涨幅领先相对基准指数介于-5%-5%之间；
减持： 预计涨幅落后相对基准指数介于-5%- -15%之间；
卖出： 预计涨幅落后相对基准指数-15%以上。

——行业评级

领先大市： 预计涨幅超越相对基准指数 10%以上；
同步大市： 预计涨幅相对基准指数介于-10%-10%之间；
落后大市： 预计涨幅落后相对基准指数-10%以上。

——风险评级

A： 预计波动率小于等于相对基准指数；
B： 预计波动率大于相对基准指数。

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

免责声明：

山西证券股份有限公司(以下简称“公司”)具备证券投资咨询业务资格。本报告是基于公司认为可靠的已公开信息，但公司不保证该等信息的准确性和完整性。入市有风险，投资需谨慎。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。在任何情况下，公司不对任何人因使用本报告中的任何内容引致的损失负任何责任。本报告所载的资料、意见及推测仅反映发布当日的判断。在不同时期，公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。公司或其关联机构在法律许可的情况下可能持有或交易本报告中提到的上市公司发行的证券或投资标的，还可能为或争取为这些公司提供投资银行或财务顾问服务。客户应当考虑到公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突。公司在知晓范围内履行披露义务。本报告版权归公司所有。公司对本报告保留一切权利。未经公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯公司版权的其他方式使用。否则，公司将保留随时追究其法律责任的权利。

依据《发布证券研究报告执业规范》规定特此声明，禁止公司员工将公司证券研究报告私自提供给未经公司授权的任何媒体或机构；禁止任何媒体或机构未经授权私自刊载或转发公司证券研究报告。刊载或转发公司证券研究报告的授权必须通过签署协议约定，且明确由被授权机构承担相关刊载或者转发责任。

依据《发布证券研究报告执业规范》规定特此提示公司证券研究业务客户不得将公司证券研究报告转发给他人，提示公司证券研究业务客户及公众投资者慎重使用公众媒体刊载的证券研究报告。

依据《证券期货经营机构及其工作人员廉洁从业规定》和《证券经营机构及其工作人员廉洁从业实施细则》规定特此告知公司证券研究业务客户遵守廉洁从业规定。

山西证券研究所：

上海
上海市浦东新区滨江大道 5159 号陆家嘴滨江中心 N5 座 3 楼

深圳
广东省深圳市南山区科苑南路 2700 号华润金融大厦 23 楼

太原
太原市府西街 69 号国贸中心 A 座 28 层
电话：0351-8686981
http://www.i618.com.cn

北京
北京市丰台区金泽西路 2 号院 1 号楼丽泽平安金融中心 A 座 25 层