

## 行業概覽

本行業概覽提供的若干數據及統計數據摘自政府官方出版物及其他公開可得來源，以及我們委聘的獨立第三方灼識諮詢（「灼識諮詢」）編製的市場研究報告（「灼識諮詢報告」）及一份用戶及客戶調查。該調查於2025年7月進行，隨機抽樣1,000名於調查時已養寵時間超過1年且曾前往過寵物醫院的中國養寵人士。我們認為本行業概覽所載數據源為這些資料的適當來源，且轉載這些資料時已採取了審慎措施。我們並無理由相信這些數據屬虛假或有誤導成份，或遺漏了任何重大事實。來自政府官方來源的資料未經我們或參與[編纂]的任何其他各方或我們或彼等各自的任何董事、高級管理層、代表、顧問或參與[編纂]的任何其他人士獨立核實，且並無就其準確性、公平性及完整性發表任何聲明。

### 第一章：寵物行業概覽

一個覆蓋寵物全生命周期的綜合性產業正在迅速崛起，展現出蓬勃的發展勢頭。該產業圍繞寵物核心需求，主要涵蓋以下四大領域：1). 寵物食品：專為寵物設計的各類食品，包括乾糧、濕糧、營養補充劑及零食等；2). 寵物醫療：以寵物醫院及診所為服務場所，提供覆蓋疾病預防、診斷治療與健康管理的全流程服務。具體涵蓋疫苗接種、專科診療、慢性病管理等核心醫療項目；3). 寵物用品：涵蓋日常養護與休閒所需，如服裝、配飾與玩具等；4). 其他寵物服務：包括美容護理、行為訓練、寵物保險等一系列增值服務。

從消費經濟學視角看，寵物經濟屬於「滿足型消費」，其增長主要源於兩個方面：一是滿足人們對情感陪伴與心理慰藉的需求；二是關注寵物福利，追求人與寵物的和諧共處與生活質量共同提升。隨著物質水平提升，這類情感消費展現出強韌性和持續性。在寵物市場發展成熟的歐美地區，寵物經濟的年複合增長率依舊超過GDP的增長速度，充分體現出寵物經濟相較宏觀經濟的高景氣與強韌增長特徵。

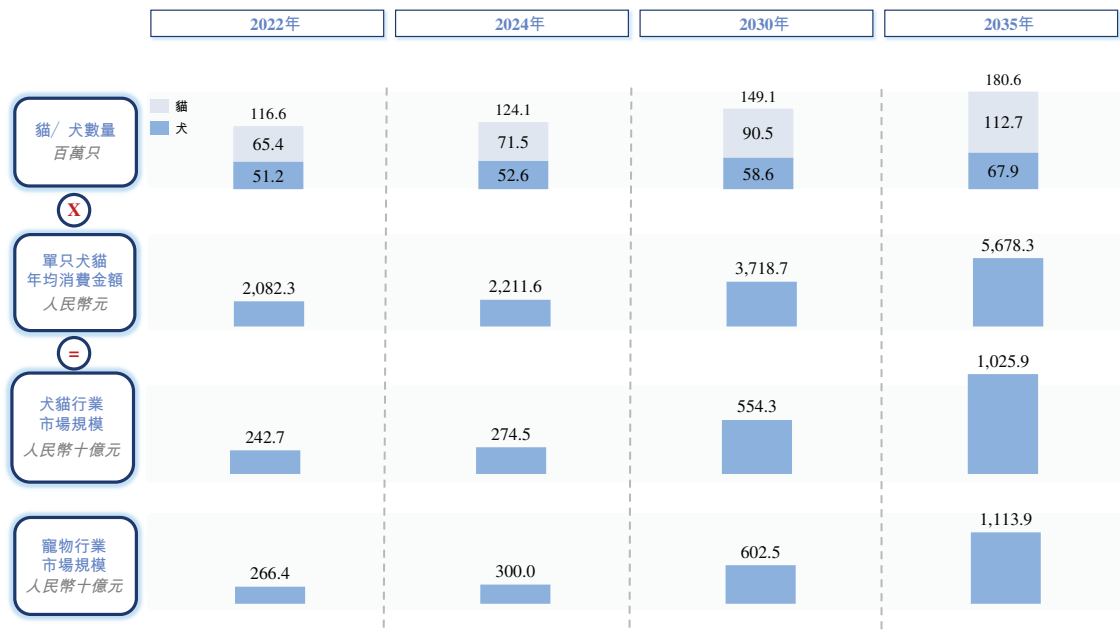
寵物行業不僅為當前經濟增長注入動力，更對未來社會形態產生深遠影響。短期來看，行業在食品、醫療、用品與服務等領域激發內需、促進就業，消費拉動力顯著。中期內，寵物行業通過提供情感陪伴緩解社會孤獨，並推動人寵共居趨勢下的公共衛生協同。長期看，行業將借助技術、資源與理念創新，超越傳統消費範疇，實現現代化與民生福祉的融合，持續助力社會進步。

## 行業概覽

### 中國寵物行業步入快速成長期

中國寵物市場進入高速增長階段。2024年市場規模已達到人民幣3,000億元。預計2030年中國寵物市場規模將達人民幣6,025億元，2035年增至人民幣11,139億元，年均複合增長率預期分別為12.3%和13.1%。

其中，犬貓作為消費主力，2024年市場規模達到人民幣2,745億元，佔據市場91.5%的份額。預計至2030年及2035年犬貓市場規模達人民幣5,543億元及人民幣10,259億元，年均複合增長率分別為12.4%和13.1%。



來源：灼識諮詢報告

這一增長主要受兩方面核心因素驅動：1). 寵物犬貓數量及家庭飼養率的持續增加；2). 單只寵物的平均消費水平穩步上升。數量與單寵消費的雙重推動，使寵物市場規模持續擴大，並為行業長期穩定發展奠定了堅實基礎。

**寵物數量：**截至2024年，寵物貓數量已增長至約71.5百萬只，寵物犬數量亦達到約52.6百萬只。未來中國寵物數量預計將繼續快速增長，從2024年至2030年寵物貓將達90.5百萬只，年複合增長率4.0%，並在2035年增至112.7百萬只，年複合增長率4.5%。寵物狗在2030年將增至58.6百萬只，年複合增長率1.8%，並預計於2035年增至67.9百萬只，年複合增長率3.0%。

## 行業概覽

該數量增長主要來自於以下因素驅動：

- **陪伴需求增長：**當前中國家庭結構呈現小型化與老齡化趨勢這一人口結構變遷使得情感陪伴需求在多年齡段中凸顯，犬、貓等高互動性寵物憑藉其陪伴屬性，成為泛年齡段的情感寄託與生活伴侶，帶動養寵數量提升。
- **居民收入提升與消費升級：**隨著經濟持續發展，居民消費模式正從生存型向滿足型階段轉變，為家庭飼養寵物提供了經濟基礎，驅動犬貓數量增長及消費。

**單寵消費金額：**中國單只犬貓年均消費額預計將從2024年約人民幣2,212元，持續增長至2030年約人民幣3,719元，年複合增長率9.0%，並於2035年進一步增至約人民幣5,678元，年複合增長率8.8%。這一增長趨勢主要受以下因素驅動：

- **寵物老齡化與寵物主人年輕化雙軌驅動：**隨著城鎮中約32%的寵物貓和20%的寵物狗步入中老年階段，其在慢性病管理、功能處方糧及專業康復護理領域形成持續消費需求；同時，寵物主人整體呈現年輕化、知識化與財富化特徵，25至35歲的年輕寵物主佔比超過60%，其中女性比例達60.5%，這一群體秉持科學養寵理念，追求定制化服務與智能化產品，推動醫療、食品及服務類別的消費，構建起推動寵物全生命周期消費金額持續增長的雙重引擎。
- **養寵群體支付意願升級：**根據灼識諮詢調研，93.3%的寵物主將寵物視為家人或朋友，這一「家人化」角色認知持續深化，不僅提升了飼養意願，更推動消費行為從滿足基本需求擴展至健康管理、情感體驗與生活質量等多維度投入，且願意為擬人化健康管理、智能設備等高附加值服務支付溢價。這種基於情感紐帶的消費決策顯著提升了消費頻次與客單價，成為拉動單寵消費金額的核心驅動力。
- **供給側多元化與升級：**當前寵物行業正經歷從基礎商品向專業化服務與高端產品的結構性升級。健康管理、慢性病護理、智能用品等細分品類持續豐富，精準匹配寵物主對寵物生活質量的需求。這一供給側的創新與擴容，不僅有效滿足了多元化的消費需求，更通過提升產品與服務附加值，直接推動了單寵消費金額的持續增長。

## 第二章：寵物醫療行業概覽

### 寵物醫療是高成長性、高壁壘賽道

以寵物醫院及診所為服務場所的寵物醫療賽道因其需求剛性、市場廣闊、且具備深厚的護城河，正成為整個寵物行業中價值最高、最確定的核心領域。寵物醫療行業規模於2024年已達人民幣366億元，並預計至2030年及2035年增長至人民幣699億元及人民幣1,392億元，年複合增長率為11.4%及14.8%。

## 行業概覽

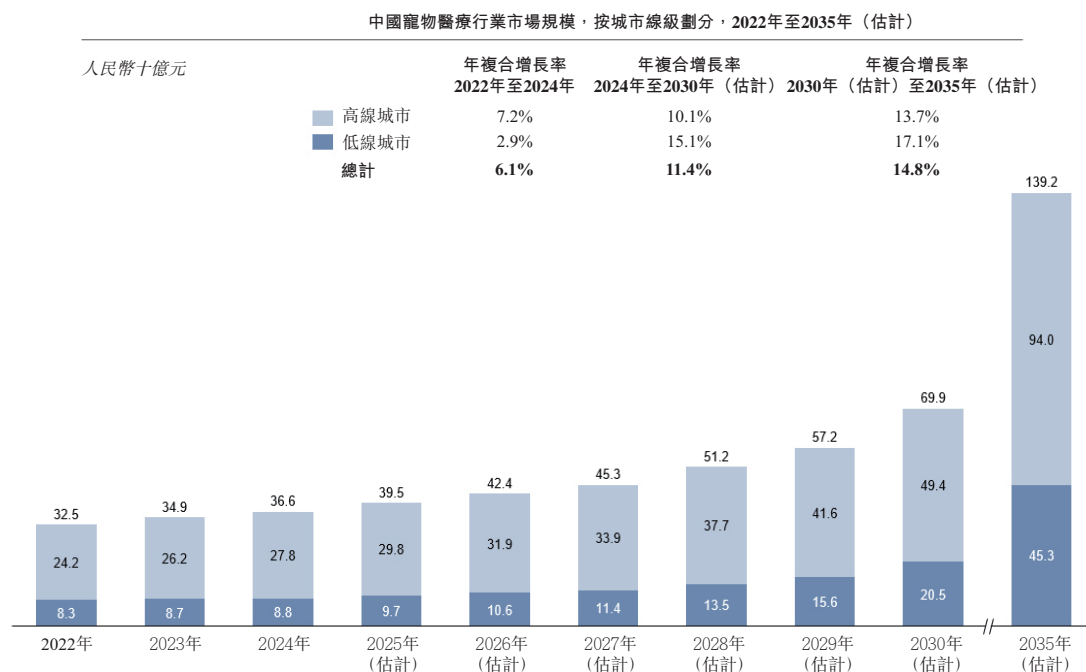
### 中國寵物健康行業的地域特徵

#### 高線城市主導寵物醫療市場，低線城市增長潛力大

在中國，高線城市的家庭寵物飼養率以及寵物主在寵物健康服務上的消費支出均處於全國領先位置。這些區域的居民收入水平偏高，且寵物健康管理意識較強。截至2024年12月31日，中國66.7%的寵物醫院分布於這些城市，同時寵物醫療行業總收入的75.8%源於一線和二線城市的機構。2024年，高線城市寵物醫療總收入已達到人民幣278億元，預計2030年將達到人民幣494億元，2035年進一步躍升至人民幣940億元。

相對而言，三線及以下的低線城市寵物醫療市場正處於發展初期、並在進入快速發展階段。當地居民收入持續增長、寵物醫院的建設數量以及以情感認同驅動的養寵理念加速普及，共同推動了醫療需求在區域市場的快速釋放，這一趨勢在四五線城市表現尤為明顯。具體來看，低線寵物醫療總收入於2024年已達到人民幣88億，預計2030年將達到人民幣205億，該市場於2035年預計進一步提升到人民幣453億。隨著區域經濟穩步發展和寵物健康管理理念深化，低線城市的市場規模將持續增長，為行業注入長期動力。

下圖載列2022年至2035年中國寵物醫療行業按城市線級劃分的市場規模：



來源：灼識諮詢報告

## 行業概覽

### 寵物醫療服務提供商類型

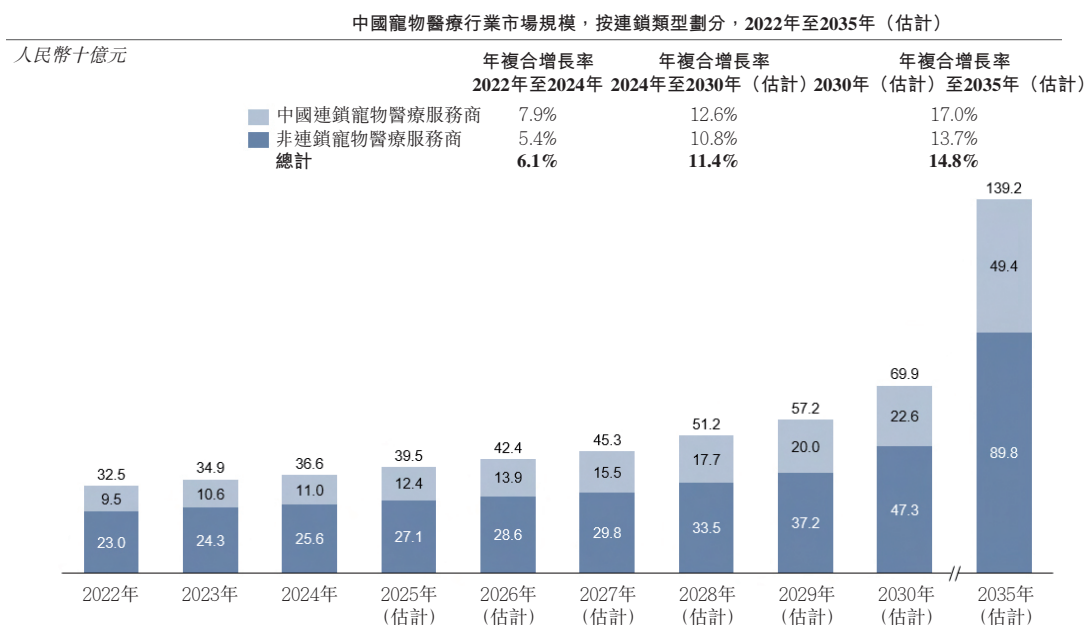
中國的寵物醫療服務提供商可分為連鎖寵物醫療服務提供商和非連鎖寵物醫療服務提供商兩種類型。根據灼識諮詢報告，連鎖寵物醫療服務提供商指在同一服務提供商旗下經營超過5家寵物醫院的寵物醫療服務提供商。連鎖寵物醫療服務提供商通常對非連鎖寵物醫療服務提供商更具有競爭優勢。根據灼識諮詢報告，由於連鎖寵物醫療服務供應商具備更專業的醫生團隊及醫生成長培養體系、標準化的運營服務流程、良好的口碑建設、更注重品牌影響力打造等因素，65.8%的寵物主人受訪者傾向於選擇連鎖寵物醫療服務提供商。具體而言，連鎖寵物醫療服務提供商受益於以下競爭優勢：

- **標準化運營模式：**連鎖寵物醫療服務提供商通常採用標準化運營模式，建立統一的診療流程和操作規範，涵蓋從健康養護、診療接診、診斷檢驗、康復指導的每一個環節。這種標準化的運營流程和服務體系，能夠賦能連鎖內的各家醫院，確保診療服務質量保持一致，從而減少人為錯誤，有效滿足客戶需求，確保客戶體驗進而提升客戶忠誠度。同時，對內標準化管理有助於優化內部資源分配，提升管理協同性，強化流程執行的規範性與一致性，從而提高整體運營效率，為客戶提供更穩定、可靠、可預期的服務體驗。
- **品牌聲譽：**品牌聲譽是寵物主人在選擇寵物醫療服務提供商時最重要的因素之一。連鎖寵物醫療服務提供商通過其專業的診療和標準化的優質服務，能夠建立強大的品牌聲譽，在建立更多寵物主人信任同時，進一步降低獲客成本，為門店的穩定且持續的保持營收提供了重要的作用。尤其是以單一品牌運營的寵物醫療服務提供商，其擁有的龐大的醫院網絡可以更快速地幫助其積累品牌聲譽，增強客戶對品牌的認知和信任，從而在市場中形成品牌影響力。
- **供應鏈能力及庫存管理：**連鎖寵物醫療服務提供商可以通過對連鎖內所有醫院的醫用耗材、醫療器械、寵物產品等進行集中採購，加強供應鏈管理。由於採購訂單量大且密度高，連鎖寵物醫療服務提供商與供應商的議價能力更強，能夠以較低的採購成本整合優質供應鏈資源，進而在提升所有醫院服務質量的同時實現規模經濟。憑藉龐大的採購量，連鎖寵物醫療服務提供商可運用大數據技術提高需求預測的準確性，維持適當的存貨水平，從而有效降低儲存成本和存貨過期風險。
- **人才庫：**連鎖寵物醫療服務提供商依托能提供大量優質招聘及培訓機會的龐大網絡，與頂尖大學和機構建立深度合作，在招聘寵物醫師方面具有競爭優勢。連鎖寵物醫療服務提供商也往往擁有更全面的人才培養體系，能夠有效促進寵物醫師的專業成長，滿足他們的專業需求。

## 行業概覽

- 醫療專科發展：**連鎖寵物醫療服務提供商憑藉其多元化的病例組合、專業且經驗豐富的員工團隊、先進的醫療設備、充足的資金以及穩固的合作關係等豐富資源，具備了發展醫療專科的堅實基礎。通過科學配置與高效利用這些資源，連鎖寵物醫療服務提供商能夠不斷提升自身在醫療專科領域的專業水平，並在內部逐漸形成了強大的跨院協同效應。通過網絡轉介，連鎖寵物醫療服務提供商不僅能夠提高診療能力，亦可接觸到更多有挑戰性的病例，進一步擴大其在醫療專科方面的獨特優勢。這種強大的專業專科服務可以滿足日益增長的疑難雜症治療需求。

連鎖寵物醫療服務市場2024年已達人民幣110億元，預計到2030年將增長至人民幣226億元，2024年至2030年間年複合增長率達12.6%；2035年有望進一步提升至人民幣494億元，2030年至2035年間年複合增長率保持在17.0%。



來源：灼識諮詢報告

### 中美對比啟示

儘管發展勢頭迅猛，中國寵物醫療行業相較於成熟市場仍處於早期成長階段。美國寵物行業的成熟歷程可為中國提供參考：二戰後該國經濟騰飛，伴隨城市化進程，居民對精神生活的追求日益增強，人與寵物的情感紐帶加深，推動行業步入快速發展軌道。歷經數十年發展，美國市場已形成完善體系。在寵物醫療體系建設方面，美國已形成涵蓋專科診療與全生命周期健康管理的成熟體系，而中國目前以基礎診療服務為核心基礎，同時正在專科服務能力建設方面持續完善與發展。

## 行業概覽

下圖載列中美寵物行業對比：

	中國	美國	美國VS中國
犬貓數量及家庭飼養率	犬：52.6百萬只 & 10.5% 貓：71.5百萬只 & 14.2%	犬：89.7百萬只 & 45.5% 貓：73.8百萬只 & 32.1%	犬貓數量：犬：1.7x倍；貓：1.0x倍 家庭飼養率：犬：4.3x倍；貓：2.3x倍
寵物畫像	犬：80% 集中於 1-7 歲 貓：68% 集中於 1-7 歲	犬：47% 的寵物狗主人擁有 7 歲或以上的狗 貓：43% 的寵物貓主人擁有 7 歲或以上的貓	美國寵物老齡化趨勢明顯
單只犬貓年均消費， 人民幣元/只	整體支出：人民幣2,212元 / 只 醫療支出：人民幣270元 / 只	整體支出：人民幣5,183元 / 只 醫療支出：人民幣1,533元 / 只	整體支出：2.3x倍 醫療支出：5.7x倍
市場規模， 億元人民幣	寵物行業：3,000 寵物醫療：366 醫療行業佔比：12.2%	寵物行業：9,234 寵物醫療：2,786 醫療行業佔比：30.2%	寵物行業：3.1x倍 寵物醫療：7.6x倍
醫療機構數量、連鎖化率 及CR5集中度	醫療機構數量：30.4千個 醫院數量的連鎖化率：21.8% CR5集中度：6.5%	醫療機構數量：39.8千個 醫院數量的連鎖化率：>30% CR5集中度：25%	醫療機構數量：1.1x倍 連鎖化率：美國領先的9% CR5集中度：美國領先的18%
單店年均收入結構， 人民幣百萬元	1.2	7.0	5.8x倍

來源：灼識諮詢報告

**寵物數量與家庭飼養率：**截至2024年底，中美犬貓數量雖較為接近，但按家庭飼養率來看，美國寵物犬家庭飼養率是中國的4.3倍，而寵物貓是2.3倍。這一差距主要源於美國更高的居民收入水平，並將養寵意願有效轉化為消費能力，以及其社會文化中更早將寵物確立為穩定的「家庭成員」角色。

**單只寵物年均總體及醫療支出：**截至2024年，美國的單只寵物年均總支出為人民幣5,183元，中國僅為人民幣2,212元，美國為中國的2.3倍。而這一差距在醫療支出方面更為明顯，美國單寵年均醫療費用達人民幣1,533元，約為中國人民幣270元單寵年均醫療費用的5.7倍。美國較高的單寵醫療支出水平得益於廣泛的老年寵物群體、完善的醫療服務體系以及較高的保險覆蓋程度。高齡寵物在慢性病管理、手術治療及長期用藥等方面的需求，構成了市場持續增長的重要支撐。

**寵物行業市場規模及醫療市場規模：**2024年，美國寵物行業總規模達人民幣9,234億元，其中寵物醫療市場規模為人民幣2,786億元，佔總體的30.2%。相比之下，中國寵物行業總規模為人民幣3,000億元，醫療市場規模約人民幣366億元，佔比為12.2%。這一結構性差異的背後，是美國市場已建立起一個覆蓋預防醫學、專科診療、慢性病管理到臨終關懷的全生命周期健康管理體系。其高醫療佔比不僅源於更成熟的消費意識，更依賴於包括健康保險、先進影像診斷和複雜外科手術在內的完整服務生態。反觀中國市場，醫療消費目前仍集中於基礎免疫、絕育和普通門診，在專科服務與深度健康管理領域供給不足。伴隨預防醫學與專科服務需求的崛起，中國寵物醫療市場將迎來結構性增長機遇。

---

## 行業概覽

---

**醫院數量、連鎖化率及集中度：**從行業組織形態看，美國寵物醫療行業已形成高度連鎖化與市場集中的格局。其連鎖化率超過30%，前五大機構市場集中度達25%，機構總數約39.8千家。這種格局背後是頭部連鎖品牌通過集中採購、統一診療規範、共享專家資源及中央化後台管理，構建了強大的規模經濟與品牌護城河。相比之下，中國寵物醫療市場仍處於連鎖化初期，連鎖化率約為21.8%，前五大企業集中度僅為6.5%，其總收入佔比亦僅為15.4%。儘管機構數量高達30.4千家，但市場由大量單體醫院主導，呈現出「小而散」的競爭態勢。現狀導致運營效率低、服務標準不一。未來，中國市場將持續整合，通過規模化與品牌化提升整體服務能力。

**單店年均收入：**美國寵物醫院單店年收入約為人民幣7.0百萬元，比中國寵物醫院單店年收入的人民幣1.2百萬元高出逾五倍，反映了市場成熟度於消費習慣的不同。美國寵主通常優先預防醫學和專科治療，而中國大部分仍是反應型，只在寵物生病時進行治療。中國寵物醫院收入的增長將依賴於預防醫學意識的提升和高價值專業服務的擴展。

### 增長動力與未來趨勢

#### 居民寵物醫療支付能力提升

在居民人均可支配收入持續提升的支撐下，寵物醫療市場正穩步實現從被動治療向主動健康管理的模式演進。在此推動下，預防性醫療服務需求顯著增強，具體表現為定期體檢、專業營養諮詢及高端疫苗驅蟲等服務的市場滲透率快速提升。與此同時，消費者對高質量醫療服務的支付意願不斷增強，推動行業價值鏈持續優化，使系統化健康管理成為支撐寵物醫療市場長期發展的核心增長動力。

#### 醫療技術水平提高

中國寵物醫療技術的持續進步，正成為驅動行業升級與市場擴容的核心動力。在診斷層面，高清影像、分子診斷與基因篩查等精準檢測技術的應用，顯著提升了疾病檢出率與診斷準確性，推動了「預防優於治療」的健康管理意識，激發了早期檢測與定期篩查的消費需求。在治療層面，微創手術、靶向藥物等先進療法的普及，使腫瘤、骨科疾病等複雜病症獲得更有效的治療方案，這不僅拓展了醫療服務範圍，也顯著提升了醫療服務的專業價值與客單價。

## 行業概覽

### 寵物老齡化

寵物平均壽命顯著延長，老年寵物佔比逐步提高。與人類相似，高齡寵物面臨關節炎、心臟病、腎病與腫瘤等慢性病及重症的高發風險，這一趨勢催生了針對專科診療、影像檢查、長期用藥和慢性病管理的持續性醫療需求。此類需求正推動寵物醫療行業從基礎診療向專科化、精細化方向升級，帶動高端診斷設備與專業醫療服務市場快速發展。

### 寵物主年輕化驅動醫療升級

隨著年輕一代成為養寵主力，其將寵物視為情感寄託的認知不斷深化，並把寵物健康納入「家庭健康消費」的重要組成部分。寵物主不僅重視疫苗接種、年度體檢等基礎預防服務，更積極投入於專科診療、慢性病管理與行為健康諮詢等進階醫療領域。這一由情感陪伴需求引領的消費升級，正持續推動寵物醫療服務體系向專科診療、慢性病管理和全生命周期健康管理等精細化服務領域拓展，同時促進標準化診療流程與服務體系的建立完善。

### 線上線下一體化服務推動醫療行業拓展

寵物醫療行業的邊界正通過深度的行業協同不斷擴展，成長空間遠超傳統診療範疇。線上線下一體化服務、AI智能診斷、新型寵物疫苗及精準診療技術的普及，正在重新定義行業生態。同時，行業上下游的整合－從藥品研發、供應鏈管理到專業寵物醫療人才培養－構建了支撐行業長期發展的協同網絡。這種多維度的協同效應，表明寵物醫療行業具備廣闊的發展前景和深遠的增長潛力。

## 第三章：中國寵物醫療行業競爭格局

中國寵物醫療行業正處在結構化升級的關鍵階段。2024年數據顯示，儘管整體市場仍較為分散，連鎖化率僅為21.8%，但連鎖體系已貢獻了約30%的行業規模，顯示出其在運營效率與價值創造上的顯著優勢。未來，隨著行業逐步走向規模化、標準化和品牌化競爭，已具備成熟連鎖體系的企業將更具發展動能，有望在格局重塑中佔據領先地位。

未來市場競爭將加速向連鎖化、規模化方向演進。具備標準化診療流程、強大品牌聲譽、高質量專科診療能力等優勢的連鎖寵物醫療服務提供商，會成為引領行業格局的主導力量。從市場結構來看，行業內的連鎖寵物醫療服務提供商可根據旗下的寵物醫院數量及分布情況劃分為三個梯隊：

- **全國性大型連鎖寵物醫療服務提供商**：擁有至少500家寵物醫院，且醫院網絡遍布中國半數以上省級行政區（17個及以上）的寵物醫療服務提供商。

## 行業概覽

- **區域性中型連鎖寵物醫療服務提供商**：擁有至少200家寵物醫院，且醫院網絡遍布中國3個以上省級行政區的寵物醫療服務提供商。
- **區域性小型連鎖寵物醫療服務提供商**：擁有超過5家寵物醫院。

隨著行業整合加速，可以提升單店的盈利能力與整體醫院網絡的擴展能力的頭部全國性大型連鎖寵物醫療服務提供商在未來的市場競爭中會更具韌性，其市場份額有望持續擴大。

### 頭部企業規模對比

按截至2024年12月31日及2025年6月30日的寵物醫院數量計，我們是中國第二大寵物醫療服務提供商。截至2025年6月30日，我們寵物醫院數量佔全國醫院總數約1.8%。根據灼識諮詢報告，按寵物醫院產生的收入計，我們於2024年佔中國寵物醫療行業的市場份額為4.8%。

下表載列前五大連鎖寵物醫療服務提供商比較：

公司類別	標準化管理體系	學科體系化建設程度	單一品牌運營	2024年12月31日的寵物醫院數量	2024年寵物醫院經營收入 (人民幣百萬元)	2024年寵物醫院院均經營收入 (人民幣百萬元)
公司A 全國性大型連鎖寵物醫療服務提供商 <sup>1</sup>				~1,500	~3,000	~2.0
瑞派宠物医院 全國性大型連鎖寵物醫療服務提供商				565	1,758.3	3.1
公司B 區域性中型連鎖寵物醫療服務提供商 <sup>2</sup>				~210	~600	~3.0
公司C 區域性小型連鎖寵物醫療服務提供商 <sup>3</sup>				~60	~180	~4.0
公司D 區域性小型連鎖寵物醫療服務提供商				~60	~150	~2.8

### 關鍵成功因素

**規模化醫療服務網絡**：在中國寵物醫療市場高度分散、服務質量參差不齊的背景之下，規模化醫療服務網絡不僅為企業構築了可持續的競爭壁壘，也為消費者帶來了更為便捷和優質的就醫體驗。依托標準化流程與集中化管理體系，企業能夠在快速擴張

---

## 行業概覽

---

的同時，確保不同區域的寵物主人都能獲得一致、可靠的診療服務。同時，規模化運營帶來的資源整合和成本優化，使企業能夠持續投入於專業人才和先進設備，進一步提升醫療質量和客戶滿意度。

**專業技術：**在寵物醫療行業，專業技術是保障診療精準性與服務可靠性的核心所在。高水平的全科診療能力構成了醫療服務的基礎，涵蓋常見病診治、預防保健與日常健康管理；與此同時，隨著疾病類型的複雜化與客戶需求升級，心臟科、腫瘤科、牙科等專科醫療能力日益成為差異化競爭力的關鍵。規範化的手術操作、精準的影像判讀與先進的治療手段，不僅直接決定醫療結果的有效性與安全性，也深刻影響寵物主對機構的信任與長期選擇。持續引入專科設備、完善全科與專科協同的診療體系，已成為機構構建臨床壁壘、實現服務縱深的重要路徑。專業技術的系統化建設，不僅為行業設立了高階准入標準，也為企業塑造了可持續的專業優勢。

**人才培養能力：**一支技術精湛、訓練有素的寵物醫師團隊，是確保精準診斷與高效治療的核心力量，也是贏得寵物主人長期信賴的基石。然而，中國寵物醫療市場正面臨嚴峻的執業醫生短缺問題，當前的人才供給與快速擴張的市場需求之間存在巨大供需缺口。寵物醫療服務提供商需要構建系統化的人才發展機制，培養經驗豐富的寵物醫師團隊，並結合醫生的專業發展，規劃進一步的專科提升計劃，推動寵物醫師團隊向更高水平發展，從而在行業中建立起強大的競爭優勢。

**標準化連鎖經營：**標準化連鎖經營通過統一的服務流程與質量控制體系，顯著提升了寵物醫療服務的可複製性與供給效率。統一的診療規範與管理體系，使寵物主人在不同區域的連鎖醫院中均可獲得一致的專業診斷、可追溯的醫療方案及高標準護理服務，從而增強了服務的可預期性與整體滿意度。標準化體系的建立，不僅提升了醫療資源的配置效率，也為跨區域協同和數字化管理提供了基礎支撐。通過集中採購、統一培訓及信息化運營平台，行業整體的服務響應速度和管理便捷度得到顯著改善。隨著體系化管理的持續深化，標準化連鎖運營將成為推動寵物醫療行業提質增效和專業化升級的重要方向。

**品牌效應與品牌管理：**品牌聲譽是寵物主在選擇寵物醫療服務提供商時最重要的因素之一。連鎖寵物醫療服務提供商通過其專業的診療和標準化的優質服務，能夠建立強大的品牌聲譽。在建立更多寵物主人的信任同時，進一步降低獲客成本，為門店的穩定且持續的保持營收提供了重要的作用。尤其是以統一品牌標識運營的寵物醫療服務提供商，其擁有的龐大的醫院網絡可以更快地幫助積累品牌聲譽，增強客戶對品牌的認知和信任，從而在市場中形成品牌影響力。

---

## 行業概覽

---

**數字化與AI智能推動行業升級：**數字化和AI智能技術正成為推動寵物醫療行業發展的重要力量。在行業面臨服務質量不均和效率瓶頸的背景下，智能化技術為診療過程提供了更高的精準度和便捷性。AI智能診斷系統能夠快速分析寵物的健康數據，輔助寵物醫師作出更為準確的判斷，減少人工誤差，同時提高診療效率。數字化平台的應用則促進了線上線下服務的無縫對接，實現了寵物醫療信息的共享和實時更新。這些技術的普及不僅提升了服務質量，也為寵物醫療市場提供了更多創新發展的機會，進一步推動行業的智能化和數字化升級。

### 數據源

我們聘請灼識諮詢（一家提供行業諮詢服務、商業盡職調查和戰略諮詢的獨立市場研究和諮詢公司）對中國和全球寵物醫療市場進行詳細的研究和分析。我們已將灼識諮詢報告中的某些數據加載本節，以及本文件的「概要」、「業務」、「財務數據」及其他部分，以便為潛在投資者提供我們經營所在行業的全面介紹。

在灼識諮詢報告的編製過程中，灼識諮詢進行了主要和次要研究，並收集了目標研究市場內的知識、統計數據、數據和行業趨勢見解。主要研究涉及對主要行業專家和主要行業參與者的採訪。次要研究包括分析來自國家統計局等各種公開來源的數據。

灼識諮詢報告基於以下假設編製：(i)在預測期內，中國的整體社會、經濟及政治環境預計將保持穩定；(ii)在預測期內，中國經濟和工業發展可能保持穩定增長；(iii)在預測期內，主要行業驅動因素可能推動中國寵物醫療市場向前發展；及(iv)任何極端不可抗力事件或不可預見的行業法規將不會對市場造成戲劇性或根本性影響。