

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據摘錄自不同政府官方刊物、可供查閱的公開市場調查資料以及來自其他獨立供應商的資料，加上弗若斯特沙利文編製的獨立行業報告（「弗若斯特沙利文報告」）。我們委聘弗若斯特沙利文就[編纂]編製獨立行業報告，即弗若斯特沙利文報告。來自政府官方來源的資料並未經我們、獨家保薦人、[編纂]、彼等各自的任何聯屬人士及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方均未獨立核實，亦不就其準確性發表任何聲明。

中國寵物護理行業概覽

寵物護理行業是覆蓋寵物全生命週期需求的綜合性消費行業，通過提供各類產品及服務，保障寵物健康福祉，提升寵物生活品質。其可分類為(i)寵物產品，包括寵物食品（主要為主糧、零食及營養補充劑）及寵物用品（如喂食器、玩具、紙尿褲）；及(ii)寵物服務，包括寵物醫療、寵物寄養、寵物保險及其他。

近年來，中國寵物護理行業的市場規模快速增長，於2025年已達到人民幣2,026億元。隨著中國經濟持續發展，預期該行業將持續增長，市場規模預計將於2030年達到人民幣3,191億元，自2025年起以9.5%的複合年增長率增長。

中國寵物食品行業概況

寵物食品經專門配製，主要為寵物提供必需營養素，以維持其日常活力、生長及整體健康。由於消費目的不同，寵物主糧、零食及營養補充劑對原材料、生產工藝及工廠規格的要求亦有所不同。

寵物主糧、寵物零食和寵物營養補充劑的比較分析

	寵物主糧	寵物零食	寵物營養補充劑
定義	主糧是寵物日常飲食，提供維持生命所需的必需能量	零食指偶爾提供以供享用、訓練、娛樂的食品	營養補充劑指用於提供特定營養素並在日常飲食之外支持寵物健康的產品
代表性產品	膨化糧和罐頭食品	果泥棒、咀嚼零食	益生菌、魚油

行業概覽

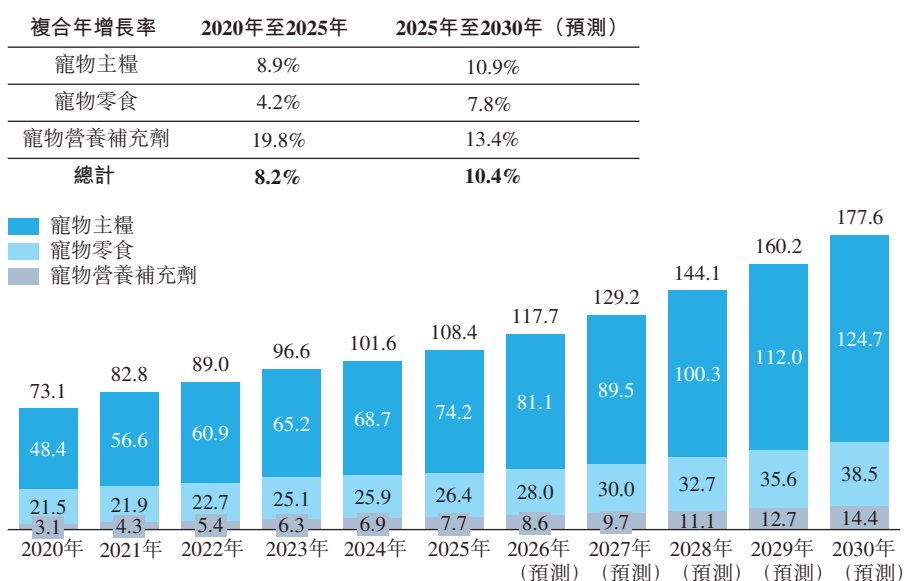
	寵物主糧	寵物零食	寵物營養補充劑
原料	日常營養要求	無嚴格營養要求	針對性營養要求
製造工藝	配方複雜，生產步驟繁複	配方相對複雜，生產步驟具彈性	配方精準，生產步驟高度標準化
廠房要求	大型工業廠房，高投資設備	中型工業廠房，低投資設備	高潔淨標準廠房，中等投資設備
購買頻率	高頻、定期採購	中低頻、隨機採購	低頻、階段性採購
需求水平	必需	彈性需求	按需

資料來源：弗若斯特沙利文

市場規模

於2025年，按零售額計，中國寵物食品行業的市場規模達到人民幣1,084億元，而寵物主糧作為貓狗必不可少的日常飲食，佔寵物食品市場總量的65%以上。在寵物數量不斷增加以及寵物主購買多元化產品的意願不斷增強的推動下，寵物食品市場預計在未來五年將繼續以10.4%的複合年增長率增長。

按產品類別劃分的中國寵物食品行業市場規模（按零售額計），
人民幣十億元，2020年至2030年（預測）



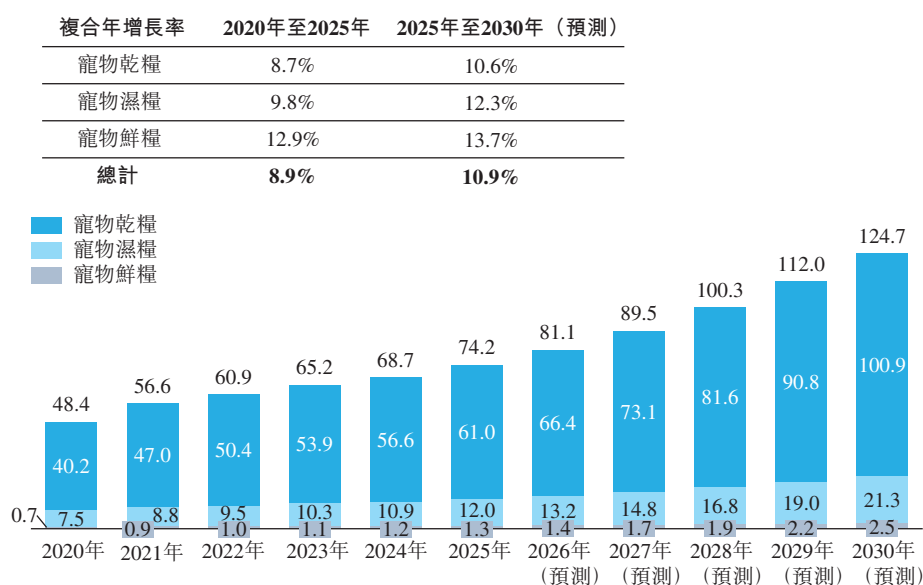
資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

中國寵物主糧行業概覽

寵物主糧包括寵物乾糧、寵物濕糧和寵物鮮糧。寵物乾糧憑藉其價格相對實惠及便利性，繼續佔據市場的主導地位，於過往數年佔寵物主糧市場80%以上的市場份額。寵物乾糧、寵物濕糧及寵物鮮糧在功能上具有互補效益，結合所有三者的餵食方式預期逐步成為主流。未來，寵物乾糧、寵物濕糧及寵物鮮糧的市場規模均預期將展現快速增長。

按產品類別劃分的中國寵物主糧行業市場規模
(按零售額計)，人民幣十億元，2020年至2030年(預測)



資料來源：弗若斯特沙利文

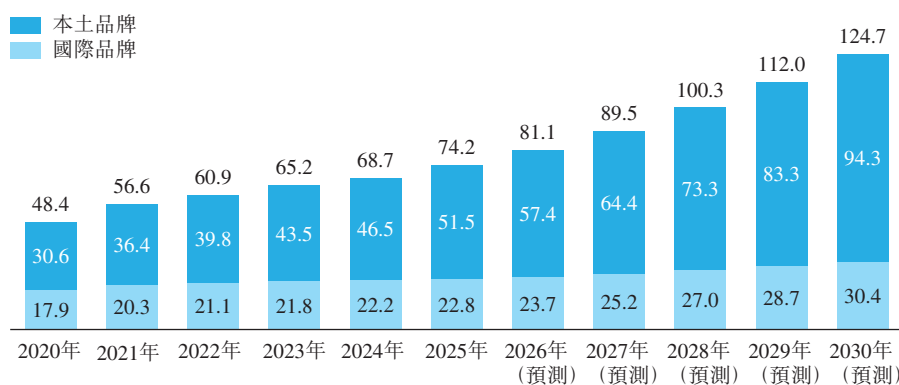
按2025年的零售額計算，寵物乾糧行業的市場規模達到人民幣610億元，2020年至2025年的複合年增長率為8.7%，預期市場規模將於2030年達到人民幣1,009億元，自2025年起的複合年增長率為10.6%。寵物乾糧進一步細分為膨化糧、烘焙糧，以及風乾糧、凍乾糧等其他類型，其中膨化糧為最大的細分市場，約佔80%。受多元化市場需求驅動，烘焙糧及其他產品的市場規模預期於未來將保持快速增長。

本土品牌指總部位於中國內地的公司旗下品牌；國際品牌指總部位於中國內地以外的公司旗下品牌。按零售額計，本土寵物主糧行業的市場規模由2020年的人民幣306億元增長至2025年的人民幣515億元，複合年增長率為11.0%，預計至2030年市場規模將達到人民幣943億元，複合年增長率為12.9%，未來發展前景廣闊。

行業概覽

按本土品牌及國際品牌劃分的中國寵物主糧行業市場規模（按零售額計），
人民幣十億元，2020年至2030年（預測）

複合年增長率	2020年至2025年	2025年至2030年（預測）
本土品牌	11.0%	12.9%
國際品牌	4.9%	5.9%
總計	8.9%	10.9%



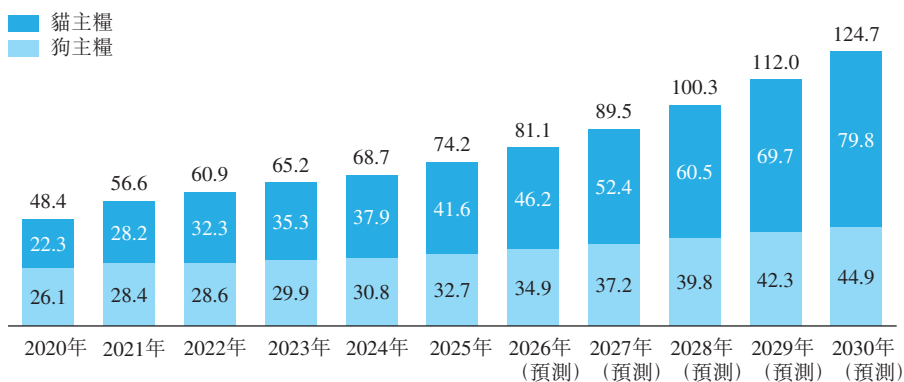
資料來源：弗若斯特沙利文

貓狗是最常見的寵物。截至2025年，貓的數量達到7,300萬隻，狗的數量達到5,300萬隻。狗的日常活動量較大，能量消耗較高，且體型普遍大於貓。這導致每隻狗的主糧消耗量高於每隻貓。按2025年零售額計，寵物狗主糧市場規模達到人民幣327億元，佔整體寵物主糧市場的約44%，而本土品牌寵物狗主糧則達到人民幣224億元。未來五年，寵物狗主糧及本土品牌寵物狗主糧市場規模預期將繼續分別以6.6%及7.9%的複合年增長率增長。與此同時，隨着貓數量的持續增長，貓主糧市場2025年至2030年的複合年增長率預計將達到13.9%。

行業概覽

按貓狗主糧劃分的中國寵物主糧行業市場規模（按零售額計）， 人民幣十億元，2020年至2030年（預測）

複合年增長率	2020年至2025年	2025年至2030年（預測）
貓主糧	13.2%	13.9%
狗主糧	4.6%	6.6%
總計	8.9%	10.9%



資料來源：弗若斯特沙利文

中國寵物食品行業競爭格局

根據弗若斯特沙利文的資料顯示，中國寵物食品行業呈分散格局，按2025年零售額計，前十大寵物食品品牌的市場份額合計為18.1%。在十大寵物食品品牌中，有七個是本土品牌。過去幾十年間，競爭格局發生了快速變化，本土寵物食品品牌憑藉對本地市場需求的敏捷響應能力迅速增長。按2025年零售額計，比樂在中國本土寵物食品品牌排名第十。

作為日常必需和高頻消費產品，寵物主糧是中國寵物食品行業的主導細分市場。根據弗若斯特沙利文的資料顯示，中國寵物主糧行業呈現分散格局，按2025年零售額計，前十大寵物主糧品牌的市場份額為22.1%。按2025年零售額計，比樂在中國本土寵物主糧品牌排名第九。

中國寵物主糧市場前十大本土品牌（按零售額計）（2025年）

排名	品牌	市場份額
1	品牌A	6.7%
2	品牌B	2.9%
3	品牌C	2.7%
4	品牌D	2.7%
5	品牌E	2.2%

行業概覽

排名	品牌	市場份額
6	品牌F	1.9%
7	品牌G	1.6%
8	品牌H	1.1%
9	比樂	0.9%
10	品牌I	0.8%

資料來源：弗若斯特沙利文、企業公開檔案及文件

附註：市場份額按2025年本土寵物主糧品牌寵物主糧產品產生的零售額除以中國本土寵物主糧行業市場規模計算。

品牌A於2013年推出，由一家總部設於中國山東的上市公司擁有。
品牌B於1998年推出，由一家總部設於中國山東的上市公司擁有。
品牌C於2018年推出，由一家總部設於中國山東的上市公司擁有。
品牌D於2009年推出，由一家總部設於中國上海的私人公司擁有。
品牌E於2017年推出，由一家總部設於中國浙江的私人公司擁有。
品牌F於2018年推出，由一家總部設於中國上海的私人公司擁有。
品牌G於2013年推出，由一家總部設於中國上海的私人公司擁有。
品牌H於2016年推出，由一家總部設於中國浙江的上市公司擁有。
品牌I於2002年推出，由一家總部設於中國上海的私人公司擁有。

根據弗若斯特沙利文的資料，中國本土寵物狗主糧行業呈現分散格局，按2025年零售額計，前五大寵物狗主糧品牌的市場份額為14.8%。按2025年零售額計，比樂是中國第五大本土寵物狗主糧品牌。

中國寵物狗主糧市場前五大本土品牌(按零售額計)(2025年)

排名	品牌	市場份額
1	品牌A	7.7%
2	品牌B	2.0%
3	品牌G	1.8%
4	品牌E	1.8%
5	比樂	1.6%

資料來源：弗若斯特沙利文、企業公開檔案及文件

附註：市場份額按2025年本土寵物狗主糧品牌的寵物狗主糧產品產生的零售額除以中國本土寵物狗主糧行業市場規模計算。

中國寵物食品行業的增長動力與未來趨勢

代際間共有的情感需求正推動寵物數量持續增加。日益增長的老年群體渴求陪伴，而年輕一代則重視獨立及情感滿足。該趨勢對寵物食品行業產生影響，越來越多的人選擇飼養陪伴型動物，不斷擴大消費群體，支持行業的持續發展。

行業概覽

寵物食品公司將海外拓展定位為關鍵的戰略增長路徑。依託國內市場培育的供應鏈效率、敏捷的產品開發能力及成本控制能力，公司正積極推進全球佈局。通過多元化的國際化戰略，寵物食品公司正提升品牌競爭力，並穩步擴大海外市場份額。

人工智能在消費端及生產端兩方面賦能寵物食品行業。在消費端，公司利用人工智能技術構建精準的消費模型，將洞察轉化為趨勢預測，從而指導產品創新及精準營銷。在生產端，人工智能滲透至供應鏈管理、生產流程優化及質量控制系統。通過將數據驅動的消費者洞察與智能生產執行相結合，該行業能夠實現更敏捷、更高效的運營。

中國寵物食品第三方製造行業概況

寵物食品製造可分類為OBM及第三方製造。OBM主要研發和生產自有品牌產品。在此模式下，公司負責管理從設計及開發到生產的全流程。第三方製造商包括OEM及ODM。OEM在客戶指導下生產商品，並根據客戶提供的具體設計和指示完成生產。ODM則透過整合原創設計與生產提供更全面方案，交付可直接銷售予客戶的產品。

寵物食品第三方製造行業優勢分析

第三方製造商推動產業鏈分工的專業化。寵物食品品牌方可藉助第三方製造商成熟的研發體系，加快產品創新並確保監管合規。第三方製造商憑藉規模化生產及持續的技術投入，不斷優化質量控制體系及生產流程。

第三方製造商加快產品推出，以把握不斷演變的市場需求。第三方製造公司與上游供應鏈協同合作以確保原材料供應穩定，從而進一步縮短生產週期。依託第三方製造商完善的生產體系，寵物食品品牌可縮短由概念至推出市場的上市週期。

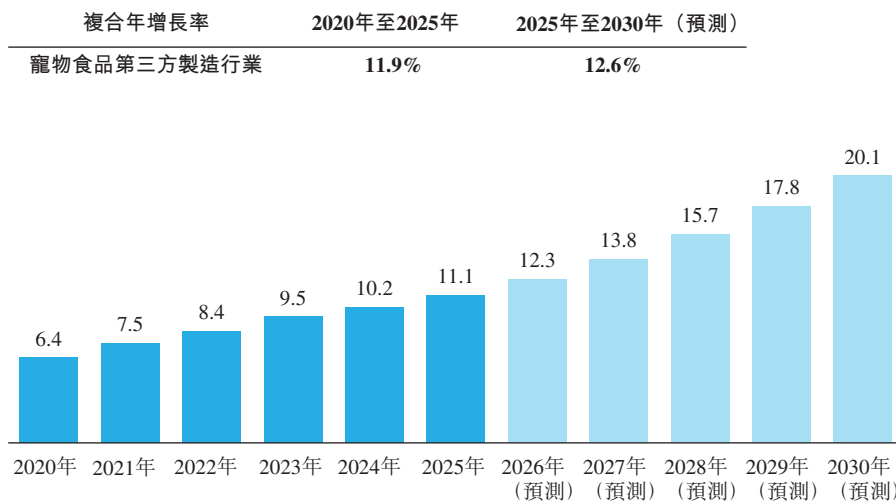
第三方製造商為品牌提供穩定的質量保證。鑒於許多寵物食品品牌方生產經驗有限，與專業第三方製造商合作享有戰略優勢。該等合作夥伴提供大型設施、標準化流程及強大的質量管理系統。

行業概覽

市場規模

隨著寵物食品行業快速增長，第三方製造的採用日益普及。按收入計，寵物食品第三方製造行業的市場規模由2020年的人民幣64億元增長至2025年的人民幣111億元，複合年增長率為11.9%。預計未來五年市場規模將繼續以12.6%的複合年增長率增長。

中國寵物食品第三方製造行業市場規模(按收入計)，
人民幣十億元，2020年至2030年(預測)



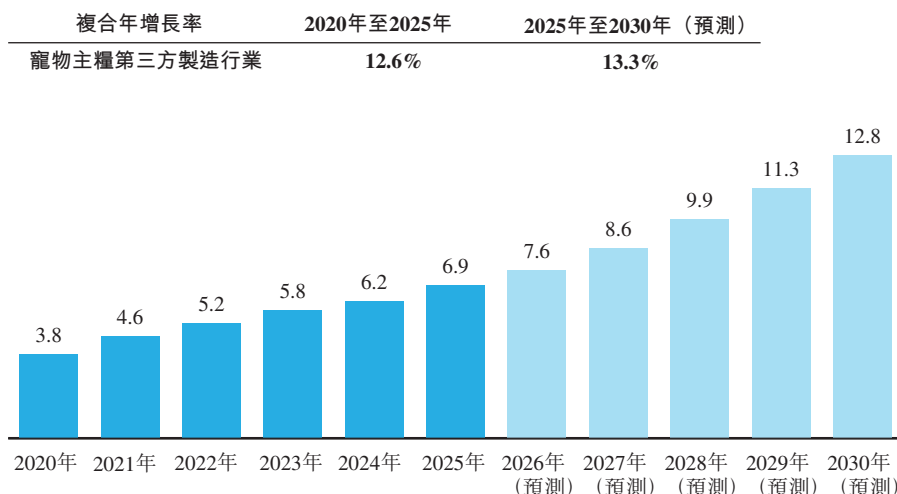
資料來源：弗若斯特沙利文

附註：上述市場規模指寵物食品本土第三方製造服務產生的總收入，不包括出口。

寵物主糧為寵物食品行業主要產品類別。按收入計，寵物主糧第三方製造行業的市場規模於2025年達到人民幣69億元，自2020年以來的複合年增長率為12.6%。預計未來五年市場規模將繼續以13.3%的複合年增長率增長。

行業概覽

寵物主糧第三方製造行業市場規模（按收入計）， 人民幣十億元，2020年至2030年（預測）



資料來源：弗若斯特沙利文

附註：上述市場規模指本土寵物主糧第三方製造服務產生的總收入，不包括出口。

中國寵物食品第三方製造行業競爭格局

根據弗若斯特沙利文的資料顯示，中國寵物食品第三方製造行業相對分散，按2025年收入計，前五大第三方製造公司佔據30.4%的市場份額。按2025年的收入計，本公司在中國寵物食品第三方製造行業中排名第二。

中國前五大寵物食品第三方製造公司（按收入計）（2025年）

排名	公司	市場份額
1	公司A	14.3%
2	本公司	5.3%
3	公司B	4.8%
4	公司C	4.2%
5	公司D	1.8%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：市場份額按2025年寵物食品第三方製造公司本土寵物食品產品第三方製造服務產生的收入除以中國寵物食品第三方製造行業市場規模計算。

公司A成立於2012年，總部設於中國，主要提供寵物食品第三方製造服務。

公司B成立於2019年，總部設於中國，主要提供寵物食品第三方製造服務。

行業概覽

公司C成立於2005年，總部設於中國，主要提供寵物食品第三方製造服務。

公司D成立於2015年，總部設於中國，主要提供寵物食品第三方製造服務。

根據弗若斯特沙利文的資料顯示，中國寵物主糧第三方製造行業相對集中，按2025年收入計，前五大第三方製造公司佔據40.4%的市場份額。按2025年的收入計，本公司在中國寵物主糧第三方製造行業中排名第二。

中國前五大寵物主糧第三方製造公司(按收入計)(2025年)

排名	公司	市場份額
1	公司A	20.9%
2	本公司	8.5%
3	公司B	4.7%
4	公司C	4.3%
5	公司D	2.0%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：市場份額按2025年寵物食品第三方製造公司本土寵物主糧產品第三方製造服務產生的收入除以中國寵物主糧第三方製造行業的市場規模計算。

中國寵物食品第三方製造行業的增長動力與未來趨勢

強大的研發能力為把握多元化市場需求奠定了堅實基礎。不斷演變的消費者偏好，要求涵蓋不同品種、生命階段、健康狀況及生活方式的專門化產品，正推動寵物食品市場擴張。對大多數品牌方而言，滿足該等專門化需求是一項重大的挑戰，從而推動了其在戰略上轉向與具備強大研發能力及先進生產能力的第三方製造商建立合作關係。

自主品牌的發展有益於第三方製造業務。領先的第三方製造商將建立及經營自有品牌，直接觸達終端消費市場，以準確洞察市場需求變動。同時經營第三方製造和自有品牌的企業，為品牌客戶提供更深層次的賦能，並獲得更強的競爭力。

先進技術加速數字化發展。借助大數據和AI技術來支持自動化、數據驅動流程和可視化，從根本上提高效率、質量和透明度。AI自動化的應用顯著減少了人為誤差，確保產品批次穩定性。

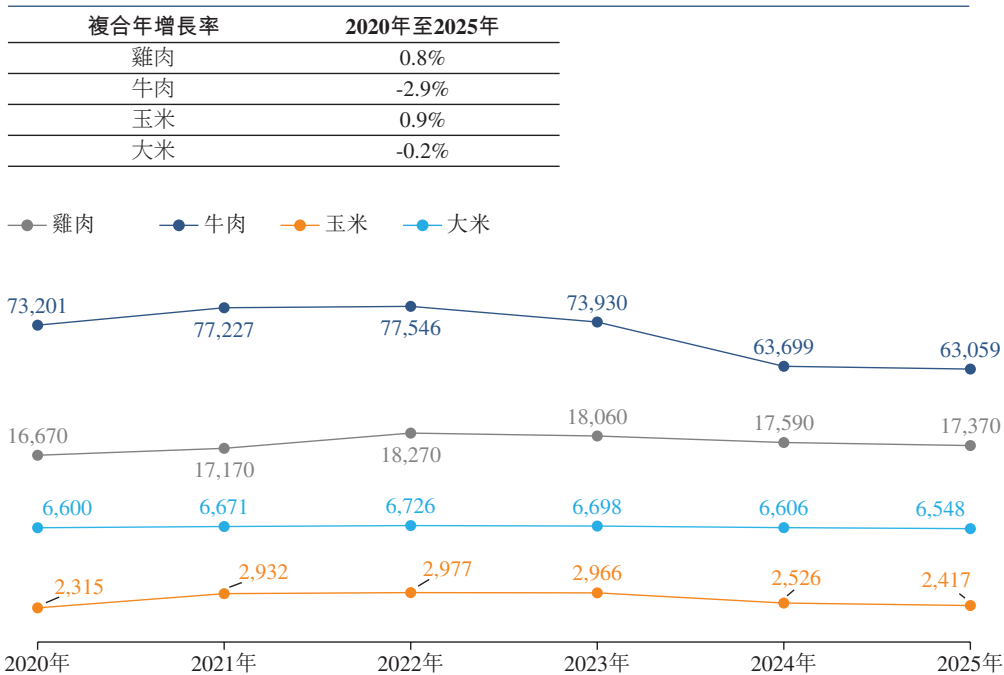
行業概覽

價格走勢及原材料

中國寵物食品行業的主要原料包括雞肉、牛肉、玉米及大米。自2022年起，我國牛肉產量逐年攀升，加之牛肉進口持續增加，導致牛肉供大於求，價格持續下跌。於2020年至2022年期間，由於武裝衝突及極端天氣，全球玉米產量下降，加上能源價格上漲推高了種植及運輸成本，導致玉米價格上升。於2023年，玉米供應趨於穩定，價格逐步回落。玉米作為雞飼料中主要原材料，雞肉價格也隨之波動。大米價格波動輕微，主要由於主要生產國產量穩定及儲備充足所致。

主要原料價格

人民幣元/噸，2020年至2025年



資料來源：弗若斯特沙利文

信息來源

就[編纂]而言，我們委聘獨立市場研究顧問弗若斯特沙利文對中國寵物護理行業進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文是一家獨立的全球諮詢公司，1961年在紐約成立。該公司提供行業研究和市場戰略，並提供增長諮詢和企業培訓。對於所提供的市場研究服務，我們已向弗若斯特沙利文支付人民幣550,000元的費用，我們認為該費用與市場價格一致。

行業概覽

在開發及編製研究報告時，弗若斯特沙利文假設相關市場的社會、經濟及政治環境於預測期內保持穩定，以確保中國寵物護理市場及相關行業的穩定健康發展。此外，弗若斯特沙利文的預測基於以下基礎和假設：中國經濟在未來十年保持穩定增長，區域社會、經濟和政治環境於預測期內保持穩定。此外，中國寵物護理市場及其他相關行業預期將基於相關宏觀經濟假設而發展。

除另有說明外，本節所載的全部數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文已根據詳細的一手資料研究（涉及與若干領先行業參與者討論寵物護理行業的狀況）及二手資料研究（涉及審閱公司報告、獨立研究報告及基於其自身研究數據庫的數據）編製弗若斯特沙利文報告。董事經合理審慎處理後確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，整體市場信息並無任何重大不利變化，以致對有關信息造成重大限制、矛盾或影響。