

01

独居经济推动宠物行业发展 宠物成年轻人情感寄托

独居经济正推动宠物行业大踏步前行发展。

随着我国独居人口的增加,宠物的陪伴作用越来越重要,一人家庭成为了饲养宠物的主力军。而学历高、收入高、年龄低、宠龄低成为了宠物主的四大特

征。除了老人养宠物缓解孤独感之外,越来越多的年轻人也将宠物作为自己的情感寄托,进而带动了宠物经济的快速发展。

艾媒咨询《2021年中国宠物经济产业研究报告》数据显示,随着社会结构变化,空巢群体不断增加,77.7%的受访者将宠物视为情感寄托。分析师认为,我国空巢老人以及单身青年构成庞大的潜在养宠用户,宠物市场仍有巨大成长空间,超过七成人有过饲养宠物的经历。其中,65.6%的受访者饲养狗,40.6%的受访者饲养猫,其次是金鱼、兔子、宠物鼠、鸟类等,此外还有同时饲养多种宠物的经历。就当前宠物饲养的品类而言,猫

和狗依旧“最受宠”。

在广州从事人事工作的孙小姐就是其中一名同时养了猫和狗的白领。她坦言,身为独居人士,宠物饲养带来的快乐和惊喜实在是太多太多。

“我养的是英短蓝猫和柴犬,它们真的为我的独居生活带来了许多欢乐。平时工作累,下班后回到家,看见它们坐在门口迎接我,一天的疲惫和烦躁瞬间消失了。”从事人事工作的孙小姐向新快报记者表示,“我其实在它们身上花费也不少,有时候看见那些可爱的首饰衣服都想给它们买,还有就是各种口味的零食和罐头,我在家里都是有专门的架子来装的。”

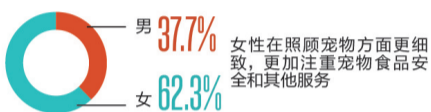
现在的养宠观念已经不同以往,很多独居人士都将宠物视为家人,宠物经济发展规模逐渐增大。根据艾媒咨询《2022-2023年中国宠物产业发展及消费者调研研究报告》(以下简称《研究报告》)显示,2022年中国宠物经济产业规模达到4936亿元,同比增长25.2%,预计2025年市场规模达8114亿元。37.1%的受访者将宠物看成自己的朋友,超过四成人会将宠物当成亲人,这种情感需求推动了宠物经济的发展,预计2023年中国宠物经济市场规模将接近6000亿元。而宠物市场的规模化发展使得市场延伸服务不断完善,从传统的宠物食品、宠物用品等领域向宠物摄影、宠物医疗、宠物保险、萌宠体验馆等周边产业延伸。

宠物行业消费者人群画像

企业人员(企业管理者及普通职员)



女性远高于男性群体



主要集中在31~40岁



中高收入人群(5K~15K)



年轻人 爱上“云养宠” 宠物经济衍生出新业态

02

高消费群体呈现年轻化趋势 80后90后成消费主力

如今的宠物行业发展得越来越快,对于很多人来说,养宠物已经成为一种生活方式。宠物产业将不断向细分化、智能化、人性化方向发展。

实际上,我国宠物市场正迎来高速增长期,行业规模已达数千亿。与此同时,随着宠物行业的蓬勃发展,宠物理发师、宠物托管师等相关行业亦随之涌现,并且已初具规模。最新发布的《2022-2023年我国宠物产业发展与消费者调研研究报告》显示,2022年我国宠物产业规模达4936亿元,同比增长25.2%,预计2025年市场规模将达到8114亿元。

此外,根据中国宠物行业白皮书数据,2021年,一线城市养宠物人口比例为33.5%,二线城市为43.9%。从养宠人群的消费水平来看,高消费人群(每月主食消费500元以上)大部分集中在一二线城市。2021年,一二线城市高消费人群占比分别为40.9%和39.2%。与此同时,养宠的高消费群体呈现出年轻化趋势,其中80后、90后成最重要的养宠群体。

艾媒咨询《2021-2022年中国宠物食品市场及消费行为监测报告》的数据显示,2022年中国宠物食品行业规模达1732亿元。根据《研究报告》数据显示,消费者

在购买宠物食品时,六成以上消费者最关注宠物偏好,其次为品牌口碑以及产品原料。

除了食品外,宠物主们为爱宠的日常生活品消费方面也特别豪爽。艾媒咨询《宠物经济行业数据分析:82.4%消费者会选择购买宠物清洁护理用品》的数据显示,在2022年中国宠物用品消费者购买类型调查中,82.4%消费者会选择购买宠物清洁护理用品,75.6%消费者会选择购买宠物日用品,44.4%消费者会选择购买宠物服饰出行用品,8.6%消费者会选择购买其他宠物用品。同时艾媒咨询《中国宠物经济行业数据分析:62.0%消费者的宠物用品购买次数不变》的数据显示,在2022年中国宠物用品消费者购买次数变化中,62%消费者的宠物用品购买次数不变,26.5%消费者的宠物用品购买次数增多,11.5%消费者的宠物用品购买次数减少。

尤其是在购物节来临的时候,更是爱宠人士们的囤货期。天猫宠物数据显示,2022年“双11”首日预售开启4小时内,有两个宠物商家销量破千万元。2022年10月31日20时起的京东宠物“双11”开门红阶段战报显示,京东宠物前4小时成交额突破同期28小时纪录。2022年唯品会数

据显示,宠物主粮销量同比增长94%,宠物强化免疫用品销量同比增长115%,宠物驱虫、宠物医疗护理产品销量均同比上升80%以上。

数字化、智能化升级已成为中国宠物用品行业未来的发展趋势,小米、美的、海尔等科技领域巨头跨界入局宠物用品行业,给智能用品类带来新的增长点。

