

經濟 寵物篇

消費規模破千億 結合創科新元素



內地中產崛起 寵物經濟升級



寵物家庭地位漸高，主人捨得花錢。

蒸蒸日上寵物經濟正在內地經歷前所未有的旺盛時期，隨着中產階級壯大，去年行業規模破千億元(人民幣，下同)後一直持續向好。相較以往，今年的寵物市場出現行業首度登陸A股、創新科技結合寵物消費、新興服務模式發酵等特徵。業內稱，養寵在內地變得普遍起來，越來越多高收入、高職位人群，為追求精神和情感的需求，有望將相關可愛寵物的「萌經濟」推向一個全新高度。

文/圖：香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道

翻看內地用戶在社交網絡上的內容，晒出自家寵物消費的行為越來越多，比如帶愛犬到寵物餐廳享用美食、到貓狗美容院洗澡美容、甚至前往專門接待寵物的高星級賓館住宿等。為寵物掏錢，在不少內地養寵者眼裡正變得稀鬆尋常。



賈彤

高消費行為由炫富到認可

回顧過去幾年，不少人在當時還無法理解為寵物高消費的行為。萬達集團董事長王健林之子王思聰，常愛在微博上晒寵物犬的日常用品，最初獲得的評價大都是「炫富」。如今，王思聰晒出一些昂貴物品時，已經能夠收到中肯的評價，不少網友會留言「哪裡買的」、「什麼牌子」、「好不好用」之類，潛意識裡覺得用較高的消費來對待寵物，是一件能夠認可的事情。

對於寵物消費的提高，有機構用數據來證明這點。狗民網《2017年中國寵物行業白皮書》提及今年寵物商品及服務消費規模達到了1,340億元(人民幣，下同)，年均增速超過30%。養寵家庭佔比17%，大約每6戶人家就有1家飼養寵物。

狗民網《2017年中國寵物行業白皮書》CEO賈彤認為，消費的提高和養寵人群特徵有關，總體而言，當前養寵人群的收入和職業層次高，個人收入在6,000元至2萬元的人群中，養寵多於不養寵。

個案1

沈小姐向來視家中的貓是家庭成員，一直非常捨得在貓身上花錢，她表示，除去玩具和硬件升級，家貓一個月口糧費用就高達1,200元，這部分是固定支出。此外，為盡量讓貓高興，她一直購買智能互動類的寵物玩具，一個平均售價200元，一年起碼買上4至6次。加上貓的飲水機、自動投食機、貓爬架之類的，保守估算一年開銷15,000元。



沈小姐

個案2

張女士則視家中一隻寵物小犬為孩子，天天抱在懷裡十分疼愛，她說，狗主要食狗糧每月約500元支出，但為營養均衡，還額外購買牛肉、三文魚、深海魚油、羊奶粉、酸奶等各種食品，加上這部分費用一個月伙食支出約1,000元。此外狗的健康開

銷很大，每年去犬管辦的疫苗打針費和犬證費用420元，去商業寵物醫院體檢費用1,200元一次。有一年狗因誤食有毒物住院，每天住院費500元，住院約10天加上醫藥費和護理費，那次給狗看病一次就花了1.9萬元。

另外，張女士表示帶狗外出費用比人更高，通常內地接受寵物

進入室內的餐廳或酒店，都是中高檔為主。但進去的話，寵物的費用開銷必定更大，如上海唯一接受狗入住的五星級崇明金茂酒店，入住的普通客房每晚1,100元，但寵物客房則高達每晚1,600元。很多可攜帶寵物入內的餐廳，人均消費不過百元，但如果給寵物點上幾道菜，牠們的餐飲費就會超過主人的消費。



可愛小寵物支撐起「萌經濟」。



內地喜寵人士數量龐大。

每隻寵物服務類 年均消費(人民幣)

寵物醫療	2,387.4元
洗澡美容	2,199.1元
寵物殯葬	1,133.1元
行為訓練	1,105.4元
寄養	505元

寵物商品年度平均消費(人民幣)

主糧	3,841.8元
零食	1,932.1元
保健品	993.4元
藥品	908.9元
寵物用品	753.4元

註：以每隻寵物平均消費計算

數據來源：狗民網 | 鈐鑄寵物

寵物行業登陸A股

投資新貴

今年A股市場上首度出現2隻純正的寵物消費類股票，被認為是寵物行業正式資本化的元年。有「A股狗糧第一股」之稱的佩蒂股份(300673.SZ)和內地寵物食品龍頭企業的中龍股份(002891.SZ)相繼在A股順利IPO。此外，新三板寵物概念今年亦大熱，7家企業均處於盈利狀態。業內稱，如今的寵物行業不僅成為大消費的主要一翼，更晉升為資本市場上的新貴。

以往僅有投資寵物行業的A股公司，但今年起直接生產和銷售寵物食品的公司相繼登陸A股市場。

佩蒂中寵首掛後急漲

從事寵物食品生產和銷售的溫州企業佩蒂股份，去年光是寵物零食就賣出5億元(人民幣，下同)，今年7月11日開盤當天漲停價報32.17元，漲幅44%，並連續5個交易日漲停。另一家專注寵物食品研發的煙台企業中龍股份，在8月21日掛牌首日開盤後上漲43.98%，之後創下連續9個一字漲停板紀錄。

資本市場相信押注寵物股可贏得豐厚回報，數據顯示2017年內地養寵家庭近6,000萬，養寵年度人均總消費達6,436元，龐大的數字規模使得投資寵物行業的投資者和機構都在迅速擴大。

據東方財富Choice數據，除A股外，新三板上跟寵物關係密切的掛牌公司有7家，截至2016年其財務數據都為盈利狀態，其中4家去年營收過億元，淨利潤達千萬元級別。涉及的寵物用品有食品、護理用品、寵物玩具、寵物醫療、寵物美容等。

本土品牌搶佔市場份額

華泰證券在一份關於寵物股的研報中指出，內地寵物用品市場現狀是被外資巨頭搶佔份額的局面。從食品類來看，美國瑪氏、雀巢普瑞納以及高露潔希爾斯三大寵物食品巨頭全球市佔率高達45%，外資品牌在內地市佔率超過50%。

不過，差距也意味著國產寵物行業有大量提升空間，華泰稱，隨着內地寵物市場的快速增長，本土寵物企業存在提升市場份額的可能。以中龍股份來看，其生產能力漸次釋放，創新步伐逐步加快，公司還出現了募投資項日來有效彌補生產力。

貓狗要歡高科技 智能產品受青睞

創新產品

隨着科技創新的迅猛發展，寵物用品也頻頻出現高科技產品。在今年的亞洲寵物展上可見，從日用品、醫藥乃至寵物克隆服務上，科創產品正吸引養寵者越來越多的目光。

可以自動控溫的貓窩、能記錄路徑的狗繩、智能檢測寵物運動量的佩牌，在今年的亞洲寵物展上，科技類產品大受歡迎，展台前熙熙攘攘擠滿了為自己寶貝挑選產品的主人們，收銀處一度大排長龍，發貨員打包產品到手軟。這正是目前內地寵物科技產品市場的現狀。



消費者精心為其寵物挑選智能科技產品。

提升寵物生活質量

記者看到，有用戶一次性將展覽上大部分推介的科技產品買下，塞滿兩個28寸拉桿箱和一個32寸特大拉桿箱，一次花費接近萬元(人民幣，下同)。該寵主向記者表示，消費升級了，寵物也需要享受，單單追求貓狗溫飽的日子已經是過去式，現在最希望讓寵物們可以獲得最佳的生活質量。

另外，從內地主打寵物智能用品的小佩Petkit寵物透露的數據來看，每當公司新推寵物科技用品時，第一年銷量都超過10萬，如第一代智能掛件P1，曾在4個月內賣出10萬個，去年推出的寵物智能飲水機全渠道銷量逾10萬台，可稱重智能抗菌碗銷量超過20萬個。

值得一提的是，近年生物醫藥領域的科技

巨頭亦開始青睞內地寵物市場。就在今年寵物展前夕，國際製藥巨頭勃林格殷格翰帶着首個犬類口服體外驅蟲藥尼可信來內地，宣佈正式上市銷售。

勃林格中國寵物業務負責人王德謀接受記者採訪時表示，內地寵主消費行為正向歐美等發達國家靠攏，開始為寵物健康買單，年均寵物健康消費達2,387元，佔比寵物服務消費中最高部分，而在美國，寵物醫藥的開支亦佔據寵物消費最多比例。

寵物克隆成新契機

此外，更前衛的「黑科技」技術今年亦在內地寵物市場上亮相。世界上首例基因編輯克隆犬在內地誕生，有動物醫院在10月宣佈推出寵物克隆服務，冀再造寵物來緩解喪寵者的悲痛，亦不失為寵物行業一種全新發展契機。

全球廠商拓華市場

龐大商機

正是內地寵物消費擁有巨大潛力，目前全球範圍寵物行業商家，都想極力把握在內地市場的機遇。上海一年一度的亞洲寵物展是寵物行業的盛會，



寵物試吃滿意的話，再貴的價格主人也願意買單。

今年展覽參展商從去年的800多家擴大到950家，帶來3,000多個品牌，並吸引到超過8萬名養寵消費者的規模，展館面積也從4個擴容到8個，這些數字都是寵物展舉辦以來的歷史新高。

在冊貓狗寵物近1億隻

每年，瑪氏、雀巢等國際知名品牌都會千里迢迢趕赴內地市場作寵物產品推廣，他們十分看重這個新興的陣地，每次展覽都花血本送出大量試吃產品給內地的寵物們。雀巢旗下的冠能寵物食品展台人員向記者表示，進入內地僅僅幾年後，這裡就成為其主要銷售市場，目前內地註冊貓狗數量接近1億隻，10年間規模擴

大了超過700%，大有可為。

另外，內地許多知名企業亦開始向寵物行業靠攏。京東在近幾年悄然佈局了「京東寵物」項目，並在今次寵物展上亮相設置展台，天貓也在今年8月開出「淘寵寶平台」。中國平安、中國人保等大型險資企業也都推出過相關寵物的保險。廣發銀行則在試水「愛寵信用卡」用於購買寵物商品享受優惠折扣。國內農業產業巨頭新希望集團則於「雙十一」節前成立貓寧寵控正式涉足寵物行業。

總之，越來越多商家意識到能在寵物身上賺到的錢，或許不會比女人及小孩少。

寵物賺錢「養主人」

特稿

讓可愛的寵物「養家餬口」在內地也成為現實，或許牠們賺的錢要比普通上班族還多。

王思聰的愛犬王可可是內地知名網紅，他在微博上有239萬粉絲，並擁有「狗生贏家」的微博認證。當以王可可是名義在淘寶上開設寵物周邊店鋪後，上線第一天便有13萬元(人民幣，下同)營收，當年銷售額超過千

萬元，預計今年是逾3,000萬元。要知道，這家店鋪才開了一年多。

網紅寵物身價不菲

此外，隨着內地打賞文化的盛行，在社交網絡上通過晒晒晒亦可獲得不菲收入。有寵主表示，會將自己愛犬的日常照片配上文字上傳微信公眾號，不久後驚奇地發現很多不認識的網友會因為狗狗的可愛而隨手給一筆「小費」，最大

方的單筆有200元打賞，隨着閱讀者越來越多，打賞的總額也水漲船高。

艾媒諮詢有報告指，隨着網紅變現模式的多元化，即使是寵物也取得了變現手段。有不完全統計指，目前的網紅寵物中，身價多的已經達到七位數，少的也有幾萬至幾十萬元不等，由於利潤驚人，已經出現不少主人辭職專心經營網紅寵物的多個案例。

香港文匯報記者 孔雯瓊