

消费规模破千亿 结合创科新元素

潮经济
宠物篇



中国中产阶级崛起 宠物经济升级



宠物家庭地位渐高，主人舍得花钱。

投资新贵

宠物行业登陆A股

今年A股市场上首度出现2只纯正的宠物消费类股票，被认为是宠物行业正式资本化的元年。有“A股狗粮第一股”之称的佩蒂股份和中国宠物食品龙头企业的中宠股份（相继在A股顺利IPO。此外，新三板宠物概念今年亦大热，7家企业均处于盈利状态。业内称，如今的宠物行业不仅成为大消费的主要一翼，更晋升为资本市场上的新贵。

以往仅有投资宠物行业的A股公司，但今年起直接生产和销售宠物食品的公司相继登陆A股市场。从事宠物食品生产和销售的温州企业佩蒂股份，去年光是宠物零食就卖出5亿元（人民币，下同），今年7月11日开盘当天涨停价报32.17元，涨幅44%，并连续5个交易日涨停。另一家专注宠物食品研发的烟台企业中宠股份，在8月21日挂牌首日开盘后上涨43.98%，之后创下连续9个一字涨停板纪录。

资本市场相信押注宠物股可赢得丰厚回报，数据显示2017年中国养宠家庭近6,000万，养宠年度人均总消费达6,436元，庞大的数字规模使得投资宠物行业的投资者和机构都在迅速扩大。华泰证券在一份关于宠物股的研报中指出，中国宠物用品市场现状是被外资巨头抢占份额的局面。从食品类来看，美国玛氏、雀巢普瑞纳以及高露洁希尔思三大宠物食品巨头全球市占率高达45%，外资品牌在中国市占率超过50%。不过，差距也意味着国产宠物行业有大量提升空间，华泰称，随着中国宠物市场的快速增长，本土宠物企业存在提升市场份额的可能。



可爱小宠物撑起“萌经济”。



中国喜宠人士数量庞大。

每只宠物服务类 年均消费(人民币)

宠物医疗	2,387.4元
洗澡美容	2,199.1元
宠物殡葬	1,133.1元
行为训练	1,105.4元
寄养	505元

宠物商品年度平均消费(人民币)

主粮	3,841.8元
零食	1,932.1元
保健品	993.4元
药品	908.9元
宠物用品	753.4元

注：以每只宠物平均消费计算

数据来源：狗民网 | 铃铛宠物

蒸蒸日上的宠物经济正在中国经历前所未有的旺盛时期，随着中产阶级壮大，去年行业规模破千亿元（人民币，下同）后一直持续向好。相较以往，今年的宠物市场出现行业首度登陆A股、创新科技结合宠物消费、新兴服务模式发酵等特征。业内称，养宠在中国变得普遍起来，越来越多高收入、高职位人群，为追求精神和情感的需求，有望将相关可爱宠物的“萌经济”推向一个全新高度。 ■文/图：香港文汇报记者 孔雯琼 上海报道

翻看中国用户在社交网络上的内容，晒出自家宠物消费的行为越来越多，比如带爱犬到宠物餐厅享用美食、到猫狗美容院洗澡美容、甚至前往专门接待宠物的高星级酒店住宿等。为宠物掏钱，在不少中国养宠者眼里正变得稀松平常。

高消费行为由炫富到认可

回顾过去几年，不少人在当时还无法理解宠物高消费的行为。万达集团董事长王健林之子王思聪，常爱在微博上晒宠物犬的日常用品，最初获得的评价大都是“炫富”。如今，王思聪晒出一些昂贵物品时，已经能够收到中肯的评价，不少网友会留言“哪里买的”、“什么牌子”、“好不好用”之类，潜意识里觉得用较高的消费来对待宠物，是一件能够认可的事



贾彤

情。对于宠物消费的提高，有机构用数据来证明这点。狗民网铃铛宠物近期发布过《2017年中国宠物行业白皮书》，提及今年宠物商品及服务消费规模达到了1,340亿元，年均增速超过30%。养宠家庭占比17%，大约每6户人家就有1家饲养宠物。

狗民网铃铛宠物CEO贾彤认为，消费的提高和养宠人群特征有关，总体而言，当前养宠人群的收入和职业层次高，个人收入在6,000元至2万元的人群中，养宠要多于不养宠。

个案1

沈小姐向来视家中的猫是家庭成员，一直非常舍不得在猫身上花钱，她表示，除去玩具和硬件升级，家猫一个月口粮费用就高达1,200元（人民币，下同），这部分是固定支出。此外，为尽量让猫高兴，她一直购买智能互动类的宠物玩具，一个平均售价200元，一年起码买上4至6次。加上猫的饮水机、自动投食机、猫爬架之类的，保守估算一年开销15,000元。



沈小姐

个案2

张女士则视家中一只宠物小狗为孩子，天天抱在怀里十分疼爱，她说，狗主要食狗粮每月约500元（人民币，下同）支出，但为营养均衡，还额外购买牛肉、三文鱼、深海鱼油、羊奶粉、酸奶等各种食品，加上这部分费用一个月伙食支出约1,000元。此外狗的健康开销很大，每年去犬管办的疫苗打针费和犬证费用420元，去商业宠物医院体检费用1,200元一次。有一年狗因误食有毒物住院，每天住院费500元，住院约10天加上医药费和护理费，那次给狗看病一次就花了1.9万元。

另外，张女士表示带狗外出费用比人更高，通常中国接受宠物进入室内的餐厅或酒店，都是中高档为主。但进去的话，宠物的费用开销必定更大，如上海唯一接受狗入住的五星级崇明金茂酒店，人住的普通客房每晚1,100元，但宠物客房则高达每晚1,600元。很多可携带宠物入内的餐厅，人均消费不过百元，但如果给宠物点上几道菜，它们的餐饮费就会超过主人的消费。

猫狗享受高科技 智能产品受青睐

创新产品

随着科技创新的迅猛发展，宠物用品也频频出现高科技产品。在今年的亚洲宠物展上可见，从日用品、医药乃至宠物克隆服务上，科创产品正吸引养宠者越来越多的目光。

可以自动控温的猫窝、能记录路径的狗绳、智能检测宠物运动量的佩牌，在今年的亚洲宠物展上，科技类产品大受欢迎，展台前熙熙攘攘挤满为自己宝贝挑选产品的主人们，收银处一度大排长龙，发货员打包产品到手软。这正是目前中国宠物科技产品市场的现状。

提升宠物生活质量

记者看到，有用户一次性将展览上大部分推介的科技产品买下，塞满两个28寸拉杆箱和一个32英寸特大拉杆箱，一次花费接近万元（人民币，下同）。该宠主向记者表示，消费升级了，宠物也需要享受，单单追求猫狗温饱的日子已经是过去式，现在最希望让宠物们可以获得最佳的生活质量。

另外，从中国主打宠物智能用品的小佩Petkit宠物透露的数据来看，每当公司新推宠物科技用品时，第一年销量都超过10万，如第一代智能挂件P1，曾在4个月内卖出10万个，去年推出的宠物智能饮水机全渠道销量逾10万台，可称重智能抗菌碗销量超过20万个。

值得一提的是，近年生物医药领域的科



消费者精心为其宠物挑选智能科技产品。

技巨头亦开始青睐中国宠物市场。就在今年宠物展前夕，国际制药巨头勃林格格翰带着首个犬类口服体外驱虫药尼可信前往中国，宣布正式上市销售。

勃林格中国宠物业务负责人王德谋接受记者采访时表示，中国宠主消费行为正向欧美等发达国家靠拢，开始为宠物健康买单，年均宠物健康消费达2,387元，占比宠物服务消费中最高部分，而在美国，宠物医药的开支亦占据宠物消费最多比例。

宠物克隆成新契机

此外，更前卫的“黑科技”技术今年亦在中国宠物市场上亮相。世界上首例基因编辑克隆犬在中国诞生，有动物医院在10月宣布推出宠物克隆服务，冀再造宠物来缓解丧宠者的悲痛，亦不失为宠物行业一种全新发展契机。

庞大商机

正是中国宠物消费拥有巨大潜力，目前全球范围宠物行业商家，都想极力把握在中国市场的机遇。上海一年一度的亚洲宠物展是宠物行业的盛会，今年展览参展商从去年的800多家扩大到950家，带来3,000多个品牌，并吸引到超过8万名养宠消费者的规模，展馆面积也从4个扩容到8个，这些数字都是宠物展举办以来的历史新高。



宠物试吃满意的话，再贵的价格主人也愿意买单。

每年，玛氏、雀巢等国际知名品牌都会千里迢迢赶赴中国市场作宠物产品推荐，他们极看重这个新兴的阵地，每次展览都花血本送出大量试吃产品给中国的宠物们。雀巢旗下的冠能宠物食品展台人员向记者表示，进入中国仅仅几年后，这里就成为其主要销售市场，目前中国在册猫狗

全球厂商拓华市场

宠物数量接近1亿只，10年间规模扩大了超过700%，大有可为。另外，中国许多知名企业亦开始向宠物行业靠拢。京东在近几年悄然布局了“京东宠物”项目，并在今年宠物展上亮相设置展台，天猫也在今年8月开出“淘宠宝平台”。中国平安、中国人保等大型险资企业也都推出过相关宠物的保险。广发银行则在试水“爱宠信用卡”用于购买宠物商品享受优惠折扣。国内农业产业巨头新希望集团则于“双十一”节前成立猫宁宠控正式涉足宠物行业。

宠物数量接近1亿只，10年间规模扩大了超过700%，大有可为。另外，中国许多知名企业亦开始向宠物行业靠拢。京东在近几年悄然布局了“京东宠物”项目，并在今年宠物展上亮相设置展台，天猫也在今年8月开出“淘宠宝平台”。中国平安、中国人保等大型险资企业也都推出过相关宠物的保险。广发银行则在试水“爱宠信用卡”用于购买宠物商品享受优惠折扣。国内农业产业巨头新希望集团则于“双十一”节前成立猫宁宠控正式涉足宠物行业。

宠物赚钱“养主人”

特稿

让可爱的宠物“养家糊口”在中国也成为现实，或许它们赚的钱要比普通上班族还多。

王思聪的爱犬王可可是中国知名网红，它在微博上有239万粉丝，并拥有“狗生赢家”的微博认证。当以王可可是名义在淘宝上开设宠物周边店铺后，上线第一天便有13万元（人民币，下同）营收，当年销售额超过千万元，预计今年

是逾3,000万元。要知道，这家店铺才开了一年多。

网红宠物身价不菲

此外，随着中国打赏文化的盛行，在社交网络上通过晒猫晒狗亦可获得不菲收入。有宠主表示，会将自己爱犬的日常照片配上文字上传微信公号，不久后惊奇地发现很多不认识的网友会因为狗狗的可爱而随手给一笔“小费”，最大方的单笔有200元打

赏，随着阅读量越来越多，打赏的总额也水涨船高。

艾媒咨询有报告指，随着网红变现模式的多元化，即使是宠物也取得了变现手段。有不完全统计指，目前的网红宠物中，身价多的已经达到七位数，少的也有几万至几十万元不等，由于利润惊人，已经出现不少主人辞职专心经营网红宠物的多个案例。

■香港文汇报记者 孔雯琼