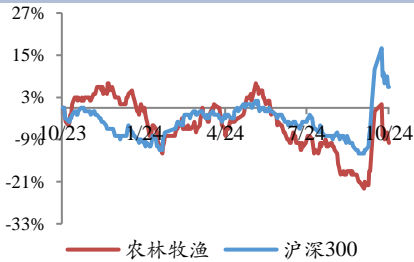


宠物产品出口稳步向好，国产品牌替代持续推进

行业评级：增持

报告日期：2024-10-16

行业指数与沪深300走势比较



分析师：王莺

执业证书号：S0010520070003

邮箱：wangying@hazq.com

分析师：刘京松

执业证书号：S0010524090001

邮箱：liujs@hazq.com

相关报告

1.《宠物系列研究之六：宠物产品出口持续向好，国产自有品牌加速突围》2024-01-24

主要观点：

● 海外出口稳步向好，客户备货积极性相对较高

海关总署数据：2024年1-8月，我国零售包装宠物食品出口量21.7万吨，同比增长28.8%，出口金额9.74亿美元，同比增长22.5%；其中，8月零售包装宠物食品出口量达2.85万吨，同比增长30.7%，环比下滑3.9%；零售包装宠物食品出口额1.39亿美元，同比增长34.0%，环比增长2.6%。

2024年1-8月，我国宠物用品出口量28.32万吨，同比增长22.1%，宠物用品出口金额11.81亿美元，同比增长2.4%，出口均价同比下滑。我们认为，上半年宠物产品海外出口业务持续回暖主要系客户库存需求恢复叠加23年同期出口低基数影响，2024年8月，部分宠物产品出口同比快速增长或与海外客户因考虑船运、自身库存等原因提前开启节日备货，人民币汇率预期持续改善等因素有关，刚需性较强的宠物产品出口回暖情况更为明显。美国宠物用品协会（APPA）调查报告显示：2023年美国宠物市场销售额1470亿美元，同比增长7.5%，其中，宠物食品仍是发展最快的细分市场，同比增长10.8%。预计2024年美国宠物行业销售额1506亿元，同比增长2.5%，宠物食品销售额669亿美元，同比增长3.9%。海外宠物市场高景气度有望持续带动国内宠物产品出口稳健增长，建议关注相关宠物食品、用品出口企业业绩弹性。

● 国内宠物市场百花齐放，国产品牌替代持续推进

久谦数据：2024年1-8月，三大电商平台（天猫、京东、抖音）宠物品类总销售额317.90亿元，同比增长12.1%，猫狗食品总销售额171.56亿元，同比增长13.3%；受我国宠物猫数量近年来快速增长影响，猫干粮与零食产品销量增长尤为明显。

传统电商平台（天猫+京东）目前仍为宠物食品销售规模最大的主力战场，新兴直播电商渠道销售额维持较快增长，但增速相对有所放缓，抖音渠道宠物产品销售规模已基本接近京东渠道，品牌曝光属性持续显现，未来有望成为国产宠物品牌放量重要推手。我国宠物行业消费韧性仍存，高性价比偏好以及宠物主对于细分需求和热门概念的追求有望为宠粮国产替代持续提供动力。根据欧睿数据，2023年已有3家国产品牌进入我国宠物食品品牌市占率TOP5，国产品牌有望凭借供应链优势、产品研发迭代能力以及对于电商营销的快速反应能力实现加速突围。

风险提示

原材料价格波动风险；国内宠物市场开拓不达预期风险；市场竞争加剧风险等。

正文目录

1 海外出口持续向好，客户备货积极性相对较高	5
2 国内宠物市场百花齐放，国产品牌替代持续推进	10
风险提示:	19

图表目录

图表 1 宠物食品出口量及同环比变动, 吨、%	5
图表 2 宠物食品出口额及同环比变动, 万美元、%	5
图表 3 宠物用品海外出口量及同环比变动, 吨、%	6
图表 4 宠物用品海外出口额及同环比变动, 万美元、%	6
图表 5 宠物牵引用具出口量及同比变动, 吨、%	6
图表 6 宠物牵引用具出口额及同比变动, 万美元、%	6
图表 7 宠物尿垫出口量及同比变动, 吨、%	6
图表 8 宠物尿垫出口额及同比变动, 万美元、%	6
图表 9 宠物食品对美国出口量及同环比变动, 吨、%	7
图表 10 宠物食品对美出口额及同环比变动, 万美元、%	7
图表 11 宠物用品对美国出口量及同环比变动, 吨、%	7
图表 12 宠物用品对美出口额及同环比变动, 万美元、%	7
图表 13 宠物食品对德国出口量及同环比变动, 吨、%	8
图表 14 宠物食品对德出口额及同环比变动, 万美元、%	8
图表 15 宠物用品对德国出口量及同环比变动, 吨、%	8
图表 16 宠物用品对德出口额及同环比变动, 万美元、%	8
图表 17 宠物食品对印度尼西亚出口量及同环比变动	8
图表 18 宠物食品对印度尼西亚出口额及同环比变动	8
图表 19 宠物用品对马来西亚出口量及同环比变动	9
图表 20 宠物用品对马来西亚出口额及同环比变动	9
图表 21 白羽肉鸡毛鸡成交价, 元/斤	9
图表 22 美元兑人民币汇率变动情况	9
图表 23 美国宠物市场销售规模, 亿美元、%	10
图表 24 美国宠物细分市场销售规模, 亿美元	10
图表 25 电商宠物品类销售量及同环比变化, 万件、%	10
图表 26 电商宠物品类销售额及同环比变化, 亿元、%	10
图表 27 电商猫狗食品销售量及同环比变化, 万件、%	11
图表 28 电商猫狗食品销售额及同环比变化, 亿元、%	11
图表 29 狗粮销售额及同比变化, 亿元、%	11
图表 30 猫粮销售额及同比变化, 亿元、%	11
图表 31 狗零食销售额及同比变化, 亿元、%	11
图表 32 猫零食销售额及同比变化, 亿元、%	11
图表 33 天猫猫狗食品销售量及同环比变化, 万件、%	12
图表 34 天猫猫狗食品销售额及同环比变化, 万元、%	12
图表 35 京东猫狗食品销售量及同环比变化, 万件、%	12
图表 36 京东猫狗食品销售额及同环比变化, 万元、%	12
图表 37 抖音猫狗食品销售量及同环比变化, 万件、%	13
图表 38 抖音猫狗食品销售额及同环比变化, 万元、%	13
图表 39 麦富迪销售额及同环比变化, 亿元、%	14
图表 40 弗列加特销售额及同环比变化, 万元、%	14
图表 41 顽皮销售额及同环比变化, 万元、%	14

图表 42 领先销售额及同环比变化, 万元、%	14
图表 43 ZEAL 销售额及同环比变化, 万元、%	14
图表 44 爵宴销售额及同环比变化, 万元、%	14
图表 45 好适嘉猫狗食品销售额及同环比变化	15
图表 46 网易严选猫狗食品销售额及同环比变化	15
图表 47 伯纳天纯猫狗食品销售额及同环比变化	15
图表 48 诚实一口猫狗食品销售额及同环比变化	15
图表 49 皇家销售额及同环比变化, 亿元、%	16
图表 50 凯锐思销售额及同环比变化, 万元、%	16
图表 51 冠能销售额及同环比变化, 万元、%	16
图表 52 渴望销售额及同环比变化, 万元、%	16
图表 53 我国宠物行业规模情况, 亿元、%	17
图表 54 2023 年中、美、日专业犬猫粮使用率情况, %	17
图表 55 认为综合电商是最重要购买渠道的养宠人群	17
图表 56 抖音电商养宠人群变化趋势	17
图表 57 小红书平台宠物猫分阶段特供粮需求趋势	18
图表 58 小红书平台宠物犬分阶段特供粮需求趋势	18
图表 59 2023 年我国宠物食品品牌市占率 TOP10	19
图表 60 2014-2023 主要国产品牌市占率变化情况, %	19

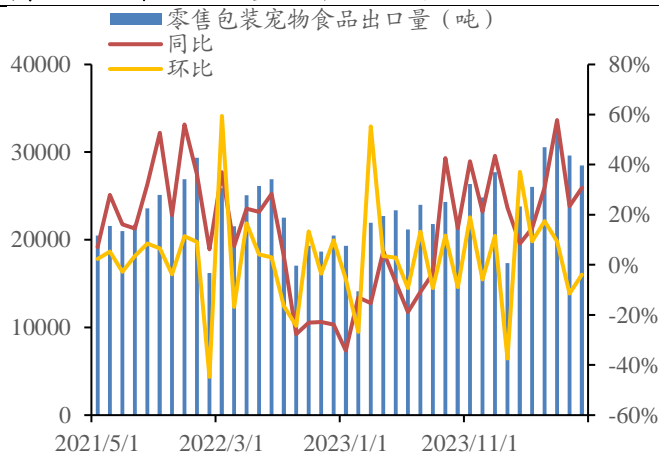
1 海外出口持续向好，客户备货积极性相对较高

海关总署数据：2024年1-8月，我国零售包装宠物食品出口量21.7万吨，同比增长28.8%，出口金额9.74亿美元，同比增长22.5%；其中，8月零售包装宠物食品出口量2.85万吨，同比增长30.7%，环比下滑3.9%；8月零售包装宠物食品出口金额1.39亿美元，同比增长34.0%，环比增长2.6%。

海关总署数据：2024年1-8月，我国宠物用品出口量28.32万吨，同比增长22.1%，宠物用品出口金额11.81亿美元，同比增长2.4%，出口均价同比下滑；其中，1-8月宠物牵引用具（以“各种材料制成的鞍具及挽具，适合各种动物”数据代表）出口量同比增长7.4%，出口额同比下降5.0%；宠物尿垫（以“纸浆、纸等制的其他家庭、卫生或医院用品”数据代表）出口量同比增长26.5%，出口额同比增长18.3%；2024年8月，宠物用品出口量4.31万吨，同比增长28.1%，环比增长13.1%，出口金额1.82亿美元，同比增长7.3%，环比增长11.3%。

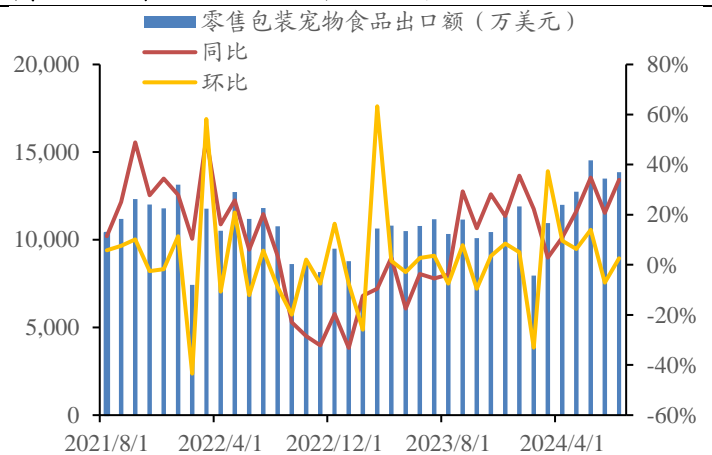
我们认为，宠物产品海外出口业务持续回暖主要系，客户库存需求恢复叠加23年同期出口低基数影响，2024年8月部分宠物产品出口同比快速增长或与海外客户因考虑船运、自身库存等原因提前开启节日备货以及人民币汇率预期持续改善等因素有关，刚需性产品增长情况相对较好。海外宠物市场高景气度有望持续带动国内宠物产品出口业务稳健增长，建议关注相关宠物食品、用品出口企业业绩弹性。

图表1 宠物食品出口量及同环比变动，吨、%



资料来源：海关总署，华安证券研究所

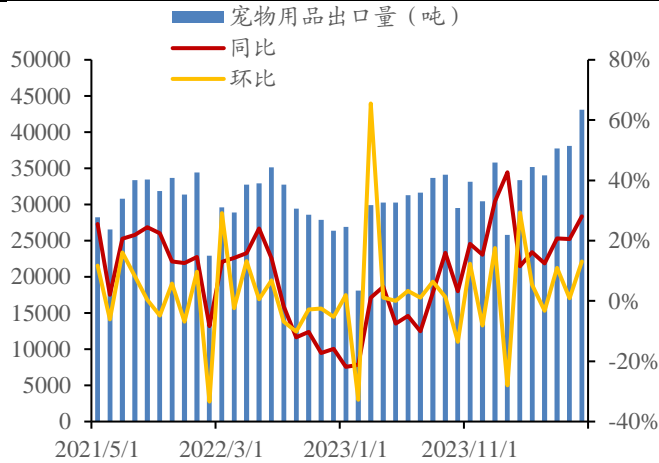
图表2 宠物食品出口额及同环比变动，万美元、%



资料来源：海关总署，华安证券研究所

注：以“其他零售包装的狗食或猫食饲料”和“零售包装狗食或猫食饲料的罐头”数据代表

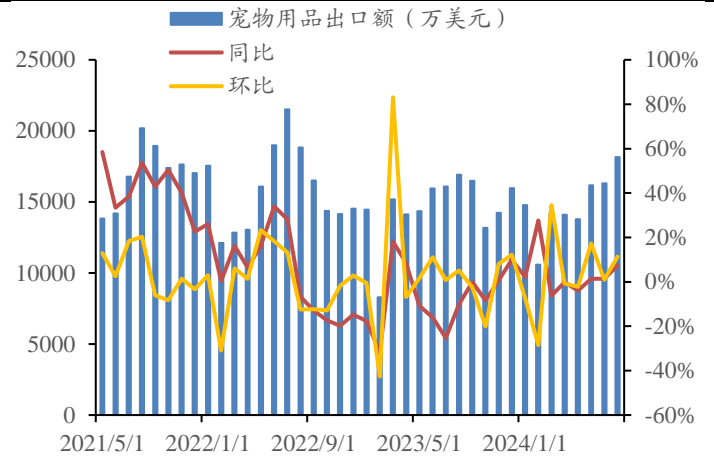
图表3 宠物用品海外出口量及同环比变动, 吨、%



资料来源: 海关总署, 华安证券研究所

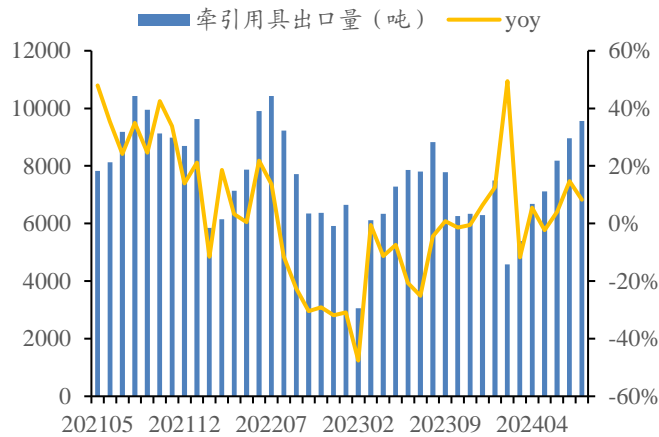
注: 以“各种材料制成的鞍具及挽具, 适合各种动物”和“纸浆、纸等制的其他家庭、卫生或医院用品”数据代表

图表4 宠物用品海外出口额及同环比变动, 万美元、%



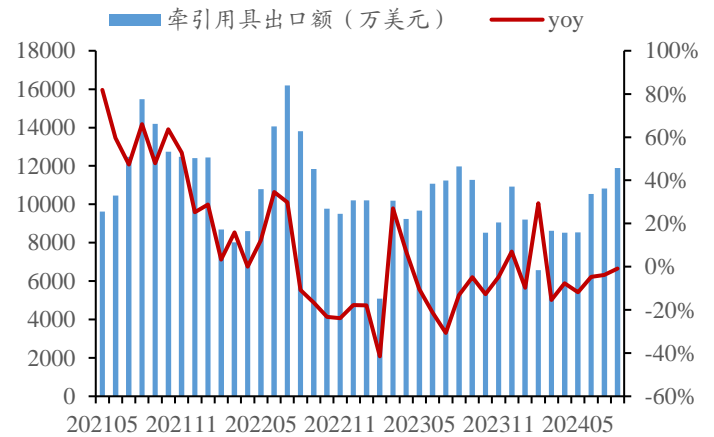
资料来源: 海关总署, 华安证券研究所

图表5 宠物牵引用具出口量及同比变动, 吨、%



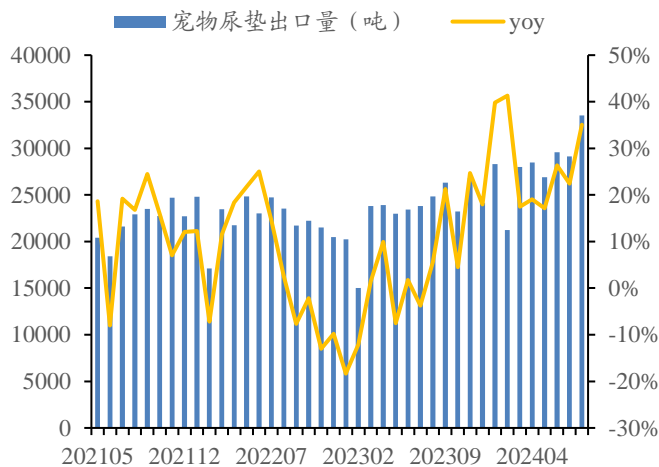
资料来源: 海关总署, 华安证券研究所

图表6 宠物牵引用具出口额及同比变动, 万美元、%



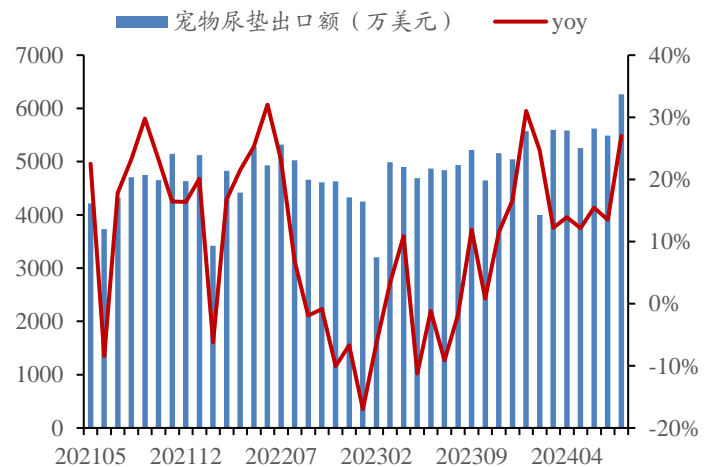
资料来源: 海关总署, 华安证券研究所

图表7 宠物尿垫出口量及同比变动, 吨、%



资料来源: 海关总署, 华安证券研究所

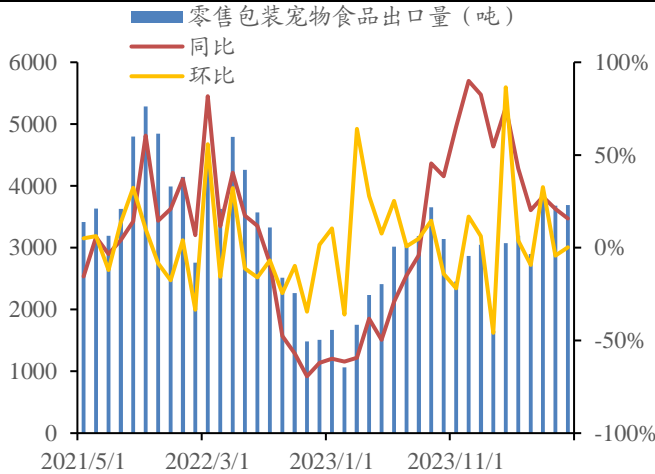
图表8 宠物尿垫出口额及同比变动, 万美元、%



资料来源: 海关总署, 华安证券研究所

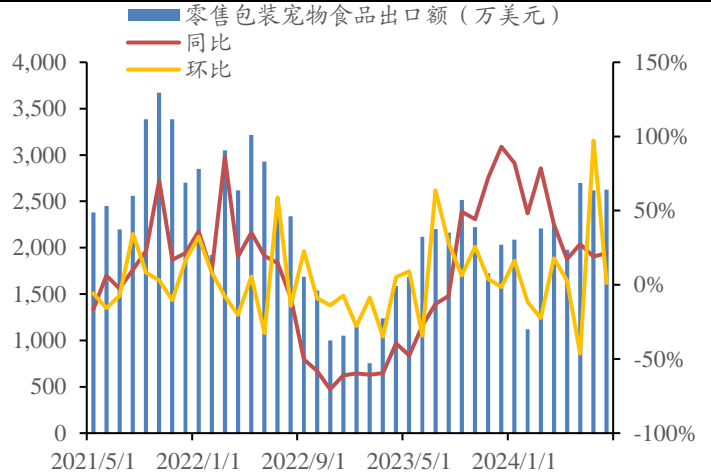
分出口国家看，2024年1-8月，我国零售包装宠物食品对美国出口量/出口金额同比增长36.4%/36.3%，对德国出口量/出口金额同比增长18.7%/15.1%，其中，8月我国零售包装宠物食品对美出口金额达2626万美元，同比增长21.3%，对德国出口额达2546万美元，同比增长89.6%。宠物用品方面，2024年1-8月，我国宠物用品对美国出口量/出口金额同比增长29.6%/3.3%，对德国出口量/出口金额同比增长17.1%/11.3%。欧美海外客户去库存影响已于2023年9月基本结束，24Q4我国宠物产品出口情况值得关注。

图表9 宠物食品对美国出口量及同环比变动，吨、%



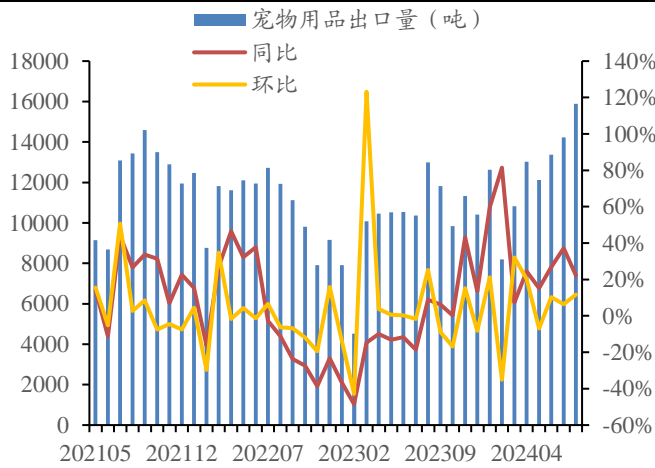
资料来源：海关总署，华安证券研究所

图表10 宠物食品对美出口额及同环比变动，万美元、%



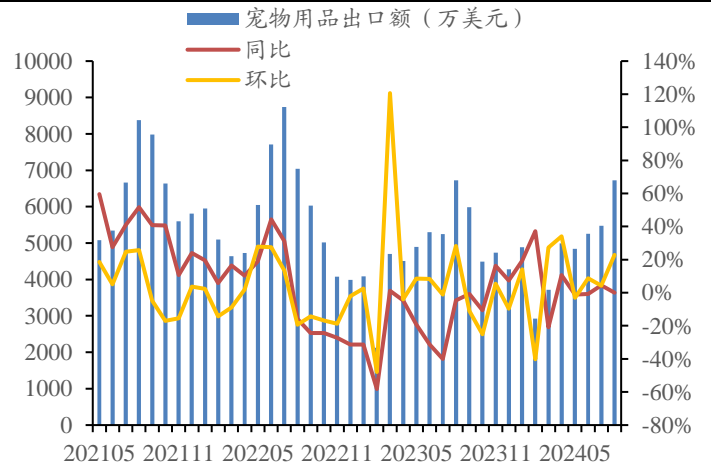
资料来源：海关总署，华安证券研究所

图表11 宠物用品对美国出口量及同环比变动，吨、%



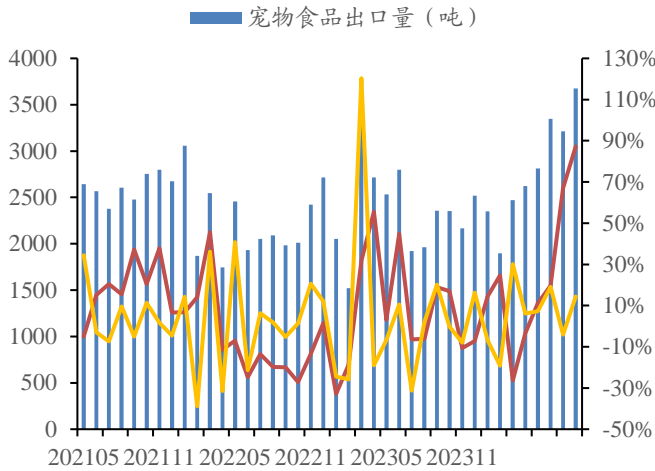
资料来源：海关总署，华安证券研究所

图表12 宠物用品对美出口额及同环比变动，万美元、%

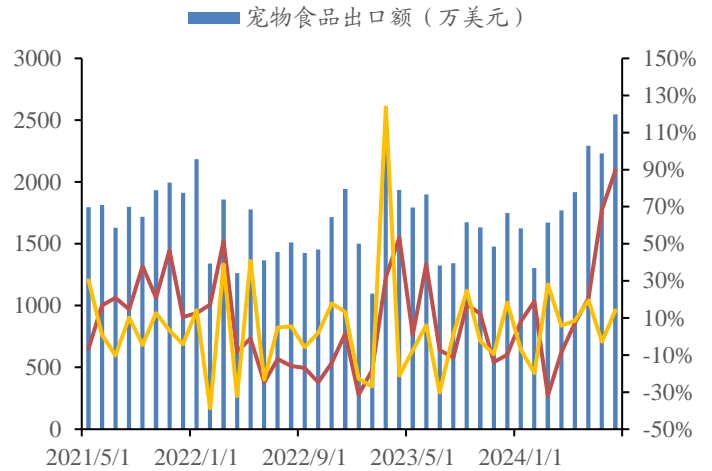


资料来源：海关总署，华安证券研究所

图表 13 宠物食品对德国出口量及同环比变动, 吨、% 图表 14 宠物食品对德出口额及同环比变动, 万美元、%

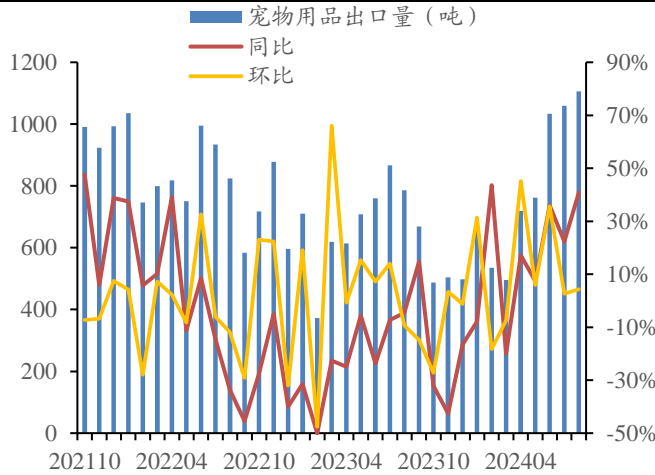


资料来源: 海关总署, 华安证券研究所

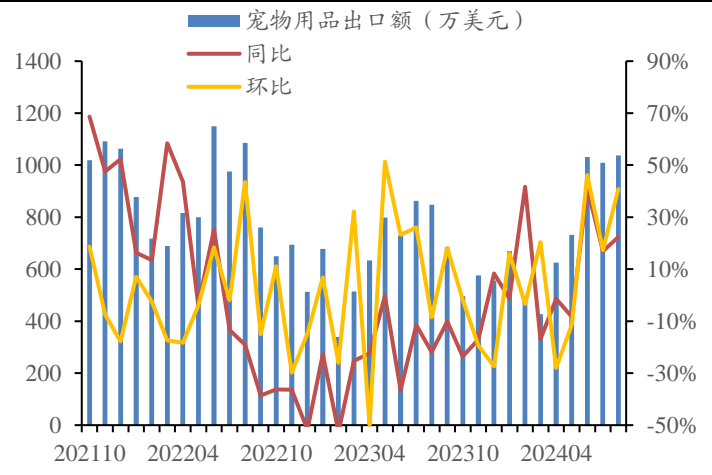


资料来源: 海关总署, 华安证券研究所

图表 15 宠物用品对德国出口量及同环比变动, 吨、% 图表 16 宠物用品对德出口额及同环比变动, 万美元、%

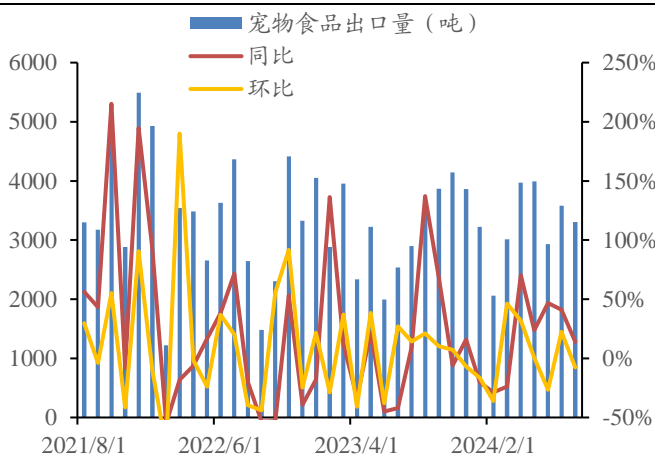


资料来源: 海关总署, 华安证券研究所



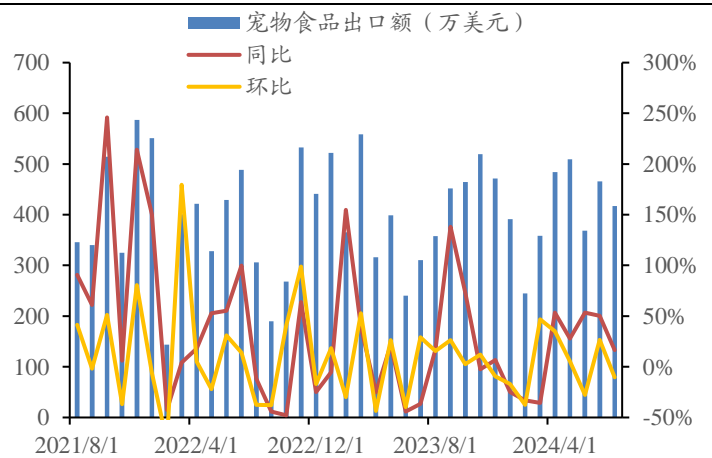
资料来源: 海关总署, 华安证券研究所

图表 17 宠物食品对印度尼西亚出口量及同环比变动



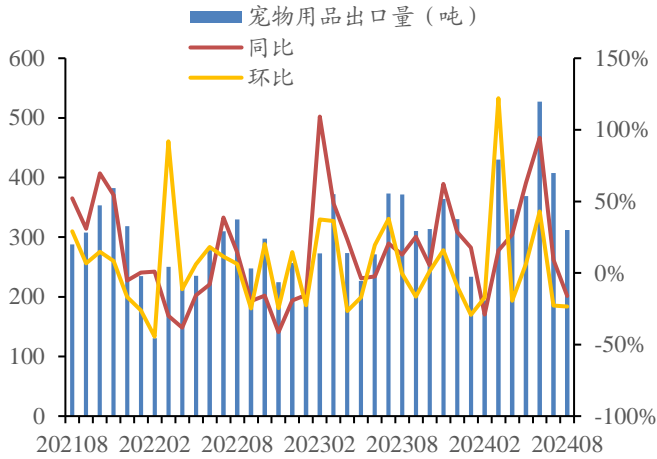
资料来源: 海关总署, 华安证券研究所

图表 18 宠物食品对印度尼西亚出口额及同环比变动



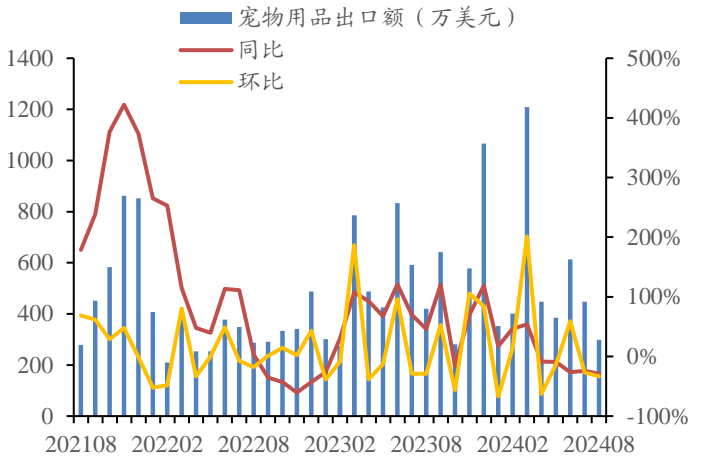
资料来源: 海关总署, 华安证券研究所

图表 19 宠物用品对马来西亚出口量及同环比变动



资料来源：海关总署，华安证券研究所

图表 20 宠物用品对马来西亚出口额及同环比变动



资料来源：海关总署，华安证券研究所

宠物食品出口利润的主要影响因素包括原材料价格波动和汇率波动。2024 年以来我国白羽肉鸡毛鸡价格基本维持低位波动，整体价格中枢相较 23 年有所回落；汇率方面，2024 年上半年人民币汇率基本整体延续承压态势，8 月中旬以来人民币汇率震荡走强，截至 2024 年 10 月 11 日，美元兑人民币中间价为 7.07。

图表 21 白羽肉鸡毛鸡成交价，元/斤



资料来源：钢联数据，华安证券研究所

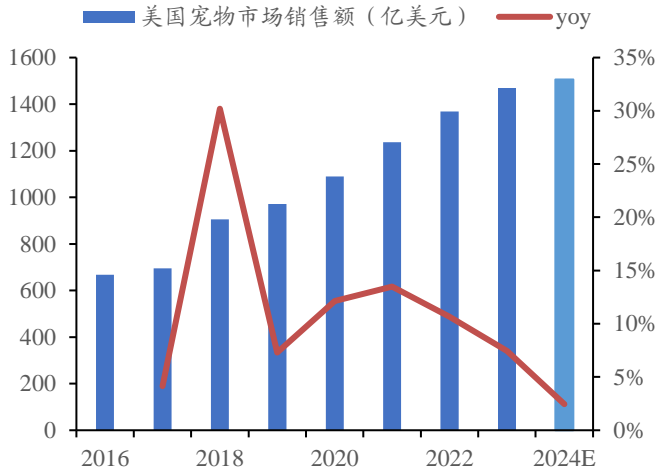
图表 22 美元兑人民币汇率变动情况



资料来源：wind，华安证券研究所

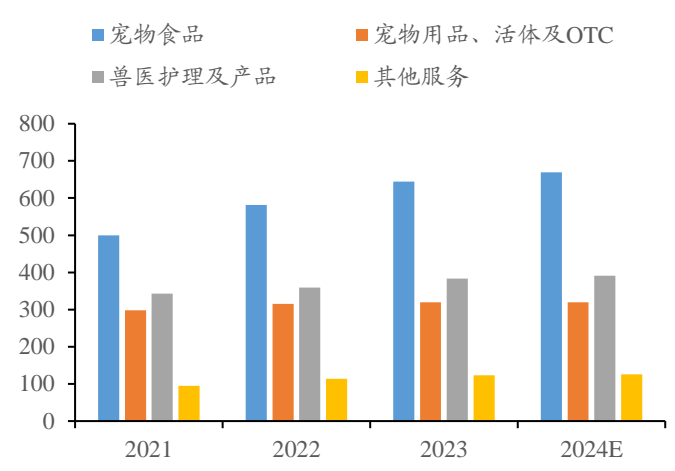
海外宠物行业有望维持稳健增长，美国宠物用品协会（APPA）调查报告显示：2023 年美国宠物市场销售额 1470 亿美元，同比增长 7.5%，其中，宠物食品销售规模 644 亿美元，同比增长 10.8%，仍是发展最快的细分市场，兽医护理产品销售规模 383 亿元，同比增长 6.7%，宠物用品、活体及 OTC 药品销售规模 320 亿元，同比增长 1.6%，其他宠物服务销售额 123 亿元，同比增长 7.9%。APPA 预计 2024 年美国宠物行业销售额 1506 亿元，同比增长 2.5%，宠物食品销售额 669 亿美元，同比增长 3.9%。

图表 23 美国宠物市场销售规模, 亿美元、%



资料来源: APPA, 华安证券研究所

图表 24 美国宠物细分市场销售规模, 亿美元



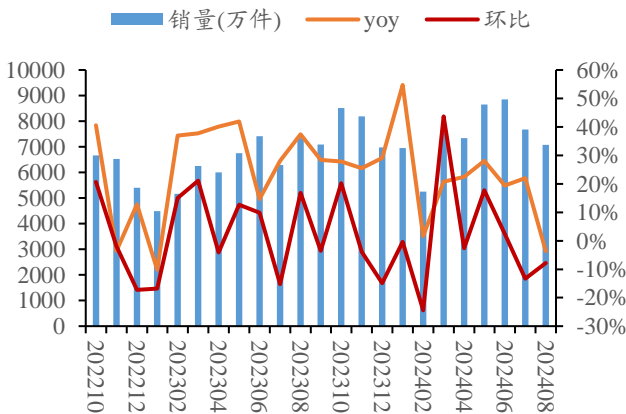
资料来源: APPA, 华安证券研究所

伴随宠物主与宠物之间情感联系的加深, 宠物主人越来越重视和关注宠物健康, APPA 调研报告显示, 自 2018 年以来, 美国宠物主对犬类维生素和补充剂的使用增长近 50%, 猫的维生素和补充剂使用量增长了近 60%, 宠物主与宠物共度的时间也出现了显著增长, 宠物拟人化趋势有望进一步带动海外宠物市场良性发展。

2 国内宠物市场百花齐放, 国产品牌替代持续推进

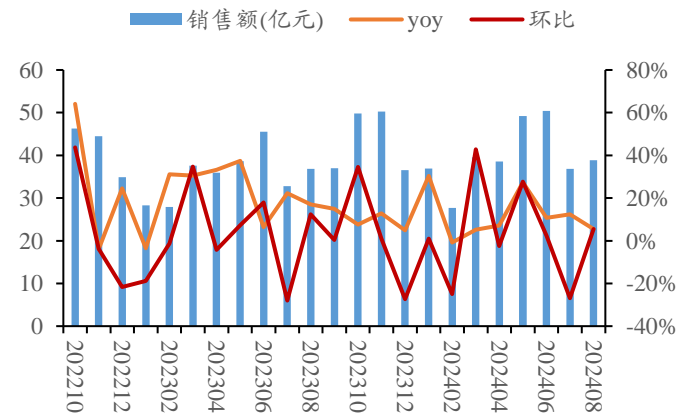
久谦数据: 2024 年 1-8 月, 三大电商平台 (天猫、京东、抖音) 宠物品类总销售额 317.9 亿元, 同比增长 12.1%, 猫狗食品总销售额 171.56 亿元, 同比增长 13.3%; 受我国宠物猫数量近年来快速增长影响, 猫食品销量增长尤为明显, 2024 年 1-8 月宠物猫粮和猫零食销售额分别为 84.8 亿元和 27.1 亿元, 同比分别增长 17.6% 和 24.4%; 狗粮和狗零食销售额分别为 40.02 亿元和 10.13 亿元, 同比分别增长 4.8% 和 7.5%。2024 年 8 月, 三大电商平台宠物品类销售额 38.86 亿元, 同比增长 5.5%, 猫狗食品销售额 21.41 亿元, 同比增长 12.1%。

图表 25 电商宠物品类销售量及同环比变化, 万件、%



资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

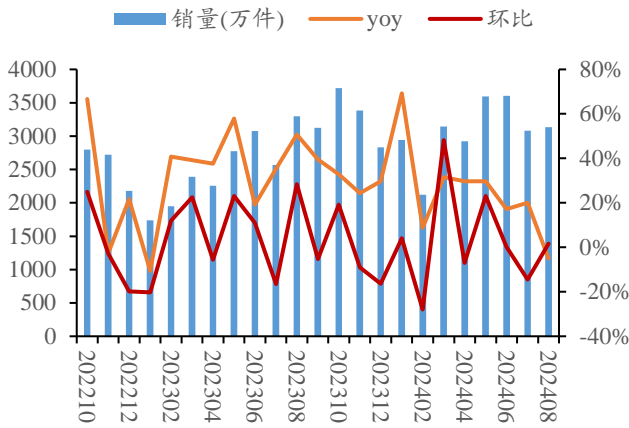
图表 26 电商宠物品类销售额及同环比变化, 亿元、%



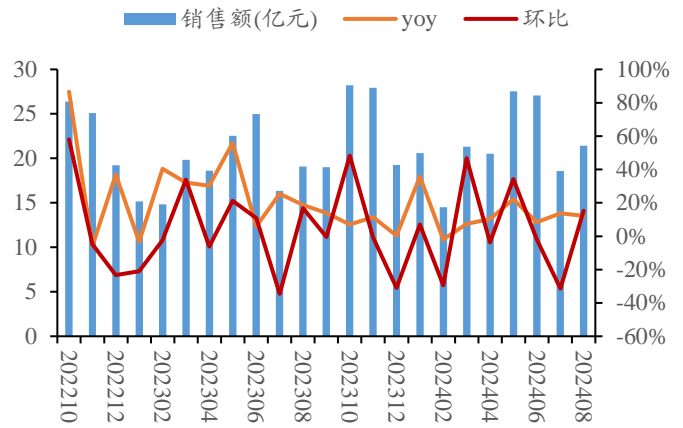
资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

注: 报告中电商平台数据均为第三方平台不完全统计, 存在数据统计口径差异, 仅供参考。

图表 27 电商猫狗食品销售量及同环比变化, 万件、% 图表 28 电商猫狗食品销售额及同环比变化, 亿元、%

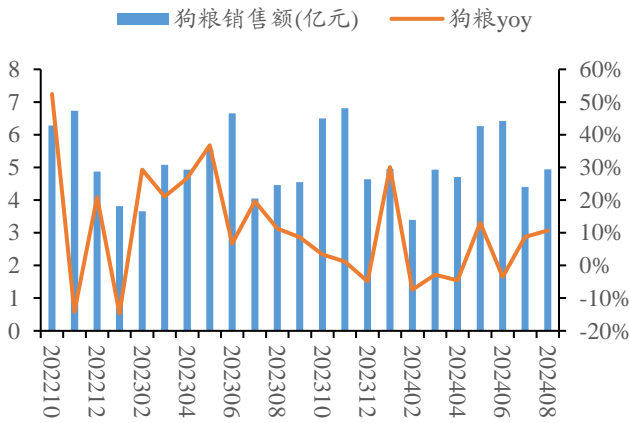


资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所



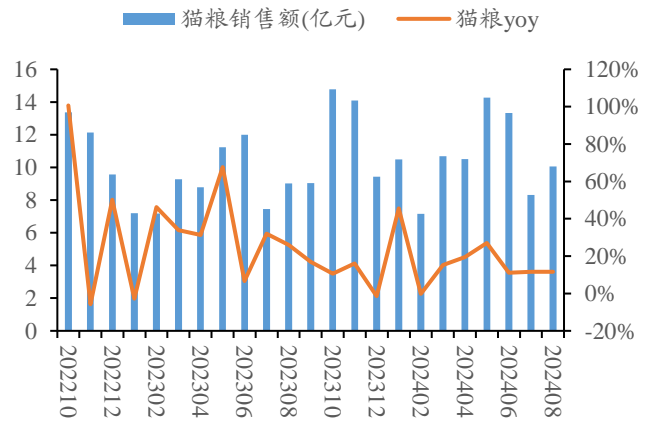
资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

图表 29 狗粮销售额及同比变化, 亿元、%



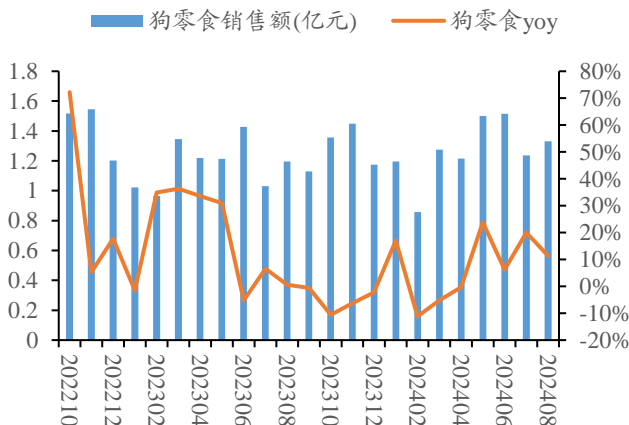
资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

图表 30 猫粮销售额及同比变化, 亿元、%



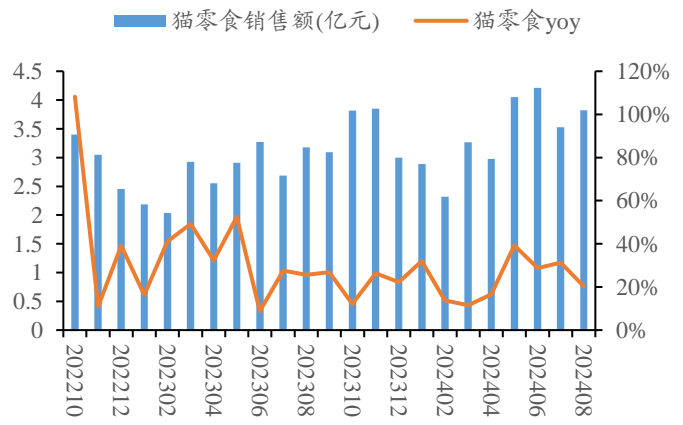
资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

图表 31 狗零食销售额及同比变化, 亿元、%



资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

图表 32 猫零食销售额及同比变化, 亿元、%

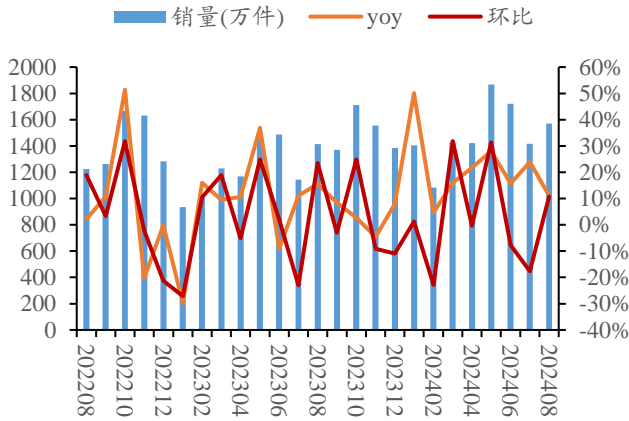


资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

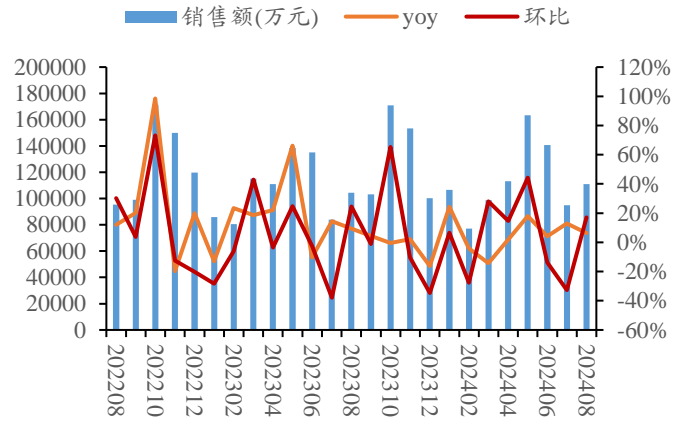
分销售渠道看, 传统电商平台(天猫+京东)仍为宠物食品销售规模最大的主力战场, 新兴直播电商渠道销售额近期增速有所放缓, 但依旧维持较快增长, 抖音渠道宠物产品销售规模已基本接近京东, 销售均价相较于传统电商平台较低, 品牌

曝光属性持续显现，未来有望成为国产宠物品牌放量重要推手。2024年1-8月，天猫平台猫狗食品品类销售额90.57亿元，同比增长6.0%，京东渠道猫狗食品销售额43.6亿元，同比增长10.0%，抖音渠道销售额37.39亿元，同比增长42.3%。其中，2024年8月，天猫/京东/抖音渠道实现猫狗食品销售额11.1亿元/5.04亿元/5.28亿元，同比分别增长6.3%/13.5%/25.2%。

图表 33 天猫猫狗食品销售量及同环比变化，万件、% 图表 34 天猫猫狗食品销售额及同环比变化，万元、%

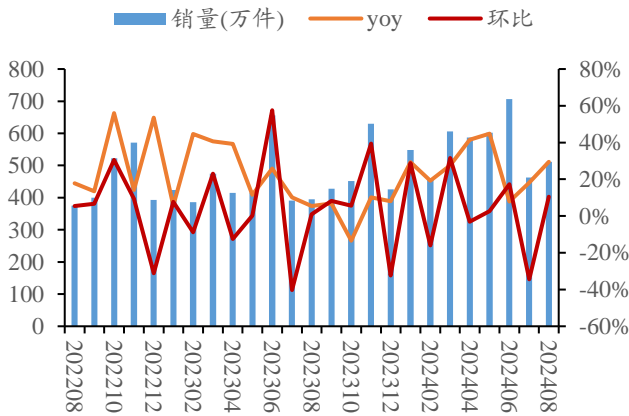


资料来源：久谦中台，华安证券研究所

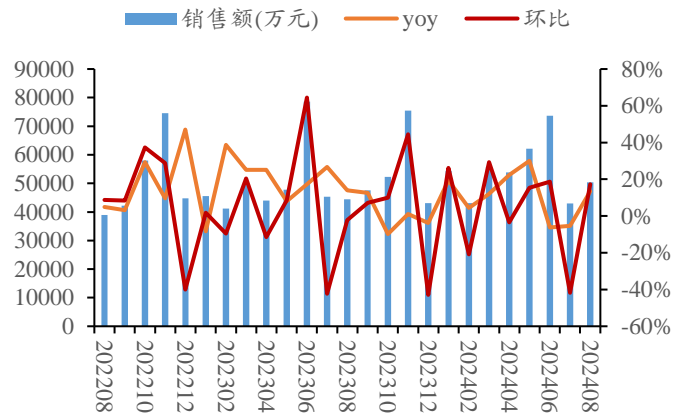


资料来源：久谦中台，华安证券研究所

图表 35 京东猫狗食品销售量及同环比变化，万件、% 图表 36 京东猫狗食品销售额及同环比变化，万元、%

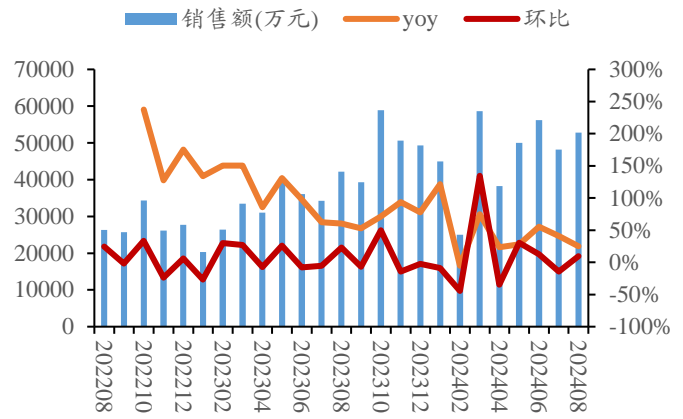
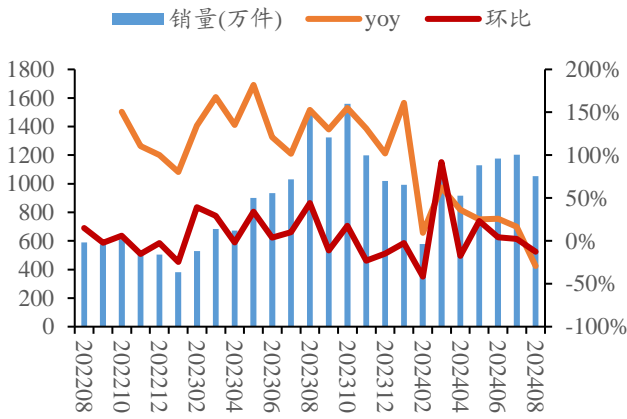


资料来源：久谦中台，华安证券研究所



资料来源：久谦中台，华安证券研究所

图表 37 抖音猫狗食品销售量及同环比变化, 万件、% 图表 38 抖音猫狗食品销售额及同环比变化, 万元、%



资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

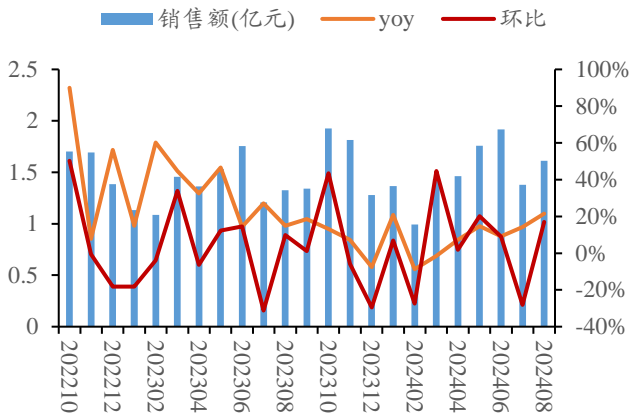
上市公司品牌方面, 根据久谦中台公布的天猫、京东、抖音平台电商数据, 2024年1-8月, 乖宝宠物旗下麦富迪品牌的线上猫狗食品销售金额为11.92亿元, 同比增长9.8%, 弗列加特品牌猫狗食销售金额2.73亿元, 同比增长119.2%, 其中, 8月麦富迪品牌销售额1.61亿元, 同比增长21.6%, 弗列加特品牌销售额0.44亿元, 同比增长96.2%。

2024年1-8月, 中宠旗下顽皮品牌猫狗食品电商销售金额为1.64亿元, 同比有所下滑, 主要系品牌线下经销占比较高叠加公司调整产品结构所致, 领先Toptrees品牌猫狗食品销售金额1.25亿元, 同比增长71.8%, ZEAL品牌猫狗食品销售金额0.62亿元, 同比增长90.6%。其中, 8月顽皮品牌销售额0.22亿元, 同比增长4.6%, 领先品牌销售额0.18亿元, 同比增长73.9%, ZEAL品牌销售额723.90万元, 同比增长38.6%。

2024年1-8月, 佩蒂旗下爵宴品牌猫狗食品销售金额为0.86亿元, 同比增长39.5%, 好适嘉品牌猫狗食品销售额0.11亿元, 同比有所下滑。其中, 8月爵宴品牌销售额0.1亿元, 同比增长3.4%, 好适嘉品牌销售额132.13万元, 同比下降28.6%。

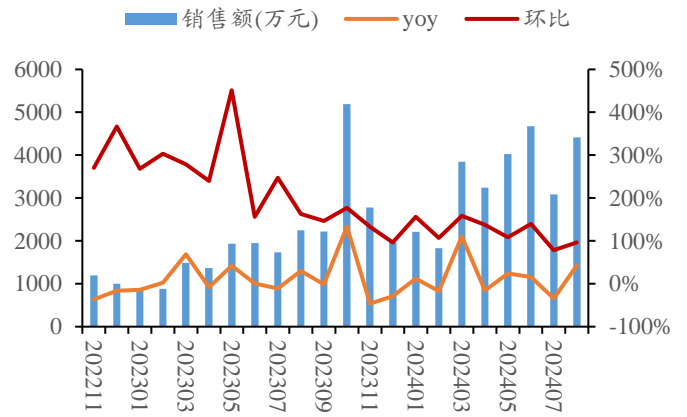
非上市公司品牌方面, 2024年1-8月, 网易严选品牌猫狗食品销售金额4.12亿元, 同比增长22.0%, 伯纳天纯品牌猫狗食品销售金额3.94亿元, 同比下滑0.14%, 诚实一口品牌猫狗食品销售额3.83亿元, 同比增长85.2%。其中, 8月网易严选销售额0.43亿元, 同比下降4.3%, 伯纳天纯销售额0.41亿元, 同比增长0.28%, 诚实一口销售额0.48亿元, 同比增长76.4%。

图表 39 麦富迪销售额及同环比变化, 亿元、%



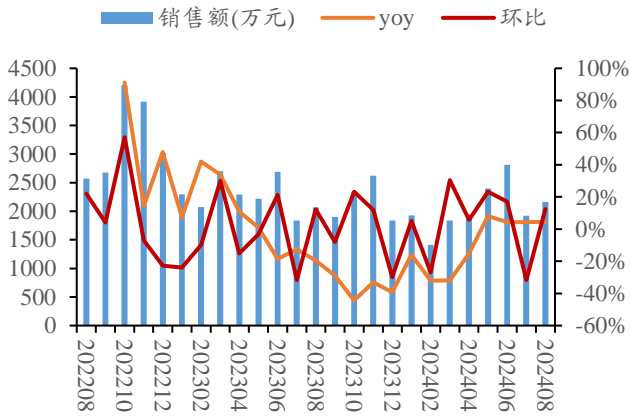
资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

图表 40 弗列加特销售额及同环比变化, 万元、%



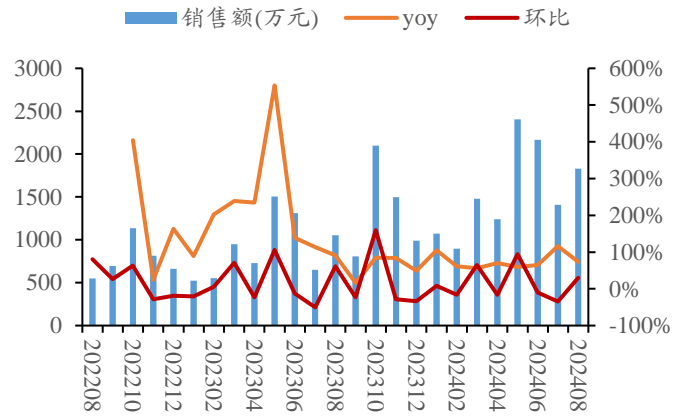
资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

图表 41 顽皮销售额及同环比变化, 万元、%



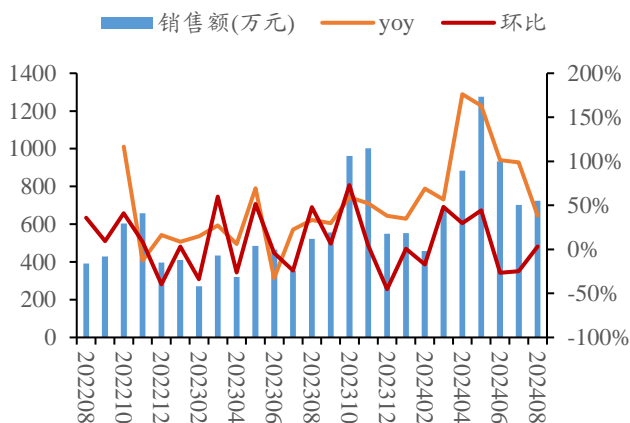
资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

图表 42 领先销售额及同环比变化, 万元、%



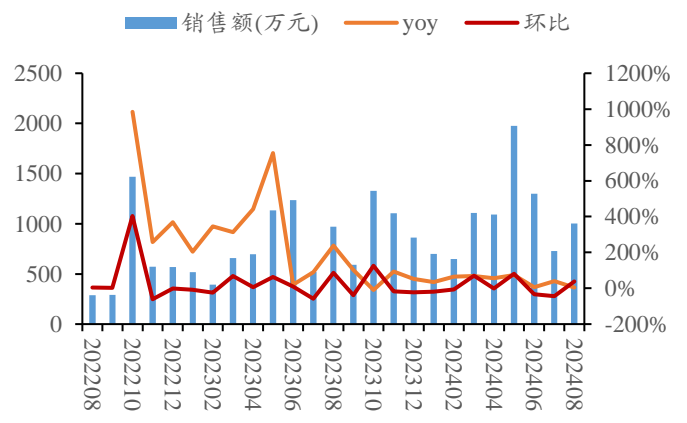
资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

图表 43 ZEAL 销售额及同环比变化, 万元、%



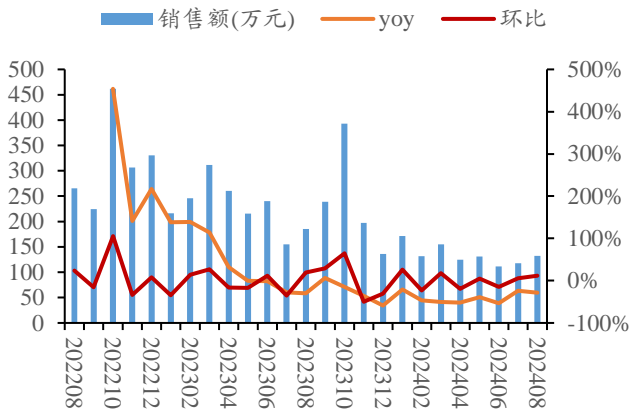
资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

图表 44 爵宴销售额及同环比变化, 万元、%



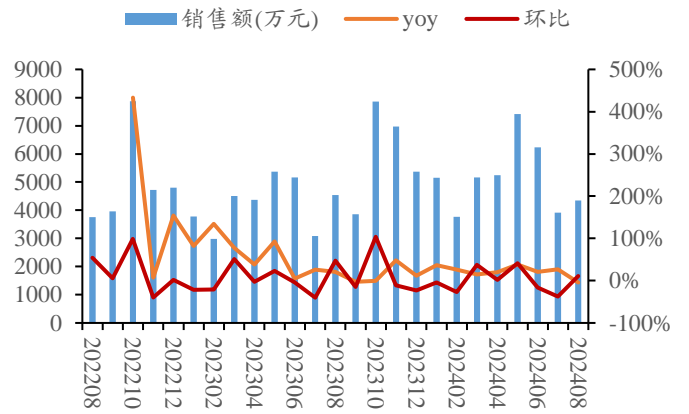
资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

图表 45 好适嘉猫狗食品销售额及同环比变化



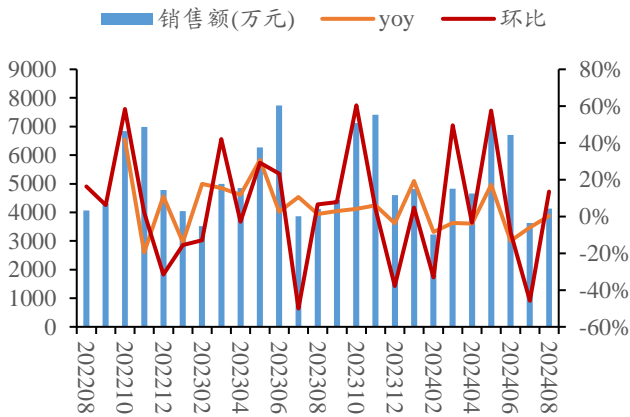
资料来源：久谦中台，华安证券研究所

图表 46 网易严选猫狗食品销售额及同环比变化



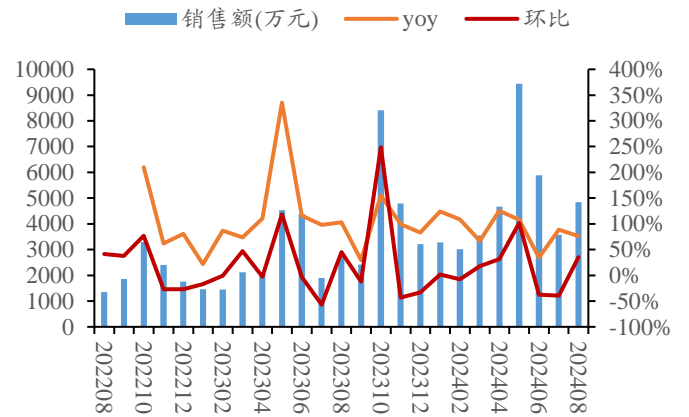
资料来源：久谦中台，华安证券研究所

图表 47 伯纳天纯猫狗食品销售额及同环比变化



资料来源：久谦中台，华安证券研究所

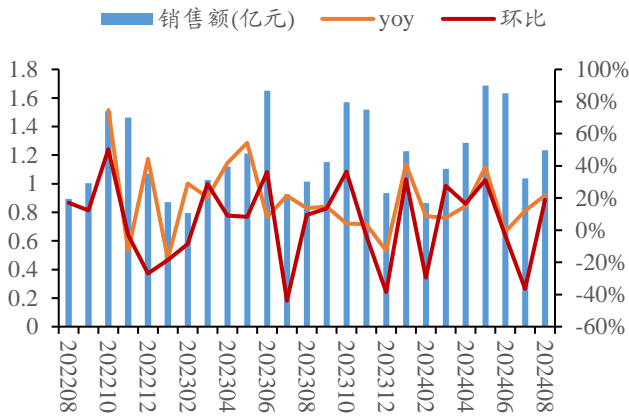
图表 48 诚实一口猫狗食品销售额及同环比变化



资料来源：久谦中台，华安证券研究所

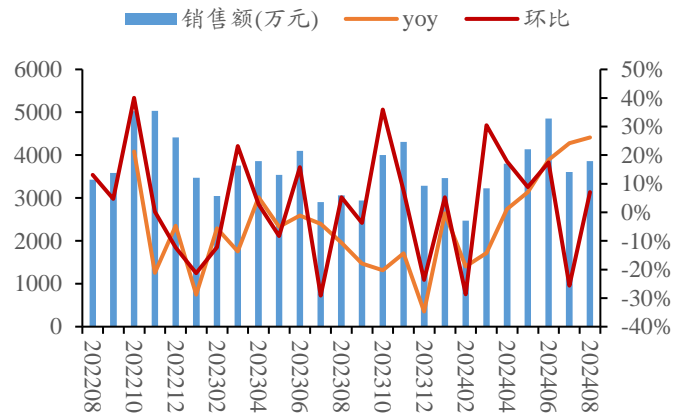
海外品牌方面，2024年1-8月，皇家品牌猫狗食品销售金额10.08亿元，同比增长17.0%，凯锐思 Keres 品牌猫狗食品销售金额2.94亿元，同比增长6.0%，冠能品牌猫狗食品销售额2.84亿元，同比增长15.4%，渴望 Orijen 品牌猫狗食品销售额3.82亿元，同比下降13.8%。其中，8月皇家品牌销售额同比增长21.7%，凯锐思 Keres 品牌销售额同比增长26.2%，冠能品牌销售额同比增长3.6%，渴望 Orijen 品牌销售额同比增长9.1%。

图表 49 皇家销售额及同环比变化, 亿元、%



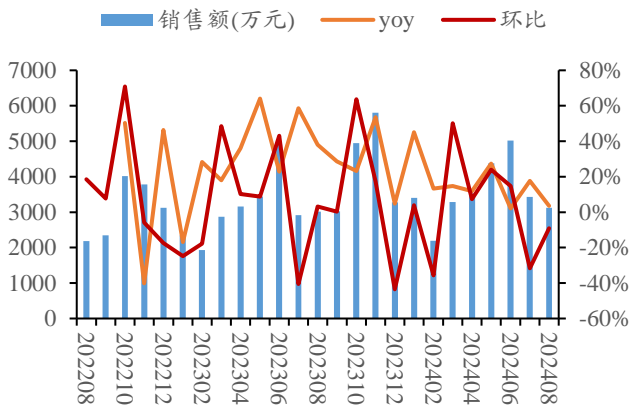
资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

图表 50 凯锐思销售额及同环比变化, 万元、%



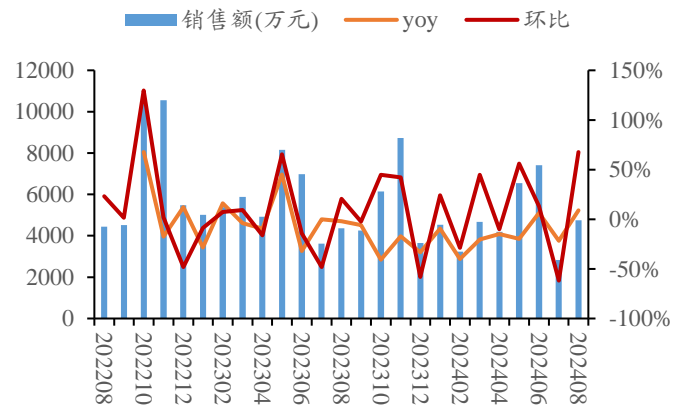
资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

图表 51 冠能销售额及同环比变化, 万元、%



资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

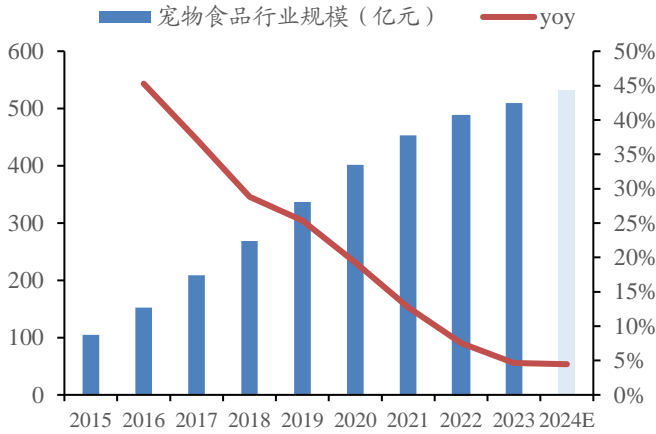
图表 52 渴望销售额及同环比变化, 万元、%



资料来源: 久谦中台, 华安证券研究所

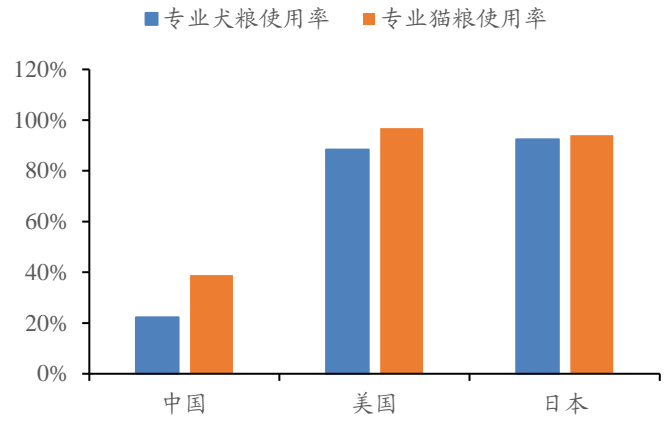
我国宠物行业消费韧性仍存, 专业宠粮渗透率有较大提升空间。根据欧睿数据, 2023 年我国宠物食品行业规模 509.78 亿元, 同比增长 4.6%, 预计 2024 年我国宠物食品行业规模达 532.5 亿元, 同比增长 4.5%。随着养宠数量增速放缓, 单宠消费金额的增长有望逐渐成为宠物行业发展的主要动力。2023 年我国宠物专业犬粮、猫粮使用率分别为 22.2%和 38.9%, 对比美国、日本等宠物行业相对成熟的国家仍有较大提升空间。

图表 53 我国宠物行业规模情况，亿元、%



资料来源：Euromonitor，华安证券研究所

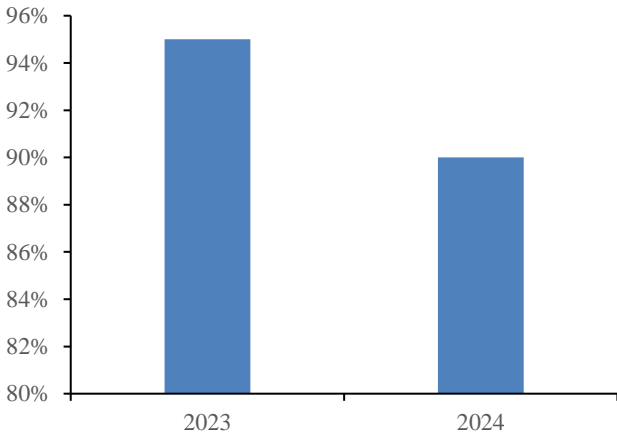
图表 54 2023 年中、美、日专业犬猫粮使用率情况，%



资料来源：Euromonitor，华安证券研究所

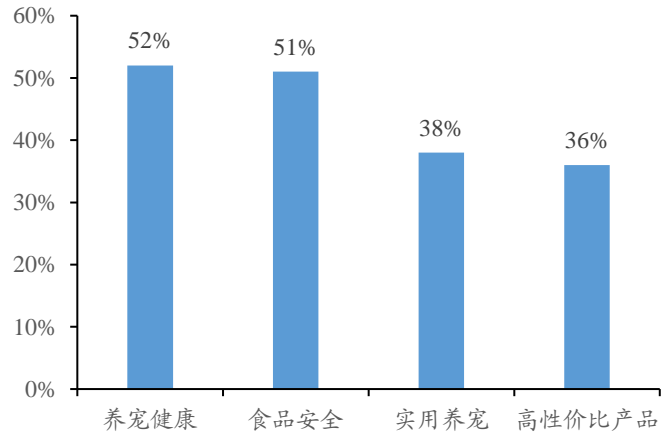
信息和内容平台的多样化发展使宠物主获取养宠知识和产品信息的渠道更加多元，线上渠道竞争加剧。亚宠研究院调查显示，2024 年认为综合电商是最重要购买渠道的养宠人群占比同比减少，越来越多的宠物主开始尝试通过短视频平台、内容电商以及外卖、本地生活等渠道购买宠物产品。伴随科学养宠理念以及宠物拟人化健康需求的普及，细分需求和热门概念逐渐成为品牌竞争的重要阵地。

图表 55 认为综合电商是最重要购买渠道的养宠人群



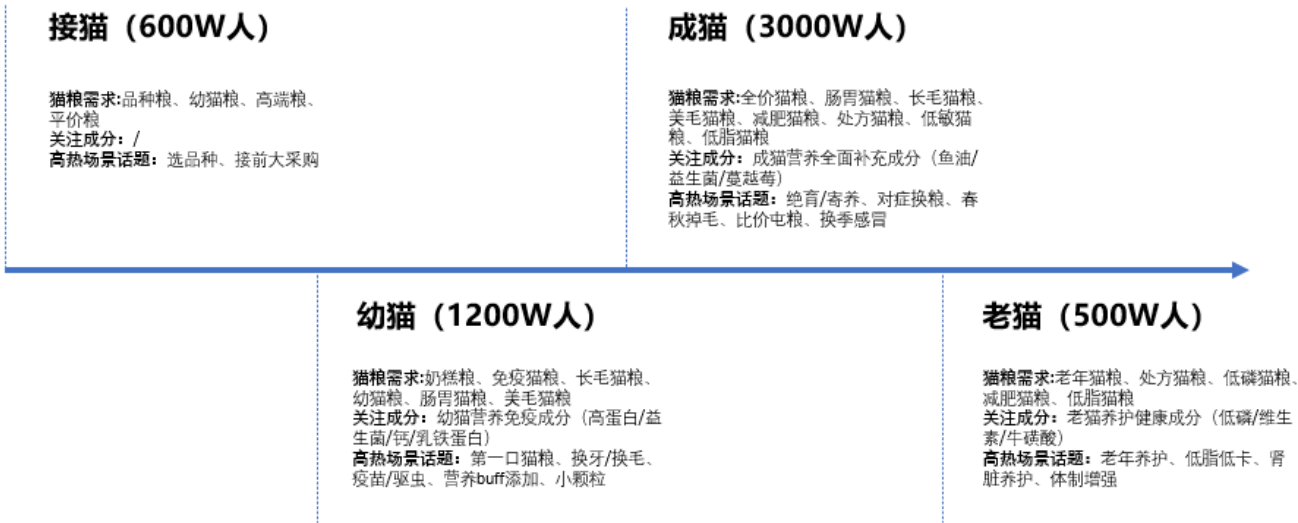
资料来源：亚宠研究院，华安证券研究所

图表 56 抖音电商养宠人群变化趋势



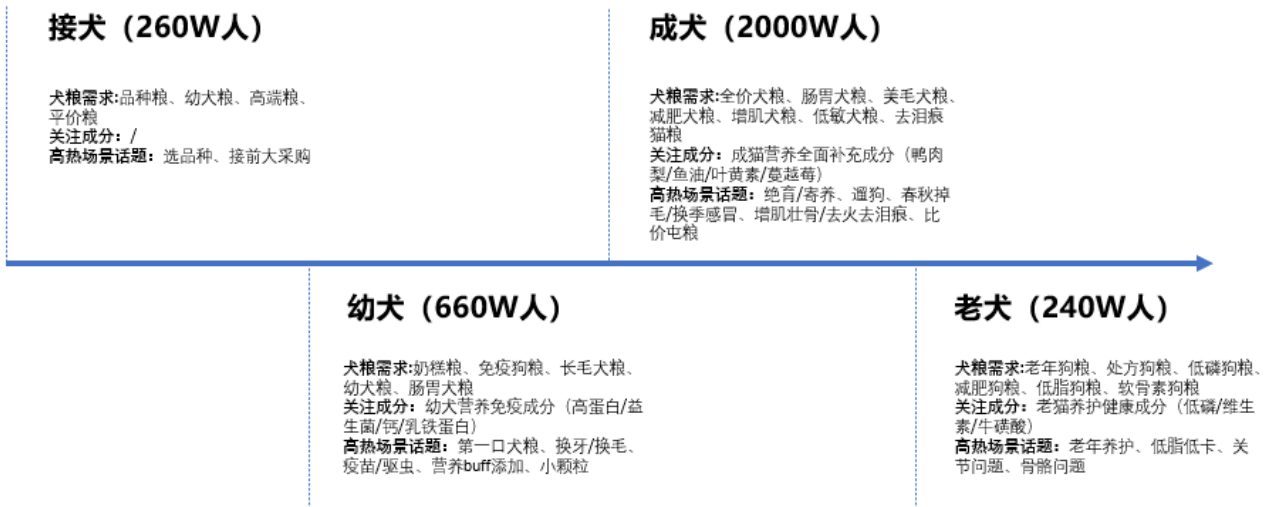
资料来源：《抖音电商-安心养宠趋势报告》，华安证券研究所

图表 57 小红书平台宠物猫分阶段特供粮需求趋势



资料来源: 小红书种草学报告, 华安证券研究所

图表 58 小红书平台宠物犬分阶段特供粮需求趋势



资料来源: 小红书种草学报告, 华安证券研究所

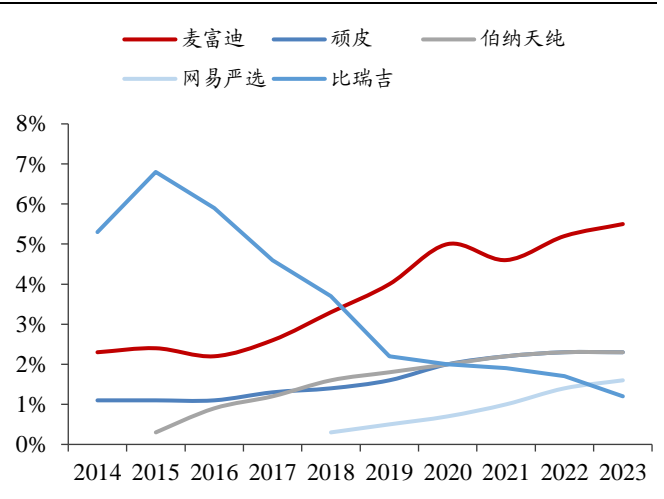
高性价比偏好以及消费者对于热门概念的追捧为宠粮国产替代提供了动力。与单纯消费降级不同，追求性价比趋势在一定程度上有助于提升宠物主对于养宠方式的科学认知，趋于理性务实的产品需求有助于反向推动品牌研发创新以及优质产品迭代。根据欧睿数据，2023年已有3家国产品牌进入我国宠物食品品牌市占率TOP5，国产品牌有望凭借供应链优势、产品研发迭代能力以及对于电商营销的快速反应能力实现加速突围。

图表 59 2023 年我国宠物食品品牌市占率 TOP10

排名	品牌	市占率
1	皇家	5.8%
2	麦富迪	5.5%
3	顽皮	2.3%
4	伯纳天纯	2.3%
5	冠能	1.6%
6	网易严选	1.4%
7	爱肯拿	1.4%
8	渴望	1.3%
9	比瑞吉	1.2%
10	素力高	1.0%

资料来源：Euromonitor，华安证券研究所

图表 60 2014-2023 主要国产品牌市占率变化情况，%



资料来源：Euromonitor，华安证券研究所

风险提示：

原材料价格波动风险；国内宠物市场开拓不达预期风险；市场竞争加剧风险等。

分析师与研究助理简介

分析师：王莺，华安证券农业首席分析师，2012年水晶球卖方分析师第五名，2013年金牛奖评选农业行业入围，2018年天眼农业最佳分析师，2019年上半年东方财富最佳分析师第二名，农林牧渔行业2019年金牛奖最佳行业分析团队奖，2021年WIND金牌分析师农林牧渔行业第二名，2022年WIND金牌分析师农林牧渔行业第二名，2023年WIND金牌分析师农林牧渔行业第五名。

分析师：刘京松，曼彻斯特大学经济学硕士，2022年加入华安证券研究所。

重要声明

分析师声明

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格，以勤勉的执业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告，本报告所采用的数据和信息均来自市场公开信息，本人对这些信息的准确性或完整性不做任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。报告中的信息和意见仅供参考。本人过去不曾与、现在不与、未来也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接接收任何形式的补偿，分析结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

免责声明

华安证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。本报告由华安证券股份有限公司在中华人民共和国（不包括香港、澳门、台湾）提供。本报告中的信息均来源于合规渠道，华安证券研究所力求准确、可靠，但对这些信息的准确性及完整性均不做任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。华安证券及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供投资银行服务或其他服务。

本报告仅向特定客户传送，未经华安证券研究所书面授权，本研究报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。如欲引用或转载本文内容，务必联络华安证券研究所并获得许可，并需注明出处为华安证券研究所，且不得对本文进行有悖原意的引用和删改。如未经本公司授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。本公司并保留追究其法律责任的权利。

投资评级说明

以本报告发布之日起6个月内，证券（或行业指数）相对于同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准，A股以沪深300指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以纳斯达克指数或标普500指数为基准。定义如下：

行业评级体系

- 增持—未来6个月的投资收益率领先市场基准指数5%以上；
- 中性—未来6个月的投资收益率与市场基准指数的变动幅度相差-5%至5%；
- 减持—未来6个月的投资收益率落后市场基准指数5%以上；

公司评级体系

- 买入—未来6-12个月的投资收益率领先市场基准指数15%以上；
- 增持—未来6-12个月的投资收益率领先市场基准指数5%至15%；
- 中性—未来6-12个月的投资收益率与市场基准指数的变动幅度相差-5%至5%；
- 减持—未来6-12个月的投资收益率落后市场基准指数5%至15%；
- 卖出—未来6-12个月的投资收益率落后市场基准指数15%以上；
- 无评级—因无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使无法给出明确的投资评级。