

资本助力 宠物行业全线升级提速

本报记者 党鹏 成都报道

在抢购不到“冰墩墩”熊猫玩偶的同时，更多的年轻人选择“撸猫”玩。2月15日晚，在成都锦华万达广场里的步行道上，一场以猫为主题的秀场被年轻人围得水泄不通。动辄上千元一只的小猫、各种高价的宠物用品也被过往的围观者挑选。

“我们现在宠物食品的主要消费人群是Z世代。”成都好主人宠物食品有限公司总经理杨洪海告

诉《中国经营报》记者，公司目前主要以线上销售渠道为主，消费者群体以90后~95后为主，18~30岁的消费者占比在50%以上。

据艾瑞咨询发布的《中国宠物消费趋势白皮书》，2020年我国宠物行业市场规模接近3000亿元，受政策、经济、社会和技术因素驱动以及疫情带来的更多潜在养宠人群及情感消费，未来3年行业将继续保持平稳增长，复合增速预计14.2%，到2023年规模将达到4456亿元。

宠物行业亟待全线升级

高速增长已成为整个宠物行业的共识。

“我们有必要为Z世代研发一款高端的犬猫食品和创立新的品牌。”20余年来，一直只有单一品牌的“好主人”，于去年开始推出新的高端品牌彼悦（Pjoy）。杨洪海表示，从目前的线上销售情况来看，期望今年能够实现高速的增长。

高速增长已成为整个宠物行业的共识。《中国宠物经济白皮书》披露，2012~2020年，我国宠物消费市场规模从337亿元增至2065亿元，年均复合增速高达25.43%。行业内将宠物产业链条主要概括为：包括繁育、训练、食品、用品、医疗、美容、保健、保险、趣味活动、殡葬等一系列产品与服务。

“随着国内生活水平提升，城市化加剧，单身经济、女性经济的发展，宠物消费市场仍会有较长时间、较大幅度增长；政策层面随着经济内循环的推动，国产品牌的机会将会更大，且消费者逐渐年轻化，年轻消费者对国产品牌的信赖度及接受度更高，这将是国产品牌崛起的机会。”猫粮品牌高爷家相关负责人告诉记者。

郑非认为，宠物行业最主要的机会在食品和医疗领域（宠物用品细分赛道仅次于前两者）。目前，在宠物医疗赛道，新瑞鹏占据约10%市场份额；食品赛道过去中国以OEM代工为主，现在品牌百花齐放，且线上化、国产化是中国宠物食品市场的发展趋势。“10年前外资品牌占据的格局已发生变化，国产品牌如疯狂小狗、麦富迪已经成为领头羊，达到年销售10亿元~20亿元的级别，其背后的宏观因素也包括宠物食品尤其主粮的渗透率在3年前较低，有非常大的增长空间。”

根据杨洪海观察，目前国内宠物行业出现了三个变化，分别是：饲养宠物的态度发生变化，一些犬猫被主人上升为家庭成员的地位；宠物食品的诉求发生变化，从吃饱到天然、健康、新鲜等趋势；信息获取的渠道发生变化，年轻消费者更偏向于抖音、小红书等新媒体。“由此，使得宠物食品为主的细分赛道，必须实现全面的升级。”

“国内宠物消费的竞争主要

在于供应链端，毕竟有本土生产的价格优势，相较于进口品牌性价比较高。”高爷家品牌负责人坦言，该行业的短板和问题主要存在于同质化竞争，缺少关于宠物营养与健康的基础生物科学研究；突破点应该也是在于宠物营养与健康层面的技术研究与突破，有了极致的产品力，再加上供应链优势赋能的性价比优势，才能真正打贏国际巨头。

据此，郑非认为，产业升级及行业革新需要一个过程。在2018年前，宠物食品领域并没有专门的法律法规出台。农业农村部曾在2018年发布了包括《宠物饲料管理办法》《宠物饲料生产企业许可条件》等6个相关规范性文件，从营养搭配到生产销售等多个环节规范宠物食品市场，并在2019年9月正式实施。“我们认为这是对宠物市场的利好，也是对已经与资本合作并规范化管理研发、生产、销售等环节的国产龙头企业的利好，这些管理办法出台后，一些低端的产能和产品即会被淘汰、或被动升级，行业乱象也会减弱。”

“国内宠物消费的竞争主要

“宠物赛道仍是一个高速发展的市场，各个细分赛道都有跑出来的机会。”投资了三家宠物食品和用品的光点资本副总裁郑非告诉记者，目前来看宠物食品行业龙头位置的地位已经形成，但对于新进入的创业者或已有巨头而言，产品创新和趋势的把握都能帮助品牌进一步成长；宠物医疗层面，新瑞鹏集团占据份额较多，但线下业态地域性较强仍有其他连锁品牌正在发展；其他品类如宠物用品相对红海，营养保健品行业正在蓬勃发展。

线上线下拉开竞争格局

对于参加猫秀场的年轻人而言，他们期望厂家能够更好地下沉到社群里。

对于宠物食品上市企业中宠股份（002891.SZ）而言，其全渠道覆盖模式正在争夺市场。

根据其相关公告，公司直销的主要销售渠道是在京东、天猫及苏宁等平台开设的网络直营店及烟台工厂店；经销的主要销售渠道包括：电商渠道（如京东、亚马逊、一号店、波奇网等电商网站，或在淘宝等电商平台开设店铺销售产品的客户，如金多乐等，其采购公司产品后通过网络销售产品给终端消费者）、商超渠道（如大润发、欧尚、华润万家等连锁商超，其采购公司产品后直接销售给终端消费者）、专业渠道（指面向各地宠物专卖店、宠物医院的销售渠道，各地宠物食品用品经销商向公司采购产品，然后向所在地宠物专卖店、宠物医院销售）。

“但我们已经全面聚焦于线

上。”杨洪海表示，因为消费者的消费习惯已经发生改变，除了传统电商之外，好主人更加倾向于抖音、快手和小红书这样的“兴趣电商”，因为带来的销售增长最快。

但对于参加猫秀场的年轻人而言，他们期望厂家能够更好地下沉到社群里。“我们不仅通过直播方式分享养猫的心得，还希望和宠物用品行业一起，在社群里分享猫的需求，它们更喜欢吃什么、玩什么，如何更好地照料。”在秀场上参加展示的张女士如此告诉记者。

就此，高爷家已经分享到了社群带来的红利。“目前我们的销售渠道以线上为主，包含天猫、京东及抖音等电商渠道；线下以宠物门店合作为主。”其负责人表示，“在销售场景层面，我们也在进行社群营销。社群营销有利于用户资产

的积累，通过私域流量池的建设运营，不断提升老用户的忠诚度，对于用户终身价值的提升及品牌价值的提升都有很大的帮助。”

即使如此，国产自有品牌的宠物食品仍是在中低端市场竞争，此外头部生产企业仍是以为国外品牌代工为主。记者注意到，中宠股份截至2021年6月底，境外销售收入占主营业务收入的比例为75.03%，但其自有品牌在海外销售占比可以忽略不计。此前乖宝宠物主要是靠代工生存，但近几年其推出的自有品牌“麦富迪”，销售占比已经超过一半。

“国货正在崛起，市占率也在不断提高。”杨洪海表示，和蓝月亮、安踏等国货在相关行业崛起一样，关键还是要靠研发和品牌的投入与支撑。

资本助力行业提速

对于这些企业而言，IPO的主要目标就是推进快速扩产和扩张。

2021年5月18日，依依股份（001206.SZ）成功登陆深交所，成为宠物护理用品第一股。实际上，2019年11月15日，依依股份才宣布完成1.43亿元B轮融资，领投的正是光点资本、架桥资本、泓石资本及老股东乔贝资本跟投。

光点资本领投的还有互联网宠物品牌疯狂小狗（吉家宠物）、宠物生物科技企业红瑞生物。“现在这三家企业发展都非常不错，依依股份成功A股IPO，吉家宠物筹备上市过程中。”郑非表示，光点资本作为国内较早参与宠物行业投资的专业投资机构，对宠物赛道积极乐观。

在宠物行业，资本已经随着整个行业的增长越来越活跃。目前，国内宠物行业的主要上市公司包括中宠股份、佩蒂股份、依依股份、瑞普生物。此外，在今年2月，宠物食品加工企业路斯股份成功闯关，成为北交所宠物食品第一股。而福贝宠物、天元宠物等也正在冲击IPO。

“上市计划暂不方便对外透露，目前已完成A轮5000万元融资，主要用于生产工厂建设。”高爷家品牌负责人表示。

对于这些企业而言，IPO的主要目标就是推进快速扩产和扩张。其中，路斯股份这次计划募资用于投资年产3万吨宠物主粮项目

和研发运营支持中心项目。中宠股份正在进行产能扩张，2022~2023年将陆续建成6万吨宠物干粮、2万吨宠物湿粮产能。

“相比海外成熟宠物市场，我国宠物行业仍处于发展初期，资本市场这两年的相对活跃，促进了宠物消费市场的发展，同时一部分企业的成功上市、或者在上市进程中，有助于行业信息的公开透明，行业从业者的规范经营、持续经营。”郑非表示，尤其在近两年疫情影响，宠物线下零售市场、医疗服务市场受到了不小的冲击，资本市场的持续关注有助于宠物消费市场建立信心。



信仰专业的力量
Focus Insight

2014年国家文化产业示范基地
国家级工业设计中心(2020-2021年)
中国4A第十六届(2021年度)理事单位

品牌战略 / 数字营销 / 品牌设计 / CI.VI.LOGO设计 / 包装与产品设计 / 环境设计 / 导示设计



2014APEC峰会
品牌/VI/空间设计



一带一路高峰论坛
LOGO/VI



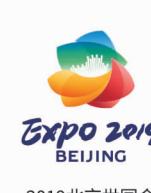
2021年中央广播电视台
春节联欢晚会
LOGO



2017金砖峰会
LOGO/VI



中国国际进口博览会
LOGO/VI/吉祥物



2019北京世博会
LOGO/VI



杭州G20峰会
综合用品设计/会议用品



AIR CHINA
中国国际航空公司



中国南方航空公司
VI/CI/SI/企业文化
品牌战略/年度服务



中国银行
APP设计/数字营销



东风集团
企业文化/海外品牌
金融品牌/VI设计



杭州城
LOGO/VI



2019年国际篮联篮球世界杯
吉祥物“梦之子”



崇礼城市
吉祥物“冲冲”



中国国际进口博览会
吉祥物“进宝”



中国国际进口博览会
吉祥物“进宝”



勐海城市
吉祥物“勐勐”



奇虎360
吉祥物“安仔”



海尔
VI/SI/品牌形象年度服务



中国人寿
LOGO/VI设计



京东
VI设计



苏宁易购
LOGO/VI



水立方
LOGO/VI/SI/画册
年度服务



新东方
LOGO/VI/SI
年度服务/品牌设计



360 安全卫士
LOGO/VI



美的
LOGO/VI设计



波司登
LOGO/VI



新浪网
LOGO/VI



开心果
LOGO/VI



珠海
LOGO/VI

2021年德国 IF 奖发布：
东道集团位列全球品牌创意公司 TOP3 之第 2 名

全国统一客服热线：
400-890-8989