

宠物服务

机会行业简报 第7辑



驱动因素：消费升级与人口特征变化促进“它经济”发展

消费升级

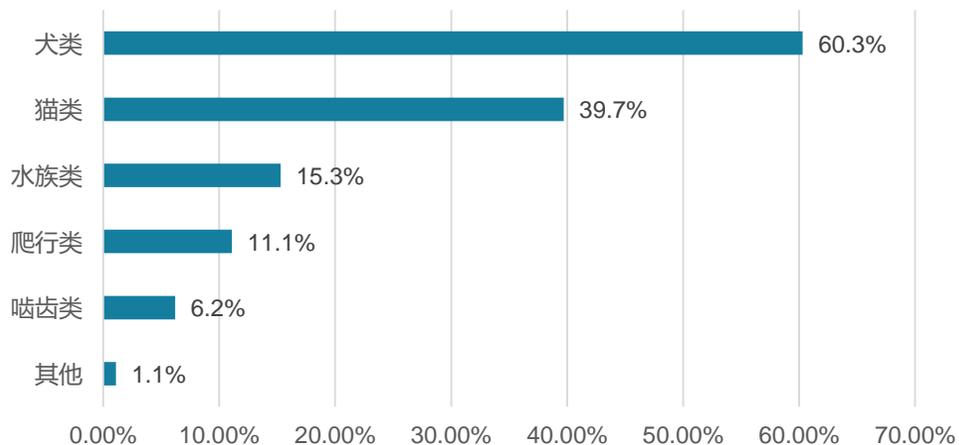
养宠观念不断进步，养宠用户逐渐形成宠物消费习惯，并开始追求高品质宠物产品与服务



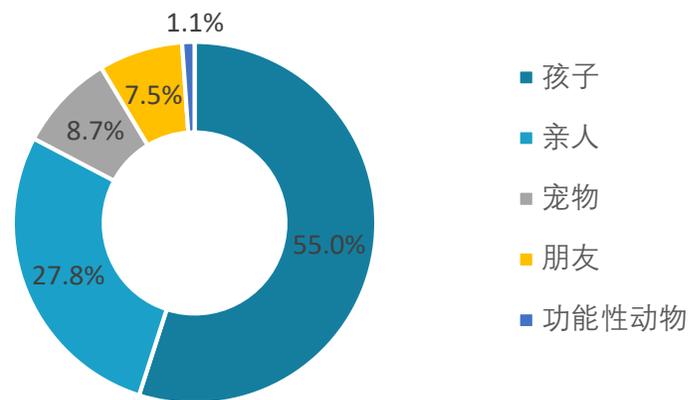
人口特征变化

空巢青年、老龄化、少子化的人口特征愈加明显，增强人们对宠物陪伴的情感需求

2017年中国城市宠物种类占比



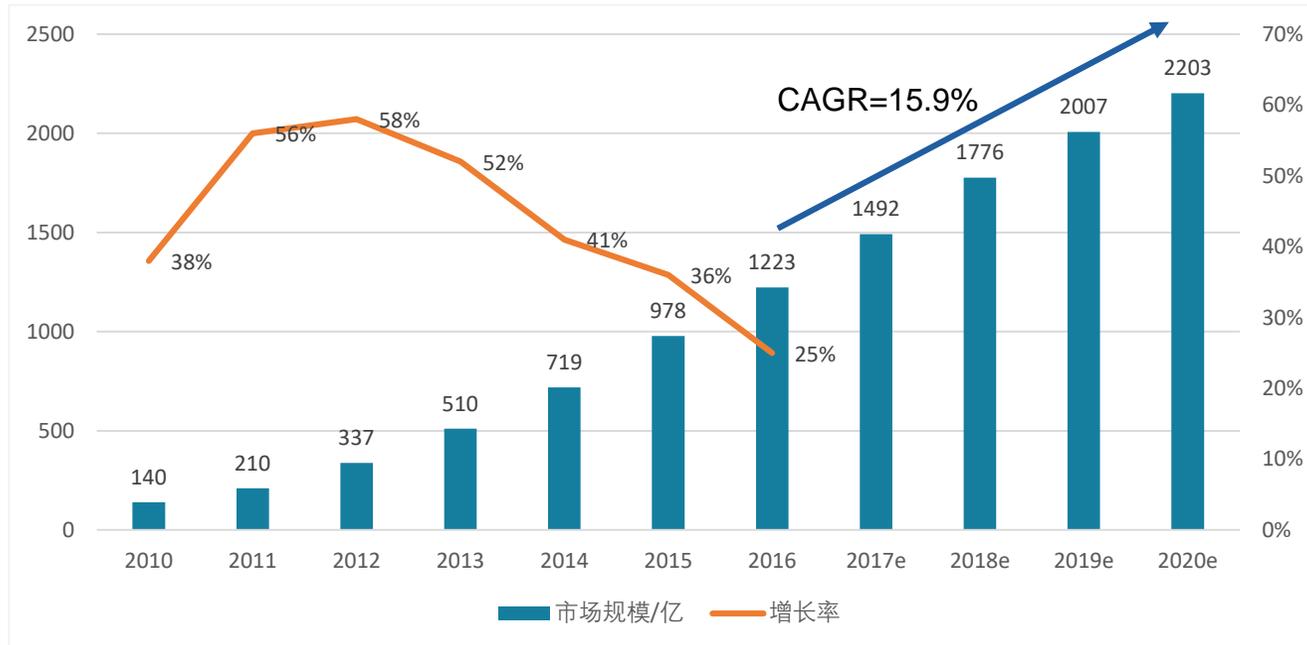
宠物在中国家庭中的角色担当



市场规 模：行业保持快速增长态势，2020年将达 2200 亿元

2016年宠物市场规模测算及2020年宠物市场规模预测

	2016年人口数/万人	2016年人均宠物数	2016年宠物市场规模/亿元	2020年人口数预测/万人	2020年人均宠物数/预测	2020年宠物市场规模预测/亿元
一线城市	6611.15	0.14	6611.15万人×0.14只/人×6266元/只=576.25	6677.26	0.16	6677.26万人×0.16只/人×8172元/只=873.08
新晋一线城市	15793.40	0.08	15793.40万人×0.08只/人×3517元/只=444.32	15951.33	0.1	15951.33万人×0.10只/人×4616元/只=736.31
二线及省会城市	10712.12	0.04	10712.12万人×0.04只/人×1811元/只=77.61	10819.24	0.07	10819.24万人×0.07只/人×2377元/只=180.05
其余城市	105154.33	0.02	105154.33万人×0.02只/人×594元/只=124.91	106205.9	0.05	106205.88万人×0.05只/人×780元/只=413.98
合计	138271.00	0.06	576.25+444.31+77.61+124.91= 1223	139653.7	0.09	873.08+736.31+180.05+413.98= 2203



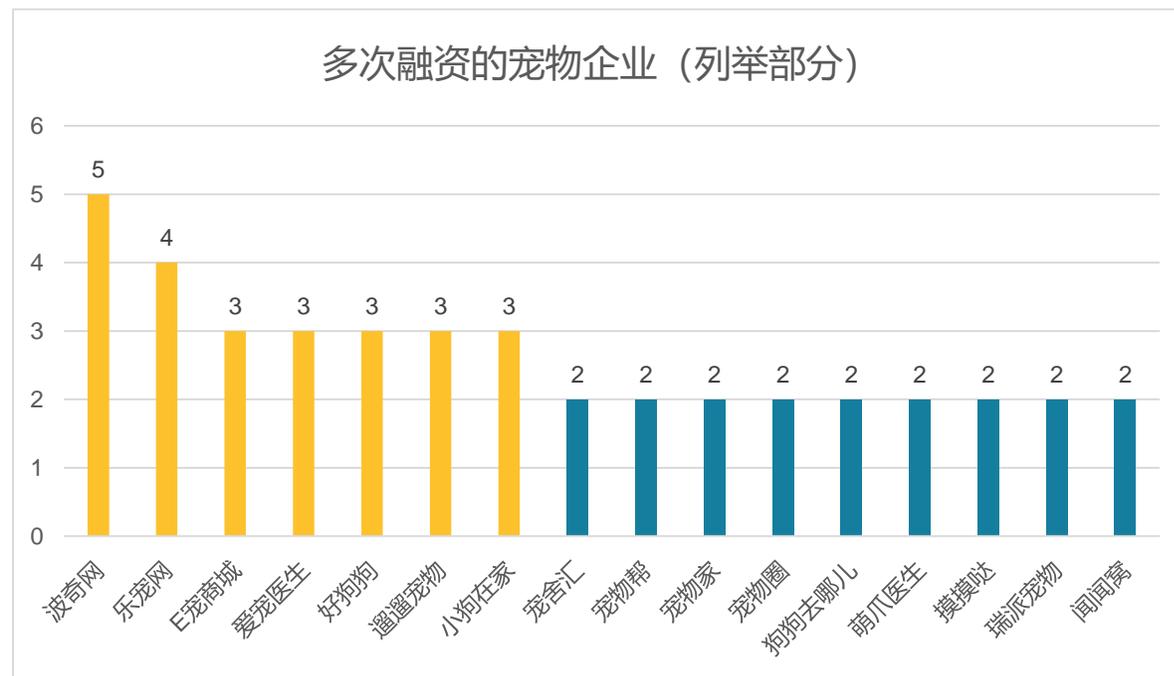
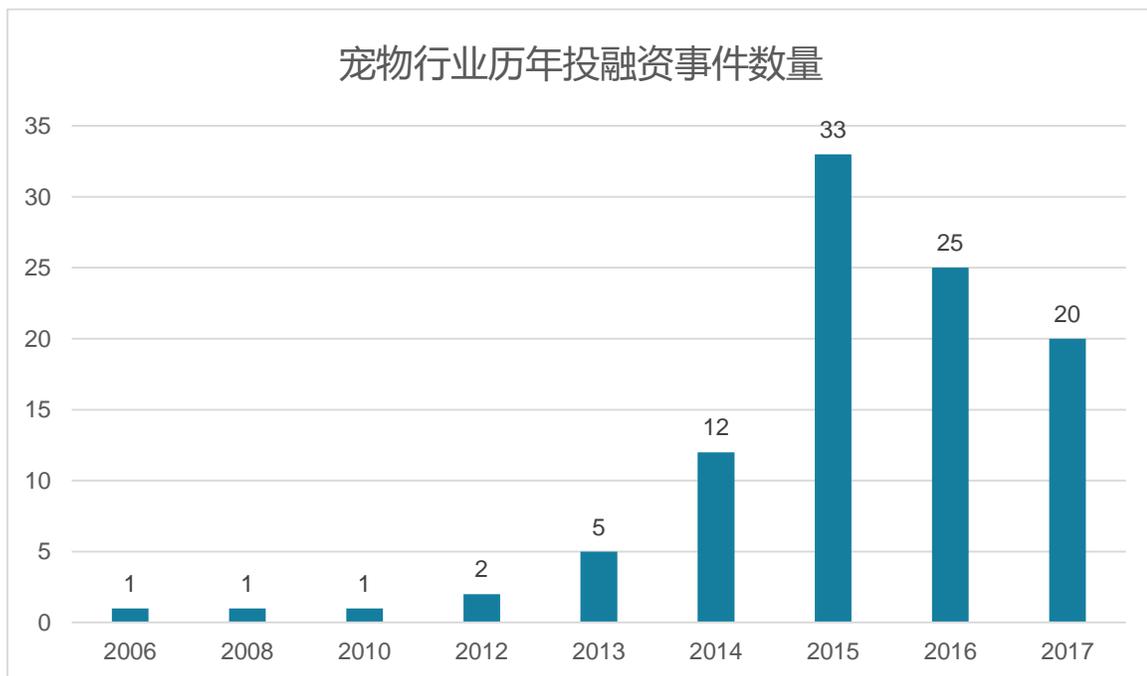
根据市场规模=Σ各地区单只宠物年均消费支出×（各地区总人口×人均宠物拥有量）：

2016 年中国宠物行业市场规模为 1223 亿元，预测 2020 年将达到2203 亿元，CAGR 为 15.85%。

资料来源：Wind，光大证券研究所

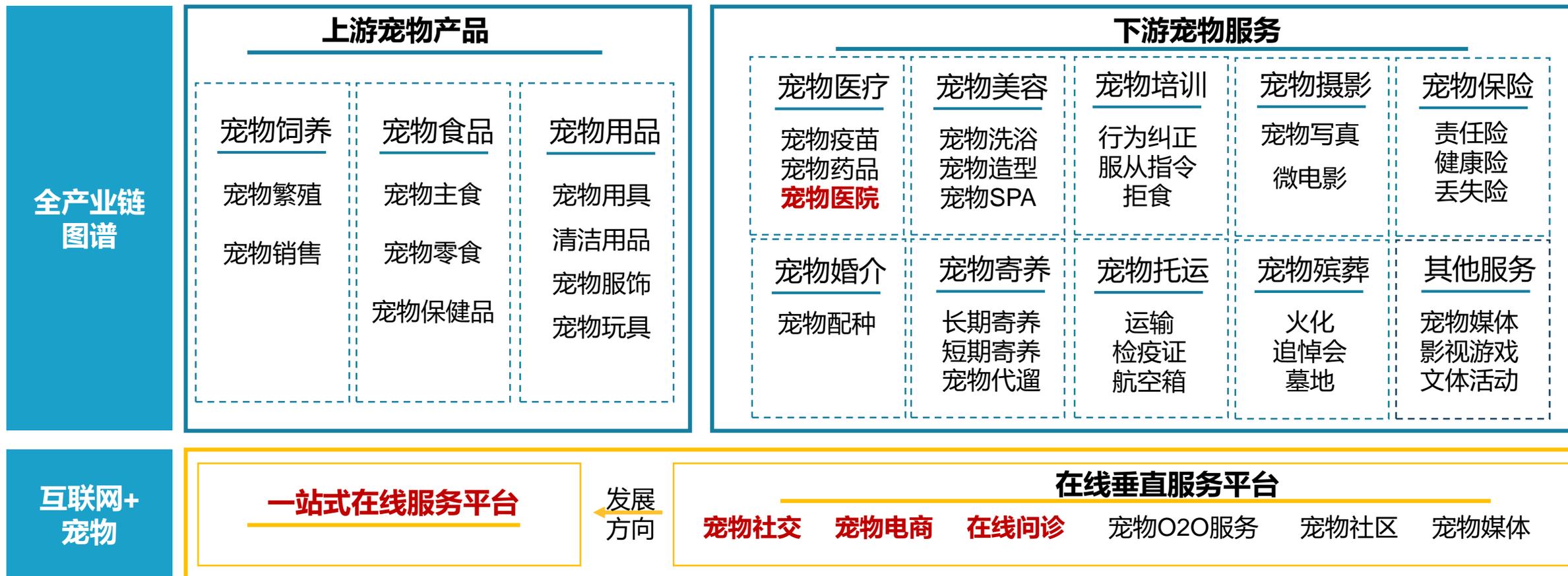
投融资：2015年后资本加速布局，企业基本处于A轮及以前阶段

- **行业拐点：**2015年开始，宠物行业投融资事件大幅增加。
- **融资阶段：**行业整体处于起步阶段，企业融资阶段多处于A轮及以前，个别企业如宠物中国（乐宠）融资到了D轮阶段。
- **投资热点：**资本比较青睐**在线一站式综合服务、在线宠物医疗、宠物电商、宠物社交**等细分领域。分析融资次数达3次及以上的公司所处的宠物细分领域可以发现，波奇网、乐宠网依托互联网提供宠物的一站式综合服务，E宠商城和好狗狗均为在线宠物商城，爱宠医生为宠物医生在线问诊 App，遛遛宠物和小狗在家均为宠物社交App。



产业链：链条长，子行业种类众多，短期关注宠物医院+线上服务

- **产业链条长**：宠物产业链覆盖了宠物从出生到死亡，从基础的衣食住行到高端的美容医疗娱乐等各环节，基本向着人类日常生活消费看齐。但其中一些子行业本身的市场规模相对较小，不易培养大体量企业。
- **宠物服务潜力大**：产业链上游的宠物产品已发展地较为成熟，下游的宠物服务仍存在巨大的发展潜力待挖掘。
- **短期建议关注**：**宠物医院**、**一站式在线综合服务平台**、在线垂直服务平台中的**在线问诊**、**宠物电商**、**宠物社交**。



发展
方向

运营模式&盈利模式：线下宠物医院需求刚性，可切入上下游业务

- 行业集中度低，目前以个体私营的单体店为主，但**大型连锁宠物医院正在兴起**。
- **需求刚性，容易培养客户粘性，可以作为从业企业进入其他子行业的切入口**，提供集宠物疾病诊疗/防御、保健、美容、食品用品销售等为一体的服务，增加企业的行业影响力与竞争力。



宠物医院的核心收入来源：医疗与保健相关的服务费用

服务项目收入

- 宠物医疗与保健服务费用
- 宠物美容服务费用
- 宠物寄养服务费用
- 其他延伸服务费用

产品销售收入

- 宠物药品/保健品销售收入
- 宠物医疗设备销售收入
- 宠物食品用品销售收入

一线城市的宠物医院，诊疗毛利率为50%~60%，寄养和美容毛利率为60%~80%，单店流水平均毛利率约50%，国内最好的宠物医院年收入可以达到3万/平。

据宠物行业协会统计，宠物医院行业的平均净利率为18%~20%。

资料来源：广发证券

运营模式&盈利模式：线上平台逐步走向多元服务模式

- **线上宠物服务**目前发展规模与行业影响力最大的企业出现在**一站式综合服务领域**，该类企业一般由宠物社区发展而来，在积淀用户的基础上，逐渐探索多元盈利模式。
- **垂直服务平台**服务方向多元，但由于单类服务聚合用户量少，实现盈利较为困难，所以都在**向其他业务方向（特别是电商）扩展**。



一站式综合服务平台

- **运营模式**：论坛+问答+百科+商城+服务O2O，由社区入手，聚合用户，后逐渐引入广告、电商、线下服务，整合上下游产业链，形成用户、流量、内容的良性循环。
- **典型企业**：波奇网、狗民网、乐宠、闻闻窝、尾巴圈
- **主要收入来源**：商品销售收入（自营），宠物服务收入（自营），广告，电商导购（平台），服务导流（平台）



在线问诊

- **运营模式**：在app上就宠物健康进行在线咨询问诊、与专业团队随时沟通，并查看附近医院的相关信息。
- **典型企业**：爱宠医生、萌爪医生、优宠医生
- **主要收入来源**：咨询服务费、用品药品销售、医院导流、宠物医院SaaS管理系统



宠物电商

- **运营模式**：与品牌厂家、授权代理商合作进货，自建仓储和物流，自建售后服务团队，模式相对较重。目前只有个别品牌建立起口碑。
- **典型企业**：E宠商城
- **主要收入来源**：销售收入



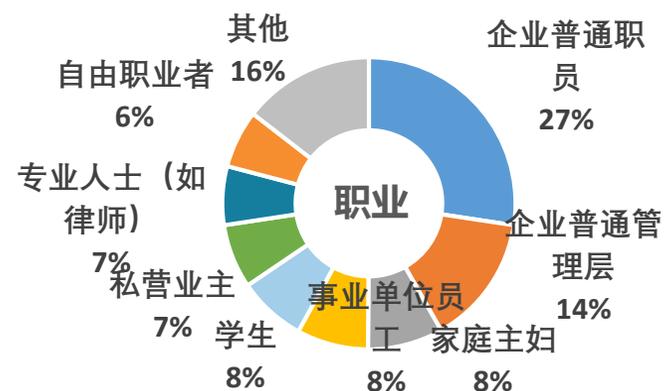
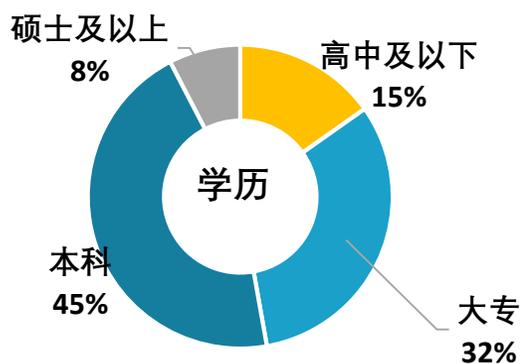
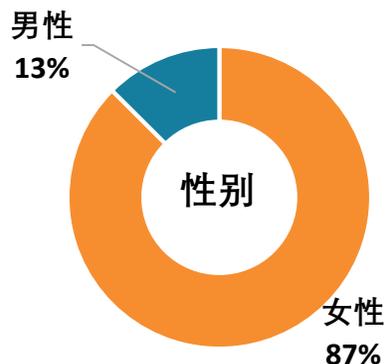
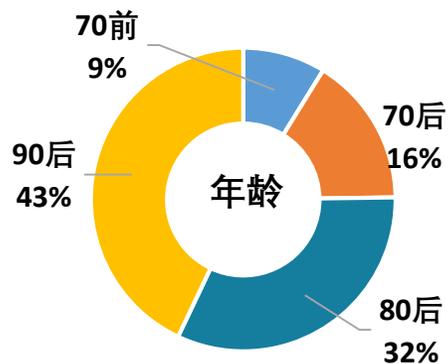
宠物社交

- **运营模式**：主要搭建爱宠人士交流平台，覆盖分享、互助、晒照、求配种、找领养、寻寄养等社交需求。
- **典型企业**：遛遛
- **主要收入来源**：仍在探索。尝试引入电商和服务，逐步向综合型服务方向延伸

用户画像：高学历、女性、白领、未婚

➤ 宠物消费人群中，80后90后是绝对主力，女性占比达到八成以上，半数以上拥有本科及以上学历，企业工作人员较多

消费人群画像（以养狗人群为例）



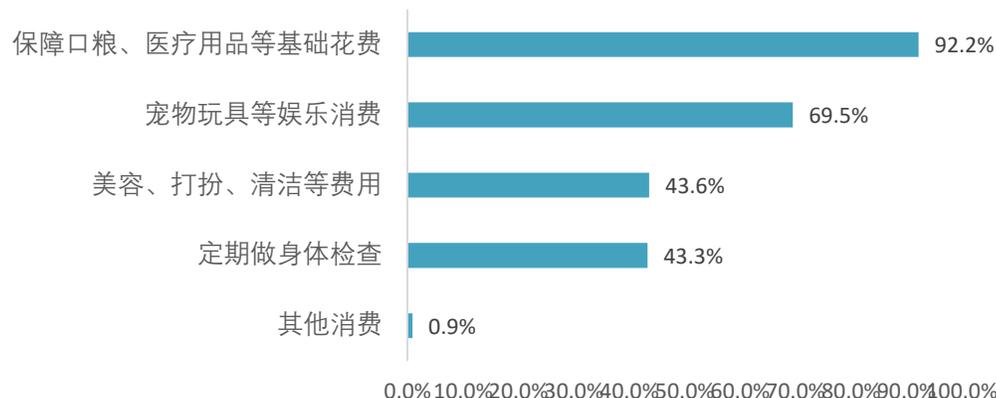
数据来源：狗民网

未婚人群宠物消费比例大幅高于电商全站



数据来源：京东大数据研究院《2018年宠物消费趋势报告》

宠物消费人群消费倾向（多选）



头部企业举例：宠物医院-瑞鹏股份



资料来源：瑞鹏股份官网及公司2017年年报



凯特喵喵专科医院



瑞鹏股份2017年收入情况

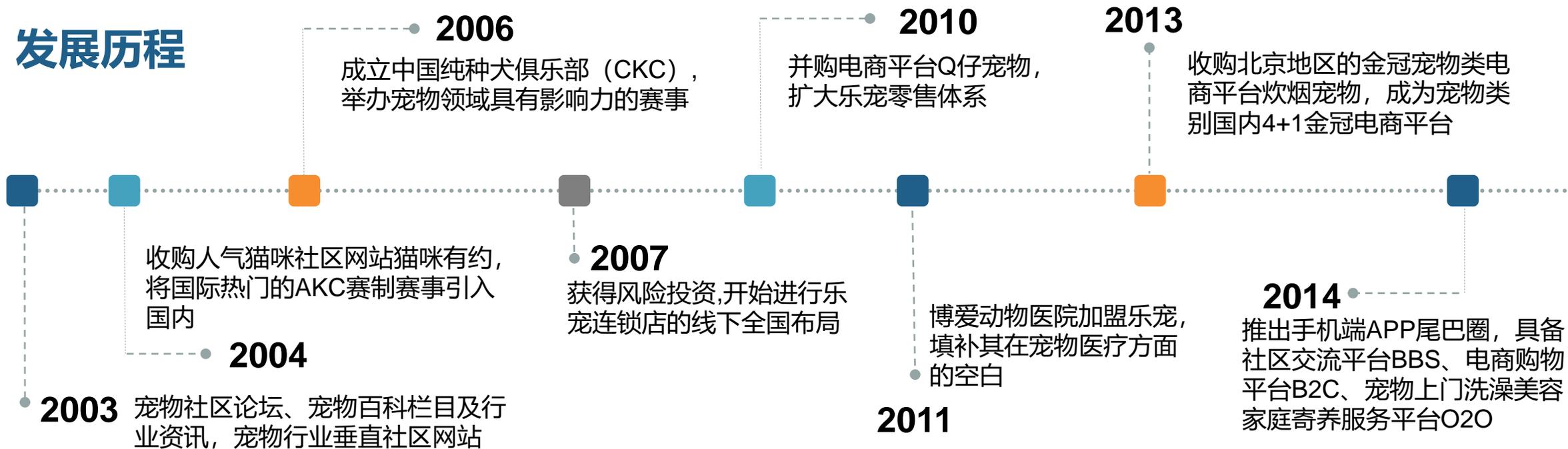
类别/项目	收入金额 (万元)	占营业收入比例
宠物医疗与保健	19260	64.78%
宠物美容	5117	17.21%
宠物食品用品销售	4787	16.10%
设备销售	531	1.79%
咨询服务	23	0.08%
其他业务收入	15	0.05%
合计	29733	100.00%

头部企业举例：一站式综合服务平台-乐宠/宠物中国



国内宠物行业专业的一站式服务平台，由最初的宠物社区，通过扩张、收购/并购等方式，不断发展出电商、赛事、医疗、O2O服务等板块，旗下拥有乐宠宠物店连锁、北京博爱动物医院、中国纯种犬俱乐部（CKC）、宠物中国(CPC)、猫咪有约网站、淘宝网Q老板等子品牌，业务涵盖了宠物行业几乎全部领域。

发展历程



THANKS

北京运营行业营销组

