

香港及中國寵物 之零售及批發業

朝陽行業的機遇及挑戰



香港寵物市場

香港寵物業之特色

- 越來越多人不生小孩養寵物
- 寵物家長的質素及要求越來越高
- 寵物已成為家庭一份子
- 對抗不景氣的能力極高
- 時間越長, 生意越穩定



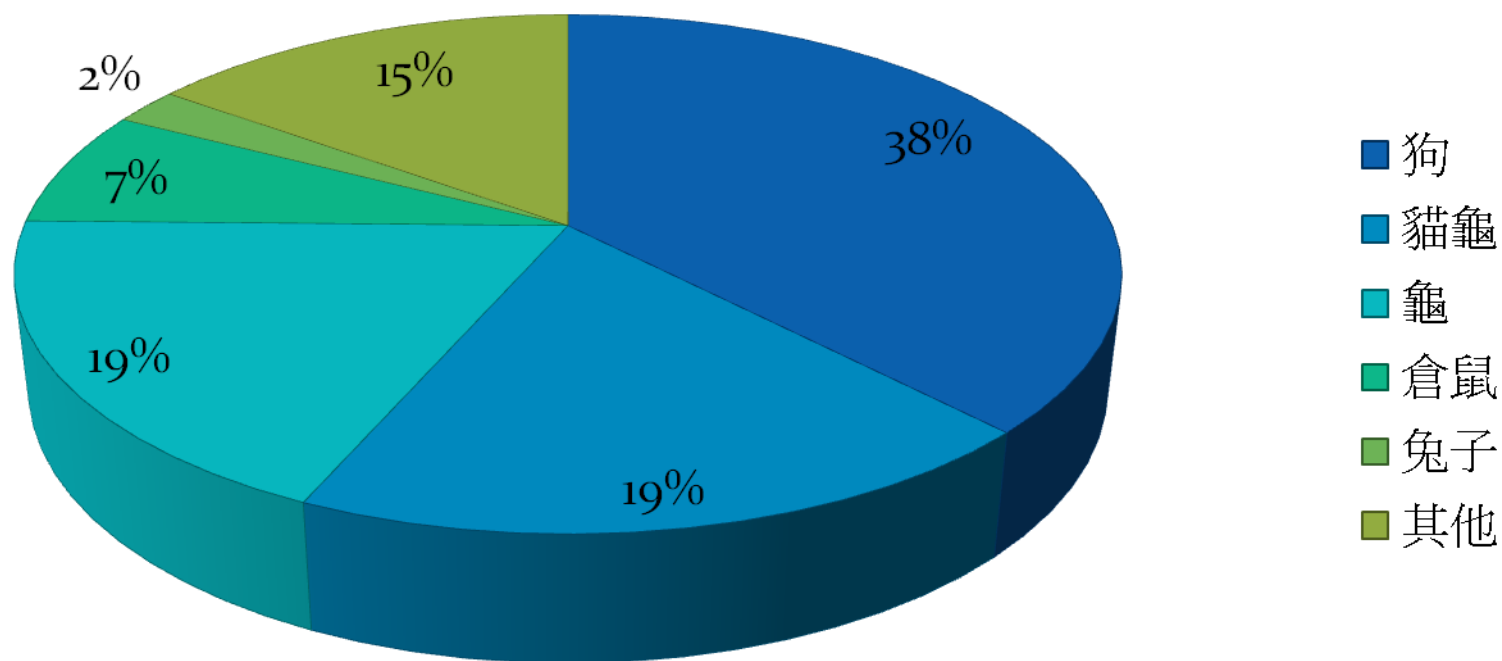
香港寵物市場消費狀況

- 根據2006年8月統計處的最新統計, 住戶飼養寵物的情況之總結如下:
 - 全港有286,300個住戶有飼養寵物, 佔全港住戶的12.6%
 - 37.7%(197,900)為狗,
 - 18.9%(99,200)為貓,
 - 18.7%(98,300)為龜.
 - 7.3%(38,300)為倉鼠,
 - 2.3%(12,200)為兔子



香港寵物市場消費狀況

飼養比例



香港寵物市場消費狀況

- 如果以每年5%增長, 2011年應大約有
- 250,000隻寵物犬
- 130,000隻寵物貓



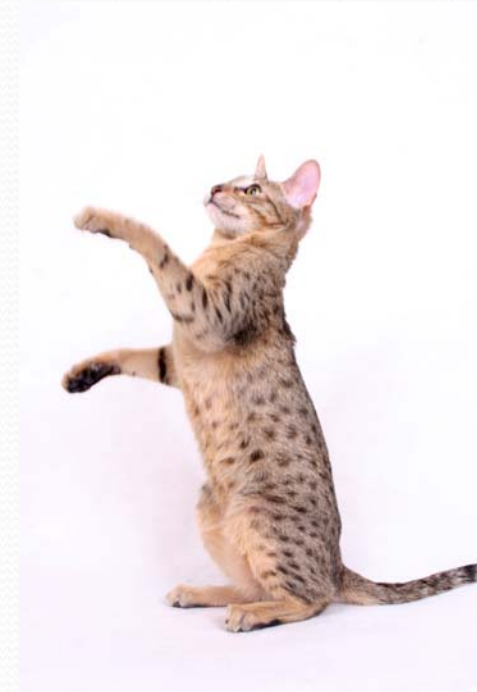
香港寵物市場消費狀況

- 全港寵物店約有500-600間 (未計水族及雀鳥)
- 全港獸醫診所約100間



香港寵物市場消費狀況

- 全港每月貓狗之消費額 (不包括醫療及保健費用)
 - = 貓+狗之數目 x 每頭每月之消費
 - = 380,000 x \$400
 - = \$152M
- 平均每月每間寵物店之營業額 (未計幼犬之銷售)
 - = \$152M / 600 間
 - = \$253,000



中國寵物市場消費狀況

截至2010年底，

中國犬貓寵物數量約有1.5億隻，

寵物經濟規模已達到25億元人民幣，

內銷及出口貿易銷售額達到約400億元人民幣。

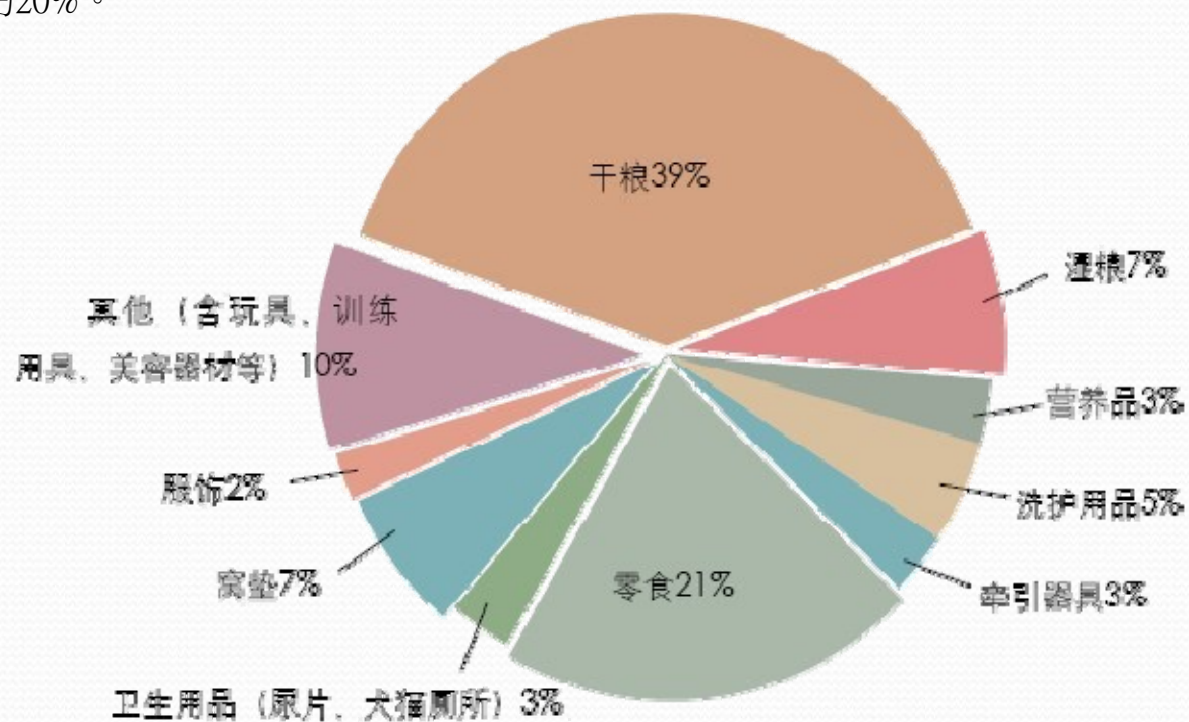
中國寵物食品數量在2000～2010年10年間增長近800%。

預計到2012年，中國“寵物經濟”規模更有望達到150億元！

最新寵物商品市場資料分析

主要寵物商品市場佔有率

根據國內最暢銷的《寵物世界·領秀》新一輪調查統計，截至2011年8月，中國伴侶寵物市場（線上線下交易）銷售的總體規模達到72.3億元人民幣，已經比2008年全年的統計資料上升約20%。



南北寵物市場一覽

北京市場——北方市場

北方的消費者更關注產品的價格，習慣在固定的店鋪消費，對新產品的接受度略慢。批發市場的產品以中低檔為主，週末客流量及銷售額可觀。連鎖店規模較大，精品高端寵物店較少。

全國寵物食品（乾糧、濕糧、零食）占銷售的榜首，約67%。其中乾糧占39%，濕糧占7%，零食占21%。

南北寵物市場一覽

北京市場——北方市場

消費人群

- 學歷大專以上，主力消費人群為30歲左右，月薪3000元，寵物消費300元/月。
- 消費習慣：寵物店、寵物批發市場、網路購物。

市場現狀：

- 代理商30餘家
- 高端店20餘家
- 規範的寵物市場2個：北京愛斯達寵物交易市場，北京東方鑫寵物樂園。
- 零售店近400家：平均80平方米，最大的一家店是1500平方米。
- 連鎖店5家：酷迪等。

南北寵物市場一覽

上海市場——南方市場

南方的消費者相對價格，會更關注品質與品牌。購物的環境、服務，也是極重要的“考核”指標。更喜歡嘗試新產品。批發市場規模相對較小，連鎖店不成氣候，但高端精品店較多。

較多的品牌會在上海市場設立總部或辦事處，這點和服裝、化妝品的市場情況類似。

和南方整體市場的消費習慣類似，南方的消費者的網路購物更多，還有相當的人熱衷於網路代購。

南北寵物市場一覽

上海市場——南方市場

消費人群

學歷不限，主力消費人群為30歲左右，月薪3500元，寵物消費400元/月。

消費習慣：以40歲為大致分界線，40歲以上，大多為寵物店、寵物市場、網路購物；40歲以下，大多是寵物店、團購、網購購物。

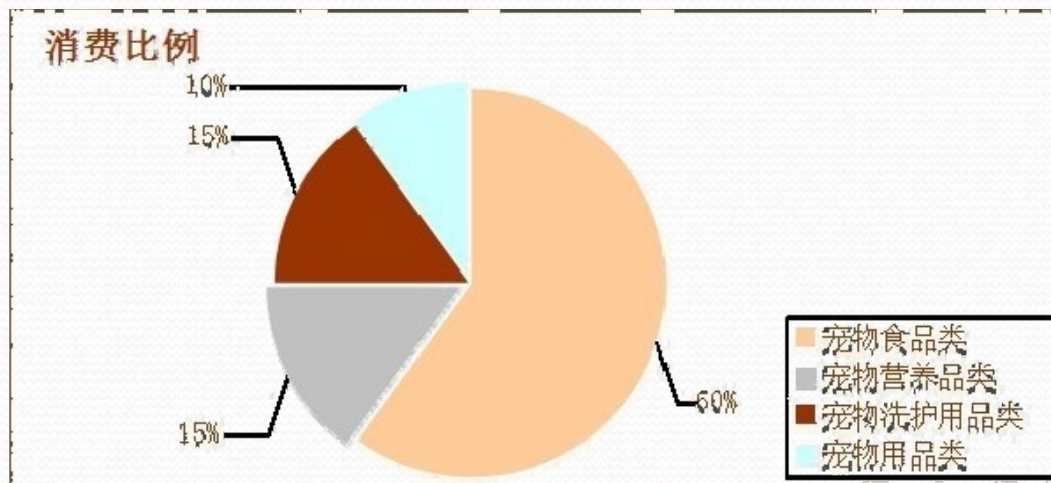
市場現狀：

- 代理商50餘家
- 規範的寵物市場2家：上海北橋花博園市場、上海虹航花鳥市場。
- 零售店600餘家，平均60平米，最大的一家2700平米。
- 高端店20餘家：裝修高檔、環境好、服務好。
- 連鎖店 5家：寶多來等。

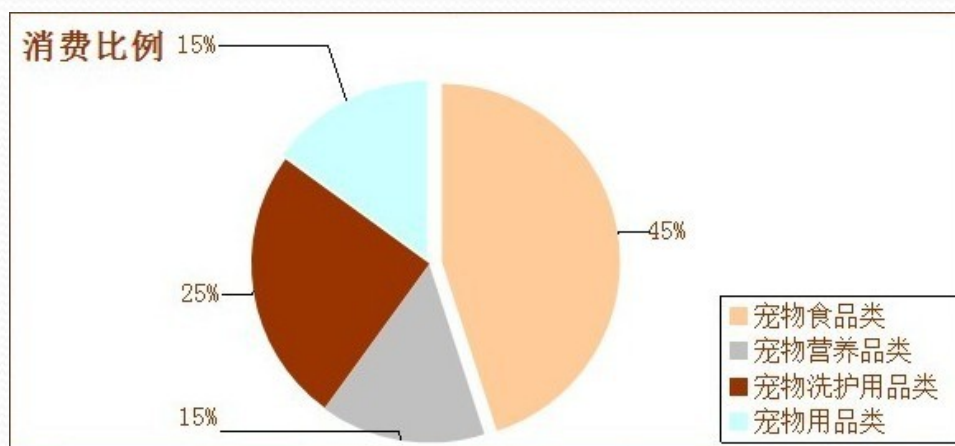
南北寵物市場一覽

四大類產品銷售比例對比

北京



上海



中國寵物產業發展趨勢

- 網路銷售與實體經營相輔相成
- 品牌意識加強，拼服務不拼價格
- 注重研發，產品含金量增加
- 個性化高端服務與產品受到青睞
- 行業規範迫在眉睫
- 從業人員素質普遍提升

TIPS

宠物经济相关职业热门指数

● 宠物医生 热门指数：★★★★

● 宠物美容师 热门指数：★★★★

● 宠物摄影师 热门指数：★★★

● 宠物寄养师 热门指数：★★★★★

網路市場氣勢如虹

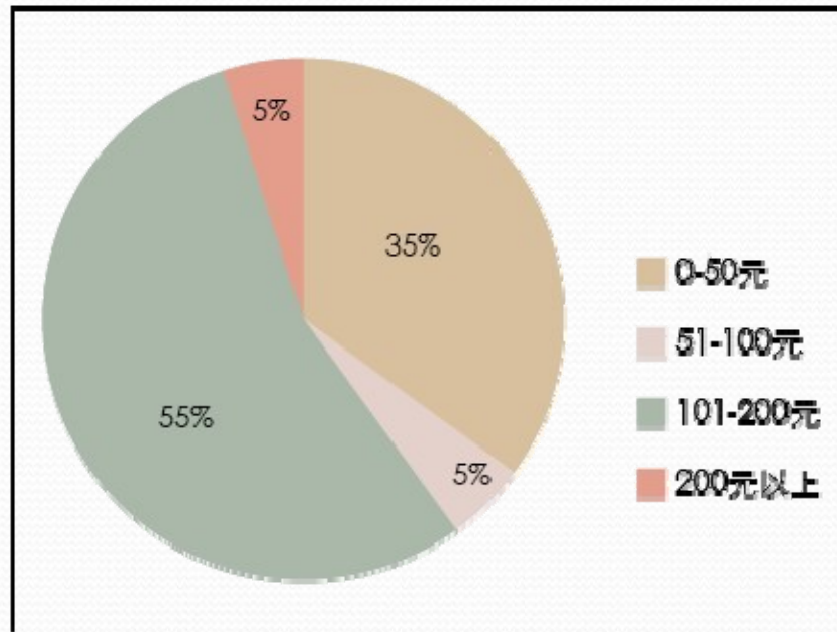
- 隨著互聯網的深入發展，世界經濟環境也不可避免地發生了改變。網路市場在整個經濟市場中佔有越來越大的比重，注重品質、講求效率的生活節奏更使網路消費受到不同層次、地域的人們的喜愛。
- 經過幾年的發展，寵物相關產品在網路上打出了自己的天地。在淘寶網相關產品的數量統計中，寵物類占總數的7%左右。由此可見，隨著寵物數量的增長和網路經濟優勢的日益凸顯，寵物行業正在這一領域迅速發展。

網路市場氣勢如虹

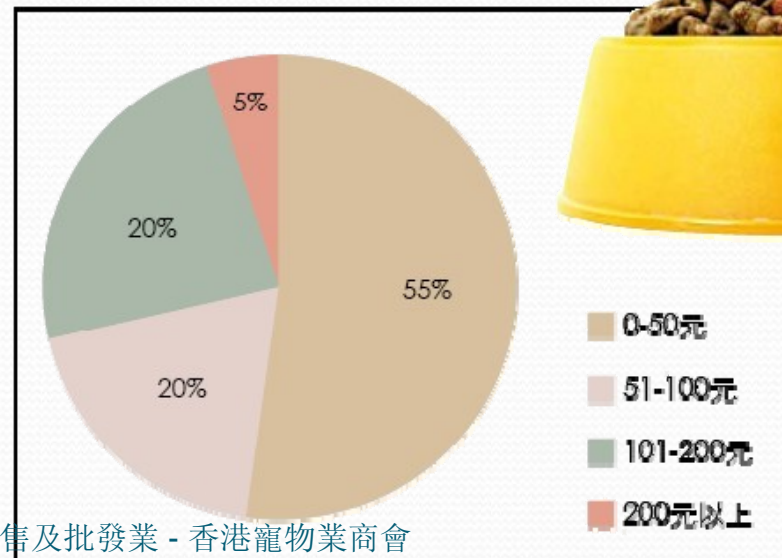
- 我們以淘寶網為例進行以下的資料分析。
- 目前，淘寶網商鋪中寵物類又被分爲犬、貓、水族、兔子、倉鼠及其他小寵、爬蟲和鳥。其中，犬類商品占寵物專區的**56%**，貓類商品爲**18%**，分別位於寵物專區的第一和第二。接下來依次爲倉鼠及其他小寵類、鳥類和爬蟲類。



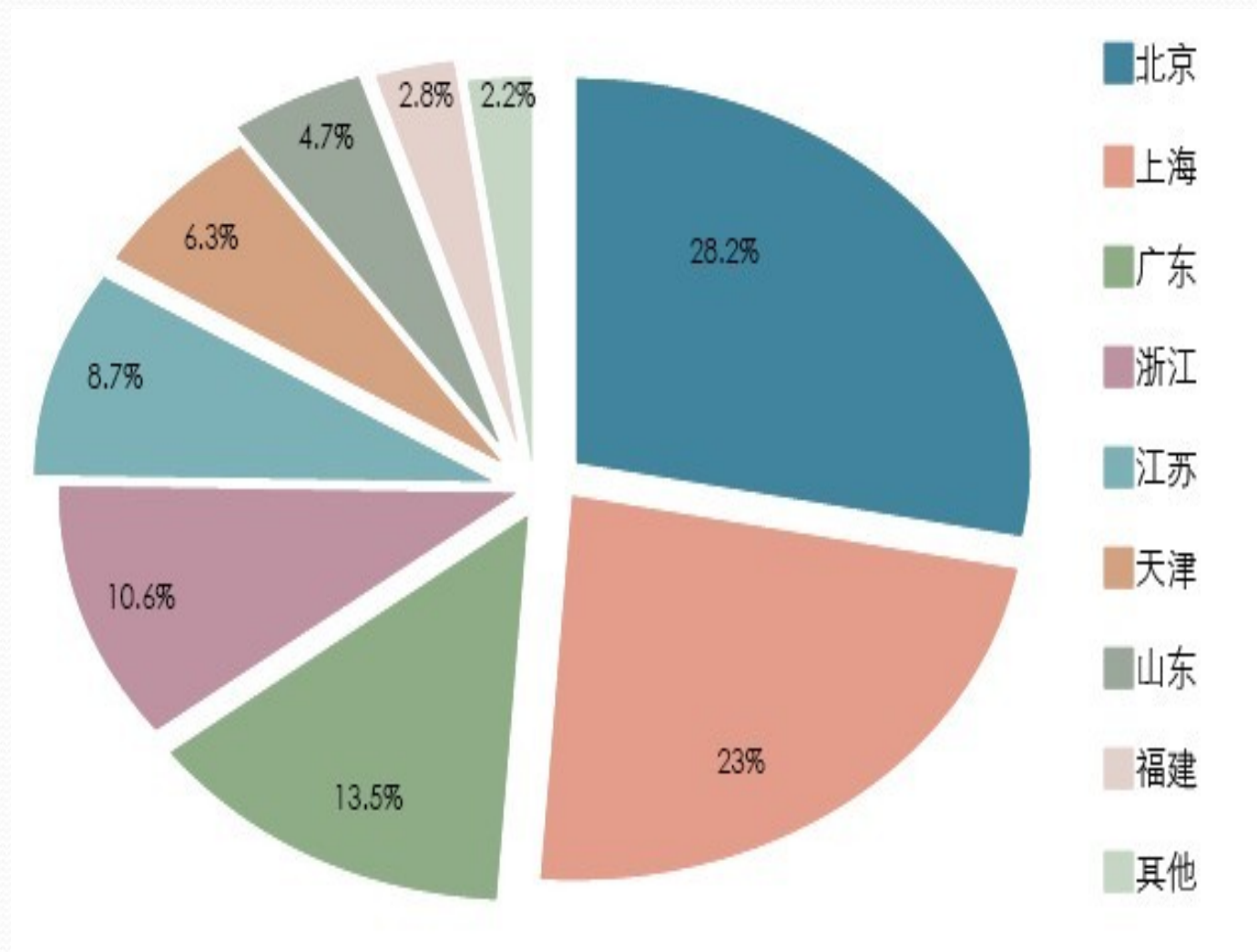
犬粮单次交易额比例



貓粮单次交易额比例



網購人群地域分佈



總結

機遇及挑戰



香港寵物業之機遇及挑戰

- 機遇

- 香港的出生率低, 很多年輕的夫婦都不生小孩, 並把愛心轉化向寵物身上
- 入行門檻低
- 需修剪的狗隻如迷你貴婦非常流行, 因而行內對寵物美容師之需求極之大
- 國內市場龐大

香港寵物業之機遇及挑戰

- 挑戰
 - 國內非法入口的幼犬
 - 網上售賣幼犬
 - 速遞服務之競爭
 - 租金上升
 - 人才流失
 - 進口國內之批文



中國寵物業之機遇及挑戰

中國寵物行業發展至今，仍然存在很多不足之處，需要改進和完善。也正是這些不足，成為中國寵物行業向前發展的潛力點，為寵物行業的未來增添了前進的動力。

挑戰

- 國內發展不均衡，寵物意識還沒有真正普及。
- 法律機制不健全，行政管理尚未成熟。
- 行業初具規模，缺乏監管標準和規範。
- 內銷推動力不足，品牌競爭良性不足。
- 專業人才少，產品科技投入含量少。

完了



- 特別鳴謝”寵物世界”提供國內統計資料