

宠物医疗 2025 行业简析报告

THE BRIEF MARKET ANALYSIS REPORT ON PET MEDICAL CARE

MICR



01. 宠物医疗从基础诊疗向预防医学、老年病管理等多方面延伸

- 随着中国饲养宠物人群的逐步扩大，宠物数量也日趋庞大，大部分宠物主会对宠物投入更多感情，将其视为“家人”，因此近年来对宠物医疗的需求也从单纯的疾病质量，向全周期健康管理转型，宠物主们对宠物医疗有了更多层次的需求。
- 在理念升级和市场扩容的大环境中，“预防先行”已成为行业的共识。此外随着宠物数量的增加、饲养条件的改善，宠物也逐步迈向“老龄化”，宠物养老也成为宠物主们关心的问题。

宠物医疗行业包含的内容

预防医学

疫苗接种、体内外寄生虫驱除、健康体检、营养咨询、行为咨询、绝育手术等。

临床诊断

物理检查、实验室检测（血液、生化、尿液、粪便、病理等）、影像学诊断（X光、B超、CT、MRI等）、内窥镜检查等。

疾病治疗

内科治疗（药物治疗）、外科手术（软组织、骨科、眼科、牙科等）、皮肤病治疗、传染病治疗、肿瘤治疗、慢性病管理等。

重症监护与急诊

提供24小时急诊服务、重症监护、输血等。

专科服务

如眼科、心脏病科、骨科、牙科、皮肤病科、肿瘤科、行为学等专科诊疗。

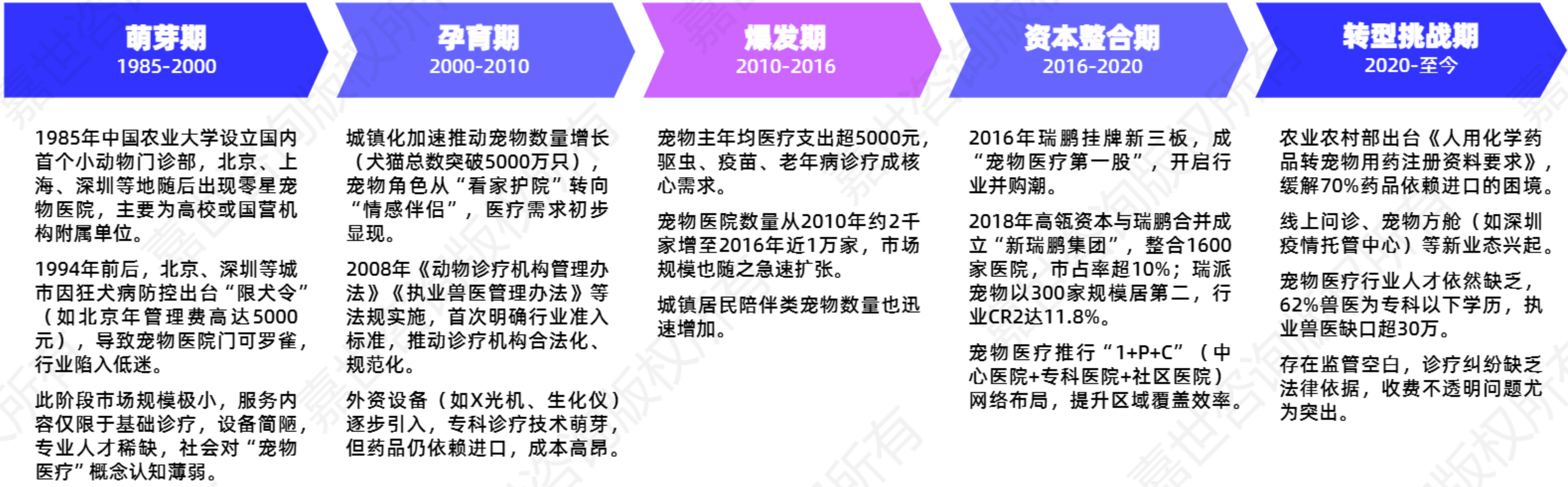
养老关怀

宠物常见老年疾病管理、定期体检、营养定制、免疫强化、康复与缓痛支持、清洁与卫生管理、行为认知支持等。

02. 中国宠物医疗行业的发展历程

- 中国宠物医疗行业从1985年开始起步，经历了萌芽期、孕育期、爆发期、资本整合期、转型挑战期五个阶段，宠物医疗行业也从野蛮生长转向精细化运营，其发展轨迹既反映了社会对伴侣动物价值的认同提升，也揭示了医疗服务标准化、普惠化的必然路径。

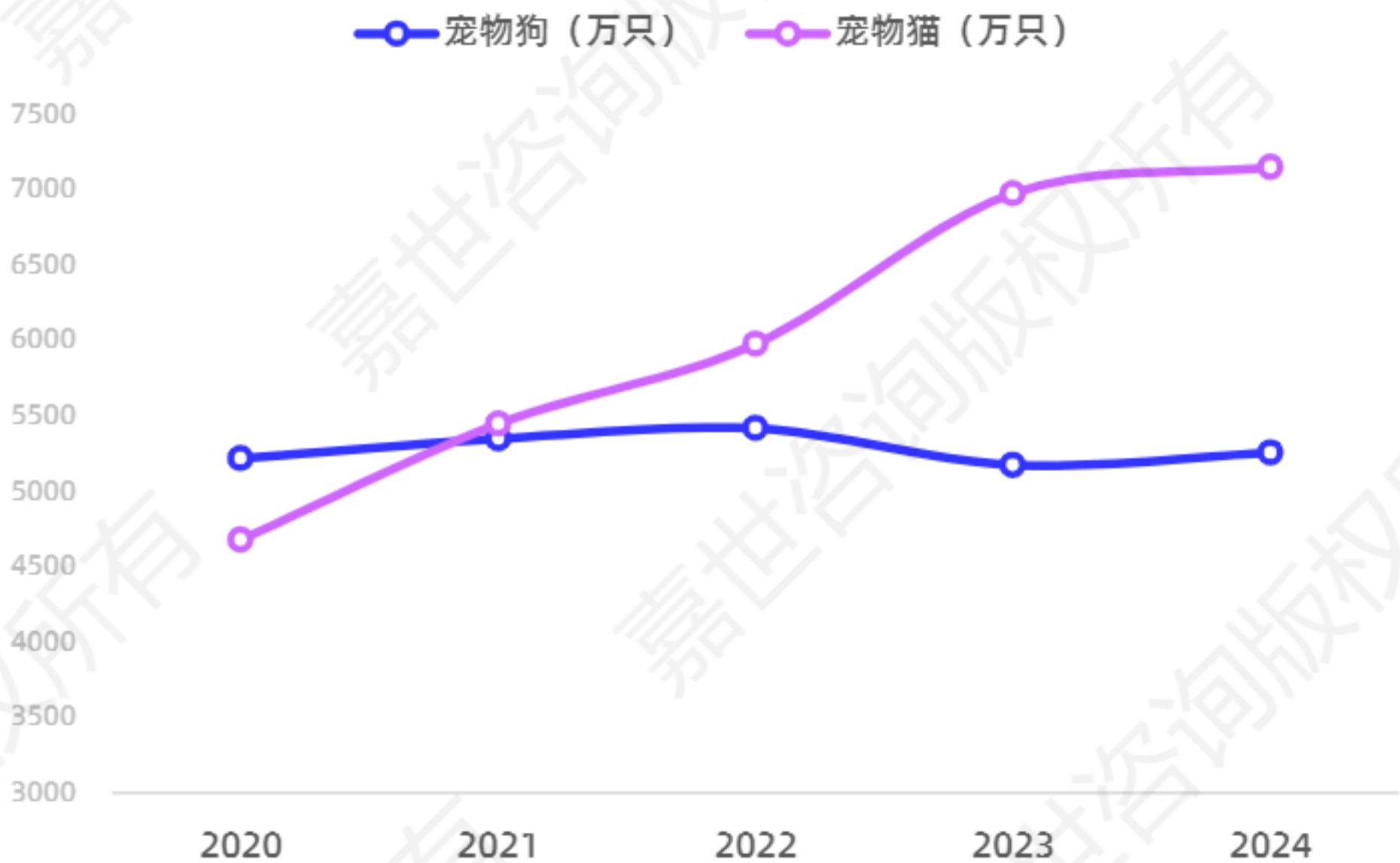
中国宠物医疗行业的发展历程



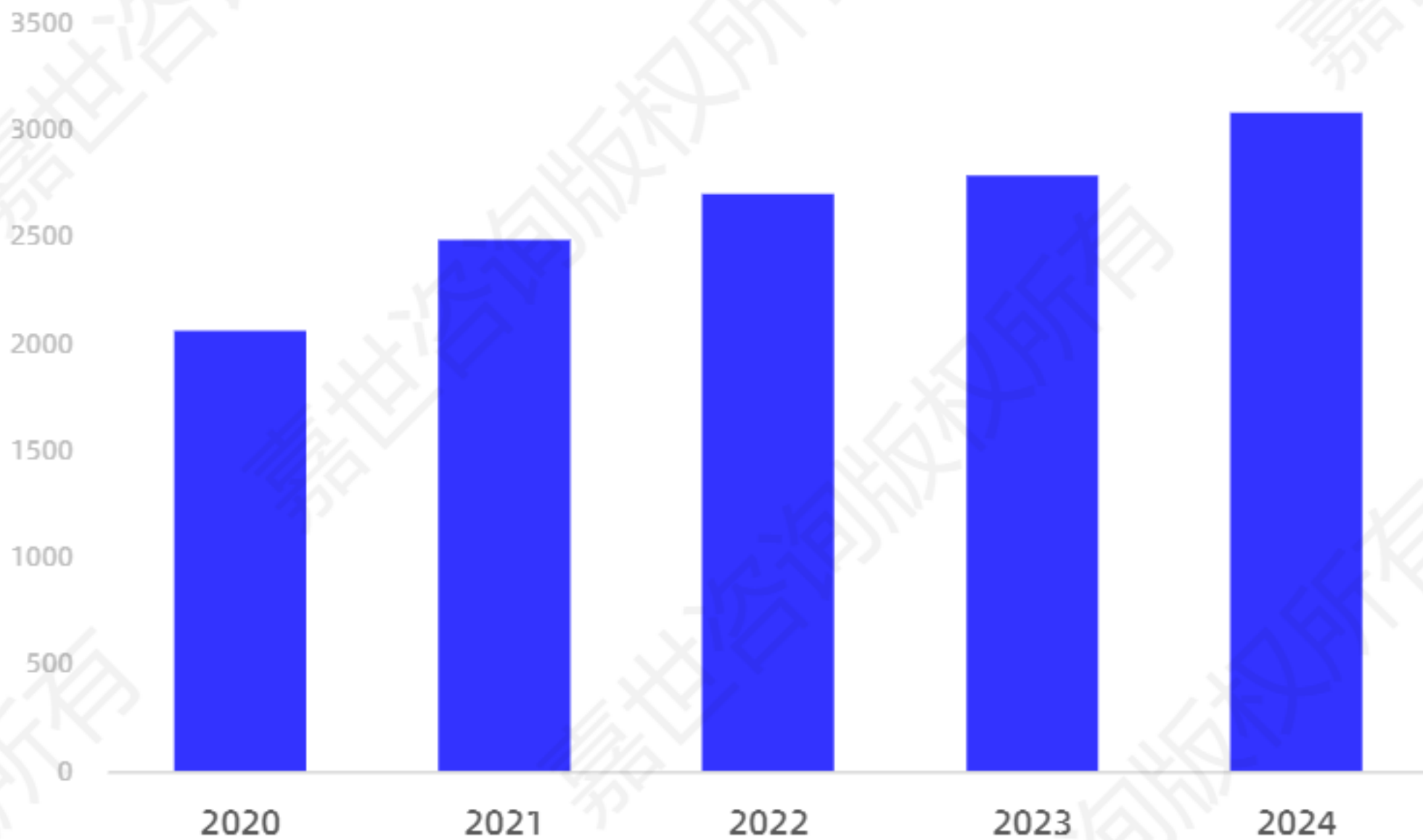
03. 中国宠物消费市场规模持续扩大

- 近年来，伴随城镇化和居民可支配收入的提高，家庭饲养宠物的比例大幅攀升，推动了宠物消费市场以及宠物医疗市场的持续发展。
- 宠物种类上，近五年宠物猫的数量增速远超宠物犬。尤其在一二线城市，猫更适合小户型公寓，且无需遛养，因此更契合都市年轻人的居住、生活习惯。单身经济与“云吸猫”文化推动Z世代（90后、00后占比超66%）将猫作为情感寄托，养猫渗透率年均增长3.2%。
- 宠物消费市场持续扩张，一方面源于宠主对宠物健康需求的升级，包括食品、医疗、用品和服务等多维度消费提振；另一方面，宠物数量受到城镇年轻人、单身群体与老龄人口陪伴需求增长的双重驱动。未来随着行业规范化、品牌集中度提升及智能化产品与服务的不断渗透，中国宠物消费市场仍将保持稳健增长。

2020-2024年宠物猫狗数量（万只）



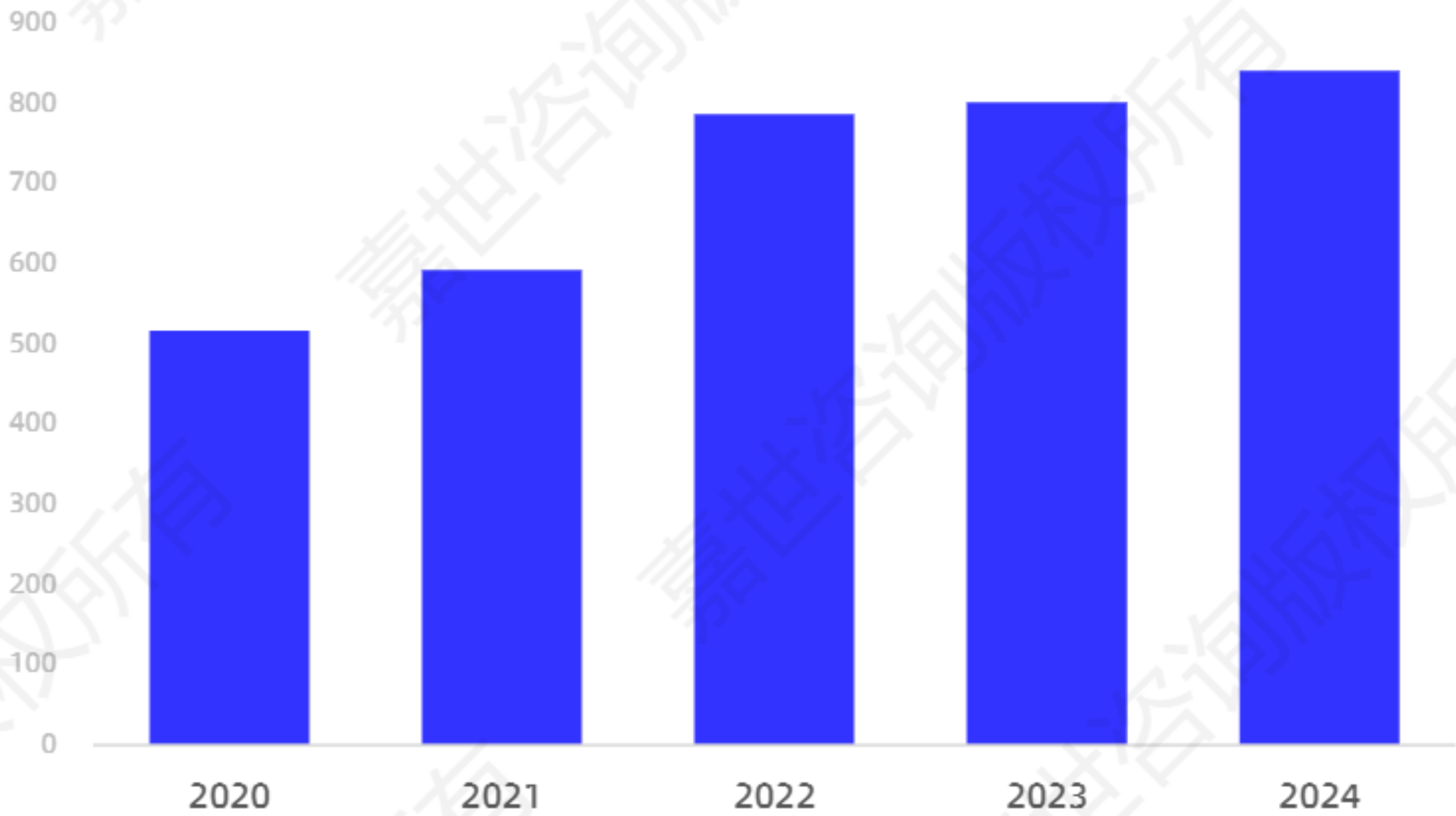
2020-2024年宠物消费市场规模（亿元）



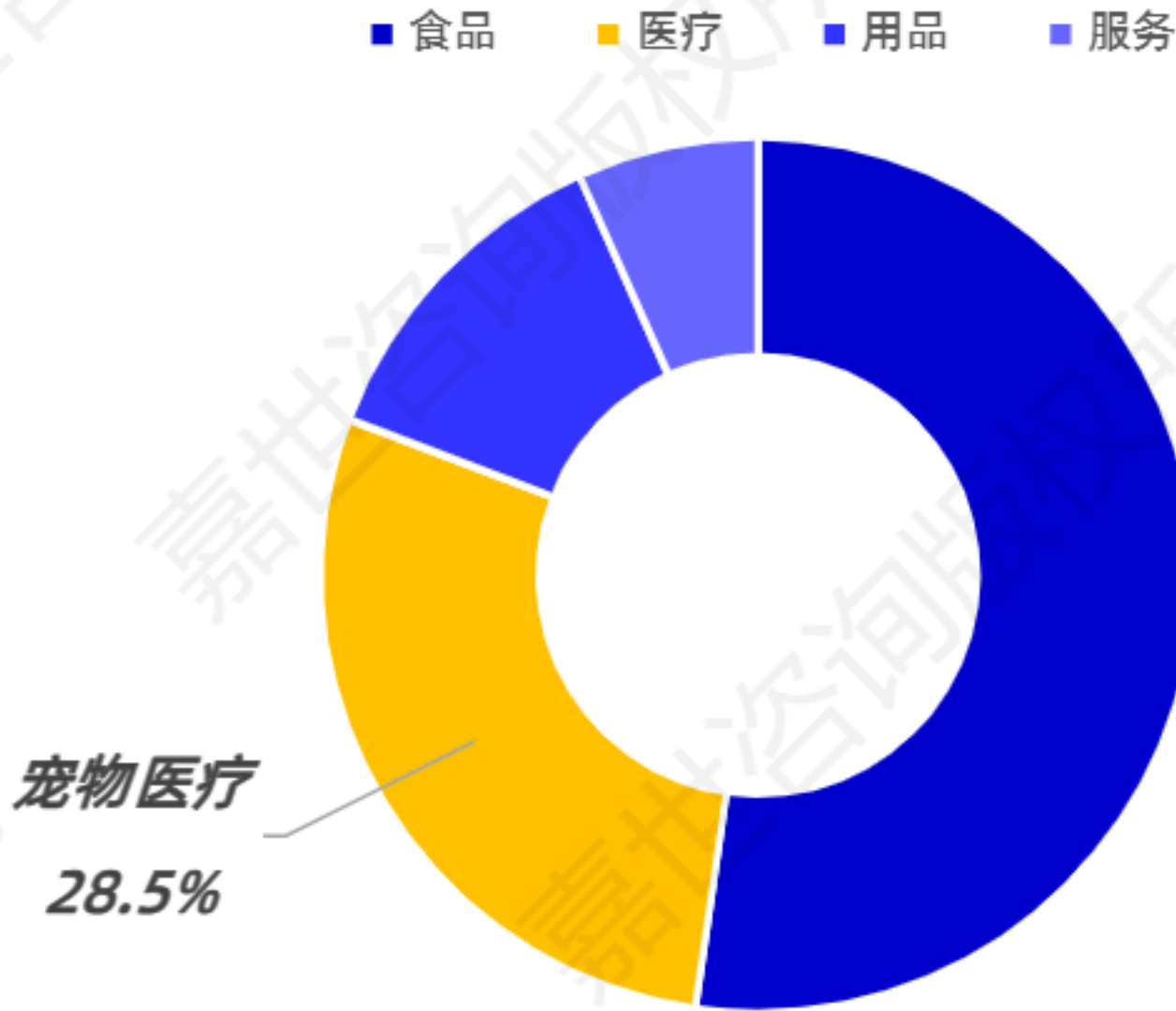
04. 宠物消费结构变化，医疗支出不断提升

- 随着“二孩政策”与“独居、丁克”等家庭结构变化，更多家庭将宠物视为“家庭成员”；往往更愿意在宠物身体健康方面投入。数据显示，随着宠物数量逐年上升，老年宠物的占比也持续上升，一旦家庭中的宠物出现慢性病或老年病，医疗费用显著高于年轻宠物。
- 过去大多数宠主以附近小型诊所或兽医为主，医疗水平参差不齐，更多以“驱虫、疫苗”为主的基础行为。近几年，连锁宠物医院（如新瑞鹏、瑞派、佩蒂等）快速开店，并开始引进影像设备、手术系统、专业检验室等，使得宠物获得专业诊疗的可能性大幅提高。
- 80后、90后成为宠物主力人群，这两代人对宠物的消费更注重品质和体验，并愿意为“专业、科学、定制化”服务买单。数据显示，2023年单只宠物年均消费约5200元，其中食品和医疗合计超过90%。这一数字虽含食品支出，但侧面反映出医疗在高端宠主中的占比在不断提升。

2020-2024年宠物医疗行业市场规模（亿元）



2024年宠物医疗在宠物消费中的占比



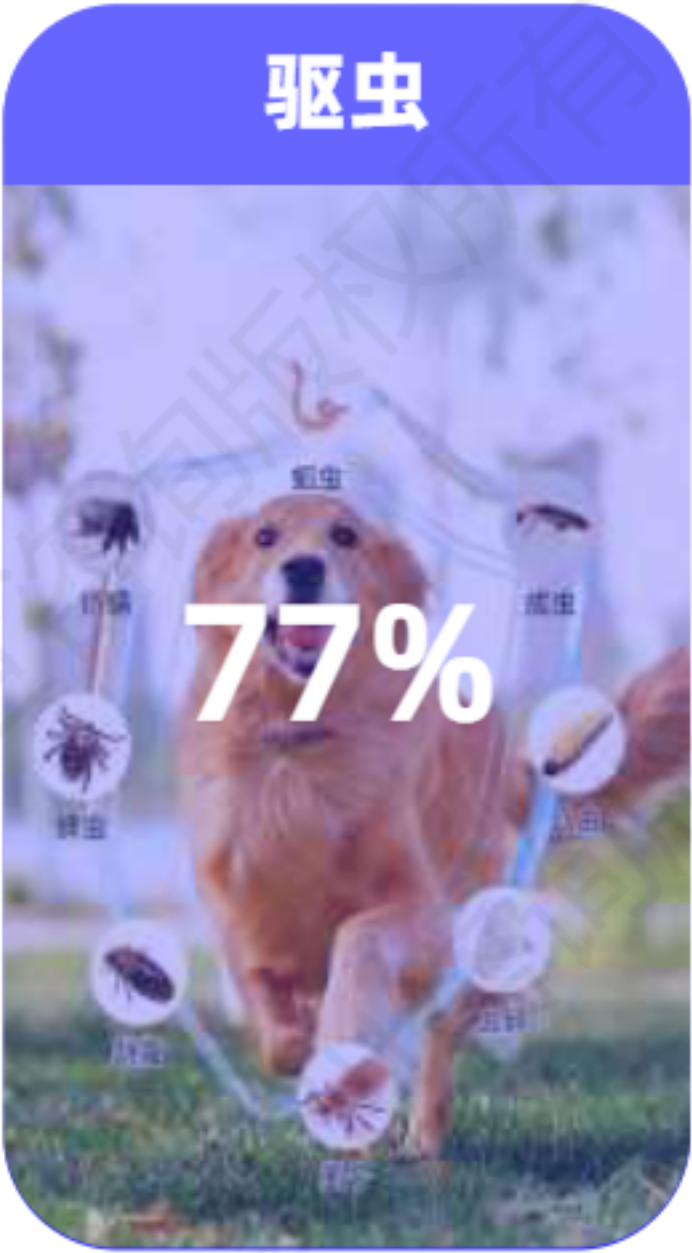
05. 宠物医疗服务走向专业化和细分化

- 中国宠物医疗服务体系已从单一的“门诊+疫苗”模式逐步完善为“预防保健→常规诊疗→诊断检查→手术治疗→住院监护→康复理疗→增值服务”全流程闭环。随着宠主健康意识的提升、连锁机构的标准化建设以及科技手段的不断引入，上述各环节的专业化和细分化趋势愈发明显。尤其在疫苗接种、驱虫及健康体检等预防保健项目中，覆盖率已超过75%；在诊断和手术领域，中大型医院引进了CT、内镜等高端设备；康复、营养和远程问诊等增值服务成为提升客户黏性的有效手段。整体来看，宠物医疗服务正逐步向体系化、专业化、智能化方向发展。

宠物医疗服务闭环



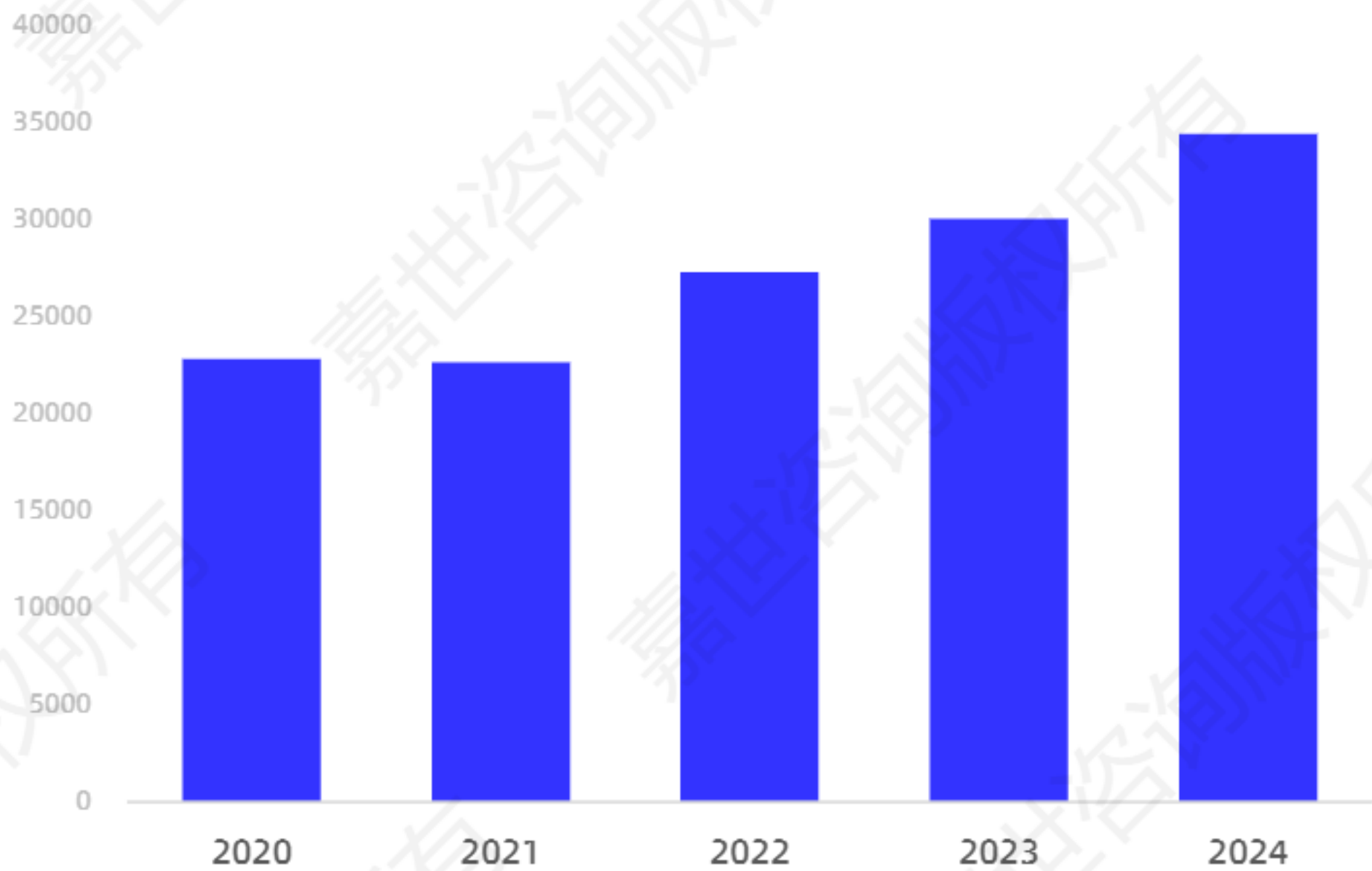
常规宠物医疗服务的普及率



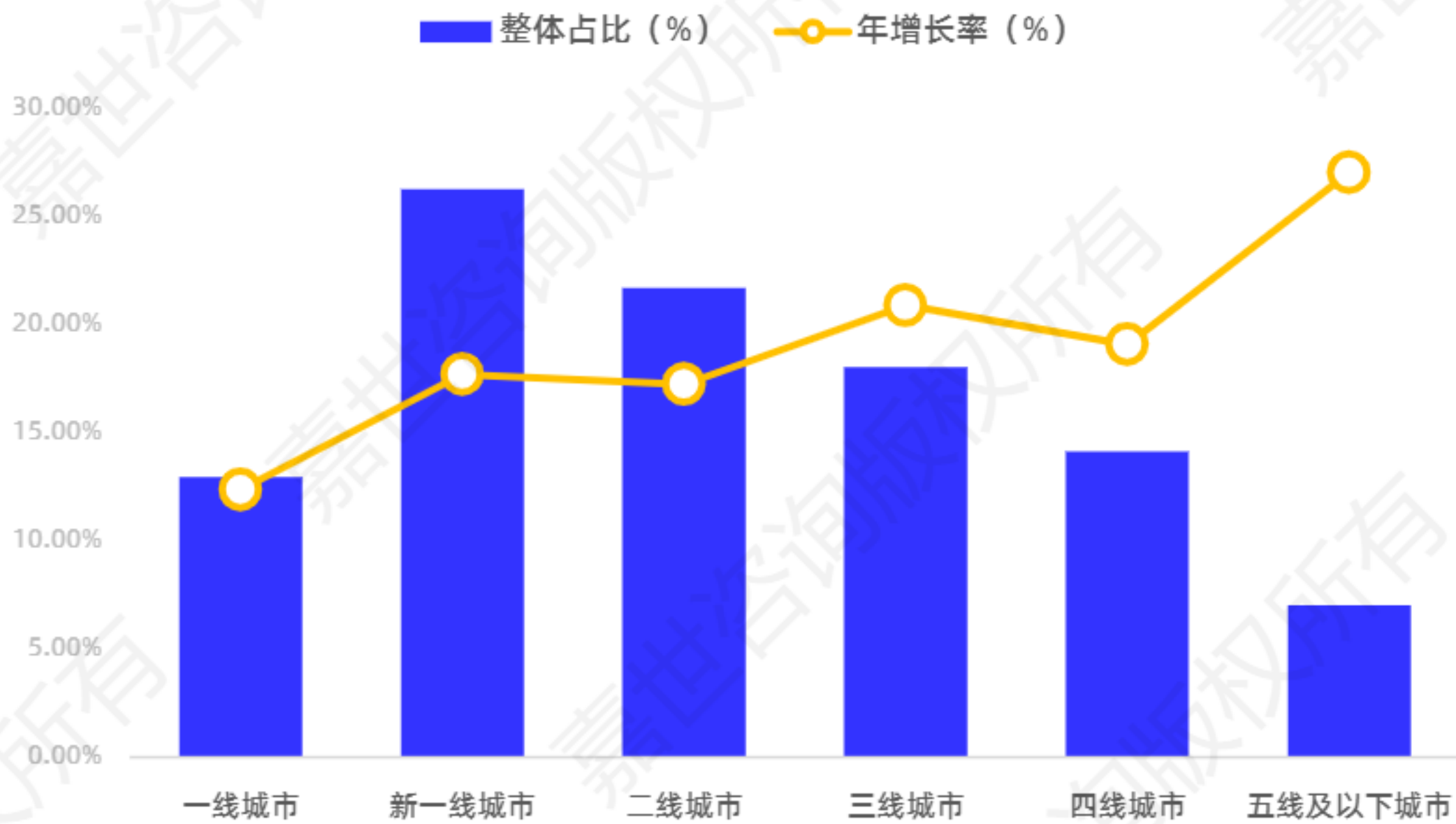
06. 宠物医院数量逐年增加，下沉市场渗透趋势明显

- 2020-2024年期间，中国宠物医院数量从2万多家迅速增长至接近3.5万家，总体年复合增长率为10.8%。
- 新一线及二三线城市持续成为宠物医院新增的主力军；尤其是新一线城市占比常年保持在25%以上，二线城市也接近20%。五线城市虽然基数不大，但近年增速最快，表明宠物医疗正快速向更低线城市渗透。
- 尽管一线城市占比仅约13%，但单城绝对数量最大：北京、上海合计超2,900家。北京市宠物医院从2021年的813家增长至2024年的1,559家，平均年增速超25%。这与一线城市宠主对医疗服务质量与高端诊疗的需求密切相关。此外，一线城市高端诊疗（CT、MRI、干细胞治疗等）与医疗保险比重较高，带动了医院数量和规模的升级。

2020-2024年中国宠物医院数量（家）



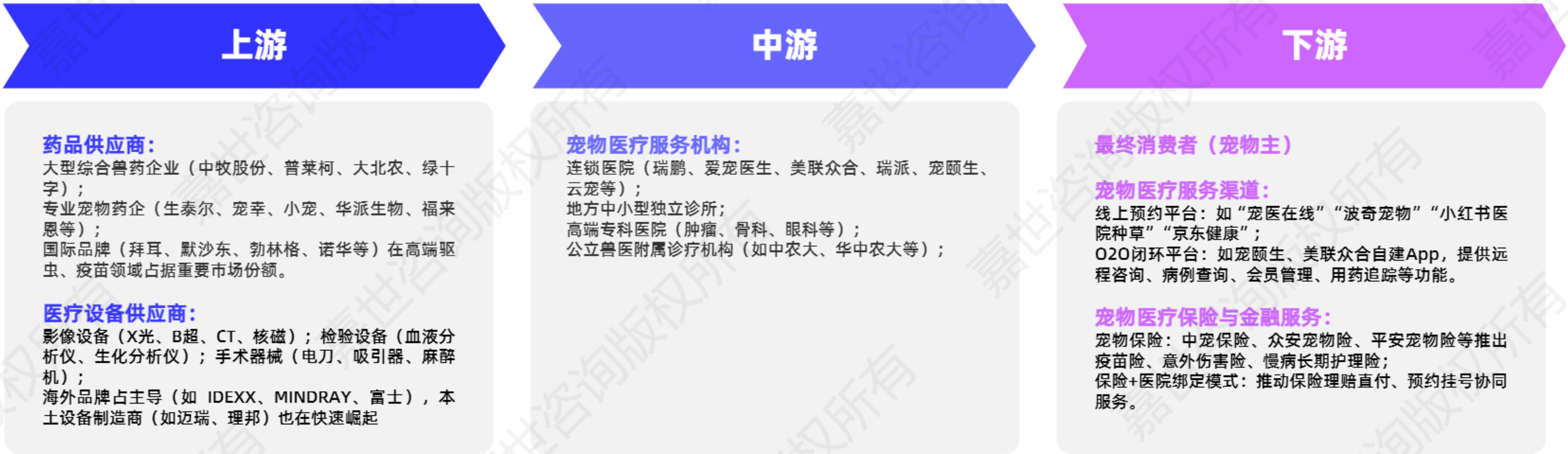
2024年中国宠物医院分布及增长率



07. 宠物医疗行业的上下游产业链

- 产业链上游：药品供应商（包括抗生素、驱虫剂、麻醉药、疫苗原液、免疫佐剂等），主要依赖人用药原料改造或进口供应，部分药品（如宠物疫苗原液）仍需从美国、法国、德国等进口。医疗设备及耗材供应商（影像设备、检验设备、手术器械、一次性耗材、诊断试剂等）。
- 产业链中游：宠物医疗服务机构（大型连锁宠物医院、地方中小型独立诊所、高端专科医院、公立兽医附属诊疗机构）。
- 产业链下游：终端消费者（宠物主）、宠物医疗服务渠道（线上预约平台、O2O闭环平台等）、宠物医疗保险与金融服务。

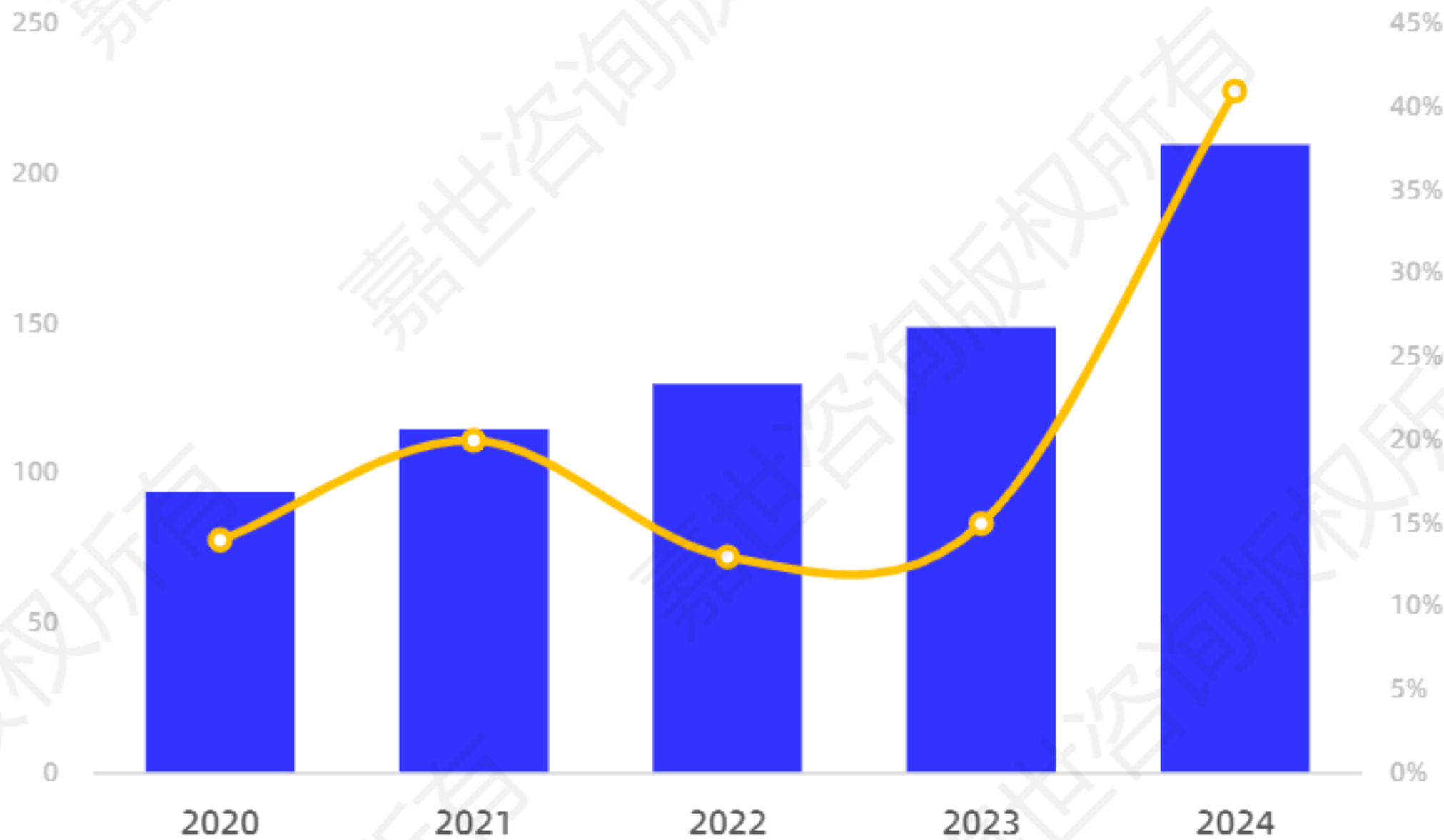
宠物医疗产业链示意图



08. 产业链上游：宠物医药由“增量”向“提质”加速转变

- 2024年中国宠物医药市场规模约210亿元，2020-2024年间年复合增长率高达22.2%。宠物药品在整个兽用药市场中占比也提高至23.6%，表明宠物用药市场份额正在快速提升。
- 与欧美国家相比，中国宠物药市场起步较晚。但随着宠物数量激增和宠主对“伴侣动物健康”需求升级，增速远超传统饲养动物用药市场。
- 宠物用药由以下几大类药物构成：抗菌消炎类、驱虫类、疫苗类、心血管/呼吸系统用药、眼科/耳科用药、其他常用类。
- 随着研发投入和政策支持力度增强，未来3-5年内国产高端疫苗、心血管用药、复杂给药体系（如长效注射剂、缓释制剂）将明显增多，逐步减少进口依赖。生物制剂、疫苗与高附加值制剂的国产化替代步伐将明显提速。未来或出现更多“一种新疫苗+配套诊疗方案”或“一种慢病管理套装+营养方案”的创新产品形态。农业农村部及地方兽医行政部门将完善宠物药注册、生产、流通环节的监管体系，推进“兽药电子监管码”应用，提升全流程可追溯性，也将进一步提升宠物医药的质量。

2020-2024年宠物医药市场规模



近年出台的宠物医药行业相关监管政策

时间	标题
2020年5月	《生物制品注册管理规定（含宠物用生物制剂部分）》
2021年4月	《兽药注册管理办法（修订草案征求意见稿）》
2021年6月	《广东省宠物医院药房专项检查行动方案》
2021年8月	《兽药注册管理办法（正式修订版）》
2022年9月	《动物诊疗机构管理办法》
2022年12月	《上海市规范宠物诊疗秩序专项整治行动通知》
2023年3月	《江苏省宠物诊疗机构兽药使用监管要求（试行）》
2023年10月	《农业农村部关于加强宠物用兽用体外诊断制品监管的指导意见》
2024年3月	《农业农村部办公厅关于印发〈2024年宠物用兽用药品安全使用专项整治方案〉的通知》

09. 宠物医疗与宠物医药相互依存，协同共进

- 宠物医药属于宠物医疗上游产业，随着宠物医疗需求升级，医院临床对高端抗菌药、专用疫苗（如犬瘟、猫三联）、心血管用药、皮肤科用药等细分品类的需求增加，推动上游医药企业加快新品研发与注册。
- 另一方面，部分头部连锁宠物医院具有相对完备的检验科室（CT、B超、PCR室等），可以承担新药临床试验或临床样本收集。医药企业与医院合作开展IVD（体外诊断）试剂或新兽药的临床验证，缩短试验周期。
- 宠物医院收入主要由三部分构成：诊疗服务费、住院与手术费、以及药品与耗材加成。一般而言，院内药房的毛利率可达25%-40%，是医院较为稳定的利润来源之一，高端进口疫苗、质检试剂及特定诊疗耗材的毛利更高。医院通过合理设计诊疗套餐（如体检+疫苗+营养补剂），将药品与诊疗服务进行捆绑销售，既提高客单价，也加深宠主对医院的依赖度。随着医药电商的兴起，医院还可通过线上直播、社群运营推荐医药产品，实现“导流+复购”效应。

宠物医院与宠物医药企业的渠道供应关系

集中采购与药房自营

集中采购：头部连锁宠物医院（如新瑞鹏、瑞派）多采用集团化采购模式，直接与中大型兽药或医药代理商签订年度供货协议，以 MOQ（最小订货量）换取批量折扣，甚至在一些品类上获得“独家总代理”或“区域最低价”承诺。

药房自营：多数中型及大型宠物医院在院内设有独立药房，药品来源包括：①与地方兽药批发商签订框架协议；②与生产企业直采；③通过电商B2B平台集中下单。自营药房确保用药合规、安全，并满足医院利润需求。

线上线下融合分销

越来越多的连锁医院在官方App或小程序中开设“线上药店”功能，宠主可在就诊后直接在线下单，医院药房即时配货并支持同城配送。此模式提升了医院的药品周转效率，也减少了宠主的二次往返成本。

同时，专业宠物医药电商（如波奇网、宠医在线）与连锁医院合作，将医院常用处方药纳入其B2C平台。医院为电商提供处方单号或二维码，电商后台校验后直接发货，有时还可实现“线下处方+线上购药”的闭环。

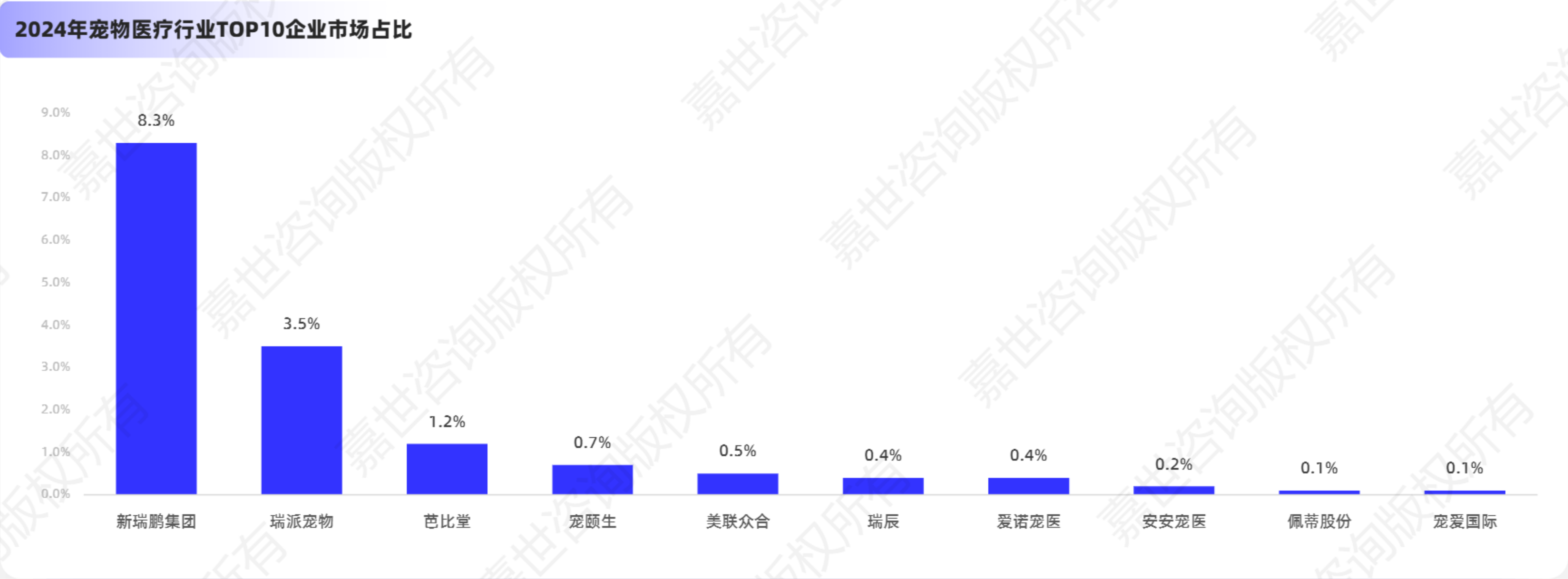
小诊所与区域代理

三四线城市及乡镇层面的数万家小型宠物诊所，则更多依赖地方兽药经销商或区域代理。这些诊所在用药选择上相对有限，常以常见驱虫药、抗菌素和基础化学药为主。由于采购量较小，价格议价能力弱，也较少参与集团化集中采购。

区域代理商除了提供药品供货外，还承担基础的药械培训与售后支持职责，例如定期派人到诊所进行新药品或新器械的使用培训，并协助诊所处理过期未使用药品、冷链管理等问题。

10. 产业链中游：宠物医疗行业的市场竞争格局

- 中国宠物医疗市场仍处于转型期，连锁化程度较低，全国宠物医疗机构中，近60%为中小型。
- 从头部企业来看，2024年新瑞鹏集团、瑞派宠物位于行业头部，市场占比约为11.8%，而市场前十企业的总占比仅为15.4%，行业集中度较低。
- 宠物医疗行业入门门槛较低，只需获得相应职业兽医资质和《动物诊疗许可》即可开设宠物诊所，导致大量个体兽医和小诊所蜂拥而上，市场竞争激烈。



数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

11. 中国宠物医疗市场的新兴热点

• 当前，中国宠物医疗市场的新兴热点主要集中在“健康管理+精准医疗”“技术赋能+数字化”“专科化与生态化”三大方向：既有面向宠物个体健康的高端治疗（如干细胞、基因检测），也有面向诊疗效率与用户体验的智能化、远程化应用，还有面向区域下沉与服务覆盖的社区化模式。随着行业进入存量时代，这些细分热点将成为机构差异化竞争与持续增长的关键驱动力。

中国宠物医疗市场的新兴热点

1

老龄宠物慢病管理

随着宠物平均寿命延长，7岁以上老年犬猫比例迅速攀升。心脏病、肾病、关节炎、糖尿病等慢性病防治需求大增。关服务从单纯的“药物治疗”延伸到定期体检、营养支持及康复理疗。

2

宠物干细胞与精准治疗

干细胞、靶向药物、免疫疗法等高端治疗在一线城市宠物医院崭露头角，用于慢性关节炎、某些肿瘤辅助治疗。部分连锁机构已与生物技术公司合作，价格多在万元以上，但因疗效可观而受到高端宠主青睐。

3

AI辅助诊断与智能影像

多家头部医院引入AI影像诊断系统，可辅助X光、B超、心脏超声的病灶识别和测量。与传统人工判读相比，速度更快、误差更小。

4

可穿戴健康监测与远程医疗

智能项圈、健康背带等可穿戴设备实现心率、运动量、睡眠时长实时监测，并通过App上传云端。医院可根据大数据预警提示，提前干预。宠主可通过视频或文字进行远程问诊，节约时间，降低初步筛查成本。

5

第三方检验与基因检测

第三方宠物检验机构的快速崛起，为多家小型诊所或连锁医院提供集中化检测服务，包括遗传性疾病筛查、肿瘤标志物检测、传染病病原学检测等。基因检测成为高端体检套餐标配，帮助提前发现潜在疾病风险并制定个性化预防方案。

6

宠物医疗保险与付费模式创新

医疗险产品逐步多样化：基础疫苗包、驱虫包、住院手术险、心脏病专项险等，赔付体系从固定额度变为“套餐式+自费补充”，理赔时效可达1小时内。

7

下沉市场与社区化流动服务

三四线城市宠物医疗渗透率仍低。越来越多连锁品牌通过合资、加盟或与地方小诊所合作，将“流动门诊车”“上门疫苗注射”“社区健康日”带入县级及乡镇市场，迅速累积用户口碑。

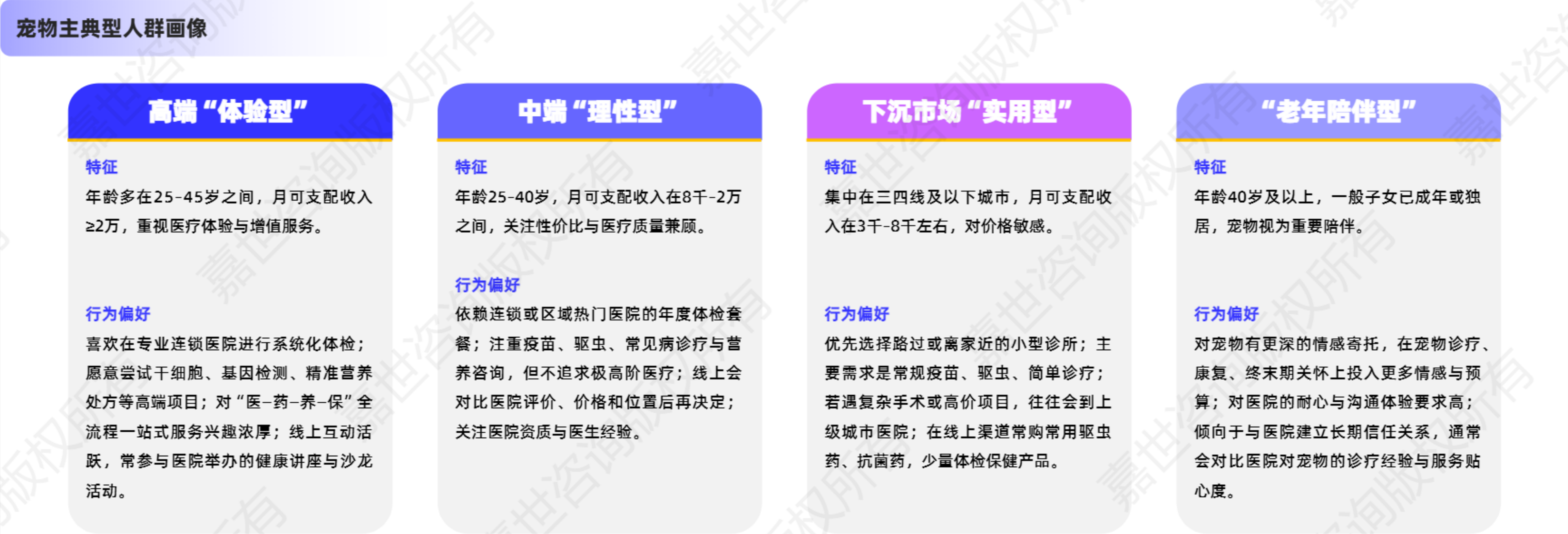
8

“医-药-养-保”生态化布局

头部机构不再单纯做“看病”，而是联合宠物药企、处方粮厂商、保险公司、电商平台，打造一站式健康管理生态：医院提供诊疗与检验，药房供应医药耗材，营养师定制处方粮，保险覆盖大额风险，电商负责线上持续补给。

12. 产业链下游：宠物医疗市场终端消费者画像

- 中国市场宠物主年龄主要集中于80-90后，年龄25-45岁，占比约70%。这一年龄层的宠物主，对宠物有较高的感情投入，并愿意为宠物提供更多的医疗健康支出。
- 宠物主中，女性比例略高于男性，女性宠物主更关注医疗服务的细节和体验感，而男性宠物主更多关注医疗效果和性价比。
- 宠物主中高收入与高学历人群更乐于为宠物医疗支付费用，且信息获取能力更强，倾向于主动了解更专业的医疗方案与医疗科技在宠物医疗上的应用。
- 目前一线、新一线和二线城市的宠物渗透率相对较高，接近25%；而近年来三四线及以下城市涌现大量新养宠家庭，有相当大的医疗需求缺口。



13. 宠物医疗行业未来发展的四大挑战

专业人才短缺与培养滞后

执业兽医供给不足，尤其是具备专科（如心脏科、骨科、肿瘤科等）诊疗能力的医生更为稀缺。现有兽医专业的院校设置与临床实训体系尚不完善，无法快速输出与行业需求匹配的高水平人才。护理、影像、检验等辅助岗位同样短缺，导致医院在扩张和提升服务时，常因人手不足而难以兼顾质量与规模。

01

区域发展不平衡与下沉市场渗透难度高

一二线城市的宠物医疗资源相对集中，诊疗水平和设备条件相对领先；但三四线及乡镇地区依旧存在“看病难、看病贵、看病远”等问题。下沉市场的消费能力和健康意识差异较大，连锁品牌难以在成本可控的前提下，既保证服务标准又能让价格具备竞争力。人均收入和教育水平较低的地区，宠主对预防保健、慢病管理等高端服务认知不足，医院难以实现规模化运营。

02

行业规范与监管缺乏统一标准

尽管已有新版《动物诊疗机构管理办法》《兽用电子监管码》等政策，但在执行层面存在地方差异，部分地区对医院资质、用药合规、收费透明度等方面监管尚不完善。小型诊所由于执业资质、设备水平和专业能力参差不齐，容易出现无证经营、过度医疗、药品来源不明等问题，影响行业整体形象。缺乏统一的专科分级、医生能力分级与服务质量评估体系，使得消费者难以判断不同医疗机构的服务水平，也不利于优质资源的有效流动。

03

成本压力与盈利模式单一化

医院扩张需要大量投入，租金、人力、设备、耗材等成本持续上升，而单纯依靠诊疗和药品加成已难以支撑高回报。随着连锁化进程加速，大型机构在集中采购、品牌营销上的成本优势愈发明显，中小诊所和地方品牌难以通过价格竞争获得足够利润。增值服务（如高端体检、干细胞疗法、康复理疗等）尚未形成普及且稳定的付费体系，保险渗透率也较低，医院很难找到既满足宠主需求又保持盈利的可持续商业模式。

04

14. 宠物医疗行业未来发展的四大趋势

数字化与智能化赋能

随着AI辅助诊断与影像分析的深入发展，越来越多医院将引入AI影像系统，提高诊断效率与准确率。基于云端平台的远程问诊与随访，宠物主可随时随地在线复诊与健康咨询，并结合可穿戴设备实时监测宠物指标，形成“线上监测+线下干预”的闭环。医院信息化与大数据运营模式进一步推广，宠物医院将建设电子病历系统与药品管理平台，通过数据中台分析就诊行为、用药趋势和病种分布，支持精准营销、智能排班及库存预警。

01

专科化与高端化发展

围绕皮肤科、口腔科、骨科、心脏科、肿瘤科等专科，打造专业化团队与设备，引入基因检测、分子诊断、干细胞治疗及靶向疗法等高端医疗技术。随着老年犬猫占比持续上升，将催生心血管、肾脏、骨关节、慢病康复、终末期关怀等高频专科需求。医院会推出定制化慢病管理方案和康复理疗项目。针对高端宠物主推出“定期体检+营养咨询+康复理疗+保险理赔”一体化健康管理方案，医院将通过会员卡、VIP体检包、专属健康顾问等形式实现差异化、高端化服务。

03

规范化连锁化与标准化升级

连锁医院将持续扩张，头部品牌将继续通过自建、并购或加盟方式，加速向全国二三线及下沉市场下沉，实现整体门店网络的快速扩张。宠物医院将建立统一的诊疗流程、质量控制标准和SOP，包括宠物分科制度、病历与处方管理、药房与检验室资质规范，提升整体服务水平。随着新版《动物诊疗机构管理办法》《兽用电子监管码》等政策逐步落地，小型无证诊所或违规行为将被严格淘汰，促进行业内资质合规化和集中度提升。

02

下沉市场与生态化协同

三四线及县域快速渗透，下沉市场宠物数量将增长显著，但专业医疗资源短缺。头部连锁通过合资加盟与区域合作，快速布局社区门店和流动诊疗车，把技术与品牌下沉至县域。医院将与宠物药企、处方粮厂商、保险公司、电商平台等建立深度合作，搭建全链路生态，为宠主提供一站式服务，提升客户粘性与客单价。通过社区小型诊所联盟、上门注射与送药服务、定期健康巡诊等形式，满足基层宠主就近、便捷的医疗需求，同时借助本地化运营快速积累口碑。

04

版权说明

本报告为简版报告，内容为嘉世咨询研究员通过桌面研究整理撰写。如有深度调研需求，请联系：
mcr@chinamcr.com 或 021-52987060；

本报告中的所有内容，包括但不限于文字报道、照片、影像、插图、图表等素材，均受《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国著作权法实施细则》及国际著作权公约的保护。

本报告的著作权属于上海嘉世营销咨询有限公司所有，如需转发、转载、引用必须在显著位置标注出处，并且不得对转载内容进行任何更改。

