



## 人寵共融：「寵」出新藍海

在當前港人熱衷外遊和北上消費的風潮下，寵物經濟的表現可謂獨樹一幟，甚至可以用逆市「奇葩」來形容。作為行業發展風向標的兩大盛事，2024 年香港寵物節和香港貓迷博覽會均錄得「旺丁又旺財」的亮麗成績，不僅入場人流創下歷年來新高，今年參展商總數亦超越往屆；不少參展商更表示，銷售額有雙位數的可觀增長。蓬勃的寵物市場為香港本地零售業注入了一股難得的生機，與疫後整體消費氣氛偏冷形成鮮明對比。

### 寵物經濟前景可期

顧名思義，**寵物經濟**是指由飼養寵物而衍生的一系列生產、消費和服務等經濟活動。在當今快節奏、高壓力的現代社會中，尤其是晚婚、少子化乃至不婚成為風潮，寵物便自然而然地成為了不少人的精神寄托、生活伴侶和排解孤獨的出口。越來越多的飼主更把寵物當作家庭成員般對待，寵物的角色已不再只是陪伴者，反過來又促使人們給予它更細致和貼心的照顧，由此催生了潛力巨大的寵物經濟。寵物經濟更因此被形象地比喻為是一門「孤獨生意」或「情感投資」。

值得一提的是，延宕幾年的新冠疫情進一步加速了寵物經濟的發展，在家工作和居家隔離的生活方式讓人倍感孤獨和焦慮，促使越來越多人選擇領養貓狗作為生活伴侶，帶動全球範圍內飼養寵物的數目急劇增加。報道指，近年有些國家的寵物登記數目已高於當地初生嬰兒數目；例如，南韓在一些商品銷售領域出現了寵物市場的規模超過嬰兒市場的情況<sup>1</sup>。換句話說，寵物經濟原本就具有龐大的市場潛力，突如其來的疫情掀動起新一波的消費熱潮。根據 Global Market Insight 發佈的報告，2022 年全球寵物市場規模已達到 2,610 億美元，預測至 2027 年將進一步增長至 3,500 億美元，年複合增長率達 6.1%。

具體而言，當今寵物市場需求「擬人化」催生兩個突出的新趨勢。一方面，對寵物相關產品和服務的高端需求迅速增長。隨著飼主們對寵物的情感依賴逐步加深，他們飼養寵物的「生活」標準亦不斷提升，在照顧其「衣食住行」的各個方面追求更加科學、精細和嚴謹。

另一方面，隨著寵物相關需求的迸發，市場上湧現越來越多專門從事寵物經濟的企業，而且業務種類五花八門、日趨多樣化。當寵物被當作人以至親人般看待，便衍生出與人類亦步亦趨的各種市場需要，覆蓋於衣食住行、照顧生老病死

---

<sup>1</sup> 電商平台 Gmarket 的數據顯示，2024 年首 5 個月南韓寵物食品與人類嬰兒配方奶粉的銷售額中，69% 來自寵物商品；2023 年首三季的手推車銷售額中，43% 是嬰兒車，57% 是主要為貓狗設計的寵物推車，寵物推車的銷售額首次超過嬰兒車。業內人士預計，南韓寵物護理市場超越嬰兒市場的趨勢在未來幾年將變得更為明顯。

的全產業鏈，包括寵物養殖、寵物食品、寵物用品、寵物醫療與美容、寵物看護、寵物保險、訓練和善終服務等，越來越多的新業態正層出不窮。例如，在寵物保健領域，從個性化寵物營養諮詢到智能健康監測設備，乃至融合中醫智慧的寵物針灸、推拿等服務，一應俱全，彰顯了強大的創新活力；寵物旅遊亦不遑多讓，寵物友好型酒店、寵物主題公園乃至寵物遊艇體驗等的相繼面世，為寵物主人提供了豐富多彩的休閒選擇，進一步豐富了寵物經濟的內涵。

## 亞太市場增長迅猛

按國別或地區來看，由於各地存在經濟狀況、文化背景的差異以及實施不同程度的寵物友善政策，其寵物市場的發展水平與形態亦有顯著的分野。總體而言，在北美和歐洲等發達經濟體，寵物市場起步較早，目前步入了較成熟的發展階段，寵物食品和醫療等方面的支出高昂。根據美國寵物產品協會(APPA)的調查，截至2022年，有66%的美國家庭擁有寵物。美國是全球最大規模的寵物食品市場，2023年的市場收入達574億美元，遙遙領先於其他經濟體；而全球前五大寵物食品公司的總部均設在美國，凸顯該國在這個行業的領導者地位。歐洲的市場亦保持穩健增長的態勢，在寵物保險與高端寵物食品領域的市場潛力尤為顯著。

在亞洲特別是中國與印度這兩個經濟規模最大的發展中國家，近年寵物的飼養數量迅猛增長，寵物產品和服務的需求以前所未有的速度上升；亞太區因此被視為新崛起的寵物經濟藍海。Global Market Insight的數據顯示，2022年亞太地區寵物經濟的增長率高達9.3%，位居全球各地區之首。艾媒諮詢(iiMedia Research)發佈的《2023-2024年中國寵物行業運行狀況及消費市場監測報告》則指出，2022年內地寵物經濟的產業規模突破4,936億元人民幣，預計2025年將激增至8,114億元人民幣，年複合增長率達到18%，遠超全球平均增速，顯示內地寵物經濟正步入爆發式增長的高速發展期。

## 內地政府因勢利導

寵物經濟風景獨好，自然成為各地產業政策的「新寵」。近年不少內地省市政府紛紛根據當地的產業基礎和實際情況，制定政策措施以因勢利導，著力營造一個對寵物產業發展友善的環境。例如，一些地方政府與寵物行業的領軍企業，共同投資建設寵物產業園；依託龍頭企業的深厚實力，吸引產業鏈上下游的企業進駐，藉此形成以寵物經濟為主打的優勢產業集群。資料顯示，迄今全國已有超過10個省份、40多個地級市政府規劃建設大型寵物產業園項目。

其中的例子之一是山東省煙台市萊山區的寵物產業園。園區匯聚了「中寵股份」<sup>2</sup>等龍頭上市企業，以寵物食品為主導產品，逐步發展成集食品、保健品、用品、醫療、馴養、智能製造及文化旅遊等多領域於一體的綜合性寵物產業園，推

<sup>2</sup> 根據公司官網介紹，中寵股份創立於1998年，是中國寵物食品的開創者和行業的龍頭企業，於2017年在深交所成功上市，擁有「Wanpy」、「ZEAL」、「TOPTREES領先」等自主品牌，產品銷往全球五大洲、82個國家和地區。

進寵物經濟的全產業鏈融合發展。煙台市政府更在 2023 年 6 月發佈《煙台市食品產業鏈「鏈長制」實施方案》，將寵物食品納為「6+1」食品產業鏈的重點產業之一；冀望以萊山區寵物產業園為基礎，打造全省乃至全國寵物產業新高地，規劃到 2025 年實現 60 億元人民幣的總產值，並力爭打造出 1 至 2 個知名的品牌。

同時，為營造寵物友善、包容的氛圍，越來越多內地城市提倡對寵物開放公共空間。例如，與香港一河之隔的深圳羅湖區政府在 2024 年 8 月中旬發佈了《支持寵物經濟集聚發展的若干措施》，明確提出打造寵物友好型城區的發展目標，特別提到要提升寵物友好的開放程度，具體措施包括鼓勵開發寵物旅遊線路、網紅打卡點等標誌性場所，試點開通寵物旅遊專線；在確保安全和衛生規範的前提下，鼓勵轄區內符合條件的公園、商場、酒店等公共空間對寵物開放，並對其頒授「寵物友好場所」稱號等。又如，上海市政府發佈了《文明養寵三年行動重點工作任務（2023-2025）》，鼓勵市內推出多個「文明養寵、共用公共空間」項目，進一步促進寵物與人類社會的和諧共存。

隨著城市公共空間對寵物的開放度提升，一系列「寵物+」的商業模式亦應運而生。以「寵物+旅遊」為例，寵物友好巴士、寵物候機廳等的出現，進一步豐富寵物的出行選擇，帶動了寵物旅遊市場的興起，亦成功激發寵物主人們的新消費需求。上海更有博物館創新性地引入了「寵物+展覽」的概念，舉辦「博物館奇『喵』夜」等活動，允許民眾攜帶寵物貓一同參觀展覽。這一舉措受到寵主的熱烈歡迎，不但引起「寵物同行」相關門票的熱銷，就連周邊酒店預訂量亦錄得顯著增長。

此外，為了保障及提升寵物相關行業的發展質素，內地不同政府部門還加緊就相關領域引入市場監管措施。例如，國家農業農村部和市場監管總局聯合於 2022 年 10 月發佈《關於在部分城市開展規範寵物診療秩序專項整治行動的通知》，對寵物醫療行業實施嚴格的監管；農業農村部於 2024 年 2 月發佈《獸藥質量監督抽檢和風險監測等 3 個計劃的通知》，旨在確保寵物用藥的品質與安全；市場監督管理總局今年又發佈了《伴侶動物(寵物)用品安全技術要求》，將於 10 月 1 日起實施新的國家標準 (GBT 43839-2024)，全面提升各類寵物用品包括寵物生活用品、清潔護理用品、衛生用品和環境用品等的規範標準。一系列新規管政策的出台，有助於讓寵物主人們安心地為寵物選擇消費產品，亦體現了內地政府希望藉著合理監管和標準化管理引導行業的可持續健康發展。

### 香港具備豐厚潛力

反觀香港，近年來市民飼養寵物的數量亦在不斷上升。根據特區政府統計處的數據，全港有超過 24 萬個住戶有飼養貓或狗隻，佔所有住戶的 9.4%。市場研究機構益普索(Ipsos)於 2024 年 3 月發佈的香港寵物消費調查則顯示，港人在寵物身上的日常開銷涵蓋食品、玩具、醫療保健、清潔用品及美容服務等，並且展現出強勁消費力。

是項調查發現，高達一半以上(佔 53.4%)的受訪者表示每月花費在寵物身上的開支介於 1,000 至 4,999 港元之間，另有 16%和 7.4%的月花費分別為 5,000 至 9,999 港元以及超過 10,000 港元。寵物相關開支中金額最大的項目為寵物糧食及零食(佔 19.4%)，其次是獸醫診金及醫藥費(佔 17.2%)，排在第三位的則是與寵物健康相關的健康檢查及牙齒保健(9.8%)；而第四位則是寵物保險，佔 8.7%。以「前四大」寵物消費領域計，保健與保險的合共支出已佔將近四成，遠超食物方面的支出，反映了寵物消費日趨服務化的趨勢。

值得注意的是，寵物的日常消費支出本身具有相當高的穩定性和持續性，有助於相關行業維持堅實的需求基礎。同時，大部分寵物的消費項目還有「在地化」的特點；尤其是在世界各地對寵物出入境仍實施嚴格管制的現實環境下，消費北移、消費境外化等「消費流失」(Leakage)現象較難在寵物相關市場發生，令寵物消費或有可能成為當前穩固、提振香港本地消費的一個另類的切入點。

另一方面，寵物經濟朝高品質發展尤其是寵物消費「擬人化」的趨勢方興未艾，香港若結合和發揮自身的固有優勢，應不難在這些前景廣闊的新興領域「發圍」，甚至由此開啟產業發展的新亮點。例如，香港食品素以高安全性和優良品質而著稱，憑借飲譽海內外的「香港製造」和「香港品牌」優勢，香港廠商大可透過發展「人類食用級」、功能性食品等高增值的寵物糧食，另闢產業轉型升級的新路徑；依託本地高校在醫療、生命科學以及動植物學等領域雄厚的科研基礎，特別是城市大學動物醫學學科的卓越教育與研究能力，香港亦有望在寵物保健與醫學科技上建立起區域甚至世界領先地位。

又如，近年「寵物+科技」的發展風頭甚健，寵物科技產品的市場潛力正在迸發。根據 Global Market Insights 的預測，未來幾年全球寵物科技市場將以 20%的複合年增長率持續成長，到 2028 年市場規模將達到約 1,560 億港元。有報道指，目前市場上智慧型餵食器、智慧寵物攝影機及智慧飲水機等融合物聯網科技的寵物應用產品廣受消費者歡迎。香港在推動寵物行業的科技化、數碼化轉型方面亦具備一定的「領跑」優勢。近年已有本地的傳統製造業者與獸醫及大學合作研發相關的寵物科技產品；亦有些企業開發專門針對寵物業的數碼化管理軟件，甚至提供現時流行的「軟件即服務」(SaaS, Software as a Service)，更已成功打入本地及境外市場，有效地推動了行業經營模式的數碼化轉型。

再如，香港是全球服務業主導程度最高經濟體，隨著寵物相關服務正成為消費主流，香港服務業可以透過「由人及物」的策略作業務延伸，擔當寵物服務的創新策動源和輸出者，為粵港澳大灣區乃至內地與東南亞正在蓬勃興起的寵物市場輸出高端服務與先進經驗。以寵物保險為例，雖然內地在這一領域起步較遲，但近年來已呈現爆發式增長；根據中國保險行業協會的數據，2022 年內地的寵物保險保費收入逾 11 億元人民幣，同比增長一倍。

事實上，近年本港與寵物相關的保健醫療與保險服務亦大行其道，例如寵物

生理數據收集、健康預警、醫療檢測和諮詢、保險等。本港可憑藉金融與保險業的強大優勢以及長期服務周邊城市特別是大灣區市場所累積的深厚人脈和經驗，開發出覆蓋寵物全生命周期的多元化保險產品組合，例如、責任險、意外險、託運險、被盜險及醫療險等；更可運用寵物身份識別科技防範保險欺詐，以及按不同寵物的特徵和健康狀況提供個性化的保方案，在滿足本港市場需求的同時，「寵」出香港，搶佔內地和海外市場的商機。

此外，借鑒外地經驗，內地及一些海外經濟體的政府在引領社會樹立寵物友善同時，亦牽頭制定具前瞻性的寵物行業標準與規範；透過「一馳一緊」的政策操作，為寵物經濟做大、做強、做好營造制度環境。除了鼓勵業界透過「寵物+品牌」、「寵物+服務」、「寵物+科技」的策略在高增值領域力拔頭籌之外，特區政府亦應在兼顧各方利益的前提下，進一步開放寵物可使用的公共空間，鼓勵餐飲、交通等行業採取更加包容的措施，為寵物主人攜帶寵物外出和消費「拆牆鬆綁」。另一方面，目前香港並無法例監管與寵物相關產品及業務的質量和安全，如何完善本地的寵物行業監管制度以及提升相關的檢測、認證水平與標準，相信亦是政府與業界不容有誤的另一項當前要務。

圖：寵物經濟的市場發展及相關香港品牌(不完全統計)



資料來源：廠商會研究部繪製

2024 年 12 月

以上資料由香港中華廠商聯合會秘書處編寫，內容僅供內部參考；如有任何查詢，請聯絡政策研究部。電話：2542 8611；傳真：3421 1092；電郵：[research@cma.org.hk](mailto:research@cma.org.hk)