

# 零售渠道规模分析—线下监测市场



## 线下监测渠道零售额份额及趋势

大型超市是宠物食品的传统销售渠道，其市场份额呈递减趋势



宠物专卖店是宠物食品的主要销售渠道，其市场份额呈现微涨趋势

宠物医院是宠物食品的专业性销售渠道，其市场份额呈逐年递增趋势



\*所有箭头符号均表示同比变化趋势

来源：GfK中国宠物食品零售渠道监测数据|监测范围：北京城区和上海城区|时间范围：2018年上半年

@ GfK 2018年8月21日|预见未来：快速发展的中国宠物食品市场

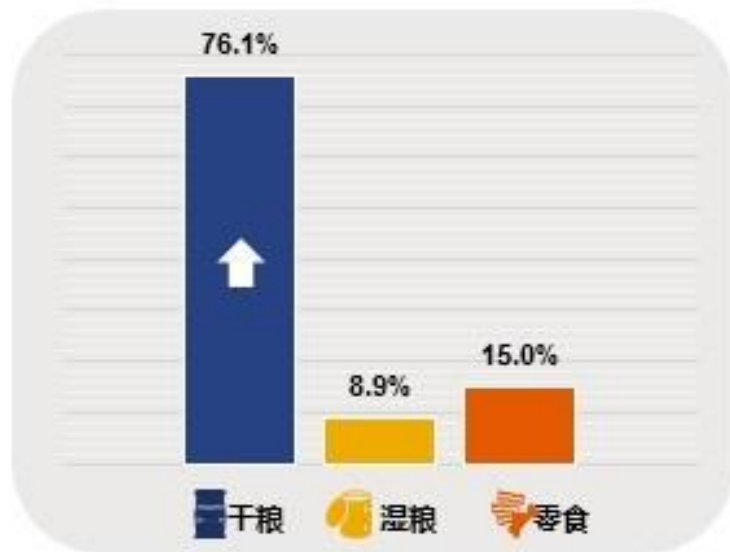
# 食品类型分析—线下监测市场

干粮是宠物食品的主要食品类型，且受新兴品类—脱水粮和冻干粮的影响，2018年上半年涨幅显著

## 线下猫粮食品类型零售额份额



## 线下狗粮食品类型零售额份额



\*所有箭头符号均表示同比变化趋势

来源：GfK中国宠物食品零售渠道监测数据|监测范围：北京城区和上海城区|时间范围：2018年上半年

© GfK 2018年8月21日|预见未来：快速发展的中国宠物食品市场

# 年龄段分析—线下监测市场

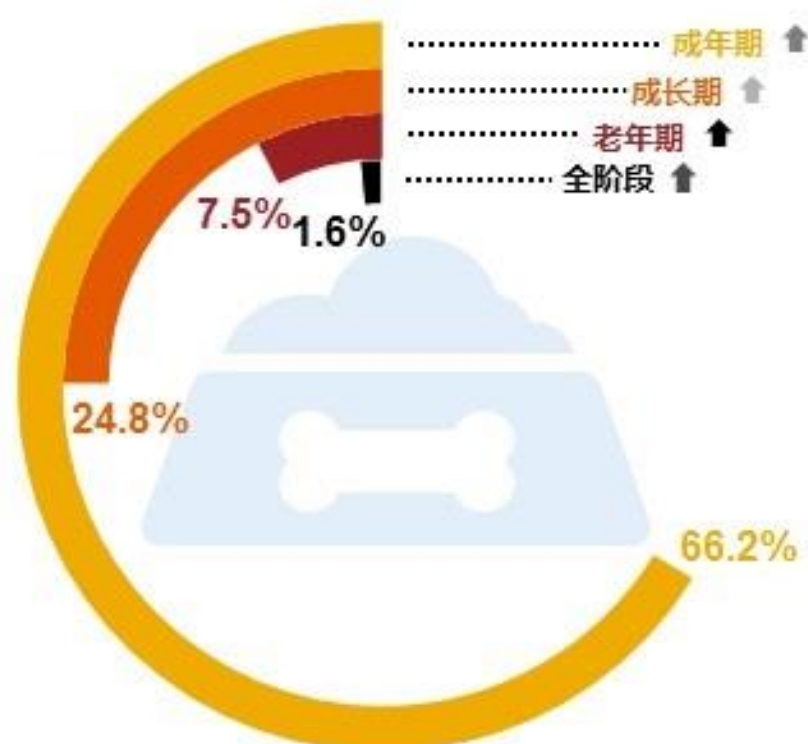
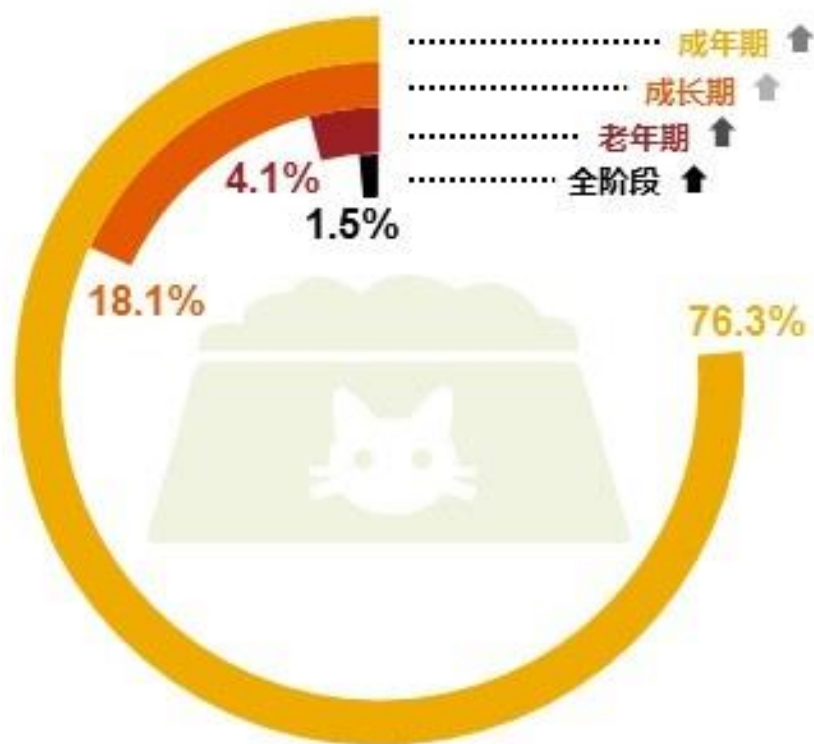


2018年上半年，无论是猫粮还是狗粮，各年龄段均存在不同程度的涨幅

## 线下猫粮分年龄段零售额份额趋势



## 线下狗粮分年龄段零售额份额趋势



成长期：小于1岁  
成年期：1-7岁  
老年期：7岁以上

\*所有箭头符号均表示同比变化趋势

来源：GfK中国宠物食品零售渠道监测数据|监测范围：北京城区和上海城区|时间范围：2018年上半年

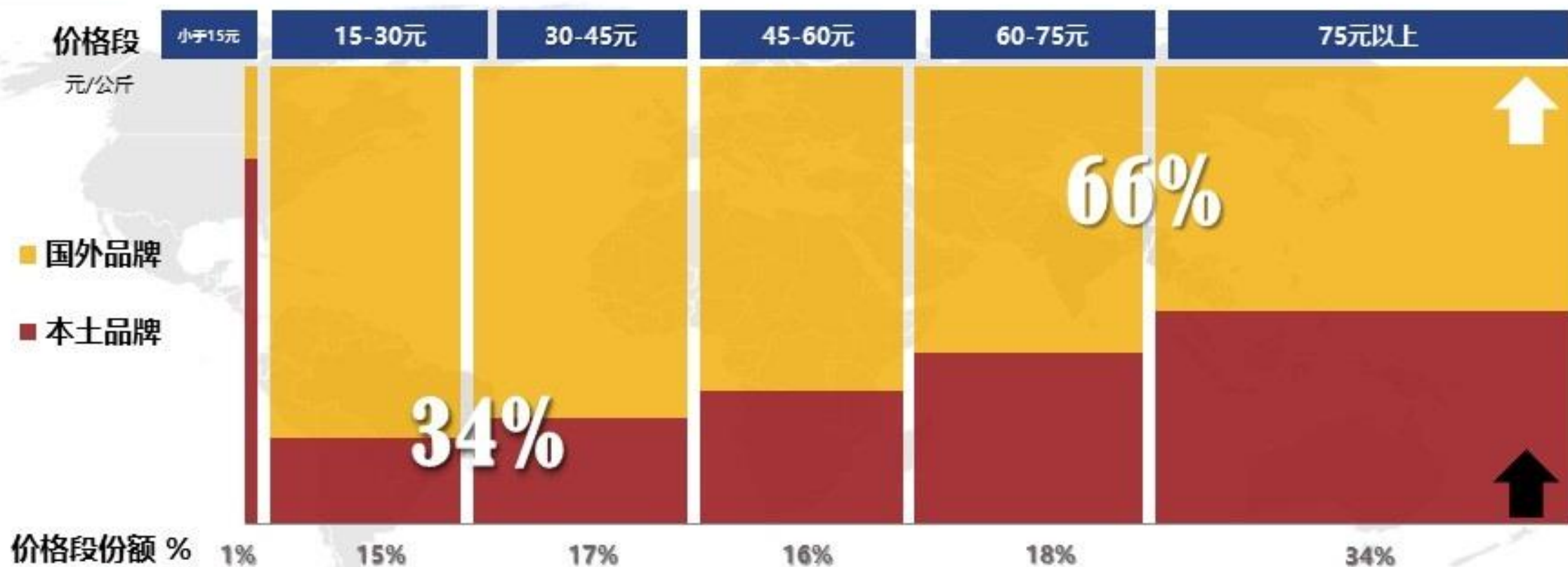
© GfK 2018年8月21日|预见未来：快速发展的中国宠物食品市场

# 国内外品牌分析—线下监测市场



品牌价格布局正发生着悄然的变化，本土品牌发展迅速并顺应市场变化，逐渐走向高端化

## 线下监测品牌价格段份额及趋势



\*所有箭头符号均表示同比变化趋势

来源：GfK中国宠物食品零售渠道监测数据|监测范围：北京城区和上海城区|时间范围：2018年上半年

© GfK 2018年8月21日|预见未来：快速发展的中国宠物食品市场

# 值得关注的品类

—美国宠物专卖店渠道



\*各品类之间存在相交部分|脱水粮和冻干粮品类只包括主粮，零食除外|脱水粮包括脱水和冻干的组合|组合粮+包括部分脱水粮或者部分冻干粮

来源：GfK美国宠物食品零售渠道监测数据|监测范围：美国宠物专卖店渠道|时间范围：2017年全年

@ GfK 2018年8月21日|预见未来：快速发展的中国宠物食品市场

# 膳食调味剂!



提高传统干粮的适口性

增加蛋白质及其他营养物质

满足随时喂养，不受地点限制

价格适中，更易被消费者接受