



2019 中国宠物医疗行业 研究报告

鲸准研究院
2019.10



扫码试用鲸准产品

报告声明

免责声明:

/ 01

本报告作者具有专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰在此处键入公式。准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

/ 02

鲸准不会因为接收人接受本报告而将其视为客户。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。

/ 03

本报告的信息来源于已公开的资料，鲸准对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映鲸准于发布本报告当日的判断，本报告所指的公司或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，鲸准可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。鲸准不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，鲸准对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

/ 04

在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，鲸准、鲸准员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与鲸准、鲸准员工或者关联机构无关。

/ 05

在法律许可的情况下，鲸准及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司的股权，也可能为这些公司提供或者争取提供筹资或财务顾问等相关服务。在法律许可的情况下，鲸准的员工可能担任本报告所提到的公司的董事。

/ 06

本报告版权仅为鲸准所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。如征得鲸准同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“鲸准数据”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

鲸准出品，转载请标明出处

禁止商用转载，违规转载法律必究


报告作者

报告作者



刘佳英
鲸准高级分析师

 liujiaying@jingdata.com

 1349776676



胡兴
鲸准高级分析师

 huxing@jingdata.com

 cpumark

报告审核



潘航
鲸准研究总经理

 panhang@jingdata.com

 PanHang-

报告摘要

■ 研究背景：

一般当国家人均GDP达到3,000至8,000美元，宠物产业就会进入快速发展阶段。中国经过近40年的经济快速发展，2018年人均GDP已达到64,644元，全国城镇养宠人数达7,355万，宠物消费已成为现代社会主流生活方式之一。

伴随着宠物经济的兴起，宠物医疗作为宠物行业产业链的重要组成部分，也得到创业者和投资者的广泛关注。尤其2019年1月，瑞鹏与高瓴资本携手组建的新瑞鹏集团宣布完成整合，由此诞生了首个门店数量超过1,000家的宠物医疗集团，标志着宠物医疗行业进入资源整合新阶段，未来市场竞争格局将更为明晰。

■ 研究范围：

本报告从宠物医疗行业驱动因素及发展现状入手，分析宠物医疗行业市场潜力，测算宠物医疗市场未来发展规模。同时我们实地调研了以北京市以三元桥地铁站为中心半径三公里内半数以上宠物医院，访谈多位宠物医院院长、医生、医助及消费者，在此基础上构建了宠物医院单店盈利模型，使读者深入了解宠物医院运营模式。此外，基于对产业链和市场竞争格局的深度剖析，我们还总结了宠物医疗行业的发展趋势，并提出值得关注的行业投资机会。

■ 研究方向：

报告具体将主要围绕以下问题展开：

- (1) 宠物医疗行业经过近三年“跑马圈地”的快速扩张期，如今处于哪一发展阶段？
- (2) 国内首家千店规模的大型宠物医疗集团诞生后，未来市场竞争格局将如何演变？
- (3) 在激烈的市场竞争中，小规模宠物医院与大规模连锁宠物医院分别具有哪些竞争优势？
- (4) 当一线城市宠物医院市场已趋于饱和的情况下，宠物医院真实盈利水平如何？
- (5) 参考医疗服务行业发展和投资逻辑，宠物医疗行业有哪些值得关注的发展趋势投资机会？

目录

Contents

第一章 宠物医疗行业概述

- 1.1 行业定义及特点
- 1.2 行业政策环境
- 1.3 行业发展规模
- 1.4 行业发展阶段
- 1.5 行业驱动因素

第二章 宠物医疗产业链解析

- 2.1 产业链图谱
- 2.2 产业链关系
- 2.3 产业链解析-上游
- 2.4 产业链解析-中游
- 2.5 产业链解析-下游

第三章 宠物医疗市场竞争及运营模式分析

- 3.1 市场竞争格局
- 3.2 市场竞争要素
- 3.3 运营模式分析
- 3.4 区域市场及单店模型
 - 以北京三元桥地区为例

第四章 宠物医疗企业案例分析

- 4.1 新瑞鹏集团
- 4.2 瑞派宠物医院

目录

Contents

第五章 宠物医疗行业投融资分析

- 5.1 项目划分标准及方法学
- 5.2 行业投融资时间分布
- 5.3 行业投融资地域分布
- 5.4 行业投融资轮次及单次金额分布
- 5.5 主要投融资事件

第六章 宠物医疗行业挑战及趋势展望

- 6.1 行业挑战及风险
- 6.2 行业发展趋势
- 6.3 行业投资机会

01

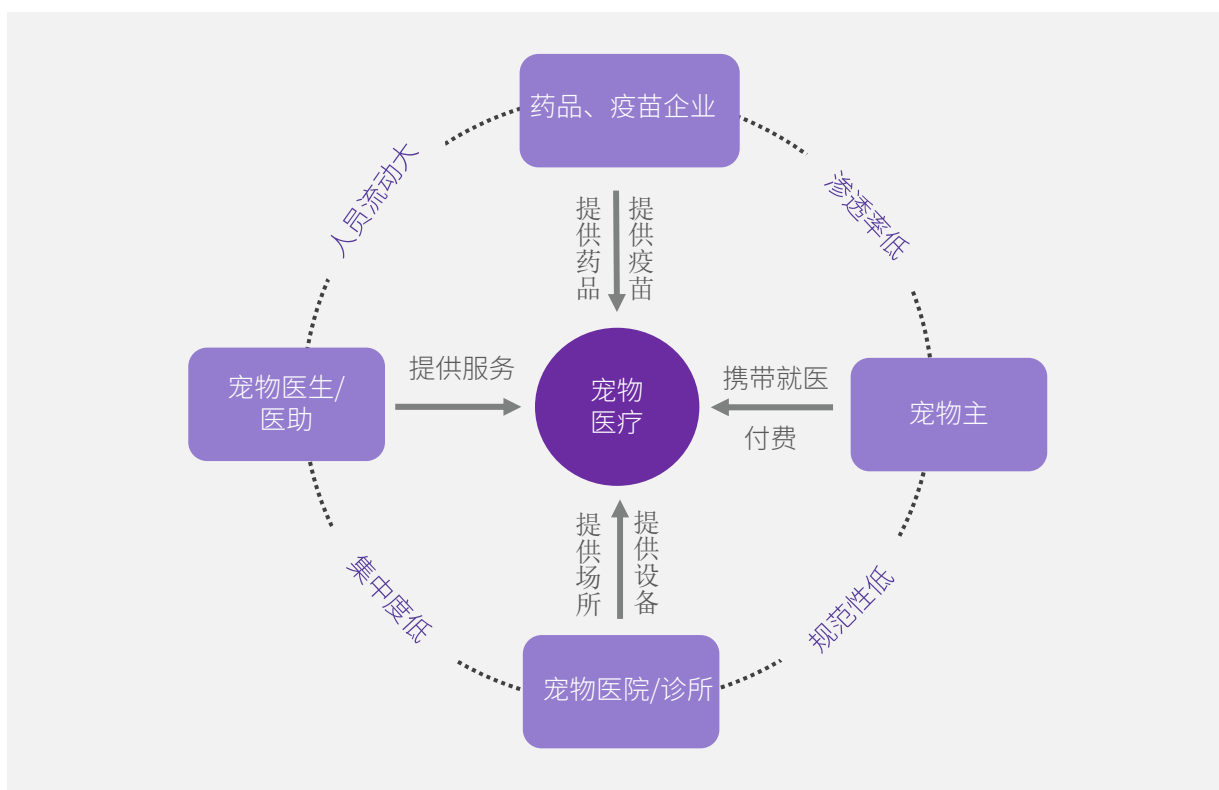
宠物医疗行业 概述

- 1.1 行业定义及特点
- 1.2 行业政策环境
- 1.3 行业发展规模
- 1.4 行业发展阶段
- 1.5 行业驱动因素

1.1 宠物医疗行业定义及特点

宠物医疗服务包括疾病诊疗和日常保健服务

- **宠物医疗服务定义：**作为宠物行业产业链重要组成部分，宠物医疗行业属于科学研究和技术服务业行业下的兽医服务业。宠物医疗服务包括为宠物提供疾病诊疗和日常保健服务，是宠物行业中仅次于宠物食品的第二大细分行业。按疾病种类划分，宠物医疗服务包括宠物外科疾病、内科疾病、皮肤病、传染病诊疗及宠物免疫等。
- **宠物医疗服务分类：**疾病诊疗指对宠物疾病进行诊断和治疗，为解决宠物病痛所进行的活动，具体包括消除病因、对症治疗及支持治疗等服务内容；日常保健指为保持和增进宠物健康、提高宠物生活质量、延长宠物寿命、预防宠物疾病所采取的综合措施，具体包括营养管理、免疫驱虫、行为训导、预防性护理、幼老年宠物特殊护理等。
- **宠物医疗行业特点：**宠物医疗涉及医院、药品和疫苗生产企业、宠物医生等参与主体，其中宠物医院是宠物医疗的核心。国内宠物医疗行业现处于快速发展阶段，存在市场渗透率低、行业规范性低、市场集中度低和人员流动性大四项特点。



数据来源：瑞鹏股份招股书，鲸准研究院

1.2 宠物医疗行业政策

相关政策连续出台，行业发展持续规范

在宠物医疗行业中，根据《执业兽医管理办法》、《兽药管理条例》等相关规定，动物诊疗机构、执业兽医管理及兽药经营管理等业务的主管部门为县级以上地方人民政府兽医主管部门、农业部。各市区级主管单位的下属动物卫生防疫监督所负责行业监管。近年来随着宠物数量和养宠人数不断增加，农业部和国务院等相关部门相继出台了一系列针对性政策措施，不断规范宠物医疗行业。

1997年7月 全国人大《中华人民共和国动物防疫法》

饲养动物的单位和个人应当依法履行动物疫病强制免疫义务，按照兽医主管部门的要求做好强制免疫工作。

2004年3月 国务院《兽药管理条例》

规范兽药的研制、生产、经营、进出口、使用和监督管理，实行兽用处方药和非处方药分类管理制度；经营兽药的企业需具备相应条件，申请兽药经营许可证。

2008年11月 农业部《执业兽医管理办法》

国家实行执业兽医资格考试制度。执业兽医资格考试由农业部组织，执业兽医应当定期参加兽医专业知识和相关政策法规教育培训，不断提高业务素质。

2008年11月 农业部《动物诊疗机构管理办法》

国家实行动物诊疗许可制度。从事动物诊疗活动的机构，应当取得动物诊疗许可证，并在规定的诊疗活动范围内开展动物诊疗活动，并使用规范的名称。

2014年3月 农业部《关于开展2014年动物诊疗机构清理整顿工作的通知》

在全国组织开展为期三个月的动物诊疗机构集中清理整顿活动，重点是城市宠物诊疗机构。通过清理整顿，严厉打击动物诊疗机构、执业兽医违法从业行为，依法取缔非法动物诊疗机构。

2018年5月 农业部《宠物饲料管理办法》、《宠物饲料生产企业许可条件》等

申请从事宠物配合饲料生产的企业，应当向生产地省级管理部门提出申请，并依法取得饲料生产许可证。宠物饲料产品的标签应当标示产品名称、原料组成、产品成分分析保证值等信息。

数据来源：国务院，农业部，鲸准研究院

1.3 宠物医疗行业发展规模

我国目前宠物医疗市场约340亿元

根据International Federation for Animal Health (IFAH) 统计，宠物行业相对成熟的美国市场中，宠物医疗产值占比达到38%，而中国宠物医疗占比约20%。狗民网《2018年中国宠物行业白皮书》显示，2018年中国宠物市场规模达到1,708亿元人民币，按宠物医疗占比20%换算，我国目前宠物医疗市场约340亿元。

结合狗民网2017-2019年行业报告与鲸准研究院对宠物医疗从业人员的访谈，对2017-2022年宠物医院市场的估算如下，2019年我国宠物医院市场规模约202亿元，2022年将达到299亿元，未来三年复合增长率约13.9%。

中国宠物医院市场预测

	2017	2018	2019E	2020E	2021E	2022E
城镇猫狗数量(万只)	8,746	9,149	9,915	10,372	10,851	11,351
增速(%)		4.6%	8.4%	4.6%	4.6%	4.6%
单只宠物消费(元)	4,348	5,016	5,208	5,406	5,613	5,827
增速(%)		15.4%	3.8%	3.8%	3.8%	3.8%
理论消费市场(亿元)	3,803	4,589	5,163	5,608	6,090	6,614
转换率	35.2%	37.2%	39.2%	41.2%	43.2%	45.2%
宠物市场消费规模(亿元)	1,340	1,708	2,024	2,310	2,631	2,990
宠物健康支出比例	20%	20%	20%	20%	20%	20%
宠物健康支出(亿元)	268	342	405	462	526	598
其中：宠物医院市场占比	50%	50%	50%	50%	50%	50%
宠物医院市场规模(亿元)	134	171	202	231	263	299

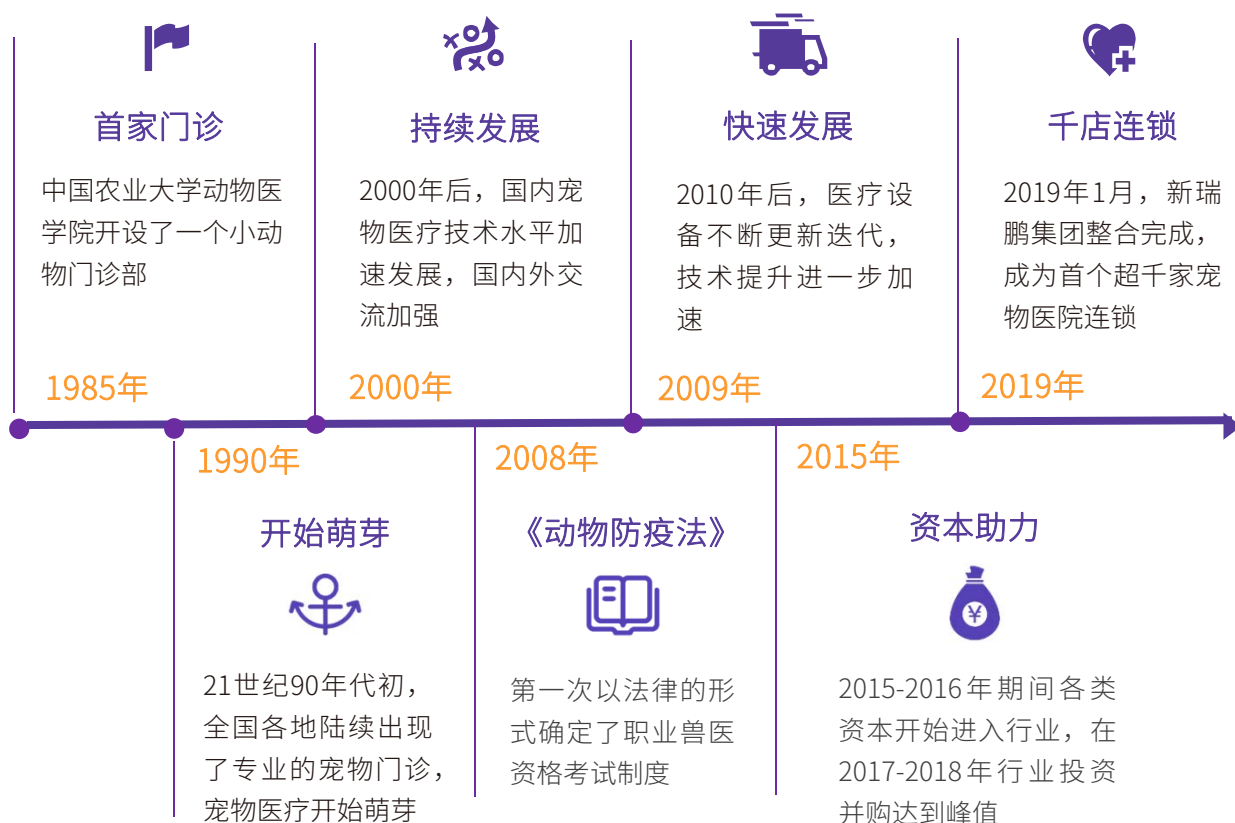
数据来源：IFAH，狗民网，鲸准研究院

1.4 宠物医疗行业发展阶段

历经萌芽期和孕育期，行业迎来快速发展

国内宠物医疗行业发展可分为三个阶段：

- **萌芽期（1985-2000年）**：宠物消费整体市场规模较小，自1985年中国农业大学动物医学院开设第一个小动物门诊部后，专门针对宠物的门诊陆续出现，宠物医疗开始萌芽。
- **孕育期（2000-2010年）**：宠物数量快速增长，与宠物相关的产品和服务市场活跃起来，宠物医疗行业技术水平逐步加强，行业标准逐步建立，行业开始走向规范化。
- **快速发展期（2010年至今）**：宠物消费升级，宠物主对于宠物健康的重视程度不断提升，宠物医疗行业基础进一步加强。2015-2016年期间各类资本开始进入宠物医疗行业，在2017-2018年行业投资并购达到峰值。2019年1月，新瑞鹏集团整合完成，旗下宠物医院近1200家。



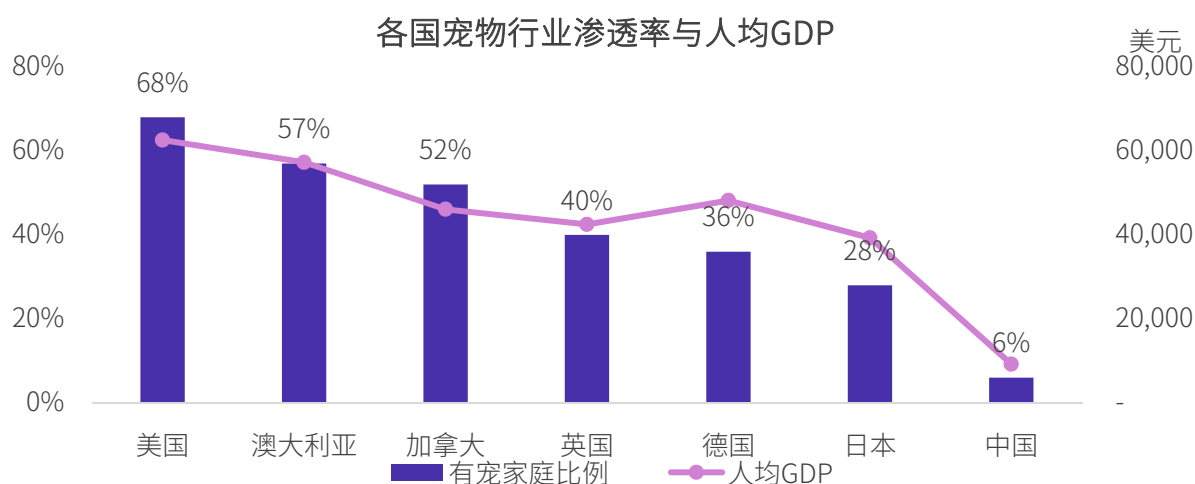
数据来源：《2019中国宠物医院发展报告》，鲸准研究院

1.5 宠物医疗行业驱动因素

人均GDP超8,000美元地区宠物医院数量较多

中国农业大学动物医学院资料显示，当一个国家人均GDP达到3,000至8,000美元，宠物产业就会快速发展起来。目前我国有宠家庭的比例为6%，与美国(68%)、澳大利亚(57%)、加拿大(52%)等发达国家相比仍然有一定差距，但行业发展潜力较大。

2018年我国人均GDP为64,644元，同比实际增长6.6%，经济的持续增长为宠物行业的快速发展奠定了经济基础。根据《2019年中国宠物医院发展报告》统计，截止2019年4月，我国宠物医院数量超过15,000家。其中，广东省宠物医院数量最多，达到1,200家左右；江苏、四川、浙江、山东的宠物医院数量也超过千家，与各地区经济发展呈正相关。



数据来源：佩蒂股份招股书，前瞻产业研究院，狗民网，国家统计局，鲸准研究院

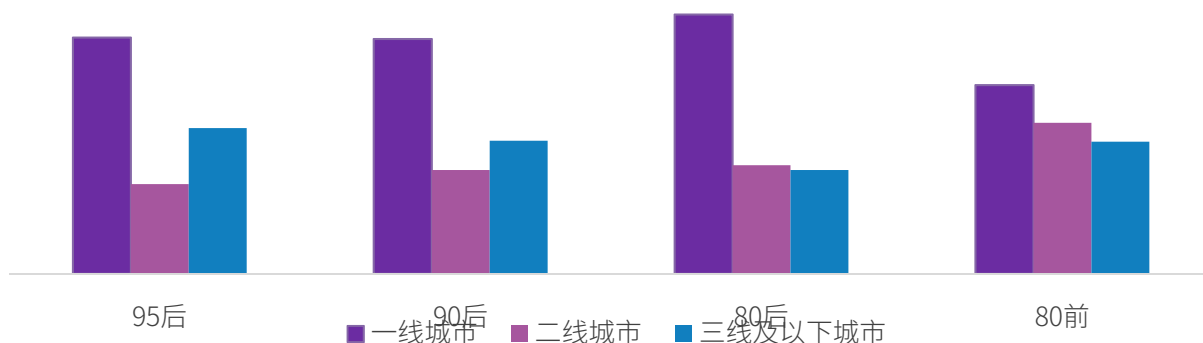
1.5 宠物医疗行业驱动因素

宠物主更加注重宠物的情感陪伴作用

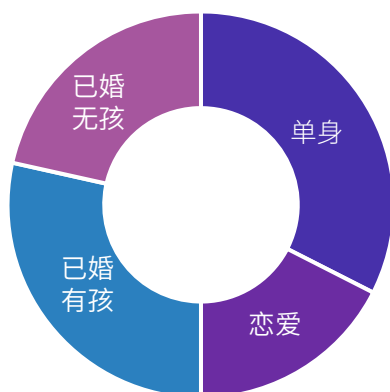
近年来，宠物的情感陪伴作用愈发显著。据狗民网2019年统计，59.1%的宠物主把宠物视为自己的孩子，27.8%的宠物主把宠物视为自己的亲人，合计占比近九成。

- **年轻宠物主：**对年轻宠物主而言，一二线城市生活节奏较快，工作压力较大，饲养宠物可以满足其情感需求。据狗民网统计，一线城市宠物主中，90后占比达到50%。而在所有城市养宠人群中，单身宠物主比例最大，达到32.5%。此外，根据民政部数据，我国近年来结婚率持续下降，离婚率持续升高，“单身经济”一定程度推动了宠物行业发展。
- **年长宠物主：**对年长宠物主而言，饲养宠物可以丰富自身闲暇时间，并缓解子女不在身边的孤独感。根据银河证券报告，中国65岁以上老人中约61%拥有宠物。随着我国人口老龄化的进程，宠物数量和随之产生的医疗需求将进一步增长。

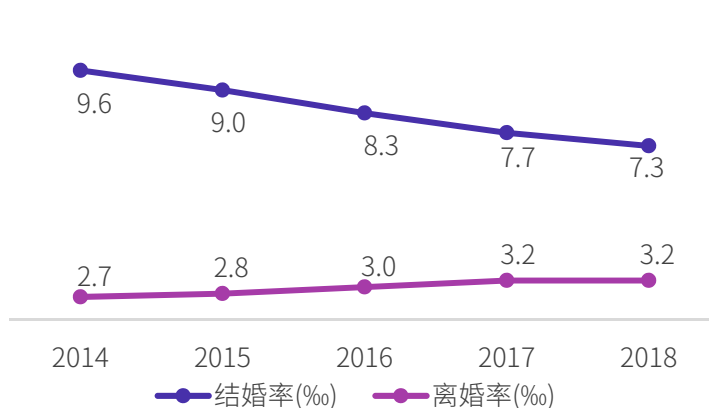
不同城市宠物主年龄分布情况



宠物主婚姻状况



中国2014-2018年结婚率和离婚率



数据来源：民政部，狗民网，银河证券，鲸准研究院

02

宠物医疗 产业链解析

- 2.1 产业链图谱
- 2.2 产业链关系
- 2.3 产业链解析-上游
- 2.4 产业链解析-中游
- 2.5 产业链解析-下游

2.1 宠物医疗产业链图谱

上游为药械供应商，中游为服务提供商，下游为支付方



数据来源：鲸准研究院

2.2 宠物医疗产业链关系

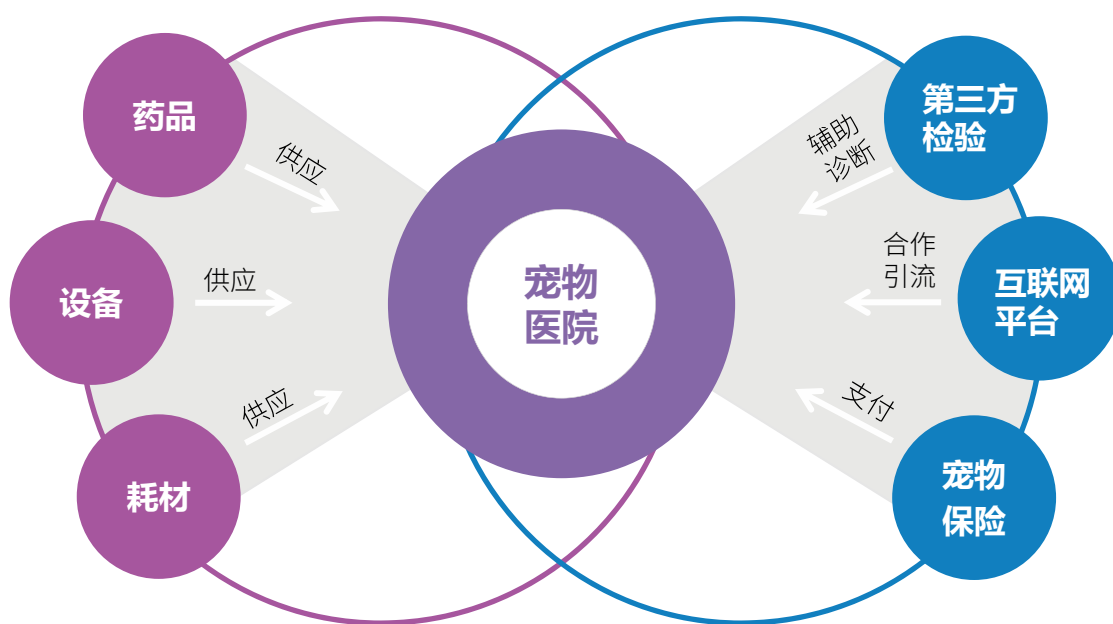
宠物医院为宠物医疗服务核心，连接上、中、下游主要参与方

在宠物医疗产业链中，宠物医院作为宠物医疗服务的主要发生场所，是宠物医疗产业链的核心。一方面，宠物医院从上游供应商采购药品、设备、耗材，以此为基础向宠物提供诊疗服务；另一方面，随着互联网等技术的兴起，及宠物医疗市场需求逐渐释放，新业态的产生也进一步为宠物医院赋能。

其中，第三方检验中心通过采购或研发医疗设备、诊断试剂，为小型宠物医院提供辅助诊断依据。在线问诊、医生上门等互联网平台，进一步强化宠物医院或医生与宠物、宠物主之间的连接，延伸宠物医院服务链条，为宠物医院引流。而用户规模尚小的宠物保险，则为宠物医院付费方。

因此报告研究重点围绕宠物医院展开，产业链分析也将着重于上、中、下游主要参与方对宠物医院的影响。需要说明的是，由于宠物医疗行业规范程度较低，一些没有医疗资质的宠物用品店也提供医疗服务，属监管部门打击的违法经营行为，因而未被列入宠物医疗产业链。

宠物医疗产业链关系



数据来源：鲸准研究院

2.3 宠物医疗产业链-上游

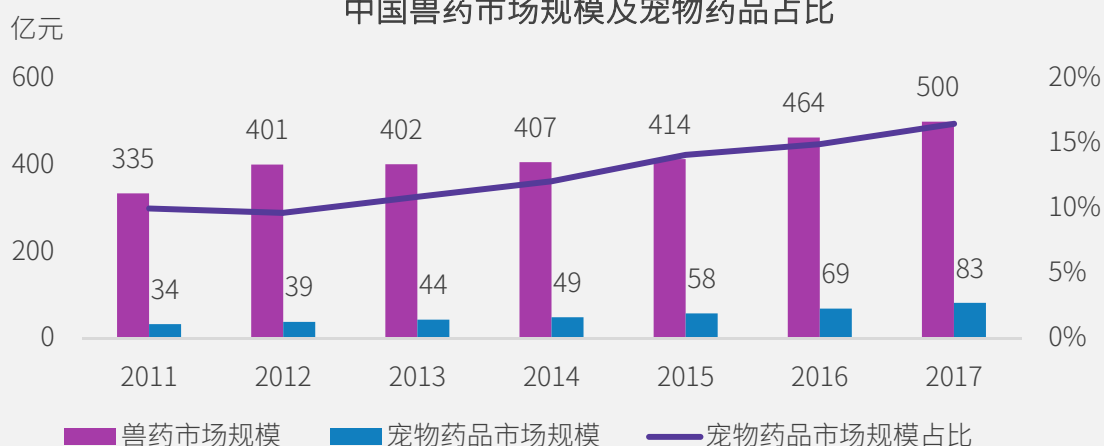
药品：合规宠物药品数量较少，与人药混用情况普遍

- **宠物药品市场规模呈上升趋势：**药品是宠物治疗的主要途径之一。据华经产业研究院2019年统计，宠物药品占宠物医疗市场规模的52%。近年来，随着养宠人群逐渐增加，宠物药品市场规模也呈稳步上升趋势。理论上具备兽药经营许可证，方可售卖宠物药，但实际许多宠物店仍违规经营。
- **国内宠物药品大致分三类：**一类为农业部明确可用于宠物治疗的药品，共183种，详情参见农业部2512号公告汇总的183种宠物用兽药说明书文件；一类为人用药或禽畜药，该类药品具有相应疗效，但未被批准用于宠物，用法用量靠医生把握；一类为未在国内注册的进口宠物药品。后两者属违规用药，但在国内宠物医院临床用药中较为常见。随着宠物行业规范程度进一步提升，违规用药恐给宠物医院后续经营及资本化埋下隐患。

宠物药品分类

药品类别	常见药品	企业列举
生物制品	疫苗、白细胞介素等	Zoetis、唐山怡安
抗菌药	红霉素片、恩诺沙星片、甲硝唑片等	汉维生物、齐鲁动物
抗寄生虫药	注射用伊维菌素等	Bayer、金盾药业
其他	解热镇痛类、非甾体类消炎药、麻醉药等	Boehringer Ingelheim、瑞普生物

中国兽药市场规模及宠物药品占比



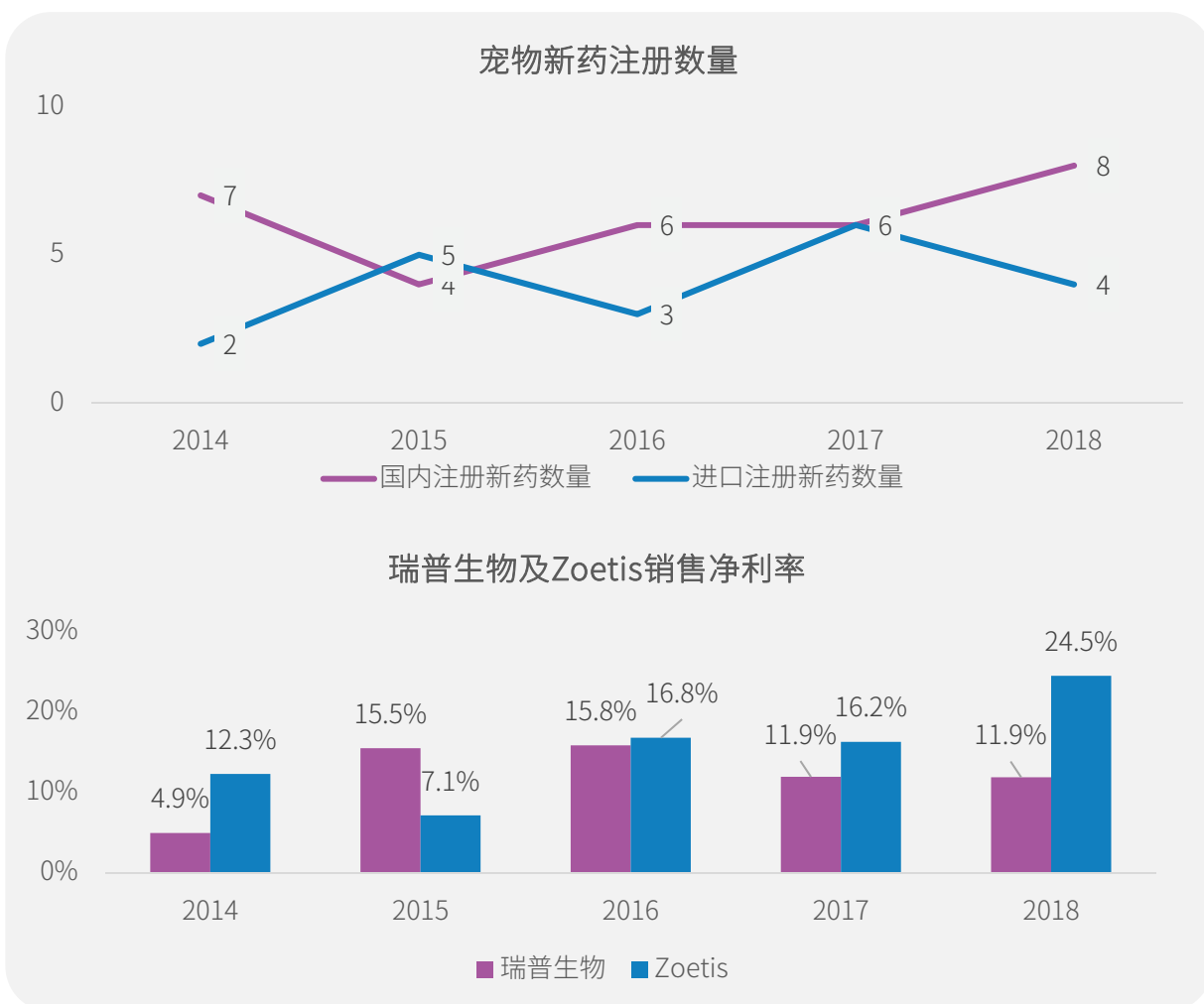
数据来源：前瞻产业研究院，智研咨询，鲸准研究院

2.3 宠物医疗产业链-上游

药品：进口厂商占据70%市场，国内企业研发能力较弱

从供应商类别来看，进口厂商占据国内宠物药市场近70%份额，包括辉瑞旗下全球最大的动物保健公司硕腾（Zoetis）、德国拜耳制药（Bayer）、德国勃林格殷格翰公司（Boehringer-Ingelheim）等。国内企业研发能力较弱，鲸准研究院查询中国兽药协会官网数据统计，2014年至2018年间，国内企业新注册宠物药品共31个（按通用名统计，疫苗、检测试剂不在统计范围内），一类新药占比不足10%。

国内宠物医疗获批新药数量较少，一方面导致现有的合规宠物药品品类，远不能满足宠物医疗临床用药需求，从而出现人药、禽畜药品混用及药品“走私”现象，另一方面对宠物药品生产商而言，研发能力不足也制约了国内动物保健企业的发展空间。



数据来源：中国兽药协会，瑞普生物年报，Zoetis年报，鲸准研究院

2.3 宠物医疗产业链-上游

设备、耗材：跨国巨头处市场垄断地位，宠物医院议价能力受限

在设备、耗材方面，宠物医疗常见设备可分三类，包括影像类、检验类、手术类，试剂一般与设备相配套。影像类、手术类设备市场与人用医疗器械市场情况类似，西门子 (Siemens)、雅培 (Abbott)等跨国巨头凭技术实力居于垄断地位，但医疗器械“进口替代”的趋势日益显著，迈瑞、联影等国内企业也占据一定市场份额。检验类设备、耗材市场中，专注动物诊断的美国爱德士 (Idexx) 位居首位，对宠物医院拥有绝对的议价优势。

设备配置越全，意味着宠物医院能开展的检查和诊疗服务越多，但受市场需求和设备价格等因素影响，大部分宠物医院仅配置B超、手术监护仪等常见设备，大型CT、MRI价格往往在数十万甚至上百万元以上，对宠物医院前期投入提出了较高的要求。

宠物医院常用设备



影像类：医用磁共振成像设备、多普勒超声诊断系统、兽用X射线机等

生产厂商：西门子、百胜、迈瑞、联影等



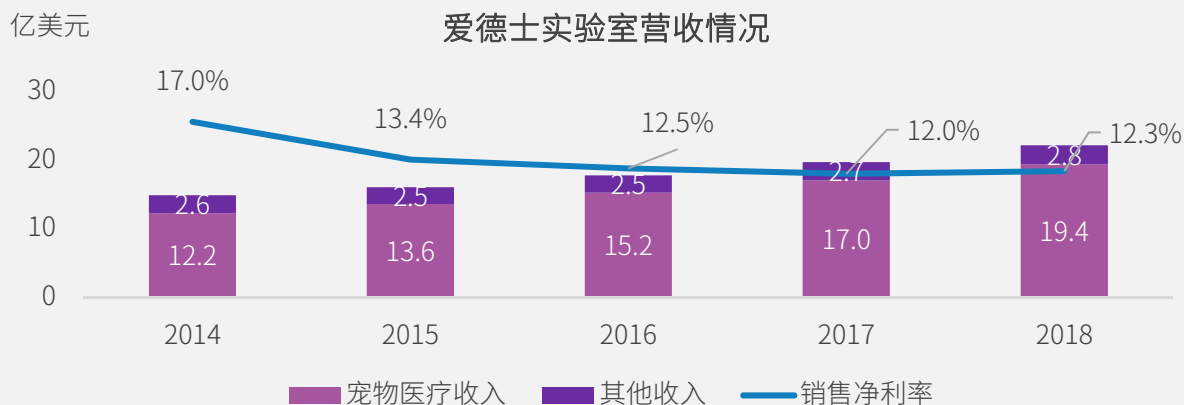
检验类：全自动生化分析仪、全自动血细胞分析仪、尿检仪等

生产厂商：爱德士、雅培、迈瑞等



手术类：呼吸麻醉机、手术监护仪等

生产厂商：Matrix、木村、迈瑞等



数据来源：爱德士实验室年报，鲸准研究院

2.4 宠物医疗产业链-中游

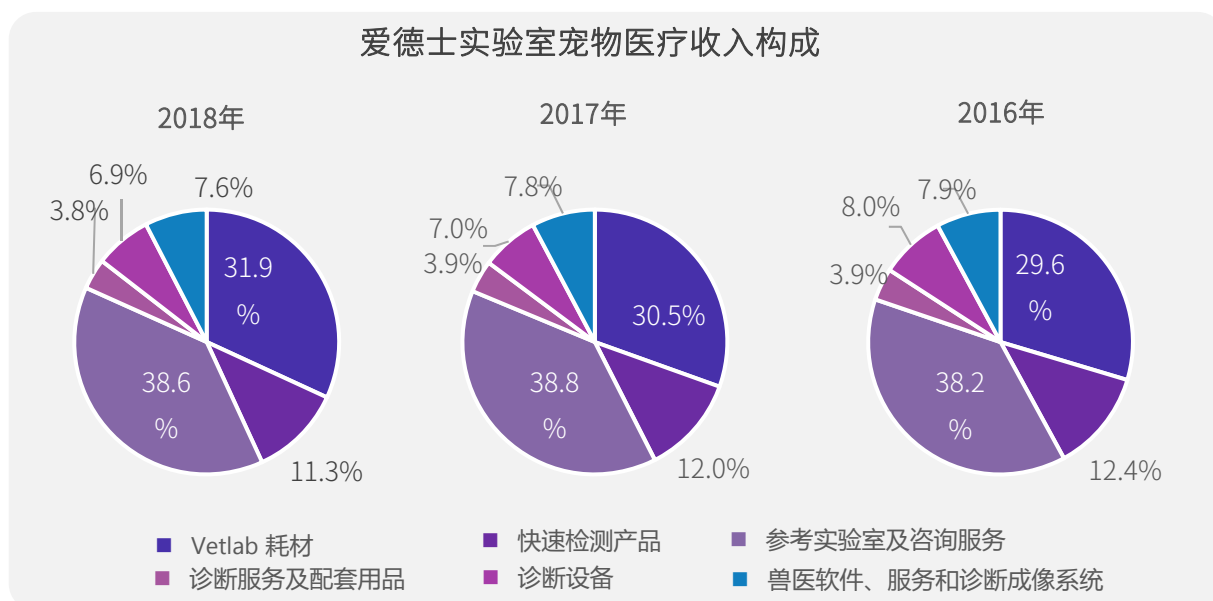
宠物医院数量超10,000家，与第三方检验中心、宠物店存在竞争合作关系

作为动物诊疗的主要场所，尚无全国宠物医院数量的官方统计，行业普遍认为在10,000-15,000家范围内。此外，以检验业务为主的第三方检验中心和以宠物用品销售为主的宠物店，也涉足宠物医疗，与宠物医院存在竞争和合作两方面关系。

■ **第三方检验市场空间受限：**对规模较小的宠物医院而言，第三方检验中心集中采购检验类医疗设备，为其出具样本检测结果、辅助医院决策，理论上可与宠物医院形成业务互补关系。但国内宠物医院医疗常在设备配置上展开激烈竞争，检验设备普及率较高，因而第三方检验市场空间受限。

国外宠物医疗第三方检验市场则更为成熟，如美国动物诊断领域巨头爱德士，近三年平均每年通过宠物诊断服务获得的收入占宠物医疗业务领域总收入的比重，均超过40%，与宠物医疗设备、耗材类收入比重几乎相当。

■ **宠物医院仍是宠物医疗服务主体：**至于以宠物用品销售为主的宠物店，其疫苗质量参差不齐，价格往往低于宠物医院，与宠物医院形成了直接竞争。但根据监管部门要求，只有备兽药经营许可证、动物诊疗许可证及具有兽医执业资格的专业人员，方可提供宠物疫苗接种、药品销售服务。长远来看，宠物店违规接种疫苗、销售药品的行为在政府监管趋严的背景下将逐渐减少，宠物医院仍是宠物医疗服务主要发生场所。

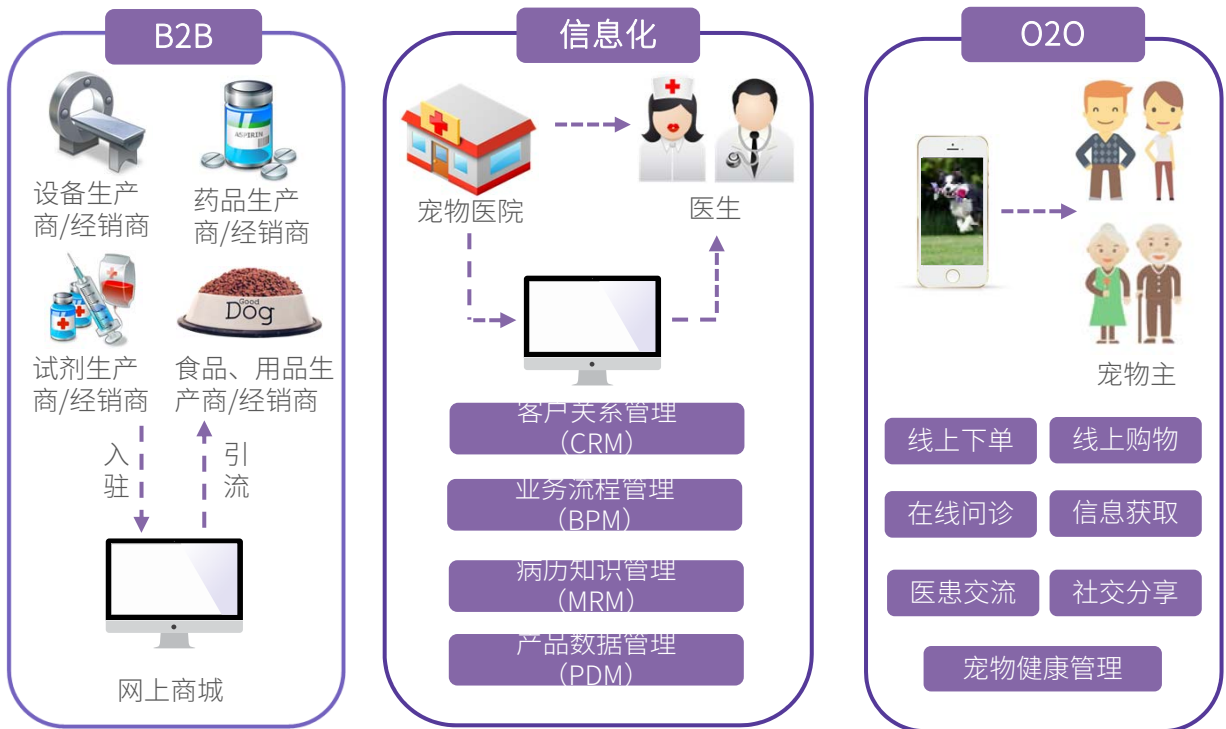


数据来源：爱德士实验室年报，鲸准研究院

2.4 宠物医疗产业链-中游

互联网+宠物医疗兴起，致力于优化宠物医院供应链、盘活医疗服务资源

- **B2C类电商平台：**随着互联网、云计算技术的兴起，以B2B/2C、O2O为代表新型业态也成为宠物医疗服务供给中的一环。如波奇网、天猫、京东，主要面向宠物主售卖驱虫药等常见宠物药品，已成为宠物主购买宠物药品的主要渠道之一，而且往往价格较低，入驻商家与宠物医院存在一定程度的替代竞争关系。但网购宠物药品质量参差不齐，也无专业医师指导用法用量，相比之下宠物医院仍具竞争优势。
- **B2B类电商平台及O2O服务平台：**通过B2B类电商平台，宠物医院可线上采购药品、设备、耗材，及时、精准地对接更多货源；O2O平台则以上门服务形式，帮助宠物医院触达更多用户，维持用户粘性。随着宠物主医疗保健意识的提升，O2O的市场潜力将逐渐释放，有望成为宠物医院服务模式的重要一环。
- **宠物医疗信息化：**此外，经历了跑马圈地的收购扩张期，连锁宠物医院已将重心转向医院的精细化管理，这为宠物医院信息化提供了发展空间。但鉴于单体店仍是宠物医院的主流模式，宠物医疗市场整体对信息化的需求短时间内难以爆发。



数据来源：鲸准研究院

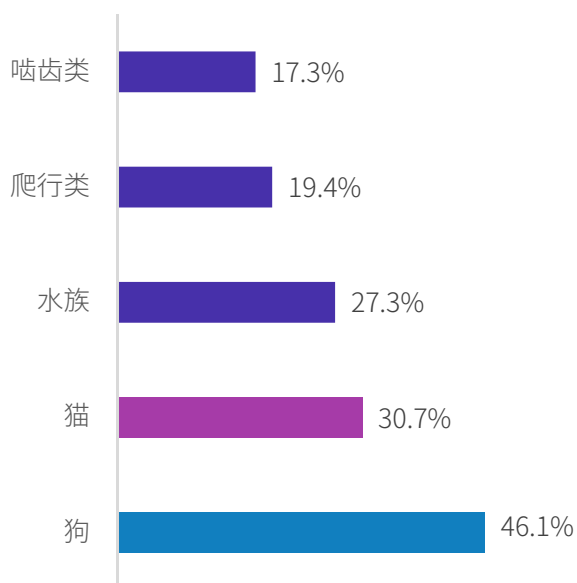
2.5 宠物医疗产业链-下游

用户集中在一、二线城市，“猫奴”“狗主”居多

宠物医疗产业链下游支付方，包括宠物主和宠物保险。但从现阶段国内外宠物保险的发展情况看，以传统保险模式设计宠物医疗保险产品，很难成为宠物医疗支付的主要方式。一方面，宠物医疗没有大规模流行病学调查，缺乏保险精算的基础；另一方面，宠物医院的分散化格局也不利于保险公司控制风险。鲸准研究院经访谈了解到，目前国内外宠物保险的市场渗透率都不高，国内不足1%，美国也仅在12%-15%左右。预计在相当长的时间内，宠物主自付医疗费用仍是主流。

据2018年和2019年分别发布的《中国宠物行业白皮书》统计，从养宠类型看，“猫奴”“狗主”在养宠人群中占绝大多数，其次是水族类宠物。截至2019年8月，全国城镇宠物犬猫数量达到9,915万只，比2018年（9,149万只）增长8.37%，因而宠物医院也主要服务于宠物猫和宠物狗，设有异宠门诊或专为异宠服务的宠物医院较少。从地域划分来看，2018年北京、上海、广州等一二线城市养宠人数最多，宠物医院分布也较为集中。在大众点评网站上搜索北京、上海、广州的“宠物医院”，可分别得到905条、461条与542条搜索结果。2019年情况也与此类似，一线城市（38.8%）和二线城市（26.8%）宠物主占比合计为65.6%，但值得注意的是，三线及以下城市宠物主占比在2019年达到了34.4%，其宠物消费呈增长趋势。

不同种类宠物主占比



养宠人数TOP6城市/省份

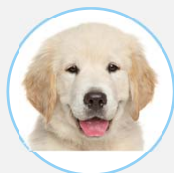


数据来源：《2018年中国宠物行业白皮书》，鲸准研究院

2.5 宠物医疗产业链-下游

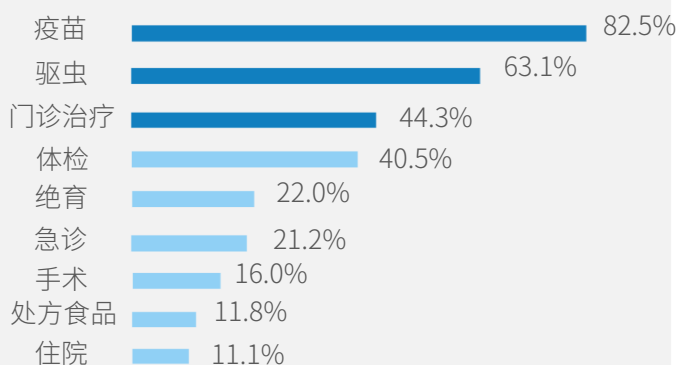
医疗服务占比宠物服务类消费比重超14%，市场渗透率有待提升

从宠物猫、犬的消费类型结构看，宠物用品、零食等商品类消费占比超过70%，其次才是服务类消费。在服务类消费中，2018年医疗服务占比超过14%，宠物主年均医疗花费金额也在不断上升，可见宠物医疗服务已拥有一定市场基础。随着监管部门对养宠的规范逐渐落地，疫苗、驱虫等预防类医疗服务已为大多数城镇宠物主所接受，但宠物主的医疗保健意识仍然不高。鲸准研究院经访谈所得，每100个发现宠物有健康问题的宠物主中，只有不到20%会将宠物送至宠物医院接受诊疗，剩余80%大多网上搜索、自行处理。此外还有大量的宠物健康问题未能被及时发现，发病时宠物病情往往已比较严重，因此市场渗透率还存在较大的增长潜力。



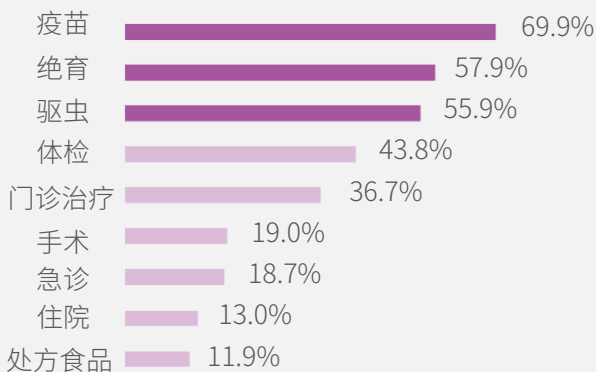
3,390万人 城镇养狗人数
5,085万只 城镇养狗数量
5,580元 狗人均单只消费
1,557元 狗主人年均医疗花费

宠物狗医疗消费类型



2,258万人 城镇养猫人数
4,064万只 城镇养猫数量
4,311元 猫人均单只消费
1,446元 猫主人年均医疗花费

宠物猫医疗消费类型



数据来源：《2018年中国宠物行业白皮书》，鲸准研究院

03

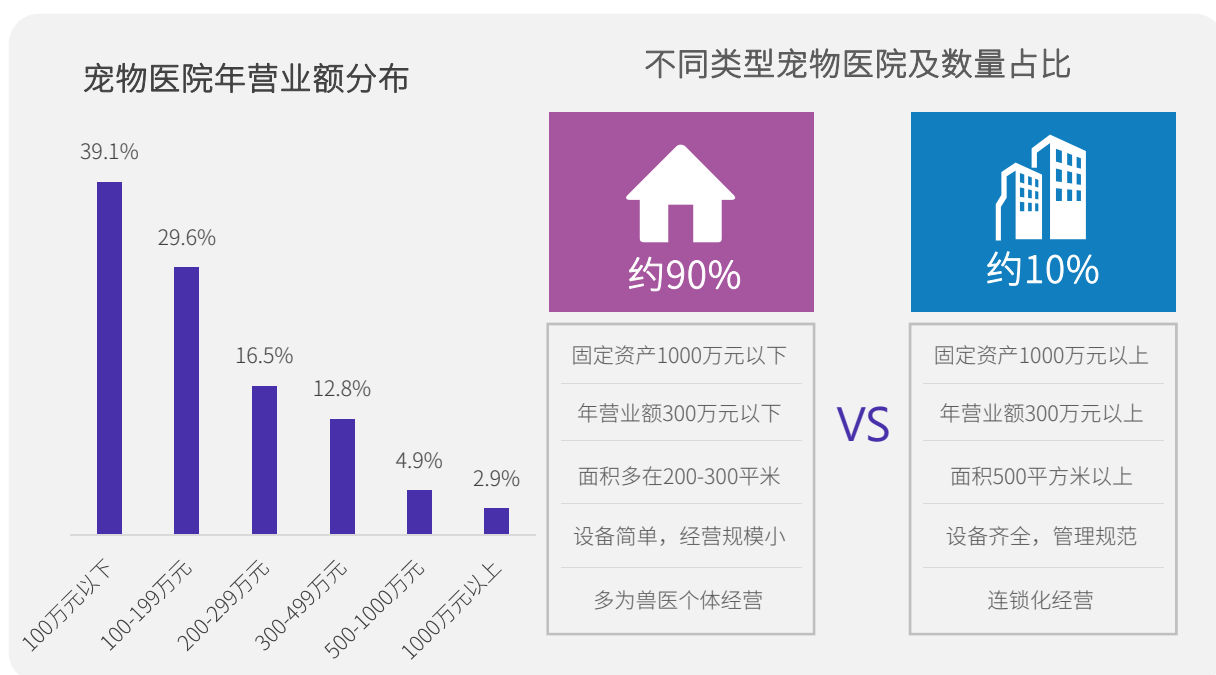
宠物医疗 市场竞争及 运营模式分析

- 3.1 市场集中格局
- 3.2 市场竞争要素
- 3.3 运营模式分析
- 3.4 区域市场及单店模型分析
——以北京三元桥地区为例

3.1 宠物医疗市场竞争格局

连锁医院数量占比不足15%，市场较为分散

- **连锁宠物医院市场占比不足15%**：在全国10,000-15,000家宠物医院中，80%-90%的宠物医院为小规模单店经营或10家以下连锁经营，市场较为分散，大规模连锁医院数量占比不足15%。综合《2019中国宠物医院发展报告》等统计，按营业额和场所面积划分，80%-90%宠物医院年营业额在300万元以下，月营业收入不超过25万元，面积为200-300平米；若按固定资产划分，90%的宠物医院固定资产少于1,000万元；从投资规模看，近一半（43.8%）宠物医院投资规模在100万元以下。
- **大规模连锁宠物医院竞争优势**：在宠物医疗市场竞争中，大规模连锁宠物医院在药品、耗材集中采购方面具有议价优势，可降低采购成本，从而获得更多价格调整的空间。另一方面，大规模连锁宠物医院容易形成品牌效应，可通过树立专业、值得信赖的品牌形象，吸引消费者。
- **单体或小规模连锁宠物医院竞争优势**：单店或小规模连锁宠物医院的竞争优势则在于运营、管理更为灵活，能根据市场需求迅速作出调整。且与大规模连锁宠物医院往往设置专家巡诊制度相比，单体或小规模连锁宠物医院可将专家力量集中在一两家门店上，有利于提升其医疗水平和在消费者中的口碑。



数据来源：《2019中国宠物医院发展报告》，天风证券，鲸准研究院

3.1 宠物医疗市场竞争格局

一线城市竞争激烈，市场洗牌期已经到来

从地域范围看，近80%的宠物医院集中在一二线城市，其中一线城市竞争尤为激烈。除北京、上海、广州、深圳外，根据大众点评网的搜索结果，天津、杭州、苏州等新一线城市的宠物医院数量也大多在300-400家范围内，重庆和成都宠物医院数量甚至超过800家。这些城市养宠人数较多，经济发展水平较高，宠物主的医疗消费意识更强，是大规模连锁宠物医院门店拓展的首选区域。

在北京、上海等一线城市，宠物医院竞争已到达红海状态，迎来市场洗牌期。以北京市朝阳区为例，其三元桥地铁站周边3公里范围内，百度地图显示有33家宠物医院（排除关店、地点重复情况后），平均每平方公里就有1家医院，市场供给极为饱和，相应地宠物医院营收压力也随之增加。已经拥有上百家门店的大规模连锁医院，也可能因新建门店收入不达预期，缩减门店规模或放慢扩张步伐。

《2019年中国宠物行业白皮书》显示，养宠人群地域分布呈现出下沉趋势，三线以下城市养宠人群占比接近40%，但考虑到未来经济发展速度和宠物数量不会出现大幅度增长，一二线城市仍将是宠物医院竞争的主战场，其市场渗透率也还有增长潜力。

一线城市宠物医院数量



数据来源：大众点评网（截至2019年9月20日），鲸准研究院

3.1 宠物医疗市场竞争格局

新瑞鹏、瑞派宠物居第一梯队，市场份额占比约10%

连锁宠物医院中，新瑞鹏和瑞派宠物居第一梯队。新瑞鹏由瑞鹏与高瓴资本于2018年末合作组建，此前二者与瑞派宠物形成了连锁宠物医院“三足鼎立”的市场竞争格局。新瑞鹏成立后，将瑞鹏旗下约450家宠物医院与高瓴资本所投700多家医院共同纳入集团体系，使其成为门店数量最多的连锁宠物医疗集团，合计门店数量约1,200家。紧随其后的瑞派宠物门店数量则约320家。新瑞鹏与瑞派所占市场份额加起来，占整个宠物医疗市场比重约10%，其还有很大的市场开拓空间。新瑞鹏成立后，出于提高资产和企业运作效率的需要，也很有可能整合关停经营不善的门店。

其余门店数量10家以上的连锁医院还包括萌兽医馆、宠爱国际、派美特、全心全意等，这些宠物医院目标市场定位与新瑞鹏、瑞派有所区别。如宠爱国际和萌兽医馆定位中高端宠物医疗市场，派美特主打东北三省及内蒙古区域市场。经过2015年-2017年连锁宠物医院的快速扩张，目前一二线城市可并购的优质宠物医院标的比较稀缺，预计短期内连锁宠物医院的市场竞争大体上仍将延续目前的状态，但随着市场洗牌期的到来，未来竞争格局将更加明晰。

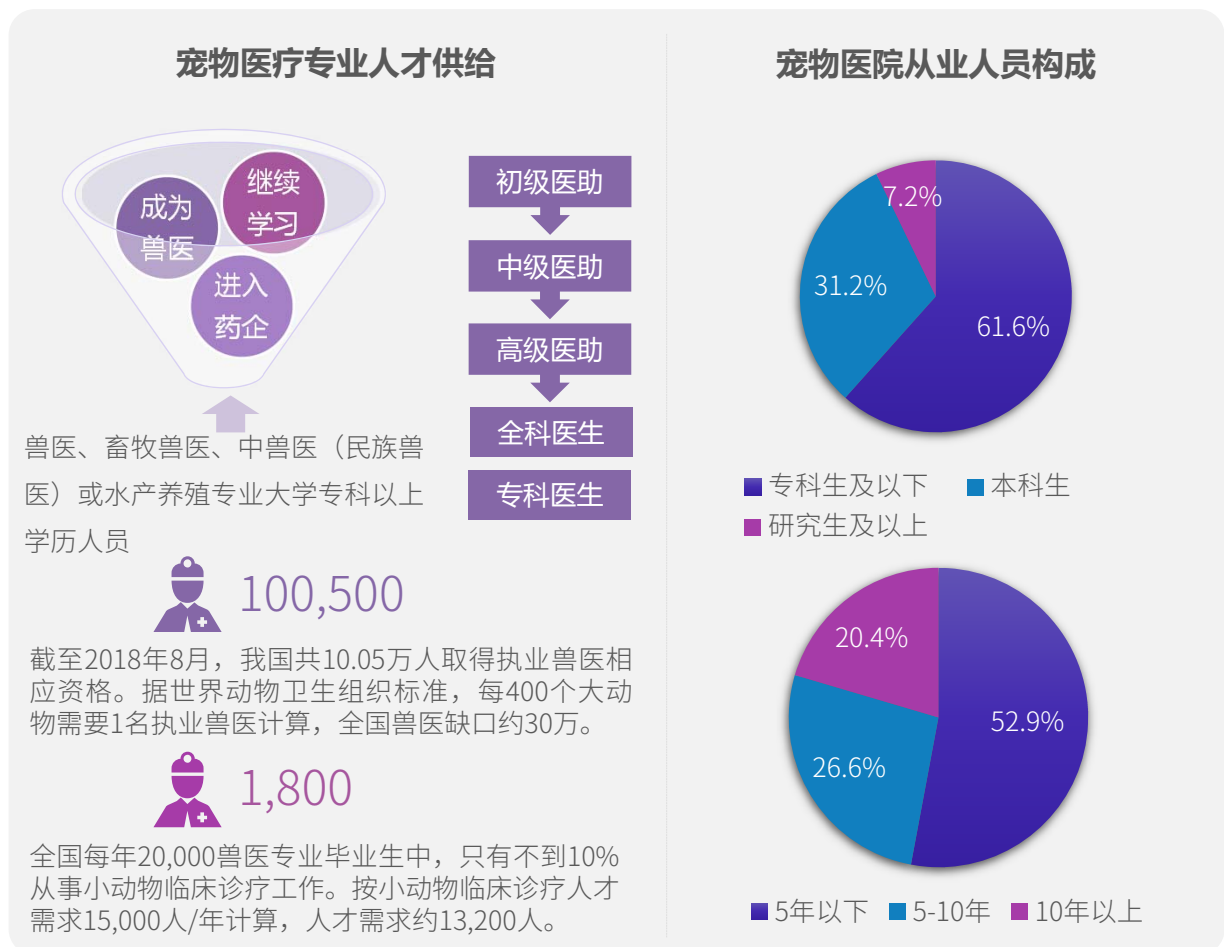


数据来源：鲸准研究院

3.2 宠物医疗市场竞争要素

人才：专科及以下学历从业者占62%，优质医生资源稀缺

- **优质医生资源稀缺：**人才是宠物医院竞争关键。一方面，宠物医疗服务专业性强，门槛较高，对从业人员知识及技能水平提出了较高要求，医生的技术水平直接决定了医疗服务水平及质量，消费者一旦形成对医生的信任，容易形成客户粘性。另一方面，国内宠物医疗专业人才长期处于供不应求状态。鲸准研究院根据农业部等公开数据计算，执业兽医供需比约为1:4，每年新增小动物临床诊疗人才供需比约为1:7。优质医生资源则更为稀缺。
- **行业人员流动性大：**据铃铛宠物等统计，目前宠物医院从业人员中，仅有不到四成（38.4%）拥有本科及以上学历，大部分从业人员为专科及以下；从业人员普遍较年轻，超过一半（52.9%）工作年限在5年以下。因而宠物医院之间相互挖角较为常见，行业人员流动性较高。对连锁医院而言，为后续规模扩张，会建立完善的人才储备体系和培养体系，以确保新店开张有足够的人才储备作支撑。



数据来源：农业部，瑞派宠物医院，《2019中国宠物医院发展报告》，东西部小动物临床兽医师大会，鲸准研究院

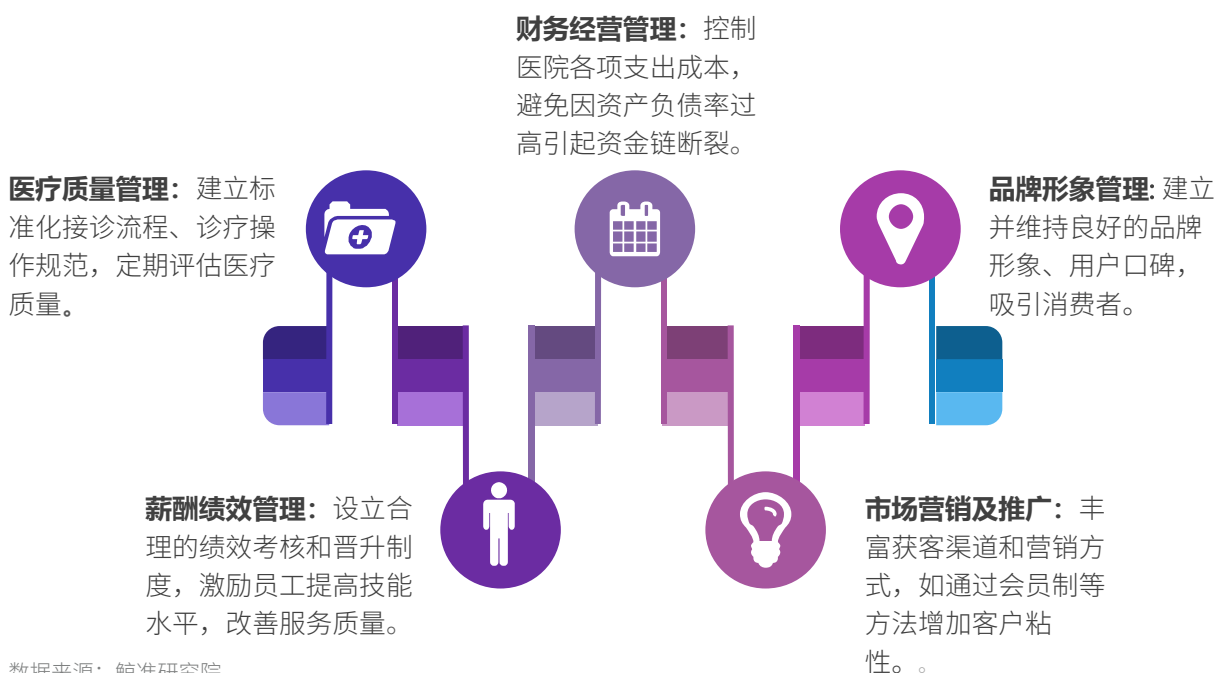
3.2 宠物医疗市场竞争要素

管理和品牌：确保诊疗流程规范化，树立良好的品牌形象

- **建立标准化医院管理体系：**人才储备之外，管理与品牌因素在宠物医院规模化扩张过程中，也颇为关键。宠物医院管理者多为技术水平较高的医生，其在经营小规模宠物医院时，尚可凭借过硬的专业技术吸引并留住客户，但随着医院规模逐渐扩大，其面临的管理事务将更为复杂，对管理者的管理能力提出了挑战。

尤其宠物医院在进入规模化扩张阶段后，应着重建立规范化的诊疗流程和管理制度，包括人员薪酬管理、财务经营管理等多个方面，提升门店院长的管理水平，以确保门店服务质量。尤其在2015年-2017年的快速扩张期中，一些连锁宠物医院规模在短短几年之内从几十家发展至数百家，资产负债率较高，若不注重经营管理，恐面临资金链断裂和服务质量下降的风险，这将进一步损害医院品牌形象。

- **树立专业的品牌形象：**对宠物医院而言，品牌形象是医院技术实力、服务水平、诊疗环境等多项竞争要素的综合体现。良好的品牌形象有利于扩大宠物医院知名度，吸引消费者前来就诊，同时在优质医生资源稀缺的背景下，有利于吸引优秀人才加入。反之一旦品牌形象受损，其在消费者心中的可信赖程度将大幅降低，进而影响医院客流量。因此在连锁宠物医院的发展过程中，出于维护品牌形象的考虑，直营是其主要经营模式，因直营相比较加盟，尽管所需投入更多，但更便于统一管理、控制经营风险。



数据来源：鲸准研究院

3.3 宠物医疗运营模式

根据市场定位配置相应人员、设备，选定门店地址

根据不同市场定位和目标客群，可把宠物医院分为社区医院、中心医院、专科医院等不同类型。社区医院数量最多，也最为常见，一般覆盖周边3公里范围内宠物常见病的诊疗需求；中心医院主要针对宠物较为重大和复杂的疾病需求；专科医院以专科特色见长，在某类宠物疾病诊疗方面具有技术优势，如眼科、骨科等。此外，还有医院专门针对宠物猫或异宠的疾病诊疗需求。不同类型的宠物医院在医院选址、人员配置、设备配置、财务目标等方面有所区别。

- **医院选址：**对社区医院而言，门店选址一般在养宠人数较多或客流量较大的社区、商圈周围。偏向复杂疾病诊疗的中心医院，则多布局在宠物医疗市场潜力已得到释放、社区类宠物医院竞争相对充分的城市，否则中心医院无法获得足够的客源。
- **人员配置：**应《动物诊疗机构管理办法》要求，一家宠物医院医生数量不得少于3人，这也是一般社区类宠物医院的配置，中心医院和专科医院医生数量更多。参照美国等宠物医疗行业较为成熟的国家经验，每个宠物医生还需两名医生助理协助，但因国内宠物医疗行业人才不足，大部分医院医生与医助比无法达到1：2。
- **设备配置：**社区类宠物医院因主要覆盖宠物常见疾病需求，一般只配备较为基础的检验设备，如X光机、B超、血细胞分析仪等。中心医院和专科医院为应对更为复杂的疾病需求，对检验设备配置的要求更高，部分医院会配备CT和核磁。
- **财务目标：**因人员配置和社会配置要求较高，宠物中心医院的投入远高于社区医院，所需要达到的财务盈亏平衡线要求也更高，且资本回收期更长。运营较好的宠物社区医院不到一年现金流就可打平，但中心医院可能需要3年甚至更长时间。

安安宠医三级医院配置

医院等级	医院定位	医院面积	人员配置	设备配置	总成本投入	年营业收入
A级	中心医院	500m ² 左右	30-40人	部分配CT、核磁	300-500万元，少数达上千万元	600-1000万元
B级	全门诊，开展特色专科	200-300m ²	12-18人	检验设备较全	180-200万元	400-600万元
C级	社区医院	150-200m ²	8-12人	配置基础检验设备	100-120万元	200-300万元

数据来源：鲸准研究院

3.3 宠物医疗运营模式

以美容服务引流，行业人效相对较低

宠物医院业务包括四大类，分别是宠物医疗服务、宠物美容服务、宠物食品和用品销售以及宠物寄养服务。

- **宠物医疗服务：**作为宠物医院主营业务，宠物医疗服务是宠物医院最主要的收入来源，毛利率比宠物食品和用品销售较高。在宠物医疗服务收入中，一般内科类疾病收入因诊疗流程更长，其收入占比较高。但对一些以外科见长的专科医院而言，因手术客单价较高，手术收入占比较大。
- **宠物美容服务：**与宠物医疗服务相比，宠物美容服务技术门槛较低，平均客单价也更低。对宠物医院而言，宠物美容服务主要起到引流作用，并可维持客户粘性。
- **宠物食品和用品销售：**与宠物美容服务作用类似，宠物食品和用品销售是宠物医院主营业务的补充，可优化用户体验。但因网上购物逐渐普及，宠物医院在宠物食品和用品销售方面没有突出优势，面临来自线上和线下宠物店的激烈竞争。
- **宠物寄养服务：**在宠物医院四大类业务中，宠物寄养服务毛利率水平最高，宠物医院只需给宠物提供足够的空间和日常照料服务。但开展该类服务也有技术风险，健康宠物与患病宠物若不能做到充分隔离，会增加疾病传播的可能性。

此外，与人医口腔诊疗、眼科诊疗相比，因宠物医疗行业人才学历水平相对较低，行业成熟度较低，其整体人效水平和平均员工薪酬水平也相对较低。

安安宠医营业收入结构

收入类型	宠物医疗	宠物美容洗护	宠物食品、用品零售	宠物寄养
收入占比	约90%	8%	2%-3%	约1%

医疗服务行业薪酬、人效对比

公司名称	所处行业	员工人数	职工薪酬总额 (万元)	平均职工薪酬 (元)	营业收入 (万元)	人效 (元)
瑞鹏股份	宠物医疗	1,578	11,290	71,567	29,733	19
通策医疗	口腔医疗	2,638	46,409	175,926	117,973	45
爱尔眼科	眼科医疗	15,702	157,960	100,599	596,285	38

注：因瑞鹏股份于2018年8月摘牌，故统一采用2017年年报数据对比

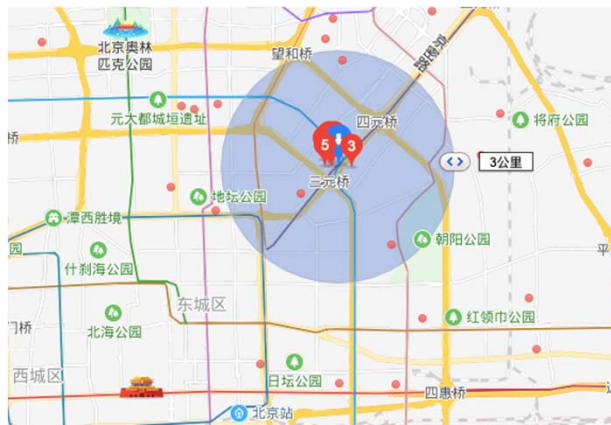
数据来源：瑞鹏股份、通策医疗、爱尔眼科2017年年报，鲸准研究院

3.4 宠物医疗区域市场及单店模型

以北京三元桥地区为例：宠物医院实际门店数比理想状况超出近一倍

- 鲸准研究院对三元桥地铁站周边三公里范围内小区进行了研究。三元桥为北京市朝阳区核心商圈之一，住宅区较为集中，绝大多数宠物医院连锁品牌在该地区均设有分店，如芭比堂、宠福鑫、宠爱国际、悦宠国际等。从百度地图中以三元桥为中心，选取周边三公里内小区共125条记录，搜索各小区户数并去重后，汇总得到小区常住人口约9.5万户。

三元桥地区调研选取区域



- 对居民人数按3人/户进行换算，得居民人数为28.5万人，猫狗总数3.21万只。以一线城市单只宠物医疗花费1,122元计算，该地区宠物医疗市场总体规模为3,597万元。根据宠物医院单店收入210万元，其中医疗收入占比90%测算，三元桥地区理想容纳的宠物医院数量为19家。目前该地区实际宠物医院数量33家，超出近一倍。

三元桥地区宠物医院市场规模测算

类别	数量/金额	备注
居民户数（万户）	9.5	由于该地区大部分小区建成时间较早，因此不考虑空置和分租等情况
居民人数换算（万人）	28.5	按每户3人计算
猫狗总数（万只）	3.21	按全国城镇常住人口8,134.7万人，猫狗总数9,149万只同比例计算
单只宠物医疗花费（元）	1,122	按狗民网一线城市狗和猫宠物主平均每人医疗消费1,900元和1,696元和对应猫狗数量权重换算
宠物医疗市场规模（万元）	3,597	—
单店年医疗收入（万元）	189	见“3.3 宠物医疗运营模式”，按医疗收入占比90%计算
区域理想宠物医院数量（家）	19.0	—

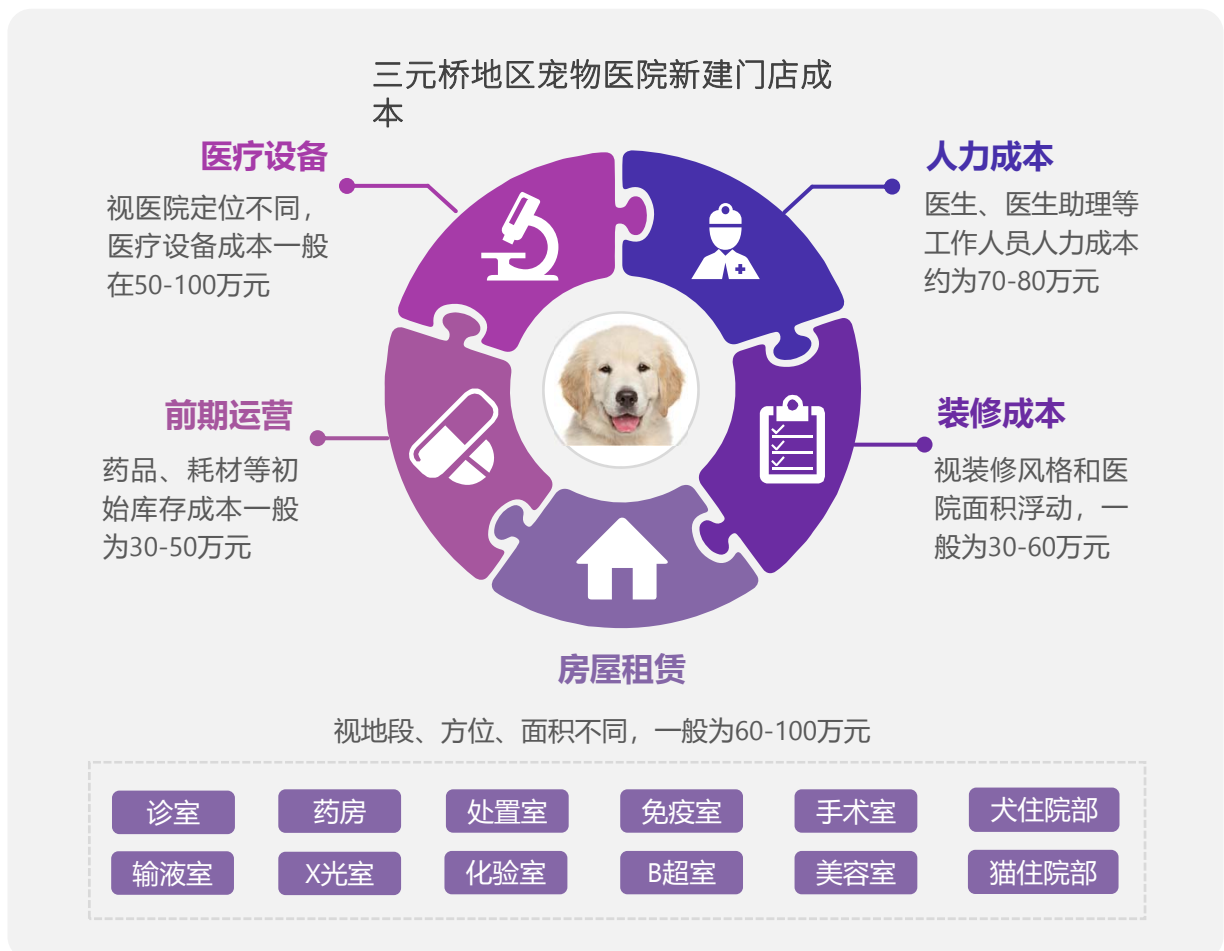
数据来源：百度地图，链家，鲸准研究院

3.4 宠物医疗区域市场及单店模型

以北京三元桥地区为例：宠物医院人力成本和设备成本较高

以北京市朝阳区三元桥地铁站周边三公里范围内15家宠物医院为样本，鲸准研究院建立了宠物医院的成本结构模型。

鲸准研究院经调研、访谈发现，分布在三元桥周边地区的宠物医院大多定位为社区医院，面积在150m²-300m²之间，医疗设备购置成本不超过100万元。该地区宠物医院医院常见人员配置是3名医生、5名医助、1名美容师，连锁医院定期有专家巡诊，单店人员工资福利成本大致在70万元-80万元。与其他区域相比，三元桥周边地区房价较高，房屋租金占医院投入比重普遍较大，日租金价格在7元/m²-10元/m²范围内，仅少数开业时间较长的宠物医院，租金低于市场价格。



数据来源：鲸准研究院

3.4 宠物医疗区域市场及单店模型

以北京三元桥地区为例：市场竞争激烈，医院获利较难

基于对北京朝阳区三元桥地铁站周边宠物医院成本构成和医院收入的调研、分析，鲸准研究院进一步建立了该地区理想状况下宠物医院单店的盈利模型。在北京三元桥地区，宠物医院市场竞争极为激烈，多数医院处于“微利”状态。

按一家宠物医院门店年总收入为210万元计算，扣除房租、装修摊销、设备折旧、人员工资等各项成本后，该店利润总额为22.3万元，净利润为16.7万元，税前利润率和税后利润率分别为10.6%和7.9%。

对于该地区部分开业时间长达五年以上的宠物医院而言，利润水平与三年前相比下降较为明显。一方面，过去三年连锁医院的大规模扩张，使得该地区宠物医院市场极度饱和；另一方面，监管部门对宠物医院的规范要求逐渐提高，包括环境影响、诊疗流程等，也增加了宠物医院的合规性成本。

三元桥地区宠物医院单店盈利模型

类别	说明	费用（元）	占总收入比重
总收入	综合所调研医院情况估算	2,100,000	100.0%
房租	按7.5元/m ² ，面积200m ² 计算	547,500	26.1%
装修摊销	按1,700元/m ² ，面积200m ² 计算，按5年摊销	68,000	3.2%
设备折旧	按使用年限10年折旧	50,000	2.4%
人员工资	按3名医生（110,000*3）、6名其他人员（66,000*6）计算	726,000	34.6%
药品、耗材等	包括药品、耗材、宠物食品及用品	462,000	22.0%
其他成本	包括水电费等	24,000	1.1%
总成本	各项成本合计	1,877,500	89.4%
利润总额	扣除各项成本所得	222,500	10.6%
净利润	所得税按25%计算	166,875	7.9%

数据来源：鲸准研究院

04

宠物医疗 企业案例分析

4.1 新瑞鹏

4.2 瑞派宠物

4.1 新瑞鹏集团

把握市场机遇，快速扩张规模

- **基本情况：**新瑞鹏集团系瑞鹏宠物医院与高瓴资本所投宠物医院合并建立，合并后集团下属宠物医院数量约1,200家。其中，瑞鹏原有宠物医院门店450家，高瓴所投宠物医院旗下门店700多家。原瑞鹏旗下品牌包括瑞鹏宠物医院、美联众合宠物医院、恒爱宠物医院等品牌，高瓴旗下品牌包括芭比堂（云宠）、安安宠医、宠福鑫、纳吉亚等，其中芭比堂分店约130家，安安宠医控股门店约270家，此外高瓴资本还参股了艾贝尔宠物医院等品牌。
- **发展战略：**从瑞鹏和高瓴资本在宠物医疗行业的布局看，其都在2014年左右加快了自建或投资并购宠物医院的步伐，以迅速扩张规模、占据市场先机。两者合并之后，致力于整合双方资源和渠道，发挥规模优势，形成包括医疗服务、供应链管理、人才培养在内的宠物医疗生态。目前新瑞鹏已经完成了组织架构调整，但为避免客户流失，预计短时间内将仍沿用原品牌进行市场推广。

瑞鹏股份发展历程

- **1998年11月**
创始人彭永鹤创立首家瑞鹏宠物医院
- **2012年**
开设广州首家门店，深圳连锁店达19家
- **2013年11月**
成立瑞鹏宠物医疗公司，注册资本500万
- **2016年8月**
瑞鹏宠物医疗集团新三板挂牌上市
- **2016年11月**
出资美联众合3000万元
- **2017年**
布局西南市场，成立凯特喵喵专科医院
- **2018年12月**
贝克和史东（中国）加入瑞鹏宠物医院

高瓴资本宠物医院投资布局

- **2016年10月**
收购德国宠物食品和用品品牌Gimborn，开始布局宠物行业
- **2016年12月**
成立专注宠物医疗的投资平台“上海策而行”
- **2016-2017年**
投资宠物医院芭比堂、安安宠医，后两者门店规模迅速扩张。
- **2017年7月**
参与波兰Vets First Choice 2.33 亿美元融资，后者主要为宠物医院提供技术服务
- **2018年**
收购纳吉亚、宠福鑫、爱诺宠物医院，孵化设立宠颐生品牌。

数据来源：公开资料，鲸准研究院

4.1 新瑞鹏集团

建立“1+P+C”三级医院体系，集中管理供应链

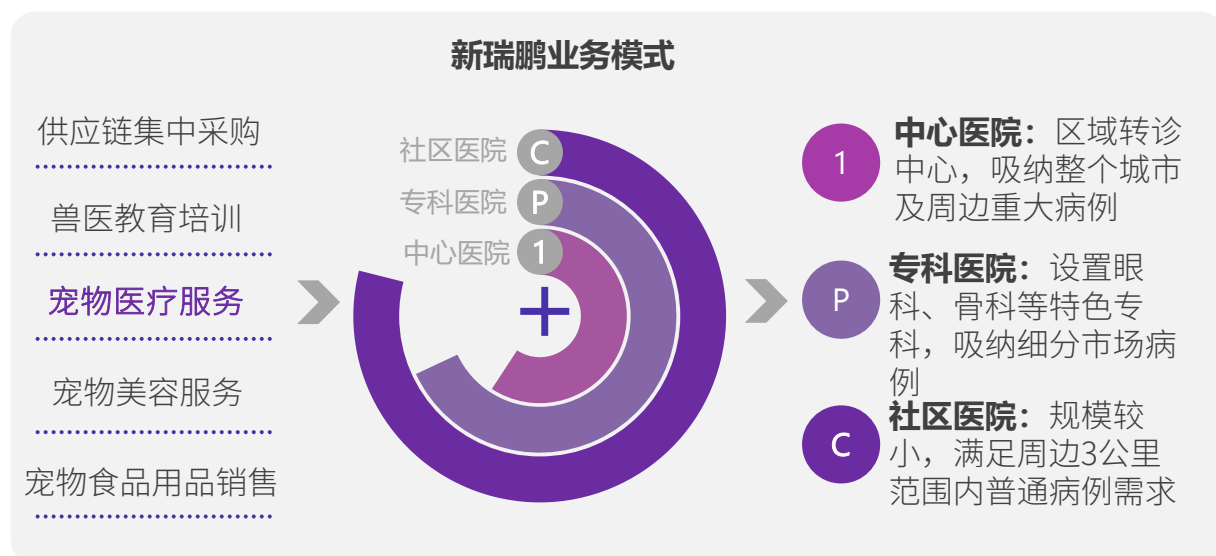
■ **主要业务：**新瑞鹏集团成立后，主营业务与原瑞鹏差别不大，仍以犬、猫宠物医疗服务为主，同时提供宠物美容洗护服务、销售宠物食品和用品。鉴于宠物猫数量逐渐增加，公司在猫科疾病的投入也在增加，原瑞鹏曾于2017年专门打造了凯特喵喵专科医院，以满足市场需求。

■ **业务模式特点：**

1. **建立三级医院体系。**原瑞鹏将旗下医院大致分为中心医院、专科医院、社区医院三级，新瑞鹏集团也继续沿用“1+P+C”模式,即“中心医院+专科医院+社区医院”。其中，中心医院主攻重大疾病，专科医院定位于细分市场，社区医院主要满足社区周边宠物常见疾病需求，不同级别医院之间相互转诊，专家定期向下巡诊。该体系的建立，一方面可优化就诊流程、实现宠物医疗需求全覆盖，另一方面也利于优化资源配置，应对行业宠物医生人才不足的困境。

2. **供应链集中管理。**原瑞鹏以深圳利都与深圳瑞海联两家子公司为依托，发挥规模优势、集中管理供应链。新瑞鹏成立后引入北京世昌源，进一步加强华北地区供应链管理，集中采购宠物用品、药品、设备，有利于集团降低采购成本、提高整体运营效率。

3. **强化人才培养体系。**原瑞鹏于2016年设立了维特培训中心，开展兽医培训服务。新瑞鹏成立后，人才培养体系进一步完善，旗下铎悦教育集团针对基础兽医、中级兽医、专科兽医都设有培训业务板块，有利于集团进一步扩大规模。



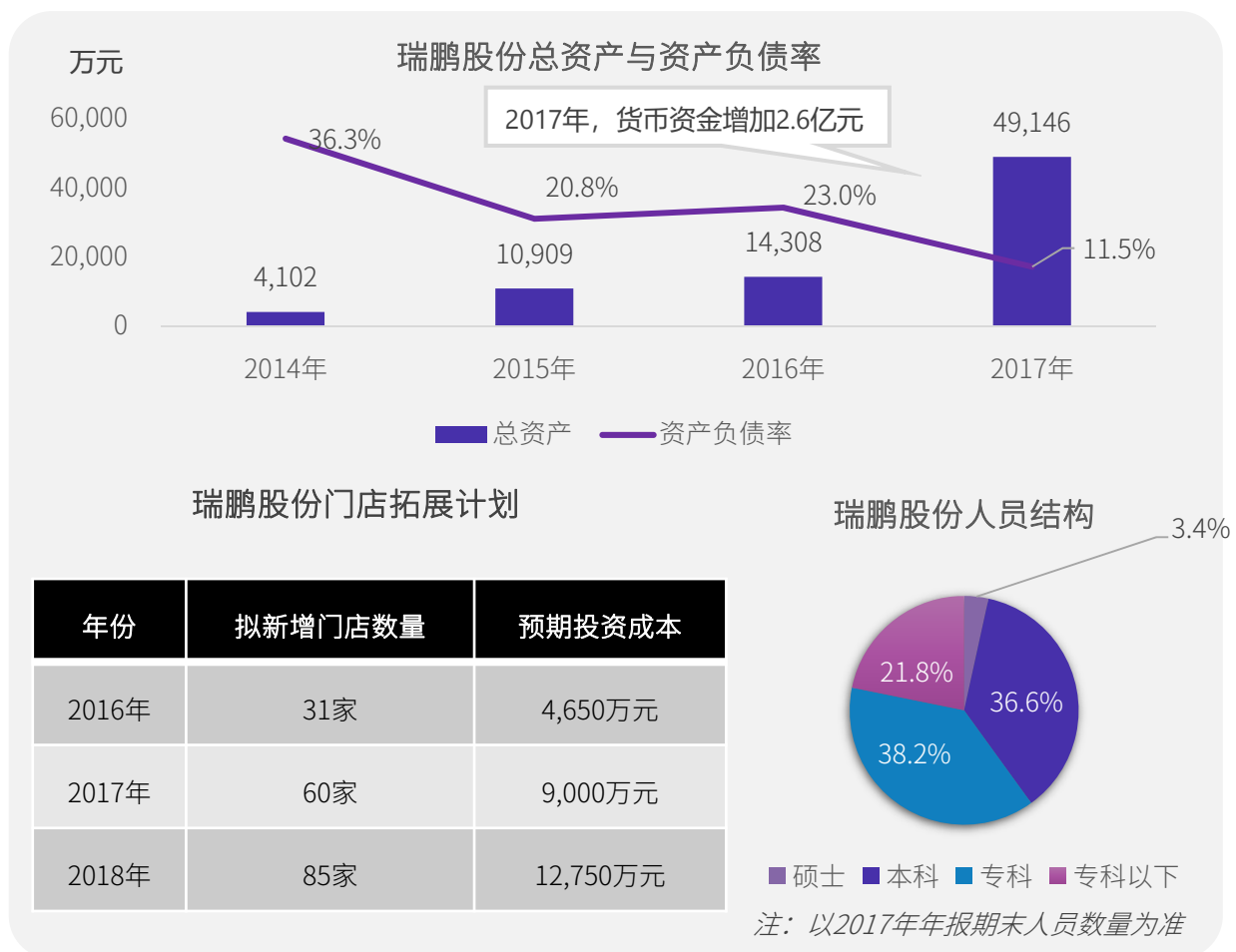
数据来源：瑞鹏股份招股书，瑞鹏股份年报，鲸准研究院

4.1 新瑞鹏集团

平均单店投入约150万元，资本回收期2-3年

- **运营分析：**瑞鹏股份与高瓴资本所投宠物医院合并后，新瑞鹏集团整体员工数量近万人，而原瑞鹏至2017年末员工数量为1,989人，其中近40%为本科及以上学历，约38%为专科学历。预计行业整体缺乏优质医疗人才的问题，对新瑞鹏的后续运营将成为挑战。

有关新瑞鹏集团资产情况未有披露。从原瑞鹏股份2014年至2017年的总资产及资产负债率变化情况看，原瑞鹏股份经过2015年、2016年的快速扩张期，其新建门店在2017年已逐渐成熟，进入资本回收期。而根据瑞鹏股份2016年招股书披露的门店扩张计划，平均每家门店投入金额为150元。新瑞鹏集团成立后，预计其将系统调整旗下上千家宠物医院布局，在宠物医院过于饱和的街道，关停部分收入不足的门店，将资产负债水平维持在合理范围内。



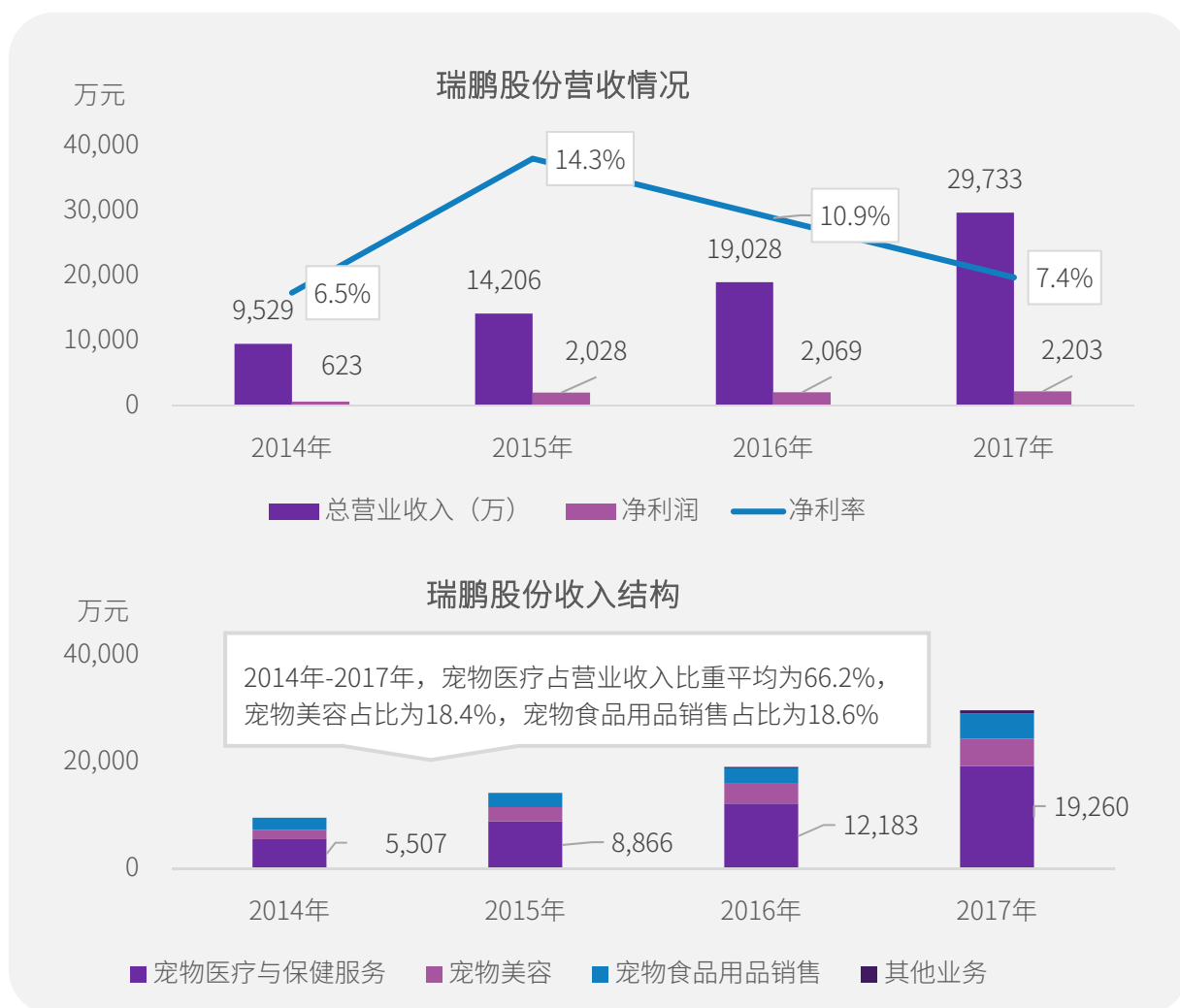
数据来源：瑞鹏股份招股书，瑞鹏股份年报，鲸准研究院

4.1 新瑞鹏集团

平均单店收入约200万元，早期宠物医疗收入占比较低

■ **营收分析：**根据原瑞鹏披露的营业收入和门店拓展计划可推算，其单店收入约为200万元，平均净利率水平约为10%，与宠物医疗行业整体盈利水平相当。一方面，原瑞鹏近三年仍在新建或并购门店，投入不断增加。

另一方面，从收入结构看，原瑞鹏对宠物美容和宠物食品用品销售的依赖程度较大，宠物医疗收入占其营业收入比重约为60%。新瑞鹏集团成立后，随着高瓴资本所投宠物医院的加入及战略升级，其医疗收入占比可能提升。

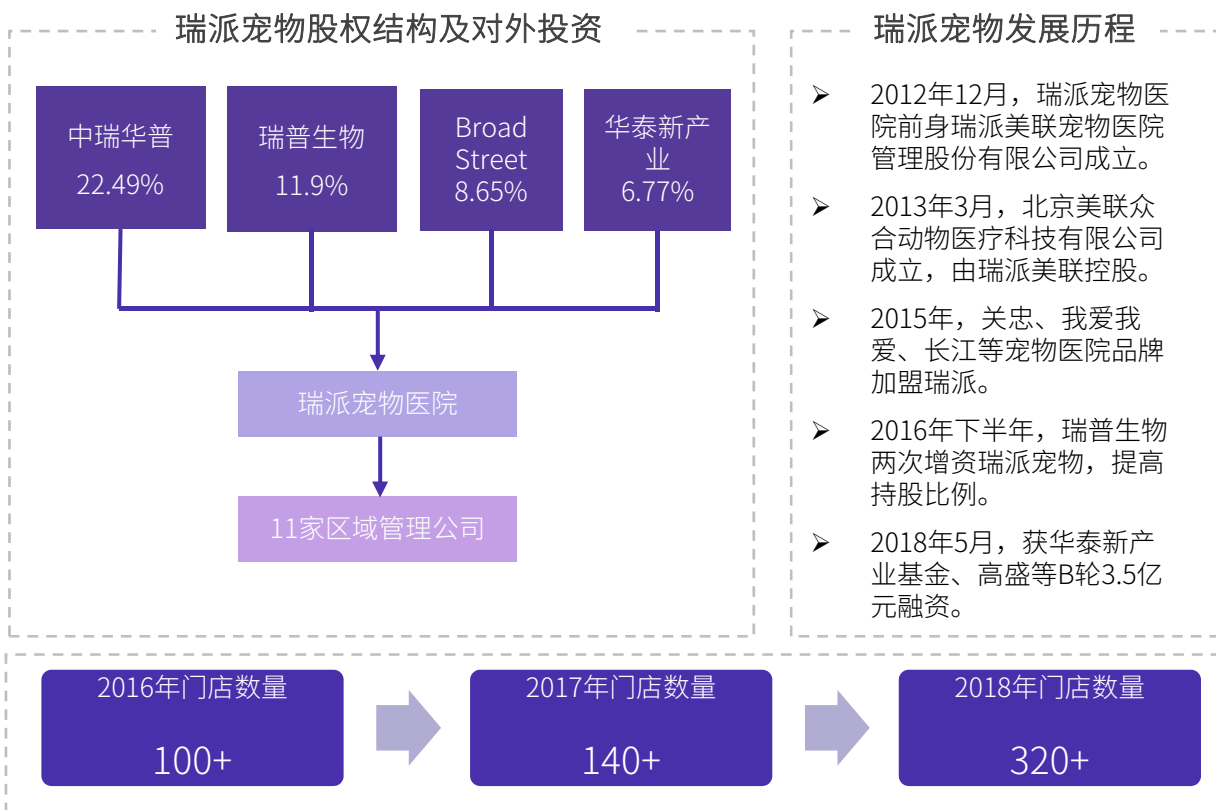


数据来源：瑞鹏股份年报，鲸准研究院

4.2 瑞派宠物医院

聚焦内部管理，探索建立标准化管理体系

- **基本情况：**瑞派宠物医院最早成立于2012年，兽药领域上市公司瑞普生物持有其11.9%的股份。目前瑞派宠物旗下门店数量超过300家，遍布全国50多个城市，拥有关忠动物医院、派特动物医院等多个品牌，年接诊量达200万例。
- **发展战略：**从瑞派宠物医院的发展历程看，其扩张速度刚开始比较平稳，直到2015年才加紧收购宠物医院门店，开始大规模快速扩张，此时其竞争对手瑞鹏股份已展开了对北京、上海等城市的布局。进入2018年以后，瑞派宠物医院扩张规模暂时放缓，发展重心转向旗下300多家医院标准化和精细化管理，包括内部人才建设、信息化管理、整合产业上下游资源等多个方面，以沉淀管理经验、塑造医院品牌，并计划2020年展开新一轮扩张。
- **业务及模式：**和行业整体情况类似，瑞派主营业务包括宠物医疗、宠物美容洗护、宠物食品用品销售三方面。借助公司股东瑞普生物在宠物药品、宠物第三方检测领域的布局，瑞派宠物医院在整合产业上下游资源方面具有优势，有利于其优化资源配置、丰富获客渠道。



数据来源：鲸准洞见

4.2 瑞派宠物医院

医疗收入占比接近80%，注重提升运营效率

■ 运营及营收分析：

1.收入增长速度较快。根据瑞普生物披露的财报数据，瑞派宠物医院2015年营业收入不足4,000万元，2016年则增长至1.44亿元，同时门店数量也增长至105家。

到2018年，鲸准研究院通过访谈瑞派宠物了解到，其单店平均收入可达260万元，远高于行业150万元的平均水平；若按320家门店的数量计算，其2018年营业收入超过8亿元；按17%-20%的净利率水平计算，其2018年净利润约1.4亿元。

瑞派宠物医院对门店人员配置和选址有相应的标准和要求，一般门店人员数量10个以上，猫狗分区。自建门店考虑因素较多，包括周边客流量、对环境的影响等。

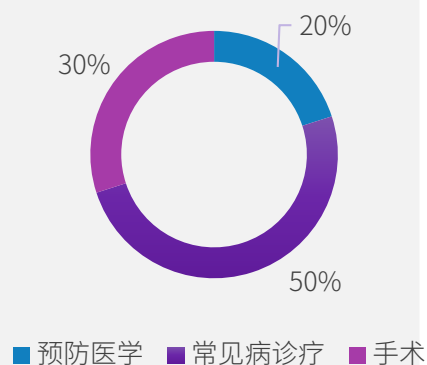
2.医疗服务收入占比较高。在瑞派宠物医院营业收入中，医疗服务收入所占比重超过80%。而在医疗服务收入中，疫苗接种、驱虫、体检等预防性医疗服务收入约占30%，皮肤病、消化道疾病等常见病诊疗收入约占50%，手术收入则占20%，其中大部分为绝育手术，这与宠物医疗行业整体情况大体一致。

从瑞派宠物医院的成本结构中，也可看出其对宠物医疗服务的偏重。医疗服务依赖于医生等专业技术人员的人力投入，因而人力成本占瑞派宠物医院运营成本的比例32%-35%，其次是药品、耗材采购成本，约为22%。

瑞派宠物医院运营情况

财务指标	2016年	2018年
营业收入	1.44亿元	约8.3亿元
净利润	447万元	约1.4亿元
门店数量	超过100家	超过320家
单店平均收入	约140万元	260万元

瑞派宠物医疗收入结构



数据来源：瑞普生物年报，瑞派宠物，鲸准研究院

05

宠物医疗投融资 分析

- 5.1 项目划分标准及方法学
- 5.2 行业投融资时间分布
- 5.3 行业投融资地域分布
- 5.4 行业投融资轮次及单次金额分布
- 5.5 主要投融资事件

5.1 项目划分标准及方法学

投融资分析范围不含上游生产企业和宠物寄养、洗美等非医疗性质的项目

■ 划分标准：

1. 本部分数据仅包含宠物医疗服务相关项目，不包含上游设备、耗材、药品及保健品生产企业，也不包含宠物寄养、训练、洗美、交易等非医疗性质的项目。
2. 行业分类划分为“宠物医院”、“互联网+宠物医疗”和“其他”三类。“宠物医院”指提供线下实体宠物诊疗服务的项目；“互联网+宠物医疗”指提供各类线上问诊服务、O2O平台服务的项目；“其他”指提供包含宠物医保、第三方检测等服务的项目。

■ 方法学：

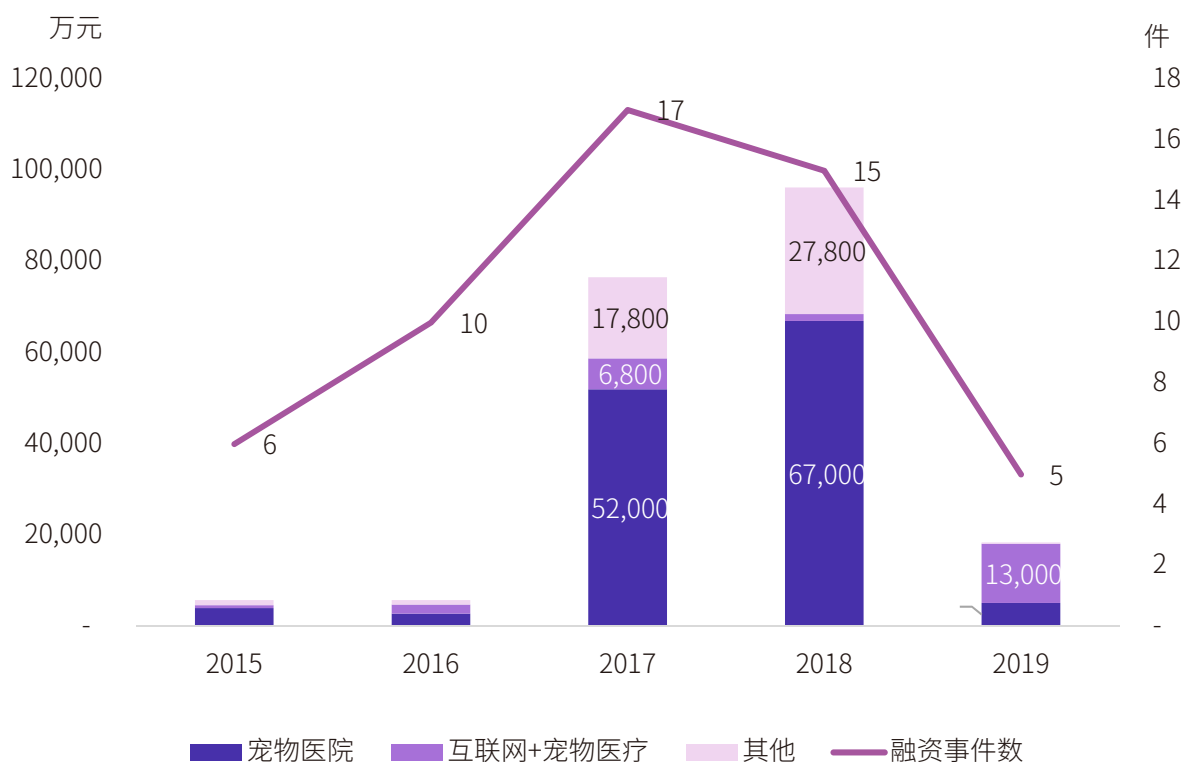
1. 本部分根据鲸准洞见数据整理，对于未披露金额的交易，洞见数据库采用估算金额，以便更加全面地评估投融资市场。
2. 本部分数据以融资项目为主体，不包含上市、新三板挂牌以及上市/挂牌后定增金额；
3. 本部分仅统计所在地为国内的项目，海外项目不计入分析范围；
4. 对于部分未披露融资轮次的项目，若公开报道中出现“战略投资”即归入“战略投资”类，若投资方股权占比超过50%即归入“并购”类。
5. 2019年数据为前1-8月数据。

5.2 行业投融资时间分布

2017年-2018年行业总体融资额、融资事件数、平均融资额均达峰值

- **从总体融资金额看：**2014年以前宠物医疗行业投融资数量极少，2013年-2014年年度融资额不足500万；2015年-2016年开始行业逐渐被资本关注，年度融资额达到5,750万元；2017年-2018年行业年度融资额分别达到7.7亿元和9.6亿元；2019年前8月受整体投融资环境影响，行业融资额有所回落，仅为1.8亿元。
- **从融资事件数量看：**2015年-2017年开始融资事件数量持续上升，分别为6起、10起和17起，2018年基本持平为15起，2019年前8月仅5起。
- **从单笔融资金额来看：**2015年-2016年平均单笔融资金额约719万元，2017年-2018年平均单笔融资金额高达5,704万元，2019年前8月平均单笔融资金额为3,680万元，反映出行业自2017年后趋于单笔大额融资，也体现出受资项目趋于成熟。

宠物医疗行业融资金额和事件数



数据来源：鲸准洞见

5.3 行业投融资地域分布

北京、上海、浙江等省市投资活跃

从地域分布情况看，2015年-2019年前8月宠物医疗行业融资事件共53起，主要发生于北京、上海、浙江等省市。北京达到20起，位列全国第一；其次是上海14起；浙江、广东和江苏分别为7、6和4起。

可以看到，由于宠物医疗和经济发展关系密切，受资项目多分布于经济较为发达的地区，这些地区也同样是宠物基数较大，且宠物医院数量较多的地区。

2015-2019年宠物医疗行业投融资事件地域分布



数据来源：鲸准洞见

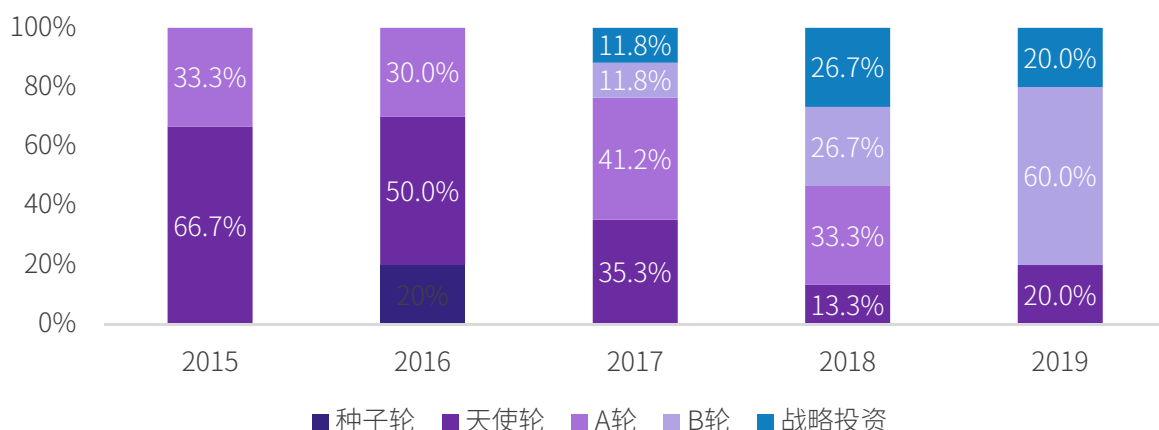
5.4 行业投融资轮次及单次金额分布

行业投资趋于成熟，项目阶段后移，单次融资额 ≥ 5000 万元比例逐步提升

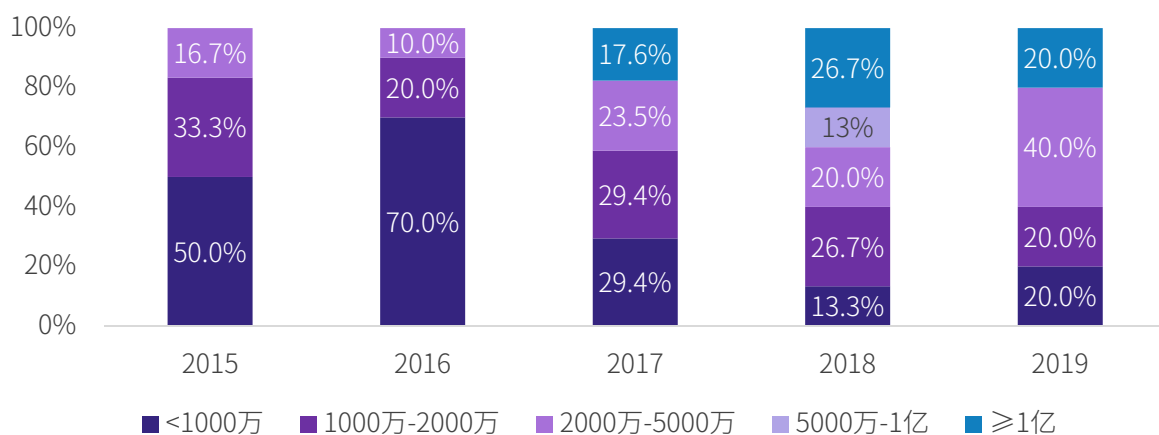
- **从融资轮次看：**行业内种子轮和天使轮融资逐步减少，从2015年的67%持续下滑至2018年的13.0%。与此同时，行业内B轮和战略投资比例于2018年均达到27%，2019年前8月中60%的受资项目均为B轮。
- **从单次融资金额看：**行业内大额单次融资比例逐步提升。例如2016年90%的项目单次融资金额小于2000万元，2018年这一比例仅为40%。5000万元以上的融资比例在2018年达到峰值40%。

这种现象反映出宠物医疗行业正在趋于成熟，早期项目逐渐减少，项目阶段逐步后移，战略投资的重要性逐渐提升。

宠物医疗行业融资轮次分布



宠物医疗行业单次融资金额分布



数据来源：鲸准洞见

5.5 主要投融资事件

2017年以来亿元以上融资事件共8起

2017年以来亿元以上融资事件共8起，集中于5个项目，分别是瑞派宠物（2017年5月、2018年5月、2018年8月）、联宠科技（2017年5月、2018年4月）、瑞鹏宠物医院（2017年11月）、拓瑞检测（2018年3月）、爱宠医生（2019年8月）。

其中，瑞派宠物和瑞鹏宠物医院是宠物医疗连锁机构；联宠科技是宠物医疗软件研发商，旗下拥有宠物检测诊断连锁机构；拓瑞检测是宠物医学检验服务平台，并帮助医生为动物建立个性化的电子病历；爱宠医生是宠物医生在线问诊平台。

宠物医疗行业主要投融资事件

项目简称	成立时间	项目分类	所在地	轮次	投资时间	金额(万元)	投资方简称
瑞派宠物	2012	宠物医院	天津市	A轮	2017-05	24,500	Stonebridge, 天津瑞普生物, Broad Street
				战略投资	2018-05	35,000	天创资本, 华泰瑞联, Goldman Sachs alumni
				B轮	2018-08	15,000	越秀产业基金
联宠科技	2014	其他	北京市	A轮	2017-07	10,000	清控银杏
				A+轮	2018-04	15,000	九宜城, 北京康曼德资本管理有限公司, 新希望集团, 巨杉资本, 九鼎投资
瑞鹏宠物	2013	宠物医院	广东省	战略投资	2017-11	24,600	阳光融汇
拓瑞检测	2013	其他	北京市	B轮	2018-03	10,000	承树投资
爱宠医生	2015	互联网+宠物医疗	上海市	B轮	2019-08	13,000	豫园股份

数据来源：鲸准洞见

06

宠物医疗行业 挑战及趋势展望

5.1 行业挑战及风险

5.2 行业发展趋势

5.3 行业投资机会

6.1 行业挑战及风险

专业型、管理型人才不足，宠主医疗消费意识亟待提升

随着养宠人数的增加及经济水平的提高，可以预见宠物医疗市场潜力将进一步释放，但同时也须注意到该行业还存在人才不足、市场规范程度较低、宠主医疗消费意识不够三方面挑战。

01 人才不足

宠物医疗行业对人力依赖程度较高，人才资源是市场核心资源，但该行业长期面临宠物医生人才不足的困境，直接制约了该行业的发展空间。一方面，每年从兽医相关专业毕业，且毕业后从事宠物医疗行业的储备人才不足，难以为行业后续发展提供强有力的基础支撑；另一方面，目前该行业人员普遍较为年轻，学历水平和人员薪酬水平偏低，行业流动性较大，缺乏资历较深、专业水平较高的专业人才，引领行业学科建设、建立行业规范。此外，宠物医疗行业管理型人才也较为稀缺，多数管理者为临床医生，技术水平较高但缺乏管理经验，这进而影响了宠物医疗行业的标准化程度和规模化程度。

02 市场规范程度较低

我国宠物医疗行业起步较晚，《动物诊疗机构管理办法》等监管规范至2008年左右才相继建立，行业规范落地程度也参差不齐。在北京、上海等宠物医疗市场竞争较激烈的一、二线城市核心区域，政府监管力度和行业自律程度相对较高。但在更多的三四线城市及一、二线城市非核心区域，宠物店违规开展医疗服务、宠物医院乱收费等现象仍时有发生，这不利于宠物医疗行业的长远发展，也可能损害行业整体在消费者心中的形象，进而影响其消费行为。

03 宠主医疗消费意识待提升

宠物消费兴起时间不长，尽管宠物对人们的情感陪伴作用愈发显著，但宠主整体对宠物需求的认知和理解程度还有待提升。目前宠主的消费支出主要集中在宠物粮食购买方面，对宠物的精神需求和医疗需求重视程度较低。当宠物疾病发生时，许多宠主未能及时带宠物到患者就医，使得本来需求频次不高的宠物医疗行为进一步受到影响，宠物医疗行业发展也因此受到掣肘。

数据来源：鲸准研究院

6.2 行业发展趋势

市场竞争将更加激烈，连锁医院走向精细化管理

基于对宠物医疗行业驱动因素、市场竞争现状及运营模式等方面的分析，我们认为接下来宠物医疗行业将呈现市场洗牌加剧、企业走向精细化管理、行业监管程度趋严三方面趋势。

01 市场洗牌加剧

在北京、上海、杭州等一线城市，宠物医院之间的竞争已经非常激烈。未来该区域市场竞争程度还会进一步提升，经营管理能力不足的宠物医院将被淘汰出局，大规模连锁宠物医院可能关停部分经营效果较差的门店，优化旗下医疗资源配置，提升整体经营和管理效率。市场竞争格局也将进一步清晰，随着大规模连锁宠物医院竞争优势和市场地位被进一步稳固，其市场份额有望被提升，届时宠物医疗市场集中程度也将增加。

02 走向精细化管理

经历近三年跑马圈地的快速扩张期，位居市场第一梯队的连锁宠物医院并购扩张步伐正在放缓，市场上的优质宠物医院标的也处于稀缺状态。从新瑞鹏、瑞派等头部宠物医院的战略发展方向可以看出，其战略重心正逐渐从规模扩张转向企业精细化管理，包括人才培养、科研合作、医疗质量管理等多个方面，门店经营效率有望进一步提升，前期大规模投入将迎来回报。这一进程也有利于提升行业规范程度，逐步建立行业标准。

03 行业监管趋严

国内宠物医疗行业起步较晚，行业监管也较为滞后。但随着养宠人数不断增加，宠物医疗行业监管问题已得到包括宠物主、宠物医院等多方利益相关者重视，政府也于2018年出台了多项与宠物健康相关的规范、政策，预计未来行业监管也将趋严。在疾病预防方面，由于传染病防治与公共卫生安全息息相关，宠物疫苗接种将受到政府更严格的规范，违规经营的宠物店和宠物医院也将面临严厉的处罚和整治。

数据来源：鲸准研究院

6.3 行业投资机会

早期投资窗口期已过，行业机会集中于特色项目

国内宠物医疗市场已经出现新瑞鹏集团、瑞派宠物等规模较大的连锁宠物医院品牌，其在未来宠物医院市场竞争中将继续保持竞争优势。目前宠物医疗行业已度过早期投资的窗口期，行业投资机会主要集中后期具有专科优势、地域市场优势或创新型模式的项目。

01 特色专科项目

未来随着宠物医疗市场潜力逐渐释放，市场细分程度将进一步提升，具有专科特色的宠物医院，或可凭借差异化定位，在激烈的市场竞争中保持竞争优势，比如猫专科、骨科、异宠治疗等。一方面，国内宠物医疗行业最早兴起时，主要针对宠物犬的疾病诊疗需求，在宠物猫诊疗领域缺少经验。但近三年养猫人数增长较为明显，宠物猫数量已几乎与宠物犬数量相当，这为猫专科医院提供了市场发展机会。另一方面，相比较皮肤病等宠物常见疾病诊疗，骨科、肿瘤等专科疑难疾病的技术要求更高，具备相应能力的医院可构筑较强的市场竞争壁垒。随着宠物主对宠物健康的重视程度逐渐提升，其也倾向于为更高水平的医疗服务埋单。

02 地域优势项目

过去三年间，包括北京、上海、深圳、杭州在内的十多个一线或新一线城市宠物数量不断增长，头部连锁宠物医院也投入巨资在这些城市自建或收购宠物医院门店，目前其市场竞争已经饱和。但在二线城市及部分经济发展潜力较大的区域，宠物医疗市场需求还未迎来爆发期，未来随着经济发展水平稳步提升，在这些城市已经占据先发优势的宠物医院，有望凭借在该地域积累的口碑和客流量，实现规模扩张，成为区域性头部企业，投资者也可从中寻找投资机会。

03 创新型项目

互联网、大数据等技术的应用，为宠物医疗行业带来了探索新业态、新模式的可能。随着宠物医疗市场成熟度、宠物主医疗保健消费意识进一步提升，致力于通过新技术、新模式提高宠物医院运营效率，深化宠物医院、医生与宠物主之间连接的创新型项目也值得关注。在传统宠物医院竞争格局已逐渐明晰的情况下，创新型项目或能从其他突破口切入获得发展机会。

数据来源：鲸准研究院

致谢

(按字母顺序排列)



萌兽医馆



JINGDATA介绍 – 产品&数据

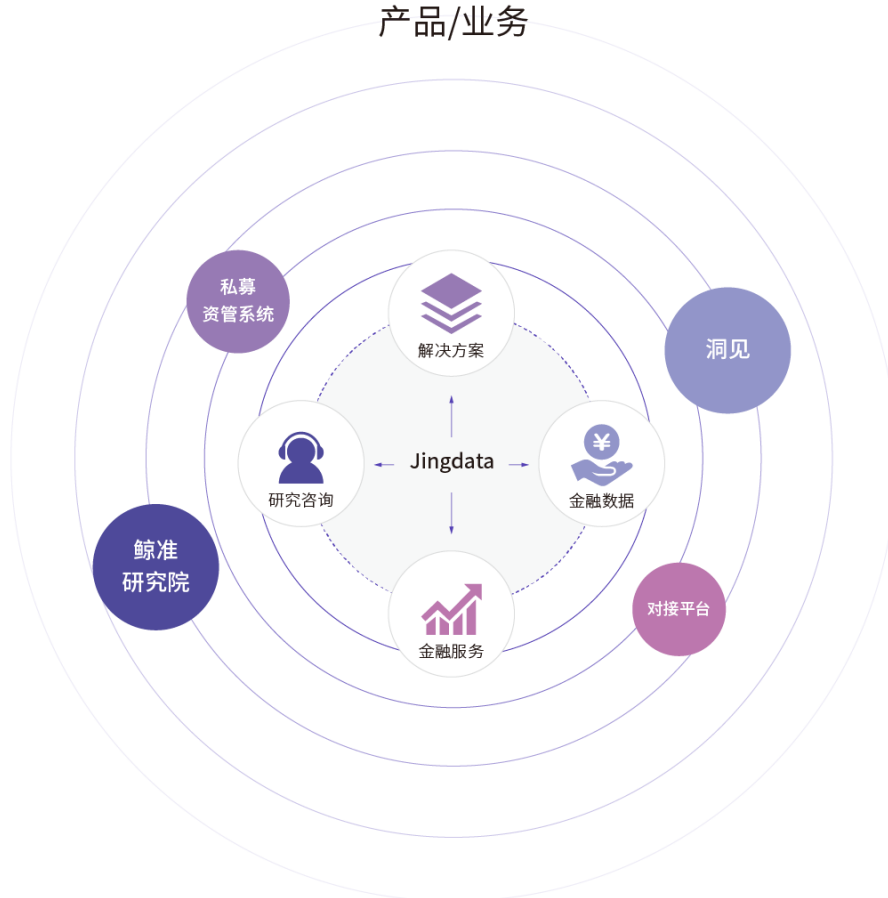
数据来源

60万+优质项目

1万+机构

3万+创业者和投资人

产品/业务



7年创业投资领域深耕

先于市场发现项目实现全行业首发报导

多元平台实现早期获投资项目超8成覆盖

联合36氪主站发稿、公众号宣传,百万级PV量宣传资源

150+媒体合作,已包括人民网、新浪、搜狐等综合门户

已打通包括经纬、红杉等600+家合作投资机构,300+社群资源

JINGDATA介绍 – 鲸准研究院



数据掘金

依据JINGDATA数据库内 *60*万优质项目,上百种数据维度,从行业、地域、资本等多个维度进行数据深入挖掘。



创投洞见

*7*年创投领域深耕,一线投资人、优质创业者人脉积累,对创投领域进行深入洞察。



行业剖析

各领域资深分析师多年行业持续积累,定性定量结合对行业进行深入剖析。

JINGDATA · 数据报告

- 创投数据分析报告
- 行业深度分析报告
- 商业化定制报告
- 标准定期报告
- 政府双创报告



新 经 济 金 融 信 息 服 务 平 台



扫码试用鲸准产品