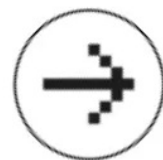


2027宠物时尚趋势白皮书(上)

2027 WHITE PAPER ON TREND



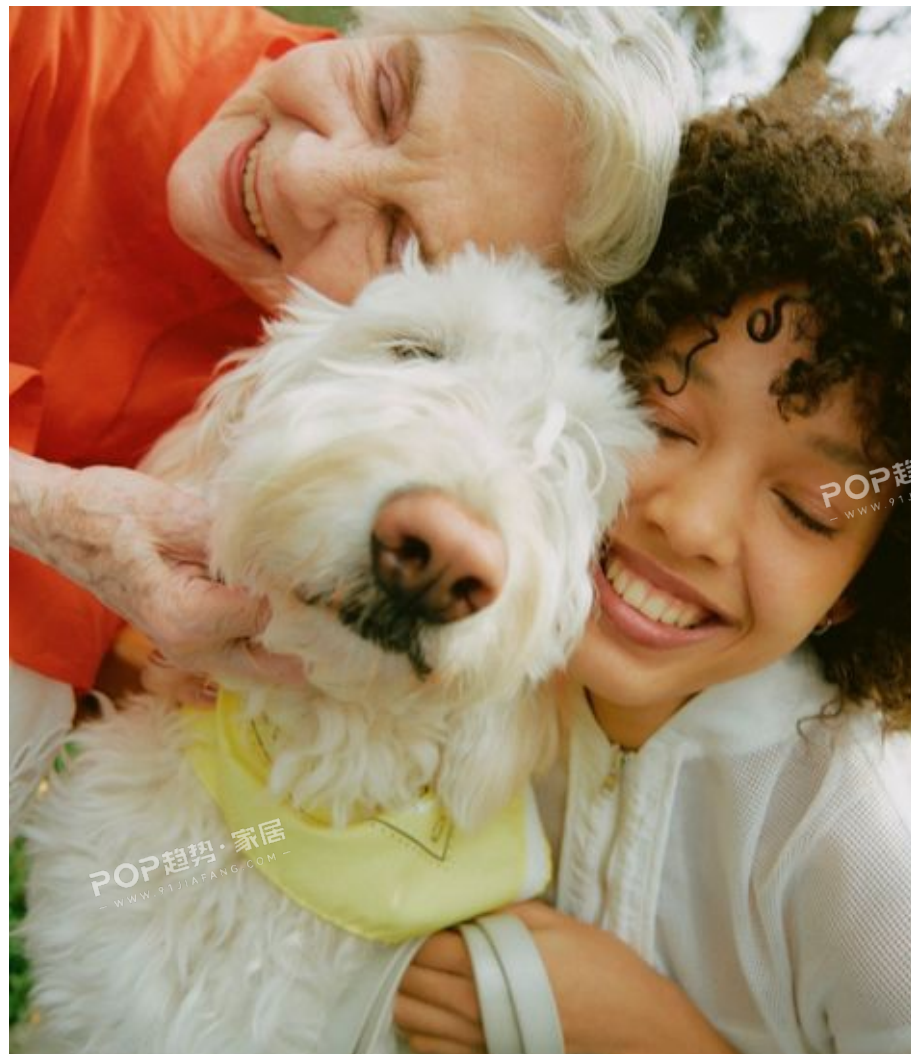
POP-FASHION年度趋势指导文件，助力企业、品牌和设计师未来发展和规划

2027年宠物时尚趋势白皮书

综述：

当全球经济变革、科技人本化迭代与消费价值重构形成时代共振，中国宠物消费市场正迎来深度跃迁，从基础功能刚需向情绪价值延伸，从单一品类消费向全生态闭环升级，从传统养宠模式向时尚化、精细化养宠新范式转变。2027年，宠物行业保持稳健扩容态势，家庭宠物平均消费力持续攀升，「它时尚」早已突破单纯穿衣扮靓的浅层认知，成为年轻一代核心消费群体拟人化养宠的情感投射，是宠物深度融入家庭生活、助力主人实现自我表达的重要载体，更成为兼具时尚设计、功能科技、场景适配与可持续价值的生活方式表达。

在精细化养宠的行业大趋势下，宠物时尚赛道迎来全新发展格局，时尚个性化、功能科技化、消费场景化成为核心特征，特色风格产品、智能科技面料、场景化服饰需求迎来爆发式增长，社交电商实现从「声量」到「销量」的高效转化，AI科技、数智化设计更持续拓宽宠物时尚的创新边界。站在行业发展的关键节点，本白皮书立足宠物行业整体发展脉络，结合时代趋势特征，系统梳理宠物时尚行业的市场基底、品牌破局策略、核心风格方向与品类创新路径，全面解码从产品设计到产业生态的趋势变革。





Contents 目录

01

宠物行业市场格局洞察

Pet Industry Market Overview

02

品牌战略解析

Brand Case Analysis

03

2027宠物时尚趋势

2027 Pet Fashion Trends

04

品类价值升级分析

Core Category Analysis

05

行业未来方向总结

Summary & Outlook

01

宠物行业市场格局洞察

Pet Industry Market Overview

市场概況

品牌案例

趋势洞察

品类分析

总结展望



Sadie Osborn

||

当前中国宠物行业正从规模扩张向价值深耕跃迁，宠物时尚成为赛道新增长极。消费需求从基础功能向情绪价值、自我表达与可持续理念延伸，年轻一代与精致养宠群体成为核心驱动力。市场呈现高端化与大众化并行、场景化与个性化交织的格局，社交电商与技术创新共同推动行业升级，为宠物时尚的风格迭代与品类创新奠定了坚实基础。

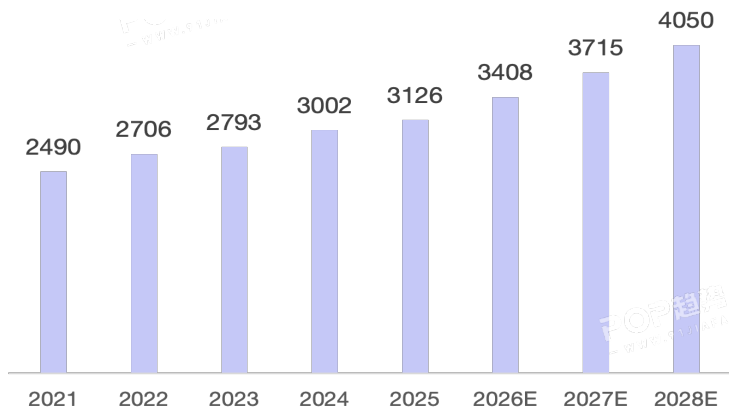
||

1.1.1 宠物行业发展现状

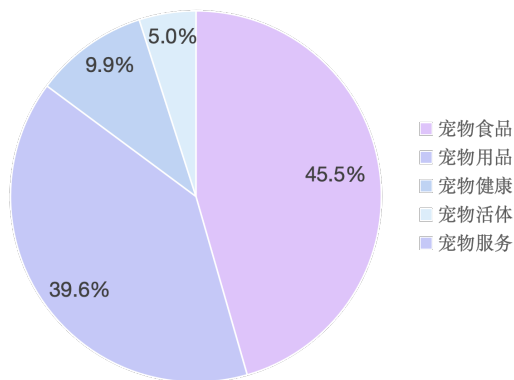
2027 年中国宠物行业正处于从规模扩张向价值深耕过渡的关键阶段，消费升级及精细化养宠理念的全面普及，推动行业整体呈现品质化、时尚化的稳健增长态势。

核心数据概览

中国城镇宠物（犬猫）行业市场规模（单位：亿元）



2025年宠物行业品类销售占比



行业规模预计 2028 年突破

4千亿元

▲ CAGR约为 5.8%-9.0%

宠物用品是第二大品类占比

40%

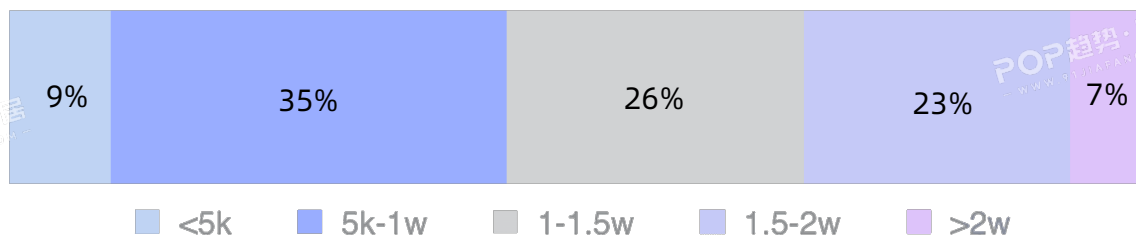
为时尚赛道提供基础

消费升级动力充足

超90%

宠主具备可持续消费能力

中国宠物主月收入分布情况



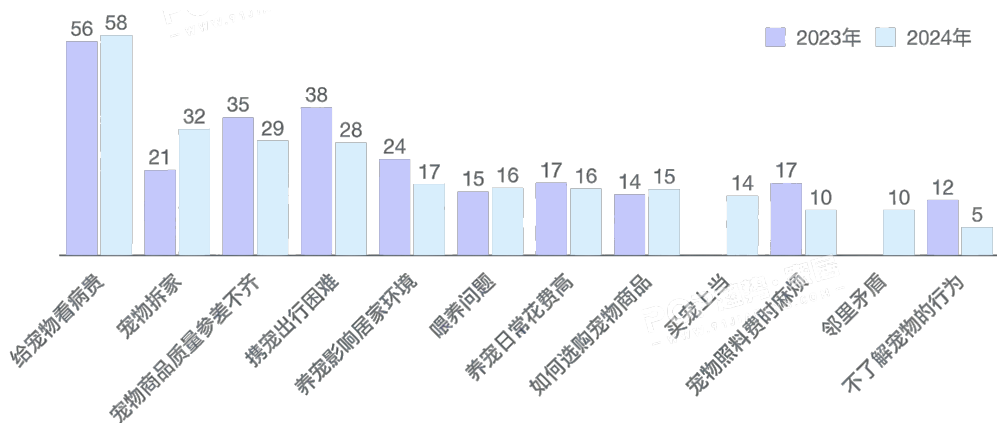
数据来源：《2025年中国宠物行业白皮书》，《2026年中国宠物行业白皮书》，炼丹炉大数据整理，艾瑞咨询2025年5月宠主定量调研

1.1.2 宠物行业细分市场机遇

宠物食品为行业基本盘，宠物用品是高增长核心引擎，宠物健康与服务潜力强劲；宠主诉求驱动行业向“时尚 + 健康 + 场景”升级，为宠物时尚赛道开辟广阔空间。

核心数据概览

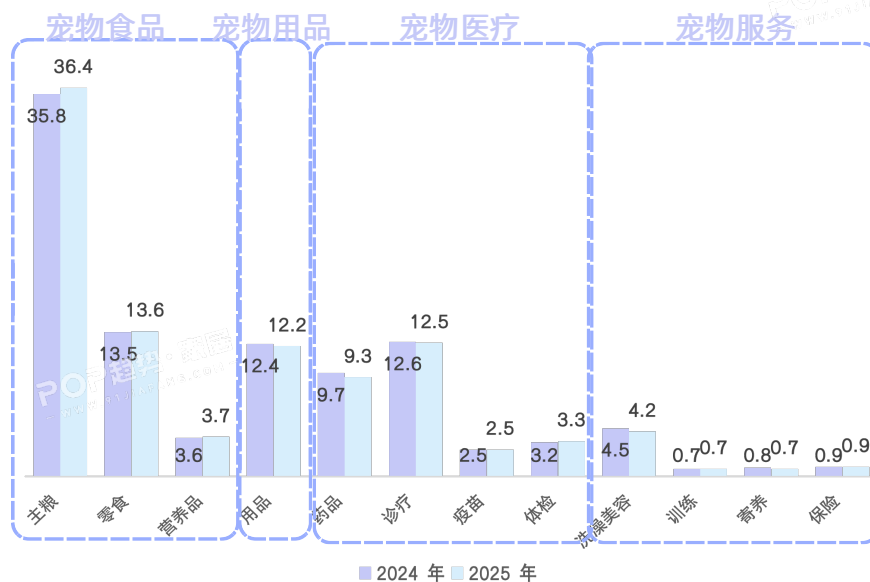
中国宠物主养宠痛点（单位：%）



从宠主养宠痛点可见，宠物医疗健康、高品质用品、人宠共生场景与效率服务四大细分市场机遇显著。宠主对健康安全、品质颜值、场景便捷与高效养宠的核心诉求，将为宠物行业带来多元增长空间，也为宠物时尚跨界融合奠定了需求基础。

宠物消费结构呈现食品为基、医疗为保、用品为质、服务为享的特征，食品与医疗是刚需基本盘，用品与服务是品质升级与场景拓展的核心抓手，为宠物时尚赛道提供了广阔的增长空间。

宠物（犬猫）消费结构变化（%）



数据来源：《2025年中国宠物行业白皮书》，《2026年中国宠物行业白皮书》，炼丹炉大数据整理，艾瑞咨询2025年5月宠主定量调研

1.1.3 宠物行业产业环境

宠物行业全产业链成熟，宠物用品品类深度嵌入；政策从国家到地方全面利好，产业与政策共振下，宠物行业迎来高质量发展机遇。

宠物产业链全景图



政策指引

01 国家定位升级

《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》（2025年11月）宠物用品、时尚潮品被列为新型消费重点，获得国家政策支持，助力品牌化、高端化发展。

02 标准利好原创

《伴侣动物（宠物）用品安全技术要求》（GB/T 43839-2024）明确宠物服饰等用品需符合材质无害、色牢度达标、无有毒染料、规范标识等要求。

03 地方扶持产业

南京市《关于促进宠物经济发展的实施意见》（2026年2月）对宠物时尚相关企业给予融资、场地支持，目标2030年宠物产业规模突破150亿元。

04 宠物友好城市建设

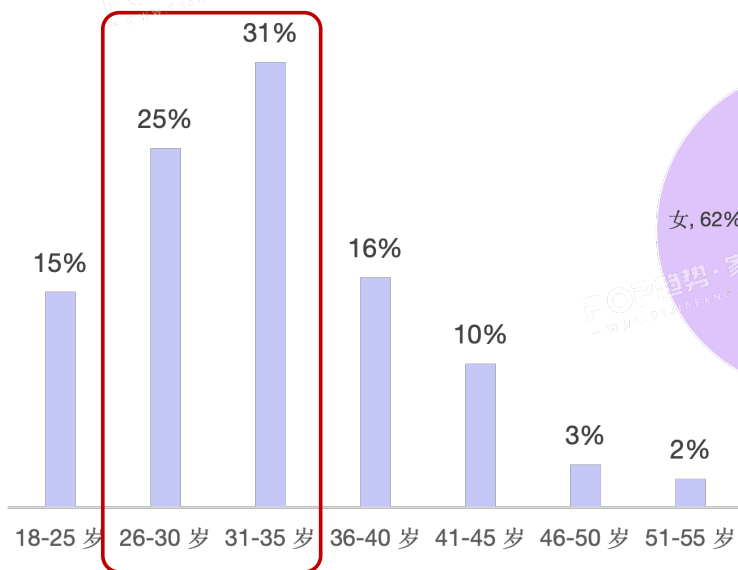
深圳市已建成11个宠物友好公园、50余个宠物友好购物中心，南京市推动“宠物+文旅”融合，在老山片区、江心洲等建设宠物友好设施，开发宠物友好旅游线路等。

1.2.1 核心消费人群画像

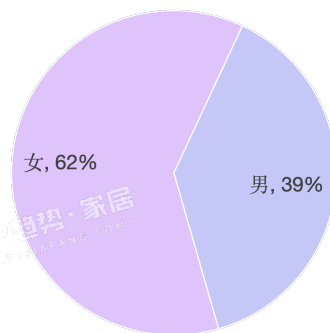
核心消费群体正呈现年轻化、高净值、品质化趋势。需求升级驱动宠物时尚化、场景化消费，为赛道增长提供核心动能。

主力人群画像

养宠人群年龄分布



养宠人群性别分布

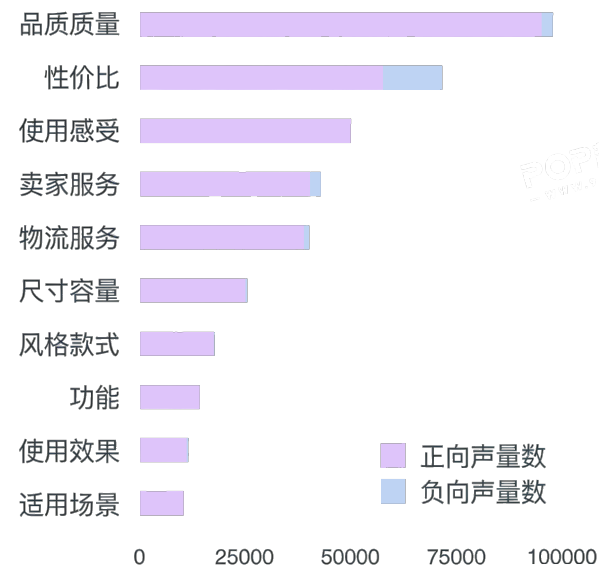


中国养宠人群呈现年轻化、女性主导的核心特征：26-35岁中青年占比超五成，35岁以下群体占比达71%，消费群体高度年轻化；性别层面女性占62%，成为绝对消费主力。这类群体注重情感陪伴与审美表达，为宠物时尚产品的场景化、个性化创新提供了坚实的需求基

数据来源：艾瑞咨询2025年5月宠主定量调研，炼丹炉大数据整理

需求迁移趋势

猫 / 狗用品消费者关注点



宠主消费以品质为底、体验为核，风格款式正成为需求迁移的核心增量方向，为宠物时尚化提供需求支撑。

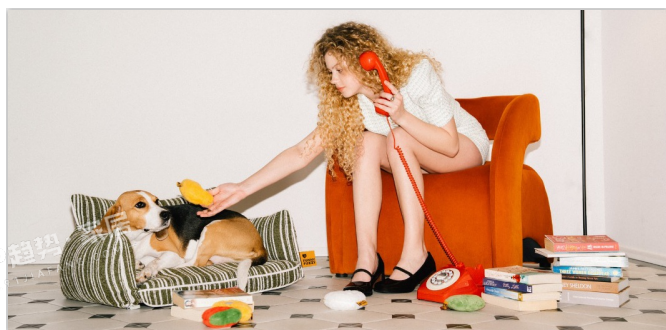
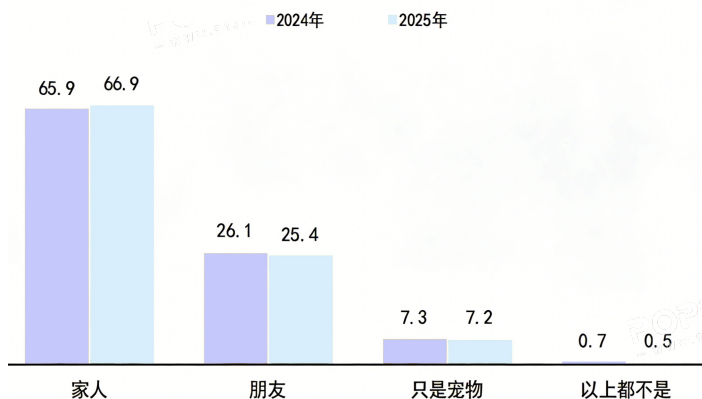


1.2.2 核心消费人群养宠观念

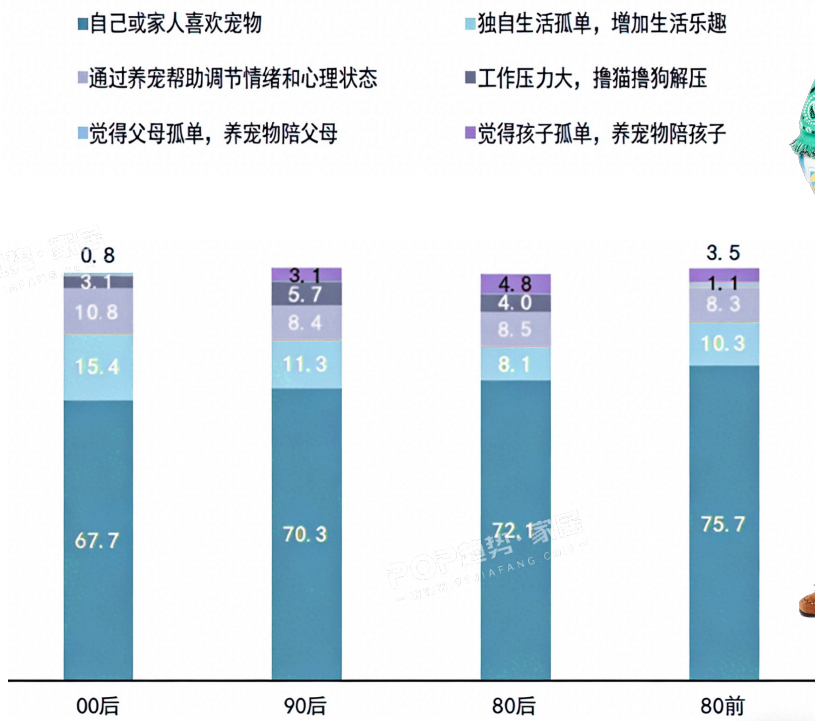
宠主已形成「视宠为家人」的情感共识，这种观念升级推动消费向品质情感型转变，更关注宠物健康、情绪与审美表达，直接促进宠物时尚化、场景化消费升级。

核心数据概览

宠物角色认知 (单位: %)



不同年龄段养宠原因 (单位: %)



数据来源: 公开资料整理, 年轻一代 (18-35 岁, 尤其是 90/00 后)

1.2.3 核心消费人群消费需求

场景化情感消费



不同年龄段情感诉求清晰分化，年轻群体侧重「自我疗愈」，年长群体侧重「家庭陪伴」，情感需求进一步具象为场景化消费如出行穿搭、居家陪伴、

品质体验



AIBYKHOA

品质为底，体验为核，风格款式成为需求迁移的核心增量。26-35岁女性核心群体，将“审美表达”与“情感陪伴”结合，推动个性化、时尚化消费。

社交种草



流量进一步转化为消费，宠物 KOL 带货成为主流，小红书等平台的“宠物时尚”“宠物家居”等内容直接带动商品销售，社交种草成为核心消费决策路

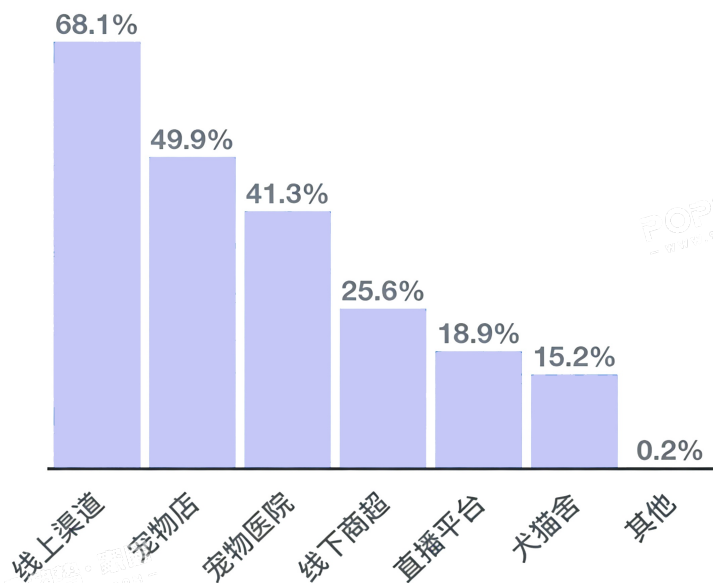
数据来源：公开资料整理，年轻一代（18-35岁，尤其是90/00后）

1.3 宠主消费渠道偏好

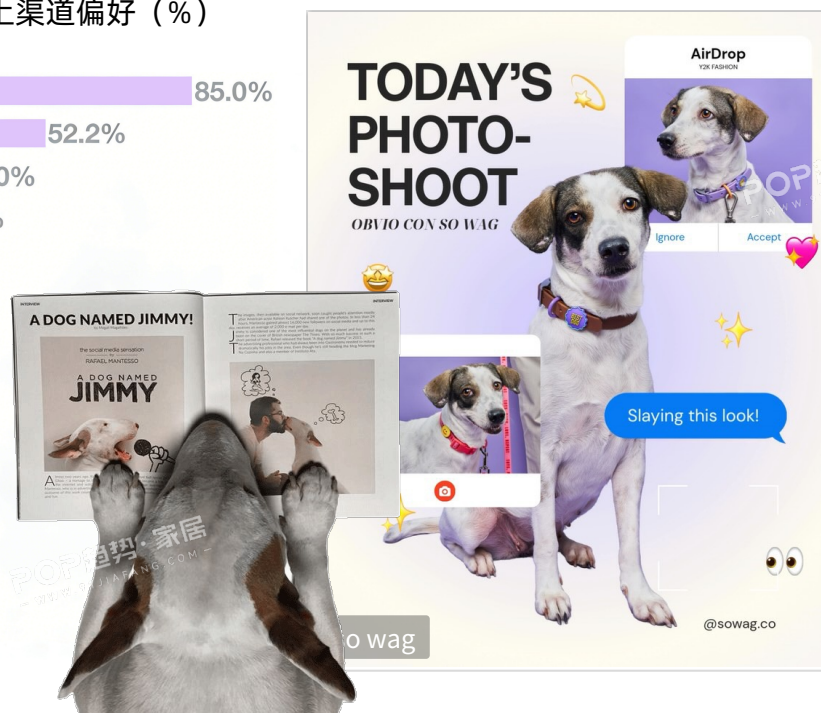
宠主消费渠道高度集中于线上，线上为主、线下为辅、内容驱动成为核心特征。线上渠道是核心交易场，线下以专业服务与即时体验为核心价值，其中医疗品类高增速 + 高消费力，成为线下场景化消费的重要蓝海。

核心数据概览

宠主购买宠物产品消费渠道偏好 (%)



宠主购买宠物产品线上渠道偏好 (%)



数据来源：天猫消费洞察

1.4 宠物时尚市场核心特征

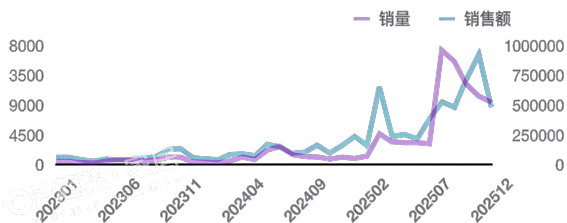
在消费升级与场景需求驱动下，宠物时尚市场呈现规模扩容、场景细分的特征，居家「人宠共居」与户外「宠物出行」场景同步爆发，成为驱动行业增长的关键引擎。

高增长趋势概念

量价齐升：销量与销售额走势高度同步，市场规模快速扩容，说明宠主对“人宠共居”类产品的购买意愿显著增强，场景化消费需求持续释放，为宠物时尚化提供了广阔增长空间。

需求拐点：2025 年是关键转折点，“人宠共居”从小众理念转变为大众消费热点，印证了宠物时尚场景化、生活化的发展趋势。

淘系平台“人宠共居”概念销售趋势



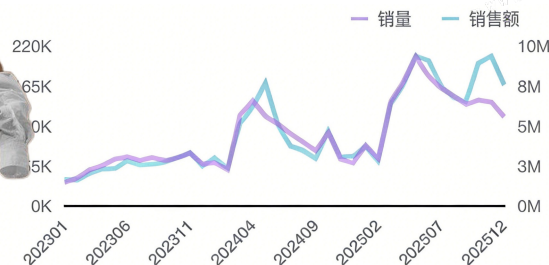
数据来源：天猫消费洞察



宠物户外相关小红书热门话题

#宠物友好 #带小狗去徒步 #狗狗爬山徒步
#带着宠物去玩耍
#带宠物去户外

淘系平台“宠物户外”概念销售趋势



宠物户外场景化消费已进入爆发期，小红书热门话题印证「宠物户外」成为生活方式级社交热点，淘系平台相关产品在 2025 年迎来销量与销售额同步跃升，宠主愿意为兼具功能性与时尚感的户外产品支付溢价，场景化、社交化、时尚化成为宠物户外市场的核心增长特征。

02

品牌战略解析

Brand Case Analysis

市场概况

品牌案例

趋势洞察

品类分析

总结展望



Poldo Dog Couture X Giorgio Armani

||

本部分将围绕宠物时尚消费由基础刚需向情感审美与场景生活方式的结构性跃迁，对多维度、多赛道的代表性品牌实践进行系统拆解与深度复盘。拆解国际奢侈、本土头部、设计师、跨界及电商原生五大品牌阵营的实践逻辑。深度拆解各类品牌的定位逻辑、产品策略与营销打法，揭示行业实践路径与价值趋势。

||

2.1 国际奢侈品牌宠物时尚布局

高端化叙事与工艺下沉的品牌策略共性

核心逻辑：人宠同频

以百年品牌基因与奢侈品工艺为基底，将“人宠同频”作为核心叙事，打造宠物领域的顶级生活方式符号。

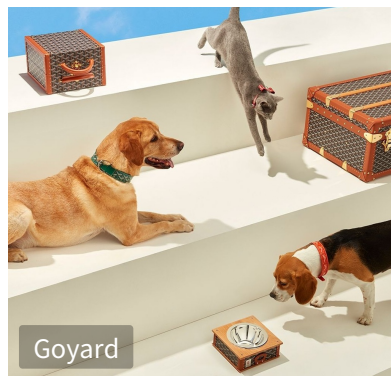
典型特征：极致工艺与定价

材质选用顶级皮革、真丝或科技面料，延续品牌经典标识（老花、Logo、色彩），定价锚定高净值人群。

Christian Dior

优雅基因注入奢宠时尚新表达

Dior 宠物系列延续品牌标志性藤格纹与 CD 标识，将高定时装工艺与法式优雅注入宠物服饰、牵引绳及窝垫。以「人宠同奢」为核心叙事，兼顾亲肤舒适与精致审美，打破宠物用品的功能性局限，为高净值养宠人群打造兼具仪式感与实用性的奢宠生活方式。



Goyard

Goyard

百年匠艺传承，定义法式奢宠新范式

Goyard 宠物系列延续品牌标志性 Goyardine 帆布与法式手工工艺，以“Le Chic du Chien（爱犬时尚）”为核心叙事，覆盖宠物出行、穿戴、居家全场景。

Celine

极简奢宠美学，重塑高端养宠仪式感

Celine 宠物系列延续品牌标志性极简廓形与凯旋门标识，将高定皮革工艺与法式克制审美融入宠物牵引绳、皮质胸背与便携包袋，精准匹配高净值养宠人群对质感与格调的追求，打破宠物用品“实用大于审美”的边界。



Celine

2.2 国内头部宠物品牌时尚化升级

升级路径从基础用品到生活方式

卖产品

卖生活方式

未卡VETRESKA 城郊户外场景重塑家居宠物时尚

未卡VETRESKA 作为国内宠物家居时尚的标杆品牌，聚焦“户外+家居”双场景，逐步完成了从单品设计到场景化布局的升级。品牌深度结合本土养宠习惯，将露营美学与宠物用品结合，产品包含便携户外帐篷、模块化猫窝及户外机能牵引装备。品牌在线下打造“未卡宠物露营空间”，并联动 Manner 咖啡、户外品牌构建场景化流量闭环。



未卡VETRESKA

Tagi 趣味设计基因重构人宠生活时尚

Tagi 作为国内新锐生活方式品牌，聚焦“家居+出行”双场景，逐步完成了从基础用品到时尚化生活方式的升级。品牌深度结合年轻养宠审美，将趣味色彩与原创图案融入宠物用品，产品包含宠物服饰、牵引配饰、模块化窝具及出行包袋。品牌在线上打造“人宠同频穿搭”内容矩阵，并联动生活方式 KOL、潮流平台构建场景化流量闭环。



国内头部宠物品牌正加速从“卖产品”向“卖生活方式”转型，它们深度挖掘本土用户需求，以“时尚化、场景化、科技化”为核心驱动，将宠物用品与主人的生活美学、情感需求深度绑定。国内品牌正在构建具有文化认同感的高端宠物生活方式体系，实现了从功能满足到情感共鸣的跨越。

2.3 宠物时尚设计师品牌突围

垂直赛道与差异化破局

原创设计

圈层文化

情绪价值

以独特美学构建品牌壁垒

Nuoz以“自然、舒适、简约”的原创设计哲学，从自然中汲取灵感，将植物、几何等元素融入产品设计，采用亲肤、环保的天然面料，打造兼具美学与实用性的宠物服饰与用品。



深耕垂直社群，打造身份认同

TEAM WANG design由王嘉尔创立，将其标志性的All Black极简潮牌基因与宠物功能性结合，通过明星效应迅速引爆社交媒体，吸引了大量粉丝及潮宠人群。



以情感共鸣传递生活方式

BluePort聚焦宠物出行场景，以时装化设计理念重新定义“遛宠穿搭”，打造兼具时尚感与功能性的胸背带、随行包等单品，满足主人希望宠物与自己的穿搭风格相匹配的情感需求。



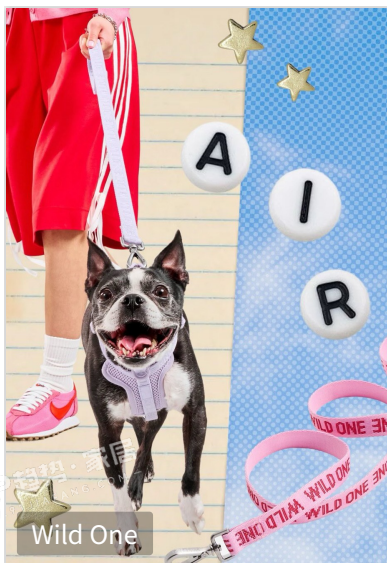
设计师品牌通过精准的垂直赛道定位实现差异化突围，它们或以独特的原创设计构建品牌壁垒，或以圈层运营打造身份认同，或以情感共鸣传递生活方式，最终在细分市场中建立起独特的竞争优势。

2.3.1 宠物时尚设计师品牌突围——原创设计

独特美学构建品牌壁垒

Wild One 用统一美学建立识别度

全系列采用低饱和莫兰迪色系，产品设计得像家居摆件而非工具。从官网到社媒，从产品到用户晒单，都保持着极简、温暖、高级的视觉风格——这无形中让消费者成为品牌美学的传播者。



福绒记 Furitage 东方雅致美学，重塑中式人宠同风仪式感

福绒记以「东方国风」为核心设计语言，提取云纹、织锦与传统纹样为品牌标识，将非遗织造工艺与中式雅致审美注入宠物胸背、服饰及配饰。产品打破宠物用品的功能性局限，为追求东方雅致生活的养宠人群打造兼具文化底蕴与仪式感的「人宠同风」生活方式。



2.3.2 宠物时尚设计师品牌突围--圈层文化

深耕垂直社群，打造身份认同

PLUG-IN PET 潮流偶像赋能，构建潮宠身份认同

PLUG-IN PET 以「潮流宠物穿搭」为核心定位，签约虞书欣等明星为全球代言人，将偶像审美与宠物时尚深度绑定，精准触达年轻追星与潮流养宠圈层，让宠物服饰成为粉丝表达身份认同的潮流符号，实现明星流量向品牌用户的高效转化。



emis 韩系生活方式延伸，打造都市养宠潮流

emis 延续韩系简约生活方式基因，将品牌标志性的休闲时尚风格注入宠物马甲、牵引绳等单品。通过与时尚博主、潮流 KOL 合作，精准触达追求韩系穿搭与精致生活的年轻圈层，让宠物用品成为都市潮流生活方式的延伸符号，强化圈层用户的身份归属感。



2.3.3 宠物时尚设计师品牌突围--情绪价值

以情感共鸣传递生活方式

The Furryfolks 趣味治愈美学，传递人宠陪伴的温暖情绪

The Furryfolks 精准定位注重时尚与个性化的Z世代和千禧一代宠主，将软萌卡通造型、复古印花与亲肤毛绒材质融入宠物玩具、窝具及配饰设计。通过充满童趣的拟人化产品与温暖治愈的视觉风格，唤起宠主对宠物的宠溺与陪伴欲。



嘹爪嘞LYOZALLY 非遗文化治愈，传递东方温情的人宠情感共鸣

嘹爪嘞以「非遗 + 温暖年轻化」为核心定位，将非遗织锦、传统刺绣等东方工艺注入宠物牵引绳、服饰及配饰。用非遗文化的温度与手工质感，传递中式陪伴的温情与仪式感，让宠物用品成为文化表达与情感联结的载体。



2.4.1 品牌宠物时尚跨界布局

流量移植，快速破圈渗透

明星效应

依托粉丝经济 快速引爆市场

借助明星的强大粉丝基础与个人影响力，将宠物时尚打造成一种粉丝圈层内的潮流表达。明星赵露思的宠物犬联动RosyDoedian与陈冠希潮牌CLOT推出联名款，凭借千万级粉丝流量，实现宠物时尚赛道的快速破圈与冷启动增长。



奢牌联名

融合顶级工艺 触达高端市场

奢侈品品牌与专业宠物品牌联名，将顶级材质、经典设计语言与精湛工艺延伸至宠物领域。通过打造低调奢华的“人宠同奢”生活方式，精准触达追求品质与审美的高净值养宠人群，提升宠物时尚的整体格调与品牌价值。



2.4.2 品牌宠物时尚跨界布局

生活方式延伸与人宠同频，拓展消费场景

运动跨界

运动品牌跨界
激活人宠运动
共同体场景

运动品牌将经典设计元素与专业功能材质延伸至宠物领域，打造“人宠同款”运动装备，激活户外、健身等陪伴场景，让宠物成为主人运动生活的时尚伙伴，实现品牌运动基因的場景化渗透。



Adidas



Reebok

Reebok x Zee.Dog

文化融合

融合文化 IP
与宠物情感
表达

文创品牌以文化 IP 为核心，将国风、艺术等美学元素融入宠物用品设计，打造兼具文化属性与情感温度的单品，触达国风、艺术与养宠的多重圈层，让宠物时尚成为文化表达的载体。



希宝 x 红楼梦

2.5 宠物时尚电商品牌电商破局增长

以平台特性为锚，打造「内容 + 货品 + 运营」全域增长体系

设计赋能

内容种草前置 (小红书/抖音)

平台运营 (天猫/抖音/全域)

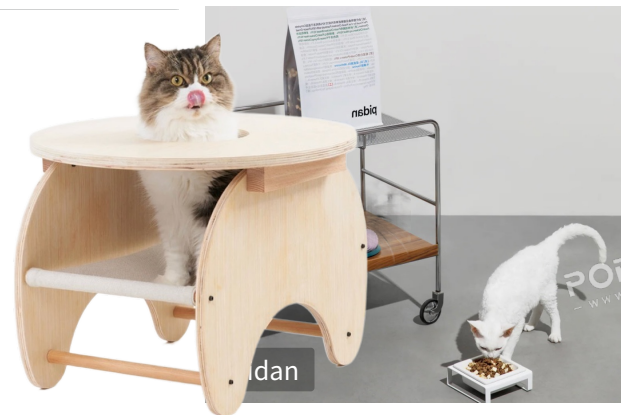
爆款转化

私域增长

品牌时尚化破圈

pidan 极简美学重塑宠物家居电商时尚

pidan 以极简美学为核心，聚焦「家居 + 日常」场景，将宠物友好理念融入高颜值猫砂盆、模块化猫窝等产品。2025 年线上 GMV 同比增长 52%，同时小红书“宠物家居美学”相关笔记年互动量破 2000 万。品牌以天猫、小红书为核心阵地，联动家居博主与设计平台构建流量闭环，精准契合都市宠主对品质与审美表达的需求，成为宠物家居时尚的标杆品牌。



zeze 趣味互动设计引爆宠物时尚电商流量

zeze 作为抖音原生宠物时尚品牌，聚焦「互动 + 陪伴」场景，将卡通造型与联名设计融入猫抓板、吊床等产品，2025 年抖音渠道 GMV 占比超 70%，同比增长 68%。品牌以抖音直播为核心转化阵地，通过场景化带货引爆流量，联动潮流 IP 与宠物达人构建增长闭环，深度匹配年轻群体养宠偏好，成为宠物时尚电商的流量代表。



2.6 品牌发展趋势与总结

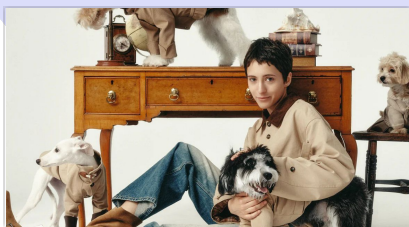
宠物时尚品牌全域发展趋势

产品端



设计与场景化创新

从单一功能产品向「家居+户外+出行」全场景延伸，构建差异化颜值竞争力，让产品成为宠主生活方式的审美载体。



人宠同频的精致化升级

品牌聚焦「人宠同频」，将主人的生活美学、情感需求与宠物用品深度绑定，实现从功能满足到情感共鸣的跨越。



内容种草与全域运营

以小红书、抖音为产出场景化内容，前置种草心智。依托天猫、抖音分层运营，实现“公域引流+私域沉淀”，构建转化闭环。



跨界种草与圈层渗透

绑定生活方式品牌拓展流量边界，再通过情感化营销与创意场景活动，打破圈层壁垒，实现从“卖产品”到“传递生活价值观”的升级。

营销端

下篇

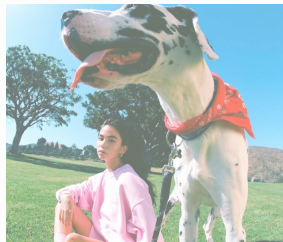
2027宠物时尚趋势白皮书(下)

2027 WHITE PAPER ON TREND



POP-FASHION年度趋势指导文件，助力企业、品牌和设计师未来发展和规划

2027年宠物时尚趋势白皮书 下篇



01

宠物行业市场格局洞察
Pet Industry Market Overview



02

品牌战略解析
Brand Case Analysis



03

2027宠物时尚趋势
2027 Pet Fashion Trends



04

品类价值升级分析
Core Category Analysis



05

行业未来方向总结
Summary & Outlook

POP
FASHION

POP趋势·家居
— 宠物时尚·家居·配饰·用品 —
WWW.POPFASHION.COM

POP趋势·家居
— 宠物时尚·家居·配饰·用品 —
WWW.POPFASHION.COM

POP趋势·家居
— 宠物时尚·家居·配饰·用品 —
WWW.POPFASHION.COM

