



中国宠物体外驱虫产品行业研究报告案例

编制单位：北京尚普华泰咨询有限公司

联系电话：010-82885739

邮编：100080 邮箱：hfchen@shangpu-china.com

北京总公司：北京市海淀区苏州街3号大恒科技大厦6层

网址：<https://www.sunpul.cn>

第一章 中国宠物体外驱虫产品行业概述

第一节 体外驱虫产品定义与分类

一、体外驱虫产品的概念界定

从兽医药理学和市场应用的双重维度出发，体外驱虫产品是指通过体表给药（如滴剂、喷剂、项圈）或口服给药后，药物成分分布于体表及血液，专门用于杀灭或驱避寄生在宠物（主要为犬、猫）体表或通过体表入侵的寄生虫的一类兽用药品或功能性保健品。

二、主要产品类型及特点对比

第二节 行业发展历程回顾

一、全球宠物驱虫产品发展沿革

全球宠物驱虫产品的发展历程，是一部从“被动治疗”走向“主动预防”，从“单一杀灭”走向“全面防护”的技术演进史。纵观其发展脉络，可划分为以下四个关键阶段：

1、前产业化时代（20 世纪 60 年代以前）

在 20 世纪 60 年代之前，全球范围内几乎不存在专业化的动物保健产品。宠物体外寄生虫的防治主要依赖于农业杀虫剂的跨界使用或传统经验手段。这一时期的驱虫产品以有机氯类（如 DDT）、有机磷类（如敌敌畏）和氨基甲酸酯类为主，以药浴、喷淋、粉末涂抹等方式进行，操作粗放，对宠物安全性低，中毒风险高，且药效持续时间短，需要频繁使用，仅能在寄生虫感染后进行杀灭，缺乏预防理念。

2、现代驱虫药奠基期（20 世纪 80 年代-90 年代中期）

20 世纪 80 年代是全球宠物驱虫药发展的重要转折点。1981 年，伊维菌素的上市标志着大环内酯类内寄生虫药时代的开启，这类药物具备了杀灭部分体外寄生虫的能力，催生了“体内外同驱”的雏形。与此同时，全球动保产业格局开始形成。1952 年辉瑞成立动物农业部门（硕腾前身），1955 年勃林格殷格翰成立动保部门。这些企业开始系统性地投入宠物专用药品的研发。

3、体外驱虫专业化期（20 世纪 90 年代中期-2010 年代初）

20 世纪 90 年代中期，全球宠物驱虫药迎来了第一次革命性突破——高效、低毒的专用体外驱虫成分问世，并开发出便捷的滴剂剂型。1996 年，勃林格殷格翰的福来恩（非泼罗尼）上市，这是第一款以跳蚤、蜱虫为核心靶标的专业体外驱虫药，迅速成为全球畅销产品。同期，吡虫啉等新烟碱类药物相继问世，进一步丰富了体外驱虫的选择。1999 年，硕腾的大宠爱（赛拉菌素）上市，成为 FDA 批准的首个针对小动物的抗寄生虫药物，实现了透皮剂型下的体内外同驱。在这一阶段滴剂成为主流，极大提升了使用的便捷性，单次用药保护期延长至一个月，预防理念深入人心。

4、口服革命与超长效时代（2010 年代中期至今）

2010 年代，全球宠物驱虫药迎来了第二次革命性突破——异恶唑啉类药物的问世。异恶唑啉类药物单次口服可提供长达 4 周（多数产品）甚至 12 周（氟雷拉纳）的保护，咀嚼片形式解决了部分宠主对滴剂用药后需隔离的顾虑，犬用口服剂接受度迅速提升。异恶唑啉类与米尔贝肟、莫西克丁等组合，实现了真正意义上的体内外同驱。

二、中国宠物体外驱虫产品市场发展历程

中国宠物体外驱虫产品市场的发展，与国内宠物经济的兴起、居民消费观念的转变以及政策法规的完善紧密相连。纵观其发展轨迹，可划分为以下三个阶段：

1、起步萌芽期（2000 年及以前）

20 世纪 90 年代初，中国宠物行业开始萌芽。1992 年中国小动物保护协会经农业部批准正式成立，居民开始关注宠物健康问题。首批宠物药品及用品零售商店出现于上海、北京等一线城市，但产品种类单一，主要为简单的体外喷剂和药浴产品。养宠人群对体外驱虫的必要性认知不足，“治疗”远重于“预防”，市场处于萌芽状态。

这一时期外资品牌率先布局中国驱虫产品市场：1993 年，玛氏、皇家等国际宠物品牌巨头开始布局中国市场；2000 年 5 月，德国拜耳正式入局中国宠物药市场，成为最早进入中国的国际动保企业之一，为宠物药行业的商业化发展奠定基础。

2、快速发展期（2001 年-2015 年）

进入 21 世纪，中国宠物数量开始强势增长，宠物医疗需求随之释放。这一时期成为中国宠物驱虫市场发展的黄金时期。

宠物经济崛起：2001 年起，中国宠物数量持续攀升；2006 年前后，宠物医疗机构、宠物养殖机构等商业化场所大量涌现，带动宠物药行业发展。2009 年后，人口老龄化与消费升级进一步拉动了养宠需求。

外资品牌全面主导：硕腾（原辉瑞动物保健）、勃林格殷格翰、拜耳、默沙东等国际动保巨头在此期间完成了对中国市场的全面渗透。2003 年前后，福来恩（非泼罗尼）、大宠爱（赛拉菌素）等经典体外驱虫滴剂相继进入中国，凭借其便捷的使用方式和显著的驱虫效果，迅速占领市场。

国产企业开始探索：部分本土企业开始关注宠物医药赛道。2009 年海正动保正式成立；2010 年海正药业成功获得米尔贝肟原料药批文，打破了该原料长期被国外垄断的局面。2014 年犬用驱虫药“海乐宠”上市，2015 年国产首款猫用复方驱虫片剂“海乐妙”问世，凭借人药级安全标准和亲民价格，成为首个销售额突破 1 亿元的国产驱虫药。

3、国产崛起与高质量发展期（2016 年至今）

2016 年以来，中国宠物驱虫市场进入高质量发展的新阶段，核心驱动力来自政策支持与国产企业的技术突破。

2017 年，原农业部修订《兽药注册评审工作程序》，首次增设“优先评审”方式，将临床急需的宠物专用兽药纳入优先通道；2020 年，农业农村部出台《人用化学药品转宠物用化学药品注册资料要求》，允许已上市的人用化学药品通过简化注册程序转化为宠物用兽药，为国产仿制药研发提供了明确路径；2021 年，新修订的《兽药注册评审工作程序》实施，推行专职评审改革，大幅提升了评审效率。

以海正动保为代表的国产企业在驱虫药领域取得一系列里程碑式突破：2020 年国产首款犬用复方驱虫药“海乐旺”上市；2021 年推出国产首款犬猫体内外驱虫滴剂“莫爱佳”（吡虫啉莫昔克丁滴剂），创下“公司历史上销售最快破千万单品”纪录；2022 年海正动保一次性斩获 4 个二类新兽药证书；2023-2024 年“喜倍安”和“赛乐滴”相继上市，其中赛乐滴作为国产首款犬猫体内外同驱驱虫滴剂，实现了又一种进口产品的国产替代。

2020 年，异恶唑啉类口服驱虫药（如氟雷拉纳、阿福拉纳）在中国市场集中上市，推动产品向超长效、口服化、体内外同驱方向升级。口服剂在犬用市场的占比迅速提升至 55.1%，驱虫项圈等长效剂型也开始受到消费者青睐。线上电商渠道崛起成为重要销售阵地。海正动保 2024 年电商销售额突破亿元大关，五年内增幅高达 11 倍。近 6 成宠物主会选择线上问诊，进一步推动线上销售发展。

三、技术迭代与产品升级路径

第二章 行业发展环境分析

第一节 政策环境分析

一、宠物产业相关政策

1、国家层面

近年来，宠物经济日渐成型，以食品为主导的结构正转向食品、医疗、用品、服务等多极互动的生态体系。各级、各地政府纷纷将宠物经济纳入产业发展体系，推动政策体系、产业链布局 and 消费场景建设的协同升级。

图表 1：宠物产业国家层面相关政策

时间	文件	主要内容
总体规划		
2026 年	十五五规划	首次将宠物经济纳入国家五年规划，提出“培育宠物用品民族品牌、构建全产业链标准体系、推动宠物友好型社会建设”三大目标
2025 年 11 月	《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》	明确“积极发展宠物周边等兴趣消费产品”
食品用品方面		
2024 年 3 月	GB/T43839-2024《伴侣动物（宠物）用品安全技术要求》	首次系统规范宠物用品的分类体系、说明书编制、安全技术指标、检验规则及标识要求，强调产品全生命周期的安全底线，填补此前相关标准缺位的制度空白
2024 年 8 月	农业行业标准《全价宠物食品 处方粮通用要求》	适用于犬猫类处方粮产品，从技术指标、标签标识、包装要求到保质期设定，全面强化对功能性宠粮的规范化管理，为处方粮与特种饲料监管打下制度基础
医疗诊疗领域		
2024 年	《动物诊疗病历管理规范》、《兽医处方格式及应用规范》	重点规范宠物医疗机构病历留存、处方开具与兽医执业行为，提升诊疗合规性与可追溯水平

2、地方层面

近年来，为促进宠物经济的发展，从长三角到珠三角，再至京津冀，各地政府接连出台专项政策，推动宠物经济从“情感消费”向“高质量产业”升级。

图表 2：宠物产业地方层面相关政策

省/市	时间	文件	主要内容
浙江省	2025 年 8 月	《推动宠物经济高质量发展的若干意见（征求意见稿）》	文件提出以“强链、延链、补链”为主线，重点培育 宠物食品 、智能用品、医疗服务、 宠物文旅 与跨境电商等五大板块，旨在推动形成覆盖“制造—服务—消费”的全生命周期产业体系。政策支持方面，文件提及将构建“园区+平台+企业”的三级联动支持机制，并设立 宠物产业发展基金 、给予租金减免、开展标准化奖励、支持品牌出海、推进“宠物经济+”跨界融合等多项扶持举措。征求意见稿明确提出，到 2027 年，省内宠物经济消费市场规模将突破 300 亿元，并规划到 2030 年，建成全国宠物经济创新策源地、宠物食品品牌大省、宠物用品制造强省，努力使省内宠物消费市场规模突破 500 亿元，构筑宠物产业升级与环境友好协同并进的发展新格局
无锡市	2025 年 9 月	《关于促进宠物产业发展的实施意见》	政策明确提出，到 2027 年，在 2024 年约 15 亿元的产业基础上实现规模翻番至 30 亿元，规划建设 2-3 个宠物产业园，同时培育一批规上龙头企业，打造一批宠物友好社区、商圈、景区和特色主题公园，全面塑造宠物友好型城市生态。
安徽省	2025 年 9 月	《宿州市加快宠物产业发展实施意见》	到 2027 年全市宠物产业市场规模突破 50 亿元，2030 年突破 100 亿元，培育 2 个以上核心竞争力宠物产品品牌和 1 家以上上市后备企业，打造皖北宠物产业综合集群。
深圳市	2024 年 9 月	福田区《支持宠物行业高质量发展的若干措施（试行）》	政策明确聚焦 宠物食品 、 用品 、医疗器械、智能设备、生物育种、保险服务、跨境电商、展会营销等十大重点板块，推动构建“总部经济+国际市场”协同发展的产业格局。
东莞市	2023 年 9 月	《关于推动松山湖生物医药产业基地石龙联动拓展区高质量发展的若干措施》	设立总规模 6500 万元的“宠乐产业基金”，用于支持宠物生物保健品、功能食品、宠物疫苗及兽药等项目的发展。
北京市	2025 年 12 月	《平谷区促进宠物经济高质量发展若干措施》	聚焦“宠物大健康+宠物服务”核心引领，支持科技创新、产业集群培育、消费场景创新、直播电商发展、宠物友好空间建设等，设立专项基金，提供创业贷款、贴息等金融支持

二、兽药监管政策与法规框架

当前，中国已构建起覆盖兽药全生命周期的政策监管与发展体系，从监管体系搭建、市场准入管控，到行业创新激励、实践路径探索，形成了全方位、多层次、差异化的政策格局。

1、兽药监督管理体系

我国兽药管理法律法规体系主要围绕《兽药管理条例》行政法规建立，配套相关国家规范及国家标准。行政法规认定法律授权与准入门槛，国家规范确保研发、生产、经营等全流程合规，国家标准判定产品合格情况。

图表 3：兽药各环节相关监管制度及负责机构

监管环节	研发	注册	生产	经营	使用
政策趋势	支持创新，规范审查		全程追溯，严格监管，合规出清，健康控残		
制度内容	《关于加强兽药标准物质管理的通知》：加强新兽药研制环节标准物质管理。 《兽药非临床研究质量管理规范》：对兽药非临床安全性评价研究单位的组织管理体系、人员、设施设备、实验材料、标准操作规程、研究工作的实施与管理、资料归档等作出了规定。 《兽药临床试验质量管理规范监督检查标准》：明确了兽药 GCP 监督检查工作程序和技术标准。 《中华人民共和国农业农村部公告第 790 号》：对应纳入兽用处方药管理的产品，在发布注册公告时明确列入兽用处方药目录。		《中华人民共和国农业农村部公告第 174 号》：落实兽药产品电子追溯码，对兽药经营活动全面实施追溯管理 《2025 年兽药质量监督抽检和风险监测计划》：通过“双随机一公开”抽检，提升质量、打击违法违规，重点监管高风险领域与新业态。 《2025 年畜禽产品兽药残留监控计划》：计划抽检 3900 份样品，重点监控肉牛肉羊查“瘦肉精”等违禁药，对阳性样品零容忍、溯源严惩并执行系统化检测标准。 《关于加强兽药标准物质管理的通知》：加强兽药生产环节标准物质管理。 《2025 年规范兽药使用专项整治巩固提升行动方案》：聚焦兽药全链条突出违规问题精准整治，衔接技术监管与基层执法，以规范用药、保障食品安全、推动行业高质量发展为目标。		
相关机构	农业农村部、中国兽医药品监察所		省级农业农村部门、农业综合行政执法队		

2、兽药注册与准入机制

3、兽药行业激励政策

4、兽药特色创新实践

三、兽药 GMP 认证要求及影响

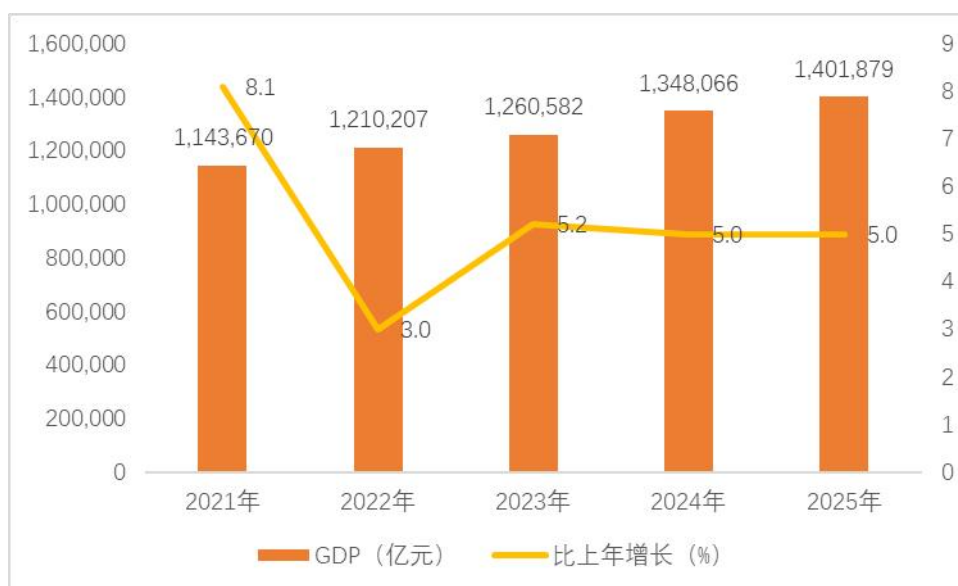
四、进出口政策

第二节 经济环境分析

一、中国宏观经济发展态势

2021-2025 年,中国 GDP 连续 5 年正增长,总量从 114.37 万亿元攀升至 140.19 万亿元,年均增速约 5.25%,经济规模持续稳居全球第二,增长韧性凸显。

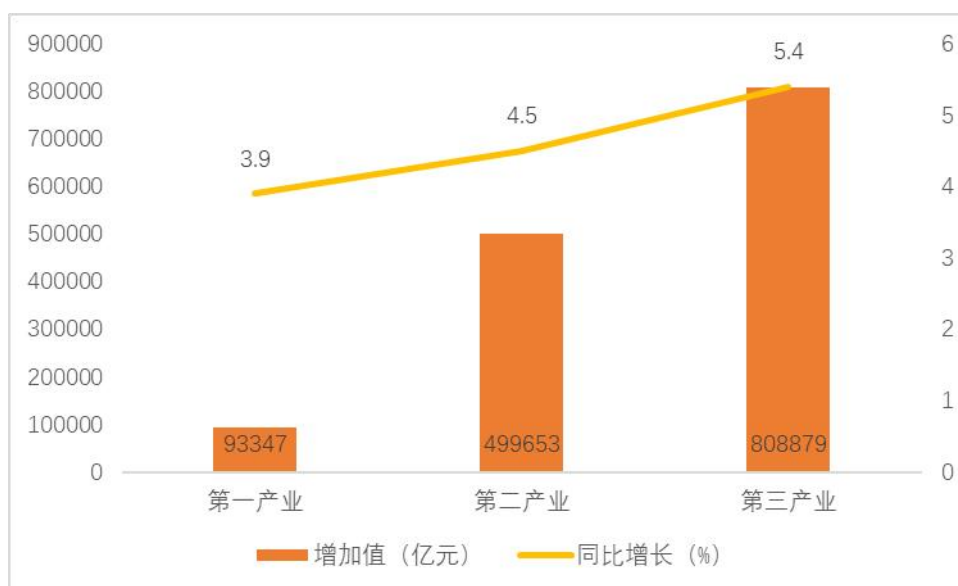
图表 4: 2021-2025 年全年国内生产总值 (GDP) 及其增速



数据来源: 国家统计局

2025 年全年国内生产总值 (GDP) 1401879 亿元, 同比增长 5.0%。其中, 第一产业增加值 93347 亿元, 比上年增长 3.9%; 第二产业增加值 499653 亿元, 增长 4.5%; 第三产业增加值 808879 亿元, 增长 5.4%。经济运行持续回升向好, 经济结构持续优化, 服务业占比持续提升。全年人均国内生产总值 99665 元, 比上年增长 5.1%。国民总收入 1393700 亿元, 比上年增长 5.1%。全员劳动生产率为 184413 元/人, 比上年提高 6.1%。

图表 5：2025 年国内三大产业增加值及同比增幅



数据来源：国家统计局

二、居民可支配收入与消费支出变化

2025 年全年全国居民人均可支配收入 43377 元，比上年名义增长 5.0%，扣除价格因素实际增长 5.0%。按常住地分，城镇居民人均可支配收入 56502 元，比上年名义增长 4.3%，实际增长 4.2%；农村居民人均可支配收入 24456 元，比上年名义增长 5.8%，实际增长 6.0%。全国居民人均可支配收入中位数 36231 元，比上年名义增长 4.4%。2021-2025 年，全国居民人均可支配收入连续 5 年正增长，从 35128 元提升至 43377 元，2025 年人均可支配收入较 2021 年增加 8249 元，居民购买力持续稳步提升。

图表 6：2021-2025 年全国居民人均可支配收入及其增长速度



数据来源：国家统计局

2025 年全年全国居民人均消费支出 29476 元，比上年名义增长 4.4%，扣除价格因素实际增长 4.4%。全国居民人均食品烟酒消费支出占人均消费支出的比重（恩格尔系数）为 29.3%，比上年下降 0.5 个百分点；全国居民人均服务性消费支出增长 4.5%，占人均消费支出的比重为 46.1%，与上年持平。消费市场持续复苏，居民消费信心稳步回升。

三、宠物医疗健康消费支出趋势

第三节 社会环境分析

一、宠物饲养规模及结构变化

二、“宠物家人化”趋势深化

三、养宠人群特征与消费观念变迁

第四节 技术环境分析

一、制剂技术创新

二、原料药研发进展

三、新药审批与创新趋势

第三章 中国市场容量分析

第一节 总体市场规模

一、2021-2025 年中国宠物医疗行业市场规模

二、2021-2025 年中国宠物药市场规模

三、2019-2025 年中国宠物体外驱虫药市场规模回顾

第二节 市场结构分析

一、产品类型结构

二、宠物类型结构

三、价格带分布

第三节 区域市场分布

第四节 季节性与周期性特征

第四章 市场趋势分析

第一节 产品发展趋势

一、长效化趋势：缓释技术推动产品升级

二、体内外同驱成为主流选择

三、天然成分与温和低敏配方受青睐

四、精准分阶与剂量可控设计

第二节 渠道发展趋势

一、线上渠道发展态势

二、线下渠道地位分析

第三节 消费者行为趋势

一、消费者需求分析

二、消费者购买行为分析

三、消费者品牌偏好分析

第五章 市场竞争格局与市场集中度

第一节 总体竞争态势

一、行业生命周期阶段判断

二、市场竞争特征分析

三、波特五力模型分析

第二节 市场集中度分析

一、整体市场集中度

二、猫、犬用产品市场集中度

三、线上线下渠道集中度差异

第三节 竞争格局特征

一、外资品牌占绝对优势格局

二、国产替代从“跟跑”到“并跑”的突破

三、仿制药为主的本土企业定位

四、宠物医生推荐对外资品牌的倾斜

第六章 主要品牌分析

第一节 外资领先品牌

一、硕腾（Zoetis）

二、勃林格殷格翰（Boehringer Ingelheim）

三、拜耳（Bayer）

四、默沙东（Merck & Co., Inc.）

五、维克（Virbac）

第二节 国产品牌代表

一、海正动保

二、瑞普生物

三、AEN（白云山宝神）

四、雷米高

五、中牧股份

第七章 产品细分市场分析

第一节 滴剂市场

一、市场规模

二、竞争格局与主要品牌

第二节 喷剂市场

一、市场规模

二、主要应用场景

第三节 驱虫项圈市场

一、市场规模

二、长效技术发展

第八章 销售渠道分析

第一节 渠道总体格局

第二节 宠物医院渠道

第三节 线上电商渠道

第四节 宠物店及线下零售渠道

第五节 新兴渠道模式

第九章 未来走势预测

第一节 总体市场预测

一、市场规模及增长率预测

二、市场增长驱动因素分析

第二节 细分市场预测

一、产品类型结构变化趋势

二、犬猫市场增长差异预测

三、价格带分布变化趋势

第三节 竞争格局演变预测

一、市场集中度变化趋势

二、国产替代进程预测

三、新进入者威胁评估

第十章 行业发展挑战与机遇

第一节 主要挑战

一、政策监管持续趋严，企业合规成本大幅上升

二、外资品牌垄断格局稳固，国产替代壁垒深厚

三、本土企业研发能力不足，创新药布局严重滞后

四、中低端市场价格战激烈，企业盈利水平承压

五、消费者对国产品牌信任度不足，品牌建设难度大

第二节 发展机遇

一、宠物经济持续爆发，市场空间广阔

二、国产替代政策支持，行业规范化发展

三、线上渠道崛起，打破外资渠道垄断

四、猫经济爆发，国产替代空间巨大

五、消费观念转变，理性消费趋势凸显

六、下沉市场需求释放，国产企业渠道优势显著

第十一章 投资机会与策略建议

第一节 投资价值评估

一、行业盈利水平分析

二、投资风险点识别

三、投资机会窗口判断

第二节 企业发展战略建议

一、产品研发策略

二、品牌建设策略

三、渠道拓展策略

四、竞争策略选择

第三节 政策建议

一、行业监管优化建议

二、创新支持政策建议

三、国产品牌扶持建议

尚普华泰咨询各地联系方式

北京总部：北京市海淀区苏州街 3 号大恒科技大厦 6 层

联系电话：010-82885739 13671328314

河北分公司：河北省石家庄市长安区广安大街 16 号美东国际 D 座 6 层

联系电话：0311-86062302 15130178036

山东分公司：山东省济南市历下区东环国际广场 A 座 11 层

联系电话：0531-61320360 13678812883

天津分公司：天津市和平区南京路 189 号津汇广场二座 29 层

联系电话：022-87079220 13920548076

江苏分公司：江苏省南京市秦淮区汉中路 169 号金丝利国际大厦 13 层

联系电话：025-58864675 18551863396

上海分公司：上海市浦东新区商城路 800 号斯米克大厦 6 层

联系电话：021-64023562 18818293683

陕西分公司：陕西省西安市高新区沣惠南路 16 号泰华金贸国际第 7 幢 1
单元 12 层

联系电话：029-63365628 15114808752

广东分公司：广东省广州市天河区珠江西路 21 号粤海金融中心 12 楼

联系电话：020-84593416 13527831869

深圳分公司：深圳市福田区深南大道 2008 号凤凰大厦 2 栋 26 层

联系电话：0755-23480530 15818652049

重庆分公司：重庆市渝中区民族路 188 号环球金融中心 12 层

联系电话：023-67130700 18581383953

浙江分公司：浙江省杭州市上城区西湖大道一号外海西湖国贸大厦 15 楼

联系电话：0571-87215836 13003685326

湖北分公司：湖北省武汉市汉口中山大道 888 号平安大厦 21 层

联系电话：027-84738946 18163306806