

2024-

2030年中国狗饼干行业市场发展趋势与前景展望战略分析报
告

摘要..... 2

第一章 行业概述..... 2

 一、 狗饼干行业简介..... 2

 二、 市场规模与增长速度..... 3

 三、 主要市场参与者..... 4

第二章 市场现状..... 4

 一、 消费者需求特点..... 4

 二、 销售渠道与市场分布..... 5

 三、 竞争格局与市场份额..... 5

第三章 产品与创新..... 6

 一、 狗饼干产品类型与特点..... 6

 二、 创新趋势与新产品开发..... 7

 三、 定制化与个性化产品趋势..... 8

第四章 市场需求分析..... 9

 一、 宠物狗数量增长趋势..... 9

 二、 消费者购买行为与偏好..... 9

 三、 市场需求预测与增长动力..... 10

第五章 行业发展趋势..... 10

一、 健康与营养趋势	10
二、 环保与可持续发展	11
三、 智能化与科技创新应用	12
第六章 市场挑战与机遇	12
一、 法规政策影响分析	12
二、 原材料价格波动风险	13
三、 市场竞争与品牌建设	14
四、 新兴市场与拓展机遇	14
第七章 战略建议与前景展望	15
一、 市场定位与差异化战略	15
二、 供应链优化与成本控制	15
三、 渠道拓展与营销策略	16
四、 合作与联盟策略	17
五、 前景展望与投资机会	17
第八章 风险评估与防范	18
一、 市场风险与应对策略	18
二、 经营风险与防范措施	19
三、 法律风险与合规建议	19
第九章 结论与未来展望	20
一、 狗饼干行业发展总结	20
二、 对行业参与者的建议	21
三、 对未来市场发展的预测	22

摘要

本文主要介绍了狗饼干行业的投资机会与风险评估。文章详细分析了市场竞争加剧、原材料价格波动、消费者偏好变化等市场风险，并提出了相应的应对策略。同时，文章还探讨了库存管理、生产安全、资金链断裂等经营风险

及其防范措施。在法律风险方面，文章强调了产品质量安全、广告宣传合规及知识产权保护的重要性，并给出了合规建议。文章还展望了狗饼干行业的未来发展，指出市场规模将持续扩大，高端化、功能化趋势加速，电商渠道重要性凸显，并预测国际化竞争将愈发激烈。最后，文章对行业参与者提出了加大研发投入、强化品牌建设、拓展销售渠道及关注法规政策动态等建议。

第一章 行业概述

一、 狗饼干行业简介

中国狗饼干行业现状与趋势分析

近年来，随着中国宠物市场的蓬勃发展，狗饼干作为宠物食品领域的重要组成部分，其行业特性与发展趋势逐渐显现。狗饼干，作为专为狗狗设计的食品，不仅满足了宠物的营养需求，还兼顾了口感与训练辅助的功能，已成为宠物主日常选购的热门商品。

产品定义与分类细化

狗饼干依据成分、功能及形状的不同，呈现出多元化的分类趋势。从传统的肉味饼干，旨在模拟狗狗自然饮食偏好，到如今注重营养均衡的蔬菜饼干，乃至专为口腔健康设计的洁齿饼干，每一类产品都精准对接了宠物主的特定需求。这种细分化的趋势不仅体现了行业的成熟与精细化发展，也促进了产品创新和品质提升。

行业发展历程回顾

中国狗饼干行业的兴起，可以追溯到宠物市场初步形成的时期。随着居民生活水平的提高和消费观念的转变，宠物不再是单纯的家庭陪伴者，而是成为了家庭成员的一部分。这一变化直接推动了宠物食品市场的快速发展，狗饼干作为其中的重要分支，也迎来了前所未有的发展机遇。从最初的进口依赖，到如今的国产品牌崛起，中国狗饼干行业经历了从无到有、从小到大的成长历程，技术进步与市场需求的变化共同塑造了行业的现状。

行业特点与现状剖析

当前，中国狗饼干行业展现出以下显著特点：市场规模持续扩大，宠物主对宠物食品的品质要求日益提高，为行业带来了广阔的发展空间；竞争格局趋于多元化，既有国际知名品牌稳固市场地位，也有本土新兴品牌凭借差异化策略快速崛起；再者，消费者需求特点显著变化，从单一的营养补充向功能化、健康化、趣味化等多元化方向发展。面对这些机遇与挑战，狗饼干企业需要不断创新产品、优化服务、加强品牌建设，以满足日益变化的市场需求。

中国狗饼干行业正处于快速发展与变革的关键时期，其未来发展前景广阔且充满挑战。只有紧跟时代步伐、把握市场脉搏、持续创新升级的企业，才能在这场竞争中脱颖而出，成为行业的引领者。

二、 市场规模与增长速度

当前，中国宠物市场正经历着前所未有的快速增长，其中宠物食品行业作为核心驱动力之一，展现出强劲的发展态势。据前瞻预测，随着宠物总数的年复合增长率达到7%，以及单只宠物年均食品消费金额以10%的速度攀升，我国宠物食品行业的整体规模将持续扩大，预计至2027年，市场规模将逼近4000亿元大关。在这一大背景下，狗饼干作为宠物零食的重要组成部分，其市场规模亦不容小觑。

市场规模与潜力评估：

中国狗饼干市场近年来经历了显著扩张，销售额与销售量均实现稳步增长。这一增长得益于宠物主人对宠物健康与福祉日益增长的关注，以及对宠物零食多样化、高品质需求的增加。相较于国外市场，中国狗饼干市场虽起步较晚，但凭借庞大的宠物基数和快速增长的消费力，已逐步成为全球宠物食品市场中的重要一极，展现出巨大的发展潜力。

增长速度预测与关键因素分析：

展望未来，中国狗饼干市场的增长速度有望继续保持在较高水平。这一预测基于多重因素的共同作用：消费者对宠物健康饮食的重视将推动市场对高品质、功能性狗饼干的需求；技术创新与产品升级，如引入天然食材、低敏配方等，将满足更多细分市场的需求；政策环境的优化，如宠物行业标准的不断完善和监管力度的加强，也将为市场健康发展提供有力保障。

市场细分与差异化竞争策略：

中国狗饼干市场正呈现出日益细分的趋势，按照狗狗的年龄、体型、健康状况等因素进行精准定位。在这一背景下，差异化竞争策略成为品牌脱颖而出的关键。企业通过不断创新，推出具有独特卖点的新品，如以“超级食物”果蔬为原料的草本果蔬烘焙饼干，不仅有效满足了特定消费群体的需求，还通过避免宠物麸质过敏等差异化优势，在市场中占据了一席之地。

三、 主要市场参与者

在中国狗饼干市场中，竞争格局呈现出多元化与专业化并存的态势。主要参与者包括国内外知名品牌与新兴企业，它们各展所长，共同推动着行业的繁荣发展。国内外知名品牌，如皇家宠物食品、雀巢普瑞纳等，凭借其强大的品牌影响力和深厚的市场积淀，占据了市场的核心地位，其产品线丰富，涵盖了从基础营养到高端功能性的多种狗饼干，满足了不同宠物狗的健康需求。

在竞争策略方面，这些企业普遍注重产品创新，不断推出符合市场趋势的新产品，如添加天然食材、增强免疫功能的狗饼干，以满足消费者对宠物健康日益增长的关注。同时，品牌建设也是它们的重要战略之一，通过广告宣传、社交媒体营销等手段，提升品牌知名度和美誉度。渠道拓展也是关键一环，不仅深耕传统零售渠道，还积极拥抱电商、宠物医院等新兴渠道，以更全面地覆盖目标消费者。

对于潜在进入者而言，进入中国狗饼干市场的难度相对较大，这主要体现在品牌认知度、市场份额、渠道资源等方面的壁垒。然而，随着宠物行业的快速发

展和消费者需求的不断变化，新兴技术、跨界合作等因素为市场带来了新的活力。这些新兴企业可以通过精准定位、差异化竞争等方式，在市场中寻找突破口，逐步建立起自己的竞争优势。

中国狗饼干行业的竞争格局正在不断演变，各企业通过产品创新、品牌建设和渠道拓展等策略，不断提升自身竞争力。同时，新兴企业也在积极寻找市场机会，力求在竞争激烈的市场中立足。

第二章 市场现状

一、 消费者需求特点

在宠物行业持续高速增长的背景下，狗饼干市场作为宠物食品细分领域的重要一环，正经历着深刻的变革与升级。这一趋势不仅反映了宠物主人健康意识的显著提升，也体现了对宠物个性化需求及情感消费的深刻理解。

健康意识提升引领市场新风尚。随着宠物健康观念的深入人心，消费者在选择狗饼干时愈发注重产品的天然成分、无添加特性以及营养均衡。这一趋势在近年来各大宠物展会上得到明显体现，如2024年亚洲宠物展上，众多参展品牌纷纷亮出以“超级食物”为卖点的产品，如“太阳家”推出的草本果蔬烘焙饼干，有效避免宠物狗麸质过敏，凸显了市场对健康、天然狗饼干的强烈需求。这一变化促使厂家不断研发创新，以更加科学的配方和更天然的食材来满足消费者的健康诉求。

个性化需求增长驱动市场细分化。面对不同品种、年龄、体型及健康状况的狗狗，狗饼干市场正逐步向精细化、个性化方向发展。例如，针对不同年龄段的狗狗设计专属配方，如幼犬成长配方、成犬维持配方及老年犬保健配方等；同时，针对特定健康问题，如关节保护、肠胃调理等，也涌现出了一系列功能性狗饼干。这种定制化的产品策略不仅满足了宠物狗的独特需求，也提升了宠物主人的购买满意度和忠诚度。

情感消费趋势成为市场新动力。宠物在现代家庭中已不仅仅是陪伴者，更是家庭成员的重要一员。因此，消费者在购买狗饼干时，除了关注其实用性外，还非常注重产品所带来的情感满足和陪伴感。这促使厂家在产品的设计、包装及营销策略上更加注重情感元素的融入，如通过温馨的包装设计、感人的广告故事等手段，触动消费者的心弦，激发其购买欲望。情感消费的兴起不仅为狗饼干市场带来了新的增长点，也促进了宠物行业的整体发展。

二、 销售渠道与市场分布

在宠物食品市场中，狗饼干作为重要的细分品类，其销售渠道与地域分布呈现出显著的特点与趋势。线上渠道的快速崛起，成为推动狗饼干品牌市场拓展的重要力量。随着电商平台、社交媒体以及直播带货等新型销售模式的迅猛发展，消费者购买狗饼干的途径日益丰富。这些线上渠道不仅打破了地域限制，使得产品能够触达更广泛的消费者群体，还通过精准营销和便捷的购物体验，有效提升了消费者的

购买意愿和忠诚度。因此，线上销售占比逐年攀升，成为狗饼干品牌不可忽视的重要销售渠道。

与此同时，线下渠道的多元化也为狗饼干市场注入了新的活力。传统的宠物店、宠物医院等作为宠物食品销售的传统阵地，依然保持着稳定的市场份额。而超市、便利店等零售渠道的涉足，则进一步拓宽了狗饼干的销售渠道，为消费者提供了更加便捷的购买方式。这些线下渠道通过布局合理、品种丰富的商品陈列，以及专业的售后服务，吸引了大量消费者的关注与购买。一线城市和沿海发达地区的宠物市场相对成熟，宠物饲养量大，消费水平高，因此狗饼干的需求量也相应较大。这些地区的市场竞争也更为激烈，品牌众多，消费者选择余地大。相比之下，内陆和农村地区虽然市场潜力巨大，但受经济发展水平、消费观念等因素的制约，市场开发程度相对较低，狗饼干的需求量有待进一步挖掘和提升。因此，对于狗饼干品牌而言，如何根据市场特点和消费者需求，制定合适的销售策略，实现线上线下渠道的有效融合，以及在不同地域市场的精准布局，将是未来市场竞争的关键所在。

三、竞争格局与市场份额

狗饼干市场竞争格局与品牌动态分析

当前，狗饼干市场正经历着前所未有的品牌竞争与市场格局重塑。国内外众多品牌纷纷涌入这一细分领域，通过不断的产品创新、精准的营销策略以及强大的渠道布局，力求在激烈的市场竞争中脱颖而出。这一趋势不仅加剧了市场竞争的激烈程度，也促进了整个行业的快速发展与成熟。

品牌竞争激烈，创新驱动发展

在狗饼干市场中，品牌竞争已成为主导力量。各品牌纷纷加大研发投入，致力于产品的差异化与创新。通过引入新鲜食材、改进生产工艺等方式，提升产品的营养价值和口感；结合现代科技手段，如智能化监控、大数据分析等，优化产品配方，满足宠物主人对宠物健康的更高追求。这种以创新驱动的发展模式，不仅提升了产品的市场竞争力，也推动了整个行业的技术进步与产业升级。

市场份额集中，品牌效应显著

随着市场竞争的加剧，部分知名品牌凭借其强大的品牌影响力和市场布局，逐渐占据了较大的市场份额。这些品牌通常拥有完善的生产体系、严格的质量控制以及广泛的销售网络，能够为宠物主人提供高品质、多样化的狗饼干产品。同时，他们还通过持续的品牌营销和消费者教育，增强消费者对品牌的认知度和忠诚度，进一步巩固了市场地位。这种市场份额的集中化趋势，使得品牌效应在狗饼干市场中愈发显著。

新兴品牌崛起，品质为王

值得注意的是，随着消费者对宠物健康、品质的关注度不断提升，一些注重产品研发、品质控制的新兴品牌开始在狗饼干市场中崭露头角。这些品牌往往以独特的产品定位、高品质的产品质量以及精准的市场定位，赢得了消费者的青睐。它们

通过不断创新和优化产品，提升用户体验和满意度，逐步建立起自己的品牌形象和市场地位。这种新兴品牌的崛起，不仅为消费者提供了更多选择，也促进了整个行业的良性竞争与发展。

第三章 产品与创新

一、 狗饼干产品类型与特点

在当前中国宠物市场蓬勃发展的背景下，宠物食品尤其是狗饼干市场展现出了多元化的趋势，以满足不同宠物主人及犬只的特定需求。这一领域的产品创新聚焦于经典传承、功能强化、风味探索及高端定制四大维度。

经典型狗饼干，作为市场的基石，坚持采用传统而科学的配方，致力于实现营养均衡与口感体验的完美融合。这些产品以其酥脆可口的特性，成为日常喂养中不可或缺的一部分，为狗狗提供基础且必要的能量补给，确保其健康成长。经典型狗饼干不仅注重原料的精选，还通过精细的加工工艺保留食材的自然风味与营养价值，赢得了广泛的市场认可。

功能型狗饼干则代表了市场细分化的深入发展。针对狗狗常见的口腔健康、骨骼发育、体重管理等问题，这类产品通过精准添加如洁齿成分、钙质补充剂、低卡路里配方等特定成分，实现了从预防到改善的全方位健康关怀。例如，洁齿型狗饼干通过其独特的物理摩擦与化学清洁作用，帮助狗狗减少牙菌斑与牙结石的形成，维护口腔健康；而补钙型狗饼干则专为骨骼发育期的幼犬及老年犬设计，促进钙质吸收，预防骨质疏松。

风味型狗饼干则是对狗狗味蕾的一次精彩探索。将鸡肉、牛肉、鱼肉等天然食材的鲜美风味融入饼干之中，不仅极大地提升了狗狗的食欲，更让每一次进食都成为一次愉悦的体验。这种对产品风味的精心雕琢，不仅满足了宠物主人对宠物饮食品质的更高要求，也展现了宠物食品行业对宠物幸福生活的深切关怀。

高端定制型狗饼干则是宠物食品市场中的一颗璀璨明珠。它摒弃了传统的一刀切生产方式，转而采用高品质原料，并邀请宠物营养师参与配方设计，为每一只狗狗量身定制专属食谱。这种个性化的服务模式，不仅体现了宠物主人对宠物健康的极致追求，也推动了宠物食品行业向更加精细化、专业化的方向发展。高端定制型狗饼干不仅注重营养的全面均衡，更融入了情感与关爱的元素，让宠物在享受美味的同时，也感受到了家的温暖与呵护。

二、 创新趋势与新产品开发

产品创新路径的探索与实践

在当今多元化、细分化的市场中，产品创新已成为企业核心竞争力的重要组成部分。通过多维度、深层次的创新策略，企业能够有效提升产品附加值，满足消费者日益增长的多样化需求。以下是对原料创新、技术创新、包装设计创新及跨界合作等关键路径的详细阐述。

原料创新：挖掘健康与自然的力量

在原料选择上，企业纷纷向天然、健康、可持续的方向转型。例如，某公司依托丰富的自然资源，构建了以红枣为核心的健康锁鲜食品矩阵，创新推出了红小派、维C枣等系列产品，这些产品不仅选用了高品质的红枣原料，还积极探索其他超级食物和有机食材的应用，通过科学配比与精研工艺，有效提升了产品的营养价值和健康属性。原料的创新不仅赋予了产品独特的卖点，也赢得了消费者对健康品质的追求与信赖。

技术创新：引领保鲜与口感的双重升级

技术创新是产品创新的又一重要驱动力。企业在生产工艺上不断突破，引入低温烘焙、真空包装等先进技术，确保原料的营养成分得到最大限度保留，同时延长了产品的保质期。以冻干锁鲜技术为例，该技术通过快速冷冻干燥的方式，有效锁住了食物的色泽、形态及营养成分，实现了从“生鲜”、“冷鲜”到“锁鲜”的跨越式升级。技术创新不仅提升了产品的保鲜效果，也优化了产品的口感体验，满足了消费者对新鲜、健康、美味的多元化需求。

包装设计创新：强化环保与便捷的市场优势

在包装设计方面，企业愈发注重环保性、便捷性和美观性的统一。通过采用可降解材料、密封设计等创新方案，不仅减少了环境污染，也提升了产品的携带与保存便利性。精美的包装设计还赋予了产品更强的视觉冲击力，吸引了消费者的眼球。包装设计的创新不仅彰显了企业的社会责任感，也增强了产品的市场竞争力，促进了品牌形象的提升。

跨界合作：共筑创新与发展的共赢格局

跨界合作已成为推动行业创新的重要途径之一。企业与宠物医疗、宠物美容等行业开展跨界合作，共同研发具有创新性和实用性的新产品，不仅拓宽了产品的应用领域，也提升了品牌的市场影响力。跨界合作打破了行业壁垒，促进了资源的优化整合与共享，为产品创新注入了新的活力。通过跨界合作，企业能够更好地洞察市场趋势和消费者需求，加速新产品的上市步伐，实现品牌与市场的双赢。

三、定制化与个性化产品趋势

定制化服务：宠物行业的创新增长点

在宠物市场规模持续扩大的背景下，定制化服务已成为行业转型升级的重要方向之一。这一趋势不仅体现了宠物主人对宠物生活品质要求的提升，也反映了宠物企业在满足市场多元化需求方面的积极探索。定制化服务通过精准对接宠物及宠物主人的个性化需求，为宠物行业带来了新的增长点。

定制化服务的实施策略

针对狗狗的年龄、体重、健康状况及口味偏好等关键因素，宠物企业可提供一对一的定制化服务。这种服务模式要求企业具备强大的数据收集与分析能力，以便根据每只狗狗的独特情况，为其量身定制适合的产品和服务。例如，根据狗狗的年

龄阶段推荐不同的营养食品，或根据体重状况调整宠物玩具的大小与难度，从而确保宠物在成长过程中得到最适宜的呵护。

个性化包装设计的独特魅力

在产品包装上，定制化服务同样发挥着重要作用。通过在包装上加入狗狗的名字、照片或特殊图案等元素，企业不仅能够提升产品的专属感和纪念意义，还能加深宠物主人对品牌的认同感和忠诚度。这种个性化的包装设计不仅满足了宠物主人的情感需求，也为宠物市场增添了更多温馨与趣味。

定制化营养方案的科学性与实用性

定制化服务在宠物营养方案上的应用尤为关键。企业可根据狗狗的实际情况，结合专业的营养学知识，为其制定科学合理的营养方案。在此基础上，企业可进一步生产定制化狗饼干等宠物食品，确保狗狗在享受美味的同时获得最佳的营养支持。这种定制化的营养方案不仅能够提升宠物的健康状况，还能帮助企业树立专业、负责的品牌形象。

社交媒体互动：优化产品与服务的重要途径

社交媒体平台在定制化服务的推广与优化过程中发挥着不可忽视的作用。企业可通过社交媒体平台收集宠物主人的反馈和建议，及时了解市场需求的变化趋势。同时，企业还可利用社交媒体平台开展互动营销活动，提升品牌知名度和用户参与度。通过不断优化产品设计和服务流程，企业能够不断提升用户体验和满意度，从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

第四章 市场需求分析

一、 宠物狗数量增长趋势

随着城市化步伐的加快及居民生活质量的显著提升，家庭宠物化趋势在全球范围内日益显著，尤其在中国，这一趋势更加突出，成为现代社会生活方式的重要特征之一。宠物狗作为最常见的家庭伴侣动物，其数量的持续增长，不仅反映了人们生活方式的变迁，也深刻揭示了社会经济、文化及人口结构等多方面因素的影响。

家庭宠物化趋势的加速，是推动宠物狗数量增长的首要动力。

随着人们生活水平的提高和居住环境的改善，越来越多的家庭将宠物视为重要的家庭成员，而非单纯的宠物。宠物狗以其忠诚、陪伴的特质，赢得了广大城市居民的青睐。据报告显示，截至2020年，中国城市宠物数量已超过7000万只，其中宠物狗占据重要比例。这一现象的背后，是城市居民对精神慰藉和情感陪伴的强烈需求，宠物狗成为了他们缓解压力、增添生活乐趣的重要伙伴。

老龄化社会的到来，进一步促进了宠物狗数量的增长。

随着中国社会老龄化的加剧，老年人口比重不断上升。对于许多老年人而言，宠物狗不仅是生活上的陪伴者，更是心灵上的寄托。它们能够给予老年人关爱与陪伴，缓解孤独感，提高生活质量。因此，在老龄化社会的大背景下，宠物狗的需求量持续攀升，成为推动其数量增长的重要因素之一。

宠物狗品种的多样化，也是促进宠物狗数量增长的关键因素。

随着宠物市场的不断发展和完善，宠物狗品种日益丰富，从传统的金毛、拉布拉多等经典品种，到近年来兴起的泰迪、比熊等小型犬种，再到各类混血犬种的涌现，满足了不同消费者的个性化需求。这种多样化的选择，使得更多人能够根据自己的喜好和生活条件，选择适合自己的宠物狗品种，从而推动了宠物狗数量的持续增加。同时，各类宠物用品和服务的不断涌现，如宠物美容、宠物医疗、宠物训练等，也为宠物狗的健康成长提供了有力保障，进一步促进了宠物狗市场的繁荣与发展。

二、 消费者购买行为与偏好

在当今宠物市场蓬勃发展的背景下，狗饼干作为宠物零食的重要组成部分，其消费趋势呈现出显著的特点，主要围绕健康安全关注度提升、品牌忠诚度增强以及线上购买渠道兴起三大方面展开。

健康安全关注度提升已成为消费者选购狗饼干时的首要考量。随着宠物家庭化趋势的加深，宠物主人们愈发将宠物视为家庭的一员，对于其饮食健康给予了前所未有的重视。因此，那些标榜无添加、采用天然成分制成的狗饼干更受青睐。这一趋势促使宠物食品生产商不断优化配方，减少化学添加剂的使用，转而采用更加安全、健康的原材料，以满足市场对高品质宠物零食的迫切需求。

品牌忠诚度提升则是狗饼干市场发展的又一显著特征。在市场日益成熟的今天，知名品牌凭借其悠久的历史、卓越的品质和广泛的口碑积累，逐渐建立起消费者的信任与忠诚。例如，德国BEWITAL贝里家作为拥有六十余年历史的家族企业，其宠物食品在全球范围内享有盛誉，其干湿粮制作工艺的成熟与稳定，以及长期、高质量的合作供应商资源，为产品品质的持续保障提供了有力支撑。这种品牌效应不仅增强了消费者对产品的信赖，也促进了市场份额的集中与提升。

线上购买渠道兴起则进一步改变了狗饼干的销售格局。相较于传统实体店，线上购物以其便捷性、丰富的选择性和价格优势吸引了大量宠物主人。据市场预测，亚马逊等电商平台的宠物用品类销售额持续增长，反映了线上渠道在宠物零食市场中的巨大潜力。这一趋势不仅推动了宠物食品行业的数字化转型，也为消费者提供了更加多元化的购物体验。

三、 市场需求预测与增长动力

当前，狗饼干市场正处于一个快速增长与转型的关键时期。随着宠物行业的蓬勃发展，特别是宠物狗数量的稳步增长以及宠物主人消费观念的转变，狗饼干市场展现出了强劲的市场需求和广阔的发展前景。

市场需求持续增长，潜力巨大。宠物狗作为人类的重要伴侣，其生活质量日益受到重视。这一趋势直接推动了宠物食品市场的繁荣，狗饼干作为宠物日常零食的重要组成部分，其需求量自然也随之攀升。以快手电商平台为例，近半年内宠物行业商品交易总额实现了超过35%的同比增长，狗粮、猫粮等宠物主粮之外，宠

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/368111124011006135>