

寵物經濟 ①

在嬰兒車裏的，不是嬰孩卻是「毛孩」，此情景在香港屢見不鮮。有調查顯示，香港寵物主人飼養一隻寵物，需要花費49萬元，而且寵物產品支出正在逐年增長，吸引越來越多企業投入寵物業務。其中，有企業更瞄準寵物科技市場的龐大潛力，積極開發智能寵物產品，包括研發寵物面部辨識系統、寵物服務數字化平台，從硬件到軟件攻堅克難，致力打造本地寵物產業的生態系統。

大公報記者 李樂兒

全球寵主智能產品去年市場規模 (單位：美元)

金額	27億元	18億元	2.31億元	5430萬元	8.75億元
核心產品	智能可穿戴設備	智能餵食設備*	智能逗寵設備*	智能寵物監控設備*	智能伴寵機器人設備
趨勢預測	• 以14.3%的複合年增長率，擴大至2030年	• 以6.2%的複合年增長率，擴大至2032年	• 以3.5%的複合年增長率，擴大至2029年	• 以5.5%的複合年增長率，擴大至2032年	• 以12.3%的複合年增長率，擴大至2032年

註：*為2022年數據

(數據來源：大數跨境)

寵物科技市場超千億 智能產品崛起搶機遇

實時監測水機衛生 AI分析胖與瘦

據Global Market Insights數據顯示，2028年前，全球寵物科技市場將以20%的複合年增長率成長，估計到2028年市場規模將達到200億美元(約1560億港元)。儘管經濟環境不佳，港人在寵物產品上的消費毫不吝嗇。佳寵集團行政總裁吳民進表示，寵物科技產品正在形成一個新興市場，憑藉着近20年在電子行業的積累，集團正在開發一系列科技產品，這些產品可以利用物聯網技術，實時監測寵物用品，例如智能寵物飲水機，提醒寵主何時清洗或更換過濾器。

港企研面部辨識取代晶片

吳民進指出，為打造寵物生態系統，團隊在人工智能領域投入大量資源，目前正重點開發寵物面部辨識系統，長遠可代替晶片，應用於寵物保險及走失尋回。另外，香港寵物肥胖引發較多疾病，集團與獸醫及大學合作，探討如何通過分析寵物的走路姿勢，判斷是否肥胖。

吳民進坦言，人工智能(AI)在寵物產品的應用方面，香港還處於早期階段，需要大量學習資料和數據支持，才能進一步發展。他表示，目前，香港寵主對科技產品的接受程度還不算高，寵物科技產品在港普及，還需要4至5年時間。

Petionship創辦人楊吳也認為，香港寵物行業科技普及尚需時日。楊吳指出，隨着科技進步，很多行業正在轉型，香港寵物行業的科技轉型仍處於起步階段，目前還未有一個平台可以做到同時連接商家

正在形成一個新興市場。



楊吳認為，香港寵物行業科技普及尚需時日。

和客戶。香港現時約有800間寵物店及美容店，而非單一服務寵物店(即提供服務兼售賣寵物用品)佔比約70%。楊吳希望透過軟件和數字化工具打造一站式平台，減輕寵物店的運營壓力，及整合本地寵物行業的數字資產。

Petionship的PetOS寵物業務管理系統，可協助寵物店進行庫存管理、客戶關係管理以及收銀結賬等業務管理。目前，香港有30間寵物店正在使用，澳門及台灣地區客戶則合計有22間在應用。

海外市場方面，Petionship原商業業務覆蓋中國香港、中國澳門、中國台灣、新加坡及澳洲。楊吳表示，亞洲許多地區的寵物市

場情況，與香港基本近似，消費力和對軟件的需求相當高，易於逐步拓展，目前日韓市場也在規劃之中。

楊吳透露，年底將在港澳兩地推出「DOKI」平台，涵蓋服務以及本地寵物用品售賣，覆蓋寵物店近60家，目前正在小範圍內試用，以獲取行業洞察及數據，未來還會考慮與第三方配送平台合作。

護理服務平台獲百企加盟

此外，針對寵物酒店、寄養和託運的平台「BookBookPet」早前已上線。楊吳預期，「DOKI」、「BookBookPet」兩個平台將會再吸引超過100家寵物商戶、寵物酒店及保

媽應用PetOS系統。



佳寵有意開闢增長潛力巨大的東南亞市場。

東南亞養寵率超50% 佳寵部署出擊

市場蓬勃

全球寵物市場蓬勃發展，東南亞尤其活躍，市場增長迅速，惹來佳寵集團的靑睞。佳寵集團行政總裁吳民進透露，計劃開拓東南亞市場，預期可成為集團的增長引擎。

複製香港線上營運策略

根據調查網站Rakuten Insight數據，截至2021年，東南亞養寵率超過50%。當中，互聯網滲透率在提高，養寵人士在線上電商平台消費次數持續遞增，用戶在電商平台的寵物消費佔比均在30%以上，為寵物相關企業提供巨大市場機遇。

吳民進指出，集團在香港的業務模式以線上銷售為主，並通過分銷渠道，產品進入150家寵

物門店；在內地方面，實體店營運成本壓力大，所以專注線上業務發展。吳民進相信，線上營運策略可望在東南亞市場複製，尤其是在印尼和馬來西亞等地，因為當地人飼養貓十分普遍。

吳民進表示，東南亞的寵物市場正在經歷品類擴張和品牌機遇，寵物科技產品的需求亦不斷增長，集團在寵物智能電子產品領域的創新應用，以及寵物保健品的研發，有望滿足消費者的需求。

佳寵也重視日本市場，吳民進表示，目前日本市場已經接納佳寵的部分產品，例如代理的狗糧、貓糧，未來集團自主研發天然、健康的寵物食品，以及高端寵物營養品，希望引入日本市場。

佳寵集團小檔案

成立時間：2017年

業務範圍：寵物電子培訓產品製造、寵物智能電子產品設計及開發、寵物食品及用品分銷、寵物相關產品網上商店及寵物保險產品

未來目標：發展日本市場，拓展東南亞市場



香港寵物產品支出正在逐年增長，吸引眾多企業靑睞。

了解各地寵物服務差異 商業化事半功倍

經驗之談

Petionship創辦人楊吳創意多多，畢業後僅工作一年便辭職，全心全意創業。目前團隊共五人，分別負責產品、技術及運營，電商業務已覆蓋5個區域。楊吳坦言，人工智能的普及，極大地提升了工作效率，對於處於種子階段的公司而言，團隊的規模不是關鍵，反而精簡高效更重要。

科技園助港初創出海

Petionship由電商轉型做寵物業務的系統開發，商機是從實踐中挖掘出來。楊吳表示，團隊從2018年開始嘗試做寵物產品，由圖紙設計到供應鏈管理，再通過海外平台銷售，在「一條龍」的經營模式，發現了寵物店營運方向的諸多難題。

楊吳指出，歐美寵物店通常專注單一業務，在亞洲，由於競爭激烈，寵物店大

多數提供綜合性服務，包括寵物美容、寵物用品售賣、寵物酒店等等，一站式寵物服務平台系統的開發需求龐大。他以日本為例，平台系統

出海的最大挑戰，在於地區商業文化的差異，日本的語言、廣告風格和生活方式都與香港不同，因此需要與當地團隊合作，進一步本地化產品。

楊吳的團隊正參與香港科技園的創科培育計劃，他對香港科技園大力支持初創科技公司，讚不絕口。他說，科技園不僅提供設備、軟件和實驗室設施，還定期組織科研公司參觀學習，提供參加博覽會、產品發布會等資源。例如，11月團隊通過科技園組織參與台北國際寵物用品博覽會。

Petionship發展進程

2020年	Petionship在香港成立
2021年	電商業務從香港擴展到澳門
2022年	獲得第一筆種子資金，業務擴展到中國台灣、新加坡和澳洲
2023年	參與創科培育計劃，入駐科學園並主攻軟件系統
2024年	年底將推出「DOKI」和「BookBookPet」平台

寵物主人消費調查 (節選)

- 不論有無投保寵物保險，平均每名寵主花費49萬元飼養一隻寵物
- 寵主平均飼養1.4隻寵物計算，每名寵物主人的消費為70萬元
- 有投保寵物保險的寵主，以平均飼養1.5隻寵物計算，每名寵主消費102萬元

資料來源：2024年2月OneDegree寵物主人消費調查報告

創科培育計劃摘要

目的

幫助科研成果推出市場，開拓業務，並提供全面性支援

期限：3年

特點

- 提供世界級設備、軟件和實驗室設施
- 組織相關活動結識經驗豐富的導師、行業專家、戰略合作夥伴和投資者
- 最高資助129萬元，用於支付科技和業務發展費用

資格

- 擁有顛覆性的應用程序、創新的商業模式、改變生活的產品和解決方案
- 已通過MVP或原型的市場驗證
- 在資訊和通信技術、電子、綠色技術或精密工程的研發領域

數據來源：創科培育計劃網站

領養商業化存在爭議

新聞分析

李樂兒

寵物行業發展蓬勃，寵物的銷售額不斷攀升。與此同時，領養機構的待領養寵物數量居高不下。其實，領養機構與領養人和商家，可以發掘很多商機，造就「三贏」。

根據漁農自然護理署數據顯示，2023年動物售賣商及動物繁殖商共售出4231隻貓和3598隻狗，而全港動物管理中心收容的貓狗數目，分別為424隻及1051隻，當中僅有174隻貓和319隻狗獲領養。

為解決「養寵難」和棄養問題，香港曾經有技術團隊推出應用程式，並與收容所合作，通過分享流浪貓狗動態，供用戶隨時觀賞萌宠，更設寵物認養功能，可供多人共同認養一隻寵物，費用平攤，亦可個人承擔一隻寵物的所有費用。所認養的寵物在收容所由專人照顧，認養人可以定期約訪。

事實上，創新的領養模式，既可滿足愛寵人士的需求，又可為商

家帶來新盈利點。例如內地有些機構推行「免費領養+寵糧月付」模式、「寵物合約領養」以及雲領養等。

領養做得好，既是商機，也可一定程度解決棄養問題。不過，若領養被視作銷售手段，原意就會變質。例如內地媒體曾曝光所謂「免費領養」，實則需要領養人訂閱寵物門店的相關產品或服務，就像營運商充話費送手機一樣，變相成為「分期付款」，甚至有「黑心」商家售賣「星期寵」騙違約金。

若想把握領養商機的風口，項目方需要不斷創新和優化服務模式，加強寵物福利與保護，提高消費與誠信經營透明度，了解政策動態與合規經營等，以確保愛心領養涉及的商業經營可持續發展。

服務遍亞
洲。提供
綜合性
寵物店

