



創市際雙週刊 第二八二期

發刊日：2025年12月15日

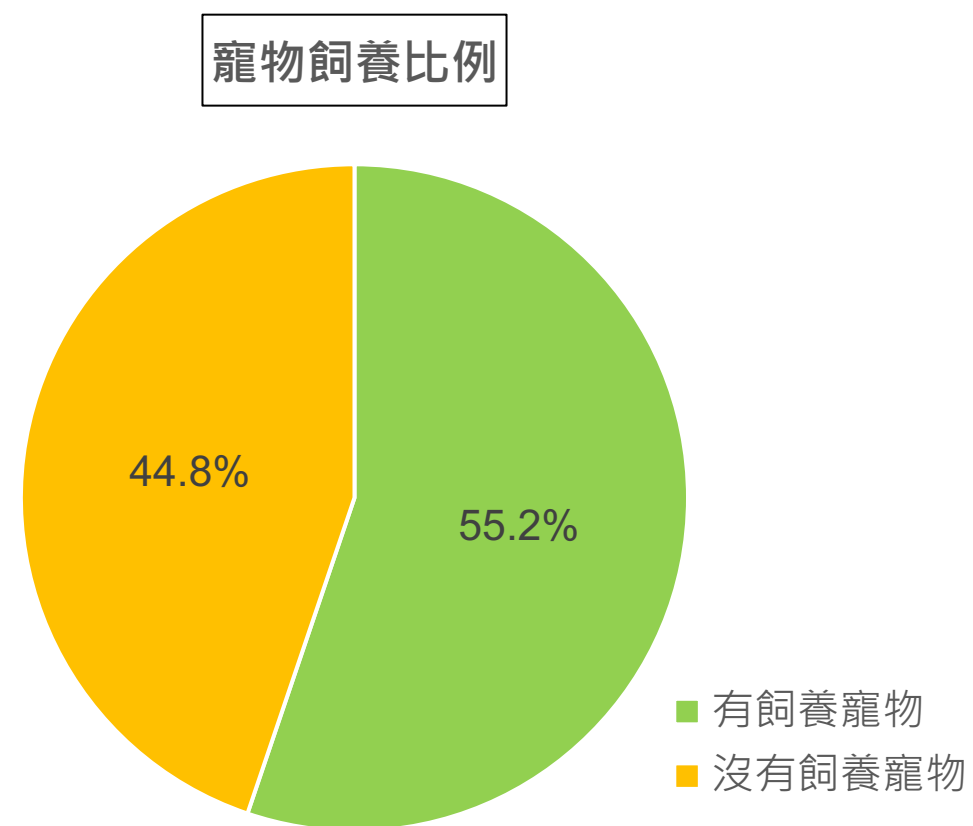
IX 市調解析

寵物篇

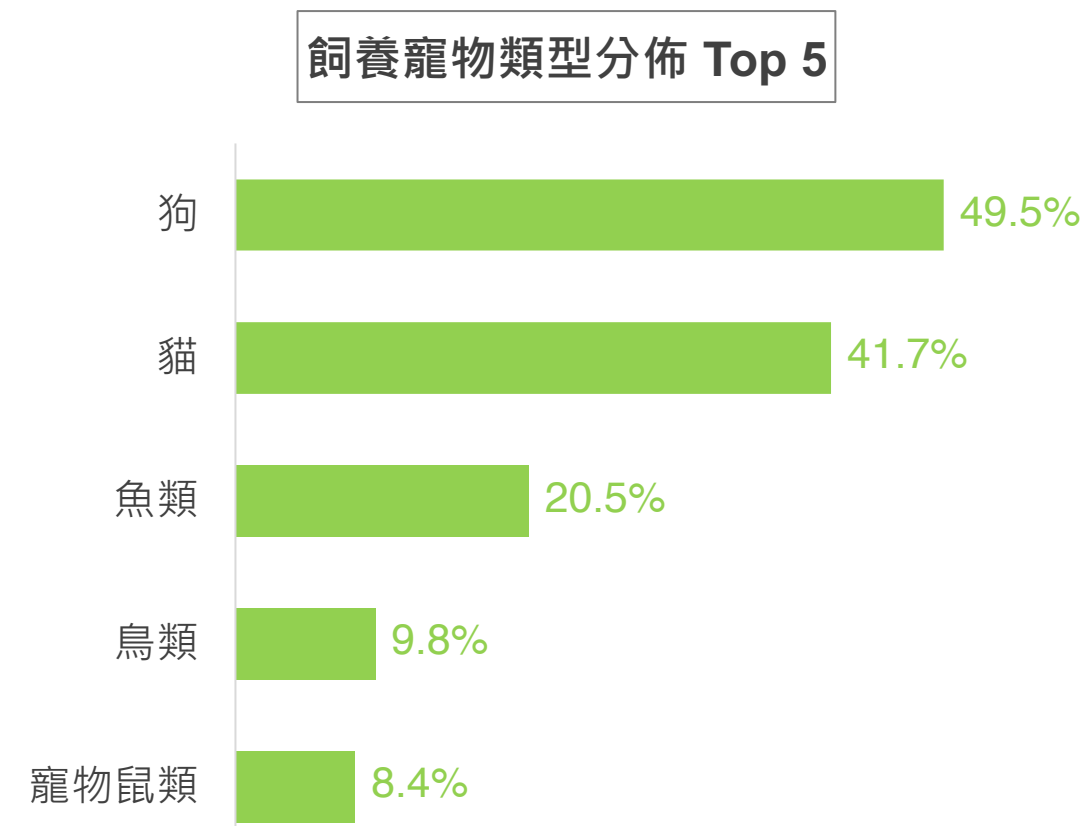
寵物篇

「毛經濟」的崛起，讓「吸貓嚙狗」的風潮越顯普遍，為了解毛孩們所掀起的市場脈動與飼主消費決策情形，創市際於 2025 年 11 月 18 日至 26 日，針對 15-64 歲以上的網友進行了一項「寵物篇」的調查，總計回收了 1,211 份問卷。

毛孩世代：全台寵物飼養率在五成以上



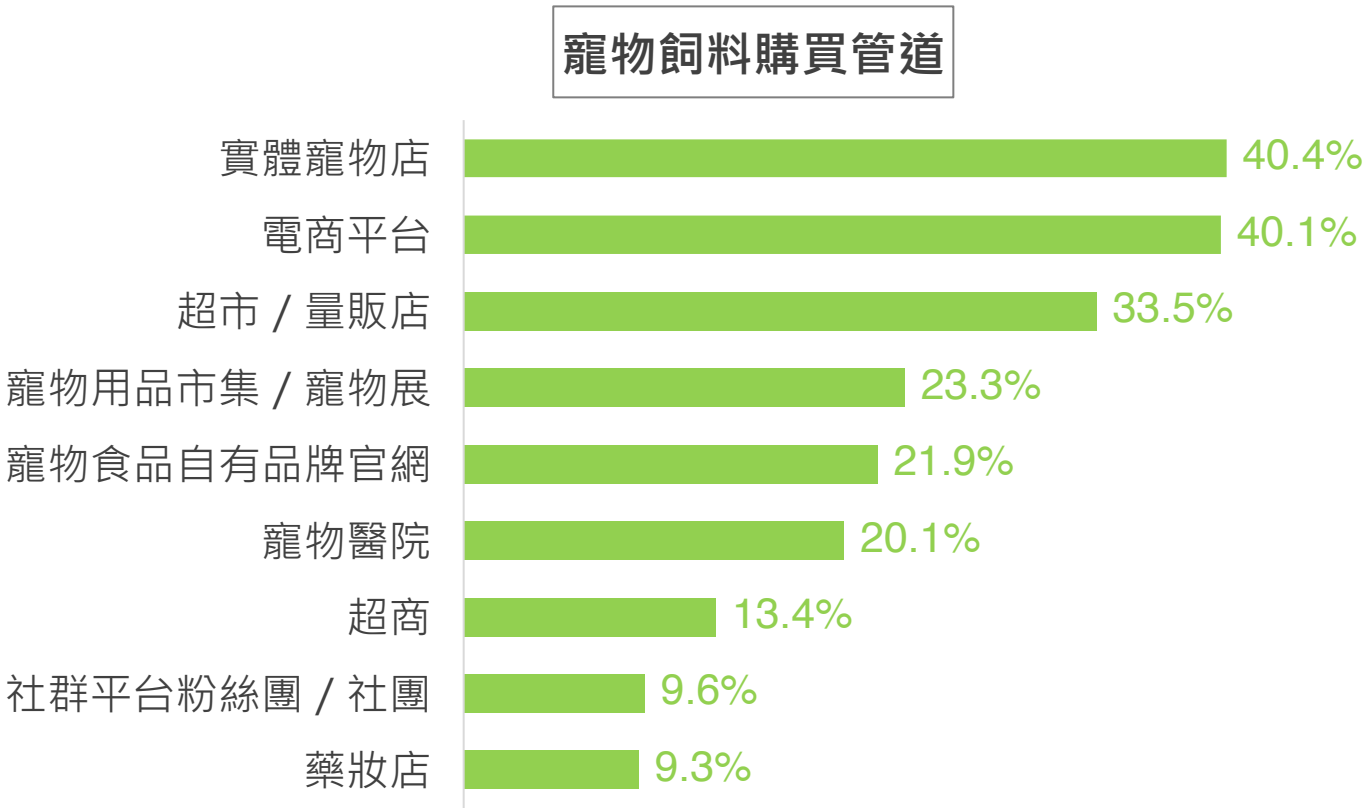
Base：全體受訪者 N=1,211
資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2025



Base：有飼養寵物的受訪者 N=669
資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2025

根據調查，台灣整體的寵物飼養率為 **55.2%**。飼養的寵物以狗 (**49.5%**) 與貓 (**41.7%**) 為兩大主流類型，飼養率皆在四成以上。其他較熱門類型則是魚類 (**20.5%**)，至於鳥類 (**9.8%**) 及寵物鼠類 (**8.4%**) 則落在一成左右。

寵物飼料通路版圖：線上線下各據一方

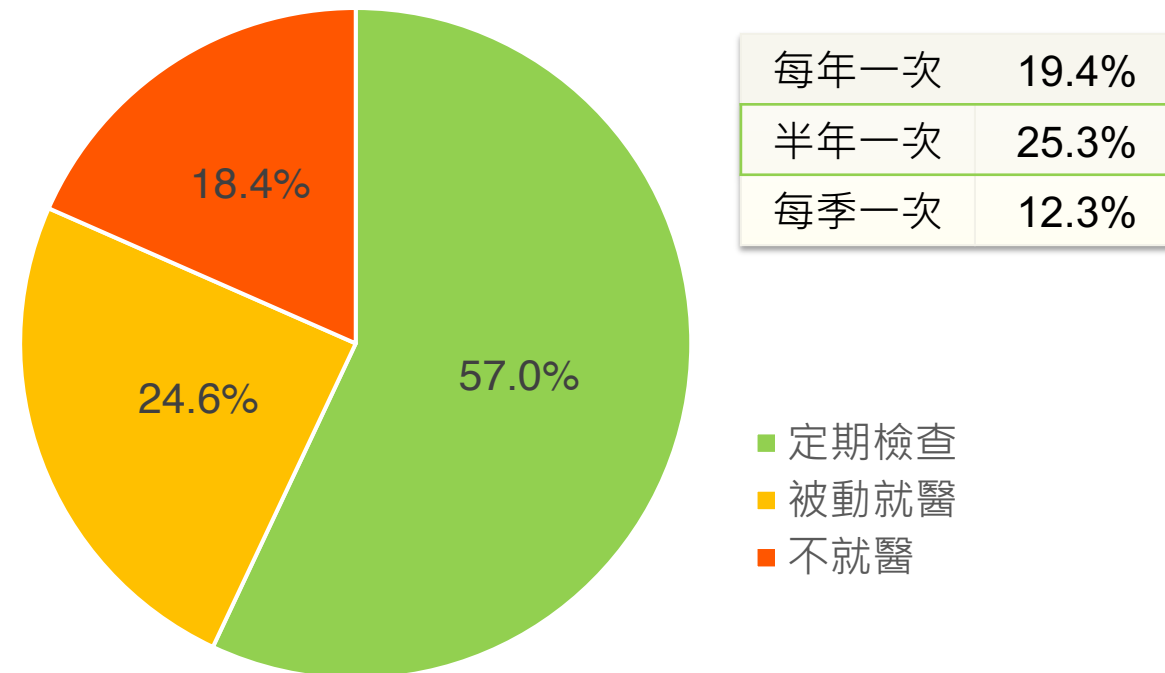


Base：有飼養寵物的受訪者 N=669
資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2025

觀察飼主選購飼料的主要管道，發現「實體寵物店」(40.4%) 與「電商平台」(40.1%) 的使用率不分軒輊，顯示飼主在實體通路與線上購物上各有所好。其後購買管道分別為「超市 / 量販店」(33.5%)、「寵物用品市集 / 寵物展」(23.3%) 與「寵物食品自有品牌官網」(21.9%)。

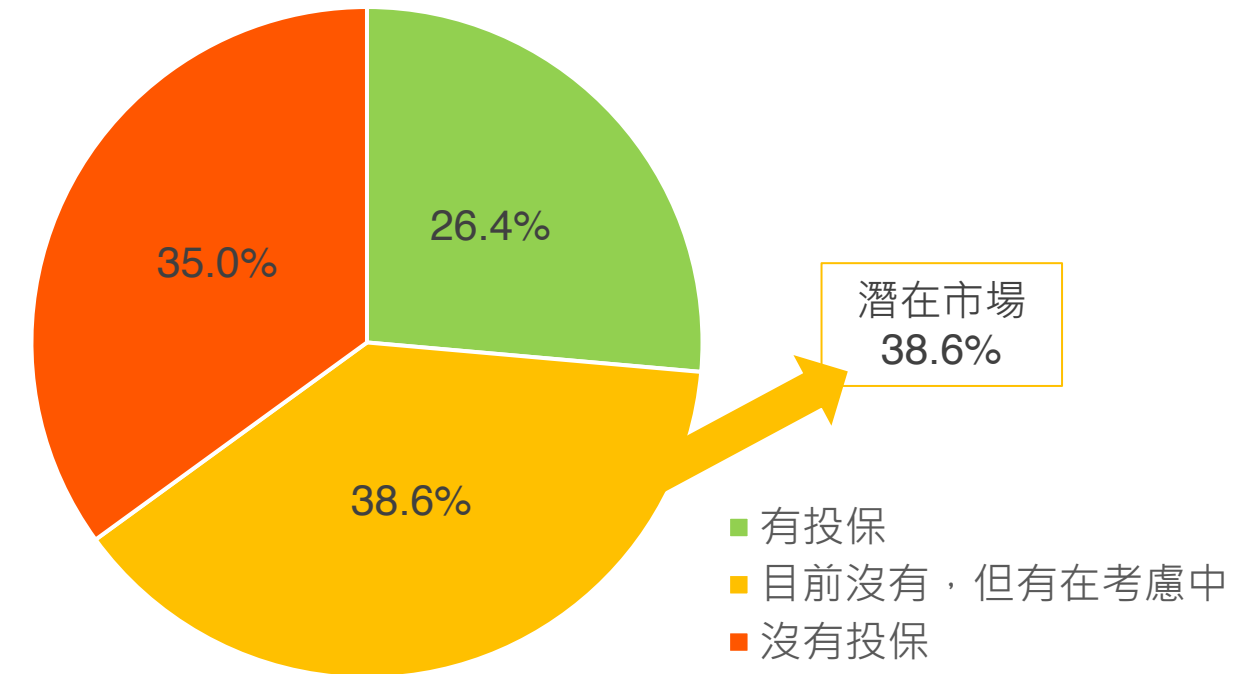
主動式健康管理：逾半數飼主有做定期健檢 / 近四成觀望寵物險

寵物定期健康檢查情形



Base：有飼養寵物的受訪者 N=669
資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2025

投保寵物保險(狗 / 貓)情形



Base：有飼養狗、貓的受訪者N=503
資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2025

有飼養寵物者中，高達 57.0% 有為寵物做「定期檢查」的習慣，顯示多數飼主是願意投入時間與金錢維持寵物健康的，且檢查頻率以**每半年一次 (25.3%)** 的佔比最高。而在投保寵物保險方面，則有 26.4% 的貓狗飼主是「有投保」的；另一方面也有高達 38.6% 者為「目前沒有，但有在考慮中」的潛在客戶群。

小結

- ▶ 台灣寵物飼養比例：**55.2%**
 - 狗(49.5%) > 貓(41.7%) > 魚類(20.5%) > 鳥類(9.8%) > 寵物鼠類(8.4%)
- ▶ 寵物飼料購買管道 Top 3：
 - 實體寵物店(40.4%) > 電商平台(40.1%) > 超市 / 量販店(33.5%)
- ▶ 寵物定期健康檢查情形：
 - 定期檢查(57.0%) > 被動就醫(24.6%) > 不就醫(18.4%)
- ▶ 投保寵物保險(狗 / 貓)情形：
 - 有投保(26.4%)、目前沒有，但考慮中(38.6%)、沒有投保(35.0%)

研究設計

研究方法：
線上調查(IX Survey線上研究整合系統)

研究對象：
樣本來源為創市際 iX:Panel 大型樣本群，針對
15-64歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：
2025/11/18 ~ 2025/11/26

有效樣本數：N=1,211
在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.6%，
再依照行政院主計處2024年12月台灣地區人口
之性別、年齡及地區人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	605	50.0%
	女性	606	50.0%
年齡	15-19歲	76	6.3%
	20-24歲	94	7.7%
	25-29歲	113	9.3%
	30-34歲	120	9.9%
	35-39歲	119	9.9%
	40-44歲	147	12.1%
	45-49歲	146	12.1%
	50-54歲	131	10.8%
	55-59歲	133	11.0%
	60-64歲	132	10.9%
居住地	北部	554	45.7%
	中部	315	26.1%
	南部	342	28.2%



- ▶ 本雙週刊報告書內容為創市際市場研究顧問公司版權所有。
- ▶ 若需引用本雙週刊相關數據，或有任何問題，歡迎來信詢問。

m marcom@ixresearch.com