

投稿類別：商業類

篇名：少子化之寵物市場相關問題

作者：

李詩凱。國立新竹高商。國貿三年三班

陳煜達。國立新竹高商。國貿三年三班

戴冠偉。國立新竹高商。國貿三年三班

指導老師：謝玉芬 老師

壹●前言

現在社會，人人都在忙碌於事業、賺錢，社會壓力越來越大，導致現在年輕人不想結婚或結婚又不孕或者不想生小孩，寧願飼養寵物，由此可見寵物漸漸變成這地球村的主流，而我們探討，少子化影響寵物的市場關係。

一、研究動機

最近新聞報導少子化、高齡化問題日益嚴重，生小孩的人越來越少，而養寵物的人卻越來越多，讓我們想要探討他們之間的關係。現在寵物相關的事業也越來越發達，寵物美容院，寵物醫院，甚至有寵物殯葬協會；反觀婦產科相關事業人口卻下降很多，現在人大多數都是在墮胎而不是生小孩，有婦產科醫生因為墮胎比生小孩還要多，寧願轉職也不願繼續做醫生，可見現在社會少子化問題的確嚴重，台灣已逐漸進入高齡化社會結構。

二、研究方法

相關資料是由報紙、網路、書報雜誌上所收集再加以整理，用經濟學的角度來研究少子化的社會所帶來的新型商機。由於少子化影響國家經濟頗深，所以我們決定來探討少子化與寵物的相關問題。

貳●正文

一、何謂少子化

少子化是指生育率下降，造成成年人、老年人口逐漸減少的現象。少子化代表著未來人口可能逐漸變少，對於社會結構、經濟發展等各方面都會產生重大的影響。若新一代人口增加的速度遠低於上一代自然死亡的速度，更會造成人口逐漸不足，導致人口型態為倒金字塔三角形，所以少子化是許多國家（特別是已開發國家）非常關心的問題。由於已開發國家的生育率與死亡率幾乎都很低，所以從相對的角度來看，少子化就意味著高齡人口相對變多，即高齡化，因此這兩個一體兩面的名詞也有人將其合而為一，變成「少子高齡化」。

內政部人口統計資料顯示，台灣的出生人數由 1980 年的 41.4 萬，降至 2000 年 30.5 萬人，2008 年更已降至 19.8 萬人，不到 20 年的時間，新生兒的數量以折半的速度在減少。

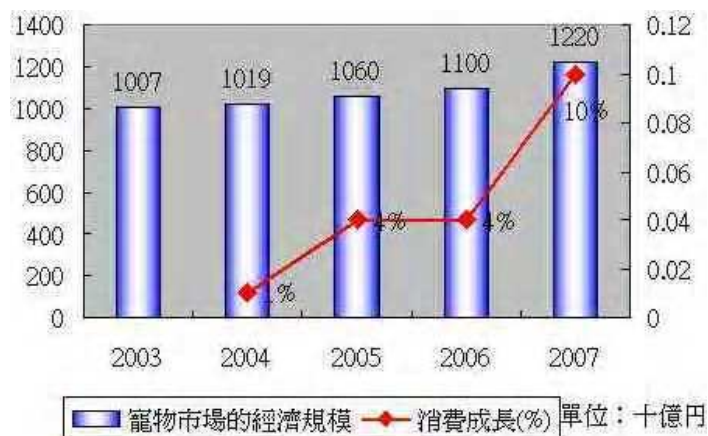
二、少子化影響寵物市場的原因

自己都養不活了哪還敢生孩子？現代人對生活及經濟問題倍感壓力，因為生活費用一職漲而薪水似乎永遠不漲。根據統計，供一個小孩到大學畢業，要花約 1500 萬元，而養狗一年不到 3 萬，而狗的生命也有 10—15 年，最少只要花 30 萬，跟人所要花費的竟相差 50 倍，導致人在生活壓力下寧願選擇養寵物也不願生孩子。

三、少子化影響寵物市場的現象

據報導指出，少子化的影響，使行業間產生消長的現象，寵物業就是第一個受惠的行業。創業顧問桂世平：「由於不婚不生及已婚少子化的潮流，不婚單身貴族因獨自一人，不免感到孤單寂寞，因此就想養寵物陪伴；頂客族因不生小孩，也會考慮養寵物代替小孩，使得寵物商機蔚然成風，獸醫、動物醫院、寵物 ... 因此獸醫行業日受到重視，成為十大成長行業的第二名。」

以亞洲最早進入老人國的日本為例，從 2003 年開始，在日本貓、狗的飼養數量不斷地成長，到 2007 年，日本貓、狗的飼養數量已經超過 2,700 萬隻，這些數據顯示出貓、狗的飼養數量和經濟成長並無直接關係，反而和老年人口增加較有相關。在 2005 和 2006 年，日本人均 GDP 呈負成長，但寵物的飼養率都有正向成長(參見圖一)，也許在不景氣的日子，有寵物的陪伴是值得慰藉的事情。



圖一 日本近年寵物市場經濟規模成長率

資料來源：P.B. Marketing Report, Japan

那台灣家庭飼養的寵物究竟有多少？根據農委會委託台灣大學獸醫系在 2005 年完成的最新「全國家犬、家貓數量」電話調查推估，全國飼養的寵物狗大約有 113 萬多隻、寵物貓約 21.7 萬隻，兩種主流的家庭寵物合計高達約 135 萬隻。該調查並推估，全國 720 多萬戶家庭中，有飼養寵物的比率約 20.3%，相較於英國有高達 95% 家庭、美國有 75% 的家庭、日本有 34.5% 的家庭飼養狗、貓、魚等寵物，台灣家庭飼養寵物的比率仍有成長潛力，有趣的是，該調查發現，家庭養

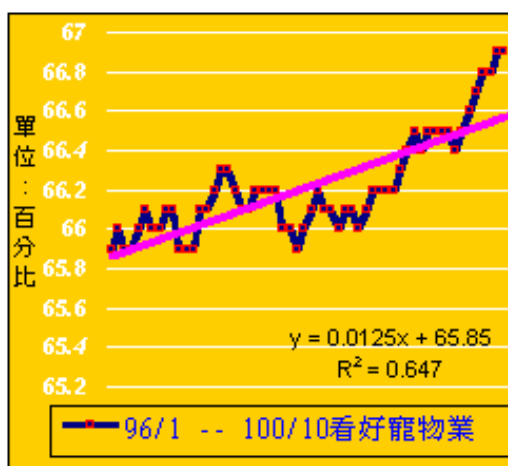
寵物，狗和貓不再是唯二的選擇，家庭飼養鳥、魚、龜、鼠、豬等另類寵物的比率有緩步上升的趨勢，甚至還有家庭飼養雪貂、蜜袋鼯和刺蝟等寵物。

把台灣這股寵物新勢力，對照新生兒的出生人數發現，2006 年台灣新生兒出生的人數已由 1979 年高峰時期的 38 萬新生兒大軍，銳減為 19 萬 2887 人，嬰幼兒商品市場未來產值要和寵物商品市場相抗衡，恐得把 0 歲至 6 歲的嬰幼兒人數全加起來，才可湊足約 135 萬名的嬰幼兒，和寵物勢力並駕齊驅，也因此，當台灣嬰幼兒相關市場整體產值，正受到少子化衝擊而逐年萎縮之時，新興的寵物市場商機正取而代之。

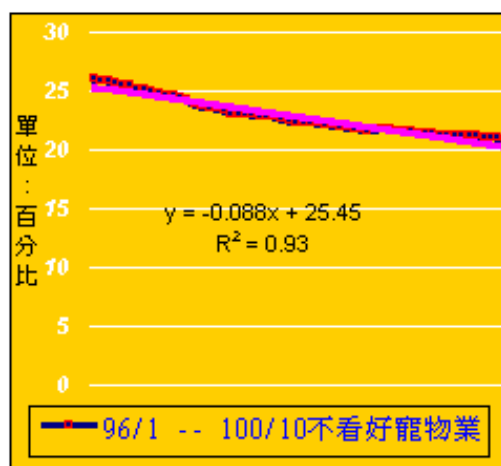
四、台灣經濟未來趨勢

走在路上可感受到國內寵物用品專賣店、寵物美容和寵物醫院這幾年愈開愈多，台灣每年寵物食品用品專賣、寵物美容、寵物醫院等市場商機總和已超過百億元，且寵物市場仍處於成長的趨勢。而台灣寵物產業的發展形勢，類似於幾年前的日本寵物市場，所以我們可視從日本寵物市場成長形式，來看未來台灣的寵物市場可能成長規模和市場趨勢。

日本從年營業額八十億規模進步至五年後三百億之間，原本寵物市場專賣店銷售通路佔有絕大多數領先比例，但隨消費品質的提昇及飼養寵物的風潮興盛普及，寵物市場生態發生明顯且大幅的改變。寵物專賣店銷售通路受到量販銷售通路以低價策略強佔寵物用品市場和一次購足的服務潮流而大受影響，寵物專賣店業績佔比每下愈況，量販銷售通路的業績佔比也因為價格優勢大幅以及寬敞舒適的購物環境而大幅成長，專賣店銷售通路和量販銷售通路比例轉變成為二比八。



圖二



圖三

圖二、圖三：96 年 1 月至 100 年 10 月看好與不看好寵物業發展前景圖

〈資料來源：<http://blog.nownews.com/article.php?bid=4506&tid=1335269#ixzz1dE4mHqI>〉

因此，我們建議傳統寵物店在未來的台灣寵物市場，應朝更專業的寵物美容

及專業獸醫發展會較有發展潛力，寵物專賣店在未來的市場，應朝建立專業大型寵物品牌市場發展，開發多元化的服務才會較有其發展潛力。

參●結論

現代人大多會養寵物來陪伴自己，而且認為寵物較好養，要花得錢也比較少，所以使得台灣寵物市場一年比一年繁榮，由於「少子高齡化」所造成的經濟影響，有好有壞，而我們從中來探討，這個前景最為看好的寵物市場，在未來可能演變成，寵物過的比人奢侈，幼兒相關產業失業等等，但寵物業市場激增，也是對台灣另一種經濟的發展。

肆●引註資料

- 1、優仕網部落格。2007年1月24日。<http://blog.youthwant.com.tw/TOYCE88/888/127/>
- 2、udn 部落格。2007年7月26日。
<http://blog.udn.com/ican168blog/1115771#ixzz1dE4QD3rW>
- 3、孫秀惠(1997)。遠見雜誌 5月號。第131期
- 4、編輯部(2005)。天下雜誌 334期。
- 5、楊艾俐(2005)。少子海嘯。天下雜誌，120-139。
- 6、陳界良(2010)。少子化利多 寵物市場成長一成。中國時報。2010年08月06日。樂活版，取自
<http://life.chinatimes.com/2009Cti/Channel/Life/life-article/0,5047,100306+11201008060005,00.html>
- 7、邱瓊平(2005)。生育率低！明年獸醫、保全業看漲婦產科、國小老師沒落。東森新聞報。2005年10月31日，取自 <http://tw.news.yahoo.com/051031/195/2h4ml.html>