



时趣洞察引擎数据研究 -宠物行业洞察报告

CONTENTS | 目录

1. 宠物行业现状概览
2. 宠物行业消费洞察
3. 线上萌宠KOL洞察

01

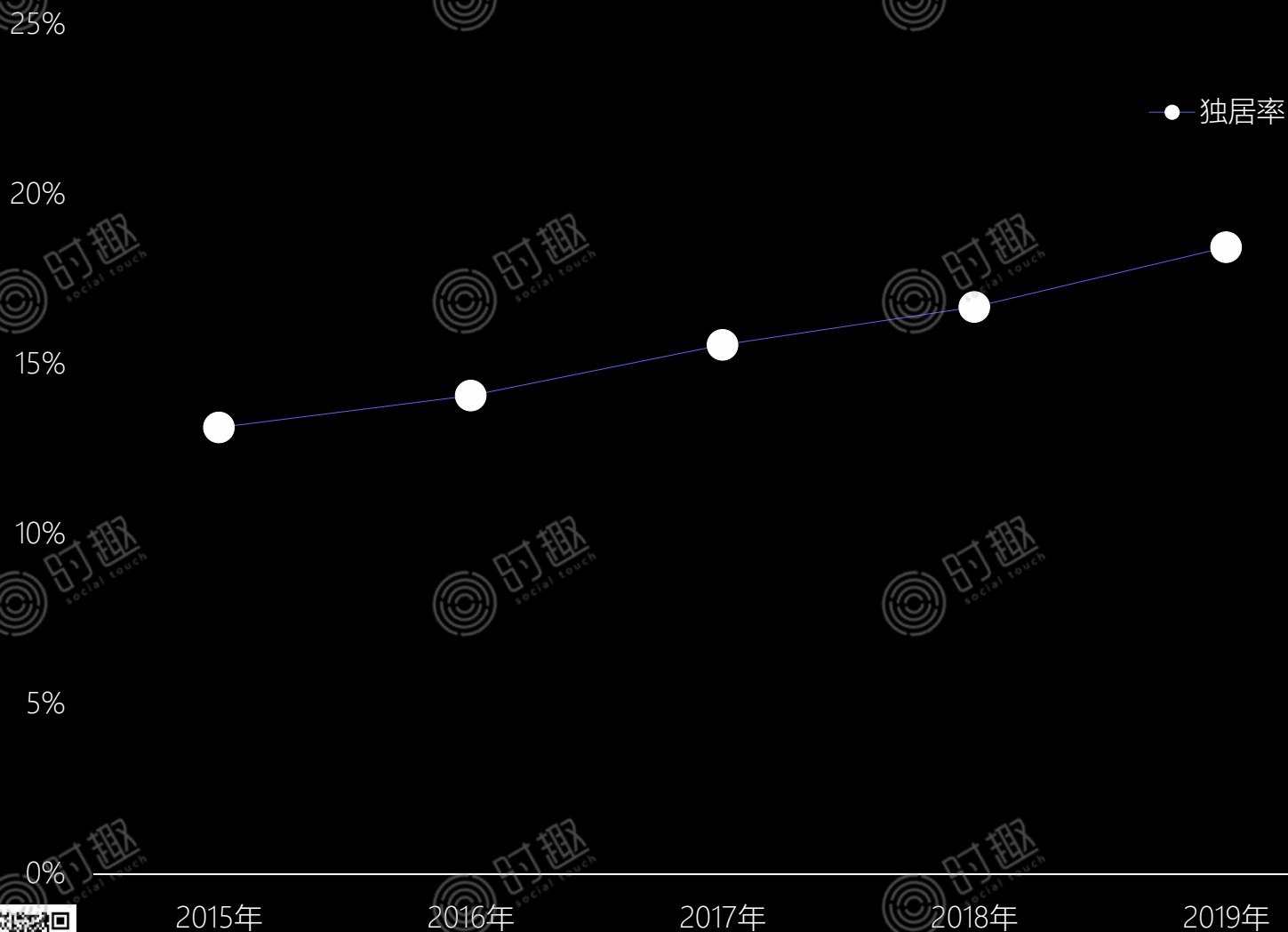
宠物行业现状概览

宠物行业概览

- **市场机会洞察：**近年来独生子女政策和人口老龄化趋势某种程度上加剧我国独居率上升，宠物也成为独居人群的重要爱好之一；城镇居民以养犬猫为代表的宠物饲养阵营不断扩大，加之消费观念和宠物主对宠物情感的改变，越来越多年轻人选择“氪金式”养宠，愿意为宠物花钱，进一步促进宠物行业消费市场规模上升。
- **萌宠受众动因分析：**大部分的网民喜欢或养宠物是可以借助其排解孤独、解压、增添生活情趣，为被工作和学习不断挤压生活的现代人充当情感寄托，宠物情感属性愈加明显。部分网民单纯因为宠物可爱而喜欢宠物，同时养宠物可培养责任心/爱心等功能因素也可打动宠物主。
- **萌宠受众爱宠方式洞察：**除较为原始的满足宠物基本生理需求的普通饲养方式外，部分宠物主因其宠物的情感地位，选择更有品质的饲养方式，TA尝试上门喂养、宠物摄影、网课等多种新兴服务，不吝惜为宠物消费；同时各种宠物体验馆等也满足了未饲养宠物者的“撸宠”需求，两类爱宠人士均充分利用社交平台来学习宠物知识、观看萌宠视频等达成“云吸宠”成就。

- 随着经济和社会发展，加之独生子女政策和人口老龄化等因素，近年来独居率日益增长，除常规类的娱乐活动外，选择饲养宠物逐渐成为大众趋向的生活方式。
- 以养犬猫为代表的宠物饲养阵营不断扩大，叠加消费观念和对宠物情感的转变，养宠人群对宠物的重视体现在金钱和消费上，越来越多年轻人“氪金式”养宠促使消费市场规模也随之上升。

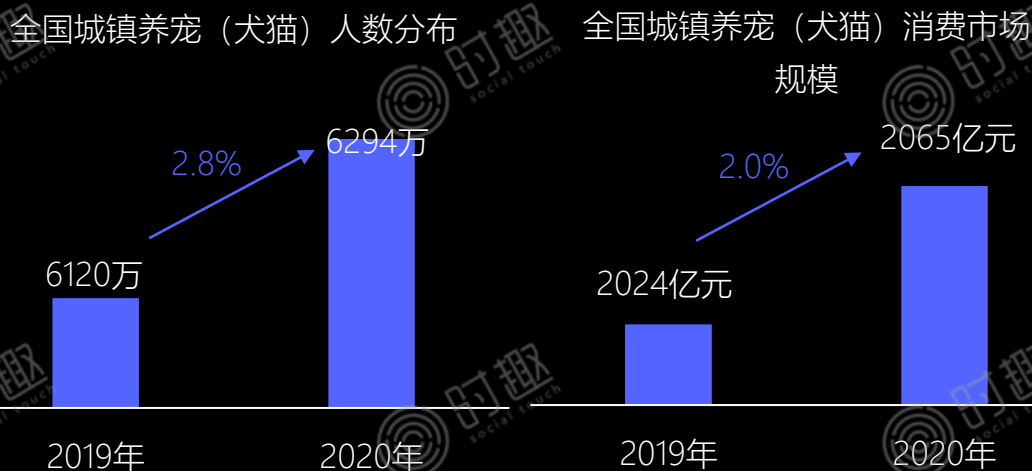
2015-2019年独居人群趋势分布



独居人群兴趣爱好分布



宠物行业发展趋势分布



萌宠受众动因分析

- 繁重的工作和学习不断挤压现代人的生活，宠物能帮助排解孤独和压力，大部分的网民喜欢或选择饲养宠物也正是因为借助宠物排解孤独、解压、增添生活情趣等情感因素，宠物情感陪伴的功能愈加明显。
- 部分网民单纯因为宠物可爱而喜欢宠物，不过仅因此因素选择饲养宠物的宠物主也存在弃养风险。



萌宠受众爱宠方式洞察

随着近年来宠物与大众之间的关系愈加密切，宠物逐渐成为陪伴和精神寄托，部分宠物主不再满足于基础饲养，选择更为精细的饲养方式尝试上门喂养、宠物摄影、网课等多种新兴服务；同时各种宠物体验馆等也满足了未饲养宠物者的“撸宠”需求，两类爱宠人士均充分利用社交平台来学习宠物知识、观看萌宠视频等达成“云吸宠”成就。



02

宠物行业消费洞察

宠物行业消费洞察

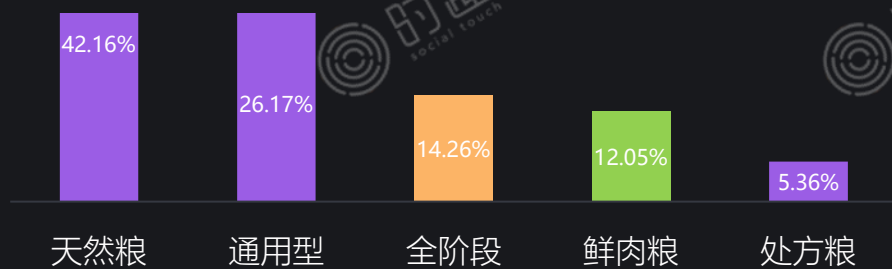
- **宠物主粮：**宠物主粮越来越受到养宠人士重视，天然粮备受欢迎，精细化成为主要诉求，成长阶段覆盖幼年宠物到老年宠物，不同阶段注重不同的主粮类型，幼犬及幼猫粮成为主要关注品类；以麦富迪、伯纳天纯、猫乐适为代表的国产宠物粮占据“半边天”。
- **宠物营养品：**新生宠物补钙成为高需求，日常美毛、肠胃调理受到关注。卫仕、麦德氏、疯狂小狗、红狗成为营养品行业TOP4品牌。
- **宠物日用品：**养宠人士宠物陪伴更加细致，除尿垫、猫砂、玩具、沐浴露等高频使用产品外，智能喂养设备让养宠人士更加省时省力，宠物汉服成为新兴品类。
- **宠物行业发展新趋势：**宠物生活服务不断完善，宠物训练、宠物乐园、宠物摄影正逐渐成为主流。



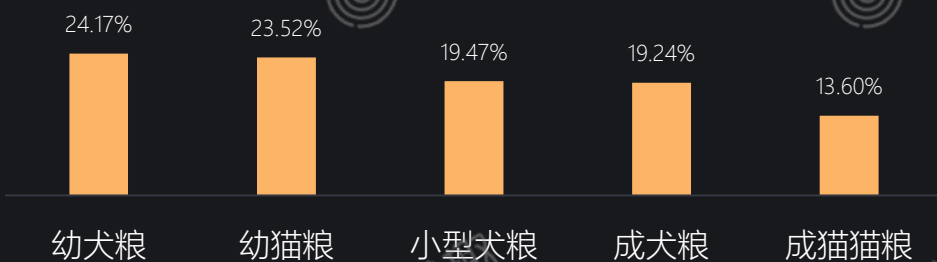
宠物主粮消费洞察

- 越来越多的养宠人士开始注重宠物粮的品质，天然粮和通用型是养宠人士宠物粮消费的主要类型；同时注重全面呵护，各个成长阶段中，幼犬、幼猫粮备受关注，小型犬、成犬粮次之；国产品牌成为养宠人士偏好的主要品牌，占据主粮消费的“半边天”，以麦富迪、伯纳天纯、猫乐适为代表；也有爱宠人士更加信任进口主粮，以皇家、渴望、冠能为主。

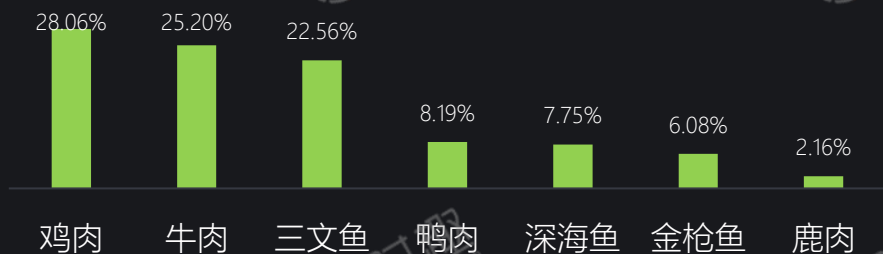
主粮类型排行洞察



不同阶段宠物粮热度排行



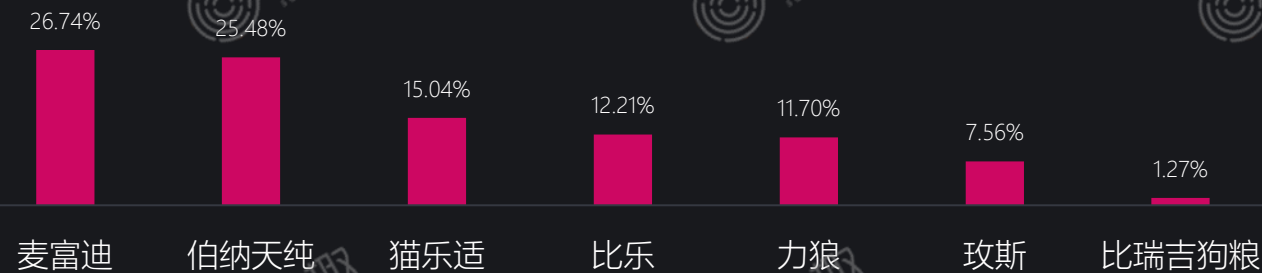
不同口味宠物粮热度排行



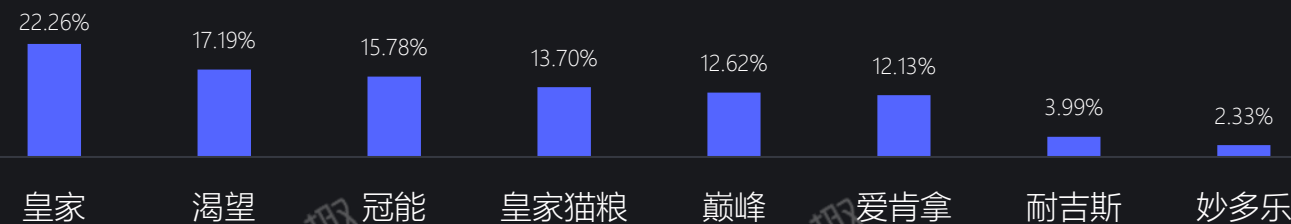
偏好品牌洞察



国产品牌热度排行



进口品牌热度排行

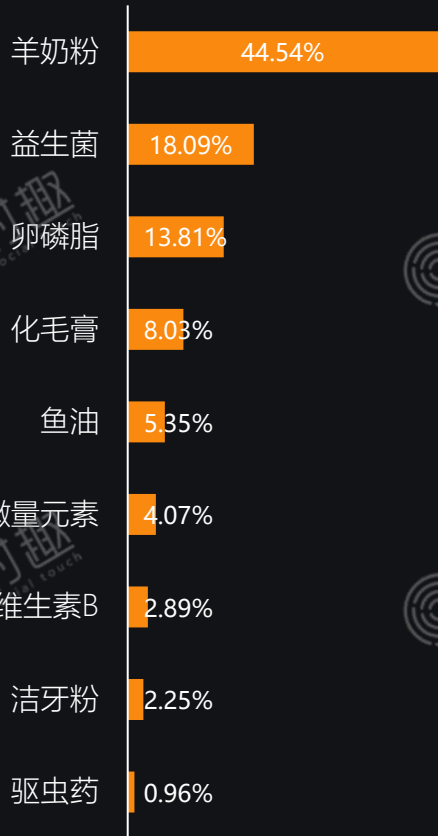


- 新生宠物补钙成为高需求，日常美毛、肠胃调理受到关注。养宠人士关注新生宠物补钙、日常美毛、孕期及产后调养、肠胃调理的需求，相应的用于补钙的羊奶粉、调理肠胃的益生菌、美毛的卵磷脂、化毛的化毛膏成为热门品类；
- 卫仕、麦德氏、疯狂小狗、红狗成为营养品行业TOP4品牌，各自的代表品类卵磷脂、益生菌、羊奶粉、营养膏也受到消费者的认可。

养宠人士购买营养品需求



宠物营养品品类热度排行



宠物营养品热门品牌排行





宠物日用品消费洞察

- 除品质主粮、营养品的呵护外，养宠人士对宠物的日常陪伴也更加细致，日常高频类使用的宠物生活用品如尿垫、猫砂、玩具、沐浴露是热门品类；
- 同时宠物生活用品呈现智能化趋势，自动饮水器、智能投喂机、自动猫砂盆便捷了养宠人士的生活，关爱宠物更加省时省力；
- 汉服潮流兴起，宠物汉服成为新兴品类，满足养宠人士对宠物精致穿搭的需求。

新兴宠物用品

星品发展史



星品跨界联名



星品发展史



宠物行业发展新趋势洞察

- 随着人们生活水平不断提升，对宠物的情感寄托也更加普遍，宠物的生活服务设施也在不断完善，一些新兴行业趋势逐渐出现，如宠物训练、宠物乐园、宠物摄影、宠物殡葬、宠物旅游团等。

宠物训练



宠物学校、训犬师成热门方向，对宠物狗进行基本的社会化训练；[link1](#)、[link2](#)



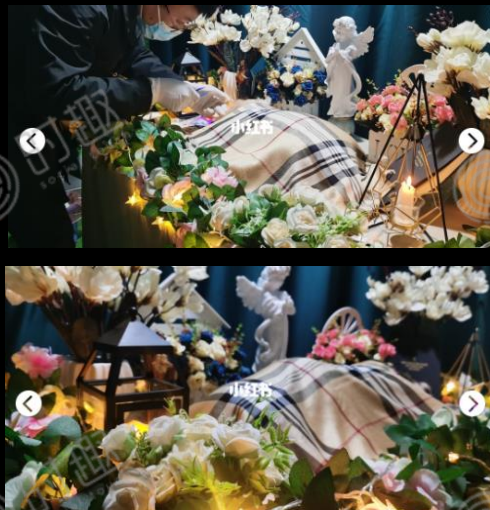
宠物乐园



宠物摄影



纪念日、宠物写真成为新兴需求；[link1](#)、[link2](#)



宠物殡葬

[link](#)

宠物旅游团

可以摆脱禁止宠物进入的困扰，专为宠物打造的旅游团。[Link1](#)、[link2](#)



03

线上萌宠KOL洞察

I 线上萌宠KOL洞察

- 近年来，宠物成为越来越多都市独居人群的情感寄托，在互联网“云吸宠”大需求背景下，涌现大量垂类KOL，这些KOL通过萌宠相关内容运营，达到快速高质量吸粉，流量变现目的，凸显高商业价值。
- 萌宠类KOL日常运营内容呈现差异化，不同内容类型所衔接的“宠物经济”也不尽相同。头部萌宠类KOL的商业模式不局限于品牌推广，大V博主会利用强大的粉丝群体开展个体线上店铺，甚至把宠物打造成热门IP。大V李佳琦利用个人IP优势成功将宠物IP化，萌宠出道，带货能力堪比“顶流”。

线上萌宠KOL运营高商业价值

宠物因可爱的外表，逗比的行为长期以来备受人们的喜爱，随着人们精神需求的提高，萌宠成为越来越多都市独居人群的情感寄托，宠物经济也开始大行其道。随着互联网的发展，大量因为各种原因不能养宠物的爱宠人士，借助网络“云吸宠”。在“云吸宠”极大需求下，网络涌现大量垂类KOL，这些KOL通过萌宠相关内容运营，达到快速高质量吸粉，流量变现目的，凸显高商业价值。

喜爱 → 关注 → 消费

云养宠

- 都市独居青年们通过“云养宠”丰富自有生活，情感慰藉
- KOL星宠活跃在社交媒体上，粉丝纷纷化身云爹云妈

非养宠人群



养宠人群

养宠知识获取

- 科学养宠的大环境下，微博抖音等社交媒体平台成为“铲屎官”获取养宠知识的主要渠道

养宠经验交流

- 养宠知识交流、养宠好物分享、疑难问题解答，萌宠内容也是信息交流平台

娱乐方式

- 搞笑的萌宠视频成日常快乐源泉，成精、可爱的宠物日常成为爱宠人士每日必吸

消费选择

- 宠主将宠物视为亲人、朋友。宠主对宠物倾注了爱和关心、重视它们的健康，会为它们寻找高品质用品及服务



萌宠KOL内容类型

- “宠物经济” 的市场庞大，无论养宠人士、还是“云吸宠” 人群都有强消费意愿和能力：爱它就要给它最好的，星宠成带货利器。萌宠类KOL可营销的产品类别丰富度正持续提升，垂类KOL带动的消费已超出宠物范畴。
- 萌宠类KOL日常运营内容呈现差异化，不同内容类型所衔接的“宠物经济” 也不尽相同。

萌宠日常分享

- KOL分享与宠物相处的日常生活场景，风格或温馨有爱、或搞笑人宠互动、斗智斗勇
- 代表：@国民老岳父公、@6岛岛、@瓜皮的Id酱、@刘涛与晚晚

养宠知识科普

- 萌宠KOL以养宠经验或专业身份分享养宠相关知识，包括解析宠物行为、宠物医治、宠物训练等内容
- 代表：@王多喵、@宠医周昱

创意宠物剧情

- KOL拍摄宠物行为，经过剪辑、配音、配以创意故事剧情，输出宠物“成精”、“吃醋”等萌宠剧情视频
- 代表：@尿尿是只猫、@柯铭和四只熊孩子

萌宠视频剪辑

- 搜集、整合网络上搞笑、可爱、或新奇的萌宠相关内容，经剪辑配音等后分享
- 代表：@每日一狗、@萌宠集中营



萌宠KOL营销玩法及商业模式剖析

- 头部顶流萌宠类KOL因粉丝基础雄厚，商业推广领域不限于宠物用品垂直领域，因粉丝拥护、粘性高，在食品、电器、美妆等领域的种草能力也被资本看好；
- 头部顶流萌宠类KOL的商业模式不局限于品牌产品推广，大V博主会利用强大的粉丝群体开展个体线上店铺，直接售卖宠物用品，针对没有宠物的粉丝人群，开线上周边店，将账号萌宠IP化，售卖星宠周边，各路云爹云妈会积极买单支持。

KOL @国民老岳父公

商业模式

1 利用强大粉丝群体开展个体店铺

- 开淘宝店铺，售卖宠物用品
- 将账号萌宠IP化，售卖周边产品，粉丝为萌宠买单



2 商业推广

- 推广产品领域不限于宠物用品等垂直相关领域，涉及食品、饮料、电商活动、美妆、电器等领域



作品风格



纪录每周与6只宠物的生活片段，剪辑成时长20分钟左右小视频，常被粉丝催更；[link](#)



每周三直播，与粉丝聊天形式互动，直播中会插播广告；[link](#)



萌宠KOL营销玩法及商业模式剖析

- 创意宠物剧情类KOL账号，因内容原创，风格独特，辨别度高，在庞大的萌宠类账号中更易脱颖而出，成为一众粉丝心头爱，种草方式也更具有新意，种草能力强
- 知识科普类KOL账号因专业角度和地位，对宠物相关领域产品及服务种草力强，主要针对宠物垂直领域尽量商业推广

创意宠物剧情类		@尿尿是只猫	
作品风格		商业模式	
			
<ul style="list-style-type: none">通过对狸花猫尿尿与尿爸的日常生活为素材进行故事化剪辑，并配以文字解读尿尿想法，风格逗比有趣。因原创、搞笑风格独特，在微博、抖音、B站等主流媒体迅速大量圈粉		<ul style="list-style-type: none">种草领域较广泛：种草内容跨越宠物食品及用品相关领域，涉及零食、数码、电商等领域。种草方式：创意视频及图文故事植入方式种草，生动有趣，更易接受。	

知识科普类

@王多喵

作品风格及商业模式

A cartoon illustration of a man with a large head and a small body, wearing a red shirt with a cat face and the character '喵' (meow). He is holding a grey cat. The cat has a grumpy expression. The text '猫咪不让抱的原因' is at the top.

A cartoon illustration of a grey and white cat sitting on a yellow box. The cat has large, expressive eyes. Above the cat's head is a thought bubble showing a man with a beard and a small cat. The text '你出门后猫咪在想什么' is at the top.

A cartoon illustration of a man with a large head and a small body, wearing a red shirt with a cat face and the character '喵' (meow). He is holding two bags of cat food, one blue and one orange. The text '教你选到国产好猫粮' is at the top.

A cartoon illustration of a cat sitting in a litter box. The cat has a grumpy expression. The text '劣质猫砂有4大危害' is at the top.

- **风格**：围绕爱猫人士关心话题，以动画形式，剧情的展开，摒弃单纯科普讲解模式，使传播更具趣味性，轻松愉快。
- **内容**：以专业角度对宠物的行为原因、养护技巧进行科学分析及知识科普
- **商业推广**：单线推广萌宠产品/服务，内容种草力强



李佳琦的宠物-never

《奈娃家族的上学日记1》



2020.3

萌宠直播带货

- 李佳琦打造自己的宠物狗IP@奈娃家族，狗狗们出现在直播中带货，表演才艺“拜拜”、“掐架”等成为直播看点
- 2020.3《奈娃家族的上学日记》综艺感VLOG上线

李佳琪利用个人IP优势一步步打造萌宠IP@奈娃家族，萌宠直播间带货成为看点，为直播增添乐趣，IP联名收获萌宠粉丝红利，更利用IP为微信公众号引流，触达更多用户圈层。

PERFECT DIARY
完美日记



#城市猎人#

完美日记「动物眼影」08 小狗盘

2020.3

萌宠IP联名

- 2020.3 李佳琦“Never”+完美日记 推出限量小狗眼影盘。在10秒钟内，卖完了16万份，带货能力堪比“顶流”。
- 奈娃家族+LINEFRIENDS_CHINA 联名家居服

奈娃家族 + LINEFRIENDS_CHINA



公众号引流

- 打造Never漫画形象，创作Never手机壁纸
- 将“Never家族的故事”投放在官方微信公众号推文内，以此作为公众号引流

2021.2

萌宠IP综艺

- 2021.4《奈娃家族的上学日记2》综艺感VLOG上线，更有国潮彩妆品牌花西子品牌赞助，白敬亭、金靖等明星参与拍摄

2021.4



数据赋能 帮助客户构建伟大品牌



扫码免费使用
洞察引擎小程序



扫码添加客服
开启洞察引擎专业版

Tel:
400-6911-961

Email:
insight@social-touch.com

洞察引擎免费注册使用:
<https://i.social-touch.com>



关注时趣洞察引擎
获取更多营销洞察