

针对宠物主人的营销 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 宠物主人画像与养宠经验变化。
- 人宠关系以及随着时间推移发生的角色转变。
- 宠物日常互动与感兴趣的新颖体验。
- 信息获取渠道及其人口统计特征分析。
- 产品、营销与渠道方面的购买行为。
- 宠物智能产品的购买与兴趣以及背后所追求的生活方式。
- 品牌营销活动喜好与体现出的宠物主的价值观。

更多宠物主将宠物看作朋友而非孩子或玩偶，表明多数人希望与宠物建立平等的伙伴关系和更深的情感联系。但这并不代表他们对宠物的宠爱较少，而是他们寻求更高层次的关系，即“携宠一起探索世界”而非只是“饲养”。

科技已经成为帮助宠物主人减负添乐的重要工具。宠物主人非常乐意借助智能设备为宠物打造更轻松、安全且舒适的生活。即便是产品渗透率最低的宠物智能产品，也有近70%的被访者感兴趣。宠物主人不再满足于用科技解决宠物的吃喝拉撒等基本问题，而是希望用科技增加人宠互动的频次和趣味。

社交媒体对宠物主的影响正在发生转变。短视频平台快速取代其他渠道，成为宠物主人获取相关知识和信息的主要线上渠道。与此同时，宠物主人在社交媒体上日益从“信息接收者”变为“分享者”。74%的被访宠物主在过去一年拍摄并分享过宠物趣味短视频。但另一方面，社交媒体KOL（关键意见领袖）对宠物用品消费的影响并未明显增强。宠物主人更倾向于通过社交媒体分享快乐，也试图尽量减小社交媒体噪音对自身消费判断的影响，在选择时更独立、更有主见。



“我国的宠物拥有率仍在快速增长，人宠关系从传统的饲养关系转向更平等的‘伙伴关系’。养宠观念的改变也在影响人宠互动和消费行为。社交媒体和科技正在改变养宠生活方式，而宠物主也试图变得更成熟、更有主见，以摆脱碎片化信息的束缚。因此提升‘专业’形象对品牌变得更重要。”

——张泽龙，高级研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告定义

综述

- 市场
- 两成被访者养宠物，另有四成打算养
- “宠物友好”经济与城市发展相融合
- 携宠旅游休闲日益热门
- “平台经济”带动宠物产品与服务走向细分化专业化
- AI开始赋能养宠生活
- 公司与品牌
- 宠物友好服务之城市游玩地图
- 即使与宠物无关的品牌，关爱动物健康也是重要的企业社会责任活动
- 多功能一体化智能养宠设备
- 家用型宠物健康产品与服务
- 消费者
- 品种狗备受养狗人群青睐
数据1: 宠物饲养情况，2023年
- 从家长式到伙伴型关系
数据2: 人宠关系，2020和2023年
- 宠物主与猫狗互动的差异不大
数据3: 宠物日常互动，2023年
- 短视频与社交媒体冲击专业渠道
数据4: 信息获取渠道，2023年
- 宠物用品的品质与专属性最受关注
数据5: 品牌/产品购买行为，2023年
- 宠物智能产品的渗透率仍然较低，但消费兴趣高涨
数据6: 宠物智能产品的购买与兴趣，2023年
- 道德与可持续举措最受欢迎
数据7: 品牌营销活动喜好，2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 趋于平等且相互深入的人宠关系
- 现状
- 启示
数据8: 爱宠游——与狗狗看电影《忠犬八公》，2023年
- 分清养宠新手与资深宠物主的痛点

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 现状
- 启示
数据9: 美团“萌宠新手季”广告，2023年
- 认真对待并真正关心宠物的身心健康
- 现状
- 启示
数据10: 卫仕战略升级发布会，2023年

市场因素

- 两成被访者养宠物，另有四成打算养
数据11: 养宠物的计划，2023年
- “宠物友好”经济与城市发展相融合
数据12: 兴隆湖首届萌宠生活节，2023年
- 携宠旅游休闲日益热门
数据13: 爱宠游应用程序截图，2023年
- “平台经济”带动宠物产品与服务走向细分化专业化
数据14: 宠物派上门喂养服务平台，2023年
- AI开始赋能养宠生活

营销活动

- 宠物友好服务之城市游玩地图
数据15: pidan宠物友好社区地图，2023年
- 即使与宠物无关的品牌，关爱动物健康也是重要的企业社会责任活动
数据16: 可口可乐rPET公益活动，2022年
- 用猫狗的语言交流
数据17: Gofine鲜宠粮——来自萌宠星球的信，2023年
- 萌宠元素促使人们爱上居家健身镜
数据18: 小度添添智能健身镜，2023年

新产品趋势

- 多功能一体化智能养宠设备
数据19: 小宠科技智能宠物舱，2023年
- 家用型宠物健康产品与服务
数据20: 魔核泌尿系统疾病检测猫砂，2023年
- 远程人宠互动体验
数据21: EBO Air智能守护机器人，2023年
- 拟人化的宠物时尚与宠物美容
数据22: Pebot春夏系列，2023年

宠物主人画像

- 品种狗备受养狗人群青睐

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格,可能受汇率波动影响而有变动。

数据23: 宠物饲养情况, 2023年

数据24: 宠物饲养情况(重新进行统计), 2020-2023年

- 近四分之一的宠物主人是养宠新手

数据25: 饲养经验, 2023年

- 低线城市宠物主养的宠物数量往往更多

数据26: 宠物猫/狗的数量, 2023年

数据27: 宠物饲养情况与宠物猫/狗的数量(按城市线级区分), 2023年

- 新宠物持续增多, 尤其是在30多岁与40多岁的人群中

数据28: 宠物年龄, 2022和2023年

数据29: 宠物年龄——不到岁(按年龄区分), 2022和2023年

人宠关系

- 从家长式到伙伴型关系

数据30: 人宠关系, 2020和2023年

数据31: 人宠关系(按年龄区分), 2020和2023年

- 年长宠物主父母式的付出态度与养宠对健康变老可能的益处

数据32: 人宠关系(按年龄区分), 2023年

宠物日常互动

- 宠物主与猫狗互动的差异不大

数据33: 宠物日常互动, 2023年

- 宠物友好影院/餐厅在各线城市均有潜力

数据34: 宠物日常互动——部分互动方式(按城市线级区分), 2023年

- 具有社交标签价值的趣味活动受到高收入群体青睐

数据35: 宠物日常互动——部分互动方式(按个人月收入区分), 2023年

信息获取渠道

- 短视频与社交媒体冲击专业渠道

数据36: 信息获取渠道, 2023年

- 女性宠物主会更广泛地搜罗信息, 而男性倾向于找到更快的一站式解决方案

数据37: 部分信息获取渠道——基本宠物养育知识(按性别区分), 2023年

- 有孩子的家庭更看重专业性

数据38: 信息获取渠道——部分渠道(按子女情况区分), 2023年

品牌/产品购买行为

- 宠物用品的品质与专属性最受关注

数据39: 品牌/产品购买行为, 2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容?

该报告是系列报告中的一篇,旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 有经验的宠物主更重视专业性
数据40: 品牌/产品购买行为——部分购买行为（按饲养经验区分），2023年
- 高收入男性宠物主更易受到“标签效应”影响
数据41: 品牌/产品购买行为——部分购买行为（按性别与个人月收入区分），2023年

宠物智能产品的购买与兴趣

- 宠物智能产品的渗透率仍然较低，但消费兴趣高涨
数据42: 宠物智能产品的购买与兴趣，2023年
数据43: 宠物智能产品的购买与兴趣，2023年
- 便利与趣味在一线城市更被看重，而安全性在低线城市更受重视
数据44: 部分宠物智能产品的购买与兴趣——已经购买（按城市线级区分），2023年
- 高收入女性最可能为宠物智能产品支付溢价
数据45: 宠物智能产品的购买与兴趣——已经购买（按性别与个人月收入区分），2023年

品牌营销活动喜好

- 道德与可持续举措最受欢迎
数据46: 品牌营销活动喜好，2023年
- 年轻一代认为动物福利比可持续发展更重要
数据47: 部分品牌营销活动喜好——前三（按年龄区分），2023年
数据48: 部分品牌营销活动喜好——前三（按年龄与性别区分），2023年
- 低线城市宠物猫主人更青睐线上互动活动
数据49: 品牌营销活动喜好——组织线上趣味日常互动分享，前三（按城市线级与宠物类型区分），2023年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font. The letters are contained within a bright yellow speech bubble that has a tail pointing downwards and to the right. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。