

针对宠物主人的营销 - 中国 - 2020年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“新冠肺炎疫情对宠物市场的冲击较小，消费者对宠物陪伴的渴望甚至更强烈。宠物主人对宠物的关爱不受疫情的影响，随着消费者财务状况回稳，宠物市场预计将继续增长。

在消费者眼中，宠物不再只是动物，还是自己的朋友和孩子。宠物主人日益受到科学知识和环保意识的影响，看重养护宠物的体验。

— 甘倩，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 新冠肺炎疫情对宠物市场的影响，以及新冠疫情后的关键市场趋势
- 宠物主人画像、和宠物的关系和对宠物的态度
- 宠物主人在宠物上的销涉及的各个领域，偏爱的宠物相关活动以及需求的宠物相关服务
- 能有效触及宠物主人消费群体的信息渠道和购买渠道

英敏特估计，2019年中国城镇居民饲养宠物猫狗的数量达到了1亿只。新冠肺炎疫情期间出现了不少宠物被遗弃的报道，但英敏特调查数据显示，宠物主人对养宠物的态度并没有改变。人们的生活回归正常后，对宠物的需求预计将迅速回升。宠物产品和服务日益受欢迎，反映了宠物主人为了确保宠物的身心健康，不断增加在宠物养护方面的时间和开支。他们希望能更多地了解宠物的想法，热衷于和宠物一起探索各种不同的体验——这将成为拉动宠物市场增长的另一大驱动力。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

针对宠物主人的营销 - 中国 - 2020年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告主要议题

报告范围

综述

新冠疫情对宠物市场的影响

新冠疫情后，宠物开销迅速延伸到生活的各个领域

数据1: 新冠疫情对宠物市场的短期、中期和长期影响，2020年6月

市场

新养宠物数量增长，拉动宠物市场增长

数据2: 中国城镇居民饲养宠物猫狗的估计数量，2020年

数据3: 饲养宠物，2018年对比2020年

数据4: 新冠疫情影响下对养宠物的考虑，2020年7月

宠物开销扩展到更广品类

数据5: 宠物开销（按品类区分），2020年6月

消费者

宠物狗市场在“它经济”中占主要份额

数据6: 宠物饲养，2020年6月

宠物在现代生活中扮演着日益重要的角色

数据7: 与宠物的关系，2020年6月

宠物开销不再以食品为主导

数据8: 宠物开销（按品类区分），2020年6月

线上和线下的宠物活动

数据9: 与宠物相关的活动（按宠物饲养区分），2020年6月

宠物健康服务需求旺盛

数据10: 需求的宠物服务，2020年6月

综合性购物网站仍是主要的购买渠道；信息渠道趋于多样化

数据11: 信息和购买渠道，2020年6月

现代宠物主人追求科学养宠方式，希望能理解宠物的想法

数据12: 部分养宠态度，2020年6月

宠物主人认可保护自然环境的生活价值观

数据13: 部分养宠态度，2020年6月

我们的观点

新冠疫情对宠物市场的影响

数据14: 新冠疫情对宠物市场的短期、中期和长期影响，2020年6月

新冠疫情后的关键趋势/变化

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

针对宠物主人的营销 - 中国 - 2020年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

趋势一：网购和配送服务是选择的首要考虑因素

趋势二：以社区为中心的宠物服务重要性突显

数据15: 过去1个月使用的日用品购物渠道，2020年2月-7月

趋势三：新冠疫情期间宠物社交有助减压

趋势四：宠物休闲和旅游有望兴起

趋势五：环境和动物保护意识增强

对市场营销组合的影响

健康管理相关产品/服务的需求攀升

为远程养宠提供创新的智能解决方案

创造更多宠物主人和宠物都能参与的活动场合

探索连锁/商业联盟机遇，提供更稳定灵活的解决方案

议题与洞察

电商基于宠物档案的定制化购物

现状

启示

数据16: 我的萌宠

宠物社交：宠物户外活动的新一机遇

现状

启示

数据17: 宠星节

通过线上和线下社区，整合以社区为中心的社交电子商务

现状

启示

市场——您所需要了解的

宠物饲养数量增长，拉动宠物市场增长

数据18: 中国城镇居民饲养宠物猫狗的估计数量，2020年

数据19: 饲养宠物，2018年对比2020年

数据20: 新冠疫情的影响下对养宠物的考虑，2020年7月

在宠物上的开销扩展到更广的品类

数据21: 宠物开销（按品类区分），2020年6月

消费者——您所需要了解的

宠物狗市场在“它经济”中占主要份额

宠物在现代生活中扮演着日益重要的角色

宠物食品不再是主导的开支项目

线上和线下的宠物活动

宠物健康服务需求旺盛

综合性购物网站仍是主要的购买渠道；信息渠道趋于多样化

宠物主人画像

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

针对宠物主人的营销 - 中国 - 2020年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

宠物狗市场在“它经济”中占主要份额

数据22: 宠物饲养，2020年6月

90后倾向于养更多宠物

数据23: 宠物饲养（按代际区分），2020年6月

90后领养非品种宠物

数据24: 宠物获取方式（按代际区分），2020年6月

90后宠物主人享受不同种类宠物的陪伴

数据25: 宠物饲养（按代际区分），2020年6月

和宠物的关系及对宠物的态度

宠物在现代生活中扮演着日益重要的角色

数据26: 与宠物的关系，2020年6月

40多岁的女性宠物主人更倾向于将宠物视为孩子

数据27: 与宠物的关系（按性别和年龄区分），2020年6月

养宠物激发了保护自然环境意识

数据28: 对自然环境保护的态度（按与宠物的关系区分），2020年6月

科学养宠的理念广为接受

数据29: 对科学养宠的态度（按与宠物的关系区分），2020年6月

宠物主人与宠物的关系需要理解和平等

数据30: 对了解宠物想法的态度（按与宠物的关系区分），2020年6月

仅半数宠物主人寻求养宠物的捷径

数据31: 对智能机器宠物的态度（按与宠物的关系区分），2020年6月

数据32: 对更轻松地养宠物的态度（按与宠物的关系区分），2020年6月

宠物开销

宠物食品不再是主导的开支项目

数据33: 宠物开销（按品类区分），2020年6月

数据34: 大众点评app上的宠物专区

对宠物狗的开销高于宠物猫

数据35: 宠物开销（按宠物饲养区分），2020年6月

健康与美容：品种宠物需要更多关爱

数据36: 在宠物医疗和美容休闲方面的开销（按品种宠物和非品种宠物区分），2020年6月

收入较高的宠物主人需求智能的宠物居家用品

数据37: 在宠物居家用品上的开销（按家庭收入区分），2020年6月

数据38: VARRAM宠物陪伴机器人

宠物相关活动

线上和线下的宠物活动

数据39: 与宠物相关的活动（按宠物饲养区分），2020年6月

“宠物社交”在中国宠物主人中兴起

数据40: 宠物社交活动（按年轻区分），2020年6月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

针对宠物主人的营销 - 中国 - 2020年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

有宠家庭喜欢带宠物参与户外活动

数据41: 带宠物旅游（按婚姻状况区分），2020年6月

较高级级城市的宠物主人愿意为宠物买礼物

数据42: 为宠物买礼物（按城市线级区分），2020年6月

需求的宠物服务

宠物健康服务需求旺盛

数据43: 需求的宠物服务，2020年6月

高昂的医疗开销高提升了前瞻医疗意识

数据44: 受欢迎的医疗服务（按宠物医疗开销区分），2020年6月

便利服务不受欢迎并非因为费用

数据45: 受欢迎的便利服务（按家庭收入区分），2020年6月

推出额外的创新活动，吸引宠物主人

数据46: 受欢迎的线下活动相关的服务（按宠物饲养区分），2020年6月

信息和购买渠道

综合性购物网站仍是主要的购买渠道；信息渠道趋于多样化

数据47: 信息和购买渠道，2020年6月

社交渠道受宠物爱好者欢迎，但购买率较低

数据48: 信息渠道（按与宠物的关系区分），2020年6月

数据49: 购买渠道（按与宠物的关系区分），2020年6月

针对有宠家庭：让网购更便捷，同时突出线下购物的乐趣

数据50: 信息渠道（按婚姻状况区分），2020年6月

数据51: 购买渠道（按婚姻状况区分），2020年6月

视频网站吸引25-29岁的消费者；报刊杂志吸引25-39岁的消费者

数据52: 信息渠道（按年龄区分），2020年6月

数据53: 购买渠道（按年龄区分），2020年6月

其他宠物主人

18-29岁的女性更喜欢小只的毛绒宠物；40多岁的男性更普遍养鱼和鸟

数据54: 其他宠物饲养（按性别和年龄区分），2020年6月

为只养鱼的消费者推出智能家居用品是市场机遇所在

数据55: 宠物开销（按品类区分），2020年6月

附录——研究方法和缩写

研究方法

缩略语

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com