



极光大数据

# 铲屎官的自白书

2019年宠物人群专题研究报告

极光大数据

2019.06

# 调研抽样与执行

## 极光调研平台定向投放

- 本次调研通过极光调研平台向网民定向投放网络问卷，共回收符合样本条件的样本数量**4405**份，其中养宠人群样本987份，未养宠人群样本3418份
- 调研样本覆盖全国一线到五线城市及乡镇、全国各省级行政区（不含港澳台）、200多个地级市

## 分层抽样与配额控制

极光大数据  
纳斯达克股票代码：JG

- **分层抽样**：根据极光大数据网民的城市等级分布进行分层抽样，确保调研样本在地域分布中符合网民实际分布情况
- **配额控制**：根据CNNIC最新公布的网民性别、年龄分布，对不同性别、不同年龄网民的比例进行配额控制，使调研样本与网民画像匹配

数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；取数周期：2019.06

# 关键发现



不是不想养，而是不方便养。超八成未养宠物的人群想养宠物，近半数最想养狗，目前未养宠物的最重要原因是没有时间照顾



养宠贵精不贵多。超六成宠物主仅养一只宠物，单身上班族更喜欢养两只。狗和猫是最受喜爱的宠物



宠物饲养信息了解渠道多样，宠物类垂直app/网站受宠物主青睐，90后宠物主更依赖视频网站



备孕/怀孕期间会送走宠物吗？七成宠物主表示不会。90后养猫宠物主态度更坚决，四成表示“不能接受送走宠物”



养宠不易。宠物主过去一年在单只宠物身上平均花费3176元。六成宠物主在过去一年使用过宠物服务，半数宠物过去一年有就医经历



吸宠更快乐。七成养宠人群有云吸宠行为，近六成未养宠人群有云吸宠行为。5分钟以内的短视频是最受喜爱的云吸宠形式

# 目录

1 行业概况

2 养宠情况

3 养宠花费

4 云吸宠云养宠

# CHAPTER 01

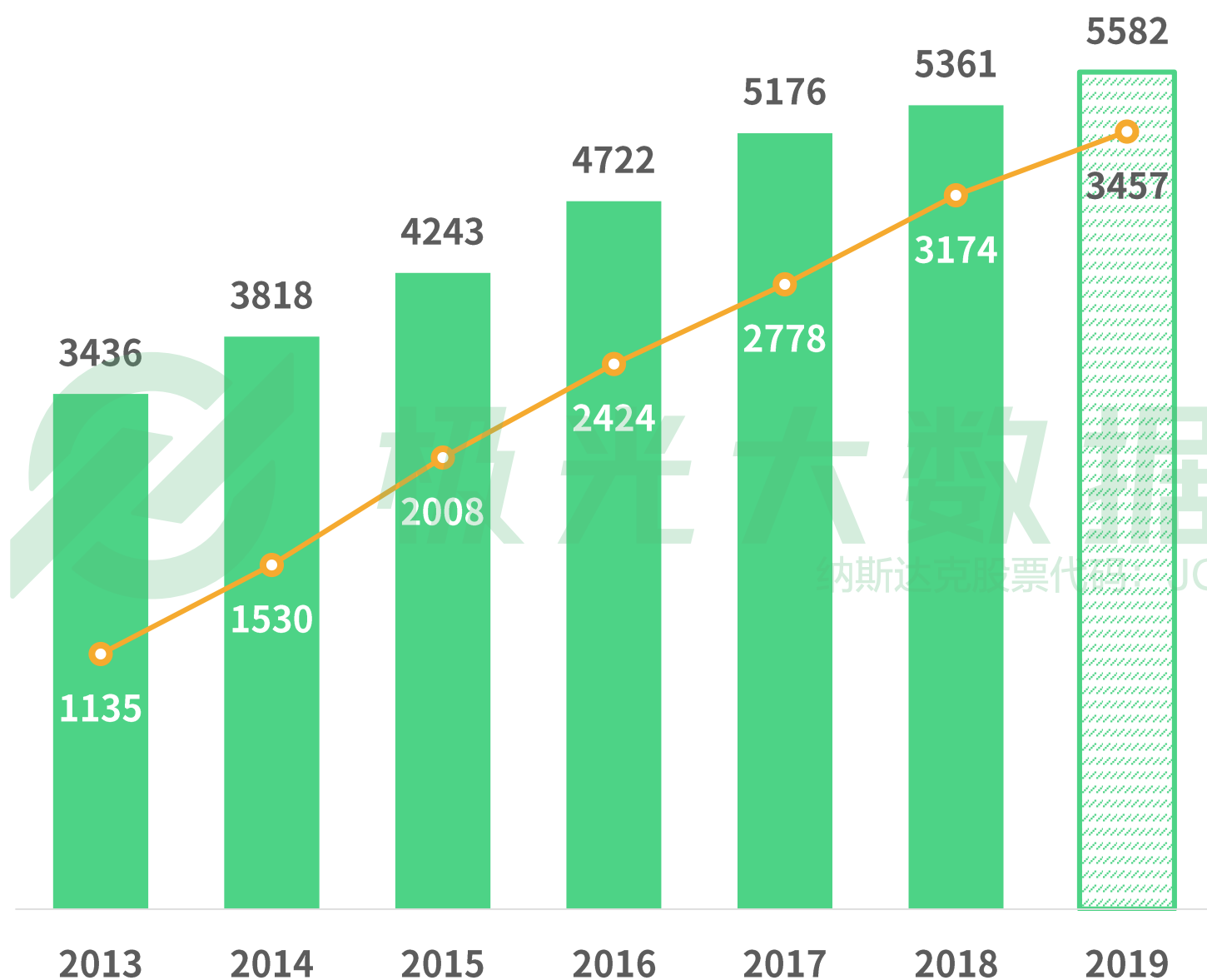
## 行业概况

# 宠物市场规模超三千亿

- 2013年至今，宠物主数量持续增长，宠物市场规模逐步扩大，预计到2019年底，中国宠物主数量将达5582万，宠物行业规模将达3457亿元

## 宠物市场规模

■ 宠物主规模(万)    —●— 宠物市场规模(亿元)



资料来源：极光行业研究院自主研究整理；数据周期：2013-2019

本报告所指宠物主仅包含养狗、猫、鸟类、兔子、仓鼠的宠物主

# 宠物相关细分行业快速发展

- 随着养宠人群增多，宠物市场扩大，各宠物细分行业出现并快速发展，其中宠物食品、宠物用品和宠物医疗较为刚需。面向更高更特殊需求人群的宠物服务行业也逐渐被熟知，云吸宠物行业兴起，各平台涌现出大量相关自媒体

## 宠物相关细分行业

01

### 宠物食品用品

宠物食品和用品是宠物饲养中较为刚需的部分，且随着宠物主生活水平提升和对于宠物的重视，对于宠物食品用品的安全、质量、功效、多样化等都会有更高更强烈的需求

02

### 宠物医疗

宠物具有防疫、疾病治疗等医疗需求，宠物疫苗、宠物药品、宠物医院等宠物医疗各方面都在市场需求下快速发展，宠物医疗保险也得到一定认可

03

### 宠物服务

纳斯达克股票代码：JG

以清洁美容为主的宠物洗漱、宠物美容已经出现，面向经常外出人群的宠物喂养、宠物寄养服务也逐渐被宠物主熟知

04

### 交流娱乐

宠物主具有学习交流相关宠物饲养知识的需求，也有表现、炫耀宠物的意愿。目前也有一定规模的网民会在网络云吸宠物，还有人会通过游戏等方式饲养属于自己的虚拟宠物

资料来源：根据公开资料整理；数据周期：2019.06

# 宠物行业将走向多样化、专业化

- 多样化、专业化是宠物行业未来发展主要方向
- 宠物食品、用品、服务、娱乐等细分品类会更加多样，产品和服务质量进一步走向专业化，行业竞争也会更加激烈

## 宠物行业未来发展方向

01

### 品类更加丰富多样

随着养宠人群规模提升，及宠物主对宠物饲养的重视，宠物经济相关细分领域会更加细化，宠物食品、用品、服务、娱乐等方面的产品会更加丰富多样

02

### 服务走向专业精细

虽然目前宠物服务和宠物医疗已得到一定发展，但是整体水平仍有待进一步提升。未来宠物服务和宠物医疗会朝着更加专业化、定制化的方向发展

03

### 范围进一步覆盖

宠物经济目前在一线城市等经济较为发达地区影响力相对较强，未来宠物经济特别是宠物服务行业或会进一步扩大覆盖面，拓展下沉市场

04

### 行业竞争激烈

近年来，宠物经济快速发展，产品和服务的提供者数量快速增长，行业内从业者面临强烈竞争，随着市场进一步发展和规范，行业格局将逐渐走向清晰

资料来源：极光行业研究院自主研究整理；数据周期：2019.06



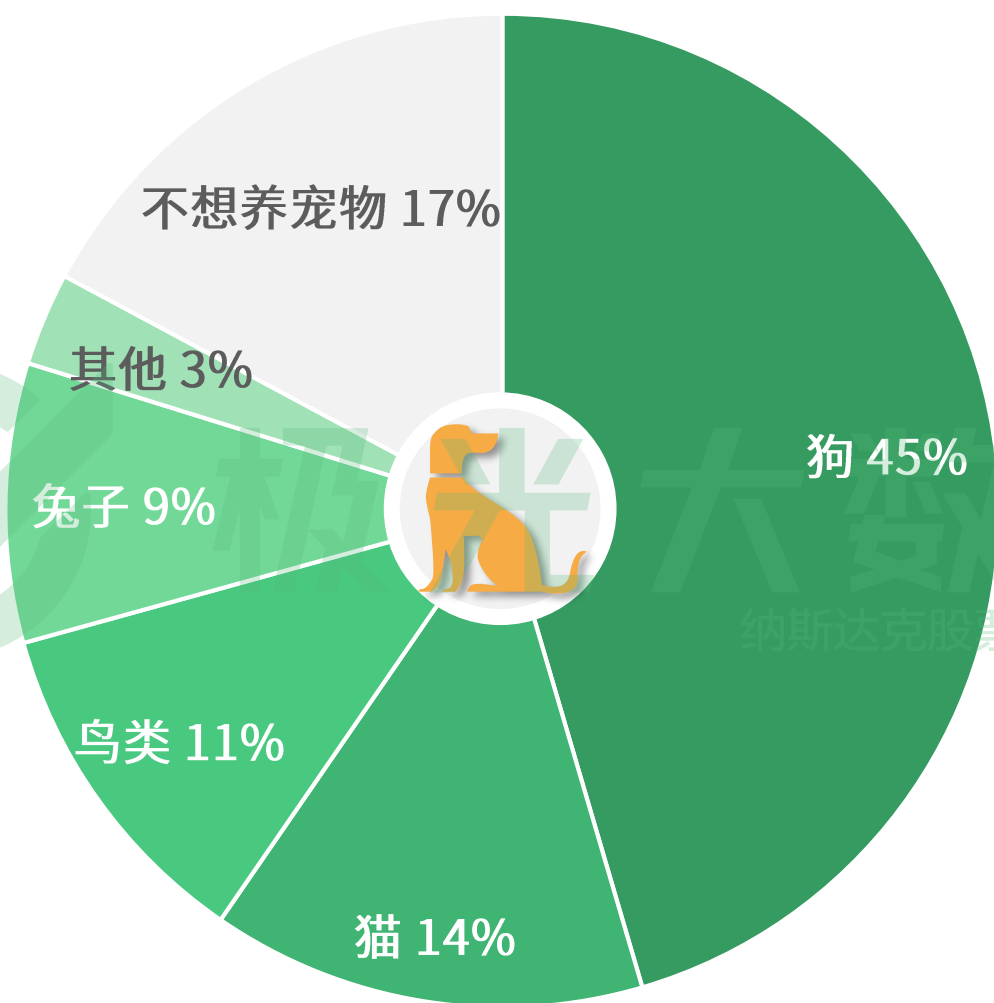
CHAPTER 02

# 养宠情况

# 虽未养宠，心向往之

- 超八成的未养宠人群表示希望能养宠物，近半数最想养狗

## 未养宠者，最想养什么宠物



数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06

# 想养不能养，经济并非最主要原因

- 未养宠人群表示，最重要原因是没有时间陪伴照顾宠物，其次是居住空间/居住环境不方便养宠

## 没有养宠物的原因

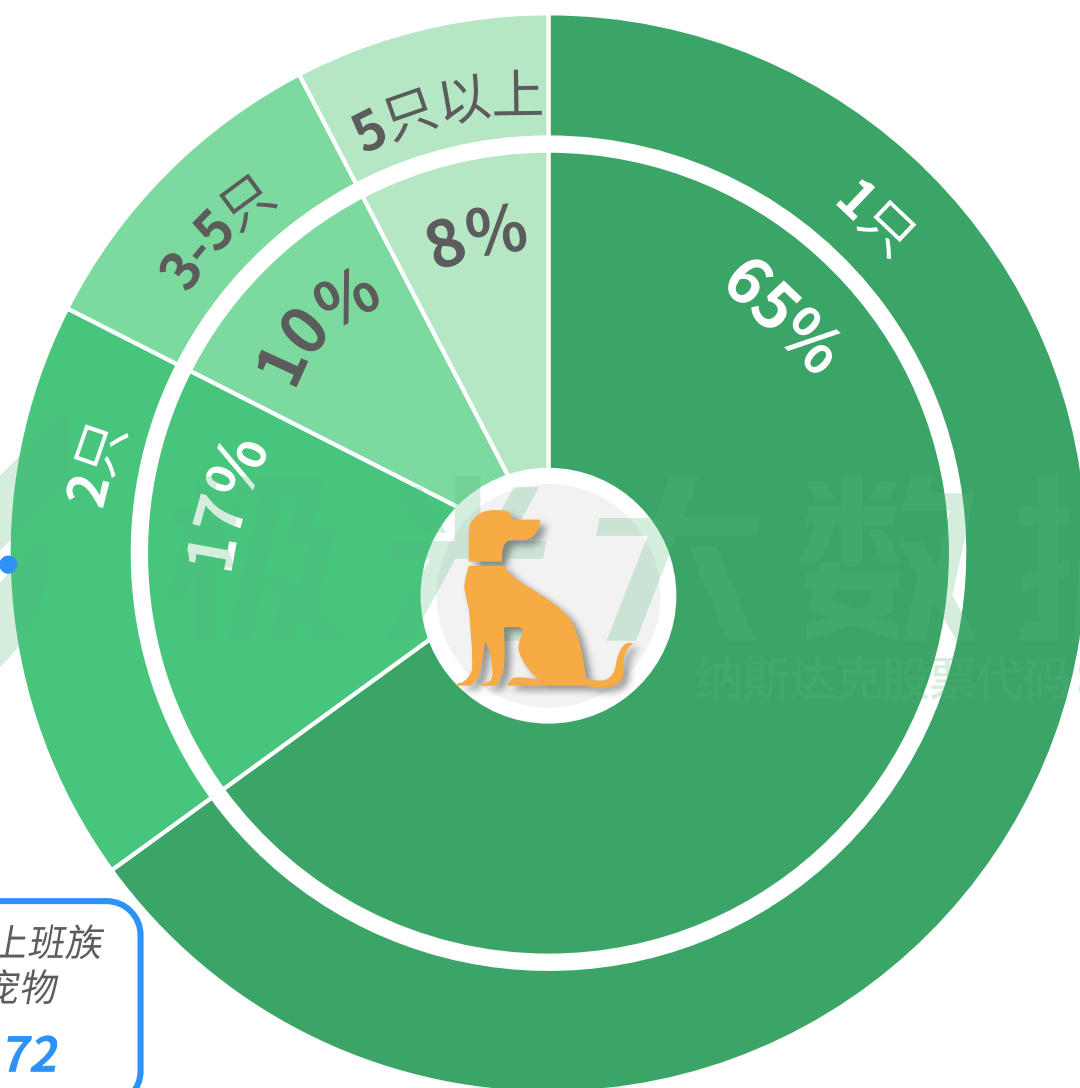


数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06

# 多数宠物主仅养1只宠物

- 仅养1只宠物的宠物主占比超六成，近两成宠物主养有2只宠物
- 和宠物主整体情况相比，单身上班族最偏好的养宠数量为2只，三成单身上班族养了2只宠物

## 宠物主养宠数量分布



数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06

TGI：单身上班族宠物主中选择此项人群占比 / 宠物主整体选择此项占比 \* 100

# 狗乃“宠物之王”

- 近六成宠物主有饲养狗，超三成宠物主有养猫
- 狗更得40-49岁的男性宠物主偏爱，20-29岁的90后女性宠物主则更爱养猫

## 宠物主饲养宠物种类分布

狗



59%

40-49岁男性  
TGI: 109

64%的40-49岁男性宠物主有养狗

猫



36%

20-29岁女性  
TGI: 112

41%的20-29岁女性宠物主有养猫

极光大数据

纳斯达克股票代码: JG

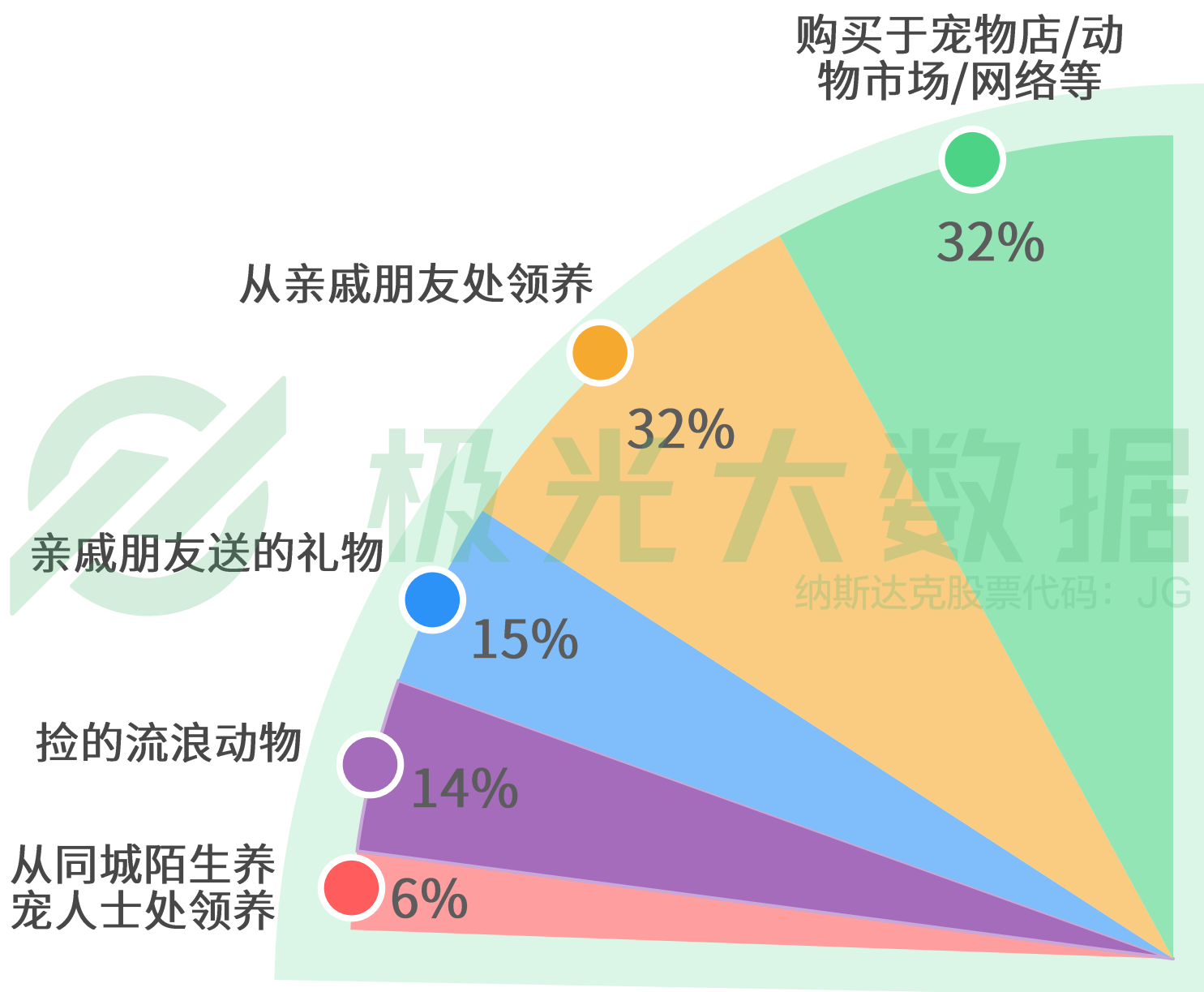
数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06

TGI：某类型宠物主中选择此项人群占比 / 宠物主整体选择此项占比 \* 100

# 领养成为宠物重要来源之一

- 超三成宠物主表示宠物购买于宠物店/动物市场，几乎同样多的宠物主表示是从亲戚朋友处领养的，也有少部分表示是从同城陌生人处领养

## 宠物来源

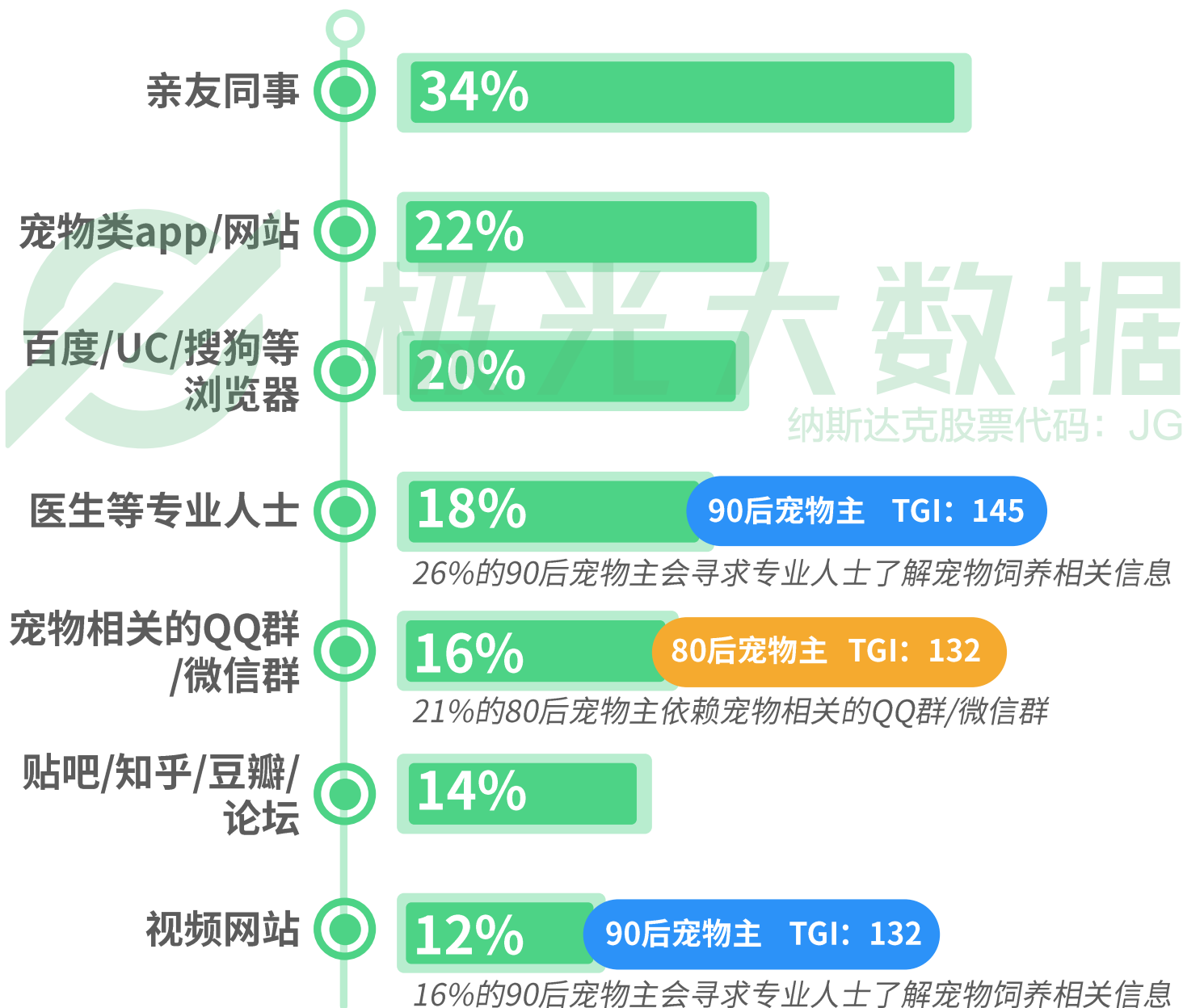


数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06

# 亲友同事仍是最主要渠道，宠物类垂直app/网站也有很大影响力

- 超三成宠物主主要从亲友同事处了解宠物饲养相关信息，超两成会使用宠物类app/网站
- 90后宠物主更偏好专业人士和视频网站，80后宠物主则依赖宠物相关的QQ群/微信群

## 宠物主了解宠物饲养相关信息的渠道



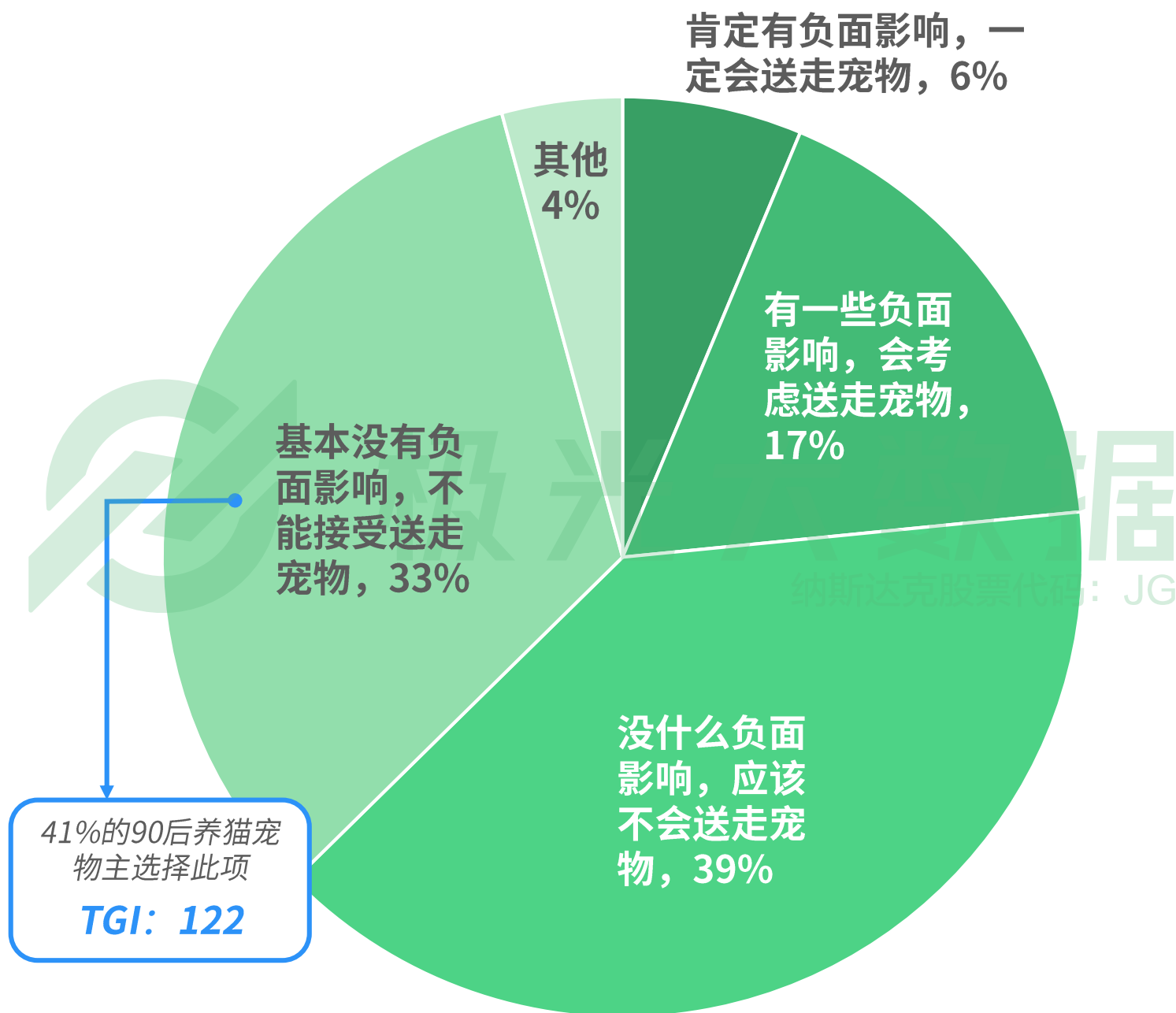
数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06

TGI：某类型宠物主中选择此项人群占比 / 宠物主整体选择此项占比 \* 100

# 宠物主多认为宠物对备孕/怀孕没什么负面影响

- 约七成宠物主认为宠物对备孕/怀孕没有太大负面影响
- 90后养猫宠物主对此问题态度更为强硬，超四成表示“不能接受因为备孕/怀孕送走宠物”

## 宠物是否对备孕/怀孕有负面影响



数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06

TGI：某类型宠物主中选择此项人群占比 / 宠物主整体选择此项占比 \* 100



CHAPTER 03

# 养宠花费

# 愿为爱宠花费“金”力

- 每位宠物主过去一年在单只宠物身上平均花费3176元，单身上班族和二线及以上城市上班族更愿意为爱宠买单

## 过去一年单只宠物花费

3176元

宠物主过去一年在单只宠物身上  
平均花费3176元

4984  
元

单身上班族宠物主  
过去一年在单只宠物身上平均  
花费4984元

3984  
元

二线及以上城市上班族宠  
物主过去一年在单只宠物身上  
平均花费3984元

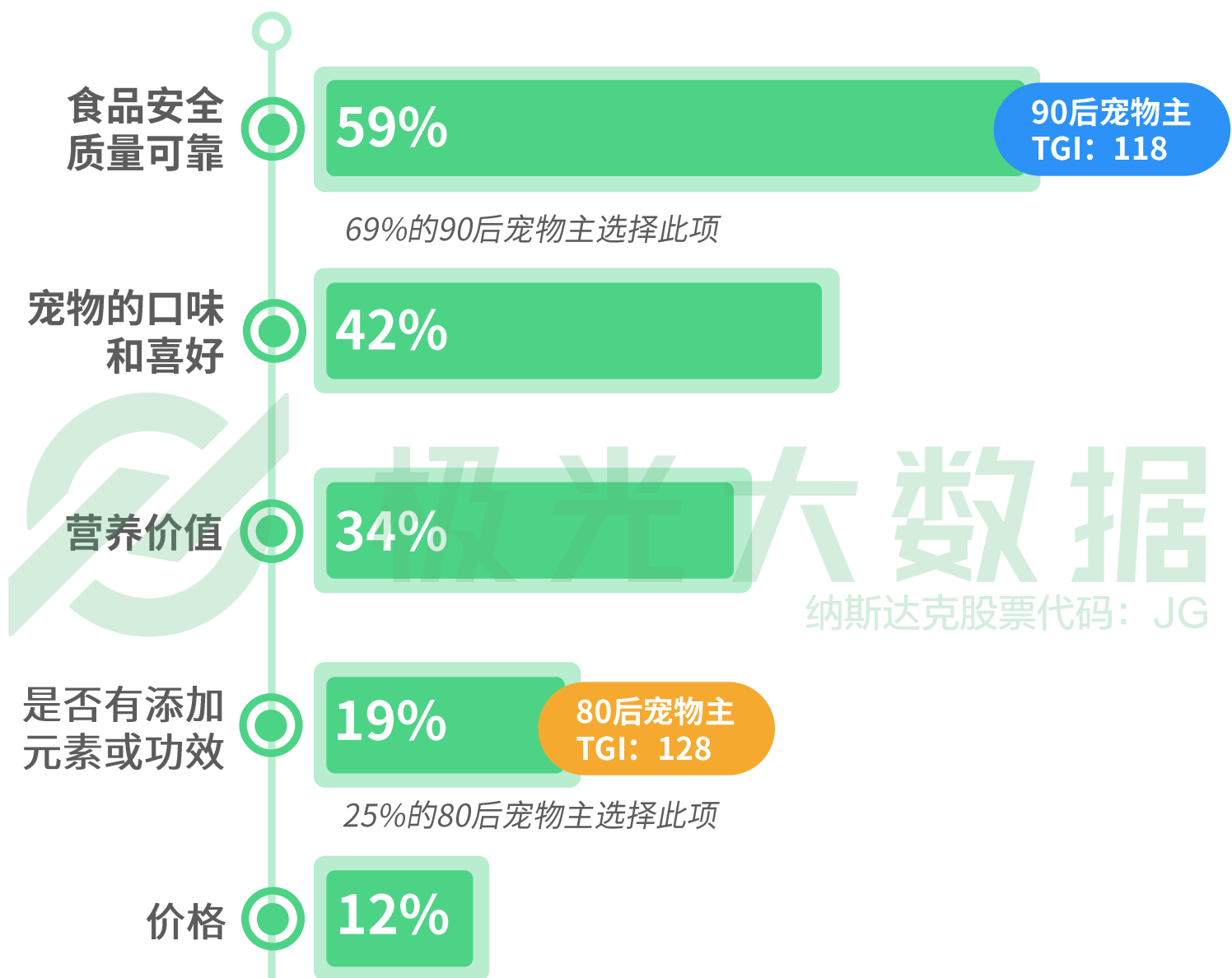
数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06

单只宠物过去一年花费：含购买食品、用品、医疗、宠物服务等各方面支出

# 既要吃得放心，也要吃得有益

- 近六成宠物主表示购买宠物食品时最看重安全，其次是宠物口味，也有超三成宠物主表示会注意食品的营养价值
- 相比整体，90后宠物主更在乎安全，80后宠物主更在乎食品是否有添加对宠物有益的元素或功效

## 宠物食品购买要素



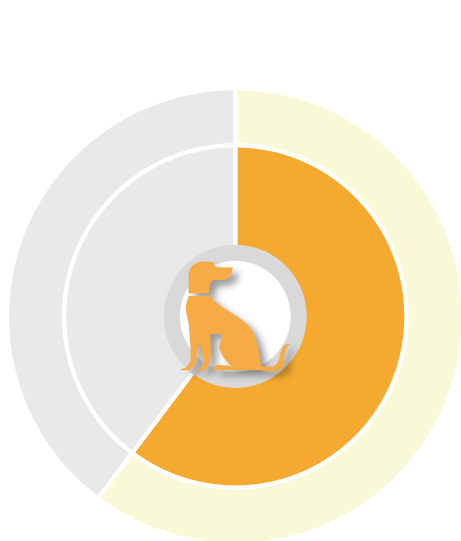
数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06

TGI：某类型宠物主中选择此项人群占比 / 宠物主整体选择此项占比 \* 100

# 宠物服务受到宠物主欢迎

- 六成宠物主过去一年使用过宠物服务，其中宠物洗漱和宠物美容服务最受欢迎
- 相比宠物主整体，二线及以上城市的上班族更多使用宠物美容服务，三线及以下城市的上班族更多使用宠物寄养和上门喂养服务

## 过去一年使用宠物服务情况



养宠人群中  
60%过去一年  
使用过宠物服务

宠物洗漱

63%

宠物美容

42%

宠物寄养

34%

上门喂养

19%



二线及以上城市上班族

宠物美容 TGI: 112

宠物寄养 TGI: 109



三线及以下城市上班族

宠物寄养 TGI: 124

上门喂养 TGI: 123

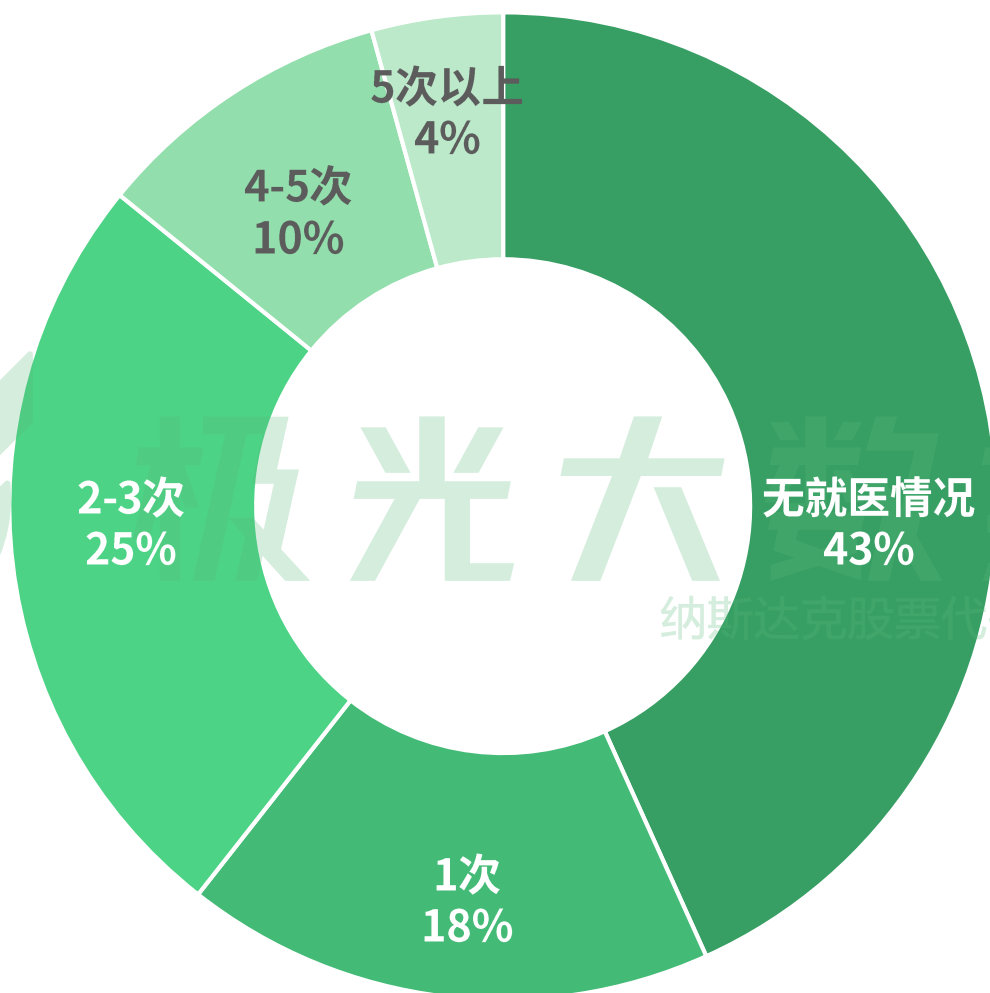
数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06

TGI: 某类型宠物主中选择此项人群占比 / 宠物主整体选择此项占比 \* 100

# 超半数宠物过去一年有就医经历

- 超半数宠物过去一年曾因疾病、受伤、防疫等原因而就医，四分之一的宠物就医次数为2-3次，宠物医疗服务需求大

## 宠物过去一年就医情况

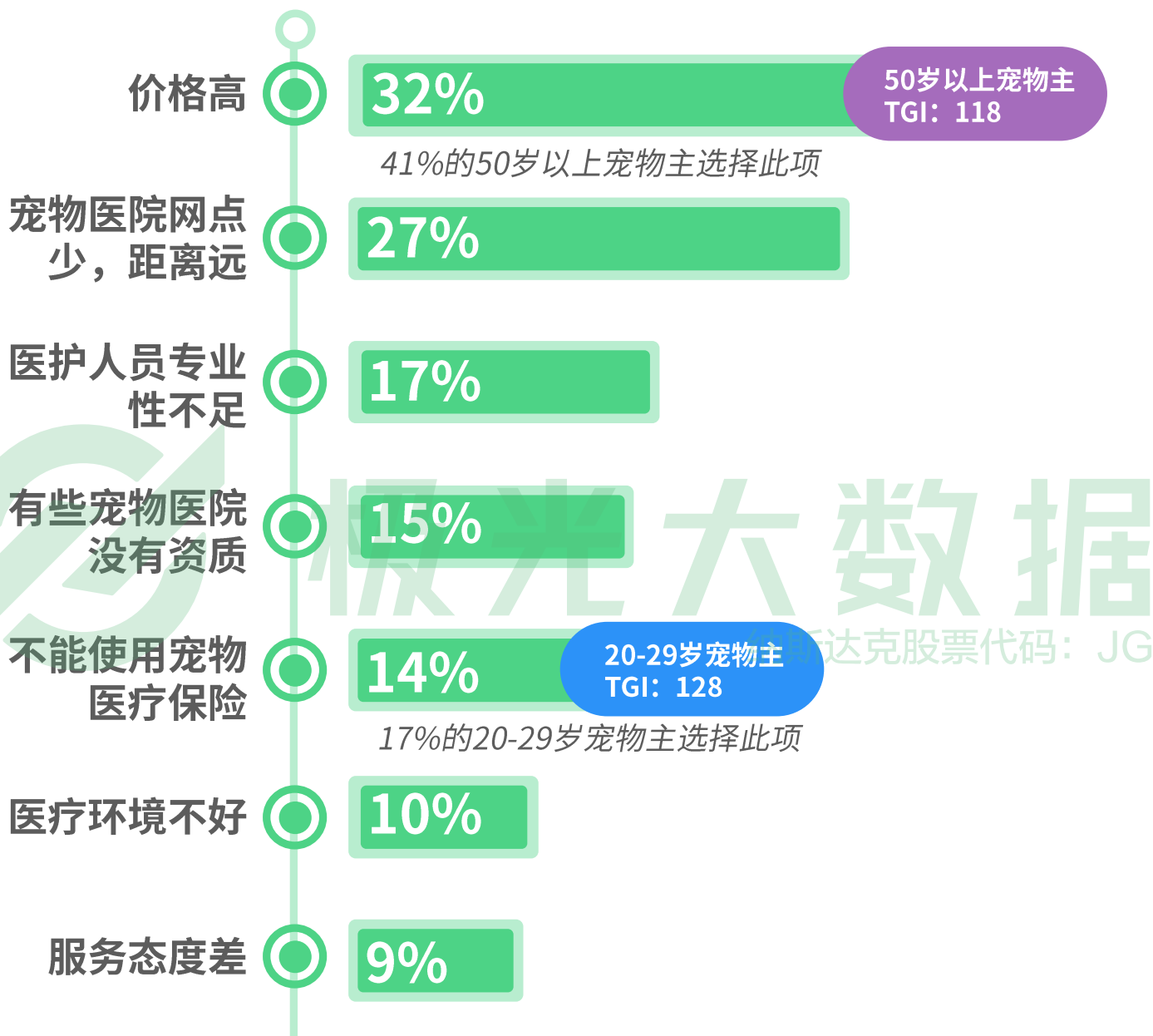


数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06

# 宠物医疗价格高，宠物主压力大

- 宠物主对于宠物医疗最不满之处是价格高，其次是网点少、距离远，看病不方便
- 50岁以上的宠物主对于价格更为敏感，20-29岁的年轻宠物主更不满有些宠物医院不支持使用宠物医疗保险

## 宠物医疗不足之处



数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06

TGI：某类型宠物主中选择此项人群占比 / 宠物主整体选择此项占比 \* 100

CHAPTER 04

# 云吸宠云养宠

The background of the page is a solid green color. In the lower right quadrant, there are several large, overlapping, semi-transparent geometric shapes in a slightly darker shade of green. These shapes include a large arc, a rectangle, and a parallelogram, creating a modern, abstract design.

# 不养宠但吸宠，养宠更爱吸宠

- 58%的未养宠人群有云吸宠物的行为，养宠人群中此占比高达71%
- 养宠人群和未养宠人群均最爱云吸狗

## 平常喜欢云吸宠物的种类

养宠人群

未养宠人群

71%

有云吸宠行为的人群占比

58%

68%



61%

49%



31%

18%



22%

17%



18%

数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06



# 云吸宠人群聚集地——视频网站

- 视频网站是云吸宠物人群最为集中的地方，此外QQ群/QQ空间/微信群/微信朋友圈也是云吸宠物的好去处

## 云吸宠物平台



数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06

# 短视频最受云吸宠人群青睐

- 不论是否饲养宠物，都喜欢以短视频形式云吸宠物
- 养宠人士相比之下更为偏爱长视频和Gif动态图片形式

## 云吸宠物形式

■ 养宠 ■ 未养宠

5分钟及以内的短视频

48%

47%

5分钟以上的长视频

35%

27%

Gif 动态图片

34%

24%

静态图片

26%

32%

数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.06

# 虚拟养宠

- 2019年5月，虚拟宠物养成游戏“我的汤姆猫” MAU为265万

## 我的汤姆猫 MAU



数据来源：极光大数据（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2018.06-2019.05

# 报告说明

## 1. 数据来源

1) 极光大数据，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析；2) 极光调研数据，通过极光调研平台进行网络调研，共回收有效样本4405份；3) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规，经用户合法授权采集数据，同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告。

## 2. 数据周期

报告整体时间段:2019年06月。

## 3. 数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注。

## 4. 免责声明

极光大数据所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，极光大数据也不例外。极光大数据依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，极光大数据不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光大数据无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

## 5. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待。

## 6. 版权声明

本报告为极光大数据所作，报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护，部分内容采集于公开信息，所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定。

# 关于极光

极光（纳斯达克股票代码：JG）成立于2011年，是中国领先的移动大数据服务平台。极光专注于为移动应用开发者提供稳定高效的消息推送、即时通讯、统计分析、社会化组件、短信、一键认证、深度链接等开发者服务。截止到2019年3月份，极光已经为超过40万移动开发者和116.5万款移动应用提供服务，其开发工具包（SDK）安装量累计227亿，月度独立活跃设备10.7亿部。基于海量数据和洞察积累，极光已将业务拓展至大数据服务领域，包括精准营销（极光效果通）、金融风控、市场洞察以及商业地理服务（极光iZone）。极光将继续借助人工智能与机器学习为移动大数据赋能，致力于为社会和各行各业提高运营效率，优化决策制定。

## 极光产品线

极光开发者服务：高效稳定 SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光效果通：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率

# 业务咨询请联系



数据改变世界



**极光大数据**

华北地区数据咨询

胡畅达: [hucd@jiguang.cn](mailto:hucd@jiguang.cn)

华东、华南地区数据咨询

Oliver: [jianghh@jiguang.cn](mailto:jianghh@jiguang.cn)

全国商务咨询

[sales@jiguang.cn](mailto:sales@jiguang.cn)

媒体数据引用:

[marketing@jiguang.cn](mailto:marketing@jiguang.cn)

