

宠物清洁市场趋势报告



天猫新品创新中心
黑马工厂

HCR 慧辰

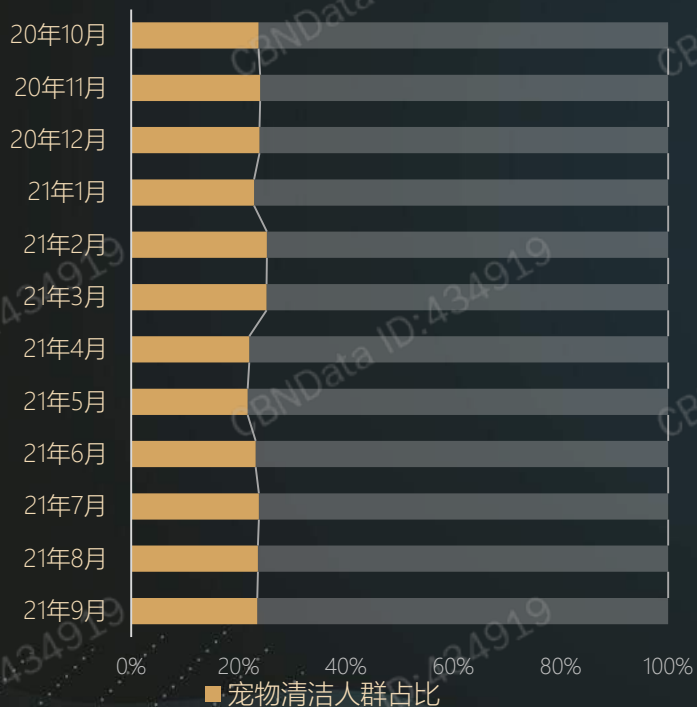


宠物清洁市场 趋势报告

精细化养宠需求不断提升，宠物清洁市场前景广阔

- 从人类的发展史可以看出，随着人们的生活水平和对清洁环境的要求不断提高，养宠精细化水平不断提升，宠物的清洁需求将无处不在；
- 淘系平台的宠物清洁客群占总体宠物用品购买人群的近1/4，是充满增长潜力的市场；

宠物清洁人群占比



宠物日常清洁

基础清洁

宠物排泄相关的清洁，如猫砂、狗厕所、拾便器等

五官清洁

包括口腔、眼部、耳部清洁，如牙膏、滴眼液、滴耳液等

环境清洁

宠物以及主人的环境空间清洁，主要是除味剂/香水，包括智能

身体清洁

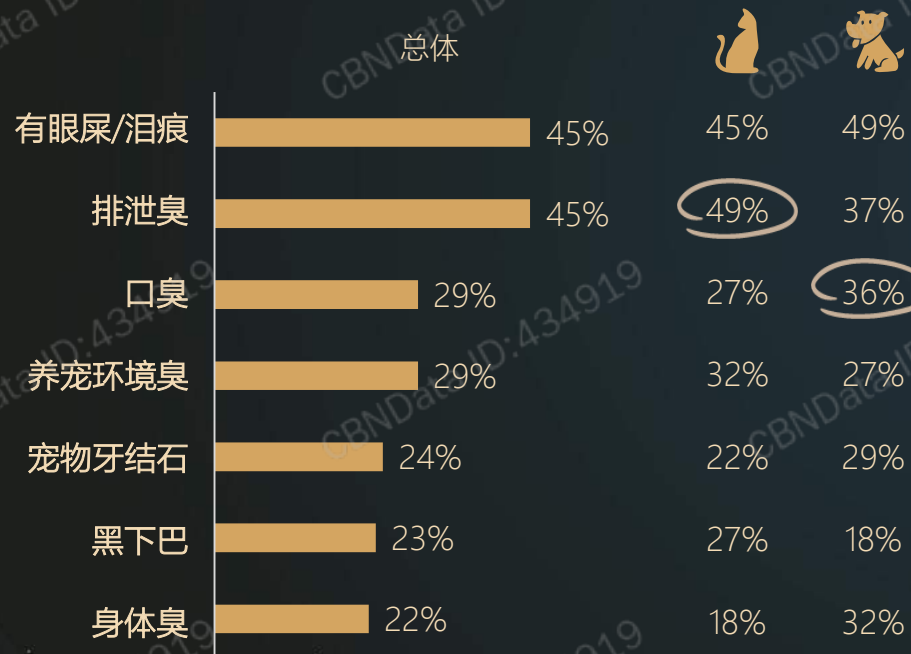
洗澡沐浴、护理毛发、护理皮肤等相关的清洁产品，包括浴液、针梳等



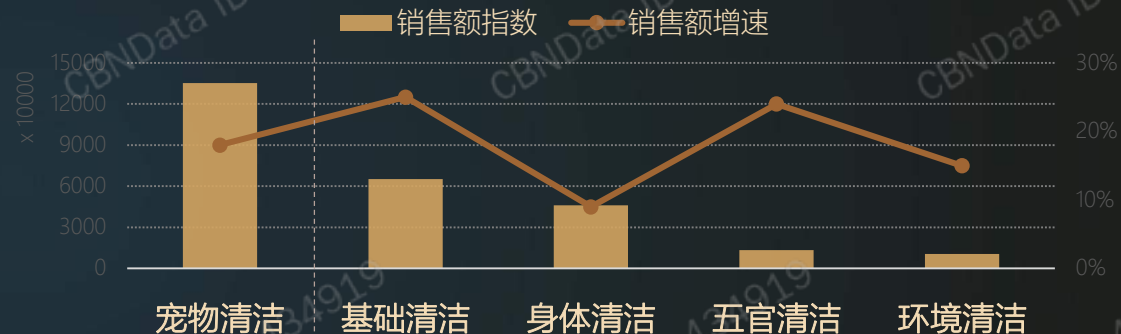
宠物清洁总体增速35%，各赛道均保持较高增速

- 眼屎/泪痕和排泄味的普遍困扰，带动了基础清洁和五官清洁产品的高速增长；
- 而随着精细化洗护需求的提升，宠物主们对五官清洁产品品质的高要求，带动了五官清洁的高端化走势；

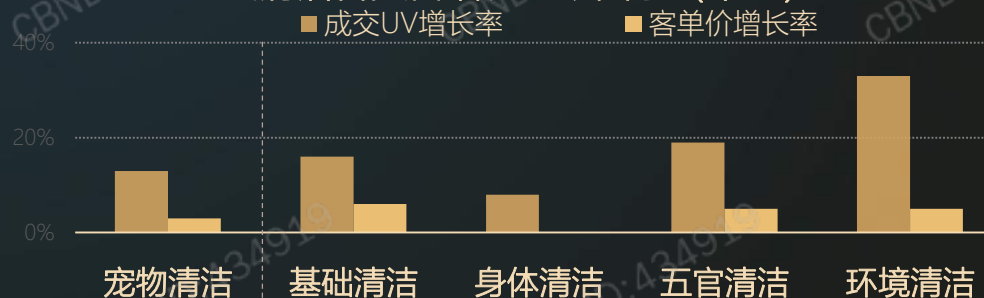
【基于问卷调查】 主要困扰的问题



基础清洁各类目销售额指数及增速



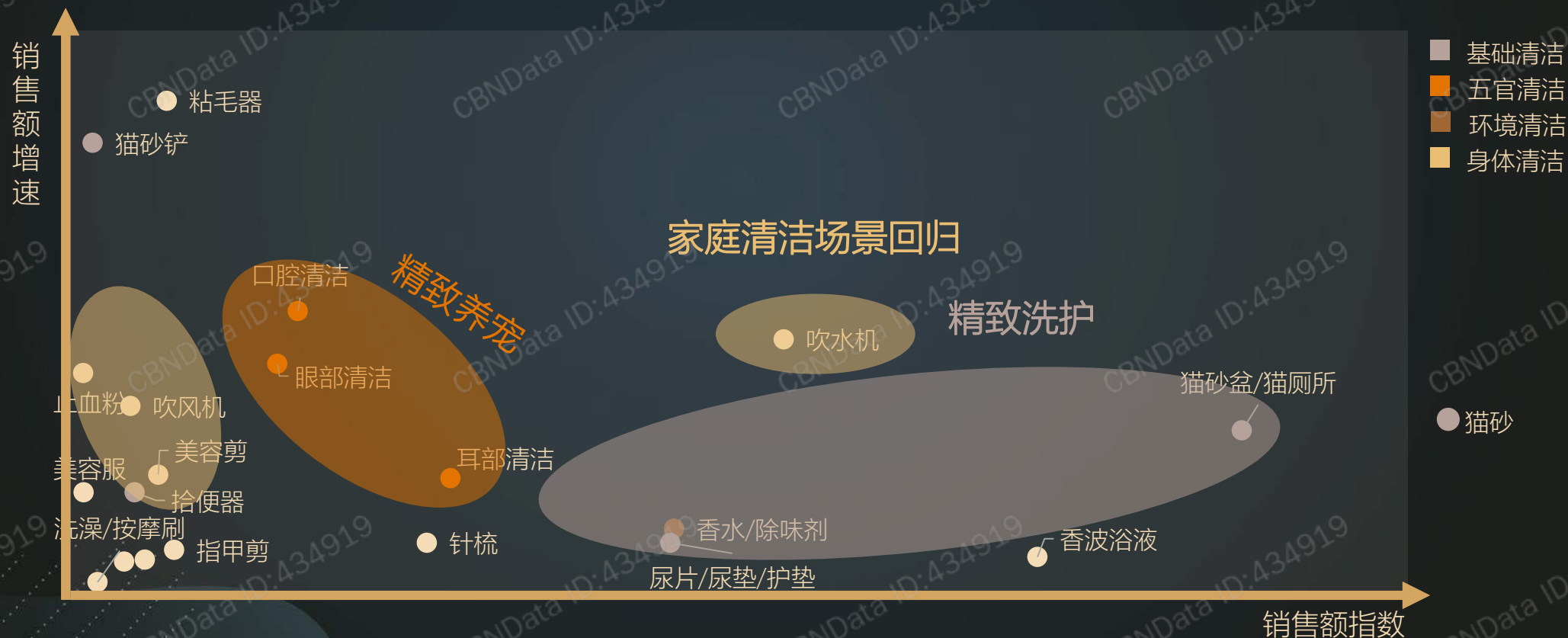
基础清洁各类目增长驱动因素 (平均)



家庭清洁场景回归、精致洗护、专宠专用和智能迭代驱动增长

- 从市场数据表现上来看，一方面宠物清洁开始向家庭清洁转移，消费者对宠物清洁产品的需求将持续提升；另一方面，多元化的使用场景对新品的的设计研发提出了新的要求，四大发展趋势共同驱动着宠物清洁市场的快速增长。

宠物清洁叶子类目销售额指数及增速

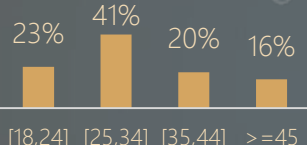
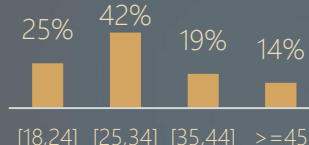
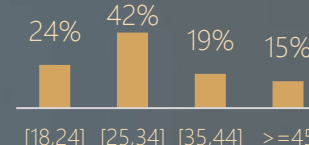
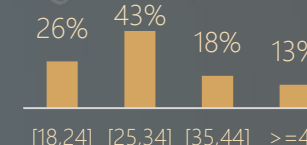
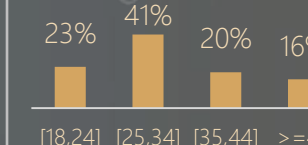

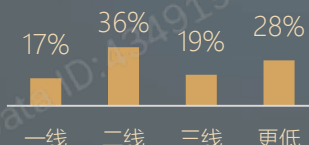
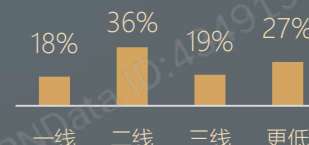
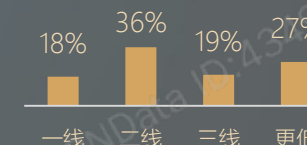
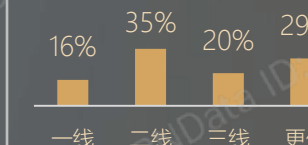


大部分消费者是复合赛道购买者，为宠物提供全方位的关爱

95%
混合赛道购买

 **56%**

 **44%**

	宠物清洁用户	基础清洁用户	五官清洁用户	环境清洁用户	身体清洁用户
人群概述	整体是以一二线女性消费者为主，她们年轻、爱美，对自己和宠物都关爱有加	人群与宠物清洁整体的类似，以一二线爱美的年轻女性人群为主	女性更多，消费能力高，在意自我的形象，舍得给宠物花钱（零食、保健品）	大体特征与五官清洁相近，女性为主，但更年轻，买更多的宠物零食	年龄相对较大，以消费力中高的白领或妈妈为主，宠物产品偏基本
男女比例	65%女性	68% 女性	72% 女性	72% 女性	69% 女性
平均年龄	32.5	32.0	32.2	31.5	32.8
年龄段分布					
城市级别					
人生阶段	单身/未婚 已婚无孩 已婚有孩	单身/未婚 47% 已婚无孩 19% 已婚有孩 34%	单身/未婚 44% 已婚无孩 20% 已婚有孩 36%	单身/未婚 45% 已婚无孩 19% 已婚有孩 36%	单身/未婚 44% 已婚无孩 21% 已婚有孩 35%
大快消八大人群占比	小镇中老年	新锐白领	新锐白领 19.6%	新锐白领 19.5%	小镇中老年 18.9%
	新锐白领	Z世代	Z世代 15.4%	Z世代 16.9%	新锐白领 16.9%
	小镇青年	小镇青年	精致妈妈 5.7%	小镇青年 16.6%	精致妈妈 5.2%



天猫新品创新中心
黑马工厂

HCR 慧辰

数据来源：TMIC趋势情报局、问卷调查

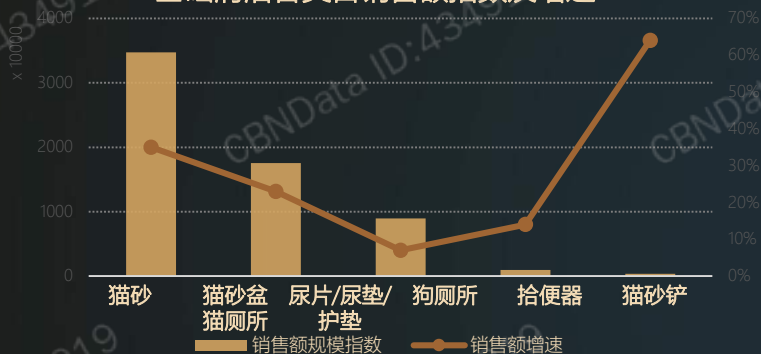


第2章 细分赛道市场机会扫描

基础清洁：最大的存量市场，为拉新和多赛道融合提供基础

- 在基础清洁赛道下，猫砂是主体增长驱动的细分类目，成交UV和客单价增速都比较稳定；作为基础赛道，专宠专用和场景多元化的趋势仍较为明显，商家可结合场景创新产品，打出差异化。

基础清洁各类目销售额指数及增速



猫砂

- 日常囤货带动大包装增长：150元以上多包装/大包装开始走俏
- 香味驱动：含奶香、果香的混合砂和豆腐砂有较大的渗透空间
- 潜力细分市场：无尘猫砂、混合猫砂

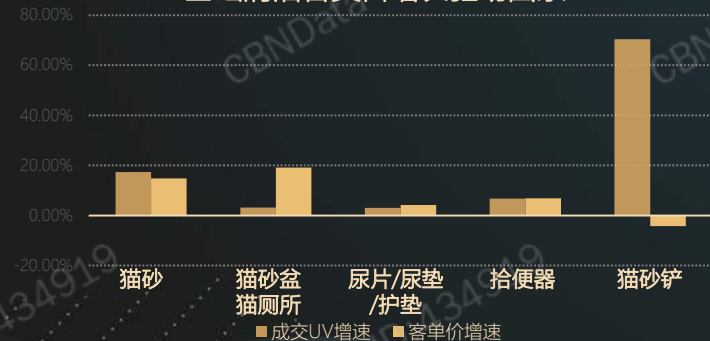
尿片尿垫

- 家庭清洁场景细化：适用于不同场景的单片和大包装尿片增速较快
- 专宠专用驱动功能需求：专宠专用的防臭、防漏尿片潜力大
- 潜力细分市场：护理尿片、吸水尿片

猫砂盆

- 高端智能化升级：413元以上的价格带增速明显
- 外出便携性需求：便于携带（包括折叠、便携、一次性）呈现市场潜力
- 潜力细分市场：封闭式猫砂盆、抽屉式猫砂盆、智能猫砂盆

基础清洁各类目增长驱动因素



身体清洁：家庭清洁场景和精致洗护驱动的机会赛道

- 在家庭清洁需求增长的环境下，身体护理的销量增长迅速，但由于身体护理品类众多，价格段分布跨度较大，整体销售额增速相对较为缓慢；香波是宠物身体清洁体量最大的类目，吹风机、美容剪虽然市场规模不大，但增速较快，具有一定的市场潜力；

宠物洗澡的地点及频率

49%

主要在家自己洗

25%

主要到宠物店洗

27%

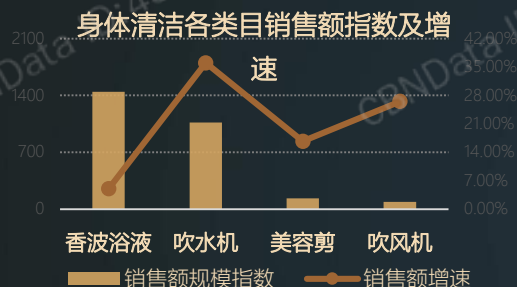
主要到宠物店洗



1.9次/周



2.7次/周



香波浴液

- 品质追求驱动：中高价位、精华、低敏香波快速增长
- 专宠专用需求：清甜果香的专用香波需求增长
- 潜力细分市场：精华香波、洗护浴液、专用浴液、免洗香波

吹风机

- 家用智能化：中高价位的家用、智能化吹风机具有较大的发展潜力
- 功能需求：更便捷的全自动智能吹风机可成为新品研发的方向
- 潜力细分市场：家用智能烘干箱

轻护理

- 多场景应用：日常除臭、散步、替代洗澡、孕期清洁等适用场景丰富
- 年轻客群机会市场：护理更适合用于提升年轻客群的复购率
- 潜力细分市场：免洗手套、免洗湿巾



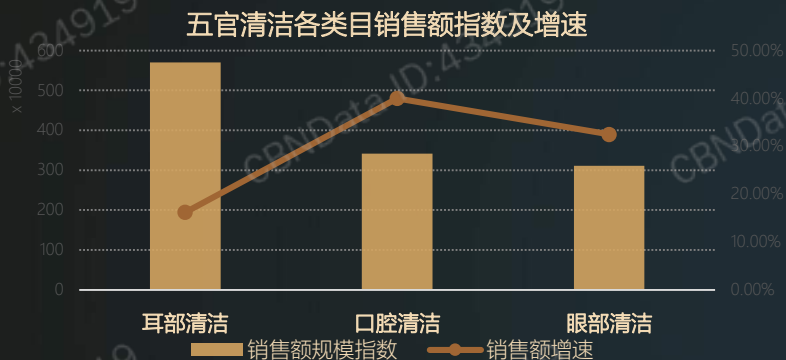
天猫新品创新中心
黑马工厂

HCR 慧辰

数据来源：TMIC知识库(2020.8-2021.7)

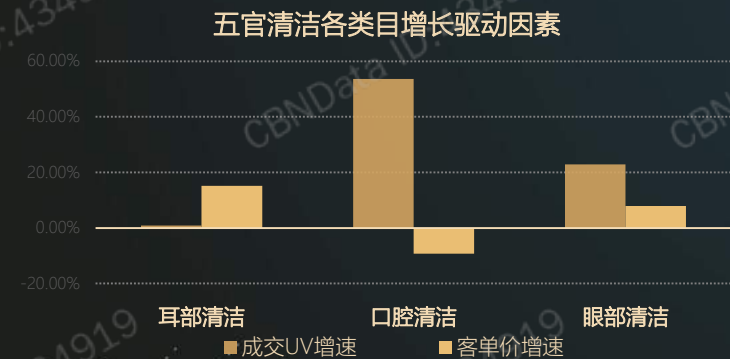
五官清洁：精致养宠的重点机会赛道，轻护理趋势显现

- 目前铲屎官对于宠物的口腔和耳部护理均已形成了日常预防护理的习惯，而眼部仍以解决问题为主，产品是否温和和不刺激、且不会让宠物抗拒是选购产品时最重要的考量，是新品创新的机会所在；



口腔清洁

- 日常预防意识高：在宠物的口腔问题预防的意识较高，市场教育基础较好
- 专宠专用和产品形式优化：专宠专用、可食用的口腔产品受到较高关注
- 潜力细分市场：可食用牙膏、指套牙刷、洁牙笔、专用洁牙粉



耳部清洁

- 问题解决型需求：日常预防意识低于口腔，多出现泪痕或眼屎时使用
- 专宠专用驱动功能细分：专用和轻护理产品需求明显，如比熊滴眼液等
- 潜力细分市场：去泪痕湿巾、洗眼液


眼部清洁

- 日常预防性需求：整体增速较为平稳，逐渐成为日常预防性需求
- 专宠专用和轻护理需求：除专用以外，轻护理的棉签、湿巾形式需求上升
- 潜力细分市场：植物洗耳液、硼酸洗耳液、专用耳朵湿巾

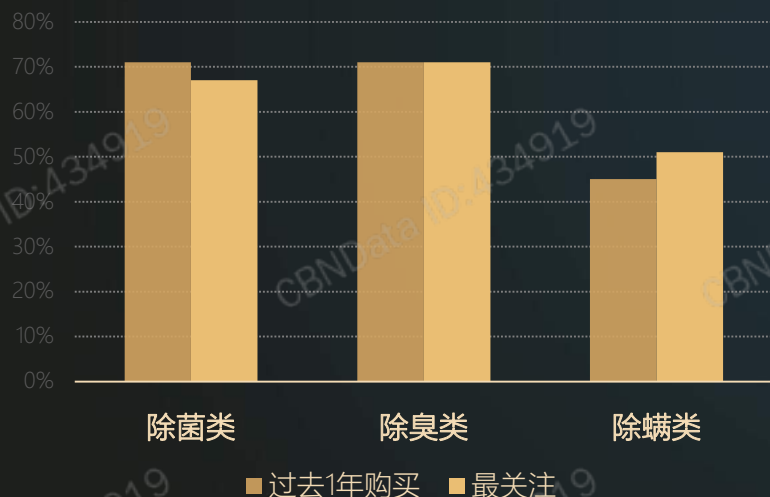


环境清洁：同为精致养宠的机会赛道，客群更年轻化

- 对于铲屎官来说，宠物的排便臭及环境臭对他们会产生一定困扰，尤其是猫饲主，但环境清洁市场相对较小，且产品形式也相对单一；此外，除味剂也有部分智能化升级的趋势，可在高消费人群中进一步渗透。

适用对象  50%  50%

对于养宠环境清洁的购买及关注



除味剂

- 家庭清洁驱动高端化：养宠环境优化尤为重要，整体呈现高端化的趋势
- 专宠专用需求：猫狗专用除味剂和片剂或植物成分的猫砂伴侣增速较快
- 潜力细分市场：猫咪/狗狗除味剂、专用除味剂

消臭珠

- 产品形式优化：消费者更关注非掩盖、时效长的消臭珠产品
- 香型及浓度可调：可调节香味浓度、多种香型可选也是产品机会点
- 潜力细分市场：消臭珠



天猫新品创新中心
黑马工厂

HCR 慧辰

数据来源：TMIC知识库(2020.8-2021.7)

宠物智能：吸引高端优质客群利器，也是未来发展的趋势所在

- 在精致养宠趋势之下，宠物智能产品已不仅仅局限在饮水机、喂食器和猫砂盆这原有的三大升级品类，而是向着更多元化的方向发展，**物联生态体系**，营造健康舒适放心的养宠环境，是未来家庭高端养宠的必然发展方向；



【基于问卷调查】

购买过的智能产品



天猫新品创新中心
黑马工厂

HCR 慧辰

数据来源：TMIC知识库(2020.8-2021.7)



天猫新品创新中心
黑马工厂

HCR 慧辰

感谢以下品牌联合支持

pidan

PETKIT 小佩®

homerun 霍曼

EVER
CLEAN 铂铂

小壳

uah 有哈

再三

drymax
洁客



DOLI
PLANET
— 路力星球 —