

国内宠物 App 运行现状以及发展分析

谭宇欣

(长春师范大学 吉林长春 130023)

摘要: 随着中国互联网的不断发展,很多行业向互联网领域进行延伸,并且,这渐渐成为一种趋势。根据国家有关部门的统计,近些年来我国宠物饲养的人数呈线性增长的趋势,同样,在宠物身上投入的精力以及财力也不断增多。预计 2020 年,我国宠物饲养费用将会达到 2000 亿元。伴随着宠物市场的繁荣,处于探索期的各种宠物 App 功能上的不足和缺陷不断显现,包括信息的不对等、交易成本的无故增加等。本文基于这一情况,对宠物 App 运行情况及发展趋势进行调查与研究。

关键词: 宠物行业 App 发展现状 改进

中图分类号: F724 文献标识码: A 文章编号: 1009-5349 (2019) 09-0068-02

一、引言

在经济快速发展的时代,越来越多的人养起了宠物,而且宠物经济消费不断升级。有关数据显示,有 32% 的养宠物家庭,每年的花费在 1000~3000 元之间,有 29% 的家庭花费在 5000~10000 元之间,花费在 3000~5000 元之间的占 19%,而 10000 元以上的占 11%,9% 的家庭花费金额在 1000 元以下。

根据以往的调研,中国的宠物市场正处于一种欣欣向荣的发展态势中,各种宠物 App 竞相出现。通过查阅相关文献以及实际调查,了解到目前中国市场上的 App 种类有 50 种之多,可以说,从数量上,能够满足众多爱宠人士的需求。但是,尽管宠物 App 种类繁多,在功能上却不同程度地存在不足和缺陷,一些 App 舍本逐末,忽视“宠物”这一核心要素,却突出体现人际社交功能。

研究发现,我国的宠物 App 市场是一个相对来说较为空白的市场,种类的多样化仅仅是一种表象,更多有质量、有内涵、更够全面满足爱宠人士需求的 App 尚待开发。基于此,本文对宠物 App 市场开展研究调查,进而为适切的宠物 App 的研发提供依据。

二、国内宠物 App 现状

(1) 国内宠物 App 现状。纵观中国市场,可供爱宠人士下载的 App 有 50 种之多,很多 App 的功能大致相同,同时也有各自的特点。调查发现,很多爱宠人士对国内宠物 App 的评价较低。因为一款 App 的功能不全,为满足需求,爱宠人士经常会下载 2~3 个 App 来使用,这样不光占用手机大量的内存,而且对于使用者来说也是相当繁琐、费事的,并且很多 App 大量植入广告,还会造成使用者的困扰。

(2) 国内宠物 App 竞品分析。目前情况下中国宠物市场中 App 种类虽然繁多,但是其运作方式等大致趋同,从中挑选出三款进行相应的比较,分别是:有宠 App,遛遛 App,握爪 App。选择这三款 App 的原因在于这三款 App 在全网的下载数量排名靠前,并且其运营方式属于三种不同的风格,予以比较,有一定的空间。

有宠 App。有宠 App 是全国下载量排行第一的 App,从下载数量上进行分析,可以说其是中国宠物 App 的领导

者。对于有宠 App 进行分析可以发现,从社交功能上来看,其主要交流模式与网络中的贴吧相似,在点击打开 App 之初,已经将不同宠物主人进行了分类,宠物主人只有通过选择进入相应的社区,才能够进行分享以及观看。从拍摄视角上,有宠 App 创新性地使用了两种视角进行拍摄,即主人视角以及宠物视角,从一定程度上增强了软件的娱乐性。但是从其运营模式上来看,主要还是通过售卖宠物周边产品获利,比较单一。这是目前宠物 App 主要运营方式。

遛遛 App。遛遛 App 是一个相对来说中规中矩的 App,从下载数量上,排名前五,受众较多。遛遛 App 社交模式类似于微博,人们可以进行分享,分享后全网可以观看。这样的分享模式,增加了其共享性以及趣味性。而从分享角度来看,其是以主人视角进行观察,算是比较传统的分享风格。

握爪 App。握爪 App 在中国众多宠物 App 中,其普及率不算特别高,可能是其起步较晚的缘故。其社交分享模式更像是以上二者的结合,走了一种相对综合的路线,能够满足众多爱宠人士的需求。而在分享模式上,则是保留了传统的拍摄视角。

(3) 国内宠物 App 存在的问题。根据对国内宠物 App 的分析研究,发现目前国内宠物 App 同质化问题严重,主要功能太过相近,而且每款 App 之间没有互通性,爱宠人士要想享受到综合服务,只能将所有 App 下载下来才能使用。并且,这些 App 的盈利模式存在缺陷,大部分都需要通过销售商品获利,用户福利较少,缺乏吸引力;还有一些 App 通过植入大量广告获利,却影响到用户的使用体验。最为重要的一点是,国内宠物 App 普遍缺乏对宠物如何更好地生活的关注,有关宠物的养护、饲养等方面知识内容较少,而是热衷于爱宠人士的交流问题。

三、宠物 App 开发建议

(1) 提出个性化设计。在开发人员进行 App 设计的同时,既要做到对于人群进行一定的分类,还要做到特定人群特定分析,从使用性的角度出发,来解决问题,由需求刺激市场,再由市场刺激消费,把握产品的切入点,进而满足不同宠物主人的需求。

(下转第 67 页)

速度快、影响大等特点。5G 在加速丰富文化内涵的同时也从更广的领域为文化消费创造出新的机遇。目前，5G 技术可以高速推送内容，加速生成智能文案，技术的进步直接影响文化生产方式的变革，而文化生产方式的变革也影响大众对文化消费的预期。据统计，2017 年中国的数字娱乐文化消费规模超过 5000 亿元，每年还在持续攀升，视频市场规模超过 100 亿美元大关，阅读市场较 2013 年同比增长 126%。近年来，移动互联网技术突飞猛进，中国文化产品不断向国外输出，文化创意产业呈现出引领者风范。但我国文化供给质量仍有待提高、文化供给与人民需求之间缺口仍很大，供需不平衡问题仍然存在。我国要在 5G 的助力下，使文化内容与创意服务迈上新台阶，提升文化供给速度，提高文化供给品质，创意创新为本，研究新消费，激发新供给，培育和引导新消费。

(3) 5G 提高生活质量。硬件构建了人类的身躯，软件则是人类的灵魂。如今，软件开发与应用已经深度融入到医疗、金融、交通、政务、教育等多个领域，而随着需求的提高，消费者愈发愿意为能够提供优质服务的新技术买单。伴随 5G 的到来，软件技术也有了质的飞跃，改变了人们以往的生活习惯，开启了人们的新生活，满足了人

(上接第 68 页) (2) 创新提案。在进行 App 开发的过程中，要做到打造具有自身优势的 App 系统，在设计板块方面做到合理、合适。不仅是其界面的创新，盈利模式等也要做到别具一格。App 中也要引进新的技术及想法，例如：宠物与主人的交流沟通，不仅可以增加两者之间的互动，还可以更好地帮助宠物解决需求问题；宠物定位系统，利用 GPS 技术随时可以查看宠物的具体位置，这样可以防止宠物丢失。

宠物类 App 要是想实现全新的盈利模式，一定要从宠物本身以及主人入手进行分析，分析其市场关注点以及需求，注重拓展受众面，发现更多的盈利点。运行中可通过签到换取积分等形式，留住用户进而刺激其消费。

注意线下的结合，通过一定的线下活动，实现宠物主人之间的交流，进而实现资源的整合，获得更大的盈利空间。

(3) 注意软件主体。在新一代宠物 App 研发过程中，应当将使宠物更好地生活这一目的置于 App 功能研发的首要地位，内容可包括以下几种：饲养须知，搜集各种宠物饲养的注意事项，对于新手进行指导以及提出建议；人宠交流器，通过特殊设计，将宠物语言以及人类语言进行相互转化，进而实现沟通；交易小平台，可以将饲养宠物过

类的灵魂所需。目前，我国 25 个省市区正在进行 5G 网络试点，5G 手机于今年两会时与大众见面，并将于今年 6 月大规模上市。5G 的启用和发展将会大大提升经济社会发展水平，改善人民生活水平。就智慧医疗而言 5G 也有非常大的前景，可通过建设医疗大数据平台，让边远地区的病人通过把诊断数据发送到医疗平台，在人工智能的帮助下，在 5G 网络和先进的技术处理下，让医生远程解决这些医疗问题，从而提高医疗效率，很快改善边远山区老百姓就医难和就医成本高的问题。让医生仅通过屏幕就可以实时观察到远在千里之外救护车中的情景，直接进行心电图及相关检测，并在就医期间可实现“实时远程会诊”，通过网络召集外院的专家们，坐在视频镜头前，实时讨论病情，会议诊治方案，避免了因为路途遥远交通不便等原因延误治疗的现象发生。患者在问诊、检查、治疗“一站式”流程后可以直接回家等药送上门。5G 改变生活，推动经济高质量发展，使得人们能真正享受到有病及时医治，有问题随时解决，老有所养、老有所依的生活。

责任编辑：景辰

程中不需要的养护用品等进行交易，进而丰富盈利模式；宠物之家，可以对宠物进行实时的监控，使得主人随时可以查看宠物。

目前，我国的宠物市场进入繁荣期，有着十分广阔 的市场前景，用户人数众多，且需求量巨大，给宠物 App 的发展提供了契机。但当前运行中的诸多 App 普遍存在不足，还需要完善。只有深入探索，才能研发出适切的宠物 App，才能促进宠物市场的繁荣。

参考文献：

- [1] 江可阳. 我国宠物行业发展问题与解决路径探析 [J]. 现代畜牧兽医, 2017(5):20-23.
- [2] 李亚铭, 李月娇. 宠物社交类 APP 的设计与应用——以“闻闻窝”为例 [J]. 科技传播, 2016(3):15-17.
- [3] 陈鹏峰. 一个新兴的朝阳产业——宠物行业的前景 [J]. 中国比较医学杂志, 2010(Z1):21-24.
- [4] 孟刚. 我国宠物行业的发展现状与前景 [J]. 温州农业科技, 2010(2):10-13.

责任编辑：景辰