

QuestMobile宠物行业洞察报告



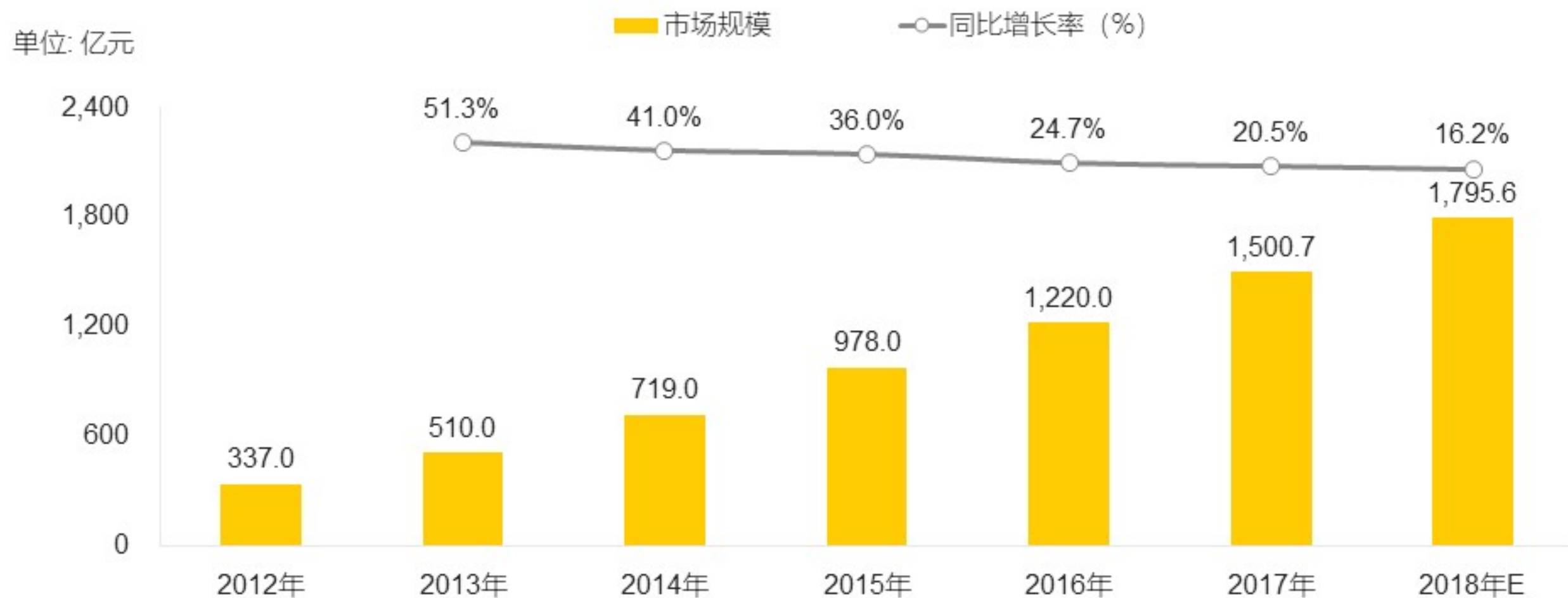
2018年12月

01

我国宠物行业现状：产业链逐步成熟、
未来前景广阔

小小萌宠撬动千亿市场，“铲屎官”们吸猫撸狗无法自拔

2012年-2018年我国宠物市场规模

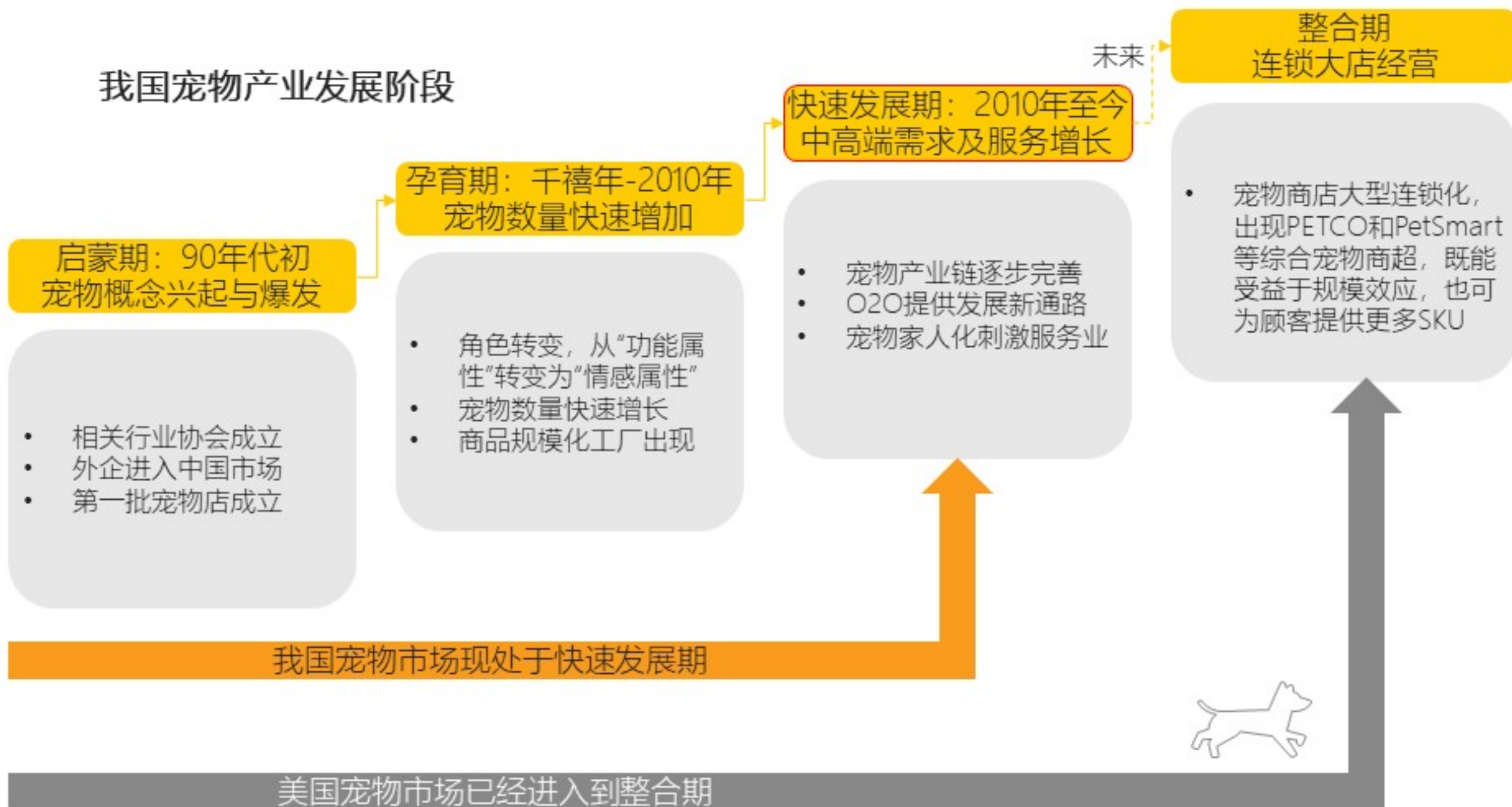


QuestMobile根据宠物市场特点，构建市场规模估算模型：

市场规模 = \sum (各省市人均GDP * 单只宠物占年均消费支出比重) * (各省市总人口 * 人均宠物拥有量)

现阶段我国宠物市场处于快速发展期，但与成熟的美国市场比，我国宠物市场依然稍显落后

我国宠物产业发展阶段

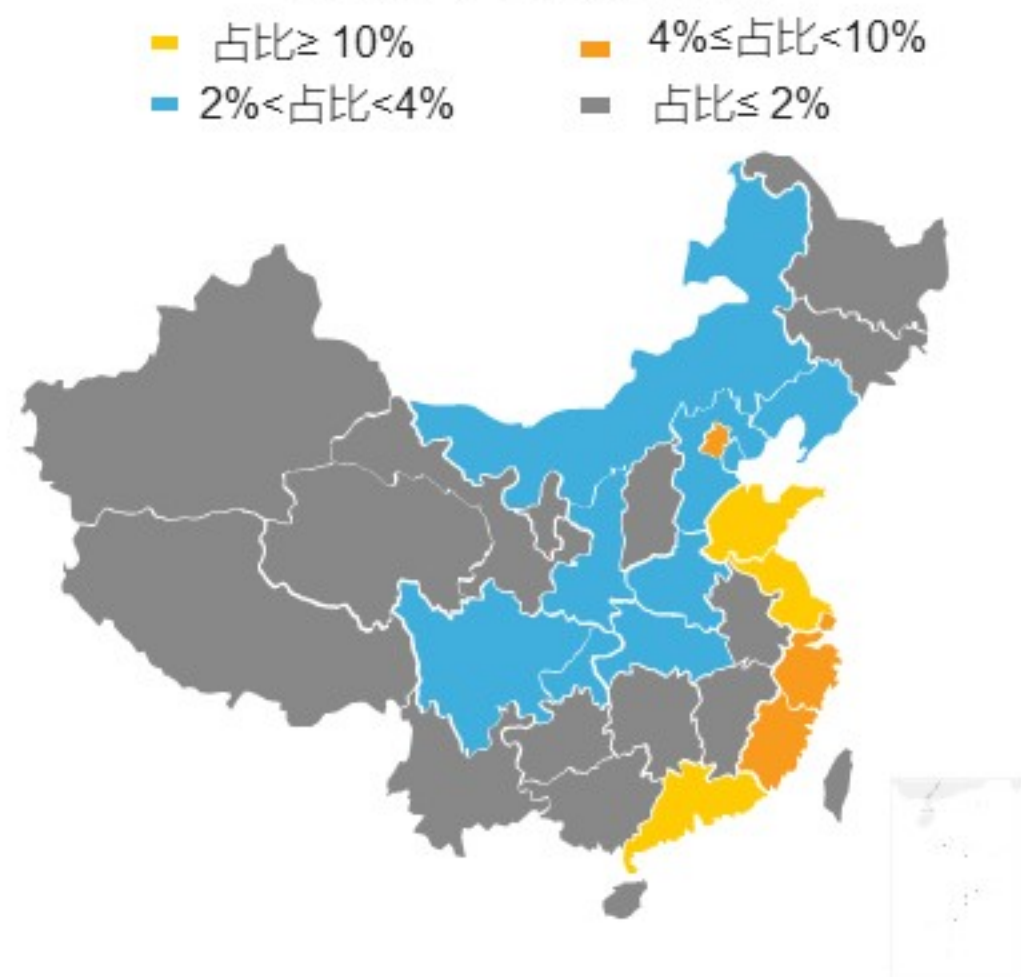


东部沿海发达省份和城市的宠物量占比达到56.1%

2018年宠物在各省份分布TOP10

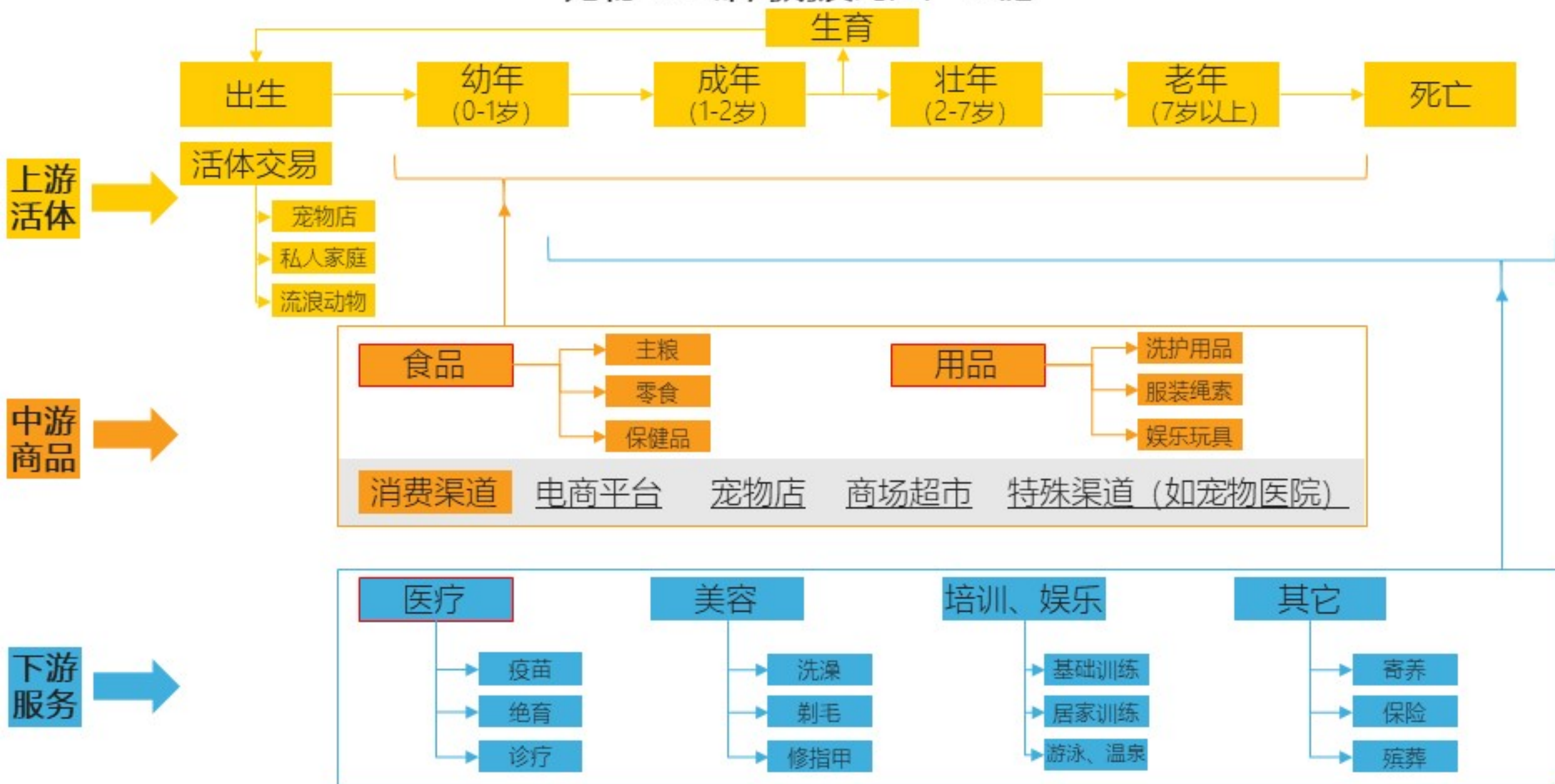


2018年宠物在各省市分布地图

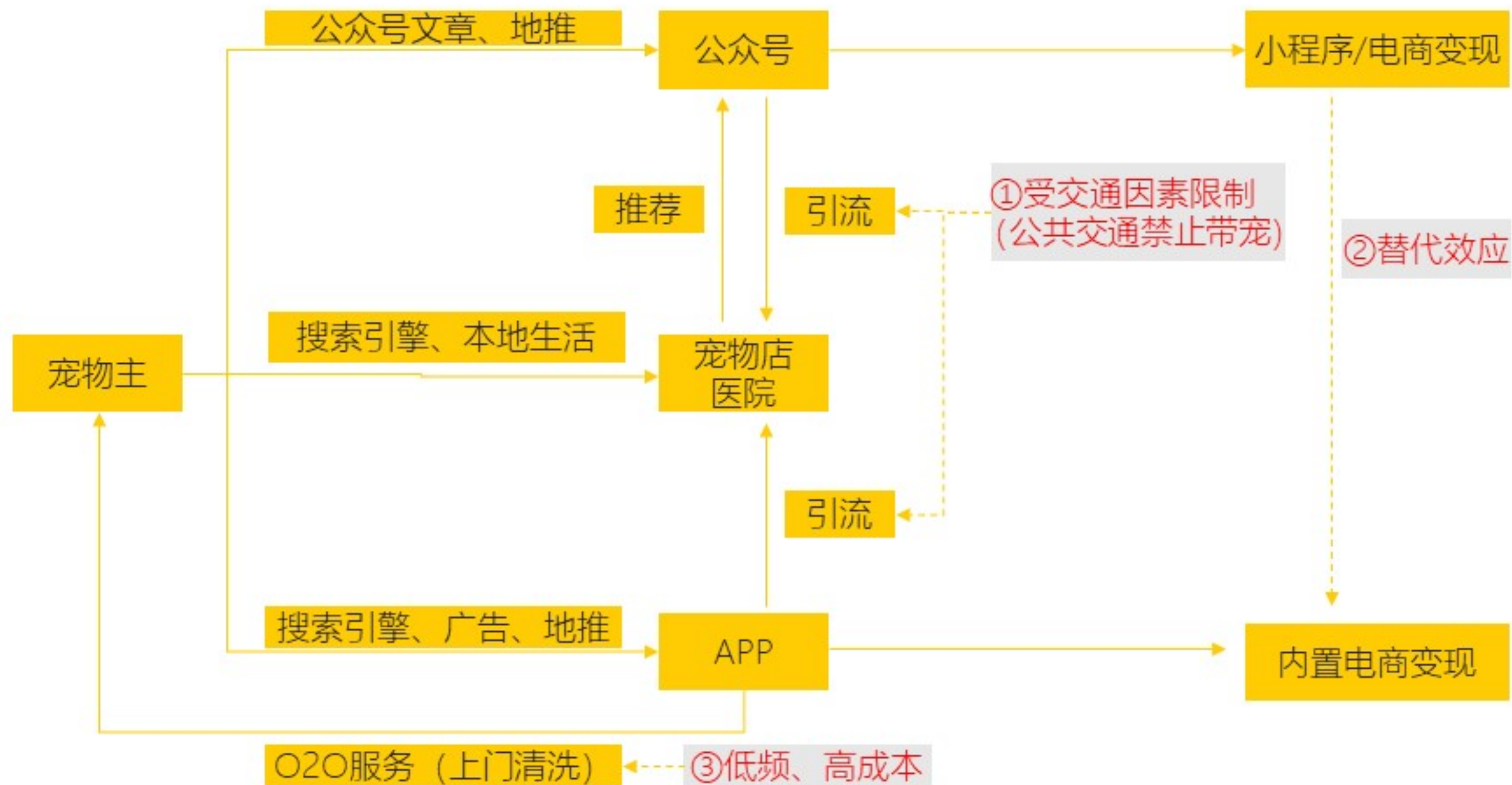


目前产业覆盖萌宠的全生命周期，其中食品、用品和医疗方面最为成熟

宠物全生命周期及对应产业链



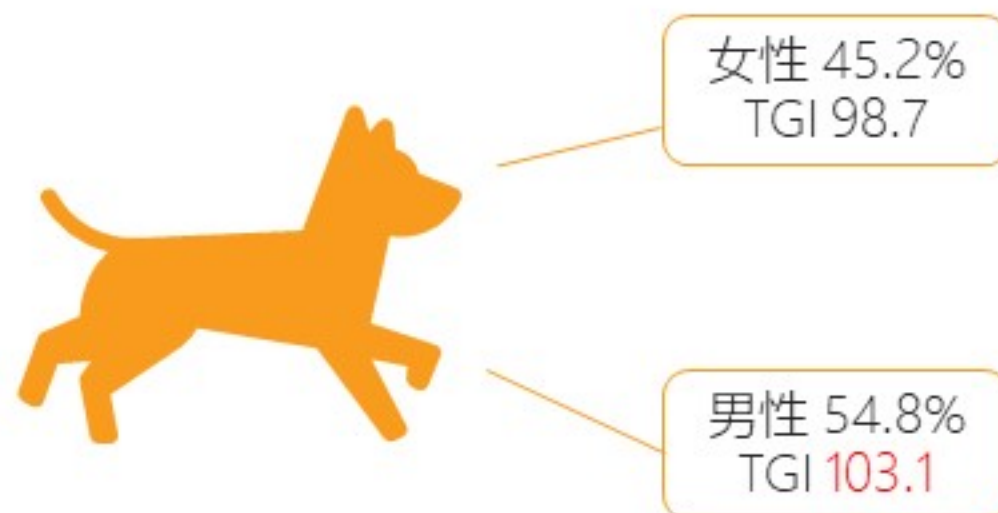
现阶段线上宠物行业仍存在高成本、引流难等痛点



02

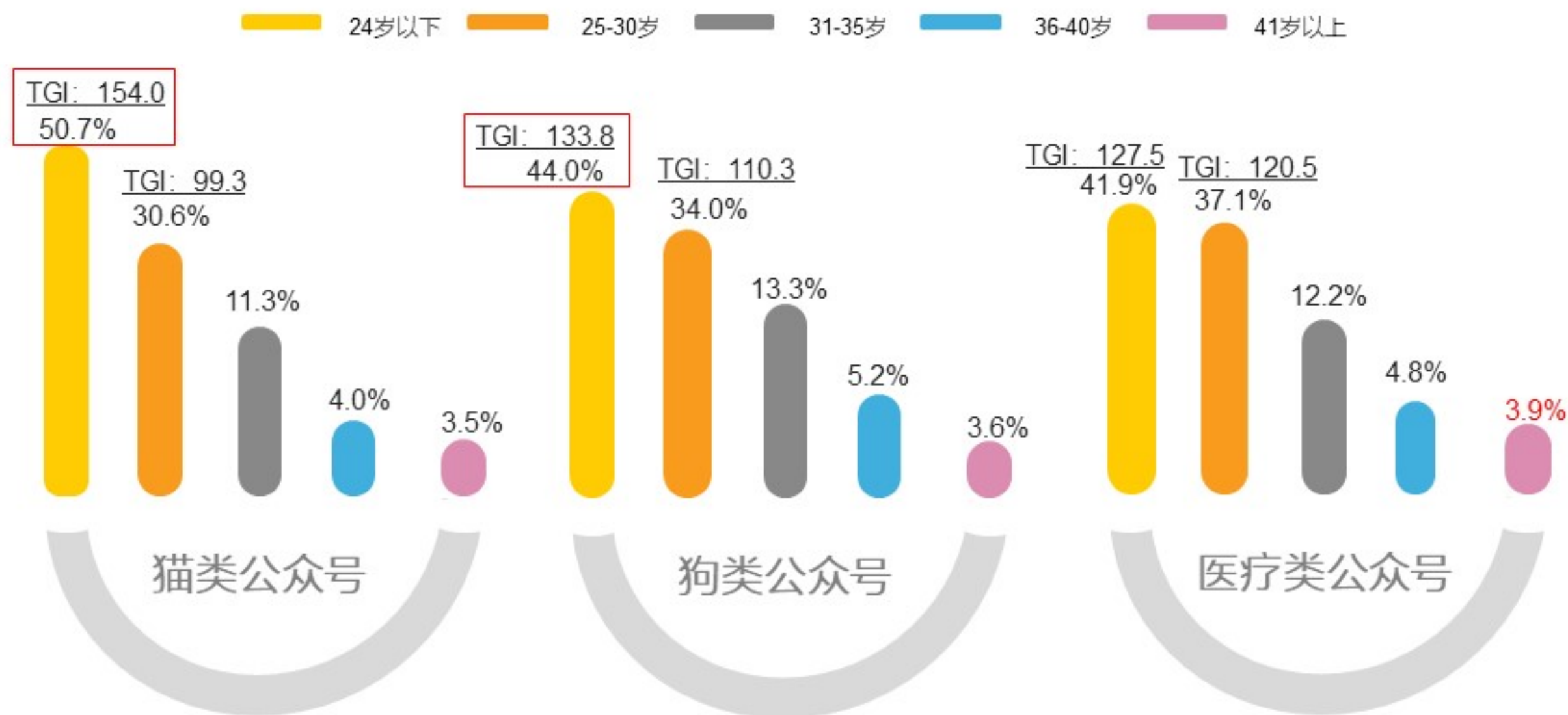
年轻的萌宠主子，愿意为爱宠付费

虽然“铲屎官”中整体男性占比略高，但是狗主人中男性TGI更高，而猫主人中女性TGI更高，似乎验证了那句古话“男不养猫、女不养狗”



“铲屎官” 中30岁以下年轻用户占比近8成，中老年人对宠物医疗更敏感

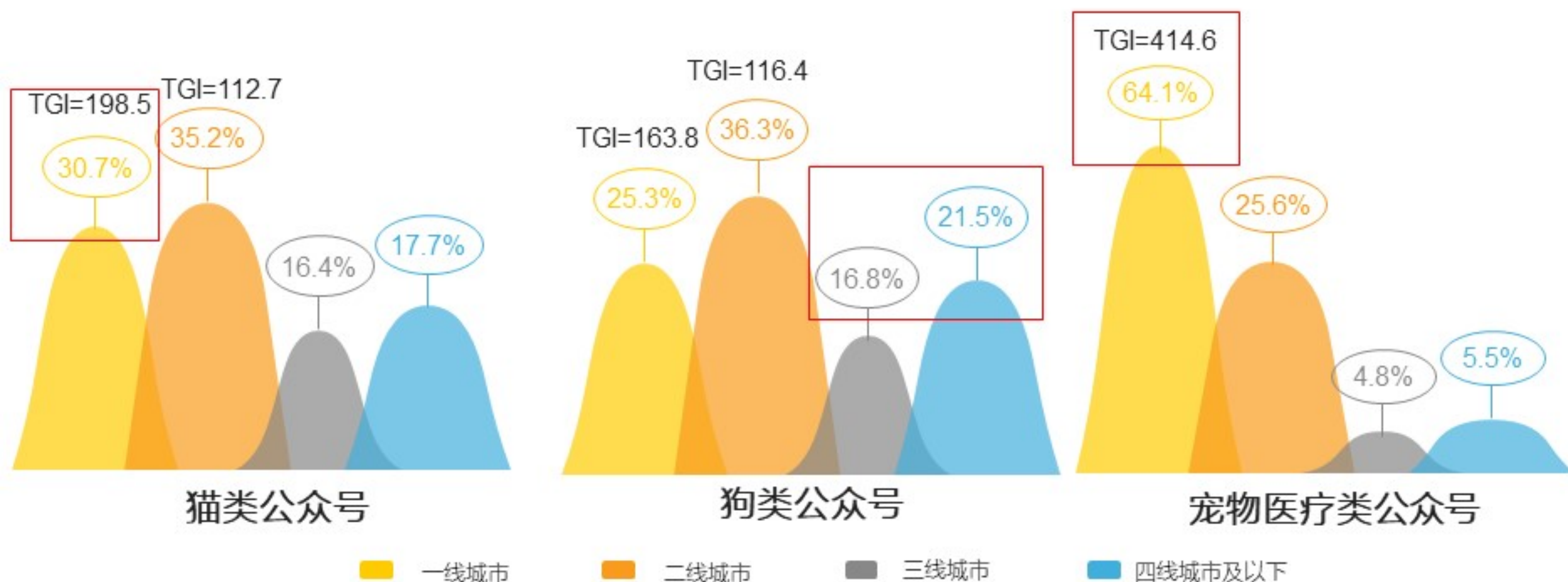
2018年10月关注宠物类公众号用户年龄分布



养狗人士三线及以下城市占比明显高于养猫人士，宠物医疗服务在一线更完善

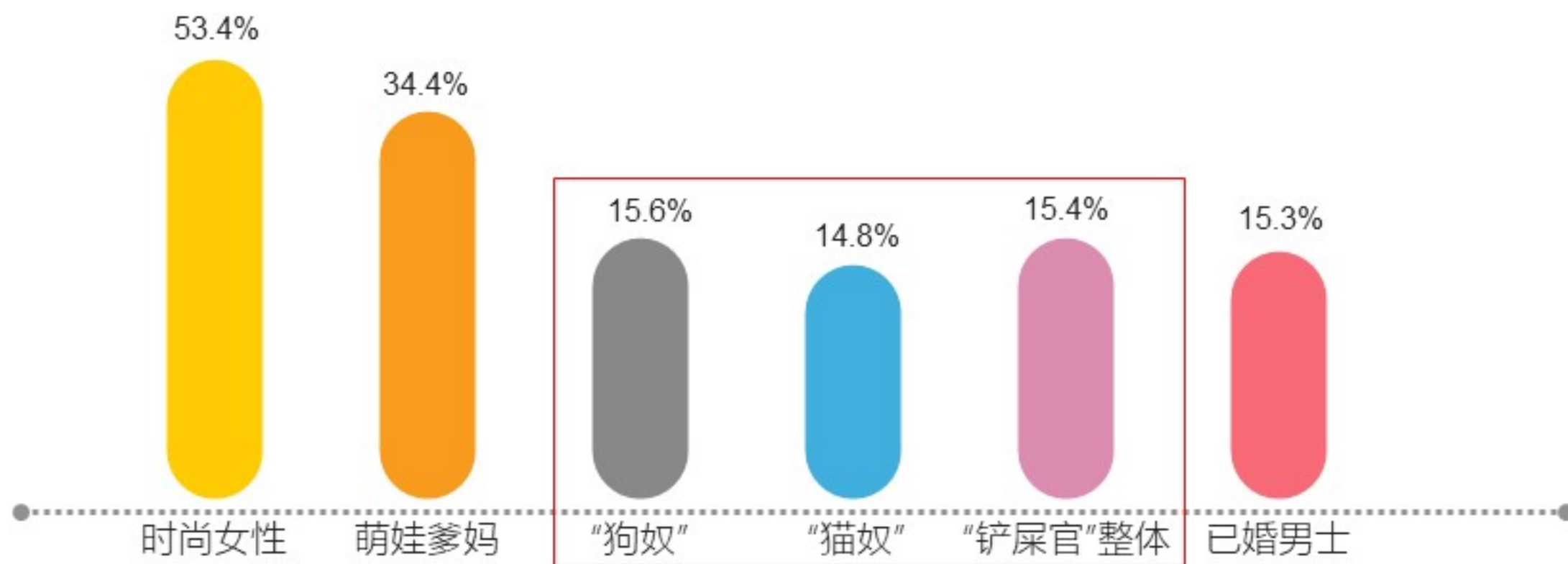
猫特立独行和高冷的个性，更受工作生活节奏快的一二线城市“猫奴”的偏爱；三四线地区宁静祥和，居民有大把休闲时间遛狗和陪伴；一线城市的宠物医院格局更为集中，具备多家连锁机构，居民能够方便的带宠就医，三四线地区在宠物医疗方面存在较大潜力。

2018年10月猫类、狗类、宠物医疗类公众号地域分布



消费能力：线上消费能力大于1000元的人群中，铲屎官超过15.4%，高于已婚男士

2018年10月各类人群的线上消费能力在1000元以上占比



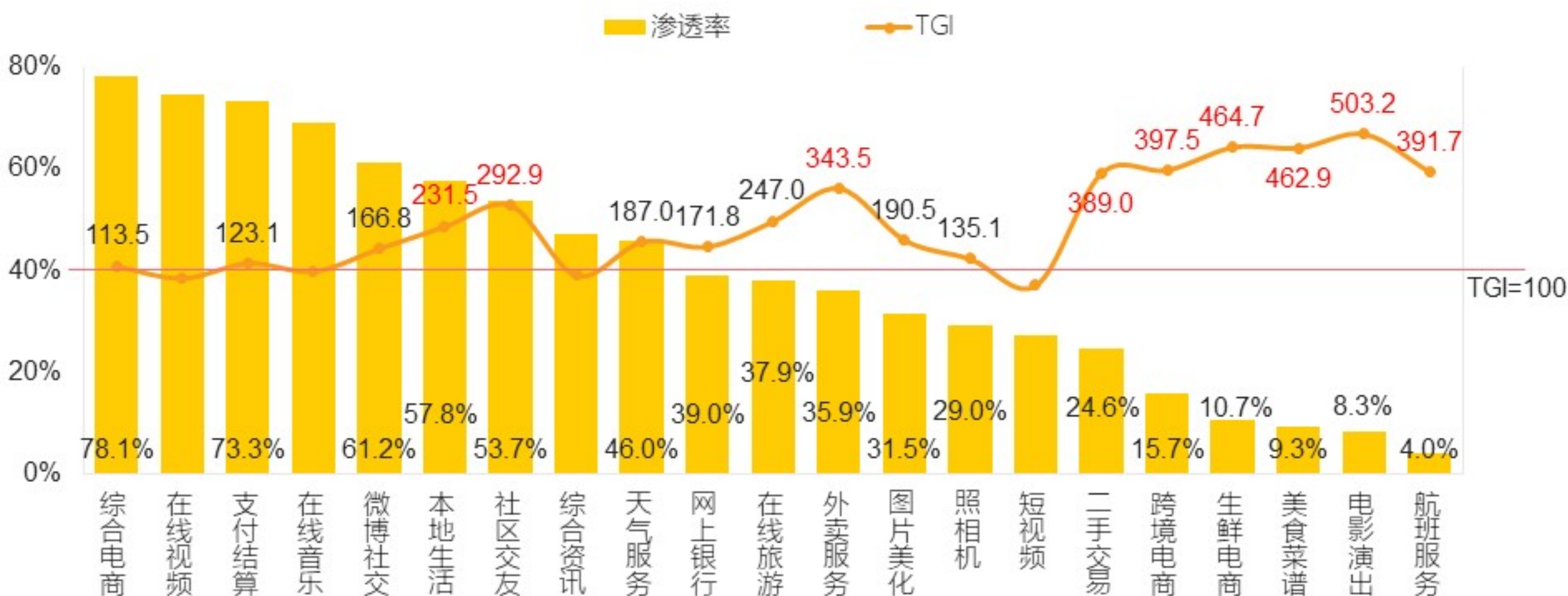
注：1、时尚女性定义：QuestMobile 数据库中，含有女性、时尚标签的人群；2、萌娃爹妈定义：QuestMobile 数据库中，含有已婚、25-40岁之间，有孩子并且关注母婴的人群；3、“狗奴”、“猫奴”、“铲屎官”整体：分别对典型养狗类、养猫类、宠物类公众号去重获得的人群；4、已婚男士：QuestMobile 数据库中，含有男性、已婚标签的人群

03

“铲屎官”们的日常娱乐消费行为

“铲屎官”们线上出没在哪：吃外卖、淘二手、与网友交流养宠心得是他们的日常

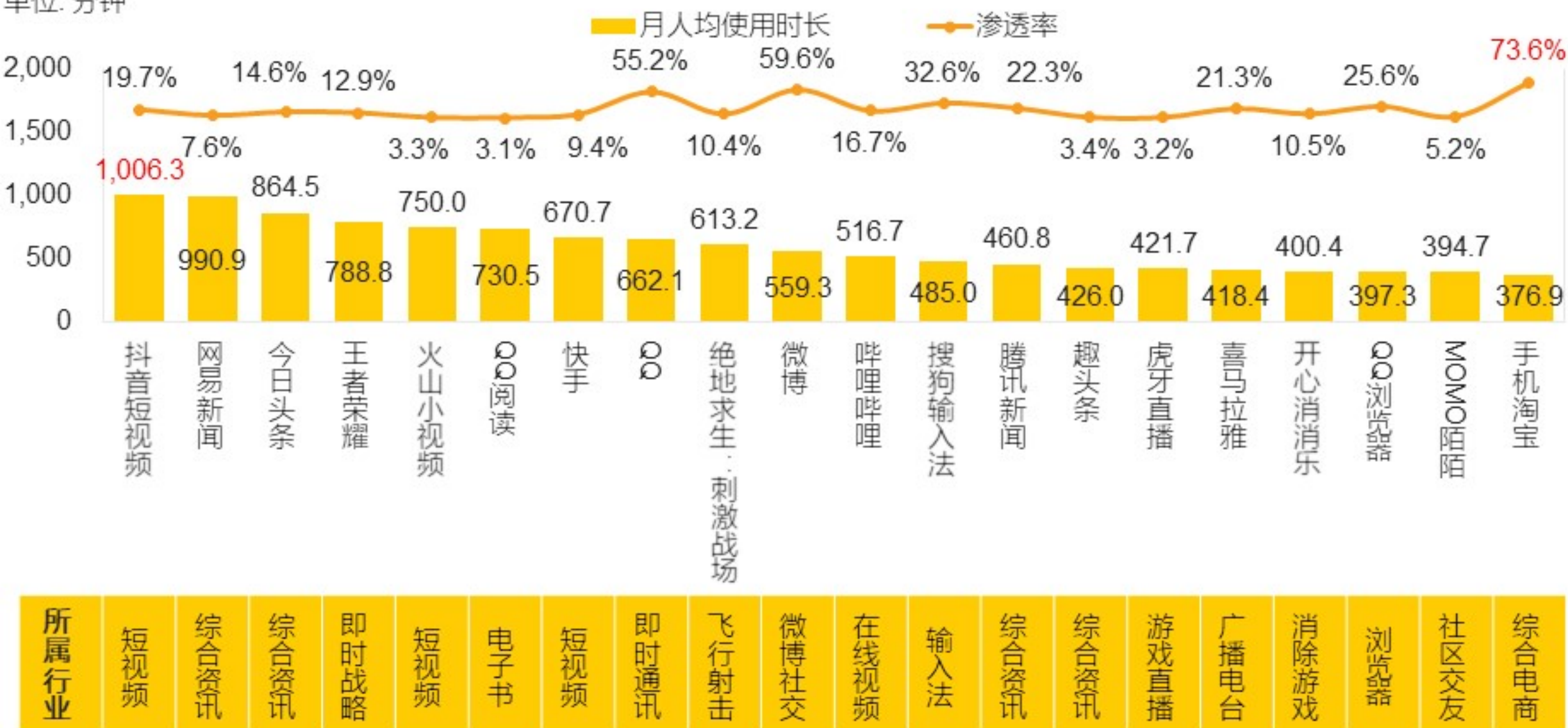
2018年10月 宠物主行为偏好渗透率及TGI



“铲屎官”们在线上干什么：受抖音“毒害”颇深，爱在抖音等短视频平台观看萌宠内容，最爱在淘宝“剁手”

2018年10月 宠物主在移动全网中APP的月人均使用时长及渗透率

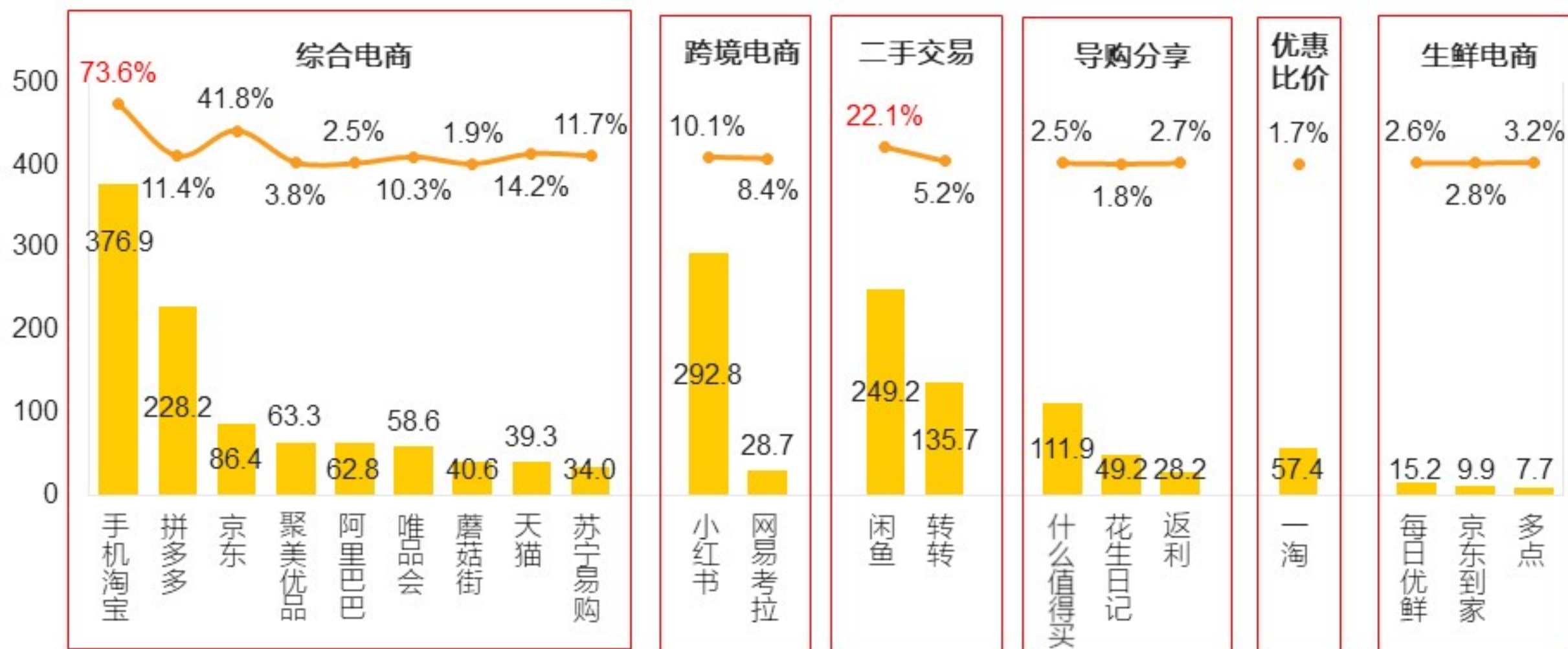
单位: 分钟



“铲屎官”们去哪买东西：除了头部电商，他们也会逛二手精挑细选宠物用品

单位: 分钟 2018年10月 宠物主在移动购物行业中APP的月人均使用时长及渗透率

■ 月人均使用时长 — 渗透率



THANKS

还原市场真相 助力企业增长