

“互联网+”下的 宠物寄养新思路

文 / 王丹雪

“为了宠物，都不敢出去旅行。因为找不到合适的寄养地方啊，宠物店只会把它关在笼子里，拜托亲戚朋友又怕他们没有经验，而且也并不是总是有时间。”宠物和工作、休闲不可兼得，这是大多数爱宠人士之痛；家有“宝贝”，无法安心出门，久了便像被禁锢在了一个城市中。在互联网+的大环境下，宠物寄养领域也有了突破式的发展。

宠物传统寄养之痛

随着养宠人士的增加，寄养需求和行为的激增，关于宠物寄养问题的新闻越来越多地出现在大众的视野中。在频繁出现的宠物病症或死亡等问题发生时，不仅在责任归属问题上众说纷纭，在赔偿问题上更难达成一致。

深究发生这些问题的根本原因可以发现，传统寄养“两宗罪”成为阻碍行业发展的重要因素：

其一，寄养宠物的生活质量难保证。以往节假日或临时出差时，宠物不仅要和主人分开，还要被临时寄托给缺乏养宠经验的熟人或者关在宠物店小笼子里，前者由于经验缺乏，无法及时应对宠物的突发情况；后者则由于逐利性导致宠物平均活动空间极其有限，从而无法获得细致入微的照顾。寄养变成了一种让宠物“寄人篱下”的“折磨”。

其二，寄养纠纷难理清。很多宠物主人通过传统渠道寄养宠物，寄养合同大多是店家自己设计的，因为缺乏相应的法律保障，也没有符合法律要求的格式合同，导致寄养期间一旦出现宠物得病、受伤、丢失以及伤人等引发的纠纷，推责现象就会发生，即使请求消费者保护协会等相关机构，也难以对此进行令双方都信服的调停。

面对宠物寄养供不应求、服务差强人意的市场情况，运用互



联网的思维为宠物寄养开拓思路成为宠物行业新的掘金点，平台性质的“撮合经济”有望成为行业发展的首选。

厦门尾巴信息科技有限公司开发了一款宠物家庭寄养手机软件——“小狗在家”，在严格的寄养资质审核制度下，“小狗在家”平台上的寄养家庭好评率都比较高。

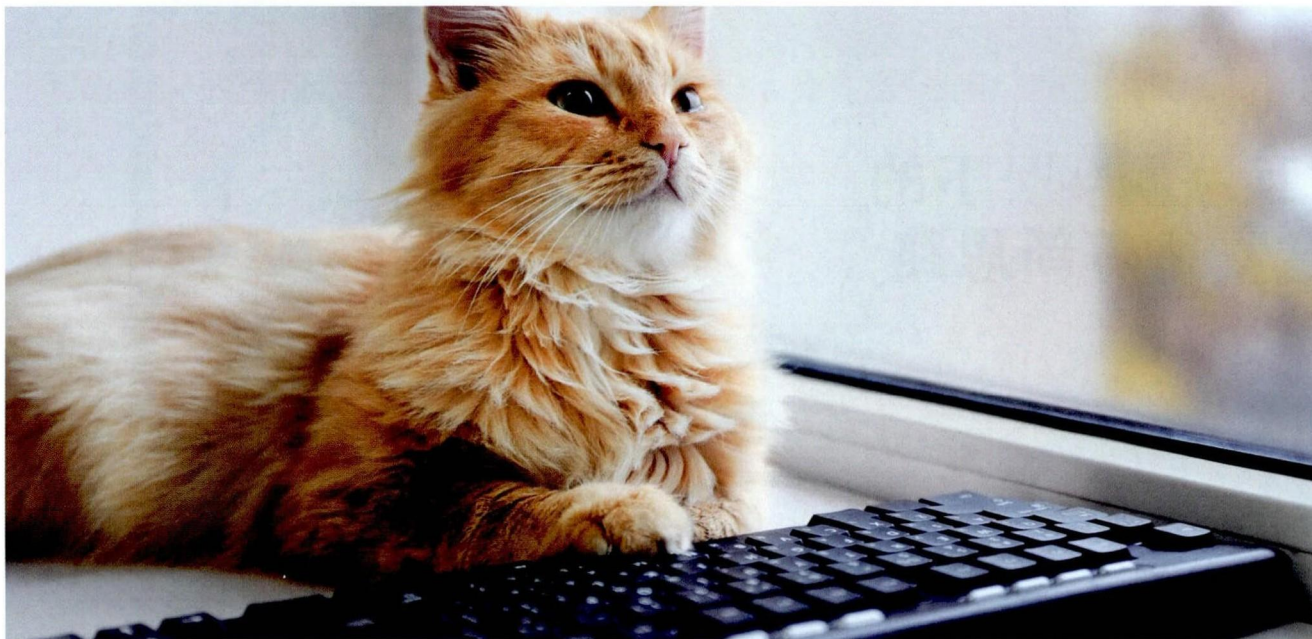
“宠物版” Airbnb应运而生

“小狗在家”APP，这个类Airbnb模式的O2O宠物家庭寄养平台，搭建了寄养家庭和宠物主人之间的平台，当宠物主人有事需要外出时，可在APP上为爱宠寻找到合适的寄养家庭。

相对于传统渠道，互联网平台的寄养有严格规范的流程及完善的监督管理体系，使得宠物寄养不仅方便，而且安心。该应用依托移动互联网，以家庭寄养为切入点，为宠物主人提供寄养、接送、洗澡等服务。当然，为宠物提供更好的寄养体验，提高服务质量是关键。

提高寄养家庭的准入门槛，严格管控看护人的专业性就变得尤为重要。注册的寄养家庭会经过严格审核、实名认证后，再以电话和视频作为主要手段对其养宠经验、抗风险能力进行判定。每一个寄养家庭都必须通过实名视频认证，并具备半年以上的养宠经验，才能够上架接单。由于平台上90%都是业余看护者，即使通过严格筛选，在宠物医疗和意外情况发生时，仍不具备及时处理的专业性。因此平台每个月都会邀请专业的宠物医生为新晋寄养家庭进行培训。

一旦有宠物主人下单，客服将会全程跟踪整个交易流程，在



寄养家庭、宠物主人中间充当第三方沟通、协调、紧急情况处理的角色。客服会提前向双方交代可能出现各种状况，尽量把出现矛盾的几率降到最低。宠物行为相对不可控，更容易发生意外情况，所以做宠物的 Airbnb 不像把房子借给别人住那样简单。当意外发生时，“小狗在家”会先与寄养家庭沟通找出事发原因，再向宠物主人提供医疗建议和赔偿方案。

此外，寄养过程中，宠物主人每天都会收到由看护人拍摄的宠物视频和照片，追踪寄养动态。“小狗在家”还与100多家A级宠物医院建立密切合作，提供24小时紧急服务、客服跟踪，全程保驾护航，确保宠物在寄养过程中的健康和安全。交易结束后，客服还会进行电话回访，询问双方是否满意。除了在线客服支持和服务回访，“小狗在家”提供的服务还有上门急救、意外伤害保险等服务。

以寄养为切口的线上宠物王国

除了“小狗在家”，“人人养宠”和“宠托邦”也在尝试类似的业务——将两端的需求匹配起来，用共享经济的思路解决宠物的寄养问题。

无论什么领域，撮合经济玩法的初创公司往往会遇到启动难的问题。他们的通病是没有用户基数，因此在同质化竞争中比拼

的更多的是执行力。“小狗在家”将宠物经济发达的一线城市作为目标市场，在供给端用户的获取上，对于寄养家庭主要采取线上招募的方式，至今已有5000多个有爱心的寄养家庭活跃在平台上；而个人用户的获取方法有机构介绍及通过58同城、赶集网公开信息进行搜寻等。目前“小狗在家”的寄养业务已拓展到全国200多个城市，已经有1万多只宠物享受到了家庭寄养服务，新增寄养家庭80%来自原有用户推荐。

在新的APP版本中，界面、使用功能上有了新的改进，更符合爱宠人士的审美。然而，在宠物寄养O2O的发展过程中，优化使用界面、提高使用便捷度等改变只是冰山一角，更多的努力应该放在行业品类的深耕上。在未来的线上宠物王国中，寄养服务只是一个切入口，运用互联网思维打通宠物产业链条，构建涉及宠物食品、用品及各种服务领域的线上宠物王国，是新的趋势。

在互联网+大环境下，转换传统产业思维模式，带动传统业态的转型升级将是新的趋势。O2O未来可能会出现“一拖多”模式，即一个核心行业加上多个细分行业。这种“一拖多”模式在宠物行业，则以几家公司“抱团”发展的形式呈现出来。

整个宠物行业都在等待互联网+宠物的“爆发期”，虽然这还需要一定的过程。但假以时日，一个互联网+宠物的庞大新业态将逐渐形成，迎来特殊领域细分行业新的春天。 