



宠物NFC定位项 圈商业计划书

河南宠管家科技有限公司

2023年1月

目 录

PART 01： 市场调研

PART 02： 宠物安全项圈功能简介

PART 03： 线上服务

PART 04： 线下服务

Market Research 市场调研

- 2020年全国城镇宠物猫狗数量合计约达10084万只，养宠人数达6294万人，较2019年新增174万人。
- 2020年养宠物狗的人数在5000-6000万只之间，养宠物猫的人数达到了5000万只。
- 2019中国宠物市场规模年达到2212亿元，据数据预测，2023年中国宠物市场将到达5928亿元。
- 2021年7月14日，央财经发文称中国人均单只宠物消费6653元，养宠进入智能时代。
- 中国每年有超过4000万只狗狗在四处流浪，这些生命正在以每年1.5倍的数量递增，每年有270万只流浪狗被无情杀害、捕杀。

核心观点



01

宠物行业景气度持续提升，高收入、高学历的年轻群体养宠比例高

- 艾媒数据显示，中国宠物市场规模在2019年达到2212亿元，预计2020年将达2953亿元。2015-2019五年内市场规模翻了2倍，年复合增长率20%。
- 养宠人群年轻化，80后、90后人群占比分别达到了46.3%、20.3%；养宠人群收入较高，月收入在8000元以上占比约三分之一；养宠人群呈现高学历化特征，教育程度在本科、研究生及以上的养宠人群分别占比59.5%和5.7%。

02

互联网宠物市场，资本更看重宠物电商和宠物医疗

- 宠物经济的产业链不断延伸，从各宠物赛道看，融资规模最高的宠物医疗注入15.12亿元，宠物食品领域获得11.66亿元融资，宠物店获得8.19亿元融资，宠物用品获得2.75亿元融资，宠物智能获得1.96亿元融资，宠物电商获得1.45亿元融资以及宠物服务获得1.44亿元融资。

03

氪金式养宠成为新趋势，“云吸宠物”模式更加成熟

- 新冠疫情期间，淘宝宠物直播场次同比增长375%，每天观看人数超100万；2020年3月宠物消费同比增长近1.5倍。总体而言，直播电商令宠物消费从以往看图说话、视频逗趣的形态升级为24小时超长直播、隔屏互动，充分体验“云养宠物”。



Pet Safety Collar

宠物安全项圈



植入NFC芯片及定位模块

NFC芯片记录宠物信息：宠物生日、品种、疫苗记录、健康情况等，碰一碰即可展示。

NFC芯片记录主人联系方式：微信、电话等，碰一碰即可展示。

APP实时展示宠物定位位置，主人与宠物产生一定距离手机自动报警提示。

Favourite Housekeeper APP

宠管家APP

主要功能

NFC 芯片激活

激活绑定NFC芯片，设置宠物信息及主人联系方式

实时查看宠物定位（室内外）

室内精准定位增加APP使用频率

设置与宠物距离，自动报警





Favourite Housekeeper APP

宠管家APP-商城



- 一. 对接宠物用品工厂，贴牌出售宠物用品
- 二. 对接宠物商家，为商家引流，商家可在APP内开店
- 三. 宠物买卖
- 四. 宠物领养
- 五. 宠物医生上门服务
- 六. 宠物相亲配种
- 七. 宠物公益基金捐赠

Favourite Housekeeper APP

宠管家APP-社交

01

链接抖音账号

- 一. 发布寻宠启示
- 二. 发布养宠小知识
- 三. 为项圈引流带货

02

链接交流论坛及社群

- 一. 根据地区或宠物品种进行宠物主交友
- 二. 发布寻宠启示
- 三. 交流养宠经验





Favourite Housekeeper APP

宠管家APP-会员



- 一. 以会员价购买商城内产品
- 二. 分享赚佣金
- 三. 免费宠物医疗体检
- 四. 免费宠物美容清洁
- 五. 免费宠物寄养
- 六. 绝育手术（折扣）
- 七. 宠物用品折扣

Favourite Housekeeper APP

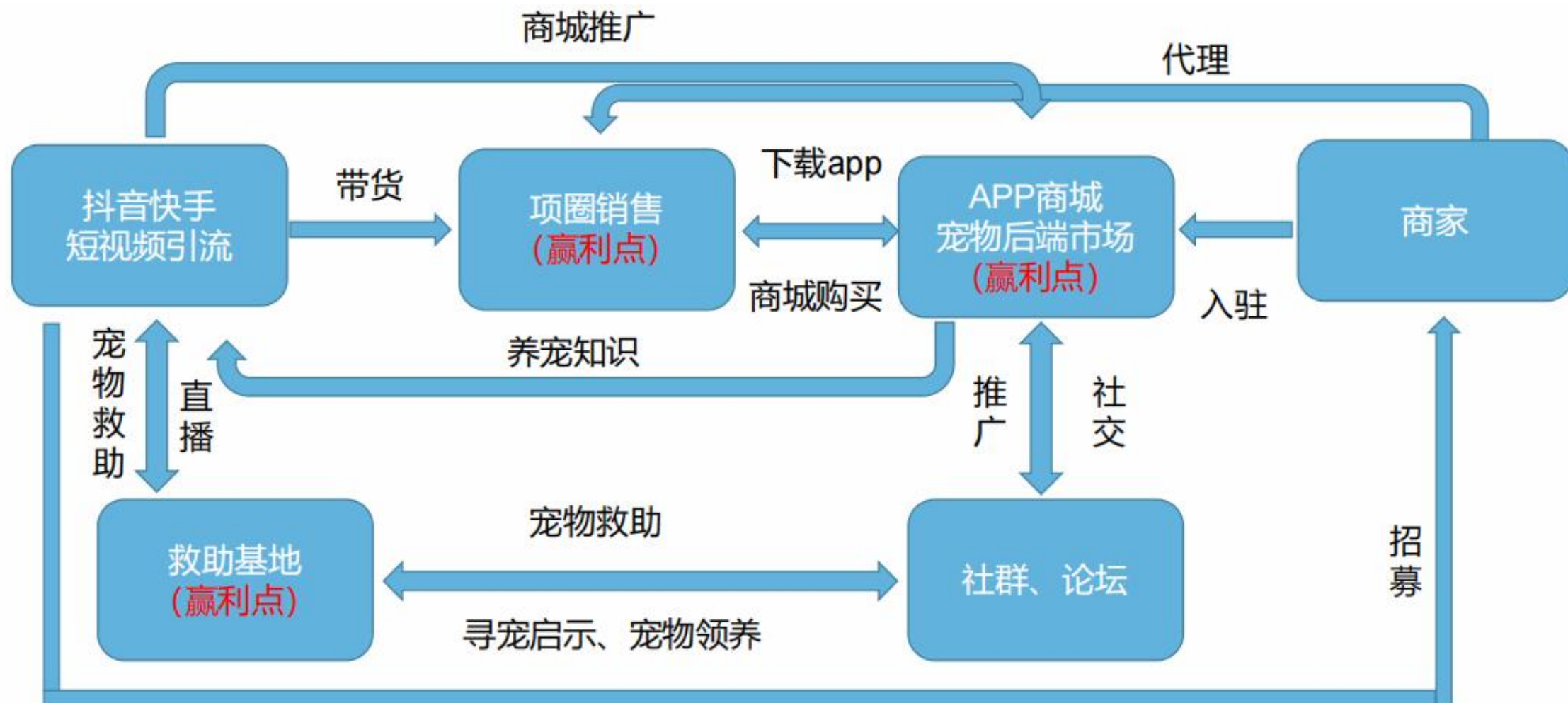
宠管家APP—一键救助

- 一. 建立宠物救助基地，救助流浪猫狗
- 二. 建立宠物救助基金，为宠物募捐救助金
- 三. 直播基地救助场景，为账号引流募捐
- 四. 每天直播宠物救助现场，为账号引流
- 五. 救助现场及宠物后续做短视频，为账号引流
- 六. 与宠物医院合作，为宠物治疗疾病



Favourite Housekeeper APP

宠管家APP-闭环系统



Favourite Use display

宠管家APP-使用展示



Pet NFC positioning item Circle Business Plan

A golden retriever and a grey and white cat are sitting together on a light-colored floor. The dog is on the left, looking down, and the cat is on the right, looking towards the camera. The background is a simple indoor setting with a white wall and a white cabinet on the right.

宠物智能项圈系统是宠物产品智能化趋势下的新兴产物，它基于实体宠物项圈，能够帮助用户实时实时监控宠物的运动轨迹、规范宠物的行动范围，同时还有宠物医疗、美容等周边宠物服务提供，让宠物主获得一站式的智能便利养宠生活。



线上运营：

- 一. 抖音快手短视频账号矩阵
- 二. 小红书平台分享
- 三. 宠物ip 拟人化 项圈故事分享
- 四. 萌宠教学（性格培养）

Pet NFC positioning item Circle Business Plan

线上运营

一、抖音快手短视频账号矩阵（多渠道矩阵推广）

- 1、SEO推广：SEO优化是通过优化关键词，使自己的网站在搜索引擎排名靠前，获取精准流量。因为，大多数用户为了找到自己想要的宠物产品，都会使用关键词搜索，如“猫痧”“猫粮”等，从而快速找到自己想要的产品。
- 2、知乎内容营销：说起内容营销，大家都是比较熟悉的，将宠物用品的相关资讯通过内容的形式展示出来，这样的内容可以经得起时间的沉淀，持续带来流量。
- 3、竞价推广：竞价推广是快速得到排名的有效方法，通过对关键词出价，获得较前的排名。这种对新品牌的宠物用品效果较好，可以快速提升知名度和曝光率。
- 4、短视频推广：目前养宠人群的主力人群是八零后和九零后，这类用户喜欢刷抖音，所以，随着电商型红人崛起，短视频及直播带货都成为了企业推广的主要手段。如将宠物用品融入到消费者日常生活中，构建商业多场景渗透能力，起到消费提示和场景唤醒的作用。

Pet NFC positioning item Circle Business Plan

线上运营

二、小红书平台分享（多渠道矩阵推广）

1、借助小红书平台可以精准结合用户的特性

内容营销一个最大的特点，就是可以按照用户的特性，用用户喜欢的方式去沟通，而不是赤裸裸的商业推广或者狂轰乱炸，通过内容引起他们的共鸣，如在知名的大V六神磊磊的公号里，有很多文章会在结尾处植入广告，这种广告植入不容易被消费者所排斥。

2、持续内容营销可以打感情牌

内容营销不像短视频，需要视觉上的震撼感。内容营销讲究情感、参与感，只有感情发酵到位了，就会促使他们进一步的去转发、传播，同时还会主动分享给周围的朋友，形成了传播链条，产生质的变化。

Pet NFC positioning item Circle Business Plan

线上运营

三、宠物ip 拟人化 项圈故事分享（多渠道矩阵推广）

1、一种是人傻，

○就比如乔巴日记，他家的猫攻击性强，报复心重，每天都拍和猫斗智斗勇的日常

2、一种是宠物傻

○例如可乐不是哈士奇，每天活在被抛弃的边缘。

3、一种是增加故事情节

○你可以看 旺仔不是牛奶，把人类的感情故事套用到两只小猫身上，分分钟上演宠物偶像剧如果以上这些特点你都没有，还有一种方法：第一视角沉浸式分享，增加视频互动性，分享真正养宠物的日常，满足那些云养用户的心理需要，还能引起铲屎官共鸣。

Pet NFC positioning item Circle Business Plan

线上运营

四、萌宠教学（性格培养）（多渠道矩阵推广）

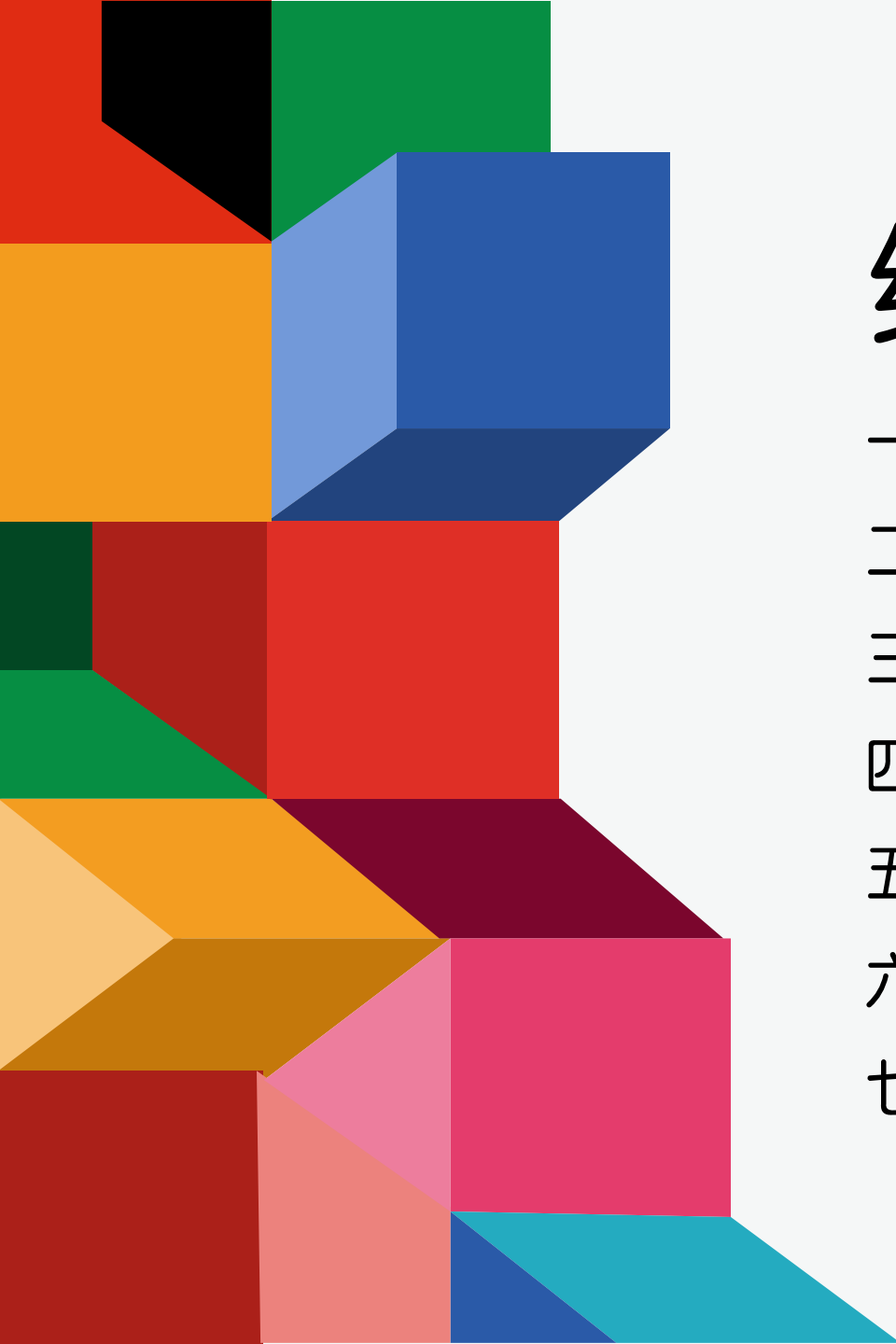
1、做好内容分享

做好宠物产品推广，内容是必不可少的。但是，有些小伙伴们养宠物，不一定了解宠物。所以，可以定期分享有关宠物用品的相关资讯，如养宠物的沟通交流、产品挑选、服务选择、宠物行为训导、知识咨询等问题。通过内容输出，让知友们关注你，信任你，成为行内的专业者，最终进行消费。

2、选择热门话题回答

知乎的热门问题一直都是关注量较多的话题。所以，想要推广宠物产品，可以选择关注量多的话题进行回答，也让知友们进行点赞、分享、转发。

要知道，饲养宠物，也像照料小孩一样，不止停留在“吃饱”阶段，随着用户的消费水平提高，越来越多的人都会注重宠物健康、保健。因此，宠物产品不仅可以划分食品、保健、玩具等几大类。



线下运营：

- 一. 建设品牌、优化产品、提升体验
- 二. 搭建强化会员机制
- 三. 持续强化会员权益提升会员基数
- 四. 拓宽芯片渠道及使用方式提升粘性
- 五. 代理宠物项圈（抽成、分成、代理权）复购转化
- 六. 宠管家商城功能开发
- 七. 品牌发布、线下落地活动

Pet NFC positioning item Circle Business Plan

线下运营

一、建设品牌、优化产品、提升体验

是宠物品牌的突围之路报告显示，虽然国内宠物市场已经突破2000亿，但仍未出现一个百亿品牌，宠物行业的品类特性导致细分赛道繁多，且消费者粘性较低，所以，单一品牌难以突出重围。

其中建设品牌要以消费者为中心，品牌需与消费者进行需求沟通和品牌理念的传递，变流量为“留”量。为了实现这一目标，宠物品牌应转变传统电商以直接变现为目标的带货逻辑，关注以消费者（宠物+宠主）为中心的长效经营。



Pet NFC positioning item Circle Business Plan

线下运营

二、搭建强化会员机制

结合平台的宠物人群分型，可供品牌快速梳理会员的画像及分类。以“养宠风格”为例：宠主因自身生活偏好和对养宠的精细化程度不同，在品类偏好上各异——有满足宠物基本生活需求的“实用”向用户，有注重科学养宠的“健康”向用户，有偏好新趋潮流好物的“精致”向用户，也有品类消费均衡全面的“呵宠者”。其中每一类用户都有可能同时消费宠物食品、用品、医药等多品类商品，对于品牌来说都是会员画像侧写的参照，也是会员招募的定向用户池。



Pet NFC positioning item Circle Business Plan

线下运营

三、持续强化会员权益提升会员基数

对于不同类型的人群需要有不同的沟通话术重点。比如，针对实惠型人群，品牌可提供较小规格的商品，并强调入门级的优惠及兑换权益。

而在实际操作中，先对用户进行分类洞察，包括新老会员，以及潜客、新客、老客，确定符合品牌的核心人群。其次，在权益设计时，品牌需要将核心人群的特点考虑其中，并在不同的会员等级里提供满足其需求的商品和服务。

发展阶段的宠物品牌，其会员运营的重点已经从积累会员基数，转为提升会员粘性与持续复购，品牌需要对会员进行有针对性的触达，从而增强会员对品牌的认知与情感联系，进而产生复购行为。

Pet NFC positioning item Circle Business Plan

线下运营

四、拓宽芯片渠道及使用方式提升粘性

- 1、通过群聊产品，针对宠物的生命阶段、品种、“关键时刻”等提供养宠专业知识，促进会员的活跃；
- 2、在设置游戏类互动小程序时，按照猫犬分类设计，使用户更具代入感，同时还可以将游戏与会员积分打通，使得会员心智更加强化的；
- 3、PGC的短视频内容，定向推送给不同的会员群体，再根据反馈情况总结相关偏好；
- 4、引导会员参与店铺直播，并在直播间内融入养宠专业知识，使直播形态更加丰富，增强会员的直播参与心智；
- 5、在上述情况的基础上，品牌结合宠物档案产品能力，接入私域会员CRM，更为直观地实现用户洞察和定制服务。

Pet NFC positioning item Circle Business Plan

线下运营

五、拓宽芯片渠道及使用方式提升粘性

- 1、宠物的体型与品种在饮食需求、护理需求、互动及消耗需求上有着显著的差异，因此，品牌根据宠主上一次的购买情况可推算出购物需求的产生点，并以此作为提前触达/提醒的节点；
- 2、还可以结合天猫平台所提供的“周期购”产品，通过会员预充值的方式，提前锁定宠物在食品、药品、保健品等方面的需求，也使会员的体验感更为明显。

Pet NFC positioning item Circle Business Plan

线下运营



人群分型应用

以“养宠风格”应用为例

资深呵宠者 全面呵宠者
精致奢宠者 健康关爱者 精品实用者
乐活呵宠者 精致优选者
健康入门者 实惠实用者

- 1 结合宠物人群洞察，明确品牌会员的核心与机会人群
- 2 根据其主要特点来做针对性的权益设计
- 3 对于不同类型的人群需要有不同的沟通话术重点



会员机制三要素



会员等级

等级分层规则
等级名称
会员等级计算



会员积分

积分规则 积分名称
积分计算 积分有效期



会员权益

权益类型
权益体系



会员招募

品牌典型痛点

- ⚠ 欠缺宠物人群趋势洞察能力
- ⚠ 会员转化的形式单一且承接页不足，消费者感知度低
- ⚠ 会员权益相对简单，缺乏差异性

解决方案

- Step 1 明确核心目标人群，人货权全面匹配
- Step 2 不同目标人群的差异化触达渠道
- Step 3 完善会员转化路径，体现会员权益感知性

Pet NFC positioning item Circle Business Plan

线下运营

六. 宠管家商城功能开发

持续完善商城功能开发，如直播带货，抽奖，打卡签到，会员论坛，萌宠交友聊天等系列功能，全面打开交互式体验应用。

七. 品牌发布、线下落地活动

已深度品牌活动为基础，结合营销节点档期，定期制定会员粉丝线下派对，萌宠交友会，等系列品牌活动，进一步促进会员权益及粉丝粘性。

Pet NFC positioning item Circle Business Plan

线下运营

八. 宠物殡葬服务

第一种是普通埋葬服务。即宠物医院接受宠物主人的委托，将宠物送至山上埋葬。

第二种是树葬。就是在普通埋葬的基础上，根据宠物主人的不同需求，在墓地上种上树木，有的还刻碑，主人可以随时到墓地凭吊。

第三种是制作标本。即专业人员将宠物尸体制作成标本，这样主人可以随时看到。

谢谢观看

河南宠管家科技公司