

2024年度
小红书 标记我的生活
宠物行业月报
2024.2月

小红书

Agenda

行业概览

- 小红书宠物行业搜索及高活跃用户画像
- 行业核心词搜索量占比
- 行业品类搜索趋势

细分品类排名

- 行业TOP猫相关词
- 猫细分赛道品类关注度
- 行业TOP狗相关词
- 狗细分赛道品类关注度

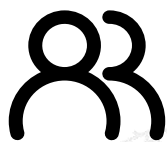
优质笔记分享

- 品类优秀笔记

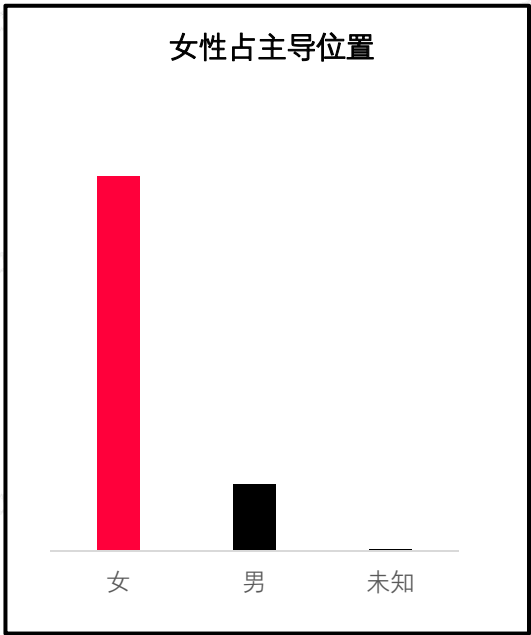
A group of seven dogs of various breeds are sitting on a paved path. From left to right: a white Samoyed, a black and white Bernese Mountain Dog, a small brown dog, a yellow Labrador, a black and white dog, a white dog, and another black and white Bernese Mountain Dog. They are all looking towards the camera. In the background, there are cherry blossom trees in full bloom, a body of water, and a city skyline. A person in a blue jacket is walking away in the distance.

行业概览

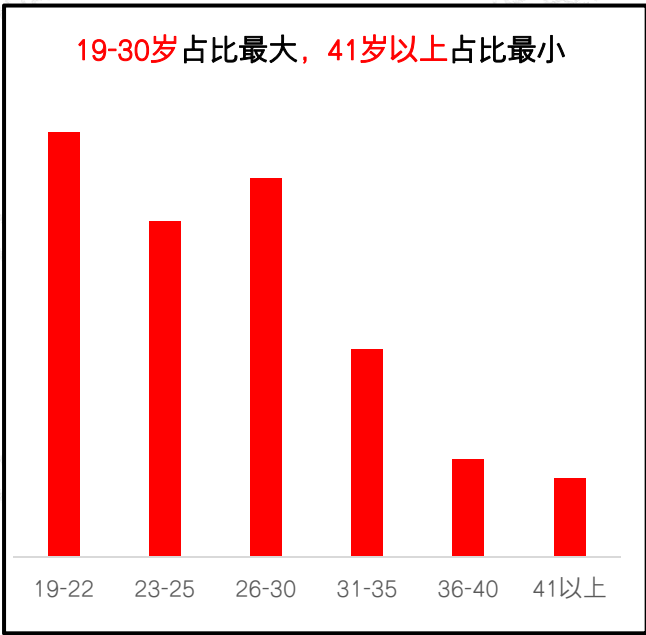
小红书宠物行业搜索及高活跃用户画像



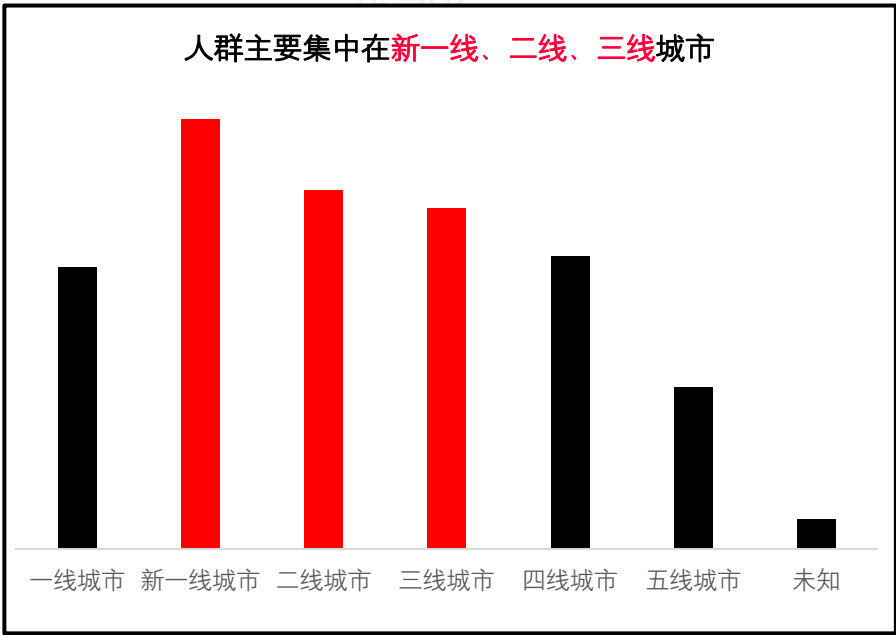
性别



年龄



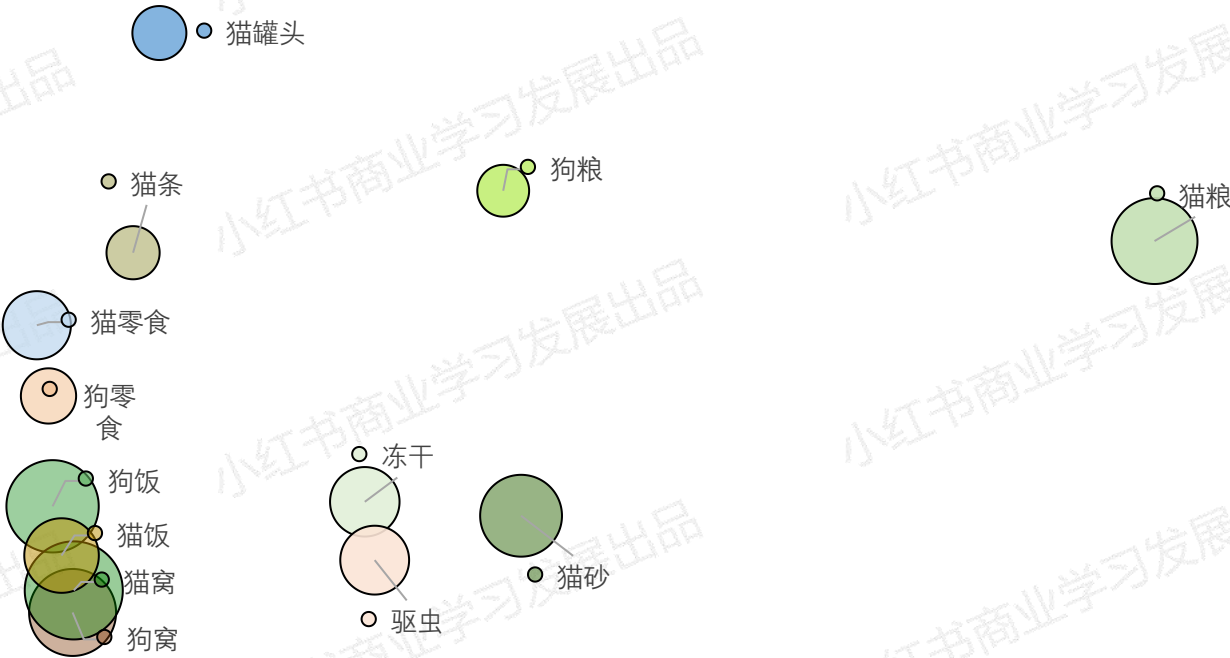
地域



竞争趋势：2024年2月宠物行业竞争概况

本月猫粮赛道竞争最为激烈，其次是猫砂、狗粮、驱虫赛道，冻干赛道紧随其后，猫狗零食处于蓝海

平均点击价格

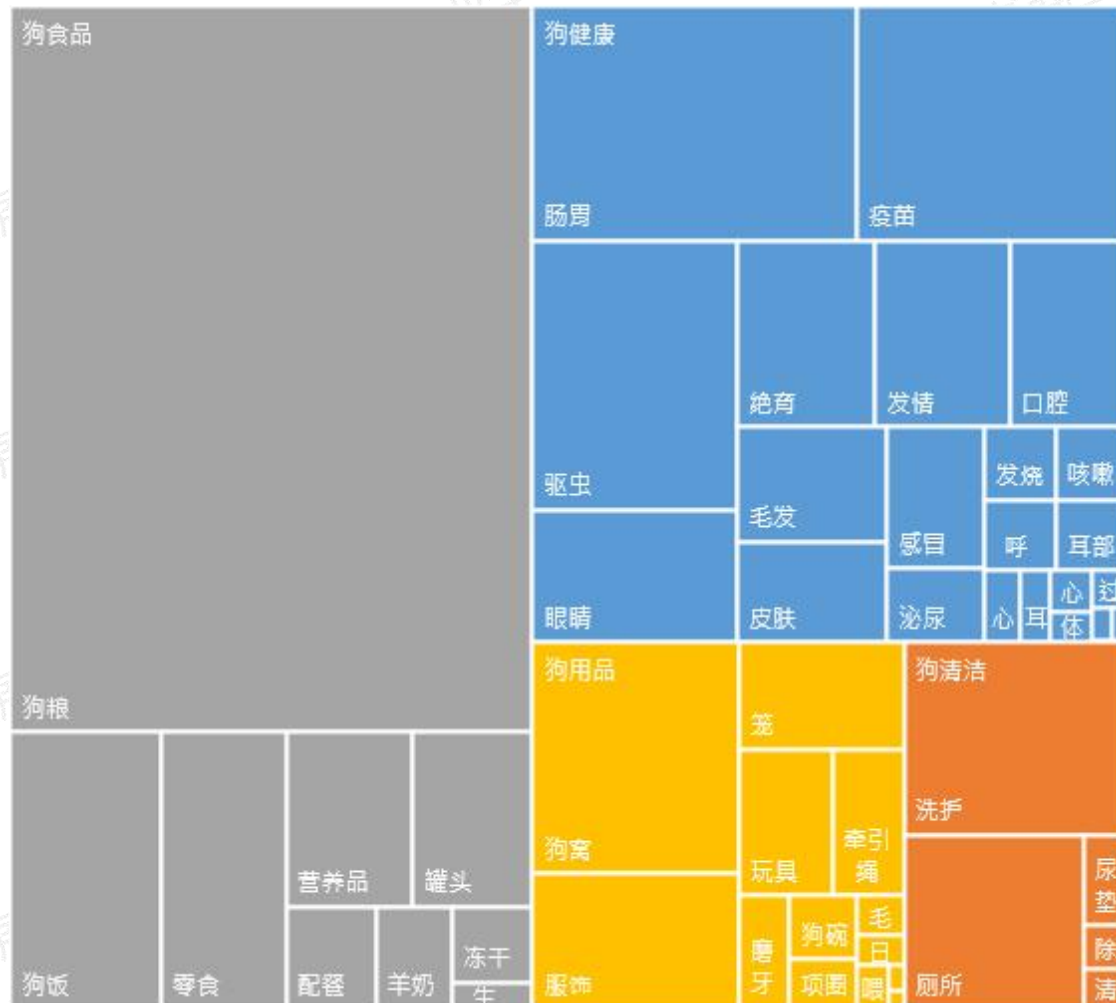


*气泡大小：投放品牌数量

搜索量

This treemap visualizes the market structure of pet supplies in China, categorized by product type. The size of each rectangle represents its market share, and the color indicates the category: Blue for Health and Care, Grey for Food, Orange for Cleaning and Grooming, and Yellow for Accessories. The 'Food' category is the largest, followed by 'Health and Care', 'Cleaning and Grooming', and 'Accessories'.

Category	Sub-category	Market Share (Approximate)	
Food (Grey)	猫食品 (Cat Food)	35%	
	罐头 (Canned Food)	10%	
	营养品 (Nutritional Supplements)	5%	
	猫条 (Cat Treats)	5%	
	冻干 (Freeze-dried)	3%	
	零食 (Snacks)	3%	
	猫粮 (Cat Kibble)	10%	
	猫饭 (Cat Meals)	3%	
	配餐 (Meal Plans)	2%	
	羊 (Goat)	2%	
	Health and Care (Blue)	猫健康 (Cat Health)	15%
		发情 (Heat)	5%
		肠胃 (Gastrointestinal)	5%
		绝育 (Sterilization)	10%
		猫藓 (Cat Ringworm)	5%
眼睛 (Eyes)		5%	
驱虫 (Deworming)		5%	
疫苗 (Vaccines)		5%	
呼吸道 (Respiratory)		5%	
口腔 (Oral)		5%	
应激 (Stress)		5%	
感冒 (Cold/Flu)		5%	
Cleaning and Grooming (Orange)	猫清洁 (Cat Cleaning)	10%	
	猫砂 (Cat Litter)	10%	
	洗护 (Washing and Care)	10%	
	猫砂盆 (Cat Litter Box)	5%	
	清 (Cleaning)	2%	
	厕 (Toilet)	2%	
	除 (Removal)	2%	
	猫用品 (Cat Supplies)	5%	
	猫窝 (Cat Bed)	5%	
	猫爬架 (Cat Climbing Frame)	5%	
Accessories (Yellow)	玩具 (Toys)	5%	
	猫碗 (Cat Bowl)	5%	
	猫包 (Cat Bag)	5%	
	服饰 (Clothing)	5%	
	猫抓 (Cat Scratching)	5%	
	猫 (Cat)	5%	
	毛 (Fur)	5%	
	逗 (Teasing)	5%	
	喂 (Feeding)	5%	
	项 (Collar)	5%	
	磨 (Grinding)	5%	
	饮 (Drinking)	5%	
	牵 (Leash)	5%	
	拉 (Pulling)	5%	

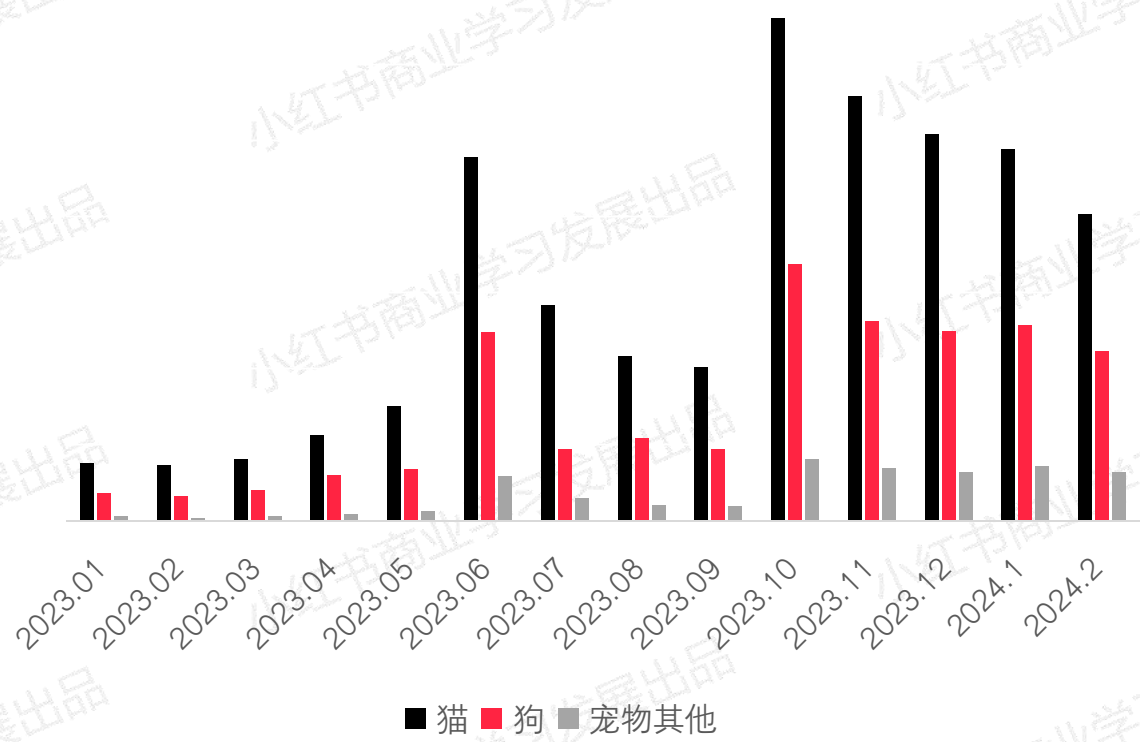


猫狗热度领跑宠物圈，高颜值、可爱是最受欢迎因素

猫1月搜索环比上月搜索下降17%，狗1月搜索环比上月搜索下降13%

宠物品类搜索SOV

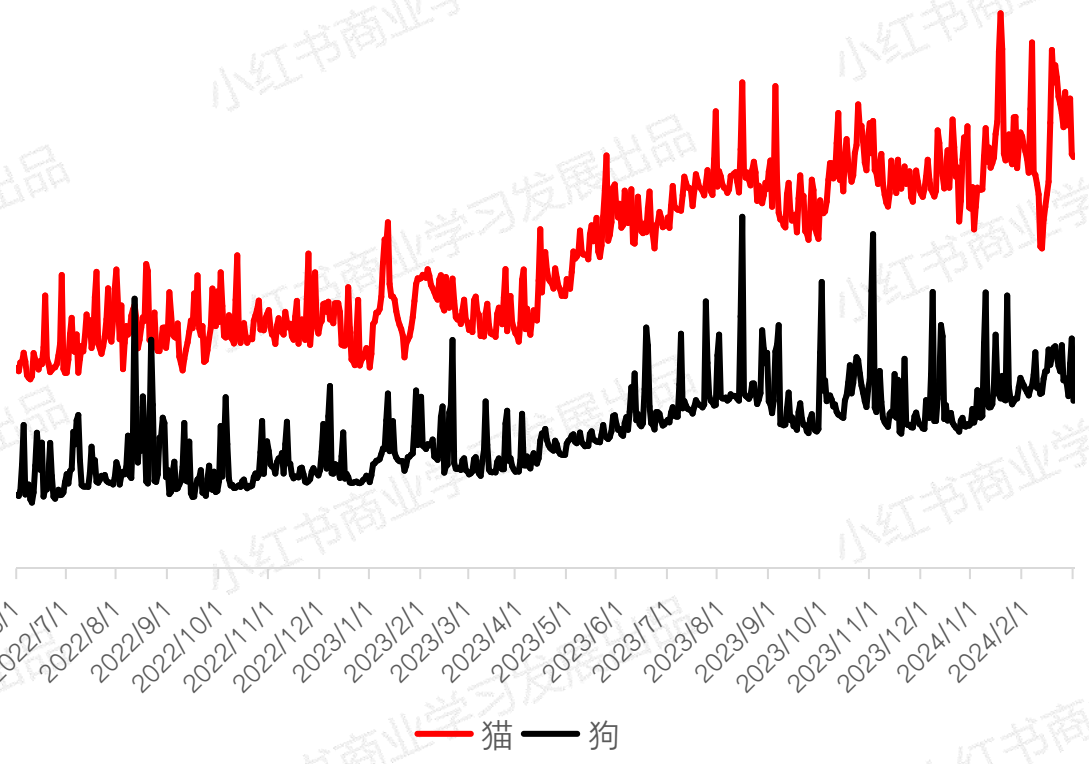
猫与狗的搜索占比超90%，宠物圈顶流位置稳固



数据周期：2022.6-2024.2

「旺财」&「咪咪」搜索趋势对比

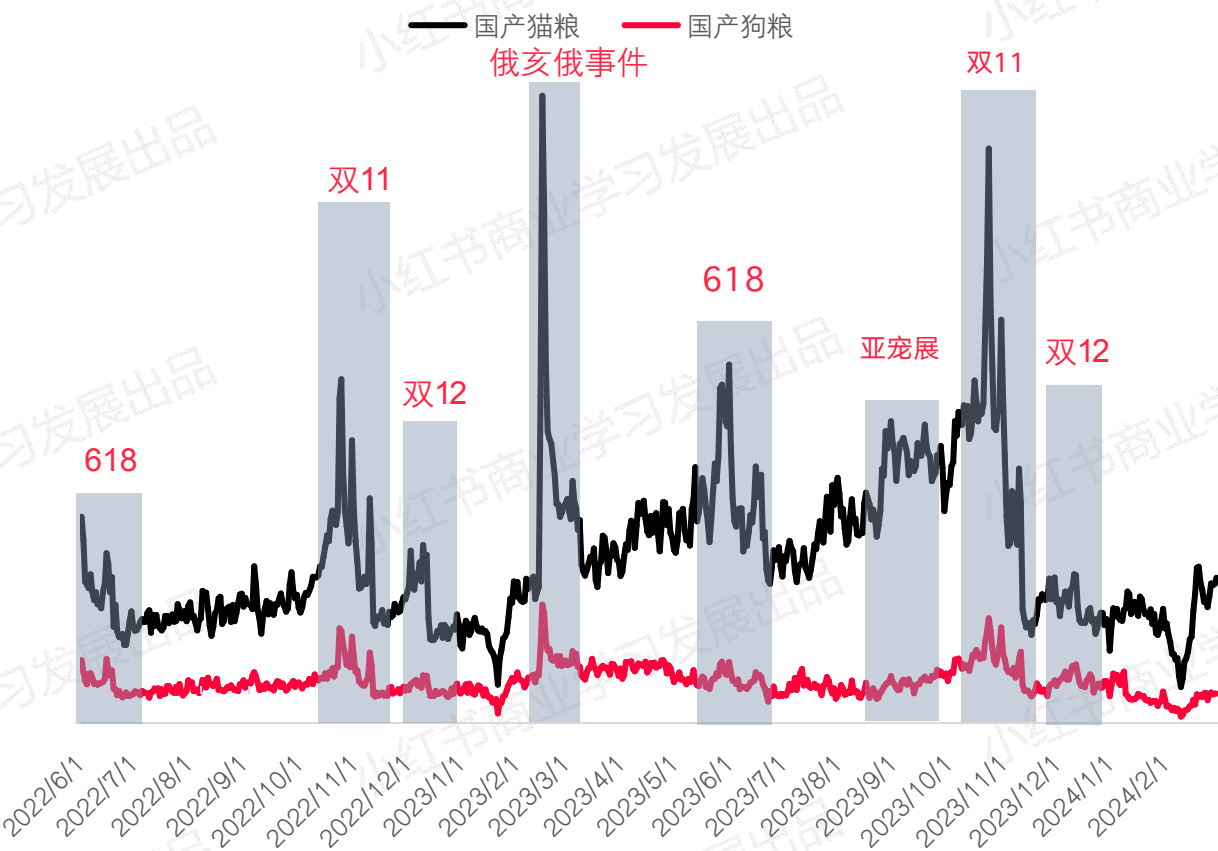
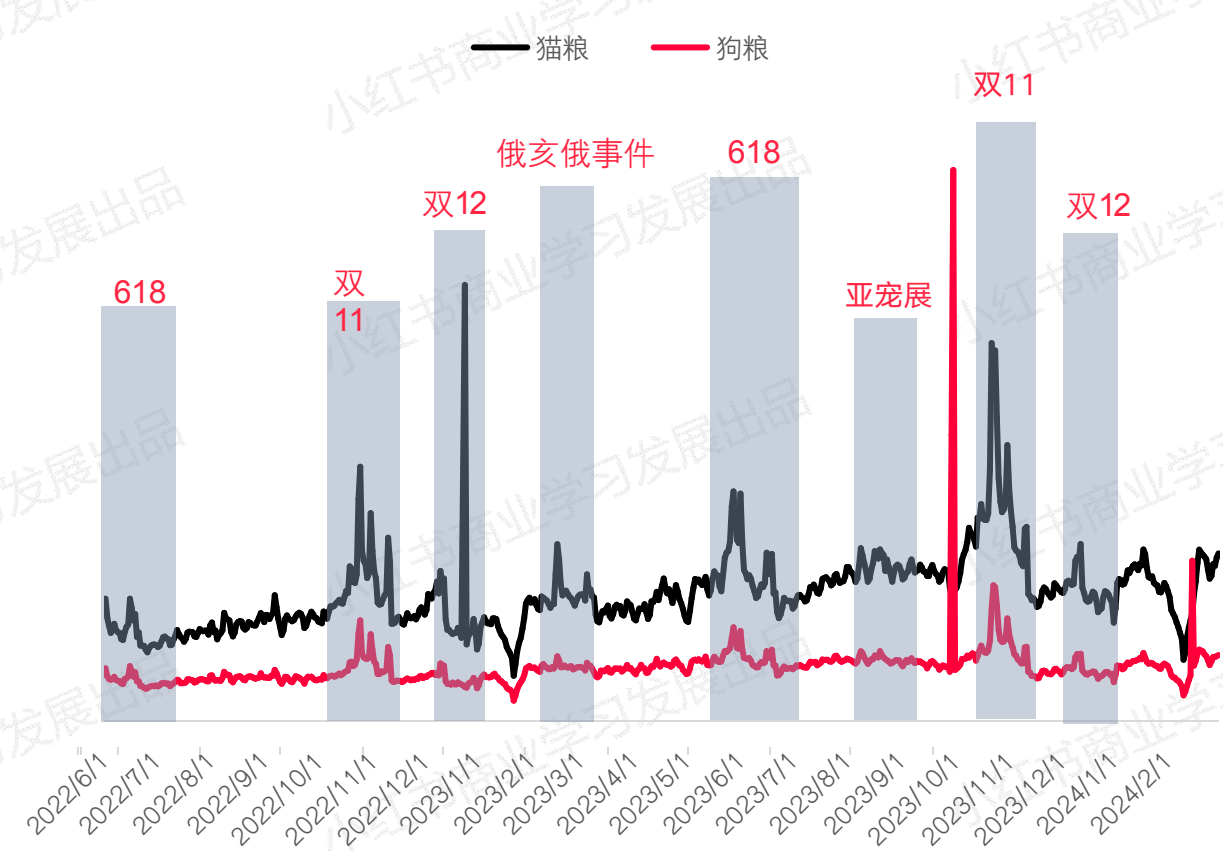
软萌不用遛的猫咪备受欢迎，长居热度Top1



购物狂欢节&安全事件&宠物展刺激屯粮需求； 过年期间口粮需求出现小段低峰，年后恢复正常水位

口粮搜索趋势对比

国产口粮搜索趋势对比



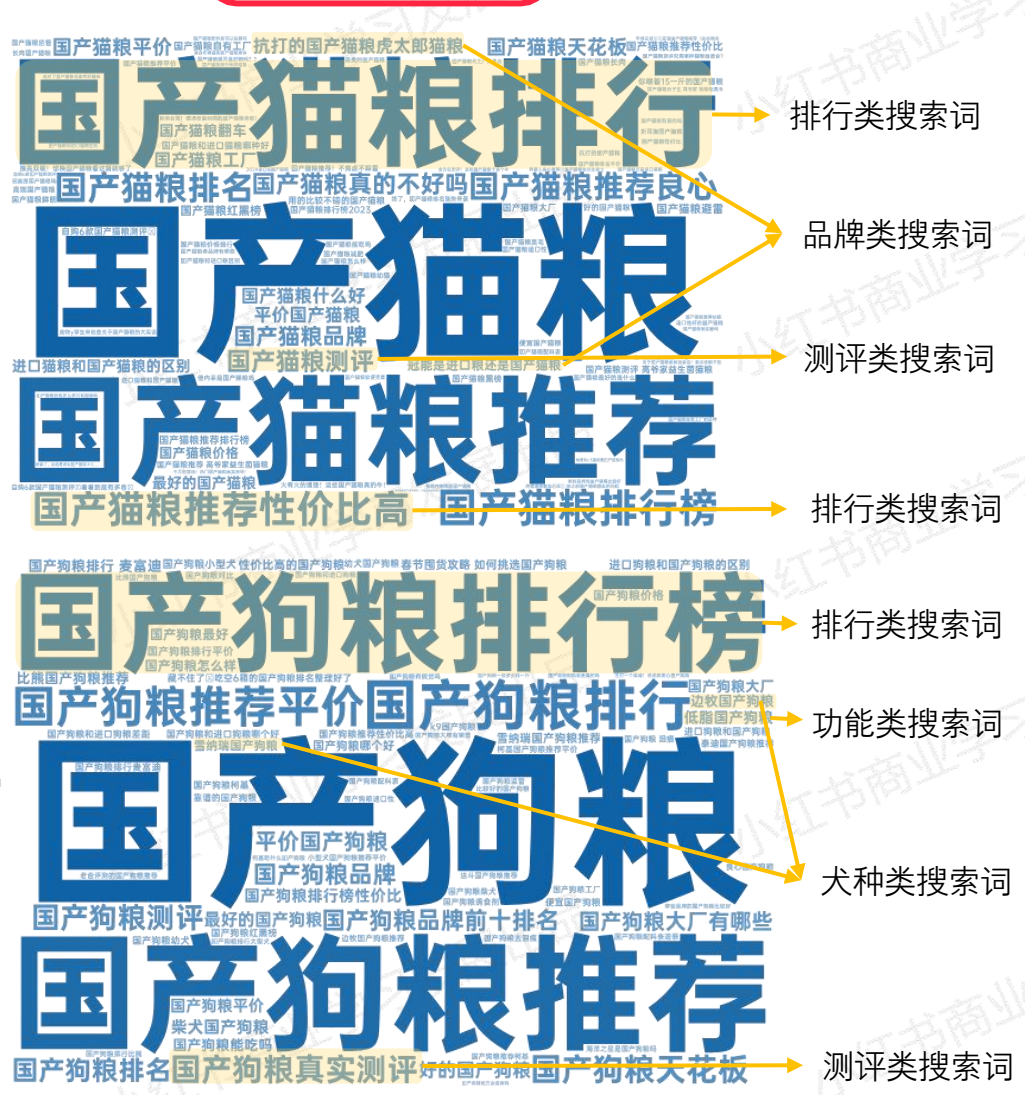
性价比类词具备高普适性，多品牌上榜猫狗粮热搜词Top50

测评、排名、种类受国产猫狗粮赛道消费者关注

口粮热搜词云



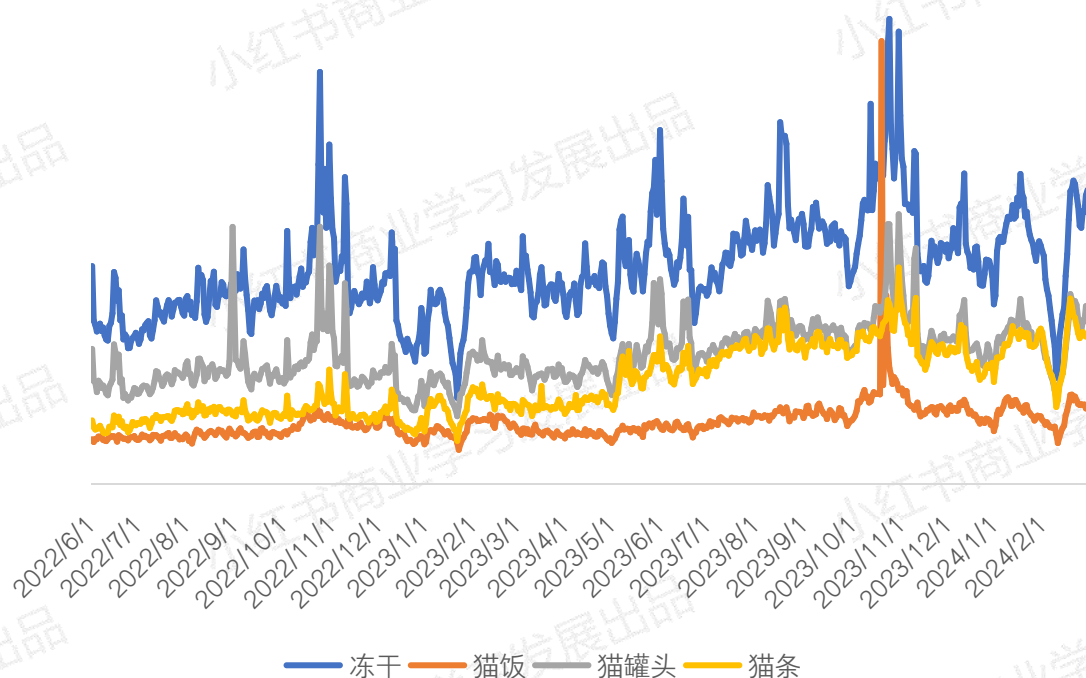
国产口粮热搜词云



猫粮品类趋势分析

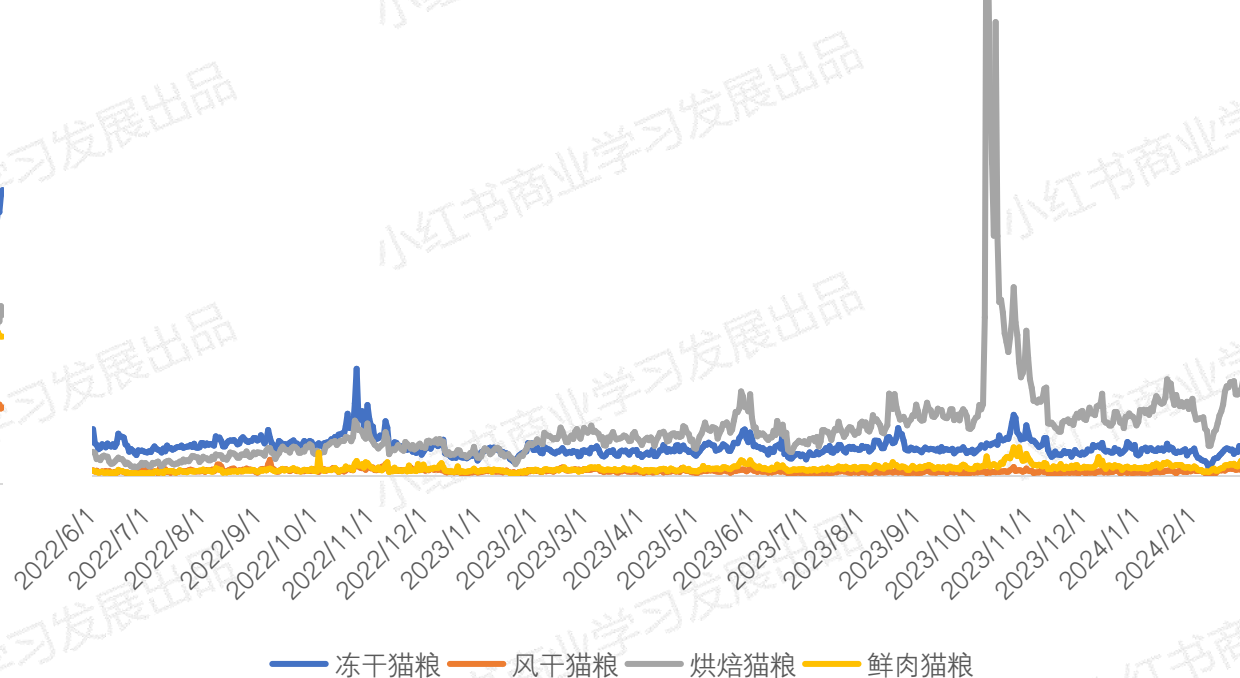
- ❑ 其他猫食物中，冻干2月搜索量仍居第一，各大品类的用户需求度均在年后恢复正常水位
- ❑ 细分猫粮品类中，烘焙猫粮始终高于其他品类猫粮，鲜肉、风干猫粮居3、4位，趋势较为平稳

其他猫食物检索趋势



数据周期：2022.6-2024.2

猫粮种类搜索趋势



版权归属小红书科技有限公司，仅供学习使用，严禁用作商业用途

A group of seven dogs of various breeds are sitting on a paved path in a park. From left to right, there is a white Samoyed, a black and white Bernese Mountain Dog, a small brown dog, a yellow Labrador Retriever, another black and white Bernese Mountain Dog, a white dog, and a black and white dog. In the background, there are cherry blossom trees, a body of water, and a city skyline. A person in a blue jacket is walking away in the distance.

细分品类排名

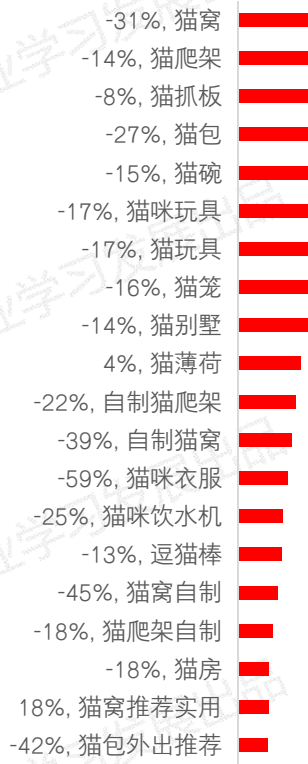
猫相关词TOP搜索热词

- ❑ 猫食物品类中，猫粮/猫罐头/猫条居前三，猫粮仍以绝对优势居Top1，本月大部分在榜热搜词热度较1月有所下降
- ❑ 猫用品中，猫窝2月关注度仍居TOP1，猫爬架与猫窝热度相近；猫健康中养猫人士对猫藓、猫咪应激等关注度有所上身，肠胃问题、绝育热度仍较靠前；猫清洁中用户重视猫砂（盆）及猫咪沐浴相关需求；猫服务中，过年期间上门喂猫等相关词热度高涨，猫咪独自居家问题受用户重视

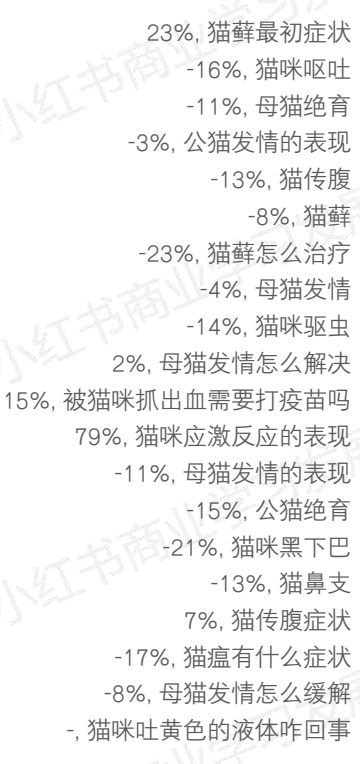
Top猫食物相关词



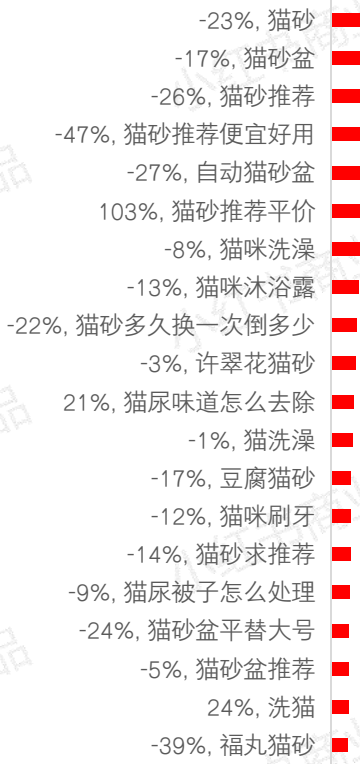
Top猫用品相关词



Top猫健康相关词



Top猫清洁相关词



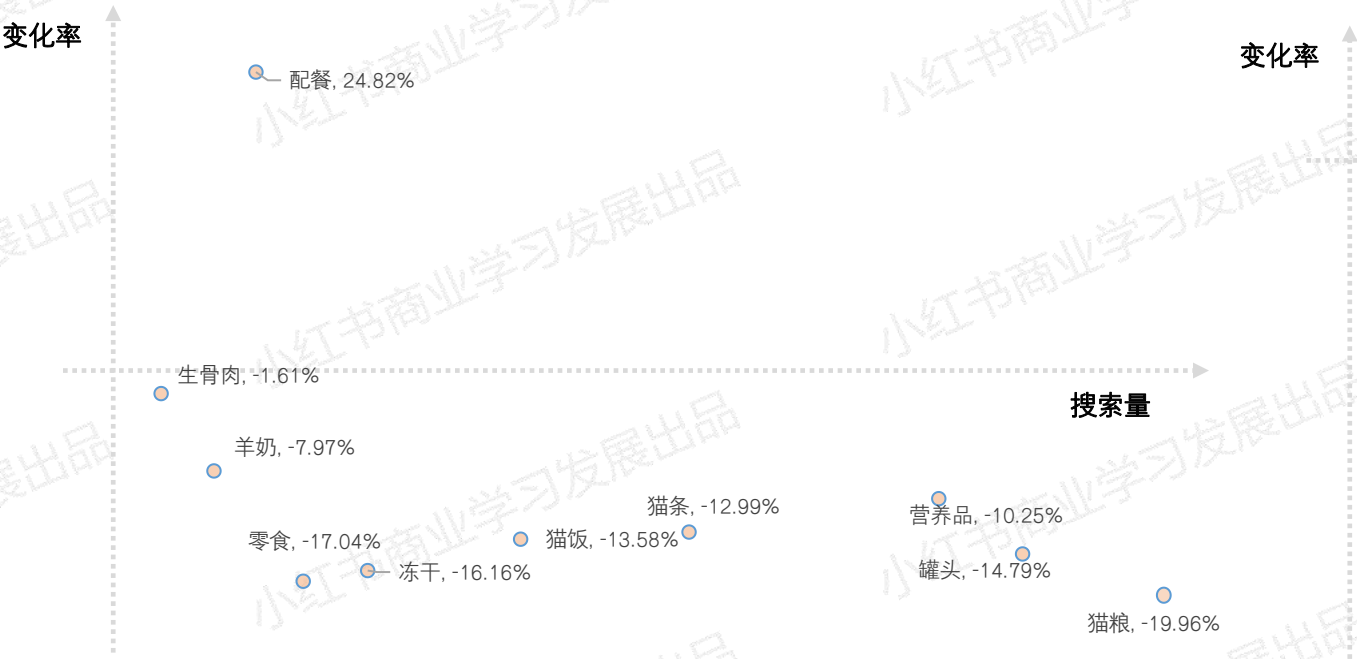
Top猫服务相关词



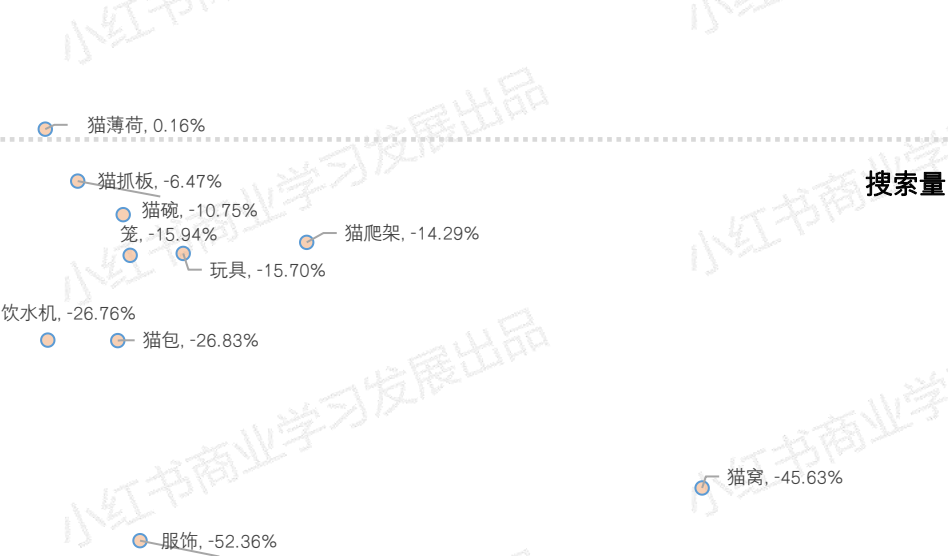
猫品类细分赛道产品关注度

- ❑ 猫食物品类中，猫粮品类搜索量仍高居首位，猫罐头、营养品、猫条、猫饭本月在搜索量上排名靠前
- ❑ 猫用品中猫窝搜索量仍以绝对优势居首位，猫爬架、猫咪玩具、猫咪服饰等日常用品搜索量靠前

猫食物细分赛道产品关注矩阵



猫用品细分赛道产品关注矩阵

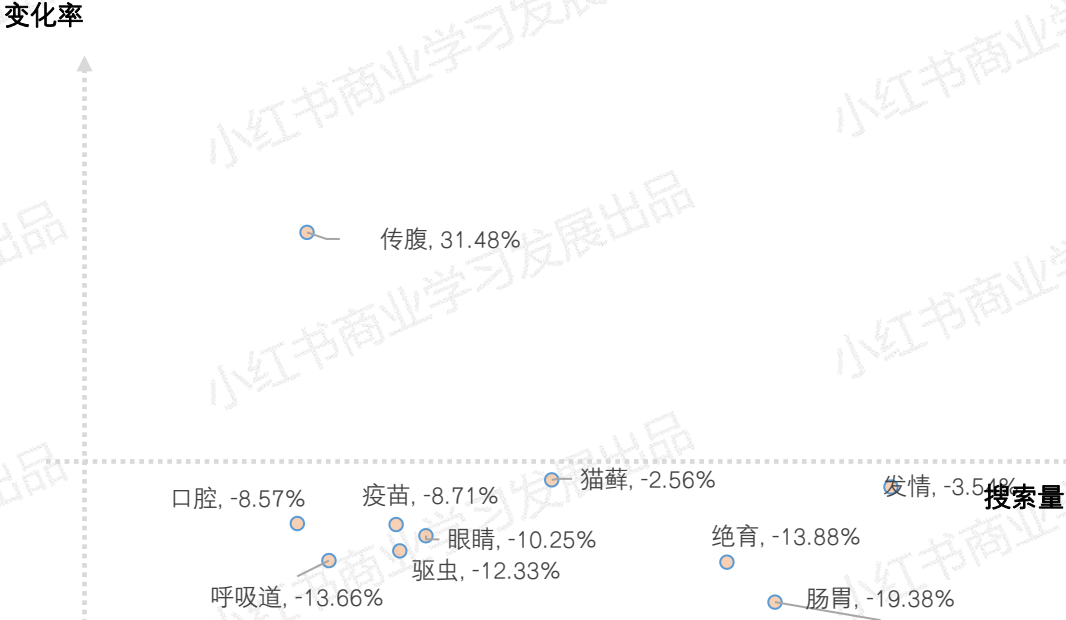


数据周期：2024.2

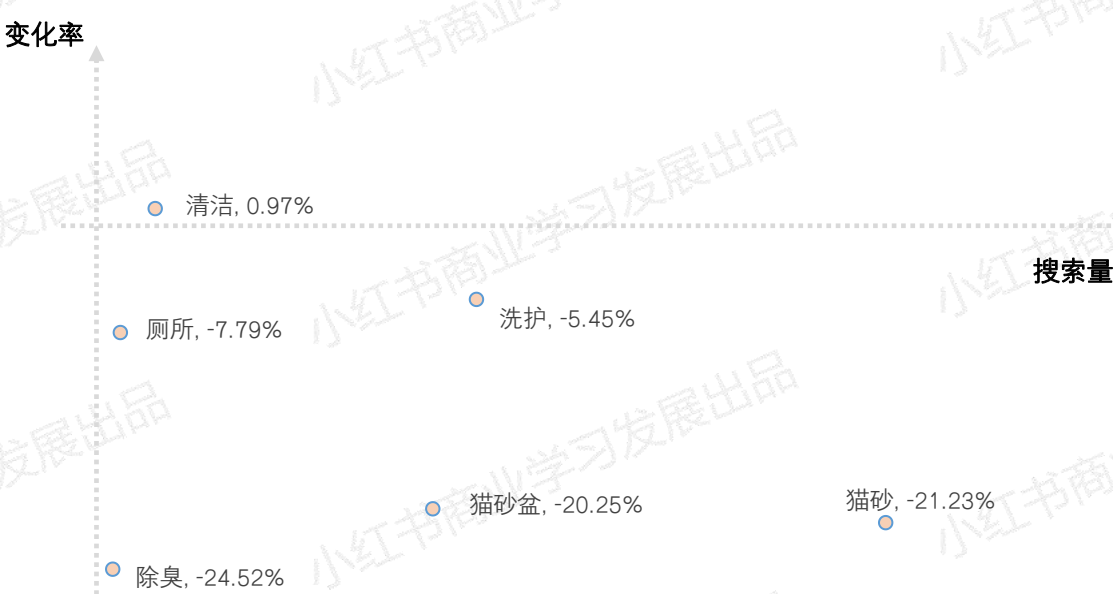
猫品类细分赛道产品关注度

- 猫健康赛道中，本月用户对猫传腹的关注度有所提升，发情、肠胃、绝育、猫藓等猫健康问题占据搜索量排行前排
- 猫清洁领域中，大部分品类赛道搜索量有所上涨，猫砂搜索量仍维持首位；猫咪洗护用品、猫砂盆等本月均受到关注

猫健康细分赛道产品关注矩阵

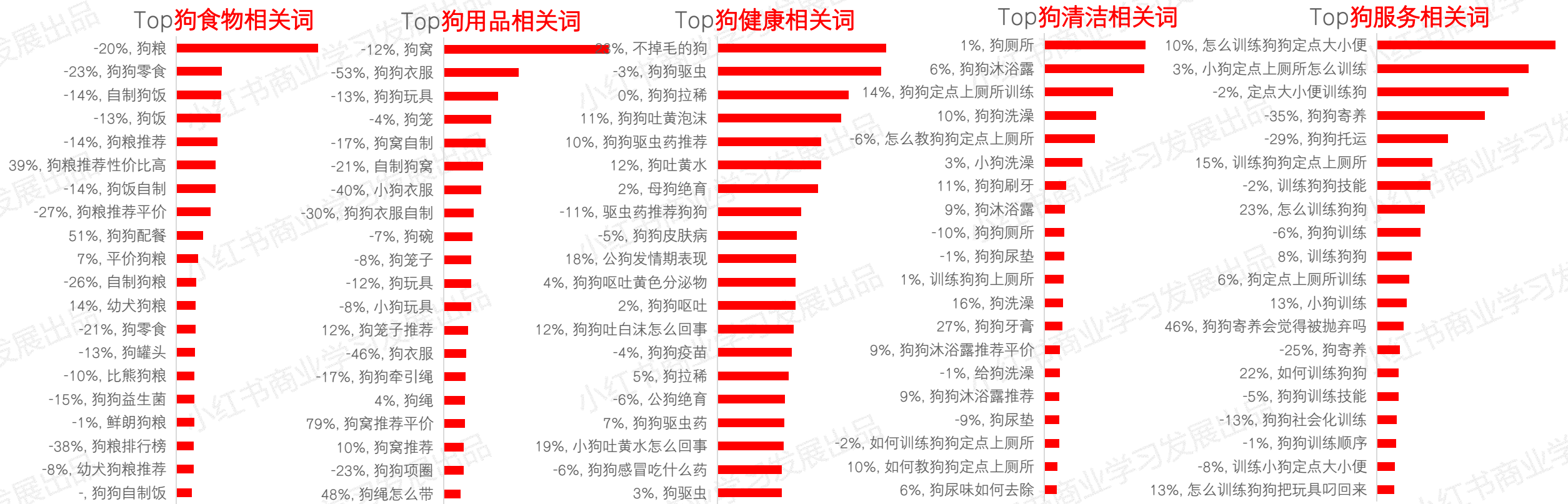


猫清洁细分赛道产品关注矩阵



狗相关词TOP搜索热词

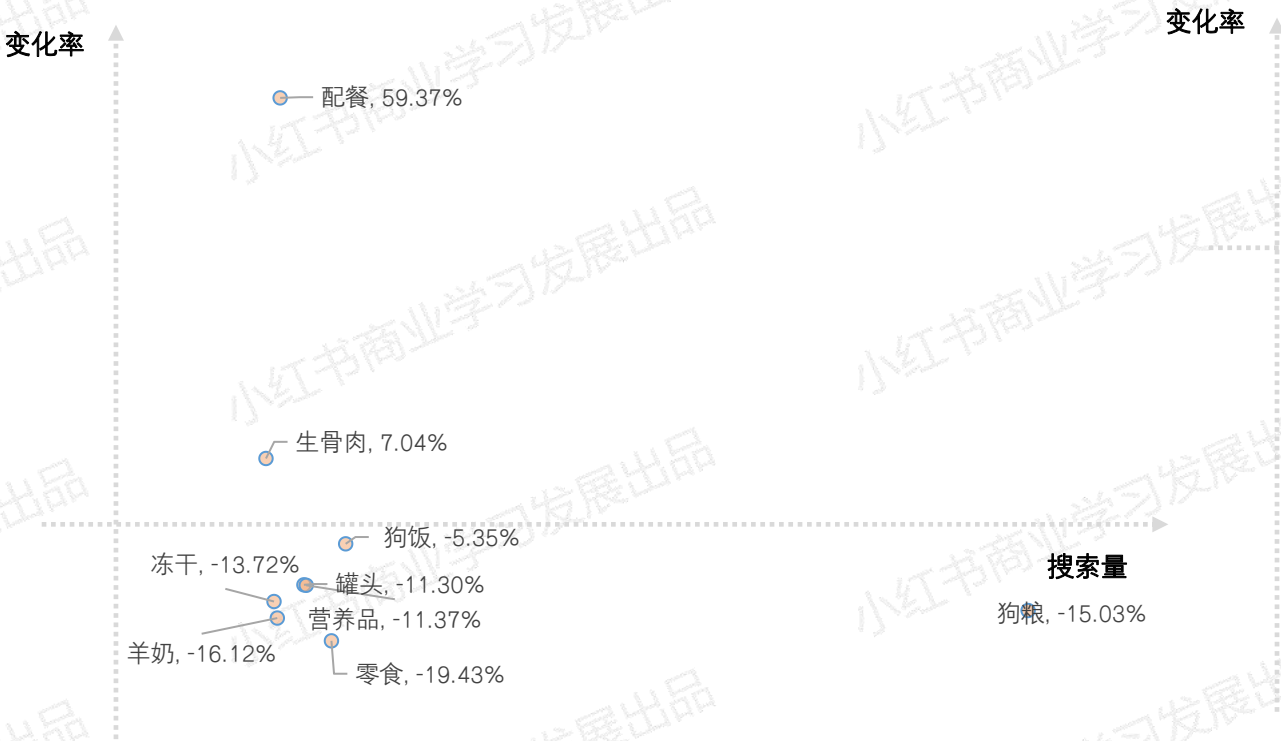
- ❑ 狗食物搜索词中，狗粮热度占据首位，狗狗零食、自制狗饭排名靠前；品类、自制类、犬种类、品牌类搜索词均有上榜，大部分热词搜索量较上月有所下降
- ❑ 狗用品中，狗窝、狗服饰、狗玩具热度占据Top3；狗健康中，驱虫、肠胃、绝育等常见医疗保健需求受到关注
- ❑ 清洁相关词中狗厕所、狗狗沐浴露等基础性养宠需求热度不减；2月用户对狗狗定点如厕的相关问题关注度有所提升



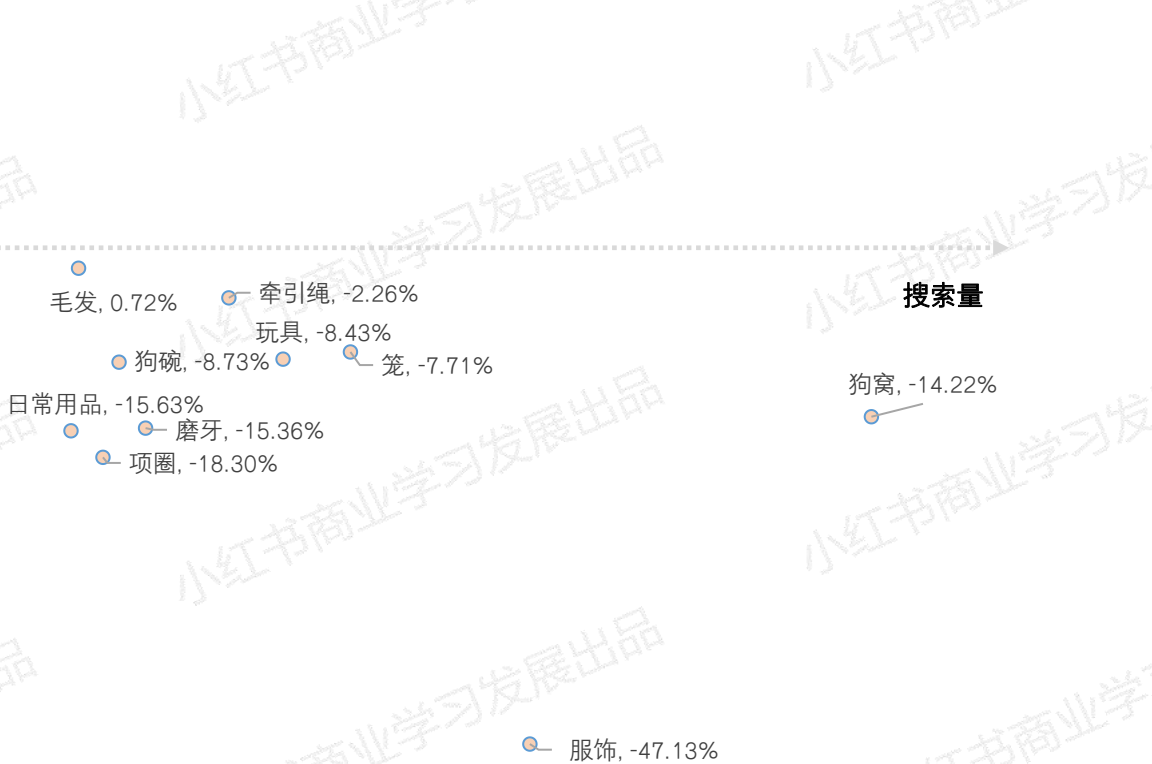
狗品类细分赛道产品关注度

- ❑ 狗食物赛道中，各品类搜索量均有提升，狗粮搜索量稳坐Top1，较上月热度降低15%；狗饭、零食、营养品等本月搜索量靠前，狗狗配餐持续受到关注
- ❑ 狗用品赛道中狗窝搜索量占据首位，狗笼、狗玩具、牵引绳等日常用品的搜索量靠前

狗食物细分赛道产品关注矩阵



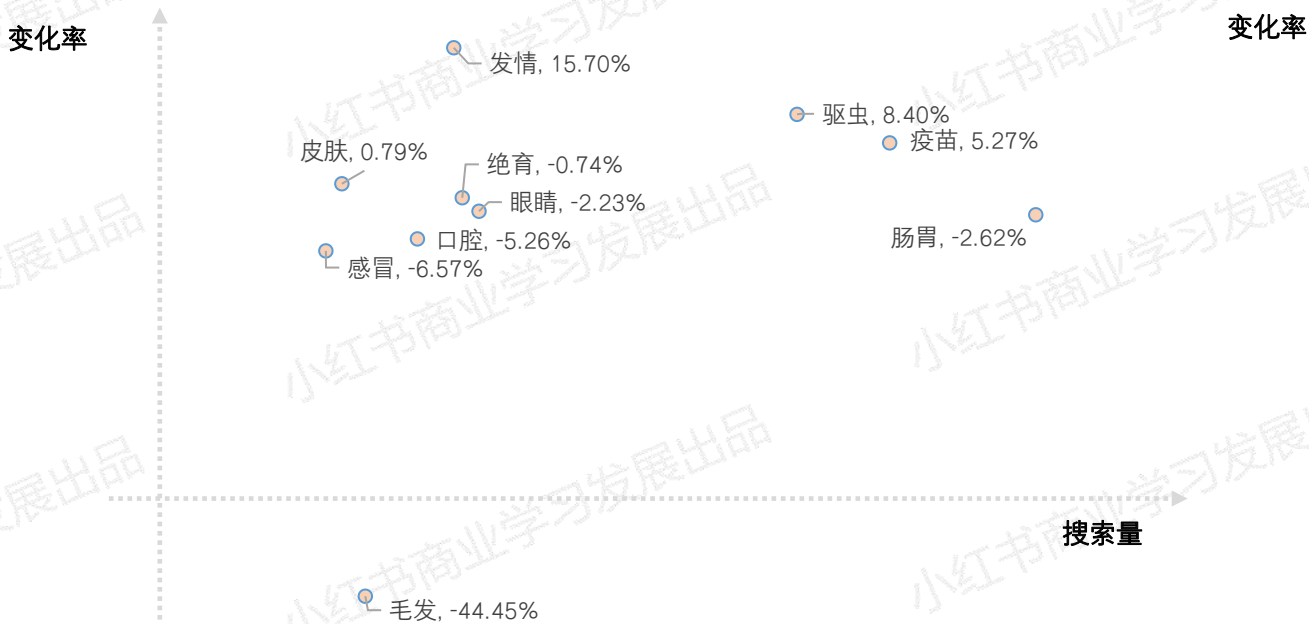
狗用品细分赛道产品关注矩阵



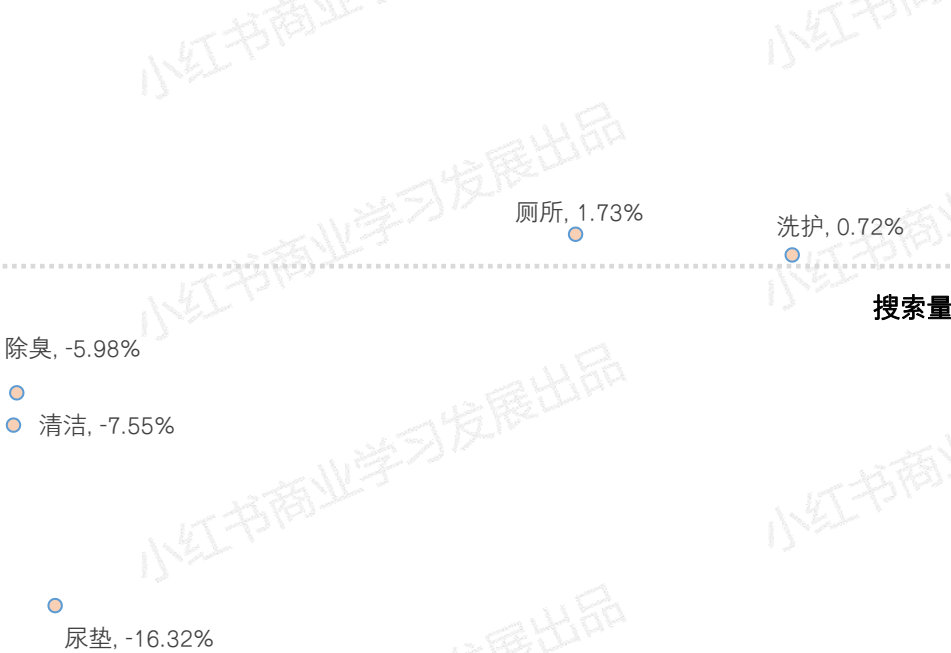
狗品类细分赛道产品关注度

- 狗健康赛道本月肠胃、疫苗搜索量名列前茅；驱虫、眼健康、绝育等常见宠物健康问题关注度较高
- 狗清洁领域洗护搜索量稳坐第一，热度有所提升；搜索量次位厕所也受到宠物主的关注

狗健康细分赛道产品关注矩阵



狗清洁细分赛道产品关注矩阵

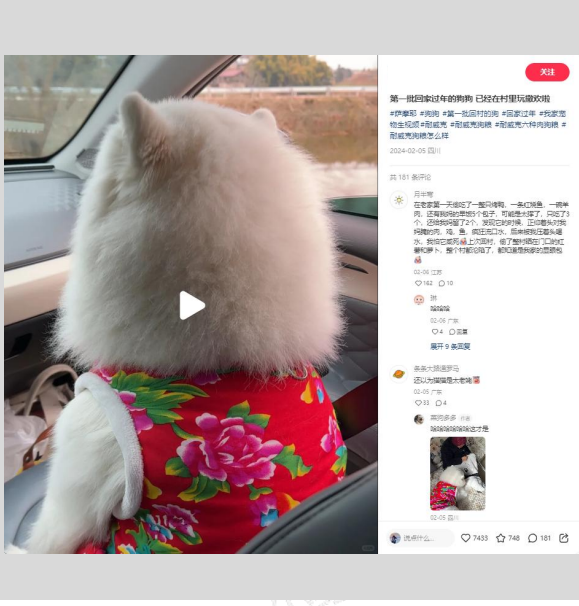


A group of seven dogs of various breeds, including a Samoyed, Bernese Mountain Dogs, a Weimaraner, and a Papillon, are sitting on a paved path. They are surrounded by cherry blossom trees in full bloom. In the background, a body of water and a city skyline are visible. A person in a blue jacket is walking away from the camera on the left side of the path.

优质笔记分享

【高互动】优质笔记

萌宠日常



【封面】 假装猫咪正在做饭的“贤妻良母”形象，新颖且具有趣味性

【标题】 当下较火的有梗话题，易引起年轻群体共鸣

【正文】 视频里包含了许多小猫做“家庭小助手”的片段，产品作为猫咪辛勤的奖励，植入自然，卖点与猫咪食用产品的片段结合，引导目标人群种草

【封面】 穿着大花袄的狗狗，衣服吸睛

【标题】 紧贴当下的过年返乡节点

【正文】 博主记录下带小狗返乡后的萌宠日常片段，产品引入顺滑，与小狗日常无缝衔接，降低用户对广告植入的抵触心理，也增强了用户的品牌认知

宠物公益



【封面】 流浪猫片段截图，引起用户共情

【标题】 疑问句引起用户好奇与同理心

【正文】 视频记录了博主和好心爷爷喂养流浪猫的过程，成功呼吁大家关爱流浪猫的同时，产品的全程露出也增强了品牌存在感



【封面】 流浪猫“拜托”博主收留的片段截图

【标题】 具有故事性，引人好奇

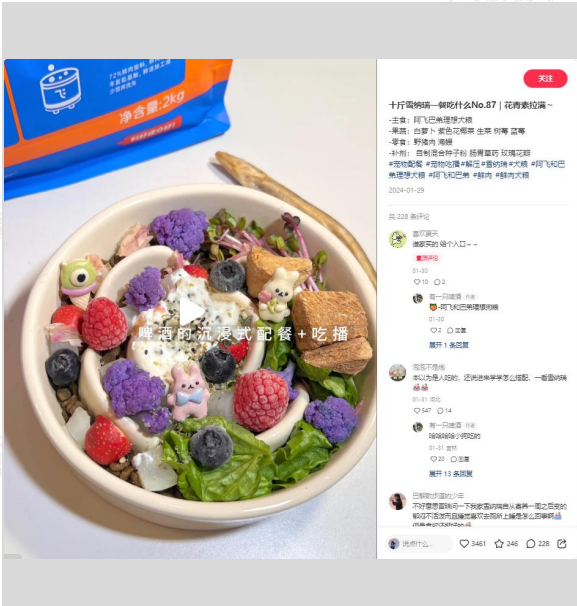
【正文】 记录博主遇到一只流浪猫并把它带回家养的故事，从猫咪身体虚弱需要谨慎选粮这一侧切入产品，突出了产品的安全性与原料优质性，将卖点深入用户心中

【高互动】优质笔记

知识科普



宠物吃播/配餐



【首图】重点文字凸显笔记干货性质
【标题】从养宠人遇到的常见问题出发，引起共鸣
【正文】将狗狗口臭原因进行分类与讲解，并附着每一类型解决办法，满足用户的知识需求；产品结合科普进行植入，广告性质较软，卖点使用重点文字突出，产品优势深入人心

【首图】将猫毛过敏症状图文结合进行总结，引导用户点击进入并放大图片观看
【标题】引导猫毛过敏这一目标人群点击
【正文】博主为爱猫却猫毛过敏的目标用户科普各类猫毛过敏症状，并梳理正确的解决办法，产品即为解决办法之一，易引导用户种草

【封面】丰富且美观的配餐摆盘
【标题】一句话总结配餐主题
【正文】记录下小狗的干饭过程，配餐材料丰富、营养均衡，小狗津津有味的吃播令人季度舒适；产品在配餐场景中的植入并不违和，从包装到原料均有突出产品卖点，增强了用户对产品的好感心智

【封面】迫不及待想吃饭的猫咪+猫饭原材料一览
【标题】猫咪也要吃年夜饭，仪式感拉满
【正文】记录了博主自制猫餐与猫咪沉浸式吃播的过程，方式简便且摆盘高级，猫咪争抢食用产品的片段与介绍产品卖点的文案结合，凸显出产品对猫咪的吸引力及产品优势

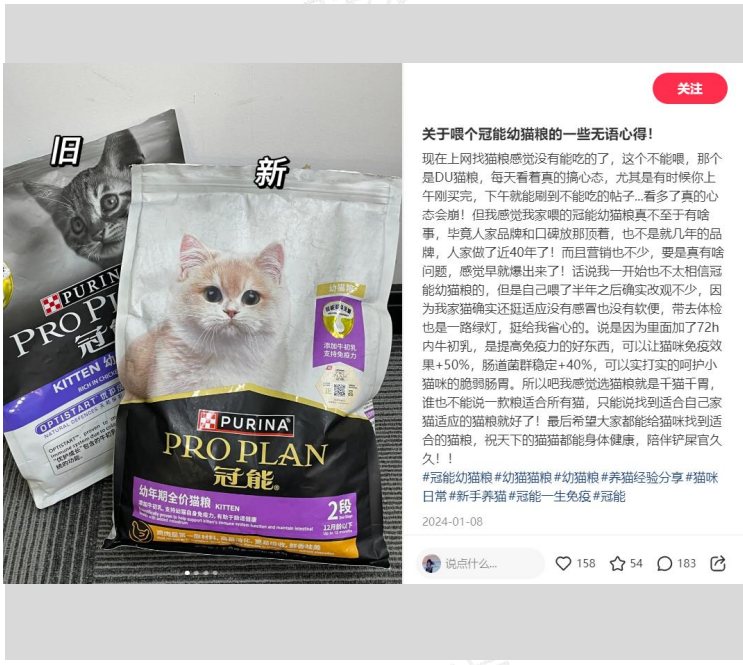
【高回搜】优质笔记

宠物配餐



【首图】四宫格凸显笔记配餐主题，可爱猫咪与产品同时露出
【标题】提出新手幼猫人群常见问题，引起共鸣
【正文】视频记录下猫咪的沉浸式配餐过程，满足用户娱乐需求的同时，产品的长时间露出也增强了用户的产品心智，加深用户对品牌的良好印象

用户反馈



【首图】新版与旧版产品放在一起的图片，突出反馈的真实性
【标题】简单直白且凸显博主的UGC身份
【正文】几张未精心构图/未精修的产品图片，使该篇产品的使用反馈更原生也更具真实感，广告性质较软，有效引导用户种草

产品推荐



【首图】红色大字引导新手养猫人群点击，重点文字突出产品功效
【标题】“第一口粮”易引人注意
【正文】图文聚焦产品，工艺、配方、包装等方面均使用重点文字突出产品优势，引导用户关注产品本身，增强用户的产品认知

2024年度
小红书 标记我的生活
宠物行业月报
期待携手共赢！

小红书