

抖音电商 | 巨量算数

多重机遇 无限潜力

2021

抖音电商宠物经济洞察报告

巨量算数

2021/5



目录



1

新机遇

New Opportunities

2

新需求

New Demands

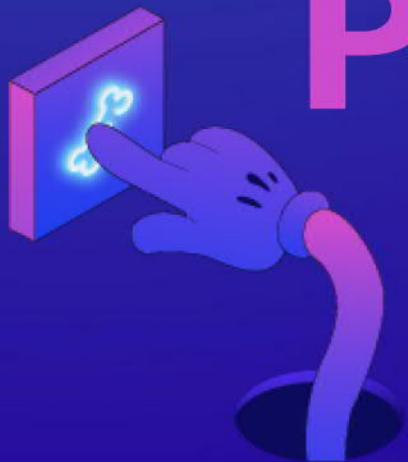
3

新引擎

New Engine

PART 1 新机遇

New Opportunities

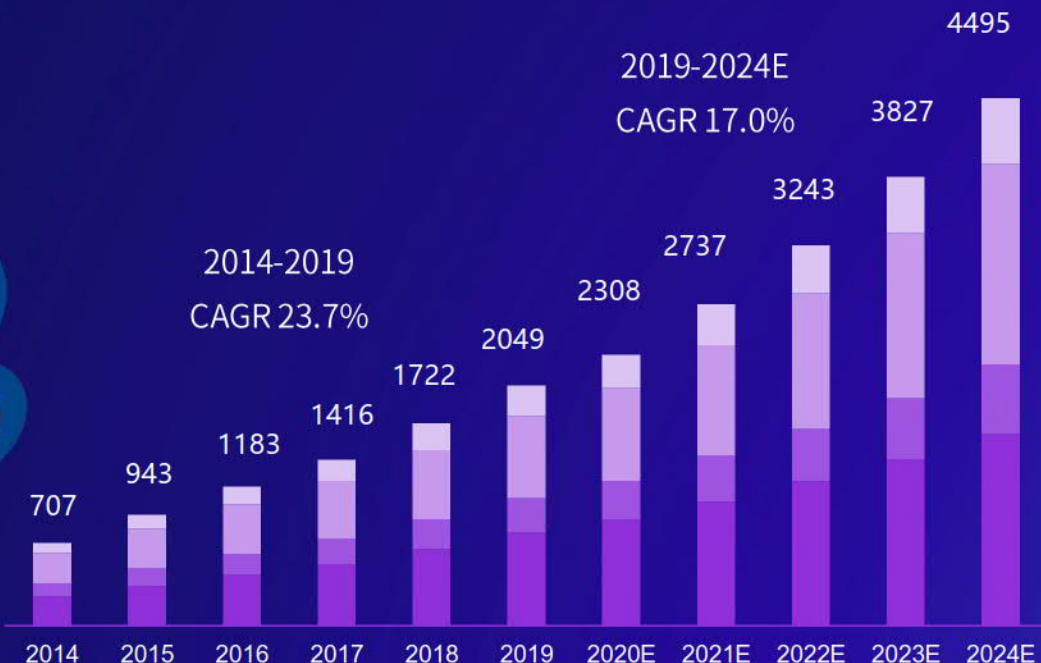


中国宠物行业快速增长，养宠市场潜力空间广阔

近年来，中国的宠物行业一直在经历着显著的增长，Frost & Sullivan数据显示，中国宠物行业的市场规模从2014年的人民币707亿元增至2020年的2308亿元，并有望持续增长，到2024年将达到4495亿元，从2019年到2024年的复合年增长率约为17.0%，展现出宠物市场巨大的发展空间。中国养宠人群体量较大，养狗人数超过3600万，养猫人数超过2400万，为行业发展奠定了规模基础

2014年-2024年中国宠物行业市场规模

■ 宠物食品 ■ 宠物用品 ■ 宠物服务 ■ 宠物交易



数据来源：Frost & Sullivan，2014年-2024年

中国养宠人群规模



3669万
养狗人数



2451万
养猫人数

数据来源：《2020年中国宠物行业白皮书》

数据来源:

数据来源:

数据来源:



数据来源:

数据来源:



Year	Number of mobile phone subscriptions (million)
2015	57.15
2016	86.86
2017	124.27
2018	167.29
2019	167.29
2020	167.29

数据来源: Euromonitor, 2015年-2020年



Year	Number of mobile phone subscriptions (million)
2015	57.15
2016	86.86
2017	124.27
2018	167.29
2019	167.29
2020	167.29

数据来源: Euromonitor, 2015年-2020年



Year	Number of mobile phone subscriptions (million)
2015	57.15
2016	86.86
2017	124.27
2018	167.29
2019	167.29
2020	167.29

数据来源: Euromonitor, 2015年-2020年

宠物家庭数量增长、消费升级和人口结构变化驱动行业快速发展

国家规范性文件的出台，规范了养犬行为，促进人与犬只的和谐相处。居民收入水平的提升和消费观念的升级，推进宠物行业消费向多样化、精细化发展。而短视频的爆发，驱动了“云吸宠物”的发展，为宠物行业带来更多市场发展空间

政策叠加利好

- ✓ 近年来，各地相继推出养犬管理规定/条例，加强养犬管理，规范养犬行为，促进人与犬只的和谐相处；
- ✓ 农业农村部20号公告的出台，进一步加强宠物饲料管理，制定了《宠物饲料管理办法》等一系列规范性文件，规范国内企业健康有序发展，提高对外准入门槛，进口趋严利好国产。

消费升级驱动

- ✓ 中国经济增长带动居民收入攀升，消费升级驱动宠物消费的发展进入快车道。2020年中国城镇居民人均可支配收入4.4万元，同比增长3.5%；
- ✓ 随之带来宠物消费能力提升，爱宠家庭在宠物身上的消费投入增加，消费范围从产品到服务到医疗。

情感需求释放

- ✓ 宠物主陪伴情感需求增长，催生了宠物经济蓝海，宠物已经成为家庭中重要的一员，是人们情感连接中的重要一环；
- ✓ 猫狗类宠物作为情感支持类动物，经常被用作辅助治疗，帮助患者缓解焦虑和孤独。

智能技术应用

- ✓ 随着智能技术在宠物行业的应用，行业在数据、技术、产品、模式上不断创新突破，宠物智能产品覆盖宠物生活方方面面；
- ✓ 宠物MCN公司正在涌现，萌宠KOL和博主受到追捧，短视频和直播推动“云吸宠”热潮席卷而来。

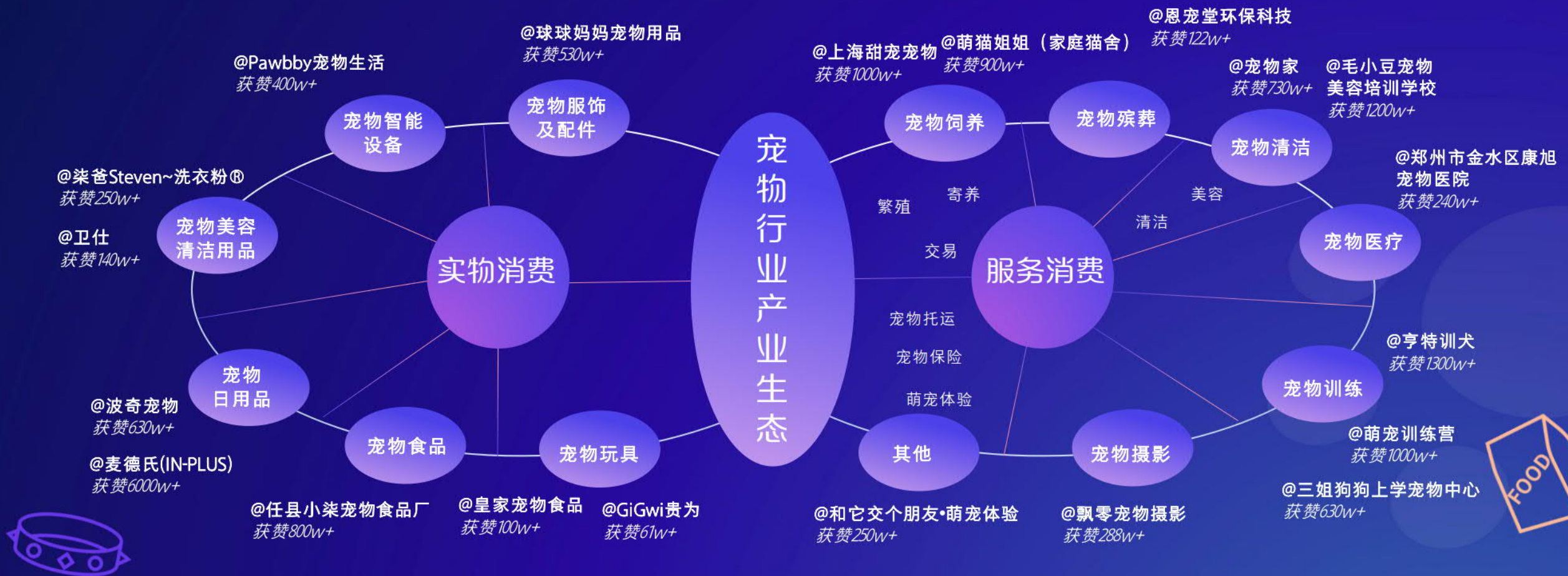




宠物行业各产业链条在抖音被全新激活

在抖音，可以看到宠物行业的产业链上游、中游和下游市场，都纷纷进入线上化转型阶段。在实物消费领域，专注宠物用品、食品、美容、智能设备等消费品的内容越来越丰富和完善，同时，线下业态也被激活，宠物饲养、美容清洁、医院等线下服务门店也开始尝试“内容输出、线上带货、线下引流”的运营策略，开启全新营销旅程

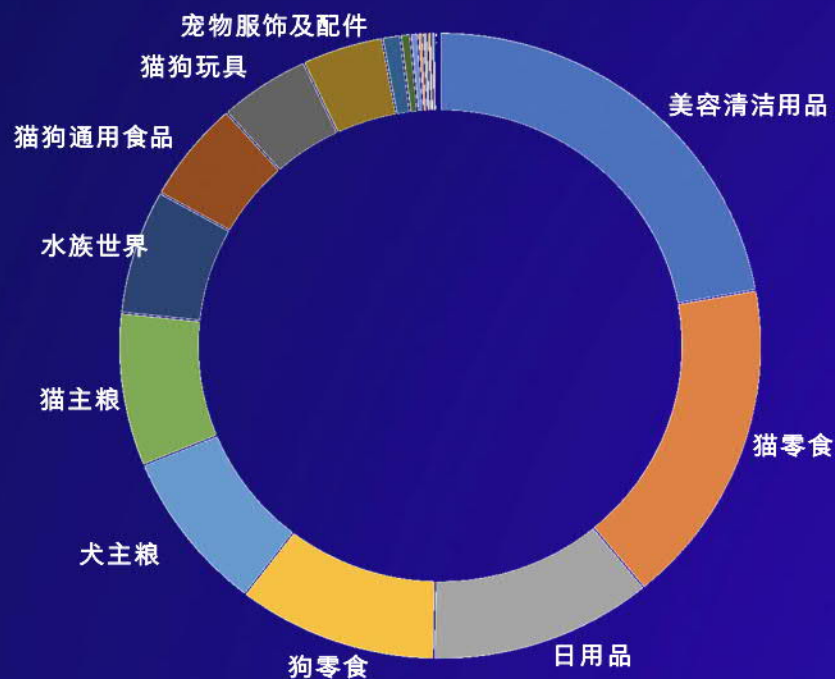
2021年抖音宠物行业产业生态图谱



从传统零售到兴趣电商，短视频内容与直播带货正成为行业趋势

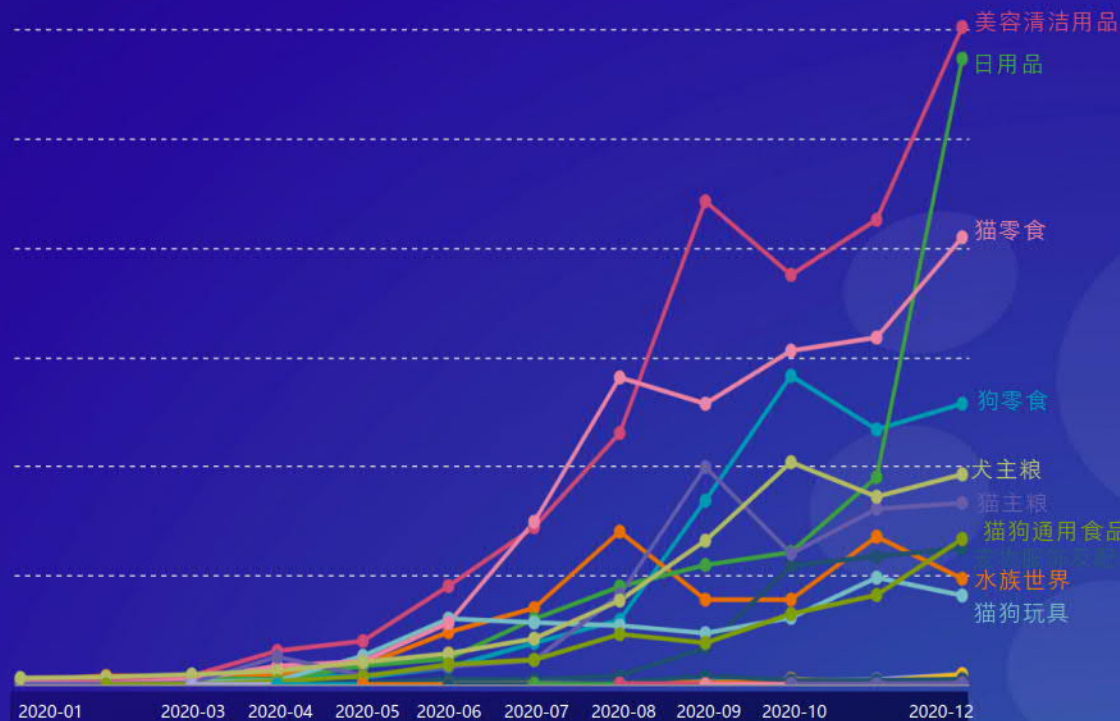
经过多年发展，网络零售形成了传统零售、内容电商、社交电商、直播电商齐头并进，多元发展的立体化格局，抖音宠物短视频以“内容”为核心，KOL为助推力，通过泛内容社交关系实现短视频内容与直播的带货。2020年，在抖音电商平台，清洁用品、零食品类、日用品类为目前主要品类，同样也是增长迅速的类目

2020年抖音电商宠物行业品类结构（GMV占比）



数据来源：抖音电商，2020年

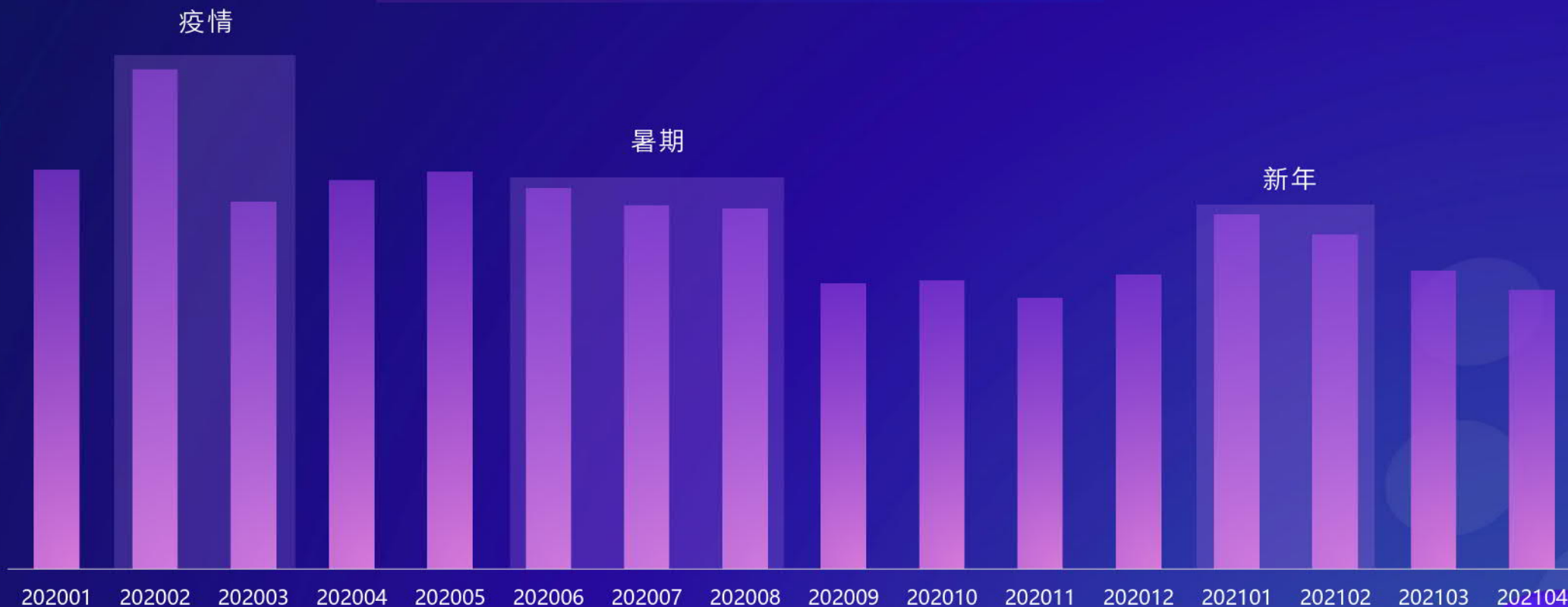
2020年抖音电商宠物行业品类GMV趋势



内容平台已经成为养宠人士互动交流的重要渠道之一

2020年后，因为疫情，居家生活成常态，线上观宠、养宠成为大众愉悦身心、丰富生活的新方式，也带动大量内容创作者发布宠物相关视频，疫情期间萌宠相关内容获得爆发式关注

2020年1月-2021年4月抖音宠物相关视频播放量趋势



数据来源：巨量算数，2020年1月-2021年4月

无论飞禽走兽，亦或神奇动物，你有兴趣的“抖”有

在抖音，宠物的概念向更多元化方向延伸，越来越多的动物品种因人类的喜欢而被饲养成为宠物，如抖音平台的网红小猪、神奇羊驼，都收获了大量云端粉丝



类型丰富、内容优质、表达多元，助力宠物内容生态蓬勃发展

在抖音，宠物类短视频内容丰富，包含萌宠日常、知识科普、剧情段子、创意vlog、技能教学和“云吸宠”等多种类型，内容的质量和表达方式也更迎合观众的口味和兴趣，幽默搞笑、呆萌有趣、专业权威、不断线的陪伴…全新的内容体验激起大众的广泛兴趣，助力平台内容生态的蓬勃发展

①萌宠日常



@尿尿是只猫
粉丝量：1200w+
点赞量：1.7亿
亮点：萌宠日常分享，逗趣搞笑

②知识科普



@宠物医生小西妹
粉丝量：170w+
点赞量：1334w
亮点：作为行业从业人员运用专业知识进行内容分享

③剧情段子



@网红多多
粉丝量：400w+
点赞量：4272w
亮点：通过配音，“宠物成精”的形式故事化、剧情化宠物行为

④创意vlog



@马达与发财
粉丝量：590w+
点赞量：1.1亿
亮点：以主人视角分享宠物旅行过程中发生的有趣故事

⑤技能教学



@乐町高端宠物店
粉丝量：400w+
点赞量：3168w
亮点：宠物服务行业从业者教授宠物护理、美容等技能

⑥特殊群体



@陈燕导盲犬
粉丝量：80w+
点赞量：1900w
亮点：聚焦导盲犬，分享导盲犬家庭的日常工作和生活

⑦“云吸宠”



@没脾气的尼莫
粉丝量：400w+
点赞量：4664w
亮点：“云吸宠物”可以让观众以无负担的方式满足自己的需求，兼具娱乐属性和精神属性

PART 2 新需求

New Demands



抖音汇聚庞大的萌宠兴趣人群，呈现出鲜明的年轻化、高线化特征

在抖音超过6亿日活跃用户规模的基础上，汇聚了庞大的萌宠兴趣用户，他们基本完成了大众化覆盖，性别上没有太大差异，但是呈现更显著的年轻化、高线化趋势，宠物成为年轻人的生活和情感陪伴



抖音宠物【兴趣人群】画像



性别均衡



性别分布

年轻群体超半数



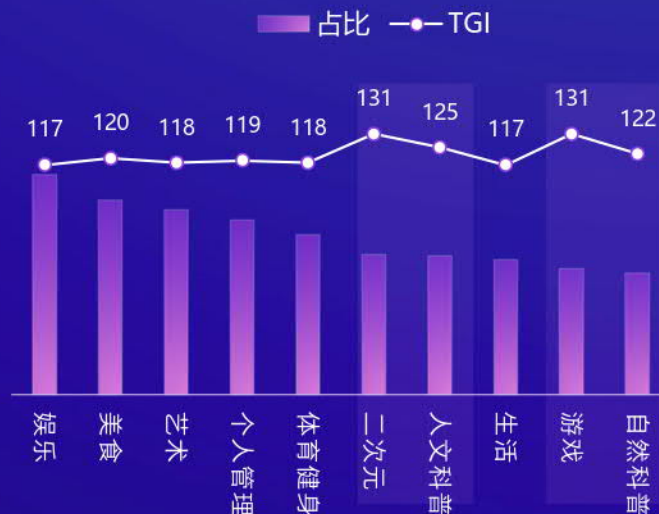
年龄分布

近五成集中在高线城市



地域分布

当代年轻人守则：娱乐、学习两不误



兴趣分布 (达人类型)



年轻、高消费群体也正成为抖音电商宠物用品的核心消费力量

抖音电商的宠物用品消费人群，具备鲜明的职业特征和年龄层特征，Gen Z，新锐白领，小镇青年占据整体消费人群近一半份额，18-30岁用户占比超过50%，代表了养宠趋势的年轻化。同时，高线城市则占据了60%以上份额，预示着养宠人群的高消费潜质和对新消费的接受度高、意愿度高

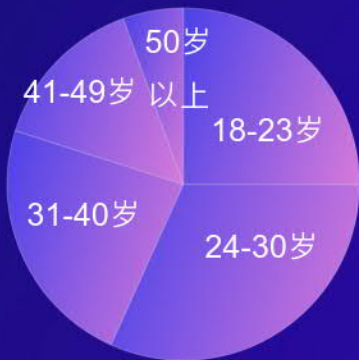
抖音电商宠物【购买人群】画像

女性占大多数



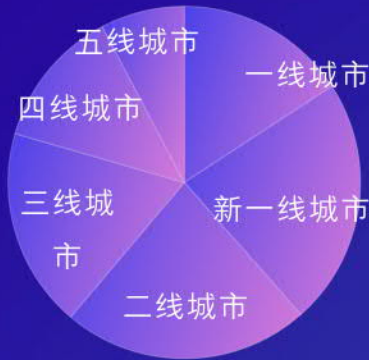
性别分布

18-30岁是主力消费人群



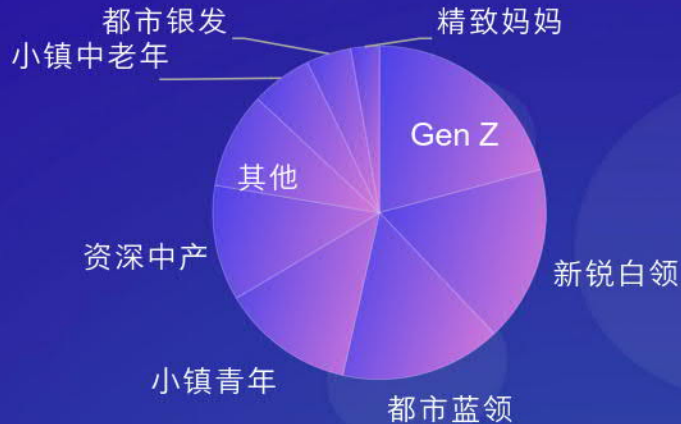
年龄分布

超过60%购买者在一二线城市



地域分布

职业和身份特征鲜明



人群分布

宠物用品、食品和玩具内容最受关注，生活服务也展现潜力

宠物用品是最受关注的品类，且依然保持高增长态势；对于宠物主来说，宠物是他们的重要家人，在照顾宠物上，宠物美容、宠物训练等生活服务上投入逐渐增加，同时，为方便宠物主外出工作，不少人会选择智能设备来照顾爱宠的起居生活，宠物服务和智能用品是未来重要的趋势品类

抖音宠物行业品类声量分布及增速



数据来源：巨量算数，累计播放量指截至2021年4月，增长率指2021年4月累计播放量vs.2020年4月累计播放量



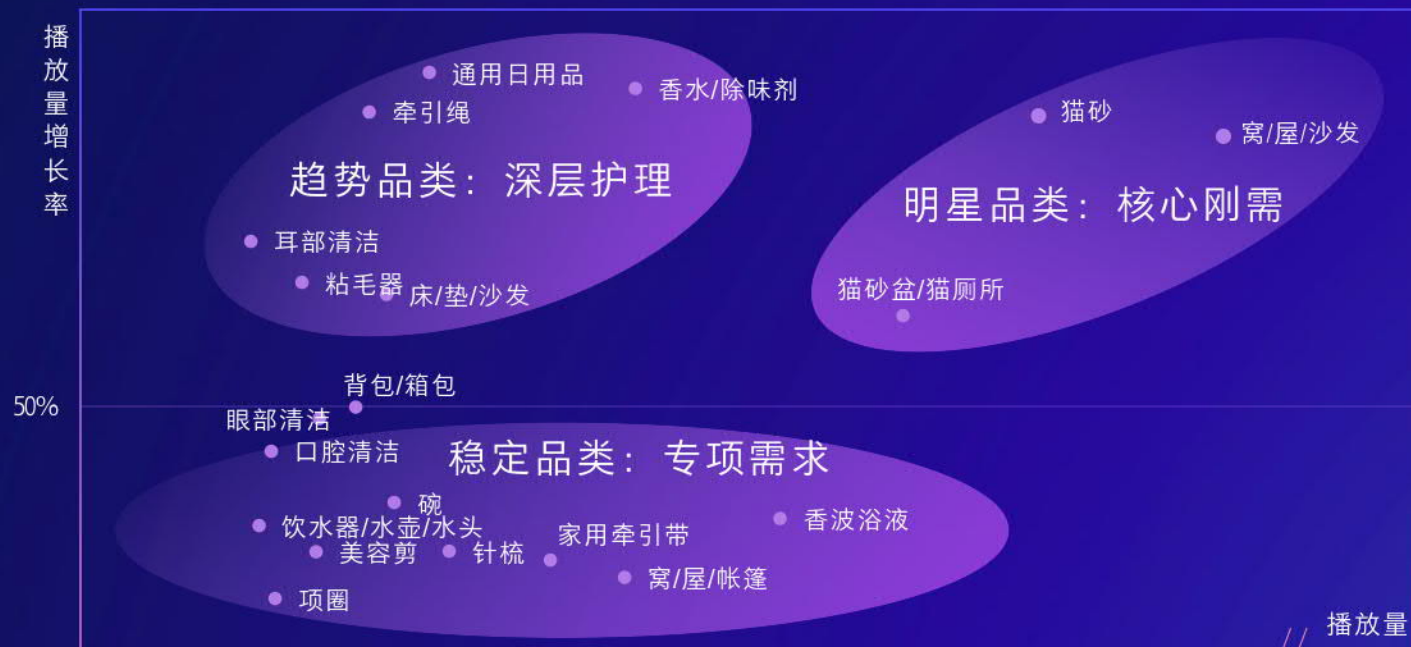
趋势品类上，日常刚需、深层护理、多元服务都有机会空间

宠物用品品类高度分散，各种精细品类呈现不同的发展态势，窝/屋/沙发、猫砂、猫砂盆/猫厕所等刚需品类最受关注且持续增长，香水/除味剂、牵引绳、耳部清洁、粘毛器等深层护理今年来热度高涨，主要源于年轻宠物主与爱宠的关系加深、消费升级，这也同样反映到对于宠物美容、摄影、训练等服务消费领域



高增长核心品类：宠物用品高度分散，更多精细品类呈现不同的发展态势

宠物用品TOP20细分品类关注度矩阵



说明：//代表窝/屋/沙发、猫砂数据经过缩放处理

高增长潜力品类：线上转型、热度大增

宠物服务重点领域分布



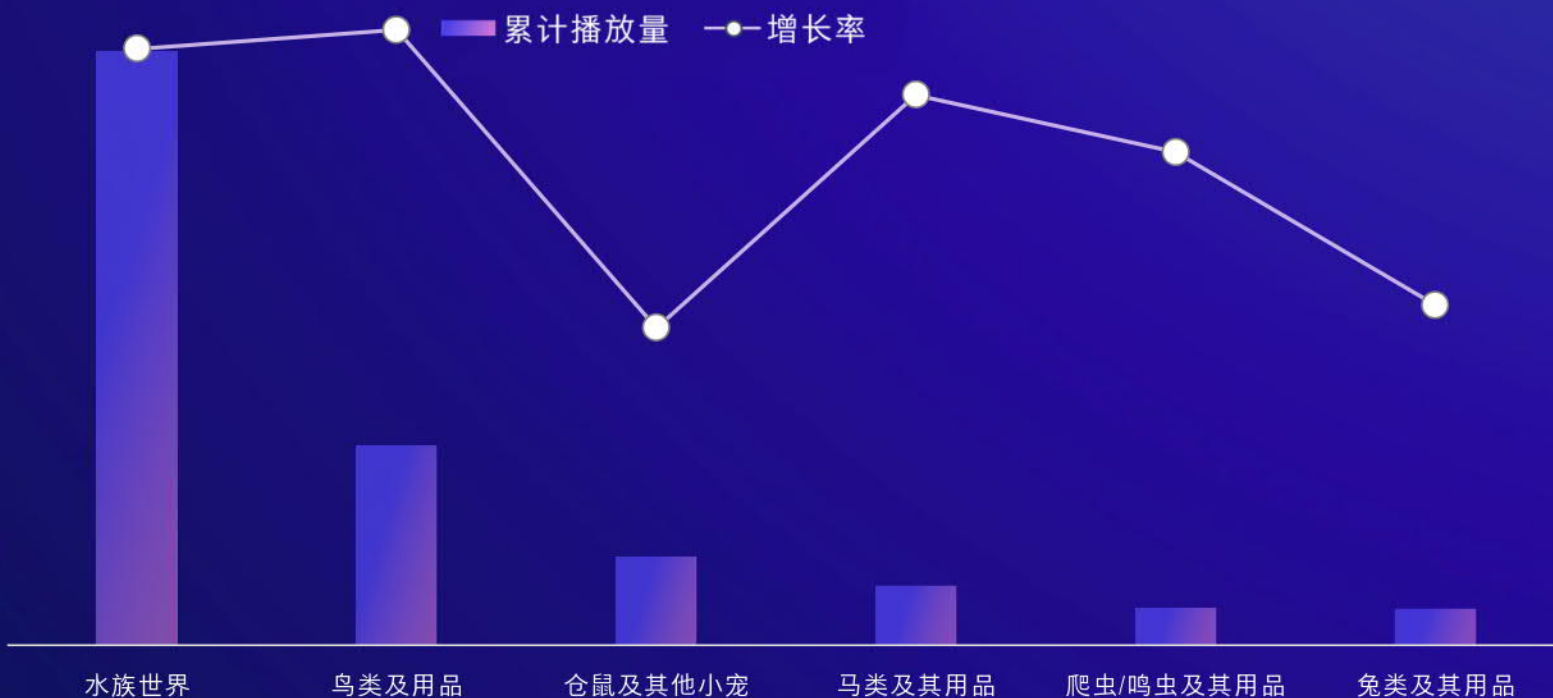
数据来源：巨量算数，累计播放量指截至2021年4月，增长率指2021年4月累计播放量vs.2020年4月累计播放量



鸟鱼虫兔等其他宠物的相关内容同样惹人关注

鱼、龟、虾、鱼虾饲料、净水剂、净水设备等水族产品也同样具有很高的关注度，仓鼠、马类、爬虫出乎意料的拥有很多的短视频粉丝，从猫猫狗狗到热带鱼、仓鼠、羊驼、鹦鹉，更多宠物行业的可能性，在这里孕育

抖音宠物行业其他品类声量分布及增速



数据来源：巨量算数，累计播放量指截至2021年4月，增长率指2021年4月累计播放量vs.2020年4月累计播放量

满足宠物主的需求，营养健康是基础，功能效果需升级

对于萌宠的喂养痛点方面，宠物主对营养、天然粮、去泪痕、肠胃调理等食品安全、健康管理方面的需求最为强烈，其次对于减肥、驱虫、甚至是专属定制化方案等功效也表现出更高的关注。另外，从今年关注度涨幅较强的卖点词可见，柔软触感、吐毛球、美毛、皮肤等聚焦舒适度、高效能等精细护理也将愈加重要



食品的营养、健康和安全性是宠物主最为关注的要素

宠物商品卖点词关注度分布



精细化护理的关注度大增

2021年宠物商品趋势卖点词-关注度增速

+2112%	柔软	+8878%	吐毛球
+549%	美毛	+512%	皮肤
+1912%	抑菌	+1621%	接团快
+371%	化毛	+264%	营养
+264%	无尘	+192%	耐咬



掌握不同商品的差异化卖点，帮助有效引导货品推广策略

具体到不同品类的卖点方向，从内容角度可以看到明显的差异，比如在宠物食品方面，罐头、冻干系列、鲜肉、无谷、卵磷脂、益生菌等都是高关注度的类型和原料，猫狗的食用区隔也明显不同；宠物用品方面，宠物窝居的柔软、保暖性，定制化服饰、除臭清洁等特性，不同品类具有不同侧重。

通过抖音内容热点，可以帮助掌握宠物主对不同商品的差异化需求，帮助品牌方有效进行货品策略布局



不同宠物品类与卖点词的关联度分布

猫主粮



犬主粮



宠物日用品



宠物美容和清洁用品



猫零食



狗零食



食品原料及类型



宠物服饰及配件



搜索口碑、推荐和相关知识，成为爱宠人士提高能力值的必修课

宠物的衣、食、住、行、游、乐和生活服务，方法面面都要照顾得精心、科学、舒适，因此抖音天然的种草环境下，搜索产品的口碑、推荐、相关知识和技能，成为宠物主们的功课

2021年1月-5月宠物细分品类的搜索热词分布

宠物主食



- 自制狗粮
- 狗粮推荐
- 猫粮十大品牌排行
- 猫粮推荐性价比高
- 自制猫粮
- 狗粮测评
- 小狗狗粮怎么喂
- 狗粮自制

猫/狗玩具



- 猫爬架
- 猫玩具
- 自制猫抓板
- 猫抓板
- 狗狗玩具
- 猫爬架自制
- 自制猫爬架
- 猫爬架自制Diy教程
- 自制逗猫棒

宠物零食



- 猫罐头
- 猫条
- 猫罐头测评
- 猫条推荐
- 宠物零食自制
- 猫咪冻干
- 猫罐头推荐
- 狗狗零食自制
- 猫零食推荐

宠物服饰及配件



- 宠物衣服
- Diy宠物衣服
- 宠物衣服店铺
- 宠物衣服制作
- 宠物衣服制作过程
- 宠物衣服钩织
- 宠物服装
- 自制宠物衣服
- 宠物狗衣服

猫/狗日用品



- 狗窝
- 猫窝
- 狗窝正确清理方法
- 猫笼
- 自制狗窝
- 伊莎白圈
- 狗窝推荐

宠物生活服务



- 宠物美容
- 宠物摄影
- 宠物美容造型
- 宠物洗澡美容
- 宠物美容培训学校
- 宠物美容师
- 宠物托运
- 宠物美容培训
- 宠物寄养

美容及清洁用品



- 猫砂
- 猫砂盆
- 猫砂推荐
- 封闭猫砂盆
- 猫砂盆测评
- 猫砂测评
- 狗厕所
- 自动猫砂盆
- 猫砂十大排行榜

其他宠物



- 鱼缸
- 观赏鱼
- 鱼缸造型
- 仓鼠零食收纳
- 蚕宝宝
- 宠物仓鼠
- 观赏鱼推荐
- 蚕宝宝生长过程
- 豚鼠

好的卖点传递，可依靠剧情化演绎、知识性输出、网红宠物代言

在抖音，如何有效、有趣地传递卖点，迎合年轻爱宠群体的关注，至关重要。通过分析抖音平台大量的优秀内容案例发现，有趣的剧情设计、有料的经验分享、有梗的萌宠主角，更容易收获围观和互动



剧情化演绎

产品：宠物小阁楼



点赞量：
127万

播放量：
2800万

视频亮点：

- 拟人化家装展示：小木床、楼梯、窗前灯
- 应有尽有
- 多功能区展示，实用性与舒适性并存

知识型输出

产品：洗耳液



点赞量：
125万

播放量：
3000万

视频亮点：

- 无色无味，刺激低
- 操作简单，易上手
- 详细步骤展示，更容易引发关注

网红宠物代言

产品：果蔬肉脆片



点赞量：
46万

播放量：
668万

视频亮点：

- 更多健康成分、拥有更高品质的宠物零食
- 宠物进食画面，引发购买欲
- 可爱卖萌的画面，在带起货来不容小觑



女性偏爱猫狗，男性偏爱鸟类和水族

仓鼠、猫咪软萌招人喜欢，是很多女性喜欢的原因，在宠物饲养中她们也更关注生活、时尚和健康，可以看出女性用户对于宠物美容、摄影、狗零食、仓鼠类表现出更高的关注度；养鸟类和水族可以陶冶情操，修身养性的同时放松心情，男性用户对鱼、乌龟、止吠器、鸟类等相关内容更感兴趣

抖音【不同性别】用户的宠物品类内容偏好

女性

猫零食	TGI=110
猫主粮	TGI=110
宠物美容	TGI=115
猫砂	TGI=105
猫/狗通用食品	TGI=117
猫/狗玩具	TGI=111
狗零食	TGI=120
仓鼠类及其小笼	TGI=119
宠物摄影	TGI=121
香水/除味剂	TGI=200

男性

鸟类及用品	TGI=143
鱼缸及水族设备	TGI=129
鱼	TGI=162
犬主粮	TGI=114
猫砂盆/猫厕所	TGI=108
宠物训练	TGI=141
猫爬架	TGI=109
龟	TGI=158
围栏	TGI=152
飞盘	TGI=139

不同年龄层在饲养宠物类型、养宠理念、宠物消费上表现不同

猫咪主和狗主在年轻群体中比例会更高，他们也相对更关心猫和狗相关内容，随着年龄增长，水族、鸟类和爬宠受关注度增加，同时，他们的养宠理念也在进步提升，对宠物健康、养宠卫生、宠物生活服务类内容更为关注



18-23岁

窝/屋/沙发	TGI=109
猫零食	TGI=112
猫主粮	TGI=107
宠物美容	TGI=107
猫砂	TGI=122
猫/狗通用食品	TGI=108
猫砂盆/猫厕所	TGI=138
逗猫棒	TGI=156
猫爬架	TGI=120
香水/除味剂	TGI=147



24-30岁

窝/屋/沙发	TGI=111
鱼缸等水族设备	TGI=107
鱼	TGI=128
狗零食	TGI=106
逗猫棒	TGI=117
爬虫/鸣虫及其用品	TGI=112
香水/除味剂	TGI=107
兔类及其用品	TGI=122
龟	TGI=123
宠物寄养	TGI=162



31-40岁

鱼缸等水族设备	TGI=123
鸟类及用品	TGI=111
鱼	TGI=131
犬主粮	TGI=107
狗零食	TGI=106
宠物摄影	TGI=138
兔类及其用品	TGI=135
龟	TGI=134
背包/箱包	TGI=110
窝/屋/帐篷	TGI=108



40岁以上

窝/屋/沙发	TGI=110
鸟类及用品	TGI=127
鱼	TGI=111
狗零食	TGI=107
犬主粮	TGI=112
宠物摄影	TGI=122
马鞍	TGI=356
眼部清洁	TGI=211
宠物服装/雨衣	TGI=198
背包/箱包	TGI=106



PART 3 新引擎

New Engine



2021年，国际和本土主流品牌都已经开启了在抖音的品牌阵地布局，如宠物食品新锐品牌麦德氏粉丝量已经超过200万，卫仕则创建了矩阵账号，多账号同时发力，但目前行业整体上还处于初步探索阶段，未来仍有较大的拓展空间。同时，部分品牌在抖音的官方店铺亦建设完毕，电商转化逐渐进入常态化经营阶段，尤为突出的是新锐品牌，近30天卖货成绩优异。总体来看，宠物行业从品牌种草阵地到拔草转化，链路完整、结构健康。

种草

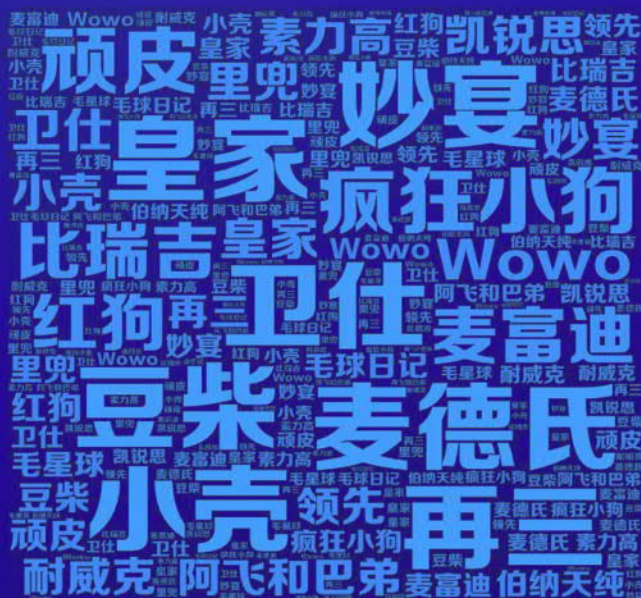
国内外主流宠物品牌入驻抖音

但大部分尚处于初步探索和入局阶段，仍有较大的开拓空间…

拔草

电商转化逐渐进入常态化运营

新锐品牌取得优异表现，得益于在营销和玩法上的活跃…



@麦德氏
粉丝数：200w+

@卫仕宠物
粉丝数：98w+

@妙宴宠物食品
粉丝数：97w+

@皇家宠物食品
粉丝数：36w+

@疯狂小狗
粉丝数：34w+

@豆柴宠物食品
粉丝数：30w+

抖音电商宠物行业TOP卖货商家（30天）



超强头部、精专多态的萌宠达人矩阵，是带动宠物经济的强大引擎

抖音宠物行业达人生态日臻完善和丰富，已有数十个萌宠日常类、戏精生活类的千万级萌宠达人，同时涌现了一批特定领域的、快速涨粉的潜力达人，如以爱宠穿搭、宠物情侣档、宠物干饭旅程以及人宠CP档等趣味视角的演绎型账号，另外，各色行业专业身份型达人也开始被广泛关注，比如宠物营养师、医生、美容师等。从带货表现上看，不同达人的特点和专长也不一样，短视频和直播的典型带货达人重合度也不高，达人选择上的自由度和丰富度更高

抖音宠物行业达人矩阵

头部宠物达人

萌宠日常

♡会说话的刘二豆♡
粉丝数：4200w+

金毛蛋黄
粉丝数：2600w+

金毛路虎
粉丝数：2000w+

柯铭
粉丝数：1600w+

尿尿是只猫
粉丝数：1200w+

王泡芙
粉丝数：2200w+

大圆子
粉丝数：1300w+

大G
粉丝数：1500w+

小豆花
粉丝数：1100w+

在下铁头阿彪
粉丝数：1200w+

戏精生活

中腰部潜力宠物达人

爱宠穿搭

Caesarcat
粉丝数：290w+

情侣陪伴

喵才是灯泡Q
粉丝数：290w+

宠物情侣档

向子弹飞（哈士奇）
粉丝数：260w+

科学干饭

马克的饭
粉丝数：230w+

人宠CP档

我的阿拉不撕家粉
丝数：160w+

精专宠物达人

宠物营养师

比鲁斯·雯
粉丝数：990w+

农场主

园长先生
粉丝数：280w+

宠物医生

宠物医生小西妹
粉丝数：170w+

训犬师

微步训犬·杰哥
粉丝数：130w+

宠物美容师

毛小豆宠物美容培训学校
粉丝数：65w+

宠物摄影师

Monkey King
粉丝数：85w+

抖音宠物行业典型带货达人

短视频典型带货达人



幸运豆萌宠家



鹏哥养犬问答



二舅有只猫



七对儿仔仔



好多喵



跟屁虫的饭食



姗姗宠物严选



王大痣的快乐生活



私人宠物医生安爸



呆萌好奇

直播典型带货达人



猫奴十三



幸运豆萌宠家



我有一朵李多多☁



家有肉蛋球



撸抓



宠达人



赵小七【拉布拉多】



姗姗宠物严选

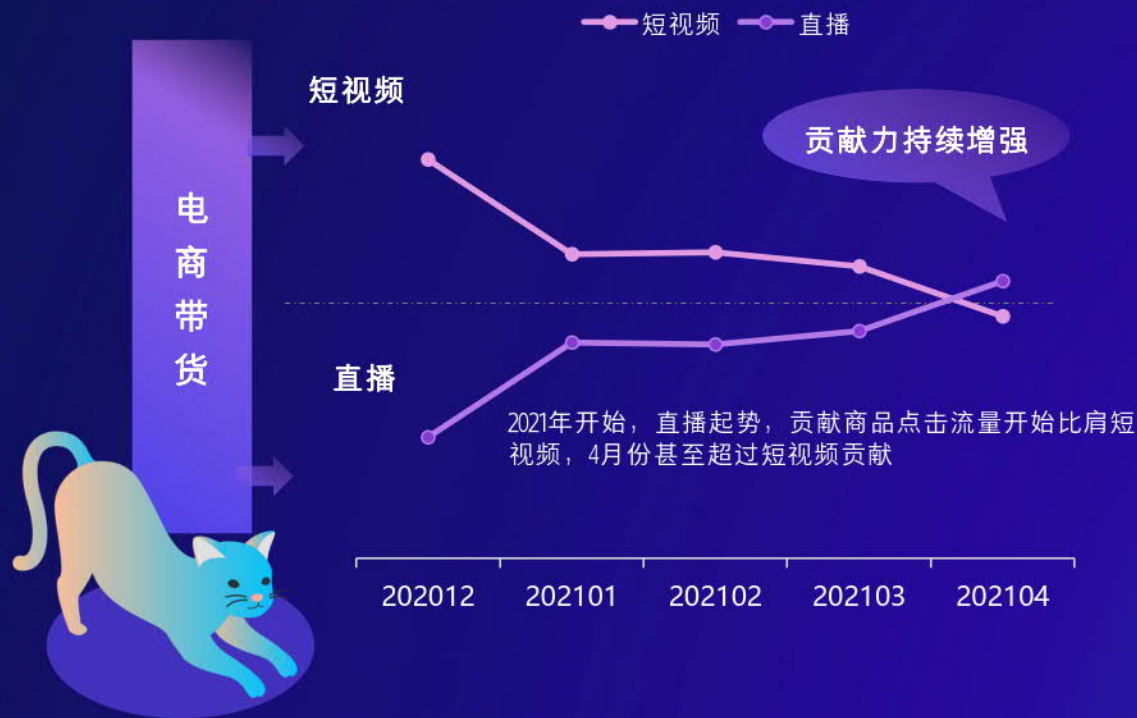
新模式与新消费背景下，直播带货的趋势逐渐明朗化、规模化

2021年，直播带货进入白热化，重要性明显提高，直播流量的贡献力持续增强，2021年4月，甚至赶超短视频的贡献。在抖音宠物行业，短视频带货主要以达人驱动为主，直播带货则是达人和品牌双驱动模式，从带货表现上看，因两种渠道的带货特性差异和行业参与者的渠道布局差异，宠物服饰、猫抓板、猫窝等细分品类已经在直播渠道上取得了更优异的带货表现，而美容剪、牵引带、猫零食等品类上直播和短视频的重要度不相上下，这进一步反映出直播带货的趋势逐渐明朗

直播带货的贡献力持续增强，甚至赶超短视频带货

在部分品类，直播渠道已经展现出更明显的优势

2021年宠物行业商品点击量占比-分渠道



2021年宠物行业商品的点击流量来源对比

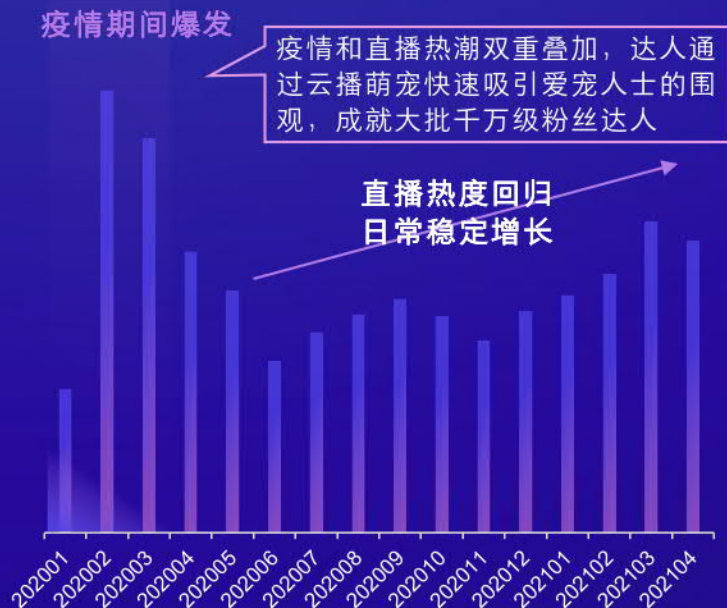
短视频流量主导带货	短直相当	直播流量主导带货
特点：达人驱动为主		特点：达人+商家共同驱动
猫砂	香波浴液	宠物服饰及配件
除味剂	美容剪	笼子
背包/箱包	牵引带	猫抓板
逗猫棒	猫零食	窝/屋/帐篷
猫主粮	碗	猫罐头
床垫		水族世界
.....		

达人和企业积极开播、强强配合，精准匹配上下游需求与资源

2020年，宠物行业快速入局直播新模式，商家和达人纷纷开始尝试直播互动和带货玩法。宠物达人拥有良好的粉丝基础和表现力，尤其在疫情期间，直播间获得高度关注，后期开始回归稳定增长趋势；企业也开始探索直播路径，账号自播已成为品牌稳定日销的重要方式，尤其是卫仕、豆柴等本土新锐品牌表现活跃。在直播冷启动阶段，达人和品牌联动直播，能够快速将达人的粉丝优势和品牌的资源优势有效联合，将需求和货品精准匹配，快速破圈

达人直播从特殊爆发期进入稳定增长期

2020-2021年宠物达人直播观看趋势



达人优势：粉丝规模大+互动种草力强

2021年企业直播活跃度明显提高

2020-2021年宠物企业号开播及观看趋势



企业优势：品牌势能+货品资源+价格优势

品牌自播+达人联动成开播入局标杆动作



Wanpy顽皮直播首秀

直播单日累计GMV

44.5万+

观看UV

11w+

品牌官方自播

萌宠不定时出现
品牌方高层空降发福利
直播间优惠力度大

达人矩阵联动

@猫奴十三
@撸爪
@马克的猫
@桃子的呸呸猫

上游货品与下游需求精准匹配、资源互惠

直播间自带独特生意经，趣味新奇品更易博得关注和认可

在抖音直播间，宠物食品关注度最高，相关品类均进入前十排名，服饰和用品亦有较高关注；直播间有更强互动性、专业性和展示性，新奇有趣好物更容易吸引围观，因此各类有趣的宠物小零食在直播间被强力种草，如猫薄荷、火锅、棒棒糖、酸奶、麻花、奶昔、香肠等拟人化商品，借助有趣的概念、颜值和功能性兼备的包装优势获得大众认可

猫零食最受直播关注，水族设备热度亦排名前三甲

直播间宠物商品的点击分布



TOP4

狗零食

TOP5

宠物服装
/雨衣

TOP6

窝/屋/帐篷

TOP7

犬主粮

TOP8

猫主粮

TOP9

猫砂

TOP10

服装/用品
定做

TOP11

猫抓板

数据来源：巨量算数，2020.5-2021.4

高颜值趣味零食成新宠，拟人化创新品类层出不穷

宠物零食相关关键词词云



数据来源：巨量算数，2020.1-2021.4

对于尚处上升期的宠物行业，掌握科学的营销方法论和生意拓展策略，就意味着能优先进行市场占位、甚至是全新洗牌，行业参与者需要尽快参与进来、明确策略方法、抓住平台机遇

巨量云图



借力平台势能，锁定关键期转化

数据说明

时间周期

- 年度数据：2020年-2021年4月（除特别说明外）
- 画像数据：2021Q1（除特别说明外）

名词解释

- TGI：样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该人群较总体人群对该事物的关注度更高， $TGI = \text{样本占比} / \text{总体占比} * 100$
- 宠物行业定义：包含宠物食品、宠物用品、宠物服务、宠物智能设备等类目
- 宠物内容：视频标题含宠物行业相关关键词或者带宠物商品的短视频内容或宠物企业号发布的内容

人群说明

- 报告中数据分析人群为18岁以上成年人
- 宠物兴趣人群：过去30天点击过萌宠行业广告的人群
- 宠物购买人群：过去30天购买过宠物用品的人群

数据来源

- 内容播放量、评论、点赞等数据来源为内部数据平台
- 宠物行业商品消费数据来源于抖音电商
- 用户画像数据来源于MI人群洞察平台

声 明

本报告由“巨量算数”制作。

报告中文字、数据等内容受中国知识产权相关法律法规保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎所有。

“巨量算数”对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

如果您对报告中的内容存在异议，可通过addata@bytedance.com联系我们。

“巨量算数”是巨量引擎旗下内容消费趋势洞察品牌。以今日头条、抖音、西瓜视频等内容消费场景为依托并承接巨量引擎先进的数据与技术优势，坚持客观严谨的理念，输出内容趋势、产业研究、广告策略等前沿的洞察与观点，同时，开放巨量算数指数、巨量算数榜单数据分析工具，满足企业、营销从业者、创作者等数据洞察需求。

未经允许，不得对报告进行加工和改造。欢迎转载或引用。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处【巨量算数】。



公众号



官网



THANKS