

2022

第10期

年轻人 生活消费观察

系列研究 —— 萌宠依赖篇



2022.10

克劳锐



年轻人对品牌意味着什么？

年轻人作为消费市场的主力军，是品牌营销的必争群体。如何占领年轻消费者心智成为众多品牌营销的核心命题。

年轻人的生活消费观如何？

年轻人在社交平台上喜欢看什么内容？

年轻人对品牌的消费差异如何？

社交平台上的内容如何影响内容消费？

克劳锐将从**食品饮料、化妆品、数码家电、服装服饰、家居家装、游戏娱乐、出行方式**等多个热门行业和品类出发，探索不同年龄段的年轻人在这些热门领域的细分消费行为和习惯，围绕**用户、内容、达人、平台和品牌**五方关系进行研究，结合优秀的内容营销案例，展现年轻人在各领域的消费动向。

关注克劳锐年轻人生活消费观察系列研究，
洞察年轻用户营销新趋势！



报告研究说明

研究范围

平台选取：本次报告选取主流的内容平台（微博、抖音、快手、B站、小红书）进行宠物垂类内容的研究。

研究对象：报告聚焦对宠物感兴趣的年轻人群（80-00后为主）。

研究说明：重点研究人群在日常生活的养宠观念、与宠物的新型关系、宠物相关的消费偏好及喜爱的线上宠物内容。

数据说明

线上内容数据：如无特殊说明，各平台数据均来自克劳锐指数研究院监测所得及公开发布数据。

用户调研数据：2022年7月克劳锐指数研究院调研数据（N=415）。

各平台互动量说明：微博/快手/抖音互动量=点赞+分享+评论；小红书互动量=点赞+分享+评论+收藏；
B站互动量=点赞+分享+评论+收藏+投币+弹幕。

报告核心发现

年轻人患上萌宠依赖症，Z世代是拉动“它经济”发展的主力军

- 年轻人养宠需求升级，从健康到时尚的方方面面给予宠物人性化关怀
- 年轻人与宠物共享舒适生活，宠物消费走向健康化和智能化
- 云养宠覆盖更多动物品种，云养国宝/公益救助/成精宠物 等内容热门
- 萌宠营销 成为多领域品牌渗透年轻人圈层的热门方式



目录CONTENTS

PART 1

“它经济” 发展趋势

国内行业规模
国内市场现状
宠物人群年龄结构

PART 2

年轻人的养 宠理念

年轻人养宠理念
爱宠行为特征
养宠痛点问题

PART 3

年轻人的宠物 消费观

消费观念
消费偏好
新消费品类

PART 4

年轻人的宠物内 容消费

热门萌宠内容
品牌营销案例
内容营销趋势

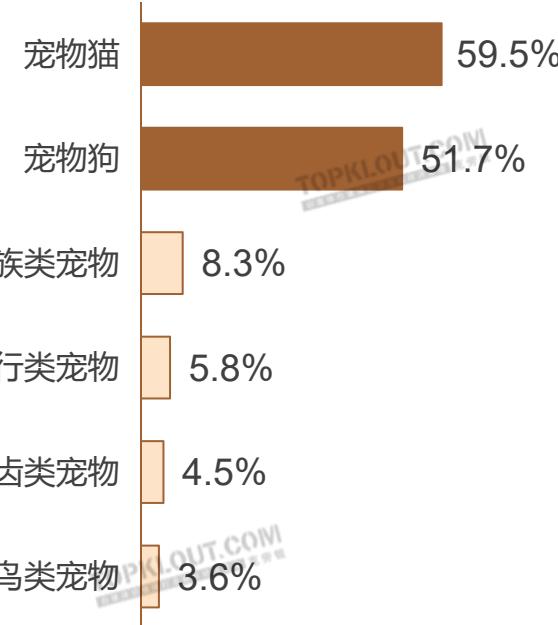


“它经济”发展趋势

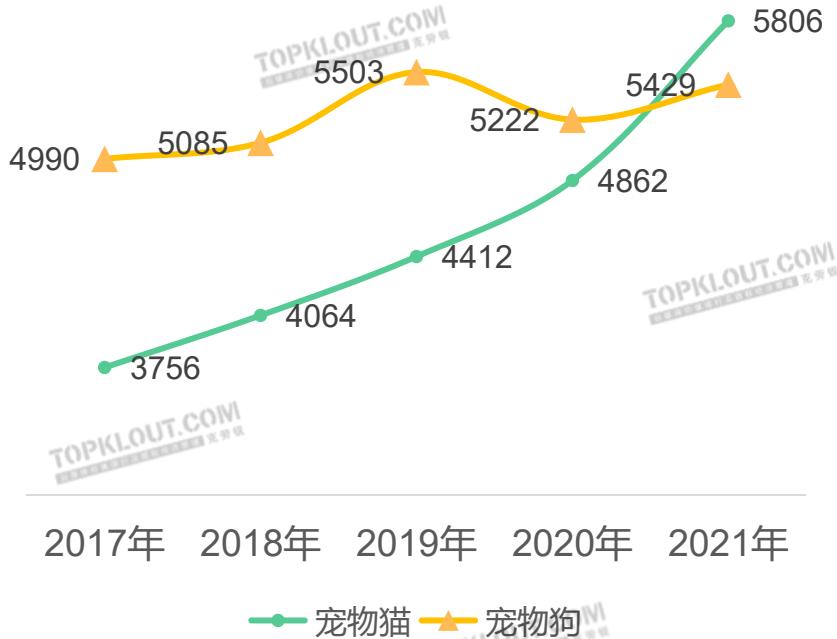
- 国内宠物数量持续增长
- 国内宠物经济的行业规模突破3000亿
- 国内宠物产业趋于细分
- 年轻养宠人群占比提升且消费力增强

全国宠物总量持续增长，宠物猫数量近五年增长55%

2021全国不同类型宠物占比



2017-2021宠物猫及宠物狗数量 (万只)



市场规模大，

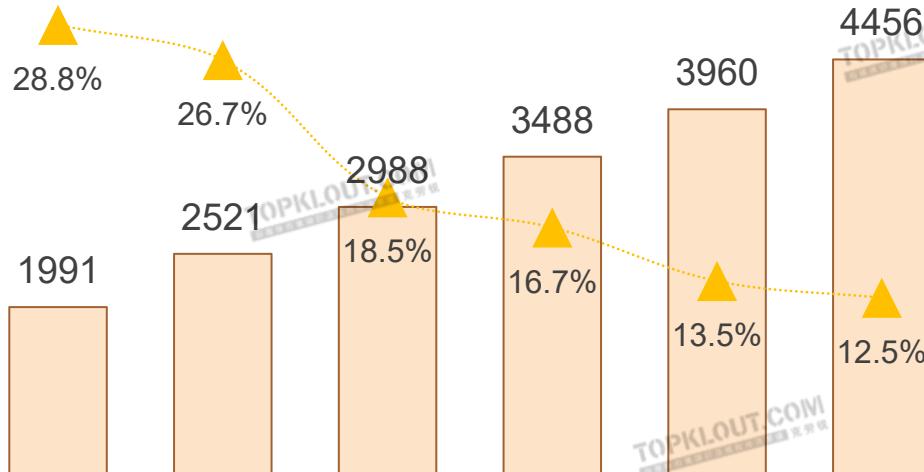
2021年城镇犬猫的市场规模达**2490亿**，
同比增长**20.6%**

发展空间广，

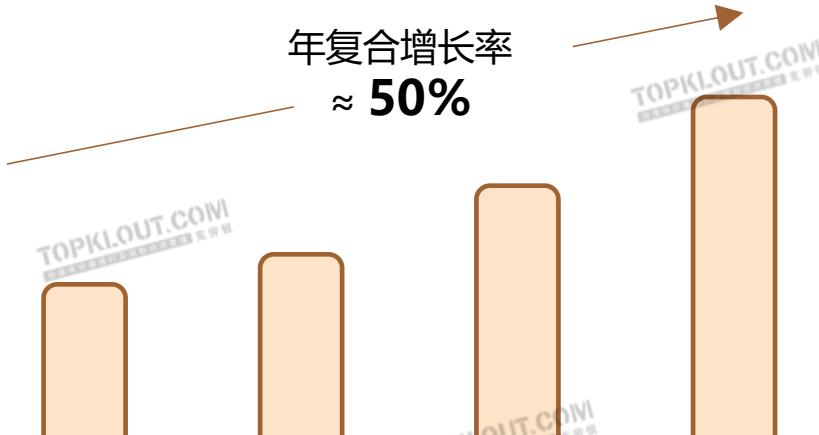
2021年中国宠物渗透率仅**22%**
较欧美国家仍有较大差距

中国宠物经济行业规模及品牌数量不断增长

中国宠物经济行业规模 (亿元)



天猫 猫犬行业品牌数量 (2017.6-2021.06)



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_47204

