

宠业聚焦 | 从报告提取抖音电商的三大进阶关键词

产品名称	宠业聚焦 从报告提取抖音电商的三大进阶关键词
公司名称	海口美兰抖琦琦文化传媒工作室
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	【电话烦、手机号同微】
联系电话	18897981244 19979808844

产品详情

对于近年来宠业整体市场，《洞察报告》引用数据指出：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%，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。

《洞察报告》指出，“它经济”在我国持续火爆，市场渠道亦在分化演进。报告引用Euromonitor数据，2020年中国宠物商店及卖场市场规模达到187.35亿元，同比下降3.31%；而2020年中国宠物电商市场规模为294.58亿，同比增长29.4%。

着眼于抖音平台自身，《洞察报告》指出，宠物行业各产业链条在抖音被全新激活。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。

《洞察报告》中的“2021抖音宠物行业产业生态图谱”，揭示了行业上下游账号在平台上的数据。通过解读报告后部兴趣带货、内容类型、人群分布、品类占比、男女消费偏好、运营模式等内容，笔者认为：“内容”、“年轻”、“矩阵”，是宠业拓展抖音电商的三大进阶关键词。

关键词1：内容

作为头部视频平台，抖音向大众呈现了多元化的宠物类型及宠物内容。吸引眼球的新奇特内容账号，聚集了大量粉丝，并成就了众多网红宠物。这些典型账号，为宠业企业、从业者开拓视频电商，在流量获取、内容打造方面，带来许多有价值的参考与启发。要实现流量到商业的转化目标，可通过持续输出优质的内容，为拓展视频电商打造流量基础。

《洞察报告》揭示了抖音上七大宠物内容的类型：1.萌宠日常 2.知识科普 3.剧情段子 4.创意vlog 5.技能教学 6.特殊群体 7.“云吸宠”。如何做出对标头部达人的优质内容，报告依托平台方的数据资源，带来了清晰的归纳指引，以及实际操作的参考路径。

关键词2：年轻

养宠年轻化的趋势，在抖音平台上表现尤为突出。《洞察报告》“抖音宠物【兴趣人群】画像”内容显示：性别上没有太大差异，但呈现更为显著的年轻化、高线化趋势。

《洞察报告》“抖音电商宠物【购买人群】画像”内容显示：女性占大多数，18-30岁是主力消费人群，超过60%购买者在一二线城市，职业和身份特征鲜明。年轻、高消费群体是抖音电商宠物用品的核心消费力量。

在抖音超过6亿日活跃用户的大背景下，《洞察报告》基于对重点消费群体的洞察，提供了三条重要讯息。宠业企业、从业者面向年轻化宠物主，打造精准、差异化的产品与服务，路径变得更为有迹可循。

1.宠物用品、食品和玩具内容最受关注，生活服务也展现潜力。

2.趋势品类上，日常刚需、深层护理、多元服务都有机会空间。

3.满足宠物主的需求，营养健康是基础，功能效果需升级。

通过上述大数据的分析，年轻宠物主的关注点、消费点的画像已相当清晰。宠业企业、从业者在面向年轻宠物主打造精准、差异化的产品与服务，就需要匹配目标客群，做到有的放矢了。

关键词3：矩阵

在揭示内容与年轻宠物主消费的数据之后，《洞察报告》呈现了矩阵化拓展电商的思路。一系列国际与

本土主流品牌在抖音的布局，积累粉丝、种草拔草全链路经营，均带来了具有重要研究价值的范例。

《洞察报告》指出：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。在报告中，宠物行业达人丰富的生态具有亮眼表现。不同维度的达人数据，为拓展抖音电商，带来高匹配度的选择。

在达人与企业的双重发展生态中，矩阵化拓展是一种成功的电商模式。《洞察报告》提到：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；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。

近几年，短视频平台快速切入电商板块，兴起短视频带货以及直播带货的热潮，实现内容流量到商业转化的完整闭环，给宠物行业带来了新的机遇