WISERS 慧科

宠物行业

双11营销前瞻洞察

400-096-9797 www.wisers.com.cn

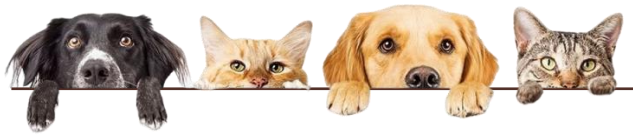


慧科讯业Wisers
在线客服

慧科讯业Wisers
官方公众号

Global Media Monitoring & Analyts

Copyright © 2025 Wisers Information Limited.



前言

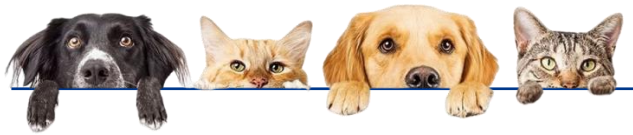
随着社会的不断进步和人们生活方式的多样化，宠物在人类生活中的地位不断变化。如今，在“悦己经济”与“情感消费”崛起的宏观背景下，宠物经济正以不可忽视的增速重塑中国宠物消费市场格局。2023年以来，宠物消费市场规模增速维持在4%-5%，预期2026年将增至3365亿元。

数据显示，宠主购买宠物产品首选是线上渠道，占比68.1%。顺应宠物消费的电商化、便利化趋势，一年一度的双11大促也是宠物行业的重要营销及销售节点。

今年双11预热期间，宠物行业营销声量走势如何？全网围绕宠物双11营销有哪些热议话题？哪些平台成为宠物行业双11营销内容的主阵地？宠物行业呈现出哪些营销趋势及创新品牌玩法？

慧科讯业基于旗下全球全媒体、全区域覆盖的舆情智能监测、管理和分析平台WisersOne数据，结合行业公开信息，盘点了今年双11预热期间的宠物行业营销趋势及洞察，希望为行业布局后续大促提供营销策略参考。

（注：本报告数据主要呈现宠物行业双11期间整体营销趋势，不涉及具体品牌社媒表现及分析）



目录

01

行业背景：
市场大盘、消费人群及消费渠道

02

宠物行业双11营销预热分析

- 社媒表现与媒体分析
- 品牌营销趋势：双11前哨战打法

03

宠物行业营销解决方案

行业背景：市场大盘、消费人群及消费渠道

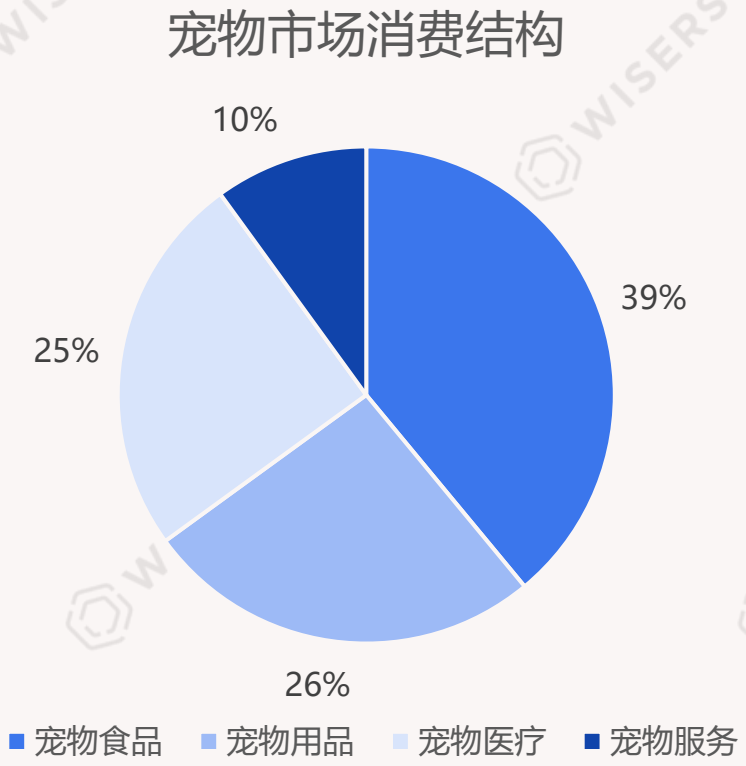
01

PART ONE



市场大盘：2026年宠物消费市场规模预计将达3365亿元

- 2023年以来，宠物消费市场规模增速维持在4%-5%，低增速常态化，**预期2026年将以4.3%的年增长率增至3365亿元。**
- 宠物食品仍为第一大细分赛道占比约39%，用品占比25%，医疗占比26%，其他服务占比10%。

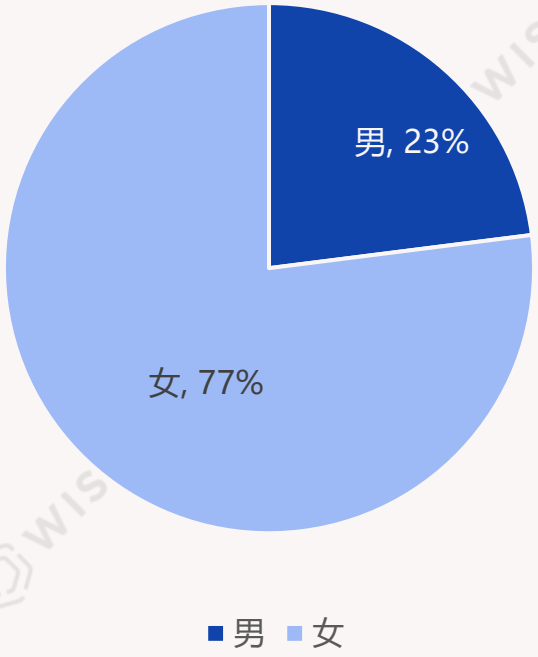


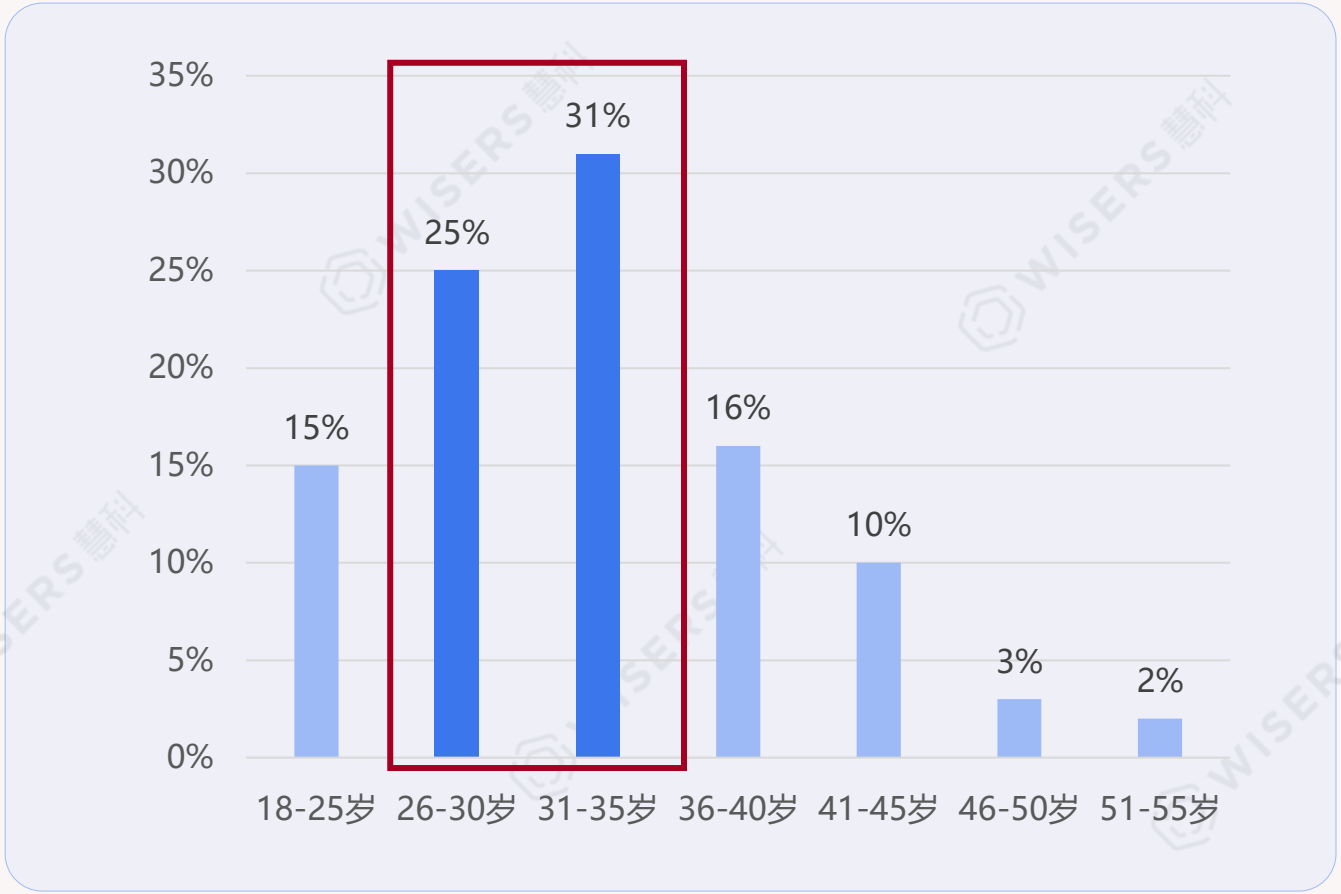


数据来源：亚宠研究院《2026年中国宠物行业发展报告》

消费人群：女性及中青年为核心消费主力

- **女性是宠物市场核心消费力，占比近八成。**
- 从年龄来看，26-35岁的中青年构成宠物消费的中坚力量，合计占比56%

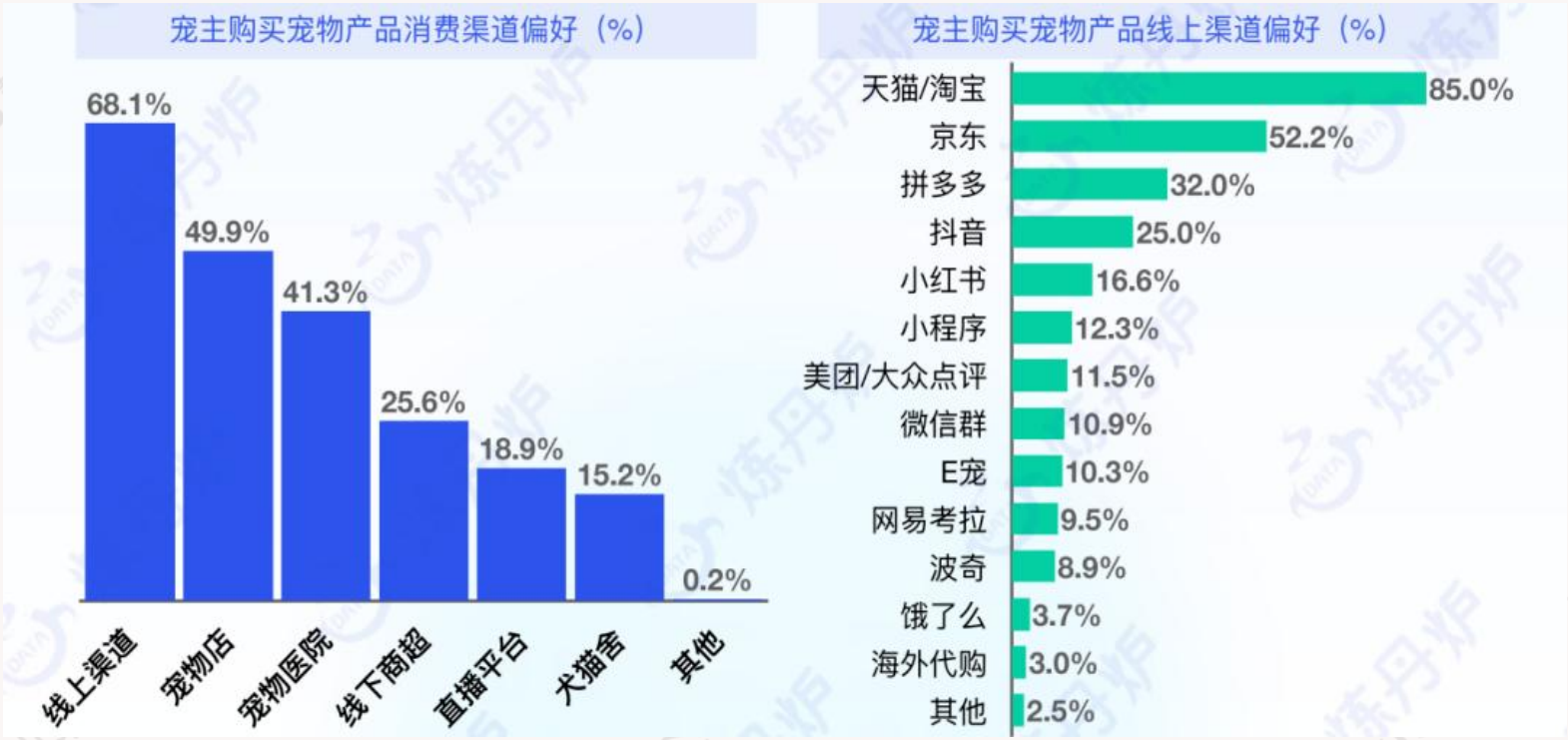




数据来源：亚宠研究院《2026年中国宠物行业发展报告》、炼丹炉《2026年中国宠物行业白皮书》

消费渠道：线上仍是宠物主购买首选，更偏好天猫/淘宝、京东等平台

- 《2026年中国宠物行业白皮书》显示，宠主购买宠物产品首选仍是线上渠道，占比68%。
- **线上渠道中，宠主对天猫/淘宝、京东的偏好度仍保持较高的占比**，这印证了宠物消费的电商化、便利化趋势。
- 整体来看，市场渠道高度集中，品牌应优先布局头部线上平台，并协同线下专业网络构建完整触达体系。



数据来源：炼丹炉《2026年中国宠物行业白皮书》

宠物行业
双11营销预热分析

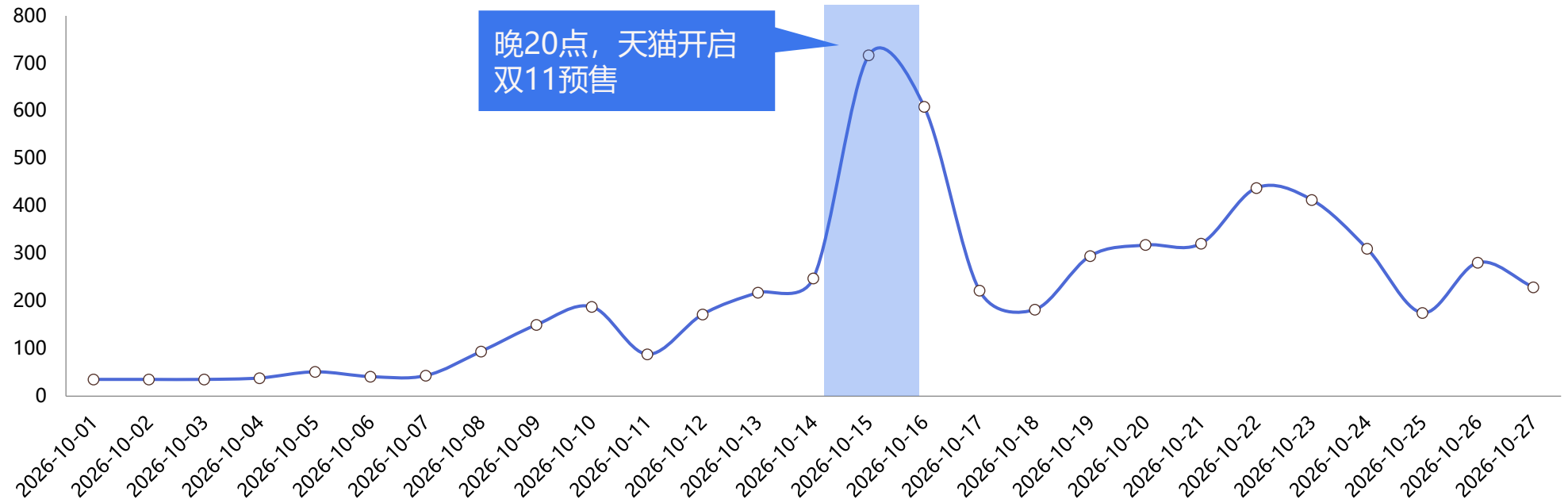
02

PART TWO



宠物双11营销预热期声量：天猫预售开启，声量达到峰值

- WisersOne数据显示，**双11预热期间，宠物行业营销相关讨论声量在10月15日达到峰值。**
- 当日声量来源于天猫当日晚间20点正式开启2026年双十一预售，带来声量高峰，并将高热度延续至第二天（10月16日）。



数据来源：WisersOne数据监测平台，数据周期：2026.10.1– 2026.10.27

宠物双11营销预热期讨论：各平台大促活动及品牌表现引热议

WISERS慧科

WisersOne数据显示，监测周期内，中性、正面、负面的声量占比分别为73%、24%、3%。

其中，正面讨论中的热点内容围绕各平台大促活动及品牌表现，热门帖子包括：

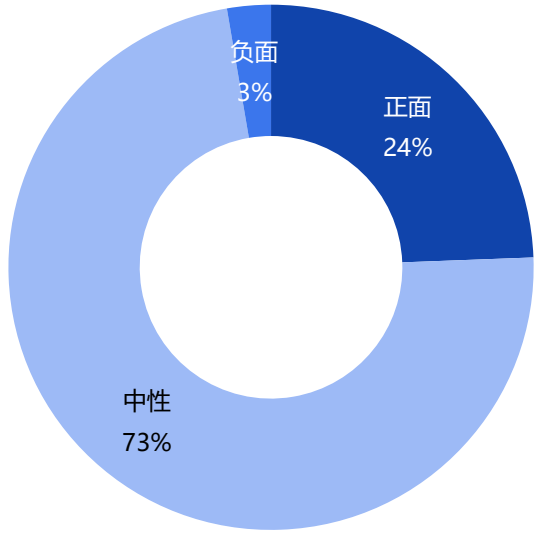
- 《天猫双11开卖：124个品牌成交额破亿》
- 《小红书让AI先给答案，创作者的生意怎么办？》
- 《双11大促全面开战；微信上线短剧平台；三只羊复出倒计时丨电商周报》

字节跳动

1 抖音双11首日战报：成交额超百万新品数量同比增长111%

10月15日，抖音电商双11正式开始。据平台消息，今年首次参加双11成交额突破百万达人数量同比增长30%；成交额新突破百万商家数同比增长74%。开售首日，商品卡成交额破百万商家数量同比增长103%，搜索带动成交额破百万商家数量同比增长111%，成交额超百万新品数量同比增长111%。

分行业来看，服饰、美妆个护、快消耐消等品类增长趋势明显，其中宠物用品行业商家成交额同比增长129%，农产品生鲜行业成交额过百万的商家数量同比增长205%，服饰行业成交额破千万商家同比增长69%，耐消行业成交破亿品牌数量同比增长120%，快消行业成交额突破千万元的商家数量同比增长223%。

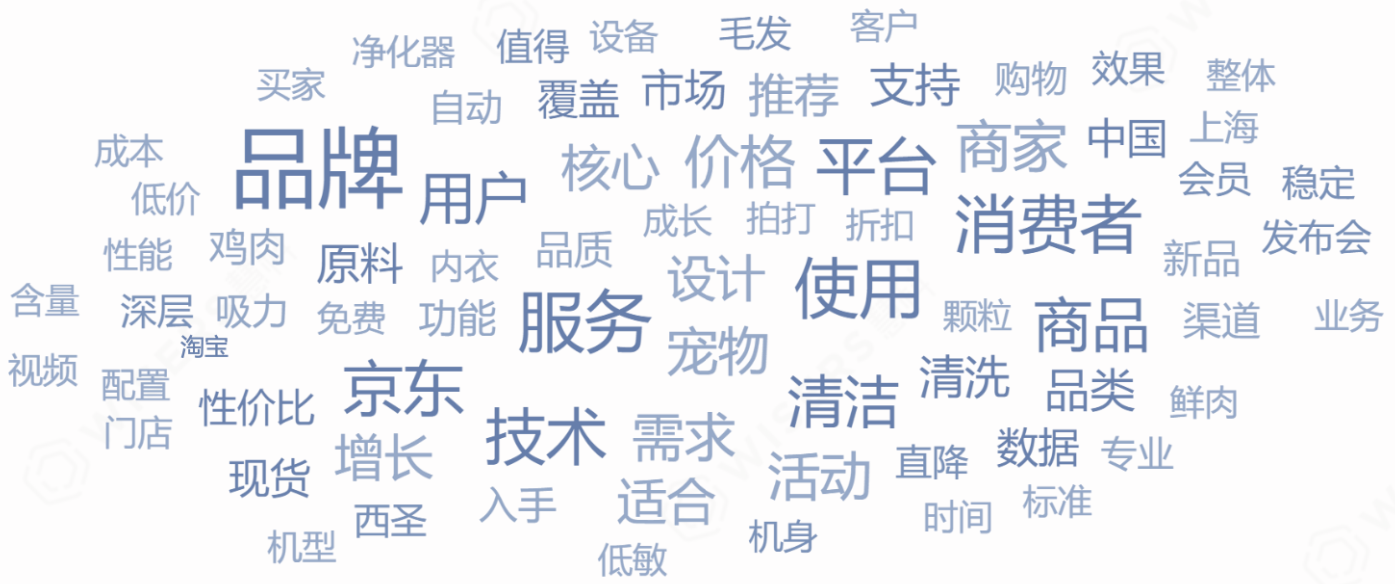


数据来源：WisersOne数据监测平台，数据周期：2026.10.1– 2026.10.27

宠物双11营销预热期关注：社媒关注电商平台及产品特点

- WisersOne数据显示，**宠物行业双11预热期间营销相关内容中，社媒平台提及量前三的热词为：品牌、服务、消费者。**
- 词云显示，社媒讨论热度主要集中在平台及产品特点上，提及包括京东、淘宝等主流电商平台，以及服务、技术、价格等产品特点。

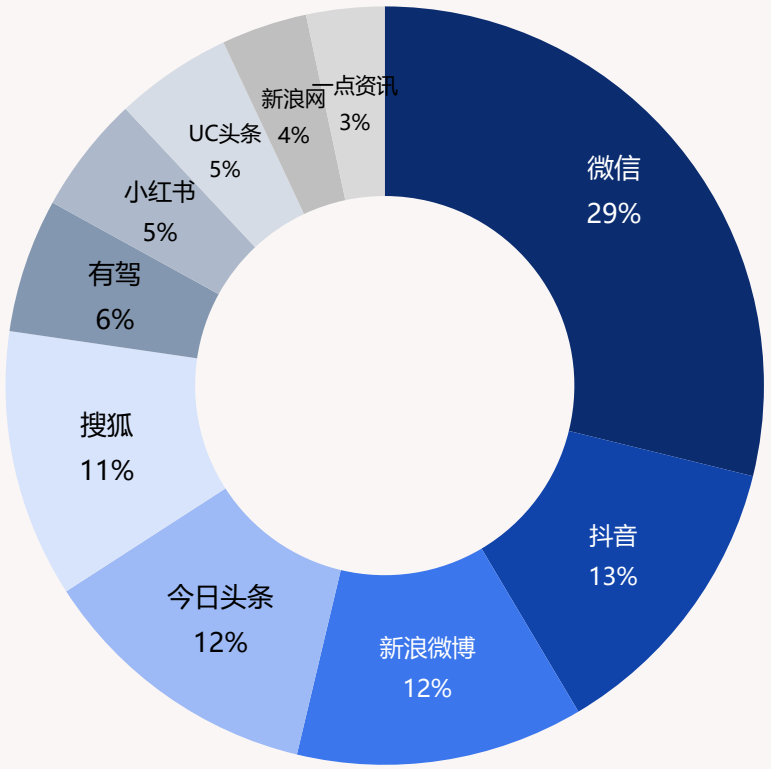
热词
品牌
服务
消费者
使用
平台
京东
技术
商品
清洁
用户



数据来源：WisersOne数据监测平台，数据周期：2026.10.1– 2026.10.27

微信、抖音及微博成为宠物双11营销预热期相关内容主阵地

在媒体平台中，**微信、抖音、新浪微博**声量排名前三，分别占比分别为29%、13%、12%，占据总声量超五成。



数据来源：WisersOne数据监测平台，数据周期：2026.10.1– 2026.10.27

营销趋势一：品类精细化，科学养宠观念推动“分阶喂养” 生意增长

- 随着科学养宠的观念深入人心，进阶的“铲屎官”已经开始关注宠物不同年龄阶段的特定需求——幼年时，关注生长发育；成年后，重视体态管理；进入老年，又有新的照护需求。对宠物品牌而言，这背后是一条正在加速形成的黄金赛道。
- 今年双11前夕，淘宝天猫联动皇家、鲜朗、麦富迪、网易严选、领先、pidan、比乐、唯特医生、弗列加特、佳乐滋等超30个业界头部品牌，打造了以“无论几岁，宠爱万岁”为主题的分阶喂养品类营销活动。淘宝天猫官方数据显示，活动带来近5亿线上社媒曝光，活动商家店铺GMV同比增长近40%，活动商家店播GMV同比增长近130%，分阶喂养趋势品类双位数增长。





营销趋势二：高端化破圈，线下场景反哺线上转化

- 近些年，平价宠物粮成分造假、原料霉变等乱象屡禁不止，不断拉低行业底线。为规避风险，大量养宠人主动升级消费，转向口碑与品质更突出的中高端宠粮。
- 线下体验式营销正在成为国产品牌拉高调性、反哺双11线上转化的标准动作。各大品牌借多元线下活动拉高自身调性 ，以多元线下场景抢占用户心智，塑造专业、轻奢兼具生活质感的高端形象。



麦富迪打造自然主题慢闪店，通过烘焙派对等互动活动提升高端主粮认知



鲜朗入驻超2万家宠物门店，通过进驻山姆、盒马等高端商超，触达高消费人群



蓝氏在一线城市举办宠物节、时装周扩大声量，带来高端化的品牌形象

营销趋势三：IP 联名升级，从流量代言到 “人宠共燃” 场景

- 近来，宠物品牌 IP 联名已从 “包装印 logo” 的短期促销，转向IP人群资产 × 产品场景 × 内容共创 × 渠道活动的组合打法。
- **品牌通过富有创意及认同感的IP联名，争夺宠主注意力与实现圈层破局**，宠物营销正在从 “找个明星站台” 升级为 “构建人宠共享的文化场景”，把明星流量和宠物情绪资产通过IP联名结合到一起。



天元宠物Petstar推出葡萄牙、法国国家队官方授权的世界杯主题宠物用品系列，将体育赛事的狂欢氛围和养宠场景充分结合，重构人与宠物共同参与的生活体验



10月15日，宠物品牌PLUGINPET官宣侯明昊为品牌全球代言人，他的柴犬Monkey被任命为“首席萌宠官”。

宠物行业
营销解决方案

PART THREE

03



慧科讯业宠物行业大数据营销解决方案

WISERS 慧科

✓ Wisers宠物行业一站式大数据营销解决方案，集数据采集融合、数据清洗、打标、产品平台化、多场景化于一体，提供全站式服务，助力品牌实现精准营销

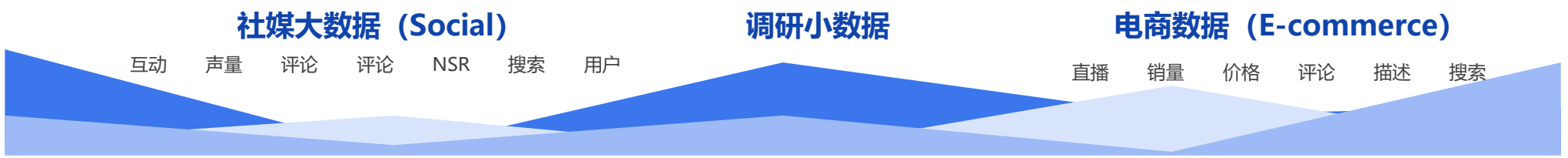
宠物行业营销场景

行业		品牌		产品		营销		用户	
行业热点	美妆趋势	品牌竞争	品牌印象	新品追踪	产品分析	营销活动	内容营销	人群洞察	美妆趋势
新兴场景	细分市场	品牌口碑	品牌健康	产品口碑	产品创新	渠道策略	投放监测	新兴场景	细分市场

WisersOne 产品矩阵

数据监测 | 预警中心 | 热榜订阅 | WD行业洞察 | KOL平台 | WBI分析看板 | DAE平台

多渠道数据源融合



宠物行业综合解决方案

Wisers-昊天
分词/别称/消岐/意图理解/多模态

01 多数据源采集
- 数据采集覆盖全面
- 实时更新

Wisers-盘古&神农
聚类/去废/去水/主体/分类/图像/实体/维度/话题/观点/情感

02 数据清洗打标
- 数据清洗
- 数据结构化
- VKG技术

WisersOne
SaaS化By行业+账号数据订阅服务模式

03 产品矩阵
- WisersOne产品矩阵
- WD行业产品
- WBI定制化BI产品

WisersAnalytics
基于垂直行业的深度洞察和观点

04 场景洞察分析
- 洞察分析
- 圈层模型
- 分析模型
- 指数算法
- 行业经验

慧科讯业自研分析多种模型，助深度分析数据

购买意向模型

- 分析用户评论，自动识别、预测粉丝/用户对不同品牌或产品的购买意向



营销活动识别

- 判别是否为品牌营销活动
- 名人推介、跨界联名、电商直播、优惠促销、公益活动……



活动发现模型

- 活动类型体系
- 通过对社交帖文的分析发现营销活动，并识别出活动相关信息



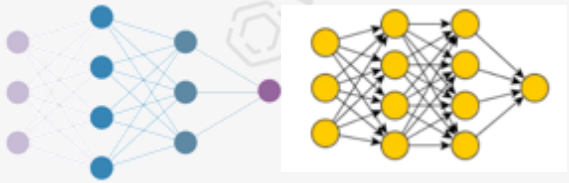
KOL种草形式

- 种草推荐、开箱评测、探店打卡、挑战活动、剧情演绎……



品牌推广模型

- 识别推广、软文、商单类内容，反映意见领袖或品牌商的推广效果



人群兴趣/lifestyle标签

- 覆盖衣食住行方方面面：旅游、运动、科技、时尚、美食、萌宠、影视、音乐、艺术……



针对宠物行业多场景聚焦洞察

WISERS慧科

行业机遇
业务增长

行业趋势
行业竞争格局
市场趋势研究
行业关键痛点
细分市场研究

品牌定位
品牌健康度诊断
品牌印象分析
品牌营销表现

产品创新
行业新产品趋势
新品监测
新产品测试
……

营销现状诊断
追踪本竞品营销表现，及时调整营销策略

营销策略渠道研究
新兴社媒平台营销策略分析

营销KOL投放评估
社媒投放前评估
投放组合优化
投后评估

营销活动效果监测
追踪各类营销活动传播效果，复盘活动影响力



人群洞察
用户增长

目标人群研究

用户体验诊断

人群画像及特征

不同圈层人群需求点

营销提效
提升效率

渠道规划
对于同时具有线上、线下渠道进行分析，优化线上线下渠道的规划和资源配置

分渠道营销对销售驱动分析
不同线上社媒渠道对于线上、线下销售的影响因素分析

渠道价格监测和分析
线上渠道价格监测
价格监测
大促研究
电商搜索指数

渠道优化
线下渠道门店分析
店铺运营优化

渠道分析
销售增长

WISERS 慧科

马上联系在线客服，
免费获取宠物行业Demo



慧科讯业Wisers在线客服

慧科讯业Wisers官方公众号

400-096-9797
www.wisers.com.cn

Global Media Monitoring & Analyts
Copyright © 2026 Wisers Information Limited.