

疗愈心灵、获得陪伴 Z世代拉动“它经济”快速发展 部分年轻人患上“萌宠依赖症”

当下,部分年轻人似乎患上了“宠物依赖症”,Z世代以主力军的姿态拉动了“它经济”快速发展。继“云养猫”之后,云养国宝、公益救助、成精宠物吸引年轻人目光,各大网络平台的宠物内容赛道快速发展,逐渐成为最受年轻人关注的垂类之一。



宠物数量不断上涨 90后、95后“蜂拥”当上宠物主

来自克劳锐的报告显示,我国宠物数量近年不断上涨,2021年城镇犬猫的市场规模达2490亿元,同比增长20.6%,宠物猫数量近五年来增长55%。

中国宠物经济行业规模及品牌数量不断增长,电商平台猫犬行业的品牌数量年复合增长率约为50%。

从宠物零售到宠物服务,

国内宠物产业向精细化发展,产品及服务贯穿宠物生命的全周期。

数据显示,城镇养宠人群中,90后及95后增长最快,2021年占比达到46%,宠物主朝着年轻化的趋势发展,Z世代人群的宠物消费金额涨幅较大。

散步遛弯、野餐郊游…… 猫狗过上幸福生活

宠物家庭是怎样的构成?调研数据显示,宠物主中有房一族及无孩伴侣居多,95至00后是养宠“潜力股”。同时,饲养多只宠物的年轻人占比达55%,养宠人群中,89%人群正在养猫、狗,80后及90后饲养的宠物更加多元。

疗愈心灵、获得陪伴是年轻人养宠主要原因,萌宠内容获得广泛喜爱,“云养宠”现象在年轻人中较

为普遍。

潜在“宠物主”们对个人能力要求较高,养宠的阻力更多的是陪伴时间有限、缺乏经验、居住空间小、经济能力不足等。此外,21.21%的被调查人群因无法面对宠物离去而未养宠,以90后、95后为主,年轻人养宠选择更加慎重。

年糕、豆包……这些美食名称正在被爱宠“征用”。据调查,68%

的年轻人会为宠物取名,大部分的宠物昵称五花八门,美食、名人、宠物样貌成为主要的灵感来源。52%的养宠家庭会为宠物打造独立空间,购置“宠物别墅”是主要方式。

猫猫狗狗过上了怎样的生活?散步遛弯是年轻人带宠物出门最多的场景,带宠物野餐郊游成为第二大热门,美容护理、选美赛跑、就医问诊等次之。并且,大部分宠物主会定期带宠物到宠物店进行美容保养,41%的猫主人选择在家为宠物洗澡,92%的狗主人选择去宠物店。

爱宠花费“丰俭由人” 就医难、清洁难是两大痛点

整体来看,无论是线上还是线下,越来越多年轻人“依赖宠物”实现自我疗愈,宠物家庭角色的变化,是宠物消费升级的重要前提。

养一只爱宠要花多少钱?实际情况“丰俭由人”。克劳锐调研数据显示,48%的人群每月为宠物消费200至500元;25%的人群月均花费500至1000元,00后占比高于其他代际人群;仅8%的人群花费在1000元以上,该类人群一般家中同时饲养多种宠物、以85后和95后为主。

猫狗主人作为宠物消费主力军,主粮、日用品、医疗品类花费最

多。猫主人对主粮的消费需求最强,狗主人对宠物零食的消费金额高于饲养主粮,小型犬对日用品及玩具消费金额最多,大型犬对宠物医疗消费金额最多。

从宠物食品的购买渠道来看,32%的人群偏好品牌旗舰店、直播间下单,近七成人群选择其他渠道;80后是私域社群和达人直播间下单宠物食品的主力;85后及90后渠道选择较分散,85后更多选择线下宠物店消费。

价格、口碑、品质是影响用户宠物用品消费决策的首要因素,除此之外,熟人推荐及智能化因素对用

户消费决策的影响较大。

年轻人养宠需求正在不断升级,健康饲养、解放双手、高效清洁、智能监测、隔空陪伴等养宠需求带动宠物用品向智能化方向发展。

越来越多年轻人关注宠物产品的设计理念,且大部分年轻人群愿意尝试宠物时尚,但在消费结构中,宠物美容及服饰消费金额比重较小,仍有发展潜力。

年轻人“爱宠”消费延伸到多领域的产品设计及服务理念。年轻人不仅为宠物购买产品,同时偏好购买具备萌宠设计元素的人用产品,90后及95后偏好较为突出;80后及85后更加偏好购买人宠同款的服饰穿搭;线下消费中,年轻人更加偏好宠物友好的商店、餐厅等。

性强的趣味日常,使得与宠物相关的国货产品、科技产品带来了较高热度。快手上宠物搞笑内容及宠物才艺内容表现突出,感人、猎奇元素的内容热度较高,宠物神器更加吸睛。

鸟类、爬行动物、兔子,甚至是鸭、鹅……B站上,萌宠与UP主创意内容的结合更受用户青睐,异宠圈层悄然兴起,不少网友“沉浸式”被种草。(北京青年报)

调查: 八成青年人 愿为气候保护出力

极端天气正在全球各个角落发生。近期,中国青年报·中青校媒针对气候变化和环境保护问题,面向全国高校大学生发起问卷调查,共回收164所高校学生填写的有效问卷3745份,调查结果显示,80.48%的受访大学生认为“气候变化是现实且紧迫的挑战”。

调查发现,超九成受访大学生表示关注或留意过当前的气候问题,其中20.37%受访者非常关注,41.66%受访者比较关注,30.79%受访者一般关注。在关注渠道方面,86.68%受访者通过新闻报道推送了解,50.95%受访者通过和朋友家人聊天时获取新信息,31.88%受访者会自己主动查询相关资讯和资料了解气候变化的新动向,还有14.58%的受访者通过学习相关专业知识对这一问题进行深入探究。

近期的气温骤降让学习相关专业的李雨晴萌生了搞清楚背后原因的想法。“我的研究课题也与此有所关联。有一类说法是随着全球变暖问题的加剧,大部分地区会变暖而欧洲会变得更冷。在季节性的趋势上,夏天会越来越热而冬天会更加寒冷。”

调查发现,79.73%的受访者期待大力发展可再生能源,以及通过科技创新节能减排;79.52%的受访者期待公益组织、专业机构和媒体多组织环保科普活动;72.26%受访者期待社会各界多组织环境保护活动;68.38%受访者期待加大污染源管理和治理力度;64.78%受访者期待循序渐进、合理有效的环境管理制度。

“身为一个土生土长的湖北人,我以前并不知道湖北是国家首批低碳试点。”在搜集湖北省碳排放相关的资料时,北京第二外国语学院人文地理与城乡规划专业的程馨月感慨道。

面对气候变化和环境保护这一“现实且紧迫的挑战”,不少受访大学生用力所能及的方式积极应对。调查显示,61.58%受访者参加过环保公益活动或环境保护工作。具体而言,其中73.76%受访者参加过清理、清扫类公益活动,70.03%受访者参加过宣传环保理念的工作,20.56%受访者利用专业特长开展环保工作。

调查显示,77.99%的受访者表示未来会组织或参加环保活动,希望为环境保护出一份力。在个人职业规划方面,28.59%的受访大学生表示未来会投入环保相关产业或进行相关领域的工作,58.03%的受访大学生表示未来可能会涉猎相关工作或作为工作之余的公益事业。(应受访者要求,文中大学生均为化名)(中国青年报)

现实生活不耽误“云养宠” 异宠圈层悄然兴起

不管家里有没有爱宠,“云养宠”都是年轻人在社交平台的重要活动。各平台萌宠垂类的热门内容以猫狗为主流,同时覆盖多元的动物品种。

从平台来看,微博注重真情实感的日常分享及公益发声,动物救助及真情实感的养宠记录获得更多

关注。同时,人们在微博被种草的不仅仅是宠物产品,更多是针对养宠场景相关的泛生活产品。

小红书上的宠物热门内容多为主人视角下的宠物生活方式,满足更多宠物品种的细分需求,注重健康养宠。

抖音的热门内容多为人宠互动