

2024 宠物玩具 出海研究报告



大数跨境出品

www.10100.com




前言

在现代社会，宠物不仅仅是家庭的成员，更是情感的寄托。宠物玩具作为连接宠物与主人情感的纽带，其设计和功能不断推陈出新，以满足宠物的身心健康需求和主人的情感交流需求。宠物玩具不仅为宠物提供了必要的身体锻炼和心理刺激，还促进了宠物的智力发展和良好生活习惯的培养。

随着全球宠物市场的蓬勃发展，宠物玩具作为这一市场的重要组成部分，其重要性日益凸显。本报告旨在深入探讨宠物玩具市场的现状、发展趋势以及该品类在出海过程中可能面临的挑战和机遇。并通过对全球宠物玩具市场的深入分析，揭示了市场的规模、增长速度以及消费者行为的变化。在宠物玩具市场的多样性和宠物需求的特异性背景下，大数跨境将为读者提供宝贵的市场洞察，帮助企业 and 卖家深入了解宠物及宠物主的需求，把握市场动态，制定有效的市场策略。

大数一下，马上跨境

想要了解更多研报详情和商务合作，欢迎添加微信咨询

 www.10100.com



合作微信



大数跨境公众号



目录 contents

01 | 市场概况

02 | 热门区域分析

03 | 行业分析

04 | 品牌案例





01

PART ONE

市场概况

MARKET OVERVIEW

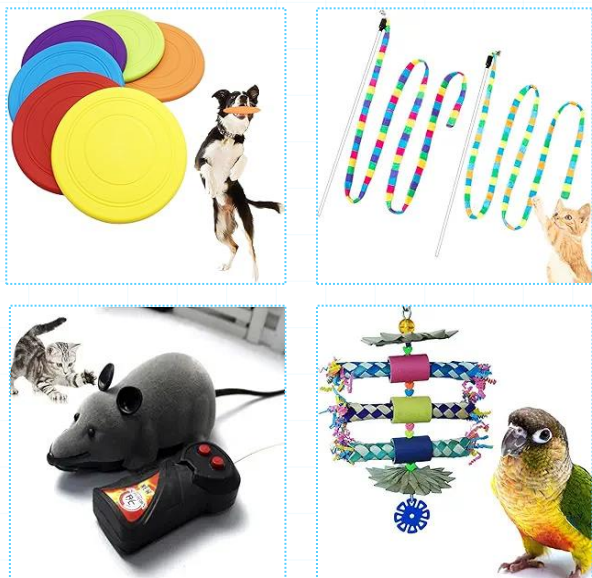


市场定义

宠物玩具是专为宠物设计的娱乐和教育用品，旨在**满足宠物的玩耍需求、锻炼身体、提供精神刺激以及加强宠物与主人之间的互动**。这些玩具可以是简单的咀嚼物、球类、毛绒玩偶，也可以是复杂的益智玩具或带有声音和运动功能的互动玩具。

无论是用于日常娱乐、训练学习、缓解独自在家的焦虑、增加户外探险的乐趣，还是帮助宠物适应旅行、进行康复治疗、参与社交活动，甚至是为老年或有特殊需求的宠物提供定制化的活动，宠物玩具都能满足宠物的身体和心理需求，同时增强宠物与主人之间的互动和联系。

互动玩具



益智玩具



陪伴玩具





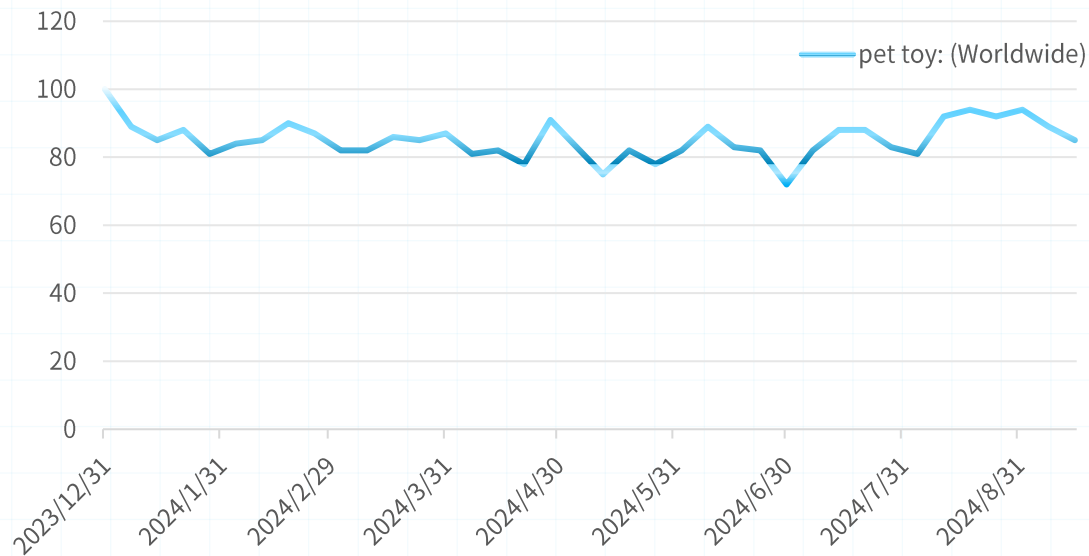
市场规模

宠物玩具热度保持高位，市场规模持续走强

根据谷歌趋势数据显示，宠物玩具的全球搜索热度在2024年一直保持在高位震荡，始终在80-100之间跳动，连续稳居热门搜索之列。这一现象不仅在美国、澳大利亚、英国等国家的用户中引发广泛关注，其影响力更是横跨全球。随着宠物市场的不断扩张，**宠物玩具市场也正迎来一波新的增长浪潮。**

2023年，全球宠物玩具市场规模已经达到了90亿美元，随着宠物经济的持续繁荣，预计到2032年，全球宠物玩具市场将以6.7%的年复合增长率增长，**市场规模有望增至150亿美元。**

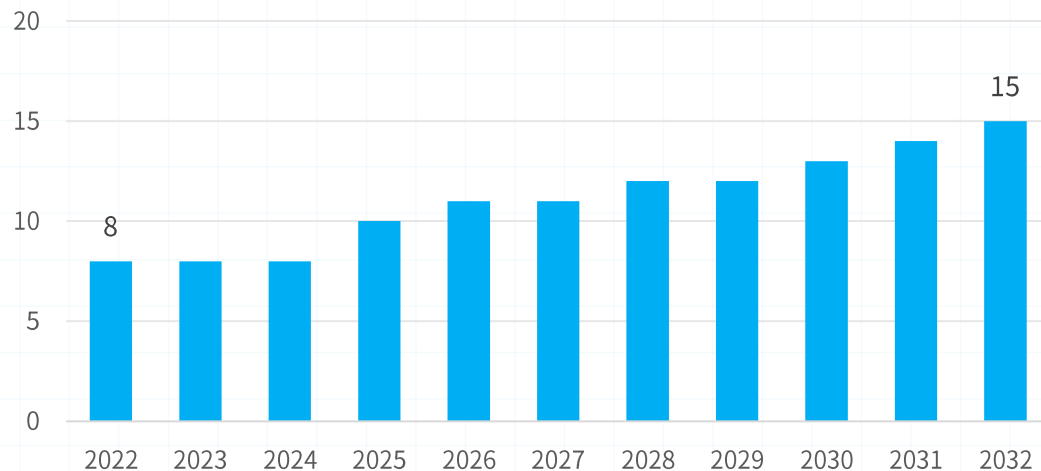
宠物玩具谷歌全球热度趋势



数据来源：谷歌趋势

全球宠物玩具市场规模

单位：十亿/美元



数据来源：Market.US

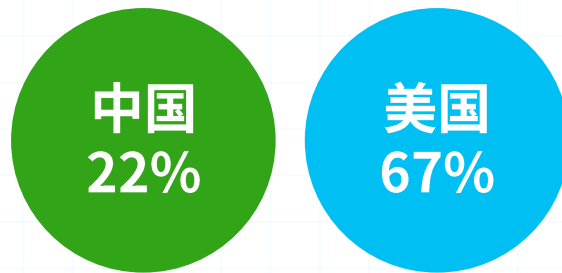


宠物饲养比

宠物渗透率与日俱增：据统计，超过半数的家庭拥有至少一只宠物。在欧洲和北美，宠物拥有率尤为突出，而亚洲的宠物普及率虽然相对较低，但也在不断增长。2023年中国宠物家庭渗透率只有22%，而美国高达67%。

宠物玩具市场规模巨大：宠物玩具市场已步入发展繁荣期，国内外众多品牌纷纷进入市场，推出了各式各样的宠物玩具，其营业收益在全球范围内持续攀升。北美市场以其强劲的购买力，占据了市场的领先地位。紧随其后的是亚太地区，市场份额已经达到30%，并且增长势头迅猛。在欧洲市场上，宠物玩具市场规模也相当庞大，以18%的市场份额稳居第三。

2023年中美宠物家庭渗透率对比



数据来源：艾媒网、小牛行研

不同国家宠物饲养类型占比

国家	美国	加拿大	墨西哥	英国	西班牙	俄罗斯	波兰	意大利	法国	中国	日本	澳大利亚	...	总计
狗	50%	33%	64%	27%	37%	29%	45%	39%	29%	25%	17%	39%	...	33%
猫	39%	35%	24%	27%	23%	57%	32%	34%	41%	10%	14%	29%	...	23%
鱼	11%	9%	10%	9%	9%	11%	12%	11%	12%	17%	9%	13%	...	12%
鸟	6%	4%	10%	4%	11%	9%	7%	8%	5%	5%	2%	10	...	6%

数据来源：GfK Survey

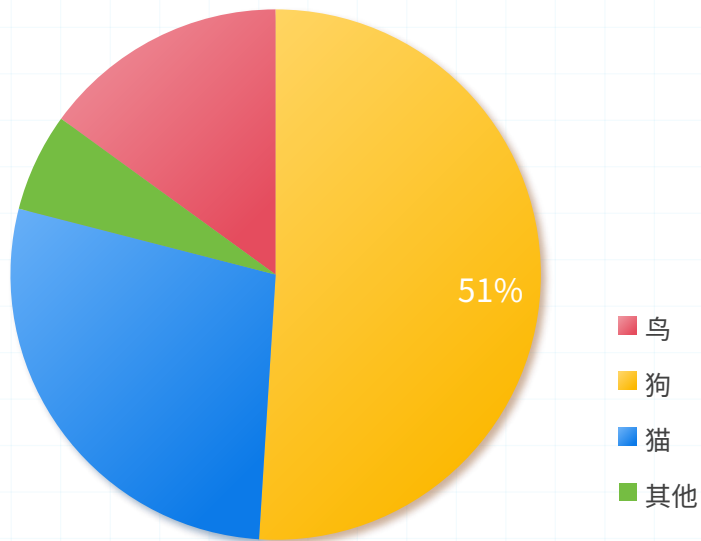


品类细分——按宠物类型划分

狗玩具市占率过半：全球宠物市场上猫、狗和鸟的市场占比达到约94%，其中狗作为最受欢迎的宠物，其玩具类型在全球宠物玩具市场中的份额高达51%，紧随其后的是猫玩具，这表明宠物玩具市场主要受到宠物种类偏好的驱动。

玩具品类丰富：当前市面上的宠物玩具满足了牙齿护理、智力刺激、身体锻炼、情感满足、捕猎本能激发、环境丰富以及视觉和听觉刺激等多方面的功能，来促进宠物的全面发展，这些玩具不仅丰富了宠物的生活，也加强了宠物与主人之间的互动和联系。

2022年各类型宠物对应的宠物玩具市场规模占比



宠物狗	宠物猫	宠物鸟
咬胶和咀嚼玩具	毛绒玩具	咬木和咀嚼玩具
拉绳玩具	激光指针	铃铛和响铃玩具
球类玩具	猫抓板和猫树	攀爬架
益智玩具	球类玩具	秋千和吊床
毛绒玩具	智能玩具	益智玩具
飞盘和接球器	羽毛棒	水浴玩具
浮水玩具	自动投食器	反光镜

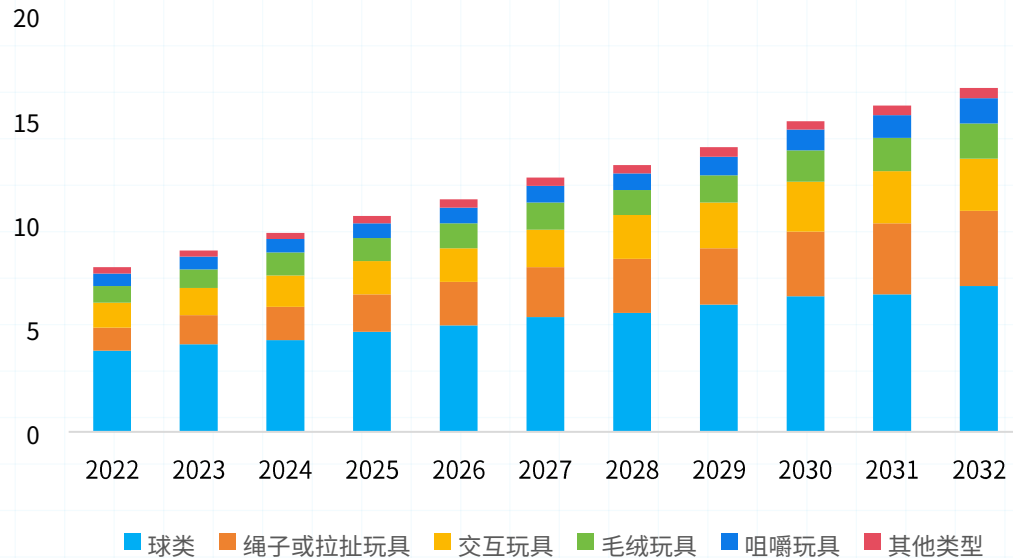


品类细分——按玩具类型划分

球形状玩具需求最高：玩具球在宠物玩具市场中占据主导地位，预计从2023年到2032年，其需求量将持续增长，到2032年市场规模将达到约70亿美元。绳子和拉拽玩具以及交互玩具的市场占有率也将显著提升，预计到2032年，这两类产品的市场体量将达到目前的三倍。随着宠物玩具市场的不断扩大，这些产品类型的增长潜力巨大，尤其是玩具球，其市场领导地位在未来十年内将得到进一步巩固。

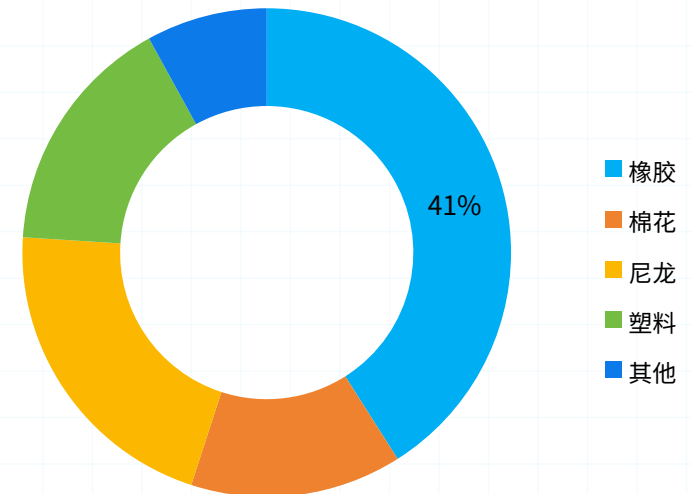
橡胶制品占比最大：在所有材质的宠物玩具中，橡胶以其高度的耐用性和耐嚼性等特征成为了玩具制品的首选材料，占比达到了41%，尤其对安全的热塑性橡胶和硅胶的需求，并预计在未来几年中继续增长。其次兼具强度和弹性的尼龙制品以及柔软安全的棉花制品。

不同宠物玩具市场规模(单位：十亿美元)



数据来源：market.us

宠物玩具市场不同材质占比



数据来源：www.gminsights.com



玩具细分——狗玩具品类

从亚马逊上各种细分类目下狗玩具的销量可以发现，市面上磨牙和训练互动类的玩具仍然是主流，其中**咀嚼类和发声类**总销量就占了半壁江山。从产品上架数量来看，发声类和咀嚼类玩具依旧表现亮眼，但新品上架数量少，而对于**毛绒玩具、飞盘和发球器类新品上架数量多**，但是其品牌集中度高，垄断情况严重。

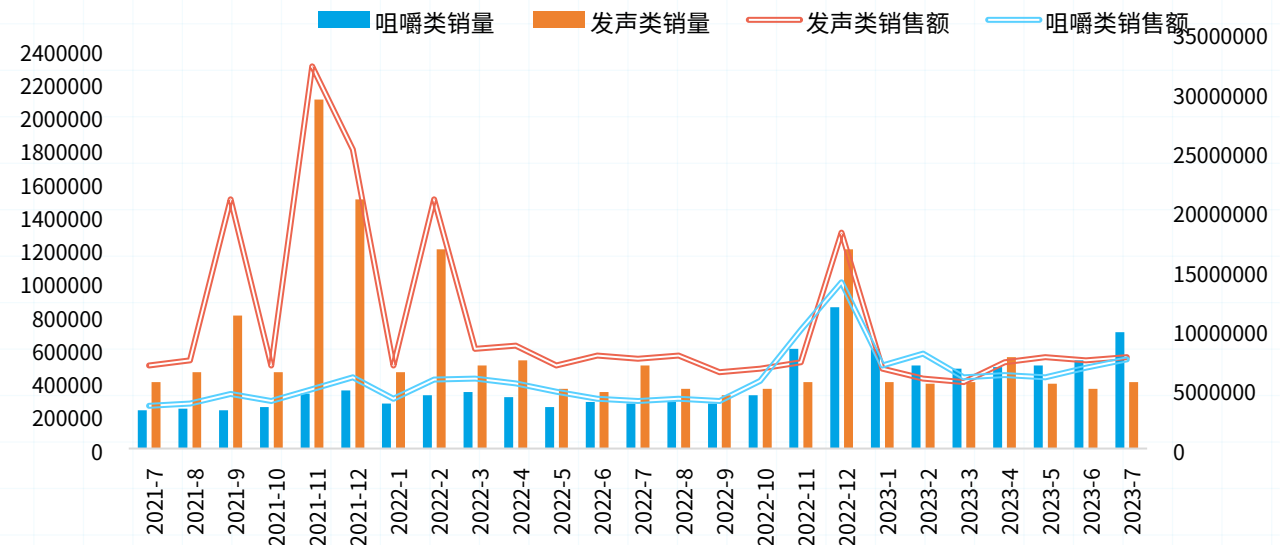
咀嚼玩具需求量稳中有升：咀嚼类玩具市场需求在2022年实现销量翻倍后，一直稳定的处在较高的需求量。其销售量在2023年7月再次突破60万大关，未来将保持持续稳定的增长。

发声玩具销售亮眼：目前发声玩具市场需求波动较大，亚马逊上此类的产品高达5000多个，常年销量保持在50万左右，市场需求和流量大。

亚马逊不同类型狗玩具销售数据

玩具类型	商品总数	月销总量	新品数量	商品集中度	品牌集中度	卖家集中度	卖家所在地
咀嚼玩具	4327	674550	4	31.70%	67.90%	90.50%	美国
发声玩具	5252	428458	2	41.00%	63.80%	80.30%	美国
球形玩具	2391	335770	7	34.90%	67.00%	87.70%	美国
毛绒玩具	235	129908	5	79.40%	96.60%	97.50%	美国
绳结玩具	904	111796	11	43.60%	52.50%	66.10%	中国
飞盘	445	88196	18	61.00%	81.20%	88.80%	美国
发球器	110	24458	16	84.50%	91.90%	95.20%	中国

咀嚼类、发声类狗玩具销售数据



数据来源：雨果跨境/亚马逊



宠物细分——猫玩具品类

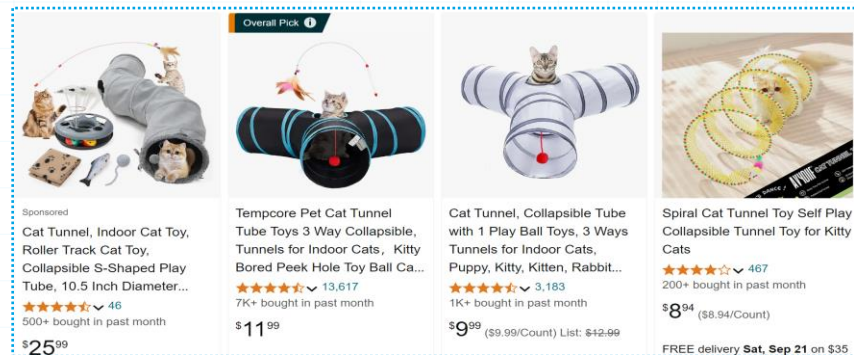
从近30天的销售情况显示，猫玩具品牌集中度要低于狗玩具，但在互动玩具和毛绒玩具类目上，垄断情况严重。**猫薄荷玩具、猫鼠玩具和羽毛玩具**作为销量最高的三类玩具，商品数量均在1000以上，月总销量最高达60w+,其中猫薄荷玩具就贡献了44%，中国卖家主导了这些玩具类目的销售市场。

猫薄荷玩具款式多样：在亚马逊上该类目的商品数量有近2000左右，并且月新品上架的数量也位列前茅。猫薄荷玩具款式花样多，及到各种各样的款式和组合上，比如猫薄荷老鼠，猫薄荷隧道和猫薄荷猫抓板等，此外，智能化的陪伴玩具也是一个可以重点关注选品方向。

多功能隧道玩具溢价高：玩耍隧道兼备玩具和家具功能，产品的多功能用途带来相当的溢价空间。不同产品之间的价格也大不相同，一些较为复杂、能够实现多种功能的隧道玩具在价格上更能占据优势。此类产品的品牌集中度较低，小卖家可以通过功能上的创新来突破竞争，抢占市场。

亚马逊不同类型猫玩具销售数据

玩具类型	商品总数	月销总量	新品数量	商品集中度	品牌集中度	卖家集中度	卖家所属地
猫薄荷玩具	1921	272318	10	36.80%	70.70%	87.10%	中国
猫鼠玩具	1709	178108	7	38.70%	48.50%	68.20%	中国
羽毛玩具	1433	164218	13	45.60%	52.20%	70.30%	中国
球形玩具	814	73839	15	39.50%	49.60%	58.70%	中国
玩耍隧道	426	57894	20	45.70%	58.10%	66.40%	中国
互动玩具	116	23842	3	98.90%	99.80%	100.00%	美国
毛绒玩具	40	243	/	100.00%	100.00%	100.00%	美国



数据来源：雨果跨境/Amazon

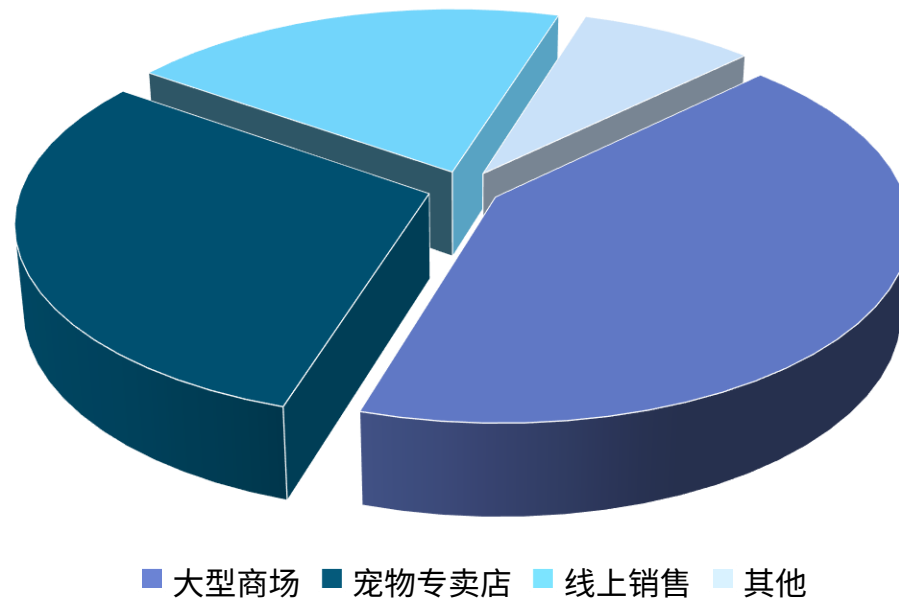


分销渠道

实体店占比最大，线上销售增速最快：通过超市销售的宠物玩具在2023年主导了该行业，收入份额最大。这一现象可以归因于一些专业宠物商店，他们在提升消费者购物体验方面进行了大量的投资，通过整合不同的技术，如人工智能，来吸引顾客。此外，**这些商店拥有众多品牌和广泛的产品组合**，为宠物主人提供了一站式购齐不同宠物用品的便利。

在2024年至2030年的预测期内，通过在线渠道销售的宠物玩具预计将以约6.7%的复合年增长率增长。在家购物的便利性使宠物主人在任何时间都可以轻松浏览和购买各种玩具。**在线平台通常提供详细的产品描述、评论和评级**，帮助消费者做出明智的决策。此外，社交媒体和网红营销的兴起推动了人们对时尚和创新宠物玩具的认识和需求。

宠物玩具市场分销渠道分布





02

PART TWO

热门地区分析

KEY REGION ANALYSIS

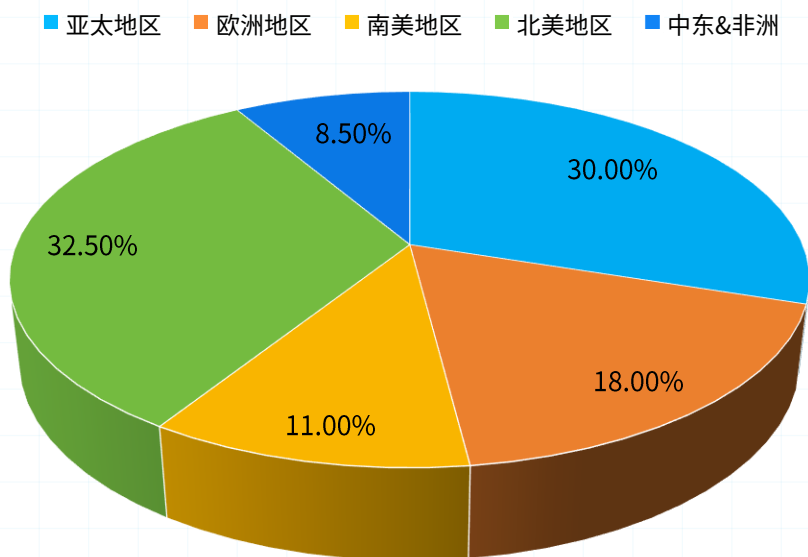


热门地区

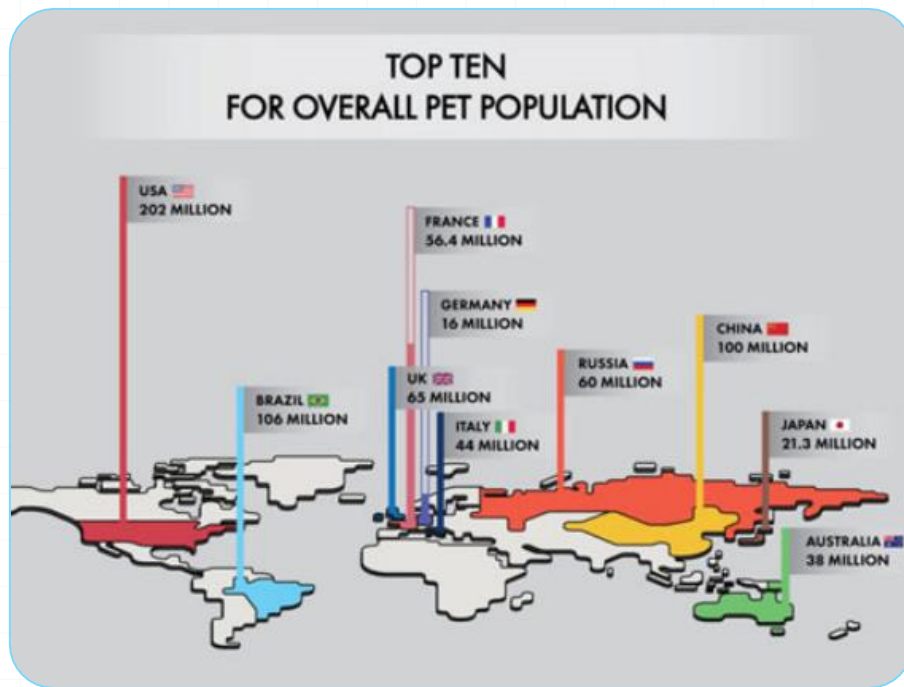
北美、亚太、欧洲领跑全球宠物玩具市场：北美市场以32.5%的市场份额领先全球宠物玩具行业，市场规模达到31亿美元，显示出该地区对宠物玩具的显著需求和巨大的市场潜力。亚太地区以30.0%的市场份额紧随其后，排名第二。值得注意的是，得益于经济增长和居民收入的提升，亚太地区的一些新兴市场对宠物玩具的需求正在经历迅猛的增长。

美国、英国和中日韩市场需求扩增：在北美市场上，美国是最大的宠物玩具消费国，70%的美国家庭养有宠，宠物玩具是宠物日常生活的重要组成部分，市场前景广阔。英国是欧洲市场上最具影响力的宠物饲养大国，其宠物玩具市场发展迅速，市场需求也与日俱增。亚洲市场的中国、日本和韩国也是不可忽视的部分。东南亚地区整体市场潜力巨大，随着该地区经济的持续增长和宠物文化的逐渐兴起，宠物玩具市场有望迎来快速发展期。

不同区域宠物玩具市场份额占比



数据来源：Market U.S



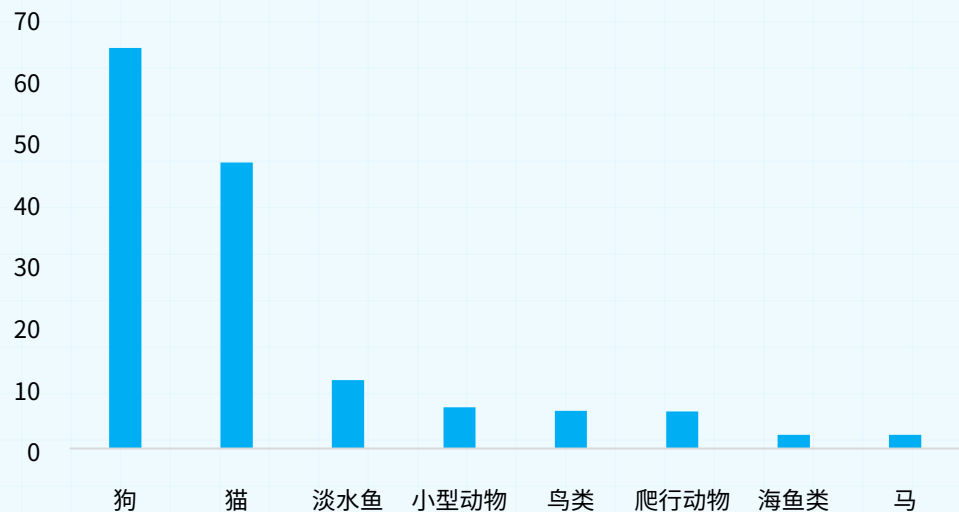


美国

美国宠物用品市场的持续增长：宠物玩具作为宠物用品的一个重要分支，其规模在2023年价值为7.9亿美元，预计从2024年到2032年将以8.4%的年复合增长率增长，到2032年市场规模将达到16.4亿美元。

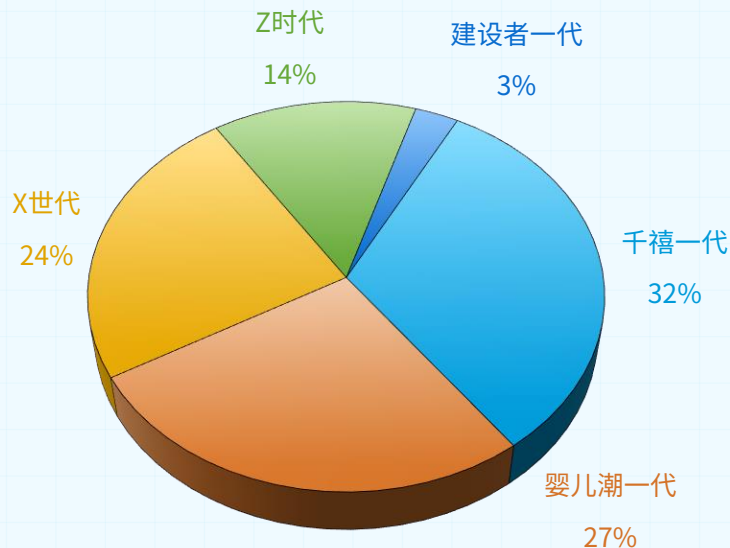
狗、猫是美国家庭饲养最多的宠物类型，此外，淡水鱼、小型动物和鸟类等在当地也占有一定的市场。**年龄分布上，宠物主人越来越年轻化**，千禧一代和Z世代成为养宠的新兴力量，养宠占比为46%。其中，**千禧一代是目前的养宠主力**，养宠占比为32%，这一代人对宠物的关爱和投入在推动宠物用品市场的多元化和创新。

2023美国家庭养宠类型（单位：百万）



数据来源: statista

宠物主人年龄分布



数据来源: APPA



美国——养宠趋势

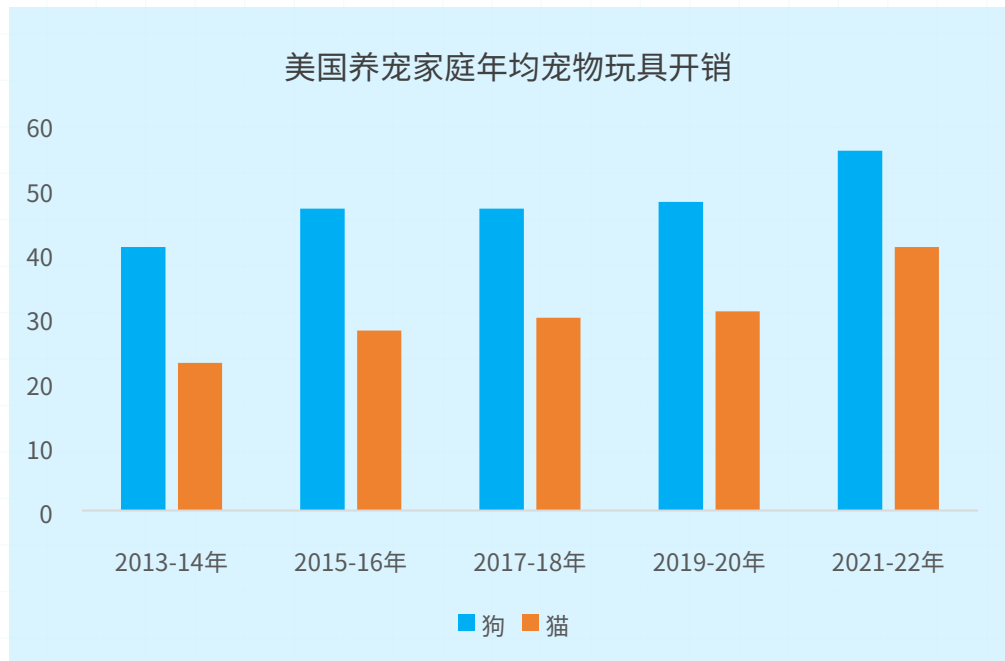
“溺爱”玩家增多：宠物支出在家庭支出的比重越来越高，从2013年到2022年，猫和狗的玩具开销逐年递增，其中宠物狗的支出最大。从美国每个家庭支出详细来看，每年在宠物狗玩具上的花费达到了56美元，并且这一趋势还保持着稳定的速度上涨。

线上消费成主流：预计到2026年，美国宠物用品的线上购物比例将增长至45%。亚马逊和Chewy占据了领导地位，在2021年11月到2022年11月期间，宠物用品的产品销售数量分别高达6亿和6.1左右，Chewy上订阅客户销售占比在2021年达到了73%以上，表明线上销售已经成为Chewy的主要销售形式。沃尔玛和塔吉特紧随其后，虽然他们的销售数据断层，但线上平台的热度也不可忽视。

2021年11月-2022年11月美国宠物用品电商销售情况

玩具类型	亚马逊	Chewy	沃尔玛	Target
营收(单位:美元)	134亿	93.8亿	6.009亿	3.419亿
销售产品数量	6.008亿	6.145亿	6420万	3390万

数据来源：Shopper Intelligence, Similarweb



数据来源：APPA



数据来源：Chewy

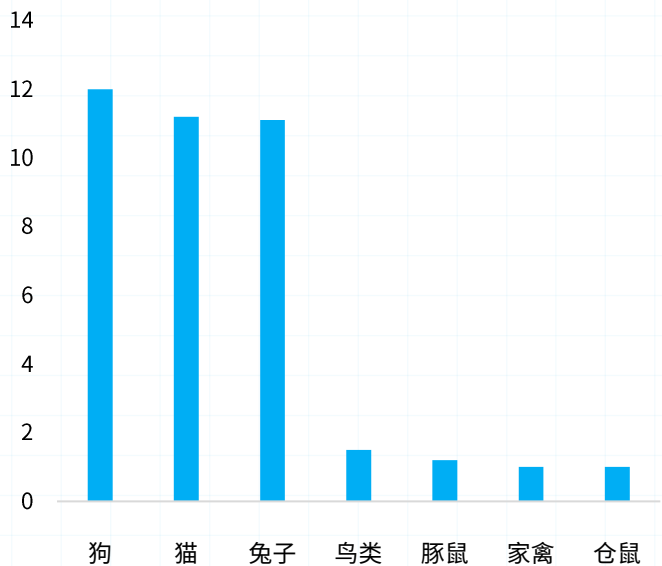


英国

英国宠物数量剧增：2023年英国家庭饲养宠物类型显示，狗、猫和兔子是最受欢迎的家庭宠物，饲养数量均达到了11w+,且三种品类的宠物饲养占比相差不大，这一点与美国相差甚远。

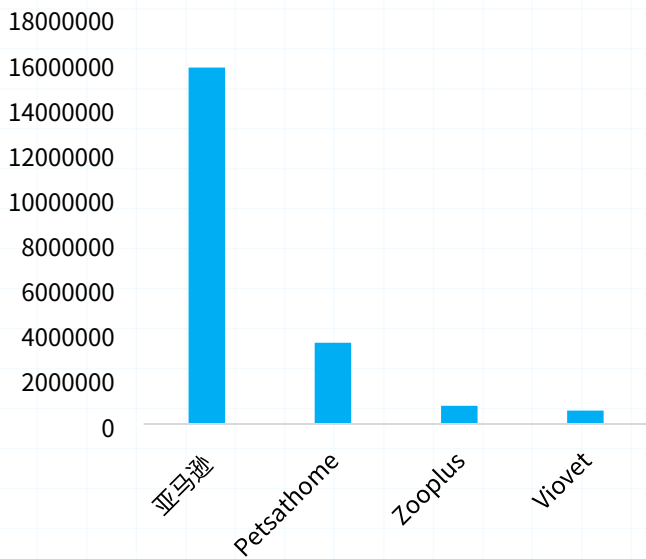
在英国，亚马逊几乎垄断了宠物用品的在线流量，特别是在玩具领域，市场潜力巨大。在2022至2023年间，亚马逊英国站点上与“dog”这一关键词相关的页面访问量，高达知名宠物用品零售商“petsathome”的五倍。在亚马逊英国的宠物用品畅销榜中，狗和猫的销售品分别占据了56%和36%的份额。在狗玩具玩具市场上，尽管目前英国宠物玩具的市场份额仅为1%，但其未来的增长潜力巨大。

2023年英国家庭饲养宠物类型 (单位: 百万)



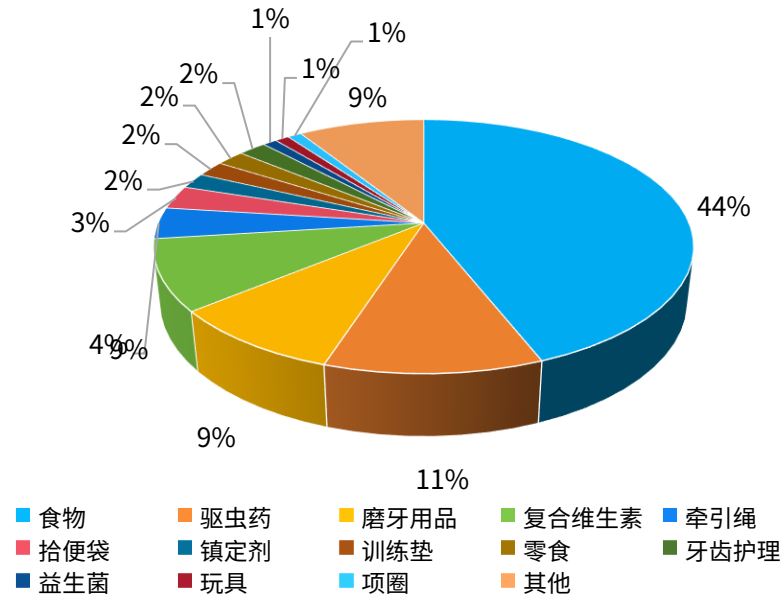
数据来源: Similarweb

2022-2023英国各网站对' dog' 的搜索量



数据来源: tambo

2023年狗用品产品分布



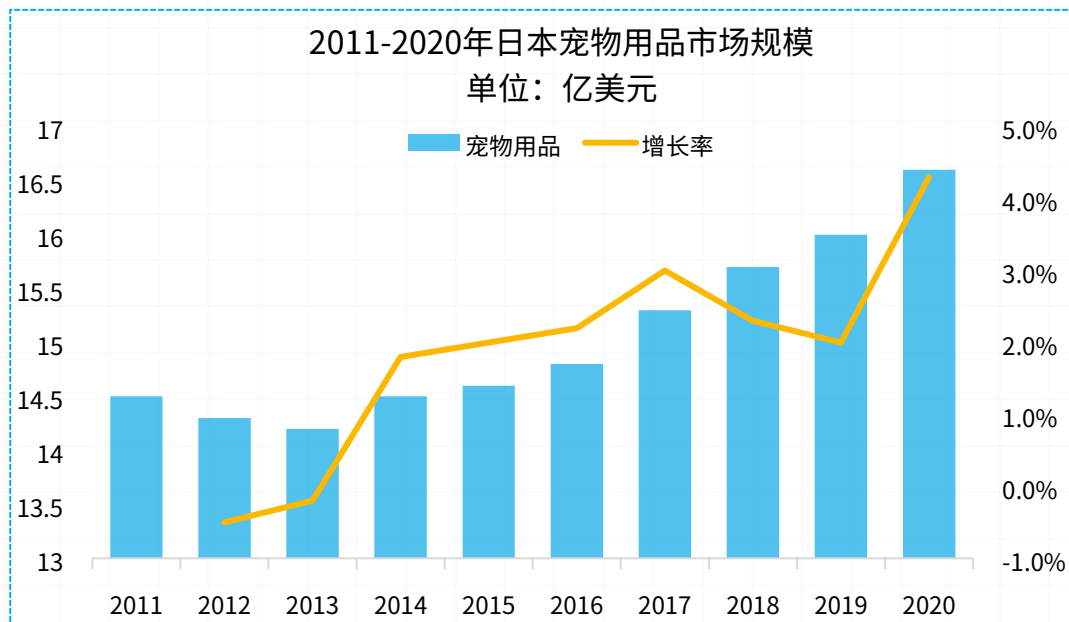
数据来源: compass



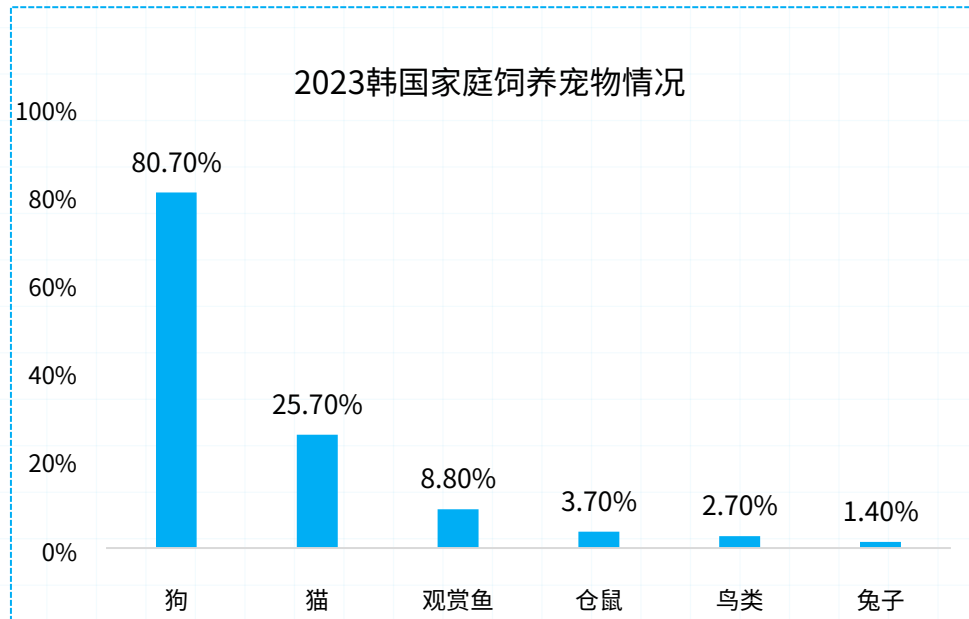
日韩

日本：2023年日本宠物用品市场规模达到22亿美元，人们生活水平的提高和对宠物情感价值的认可带动了日本宠物用品市场规模的扩增。尤其是在疫情的影响下，数据显示，该地区2020年宠物用品市场规模就达到了16.5亿美元。在玩具消费趋势上，与传统的咀嚼类玩具相比，**智能化的、更够关注宠物身体状况的玩具更受欢迎**，此外，一些宠物丧葬用品和周边也是一个有潜力的产品方向。

韩国：韩国宠物用品市场规模显著增长，2023年规模约合67亿美元。在宠物饲养方面，**狗和猫是最常见的宠物类型，养狗家庭占比高达80.7%**。而在家庭宠物消费中，养狗家庭每月的平均支出最高，为750元。根据Statista的数据，宠物玩具在韩国宠物用品消费中排名第二，占比5.6%，仅次于宠物快消日用品。



数据来源：日本宠物食品协会



数据来源：韩国宠物用品商业协会

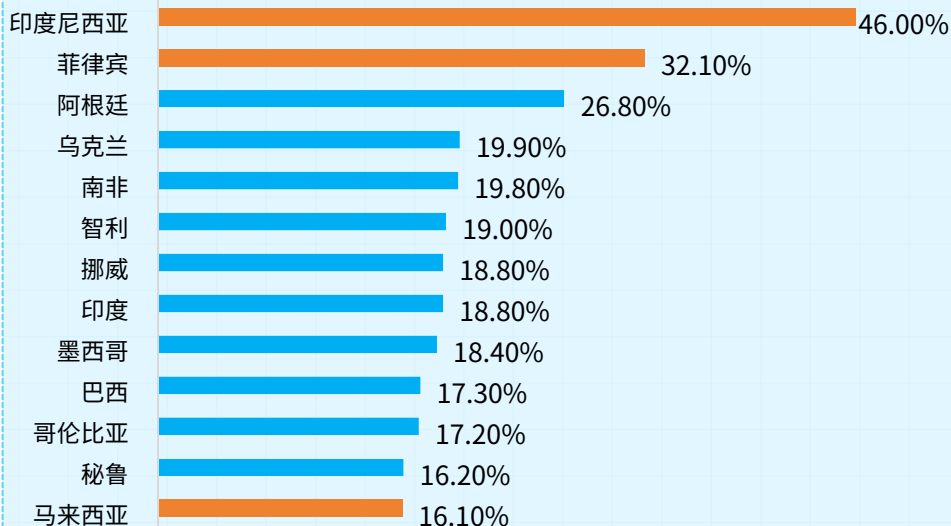


东南亚

市场潜力大：东南亚地区的宠物用品市场也在蓬勃发展，成为全球增长最快的市场之一。**2023年，东南亚国家在全球宠物市场增速最快的前10个国家中占据了三个席位**，预计到2030年，其市场规模有望达到250亿美元，这反映了宠物在东南亚家庭中日益增长的重要地位。

养宠年轻化：在东南亚，猫和狗是最受欢迎的宠物，其中**年轻群体对养宠的热情尤为高涨**，养宠占比达到了50%。特别是26岁至35岁之间，他们构成了宠物消费的主力，目前养宠比例约为50%，并且这一群体的规模还在持续扩大。不同国家也呈现出不同的喜好，在马来西亚和印尼，养猫的人数较多，而菲律宾、泰国、新加坡和越南，狗则是家庭最受欢迎的宠物。

2023全球宠物市场同比增速前10国家



东南亚各国宠物饲养情况

国家	主要宠物	占犬猫总数比重
印度尼西亚	宠物猫	87%
菲律宾	宠物狗	89%
泰国	宠物狗	69%
马来西亚	宠物猫	79%
新加坡	宠物狗	55%
越南	宠物狗	54%



03

PART THREE

行业分析

INDUSTRY ANALYSIS

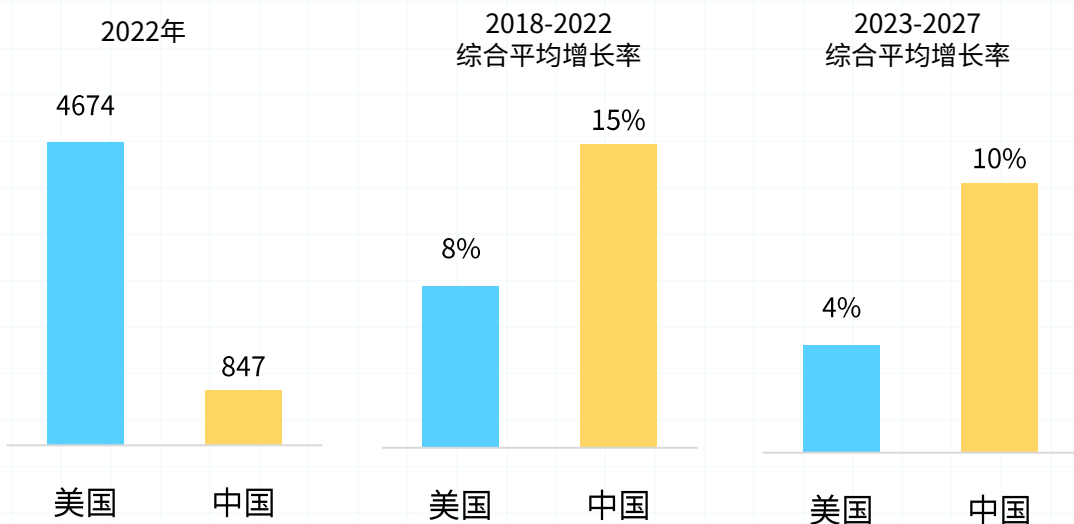


行业前景

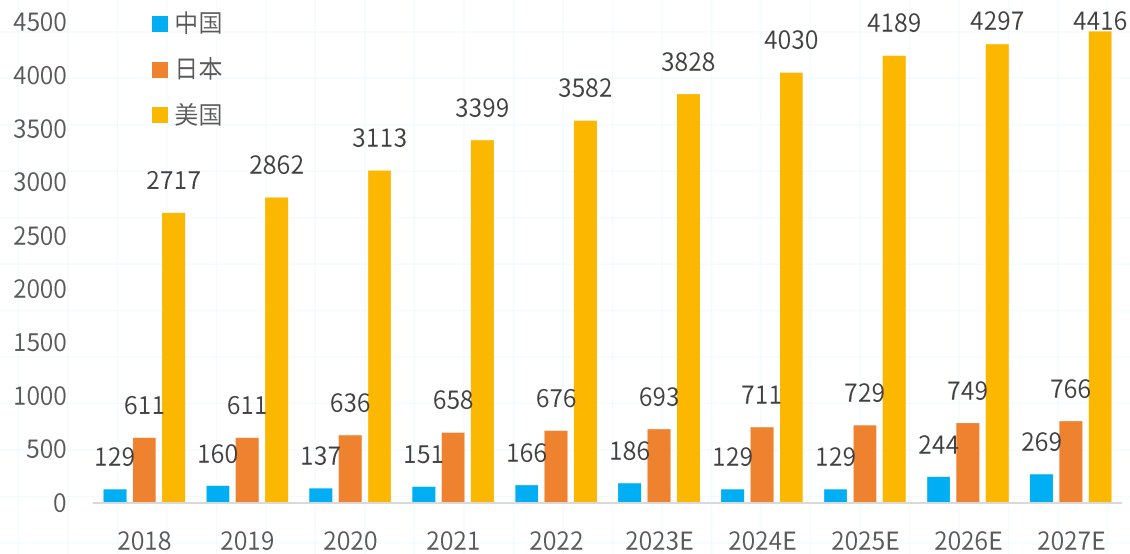
宠物行业规模持续扩增：根据中美宠物行业市场规模数据来看，2022年美国和中国宠物行业市场规模分别为4674亿元和847亿元。从2018年至2022年的复合年增长率来看，美国为8%，而中国则高达15%。预计未来五年(2023年至2027年)，美国和中国宠物行业市场规模将继续增长，复合年增长率分别为4%和10%。

家庭宠物消费呈上升趋势：从2018年至2027年，中国、日本和美国每户家庭宠物平均消费力呈现出不同的发展趋势。其中，美国的每户家庭宠物平均消费力预计在2027年将达到4416元/户。日本的每户家庭宠物平均消费力在2018年至2022年间有所波动，但整体呈上升趋势。中国每户家庭宠物平均消费力虽然起点较低，但在2018年至2027年间增长迅速，预计在2027年将达到269元/户。

中美宠物行业市场规模 (单位: 亿, %)



中日美每家庭宠物平均消费力 (单位: 元/户)



数据来源：欧睿国际PASSPORT数据库、国家统计局，巨量算数整理



驱动因素

01

宠物饲养率的提升：随着人们生活水平的提高和对精神寄托需求的增加，越来越多的家庭选择饲养宠物。这种宠物养育趋势鼓励宠物主人为他们的宠物提供尽可能奢华的东西。



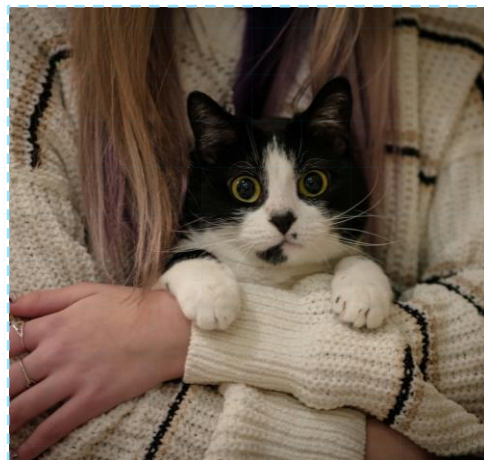
02

消费观念的变化：现代消费者更加注重宠物的福利和娱乐需求，愿意为宠物购买各种玩具以满足其不同的需求。宠物玩具已从单一的娱乐工具转变为能够满足宠物多样化需求的复合型产品。



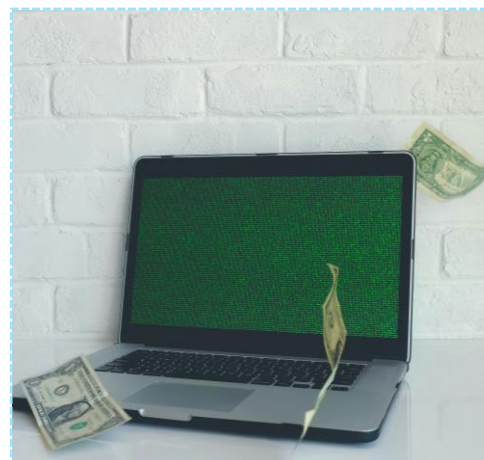
03

宠物人性化趋势：宠物的地位在不断提升，宠物玩具之类的宠物用品行业显现出蓬勃发展的强大契机。人们愿意为了提升萌宠的生活质量大掏腰包。



04

电商的发展：在线购物的普及使得宠物玩具更容易被消费者购买，也为宠物玩具市场的发展提供了新的销售渠道。为宠物玩具提供了更广阔的市场，还为消费者提供了更加便捷的购物体验。





产品趋势

定制化

定制化的宠物玩具越来越受到市场的欢迎。这些玩具可以根据不同宠物的品种、年龄、体型和喜好来设计，以满足宠物的独特需求。定制化玩具起到了吸睛、引人效仿的作用，是当下比较小众，但高利润的存在。



绿色化

养宠人对于宠物时常撕咬、咀嚼的玩具是否会对健康造成危害也愈发关注，强调天然成分制作、无害属性的产品市场前景相当可观。另外，环保、可持续性概念的加持能撑起产品的高溢价，创造高利润。



拟人化

拟人化趋势在宠物行业中愈发明显，宠物主人希望为他们的宠物提供与人相似的体验。这导致了更多类似人类用品的宠物玩具的出现，如宠物服装、宠物家具和宠物节日用品等，既满足了宠物的基本需求，也提供了情感上的价值。



智能化

智能玩具可以与宠物进行互动，提供娱乐和锻炼，同时也可以通过APP远程控制，让宠物主人在工作^或外出时也能与宠物保持互动，同时监测宠物的活动和健康状况。年轻一代，更倾向于接受新技术，愿意为宠物购买高科技产品。



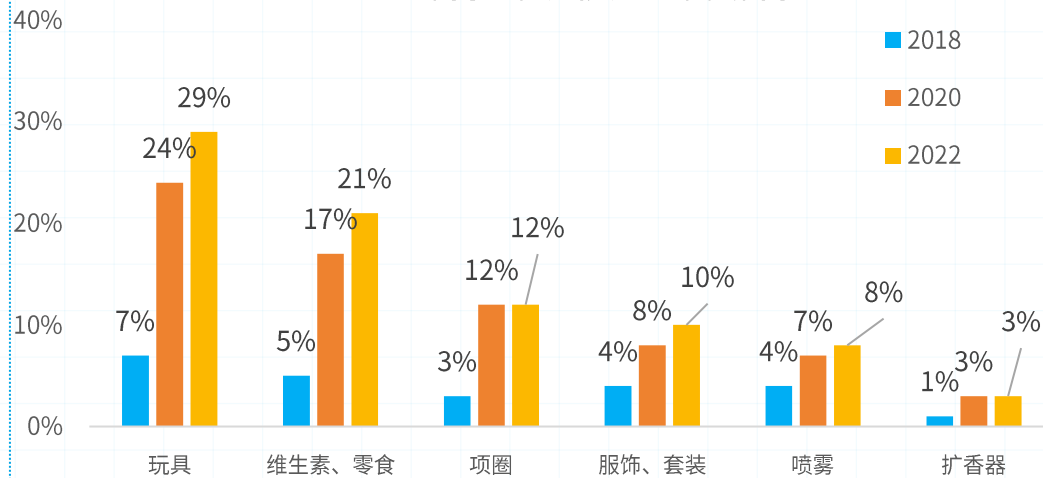


潜力品种

安抚类宠物玩具持续领涨： 宠安抚类宠物玩具因其在提供情感支持和减轻宠物焦虑方面的作用而越来越受到宠物主人的欢迎。2022年，猫和狗的安抚玩具消费需求占比分别达到29%和27%。随着宠物主人对宠物福利的日益关注，他们更愿意投资于这类安抚类的玩具，有望提升宠物生活质量的产品。

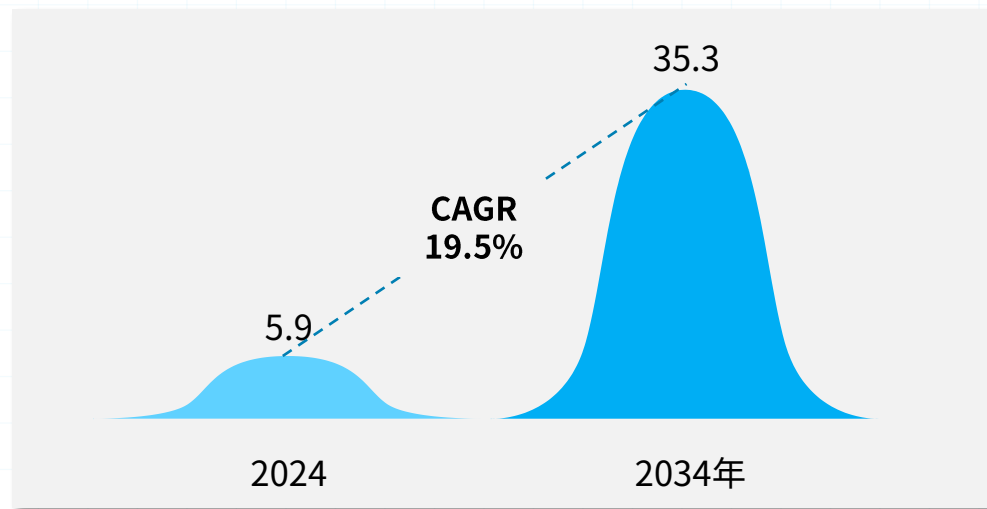
智能互动宠物玩具走进市场： 近年来，随着高科技宠物产品的普及，智能宠物玩具越来越受到人们的欢迎。年龄分布上，90后是智能宠物用品的主要消费者，占比达到46.3%。智能互动宠物玩具能够提供更健康、更互动的宠物护理方式，例如通过智能设备监测宠物的饮食和活动水平，或者通过远程控制的玩具在宠物独处时提供娱乐。

2018-2022年狗宠物安抚用品消费需求



数据来源：APPA

2024-2034年全球智能宠物产品市场价值预测
(单位：十亿/美元)



数据来源：futuremarketinsights

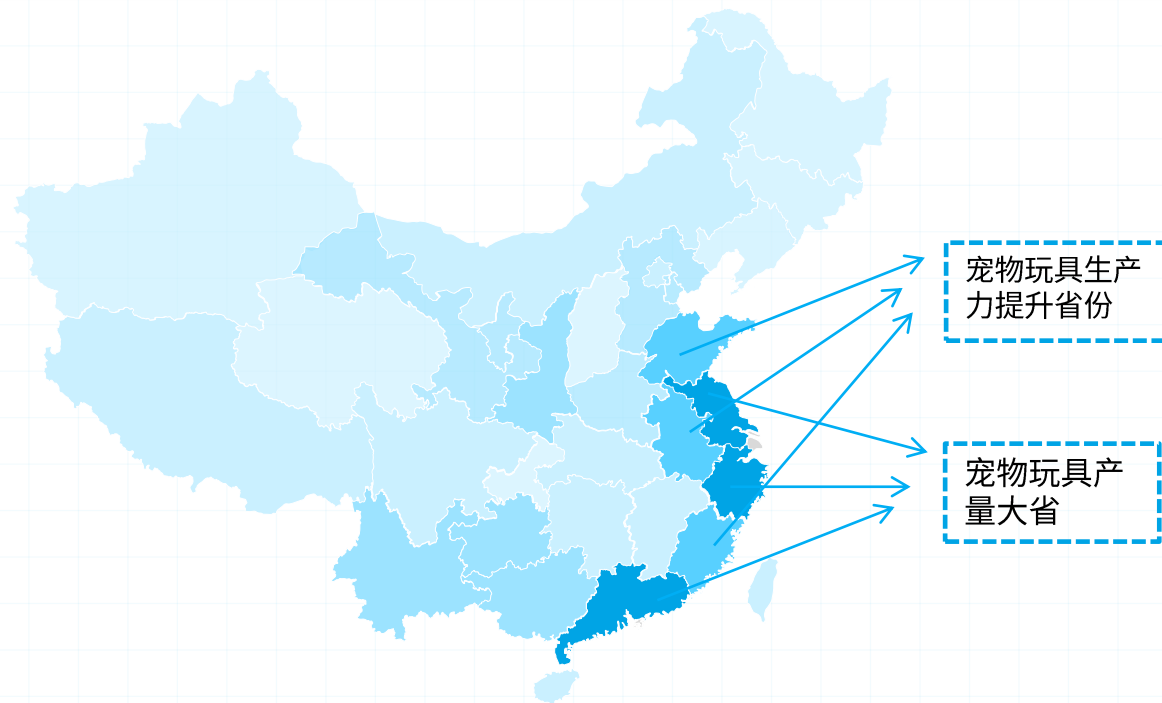
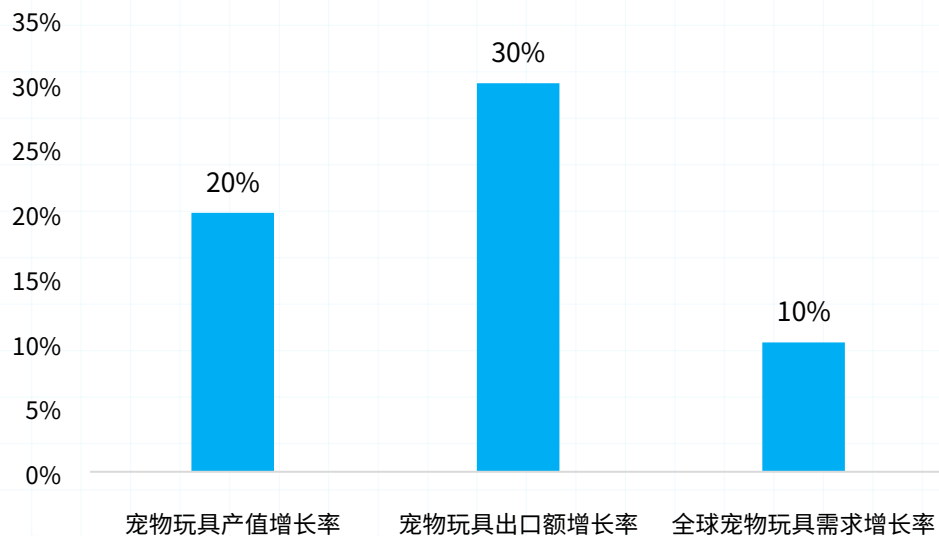


出海优势

宠物玩具生产和出口两旺：我国是宠物玩具的第一生产大国和出口大国，中国制造的中低端宠物玩具已经占据了美欧洲、大洋洲和南美洲的重要份额。近年来，全球宠物玩具的年需求增长率保持在10%左右，而中国的宠物玩具产值增长率保持在20%左右，出口额则保持在30%左右，呈现出生产和出口两旺的可喜局面。

宠物玩具工厂沿海分布：从宠物玩具的生产地区来看，广东、江苏、浙江占据了全国产量的较大份额。近年来，随着山东、安徽、福建省制造业的崛起，其宠物玩具生产能力也有大幅度提升。我国生产的中低端宠物玩具，占据了全球宠物玩具市场中的较大份额。

2015-2020我国宠物玩具进出口情况



数据来源：《2015-2020年宠物用品及服务行业市场调研与投资预测分析报告》

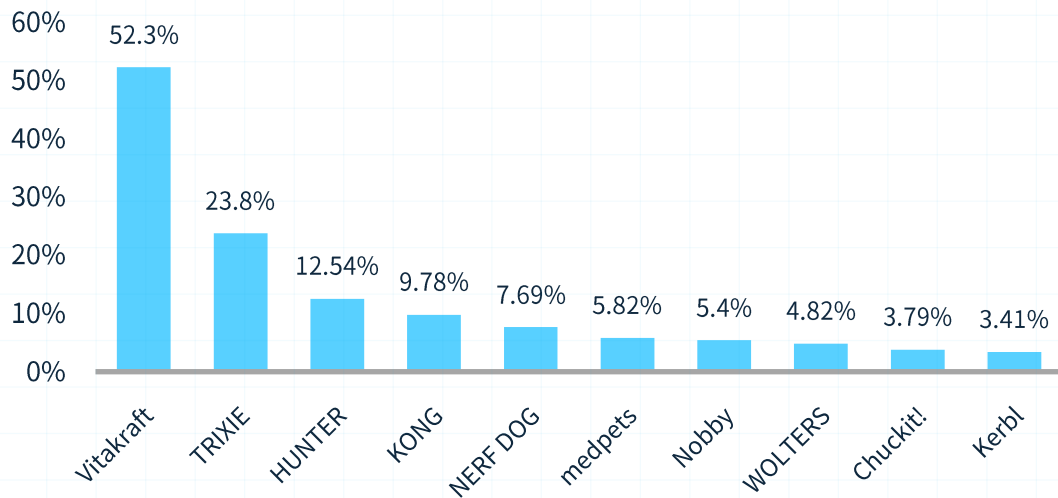


出海挑战

品牌效应小，市场竞争大：在海外市场建立品牌知名度和忠诚度是一个挑战。品牌需要提供优质的产品和服务，同时深入洞察消费者心理，精准识别并解决他们的内在需求。中国品牌在国际市场的知名度相对较低,主打中低端市场，很难能够获得消费者更高的信任和忠诚度。此外，海外市场可能已有成熟的本土品牌和国际品牌竞争，对于新进入的品牌来说，需要找准差异化的策略来获得市场份额。

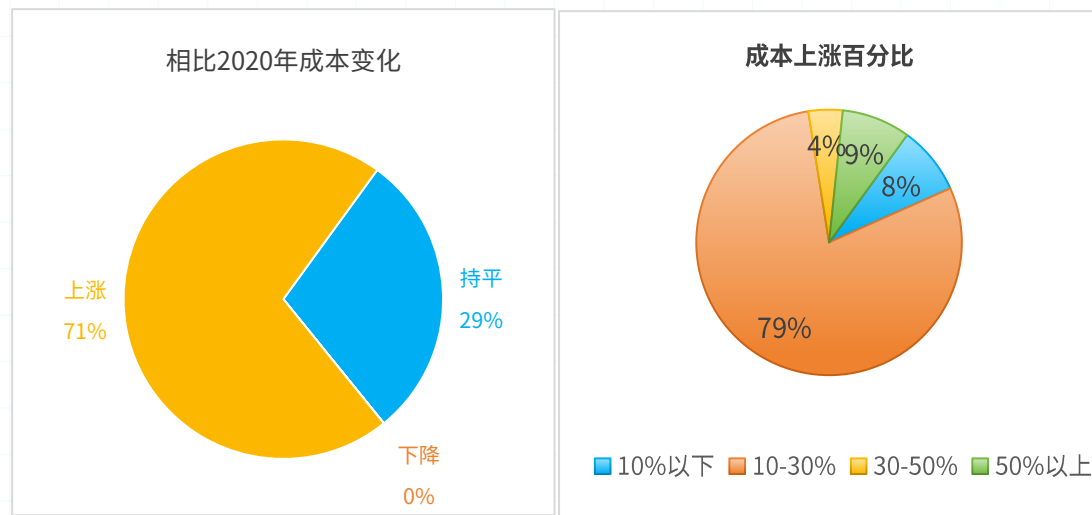
物流配送复杂，供应链支撑要求高：宠物玩具的物流配送相对复杂，经营体积大、重量重、客单价高的产品，如猫爬架，对商家的资金链、备货能力考验更为严格。备货不仅要备当前月份，还需考虑物流时间、销售速度、货柜起运量等因素。随着宠物出海赛道的内卷，产品迭代能力和供应链支撑程度显得尤为重要。这要求企业具备快速反应市场变化的能力，并及时调整供应链策略。

2023德国部分狗玩具品牌受欢迎程度



数据来源: Statista

2021年跨境物流企业海外仓成本变化情况



数据来源: 企业头条



04

PART FOUR

品牌分析

BRAND CASE



品牌介绍——Cheerble

Cheerble

Cheerble 是一家专注于宠物用品的公司，成立于2016年，总部位于中国深圳。该公司以创新和智能解决方案为宠物主人提供服务而闻名，其产品线包括智能宠物玩具、宠物护理用品等。

Cheerble 的愿景是只生产能让宠物开心的产品，始终以“以宠物为中心，以人为中心”为宗旨，一直致力于通过专注、思考和多做一点点来制作创新的宠物产品。Cheerble 的一些知名产品包括 Wicked Ball（智能宠物球），Cheerble Ball（小型智能宠物球），以及 Wicked Snail（一款电动猫玩具）。这些产品通常具有互动性和智能功能，如内置的运动传感器和自动避障功能，旨在为宠物提供娱乐和锻炼。

Cheerble的产品在海外市场尤其受欢迎，其通过众筹方式在海外起家，已经完成了多个百万级别的项目，并在海外社交平台上拥有超过4万的活跃用户，品牌注册国家超过20个。










案例价值——Cheerble

Cheerble的市场重心明确地放在了海外，在境外电商平台上的表现十分亮眼，并在竞争激烈的市场中找到了自己的定位和受众，其发展的策略和产品定位非常值得研究。Cheerble的成功部分归功于其创新的产品和供应链优势，以及跨行业的工艺应用，这些都有助于形成竞争壁垒。品牌通过众筹、社交媒体、官方应用和博客等多种渠道与用户建立紧密联系，保持用户粘性，并形成品牌忠诚度。

Cheerble没有选择进去中低端宠物玩具市场，而是更为高端的智能化产品路线。Cheerble 专注于利用物联网(IoT)技术解决宠物父母面临的现实问题，其技术和玩具的结合提供了更好的交互性和智能体验，正如其猫玩具球所描述的“刺激，有挑战性”，这正符合了现代宠物主人对于宠物玩具的期待和需求。

 <p>Cheerble Replacement Kit for Cheerble E1+ & E1 Pumpless Cat Water Fountain, Pumpless Design, MagDrive™ Technology, No... 100+ bought in past month</p> <p>\$9⁹⁹ FREE delivery to Hong Kong on \$49 of eligible items</p> <p>Add to cart</p>	 <p>Cheerble Wicked Egg Automatic Interactive Treat Dispensing Pet Toy, 3 Interactive Feeding Modes for Dog IQ Training &... ★★★★☆ 82</p> <p>\$59⁹⁹ (\$59.99/Count) FREE delivery Fri, Sep 27 to Hong Kong</p> <p>Add to cart</p>	 <p>Cheerble [3 Interactive Modes] Intelligent Interactive Dog Toy Ball with LED Lights, Wicked Ball PE, Jumping Activation... ★★★★☆ 126</p> <p>\$44⁹⁹ (\$44.99/Count) FREE delivery Fri, Sep 27 to Hong Kong on \$49 of eligible items</p> <p>Add to cart</p>	 <p>Cheerble [3 Interactive Modes] Intelligent Interactive Dog Toy Ball with LED Lights, Wicked Ball PE, Jumping Activation... ★★★★☆ 138</p> <p>\$44⁹⁹ (\$44.99/Count) FREE delivery Fri, Sep 27 to Hong Kong on \$49 of eligible items</p> <p>Add to cart</p>	 <p>Cheerble Wickedbone Smart Bone: Interactive & Automatic Dog Toy with App Control, Bluetooth, Dynamic Bounce ... ★★★★☆ 28</p> <p>\$54⁹⁹ Save 20% with coupon FREE delivery Fri, Sep 27 to Hong Kong</p> <p>Add to cart</p>
--	--	--	--	--

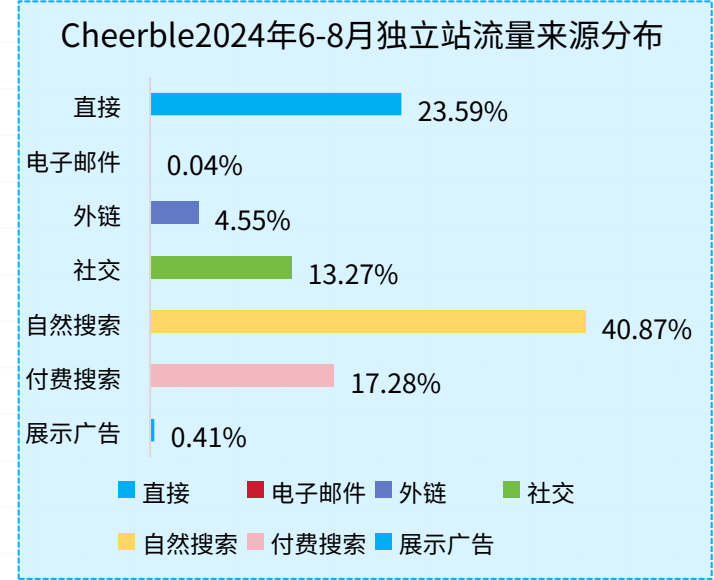
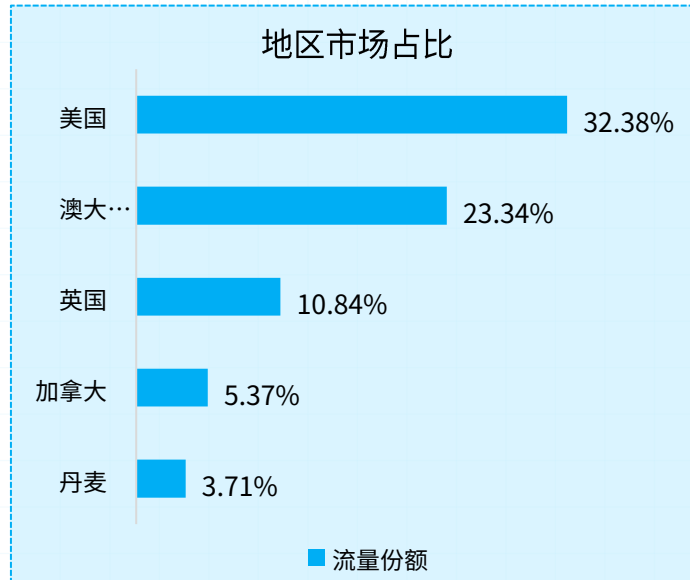
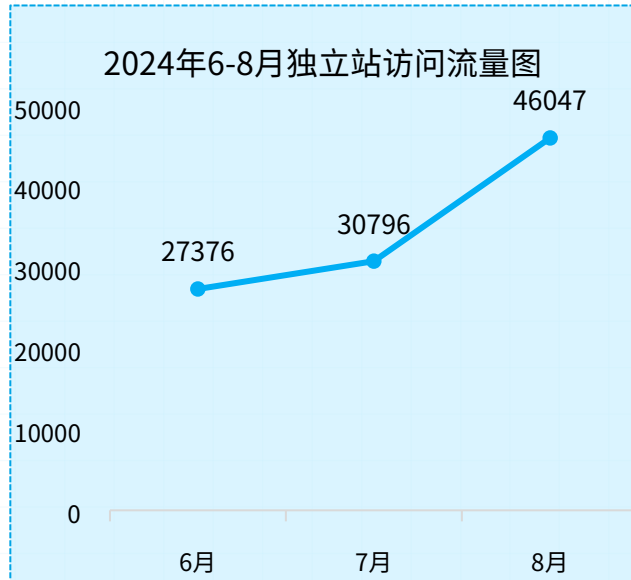


独立站分析——Cheerble

根据SimilarWeb的浏览量数据显示，Cheerble的独立站在近三个月内的总访问次数达到了11万次，并且这个数字还在稳定上升,与其他同类竞争的品牌相比具有明显的优势,反映了Cheerble在用户中的受欢迎程度。

在流量的地理分布上，Cheerble的访问者主要集中在北美洲和澳大利亚，其中美国是最大的流量来源，占比高达40.71%，紧随其后的是澳大利亚，占比14.35%。此外，欧洲部分国家也有稳定的访问量。

从用户进站方式来看，直接通过搜索进入网站的占比为23.59%，而通过搜索引擎找到Cheerble的访问量占比则高达40.87%。在社交媒体流量方面，Cheerble在Facebook上的表现尤为突出，近三个月内Facebook带来的社交流量占比达到了88.31%，而Twitter则贡献了10.16%的流量。





营销解析——Cheerble

定准产品 选好市场

Cheerble的产品定位在智能化宠物玩具上，这一策略使其在宠物用品市场中形成了差异化竞争优势。避免了中低端市场的激烈竞争，主打智能化和市场化，为自己赢得了更多的溢价资本，同时也迎合了消费者对与创新的追求。

Cheerble明智地选择了海外市场作为其主要战场，得益于海外宠物市场的庞大规模和成熟度，尤其是美国。美国是全球第二大宠物经济市场，其宠物渗透率和家庭宠物拥有量都全球第一，为Cheerble提供了广阔的市场空间。此外，美国宠物主人在宠物身上的年均花费在全球范围内处于领先地位。宠物主人对于宠物的关怀和投入体现在多个方面。特别是在宠物玩具类别，美国宠物主人愿意为高质量的智能玩具支付溢价，这与Cheerble产品定位高度契合。

网站优化 流量多元

Cheerble独立站的主要流量来源是自然搜索，这一现象表明其在网站优化，尤其是搜索引擎优化（SEO）方面做得非常出色。通过关键词研究与布局、网站结构优化、内容优化、技术SEO和外部链接建设等多方面的策略，Cheerble能够有效提升其在搜索引擎中的排名，使用户在搜索宠物相关产品时更容易找到它。

Cheerble通过多种社交软件宣传其产品，其在社交媒体营销上的成功，尤其是在Facebook上的策略，为品牌赢得了更多的曝光和用户参与。这包括了精准的广告定位、互动性强的帖子和有效的用户参与策略。通过这些策略，Cheerble不仅提高了品牌的在线可见度，还建立了与目标受众的深层次互动和参与，从而在竞争激烈的市场中获得了差异化的竞争优势。



营销解析——Cheerble

联系客户 营销品牌

在客户需求方面，Cheerble通过海外众筹模式，实现了与用户共创产品的过程。这种模式强化了项目开放性，使得公司能够与每个支持者进行积极沟通。这样的沟通机制有助于确保产品更贴近用户的实际需求，从而让产品能够精准落地并送达支持者手中。通过众筹，Cheerble不仅验证了市场对产品的需求，还通过直接与用户的互动，收集反馈并迭代产品，最终实现高度符合市场需求的产品。

在品牌营销方面，注重中长期战略规划的制作与执行，通过海外社交媒体、公关活动等搭建品牌营销矩阵，统筹品牌传播需求和新品上市的品宣计划，制定高效可行的品牌宣传方案并推进执行。此外，公司还紧跟海外新媒体发展趋势，深入了解和熟练运营西方主流媒体平台，如Facebook、Instagram、等，利用各种网络手段进行品牌营销。

产品垂直 稳中求进

Cheerble公司通过对其热门产品深入分析，确保了对市场的深刻理解，并精准把握了消费者的需求。这种对市场的洞察力使得Cheerble能够不断推出符合市场需求的产品，同时也在产品迭代和系列衍生品方面进行了有效的延伸。此外，Cheerble持续对产品进行创新和改进，推出了多款衍生产品。Wicked Ball SE作为该系列的第五款产品，不仅继承了前作的所有优点，还引入了新的功能和设计元素，使其更加符合现代消费者的需求。

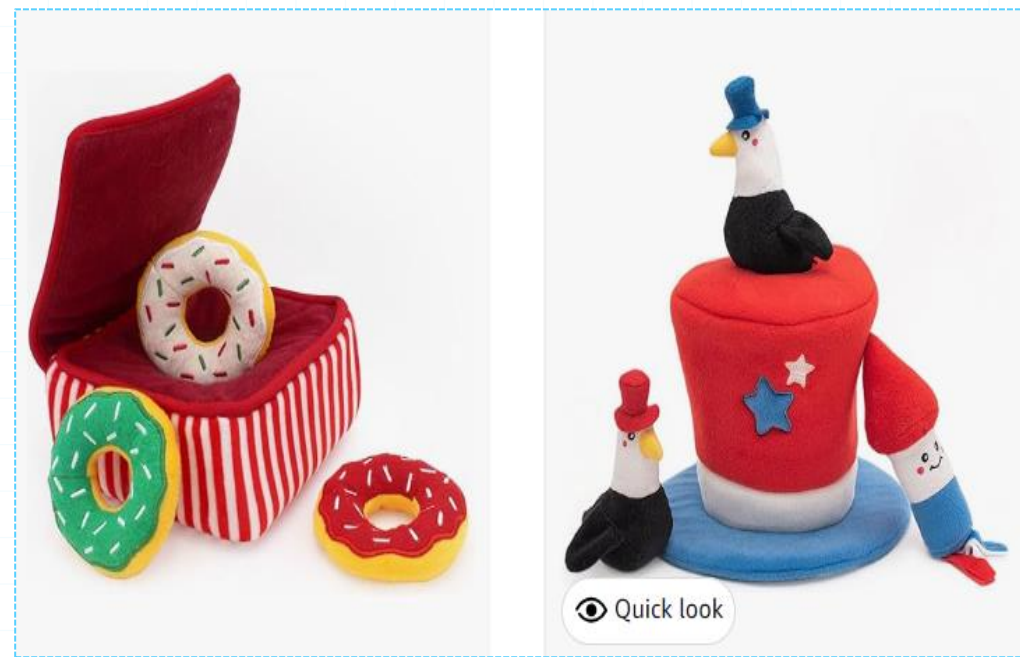
这种产品设计策略不仅使得新产品能够更好地适应目标受众的需求，而且在品牌升级的过程中，也强化了Cheerble品牌的专业形象和对用户的影响力。公司通过持续的市场调研和用户反馈，不断调整和完善产品特性，确保每一款新产品都能够满足甚至超越消费者的期望。



品牌介绍——ZippyPaws

ZippyPaws是一家美国宠物用品公司，总部位于加利福尼亚州的奇诺市。公司成立于2011年，由Benny Cao和Jen Glaser共同创立。ZippyPaws专注于设计和生产狗玩具和配件，其产品线包括各种狗玩具、冒险装备、碗、节日主题商品以及其他宠物用品。ZippyPaws的玩具以各种尺寸和材质提供，适合不同大小和年龄的狗。他们以生产带声音的玩具而闻名，提供独家的Jiggler和Crescent发声器玩具。

ZippyPaws的公司理念是通过美丽设计的产品来提升宠物的生活质量。ZippyPaws致力于产品的设计、功能性和安全性，努力创造出符合现代宠物主需求的高性价比产品，帮助宠物主人与他们的宠物共享优质时光。

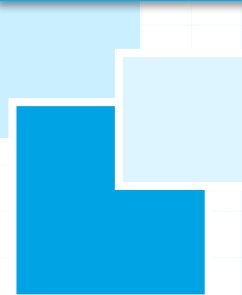




案例价值——ZippyPaws

研究ZippyPaws品牌可以为我们提供丰富的启示，包括产品创新、市场定位、品牌建设、慈善事业的结合、供应链管理、市场趋势适应、品牌忠诚度培养以及应对挑战等多方面的价值。

ZippyPaws通过其独特的产品设计和声音发生器在宠物玩具市场中精准定位，成功塑造品牌形象。它利用众筹平台有效推广品牌，并迅速建立知名度。同时，ZippyPaws通过Zippy Charity项目展现了企业的社会责任感，加强了与消费者的情感联系。其供应链和国际分销策略为品牌全球化提供了参考，展现了如何适应市场趋势和培养消费者忠诚度。此外，ZippyPaws如何应对市场变化和应对挑战，为其他企业提供了宝贵的经验。综合这些启示，企业可以在产品开发、市场营销策略、品牌管理和全球扩张等方面获得指导，从而在激烈的市场竞争中保持竞争力。





独立站分析——ZippyPaws

ZippyPaws独立站平均月内访问量约为2.5万，月独立访客数量高达1.4万，显示了其受众群体的广泛性，反映了品牌的用户粘性和忠诚度。用户地理分布方面，ZippyPawsh占据本土市场优势，美国用户占比最高，达到54.77%。紧随其后的是印度，占比13.3%。

在流量渠道方面：ZippyPaws的付费搜索流量占比最高，为35.1%。通过付费搜索广告，ZippyPaws能够有效地提高其在潜在客户中的可见度，吸引更多的目标消费者。ZippyPaws在非付费渠道上也有一定的吸引力，用户通过直接输入网址或通过自然搜索发现品牌，直接流量和自然搜索流量也占据了相当的比例，分别为26.61%和26.3%。

2024年7-8月全球参与度概况



每月访问量 **24864**



月独立访问数 **14004**

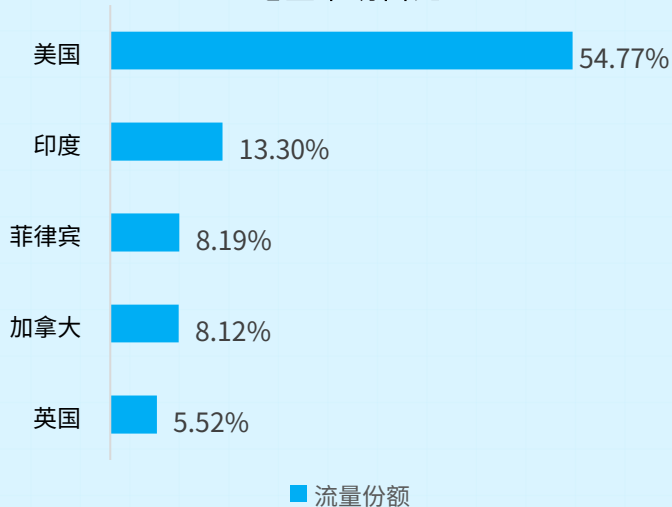


页面访问数 **2.54**

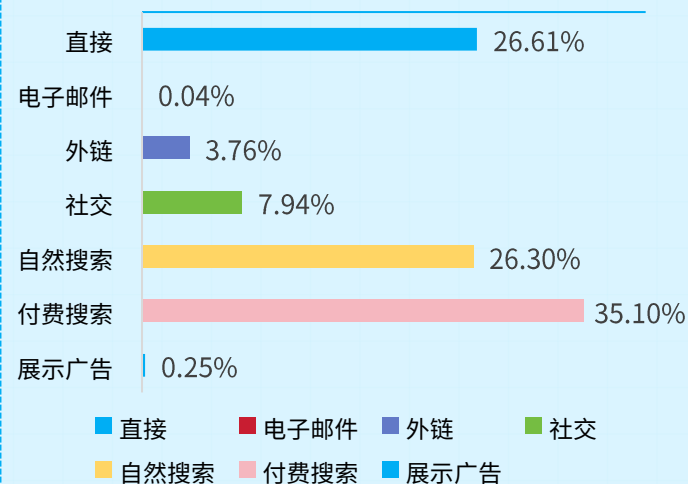


跳出率 **46.33%**

地区市场占比



ZippyPaws2024年6-8月独立站流量来源分布





营销解析——ZippyPaws

全面的网站运营

ZippyPaws精准地选择了适合其产品特性的社交媒体平台，如Facebook、Instagram和Twitter，进行有针对性的内容发布和互动，通过发布与宠物相关的趣味内容和实用信息，成功吸引目标受众。此外，ZippyPaws还通过与宠物领域的网红（KOL）和意见消费者（KOC）合作，利用他们的影响力和粉丝基础来提升品牌的可信度和吸引力。

在用户互动方面，ZippyPaws通过举办问答竞赛、评选活动等形式，加强了与用户的沟通和联系，建立起了一个活跃而忠诚的社区。同时，品牌还通过社交媒体平台上的精准广告投放和参与热门话题挑战，进一步提高了品牌的曝光率和知名度。ZippyPaws的社交媒体营销还体现在其多渠道整合营销策略上，将社交媒体与其他在线平台如品牌官网、博客相结合，构建起全方位的品牌宣传网络。这一系列策略的实施，不仅增强了用户的参与度和品牌忠诚度，也显著提升了ZippyPaws的市场竞争力和产品销量。

品牌故事与产品理念的打造

ZippyPaws之所以在宠物用品市场取得成功，首先得益于其清晰的品牌使命和愿景。由Jen Glaser和Benny Cao创立的ZippyPaws，以现代宠物父母的需求为核心，致力于打造设计美观、功能性强且安全性高的宠物玩具和配件。公司坚持产品创新，推出如Squeakie Emojiz系列等紧跟潮流的产品，不仅为宠物提供乐趣，更促进了宠物与主人之间的情感交流。

此外，ZippyPaws通过Zippy Charity项目展现了其对社会责任的承诺，通过慈善活动加强了品牌与消费者之间的情感联系。品牌故事的有效传达，结合情感共鸣的营销策略，使得ZippyPaws不仅仅是一个宠物用品品牌，更成为了宠物和宠物父母之间情感纽带的象征。



营销解析——ZippyPaws

产品创新与设计

ZippyPaws将尖端科技与环保理念相结合，打造出既智能又可持续的宠物玩具。使其能够实时响应宠物的行为，提供更加个性化的互动体验。不仅增强了玩具的互动性，还能监测宠物的活动水平，帮助宠物主人更好地理解宠物的需求和行为模式。

在外观设计上，ZippyPaws的团队不断探索和创新，力求每一款玩具都能在视觉上吸引宠物和宠物主人，其玩具设计既考虑了宠物的自然玩耍习惯，也考虑了宠物主人的审美偏好。

ZippyPaws为了确保每一款玩具都能满足宠物和宠物主人的需求，积极邀请宠物主人参与到新产品的设计和测试过程中。通过这种消费者共创的方式，ZippyPaws能够直接从用户那里获得宝贵的反馈和建议。




结 语

目前，宠物玩具市场正以多元化和个性化的趋势蓬勃发展，这一趋势不仅预示着市场的多元化和产品线的扩展，而且引领着宠物玩具行业走向更加丰富和细致的发展方向。随着消费者对宠物生活品质的日益重视，市场对于高品质、多功能和个性化宠物玩具的需求日益增长，推动了行业的创新和发展。对于企业与卖家而言，这一趋势要求他们不仅要具备敏锐的市场洞察力和勇于创新的思维，还需要精细化的运营管理和对消费者行为的深刻理解。

本报告对全球宠物玩具市场进行了深入的分析，揭示了其市场动态和增长潜力，旨在帮助行业参与者把握市场动态，洞察消费者趋势，并制定有效的市场策略。如果您还想获取更多跨境行业资讯，欢迎扫描下方二维码关注大数跨境公众号，我们会定期分享最新行业信息。

大数一下，马上跨境

想要了解更多研报详情和商务合作，欢迎添加微信咨询

 www.10100.com



合作微信



大数跨境公众号

“让全球消费者爱上中国品牌”的美好愿景

值得我们每个跨境人人为之努力。

关于我们

- 大数跨境来源于世界最大数古戈尔数（GOOGOL），我们旨在成为跨境媒体界的古戈尔数，并探索更大的品牌能级。大数跨境集合了跨境行业优质企业资源，为行业从业者提供真实有效的一线资讯，赋能跨境生态优质发展，为中国出海事业实力护航。
- 全链路的跨境资源整合。运营管理、汇率支付、仓储物流等优质信息都可以在这里找到，大数跨境积极为商家解决出海难题、发掘更多行业机会。
- 高质量的跨境资讯平台。从海外消费趋势解读到行业内容深度洞察，从跨境知识百科到圈内趣闻八卦，大数跨境致力于提供一个全方位、多角度的跨境电商信息集合地。
- 大数跨境始终秉持着“让信息无差共享”的理念，在这里凝聚起出海力量，以期为跨境企业注入出海新动力，为中国电商事业在海外的蓬勃发展贡献新力量。
- 大数一下马上跨境，关注www.10100.com。



合作微信