

云你养宠：“双线”模式下过渡帮助性养宠模式的研究

孟雨 田英颖

西北农林科技大学经济管理学院 陕西 杨陵 712100

摘要：在我国实施“互联网+”战略背景下，传统产业和互联网的加速融合以及养宠经济产业链的基本完善，为互联网养宠创造了条件，拓宽了宠物经济的发展空间。本文在分析人们对宠物（仅指猫狗）情感慰藉的需求以及宠物市场发展现状的基础上，针对宠物市场存在的因没有经验不敢饲养或致使宠物生病死亡、因无力继续饲养导致宠物被遗弃等各种问题，从建立以云养宠、云吸宠、云寄养、以及成立流浪动物保护机构和养宠社交平台等为主要内容的云你养宠—“双线”模式下过渡帮助性养宠服务模式（以下简称“双线”养宠模式）方面提出解决办法，为科学、规范、健康、理性养宠提供借鉴。

关键词：双线；帮助性；养宠模式

概况

随着人们生活水平的提高，越来越多的宠物走进人们的家庭，正在不断丰富人们的日常生活，其善解人意、忠于主人、乖巧可爱的优点受到主人人们的喜爱。许多研究表明，养宠物可减轻人的焦虑抑郁情绪。当今社会，城市化进程加快，人与人之间的交流变少，人们越来越进入一种相对独立、孤独的生活状态。新冠疫情的爆发，更加速拉开了人们之间的距离，孤独成了社会的一大问题，在大龄青年和空巢老人中这种现象更为明显。随着婚恋观的改变，年青人晚婚少子甚至丁克的风气正在从大都市向二三线城市蔓延。都市生活的快节奏、信息社会的激烈竞争，使工作压力的年轻人，特别是单身青年焦虑情绪不断攀升。退休在家的老年人因生活方式、社会关系、身体状况的改变，自卑、孤独、无价值感的负面情绪也逐渐产生。据统计，我国有单身青年2.4亿人，其中近7700多万过着独居生活，空巢老人1.8亿，大龄青年中近7成有不同程度的焦虑情绪，老年人中近三分之一存在孤寂抑郁情绪，养宠成了他们寻求陪伴、排解郁闷的重要选择。随着城市化、老龄化、少子化的加剧，这种需求将会持续增加^[1]。

城乡居民可支配收入的增加驱动了宠物经济的蓬勃发展。我国宠物市场从2010年开始快速扩张，市场规模由不到200亿元快速提升到2020年的2953亿，复合增长率达30.9%（数据来源：艾媒数据中心）。养宠经济上、中下游产业链也基本完善，并向更多元化发展。从全球来看，人均宠物数量与GDP呈现正相关，美国人均GDP最高，人均宠物猫和狗数量也为全球最高。对比成熟市场，国内宠物数量还有很大的增长空间

在宠物经济快速发展、宠物文化逐渐形成的同时，

宠物的角色也在悄悄发生着变化，由最初的畜生演变为玩物，又由玩物演变为宠物，到后来升级为家庭成员。随着宠物主收入水平上升、消费的升级和宠物角色的转变，宠物和人的感情粘性增强，越来越多的人愿意支付费用为宠物提供科学的、健康的、适合其品种特点的饮食起居和医疗卫生等条件。随着独生子女一代成为独立消费者，人们对养宠物的认识会更加理性，养宠行为会进一步向科学、健康的方向发展。

1 养宠市场面临的问题

1.1 不会养宠物问题

宠物市场快速发展的背后是大量新人的加入。而新宠物主大多没有经验，在养宠途中会遇到许多问题。一是许多人由于缺乏养宠经验和养宠方面的相关知识，不正确的饲养方法会导致宠物生病甚至死亡。二是许多想要养宠物的人，因不知道如何饲养，如喂食时间和数量以及品质怎么把握、宠物生长在哪些阶段需要进行怎样的养护、出现问题怎么处理等等，而迟迟不敢轻易尝试；有些人是工资收入水平低，不知道养什么样的宠物合适；有些人是不会挑选宠物，不清楚宠物的脾气个性，如凶猛还是温和、对陌生人是否具有攻击性等，怕日后不合心意，甚至会惹来不必要的麻烦等。种种顾虑导致有养宠需求的人们踌躇不定，只能望“宠”兴叹。特别是诸如“星期猫、星期狗”这类买回家不久便会死亡宠物的出现^[2]，更是让一些想要养宠物的人望而却步了。

1.2 不能养宠物问题

在实际养宠生活中，会发生大量宠物主因某种特殊原因不能继续饲养宠物的现象。如有些人因免疫力下降变为过敏体质，对宠物的毛发或气味等会产生过敏反应，不适合把宠物养在身边；有些老年人因年老力衰、

行动不便,没有能力继续饲养宠物;有些人因家里有孕妇,怕宠物会影响到腹中胎儿的健康而不敢继续饲养宠物;有些人因搬迁或其它原因,不能继续饲养宠物。而这些宠物主又不舍得把宠物送出去,处在了两难境地。无奈之下有的宠物主选择了遗弃宠物,造成了大量的流浪猫、流浪狗流落街头,给社会带来了很大危害。

1.3 流浪宠物问题

流浪宠物的形成从根源上看,主要是宠物弃养和丢失,其中弃养宠物占绝大多数。

流浪宠物的社会危害:一是人生伤害。有些流浪宠攻击性很强,有些流浪宠“欺软怕硬”,爱欺负小孩,宠物伤人事件屡见不鲜。有些人厌恶或害怕小动物,会对流浪宠产生恐惧心理。二是影响社会公共健康安全。流浪宠由于无人管理,不会定期接受预防接种和相应的清洁工作,它们携带传染性疾病的几率很高,会造成流浪宠间互相传染,甚至是传染到人,造成人宠共同患病。三是污染环境,影响市容市貌。在城市周围经常会发现流浪宠产生的排泄物以及病死的尸体,这些均能引起大量的病菌滋生,既传播疾病,又污染城市环境。流浪宠经常会结伴觅食,将垃圾桶翻的一片狼藉,严重影响市容市貌。

2 “双线”养宠模式

“双线”养宠模式是针对我国蓬勃发展的宠物经济、以及大众不断攀升的养宠意愿,积极响应政府推广“互联网+”的号召,以网站+流浪宠保护站为建立基础,为广大想要养宠或者是养宠途中遭遇问题的宠物主提供全程化、精准化和个性化帮助的服务平台。网站首页设有养宠需求选择浮窗,用户点击打开对话模式,在“智能导航”、“关键词选择”等功能的协助下,根据自己的需求特点进入相应服务模式,服务模块有云养宠,云吸宠,云寄养,云商城、社交平台等。

2.1 云养宠

是一种“提前介入式”养宠模式,主要针对因经验不足不会或不敢养宠物的人群。通过提前为客户选购宠物并介入饲养过程,实现养宠方法学习前移的目的,从而帮助宠物主自然走进养宠生活,顺利度过新手过渡期。可细分为两种方式。一是寄养式新手过渡。对于不敢直接把宠物领回家饲养的人群,从选择宠物(一般是一个月大的),制定个性化喂养和医护方案开始,直到宠物主将宠物接回家,平台对宠物的饲养全权负责。宠物主只需在家中线上观摩、听取工作人员讲解养宠知识、了解宠物的生活习性等便可。等到宠物主完全掌握了养宠方法,平台会将宠物连同日常生活记录,以及针

对宠物脾气爱好的人与宠物相处方法等一同送到主人家中。二是家养式新手过渡。对于将宠物领回家之前,需要寻求专业团队指导的人群,平台会派专业私人客服,为宠物主解答各种疑问,同时给宠物进行必要体检,针对性给出养宠方案。对于一些必要的养宠措施还会进行远程指导。同时做好售后服务。对于宠物后期的用品需求、养护咨询和疾病治疗以及防疫需求,会提供终生售后服务;宠物死亡后提供殡葬服务,如果有需求可再次提供新的宠物;在饲养期间,如果宠物发生因非自然原因生病等情况,将依合同规定全额赔偿;对于访问过网站的用户,网站会自动登记用户信息并归入用户数据库,售后人员会定期对用户发起回访并推送相关信息。

2.2 云吸宠

是一种完全代养模式,主要针对因特殊原因不能养宠物的人群。一是过敏体质人群。登陆网站进入该模块,选定与自身情况相匹配的选项后转入人工服务。然后线上或线下选择宠物,交由专业团队饲养。宠物生活之处有完备的监控设施,宠物主可随时打开监控或者联系工作人员与宠物视频通话。闲暇时也可与自己的宠物见面,在做好防护措施的情况下可以亲密接触,满足强烈的养宠愿望。二是年老体衰或因搬迁等原因不能继续饲养宠物人群。登陆平台,选择与自身情况匹配的选项后转入人工服务。工作人员确定好宠物情况后,上门接宠物交由专业团队,代主人抚养。主人可随时通过监控探望宠物,也可让工作人员将宠物送至家中,与宠物单独相处。专业人员会为宠物提供全程服务,包括死亡善后等事宜。

2.3 云寄养

主要针对因出差等原因暂时不能养宠物的人群。优势在于能够补充目前国内宠物寄养机构服务漏洞,如:寄养期间宠物主对宠物日常知之甚少,且大多整日被关在笼子里,容易产生应激反应,有害宠物健康等。主要开展宠物乐园和实时视频两大特色服务。一是宠物乐园。寄养宠物会由专业人员为其匹配玩伴,开展有利于宠物健康的个性化娱乐活动。如:设置猫咪娱乐园,定时将猫咪带到玩具房玩耍;在一定时段让狗狗出来溜湾等。二是实时视频。宠物寄养地有完备的监控设施,宠主可实时观看。平台寄养采取点对点人工服务,每一位顾客均有专属工作人员24小时待命,可随时联系宠物主与宠物线上见面、互动等,尽量减少因生活环境改变和主人骤然离开而造成宠物的应激反应。对于有孕妇的家庭,首先由专业人员进行综合判断,确定孕妇家庭是否可以继续养宠物。如条件符合,会有专业人士针对孕期

养宠的一应事宜进行全程指导，必要时会上门服务。如不符合继续养宠条件，转入云寄养服务。

2.4 云商城

利用云上养宠契机，开设完备的线上商城，在满足自身运营需求的同时，对社会大众开放宠物及宠物用品售卖活动。

宠物用品。将质量信得过、经专家团队认证的、经营资质好的厂家生产的宠物用品，放到云商城售卖，通过“以批发的方式做零售”降低售价。经营中所需用品均按统一标准配备（相当于帮某品牌宠物用品直播带货），如果宠物主有要求，可以补差价进行调换。对客户实行终身会员制，视不同情况给予优惠。宠物活体。自行繁殖的品种宠物，以及流浪宠收留团队带回来医治后、经医学检查合格的幼体小崽。流浪宠只收取成本费用，即从收留医治开始，到售卖出去为止所有支出的成本（要做好相关支出及宠物身体检查和治疗情况的记录，一并交给新的宠物主）。同时开创视频运营号，在宣传平台服务及宠物日常生活的同时，进行直播带货。据网易新闻估计，快手电商带货收入额突破250亿元，这部分已然是一块不可忽视的收入。

2.5 宠物社交平台

宠物社交平台是集咨询服务、在线医疗、知识传递、问题交流于一体的互动型平台，是配合主体经营活动的配套服务。可设立养宠知识圈、养宠交流圈、养宠娱乐圈、健康养宠圈、养宠信箱等模块，以大众喜闻乐见的方式进行交流学习，不断提高平台的吸粉率。在养宠知识圈，技术人员定期发布原创或转载的常见问题处理措施、科学养宠物方法、以及养宠物小妙招等，供访问者了解；定期进行直播，请专家直播讲解相关知识，手把手教授养宠物流程。在养宠交流圈，工作人员定期发表养宠趣事、心得体会等，供学习讨论；向大众广泛征集养宠物经验，加强交流，保证网站的互动性与时效性。养宠娱乐圈，与消费者经常浏览的平台合作，如与现行知名度较高的网络产品（抖音、小红书等）合作，推出“云你养宠”为主题的类似消消乐、蚂蚁森林、养小鸡等娱乐养成类小游戏，寓教于乐。健康养宠圈，开展线上诊疗和咨询服务，专业的养宠人员和医生随时为客户解答相关问题，给出合理建议。养宠信箱，吸收客户的意见和建议，及时回复不断改进。

2.6 流浪动物保护站

主要担负流浪动物救助保护责任。目前国际上较为通行的流浪宠救助方法是TNR法，即抓捕（Trap），绝育（Neuter），放归（Release）。TNR的好处是控制了

流浪宠的繁殖数量，绝育后的流浪猫攻击性会减小，发情期也会变得安静。在推行这一方法的基础上，创新推出其它保护措施。一是收治的流浪宠物以成本价供人们领养，将这些宠物推送到网络上，通过各种手段向爱宠人群宣传。二是作为“云养宠”的宠物活体来源，支持领养代替购买。三是对一些天资聪颖的宠物进行专业化训练，把不良行为，如不服从指令、随便拉尿等矫正过来，将习性调整到最佳程度，然后输送到需要他们的地方，如送去养老院陪伴老人缓解孤独，又或者将一些性格活泼的宠物送到自闭症、抑郁症病人身边，帮助他们早日康复等。四是成立流浪猫撸宠馆，以流浪猫为主，加一小部分自身繁殖的稀缺品种。旨在呼吁爱宠人士以实际行动关心关注流浪小动物，同时体现在流浪猫收治方面的半公益性质，提高社会公信力。

3 “双线”养宠模式的优势及特点

3.1 服务优势

3.1.1 有效补全实体店的服务短板。养宠人群分散性大，养宠过程中遇到的问题具有一定的不确定性和个性化特征，实体宠物店受地域和信息量的限制很难满足这些需求。“双线”养宠模式利用互联网载体，有效把需求客户整合起来，同时发挥线下服务优势，使宠物主的需求得到有效解决。

3.1.2 宠物主可以得到方便快捷的服务。“双线”养宠模式利用网络信息最大限度帮助消费者快速找出所需的产品或服务信息，可有效减少消费者的搜寻成本；上门服务最大限度地为宠物主提供便捷服务，可帮助宠物主实现足不出户即可获得满意服务的愿望，有效减少消费者的时间成本。

3.1.3 帮助宠物主实现科学养宠。“双线”养宠模式通过互联网和专业技术团队提供线上线下一站式服务，有效防止宠主因经验不足或环境等原因而导致宠物过早夭折或疾病缠身等问题，帮助那些想养不敢养或想养不能养的爱宠人士实现养宠梦，对提升宠物主科学、规范养宠能力和意识以及解决流浪宠问题、保证城市安全卫生具有重要意义，是有益于社会、有益于大众的新型养宠服务模式^[3]。

3.2 服务特点

3.2.1 通过养宠全过程记录、关键环节回放、直播线上问答，将如何喂食、如何做好卫生清洁、如何训练等养宠方法和技能一步步教给主人，使未来的宠物主通过线上观摩轻松学会养宠。

3.2.2 通过专业人员对宠物品种及个体特征的判定，制定宠物的“个性化喂养和医护方案”，包括喂养食

料、护理方法、防疫要求等,保证宠物回到家之后仍然能够健康生活。如折耳猫需经常进行耳道清理,属于玻璃胃的布偶猫需要时常摄入益生菌等保健品促进肠胃蠕动,帮助宠物主实现科学养宠。

3.2.3 通过专业人员在喂养过程中的观察,摸索出宠物的脾性特点,总结出针对性的相处方法,在保证宠物舒适感的同时,可有效避免一些麻烦。如宠物胆小就少到人群密集的地方;宠物不喜欢被陌生人逗着玩就得提醒大家不要招惹它,以帮助宠物主实现轻松养宠。

3.2.4 通过专业人员的综合分析,为客户选择适合其经济状况、脾气个性符合其要求的宠物,如经济状况一般的主人,就选择价低易养的一般品种宠物,或是收养流浪猫或流浪狗,使客户得到合适的宠物。富贵人家可以养品种较好的,这种一般比较金贵,所以费用较高;工资水平较低的人群可选我们收养回来的流浪猫,可用穷养的方法。

3.2.5 通过主人提前介入饲养和观察,很大程度上保证了客户不会买到体弱多病的宠物,可有效摆脱“星期猫星期狗”的商业陷阱。

3.2.6 通过主人与宠物随时性的视频互动,或暂时将宠物送回主人身边见面,既解决了宠主不能养宠或因出差无人照看的后顾之忧,又可让主人放心寄养。

结束语:

“双线”养宠对于创新养宠服务模式、探索线上线下一站式养宠服务、大幅提升养宠服务质量具有现实意义,是社会发展的必然要求。从创新角度对养宠服务模式进行探索,目的是满足宠物主个性化需求,在得到顾客认同时,激发更多隐性需求,把宠物主逐步分化、从传统服务机构吸引到“双线”模式上来,从而使宠物市场彻底摒弃盲目养宠、弃宠等弊端,推动宠物行业科学规范健康发展。“双线”养宠模式作为一种新型养宠服务模式,要实现健康、长远发展,还要树立风险意识,有效规避投资风险、经营管理风险、推广风险、电子商务系统安全等风险,重点是做好宠物疫病防治工作,防止疫情大面积爆发,保证稳定、健康、可持续发展。

参考文献:

- [1]刘毅.2021年中国宠物行业白皮书(消费报告)[OL].派读宠物行业大数据平台:北京派读科技有限公司,2021
- [2]杨保军.基于“长尾理论”的利基市场营销分析[J].市场周刊.理论研究,2007(000)010:41-42,47
- [3]曹建华.2022-2027年宠物经济行业竞争分析及投资战略研究报告[OL].中国行业研究网:中研普华公司,2022.03