



# 亚马逊选品建议

## 课程路径图及内容



# 目录

<b>4. 宠物 (Pet) 品类</b>	<b>3</b>
<b>4.1 宠物用品海外市场概况</b>	<b>3</b>
<b>4.1.1 海外市场概况</b>	<b>3</b>
<b>4.1.2 消费者画像</b>	<b>6</b>
<b>4.1.3 宠物用品亚马逊海外流行趋势</b>	<b>8</b>
<b>4.2 宠物用品热门品类推荐</b>	<b>9</b>
<b>4.2.1 宠物家居</b>	<b>11</b>
<b>4.2.2 宠物床品</b>	<b>15</b>
<b>4.2.3 宠物出行装备</b>	<b>19</b>
<b>4.2.4 宠物护理产品</b>	<b>22</b>
<b>4.2.5 宠物服装及饰品</b>	<b>25</b>
<b>4.2.6 宠物喂食及饮水用具</b>	<b>28</b>
<b>4.2.7 其他宠物相关产品</b>	<b>30</b>
<b>4.3 宠物用品品类合规认证</b>	<b>32</b>

## 4.1 宠物用品海外市场概况

宠物相关搜索激增 512%?! 2020 年《Pinterest 100 大趋势》报告中，“爱宠经济”独占一席，成为覆盖全年龄段的全球消费趋势，即使疫情期间热销趋势依然不减。爱养宠物的外国人更是愿意为宠物买单，宠物用品早就从宠物食品扩展到宠物服饰、玩具、美容、互动周边等各个细分品类。对于想拓展宠物用品的中国卖家来说，了解 2020 海外消费新趋势，掌握热卖子品类及实用贴士，是帮助快速拓展业务的直通道。

### 4.1.1 海外市场概况

**宠物产业发展迅速，美国市场体量超 957 亿美金**

宠物产业在欧美发达国家已历经百年，目前北美和欧洲已发展成全球宠物产业很大的市场。2019 年美国宠物消费市场规模达 957 亿美金<sup>1</sup>，美国约 69% 的家庭至少拥有一只宠物<sup>2</sup>。



2019 年市场规模达  
**957 亿美元**



美国家庭拥有宠物占比  
**69%**

1. 美国宠物消费报告，中国国际宠物水族展览会 CIPS

2. Pet Industry Market Size & Ownership Statistics, APPA

近几年，得益于单身人群及老年人口的持续增加，宠物产业得以繁荣。

Euromonitor International 调研发现，宠物行业在过去十年的市场规模增长了 66% 以上，而同期全球经济仅增长了 43%。2019 年美国人在宠物上的花费超过 520 亿美元；其中大部分用于宠物食品，但仍有超过 180 亿美元用于宠物用品和配件。<sup>1</sup>



市场规模增长超  
**66%**



2019 年美国人为  
宠物花费超  
**520 亿美元**

### 宠物用品电商渗透率持续增长，亚马逊网站为宠物主人首选

美国宠物产品协会 APPA 的数据预计，从 2017 年到 2023 年，宠物产品及服务的消费数额将继续保持 4.2% 的年复合增长率<sup>2</sup>。

根据 Packaged Facts 的报道，去年全年美国有 18% 的宠物用品零售是线上订单<sup>3</sup>。到 2023 年，预计美国市场宠物产品在电商渠道的销售额将占整个市场的 23%<sup>4</sup>。



复合增长率达  
**4.2%**



线上订单占比达  
**18%**

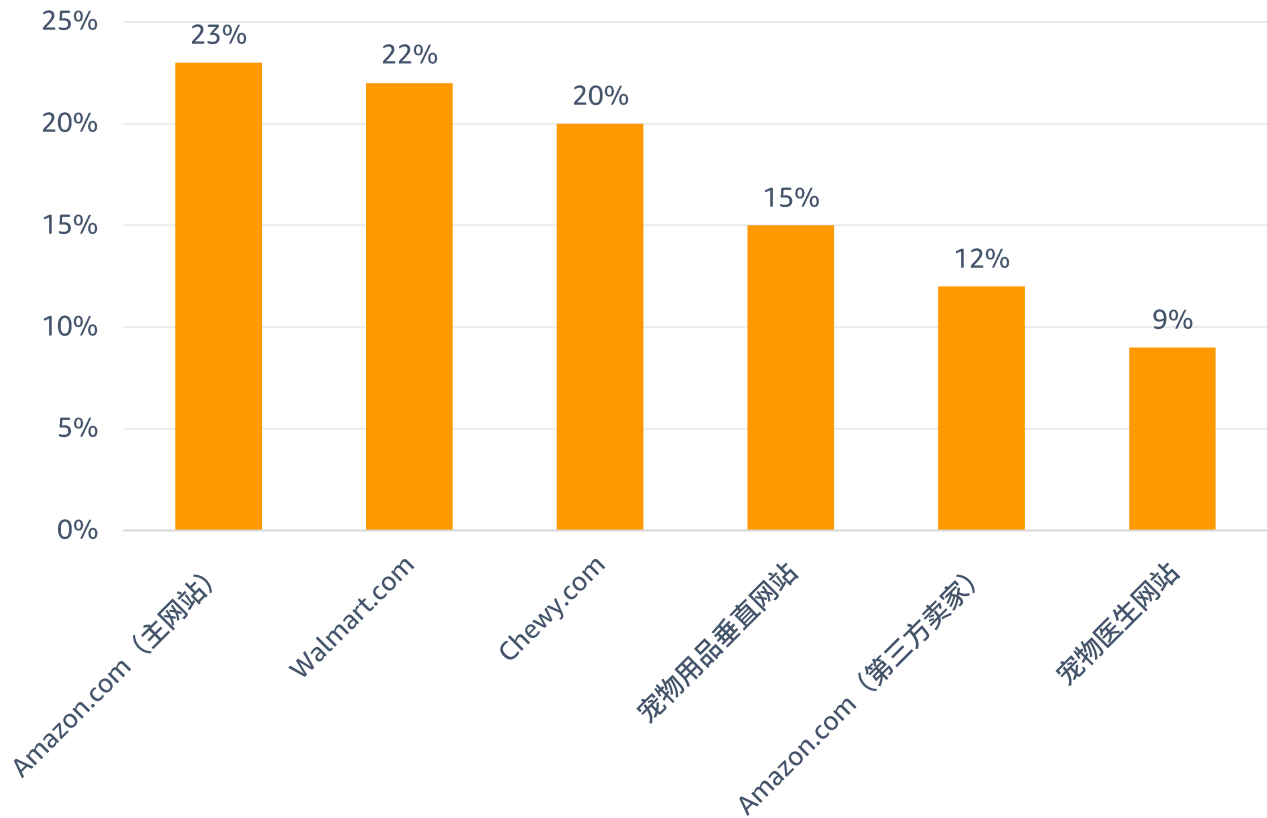


2023 年市场占比将达  
**23%**

1/2/3/4. [宠物电商的大商机，赢商荟，2020](#)

亚马逊是宠物主人的优选线上购物网站，在美国，过去三个月中 35% 的宠物主人都选择了在亚马逊上购买宠物用品<sup>1</sup>。

2019 年美国排名前三的宠物用品购物网站（最近 3 个月）<sup>2</sup>



1. Websites used in the last three months to purchase pet products in the United States in 2019, Statistics, 2019

2. Packaged Facts; Petfood Industry

## 4.1.2 消费者画像

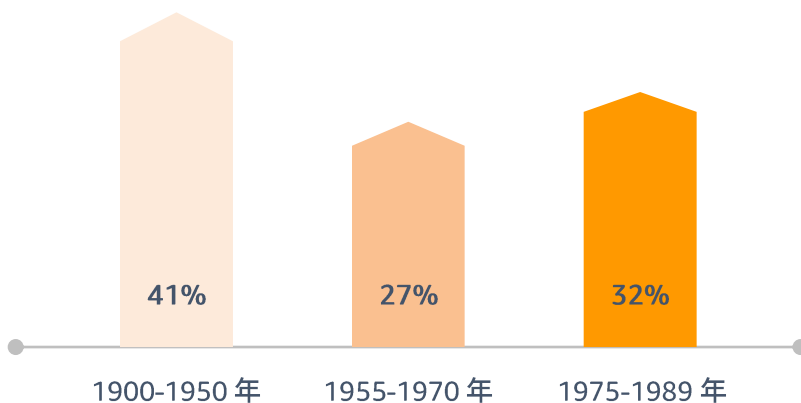
### 消费人群

萌宠的魅力不仅让新一代的年轻人缴械投降，更是辐射了几乎全部年龄段，就连父母和年迈的老人也难以招架，越来越多的人开始选择宠物成为他们生活的伙伴。

据数据统计，1900-1950 年生的人，有41%<sup>1</sup> 拥有宠物，他们将宠物当作不可或缺的情感寄托，更愿意在自己的经济可承受范围内为自己的宠物选购品质更高的产品；

1975 年 -1989 年生人，有 32%<sup>2</sup> 拥有宠物，他们更关注产品质量，喜欢为自己的爱宠寻找创新性产品来提升宠物的生活质量。当然安全性一直都是品牌获得和保持消费者信任的基础。此外，除了日常用品，宠物主人也会在诸如复活节、万圣节等节日为爱宠购置装饰品。

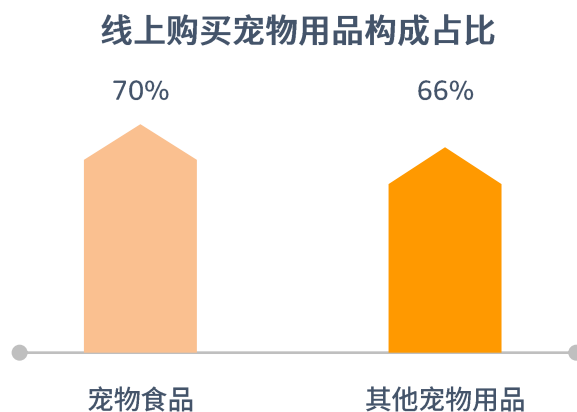
至少拥有一个新宠物的人在各年代人口中的占比



1/2. Nielsen Pet thought leadership survey

## 消费频次

**线上购物：**1975-1989 年的宠物主人会在网上为自己的爱宠购买宠物用品，这也是亚马逊线上消费者购买频次非常高的品类，其中 70% 会购买宠物食品，66% 会购买其他宠物用品<sup>1</sup>。



**小众宠物：**除了传统的猫狗宠物外，鸟、淡水鱼、海鱼、爬行动物、马等动物也被越来越多的千禧一代青睐，市场潜力不容小觑。

## 消费者诉求



### 对更多细分品类的诉求

目前宠物市场消费产品主要还是集中在宠物食品、宠物保健以及宠物玩具、服饰等领域，这些领域依然值得深挖细分品类。此外，消费者视宠物为家人，和人的健康消费趋势一致，宠物的健康是未来产品创新的核心。



### 对品牌、设计、材质、物流速度的诉求

消费者倾向于购买做工精致、质量优良的产品，产品客单价逐渐提升。这些消费目前主要还集中在专业的宠物用品零售店，但这一情况会在未来几年受到电商渠道的冲击，对众多卖家来说也是一大机会点。

1. [APPA provides generational insight into pet product purchasing, Pet Food Processing, 2020](#)



### 4.1.3 宠物用品亚马逊海外流行趋势

#### 宠物居家用品

疫情期间，海外消费者随着居家时间变长，对宠物关注度也进一步提升，很多品类呈快速增长趋势，例如，越来越多的宠物主人开始购置各类宠物美容美发工具，自行打理宠物毛发；智能化产品如自清洁的猫砂盆、自动门、电子宠物围栏，也受到越来越多年轻消费者的青睐。

#### 宠物户外商机

一旦疫情好转，宅家许久的人们很多会选择外出旅行。欧美宠物主经常也会带上宠物一起去旅行<sup>1</sup>，所以长期来看，对户外宠物用品的需求也是另一大机会点。例如，旅途中需要的便携式食物、水碗、垃圾托盘等，飞行时需要的产品包括安全带、宠物座椅、旅行床，甚至宠物背包等。

1. [Pet Products in the US, Euromonitor International, 2019](#)

## 4.2 宠物用品热门品类推荐

### 宠物用品品类热卖子品类及运营贴士

#### 宠物家居

- 宠物屋；
- 宠物家具；
- 宠物门 / 围栏；
- 鸟笼；
- 猫爬架；
- 猫抓板；
- 猫窗户支撑架。

#### 宠物床品

- 宠物窝 / 床；
- 宠物毯；
- 宠物床罩；
- 宠物制冷 / 制热床垫；
- 宠物垫底；
- 宠物训练垫。

#### 宠物出行装备

- 车载宠物围栏；
- 便携宠物包；
- 宠物手推车；
- 宠物胸前挎包；
- 车载宠物爬梯。

#### 宠物护理产品

- 宠物开解梳毛工具；
- 宠物修毛剪刀工具；
- 宠物电动剃毛修甲器；
- 宠物湿巾纸；
- 宠物护理工具。

### 宠物服装及饰品

- 宠物T恤;
- 宠物颈圈配饰;
- 宠物帽;
- 宠物外套;
- 宠物名牌。

### 宠物喂食及饮水用具

- 宠物升起喂食器;
- 宠物电动喂食器。

### 其他宠物相关产品

- 宠物门铃 / 训练铃铛;
- 宠物纪念品;
- 投球机。

## 4.2.1 宠物家居

### 客户需求

安全性能够保证、不易倾倒、牢固、宠物家具与家庭装修风格一致、美观精致、尺寸合适、舒适度高且耐用、便于清洁或清洗。

### 进入门槛

木制家具需要满足对于家具类产品的生产环保标准，尤其是使用合成木的板材家具，必须符合亚马逊及当地市场关于合成木制品的相关规定，其他材质则无门槛。

### 近期流行趋势

疫情期间，大家居家陪伴和照顾宠物的时间变长，消费者会更加关注宠物的生活质量和舒适度，愿意为宠物创造更好的生活环境，会更多考虑功能性强的大型家具；电子产品、智能产品的增长趋势也较为明显，比如自清洁的猫砂盆、自动门、电子宠物围栏受到越来越多年轻消费者的青睐。

### 选品趋势

#### 猫抓板

消费者关注点：牢固耐用、造型美观、便于清洁

热卖月份：黑五、网一活动期间热卖，其他时间不存在明显季节差异

价格参考区间：集中于 10-20 美元，5-10 美元的经济型产品也占有一定市场份额

市场竞争状况：市场竞争分散，中小品牌仍有较大机会

热卖站点：北美、欧洲

产业带：东莞、宁波、义乌、嘉兴、杭州



## 宠物家具

**消费者关注点：**最重要的是美观，其他关注点包括家具支撑力好、舒适度高、放置在居家环境中和谐并且精美、表面是否容易清洁、外罩可拆洗、可使用年限久、能够部分地满足宠物的运动需求

**使用场景：**宠物越来越多地被认为是家庭成员，家居环境中，消费者希望宠物的家具能和整体家居环境融为一体

**热卖月份：**下半年销售逐月增加

**价格参考区间：**价格集中在 60-80 美元 (56-74.8 欧元) 上下

**市场竞争状况：**头部品牌市场占比较高，中国卖家占比将近一半，其他竞争者机会较少，需要找到独特的优势点打入该品类

**热卖站点：**北美、欧洲



## 猫窗户支撑架

**消费者关注点：**承重力强、透气轻薄、尺寸合适

**使用场景：**室内客厅或者卧室窗户使用

**热卖月份：**季节分布并不明显，12 月份略微要好一些（考虑送礼需求）

**价格参考区间：**10-20 美元、9.3-18.7 欧元、1271-2543 日元

**市场竞争状况：**整体增长非常迅速，并未形成稳定结构，新卖家有机会进入

**热卖站点：**北美、欧洲、日本



## 宠物屋

**消费者关注点：**功能多样、牢固耐用、拆卸拼装易操作、空间足够宠物活动、便于清洁  
**使用场景：**户外

**热卖月份：**春季和秋季销量表现更为突出

**价格参考区间：**小型宠物笼具 10-30 美元，中型宠物屋 120-150 美元，大型宠物屋 200 美元以上，每个类型都有相当的市场份额

**市场竞争状况：**知名品牌占有较高市场份额，但 2019 年也出现一些高速增长的品牌强势进入品牌排行前列，新进品牌仍有机会

**热卖站点：**北美、欧洲

**产业带：**义乌、温州



## 宠物门 / 围栏

**消费者关注点：**易于安装、使用方便、坚固耐用、多尺寸和多形式可选

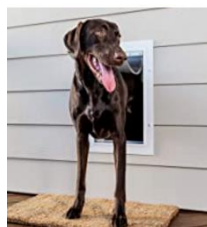
**使用场景：**独立的门可以方便宠物自由出入房间，有婴儿家庭需要安静环境，也可以使用门栏隔开宠物打扰

**热卖月份：**季节分布并不明显

**价格参考区间：**30-40 美元、28-37.4 欧元

**市场竞争状况：**中国卖家占比低，该子品类整体增长非常迅速且并未形成稳定结构，新卖家有机会进入

**热卖站点：**北美、欧洲



## 猫爬架

**消费者关注点：**组装简单易操作、稳定牢固、便于移动、高度适中、材质柔软舒适、设计美观、空间多样、可拆卸清洁

**热卖月份：**大促窗口 (Prime Day 及黑五、网一活动期间) 热卖，其他时间不存在明显季节差异

**价格参考区间：**50-70 美元，除此之外低端 (30-40 美元) 及高端 (100 美元及以上) 价格带也有一定的市场份额

**市场竞争状况：**知名品牌占有较高市场份额，但2019年也出现一些高速增长的品牌强势进入品牌排行前列，新进品牌仍有机会

**热卖站点：**北美、欧洲

**产业带：**石家庄、高碑店、义乌、威海、佛山



## 鸟笼

**消费者关注点：**大型鸟笼是否足够坚固，可以对抗鸟类的啄和恶劣的天气情况、分层设计、分功能区、满足鸟类的运动饮食交友等需求、底部可移动、方便清洁、门锁设计

**使用场景：**室内客厅环境下、户外庭院

**热卖月份：**季节分布并不明显，但是 3 月 -9 月略微要好一些

**价格参考区间：**各价格段均有分布，70-90 美元价位段略高一些

**市场竞争状况：**头部品牌市场占比较高，整体增长非常迅速，并且体量可观，仍有机会进入

**热卖站点：**北美、欧洲



## 4.2.2 宠物床品

### 客户需求

图案美观、材质舒适安全、尺寸合适、结实耐用、可以承受宠物的撕咬、防水 / 吸水性、清洗方便。

### 进入门槛

无门槛。

### 近期流行趋势

更多的样式、颜色、尺寸的选择、材质的安全性及耐用性非常受到关注。

### 选品趋势

#### 宠物窝 / 床

**消费者关注点：**柔软蓬松、透气、弹性不变形、舒适度高、缝合牢固、防水性、易拆可机洗、洗后不缩水、尺寸和空间与宠物适配性，宠物身长和体重差异较大，需要提供相对较多的尺寸供消费者选择

**热卖月份：**不存在明显季节性差异

**价格参考区间：**20-40 美元，每个细分价格带市场份额相差不大

**市场竞争状况：**市场竞争分散，中小品牌仍有较大机会

**热卖站点：**北美、欧洲、日本

**产业带：**无锡、杭州、宁波



### 宠物毯

**消费者关注点:** 柔软舒适、材质手感好、大小适中、便于清洗

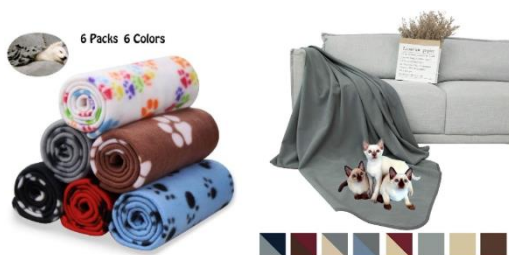
**热卖月份:** 9-12月, 冬季是销售旺季

**价格参考区间:** 低端产品价格集中在 15-20 美元, 高端产品集中在 40-50 美元

**市场竞争状况:** 知名品牌占有较高市场份额, 但知名品牌间竞争激烈, 排名前列的产品多为 2018-2019 新创建, 新品仍有机会

**热卖站点:** 北美、欧洲

**产业带:** 绍兴、南通、常熟



### 宠物训练垫

**消费者关注点:** 材质、舒适、结实耐用、吸水、防渗透

**热卖月份:** 全年

**市场竞争状况:** 市场竞争比较分散, 产品性价比竞争激烈, 中国卖家渗透率较低, 因此仍然有较大的进入机会

**价格参考区间:** 15-20 美元, 平均成交价格走低

**热卖站点:** 北美、欧洲、日本

**产业带:** 深圳、东莞、台州、义乌、武汉、上海



## 宠物床罩

**消费者关注点：**带有防水内膜的微绒毛毯，兼具美观，可以覆盖在床、沙发、家具上，兼具柔软和坚固双属性，给宠物温柔的拥抱同时可以对抗出牙宠物的撕咬，并且可以机洗；多尺寸需求适配不同的覆盖需求，多颜色匹配家居整体配色

**使用场景：**在床、沙发、昂贵的家具上、房车以及旅行途中使用

**热卖月份：**冬季是销售旺季，Q4 销售额增长非常明显

**价格参考区间：**低端产品价格集中在 15-20 美元，高端产品集中在 40-45 美元

**市场竞争状况：**头部品牌市场占比较高，中国卖家占比低，其他竞争者机会较少，可以找到优势打入

**热卖站点：**北美、欧洲

**产业带：**无锡、杭州、宁波、温州



## 宠物制冷 / 制热床垫

**消费者关注点：**制冷 / 制热起效迅速、功能良好、材质舒适、使用安全、时间及温度可控、操作简便

**热卖月份：**夏季及冬季，10-12月的冬季表现更为突出

**价格参考区间：**较为分散，10-50 美元区间的产品都占有一定市场份额

**市场竞争状况：**市场竞争分散，中小品牌仍有较大机会

**热卖站点：**北美、欧洲、日本

**产业带：**廊坊、义乌、常熟



## 宠物垫底

**消费者关注点：**温暖自发热、无异味、超强吸收中间层、保持干燥、可机洗、绿色安全、底部防滑、多种尺寸可选（配合笼子、宠物床、甚至铺在地上）

**使用场景：**铺在笼子中仓鼠兔子等动物可以使用，铺在地上供猫狗宠物使用

**热卖月份：**在 Q4 销售额增长非常明显

**价格参考区间：**价格集中在 20 美元上下

**市场竞争状况：**头部品牌市场占比较高，中国卖家占比低，其他竞争者机会较少，可以找到优势打入

**热卖站点：**北美、欧洲

**产业带：**无锡、杭州、宁波



## 4.2.3 宠物出行装备

### 客户需求

可折叠、携带方便轻巧、组装简易且牢固耐用、能够满足多场景下的使用需求，如车载、逛街、旅行等。

### 进入门槛

如为电子产品，则需满足亚马逊电池产品相关要求，[点击查看详情](#)。

### 近期流行趋势

宠物已经成为现代人社交的一种方式，宠物本身的社交和出行需求也越来越被大家关注，出行装备需要能够满足多场景下的应用，可折叠且轻便的产品较受欢迎；同时车载场景下的宠物出行装备增长迅猛。

### 选品趋势

#### 车载宠物爬梯

消费者关注点：折叠简单、便于安装、结实平稳、重量轻巧、坡面宽阔、可放置于后备箱

使用场景：帮助大型行动不便的宠物上车，亦可用于宠物训练

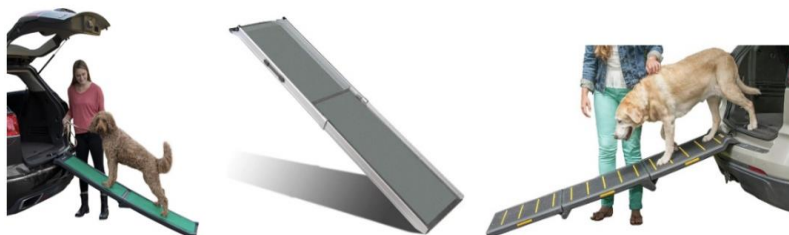
热卖月份：秋冬季

价格参考区间：分布在 40-120 美元，主要集中于 40-60 美元

市场竞争状况：头部卖家占有主要市场份额，中小品牌竞争激烈，新品进入市场门槛较高

热卖站点：北美、欧洲

产业带：常州、苏州、无锡、台州



## 车载宠物围栏

**消费者关注点：**操作便捷、安装简单、材质坚固、适配性高

**使用场景：**车载宠物外出，安装在车内防止宠物干扰驾驶，确保安全

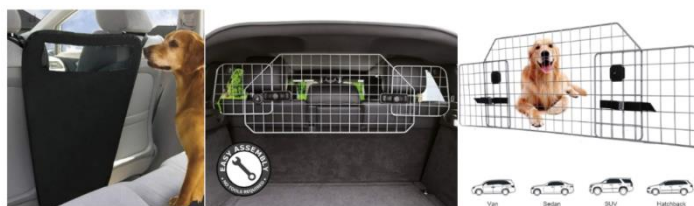
**热卖月份：**12月

**价格参考区间：**主要集中于 40-50 美元之间，除此之外，10-20 美元低客单价产品也贡献了很大一部分销量

**市场竞争状况：**市场竞争较大，知名品牌占有一定市场份额，热卖产品上升较快，新品仍有机会进入市场

**热卖站点：**北美、欧洲

**产业带：**温州、义乌、金华



## 宠物手推车

**消费者关注点：**折叠简单、便于安装、携带轻巧、轮子顺滑

**使用场景：**携带宠物外出，推车可以解放双手，方便出行

**热卖月份：**春夏季、出游季

**价格参考区间：**主要集中于 40-60 美元之间，除此之外，200-220 美元高客单价产品也贡献了很大部分销售

**市场竞争状况：**头部卖家占有主要市场份额，中小品牌竞争激烈，热销产品生命周期较长，新品可以寻找突破点进入该品类

**热卖站点：**北美、欧洲

**产业带：**宁波、金华



### 便携宠物包

**消费者关注点：**携带便捷、空间大、可托运、组装简单、质量好

**使用场景：**可手提携带小型宠物外出，满足消费者和宠物的社交需求，亦可放置在车内，保证行车安全

**热卖月份：**12月

**价格参考区间：**价格带分布在 10-50 美元之间，30-40 美元较为集中

**市场竞争状况：**市场竞争较大，知名品牌占有一定市场份额，热卖产品上升较快，新品仍有机会进入

**热卖站点：**北美、欧洲

**产业带：**宁波、金华、青岛



### 宠物胸前挎包

**消费者关注点：**佩戴舒适、材质结实、解放双手、可调节长短

**使用场景：**挎兜携带小型宠物外出

**热卖月份：**12月，促销季提升明显

**价格参考区间：**分布集中，15-25 美元产品占据主要市场

**市场竞争状况：**市场竞争较大，知名品牌占有一定市场份额，热卖产品上升较快，新品仍有机会进入市场

**热卖站点：**北美、欧洲

**产业带：**金华、宁波



## 4.2.4 宠物护理产品

### 客户需求

操作简便、安全易用、不会让宠物产生不适感。

### 进入门槛

如涉及宠物医疗用品，则需满足亚马逊医疗器材相关要求，[点击查看详情](#)。

如为电子产品，则需满足亚马逊电池产品相关要求，[点击查看详情](#)。

### 近期流行趋势

- 电动产品收到越来越多年轻消费者的喜爱，他们愿意花费更多以获得更便捷的产品使用体验；
- 疫情期间出行不易，越来越多的宠物主人开始购置美容美发工具自行为宠物打理毛发。

### 选品趋势

#### 宠物开解梳毛工具

消费者关注点：梳子的功能性（针梳、排梳、脱毛梳、开解梳、按摩梳、综合梳子等）、大小（适合宠物大小）、宠物的舒适度等

热卖月份：春季（3月、4月）、大促季（Prime Day、黑五、网一）

价格参考区间：9-20 美元、8.4-18.7 欧元

市场竞争状况：头部品牌占领市场份额稳定，但占比不高，新进品牌可以有机会迅速取得相应市场份额

热卖站点：北美、欧洲

产业带：温州、苏州



### 宠物修毛剪刀工具

**消费者关注点:** 材质、设计流线技术、剪刀使用宠物部位、配套工具等

**热卖月份:** 早春 (2月、3月)、大促季 (Prime Day、黑五、网一)

**价格参考区间:** 5-45 美元、4.7-42 欧元

**市场竞争状况:** 头部市场占比稳定但份额都较小, 近三年各个品牌市场份额都在逐步扩大, 但是不断涌入新品牌依旧可以快速获取市场份额

**热卖站点:** 北美、欧洲

**产业带:** 苏州、南通、宿迁等



### 宠物湿巾纸

**消费者关注点:** 天然、材质、除菌、除味

**热卖月份:** 全年需求稳定并持续上升

**价格参考区间:** 10-15 美元 /80 片 / 包、25-30 美元 /package (5 包)

**市场竞争状况:** 市场头部品牌占比不高, 同时近几年市场份额都比较稳定, 每年市场体量都在持续上升, 新品牌能够快速进入并能做大

**热卖站点:** 北美

**产业带:** 成都、南京、新乡等



## 宠物电动剃毛修甲器

**消费者关注点：**产品功能、价格、易操作性

**使用场景：**宠物修剪毛发，以及在宠物掉毛季时，有些主人会剃毛来防止宠物毛发掉的比较多，电动剃毛器将会更加安全，并容易操作

**热卖月份：**2月、3月、促销季（黑五、网一）

**价格参考区间：**20-50 美元、100-120 美元

**市场竞争状况：**目前知名品牌较少，产品功能相似度比较高

**热卖站点：**美国、欧洲

**产业带：**温州、宁波、天津



## 宠物护理工具

**消费者关注点：**安全、可重复使用性、适合固体或者液体喂食

**热卖月份：**春夏季（3月-8月）、12月，全年销量都比较平稳

**价格参考区间：**单品 5-15 美元左右、套装 30-35 美元左右

**市场竞争状况：**头部品牌卖家占据市场主要份额，并且市场额稳定，新卖家进驻门槛较高

**热卖站点：**北美、欧洲

**产业带：**义乌、宁波等



## 4.2.5 宠物服装及饰品

### 客户需求

外观可爱、样式颜色尺寸选择多、面料安全健康且柔软、不会给宠物带来不适、不易被宠物撕扯、不易脱落。

### 近期流行趋势

个性化需求明显，宠物主人会选择一些可爱或者独特的款式，并会尝试将宠物打扮成特定卡通形象，除衣物外，宠物配饰也有较大需求。

### 选品趋势

#### 宠物 T 恤

**消费者关注点：**面料柔软吸湿透气、衣服按钮隐形、不易被宠物撕扯、不易脱落、面料安全健康

**热卖月份：**全年销售较平均，12 月份销售比重略高，其次是 11 月

**价格参考区间：**10-15 美元、1271-1907 日元

**市场竞争状况：**产品生命周期长，目前销售 TOP ASIN 老款产品较多，TOP 品牌市场份额有在缩小，新卖家仍有机会，但该品类新品牌进入需要一定时间的积累才可以成为 TOP 品牌

**热卖站点：**美国、日本

**产业带：**东莞、南京、温岭、义乌



### 宠物颈圈配饰

**消费者关注点：**材质足够牢固、不容易被宠物爪子扯断抓坏、材质舒适表面光滑不易刮伤宠物脖子、不卡毛发

**热卖月份：**全年无明显季节性，11月、12月份相对比重较高

**价格参考区间：**10-15 美元

**市场竞争状况：**品牌竞争动荡格局未固定，且头部品牌所占份额小 (TOP 10 份额约占 3 成)，新品活力非常强劲，新品牌存在很大进入和成长空间

**热卖站点：**美国

**产业带：**东莞、义乌、金华



### 宠物帽

**消费者关注点：**帽子有耳洞不容易脱落、健康透气、造型美观

**热卖月份：**12月为全年销售比重最高的，其次是10月、11月、6月，上半年1-6月逐月销售比重上升，一直到6月开始回落

**价格参考区间：**5-10 美元、636-1271 日元

**市场竞争状况：**竞争格局未固定依然变动中，头部品牌市场份额缩小，中小品牌市场份额扩大，近两年的新品活力强劲，中小品牌依然存在很大进入和增长机会

**热卖站点：**美国、日本

**产业带：**东莞、温州、义乌



### 宠物外套

**消费者关注点：**面料保暖舒适、衣服按钮隐形、不易被宠物撕扯、不易脱落、面料安全健康 弹力大

**热卖月份：**集中在 11 月、12 月

**价格参考区间：**10-20 美元

**市场竞争状况：**市场竞争未固化，头部品牌市场份额在缩小，中小品牌份额扩大，中小品牌依然存在进入和成长空间

**热卖站点：**美国

**产业带：**东莞、南京、温岭、义乌



### 宠物名牌

**消费者关注点：**款式多样化、时尚新颖、牌上信息可自行设计

**热卖月份：**全年销售平均无季节性

**价格参考格区间：**5-10 美元是主要价格区间

**市场竞争状况：**品牌竞争格局相对固化，中小品牌市场份额不大，价格竞争激烈，中小品牌需要找到差异化的优势点进入该品类

**热卖站点：**美国

**产业带：**义乌、嘉兴、深圳



## 4.2.6 宠物喂食及饮水用具

### 进入门槛

如为电子产品，则需满足亚马逊电池产品相关要求，[点击查看详情](#)。

### 近期流行趋势

个性化定制化需求增多，主人更关注宠物的舒适度及满意度，愿意给他们创造良好的生活环境。

### 选品趋势

#### 宠物升起喂食器

消费者的关注点：材质、高度、宠物使用舒适度等、适合宠物就餐宠物体形工学（类似人体工学）、提升宠物进食体验

使用场景：北美欧洲较多饲养大型犬等宠物，同时垫高的喂食盆可以更加卫生，防止宠物粮和地面的接触

热卖月份：促销季、7月、11月、12月

价格参考区间：10-25 美元、9.3-23.3 欧元

市场竞争状况：主要品牌占据一半市场，并且在逐年增长，对于新进宠物用品卖家，占据市场份额较难，但是对于成熟宠物用品品牌，是拓展产品线的机会

热卖站点：北美、欧洲

产业带：义乌



## 宠物电动喂食器

**消费者关注点：**材质、适合宠物多久的喂食量、每日分配食物次数、可设置喂食量、与地面的贴合程度等

**使用场景：**如果在外面出差或是休闲度假时，比较难及时且很好地照料家里的宠物，智能宠物喂食器可以很好地帮助主人喂食宠物

**价格参考区间：**20-80 美元

**热卖月份：**4-8 月以及 11-12 月，在 Prime Day 及黑五、网一会有卓越销量

**市场竞争状况：**市场头部品牌占据市场份额稳定，头部品牌占据主要市场份额，但是目前自动喂食器被越来越多买家接受，新进品牌的卖家也能短时间获得小部分市场占有率，并有机会冲入获得更多市场份额

**热卖站点：**北美、欧洲

**产业带：**深圳、舟山



## 4.2.7 其他宠物相关产品

### 选品趋势

#### 宠物门铃 / 训练铃铛

消费者关注点：耐用、多尺寸可为不同大小的狗挑选、可调节、能否配合不同尺寸的门把手、声音是否清脆

使用场景：训练狗狗如厕

热卖月份：季节分布并不明显

价格参考区间：5-10 美元、4.7-9.3 欧元

市场竞争状况：中国卖家占比高，并未形成稳定结构，有机会进入

热卖站点：北美、欧洲



### 宠物纪念品

**消费者关注点:** 外观样式、材质是否精美、定制及个性化需求

**热卖月份:** 11月、12月、年末节庆期间热销

**价格参考区间:** 10-30 美元, 最集中在 15-20 美元

**市场竞争状况:** 该品类连续 3 年快速增长, 中国卖家渗透率较低, 总体竞争格局较为分散, 该品类内品牌数量多, 尚没有明显优势的头部品牌出现, 超半数的 TOP ASIN 为近两年新建, 可见该品类进入快速成长期

**热卖站点:** 北美

**产业带:** 泉州、义乌、东莞、深圳、菏泽



### 投球机

**消费者关注点:** 操作简单、质量过硬、耐用、能给宠物带来欢乐

**热卖月份:** 年末大促期间为销售旺季, 其余时间较为平均

**价格参考区间:** 5-20 美元、4.7-18.7 欧元

**市场竞争状况:** 该品类品牌数量不多, 头部品牌目前占据较大的份额, 七成以上 TOP ASIN 为近两年新建, 可见该品类较新, 中小品牌仍有很大机会可以分食头部品牌的份额, 中国卖家有较大机会进入

**热卖站点:** 美国、欧洲

**产业带:** 金华、义乌



## 4.3 宠物用品品类合规认证

### 宠物用品品类合规要求

目前，您可以注册登录亚马逊卖家合规系统 (Amazon E-Commerce Compliance Total Solution, ECTS)，查询海外站点合规要求，选择服务商并提交合规需求。目前支持美国、欧洲、日本、澳大利亚、新加坡等海外站点，可查询在亚马逊销售的高风险产品类型，如儿童玩具、吹风机、灯具、高压锅等。如果搜索关键字后暂时没有查找到目标产品类型，也可以选择相近的产品类型，先在系统中联系到服务商后，再做详细咨询。

[点击了解更多](#)

#### 非宠物食品类

非宠物食品的子品类包括宠物居家相关产品、宠物出行装备、宠物护理和服饰等用品，无论在美国、欧洲还是日本均没有特殊法律法规，但它们仍需遵循各国对于大众消费品的相关法律法规，如美国大众消费品安全协会 (CPSC) 的法规；欧洲则需遵守 GPSD 和 REACH 的法规，各站点相关法律法规：

- 美国站点相关法律法规，[请点击此处查看](#)；
- 欧洲站点相关法律法规，[请点击此处查看](#)。

### 宠物手工制品类

如果您所出售的商品是手工制品，还需要符合亚马逊对于宠物手工制品的规定，可以登录【卖家平台】进行查询，或[点击此处查看](#)。

### 宠物食品类

宠物食品需要遵循各国家 / 地区单独的法律法规：

- **美国站点：**在美国制造和售卖宠物食品和零食需要同时参考 FDA 的 FFCDA 以及各州 AAFCO 中对宠物食品的要求，详细信息，请[点击此处查看](#)；
- **欧洲站点：**和美国标准类似，在欧盟出售宠物食品和零食都需要遵循 FEDIAF（欧洲宠物食品行业）的相关法律法规，详细信息，请[点击此处查看](#)；
- **日本站点：**日本则需遵循由日本农林水产省制定的 Overview of Pet Food Safety Act 以及 FAMIC 列出的一系列法律法规，点击查看详情：
  - [Safety of Feeds and Pet Foods](#)；
  - [Overview of Pet Food Safety Act](#)；
  - [Food and Agricultural Materials Inspection Center\(FAMIC\)](#)。

### 宠物食品的标签

宠物食品对于标签的要求非常严格，应当但不仅限于提供以下信息：

- 产品名称，例如“XXX for Dogs or Cats”；
- 该产品拟用于的宠物种类，例如“哈士奇”；
- 包装或容器内食物的数量 / 重量；
- 成分清单，按其在产品中的百分比依序排列；
- 分析保证 Guaranteed Analysis；
- 如果是 Treats 类，需要标明营养补充成分，如果是 Snacks 或 Supplements，则不需要标明；
- 喂养说明，例如“本产品属于幼犬类狗粮”；
- 制造商或分销商的名称和地址。

### 商品详情页面运营建议

- Review 数量及星级很重要，更多的 Review 数量和更高的星级可以帮助提升 Listing 的转化率；
- 宠物产品需要注重产品的图片及描述，对于爱宠主人而言，一张足够可爱的宠物图片可以迅速抓住他们的眼球，而详尽的描述更能够帮助顾客更快的做出购买决定；
- 对于宠物家具而言，消费者很关心宠物家具风格跟本身房屋的装修风格是否搭配，所以场景展示图、视频等信息对家具类产品风格的展示很重要，对于需要组装的产品，上传产品说明书非常重要，且内容要简单易懂，减少不必要的差评和退货；
- 宠物的身材大小区别很大，宠物用品务必在商品的详情页面清楚标注产品的尺寸以便买家可以准确的做出购买决策并减少后期退货；
- 日本站 A+ 无需品牌备案，建议日本站卖家在 A+ 上多花心思。

# 恭喜您完成本课程的学习

接下来有更多学习内容等着您

## 课程路径图

1.3 疫情下需求高涨的居家和企业热购品类

1.4 宠物 (Pet) 品类

1.5 厨房 (Kitchen) 品类



动动手指，一键点亮页面右下角的“👍”  
让我们为您带来更多实用的学习资料!



请扫二维码填写课程反馈  
让我们持续优化您的体验

## 延伸学习课程



### 选品趋势及指南

- 亚马逊选品建议
- 亚马逊选品工具

除了本章的亚马逊选品建议，选品趋势及指南系列中还有更多内容等着您，别忘了持续学习更多...



### Level 1: 新手加速上路升级班

#### 快速有效引爆流量

您可以在亚马逊官方讲堂了解并掌握更多新手加速上路的要点，快来获取优质学习体验吧!



扫码了解更多