青年报
上海市青年创业就业促进会
上海市青年创业就业基金会
青年报社
联合主办
2020年9月1日 星期二
责任编辑 梁超业 美术编辑 汤智勇

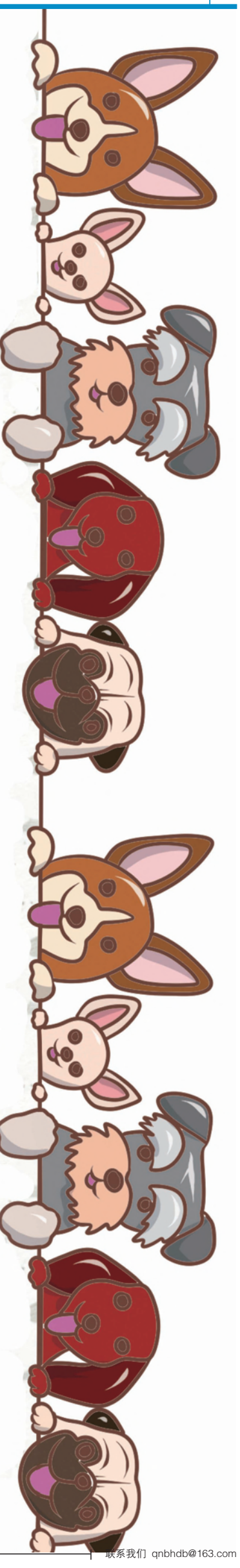
梦创

周刊
第182期

伺候“汪星人”“喵主子”是如今众多都市人向往的生活。亚洲宠物展日前落下帷幕，展会上发布一系列数据：2018年至2019年期间，中国养宠用户从7355万上升至9915万，市场规模在2019年已达到2212亿元。过去一年宠物行业线上销售额超过300亿元；喵星人和汪星人消费规模相当，分别占49%和51%，但猫咪消费增长是宠物狗的两倍，增速达37%。另外，健康、玩乐、打扮、社交活动相关的宠物消费需求呈上升态势。这或许预示着在这些数量可观的宠物消费细分赛道之下，有一个非常庞大的经济前景和创业机会。

青年报记者 孙琪

为爱宠洗澡烫头叫外卖 “铲屎官”撬动千亿市场



创业者

90后小伙做宠物电商入选福布斯

因一条狗而创业

1994年出生的谭施聪对生活、对创业一直抱有极大的好奇心。

“千军万马过独木桥，2013年，我考上了大学，等待上学的日子里我就想做点什么。”谭施聪回忆自己跑去打工，洗盘子、卖菜、卖保险、炒股，这些让象牙塔里的他对社会生活有了一定认识。不久他就想养条狗，岂料遇到黑心商家买到一条“星期犬”（病狗，存活时间基本上不能超过一个星期），惨痛的维权经历促使谭施聪想要开一家良心宠物店。说干就干，小谭随即就把店开了起来。“要给‘毛孩子’最好的东西。”小谭一开始就将目光锁定在了进口产品上，一家一家打电话去沟通、要货，没多久，谭施聪的第一家店就开张了。

岂料开店容易养店难，线下实体宠物店一般集合了提供商品、驱虫、洗澡、寄养等四大功能，而懂宠物技术、懂宠物商品知识，且顾客沟通能力上佳的人才是极其稀缺的，而且即使招到人才，宠物实体店服务辐射的范围也仅限于10公里以内。生意勉强维持着，一个月盈利在1000元～3000元左右。小谭上大三时，收到英国学校的录取通知，宠物店是否要关门呢？小谭当时的女朋友，也是如今的妻子建议他把精力从线下转到线上，从此他走上了电商之路。

“我在英国一边读书一边和爱人打理网店。”谭施聪告诉记者，2016年宠物电商市场竞争没有如今激烈，他凭借积累的人脉和客户很快拓展开了市场，在淘宝上开店后，流量远高于线下，营收很快翻了几倍，2018年年初，他单月营收超过100万元。

为团队而奋斗

所有创业的路都得自己摸索。“卖同样狗粮，客户有提问，我们的淘宝小二在20秒内必须做出响应；我们快递包装盒是特别定制的，盒外有开盒器，内附两层气泡垫，有售后卡。”谭施聪告诉记者归国后他就一头扎进公司，一般9点上班，夜里2点下班，在他的带领下，团队被打造成一支劲旅。“我们团队40多人，只有2个男员工，其余是女性，但大家都很拼。今年之前，我们还没有叉车，全靠人工卸货。一托盘宠物粮500多公斤，我带头卸货，女员工也有累到哭的，但擦把眼泪，继续干。”

开网店期间，并非没有波折，一次因为定价不慎，小谭的店还曾经被品牌商投诉，幸好谭施聪妥善处理了危机。谭施聪曾经很想得到某进口品牌的上海地区代理权，曾经多次找对方商谈无果，去年10月初，再次提出请求，岂料对方断然拒绝：“这样的小生意，以后不要再提。”但对方随即口风一转：“全国线下实体店的代理权，倒是可以谈谈。”这话让谭施聪当时就蒙了：我们这样的小公司能承接这样大的业务？第二天谭施聪才反应过来：为什么不试试？于是小谭就去找品牌商表态，经过半年的磋商谈判，终于将该品牌产品线下实体店的全国代理权拿到手，同时电商、直播、外卖、线下实体店等渠道全面开花，仅仅饿了么外卖店一年营收就近300万元。

去年，谭施聪入选福布斯中国30岁以下精英榜（30 Under 30）。未满而立之年，就取得这样的成绩，小谭如何看待这一切呢？

“我给自己打80分。”谭施聪谦逊道。自己的表现比及格好一些，但他很自豪自己招到最好的团队，为团队继续奋斗，也是他如今创业的动力。小谭告诉记者，未来他的商业版图会继续扩充经营品类，还将尝试商场店等多种经营方式。

企业机构

电商平台跑步发力宠物经济

上半年“宅家”的日子里，“铲屎官”们一心一意为“毛孩子”们改善生活。

国内生产销售宠物零食的A股公司有佩蒂股份、中宠股份两家，得益于今年“宅”经济爆发，今年上半年两家公司的业绩均交出上佳答卷。佩蒂股份上半年实现净利润4328.04万元，同比增长88.74%；中宠股份上半年净利润约为4612万元，同比增长186.31%。

众多迹象显示，电商平台已经跑步发力宠物经济。

今年8月19日，饿了么发布《2020宠物外卖报告》显示，过去一年，宠物外卖这一新兴消费市场快速升温，饿了么宠物外卖订单增长了135%，并且宠物外卖订单客单价格高达125元，远高于餐饮外卖的客单价格。同日，美团外卖将展台搬上了刚开幕的第23届亚洲宠物展，并打出“宠物用品最快30分钟送到家”的标语，以显示该平台外卖发力宠物市场的优势所在。

宠物电商创业机构也颇受创投们的青睐，8月14日，宠物健康品牌倍珍保宣布于近日获得由青松基金领投、尚承投资跟投的千万级人民币天使轮投资。而IT桔子数据显示，2019年宠物行业获得融资笔数32笔。宠物医疗融资39轮次成为资本追逐的热点。

专家观点

宠物经济前景可期 创业要避免一窝蜂

虽然我国宠物电商行业发展迅猛，但高端市场仍旧被国外品牌占据，电商平台利润低是不少国内创业者的心头痛，在这千亿级市场，青年创业者还有多少机会呢？

上海财经大学电子商务研究中心主任劳悃龄认为宠物电商领域是个值得关注的细分方向。首先从行业来看，近三年宠物行业每年20%的增幅，显示出“宠物经济”的蓬勃活力。同时，2020年的新冠疫情，让人们变得比以往更爱宠物，把宠物视为情感寄托，作为宅经济的一个特殊分类，推动了宠物电商的进一步发展。从前段时间的“五五购物节”年轻人专场来看，上海互联网青春生活节设立的“新青年 新趣玩”主题活动中，涌现了一批最青春、最时尚的新行业新业态，其中就有宠物摄影师这样的宠物经济行业，若与互联网电商有机融合，可以说是为青年就业打开了新思路、新空间。

“宠物经济前景看好，但创业中的一窝蜂现象需要规避。”劳悃龄表示此次90后小伙做宠物外卖入选福布斯，希望不要由此引来一大批跟风者，更不希望由此陷入价格战。其实无论是宠物经济还是其他，重要的是找到细分的服务点，为处于不同养宠阶段的宠物主，提供有针对性的产品和服务。