

SEC
SYSTEM OF EXPERT CONSULTANCY
品牌顾问 零售专家



中国零售业提升业绩必选培训教材

宠物店 5日通

中研零售商学院策划 祝文欣◎主编

*chongwudian
5ritong*

宠物文化孕育了极具潜力的市场空间。

您能够把握这个新兴行业吗？

您知道如何经营宠物店吗？

成功一定有方法，

本书从前期准备、选址装修、经营、管理、提升5个角度，

提炼了宠物店经营、盈利的关键技巧。

只需5日，让您轻松做老板！



中国发展出版社

SEC
SYSTEM OF EXPERT CONSULTANCY
品牌顾问 零售专家



中国零售业提升业绩必选培训教材

宠物店 5日通

中研零售商学院策划 祝文欣◎主编

图书在版编目 (CIP) 数据

宠物店 5 日通/祝文欣主编. —北京: 中国发展出版社,
2009. 3

(阿旺开店系列丛书)

ISBN 978-7-80234-336-8

I. 宠… II. 祝… III. 观赏型—动物—专业商店—商业
经营 IV. F717.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 027711 号

书 名: 宠物店 5 日通

主 编: 祝文欣

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 978-7-80234-336-8/F·816

经 销 者: 各地新华书店

版 式 设 计: 北京飞亚景文化传播有限公司

印 刷 者: 北京源海印刷有限责任公司

开 本: 700 × 980mm 1/16

印 张: 11.5

字 数: 135 千字

版 次: 2009 年 3 月第 1 版

印 次: 2009 年 3 月第 1 次印刷

印 数: 1—6000 册

定 价: 26.00 元

联系电话: (010) 68990625 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developress.com.cn>

电子邮件: drcpub@126.com

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

总序

INTRODUCTION

自己当老板,是很多人的梦想!毕竟我们活在这个竞争的物质社会中,都想拥有一份自己觉得安全的、收益丰厚的、长期的事业,而自主创业、自己当老板是个比较好的选择。

创业首先必须选对行业。有的人过于相信自己的能力或过于理想化,认为自己即使进入一个前景暗淡的行业一样能大有所为。其实获得成功不是一件容易的事情。创业要想获得成功必须具备两个前提:一是做正确的事情,二是正确地做事情。一个人十分勤奋努力,充分挖掘自己的潜力来做事情只是正确地做事情的一个方面,而选择好的行业才是做正确的事情。

正是基于这个原因,我们精选最具有前途的十个行业,编辑出版本系列丛书,希望能够在竞争激烈、战云密布、任何经营上的疏漏都有可能导致事业折戟沉沙的现代商业市场,为创业者提供一些帮助。

一项事业成功的关键,在于准确的定位、特色的经营环境、优质的服务、合理的营销策略和标准化、科学化、专业化的管理。本丛书就是从这几个方面出发,为创业者、开店者出谋划策、指点迷津,书中广征博取,汇集了经商入门的多种经验,并根据开店的经营流程和运作程序,分别介绍了开店的筹划与准备、选址与布局、营销与服务、管理与理财

等创业者迫切关心和急需应用的经营智慧和赚钱艺术。

本丛书行文流畅、内容实用,通体分为:

基础篇。对店铺的概念进行定义,对行业现状和经营条件进行分析,对开店方式进行选择,对不同的运作模式进行比较,试图找出最适宜的经营之路。

选址装修篇。重点解析选址在店铺经营中的重要意义,消费群体调查分析,店铺装修,细部规划及商品陈列与布局技巧等一系列在店铺经营前期所应解决的问题。

经营篇。主要解决店铺定位,采购进货,商品定位与分析,产品定价、宣传、推广与促销策略等日常经营过程中时常遇到的难题。

管理篇。细化为员工管理、财务管理、货物管理、客户管理等方面,洞烛幽微,力图帮助经营者在最短的时间内掌握最直接的管理方式和运作理念。

提升篇。将店铺提升到整个行业的高度展望,以统筹、全局化的目光审视所处的地位和急需解决的问题,希望起到高瞻远瞩、未雨绸缪的作用。

在每篇中,我们辅以“阿旺锦囊”和“见证实录”,妙笔评析,查缺补漏,篇篇均新颖,招招皆窍门,其中既有相关的理论知识,更有简明的操作方法,多层次、多方位地阐释了创业、开店的艺术技巧和策略,可令商界新人茅塞顿开;令商界老手若有所悟。

在本书的编写过程中,参考了一些名家的观点,在这里表示感谢;又因编写者水平所限,书中不免偏颇和不足,敬请读者朋友指正。我们把每一位读者当成朋友,朋友的批评,自然永远都是欢迎的。

祝文欣

2009年1月

FOREWORD

前言

所谓的宠物一般是指家庭豢养的受人喜爱的小动物,比如犬、猫、鱼、鸟等。宠物是人类休闲时的玩伴。随着物质生活的富裕,人们越来越注重生活情趣的培养。传统家庭结构的变化,工作压力的增大,人际关系逐渐趋于淡化,使越来越多的人将感情投注于宠物身上。人与宠物间的依赖关系,将随时间的流逝而日益浓厚。

在中国,养宠物的人越来越多,北京、上海、广州、重庆和武汉是中国公认的五大“宠物城市”。目前我国至少有宠物1亿只(条),伴随着宠物数量的增长,围绕宠物经济产生了一系列的相关产业,如宠物食品、宠物用品、宠物医疗、宠物美容等,这几年还涌现出宠物婚介、宠物殡葬、宠物寄养等新的行业。不断升温的“宠物热”,正在中国造就一个规模超过百亿元、潜力巨大的市场。我国宠物市场的经济规模有望在2010年达到400亿元人民币。许多创业人士将“宠物赚钱”和“赚宠物的钱”纳入计划当中。

相对而言,开家宠物店对投资的要求不高,除了要求相关技术过硬外,受宠物自身的影响较小,一旦失败也不会遭受太大损失,更适合创业者尝试。同时,为宠物衣食住行以及美容、医疗支出的费用属于循环消费,可以为投资者带来稳定的客源和收入。除了人们常见



的宠物摄影、宠物婚介、宠物美容外,宠物经济领域还有很多可投资的项目,此时进入必然能抢到味道鲜美的“头啖汤”。

为了增加宠物店经营者的专业知识、提升经营者的营销水平、指导经营者制定合适的经营理念和运营模式、活跃沉寂的宠物市场,我们编辑本书,试图从宽泛到细致、从行业到个体,分析、解答在经营宠物店的过程中所遇到的问题,并给出一定的指导和建议。

本书由五部分组成,基础篇重点对宠物市场现状进行分析和介绍,对不同的开店模式进行评估,对各类型宠物品种进行介绍。选址装修篇重点阐述选址布局对宠物店经营的影响,如何进行宠物店面外观设计与细部规划,如何对商品进行科学、美观的陈列等。经营篇重点分析进货渠道的选择标准、物流的作用、商品定价的方法以及不同时期所运用的不同的营销促销手段等。管理篇分别从人员管理、财务管理、客户管理等方面入手,分析宠物店经营过程中涉及的管理方面的问题,并解答相关难题。提升篇重点讲述在经营达到一定的规模之后,为了积极营造更加完善的店面形象和经营理念,我们应该考虑的一些问题,并在此基础上,初步窥视连锁经营的思路和方法。

编者

2009年2月

CONTENTS

目录

第1日 | 基础篇

一、宠物市场现状及分析	2
宠物市场现状	2
宠物市场分析	3
宠物市场产业链	8
阿旺锦囊 植物宠物店投资分析	9
二、开店条件及经营模式	10
开店条件	10
经营模式	13
阿旺锦囊 开宠物店的注意事项	13
三、宠物种类简介	15
宠物的种类	15
犬的典型品种简介	16
猫的典型品种简介	45
鸟的典型品种简介	53
观赏鱼	61
其他宠物	62
阿旺锦囊 另类宠物店的赚钱技巧	62
见证实录：宠物摄影店	64



第2日 | 选址装修篇

一、宠物店选址和调查	70
决定宠物店选址的九大因素	70
消费群体调查分析	75
阿旺锦囊 宠物店成功选址的关键	80
二、宠物店装修规划	82
宠物店装修注意事项	82
店名选取	83
店面外观设计	84
店内装修设计	85
店内规划与布置	88
阿旺锦囊 装修是主体经营的一部分	89
三、陈列与布置	90
陈列原则	90
陈列方法	91
展示方法	92
阿旺锦囊 宠物物品的包装	93
见证实录：3万元做宠物生意	94

第3日 | 经营篇

一、如何进货	98
进货常识	98



进货渠道	102
阿旺锦囊 进货时的注意事项	103
二、品种定位与分析	104
进行准确的市场定位	104
合理规避风险，超越竞争对手	105
阿旺锦囊 重新定位是宠物店长久盈利之本	109
三、产品定价	109
阿旺锦囊 影响定价决策的因素	110
四、产品促销与扩大经营	111
开业促销	111
节日促销	112
撰写促销活动方案	115
阿旺锦囊 促销活动“三忌”	119
见证实录：宠物用品店年入8万	119

第4日 | 管理篇

一、人员管理	122
店长的素质和职责	122
店员管理	123
阿旺锦囊 四类员工的管理	128
二、财务管理	129
财务管理及考核	129
明确付薪理念，优化薪酬结构	130
阿旺锦囊 常见的七大薪酬问题	133



三、宠物管理	137
幼犬养护与管理	137
幼猫养护与管理	140
宠物繁殖的注意事项	142
阿旺锦囊 宠物喂食误区	145
四、异常情况处理	149
阿旺锦囊 母犬异常发情分析	151
见证实录：3万元开家另类宠物店	151

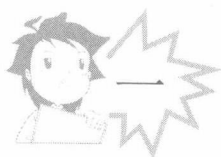
第5日 | 提升篇

一、形象维护与提升	156
提升宠物店的竞争力	156
连锁宠物店的顾客服务	159
阿旺锦囊 宠物用品步入渠道时代	163
二、宠物店的连锁经营	164
阿旺锦囊 加盟签约的十大注意事项	167
见证实录：连锁经营，用咖啡店概念经营宠物店	171

第1日 基础篇

目前，国内宠物市场已进入高速发展的时期。随着宠物数量的增长，庞大的宠物服务的消费需求不断扩大，对投资的需求也相对日趋旺盛，中国的宠物行业将迈上一个新的台阶。

本篇分析了国际国内宠物行业的发展概况，介绍了开一家宠物店需要的基本条件，还介绍了宠物店的分类及宠物种类等相关知识。



宠物市场现状及分析

宠物市场现状

宠物市场究竟有多大，其发展状况和前景又如何，对此似乎没有人进行过精确统计和认真分析。在我国，由于宠物经济一直未能引起足够的重视，所以，关于宠物市场的信息多是来源于国外的统计分析报告。根据全球权威消费市场调查与分析机构——欧洲透视公司的调查报告：1997年，世界宠物食品的市场价值是255亿美元；到2007年，世界宠物食品的市场价值达到410亿美元。相对而言，宠物食品仅仅是庞大的宠物市场中的一部分。

20世纪90年代以来，全球发展最快的三个宠物市场分别是亚洲、欧洲和南美洲。近年来，随着我国人民的生活方式、家庭结构等因素的改变，饲养宠物已成为一种时尚，这为宠物用品生产企业带来了极大的市场空间和丰厚的利润，也给市场带来了空前的发展机遇。

从宠物产品的消耗量、产量、流通量来说，亚洲市场居全球发展最快的三个宠物市场之首，成为全球最大的宠物产品生产及出口基地，而中国则是这一市场的中心。我国有关宠物的各方面的需求量在以每年15%的速度增长，特别是宠物产品，一直因其质优价廉而备受世界各国的青睐。



近些年来，随着我国人民收入的不断增长，越来越多的人开始饲养宠物。根据对国内宠物交易市场进行的调查，在广州、杭州、上海、沈阳、哈尔滨、乌鲁木齐、西安、南京、昆明、兰州、宁波、郑州、温州、北京、武汉、厦门、大连、重庆等18个大中城市的宠物市场中（不包括非宠物市场的交易部分），宠物狗的日销量达到4280只左右，年销售量约156万只。

根据资料测算，目前我国宠物的数量至少有1亿之多。目前，在北京约有40%的家庭养有1个或多个猫、狗、鸟、鱼等不同的宠物。2007年，北京人在饲养宠物上的花费是5亿元。在上海，与宠物有关的年销售额高达20亿元，而且此数字还在不断增长。同样，天津、南京、广州、杭州、深圳、成都等地的宠物普及程度也很高。

宠物市场分析

1. 宠物持有量持续增加，潜在需求巨大

宠物饲养如此盛行，大致有三个方面的原因：

（1）计划生育政策的实施使得每个家庭的子女数量受限，独生子女成家立业后，有的工作繁忙，有的与两地老人分居，因而对老人的照顾就相对减少，老人们便会产生寂寞感和孤独感。

（2）消费观念的改变。随着人们生活水平的提高，饲养宠物已成为一部分人生活消费的重要内容。

（3）竞争力加大，生活节奏加快，人们在工作、生活中面临许多烦恼、困惑，然而又找不到适当的缓解压力的渠道。由于宠物具有活泼、可爱、乖巧、善解人意等特性，人们在饲养过程中，往往把它当作家庭中的一个成员，与其对话，与其交流，可作为一种寄托，缓解精神上的压力。



“现在全国已经办证的犬只数量与实际数量的比例大约是1:10。”一位业内人士语出惊人。现在，政府已经意识到了宠物行业的市场规模，并开始逐渐放宽对宠物饲养和宠物产业的限制。以北京市为例，在2003年之前，养犬的登记费和年度注册费分别是5000元和2000元，2002年北京市所辖的18个区县中登记注册的狗有近14万只；2003年后，登记费下调为2000元，注册费用调整为1000元，现今全市的宠物狗注册量已达百万只。

随着人们对饲养宠物观念的改变和饲养门槛的进一步降低，在未来的10年，我国的宠物数量将会迅速增长，随之而来的是宠物业的大发展。可以说，可观的宠物持有量保证了充足的潜在市场需求。

2. 宠物热升温，中高端商品开始受到关注

目前，人们已经倾向于把饲养的宠物视为自己家庭的成员，想方设法让自己的宠物更漂亮、更精神，要让小家伙和自己一样能够充分享受生活。宠物们的生活水平显然比它们的主人提高得更快。

宠物饲养者的“溺宠心理”对宠物用品市场的影响是巨大的，最直接、最明显的是宠物食品饲料的市场结构变化。用剩饭剩菜等养活猫狗的做法，在如今的宠物主眼中早已无法接受了。作为宠物用品市场最大的部分，宠物食品正逐步提升品质：富含高营养成分的食品受到青睐，针对特殊宠物的饲料日渐全面。从欧美发达国家的情况来看，其宠物食品和饲料市场的销售量正在下降，但整体销售额却不断上升，这充分体现了宠物食品的品质化趋势。此外，各种保健、医疗型的饲料，不同风味的零食和营养补充剂等也已受到认可。尽管这些产品价格不菲，可是其销量仍不断上升，并逐渐成为宠物食品和饲料市场成长的重要支撑点。



3. 宠物市场细分，产品和服务呈现多样化

产品的细分首先体现在宠物食品上。猫粮、狗粮都有许多产品系列，根据宠物的年龄、发育状况、健康状况、所患疾病等进行细分。

其次是各类宠物用品的专业化、多样化。从拉链到服装，从住屋、睡袋到拎包，从猫砂、去虱水到滴眼液，这些产品都是专门为宠物设计的。宠物在衣、食、住、行各个方面都能享受到高品质的生活。此外，还有丰富多彩的宠物玩具、训练器械、美容用品等。

“溺宠心理”推动了美容等宠物服务业的兴起。宠物美容服务包括冲凉、洗耳、剪脚底毛等，甚至可以为宠物做整容手术。当然，这些服务项目收费不菲，大型的宠物店一般是按宠物的重量进行计费，2.5 千克以下的宠物接受美容冲凉服务单次就要 100 元，剪毛、皮肤护理等特别服务则设定最低消费；小宠物店收费相对低一些，不过也要 50 元以上。

尽管宠物主们小心翼翼地呵护着，但是宠物们还是免不了要闹个大病小疾的。因为它们不会说话，所以专业的治疗就非常必要，宠物医院便应运而生。我国的大部分宠物都患有皮肤病或各类肠胃病，因此，兽医相当吃香。据中国农业大学动物医院的林大夫介绍，正规的大型动物医院，需要分科就诊，并配备有手术室、无影灯，还有内窥镜、B 超仪、大小动物 X 光机和心电图仪等。目前，正规的动物门诊部并不多，动物门诊的生意格外好做，不少依傍大学或科研机构开设的宠物诊所更是要预约排号。

另外，还有宠物婚介和宠物酒店等特种服务业。很多宠物主人想给心爱的宠物留下品质优秀的后代，却苦于找不到“门当户对的对象”，即使偶尔能找到，却又担心对方是否会有传染病。宠物婚介属于中介机构，只要申请即可办理营业执照。开一家宠物婚介

所，既能帮助爱宠一族解决许多困扰，又是一个很有“钱途”的投资项目。宠物酒店则是一种为外出旅游或出差的宠物主人提供的宠物托管服务，只要向宠物酒店交付定额的住宿费，即可让宠物入住。宠物酒店里分为普通房和豪华房，一日三餐按宠物口味供应，并有专业的兽医主理和全天候的宠物保姆照顾。

4. 外来品牌占绝对优势

纵观中国宠物食品、用品市场，宠物服务业和生活用具的市场力量还很薄弱，外来的国际品牌牢牢占据着主导地位。如美国玛氏公司在华的独资公司——北京爱芬食品有限公司代理的宝路狗粮和伟嘉猫粮，是率先占领中国市场的外国产品，现在宝路和伟嘉的销售量仍然占据首位。此外，雀巢普瑞纳、法国皇家、爱慕思等国际知名品牌也纷纷进军中国。相比之下，国产品牌的状况不容乐观。首先是知名度太低、市场份额太小，难以形成气候；其次，随着中国宠物市场的发展，宠物食品、用品的同质化趋势不可避免。走低端产品路线的国产品牌如果不改变经营战略，将难以在今后的市场竞争中生存。

在宠物医院这一领域，国外的宠物医院还没有进入中国，但是国际竞争依旧存在。国内的宠物医院与国外的宠物医院相比，依然存在着比较大的差距。在国外，兽医的培养周期要比国内的培养周期长，其专业分类也很细，而且对其考核十分严格的，通过率也就是10%左右。动物不会说话，不能与医生交流，所以诊断和治疗的水平也要更高一些。

在国内，开一家宠物医院，需要投入的资金与医院的规模大小、医疗设备的新旧有关。有些规模较小的医院，只要3个人就可以开业。医院的收入参差不齐，这与周围居民饲养宠物的多少有直接的关系。所以，对开设宠物医院来说，其选址十分重要。