

2024年开宠物店商业计划书6篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/186326.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

开宠物店商业计划书篇一

宠物店(pet shop)是专门为宠物提供宠物用品零售、宠物美容、宠物寄养、宠物活体销售的场所。其经营项目一般包括宠物用品超市、活体销售、宠物美容、宠物寄养、宠物医疗、宠物乐园、宠物摄影、待产养护。有时宠物店又等同于宠物用品店、宠物美容店、宠物寄存、宠物医院、宠物驯养等。

目前，宠物药市场蕴含着巨大商机，原有生产兽药的厂家可以考虑往宠物药市场发展。主要表现在以下三个方面：

- 1、开发能治疗多种疾病的复方宠物药，特别是可外用、可口服、可注射的多用药。这类药物不需太大投入，只需将治病机理相近的几种药物组方即可。
- 2、生产适合宠物用的小剂量药物。许多针对大型动物的大剂量药和人用药对治疗宠物疾病疗效确切，只需改进包装，调整剂量即可。
- 3、兽药与宠物药有一定的关联性，加强对兽药的基础研究，筛选后用作宠物药。尤其是在针对宠物体内外寄生虫病的制剂、新型抗菌药物或各种饲料添加剂等方面加大研究力度。宠物美容用具未被关注的市场。

- 1、宠物美容
- 2、宠物医疗
- 3、经营宠物服装
- 4、宠物日用品
- 5、宠物摄影等

众所周知，在市场经济条件下，市场是企业的根本，没有市场便没有企业的生存，没有市场的发展便没有企业的发展。

最近几年的宠物市场越来越热，我们身边的宠物食品、用品店，宠物美容店在几年之内增加了很多，超市里与宠物食品、宠物用品有关的产品也由原来的一个货架，扩展成为一排货架，小区周围的小型超市也增加了宠物食品、用品的货架，各大主流网站也开辟了宠物论坛，到处可以了解到关于宠物的各种信息，宠物成了居民生活中的一部分，宠物市场进入了一个蓬勃发展的时期。

根据市场营销策略来看，宠物企业在市场中谋发展，不仅要善于发现和了解客户需求，而且要尽一切可能从产品质量、销售渠道、价格、促销方面来寻找和简历一个实现这一要求的可控体系。企业要想在激烈的市场竞争中取得成功，产品质量是第一要素，提高、把握产品质量是重中之重，在保证好产品质量的同事要根据市场动向，制定合理的价格，进行准确的价格定位。

1、成本预算

开家宠物店，首先要拿出1万元左右，参加培训一个月左右并拿到“宠物美容师”资格证。除啦营养品跟上，还应该有什么美容项目，所以，还应该拿出1万元投资宠物美容设施：洗澡池、一把电剪(2000元左右)和五个刀头(1000元)、三四把美容剪(2000元)、吹水机、电吹风、热水器等。两万元用于进货，在宠物用品所涉及的吃、洗、玩、住等地方，1万元购置包含营养品在内的食品，5000元购置洗浴用品、5000元配些其他种类货品。店铺装修、货架等也得1万元。

2、盈利状况

利润率：按照规律，投资宠物店，半年之内不会盈利。食品、用品类毛利润在20%左右，美容在60%左右。按照房租2000元/月，每月营业收入超过5000元，就可保本。两年内就能赚回本金。

据介绍，宠物店选址的选择是开店经营中灵活性最差的因素，需要考虑多种因素，包含周边人群的规模和特点、宠物的数量情况、同行竞争情况、交通的便利性、附近商家的特点、房产成本(租金成本)、合同期限、人口变动趋势及有关的法律法规等。

尽管宠物美容这一行业前景看好，但也同样存在风险，店员难招是这一行的大难题。宠物美容师与一般的美容师不同，不仅有专业要求，而且工作非常繁琐，还经常会被宠物咬伤、抓伤。一般人会以为，给宠物犬美容就是修剪修剪，梳理清洗一下毛发。事实上，宠物美容师的工作并没有看起来那么简单。给宠物犬美容，通常要一个小时以上，碰上不怎么听话的宠物犬则需要更长的时间。由于活儿脏累，这就使得这一行业的店员招聘比其它行业困难很多。

开宠物店商业计划书篇二

1.国际宠物产业现状分析

宠物作为一个产业在发达国家已经有一百二十年的历史，形成了养殖、培训、用品用具、医疗、医药、贸易的产业链。不仅法律法规严格，责任明确，政府与宠物组织相互合作，而且宠物产业的发展也在系统化和规范化下运行，形成国民经济的'一部分。在国外，“宠物经济”是一个巨大的产业。2001年，宠物为美国经济创造了276亿美元的消费，仅美国宠物保险业的年收入就高达40亿美元；在瑞典，甚至有57%的狗主人自己的狗购买了宠物保险；德国每年国民收入的17%来自养狗业；在澳大利亚，宠物行业拥有3万多名员工，创造了近6%的国内生产总值。

国际宠物市场逐渐成熟，养宠物已经成为一个国家经济实力和社会发展的标志。世界宠物经济的快速发展带动了相关产业的快速发展，并逐步规范化、标准化和国际化。宠物的数量和宠物的经济效益逐年快速增长。人们对宠物的溺爱促进了宠物产品销售和宠物服务业的逐步成长和发展。宠物经济、宠物食品销售、宠物产品、宠物美容店、宠物医院等新兴产业纷纷快速成长，宠物市场日益繁荣。以宠物食品为例，北美(主要是美国)是所有宠物食品中最大的区域消费市场，也占有绝大部分的销售份额。西欧是所有其他宠物食品的主要消费市场，也是狗粮和猫粮的第二大市场。其中，美国和日本的宠物经济发展尤为突出。

2.中国宠物产业现状分析

中国有13亿人口，自古以来就有圈养宠物的传统。据保守估计，目前中国至少有1亿只宠物，宠物经济的市场潜力至少可以达到150亿元。在这个巨大的市场中，宠物养殖，尤其是犬类养殖，是一个关键环节。在中国，养犬行业的标准化还处于起步阶段，狗的作用还没有得到广泛的发展。甚至在宠物市场，也才刚刚开始发展。但是，中国的养狗业在数量上已经成为具有一定规模的产业，养狗业对人们的生活和社会发展产生了潜移默化的影响。但是目前中国宠物市场的发展水平还没有真正与世界接轨，中国养狗业的发展还没有建立起一个国际化、标准化的平台来支撑。

随着人们生活水平的提高，宠物在中国逐渐成为人们更亲密的伴侣。无论是狗、猫、鸟、鱼还是乌龟，这些曾经看家、为人提供娱乐的小动物，开始成为家庭的重要成员。在竞争日益激烈的社会环境中，在紧张的现代生活中，宠物的可爱和活泼给人类带来了孤独，增加了兴趣，减轻了压力。经过特殊训练的狗不仅可以作为家养的伴侣宠物，还可以开发各种工作潜力。

中国南北的宠物市场是全国乃至全世界的宠物交易基地之一，不断向全国乃至全世界供应各种犬种，充斥着整个宠物交易市场。宠物产业的繁荣必将为丰富人们的精神文化生活、拓宽就业机会、引领人们致富、带动相关产业发展、推动国民经济腾飞做出更大的贡献。中国南北宠物交易市场的持续稳定发展也是促进中国宠物产业繁荣的重要组成部分，影响着中国宠物产业未来的长远发展。

目前市场上有很多不同风格的宠物店。有食品店为宠物提供各种食物、零食和营养；还有专卖店为宠物提供各种精致的宠物窝和喂食器。据业内人士介绍，由于这类店铺的投资门槛相对较低，已经开始趋于饱和。所以不是投资者的最佳选择。

相反，宠物美容、宠物医院等新概念店将成为新的投资方向。根据记者在世纪城、望京等社区进行的随机调查，60%的宠物主人给宠物精心打扮过，如皮毛护理等；美”等等。；而28%的宠物主人表示没关系，效果好的话可以试试；只有不到15%的人表示反对宠物美容。在消费支出方面，有很多宠物主人愿意花几十块钱做一次美容。可想而知，宠物美容等相关服务有很大的市场空间。

另外，对于宠物主人来说，最头疼的是宠物的病。作为灵魂的寄托和感情的延续，宠物主人一定不能让宠物受一点委屈。更何况很多主人的宠物都很贵。所以宠物医院也是比较好的投资选择。但是很多专业的宠物医院投资门槛比较高。它不仅需要专业的医生，还需要大量的设备和药物费用。

无论是宠物食品店、商店、美容院还是宠物医院，投资者都需要对这个行业有所了解才能进入。除了自创品牌管理，选择更好的品牌加盟也是不错的选择。加盟总部会提供专业的开业培训，可以省去前期开业的很多麻烦。

据了解，市场上有几个宠物店加盟品牌可供投资者选择。这些品牌在特许经营管理场所，包括推广等场所都有严格的规定，可能会给加盟商提供一定的支持，但要考虑特许费。

1、选址原则

- 1)选择交通便利、停车位充足的繁华商业区或成熟小区。
- 2)提前调查住在世界各地的人的消费水平和狗的数量，调查晚上或早上遛狗的时间。
- 3)要考虑干扰因素，避免以后不必要的麻烦。
- 4)店铺大小可根据自身实力确定，最好不要合伙开店，以免以后因为利润分享不均而发生口角。

店面选址是开店运营中最不灵活的因素，需要考虑多种因素，包括周边人群的规模和特点、宠物数量、同行竞争、交通便利、附近商家的特点、房产成本(租赁成本)、合同期限、人口变化趋势及相关法律法规等。

在人口密集区和商业区，交通便利，但环境太吵，价格相对较高，适合产品销售，而宠物美容和寄养相对较弱。但在花鸟市场，经营气候好，货源流通大，成本很低，但产品价格相对较低，竞争激烈，所以也适合产品销售，不适合宠物美容寄养。如果选择在中高档住宅小区开业，可以考虑耗材销售、美容护理、寄养等整个项目管理。

此外，鉴于宠物店的特殊消费群体，宠物店的选址要注意几个细节。首先要考虑的是宠物主人的人群特征。因为几只珍稀宠物的主人大多是自己开车带着宠物来花钱的，所以店铺地址的选择要考虑到对消费者停车的便利性。其次，宠物在很多方面都是被禁止的，他在选址的时候一定要考虑到这一点。最后，如果有宠物寄养服务，一定要考虑宠物发出的声音是否会干扰邻居的正常生活。

2.租金

对于宠物店来说，租金是很大一部分投资。地段确定后，尽量按季交租，不会影响资金流动性，造成资金积压。

第四，消费群体的细分和调查

爱宠物是人的天性。与我们中国人相比，西方人不仅热爱宠物，而且把它们视为生活中的朋友和伙伴。作为发展中国家，中国的宠物消费市场充满希望和商机。未来10年，中国饲养的宠物数量将继续增加。目前北京明显领先于其他城市。宠物消费已经成为社会消费链的另一个分支，并且在不断扩大。新的宠物产业和宠物市场正在缓慢扩张。

宠物消费者的消费目的细分如下

1公司消遣

以陪伴为目的饲养宠物的消费群体主要集中在两类人身上，一类是居家养老的老年人。孩子们忙于工作，所以他们经常养猫或狗来缓解生活的孤独。另一类是收入较高的白领。高收入人群在压

力大的工作中很少放松心情，宠物成了他们闲暇时的开心果。

北京小动物保护协会的专家说:过去几年，人们认为用飘柔海飞丝等洗发水给猫狗洗澡很好。后来，他们改用特殊的沐浴液。现在人们不满足于特殊的产品，还追求品牌，这充分说明了宠物爱好者不再把猫狗当玩伴，而是当成了自己的一个家庭成员。

目前北京居民平均每月花在宠物身上的钱在200-400元之间。随着市场越来越丰富，我相信这种消费会更高。有专家做过这样的分析，当一个国家的人均g d p (g d p)达到3000 ~ 8000美元时，宠物行业就会快速发展。随着人们生活水平和生活质量的不断提高，人口老龄化的出现和生活独立性的增强，人们的生活节奏加快，人与人之间的关系越来越冷漠，情感栖息地将逐渐转移到宠物身上。和宠物做朋友可以让人感受到一种简单的生活氛围，放松人的心情。

对宠物日益增长的需求孕育了巨大的市场需求。另外，由于宠物种类越来越多，人们对宠物的精神支持，以及人们花钱养宠物的消费心理，一些提供宠物服务的行业应运而生，宠物消费“钱”方式不可小觑。

2.显示器成型

这类消费群体主要是生活更丰富，追求更多精神满足的人群。有人说把宠物带回家刚开始投资。越来越多的人愿意治疗宠物“扔钱”更多的宠物主人意识到，想要养宠物，首先要知道自己的经济实力是否足以为宠物提供良好的物质生活条件。有的消费者只喜欢养名犬，因为品种越纯，越高贵，越漂亮，越温顺，越体贴，越好相处。与其他观赏犬相比，有王者权威之下的感觉。当然，养这种狗的投入比养普通狗要高很多。

3.为了安全

主要针对需要看门狗的消费群体。狗有极高的智力，极好的听觉和嗅觉。他们快速、灵活、机敏。经过训练，他们可以利用自己的特殊功能成为人们的朋友和伙伴，也可以成为人类和他们财产的保护者。

4.特殊珠子的使用

人们赞同这样一种观点，即如果有狗和猫的存在，就可以增加社交，这对老年人和服务狗的主人来说尤其重要。目前，狗在治疗中也有特殊用途，如盲人导盲犬、聋人助听犬和治疗犬。此外，狗现在被用来帮助监测糖尿病引起的癫痫和低血糖，也可以用于医院和监狱的心理治疗项目和康复项目。

一般来说，宠物店分为实体店和网上虚拟店，但这两种形式的消费群体是不同的。相对来说，购买力较低的消费者或者老年人一般会在实体店购买宠物食品和用品，而熟悉网络运营的白领往往会选择网上购物。一个养宠物狗的女人说“宠物在网上买东西的选择更多，很多商店看不到的东西可以在网上订购。平时工作很忙，有时候很难购物。网上宠物店不仅节省时间，还可以送货到我家。

摘要

1.价格合理，预约和交通服务。

- 2.记录客户的相关信息。
- 3.顾客来美容，第一件事:检查狗狗的毛发，及时告知主人。
- 4.求业主建议修剪造型。
- 5.对老狗的特殊照顾。
- 6.回电，与客户建立良好关系。

选择投资方向，通过选址后，接下来要考虑的问题是如何在运营中打造自己的核心竞争力。据业内人士介绍，我们主要从三个地方入手:专业店员、产品质量、老客户维护。

据专业人士介绍，招聘店员，基本要求是对动物有爱心，最好是有过宠物的。其次，你要有相关的专业知识，至少你能识别出宠物的种类。当然，如果没有合适的人选，还是让店员先参加几次宠物知识的培训为宜，这样店员上岗后就可以得心应手了。此外，一些宠物店还会提供宠物美容、宠物医疗等综合服务，这就需要投资者花费大量资金聘请专业美容师和治疗师。专家提醒，一定要招聘有实践经验的美容师，这样可以大大减少事故的发生。宠物医疗事故足以让宠物店倒闭。

在商品质量上，投资者必须严格控制购买渠道。专家建议，在开店初期，最好选择知名品牌的厂家。比如，目前国内市场知名的宠物产品品牌有陆宝、贾伟、康多乐、维斯堡、官能山等。对于有保质期的商品，可以减少购买数量，增加购买次数，而对于一些价格昂贵的产品，为了增加资金流，可以采取客户预约的形式，可以避免库存带来的成本。

宠物店要特别注意口碑效应。想要经营好，就要和客户做朋友，不仅要提供好的服务，还要留住客户。宠物店管理专家王蒙认为，留住客户的第一步是提供良好的服务。即使顾客只买了一袋狗粮，也要求店员热情耐心地接待顾客。此外，建立会员制度，给予老客户优惠折扣或举办几次免费宠物美容等促销活动，有利于稳定老客户，发展新客户。据王蒙介绍，由于他经常为客户提供免费咨询，客户喜欢带宠物来消费，他已经成为周边社区的宠物专家。

对于未来的宠物店老板来说，优秀的店员和优质的商品及服务是三大核心竞争力。一旦管理得当，它将为自己创造广阔的宠物商业机会。

不及物动词宠物产品

前几年有人用高档洗发水给猫狗洗澡。后来他们改用动物专用沐浴液。现在他们在追求名牌。近年来宠物消费逐渐上升。最近，900多元的猫狗饰品刚刚进入北京市场，引起了宠物爱好者的关注。据了解，帝誉宠物用品连锁店从德国宠物博览会上购买了一批精美的宠物饰品，包括猫项圈和狗皮带。以前50块钱的牵引带只是普通的狗用带，现在变成了装饰带。这些带水钻的宠物饰品极其漂亮，价格比普通饰品高很多倍。猫项圈价格从80元到300元不等，狗皮带最高价格达到900元。据该店工作人员介绍，他们最初担心这么贵的饰品市场不大，但现在看来，这种担心完全没有必要，两条牵引带和两个衣领一天就能卖完。

在一些宠物产品连锁店和宠物医院，宠物爱好者已经充分展示了他们的宠物消费“放弃”两个字，迪博，沃克先生，阿利斯泰尔，美国顶级品牌，是目前北京市场最重要的宠物洗浴品牌，其中

迪博的产品比较便宜，但是销量不好，而沃克先生和价格比较高的美国顶级产品的销量明显好于其他品牌。此外，鸡胸肉、coco甜口片等宠物零食也卖得不错，这在过去似乎很少见。毕竟这些不在普通消费者之列。随着人们物质文化和生活水平的不断提高，在家里养宠物已经成为一种消费时尚。

一般来说，宠物产品可以分为四类:吃、穿、用、洗。

(1)狗粮是狗狗生活中必不可少的食物。现在国内大多数养狗人已经意识到给自己的狗喂狗粮的科学性，其营养成分的合理性已经被人们充分认可。

狗粮也可以分为干狗粮和湿狗粮。

(1)干狗粮是我们常见的颗粒状狗粮。长期食用可以清洁狗狗的口腔，锻炼犬齿的咀嚼能力，通过小肠黏膜的消化引起肠胃蠕动。

(2)湿狗粮，主要包括狗罐头、好吃的包装等。这些食物可以作为调整狗狗口味和奖励时的辅助食物。比如病狗容易厌食，干狗粮里可以掺一些罐头狗或者好吃的包装。

(2)零食。狗的零食有很多种。最常见的有鸡胸肉、狗口香糖、清洁牙齿和骨头等。

1、鸡胸肉，分为干鸡胸肉和湿鸡胸肉。市面上的鸡胸肉价格也不一样。选择时要通过观察其表面光洁度和做工来选择质量最好的。

2.狗狗口香糖，主要是给狗狗解闷用的，主要是合成革做的。挑选的时候也要通过观察光滑的外观和精细的做工来判断好坏。

3.洁牙主要用于清洁狗狗口腔。一般口臭的狗一周吃两片，没有口臭的狗一周吃一片。注意洁牙不能像嚼口香糖那样经常喂狗。吃多了狗会吐。

(3)玩具，狗和孩子一样，天真有趣，喜欢各种玩具。宠物玩具有很多种，如球形玩具、毛绒玩具、发声玩具等。给狗狗选择玩具时，不仅要娱乐，还要考虑狗狗的健康。

(4)营养品，狗狗的营养品有很多种。给狗狗喂营养品的时候，要长期持续，不要频繁更换营养品，效果不会很明显，因为它的功效只有长期食用才能看到，经常换狗狗很难吸收和体现它的效果。比如:微量元素、美国发品、体内色素调节产品——雪莲口服液，海藻粉，狗奶粉等。

(5)日常用具

1.牵引绳，狗狗的牵引绳是带狗狗到户外日常控制的工具，一定要选择质量好的产品。主要分为领型和背胸型两种，根据犬种和年龄的不同分为各种型号。

2.狗舍。如果狗狗睡在地上或者空调下面，很容易引起风湿。在选择狗舍和狗垫时，应注意不要使用化学纤维，而是使用纯棉。

(6)化妆品

1.狗狗牙膏。我们上面说了，狗唾液是碱性的，容易造成牙垢的形成。所以狗狗要勤刷牙，千万不要用牙膏给人用。选择狗狗用的牙膏，比如韩国的狗狗用牙膏，既能清洁口腔，又有营养霜的效果。狗吞下去是无害的，也是有益的。

2.洗头水，专业宠物美容师了解这个产品很重要。狗毛的pH值为5.5，呈酸性，与人的毛发完全不同，绝对不允许狗用人的洗发水。

目前国内洗毛水有很多种，也有高低档次。不同犬种也可以选择不同类型的洗头水，比如雪纳瑞专用洗头水、长毛狗专用洗头水、小狗专用洗头水、白毛狗专用洗头水等等.....

(七)消毒用品

宠物消毒产品可以去除宠物狐臭和排泄物的气味，对宠物的生活环境进行消毒。

(八)宠物服装

现在市场上的宠物服装种类繁多，我们可以根据个人喜好选择合适的面料，制作合适的宠物服装。

店员的培训也会直接影响运营。首先要制定严格的员工守则。作为一个合格的老板，我们也必须信任我们聘用的文员，关心生活中的文员，真诚对待文员。

制定计划，做好美的记录

1.价格合理，预约和交通服务要根据周边环境或竞争对手来定。

2.详细记录客户相关信息，定期电话回访，与客户建立良好关系。比如客户过狗狗生日，送一些小礼物，会加强和客户的关系，和客户交朋友。

3.顾客来美容，首先要做的是检查狗狗的毛发，及时告知主人，并征求主人的意见进行造型和修剪。

(1)、眼睛应清澈明亮，不能有蓝或白膜，不能有异常分泌物如过多的黄胶、泪液等。

(2)、鼻子应湿润、凉爽、不干燥、不发热、无鼻涕。

(3)小狗的舌头和牙龈是粉红色的，嘴巴没有臭味，牙齿要洁白整齐。

(4)耳道干净，无分泌物，无味，左右耳温度一致，保持冷暖。

(5)前肌肉垫温、凉、软，不能热、干、硬。

(6)观察狗的肛门。健康犬的肛门应干净无红肿，肛门周围的皮毛应干净无污垢。

(7)检查全身的皮毛，最好用手从后向前推，看头发根部是否有头皮屑和寄生虫，皮肤上是否有米状红点、块状皮疹、大面积脱毛等异常现象。要特别注意检查四肢内侧、鼻窝和爪缝，整根

头发要顺滑，颜色要均匀不变色(注意有的人会把狗毛染成各种颜色和图案，欺骗买家)。

(8)健康犬应精神状态良好，四肢活动灵活，不弓腰，不驼背。

(9)选择接种过疫苗的幼犬，只有及时免疫，才能增强宠物的免疫力，避免疾病。

(10)不要选择出生天数太少(40天)的小狗。

(11)了解和观察小狗“父母”还有亲戚的情况。

在国外购买猫狗，买家通常会要求提供以下文件。

血统证书

出生证明可以说是宠物的户口本，由专业机构出具，国际认证。它记录了宠物及其祖先三代人的健康状况和训练成绩。一般来说，狗的血统证书应该有狗的名字，狗的名字，狗舍号，出生日期，性别，毛色，饲养员，相同的狗的名字，奖励，训练结果，注册号，注册人和注册日期等信息。有血统证明的宠物主人可以预测自己未来的生长状态(身高、体长、外貌、毛色等。)通过以上信息。作为有血统证明的纯种猫(狗)或其子女，其价值高于其他没有血统证明的宠物。目前国内这方面还没有健全的机构，真正建立血统证明档案的宠物也很少，但是从国外进口的猫(狗)大部分都要有血统证明。

(2)、预防接种和驱虫证明(卡)

在购买时，如果宠物没有接种疫苗和驱虫，应尽快预防、接种疫苗和驱虫。如果你已经接种过疫苗和驱虫，也要知道什么时候需要预防，再接种疫苗和驱虫。

(3)食谱

买宠物的时候，最好要一份原始食谱。在后期的喂食过程中，可以逐渐改变食物，让它适应改变后的食物配方，防止它因为口味突然改变而生病。

开宠物店商业计划书篇三

宠物在人们日常生活中的地位逐渐升高，这就带动了整个宠物行业的快速成长，在中国宠物市场中，宠物用品和宠物服装已经成为社会中的一股时尚潮流。随着中国经济的快速增长，仅北京目前在公安局登记在册的狗就达到100万只，加上没有注册的数量，北京宠物狗的总数不会低于300万只，而猫的总数也达到了200万只。同样，欧洲透视的调查显示：中国的宠物数量在飞速增长，中国人对宠物的关爱日益浓烈。调研表明：中国的宠物数量在2000年-2015年的10年间增长了近600%。2015年中国宠物数量已增至近1亿只，中国宠物产业销售额突破了500亿元人民币。

1宠物美容

2宠物医疗

3经营宠物服装：

4宠物日用品

5宠物摄影等

众所周知，在市场经济条件下，市场是企业的根本，没有市场便没有企业的生存，没有市场的发展便没有企业的发展。

最近几年的宠物市场越来越热，我们身边的宠物食品、用品店，宠物美容店在几年之内增加了很多，超市里与宠物食品、宠物用品有关的产品也由原来的一个货架，扩展成为一排货架，小区周围的小型超市也增加了宠物食品、用品的货架，各大主流网站也开辟了宠物论坛，到处可以了解到关于宠物的各种信息，宠物成了居民生活中的一部分，宠物市场进入了一个蓬勃发展的时期。

根据市场营销策略来看，宠物企业在市场中谋发展，不仅要善于发现和了解客户需求，而且要尽一切可能从产品质量、销售渠道、价格、促销方面来寻找和简历一个实现这一要求的可控体系。企业要想在激烈的市场竞争中取得成功，产品质量是第一要素，提高、把握产品质量是重中之重，在保证好产品质量的同事要根据市场动向，制定合理的价格，进行准确的价格定位。

1成本预算

开家宠物店，首先要拿出1万元左右，参加培训一个月左右并拿到“宠物美容师”资格证。除了营养品跟上，还应该有一些专门的美容项目，所以，还应该拿出1万元投资宠物美容设施：洗澡池、一把电剪(2000元左右)和五个刀头(1000元)、三四把美容剪(2000元)、吹水机、电吹风、热水器等。两万元用于进货，在宠物用品所涉及的吃、洗、玩、住等地方，1万元购置包含营养品在内的食品，5000元购置洗浴用品、5000元配些其他种类货品。店铺装修、货架等也得1万元。

2盈利状况

利润率：按照规律，投资宠物店，半年之内不会盈利。食品、用品类毛利润在20%左右，美容在60%左右。按照房租2000元/月，每月营业收入超过5000元，就可保本。两年内就能赚回本金。

据介绍，宠物店选址的选择是开店经营中灵活性最差的因素，需要考虑多种因素，包含周边人群的规模和特点、宠物的数量情况、同行竞争情况、交通的便利性、附近商家的特点、房产成本(租金成本)、合同期限、人口变动趋势及有关的法律法规等。

尽管宠物美容这一行业前景看好，但也同样存在风险，店员难招是这一行的大难题。宠物美容师与一般的美容师不同，不仅有专业要求，而且工作非常繁琐，还经常会被宠物咬伤、抓伤。一般人会以为，给宠物犬美容就是修剪修剪，梳理清洗一下毛发。事实上，宠物美容师的工作并没有看起来那么简单。给宠物犬美容，通常要一个小时以上，碰上不怎么听话的宠物犬则需要更长的时间。由于活儿脏累，这就使得这一行业的店员招聘比其它行业困难很多。

阶段时间经营模式

前期第1年到3年店面经营与网上商店同时进行

中期第4年到6年开始采取加盟的经营模式

长远发展第4年收回加盟店，进行连锁经营

这是宠物店发展的一个初步规划图。在实际运营过程中，还要紧随市场发展，不断优化产品质量和服务水平，提高宠物店的竞争力，扩大市场占有率，达到长远发展的目的。

目前越来越多的人都爱养宠物，宠物的需求量也越来越大。有些人们把宠物当做孩子来养，那么就需要一个专门的店来照顾‘孩子’。所以人们对宠物店的需求也会越来越大，前景可观。

开宠物店商业计划书篇四

1 宠物服装

2 宠物玩具

3 宠物窝

2.1 市场容量分析

随着中国经济的发展，近几年来，中国城乡居民养的猫、狗等宠物数量剧增。

宠物医院、宠物商店和宠物美容院等与宠物相关的各个行业也得到了迅速的发展，作为宠物经济产业链中的三大行业，即宠物服装、宠物玩具、宠物窝也成为了中国消费品中增长最快的行业之一。

而其实在中国，宠物食品还没有被大多数的人接受，城市居民养的宠物中不到5%是使用专业的宠物用品，虽然现在中午宠物物品市场规模还很小，但是增长的潜力巨大。据有关数据预测，在今后5年中，中国宠物食品市场将以年均50%的速度增长。

2.2 市场发展趋势

虽然中国宠物物品市场发展潜力巨大，国外的宠物食品市场国际巨头也纷纷加大对中国市场的投入力度，但是在目前的中国宠物物品市场，经济型和中等价位的产品依然会占据主导地位。

对于成本意识强的消费者来说，他们尤其把中等价位的产品视为保证其宠物获得充足营养的高质量产品。一些走专业性市场如宠物商店、宠物美容店和宠物医院有独立的销售渠道高档产品，其价格昂贵，不会被大多数消费者接受，目前很难会成为市场的主导产品。而一些本土的宠物物品，由于其价格便宜，而且种类繁多，质量良好等原因，将会在较长时间内保持其主体地位。

3.1 货源优势

本店所有产品均从厂家直接进货，避免了中间商的利润分割，所以产品进价低廉。且拥有充足的货源保障，能够及时的供应库存，避免了断货造成的销售损失和信用损失。另外，产品均做工上乘、款式新颖，在保证良好质量的同时，漂亮的造型设计更是为本店的产品货源大大加分。

3.2 设计优势

网店的销售量不仅跟货源有关，同时还跟店铺整体装修设计、图片的拍摄制作美观度息息相关。据统计，一件同样价格的产品，制作成精美图片比没有制作成精美图片的整体销售率高200%，而摆在装修良好的店铺里比在没有装修的店铺的销售率又高150%，这就是店铺装修的魅力。本店将聘请经验丰富的淘宝设计师、摄影师，将产品图片、店铺装修做到美轮美奂、独一无二，使得产品能更好的体现其优点，能够更好的创造销售。

3.3 精通产品

本店在销售的前期，将定期和不定期的对客服人员进行产品知识培训，以便客服人员在服务买家时，能够根据买家的需求情况，及时给予性价比最高和买家最满意的方案。

4.1 风险分析

任何投资创业都存在一定的风险，客观存在的风险是没有办法消除的，唯有面对风险，策划好规避风险的方式方法，将风险降到最低才是唯一的办法。淘宝开宠物用品店，主要有以下风险：

- (1) 宠物用品自身风险；
- (2) 货源不稳定；
- (3) 时间不足；
- (4) 物流快递费过高；
- (5) 店铺信誉低；
- (6) 销售量不乐观导致压货、压钱；
- (7) 售后，消费者评价差，退货多；

4.2 规避风险

根据以上分析存在的风险，本店结合自身情况作了相应的风险规避策略，具体如下：

(1) 宠物用品自身风险；宠物用品行业是国内新兴行业，随着人们生活水平的提高、知识素养程度的提升，宠物越来越受到人们的欢迎，随之而来的就是巨大的宠物用品市场，所以该风险在长期内将会非常小，反而却有利于本项目的实施。

(2) 货源不稳定；本店通过考察、洽谈，已确定几家大规模的宠物用品生产商，可从他们厂直接进货，且可以拿到价格低廉的库存货。所有，该项风险已降至较低点。

(3) 时间不足；
本店实现全职开淘宝，客服人员每天两班倒的工作方式，计划每天在线时间超过16小时绝对保障时间上的充裕，满足各时段客户的要求。所以，该风险已基本规避，风险率几乎为0。

(4) 物流快递费过高；本店已与多家快递公司协商洽谈，初步与cces

、圆通快递构成合作意向。cces 的快递费用是所有快递中较低的，而协议价将更低，非常符合本店现在的需求。圆通则用于填补cces 不能到货点，收费也相对较低。前期的快递协议价体现在每件降价，后期出货率高时，则可直接采用包月的方式。总的来说，物流快递费已控制在较低的水平。所以，该项风险已解决。

(5) 店铺信誉低；

店铺的信誉前期较低，但本店将采用宣传推广、促销打折等诸多方式来提升店铺信誉，另外本店还将购置一些小礼品用于满额赠送，尽量使每位客户的每笔单子可以达到信誉最大值，即为6 个点。相信通过这些方法，在未来几个月内，本店的信誉将有很大的提高。

(6) 销售量不乐观导致压货、压钱；

建立在货源好、服务好、价格好、质量好、外观好、宣传好、推广好、促销好等手段之上，产品的销量将不成问题，销量上去了，自然会带动库存和现金的流转速度，而压货、压钱等风险将随之退去。

(7) 售后，消费者评价差，退货多；

产品的售后是关键之一，本店将加入消费者保护协议，与淘宝签订“如实描述”、“七天无理由退货”等。始终把售后服务放在第一位，及时友善的解决客户的问题。通过这一些列方式，售后的评价差、退货等就会有效解决，该风险也会大大降低

5.1 成本预算

本项目预计投资4 万元，用于店铺的启动资金与店铺前期的流动资金，具体用途如下：

序号

金额

用途

用于铺地流动资金

其中，具体明细如下：

(1) 产品进货：直接跟厂家进货，根据产品种类，确定数量，在不超过预算的前提下，确保安全库存（如每种产品以10 件为安全库存，或者根据产品热销程度及易耗程度弹性确定安全库存）。

(2) 人力资源配置：前期配置摄影设计师1 名，淘宝客服1 名、宣传推广人员1 名等工作人员，店主负责市场调研、货源采购、拓展供应商等。摄影设计师、宣传人员在工作之余充分调用，充当客服人员及发货人员。

(3) 店铺、产品的宣传推广，如直通车等。开店之初，必须要坚持不懈的进行宣传，等到店铺

具有足够信用时，则只需要口碑宣传即可。宣传手段有很多种，主要有下：

- (1) 有针对性的发送精美的email；
- (2) 到淘宝论坛、宠物论坛等各大论坛发布帖子、回帖子进行宣传；
- (3) 与相关高信誉的店铺进行友情链接；
- (4) 时刻把最新消息更新到个性签名上；
- (5) 登陆各个搜索引擎进行帖子发布、回复提问等增加店铺曝光率；
- (6) 建立客户群，随时将更新信息发于他们，并在节假日等至上问候。

当然，还有淘宝收费的直通车、首页广告、悬浮广告等，前期将优先使用淘宝的直通车来进行宣传。

(4) 办公区域的租用、电脑、打印机等办公用品的配置。办公室的租用地选在离供应商较劲的郊区，一来方便进货，二来租金较为便宜，预计费用在1000元/月的套间；电脑新置三台，自带一台，费用总共预计在9000元左右，打印机2000元/台，办公桌等其他设备则控制在2000元左右。

(5) 宠物模特费用。本店采用与宠物店合作的方式，直接到宠物店进行产品拍摄。这样不仅模特种类多，费用较低，同时也达到了在宠物店进行宣传的目的。

5.2 营销策略

1、4p 理论

4p

理论适用于任何营销手段、营销方法，本店在创业之初，经过详细的策划，已制定完成本店的4p计划，即产品、价格、促销和渠道。其中，产品不仅要保质保量，而且款式新颖时髦；价格则根据产品的实际进价、销售成本、销售状况进行具体定价，不过整体保持实惠的原则。促销和渠道的具体方式如下：

2、促销

为了信誉，提高销量，促销手段必不可少。

(1) 打折促销：打折不能漫无目的地打折，没什么新意，也不能吸引顾客。

限期折：店铺节假日，五一、十一、中秋等节假日。

名次折：达到某个要求的名额，如前10名九折优惠。

会员折：守住老客户的有效手段就是制定会员制度，给客户制作明细账，客户只要达到一定的消

费金额，既可享受打折优惠并送小礼物等。

(2) 商品绑定

买a送b：买一件衣服，送一个玩具，或者买两件衣服，送一件裤子等。

买a，b半价：买一件衣服，再买一件裤子的话，裤子就半价；

买m个，送n个：买三件衣服，送一件衣服；

买a，加m元送b: 买200元的产品，加5元送价值20元的产品。

(3) 特价处理

对过季产品或者库存产品进行特价奉送，如1元特价、本钱特价等。

(4) 返还现金，送折价券

满m元，返还n元，或者送n元折价券用于下次消费。

(5) 拍卖、秒杀

定时设置一元秒杀，一元抢拍等... 或者把低价定在成本价。虽然会导致0利润甚至是负利润，但可以有效地增加信誉。

(6) 团购

可以定期的对一些产品进行团购促销，薄利多销，可以在短时间内迅速增加信誉。

(7) vip 打折

不定期的进行vip 打折，可在淘宝中进行设置，买家就可以凭他的vip 卡自动打折。

3、渠道

1、渠道模式：本店采用的渠道为直销与代销相结合的模式：

(1) 本店直接销售给顾客；

(2) 本店销售给代理商、代理商销售给顾客。直销的方式可以带来利润最大化，而代销的方式则可带来销量最大化。这里的代理商通过宣传的方式找寻，具体要求为：店铺信誉在三心以上、每天有8小时以上的在线时间、懂的产品宣传、直通车等。

2、物流。通过考核快递公司服务质量、掉件率、费用、到货范围等诸多方面，本店在直销过程中采用cces 和圆通快递，并将与其签订协议(协议内容包括：费用、收费方式、赔损方式、收货时间等)

。代理商的物流则根据自己的实际情况确定，本店提供意见，但不予干涉。

5.3 目标预测

5.3.1 预期利润

本店将根据产品进价、易耗性、美观性、受欢迎程度等因素对产品进行定价，但各类产品利润将保持在一个定值，如宠物服装每件平均利润（除去进价和销售提成）定在 8 元，宠物玩具每件利润定在 8 元，宠物窝每件利润定在 20 元。根据我几个月来的调研统计及结合本店优势，本店前三个月预计销售宠物服装 1500 件、宠物玩具 500 件，宠物窝 300 件，既可产生利润 16000 元，且随着店铺信誉度的提升，销售将会越来越可观，预计每季将以宠物服装 800 件、宠物玩具 500 件，宠物窝 200 件的趋势递增。

宠物服装

宠物玩具

宠物窝

收入总计

人员工资

营业费用

宣传费用

固定资产折旧

模特费

净利润

说明：第 1 年的固定资产折旧按照前期投入中的 13000 元折旧，折旧期设定在 4 个季度，第 2 年添置 8000 元的固定资产，也按照 4 个季度折旧；第 1 年第三季度新增 1 名客服人员；营业费用指办公室租用费、水电费等日常开销费用。

5.3.2 投资回收期

店铺刚开张时由于物力投入、人力投入、打折促销、宣传推广及信誉较低等原因，店铺前几个月会出现负利润状态，但由于该产品具有很好的市场及本店拥有强大的销售、宣传力量，由“未来两年财务预测图”可知，该项目在第 4 个月即开始盈利，且盈利幅度节节攀升。

该项目的立项实施，该店铺的顺利开张，必将带来显著的经济效益，它适应了市场竞争的需要，有利于本店的跨越式发展，而且可以进一步促进宠物用品行业的发展，本项计划无论是投资金额

、风险评估、既有市场、回收速度方面均可说是不可多得的好项目。

开宠物店商业计划书篇五

宠物在人们日常生活中的地位逐渐提高，导致了整个宠物行业的快速增长。在中国的宠物市场，宠物产品和宠物服装已经成为社会的时尚潮流。随着中国经济的快速增长，仅北京公安局就登记了100万只狗。加上未注册的数量，北京的宠物狗总数将不会少于300万只，猫的总数将达到200万只。同样，欧洲透视调查显示，中国的宠物数量正在快速增长，中国人越来越关心宠物。调查显示，从20xx年到20xx年的十年间，中国的宠物数量增长了近600%。20xx年，中国宠物数量增加到近1亿只，中国宠物行业销售额突破500亿元。

1宠物美容

2宠物医疗

3商务宠物服装:

4宠物日用品

5宠物摄影等

众所周知，在市场经济条件下，市场是企业的基础。没有市场，就没有企业的生存，没有市场的发展，就没有企业的发展。

近年来，宠物市场越来越热。我们周围的宠物食品、商店和宠物美容店在几年内增加了很多。超市中与宠物食品和宠物用品相关的产品已经从原来的货架扩展到一排货架。社区周围的小超市也增加了宠物食品和用品的货架。各大网站也开设了宠物论坛，各种关于宠物的信息随处可见。宠物已经成为居民生活的一部分。

根据营销策略，宠物企业要想在市场上发展，不仅要善于发现和了解客户需求，还要从产品质量、销售渠道、价格和促销等方面努力寻找和恢复一个可控的系统来满足这一要求。企业要想在激烈的市场竞争中取得成功，产品质量是第一要素，提高和把握产品质量是最重要的。保证产品质量好的同事，要根据市场趋势制定合理的价格，进行准确的价格定位。

1成本预算

开宠物店，首先要交一万左右，参加一个月左右的培训，拿到“宠物美容师”资格证。除了要跟上营养，还要有专门的美容项目，所以要投入1万元的宠物美容设施:洗澡池、电剪刀(20xx元左右)、五个刀头(1000元)、三四把美容剪刀(20xx元)、吹风机、吹风机、热水器等。2万元用于进货，1万元用于包括营养在内的食品，5000元用于洗漱用品，5000元用于涉及宠物用品的地方的其他各类商品。店铺装修，货架等。也拿一万块。

2盈利能力

利润率:根据法律规定，投资宠物店，半年内不盈利。食品及用品毛利20%左右，美容护理60%左右。按照20xx元/月的租金，如果每月营业收入超过5000元，可以保证。两年内可以赚回本金。

据介绍，宠物店选址是开店运营中最不灵活的因素，需要考虑的因素很多，包括周边人群的规模和特点、宠物数量、同行竞争、交通便利程度、附近商家的特点、房产成本(租赁成本)、合同期限、人口变化趋势及相关法律法规等。

宠物美容行业虽然前景看好，但也有风险，招聘店员难是这个行业的大问题。与普通美容师不同，宠物美容师不仅有专业要求，而且工作非常繁琐，经常被宠物咬伤抓伤。大多数人认为给宠物狗梳毛意味着修剪、梳理和清洁毛发。其实宠物美容师的工作并没有看起来那么简单。美化一只宠物狗一般需要一个多小时，遇到一只不听话的狗需要更长时间。因为工作又脏又累，所以这个行业招聘店员比其他行业难很多。

阶段性商业模式

前期第一年到第三年，门店运营和网店同时进行

从中期的第四年到第六年，开始采用加盟的商业模式

在长期发展的第四年，收回加盟店，进行连锁经营

这是宠物店发展的初步规划。在实际运营过程中，要跟随市场发展，不断优化产品质量和服务水平，提高宠物店竞争力，扩大市场份额，实现长远发展目标。

目前，越来越多的人喜欢养宠物，对宠物的需求也在增加。有些人小时候养宠物，所以他们需要一家专门的商店来照顾他们。因此，人们对宠物店的需求会越来越大，前景可观。

开宠物店商业计划书篇六

1、国际宠物行业现状分析

宠物在发达国家里作为产业已经有一二百年的历史，形成了繁育、训练、用品用具、医疗、医药、贸易的产业链。不仅在管理上法规严谨、责任明确，政府和宠物组织相互配合，而且宠物业的发展在系统化和规范化下运行，形成了国民经济的一部分。在国外，“宠物经济”是一个庞大的产业。2001年，宠物为美国经济创造了276亿美元的消费，美国每年仅宠物保险业收入就高达40亿美元；在瑞典，甚至有57%的养狗者为自己的爱犬购买了宠物保险；德国的年国民收入的17%来自犬业；在澳大利亚，宠物行业拥有3万多名员工，并创造出近6%的国内生产总值……

国际宠物市场已经逐步成熟，养宠物已经成为国家经济实力，社会发达的一种标志。世界宠物经济的迅猛发展带动相关产业的急速发展，并逐步规范、标准化、国际化。宠物的数量、宠物经济获得利益逐年快速上升。人们对宠物的溺爱促使宠物用品销售和宠物服务行业逐渐成长壮大，宠物经济、宠物食品销售、宠物用品、宠物美容店、宠物医院等新兴产业相继产生迅速成长起来，宠物市场日趋旺盛。以宠物食品为例，北美(以美国为主)是所有宠物食品最大的地区消费市场，更占有绝大部分销售份额；西欧是所有其它类宠物食品的主要消费市场，同时是狗粮和猫粮消费的第二大市场。其中美国和日本在宠物经济上的发展尤为突出。

2、我国宠物行业现状分析

中国有十三亿人口，而且自古就有着圈养宠物的传统，据保守估计，我国目前至少有1亿只宠物

，宠物经济的市场潜力至少可达150亿元人民币，在这个巨大的市场中，宠物养殖业尤其是犬养殖业是相当关键的一环。在中国，目前犬类产业的规范化道路只是处于起步阶段，犬的作用还没有得到广泛的开发，即使在宠物市场，目前也只是刚刚开始发展，但我国养犬业已成为了一个行业，在数量上已经具备一定的规模，犬业已经潜移默化的影响人们的生活和社会的发展。但是中国宠物市场目前的发展水平还没有在真正意义上与世界接轨，我国的犬业发展至今还没有建立一个国际化和标准化的平台支撑。

随着人民生活水平的日益提高，在中国，宠物也逐渐成为人们越来越密切的伴侣。无论是狗、猫、鸟，还是鱼或龟，这些往日看家护院、供人娱乐的小动物，开始成为家庭中的重要成员。在竞争日益激烈的社会环境中，宠物的可爱活泼为正处于紧张的现代生活中的人类派遣孤独、增加情趣、缓解压力。经过专门训练的犬，不仅可以充当家庭伴侣型的宠物，还可以开发各种各样的工作潜力。

中国南北方宠物市场是全国乃至世界的宠物交易基地之一，为全国及世界各地源源不断的输送各类犬种，充盈着整个宠物交易市场。宠物行业的兴盛，一定会为丰富人民精神文化生活，拓宽就业门路，引领人们致富，带动相关产业发展，促进国民经济腾飞作出更大的贡献。中国南北方宠物交易市场的持续稳定发展，同时也是促进中国宠物业繁盛的重要组成部分，影响着中国未来宠物业的长足发展。

目前市场上的宠物店林林总总，风格不一。有专门给宠物提供各种粮食及零食营养品之类的食品店;也有专门给宠物提供各种精致的宠物小窝、喂食器的用品专卖店。据业内人士介绍，由于这类门店的投资门槛比较低，所以目前已经开始趋于饱和。所以，并不是投资者的最好选择。

相反，宠物美容、宠物医院等新概念的特色门店将成为新的投资方向。据记者在世纪城、望京等社区随机调查显示，有60%的宠物主人曾经或打算给自己的宠物精心打扮，如皮毛护理、“美容”等;而28%的宠物主人表示无所谓，如果效果好能够尝试;仅有不足15%的人表示反对宠物打扮。在消费费用上，愿意为一次美容花个几十元的宠物主人更是大有人在。可想而知，宠物美容等有关服务的市场空间有多大。

此外，对宠物主人来说，最头疼的是宠物生病。作为心灵的寄托和感情的延续，宠物主人一定是不能让宠物受半点儿委屈。更何况好些主人的宠物都是比较名贵的。所以，宠物医院也是一个较为不错的投资选择。不过，好些专业的宠物医院投资门槛相对较高。不仅需要专业的医师，设备和药品的投入也需要不少的资金。

不管是宠物食品店、用品店、美容店还是宠物医院，都需要投资者对这个行业有所了解才可进入。除了自创品牌经营之外，选择比较好的品牌进行加盟也是一种不错的选择。特许总部将提供专业的开业培训，可以省却好些前期开业的麻烦。

据了解，目前市场上有几个宠物店特许品牌可供投资者选择。这些品牌在特许经营管理地方都有着严格的规范，包含宣传推广等地方，都可能给加盟商提供一定的支持，不过要考虑加盟费这笔不小的成本。

1、选址原则

1)选择繁华的商业区或成熟的社区，交通便利，停车位充足。

2)事先调查周边居住人群的消费水平以及养犬的数量，可在晚上或早晨的遛狗时间进行调查。

3)应考虑到扰民因素，避免日后不必要麻烦的发生。

4)可根据自己的实力确定店内的面积，最好不要采取合伙经营的方式开店，以免以后因分利不匀发生口角。

店址的选择是开店经营中灵活性最差的因素，需要考虑多种因素，包含周边人群的规模和特点、宠物的数量情况、同行竞争情况、交通的便利性、附近商家的特点、房产成本(租金成本)、合同期限、人口变动趋势及有关的法律法规等。

在人流较为密集地区及商业区，交通便利，但环境过于嘈杂，且价格相对较高，适合以产品销售为主，宠物美容和寄养相对较弱。而在花鸟市场，经营较成气候，货源流通量很大，而且成本很低，但产品售价相对较低，竞争激烈，也适合以产品销售为主，不宜做宠物美容和寄养。如果选择开在中高档的居民小区里，那么能够考虑用品销售、美容和寄养等全项目经营。

此外，鉴于宠物店的消费群体比较特殊，宠物店的选址要留意几个细节地方的问题。首先要考虑的是宠物主人的人群特征。由于几个名贵宠物的主人多是驾车带着自己的宠物过来消费，所以店址的选择要考虑到消费者停车的便利。其次，有好些方面是禁止有宠物通行的，他在选址的时候一定要考虑到这点。最后，如果有寄养宠物的服务，一定要考虑到宠物发出的声音是否会干扰到邻居的正常生活。

2、房租

对于宠物店来说，房租是投资比重很大一部分，在确定位置后，应尽量争取季付房租，这样不会影响资金的流动性，不会造成资金的积压。

喜爱宠物是人类的天性，同我们中国人相比，西方人不仅是喜爱宠物更是把它们当做了生活中的朋友和伙伴，而作为发展中国家的中国，宠物消费市场的前景也是充满希望和商机的。在未来10年内，中国的宠物饲养量会不断增长，就目前而言，北京已经明显走在了其他城市的前列。宠物消费已成为社会消费链上的又分支，并在不断膨胀新兴的宠物产业和宠物市场在慢慢地扩大展开。

宠物消费群体的消费目的细分如下

1 作伴消遣

以作伴消遣为目的而养宠物的消费群体主要集中于两类人，一类是退休在家的老年人。儿女工作繁忙不在身边，他们往往会养一只猫或是只狗来排解生活的寂寞。另一类是收入较高的白领阶层，高收入者难得在紧张的工作中放松自己的心情，闲暇时候宠物就成了他们的开心果。

北京市小动物保护协会的有关专家说：人们前几年觉得用飘柔海飞丝等洗发水来给猫狗洗澡很不错，后来改用专用浴液，而现在的人们已经不满足于专用商品，还要追求品牌，这充分说明宠物爱好者现在已不再把猫狗当作玩伴，而是当作家庭成员之一。

目前北京市民平均每月花在宠物身上的钱是200—400元。随着市场越来越丰富，相信这种消费会

越高。曾经有专家进行过这样的分析，当一个国家的人均国内生产总值(g d p)达到3000 ~ 8000美元的时候，宠物行业就会快速发展。随着人们生活水平和生活质量的不断提升，人口老龄化的出现以及生活独立性的增强，人们生活节奏的加快，人们之间的关系愈发淡漠，情感的栖息点会逐渐转移到宠物身上，与宠物为友可以使人感受到简单的生活氛围，使人们的心情放松。

对宠物需求数量的不断增长孕育了巨大的市场需求。此外由于宠物品种的不断增多，人们对宠物的精神依托以及人们越来越舍得给宠物花钱的消费心理，为提供宠物服务的些行业也应运而生，宠物消费“钱”途不可小视。

2、显示成型

这类消费群体主要是生活较富裕而追求更多精神满足感的人群。有人说把只宠物抱回家对它的投资才刚刚开始。越来越多的人乐意在宠物身上“撒钱”，更多的宠物主人也意识到，要养宠物就要先清楚自己的经济实力是否足够以为宠物提供良好的物质生活条件。有些消费者只喜欢养名犬，因为品种越纯越显出其高贵、美观、温顺、善解人意、极易相处，和其他观赏犬相比有君临城下之感，当然饲养这样的犬其投入也比饲养一般的犬要高出很多。

3、为了安全

主要是针对需要护卫犬的消费群体而言。狗具有极高的智力，极佳的听觉和嗅觉，它速度快，灵活又机敏，经过后天的训练，利用它的特殊功能可使其成为人们的朋友和伙伴，而且可以成为人类及其财产的保护者。

4、特殊用途

人们都认同这样的观点，如果有狗和猫在场就能够增加社会交往，这对老人和服务狗的主人来说尤其重要。现在还将犬用于治疗中的特殊目的，比如盲人的导盲犬，聋人用的助听狗，还可充当治疗犬。此外，现在犬还被用来帮助监察癫痫发作，以及糖尿病引起的低血糖等病症，还可用于心理疗法项目以及医院和监狱的康复项目。

经营宠物用品店，总体上分为实体店和网上虚拟店两种，但这两种形式的消费群体不同。相对来说，购买能力低些或年纪较大的消费者，通常会在实体店购买宠物食品和用品，而熟悉网络操作的白领阶层则往往会选择在网上购物。饲养宠物狗的一位女士说“在网上给宠物买东西选择更多，很多在商店里看不见的东西部可以在网上订购。平时工作很忙，很难有时间去逛商店，网络宠物店不但节省了时间，还能送货到家。

- 1、合理的价格及预约、接送服务。
- 2、纪录顾客相关资料。
- 3、顾客来美容，第一件事:检查犬的毛发及时告知主人。
- 4、征求主人的意见进行造型修剪。
- 5、对老龄犬特殊护理。

6、进行电话回访，与客户建立良好关系。

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发