

Gợi ý danh mục bán chạy trên Amazon - Vật dụng dành cho thú cưng

<u>Tổng quan thị trường vật dụng dành cho thú cưng ở nước ngoài</u>	<u>2</u>
<u>Gợi ý danh mục vật dụng dành cho thú cưng có nhu cầu cao</u>	<u>7</u>
<u>Chứng nhận hợp quy cho vật dụng dành cho thú cưng</u>	<u>30</u>

1. Tổng quan thị trường vật dụng dành cho thú cưng ở nước ngoài

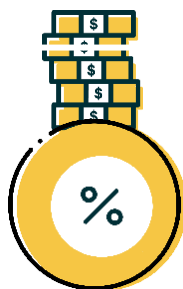
Trong báo cáo "Pinterest 100 Trends" vào năm 2020, "nền kinh tế đồ dùng dành cho thú cưng" chiếm vị trí độc quyền và trở thành xu hướng tiêu dùng toàn cầu ở mọi nhóm tuổi, và ngay cả trong thời gian đại dịch thì xu hướng bán chạy vẫn không giảm. Người nước ngoài thích nuôi thú cưng sẵn sàng chi tiền cho chúng; những đồ dùng dành cho thú cưng từ lâu đã được mở rộng từ thức ăn cho thú cưng đến các sản phẩm phụ khác như quần áo trang sức, đồ chơi, làm đẹp, vật dụng tương tác, v.v. Đối với những nhà bán hàng Việt Nam muốn mở rộng sản phẩm đồ dùng dành cho thú cưng thì việc hiểu rõ xu hướng tiêu dùng mới ở nước ngoài trong năm 2020, nắm vững các sản phẩm phụ bán chạy nhất và các gợi ý vận dụng là con đường trực tiếp giúp nhanh chóng mở rộng hoạt động kinh doanh.

1.1. Tổng quan thị trường nước ngoài

Ngành công nghiệp đồ dùng dành cho thú cưng đang phát triển nhanh chóng, quy mô thị trường Mỹ vượt quá 95,7 tỷ USD¹

Ngành công nghiệp đồ dùng dành cho thú cưng đã có mặt ở các nước phát triển Âu Mỹ hàng trăm năm nay. Hiện tại Bắc Mỹ và Châu Âu đã phát triển thành thị trường rất lớn về ngành công nghiệp đồ dùng dành cho thú cưng toàn cầu.

Năm 2019, thị trường tiêu thụ đồ dùng dành cho thú cưng của Mỹ với quy mô đạt 95,7 tỷ USD¹. Trong giai đoạn 2021 - 2022, có khoảng 70% hộ gia đình ở Hoa Kỳ đang nuôi thú cưng².



Quy mô thị trường năm 2019 đạt
95,7 tỷ USD



Các gia đình Mỹ có nuôi thú cưng
(giai đoạn 2021 - 2022) chiếm
70%

1. [Báo cáo về tiêu dùng cho thú cưng ở Mỹ, triển lãm thủy sinh quốc tế tại CIPS \(Viện Đặc Quyền Mua và Cung Cấp\) Trung Quốc, 03/2020](#)

2. [Pet Industry Market Size & Ownership Statistics, APPA 10/2022](#)

Những năm gần đây, ngành công nghiệp đồ dùng dành cho thú cưng đã phát triển mạnh nhờ sự gia tăng liên tục của nhóm người độc thân và sự già hóa của dân số.

Theo nghiên cứu của Euromonitor International, quy mô thị trường của ngành công nghiệp đồ dùng dành cho thú cưng đã tăng trưởng hơn 66% trong thập kỷ qua, trong khi nền kinh tế toàn cầu chỉ tăng trưởng 43% so với cùng kỳ. Người Mỹ đã chi hơn 52 tỷ USD cho thú cưng trong năm 2019, phần lớn trong số đó là để mua thức ăn thú cưng. Tuy nhiên vẫn có hơn 18 tỷ USD được chi cho đồ dùng và phụ kiện dành cho thú cưng.¹



Quy mô thị trường tăng trưởng hơn
66%



Năm 2019, người Mỹ đã chi tiêu cho thú cưng hơn
52 tỷ USD

Tỷ lệ thâm nhập thị trường TMĐT vật dụng cho thú cưng tiếp tục tăng với trang web Amazon là lựa chọn hàng đầu dành cho những người nuôi thú cưng.

Theo dự báo số liệu của Hiệp hội sản phẩm thú cưng Mỹ APPA năm 2020, từ năm 2017 đến năm 2022, số lượng tiêu dùng các sản phẩm và dịch vụ dành cho thú cưng sẽ tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng kép hàng năm là 4,2%².

Theo báo cáo trên trang web Packaged Facts, 18% nguồn bán lẻ vật dụng thú cưng ở Mỹ trong năm 2020 đến từ đơn hàng trực tuyến³.

Đến năm 2023, doanh số ở kênh TMĐT của các sản phẩm dành cho thú cưng tại thị trường Mỹ dự kiến sẽ chiếm 23% toàn bộ thị trường⁴.



Tỷ lệ tăng trưởng kép đạt
4.2%



Tỷ lệ đơn hàng trực tuyến đạt
18%



Thị phần năm 2023 ước đạt
23%

1/2/3/4. [Cơ hội kinh doanh lớn trong TMĐT đồ dùng dành cho thú cưng, Win E-Commerce, 2020](#)

1.2. Chân dung người tiêu dùng

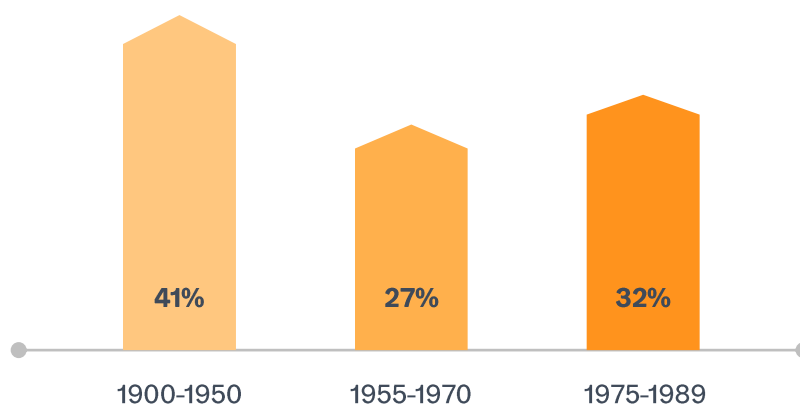
Phân nhóm người tiêu dùng

Sức hút của những chú thú cưng dễ thương không chỉ khiến những người trẻ thế hệ mới bị khuất phục mà còn lan tỏa ra hầu hết mọi lứa tuổi. Ngay cả các bậc phụ huynh và những người cao tuổi cũng không thể cưỡng lại được, với ngày càng nhiều người bắt đầu chọn thú cưng làm bạn đồng hành trong cuộc sống.

Theo số liệu thống kê, có 41%¹ người sinh trong khoảng từ 1900 đến 1950 sở hữu thú cưng. Họ coi thú cưng là nơi gửi gắm tình cảm không thể thiếu, họ sẵn sàng chọn mua những sản phẩm chất lượng cao hơn cho thú cưng trong khả năng tài chính của mình.

Có 32%² người sinh trong khoảng từ 1975-1989 có sở hữu thú cưng. Họ quan tâm nhiều hơn đến chất lượng sản phẩm và thích tìm những sản phẩm có tính sáng tạo cho thú cưng của mình để cải thiện chất lượng cuộc sống của thú cưng. Tất nhiên, tính an toàn luôn là căn bản để các thương hiệu giành được và duy trì sự tin tưởng của người tiêu dùng. Ngoài những vật dụng hàng ngày, chủ nhân thú cưng cũng sẽ mua những món phụ kiện trang trí cho thú cưng của họ trong các lễ hội như Lễ Phục Sinh, Halloween.

Tỷ lệ số người sở hữu ít nhất một vật nuôi mới qua các năm

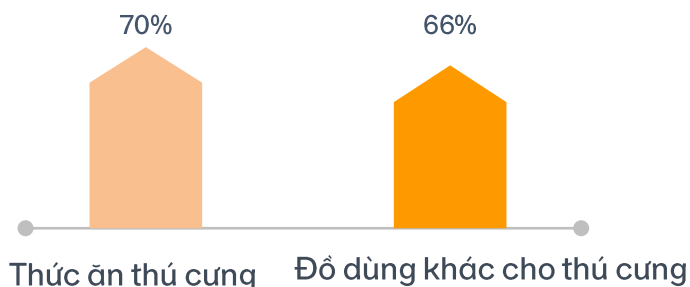


1/2. [Nielsen Pet thought leadership survey](#)

Tần suất tiêu dùng

Mua sắm trực tuyến: Những chủ nhân có năm sinh trong khoảng từ 1975-1989 sở hữu thú cưng sẽ đặt mua đồ dùng cho chúng trên mạng. Đây cũng là danh mục được người tiêu dùng đặt mua trực tuyến trên Amazon với tần suất rất cao, trong đó 70% sẽ mua thức ăn cho thú cưng, 66% sẽ mua các đồ dùng khác cho thú cưng.

Tỷ lệ mua trực tuyến vật dụng cho thú cưng



Vật nuôi ít phổ biến: Ngoài các thú cưng truyền thống như chó, mèo thì các động vật như chim, cá nước ngọt, cá biển, động vật bò sát, ngựa, v.v. cũng ngày càng được giới trẻ thế hệ 10X yêu thích. Đây chính là tiềm năng thị trường không thể không coi trọng.

Nhu cầu của người tiêu dùng



Có nhu cầu đối với nhiều danh mục phụ hơn

Hiện tại, các sản phẩm tiêu dùng trên thị trường thú cưng chủ yếu vẫn tập trung vào các lĩnh vực như thức ăn thú cưng, chăm sóc sức khỏe thú cưng, đồ chơi cho thú cưng, quần áo phụ kiện, v.v. Những lĩnh vực này nên được khai thác sâu hơn ở các danh mục phụ. Ngoài ra, người tiêu dùng còn xem thú cưng như thành viên trong gia đình, cho nên cũng như xu hướng tiêu dùng cho sức khỏe của con người, sức khỏe của thú cưng sẽ là cốt lõi cho việc đổi mới sản phẩm trong tương lai.



Nhu cầu về thương hiệu, mẫu mã, chất liệu, tốc độ hoàn thiện đơn hàng

Người tiêu dùng có xu hướng mua các sản phẩm được làm tinh xảo và có chất lượng cao, do vậy đơn giá của sản phẩm cũng dần tăng lên. Lượng tiêu thụ này hiện tại chủ yếu vẫn tập trung ở các cửa hàng chuyên bán lẻ đồ dùng cho thú cưng, nhưng kênh bán hàng truyền thống sẽ bị TMĐT lấn át trong vài năm tới. Do đó đây cũng là cơ hội lớn cho nhiều người bán.

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

1.3. Xu hướng phổ biến về vật dụng dành cho thú cưng ở nước ngoài trên Amazon

Đồ dùng ở nhà cho thú cưng

Trong thời gian đại dịch, người tiêu dùng ở nước ngoài trở nên quan tâm hơn đến thú cưng khi mà thời gian ở nhà dài và nhiều hơn; rất nhiều danh mục sản phẩm đã cho thấy xu hướng tăng trưởng nhanh chóng. Ví dụ, ngày càng có nhiều chủ nhân thú cưng bắt đầu mua nhiều hơn dụng cụ chải lông và làm đẹp cho thú cưng để tự mình chăm sóc lông cho chúng. Các sản phẩm thông minh như hộp cát vệ sinh cho mèo tự làm sạch, cửa tự động, quây chuồng điện tử cho thú cưng cũng ngày càng nhiều được người tiêu dùng trẻ ưa chuộng.

Cơ hội kinh doanh đồ dùng ngoài trời cho thú cưng

Một khi tình hình đại dịch được cải thiện, nhiều người sau khi ở nhà một thời gian dài sẽ chọn đi du lịch. Những người nuôi thú cưng ở Âu Mỹ thường đưa thú cưng của họ đi du lịch cùng¹, và vì vậy về lâu dài, nhu cầu về đồ dùng ngoài trời cho thú cưng là một cơ hội lớn khác. Ví dụ, đồ ăn thích hợp mang theo, bát uống nước, khay đựng rác, v.v. cần thiết trong chuyến đi và các sản phẩm cần thiết khi đi máy bay bao gồm dây an toàn, ghế ngồi cho thú cưng, cũi du lịch và thậm chí cả ba lô cho thú cưng.

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

2. Giới thiệu danh mục vật dụng cho thú cưng có nhu cầu cao

Các danh mục vật dụng cho thú cưng bán chạy nhất và các gợi ý bán hàng

Đồ gia dụng cho thú cưng

- Nhà cho thú cưng;
- Đồ nội thất cho thú cưng;
- Cổng/quây chuồng cho thú cưng;
- Lồng chim;
- Nhà cây cho mèo;
- Bàn cào móng vuốt cho mèo;
- Vòng treo cửa sổ cho mèo.

Giường cho thú cưng

- Nệm ngủ/giường cho thú cưng;
- Thảm cho thú cưng;
- Khăn trải giường cho thú cưng;
- Nệm làm mát, sưởi ấm cho thú cưng;
- Tấm lót sàn chuồng cho thú cưng;
- Thảm huấn luyện vệ sinh cho thú cưng.

Vật dụng du lịch cho thú cưng

- Quây chuồng cho thú cưng dùng trên xe;
- Túi đựng thú cưng xách tay;
- Xe đẩy thú cưng;
- Địu ngực dành cho thú cưng;
- Thang leo ô tô cho thú cưng.

Sản phẩm chăm sóc thú cưng

- Dụng cụ chải lông cho thú cưng;
- Kéo tỉa lông cho thú cưng;
- Đồ cắt móng và tỉa lông dùng điện dành cho thú cưng;
- Giấy ướt dành cho thú cưng;
- Dụng cụ chăm sóc thú cưng.

Quần áo và phụ kiện cho thú cưng

- Áo thun cho thú cưng;
- Phụ kiện vòng cổ cho thú cưng;
- Nón dành thú cưng;
- Áo khoác cho thú cưng;
- Bảng tên cho thú cưng.

Vật dụng ăn uống dành cho thú cưng

- Hộp cấp thức ăn có chân cao hơn nền nhà cho thú cưng;
- Máy cấp thức ăn tự động cho thú cưng.

Sản phẩm khác dành cho thú cưng

- Chuông cửa/chuông huấn luyện dành cho thú cưng;
- Đồ lưu niệm dành cho thú cưng;
- Máy bắn bóng.

2.1. Đồ gia dụng cho thú cưng

Nhu cầu của khách hàng

Đảm bảo tính an toàn, khó nghiêng đổ, chắc chắn; vật dụng cho thú cưng phù hợp với phong cách trang trí nội thất của gia đình, đẹp và tinh tế, kích thước phù hợp, thoải mái và bền, dễ lau chùi, dễ vệ sinh.

Rào cản gia nhập

Đồ nội thất bằng gỗ cần đáp ứng các tiêu chuẩn bảo vệ môi trường đối với việc sản xuất các sản phẩm nội thất, đặc biệt là đồ nội thất bằng ván tổng hợp, tất cả phải tuân thủ các quy định liên quan của Amazon và thị trường địa phương về các sản phẩm gỗ tổng hợp; các vật liệu khác hiện tại không vướng rào cản tương tự.

Xu hướng phổ biến thời gian gần đây

Trong giai đoạn đại dịch, thời gian người tiêu dùng ở nhà bầu bạn và chăm sóc thú cưng dài hơn, nên họ quan tâm nhiều hơn đến chất lượng sống và sự thoải mái của thú cưng, sẵn sàng tạo môi trường sống tốt hơn cho chúng, cũng như sẽ cân nhắc nhiều về đồ nội thất lớn với chức năng tốt hơn. Xu hướng phát triển các sản phẩm điện tử, sản phẩm thông minh cũng khá rõ rệt, chẳng hạn như hộp cát vệ sinh tự làm sạch cho mèo, cửa tự động, quây chuồng điện tử cho thú cưng ngày càng được nhiều người tiêu dùng trẻ ưa chuộng.

Xu hướng lựa chọn

Bàn cào móng vuốt cho mèo

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Chắc chắn và bền, kiểu dáng đẹp, dễ làm vệ sinh.

Tháng bán chạy: Chương trình sale vào ngày Black Friday, Cyber Monday; không có sự khác biệt rõ rệt theo mùa ở các thời điểm khác.

Mức giá tham khảo: Tập trung ở mức giá từ 10-20 USD, sản phẩm loại hình giá rẻ ở mức từ 5-10 USD cũng chiếm thị phần nhất định.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Đồ nội thất cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Quan trọng nhất là thẩm mỹ; các yếu tố khác bao gồm lực đỡ của đồ nội thất tốt, mức độ thoải mái cao, hài hòa và tinh tế khi đặt trong không gian nhà cửa, bề mặt có dễ vệ sinh hay không, nắp có thể tháo rời để rửa, có thể dùng bền lâu, có thể đáp ứng một số nhu cầu vận động của thú cưng.

Trường hợp sử dụng: Thú cưng ngày càng được xem là một thành viên trong gia đình. Trong môi trường nhà ở, người tiêu dùng mong muốn đồ nội thất của thú cưng có thể hòa hợp với không gian sống chung trong nhà.

Tháng bán chạy: Doanh số tăng theo các tháng nửa cuối của năm.

Mức giá tham khảo: Tập trung ở mức giá trong khoảng từ 60-80 USD, 56-74,8 Euro.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Thị trường thương hiệu hàng đầu chiếm tỷ trọng tương đối cao, các đối thủ cạnh tranh khác có ít cơ hội hơn, cần phải tìm được ưu thế đặc biệt để hướng tới nhóm sản phẩm này.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Võng treo cửa sổ cho mèo

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Lực chịu tải trọng lớn, mỏng và nhẹ, thoáng khí, kích thước phù hợp.

Trường hợp sử dụng: Dùng ở phòng khách trong nhà hoặc cửa sổ phòng ngủ.

Tháng bán chạy: Phân bố theo mùa không rõ rệt, tháng 12 có tốt hơn một chút (khách hàng chuẩn bị tặng quà).

Mức giá tham khảo: 10-20 USD, 9,3-18,7 Euro, 1.271-2.543 Yên

Tình hình cạnh tranh thị trường: Tăng trưởng tổng thể rất nhanh, chưa hình thành mô hình ổn định, người bán mới có cơ hội tham gia.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản.



Nhà cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Tính năng đa dạng, chắc chắn và bền, dễ dàng tháo lắp, đủ không gian cho thú cưng hoạt động, thuận tiện làm vệ sinh.

Tháng bán chạy: Doanh số vào mùa xuân và mùa thu nổi bật hơn.

Mức giá tham khảo: Lồng thú cưng loại nhỏ giá 10-30 USD, nhà cho thú cưng loại vừa có giá từ 120-150 USD, nhà cho thú cưng loại lớn hơn giá 200 USD, mỗi loại đều có thị phần tương đương.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Thương hiệu nổi tiếng chiếm thị phần khá cao, nhưng vào năm 2019 cũng xuất hiện một số thương hiệu có tốc độ tăng trưởng cao tham gia vào top xếp hạng thương hiệu, có cơ hội cho các thương hiệu mới.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Cổng/Quây chuồng cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Dễ lắp đặt, sử dụng tiện lợi, kiên cố và bền, nhiều kích thước và nhiều hình thức để lựa chọn.

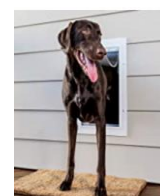
Trường hợp sử dụng: Cổng riêng có thể tiện cho thú cưng tự do ra vào phòng, các gia đình có trẻ nhỏ cần không gian yên tĩnh cũng có thể dùng chặn cửa để ngăn thú cưng quấy rầy.

Tháng bán chạy: Phân bố theo mùa không rõ rệt.

Mức giá tham khảo: 30-40 USD, 28-37,4 Euro.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Tốc độ tăng trưởng tổng thể các danh mục phụ này rất nhanh và chưa hình thành mô hình ổn định nên người bán mới vẫn có cơ hội tham gia.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Nhà cây cho mèo

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Lắp ráp đơn giản, dễ thao tác, chắc chắn và bền, tiện di dời, có chiều cao phù hợp, vật liệu mềm mại tạo sự thoải mái, thiết kế đẹp, không gian đa dạng, có thể tháo rời để tiện làm vệ sinh.

Tháng bán chạy: Bán chạy trong thời gian ưu đãi giảm giá (Prime Day và Black Friday, Cyber Monday), không có sự khác biệt rõ ràng theo mùa vào các thời điểm khác.

Mức giá tham khảo: 50-70 USD, ngoài ra mức giá bình dân (30-40 USD) và loại cao cấp (100 USD trở lên) cũng có thị phần nhất định.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Thương hiệu nổi tiếng chiếm thị phần khá cao, nhưng vào năm 2019 cũng đã xuất hiện một số thương hiệu mạnh có tốc độ tăng trưởng nhanh tham gia vào top xếp hạng thương hiệu; vẫn có cơ hội dành cho các thương hiệu mới.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Lồng chim

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Lồng chim cỡ lớn có đủ chắc chắn để chống lại việc chim mổ và điều kiện thời tiết xấu hay không, thiết kế phân tầng, phân các khu vực chức năng, đáp ứng các nhu cầu như vận động, ăn uống, kết bạn của chim, phần đáy có thể tháo rời, dễ vệ sinh, cấu trúc của khóa cửa.

Khu vực sử dụng: Phòng khách, sân vườn ngoài trời.

Tháng bán chạy: Phân bố theo mùa không rõ rệt, nhưng từ tháng 3-9 có tốt hơn một chút.

Mức giá tham khảo: đều có phân bố ở các khoảng giá, 70-90 USD hoặc hơi cao hơn một chút.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Thị trường thương hiệu hàng đầu chiếm tỷ lệ khác cao, tăng trưởng tổng thể rất nhanh và doanh số khả quan, vẫn có cơ hội tham gia.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



2.2. Giường cho thú cưng

Nhu cầu của khách hàng

Hoa văn đẹp, chất liệu tốt và an toàn, kích thước phù hợp, chắc chắn và bền, có thể chịu được việc cắn xé của thú cưng, không thấm nước/hút nước, tiện vệ sinh giặt giũ.

Rào cản tham gia

Không có rào cản.

Xu hướng phổ biến trong thời gian gần đây

Nhiều lựa chọn về mẫu mã, màu sắc, kích thước hơn, tính an toàn và độ bền của chất liệu rất được quan tâm.

Xu hướng lựa chọn

Giường/Đệm ngủ cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Mềm và mịn, thoáng khí, đàn hồi và không biến dạng, tạo sự thoải mái cho thú cưng, đường may chắc chắn, không thấm nước, dễ tháo rời và có thể giặt bằng máy giặt, không bị co rút sau khi giặt, kích thước và độ lớn phù hợp với thú cưng; thú cưng thường có chiều cao và trọng lượng chênh lệch khá lớn, cần cung cấp sản phẩm có kích thước xê xích tương đối lớn cho người tiêu dùng dễ lựa chọn.

Tháng bán chạy: Không có chênh lệch rõ rệt theo mùa.

Mức giá tham khảo: 20-40 USD, chênh lệch thị phần các phân khúc giá không lớn.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Thị trường cạnh tranh phân tán, các thương hiệu vừa và nhỏ vẫn có cơ hội khá lớn.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản.



Thảm cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Mềm mại và thoải mái, cảm giác chất liệu tốt, kích thước vừa phải, dễ dàng làm sạch.

Tháng bán chạy: Tháng 9-12, mùa đông là mùa bán hàng cao điểm.

Mức giá tham khảo: Giá của sản phẩm thường tập trung ở mức 15-20 USD, giá sản phẩm cao cấp tập trung ở mức 40-50 USD.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Thương hiệu nổi tiếng chiếm thị phần khá cao, cạnh tranh gay gắt giữa các thương hiệu nổi tiếng, các sản phẩm xếp hạng cao phần lớn là tạo mới từ 2018-2019, do đó sản phẩm mới vẫn có cơ hội.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Thảm huấn luyện vệ sinh cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Chất liệu tốt, tạo sự thoải mái, chắc chắn và bền, hút nước, chống thấm.

Tháng bán chạy: Nguyên cả năm.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Cạnh tranh thị trường khá phân tán, có cạnh tranh lớn về tỷ lệ giữa chất lượng và giá cả của sản phẩm; cơ hội thâm nhập tương đối lớn.

Mức giá tham khảo: 15-20 USD. Tuy nhiên, trên thực tế, giá chốt đơn thấp hơn mức giá tham khảo.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản.



Khăn trải giường cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Chăn lông cừu mịn, có lớp chống thấm nước bên trong, màu mã đẹp, vừa có thể phủ giường, sofa và đồ nội thất, vừa mềm mại và chắc chắn, có thể phủ kín cơ thể thú cưng và chịu được vết cắn của thú cưng đang mọc răng, đồng thời có thể giặt bằng máy giặt; nhiều kích cỡ để phù hợp các yêu cầu về độ che phủ khác nhau, màu sắc đa dạng phù hợp với màu sắc tổng thể của ngôi nhà.

Trường hợp sử dụng: Trải giường, sofa, đồ nội thất sang trọng, xe chuyên dụng (RV) dành cho những chuyến du lịch xa, dài ngày.

Tháng bán chạy: Mùa đông là mùa bán hàng cao điểm, doanh thu quý 4 tăng trưởng rất rõ rệt.

Mức giá tham khảo: Giá sản phẩm thường tập trung ở mức 15-20 USD, sản phẩm cao cấp tập trung ở mức 40-45 USD.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Thị trường thương hiệu hàng đầu chiếm tỷ lệ khá cao. **Thị trường bán chạy:** Bắc Mỹ, Châu Âu.



Nệm làm mát/sưởi ấm cho thú cưng

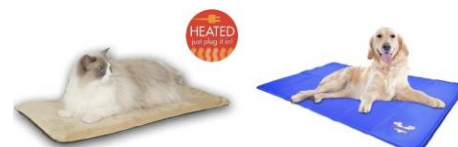
Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Làm mát và sưởi ấm nhanh, công năng tốt, chất liệu tạo sự thoải mái, an toàn khi sử dụng, có thể điều chỉnh thời gian hoạt động và nhiệt độ, dễ thao tác.

Tháng bán chạy: Mùa hè & mùa đông, doanh thu vào mùa đông (từ tháng 10-12) vượt trội hơn.

Mức giá tham khảo: mức giá khá phân tán, sản phẩm ở trong mức giá 10-50 USD đều chiếm thị phần nhất định.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Cạnh tranh phân tán, thương hiệu vừa và nhỏ vẫn có cơ hội khá lớn.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản.



Lót đệm cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Giữ ấm và tự làm ấm, không có mùi, lớp giữa siêu thấm, giữ khô ráo, có thể giặt bằng máy giặt, thân thiện với môi trường, lớp đáy chống trượt, có nhiều kích cỡ để lựa chọn (kết hợp với cũi, giường vật nuôi, thậm chí trải trên mặt đất).

Trường hợp sử dụng: Dùng để trải trong cũi vật nuôi như chuột hamster, thỏ, hoặc trải trên nền nhà cho thú cưng như mèo và chó.

Tháng bán chạy: Tăng trưởng doanh thu ở quý 4 rất rõ rệt.

Mức giá tham khảo: Mức giá tập trung trong khoảng 20 USD.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Thị trường của các thương hiệu hàng đầu chiếm tỷ lệ khá cao, các đối thủ cạnh tranh khác có ít cơ hội, có thể tìm kiếm ưu thế để thâm nhập.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



2.3. Vật dụng du lịch cho thú cưng

Nhu cầu của khách hàng

Có thể gấp gọn, nhẹ và dễ mang theo, dễ lắp ráp, chắc chắn và độ bền cao, có thể đáp ứng nhu cầu sử dụng trong nhiều trường hợp, chẳng hạn như trên xe hơi, dạo phố, du lịch, v.v.

Rào cản tham gia

Nếu là sản phẩm điện tử thì cần đáp ứng nhu cầu liên quan đến sản phẩm pin của Amazon. [Nhấp vào đây](#) để tìm hiểu thêm.

Xu hướng phổ biến thời gian gần đây

Thú cưng đã trở thành một phương thức để con người hiện đại giao lưu với xã hội, do đó nhu cầu đi lại và giao tiếp xã hội của thú cưng ngày càng được quan tâm hơn. Thiết bị du lịch phải có khả năng thích nghi được trong nhiều trường hợp, các sản phẩm có thể gấp gọn và nhẹ được ưa chuộng hơn; đồng thời, các vật dụng du lịch dành cho thú cưng để trong xe hơi có doanh số đang tăng trưởng nhanh chóng.

Xu hướng lựa chọn

Thang leo lên ô tô cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Dễ dàng gấp gọn, dễ lắp đặt, chắc chắn và vững chãi, trọng lượng nhẹ, độ dốc thoải, có thể để gọn trong cốp xe hơi.

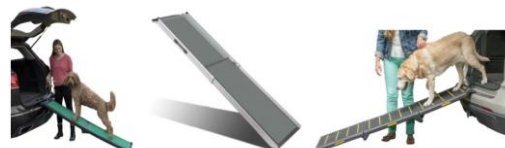
Trường hợp sử dụng: Các thú cưng lớn không tự lên xe được, cũng như có thể dùng để huấn luyện thú cưng.

Tháng bán chạy: Thu - Đông.

Mức giá tham khảo: Trong khoảng từ 40-120USD, chủ yếu tập trung ở trong khoảng 40-60USD.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Nhóm người bán hàng đầu chiếm thị phần chủ yếu, thương hiệu vừa và nhỏ cạnh tranh khốc liệt, sản phẩm mới vào thị trường gặp rào cản khá cao.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Quây chuồng trên xe cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Thao tác thuận tiện, lắp đặt đơn giản, vật liệu chắc chắn, khả năng thích ứng cao.

Trường hợp sử dụng: Đưa thú cưng đi ra ngoài bằng xe, lắp đặt trong xe để ngăn thú cưng làm phiền khi lái xe, đảm bảo an toàn.

Tháng bán chạy: Tháng 12.

Mức giá tham khảo: Chủ yếu tập trung ở mức giá 40-50 USD. Ngoài ra, sản phẩm có giá 10-20 USD cũng có doanh số rất lớn.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Thị trường cạnh tranh khá lớn, thương hiệu nổi tiếng chiếm thị phần nhất định, sản phẩm bán chạy tăng khá nhanh, các sản phẩm mới vẫn có cơ hội thâm nhập thị trường.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Xe đẩy tay cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Dễ dàng gấp gọn, dễ lắp đặt, gọn nhẹ để mang theo, bánh xe trơn và không rít.

Trường hợp sử dụng: Mang theo thú cưng đi ra ngoài; xe đẩy có thể giúp chủ rảnh tay, tiện mang theo ra ngoài du lịch.

Tháng bán chạy: Xuân - Hè và mùa du lịch.

Mức giá tham khảo: Chủ yếu tập trung ở mức 40-60 USD. Ngoài ra, sản phẩm có đơn giá cho khách hàng cao cấp 200-220 USD cũng có doanh thu rất lớn.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Nhóm người bán dẫn đầu chiếm thị phần chủ yếu, thương hiệu vừa và nhỏ cạnh tranh khốc liệt, các sản phẩm bán chạy có vòng đời khá dài; người bán các sản phẩm mới có thể tìm điểm đột phá để gia nhập r

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Túi thú cưng xách tay

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Tiện mang theo, không gian rộng, có thể gấp gọn, dễ lắp ráp, chất lượng tốt.

Trường hợp sử dụng: Có thể xách tay mang theo thú cưng nhỏ ra ngoài, đáp ứng nhu cầu giao tiếp xã hội của người tiêu dùng và thú cưng, cũng có thể được đặt trong xe để đảm bảo an toàn khi lái xe.

Tháng bán chạy: Tháng 12.

Mức giá tham khảo: Vùng giá cả phân bố trong khoảng 10-50 USD, tương đối tập trung ở mức 30-40 USD.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Cạnh tranh khá lớn, thương hiệu nổi tiếng chiếm thị phần nhất định, sản phẩm bán chạy tăng lên nhanh chóng, sản phẩm mới vẫn có cơ hội tham gia.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Túi đựng ngực cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Dễ mang theo, chất liệu chắc chắn, giúp chủ rảnh tay, có thể điều chỉnh độ dài.

Sử dụng trong trường hợp: Túi đeo vai để đưa thú cưng nhỏ đi chơi.

Tháng bán chạy: Tháng 12, tăng rõ rệt trong mùa khuyến mãi.

Mức giá tham khảo: Phân bố tập trung, sản phẩm có giá từ 15-25 USD là chủ yếu.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Thị trường cạnh tranh khá lớn, thương hiệu nổi tiếng chiếm thị phần nhất định, sản phẩm bán chạy tăng nhanh chóng, tuy nhiên sản phẩm mới vẫn có cơ hội tham gia thị trường.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



2.4. Vật dụng chăm sóc thú cưng

Nhu cầu khách hàng

Dễ thao tác, dễ sử dụng và an toàn, không gây khó chịu cho thú cưng.

Rào cản tham gia

Nếu cung cấp đồ dùng y tế cho thú cưng thì người bán cần đáp ứng các yêu cầu liên quan đến thiết bị y tế của Amazon. [Nhấp vào đây](#) để tìm hiểu thêm.

Nếu là các sản phẩm điện tử thì cần đáp ứng yêu cầu liên quan đến các sản phẩm pin của Amazon. [Nhấp vào đây](#) để tìm hiểu thêm.

Xu hướng phổ biến thời gian gần đây

- Các sản phẩm điện máy ngày càng được nhiều người tiêu dùng trẻ ưa chuộng. Họ sẵn sàng chi nhiều tiền hơn để có được thử sử dụng sản phẩm thuận tiện hơn;
- Trong thời gian đại dịch cùng với việc đi lại không dễ dàng, ngày càng nhiều người nuôi thú cưng bắt đầu mua các dụng cụ làm đẹp và tắm lông để tự mình chăm sóc lông thú cưng của họ.

Xu hướng chọn sản phẩm

Dụng cụ chải lông cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Tính năng của lược (lược kim, lược hàng, lược đẩy lông, lược gỡ rối lông, lược massage, lược tích hợp, v.v.), kích thước (phù hợp với vật nuôi), mức độ tạo thoải mái cho vật nuôi, v.v.

Tháng bán chạy: Mùa xuân (tháng 3 & 4), mùa khuyến mãi (Prime Day, Black Friday, Cyber Monday).

Mức giá tham khảo: 9-20 USD, 8.4-18.7 Euro.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Thương hiệu hàng đầu chiếm lĩnh thị phần ổn định, nhưng tỷ lệ không cao, thương hiệu mới tham gia có thể có cơ hội nhanh chóng lấy được thị phần tương ứng.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Kéo cắt tỉa lông cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Chất liệu, thiết kế có mục đích dành cho thú cưng, thuận tiện sử dụng ở những vị trí cần dùng kéo tỉa cho thú cưng, dụng cụ đồng bộ, v.v.

Tháng bán chạy: Đầu xuân (tháng 2 & 3), mùa khuyến mãi (Prime Day, Black Friday, Cyber Monday).

Mức giá tham khảo: 5-45 USD, 8,4-18,7 Euro.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Thương hiệu hàng đầu chiếm tỷ lệ ổn định, nhưng thị phần khá nhỏ, thị phần các thương hiệu khác đều đang dần mở rộng trong ba năm gần đây; tuy nhiên các thương hiệu mới vốn đang liên tục xuất hiện vẫn có thể nhanh chóng giành được thị phần.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Giấy ướt cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Chất liệu tự nhiên và tốt, khử trùng, khử mùi.

Tháng bán chạy: Nhu cầu cả năm ổn định và tiếp tục tăng.

Mức giá tham khảo: 10-15 USD/80 tờ/bịch, 25-30 USD/hộp (5 bịch).

Tình hình cạnh tranh thị trường: Thương hiệu hàng đầu thị trường chiếm tỷ lệ không cao, đồng thời thị phần mấy năm gần đây khá ổn định, tỷ lệ thị phần tiếp tục tăng lên mỗi năm, thương hiệu mới có thể nhanh chóng tham gia và có thể phát triển.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ.



Dụng cụ cắt móng và cạo lông dùng điện cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Tính năng sản phẩm, giá cả phải chăng, dễ sử dụng.

Trường hợp sử dụng: Làm móng và tỉa lông dùng điện cho thú cưng. Vào mùa rụng lông của thú cưng, một số chủ sẽ tỉa lông để tránh cho thú cưng rụng lông nhiều hơn; do đó, máy cạo lông dùng điện sẽ dễ thao tác và an toàn hơn.

Tháng bán chạy: Tháng 2, tháng 3, mùa khuyến mãi (Back Friday, Cyber Monday).

Mức giá tham khảo: 20-50 USD, 100-120 USD.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Hiện tại thương hiệu nổi tiếng khá ít, mức độ giống nhau của tính năng sản phẩm khá cao

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Dụng cụ chăm sóc thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: An toàn, có thể sử dụng nhiều lần, thích hợp cho việc bón thức ăn dạng rắn hoặc lỏng.

Tháng bán chạy: Xuân - Hè (tháng 3 đến tháng 8), tháng 12 với doanh số nguyên cả năm đều khá bình ổn.

Mức giá tham khảo: Khoảng 5-15 USD/sản phẩm, 30-35 USD/bộ.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Người bán hàng có thương hiệu hàng đầu chiếm thị phần chính và giá trị thị trường ổn định, rào cản cho người bán mới tham gia tương đối cao.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



2.5. Quần áo và phụ kiện cho thú cưng

Nhu cầu của khách hàng

Thiết kế dễ thương, có nhiều lựa chọn về mẫu mã, màu sắc và kích cỡ, chất liệu vải an toàn, lành tính, mềm mịn, không làm thú cưng khó chịu, khó xé rách, khó rơi rụng hay bong tróc.

Xu thế phổ biến thời gian gần đây

Có nhu cầu cá nhân hóa rõ rệt, người chủ thú cưng sẽ chọn một số mẫu mã dễ thương hoặc độc đáo và sẽ thử hóa trang cho thú cưng của họ thành các nhân vật hoạt hình đặc biệt. Ngoài quần áo, phụ kiện cho thú cưng cũng có nhu cầu khá lớn.

Xu hướng chọn sản phẩm

Áo thun cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Chất liệu vải mềm mịn, có tính hút ẩm và thoáng khí, các nút gài quần áo được ẩn kín, không dễ bị thú cưng làm rách, không dễ rơi ra, chất liệu vải an toàn, lành tính.

Tháng bán chạy: Doanh thu cả năm khá trung bình, tỉ trọng doanh thu tháng 12 có cao hơn, tiếp theo là tháng 11.

Mức giá tham khảo: Khoảng 10-15 USD hoặc 1.270-1.900 Yên.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Tuổi thọ của sản phẩm khá dài, hiện tại có nhiều sản phẩm mẫu cũ có doanh thu thuộc TOP ASIN, thị phần của các thương hiệu TOP đang bị thu hẹp. Người bán hàng mới vẫn còn cơ hội nhưng thương hiệu mới của ngành hàng này nếu tham gia cần phải tích lũy kinh nghiệm để sau một thời gian nhất định có khả năng trở thành thương hiệu TOP.

Thị trường bán chạy: Mỹ, Nhật Bản.



Phụ kiện vòng cổ cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Chất liệu đủ chắc chắn, không dễ bị thú cưng làm gãy và cào xước, an toàn và có bề mặt nhẵn, khó làm xước cổ cũng như không làm vướng lông thú cưng.

Tháng bán chạy: Cả năm, không theo mùa rõ rệt. Riêng tháng 11 và 12 có tỷ trọng doanh số tương đối cao.

Mức giá tham khảo: 10-15 USD.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Mô hình cạnh tranh thương hiệu chưa ổn định; các thương hiệu hàng đầu chỉ chiếm thị phần nhỏ (thị phần TOP 10 thương hiệu chiếm khoảng 30%). Sự tăng trưởng của sản phẩm mới rất mạnh và do đó còn nhiều cơ hội cho các thương hiệu mới gia nhập và phát triển.

Thị trường bán chạy: Mỹ



Nón cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Nón có khoét lỗ hở vừa với tai, khó rơi ra, bền chắc, thoáng khí, mẫu mã đẹp.

Tháng bán chạy: Tháng 12 có tỷ trọng doanh thu cao nhất trong cả năm, tiếp theo là tháng 10 & 11 và tháng 6. Trong nửa đầu năm từ tháng 1 đến tháng 6, tỷ trọng doanh thu tăng theo từng tháng, cho đến tháng 6 thì bắt đầu giảm.

Mức giá tham khảo: Khoảng 5-10 USD, 636-1.270 Yên.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Mô hình cạnh tranh thương hiệu chưa ổn định và còn đang biến động, thị phần của các thương hiệu hàng đầu đang thu hẹp nhường chỗ cho thị phần của các thương hiệu vừa và nhỏ mở rộng. Sức tiêu thụ của các sản phẩm mới trong hai năm qua rất mạnh, vẫn còn cơ hội lớn cho các thương hiệu nhỏ và vừa tham gia và tăng trưởng.

Thị trường bán chạy: Mỹ, Nhật Bản.



Áo khoác cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Chất vải giữ ấm, thoải mái, cúc áo ẩn, không dễ bị thú cưng xé rách, không dễ rơi ra, chất vải an toàn, lành tính, co giãn tốt.

Tháng bán chạy: Tập trung ở tháng 11 & 12.

Mức giá tham khảo: 10-20 USD.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Mô hình cạnh tranh thương hiệu chưa ổn định, thị phần của các thương hiệu hàng đầu đang thu hẹp, thị phần các thương hiệu vừa và nhỏ mở rộng vẫn có cơ hội tham gia cũng như tăng trưởng.

Thị trường bán chạy: Mỹ.



Bảng tên cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Đa dạng về kiểu dáng, thời trang và mới lạ, thông tin trên thẻ có thể tự thiết kế.

Tháng bán chạy: Doanh số trung bình cả năm, không theo mùa vụ.

Mức giá tham khảo: Tầm giá trong khoảng 5-10 USD là mức giá chủ yếu.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Mô hình cạnh tranh thương hiệu tương đối ổn định, thị phần của các thương hiệu vừa và nhỏ không lớn, cạnh tranh về giá rất gay gắt, các thương hiệu vừa và nhỏ cần đưa ra được ưu thế khác biệt để tham gia ngành hàng này.

Thị trường bán chạy: Mỹ.



2.6. Vật dụng cho thú cưng ăn và uống

Rào cản tham gia

Nếu là sản phẩm điện tử thì cần đáp ứng các yêu cầu liên quan đến pin của Amazon. [Nhấp vào đây](#) để tìm hiểu thêm.

Xu thế thịnh hành trong tương lai gần

Nhu cầu cá nhân hóa tăng lên, người chủ thú cưng quan tâm nhiều hơn đến sự thoải mái và hài lòng của thú cưng, sẵn sàng tạo ra môi trường sống tốt cho chúng.

Xu hướng chọn sản phẩm

Dụng cụ đựng thức ăn cho thú cưng có chân và không sát mặt đất

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Chất liệu, chiều cao, sự thoải mái khi sử dụng, thiết kế phù hợp với đặc điểm cơ thể của thú cưng khi ăn uống (tương tự công thái học con người), cải thiện việc ăn uống thoải mái của thú cưng.

Trường hợp sử dụng: Bắc Mỹ và Châu Âu có nuôi khá nhiều thú cưng là chó lớn, đồng thời dụng cụ đựng thức ăn có chân cao hơn mặt đất có thể dễ làm vệ sinh hơn, tránh việc thức ăn tiếp xúc với mặt đất.

Tháng bán chạy: Mùa khuyến mãi, tháng 7, tháng 11 & 12

Mức giá tham khảo: 10-25 USD, 9,2-23,3 Euro.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Các thương hiệu chính chiếm một nửa thị trường và đang tăng dần theo từng năm. Những người bán ngành hàng thú cưng mới tham gia sẽ khó chiếm thị phần, nhưng đối với người bán các thương hiệu đồ dùng thú cưng đã ổn định, đây là cơ hội để mở rộng dòng sản phẩm.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Hộp cấp thức ăn tự động cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Chất liệu, lượng thức ăn thích hợp trữ được cho thú cưng trong bao lâu, số lần phân phối thức ăn hàng ngày, có thể thiết lập lượng thức ăn tùy ý, mức độ để hộp bám dính với mặt đất, v.v.

Trường hợp sử dụng: Khi đi công tác hoặc đi du lịch, việc cho thú cưng ăn uống gọn gàng và theo giờ giấc sẽ gặp nhiều khó khăn, do đó hộp đựng thức ăn thông minh sẽ giúp ích cho việc cho thú cưng ăn uống.

Mức giá tham khảo: 20-80 USD.

Tháng bán chạy: Tháng 4-8 và tháng 11 & 12, các ngày Prime Day và Black Friday, Cyber Monday thường sẽ có doanh số rất cao.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Các thương hiệu hàng đầu thị trường đã chiếm thị phần chính và ổn định. Tuy nhiên, hiện tại hộp cấp thức ăn tự động ngày càng được nhiều người mua chấp nhận, do đó người bán các thương hiệu mới cũng như bắt đầu tham gia cũng có thể giành được một thị phần nhỏ và dần dần có cơ hội chiếm được nhiều thị phần hơn.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



2.7. Vật dụng có liên quan khác dành cho thú cưng

Xu hướng lựa chọn

Chuông cửa/chuông huấn luyện cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Bền, nhiều kích thước phù hợp các loại chó lớn và nhỏ khác nhau, có thể điều chỉnh, có thể kết hợp với tay nắm cửa có kích thước khác nhau, âm thanh phát ra rõ ràng.

Trường hợp sử dụng: Tập cho chó đi vệ sinh.

Tháng bán chạy: Phân bố theo mùa không rõ rệt.

Mức giá tham khảo: 5-10 USD, 4,7-9,3 Euro.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Nhiều cơ hội tham gia.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ, Châu Âu.



Đồ lưu niệm cho thú cưng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Kiểu dáng bên ngoài có tinh xảo không và chất liệu có bền không, nhu cầu đặt làm riêng và tính cá nhân của thú cưng.

Tháng bán chạy: Tháng 11 & 12, và giảm giá trong các dịp lễ hội cuối năm.

Mức giá tham khảo: 10-30 USD, tập trung nhất trong khoảng giá 15-20 USD.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Mặt hàng này đã phát triển nhanh chóng trong ba năm liên tiếp. Mô hình cạnh tranh tổng thể tương đối phân tán, số lượng thương hiệu trong ngành hàng này nhiều và chưa có thương hiệu hàng đầu nào có ưu thế rõ ràng. TOP ASIN có hơn một nửa là mới tham gia trong vòng hai năm gần đây, điều này cho thấy ngành hàng này đang bước vào thời kỳ trưởng thành nhanh chóng.

Thị trường bán chạy: Bắc Mỹ.



Máy bắn bóng

Yếu tố người tiêu dùng quan tâm: Thao tác đơn giản, vật liệu cứng cáp, bền, có thể mang lại sự vui thích cho thú cưng.

Tháng bán chạy: Thời gian khuyến mãi lớn cuối năm là mùa bán hàng cao điểm, các thời gian còn lại đều ở mức trung bình.

Mức giá tham khảo: 5-20 USD, 4,7-18,7 Euro.

Tình hình cạnh tranh thị trường: Số thương hiệu ở ngành hàng này không nhiều. Thương hiệu hàng đầu hiện tại chiếm thị phần khá lớn, trên 70% của TOP ASIN là mới tham gia trong vòng hai năm gần đây; cho thấy ngành hàng này khá mới. Các thương hiệu vừa và nhỏ vẫn có cơ hội rất lớn để phân chia thị phần với các thương hiệu hàng đầu. Nhà bán hàng Việt Nam có cơ may tham gia khá lớn.

Thị trường bán chạy: Mỹ, Châu Âu.



3. Chứng nhận hợp quy đối với vật dụng dành cho thú cưng

Yêu cầu hợp quy của ngành hàng vật dụng cho thú cưng

Hiện tại, bạn có thể đăng ký và đăng nhập vào Hệ thống tiêu chuẩn quy định cho người bán của Amazon (Amazon E-Commerce Compliance Total Solution, ECTS) để tra cứu về các yêu cầu cần tuân thủ đối với thị trường nước ngoài, chọn nhà cung cấp dịch vụ và gửi các yêu cầu. Hiện tại Amazon đang hỗ trợ các thị trường nước ngoài như Hoa Kỳ, Châu Âu, Nhật Bản, Úc, Singapore, v.v., bạn có thể tra cứu các loại sản phẩm có tính rủi ro cao được bán trên Amazon như đồ chơi trẻ em, máy sấy tóc, đèn, nồi áp suất, v.v. Nếu bạn không thể tìm thấy loại sản phẩm bạn muốn bán sau khi thử các từ khóa, bạn có thể chọn những sản phẩm tương tự, liên hệ trước với nhà cung cấp dịch vụ trong hệ thống để được tư vấn cụ thể. [Nhấp vào đây](#) để tìm hiểu thêm.

Danh mục phụ không thuộc nhóm thức ăn cho thú cưng

Các danh mục phụ không thuộc nhóm thức ăn dành thú cưng bao gồm các sản phẩm liên quan đến vật nuôi trong nhà, thiết bị du lịch cho thú cưng, đồ dùng và phụ kiện chăm sóc thú cưng. Cho dù ở Mỹ, Châu Âu hay Nhật Bản đều không có quy định pháp lý đặc biệt, nhưng người bán vẫn cần tuân theo luật và quy định có liên quan của các quốc gia khác nhau đối với hàng tiêu dùng đại trà. Ví dụ: các quy định của Hiệp hội An toàn Sản phẩm Tiêu dùng đại trà Mỹ (CPSC); ở Châu Âu thì phải tuân thủ các quy định của GPSD và REACH, các luật và quy định liên quan của các thị trường:

- Luật và các quy định liên quan của thị trường Mỹ, [nhấp vào đây](#) để tìm hiểu thêm;
- Luật và quy định liên quan của thị trường Châu Âu, [nhấp vào đây](#) để tìm hiểu thêm.

Danh mục sản phẩm thủ công cho thú cưng

Nếu mặt hàng bán ra là các sản phẩm chế tạo thủ công thì chúng cũng cần phù hợp với quy định về các sản phẩm chế tạo thủ công của Amazon. Có thể đăng nhập Seller Central để tra cứu, [nhấp vào đây](#) để tìm hiểu thêm.

Danh mục thức ăn cho vật nuôi

Thức ăn cho vật nuôi cần tuân theo luật và quy định của các quốc gia/khu vực:

- **Thị trường Mỹ:** Việc sản xuất và bán thực phẩm và thức ăn cho vật nuôi ở Mỹ cần phải tham khảo đồng thời cả FFCDA của FDA và các yêu cầu của AAFCO của các tiểu bang đối với thức ăn cho vật nuôi; [nhấp vào đây](#) để tìm hiểu thêm.
- **Thị trường Châu Âu:** Tương tự như các tiêu chuẩn của Mỹ, việc bán thực phẩm và thức ăn cho vật nuôi ở EU đều phải tuân theo các luật và quy định liên quan của FEDIAF (Ngành công nghiệp thực phẩm cho vật nuôi của Châu Âu); [nhấp vào đây](#) để tìm hiểu thêm
- **Thị trường Nhật Bản:** Bán hàng nhắm đến thị trường Nhật Bản cần tuân theo hướng dẫn Tổng quan về Đạo luật An toàn Thực phẩm Vật nuôi (Overview of Pet Food Safety Act) do Bộ Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Thủy sản Nhật Bản xây dựng cũng như một số các luật và quy định do FAMIC liệt kê; nhấp vào các link bên dưới để tìm hiểu thêm:
 - [An toàn Thức ăn gia súc và thực phẩm Thú cưng](#)
 - [Tổng quan về Đạo luật An toàn Thực phẩm Vật nuôi](#)
 - [Trung tâm kiểm soát Nguyên liệu Nông nghiệp và Thực phẩm \(FAMIC\)](#)

Nhãn in trên bao bì đựng thức ăn dành cho thú cưng

Thức ăn cho thú cưng có các yêu cầu về thông tin trên nhãn rất nghiêm ngặt, phải cung cấp nhưng không giới hạn các thông tin sau:

- Tên sản phẩm, ví dụ như "xxx cho Chó hoặc Mèo";
- Chủng loại thú cưng thích hợp, ví dụ "Husky";
- Số lượng/trọng lượng của thực phẩm trong bao bì hoặc hộp đựng;
- Liệt kê thành phần, sắp xếp theo thứ tự tỷ lệ phần trăm của thành phần chứa trong sản phẩm;
- Phân tích đảm bảo (Guaranteed Analysis);
- Nếu là loại đồ ăn kèm (treats), cần phải chỉ rõ thành phần bổ sung dinh dưỡng; nếu là thức ăn vật hoặc thực phẩm bổ sung thì không cần phải chỉ rõ;
- Hướng dẫn cho ăn, ví dụ như "Sản phẩm này là thức ăn cho chó con";
- Tên và địa chỉ của nhà sản xuất hoặc nhà phân phối.

Đề xuất trình bày trang chi tiết sản phẩm

Lượng Review và số sao rất quan trọng: lượng Review nhiều hơn và số sao cao hơn có thể giúp cải thiện tỷ lệ thay đổi vị trí trong Danh sách xếp hạng.

Các sản phẩm dành cho thú cưng cần chú ý đến hình ảnh và mô tả của sản phẩm: đối với những người nuôi thú cưng, một bức ảnh thú cưng dễ thương có thể nhanh chóng thu hút sự chú ý của họ. Ngoài ra việc mô tả chi tiết có thể giúp khách hàng đưa ra quyết định mua hàng nhanh hơn.

Đối với đồ nội thất cho thú cưng, người bán hàng cần biết rằng **người tiêu dùng rất quan tâm đến phong cách đồ nội thất cho thú cưng có phù hợp với phong cách trang trí của chính ngôi nhà của họ hay không.** Vì vậy những thông tin như hình ảnh, video minh họa cảnh là rất quan trọng để giới thiệu phong cách của sản phẩm đồ nội thất. Đối với những sản phẩm lắp ráp thì việc tải lên các hướng dẫn sản phẩm là rất quan trọng. Đồng thời, nội dung phải đơn giản và dễ hiểu, lược giản đi các đánh giá kém cũng như thông báo gửi trả hàng không cần thiết.

Kích thước của thú cưng có khác biệt rất lớn, các đồ dùng dành cho thú cưng phải được ghi rõ kích thước của vật dụng trên trang chi tiết sản phẩm để dễ cho người mua đưa ra quyết định mua hàng chính xác cũng như giảm thiểu việc trả lại hàng sau này;

Thị trường Nhật Bản A+ (sản phẩm nâng cao) không cần hồ sơ đăng ký thương hiệu, kiến nghị người bán hàng hướng đến thị trường Nhật Bản nên dành nhiều thời gian hơn cho sản phẩm nhóm A+.