

市场研究报告

「宠视角 X2 Pro」

产品定位、市场分析与新媒体运营规划

面向岗位：深圳爱宠智能 · 新媒体运营（宠物方向）

调研标的：国内品牌「宠视角」X2 系列 / 海外众筹原型 FURVUE X2 Pro

数据基准：Kickstarter 页面实读（2026-10-12）、APPA 2025/2026、FEDIAF 2026、《2026 年中国宠物行业白皮书（消费报告）》（2026-01 发布）、TechSci / Arizton / Grand View Research 等第三方机构报告

摘要

产品	X2 Pro 是狗狗专属的第一视角穿戴相机，机身约 60g，支持 2.7K/30fps 视频、双阶段防抖与 IP67 防护。海外众筹进行中，国内「宠视角」品牌计划量产上市。
定位	宠物智能用品中的新类目——狗狗第一视角相机。以佩戴舒适和成片可用为核心价值，首批用户为户外养犬人群。
市场	三家第三方机构预测，宠物科技相关市场的年增速为 13.1%–16.8% ¹ 。“狗狗第一视角相机”没有独立统计，该细分的需求尚待验证。
建议	先验证需求，再扩大转化。第一阶段以真实的第一视角内容建立品类认知，并收集预约意向；对外表述以众筹页面已公布的规格为准。

约 60g

机身重量

2.7K

视频，最高 30fps

IP67

防尘防水

\$199

众筹早鸟价

13.1%–16.8%

三家机构预测的年增速，口径各异

\$14,473

众筹已筹，目标 \$3,822

65 位

支持者，2026-10-12 实读

报告说明

目的	应聘新媒体运营（宠物方向）岗位。按岗位要求，在查阅 Kickstarter 官网产品信息的基础上，借助 AI 工具完成初步市场研究，并形成产品定位与运营方案。
信息来源	全部来自公开信息和岗位 JD，包括众筹页面、品牌官网、第三方机构报告与行业协会数据。
规格口径	以 Kickstarter 页面 2026-10-12 实读为准。
数据口径	各机构对“宠物科技”“宠物可穿戴”的统计口径不同，数据不可直接相加或比较。
局限	本报告为初步研究。产品尚未到手，未做实测，文中内容示例均须以真机实拍为准。

第一部分

市场研究

产品、市场与竞品：基于公开信息的事实与判断。

01 产品概况

项目	参数
机身	约 60g，57×40×34mm
视频	2.7K，最高 30fps
镜头	160° 超广角，F/2.0，5MP 传感器，对焦 0.6m–∞
防抖	双阶段：机身 6 轴陀螺仪 + 手机 App 二次防抖
防护	IP67 防尘防水，工作温度 -10°C–60°C
续航	内置 900mAh 电池，约 90 分钟；可选供电底座延长至 4–5 小时
佩戴	磁吸快拆；背带背部 / 胸部双安装位，提供多种尺码；45° 俯仰可调；低发热设计
连接	2.4GHz Wi-Fi 连接手机 App，约 20 米内实时预览；断连时本地 microSD 继续录制
价格	众筹早鸟 \$199（约 ¥1,340），运费另付；预计 2026 年 11 月发货

注：众筹链接地址中仍含 2k-60fps 字样，为项目早期命名的遗留。当前页面标题与规格为 2.7K / 30fps，以此为准²。第二阶段防抖在 App 内通过云端 AI 完成（官网：Cloud AI Stabilization），成片因此依赖云端处理²。

众筹现状（2026-10-12 实读）

\$14,473

已筹

\$3,822

目标

65 位

支持者

10 月 18 日

截止，20:17（北京时间）

项目以港币计价（已筹 HK\$113,580，目标 HK\$30,000），上表美元为页面折算值，已筹为目标的 379%²。这是团队的首个 Kickstarter 项目，暂无历史交付履历。评论区已有用户询问夜视与弱光表现，官方尚未答复，页面规格中也没有夜视参数。对外内容不对夜拍作任何承诺。

02 市场规模与需求

宠物科技市场预测¹

机构	口径	起点	终点	年增速（CAGR）
TechSci Research	宠物科技	2024 年 \$6.80B	2030 年 \$14.23B	13.1%
Arizton	宠物科技	2024 年 \$7.63B	2030 年 \$17.25B	14.6%
Grand View Research	宠物可穿戴	2025 年约 \$3.4B	2033 年 \$11.4B	16.8%（2026–2033）

宠物可穿戴市场 2024 年的估值，各机构公开数据在约 \$25 亿至 \$42 亿之间（IMARC \$2.5B，Roots Analysis \$3.12B，Value Market Research \$4.2B），口径差异显著。宠物科技方面，其他机构的增速预测与上表接近：Mordor Intelligence 为 13.19%（2026–2031），Global Market Insights 为 13.5% 以上（2024–2032）。各家的规模数字差异大，增速则较为一致。

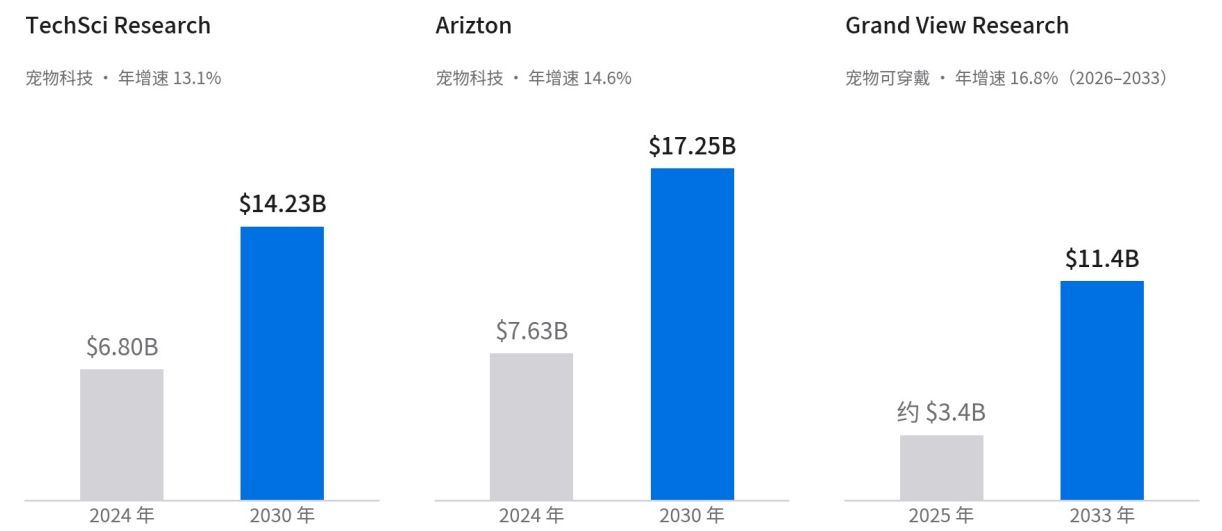


图 1 三家机构的市场规模预测（美元，B 表示十亿）。各家口径与期间不同，仅供判断量级。来源：见注释¹。

养宠基数³

地区	数据
中国	2025 年城镇犬 5,343 万只；单犬年均消费 3,006 元（历史新高）；城镇犬猫消费市场 3,126 亿元，其中用品占 12.2%（食品 53.7%，医疗 27.6%，服务 6.5%）
美国	2025 年养犬家庭 7,100 万户，占家庭总数 53%；宠物行业总支出 \$158B
欧洲	犬只约 9,121 万只（2024 年数据，2026 年 6 月发布）

判断

大盘在增长，但“狗狗第一视角相机”没有任何机构单独统计，其规模无法从公开数据直接得出。Global Market Insights 与 IMARC 将“智能相机”列为宠物可穿戴的产品细分之一，但均未公开该细分的规模。

准确的表述是：大盘在增长，这一细分的需求尚未被验证。目前没有成熟的直接竞品，也没有被证明的需求。

03 目标人群

人群	画像	关注点	作用
户外用户	养中大型犬，常徒步、露营、玩飞盘	佩戴稳固、防水、续航	核心买家
内容创作者	宠物博主、训犬师	画面稳定、成片质量、账号增长	内容传播
好奇的都市养宠人	想看“我家狗狗眼中的世界”	价格低、操作简单、开箱即用	扩大人群

养宠人群以年轻人为主：90 后占 42.7%，00 后占 26.3%，80 后占 24.5%³。

现有方案的不足

- GoPro + 狗背带：重量 150g 以上，犬只奔跑时容易晃动，镜头易朝向地面；整套成本约两三千元。
- 白牌项圈相机：无防抖，画面抖动明显，难以直接使用；挂于颈部易晃动，佩戴体验较差。
- X2 Pro 的切入点：约 60g 的机身、背带分担受力、防抖。核心价值是佩戴舒适度与成片可用性，而不是参数。

04 竞品与替代方案

尚未出现成熟的直接竞品，替代方案较多⁴。

维度	宠视角 X2 Pro	Ouren Memory One	Insta360 GO 3S	GoPro + 狗背带	白牌项圈记录仪
形态	相机 + 专宠背带	项圈夹装 AI 穿戴设备 (含 GPS)	拇指相机 (需自配宠物固定件)	重型运动相机 + 绑带	吊坠挂脖式
重量	约 60g	约 50g	约 39g	150g+	20-30g
视频	2.7K/30fps	5MP, 120° 广角 (视频规格待核实)	4K/30fps	5.3K/60fps	1080P (无防抖)
价格	众筹 \$199	众筹 \$259 / 计划零售 \$399	单机 \$239.99 起; 标准套装 \$399.99	\$300-450	约 \$15-30 (¥100-200)
短板	新品牌、无交付履历	功能多但价格高	无宠物专用固定方案	过重, 不适合犬只	画面无法使用

历史上有过类似产品：2008 年前后，Uncle Milton 推出的 Pet's Eye View Camera 按 1、5、15 分钟间隔拍摄 640×480 静态照片，约存 40 张，售价约 \$40-65。此后也出现过背带式摄像头的尝试，如 PetNow（Kickstarter，计划零售价 \$169）。这说明“第一视角”并非新概念。X2 Pro 要占据的位置，是“可用的视频画质 + 犬只佩戴舒适”。

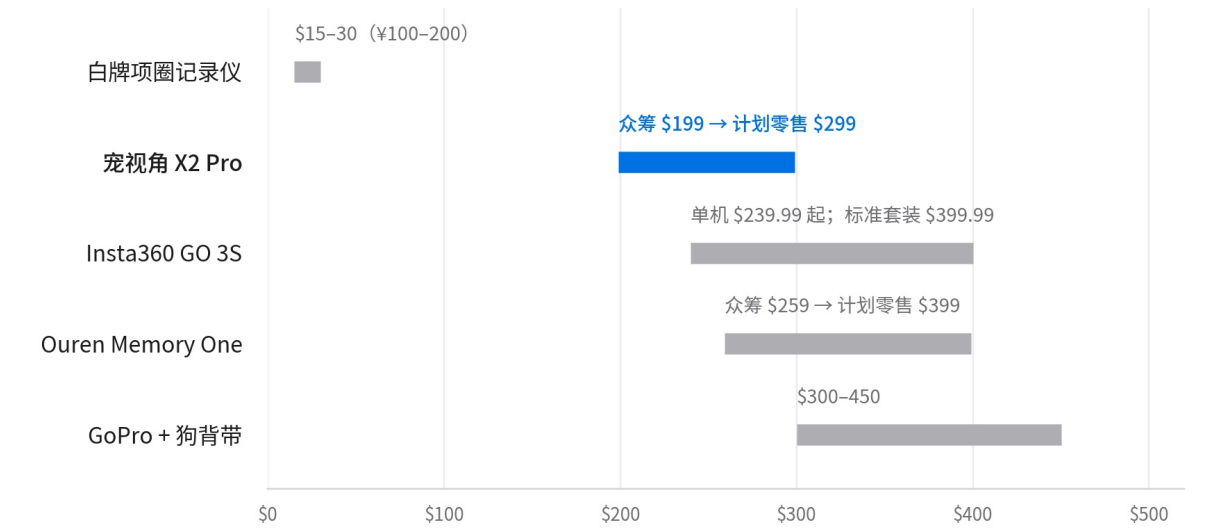


图 2 X2 Pro 与替代方案的价格区间（美元）。来源：Kickstarter 页面²及公开信息整理⁴。人民币折算按 6.733（2026-10-09 中间价）⁶。

05 产品定位

要素	定位
品类	宠物智能用品中的新类目：狗狗第一视角相机
目标用户	核心：户外养犬用户。传播：内容创作者。拓展：好奇的都市养宠人。
核心价值	佩戴舒适：约 60g 机身，背带分担受力。成片可用：双阶段防抖，2.7K/30fps。场景可靠：IP67 防尘防水。
差异点	相对 GoPro + 狗背带：更轻，且有专用佩戴方案。相对白牌项圈相机：有防抖，画面可用。相对 Ouren Memory One：众筹价更低，且聚焦第一视角影像，而非 GPS 与行为分析。相对 Insta360 GO 3S：提供宠物专用固定方案。
品牌调性	专业影像装备。表达真实、克制、可验证。
边界	不承诺夜拍；需求有待验证；规格以官方页面为准。

这一定位以需求成立为前提，而需求目前尚未被验证。阶段一的预约数据将用于检验该定位是否成立。

06 机会

- 品类认知尚未形成，先建立内容与口碑的品牌有机会定义品类。
- 犬只第一视角内容具备天然的传播条件（亲近感与新鲜感），获客成本有可能低于传统广告，需通过测试验证。
- 公司体系内具备影像产品研发（母公司深圳芯视觉科技有限公司）与户外影像产品生产基地（福永）资源，量产交付具备一定保障⁵。

第二部分

运营方案

阶段安排、内容规划、社群反馈、效果评估与风险控制。

07 阶段安排



图 3 运营阶段安排。量产上市的时间以公司安排为准。

阶段	周 期	重点工作	阶段目标
一 内容启动与预约验证	0-1 个月	抖音、小红书开通账号，以纯第一视角内容建立“狗狗视角”主题。主页设置“早鸟品测官”预约入口，不做硬广，将评论区的购买意向引导至预约名单。	积累 1-3 万精准养犬用户关注；获取首批真实预定意向，在量产前验证转化。
二 口碑建设	1-3 个月	邀请飞盘俱乐部、训犬师、户外养犬用户作为体验官，产出真实测评。建立核心用户群，每周整理反馈并同步产品团队（背带摩擦、镜头遮挡、App 连接）。	形成可引用的真实测评与问题清单。
三 量产上市	量产后	上架抖音小店、天猫、京东。发起话题挑战赛，配合直播完成带货转化与商品链接上架。	实现销售转化。

08 内容规划

内容生产流程

选题策划 → 脚本撰写 → 交付剪辑与美工制作 → 发布与评论区维护 → 数据复盘 → 调整选题。运营负责选题、脚本、发布、评论维护与复盘；剪辑与美工负责制作。

内容原则

- 真实：素材均为真机实拍，不使用摆拍追拍，不虚构测评。
- 准确：规格表述与众筹页面一致，不承诺夜拍。遵守《广告法》：不含虚假或引人误解的内容（第四条），不使用“最佳”“最高级”等用语（第九条）。官网英文页有“首款宠物专用运动相机”的表述，国内对外使用前需先核实。
- 安全：涉及解开牵引绳的场景限定在封闭场地，并在成片中提示。
- 可复盘：每条内容记录选题、平台与数据表现，按周复盘。

抖音：视频为主

栏目	选题示例	拍摄手法	目标
运动实录	边牧接飞盘的第一视角；松开牵引绳的瞬间	快节奏卡点剪辑，保留奔跑原声	扩大触达，吸引关注
居家日常	主人外出期间，狗狗在家中的活动轨迹	幽默旁白 + 字幕	提升评论互动
狗咖观察	狗咖环境中，狗狗之间的互动方式	平视镜头 + 轻松音效	提升转发
产品实测	防抖对比测试；IP67 涉水测试	慢动作对比，真实环境拍摄	建立信任，为后续转化铺垫

内容结构：开头 15 秒内呈现第一视角的画面差异；中段说明解决的问题；结尾引导评论互动。

小红书：图文为主

小红书用户以年轻女性为主，偏好生活方式与情感共鸣类内容，而不是 15 秒的卡点节奏。规划三个图文栏目：

栏目	标题示例	目的
情感共鸣	《第一视角记录：狗狗迎接主人下班的一刻》	获取收藏与共鸣
使用测评	《狗狗视角相机的真实使用体验》	问答式结构，标题包含搜索关键词
选购注意	《中大型犬胸背带佩戴：相机卡扣是否影响腋下活动》	细节实拍，建立信任

形式：4-6 张图文（实拍截图 + 细节特写）加 500 字以内短文；评论区置顶预约或购买链接。标题均为选题示例，以真机实拍为准。

09 社群与用户反馈

- 社群面向猫狗爱好者，负责日常维护、互动答疑与活跃度。X2 系列是狗狗专属相机，猫相关话题仅用于社群互动，不对应产品功能。
- 反馈闭环：收集反馈 → 按问题类型归类（佩戴、画面、连接、续航、其他）→ 每周同步产品部门 → 向用户回复处理进展。
- 阶段二起，体验官产出的测评经确认后，可作为真实素材使用。

10 效果评估

层级	指标	用途
内容表现	完播率、互动率（点赞、评论、转发）、收藏率	判断选题与表达方式是否有效
兴趣转化	主页访问、预约入口点击、预约人数	衡量预约意向的积累
口碑反馈	体验官测评数量；用户反馈条目（按问题类型归类）	向产品团队提供反馈
使用留存	用户导出并发布的视频数量、持续使用情况	判断产品是否被持续使用

指标按周复盘。除阶段一的 1-3 万关注目标外，其余目标值待与团队确认后设定。

11 价格与传播表达

定价由公司决策。以下是运营视角的观察及其对内容的影响。

- 海外众筹早鸟 \$199（约 ¥1,340），计划零售 \$299（约 ¥2,010），按 6.733 折算⁶。
- 价格区间：白牌项圈记录仪约 ¥100-200，影石 GO 3S 单机 ¥1,598 起、标准套装 ¥2,498（2024 年发布价）⁴。二者之间有较大的价格空档，X2 Pro 位于空档上沿，接近 GO 3S 单机。
- 对内容的影响：传播调性宜定位为“专业影像装备”，而不是“低价产品”。价格区间决定账号的人设与话术。
- 直播价格机制备选：如需提升转化，不建议直接降低官方价。官方价保持不变，用于价格锚定；首发直播间配合平台优惠券形成促销价。促销价应不低于众筹早鸟价，避免与早期支持者产生价格冲突。具体价格以公司决策为准。

12 风险与应对

风险	应对
需求尚未被验证	阶段一以预约数据检验需求与定位，量产前不扩大投入。
交付延期	众筹团队暂无历史交付履历，11月能否按时发货存在不确定性；研究显示，众筹硬件项目延期较为常见（Mollick对Kickstarter项目的研究）。国内内容与上市节奏不与众筹交付绑定；对外沟通以已公布信息为准，不提前承诺发货时间。
未公布的性能（如弱光）	页面没有夜视参数，评论区已有相关提问。不承诺夜拍，待官方答复后再对外说明。
品牌信任不足	品牌从零起步。建议提供清晰透明的质保与配件平价换修保障；测评全部使用真实用户素材。
竞争	大厂（影石、GoPro）如推出宠物配件将挤压空间，白牌仿制品可能影响品类口碑。持续以真实实测内容强调专用佩戴方案，并关注竞品动向。
App 配对或传输问题	为首批用户建立1对1指导群；主推“插卡直录”，降低对App的依赖。需向产品部门确认插卡直录的素材是否包含第二阶段防抖。
云端防抖的等待与隐私	第二阶段防抖在云端完成 ² 。需向产品部门确认处理时长、网络依赖，以及素材的存储与隐私说明；确认前对外不作承诺。
犬只不适应佩戴	详情页提供胸围测量指南；包装内附脱敏训练卡（以零食奖励引导佩戴）。
素材利用率低	犬只运动半小时，可用片段可能只有两分钟；导片、筛选和等待云端防抖处理的成本，可能使用户使用两次后搁置。应对：App内提供“一键成片”模板；为首批用户提供免费代剪15秒视频的服务。留存比新增更重要。

附录 A

短视频脚本示例

示例脚本。产品尚未到手，实拍时按实际素材调整。

标题：《飞盘接球：狗狗第一视角》 | 栏目：运动实录 | 时长：15s | 竖屏 9:16 | 2.7K 第一视角实拍

镜	时间	画面	声音	字幕 / 文案
1	0-2s	特写：主人手指按下牵引绳卡扣，卡扣弹开	卡扣声 + 心跳音效	松开牵引绳的第 1 秒
2	2-5s	狗狗第一视角：边牧全速奔跑，草地向后掠过，耳朵在画面两侧摆动	风声渐起 + 脚步声	（无字幕，3 秒纯画面）
3	5-8s	第一视角：飞盘从画面下方飞入，划过天空；狗狗跃起	鼓点卡点 + 飞盘破风声	锁定飞盘
4	8-11s	第一视角：跃起咬住飞盘，落地后继续奔跑，画面全程稳定	咬合声 + 音乐推进	双阶段防抖，实拍画面
5	11-13s	第一视角：叼着飞盘跑回主人面前，镜头中出现主人的笑脸和伸出的手	音乐高点 + 喘息声	叼回飞盘，交给主人
6	13-15s	定格：狗狗叼着飞盘注视镜头；右下角出现产品标识	音乐收尾	宠视角 X2 Pro 看见狗狗眼中的世界 / 评论区：想看到狗狗眼中的哪些场景？

- 拍摄：全程使用 X2 Pro 第一视角实拍，不加入摆拍或追拍镜头。第 4 镜用于展示防抖效果，实拍时多录几遍，选取最稳定的一条。背景音乐可选用平台热门的犬类卡点音乐，并确认授权范围。
- 安全与合规：第 1 镜涉及解开牵引绳，拍摄地限定为封闭宠物乐园、飞盘运动场或无人的空旷草场。成片左下角标注“封闭场地安全拍摄，公共区域请牵绳”，以规避不牵绳引发的舆论与限流风险。
- 实拍预案（待真机验证）：长毛犬种（边牧、金毛、萨摩耶）的前胸机位易被胸毛遮挡，建议安装在后背高位，将俯仰角调至 45°，越过头部拍摄前方；短毛犬种（拉布拉多、杜宾、惠比特）可使用前胸机位。若牵引绳可能抽打背部相机，改用胸背式牵引扣，或仅在封闭场地内无绳拍摄。

附录 B

注释与来源

- 1 TechSci Research：宠物科技市场，2024 年 \$6.80B，2030 年 \$14.23B，年增速 13.1%。Arizton：2024 年 \$7.63B，2030 年 \$17.25B，年增速 14.6%（14.56%）。Grand View Research：宠物可穿戴市场，2025 年约 \$3.4B，2033 年 \$11.4B，年增速 16.8%（2026-2033）。三家机构口径与期间不同，不可直接比较。补充：Mordor Intelligence、Global Market Insights 的增速预测，以及 IMARC、Roots Analysis、Value Market Research 的宠物可穿戴 2024 年估值，均取自各机构公开摘要。
- 2 Kickstarter 众筹页面，2026-10-12 实读；项目页及 PledgeBox 追踪页显示，项目以港币计价（HK\$113,580 / 目标 HK\$30,000），共 65 位支持者，截止日期为 10 月 18 日（20:17，北京时间）。链接地址中的 2k-60fps 为项目早期命名遗留。5MP 传感器、900mAh 电池、多种背带尺码与云端 AI 防抖等信息，取自品牌官网 furvee.net。

- 3 中国：《2026 年中国宠物行业白皮书（消费报告）》，2026 年 1 月 5 日发布；年龄结构数据为观研天下整理的《宠物行业白皮书》，统计年份以原报告为准。美国：APPA 2026 Dog Report（基于 2025 年全国养宠调查，2026 年 7 月发布）及 APPA 2025 年行业支出数据。欧洲：FEDIAF Facts & Figures 2026（2024 年数据，2026 年 6 月发布）。
- 4 竞品信息为公开渠道整理。Insta360 GO 3S：单机 \$239.99 起（官方商店），标准套装 \$399.99（2024 年发布价）；国内发布价单机 ¥1,598 起、标准套装 ¥2,498，实际售价随促销波动。GoPro HERO13 Black：154g（含电池），发布价 \$399。Ouren Memory One 在 Indiegogo 众筹，众筹价 \$259，计划零售价 \$399，约 50g。白牌项圈相机价格因渠道差异较大，国内渠道约 ¥100–200，美国零售平台约 \$35–100。Pet's Eye View Camera 的价格为大致区间。价格与规格随时间和地区变动，以官方渠道为准。
- 5 岗位 JD 描述：研发团队（母公司）为深圳芯视觉科技有限公司，从事影像产品研发与半导体销售；生产基地位于福永，为户外影像产品工厂；目前两家公司营收在年 5 亿。
- 6 汇率：2026 年 10 月 9 日人民币对美元中间价 6.7330；1 港元兑 0.85798 元人民币。文中人民币金额均按此折算，仅供参考。