



# “萌宠经济”： 情感需求与消费模式的双重驱动

■本报记者 管丽芬

精心挑选宠物粮、添置玩具；在SPA店让宠物享受专业的美容护理；定期带宠物体检、拍摄写真照片；节假日走进萌宠咖啡馆享受“吸猫撸狗”的欢乐时光……这些场景，已是丽水宠物消费市场的寻常切面。

在新一波“萌宠潮”中，宠物不再只是生活中的一只动物，它们与主人的关系愈发密切，成为了家庭成员、情感寄托以及消费市场中的重要角色。“萌宠经济”也因此延伸到许多出人意料的行业领域——保健品、智能设备、医疗、摄影写真甚至定制旅行团、殡葬服务等，形成了多元化的产业光谱。

从满足“喂养刚需”到“情感消费”，从“单一品类”到“全产业链生态”，当下的“萌宠经济”已经超越了宠物本身的消费，成为一种文化现象，一种连接人类与动物情感的方式，同时也是人们消费观与生活理念的复杂映射。

## 养宠成新潮流

傍晚，在市区防洪堤，“90后”市民姚正豪正牵着他的金毛犬“壮壮”悠闲慢跑。“金毛是天生的运动健将，每天都需要充分活动，正好符合我的生活习惯。我经常带它出门跑步，既能让它保持活力，也让自己放松心情。”姚正豪告诉记者，他的不少朋友也养了宠物，猫咪、豚鼠、蜥蜴等不一而足，“大家根据个人兴趣和行为习惯选择最适合自己的宠物。”

在丽水的养宠人群中，像姚正豪这样的年轻人不在少数，去年刚入职的李玥就是其中一员。初到丽水工作的她，花3000多元买了一只品种猫，取名“多多”。和大多数高冷的猫咪不同，多多格外粘人，总爱围着李玥打转，成为她独居生活的快乐源泉，也是她面对生活压力时的“治愈良药”，“每次加班回到家，它总会蹲在玄关等我，用毛茸茸的脑袋蹭我的手心，那一刻，所有疲惫都烟消云散了。”

除了年轻人因个人兴趣和情感需求养宠，还有不少家庭是为了孩子的成长而选择养宠物。在正大阳光城，市民杨阳常陪着女儿和宠物兔子“花花”一起在草地上玩耍。说起养宠的初衷，杨阳坦言“主要是想给孩子找一个特殊的成长伙伴”。自从花花来到家里，女儿不仅主动承担起喂食和清理兔笼的任务，还逐渐学会了观察花花的生活习性，“照顾花花的过程中，孩子变得更加细心、耐心，也更懂得珍惜生命、关爱他人。”

宠物不只是孩子的伙伴，它们同样是许多老年人晚年生活的重要陪伴。记者走访了解到，近年来，越来越多“银发族”加入了养宠行列，养宠的观念也发生了明显变化。70岁的潘大爷和老伴养了一只5岁的柯基犬“芒果”，“它就像我们的孩子，每天至少得带出门玩两趟，饮食也有讲究，除了狗粮，每天还有各种鲜肉和蔬菜，变着花样确保营养均衡。我们一直在学习怎么才能更好地照顾它。”

如今，养宠已不仅是个人爱好，还逐渐成为一种新型社交方式。姚正豪告诉记者，他加入了多个宠物群，群友们热衷于分享养宠心得，从宠物的饮食、锻炼到疾病预防与治疗，大家对宠物的关爱无微不至。此外，群友还会定期组织宠物聚会、宠物派对、宠物领养等线下活动，让爱宠人士有机会结识更多志同道合的朋友。

## 宠物拉动“消费升级”

随着经济社会发展和市民消费能力的增长，宠物在人们生活中扮演的角色日益重要。《2025年中国宠物行业白皮书（消费报告）》显示，2024年以来，全国城镇犬猫消费市场规模已突破3000亿元。“萌宠经济”的崛起不仅反映了人们消费观念的转变，更深刻揭示了人类情感需求的复杂性。

收取快递、打扫卫生、安置宠物厕所、布置狗狗玩耍区……上周末，家住市区的“00后”姑娘郑艺忙得不亦乐乎。一个月前，她在宠物店预订了一只比熊犬，眼下正等着小傢伙打完最后一针疫苗。“3个月大的小狗肠胃很脆弱，必须吃幼犬专用粮，还得搭配羊奶。”最近她做了许多新手养狗功课，购物清单里罗列着20多件宠物用品，从牵引绳、

狗窝、雨衣到宠物摄像头，每一件都经过精挑细选，“小狗还没到家，已经花了近3000元。”

在市区花园路上的“吾欣宠物生活馆”，琳琅满目的宠物商品整齐地排列在货架上。这里不仅有干粮、冻干、罐头，还为宠物精心准备了各种零食和鱼油、维生素片、卵磷脂等保健品，构成了完整的宠物饮食链条。而在宠物用品区，除了日常必需品如猫砂盆、项圈、背包等，还有许多设计精美的宠物服饰，满足了消费者对宠物的个性化需求。

在美容室里，宠物美容师正熟练地为小狗修理毛发、清洁耳朵、剪短指甲。记者了解到，给宠物洗澡是最基本的服务项目，根据宠物体型、精细程度、造型等情况差异化收费。一只5公斤的小型犬普通洗澡收费35元，精洗58元，修剪造型98元，而一只30公斤的大型犬则需要花费更多。此外，顾客还可以选择刷牙、局部修剪、除菌药浴、开毛结等精细服务，收费从10元到50元不等。

“现在的养宠人越来越舍得投入，愿意带宠物来店里洗澡的，还会给宠物做个造型，不少人会专门预约宠物SPA和精油按摩，一套流程下来，宠物被照顾得舒舒服服。”店长姜沈杰笑着说。

除了基础的宠物用品销售和洗护服务，宠物寄养也是宠物店的热门业务。每逢长假，寄养位常常供不应求，顾客需要提前数周预约。而这一服务的需求，进一步印证了养宠人对宠物的情感投入和对宠物生活品质的重视。

从事宠物行业7年的姜沈杰明显感到消费者对宠物的关注与日俱增，“大家对价格的顾虑越来越少，只要是对宠物有益的产品或服务，都愿意买单。日益丰富的产品和服务，其实是在不断满足人们对宠物的多样化情感寄托。”

## 解锁新消费场景

在丽水，“人宠同框”已然成为街头巷尾、公园及宠物友好商场里常见的景观，宠物逐渐升级为现代人生活中的“情感伙伴”，而伴随这一转变的是宠物经济的蓬勃兴起，成为驱动消费的新引擎。宠物市场从最初的宠物售卖和基础食品供应，演变成一个覆盖宠物全生命周期的多元化消费体系。

在市区的“迪安动物医院”，候诊区里的氛围忙碌而温馨，宠主一边轻声安抚着焦虑的宠物，一边与医护人员细致沟通诊疗方案。院长蓝春伟告诉记者，自2016年开业以来，宠物看病的需求不断上升，目前日均接诊量已近300例，其中70%是愿意为宠物健康买单的年轻人。除了接种疫苗、驱虫等基础服务外，老年宠物的治疗和护理逐渐成为常见的就诊动因。

与此同时，线上消费和科技的进步为宠物经济赋能，开启了“智慧养宠”新模式。从京东、淘宝等电商平台的数据来看，宠物智能设备的消费热度持续升级，自动喂食器、自动猫砂盆、宠物烘干机等高价位产品的销量稳步上涨，成为年轻人解放双手、提升生活质量的新选择。姚正豪的家中有一台智能喂食器，这款设备能通过手机App远程操控，结合“壮壮”的体重和活动量精准投放食物，令他即便出差也能通过摄像头远程监控宠物的进食状况。“科学养宠的同时，也缓解了我的分离焦虑。”姚正豪说，智能设备不仅是解决实际问题的工具，还是人与宠物之间情感纽带的延续。

在社交需求的驱动下，“宠物+”消费场景不断创新。丽水的一家宠物主题咖啡馆便是这种新型消费场景的典型代表——柯基犬和比熊犬化身“治愈系员工”，顾客支付费用即可与萌宠亲密接触。在这个空间里，许多没有养宠条件的年轻人通过“撸猫撸狗”找到了心灵的慰藉。每到周末，咖啡馆总是人满为患，一座难求。这种宠物主题消费模式的火爆，正迎合了现代人对情感联系和社交互动的深切渴望。

在业内人士看来，宠物经济有着巨大的潜力，正朝着个性化、智能化的方向发展。萌宠引发的消费热潮，正在为商业创新开辟多元市场，也为未来商业模式、消费观念和人际关系的重塑提供了新的视角和机遇。

## 记者手记

### 小萌宠撬动大市场

本报记者 管丽芬

当宠物从功能性的“看家角色”转变为情感层面的“家庭成员”，它们不仅填补了现代人的孤独，更以惊人的消费潜力重塑着市场格局。当人们愿意为宠物定制营养餐、购买智能用品，甚至支付数千元医疗费时，宠物消费已超越“生存必需”，形成覆盖健康管理、精神陪伴、社交体验的多元需求。

消费升级的背后，是产业链的快速延伸与场景创新。在“吾欣宠物生活馆”，从功能粮到智能用品的细分商品，对应养宠人群的精准需求，精油SPA等服务则将宠物护理转化为品质体验。宠物主题咖啡馆的“撸狗”互动，让爱宠人群打开情感缺口，通过社交传播将私人情感需求转化为公共商业价值。

然而，在宠物经济一片繁荣的背后，也存在不少问题，如行业标准的缺失、服务质量的参差不齐等。推动宠物行业健康发展，既要追求“精细化”，打造差异化、人性化和可持续的商业模式，也应注重“规范化”，严格把控市场服务质量，使消费者权益得到有效保障。一方面，有关部门应加快完善相关行业准则、建立标准体系，强化对宠物市场的监管力度，严厉打击违规行为。另一方面，商家应秉持“以宠为本”的原则，深入了解宠物的生理和行为特点，提供贴合实际需求的产品和服务。同时，消费者应保持理性，选择信誉良好、服务优质的商家消费，不盲目为各种“噱头”买单。

当宠物推车得以进入商场、宠物友好型民宿屡见不鲜，我们看到的不仅是宠物行业的繁荣，更是当代人对“陪伴”与“美好”的共同追求。在这场人与宠物的双向奔赴中，唯有在商业创新中守住责任底线，在情感消费中保持理性认知，才能让“萌宠经济”实现健康可持续发展。

■本期策划主题

新消费时代的演进与前瞻

深读 丽水