

毛孩子“受宠”，“它经济”吸金—— 通城宠物消费热升温进行时

五一假期，市民们高涨的度假热情也带热了宠物市场，携宠观影、宠物俱乐部、宠物烘焙、宠物摄影等各类消费模式不断兴起。连日来，记者对我市宠物消费市场、养宠人士及业内人士进行采访，揭示“宠物消费热”背后的原因。



人宠同行
成为新时尚。

吸猫撸狗渐成休闲新时尚

爱宠美容一次300多元；为猫咪拍摄写真花费上万元……拥有4只猫的李女士现在已是朋友圈里有名的养猫“达人”。2018年，刚高中毕业的她养了第一只猫“荔枝”，后来朋友又陆续送来3只。每天洗澡、喂食、消毒杀菌……不仅辛苦，花销也不少，但她乐此不疲。小李说：“养猫就要付出精力和时间，这样猫才更爱你。”

在小石桥的一家宠物店内，28岁的刘女士怀抱着一只英短银渐层猫前来洗澡。“大学毕业后，父母天天催婚，后来干脆搬了出来，一人一猫过得很安逸。”她告诉记者，养猫咪之前以为只有猫粮、猫砂的开销，养之后才知道这里面

大有门道。除定期驱虫、打疫苗、洗澡外，食物类别也是五花八门，主食、辅食、零食，还有各种营养品。“现在我省下买衣服、包包、化妆品的钱，都用在它身上。一般发了工资或奖金，就会先给猫咪补货，罐头、猫条，还有猫牛磺酸、猫多维等营养品。”刘女士笑称，对自己的吃食都没这么仔细过。

近年来，通城街头多了不少宠物主题的饮品店，柯尔鸭、暹罗猫、柴犬等网红宠物“住”进了店铺里。一杯咖啡、一只猫、一下午……对很多年轻人来说，即使不养宠物，也能在这些店里体验跟各种萌宠的互动。

“工作日的时候，顾客到店

任点一杯饮品就可以与喜欢的宠物亲密接触，周末和节假日的时候，我们推出了39.9元的套餐，包含任意一杯饮品、一款猫咪零食、一张入场券。”中南一家猫咖店的店员介绍，来店顾客主要是二三十岁的年轻人和带孩子的家长，很多是自己喜欢宠物但是没有时间养护，来这里体验一下，周末和节假日生意蛮好的。

从大众点评上搜索关键词“猫咖”，显示整个南通地区约40家店，狗咖数量有十几家，这些店铺内宠物少则几只，多则几十只，品种覆盖年轻人最爱“撸”的柯基、柴犬、哈士奇、布偶猫、英短猫等。“治愈”和“减压”是顾客对这些宠物主题饮品店的首要评价。

“它经济”衍生市场新业态

家住易家桥新村的赵先生前几天在微信朋友圈晒出购物清单：4袋进口狗粮、3盒冻干、1袋磨牙棒、益生菌、沐浴露等等，一共花费了1000多元。赵先生说：“以前只关注吃，现在还要关注狗狗的毛发是否柔顺有光泽，合理的营养品和洗护用品必不可少，一只萨摩耶每年至少要花七八千元。”

在圆融购物广场经营一家宠物店的陈先生介绍，几年前养宠人士无论是买宠物食品还是选择洗护服务，问得最多的是“哪个最便宜”“哪款优惠些”，现在改成了“哪个最适合”“哪款最好”。在他的店内，除各种细分种类的宠物食品外，还有宠物服装、洗护用品、玩具等。店内还提供普通洗护和精细洗护服务，价格从几十元到



护理猫咪的日常。

几百元不等，每天都有不少人带宠物来店里排队洗澡。

宠物经济所带动的，不局限于宠物本身。相比过去传统的宠物医疗、宠物用品等消费，宠物俱乐部、宠物烘焙、宠物摄影等各类消费模式不断兴起，衍生出一系列“拟人化”服务，

一批新职业也在持续涌现。

“周末踏青，宠物零食礼盒陆续发货啦，快为你家的毛孩子准备一份吧！”昨天，G&Z宠物烘焙店长李小小在朋友圈吆喝。李小小说，近段时间切身感受到“它经济”热度的增长，之前他们去各个平台、集市等宣传时，大部分养宠家庭都不认为宠物需要过生日，而现在，每天都能接到不止一个生日蛋糕订单。

随着宠物饲养观念的广泛普及和宠物行业延伸服务的挖掘，宠物经济的市场空间进一步扩大。据艾媒咨询发布的《2022—2023年中国宠物产业发展及消费者调研研究报告》，2022年中国宠物经济产业规模达4936亿元，预计2025年达8114亿元，宠物经济直线上成为趋势。

“宠物友好”塑造生活新方式

《忠犬八公》热映期间，南通部分影院推出了携犬观影专场。“铲屎官”们拍下的影院内“狗头”攒动的视频中，从柯基、泰迪、比熊等小型犬，到灵缇、柴犬等中型犬，它们按大小个排排坐，引得一些网友纷纷喊“萌”。

据了解，南通本地近期开展的携宠观影专场，大多由爱犬组织或宠物店等商家统一组织。“有传染病、小于3个月未打齐疫苗、社交敏感易吠叫的狗狗禁止报名。”组织者小李目前已组织过3场专场活动，报名时需要提供狗狗品种、体重等信息，均场能来三四十名宠物主和十几个“毛孩子”。电影开始放映后，狗狗大多很自觉地安静下来了，没有发生过“哮天大战”。

随着文明养宠、精致养宠理念的蔚然成风，养宠消费者的数量不断增加，带着“毛孩子”出门活动也成了不少养宠人的需求，越来越多的场所接受宠物入内，“宠物友好”这个概念也被很多人接受。除了公园绿地外，一些商业体也成

为“宠物友好”的场所。

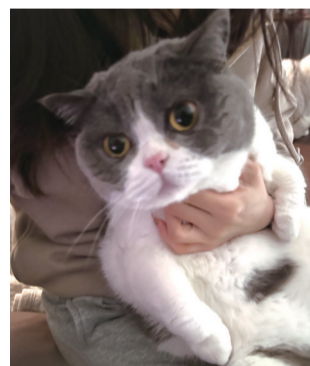
作为南通首家宠物友好商场，记者在南通万象城看到，每个入口都增加了宠物准入身高门贴，以及宠物友好公约的水牌。同时，在客服台工作人员还可以提供宠物推车租赁服务及各种免费宠物清洁用品。“商场也会提供相应的宠物服务，如宠物推车租借，提供尿垫、湿纸巾等物品，针对宠物人群提供宠物友好电梯，同时我们筛选所有对宠物友好的商户，进行门口告知。”南通万象城推广部负责人周丽娜介绍，“宠物友好活动的初衷是打造商业空间的宠物友好之道，为宠物家庭提供了一个可以共享闲暇时光的目的地，我们也希望未来将这件双向奔赴的温情坚持下去。”

据悉，“宠物友好”的概念不单单只是对宠物和养宠人的“双方友好”，考虑到公共空间内的其他商户以及消费者的感受，做到多方协同，从空间、商户、服务、活动运营等方面都真正建立人与宠物“双向友好”的良性商业环境。

“毛孩子”是治愈也是陪伴

“00后”小杨去年年底刚到南通工作，安顿下来的第一件事就是去领养了一只猫“圆子”。每天下班一见到它，疲惫和烦恼都一扫而空。“圆子就像是我的孩子，平时高冷，摸一下就跑，但当我心情不好的时候，它仿佛可以感知一样，会主动黏着我。”小杨说，在养猫之后会时不时向朋友“炫猫”，手机相册基本被猫咪霸占。南通市第四人民医院儿童心理专家丁雅琴介绍，在经济水平提高、人口老龄化、晚婚晚育等背景下，人们对于情感的需求越来越高，将宠物作为一种精神寄托，从而为爱宠消费时“出手大方”。宠物饲养观念的转变，使得宠物从之前的功能性商品如抓老鼠、看家护院，逐渐转向情感陪伴的角色。如今，宠物们则被主人视作家人或是朋友，甚至伴侣，“消除孤独”“精神陪伴”成为宠物主们的共识。

随着宠物家庭地位的跃升，宠物消费市场也得到升级，宠物主们平均每年花在宠物身上的开销少则数千元，多则上万元。而从养宠人群来看，“90后”“00后”成为当下



人和宠物互相陪伴。

宠物消费市场的主力军，其中单身的年轻人消费能力较强。

南通大学经济管理学院副院长沈小燕教授接受记者采访时表示，宠物经济的繁荣背后，折射的是“孤独”经济的崛起。随着社会观念的逐渐改变，不少人选择独居或者丁克，而“孤独”成为这类人群无法逃避的现实，他们更希望通过宠物的“零距离”接触和“亲密”陪伴获得一些精神慰藉，当年轻人意识到自己能够为宠物负责，感受到宠物对自己的依赖时，无形之中满足了他们“被需要”的心理。

本报见习记者吕雪琦

本报记者俞慧娟

本版图片吕雪琦 俞慧娟摄