



毛小楠的“毛孩子”。

宠物行业坐拥千亿元市场规模 “它经济”该如何掘金

“它经济”有望成为未来“掘金大战”的焦点。

如今，“吸狗”“撸猫”已成为生活中的高频词汇。“铲屎官”队伍的逐渐壮大也不断滋生出新的经济增长点。

不少消费者宁可给自己消费降级,也要给自家“毛孩子”吃得更好、享受更好的服务。这种现象刺激得越来越多的企业、资本,涌入宠物行业这一赛道。新冠肺炎疫情常态化下,预计千亿元级规模的“它经济”崛起也像一支神奇的杠杆,撬动起围绕宠物衍生的食品、美容、医疗、社交等新业态的裂变。

■中国城市报记者 张亚欣

是什么烧旺了“它经济”

消费需求,催生数千亿元市场。

《2020年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示,截至2020年年底,全国城镇犬猫数量超过1亿只。另据艾瑞咨询发布的《2021年中国宠物消费趋势白皮书》统计,2020年中国宠物行业市场规模接近3000亿元,受政策、经济、社会和技术因素驱动,以及疫情带来的更多潜在养宠人群及情感消费,预计未来三年宠物行业将继续保持平稳增长,复合增速预计14.2%,到2023年行业规模将达到4456亿元。

究竟是哪把火将“它经济”越烧越旺?

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林在接受记者采访时指出:“一方面,消费者收入水平上升,有钱又有闲,养宠物日渐成为一种新时尚;另一方面,当前养宠物成本均有所提高,饲主愿意在宠物身上投入更多。”

同时,也有心理学研究表明,随着我国单身人口基数的不断增加,宠物逐渐成为个人情感寄托。据数据显示,去年宠物消费群体90后占比已接近50%,且持续呈现上涨趋势,其中单身人群占比最大达到32.5%,宠物经济俨然成为了一门“孤独青年”的“孤独经济”。

艾瑞咨询研究总监郭瑞玲指出,受新冠肺炎疫情影响,宠

物主对宠物健康的关注度提升,陪伴宠物时间的增加也驱动了整体宠物消费的增长。

“每次下班,一想到家里还有两只‘喵星人’等着我,回家的脚步都轻快了起来。”北京白领毛小楠为了排遣生活的孤单而特意养了两只猫,在她看来,两只猫在她的生活里已经超越了宠物身份,而是陪伴自己的家人。

因此,毛小楠对自己吝啬,但对“毛孩子”格外大方,用她自己的话说就是“花小钱、算大账”。“就拿吃来说,化毛膏、钙片等营养品一样不能少。”毛小楠告诉记者,她刚开始养猫时,也是“小白”一个,没有给小猫们买化毛膏,吃的猫粮也是“便宜大碗”货,一段时间后,其中一只橘猫竟然得了尿结石,最后去宠物医院治疗花了更多的钱。自此,毛小楠宁愿给猫吃得好点儿,也不愿意把钱花在宠物医院。

宠物食品赛道竞争白热化

随着“它经济”日益火爆,并愈来愈朝着专业化和精细化的方向发展,市场逐渐形成产业链,从上游产品到下游服务,包括宠物的食品、用品、医疗、美容、寄养、保险、训练等新兴消费方式,中国宠物经济的市场空间也有望进一步扩大。

其中,宠物食品依旧是整个宠物经济赛道规模最大的区域。《2021中国宠物消费趋势白皮书》显示,中国宠物消费市场规模已接近3000亿元,其中77.21%由宠物食品贡献。

现在,宠物食品赛道的竞争俨然进入白热化。在业内人士看来,宠物食品市场早已玩家众多,国内宠粮市场60%以上的市场份额仍被国外品牌占据,雀巢、玛氏、普瑞纳等稳稳占据榜单的前几名。除了这些老玩家,还有新兴品牌pidan以及跨界玩家新希望、三只松鼠等。

2015年,主攻宠物主粮的玛氏进入中国市场,随着多年布局,该品牌目前占据中国宠物主粮市场11.4%的份额。同时,国内拥有“Wanpy”“Natural Farm”等多个宠物食品品牌的中宠股份、打造“咀嚼能够维持宠物口腔健康”零食的佩蒂股份以及从事宠物护理系列的依依股份先后登陆资本市场,不断扩充品类及市场份额。

同时,除传统宠物产品品牌,新兴品牌和部分企业跨界也在抢食宠物行业份额。2019年,三只松鼠董事长章燎原提出了十年千亿元的规划,并推出包括宠物食品在内的四大新品类;新希望、通威股份两家饲料企业也已在宠物食品领域有所布局;此外,新锐品牌pidan也先后陆续完成5轮融资,从宠物用品切入到宠物主粮领域。

“宠粮作为宠物刚需,背后所涵盖的消费能力不容小觑。而随着准入门槛的提升,和品牌方想要吃掉市场的决心和野心,品质将作为滤网对行业进行洗淘,玩家除了提升实力并无他选。”供职过多家宠物粮企业的王士通告诉记者,未来行

业规范度势必越来越好,有实力、做实事的玩家必然成为赛道的引领者。

玩法裂变但产业并不成熟

撸猫咖啡馆、宠物美容店、宠物周边集合点……这些遍及大街小巷的“它经济”衍生物早已不再新鲜,而是催生、裂变出不少“新玩法”。

近日,一家专供宠物用餐的餐厅“猫狗聚乐部”在上海市徐汇区开业。不同于以往大众认知中猫咖、狗咖,猫狗俱乐部是宠粮品牌耐威克为宠物打造的线下鲜食餐厅。据介绍,宠物餐厅面积200多平方米,店内装潢充分展示了宠物、自然、原生态的理念,不少猫猫狗狗元素的点缀更显童趣。餐食全由专业团队为宠物定制,外观漂亮,营养均衡,主厨将国家宠物营养学与日本宠物药膳学融入法式甜品工艺中,力求让宠物吃得健康、快乐,也让宠物主放心,快乐地享受与爱宠一起用餐的时光。

同时,为宠物提供洗护和高端寄养服务的“宠物酒店”也十分受欢迎。业内人士认为,舒适的酒店式寄养服务已成为一种宠物消费趋势。武汉市汉阳区某宠物酒店店长罗女士称,每到假期,寄养宠物的市民特别多,店里给宠物设计了单间、标准间、阳光房等,而且每个房间布置得都不一样,一格一格小隔间分房居住,有小床、有地毯,还配有攀爬架、滑梯的娱乐区。寄养宠物按天计费,价格从80至100多元不等,寄

养前需要提供宠物免疫证以确保其健康。

此外,“它经济”预计千亿元规模的市场,对各路资本、企业都有着巨大吸引力。其流量玩法也在不断升级,如最近,新晋的宠物生活方式品牌未卡先后签约利路修和流量明星鹿晗,一方面粉丝经济能为产品售卖引流,另一方面也利于品牌在线下体验门店扩张中迅速引流,吸引目标客群打卡。

然而,在盘和林看来,宠物经济和流量玩法之间其实不存在太大的联系,饲主可能更在乎的是产品品质问题,质量比流量更有效。“所谓健康运用‘流量’,就是要在质量上投入更多,而流量只是辅助作用。”盘和林说。

此外,值得注意的是,尽管“它经济”不论是前景还是钱景都十分广阔,但并不意味着我国“它经济”已经发展成熟。除了乱收费、无照经营等普遍存在的市场问题外,还有被曝光的宠物盲盒变宠物“亡”盒以及宠物托运导致宠物惨死等事件。黑心商家的不诚信行为,不仅伤害到了宠物的健康和生命,也使消费纠纷难以解决,同时目前还因缺乏对整个宠物行业的标准和监管,无疑将成为宠物经济发展的硬伤。

“从宠物幼崽供给,到宠物商品,缺乏必要的行业标准,商品品质参差不齐。”盘和林提出,要想真正发展好“它经济”,仍要注重宠物商品的品质,要注重和海外宠物用品企业的市场竞争和技术工艺竞争。

国家发改委:三大措施确保西部陆海新通道高质量建设

■中国城市报记者 叶中华

近日,记者从国家发改委获悉,该委近期印发《“十四五”推进西部陆海新通道高质量建设实施方案》(下称《实施方案》)提出,到2025年,实现东中西三条通路持续强化,通道、港口和物流枢

纽运营更加高效,对沿线经济和产业发展带动作用明显增强的总体目标。

国家发展改革委基础司副司长周小棋表示,为深入贯彻落实《实施方案》确定的主要目标和重点任务,国家发改委将会同有关部门和沿线省(区、市)切实做好三方面工作。

一是合力推进重点任务落实。充分发挥西部陆海新通道建设省部际联席会议制度作用,及时协调解决跨部门、跨地区重点难点问题,指导重大任务、工程和措施组织实施。大力支持西部陆海新通道省际协商合作机制和班列运输协调委员会

开展工作。

二是加大要素和政策支持力度。坚持“要素跟着项目走”,支持加快《实施方案》所列项目前期工作,推动项目尽早开工建设。鼓励地方和企业开展改革探索和创新实践,大力培育新动能、激发新活力,努力把通道建设成

为高质量发展引领区、开放融合发展新高地。

三是继续加强宣传贯彻和政策解读。将结合《实施方案》出台,继续开展系列宣传贯彻工作,推动全社会形成关心支持通道发展的合力,为通道建设营造良好外部环境。