

超3000亿元宠物经济市场 迎智能与全球化浪潮

■中国城市报记者 王迪

城市报记者予以采访报道。

“毛孩子”也能“视频”的宠物智能手机、可以控温的智能鸟舱、能制作星级宠物餐的宠食料理机……近日，素有“亚太宠物行业旗舰大展”之称的第27届亚洲宠物展（以下简称“亚宠展”）现场人头攒动，多种聚焦宠物的前沿科技产品亮相，引发抢购热潮。

“如果高科技能让毛孩子吃得更健康或者住得更舒适，我们就觉得钱花得值。”不少养宠人士对中国城市报记者表示，尽管每月在宠物食品、医疗及美容等方面花费不菲，但宠物带来的陪伴与欢乐让这些投入显得物有所值。甚至许多00后的“铲屎官”们在外工作间隙，也经常借助可移动摄像头等智能设备远程照看家的宠物。

近日，毕马威中国发布了首份关于宠物行业的深度调查报告《2025年中国宠物行业市场报告——“它经济”的消费升级与市场洞察》。报告显示，在宠物市场，中国宠物相关业务市场规模以25.4%的年复合增长率从2015年的978亿元跃升至2023年的5928亿元，预计在2025年达到8114亿元，展现出强劲的增长潜力。

派读宠物行业大数据平台出品的《2025年中国宠物行业白皮书（消费报告）》显示，2024年中国城镇（犬猫）消费市场规模同比增长7.5%，达到3002亿元。报告同时指出，宠物主们愿意为爱宠在食品、医疗、用品、服务等方面加大投入。

蓬勃发展的“它经济”，正从单纯的物质消费升级为融合科技、情感与生活方式的综合性产业生态。

这场关于“陪伴”的产业革命如何重新定义消费市场的未来？现代都市如何为动物创造更具包容性的生存空间？中国

出海拓疆 国产宠物品牌全球化突围

在全球化贸易变局与国内宠物市场竞争加剧的双重驱动下，中国宠物品牌逆势突围并加速“出海拓疆”。

以中国本土宠物食品企业为例，不久前毕马威发布的《2025中国宠物行业市场报告》指出，中国本土宠物食品企业最初是以OEM/ODM的模式为国外品牌提供代工服务起步的，随着国内宠物行业的发展以及外部宏观环境的演变，不少国内企业凭借代工业务积累的经验以及持续不断的研发投入，逐步培育出具有竞争力的自有品牌。与此同时，在自有品牌崛起的大潮中，一些本土宠物食品企业已不满足于国内市场，开始积极布局全球。这一趋势在近日举办的亚宠会上得到了生动体现。

展会现场，中国城市报记者注意到，相比于其他公司小而密的展区，上海比瑞吉宠物用品股份有限公司（以下简称比瑞吉）偌大的展厅里相关宠物粮种类丰富，从干粮到湿粮，琳琅满目，令人应接不暇。尤其是摆放有全球首发新品猫粮的展台前，围满了前来问询的买家，其中还有不少外国顾客。

中国城市报记者了解到，作为深耕宠物食品行业二十余年的本土企业，比瑞吉不仅在国内市场站稳脚跟，更凭借先进的研发技术与深厚的行业积累，率先将目光投向全球，成为国产宠物品牌出海浪潮中的领跑者。

谈起海外市场拓展的成果，比瑞吉创始人、董事长许久向中国城市报记者介绍，自2022年以来，公司出口业务保持稳步增长。截至2025年，公司累计出口量已达到1.6万余

吨，其中印度尼西亚作为主要出口市场占比超70%。“我们已成功开拓包括马来西亚、越南等在内的7个新兴市场，并计划未来三年实现30%的年均复合增长率。”许久说。

比瑞吉的出海成功得益于哪些核心因素？“一方面源于硬实力的背书，即通过建立本土化研发中心和严格的质量管理体系，相关产品已获得多项专利和国际权威认证，为公司产品的国际化拓展提供了坚实保障。比如公司在上海金山与山东生产基地配备了利乐佳无菌灌装生产线，日产能30立方米，49项专利覆盖配方与工艺，其中‘零添加’鲜粮技术成为突破东南亚高温运输难题的关键。”许久表示，“另一方面得益于公司实行的柔性市场适配策略，例如针对穆斯林国家推出不含猪肉的宠物食品，在印尼主打‘高蛋白低敏配方’，精准匹配当地宠物肥胖率高的健康需求。”

在“硬实力”与“软策略”双重驱动下，比瑞吉的出海步伐恰逢其时地乘上了国家政策的东风。当前上海、广东、重庆等省市均出台相关消费政策，包括通过拓展跨境电商渠道，支持本土宠物企业开拓国际市场。

AI赋能 智能生态重构人宠关系

“刚在公司打开手机，就看到猫咪在宠物智能舱里玩逗猫棒，还能通过语音跟它互动，再也不用惦记它独自在家饿不饿、闷不闷了。”养宠人陈女士的日常，正是AI突破时空限制，重构人宠关系的鲜活写照。

近年来，宠物消费市场呈现出显著的智能化趋势。在去年“6·18”大促期间，天猫平台上宠物智能喂食器与智能猫砂盆的销售额分别实现230%和140%的大幅增长，显示出智能

宠物用品市场持续而稳定的发展势头。如今，智能养宠设备已逐渐成为新一代宠物主的必备选择，尤其那些能够改善饲养环境、实现远程看护以及融合AI技术的产品更受消费者青睐，但随之而来的还有用户对智能化日益提升的需求以及硬件产品日趋同质化的挑战。

如何克服这些行业难题？专注于宠物智能舱研发领域的智能科技品牌PILTON宠尔顿创始人鹿凡率先将战略布局扩展至软件层面，通过“硬件+软件”的闭环生态，形成了全面且独特的竞争优势。

“我们正在做的，是教会AI理解宠物的‘语言’。它将不止是执行命令的工具，而是促进双向沟通的纽带，最终实现更深度的人宠情感互联。”鹿凡以最新研发的“三屏协同”系统为例向中国城市报记者介绍：“该系统实现手机、Pad与舱体屏幕无缝联动，除远程操控喂食、温控外，还依托AI完成宠物情绪识别：摄像头定时捕捉狗狗表情，以动画反馈情绪状态；猫咪主人点击屏幕‘Hi’入口即可实时对话，让‘隔空撸宠’更具温度。”

与PILTON宠尔顿的AI解决方案相呼应的是在“京东·第十四届国际宠物业高峰论坛—亚洲CEO峰会”上行业嘉宾对AI养宠的前瞻洞察。

宠物共情AI对话平台——“Traini”创始人兼CEO孙邻家（Arvin Sun）在峰会上提出，AI通过视觉、声音等多模态数据构建情感模型，能提升人宠互动质量，推动情感经济与科技深度融合。“AI初创公司从首次在Stripe上产生销售到实现100万美元年化收入的平均时间为3个月，可见AI思维与情绪价值市场的结合或将成为新蓝海。”孙邻家说。

这与宠尔顿产品逻辑高度一致，例如其带AI功能的智能

鸟舱首批用户复购率超40%，海外订单已排至两个月后，实际销量较预期高出近3倍，充分印证了市场对AI养宠的认可。

公益共生 探索城市治理的温暖样本

清理食盆、更换清水、打扫院落……清晨的阳光下，在上海市宝山区顾村镇的城市“猫岛”，志愿者小林开始了她的例行巡查。除了喂食，她还在随身携带的记录本上详细记下新近收养的流浪猫身体情况。不远处，几只戴着蓝色耳标的猫咪正悠闲地晒着太阳——这是它们完成绝育手术后的特殊标记，也是上海“猫岛”项目科学管理的重要一环。

作为全国首个系统化解决流浪猫问题的城市级公益计划，上海“猫岛”项目是在上海市文明养犬工作协调小组指导下，由上海市公益飞扬公益基金会联合多个社会组织共同发起的城市流浪猫社区治理公益项目。自2022年启动以来，该项目已形成一套“科学管理+社区共治”的创新模式。其首创的TNRADP全流程体系（即抓捕、绝育、放归、领养、数据、宣传），通过绝育23757只流浪猫、覆盖1756个社区的扎实成果，将曾经的社区治理难点转化为展现城市温度的窗口。“我们不只是控制数量，更希望建立人与动物平等共处的文明生态。”上海市公益飞扬公益基金会副理事长周敏对中国城市报记者说。

这一公益实践的最新突破，来自金融力量的深度参与。中国建设银行上海市分行与“猫岛”联合推出的“宠物猫咪信用卡”，创新性地将消费场景与公益行动挂钩——每笔刷卡消费按比例捐赠至流浪猫医疗基金，持卡人还可通过“云养猫”AR平台线上认养社区流浪猫。周敏表示：“金融工具让公益变得可量化、可持续。通过消费捐赠和数字化互动，市民的善意能精准转化为流浪猫的疫苗、绝育资金。”

未来，“猫岛”二期规划更凸显科技与公益的融合：扩建科普教育馆、开发AI种群预测系统，并依托建行的社区金融服务网络打造“15分钟宠物友好生活圈”。从社区定点关怀到体系化治理，再到金融化公益赋能，上海“猫岛”正重新定义现代城市的文明尺度——在这里，每一笔消费、每一次扫码，都是对“共生”理念的温柔投票。正如周敏所言：“当企业、社区和市民形成公益共生体，城市才能真正成为生命的港湾。”

北京国际自行车展举办

8月29日至31日，以“激发消费活力 推动产业发展”为主题的北京国际自行车展览会在中国国际展览中心（朝阳馆）举行。本届展会汇聚近百家国内外知名品牌企业，集中展示自行车行业全产业链的最新成果与创新产品，吸引了大量行业专业人士、企业代表及市民观众参观展。

中国城市报记者 全亚军摄

