寵物經濟②

隨着銀髮浪潮來襲及年輕一代婚育觀念轉變，飼養寵物逐漸成為不少港人的情感寄託，越來越多人願意在寵物身上投入大量金錢和精力，寵物經濟龐大的商機和發展潛力，吸引了不少創業者投身其中。面對行業競爭加劇，有提供上門寵物服務及寵物醫療的經營者認為，這可推動行業提升服務質量。亦有經濟學者指出，高品質服務及差異化產品有很大的成長空間。

大公報記者　李樂兒

掃一掃有片睇

飼養寵物的開支分布

19.4% 糧食、零食	9.8% 健康檢測及牙齒保健	7.8% 清潔用品	7.1% 接種疫苗	5.7% 寵物美容及指甲護理	3.8% 衣服及配飾
17.2% 獸醫診金及醫藥費	8.7% 寵物保險	7.2% 保健品及補充劑	6.1% 驅蟲及治療藥物	5.1% 寵物玩具	1.5% 交通費

資料來源：OneDegree 2024年2月網上調查

寵物服務發展潛力大
高質差異化產品突圍

上門照顧貓狗重在信任 獸醫：增專科吸客

◀Joshua Steinhaus稱，行業競爭有助促進服務質量提升。　大公報攝

VetiVa小檔案

成立時間：2024年10月

提供服務：全科門診、專科門診、健康檢查、急診、24小時看護、救護車服務、上門診斷急症與緊急護理服務等

診斷設備：透析器、數位X光機、超聲波、電腦斷層掃描、內窺鏡、視頻內窺鏡和活檢化驗、綜合性實驗室等

根據消費者市場策略調查機構Euromonitor的研究報告，港人於2023年養有30.4萬隻狗及28萬隻貓；與政府統計處於2019年的統計比較，香港寵物狗隻增加37.5%，而飼養貓隻更飆升52.1%。由此可見，香港寵物數目日益增長，並帶動寵物服務的需求激增。

香港專業寵物保姆的創始人周樂盈和岑家柱，從2016年底開始，將上門寵物照顧服務帶入市場。現時業務中，上門照顧佔50%，而上門犬隻訓練及上門美容佔50%。顧客數目亦有明顯增長，由最初主要做朋友及鄰居生意，到現在已建立固定顧客群，並呈增長趨勢。

租借攝像頭 增客戶安全感

寵物保姆上門照顧作為一項較為新穎的服務，岑家柱認為，取得寵主信任是最大挑戰，由於服務涉及到客戶的家中情況，因此在服務開始前需要見面交涉，服務進行時會有及時反饋視頻和圖片；公司亦有攝像頭租借服務，便於提供實時監控，以增加客戶的安全感。

「寵物行業內並非僅有競爭關係，大家還可相互協助，相信寵物行業將會持續向好發展。」周樂盈直言，「新血液」的投入能為整個行業帶來更大的發展空間。她指出，團隊由2人增加至20多人，雖然市面上有很多寵物服務培訓課程，但招聘時更看重的是整體素質和專業能力，而非一紙證書。

寵物主人最關心寵物健康，隨着寵物數目增加，寵物醫療的規模亦在持續增長。VetiVa寵物醫院聯合創辦人Joshua Steinhaus在港從事獸醫工作近10年，他觀察到，越來越多港人把寵物當作家庭成員，刺激寵物醫療服務的需求。

▲岑家柱指出，上門照顧寵物的最大挑戰是取得寵主的信任。

寵物醫療需求升 及時調整策略

隨着更多公司進入市場，競爭愈發激烈，但Joshua Steinhaus認為，這對行業而言是一個積極的信號，一方面能夠促進行業服務質量提升；另一方面，通過行業比較及時調整服務策略，將有利於公司保持競爭優勢。

Joshua Steinhaus表示，香港的客戶更傾向於跟隨優秀的醫生而非醫院，因此聚集行業內最優秀的醫生將是重要策略之一。目前VetiVa擁有11位寵物醫生，涵蓋了普通科、急診科及多個專科，年底將有更多專科醫生加入，包括心臟病學、外科和肛腸科等。

▲周樂盈表示，在招聘新員工時，會更看重整體素質和專業能力。

業內人士普遍對寵物市場的發展持積極態度，然香港浸會大學經濟系高級講師文國樑留意到，儘管寵物產品和服務的需求呈上升趨勢，但香港市場相對較小，存在規模限制；長期來看，行業參與者的增加可能加劇競爭，部分行業的利潤將收窄。

不過，他亦指出，本港寵物產業目前尚未形成領導品牌，市場准入門檻較低，為提供高品質服務或差異化產品的企業創造了較大的成長空間。

香港專業寵物保姆小檔案

成立時間：2016年

提供服務：上門照顧貓狗、遛狗服務、上門照顧小動物、過夜照顧寵物、幼犬訓練課程、犬隻服從訓練課程、矯正犬隻行爲問題課程、上門寵物美容、婚禮寵物照顧等

商場引入寵物友好 吸人流帶動消費

▶越來越多香港商場成為「寵物友好」場所，藉以滿足寵主的需求。

創造商機

隨着不少家庭視寵物為家庭重要成員，他們在提高自己生活水平的同時，對寵物的照顧也不再停留在「餵養滿足」的階段，「去到邊帶到邊」也成為了養寵常態。

近年來，特區政府有意打造「人寵共融」環境，拓展寵物的消費場所。事實上，內地有數據指出，商業體在引入「寵物友好」業態後，客流量會有20%以上的提升，今時今日「寵物友好」已不僅是城市文明的體現，更催生了相關產業的機遇。

美聯物業調查顯示，啟德去年開業的Airside商場，人和狗的比例近3：1。商場內除了可帶同貓狗入內，更設有獨立室內空間供貓狗拍照玩樂，另外還有多間餐廳容許寵物在室內用膳，同時聚集多家寵物產品商舖。

Airside商場的「寵物友好」策略與藍海策略（Blue Ocean Strategy）的核心不謀而合，就是利用「價值創新」、「開發新市場」，創造競爭優勢。相信具備寵物服務能力的寵物友好商圈，讓想攜帶愛寵的客人有了選擇性，也增加了非養寵顧客的關注。

留意環境衛生和體驗

誠然，在打造「寵物友好」城市過程中，保持環境衛生、妥善管教乃寵物主人之責任，加上香港人口密度高，公眾對於居住環境、外出體驗有要求，以及空間營運者對於額外管理風險和成本的考量亦不無道理。因此，在推動「寵物友好」以發展寵物經濟的同時，更應兼顧香港市民衣食住行的權益。

統一寵物食品標籤 促進行業健康發展

消費權益

本港零售業近年面對不少挑戰，但與寵物相關的店舖卻在不斷開設，並且經營模式「五花八門」，如寵物咖啡、上門寵物保姆服務、寵物殯葬等。有調查發現逾半寵物主人每月在寵物身上花費1000至4999元，持續跟進動物權益的立法會議員陳克勤指出：「本港寵物行業的發展前景廣闊，任何創新的經營模式都有機會成功。」

寵物行業的「餅」越做越大，因此如何規範「分餅」亦是難題。據了解，本港目前對於寵物行業監管的法律法規中，只有獸醫條例中對於冒認獸醫、醫死或醫傷動物的投訴和處理機制相對完善，但在寵物美容、寵物酒店、寵物食品安全等方面則缺乏有效的規管。

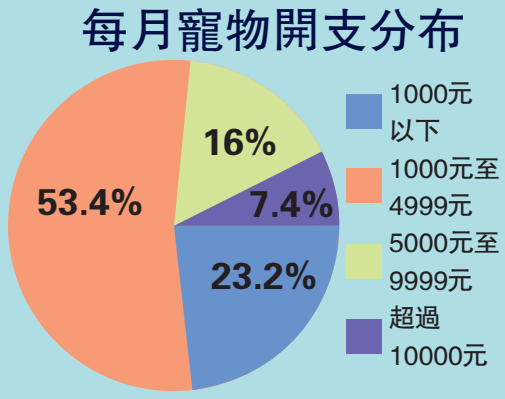
在立法層面上，陳克勤認為應「緩急先後」，而目前最重要一環是統一寵物食品的標籤制度，因為直接關乎寵物的健康情況。

至於寵物服務或消費行業方面，陳克勤表示，將從消委會方面入手進行處理和跟進。他指出，寵物業界中也有商會，認為商會可以制定約章和規定，為參與約章的商戶提供優質服務標籤，讓消費者在消費時有參考依據，從而實現行業自我監管。

陳克勤強調，寵物行業的規範有利於消費者信心的增長，從而進一步促進寵物經濟的發展。

▶陳克勤建議，特區政府應統一寵物食品的標籤制度。

每月寵物開支分布



資料來源：OneDegree 2024年2月網上調查

冷門寵物市場趨熱 「越奇怪越鍾意」

異寵崛起

除了貓狗等傳統寵物，冷門寵物的市場逐漸展現出「熱經濟」的勢態。浸會大學經濟系高級講師文國樑指出，飼養異寵人數增加，一方面由於居住空間有限，小型、易飼養的寵物成為首選；另一方面，消費者對寵物的選擇趨向多元化。

根據ADM Capital Foundation的數據分析顯示，2015年至2021年間，香港進口超過520萬隻珍禽異獸寵物，涵蓋超過760種爬行類、鳥類、哺乳類、兩棲類和節肢動物。據香港專業寵物保姆公司介紹，平時接觸到需要照顧的寵物，大多數是貓、狗，但公司聯合創辦人岑家柱直言，上門照顧的小型異寵佔比亦達20%，如蜥蜴、飛鼠等。

飼養迷你刺蝟的寵主瑩瑩表示，養刺蝟的日常開銷主要是食物和刺蝟砂，而這兩項的開支能控制在年均1000元以下。當然，具體費用會根據飼養者的消費習慣和刺蝟的健康狀況而有所不同。瑩瑩還透露，身邊有朋友飼養變色龍、蜥蜴、寵物蛇等小型異寵，總之「越奇怪越鍾意」。

▲文國樑指出，飼養異寵人數增加，反映消費者的選擇趨向多元化。　大公報攝

▲瑩瑩是迷你刺蝟的寵主，而她的朋友則有飼養變色龍、蜥蜴、寵物蛇等。

內地小異寵市場規模76億

在內地，異寵市場亦十分蓬勃。天貓國際披露的寵物雙11搶先購數據顯示，截至10月24日，在進口的寵物高增長類目中，小型異寵品類增速超過100%，位居第三位。此外，最新的寵物市場深度調研數據預測，至2026年，內地小寵異寵市場規模可達到76.8億元人民幣，年均複合增長可達約19.8%。