

添糧清潔陪玩耍 專業寵託師爆單 上門餵養「毛孩子」成新春消費熱點

新春新氣象②

臘月下旬，深圳市民尹先生開始為家中養了6年的布偶貓犯愁，計劃回江蘇老家過年的他，因貓咪天生膽小易應激，不敢貿然送去寄養，只能選擇上門餵寵服務。「我在小紅書和問魚上問了七八家，每日報價從50元（人民幣，下同）到150元不等，服務內容也天差地別，有的只負責添糧換水，有的還包含陪玩、深度清潔、每日視頻反饋，最後貨比三家才定了一家有三年經驗的寵託師。」尹先生告訴記者。

尹先生的經歷正是近幾年春節寵物照料市場的真實縮影，隨着新春返鄉潮來臨，養寵家庭的「帶寵難」問題催生了上門餵寵、寵物寄養兩大服務的爆發式增長，從專業寵託師爆單到寵物店「一房難求」，從價格階梯式上漲到服務精細化升級，新春寵物經濟正以多元形態展現出新氣象。



掃碼睇片

大公報記者 李薇

上門餵寵憑藉「讓寵物留家更安心」的優勢，成為近幾年春節膽小寵物家庭的首選，不僅讓不少資深寵託師手握穩定客源排單到節後，也讓養寵人的選擇更多元。

9天接了100多單能賺8500元

杭州95後資深寵託師小謝已有五年上門餵寵經驗，這個春節她依舊選擇留守杭州，推出極簡和標準兩類餵貓服務。「從2月15日開始單子就多起來了，一直會持續到2月23日，9天接了100多單，能賺8500元，最多的一天接了22單，連軸轉十幾個小時是常態。」小謝介紹。

小謝介紹，寵物餵養服務分為兩種：一類是極簡服務，從進家門到出家門20分鐘左右，適用於膽小貓咪或者無需陪玩的貓咪，這類服務全程不接觸小貓，服務內容包括添糧換水、清洗餐具、鏟貓砂、打掃衛生、通風、觀察貓咪狀態；另一類是標準服務，從進家門到出家門35分鐘左右，相比極簡服務，服務內容中多了一項陪玩。

寵物寄養火爆 一房難求

與上門餵寵並行的，是寵物寄養市場的「春節檔」火爆，據內地互聯網生活服務平台「58到家」發布的數據顯示，進入1月後全國寵物寄養需求環比提升46%，其中寵物狗寄養需求是寵物貓的6倍。深圳作為寵物經濟活躍城市，

寄養市場更是呈現「一房難求」的盛況。

在價格和服務上，養寵人也越發謹慎。深圳的陳先生養了兩隻布偶貓，他表示自己非常在意服務細節，「不僅要看服務內容、從業經驗，還要看過往的服務評價，有的新人報價低，但連基礎的應激處理知識都不懂，最後還是選了報價稍高、有寵物護理經驗的從業者」。但也有人在臨近除夕才想起預約服務，因熟悉的寵託師已排滿檔期，最終小區物業的免費上門服務解了燃眉之急。

深圳的寵物寄養市場按服務等級劃分出清晰的價格梯度，基礎型、家庭式、高端酒店式寄養各有客群，且春節期間價格均有不同幅度上浮。龍華大浪寵物世界一站GO商城愛寵寄養主理人黃派透露，門店平日基礎寄養價格為128-218元/天，春節期間雖未漲價，但早在臘月中旬所有名額就已訂滿。社區小店的基礎寄養價格則在80-150元/天，較平日上浮20%-30%，成為多數養寵人的性價比之選。

巨大的市場需求，讓深圳不少寵物店店主紛紛選擇留守過年。南山後海某寵物店店主王先生介紹，自己已經連續三年春節沒有回老家，「春節這幾天的寄養、洗護訂單，頂得上平時一個季度的收入，所以我們從除夕到初六正常營業」。

寵物美容生意俏 「毛孩」也要穿新衣過新年

「毛孩子也要穿新衣、換新貌過年」，成為當下養寵人的普遍心態。寵物洗護、美容、換裝等「精緻服務」在春節迎來爆單，即便價格較平日上浮，也擋不住鏟屎官的消費熱情。臘月下旬開始，無論是社區小型寵物店還是高端寵物體驗館，寵物洗澡、剪毛都需要提前3-7天預約。深圳龍華民治一家社區寵物門店的店員透露，近期每天的洗護訂單都在20單以上，比平日增加3-5倍，「短毛貓洗澡128元、長毛貓168元，小型犬洗澡68元，春節期間價格較平日上浮30%，且會員不享受折扣。」

寵物攝影人氣高 檢期約滿

寵物新年服飾的銷量迎來暴漲。天貓年貨節數據顯示，寵物春節商品熱度排行中，「寵物過年衣服」增長330%。寵物狗方面，帶唐裝元素的最受歡迎，有店鋪月銷售量超過30萬件。在內地社交平台小紅書上，也有不少鏟屎官分享了自家寵物的新年造型，甚至人寵親子裝，「自己過年添新衣，毛孩子也要穿得紅紅火火，這才是過年的樣子」，有博主在分享時表示。



▲寵物主人在社交媒體上分享人寵親子裝。

節前寵物攝影人氣也很高。北京一家寵物攝影門店，今年新推出的馬年新春主題布景就吸引了不少消費者。店長七七說，過節拍攝檔期排得滿滿當當。「差不多一個多月的時間，我們拍了有100隻左右的『毛孩子』。年前的時間攝影師的檔期已經約滿，大多寵物拍攝的定價大概在399元或者699元，分不同的主題場景。」除了店內拍攝，店長表示，外部合作邀約也明顯增多，包括寵物樂園、寵物友好商場和酒店等，她能感覺到原來零散的寵物產業正在朝着產業鏈方向融合發展。

大公報記者李薇



中國寵物經濟規模逐年擴大

- 2025年城鎮寵物（犬貓）消費市場規模達3126億元，較2024年增長4.1%。
- 犬消費市場規模達1606億元，較2024年上升3.2%。
- 貓消費市場規模達1520億元，較2024年上升5.2%。
- 預計2028年城鎮寵物（犬貓）消費市場規模達4050億元。其中，犬消費市場規模達1923億元，貓消費市場規模達2184億元。

城鎮寵物（犬貓）消費市場規模（億元）



大公報整理

瞄準寵物經濟

深圳商場推主題展

春節期間，深圳各大商場也瞄準寵物經濟與家庭消費的融合點，推出多款寵物主題特色展覽，其中羅湖益田假日廣場的「超能貓空間」、深圳中心城的活體昆蟲科普展均為長期展陳，並在春節期間升級了互動體驗內容，成為鏟屎官與親子家庭的新春熱門打卡地。

羅湖益田假日廣場的「超能貓空間」自落地以來便備受鏟屎官喜愛，春節期間更是迎來客流高峰，現場彙集了布偶、英短、緬因等數十個品種的萌貓，劃分出貓咪互動區、萌寵拍照區、寵物周邊市集三大區域。在互動區，鏟屎官可在工作人員指導下與萌貓親密接觸、投餵互動；拍照區布置了新春燈籠、福字掛件等年味裝飾，成為寵物打卡的專屬場景；周邊市集則彙集了寵物新年零食、服飾、玩具等好物，從平價的新年項圈到高端的寵物定製零食，滿足不同鏟屎官的需求，春節期間日均客流量超千人。

深圳領展中心城的活體昆蟲科普展則聚焦小眾寵物愛好者，展出雨林蠍、玉米蛇、鬃獅蜥、獨角仙、鍬甲等數十種爬行動物和昆蟲。小朋友們可在工作人員指導下近距離觀察、觸摸溫順的爬寵，還能參與「昆蟲手工DIY」「新春萌寵打卡」等互動活動，讓家長和孩子在遊玩中了解小眾寵物知識。

大公報記者李薇



▲位於深圳領展中心城的活體昆蟲科普展，小朋友可以親密接觸溫和的異寵。大公報記者李薇攝

為愛寵辦年夜飯 成新晉年俗

新春佳節，鏟屎官們也為家中的「毛孩子」置辦起了專屬年夜飯，成為這個新春寵物經濟的新亮點，「為毛孩子置辦年夜飯」已然成為新晉新年俗。

在大眾點評上，有不少寵物實體店推出了特色寵物年夜飯，部分門店還提供定製服務，根據寵物的口味、年齡、健康狀況搭配專屬年夜飯。深圳龍華一家名為「花花熊寵物蛋糕」的店主介紹，門店推出的經典年夜飯禮盒十分受歡迎，「食物多為雞胸肉製作，不含添加劑。但製作上，我們會做成春聯餅乾、蝦仁燒賣、糖葫蘆、八寶飯、水餃等喜慶形狀，還能定製寵物的名字。不少鏟屎官都會提前預訂，在除夕當天取貨，給毛孩子一個新年驚喜」。

在線上，電商平台的寵物年夜飯禮盒更是花樣繁多，推出了由凍乾、零食等組成的春節禮盒。像淘寶「寵胖子旗艦店」打出「年夜飯也有TA的專屬席位」的口號，推出由毛氈包、凍乾、寵物湯圓、寵物餃子、新年紅包、迷你春聯、貼紙組成的新春年夜飯禮盒；網易嚴選推出「蒸蒸日上」年夜飯禮盒；盒馬推出的「犬用汪得福大禮盒」和貓犬通用的「凍乾歲歲包」成為爆款，凍乾被壓製成金條、元寶、福袋等喜慶造型，寓意「招財進寶」。

深圳的鏟屎官胡女士就在天貓上購買了一款高端寵物年夜飯禮盒，「裏面有十幾種零食，還有馬年專屬的凍乾小馬造型，包裝特別精緻。我不僅給自家狗狗買了，還當作禮物送給了養寵的朋友，寵物年夜飯也是新春送禮的新選擇。」

大公報記者李薇



▲2月3日，在江蘇無錫，人們製作的寵物年夜飯套餐。



▲2月6日，遊客與寵物在四川涼山瀘沽湖景區遊玩。



▲2月1日，在廣西南寧一家從事寵物寄養業務的寵物醫院，工作人員為貓針灸。

大公報整理