

「人寵同行」火爆 包機遊火速滿員

高端寵物酒店需提前一月搶訂 玩水及室內冰雪遊受捧



內地中秋國慶超級小長假，除了高鐵站機場和景區的遊客摩肩接踵，還有一群特別的身影頻繁出現在出行大軍裏——那就是毛茸茸的「寵物旅行搭子」。不論是開車自駕去海邊露營，還是組團坐大巴爬山，甚至包機飛去麗江、瀘沽湖，「帶寵出行」正在成為內地年輕人假日消費的新趨勢。

●文：香港文匯報

記者 孔雯瓊 上海報道

圖：香港文匯報上海傳員

「以前大家出門旅遊常常把寵物託給親友或寵物店，現在更多人覺得，假期就是要一家人都在一起，寵物當然也要算家人，更是我的旅遊搭子。」上海的90後白領小吳，在今年國慶前夕，早早地就去寵物旅行社預定了帶狗去浙江三天兩晚的旅遊行程。寵物旅行社在內地早已不再是新鮮事物，隨著寵物出遊需求的不斷高漲，市場上湧現出越來越多專門面向寵物家庭的旅行機構。這些旅行社不僅能組織寵物和主人一起參與短途郊遊、長線自駕，還能提供高鐵託運、飛機包機、寵物友好酒店預訂等一整套出行解決方案。

中長途線路熱度快速上升

香港文匯報記者採訪內地知名攜寵旅行公司「愛寵遊」的創始人孟瑾了解到，以愛寵遊旅行社為例，今年中秋國慶期間，寵物出行的預訂量同比增長約60%，遠超市場預期。尤其是在假期前一周，預訂量迎來集中爆發，高端寵物酒店和寵物友好民宿甚至需要提前一個月搶訂。

「從上海出發的熱門短途目的地來看，浙江、江蘇的玩水或室內冰雪線路最受歡迎。」孟瑾介紹，比如，10月1日的「南方小毛豆室內冰雪遊」，已有300名遊客和200隻寵物報名；10月2日至4日的「台州玩水·高空草原打卡之旅」，目前也吸引了78人和60隻寵物參與。孟瑾補充說，除了短途遊火爆外，中長途線路的熱度也在快速上升。今年國慶，不少主人將帶寵物一起奔赴九華山、神農架，甚至遠至麗江、瀘沽湖、洱海等熱門目的地。有些行程長達十天以上，往往需要提前兩到三周預訂，高端產品甚至需提前一個月才能訂到。

貓咪高鐵託運 安全高性價比

愛寵遊的火爆並非孤例。隨著「攜寵遊」需求的不斷增長，各地紛紛推出適寵化旅行產品，不少一二線城市也相繼誕生了一批寵物旅行社，「帶寵出行」正成為假日消費的新興力量。

此外，高鐵也在節假期間承擔起運輸萌寵出遊的重任。根據中鐵快運上海分公司提供的數據，自今年4月8日在京滬高鐵部分車次率先試點寵物託運服務以來，截至9月9日，中鐵快運

●上海市專為寵物定製的巴士上，充滿主人和愛寵的歡聲笑語。

●消費觀念升級促寵物出行升溫。圖為人寵共同遊船。

●狗狗跟着主人一起出行。

上海分公司已完成寵物運輸1,421單，業務主要集中在北京、上海、杭州三座城市，且該站日均有一到兩隻寵物託運。另據不完全統計顯示，9月20日至23日短短4天內，長三角區域高鐵寵物託運新增預約量已達186單，上海、杭州至蘇州、黃山、廈門等熱門旅遊方向的部分車次，寵物託運名額已約滿三成。

寵物主李先生告訴香港文匯報記者，準備這個國慶假期帶上自家貓咪去濟南旅遊，因為行程較遠，所以高鐵是安全又高性價比的選擇。「我坐高鐵，牠也坐高鐵，雖然分開在不同車廂，但我們能同時到達目的地。」李先生認為，如果選擇將寵物寄養在寵物店，往往需要好幾天，既增加了費用，也讓主人牽掛不已。

航司寵物客艙同行每隻過千元

內地不少航司也開始允許寵物進入客艙隨主人一同出遊，如今國內已經有近10家航空公司都提供寵物客艙同行的服務，每隻寵物費用普遍在

1,000至1,500元（人民幣，下同）左右。

不過，航空公司對寵物進客艙的數量仍有嚴格限制，一般一條航班只允許4至6隻寵物進入客艙，這讓不少寵物主人開始尋求更靈活的方式，例如選擇寵物包機出行。孟瑾介紹，「實際上願意帶寵物一起旅行的消費群體，大多是注重生活品質的年輕一代。80後、90後白領佔比超過60%，其中不乏月收入2萬元以上的高收入家庭，因此選擇包機的群體亦逐步增多。」

從愛寵遊提供數據來看，目前選擇包機的消費者佔比在5%，但包機遊勝在可以讓寵物走得更遠，也被越來越多的人所接納，目的地包括三亞、長白山、西雙版納、雲南、烏魯木齊等。愛寵遊這次國慶節後的寵物包機麗江、瀘沽湖、洱海等目的地的包機客單價為25,000元，有不少主人大方買單，已有65人38隻寵物報名。此外，很多遠途團一般是提前兩個月發布行程，到活動開始前一個月左右時就基本滿員；有時候因為報名人數太多，甚至需要再包一架飛機。

旅遊景點「適寵化」 攜貓免票盡興而歸

隨著「精細化養寵」逐漸成為寵物消費的新趨勢，看似小眾的寵物旅遊賽道，正不斷衍生出更加多元的「適寵化」業態。越來越多年輕人拒絕將寵物寄養，而是選擇「寵物跟着人一起走」，這一消費習慣也促使各大景點在節假期間紛紛亮出自家「適寵化」項目。有的允許寵物和主人一同乘坐登高設備，有的打出「攜寵免票」的吸睛招式，更多的則是專為寵物量身打造戶外遊樂設施。

景區交通設施均適用寵物

「我要吹爆這個人狗皆大歡喜的地方，狗狗們可以和主人一起暢遊，不僅能乘坐接駁大巴、纜車、觀光電梯，甚至還能上玻璃橋！全程無障礙同行。」小紅書上，一名剛從北京興隆山歸來的網友興奮地發帖分享他帶寵物去旅遊的經歷，他表示，景區棧道平緩、台階極少，環線約4公里，狗狗自由奔跑毫無壓力，更關鍵的是裏面所有設施均對寵物開放，如果想節省體力，可以選擇「纜車+電梯」的省力組合，既省時又輕鬆，全程僅耗時2小時10分鐘，人狗皆盡興而歸。寵物能坐纜車、乘電梯、搭景區接駁車，正在

成為越來越多景區的「標配」。比如，在河南洛陽老君山，狗狗可以和主人一起乘坐纜車，直抵海拔2,200米的山頂，登臨金頂道觀群，盡覽雲霧繚繞的壯麗美景。江蘇常州金壇茅山旅遊度假區則已有東方鹽湖城、茅山森林世界、花谷奇緣等5家景區對攜寵遊客全面開放，並配套建設了專屬的寵物戶外遊樂設施。今年5月，山東濟南



●愛犬與主人共玩煙花。

靈岩寺景區更是發布公告，推出「人貓搭子」同遊活動——一個人帶一隻貓即可免門票入園，還能在現場體驗古人「聘貓」的趣味儀式。

滴滴寵物友好地圖多地上線

據攜程報告顯示，今年「五一」假期國內旅遊市場呈現出「遛娃」與「毛孩子」雙線並進的新趨勢，攜寵出遊的年輕群體催生「寵物友好」服務升級。不僅社交網絡拍照從「谷子打卡」變為「人寵旅行」，假期的寵物酒店預定量亦大漲三成。今年6月，暑期出遊的攜寵出行需求激增，用戶更多關注提供寵物友好酒店及景點的路線，不僅「寵物友好自駕」升溫，寵物友好车型的諮詢量也翻倍。哈囉出行數據顯示，僅僅是今年五一假期，就有12萬隻寵物陪着主人順風車出行。另外滴滴、貨拉拉今年以來「搶寵物比搶人搶貨起勁」，紛紛也做着「適寵化」項目。滴滴在9月15日宣布，滴滴寵物友好地圖在北京、上海、成都試行上線，已收錄超3,000家門店，合作超100家寵物友好門店，目的就是讓用戶帶寵物打車可以直接去寵物友好的地點遊玩。

上海定製巴士 讓毛孩融入城市

特稿

夏末初秋的夜晚，在上海寶山朗香寵物主題公園站，一輛印有卡通寵物圖案的巴士緩緩駛來。車門一開，幾名排隊等候的年輕寵物主人帶着狗狗登車，毛孩子們興奮地搖着尾巴，徑直跳上專門為牠們準備的「寵物座位」。隨着車子緩緩駛出，途經靜安大融城、外灘BFC、西岸中環、徐匯濱江，最後抵達西岸夢中心。從始發站到終點站，沿途停靠的每一處都是上海市內知名的寵物友好景點或商業地標。正因為有了這樣一輛專為寵物設計的定製巴士，毛孩子們才得以和主人一起，踏上一段別具意義的城市旅程。

攜寵定製專線運營負責人李韓昂表示，「寵物巴士在今年5月底開通，此前僅在周末運行，每個方向一天2個班次，考慮到國慶期間更多人帶寵物在上海市區內遊玩的需要，安排在10月4、5、7、8日這四天運營，票價20元一張。」

乘坐過寵物巴士的消費者告訴香港文匯報記者，與高鐵託運或飛機帶寵物需要將寵物放進籠子不同，這裏寵物有和主人並排坐的專屬座位。

還有養狗人士告訴香港文匯報記者，「以前想帶狗出去玩，就連同城遊都困難得不得了，打10次車被拒絕9次是常有的事。現在有了寵物專線，不僅省心，而且一路還能認識很多同樣愛寵的人。」

值得一提的是，巴士始發站的朗香公園，也是上海最新添置的一座寵物主題公園。據園方負責人表示，目前公園針對寵物的相關服務已經開業，包括寵物美容、游泳、度假，園內最大的特色就是擁有狗狗可以奔跑的草坪。對許多周邊的上海市民來說，朗香公園不僅是散步的好去處，更像是一處能讓「毛孩子」融入城市生活的社交場所。



●上海為「毛孩」量身定製的巴士。



●「愛寵遊」旅行社組織上海到青海湖的攜寵旅遊路線。圖為狗狗與主人共賞美景。

專家解讀

派讀寵物行業大數據平台及《中國寵物行業白皮書》創始人劉曉霞接受香港文匯報記者採訪時表示，在過去十年間，中國寵物行業迎來高速發展，統計顯示，從2015年至2024年底，寵物行業的平均複合增長率達到13.3%。這一數字不僅體現了產業規模的快速擴張，更折射出年輕一代消費群體的崛起與養寵觀念的轉變。

「從人群結構的變化來看，養寵正成為年輕世代的生活方式之一。」劉曉霞指出，2015年，寵物消費的主力人群以「80後」為主，到2020年轉向「90後」，而在2024年底，「00後」的佔比已達到25%。「年輕人不斷成長起來，帶動了寵物行業的持續擴容，他們對寵物的友好度和接受度都在快速提升。」劉曉霞說。

據《2025年中國寵物行業白皮書》統計，2024年中國城鎮大貓數量已突破1.2億隻，寵物消費市場規模達到3,002億元，催生出一千億級的「牠經濟」藍海。伴隨社會老齡化趨勢加快，以及單身經濟的持續擴張，寵物的角色正從單純的「陪伴者」升級為真正的「家庭成員」。在這一背景下，攜寵出遊也正成為寵物主人鏈接寵物的重要情感需求。《白皮書》還顯示，寵物出行消費滲透率上升速度較快，2024年較上年上升4.9個百分點。

「受資金與人才加速進入的推動，寵物行業正迎來新一輪升級。從消費需求到產品創新，再到服務細分，整個行業鏈條正在被不斷拓展。」劉曉霞表示，目前中國養寵率不足20%，相比歐美仍有著巨大發展空間，因此未來無論在養寵率還是行業精細化、多樣性上，都有着巨大的想像空間。

●香港文匯報記者 孔雯瓊