

“一起喵喵喵喵” 吸猫遛狗风行 互联网催热“宠物经济”

“我们一起学猫叫，一起喵喵喵喵喵……”伴随着“洗耳”的歌声，各大社交平台上的宠物视频是互联网上最受欢迎的内容之一。由互联网带动的萌宠风潮席卷而来，受到年轻网民的追捧。与此同时，宠物流量也创造了巨大的商业价值，由宠物消费带来的“宠物经济”、“它经济”，成为新消费时代的特征之一。

吸引线上线下载人群

“90后”白领小霏平时工作繁忙，但无论多晚睡觉，睡前都会花上半个小时看一看微博、抖音等平台上的宠物照片和短视频。

“看宠物视频很快乐，有一种被‘治愈’的感觉。”小霏说。这几年，社交媒体和短视频平台上出现了不少以宠物为主要内容的账号，收获了众多关注者。宠物的拥趸中，很多都是像小霏这样无暇照顾宠物，只能“云吸猫”“云养狗”的年轻人。

同样喜欢动物的“80后”媒体人涛涛，从3年前开始养了3只猫。2018年“双11”期间，他“屯”了不少猫粮、猫砂等宠物食品和用品，花费了2000多元，“比给自己买的东西都多”。

无论是“云养”还是“亲自养”，中国人对宠物的喜爱越来越深。有数据显示，中国宠物数量从2010年的9601万只增加到了2017年的1.68亿只，宠物家庭占比达到17%。此外，喜爱猫咪的“吸猫”人群达5000万人，消费者规模近3000万人。

宠物何以广泛“俘获”线上和线下的人群？专家表示，收入水平的提高为宠物经济及宠物消费的快速发展奠定了基础。与此同时，日益增长



在WCF（世界联合猫会）国际赛制猫咪比赛中，百余只猫咪齐聚萌宠比赛现场。

的单身人群和老龄化程度也间接推动了“它经济”的发展，通过养猫狗等宠物以寄托情感，正成为新的消费和生活习惯，宠物对于主人的意义也从“附属品”向“陪伴者”转化。

创造千亿市场规模

围绕着养宠热，一系列生产、销售和服务等商业活动撑起了超过千亿元的市场规模。有数据显示，2018年我国宠物消费市场规模达到1708亿元，比2017年增长27%。到2020年，这一数字有望达到2000亿元。《2018年中国宠物行业白皮书》显示，猫狗饲养者的人均单只宠物年消费金额达5016

元，平均每月超过400元。

宠物消费的增长推动了互联网宠物行业的发展。《2018年中国宠物行业白皮书》显示，养狗及养猫人群消费均以商品消费为主，大多集中在宠物食品、宠物医疗、宠物用品和其他消费（宠物美容、宠物寄养）等方面。

数据显示，2018年“双12”全天，宠物行业产生近400万笔订单。宠物经济不再是单一的货架型饲养模式，而是成为强个性化消费需求的宠物生态。近年来许多宠物用品电商平台如雨后春笋般出现。线下的宠物美容、宠物医疗等行业同样实现了较快增长，宠物经济渐成线上线下相

结合的消费增长点。

尽管前景看好，但宠物行业的发展仍面临不少问题。有业内人士指出，与发达国家相比，中国宠物行业仍处于发展初期，宠物家庭比例和人均宠物数量仍有较大差距。此外，无论是上游还是下游产业，尤其是在宠物医疗、美容等领域，服务缺乏专业规范、水平良莠不齐、乱收费用等情况普遍存在，亟须加强监管，建立相关标准。

开拓行业新模式

随着互联网的快速发展，宠物经济也衍生了更多新的突破口，商业模式更加丰富和多元化。

近年来，基于宠物形象的衍生创作与创意层出不穷，受到了年轻消费群体的喜爱。从宠物表情包到影视、动漫、图书和游戏等衍生产品，呈现持续增长趋势。

宠物保险也是新兴的服务行业热点。从医疗险到责任险，随着宠物市场成熟、消费者保险意识的提升，宠物保险行业有不小的增长潜力。

宠物与餐饮行业的结合也是宠物经济的热点之一。猫咪咖啡馆、宠物餐厅等融合了宠物主题的餐饮业态，近年来成为各大城市的标配，是很多年轻游客“打卡”的必去之地。

此外，宠物产品及服务的丰富开拓了不少新“脑洞”，智能宠物用品、宠物摄影、宠物潮牌、宠物家具定制等新产品拓展了宠物经济模式，也代表了宠物经济从原本的“陪伴+互动”模式，变成更丰富的一站式简单养育模式。

《人民日报海外版》2月11日报道

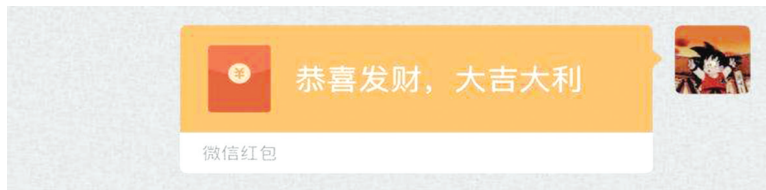
除夕到初五

8.23亿人次收发微信红包

2月10日，微信官方发布2019年春节数据报告。数据显示，从除夕到初五，微信消息发送量同比增长64.2%，8.23亿人次收发微信红包，微信运动全体用户走出9.63亿步。有趣的是，随着候鸟人群返乡，春节期间在非常驻地的微信支付消费共产生了12.4亿笔。

收发红包总量排名 北京广州重庆居前三

除夕到初五期间，在微信中发生的消息发送量较去年同期增长64.2%；8.23亿人次收发微信红包，同比增长7.12%。除夕这一天，用户们在微信上的活动最频繁，单日消息和朋友圈信息量达到顶峰。其中，90后正在成长为移动互联网世



资料图片

界的主宰，实现了发出最多条微信消息、最多条朋友圈、最多个表情包，以及收发最多次微信红包的“四个最”。

除夕到初五的红包收发总量排名中，北京、广州、重庆成为TOP3。其中，收发量最大的北京被誉为“年度红包城市”，同时因红包发送和收取量均为最大，成为

被人羡慕的“最懂得爱与被爱滋味”的城市。

正月初一宅男宅女多 80后90后占比超六成

春节假期被许多人视为进行社交、运动和充电的黄金时段。

除夕到初五，微信运动全体用

户共走出了9.63亿步，同比增长50%。按照平均每步0.5米计算，微信运动全体用户已经“走完”地球一圈，其中，1.3亿人走出超过10000步的成绩。大年初一的国民运动量形成两极分化，这一天步数超过10000步的人最多；但同时，微信运动不足100步的人数也最多，其中80后与90后整体占比60.7%，超越了国庆时的56%，这一次“百步青年”们宅得更加彻底。

许多人选择用微信读书或小游戏度过这段休闲时光。除夕至初五，微信读书全体用户共阅读1510万小时，其中90后阅读时长最长。电影《流浪地球》热映带动了阅读原著的热潮，微信读书数据显示《流浪地球》成为春节最受欢迎书目。《钱江晚报》2月11日报道