

“携宠出行”解锁消费新场景

本报记者 安欣欣

近年来,“宠物经济”持续升温,带着自家“毛孩子”出游正在成为一种新的休闲方式,而随着年轻消费群体成为宠物消费市场的主力军,多样化的宠物消费场景不断上新。《2025年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示,2024年以来,中国宠物市场呈现稳中向好的发展态势,城镇犬猫消费市场规模突破3000亿元,城镇宠物犬猫数量超过1.2亿只,宠物主年均消费金额小幅上升。随着宠物行业逐渐成熟,宠物消费类型不断细分且迅速发展。

“携宠出游”成时尚

情侣结伴、好友同行、以家庭为单位的旅行是人们司空见惯的出游组合,而以宠物为“搭子”的出行方式正掀起一股新的都市生活潮流。郑州市民王女士的日常颇具代表性:“天气好的时候我经常下楼遛狗,周末短途出游也会带上狗狗一起,今年五一假期计划带着它跨省旅行,我已经开始做攻略了,正准备给它置办些户外用品。”春光明媚的时节,王女士常携“毛孩子”穿梭于城市公园及近郊景区。

业内人士指出,携宠出游兴起的实质是情感消费的延伸,从宠物到“驴友”,“毛孩子”不再是单纯的陪伴者,而是扮演起深度融入宠物主情感世界、社交圈层的角色,“宠物经济”正扩展为“泛宠物经济”,包括

携带宠物外出消费、外出旅行等。淘宝天猫宠物行业近期发布的趋势热点显示, CityWalk、山野露营、户外徒步、城市骑行、短途自驾、社交派对、户外遛猫等将成为2025年热门的宠物出行场景。

消费市场数据印证着这一趋势。相关数据显示,过去一年,天猫平台上新入驻的宠物用品品牌同比增长近100%,其中不乏知名消费品品牌尝试跨界到宠物行业。在电商平台上,宠物防晒衣、宠物帐篷、宠物登山鞋等宠物户外产品层出不穷。

宠物用品市场不断升级

近年来,随着养宠人数的增多及宠物经济的发展,人们的养宠方式呈现出多样化趋势,宠物主人不仅关注宠物的基本生活需求,也追求更科学、更精致的养宠方式。宠物洁齿水、猫抓板、宠物鱼油、宠物洁耳液等用品常被列入宠物主的必买清单中,不少商超抢抓这一市场机遇,开设宠物用品专区。

3月10日下午,有着两年养猫经验的刘芊芊和好友在沃尔玛(郑州中原万达广场店)“萌宠生活馆”区域为家中的“毛孩子”选购宠物零食。当好友调侃道刘芊芊家中的宠物食品已经堆积如山,刘芊芊说:“爱是常觉亏欠,在外逛街看到宠物类的食品和用品就想给小猫买点带回家,小猫在

很大程度上给予了我精神抚慰,每天下班回家看到小猫在家门口迎接,疲惫感瞬间消散。”

记者在沃尔玛(郑州中原万达广场店)“萌宠生活馆”区域的货架上看到,此处从基础粮到牵引绳、宠物玩具、宠物清洁用品应有尽有,还设置了养宠知识科普区,展现着当下养宠的科学化趋势。

为何养宠物能成为一种全新风尚并带来巨大消费潜力?根据《2025年中国宠物行业白皮书(消费报告)》,年轻宠主占比持续攀升,“90后”宠主占比为41.2%，“00后”宠主占比为25.6%,年轻人已经成为养宠主力军。河南省商业经济学会副秘书长、郑州工程技术学院副教授胡钰表示,消费群体的变化让宠物消费成为“吸金点”。“过去,以宠物作为陪伴的人群多为老年群体,如今,‘90后’‘00后’成为宠物消费市场的主力军,年轻消费群体更愿意为提升自己的生活品质和情绪价值而付费买单,他们推动宠物消费从生存型转向品质型,创造出了市场增量。”

“宠物+社交”消费场景受青睐

宠物消费市场的扩大不仅体现在宠物的吃穿用度方面,越来越多的宠物消费场景如雨后春笋般涌现,“吸猫”“撸狗”成为不少年轻人释放压力的方式之一,“它经

济”的出现让猫咖、狗咖等宠物主题门店的热度不断攀升。

新田360广场郑州国贸店的“喵庄园”内,一只只憨态可掬的宠物猫或与顾客嬉戏玩耍,或在沙发上慵懒打盹;狗狗们更是热情似火,摇尾迎客;萌态十足的羊驼成为全场焦点,一根胡萝卜便能使它化身顾客的小跟班。“95后”吴帅是这家宠物主题门店的店主,同时也是“喵庄园”品牌创始人之一,大学毕业后,他和几个喜爱小动物的同学共同创立了此品牌,并在郑州、南京、武汉、长沙等地共开设了20余家门店。

“我们店的客户群体主要为5至50岁的女性,在这其中儿童和大学生居多,会有很多喜欢小动物但因自身情况无法养宠的爱宠人士选择付费和小动物进行亲密互动。”吴帅介绍,店内有萨摩耶、哈士奇、柴犬等品种的20只宠物狗,还有40只猫咪以及兔子、小香猪等品类的宠物,每周周末是店内小动物们的“营业”高峰期,这种“宠物+社交”的消费场景深受女性消费群体喜爱。

在胡钰看来,“宠物经济”仍有着巨大的发展潜力,消费升级、养宠观念的改变、科技进步等多重因素将推动行业向个性化、智能化发展,未来可能出现更多与宠物相关的新兴业态。

税收数据显示我国经济持续回升向好

新华社北京3月11日电(记者 王雨萧)记者11日从国家税务总局获悉,增值税发票数据显示,2024年10月至2025年2月,全国企业销售收入增速较2024年三季度提高1.1个百分点,经济回升向好态势不断显现。

2024年9月底以来,一揽子增量政策持续发力,叠加前期已出台的存量政策落地见效,有效提振了市场信心,增强了经济发展动力。

数据显示,制造业稳定增长,装备制造支撑作用较强。2024年10月至2025年2月,制造业销售收入同比增长3.6%。其中,装备制造业销售收入同比增长8.7%。

同期,高技术产业销售收入同比增长10.6%,其中,高技术服务业、高技术制造业销售收入同比分别增长11.7%和9%;数字经济核心产业销售收入同比增长5.6%。

此外,全国企业采购机械设备金额同比增长7.1%;电视机等家用视听设备零售、冰箱等日用家电零售同比分别增长23.3%和56.1%,与家装相关的家具零售、卫生洁具零售同比分别增长28.5%和17.4%。

数据还显示,生态环保服务增长较快,清洁能源产业发展迅速。2024年10月至2025年2月,新能源、节能、环保等绿色技术推广服务销售收入同比分别增长29.3%、26.8%和12.1%,太阳能、生物质能、风力发电等清洁能源产业销售收入同比分别增长26.7%、10.9%和6.1%。

我国汽车行业开局良好

前两个月产销量均实现两位数增长

新华社北京3月11日电(记者 张晓洁 高亢)记者11日从中国汽车工业协会获悉,1至2月,我国汽车行业开局运行良好,汽车产销量分别达455.3万辆和455.2万辆,同比分别增长16.2%和13.1%。

中汽协会副秘书长陈士华介绍,春节后,企业生产经营活动加快,新品发布和促销活动竞相开展,市场活力明显提升。2月,我国汽车产销量分别达210.3万辆和212.9万辆,同比分别增长39.6%和34.4%。

数据显示,我国新能源汽车产销量延续快速增长态势。1至2月,新能源汽车产销量分别达190.3万辆和183.5万辆,同比均增长52%。出口方面,1至2月,我国出口汽车91.1万辆,同比增长10.9%,其中出口新能源汽车28.2万辆,同比增长54.5%。

工业和信息化部发文

提升卫星网络国内协调效率

新华社北京3月11日电(记者 张晓洁 张辛欣)记者11日获悉,工业和信息化部近日印发《卫星网络国内协调管理办法(暂行)》,进一步优化卫星网络国内协调程序,提升国内协调效率。

《办法》明确了国内协调基本原则,就国内协调地位判定标准、各单位职责分工、干扰处置和监督措施等方面进行了规定,同时规范了国内协调程序,明确了建立国内协调关系的条件和流程,国内协调需求征集、汇总和公示,以及协调反馈等环节的时限要求。

与此同时,《办法》优化了国内协调机制,强化了国家无线电办公室统筹协调作用,提出了无需建立国内协调关系的情形,减少国内协调对象范围,引入五种完成国内协调的形式,降低国内协调复杂度。

记者了解到,《办法》自2025年5月1日起施行。下一步,工业和信息化部将加强《办法》宣传和解读、制定配套制度,确保《办法》各项措施落到实处,进一步激发航天企业活力,推动航天产业高质量发展。



油菜花开春意浓

3月11日在云南省罗平县马街镇草岗村拍摄的油菜花海(无人机照片)。近期,云南省曲靖市罗平县近百万亩油菜花相继绽放,花海与山峦、村寨勾勒出一幅田园春景图,吸引国内外游客纷至沓来,感受春天的气息。 新华社发(彭奕凯 摄)



大自然该有的样子

把保护环境
写进我们的DNA