

# 想赚年轻人的钱 得先讨好他们的猫

越来越多的快餐品牌盯上了萌宠。  
近日,中式汉堡品牌塔斯汀推出宠物周边“塔塔御猫房”,消费者在外卖平台上下单即有机会领取塔斯汀猫窝。  
今年以来,已有多家快餐品牌将营销方向拓展至宠物市场,通过开发与宠物周边绑定的相关套餐为品牌引流。

## 快餐品牌们掌握了新的“流量密码”

“买猫窝送汉堡”?  
吃份快餐,就可以给家里的“毛孩子”们拿回个新窝,动心不?

近日,塔斯汀、麦当劳、必胜客等多个快餐品牌推出了宠物用品,如猫窝、宠物玩具等,在社交平台掀起了晒花式猫窝的风潮。

“无法抗拒猫咪相关的周边!”  
“是谁会为了猫窝买99元双人餐啊?是我……”“快餐不是很想吃,但周边一定要拿下!”有网友称,自己平时很少吃快餐,但热衷于收集宠物周边,所以毫不犹豫地下单了。

值得注意的是,快餐品牌的宠物周边,通常不会单独售卖,而是以套餐形式销售。

比如塔斯汀的“塔塔御猫房”,其获取方式分为两种,一是消费者通过购买售价99元的“猫在一起多人餐”后,扫码兑换猫窝;二是购买任意产品后通过抽奖方式获取。

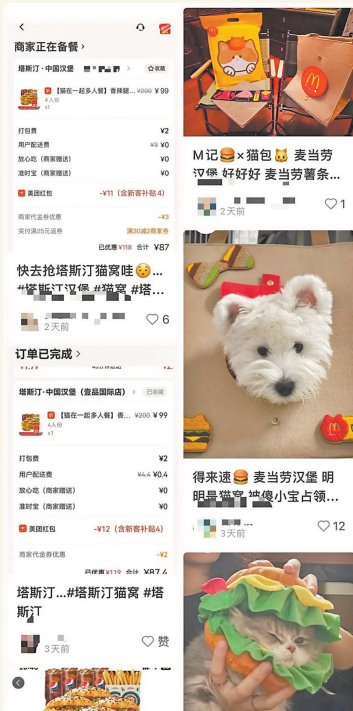
塔斯汀品牌隶属于福州塔斯汀

餐饮管理有限公司,创办于2012年。官网显示,截至2023年10月,塔斯汀全国签约门店数达4000多家。

今年6月,肯德基也曾上新联名限量萌宠玩具,可通过购买39.9元和89.9元的套餐获得宠物玩具。7月,必胜客推出“萌宠搭子三件套”,购买89元、169元的两种套餐可以获得宠物冰垫、隧道床等用品。11月,麦当劳上新可以背的“袋袋猫窝”,消费者下单99.9元的“喵喵双人餐”即可获得“袋袋猫窝”一份。

虽然吃快餐得宠物用品的玩法受到关注,但也遭到不少消费者吐槽。在社交平台上,有消费者称,麦当劳“喵喵双人餐”除宠物用品外,食物只包含两个汉堡、两杯可乐和5块麦乐鸡,性价比偏低,感觉成了“买猫窝送汉堡”,且毛毡袋子的成本可看出并不高。

也有一些网友吐槽塔斯汀活动规则不明,包括点了套餐却收不到猫窝卡、下单后不能抽奖等。



买汉堡送宠物用品

## 跨界卖宠物用品要确保产品质量

广东省食品安全保障促进会副会长、食品产业分析师朱丹蓬向中新经纬表示,中国宠物市场正步入高速增长、高速扩容的节点,越来越多的年轻消费者开始养宠物,而快餐品牌的重度消费人群便是年轻人,这些品牌将套餐联合宠物周边推出,匹配了重度消费者的消费需求。

盘古智库高级研究员江瀚也对中新经纬提到,推出宠物周边,有助于快餐品牌吸引更多的受众,尤其是那些热爱宠物的消费者,从而增加品牌的曝光度和销售额。

快餐品牌推出宠物周边的确吸引了不少流量。有网友在社交平台上留言称,“为了抽到猫窝,吃了三次汉堡”。还有网友评论称,“商家出猫窝,就是让你们为了猫主子疯狂啃汉堡”。

不止快餐品牌,今年8月,特斯拉也推出了一款名为Cybertruck的半敞开放式猫窝,售价89元,在官

方旗舰店上,这款猫窝已售出超1000件。

奢侈品牌近年也对宠物情有独钟。2022年6月,GUCCI(古驰)推出了奢华宠物生活方式系列,产品包括服装、拴绳、项圈、餐具和随身携带的宠物旅行包等。此前,LV、迪奥、普拉达、芬迪等均曾推出宠物外套、宠物包、牵引绳等用品。例如,LV的一款涂层帆布宠物包标价2.8万元,迪奥的宠物拉绳标价8100元,为尼龙提花面料。

为什么品牌们如此费尽心思地讨好宠物?“铲屎官”们带火的宠物经济不容小觑。

今年“双11”期间,宠物的相关消费增长迅猛。例如,天猫平台上猫烘干箱销售额增长近四倍,猫草和猫卵磷脂销售额增长均超过一倍;京东超市“双11”期间烘焙主粮成交额同比增长265%。

艾媒咨询发布的《2023—2024年中国宠物行业运行状况及消费市场监管报告》显示,2022年中国

宠物经济产业规模达4936亿元,养宠家庭户数渗透率逐年上升,2023年为22%,预计2025年中国宠物经济产业规模有望达到8114亿元,其中宠物用品为484亿元。

针对有消费者反映部分跨界宠物用品性价比不高的情况,江瀚认为主要原因在于消费者对宠物用品的需求和期待与市场供给存在一定的偏差。市场上的一些品牌可能更注重产品的外观设计和营销手段,与此同时宠物用品的门槛确实相对较低,导致产品本身的价值与价格不匹配。

“品牌跨界销售宠物用品,首先要确保产品的质量和实用性,不能只是为了营销而营销;其次,要充分了解目标消费者的需求和偏好,避免产品与市场需求脱节;最后,要在产品设计和营销手段上下功夫,打造出具有品牌特色和差异化的宠物用品,以吸引更多的消费者。”江瀚建议。

(中新社 闫淑鑫 赵佳然)

## 国家网信办就网络安全事件报告管理办法公开征求意见

新华社电 为了规范网络安全事件的报告,减少网络安全事件造成的损失和危害,维护国家网络安全,国家互联网信息办公室8日就《网络安全事件报告管理办法(征求意见稿)》公开征求意见。征求意见稿提出,鼓励社会组织和个人向网信部门报告较大、重大或特别重大网络安全事件。

征求意见稿指出,网络安全事件是指由于人为原因、软硬件缺陷或故障、自然灾害等,对网络和信息系统或其中的数据造成危害,对社会造成负面影响的事件。在发生网络安全事件时,运营者应当及时启动应急预案进行处置。按照《网络安全事件分级指南》,属于较大、重大或特别重大网络安全事件的,应当于1小时内进行报告。

根据征求意见稿,运营者未按照规定报告网络安全事件的,网信部门按照有关法律、行政法规的规定进行处罚。因运营者迟报、漏报、谎报或者瞒报网络安全事件,造成重大危害后果的,对运营者及有关责任人依法从重处罚。

## 疑似西安一警务人员因追星“人肉”网友多方回应

12月7日23点36分,西安市公安局阎良分局官方微博发布微博称:

12月7日,网传我局工作人员私信某网民声称要查询其个人信息。针对此情况,我局督察部门已开展调查,非法获取公民个人信息是违法犯罪行为,如有发现将依法依规严肃处理。感谢群众对公安工作的监督。

12月7日晚,一网民发文称,一名疑似西安阎良公安系统内的警务人员通过微博私信威胁自己,并声称可以查到自己的个人信息。根据该网民发布的私信截图,一位ID“别感动999”的网民通过私信威胁他人。而根据该网民提供的其他截图显示,涉嫌“人肉”的人疑似西安市公安局阎良分局的一名警务人员。在被网民质疑其涉嫌利用公职身份“人肉”网民后,该疑似警务人员还通过私信予以否认并道歉。事件曝光后引起极大关注。有消息指出,该名疑似西安阎良公安系统内的警务人员是演员于适的粉丝。

12月8日,于适工作室发布倡议书,呼吁粉丝文明上网,平和交流,坚决抵制网络暴力和侵犯他人隐私的行为。  
(《中国青年报》)