

泉州人的“养宠经”

在泉州,宠物正被越来越多的市民视为家庭中不可或缺的成员。记者走访市场发现,宠物美容、医疗、洗护、服饰用品等业态日渐丰富,异宠饲养悄然流行,各类宠物主题休闲场所备受年轻人青睐。养宠观念的转变与情感陪伴的需求等因素,正带动宠物消费持续走热。从“养宠”到“宠”宠,泉州人的消费账单里,“毛孩子”所占的份额越来越大。

□融媒体记者 李菁 庄丽祥 文/图(除署名外)



NGKC第528届宠物护理与美容职业技能等级大赛在晋江举办 (来源:NGKC)

1 养宠升级 从基础喂养到精致宠爱

《2026年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示,2025年中国城镇宠物(犬猫)消费市场规模达3126亿元,较2024年增长4.1%。其中,犬消费市场规模为1606亿元,猫消费市场规模为1520亿元。

在泉州,宠物消费正从基础喂养向精致化升级。家住洛江区的林先生养了两只宠物犬,一只雪纳瑞,一只比熊。每两个月带它们到宠物生活馆做一次全套洗护加精修造型,两只狗共需360元。对于林先生而言,这两只宠物犬是不折不扣的家庭成员,他在它们身上的投入也毫不吝啬。“主食选的是低敏高端犬粮,零食、磨牙棒每周都要补充,还要做体内外驱虫和基本的体检等,一年下来的花费超过一万元。有时候,家里人还会给狗狗买衣服和小饰品。”

家中养猫的市民庄先生则花了2000多元,在家里添置了一个“猫别墅”。平日里,他自己做猫饭,每顿搭配虾、鸡胸肉、蔬菜等食材,并辅以各种进口的猫咪保健品。最近,他想要一个2000多元的运动相机挂在猫咪脖子上,拍摄“猫咪视角Vlog”。“我想看看自己出门的时候,猫咪在家都做了些什么。”

数据显示,单只犬年均消费3006元,单只猫年均消费2085元,均创历史新高,市场呈现出“数量减速、消费加速”的鲜明特征。记者走访多家宠物店发现,店内不仅有各类宠物主食、零食,还有宠物玩具、服饰专区,小到蝴蝶结、围脖,大到时尚鞋服、节日礼服,款式多样,价格从几十元到几百元不等。智能喂养方面,自动喂食器、自动猫砂盆、循环喂水器、宠物烘干机等智能设备成为年轻养宠人的普遍选择,具备自动清洁、数据监测功能的智能设备正成为年轻人的首选,甚至有市民为宠物购买具备实时定位功能的“电子手表”。

除了“刚性支出”,训练、写真、定制化饮食、宠物保险等项目也被列入计划。京东消费及产业发展研究院的调研显示,拟人化行为已融入养宠日常,65%以上的养宠人曾为宠物搭配食谱,近四成养宠人在节假日规划带宠出行,26%的养宠人曾为宠物拍写真、搭配节日服饰。

此外,宠物用品的消费群体已不局限于养宠家庭,不少爱心人士会专门购买用品投喂流浪动物。家住丰泽区的“晓玲”(化名)告诉记者,尽管家里没有养宠的条件,但她每个月都会购买猫粮,投喂小区和公司楼下的流浪猫。“还有爱心人士会给流浪猫购买猫窝和驱虫药。”她说。

除了猫、狗,异宠也逐渐走进泉州人的生活。蜥蜴、守宫、昆虫、玉米蛇、蜜袋鼯等因体型小、易饲养,成为独居年轻人和上班族的新宠。“异宠饲养起来不会占用太多时间,平时打理它、观察它的生活习性,也能缓解工作压力。”饲养守宫的市民王先生说。

同时,泉州的宠物体验业态也迎来显著增长。“我现在的条件还不允许养宠物,不过每周都会去一次猫咖,30元左右能待一个下午,就当是自己的疗愈时间。”刚参加工作不久的市民小洪表示。记者走访发现,泉州目前的“猫咖”“狗咖”多数采用“饮品+撸宠”的模式,人均消费大多在三四十元,节假日期间常“爆满”。此外,泉州还出现了“鸟咖”,不仅吸引养鸟爱好者,也成了许多年轻人周末放松、拍照打卡的热门去处。



调查显示,85.5%的养宠人表示养宠是为了“获得情绪价值”。



撸猫解压成为不少市民节假日的休闲方式

2 情感价值 养宠背后的“悦己消费”

宠物经济升温的背后,很大程度上源于人们的“情感刚需”。

家庭养宠,是宠物经济持续火热的重要原因之一。数据显示,在养宠人群中,“有孩家庭”的占比逐年攀升,宠物被视为孩子的情感玩伴,直接催生了庞大的“陪伴型消费”。“饲养宠物能让孩子在与生命的互动中探索自然、认知成长,更能培养爱心与责任感。在照料宠物的过程中,孩子从‘被照顾者’变成了‘责任担当者’,懂得了付出与担当。比如,孩子每天观察蚕宝宝从孵化、蜕皮到吐丝结茧的全过程,记录它们每一阶段的变化,这种亲眼所见生命历程比课本来得更真实、更深刻。”家住晋江的林女士认为,养宠是学校教育之外重要的一堂成长课。

“悦己消费”的兴起,也让宠物经济变得火热,带动宠物消费从基础喂养向精细化、品质化加速升级。“十几年前,大家买狗粮

最多看看品牌;现在,客人们会和我讨论‘粗蛋白含量’‘益生菌配比’,养宠物要配齐专属零食、保健品、洗护美容,甚至节日礼物。”鲤城区一家宠物店的工作人员林先生表示,近年来高端宠粮、智能用品、宠物医疗、宠物保险等需求持续上涨。同时,社交平台上“晒宠物”成为潮流,也带动了宠物穿搭、写真、旅行等消费,成为年轻人拓展社交的新方式。

更多的市民则是为了“情绪价值”。《2025宠物行业消费趋势报告》显示,85.5%的养宠人表示养宠是为了“获得情绪价值、缓解孤独和焦虑”。《2026年一季度中国消费者消费意愿调查报告》也指出,18%的消费者明确存在“宠物陪伴与情感寄托”的消费需求。心理咨询师蔡晓认为,这背后有着深层心理动因。“当下很多人面临高强度的工作和快节奏的生活,每天要处理各种复杂的人际关系、应付社交压力,内心积累了大量的紧张和疲惫。相比之下,宠物提供了一个‘无压情感树洞’。”蔡晓说,宠物提供的是一种“无条件的接纳”,这种接纳正是许多人在现实社会关系中难以获得的。不过,蔡晓也提醒,养宠也需保持理性的情感边界。“我们可以把爱、关怀和照料的天性投射在宠物身上,以此来安抚焦虑,但切忌过度依赖和退行,将宠物视为逃避现实问题的精神寄托。应该做到觉知陪伴,理性安放内在情感。”



宠物时尚秀引发关注(本社资料库/图)



宠物经济正成为推动城市消费的新增长点

3 宠物经济 泉州企业布局新赛道

宠物消费热潮袭来,泉州凭借敏锐的产业嗅觉,正加速布局这片广阔的蓝海。

过去一年间,泉州密集举办了各类宠物主题活动。在鲤城,“润物市集”联合本土宠物品牌“磨牙时刻”在西街肃清门广场举办了“刺桐宠·毛孩纳福”主题活动;在丰泽,领SHOW天地也举办了“宠物友好节”、萌宠“碰头会”,通过市集、派对吸引了大量年轻群体。

活跃的消费市场背后,是泉州传统食品、制造企业的跨界深耕。打开淘宝搜索宠物食品,产地标注“泉州”的产品正被越来越多消费者放入购物车。在Pettell鲜食厨房天猫旗舰店,一款高蛋白低碳水的犬用主食鲜食评论区里,消费者“嘉嘉”写下评价:“我家狗狗心脏不好,还挑食,这款它蛮喜欢吃的……”

该店铺由福建森沛宠物食品有限公司运营,这也是泉州传统食品企业切入宠物赛道的一个生动缩影。据悉,森沛宠物食品的母公司福建乐隆食品,早在2020年就建起了宠物食品生产车间,引进专业生产设备承接品牌代工订单。此后,企业敏锐察觉到宠物鲜食赛道的潜力,联合品牌方及贸易商共同创立自有品牌,将人食级采购标准引入宠物食品,并联合省农科院研发处方食品,成为传统企业转型的典型案列。

泉州跨行业涌入宠物赛道的企业远不止一家。台商投资区的梦丽雅纸业公司2021年起便开始生产宠物纸尿裤,产品远销东南亚,月销售额已突破千万元。晋江联合纸业自去年8月推出宠物纸尿裤后,产能一直处于供不应求的状态。泉州鑫林生物科技则推出了30多款宠物洗护产品,覆盖高、中、低端市场。

时尚产业也早已入局。早在去年的泉州时尚周上,就专门举办了宠物时尚发布秀。

作为时尚周的重磅环节,活动汇聚了超15家国内外先锋宠物时尚品牌,展出100多款融合环保面料与智能穿戴的宠物时装,30余组宠物模特携手主人登上T台,将闽南文化元素与宠物潮流完美融合。在2025第八届全球跨境电商节上,主打宠物项圈、牵引绳、胸背、庭院地桩固定牵引等产品的泉州市逸宠宠物用品亮相,吸引了来自多个国家的客户,“泉州造”宠物用品在国际市场上正崭露头角。

随着产业升温,泉州在宠物经济赛道上的表现正变得越来越专业。在晋江,青阳街道清华社区已自发聚集了三四十家商户,形成集活体销售、食品用品、洗护寄养、医疗保健及殡葬服务于一体的宠物经济街区。安海镇则通过专题讲座,推动传统食品、皮革制造向宠物经济赛道延伸。此外,行业赛事与展会也相继落地泉州,由中国畜牧业协会犬业分会认证的“NGKC宠物护理与美容职业技能等级大赛”在晋江举办,比赛由国际审查员执裁,吸引了全国各地顶尖的宠物美容师同台竞技,不仅为本土从业者搭建了交流学习的平台,也有效推动了泉州宠物产业向高品质、规范化发展。

时尚产业也早已入局。早在去年的泉州时尚周上,就专门举办了宠物时尚发布秀。

团购	评价	更多推荐
全部 撸宠		
	<p>【撸宠】【萌宠互动】撸兔体验</p> <p>单人 0.66小时</p> <p>¥69 8.8折 ¥79</p> <p>已售23</p> <p>抢购</p>	
	<p>【撸宠】【萌宠互动】撸蛇体验</p> <p>单人 0.16小时</p> <p>¥59 8.8折 ¥69</p> <p>已售4</p> <p>抢购</p>	
	<p>【撸宠】【萌宠互动】撸龙猫体验</p> <p>单人 0.16小时</p> <p>¥59 8.8折 ¥69</p> <p>已售2</p> <p>抢购</p>	
	<p>【撸宠】【萌宠互动】大通票(撸兔除外)</p>	



市民在家中打造“猫别墅”



不少养宠家庭购入自动喂食器(CFP/图)



宠物纸尿裤生产线(本社资料库/图)

4 消费提醒 莫让“毛孩子”变成烦恼

随着宠物消费市场的蓬勃发展,相关的消费纠纷也呈上升态势。福建省消委会数据显示,在福建宠物消费相关投诉中,宠物活体交易纠纷占比高达56.7%,服务质量、预付消费、商品安全等也成了投诉重灾区。

福建省消委会提醒,消费者应警惕“星期宠”等健康隐患。此前,一名消费者花15000元购买宠物猫,不到三个月猫咪便因先天性心脏病死亡,由于商家无法提供宠物来源证明,消费者最终只能通过投诉维权。泉州也有消费者网购宠物犬,到货次日犬只便不吃不喝,六天后死亡,丰泽法院一审认定该商家存在欺诈行为,判令“退一赔三”。

消费者购买宠物时,应尽量选择证照齐全、有固定经营场所的正规宠物店或繁殖机构,务必签订规范合同,明确宠物品种、年龄、健康状况及售后保障期限,并详细约定在“货不对板”“隐瞒健康问题”等情形下的退换货条款,切勿轻信任何口头承诺。同时,应要求商家现场提供检疫证明和疫苗接种记录,付款后妥善保留合同、收据及聊天记录等凭证。

从购买渠道看,网络购宠已成为重要方式。根据《邮政法实施细则》《动物防疫法》等规定,活体动物寄递需附带检疫证明,且不得通过普通快递邮寄。消费者若需跨地域运输活体宠物,应选择合法的专业托运渠道,核实承运企业资质,留存交易凭证和检疫证明,优先考虑动物福利与公共安全。

服务与预付消费陷阱同样值得警惕。在宠物美容、医疗等场景中,责任认定模糊、额外收费等现象较为突出。此前,有泉州消费者带猫洗澡后,猫被确诊为肠胃炎,商家虽承认系“受凉”所致却拒绝赔偿;另有消费者购买了1988元的绝育套餐,术后却被要求补交差价至5000元。此外,宠物店预付卡“跑路”情况也时有发生。消委会建议,办理预付卡切忌大额充值,并留意店铺转让时的权益条款,避免因店铺转让导致服务中断。每次消费后,应主动索要明细票据,留存维权依据。

针对劣质宠物食品、不合格用品等问题,消费者同样需要提高警惕。应坚决拒绝购买无中文标识、无生产厂家、无质检报告的“三无”产品。优先通过正规渠道选购品牌信誉较好的宠物食品和用品,购买时注意查看成分表与保质期等关键信息。如发现产品存在质量问题,应及时向市场监管部门或拨打12315投诉举报。

福建省消委会提醒,消费者在涉及宠物消费时,务必保存好合同、票据、宠物诊疗记录以及和商家的各类沟通记录(包括微信、短信、平台聊天记录等)。网购宠物和宠物商品时,注意拍摄完整的开箱视频。一旦发现质量问题,需及时拍摄宠物患病或受损等情况的照片和视频,以此固定带有时间信息的佐证材料,为后续可能发生的维权提供扎实依据。