

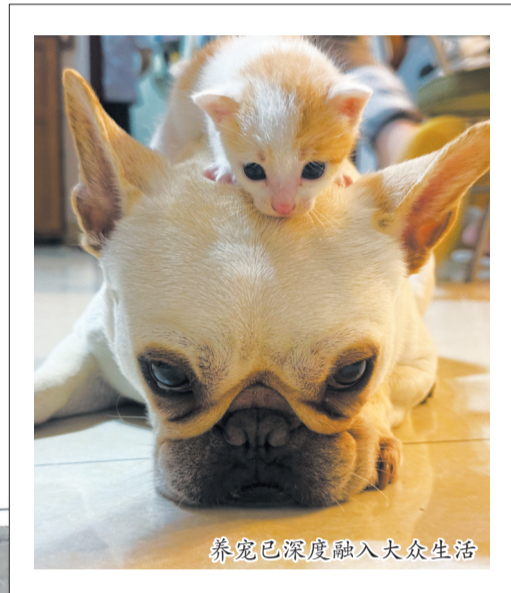
泉州生活周刊

宗元中国 海丝泉州

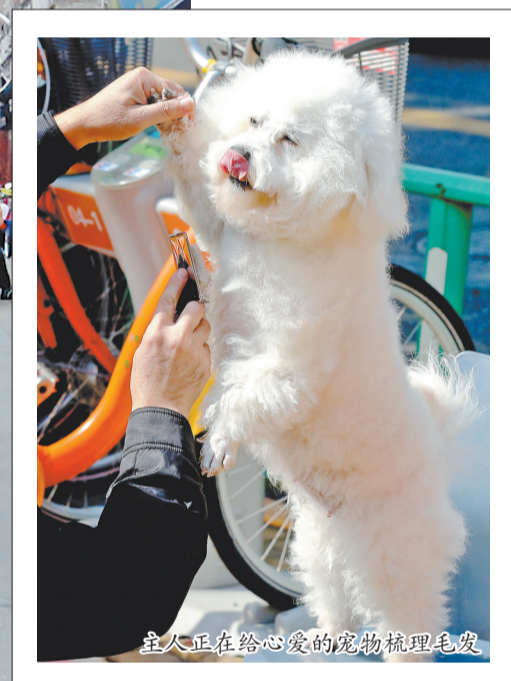
19版 番客楼里的侨心/
屿头四排楼:再现风雨同担的“兄弟情怀”
20版 温陵志/
峰尾海丝馆:发掘碧涛中的“海商族谱”

21版 创意/泉州文创迎来“黑科技” 22版 养生/献给妈妈的“健康礼物” 23版 食疗/调理脏腑 吃出“易瘦体质” 24版 茶道/稳量提质 安溪铁观音春茶上市

“宠”爱进行时 “它经济”火热



养宠已深度融入大众生活



主人正在给心爱的宠物梳理毛发

“它经济”火热的背后,是情感需求与消费观念的深层转变。图为市民带着宠物一起徒步古城。

本报讯(融媒体记者李菁 庄丽祥文/图)《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)消费市场规模已达3126亿元,同比增长4.1%,预计2028年将突破4050亿元;同期城镇犬猫饲养量达1.26亿只,养宠已深度融入大众生活。随着全国宠物经济持续扩容,泉州市场也同步升温,“它经济”正成为拉动城市消费的新增长点。

记者走访发现,泉州与宠物相关的业态随处可见。在丰泽区东海大街短短

一公里的路程内,便聚集了近10家宠物商户,业务涵盖售卖、用品、洗护美容及医疗寄养等多元服务。在晋江青阳街道的宠物经济街区,三四十家商户沿街排布,形成了完整的业态。除传统的猫狗消费外,异宠饲养热度不断攀升,芦丁鸡、蜥蜴、守宫、角蛙等小众宠物在年轻群体中圈粉无数。与此同时,“猫咖”“狗咖”遍地开花,部分店铺更引入鸚鵡、爬宠互动,催生“鸟咖”“异宠咖”等新业态。此外,宠物摄影、宠物蛋糕定制及宠物殡葬等细分服务也已在泉州相继落地。

宠物消费的热度,直观地折射在家庭账单中。数据显示,2025年单只宠物犬、猫年均消费分别达2961元和2020元,同比增长3.0%和4.9%。市民王女士告诉记者,除了狗粮、零食、疫苗等基础支出,如今宠物SPA、口腔护理及宠物保险等项目也逐渐成为常态,单次服务价格从百元至千元不等。此外,智能定位项圈、自动喂食器、宠物摄像头等智能用品,以及深受年轻人青睐的精致礼服、季节性服饰及围脖等,正成为提升宠物生活品质的新选择。

消费端的热情也传导至制造端。作为制造业大市,泉州企业凭借敏锐嗅觉,已在这片蓝海中扬帆起航。台商投资区梦丽雅纸业转型生产宠物纸尿裤,产品远销东南亚;晋江联合纸业、洛江天娇妇幼等企业相继推出尿裤、尿垫等卫生用品。泉州逸顶宠物用品则借助跨境电商渠道,将宠物项圈、牵引绳等产品远销欧洲。福建森沛宠物食品深耕鲜食赛道,依托本土食品产业优势,构建起全产业链布局。此外,宠物时尚秀、护理与美容技能大赛等专业活动的接连落地,正推

动泉州宠物经济向规范化、专业化迈进。“它经济”火热的背后,是情感需求与消费观念的深层转变。在快节奏生活中,宠物成为缓解孤独、陪伴解压的精神寄托。数据显示,超八成的养宠人将“获得情绪价值”视为养宠主因。同时,家长通过养宠培养孩子的责任感与爱心,将生命教育融入日常,进一步撬动了市场潜能。随着群体壮大与需求细分,泉州宠物经济正迈向更为广阔的增长空间。

(相关报道见第十八版)

航标

(中国晚报优秀专栏)

□本期执行:融媒体记者 谢伟端



乔瓦尼·彭格蒂(Giovanni Pungetti),国际时尚专家,在时尚行业工作超过30年,曾服务全球数十个国家的品牌与城市,此前来泉州参加活动。

应“转译”泉州世界级的产业和文化

来到泉州这座充满历史底蕴与现代活力的城市,参访世界文化遗产点九日山,对我而言,不仅是一次旅行,更是一场关于文明与时尚的对话。

我在时尚行业工作超过30年,见证过米兰、巴黎、伦敦、纽约的辉煌变迁,也服务过全球数十个国家的品牌与城市。今天,我想从全球时尚城市的底层逻辑,谈谈泉州如何从“制造强市”走向“全球时尚策源地”。

有人以为搭建秀场、举办大秀就是时尚,但这只是表象。真正的时尚,是能让产生共鸣的文化叙事。米兰之所以是米兰,不只是因为衣服做得好,而在于其把

文艺复兴的艺术、工匠精神与现代生活方式融为一体;巴黎之所以是巴黎,是因为它把浪漫、自由与优雅变成全球通用的情感语言。

那么泉州有什么?有“宋元中国的世界海洋商贸中心”的世遗身份,有海丝起点、侨批乡愁的文化基因,有千年手工传承与千亿规模产业的制造实力。这些不是“过去”,而是泉州时尚最珍贵的“故事资本”。不要只卖衣服,要卖“海丝风华、东方匠心”的生活方式。

过去20年,全球时尚界由“快时尚”和“奢侈品巨头”主导,但今天风向变了。新一代消费者不再盲目崇拜logo,而是青睐“真

实、独特、有文化根脉”的品牌。我见过很多欧洲小城,人口虽只有几十万,却孕育了全球顶级的小众品牌——它们不盲目追求规模,而是将本地文化做到极致。比如意大利佛罗伦萨的皮具、法国里昂的丝绸、西班牙巴塞罗那的高迪风设计。

泉州无需复制米兰或巴黎,而是要做“最泉州”的时尚。通过现代设计语言重新诠释埕埔簪花、惠女服饰、闽南建筑与海丝纹样,将其转化为“只有泉州能做、全球都想要”的产品。扎根本土越深,离世界就越近。

时尚不是孤立的,它是城市气质、产业实力与文化魅力的总和。泉州有世界级的

产业——纺织服装、鞋业、体育用品,有世界级的文化——世遗、海丝、非遗,当下的核心课题,在于如何将这两者“转译”为全球读得懂的时尚语言。

我建议泉州,持续把世遗点位变成时尚秀场;推动非遗匠人向时尚设计师转型;助力泉州品牌由“中国制造”蜕变为“东方文化符号”。

时尚的未来在东方,东方的起点在泉州。千年之前,泉州是“世界第一大港”,用商船连接世界;今天,泉州当以时尚与文化为纽带,再次拥抱世界。我相信,只要扎根本土、讲好故事、做好品质,泉州必将成为全球瞩目的“东方时尚之都”。