

酒店服务业“掘金”宠物经济新风口



网络资料图

□ 观点

在湖北武汉碧桂园凤凰酒店内，驯犬师在给哈士奇做脱敏训练：轻扯耳朵、触碰爪垫、模拟陌生人拥抱。这些日薪100元的“专业陪睡师”即将上岗。

如今，宠物友好的浪潮正席卷全国。当暮色为城市披上薄纱，“毛孩子”可与主人携手登上缓缓攀升的摩天轮；还可与主人一同在客舱俯瞰大地，于云端之上共览灯火璀璨的繁华盛景；更有专门的宠物高铁托运服务，载着“毛茸茸”的温暖与主人共赴远方。

据统计，2024年中国城镇宠物数量首次超过4岁以下婴幼儿，其中犬猫数量达到1.2亿只。在这庞大的宠物数量背后，酒店业试图掘金潜力巨大的宠物消费市场。据艾媒咨询《2024—2025年中国宠物行业运行状况及消费市场监测报告》预测，2025年国内宠物产业规模将达到8114亿元。

汪喵伴眠，酒店服务新宠

宠物友好早已不是新鲜词。但如今，酒店的服务深度正在刷新认知，专业“宠物陪睡师”悄然上岗。

在这些“陪睡员”正式上岗前，需要经过三轮“打工狗”面试活动：由专业驯犬师对候选犬进行严格评估，观察性格特征并检查生理状态，确保每只犬都符合上岗标准。客人订购“宠物陪睡主题房”就可享受宠物陪睡服务。该酒店总经理董先生介绍，提供服务的狗狗一部分来自酒店自养宠物，另一部分则由专业训练机构提供。

此外，在宠物经济蓬勃发展的当下，多家酒店凭借特色

宠物陪伴服务脱颖而出。位于浙江嘉善的“温泉里的猫”酒店，为客人提供30多只猫咪。它们主打沉浸式陪伴，可以根据游客需要，陪同共眠、遛弯甚至看电影。该服务一经推出就受到消费者欢迎，周末的客房早早订满。酒店负责人介绍，引进这个项目之后，入住率比前两年增长了15%到20%。而深圳WOAH CAFE民宿，则为每只宠物都建立了性格档案，其服务相关的视频单条播放量突破百万，获得了广泛关注。

这些酒店通过精准定位宠物爱好者的需求，推出极具吸引力的特色服务，在宠物友好酒店中成功破圈。

千亿市场的掘金之路

宠物陪睡等宠物友好酒店的走红并非偶然，而是宠物经济爆发式增长的必然结果。毕马威中国发布的《2025年中国宠物行业市场报告》显示，2024年中国宠物数量达到4.3亿只，预计到2029年，中国宠物数量将增至5.7亿只。

在当下快节奏的现代生活中，宠物作为天生的情感慰藉者，其角色价值不断放大，围绕宠物展开的各类服务与市场持续拓展。伴随宠物数量的快速增长，宠物经济的市场规模也同步扩大。聚焦宠物友好酒店这一细分领域，2025年7月NPR发布的全球宠物友好酒店市场报告显示，全球宠物友好酒店市场规模预计2025年达286亿美元，2032年将突破490亿美元。

结合庞大的宠物数量和快速增长的消费意愿，宠物友好酒店市场，特别是其中包含特色服务的高附加值部分，拥有巨大的发展空间。

当“允许宠物入住”成为

标配，酒店开始探索更高情感价值的服务，宠物陪睡正是这一升级的典型代表——它将“宠物在场”转化为“宠物参与体验”，成为差异化竞争的关键。

此外，一系列品牌酒店推出的宠物友好服务也从“参与体验”入手，开启差异化竞争之路。比如希尔顿集团山东区域有六家宠物友好型酒店携手推出“爪爪总动员·希尔顿宠物游好季”主题活动。华住集团旗下高端度假品牌花间堂在武汉的一家门店推出了“茸趣房”，允许宠物与主人共享私汤温泉。温州万豪酒店举办“萌宠豪友节”，宠物可参与红毯走秀、敏捷赛道、拔河比赛等互动活动。

酒店通过差异化服务增强用户黏性成为一种新趋势，全球宠物友好酒店市场报告提到，提供沉浸式宠物体验的酒店，其客户生命周期价值(LTV)平均提升25%。这一现象充分印证，该策略不仅有助于酒店拓展客户群体、提升市场占有率，更能通过增强客户黏性形成长效的客户留存机制，从而构建可持续的盈利增长模式，为酒店创造稳定且可观的经济效益。

新奇背后，要跨过哪些“坎”？

这类新奇的“陪睡服务”迅速走红社交媒体，酒店请狗狗“打工”陪睡，虽充满新意，但也引发诸多争议。

将宠物用于商业陪睡服务，引发了广泛的动物福利争议。有人认为，部分宠物在长期服务过程中，可能因频繁接触陌生人、处于陌生环境而产生应激反应，可能会出现食欲下降、精神萎靡等状况。

再者，陪睡服务受众不少是不养宠物人群，他们对“人

与宠物共居一室”的卫生风险存在诸多疑虑。宠物毛发易遗留在床品、衣物上，可能成为部分人的过敏原；宠物自身健康状况也存在隐患，体外细菌、寄生虫可能影响消费者，尤其儿童。

安全问题也很关键。宠物的行为天然具有不可预测性。即使经过专业训练，陌生的环境、客人的无意刺激仍可能引发应激反应，导致抓咬等伤人事件。

破局之路

面对诸多问题，酒店行业需要在创新与规范之间找到平衡，通过针对性的解决方案，让宠物陪睡这类服务既能满足市场需求，又能实现可持续发展。

守护“打工宠物”的身心健康，酒店需搭建科学完善的宠物关怀机制——严格控制宠物服务时长，为其提供充足的休息与活动空间，配备专业的宠物营养师与护理人员，关注宠物身心健康。可为宠物制定个性化的作息与饮食计划，定期进行心理疏导，确保宠物在工作过程中保持良好状态。

若要打消消费者对卫生问题的顾虑，酒店需在清洁体系上实现全面升级——购置专业的清洁设备，制定严格的清洁流程与标准，酒店从基础清洁到深度消毒进行全面优化，确保客房在宠物使用后能彻底清洁与消毒。再者，可考虑为客人提供防过敏的床品与用品，减少卫生隐患。同时，还可将高标准清洁延伸至公共区域，配备专用的宠物毛发吸尘器、高温消毒机等设备，确保公共区域的卫生安全。

针对潜在的安全风险，酒店需构建“预防+应对”的双重保障体系。酒店一方面要加强宠物训练，提高其应对各种情况的能力；另一方面，要制定完善的应急预案。在客房内配备急救箱，针对顾客建立专属服务群，对员工进行宠物伤人应急处理培训，确保在意外发生时能迅速响应，降低伤害程度。此外，还需购买涵盖宠物相关意外的专项责任险，通过标准化的服务协议明确各方权责，为安全兜底。

当宠物成为越来越多人的情感寄托，宠物陪睡服务的走红对酒店行业而言，既是新的增长点，也是一场服务升级的考验。它让酒店在传统住宿之外，找到了连接消费者情感的新纽带。未来，宠物友好或将成为酒店业的基础配置，而“陪睡”这类特色服务，更考验酒店的精细化运营能力。

(来源：钛媒体)

【点击】 AI驱动宠物产业生态新变革

□马宇薇

当“毛孩子”跻身家庭核心成员，宠物经济正从单一的食品、用品销售，向覆盖医疗、美容、训练、保险的全链条生态延伸。此外，随着AI(人工智能)技术加速融入宠物行业，产业发展也迎来了新动能。

艾媒咨询CEO张毅表示，宠物的角色已不止于陪伴，而是成为很多家庭的重要成员。由此，消费者对宠物健康管理、个性化服务等需求也日益高涨。从核心变革来看，AI技术如智能图像分析、语义理解算法等，在宠物服务场景的智能化升级中扮演着关键角色；商业模式上，传统硬件正转向“硬件+服务”模式，通过订阅服务、配件销售等实现商业闭环；生态层面则完成了从人工操作到智能驱动的转变，目前已形成较为成熟的智能服务生态。

宠物经济的持续升温，吸引了越来越多公司布局这一赛道。智能监测、情绪识别、宠物医生、定制服务……多家企业正加速布局“AI+宠物经济”。

例如，上海安诺其集团股份有限公司推出针对宠物垂类的个性化AI定制服务平台“毛球次元”。据了解，该平台是宠物垂类定制领域首个AI开放生态平台，通过AI与产业融合的创新模式，可以精准满足宠物个性化、IP化定制需求，还打造了覆盖宠物生活全场景的一站式定制商城。

安诺其相关负责人表示：“‘毛球次元’是公司AI赋能消费场景的重要一步，未来其将进一步拓展为沉浸式虚拟宠物社群，打造线上虚拟宠物星球与线下宠物友好空间，连接产业链上下游与广大宠物爱好者，立足于数字消费，不断积累公司跨界融合的产业能力。”

深圳市远望谷信息技术股份有限公司打造了AI Agent赋能的智能宠物硬件设备，并持续推动形成“硬件+AI+生态”的全周期运营模式，向市场推出智能宠物设备及App，产品方面涵盖智能喂食器、智能猫砂盆、智能饮水机、RFID吊牌等。

在福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪看来，随着越来越多的企业入局“AI+宠物经济”领域，行业竞争将向“技术深度+数据壁垒”延伸。新商业模式可能出现基于AI的宠物健康管理订阅服务，或打造“AI+线下体验店”模式，提供一站式智能养宠服务，还可能以AI为核心的宠物产品定制平台，以满足个性化需求。

(来源：《证券日报》)