

“它经济”，Next Level?



黄旭琴为“毛孩子”拍摄“玩具总动员”主题写真。

□庄小蕾

上周末，上海新国际博览中心再次被八方涌来的热情包围，2024年第26届亚洲宠物展周末的观众门票更是早早售罄。

更垂、更卷、更细分

作为全球宠物行业旗舰大展，本次亚宠展规模达30万平方米，覆盖新国际17大馆+7个供应链专馆+户外区，汇聚超过2500家海内外展商。

要想和洪峰在亚宠展上安静地聊上15分钟，几乎不可能。客户、合作伙伴、想来取经的宠物电商“新手”……时不时就有人来找他洽谈。对从业者来说，亚宠展既是行业的盛会，

也是交流的舞台。

洪峰是东方嘉盛旗下的子公司深圳嘉泓永业电子商务有限公司的总经理，负责集团所有电商零售业务的管理及发展。他们的战略级合作伙伴中，不乏玛氏宠物、雀巢普瑞纳、伊利集团旗下依宝品牌等国内外行业佼佼者。

“近年来，宠物行业的确出现了更多的品牌和商家，甚至出现了一些细分领域的新模式。”洪峰边带着笔者在亚宠展的几个场馆中穿梭，边介绍说，“仅就主粮来说，很多已经添加了各种微量元素以及功能性元素，补充宠物日常所需的营养摄入量以及功能功效的支持，如保护肠胃的益生菌、改善视力的菊花枸杞、增加蛋白质和钙的宠物牛奶、可以美毛的卵

磷脂等等。”

8月25日，亚宠展在上海闭幕。笔者从主办方了解到，为期5天的亚宠展，吸引了12.4万专业观众，38.6万宠物爱好者，来自全球91个国家与地区的海外观众占总观众人数约10%，达到历年最高。

洪峰认为，宠物行业品牌为了获得稳定长久的生意，该“卷”还得“卷”：“提升产品品质，做好全链路品控，研发更科学的配方，是更多宠物行业品牌必须要面对的。”

定制化服务成“蓝海”

除了食品、洗护、医疗等“刚需”外，如携宠包机游、爱宠国风写真、宠物生日会等提供情绪价值的定制化服务或将成为“蓝海”。

最近，社交平台上一款“吹风小狗”宠物蛋糕，萌化了不少宠主的心。与许多宠物蛋糕主打“形似”不同，这款“吹风小狗”则更追求“神似”，显得更有艺术气息。

“要把小狗‘吹’起来是需要一点艺术创作能力的。我们的品牌合伙人小马哥，毕业于芝加哥艺术学院雕塑专业。他会通过客人提供的宠物照片，去抓它的神态，‘雕塑’小狗前还要先画简笔画。”除七宠物零食品牌主理人孙奕夫告诉笔者，给宠物定制生日蛋糕、开生

日派对，体现了当代宠主尤其是年轻人对于情绪价值和仪式感的追求，“有时候客人对服装配饰也有特殊的要求，最长的时候，一只‘吹风小狗’要花4小时才能创作完。”

“上海的宠物行业特别‘卷’，今年我们听说新开的宠物烘焙店就有20家。”做了这一行，孙奕夫最深的感触就是，宠物烘焙制作是没办法赚快钱的，必须要坚持从宠物的角度出发，同时将定制化服务做到极致，“比如我们线下门店的装修一定要温馨和实用，桌椅的高度、室内的活动空间要照顾到宠物的习惯，最重要的是一定要有双重门，防止进出的时候宠物走到店外造成风险。对来买宠物蛋糕和鲜食零食的客户，我们的同事必须做到了解每一只宠物的姓名、过敏源等。”

和孙奕夫有相同体会的，还有杭州四只脚宠物摄影的主理人黄旭琴。

她的第一款出圈产品，是一张猫的工笔风写真。如今，想给自家“毛孩子”安排一张同款写真，光修图都得排队一个月。“国风摄影其实已经火了很久了，但在宠物赛道做这种工笔风的很少。小猫小狗跃入古画中，有种独特的韵味。很多客人看到我们在社交媒体上发的照片很喜欢，就找过来想给自己家的宠物拍国风同款。”

专业、规范、更需有爱

市场前景看好，也存在不少难点、痛点。如宠物食品的品牌虽多，但行业龙头尚未出现，缺乏规范引导；一些定制服务不是标准化作业，难以复制；宠物免费认养等新赛道存在小部分不良乱象等等。

以携宠旅行这一细分赛道为例，目前，携程上有“宠物友好”标签的酒店已超过6.5万家，在小红书搜“宠物友好民宿”则会跳出6万多篇笔记。但要真正做到“宠物友好”并不容易。

有些打着“宠物友好”标签的场所，实则对宠物的活动范围有诸多限制。养宠人神经紧绷，“毛孩子”也无法真正撒欢儿，客户与商家、携宠客人和非携宠客人之间的纠纷时有发生。

而在洪峰看来，宠物行业相关规定的进一步完善以及品牌之间的良性竞争，会有利于更好更高的行业标准出现，洗去一些无良和无序，“预估在2030年，整个中国宠物市场会进入到万亿级的规模。”

尽管“宠物经济”越来越火，但细化到各个赛道上，都还有漫长的路要走。从安全、品质以及长期良性的可持续性来说，从业者不光需要有专业和经验，更需要有“爱”。

(来源：潮新闻)



第183期

主办单位：东方城乡报社 上海市动物疫病预防控制中心 上农APP

世界马术强国有哪些？

□常晓静 吴秀娟 盛文伟

要问世界马术哪家强？那就不得不提到英国、德国和荷兰。这三个国家在马术运动上不仅有着悠久的历史 and 深厚的文化底蕴，而且还在奥运会等国际赛事中屡次展现出强大的实力。让我们一起来探索这些马术强国背后的秘密吧！

首先是马术的摇篮——英国。它的马术历史可以追溯到几百年前，英国也是现代赛马的发源地。1752年英国赛马会成立，同时也建立了严格的赛马比赛和育种监管体系。正是这样的历史背景和文化积淀，让英国在马术领域拥有了丰富的训练资源和优秀的骑手队伍。在世界马术前3000名的选手里，英国占了1000多名，这足以说明其在马术领域的深厚底蕴。在国际马联的全球场地

障碍骑手排名中，世界排名第一的争夺可谓是英国骑手相互争夺的“家事”，这也彰显了他们卓越的实力。

大家可能对德国的印象可能更多来自严谨的工业制造，但实际上，德国在马术方面也有着不俗的实力！德国政府长期以来一直扶持马的育种和赛事，建立了属于联邦州的国有马场，这些马场至今仍然孕育着优秀的温血马。回顾1936年举办的柏林奥运会，德国队包揽场地障碍、盛装舞步、三项赛的全部马术金牌，这样傲人的战绩迄今为止在奥运马术史上也是仅有的一次。在东京奥运会上，德国队以绝对优势夺得盛装舞步团体金牌，这已经是他们第14次获得该项目的奥运金牌，不愧是世界马术运动强国中的佼佼者！

虽然荷兰人以航海和贸易

闻名于世，但是在马术领域，他们同样取得了相当高的成就。荷兰的优势在于其对马术运动的创新思维和持续投资。说到世界上最成功、最流行、最受欢迎的马术竞赛与骑乘用马，毋庸置疑就是1958年才登记在册的新品种——荷兰温血马，它们在国际比赛中表现出色，也使得荷兰马术在全球享有盛誉。此外，荷兰马术运动员在国际赛场上同样屡获佳绩，你是否也曾经为他们盛装舞步项目的精彩表演而惊叹？

总之，世界各地都有其独特的马术文化和传统，从英国的悠久历史到德国的严谨培训体系，再到荷兰的卓越创新，每一个马术强国都在自己的领域内不断进步和创新，为推动世界马术运动的进步作出贡献。



图片由AI生成