

宠物经济“下沉”撬动农文旅消费

乡村如何接住携宠旅游这波流量？

□林波 孙琳茹

如今，宠物旅游已不再是“让进就行”的1.0阶段，而是进入了拼服务、重体验的2.0时代。

如何接住这波“萌宠流量”？在政策红利下，如何将流量转化为可持续的“留量”？浙江用实践给出了答案。

从宁波奉化陶坑村的宠物中草药徒步道，到绍兴新昌下岩贝村八成民宿可携宠，再到杭州皋亭山桃园里的宠物T台秀——越来越多浙江乡村及景区，正将“毛孩子”视为撬动农文旅消费的新支点。

需求倒逼供给升级
乡村走出差异化新路

宠物经济下沉乡村，首先源于城市养宠人的需求。

杭州游客李可心带着两只柯基犬在新昌下岩贝村的观景台上拍照。“以前假期出行，‘毛孩子’只能寄养在宠物店，现在能一起看风景了”。在她身后，千亩茶园连绵起伏，云海在远处翻涌。

在养宠人心中，宠物是家庭中不可或缺的一员。

这种需求的集中释放，正推动乡村文旅供给端的深刻变革。《2026年中国宠物行业白皮书》显示，2025年城镇犬猫宠物数量突破1.26亿只，宠物消费市场规模达3126亿元，约七成养宠人群表现出强烈的携宠出行意愿，更有71%的养宠人愿为“携宠出行”买单。

数据背后，是乡村文旅产业链的重构机遇。在下岩贝村，全村民宿中已有80%明确标注“宠物友好”，村里还配套制定了文明养宠公约，通过举办萌宠咖啡

节等方式精准吸引目标人群。

“文艺类赛道已趋饱和，宠物经济是乡村发展新风口。”陶坑村党支部书记陈仁浩的话，道出该村转型的核心逻辑。曾经的陶坑村，村民大量外迁，闲置民房遍布，如今凭借低干扰的自然环境与毗邻风车公路的区位优势，变身网红“宠物友好村”。

携宠旅游的吸引力，不只在“让进”，更在于“懂它”。陶坑村在宠物中草药徒步道沿途标注野菊花等“宠物友好植物”，每隔500米设饮水点和拾便袋。来自上海的游客徐鑫感叹：“这样的乡村太懂我们了。”

这种精细化服务正是宠物旅游从“允许携带”的1.0阶段迈向“优化体验”2.0阶段的关键跃迁。

业态创新赋能
催生新岗位与治理新范式

宠物经济下沉乡村，不仅带来流量，更催生新业态、新岗位，重构乡村产业与治理体系。

浙江省文化广电和旅游厅等六部门联合印发《关于促进宠物经济发展的意见》明确提出培育壮大宠物产业集群、更好激活宠物经济消费新动能。

在此框架下，浙江各地正加速形成“宠物+”多元融合模式：陶坑村推进“宠物村2.0”建设，计划研发宠物鲜食品牌，收购村民南瓜、番薯等农产品，加工成天然宠食；德清莫干山策划“萌宠饲养员”“鸟巢设计师”等主题活动，让宠物和主人都能找到归属感……

景区层面的探索同样活跃，且更具场景化特征。

杭州皋亭山景区自2025年



网络资料图

底布局“宠物生态园”，引入宠物训练、寄养、社交打卡及纪念品等业态，配套宠物设施。该景区负责人陆济钦表示，活动吸引了大量年轻养宠人前来，淡旺季差异明显缓解。未来，这里将以春秋两季为重点，持续推出体验活动，让游客“可玩、可赏、可购”。

新业态的涌现，也带动了新就业。在陶坑村，陶溪咖啡主理人陈红波等年轻人回乡创业。宠物训导员、摄影师、鲜食研发师等新岗位落地乡村，激活乡村人才活力。

同时，乡村治理迎来新变革，宠物粪便清理、公共区域秩序维护、应急保障等需求，推动村庄完善管理制度，形成人宠和谐、邻里和睦的治理新范式。

浙江省宠物行业协会副秘书长边绍庆指出，携宠旅游承载景观、人文、度假、精神四层消费场景，深挖主人情绪价值、宠物

自身情绪价值、主人感知的宠物情绪价值，能实现高效消费转化，这正是乡村萌宠业态持久发展的核心密码。

“标准筑基+政策赋能”
激活共富新动能

如何将短期流量转化为长效“留量”，是宠物经济赋能乡村的关键。

边绍庆认为，标准化建设与全链条打通，是破题核心。他提出，宠物友好模式需构建六大标准体系，涵盖宠物住宿、公共交通乘坐、服务人员业务、公共场所准入、应急防控保障、宠物友好景区等。

目前，浙江正推动宠物友好酒店、民宿标准建设，探索高铁托运、宠旅专线，逐步完善出行配套。

以湖州安吉为例，在具备成熟民宿与露营产业基础的县域

生态上，安吉发布了“宠爱之城”计划，系统性构建宠物友好型旅游目的地。白茶原小镇等10家企业成为首批成员，串联起“宠物业态+服务标准+周边衍生”的完整产业生态。

2026年4月，安吉又公布了首批24个“人宠友好示范点”，覆盖景区、民宿、乡村咖啡等多元场景，同步推出5条人宠共游主题线路，形成全域联动的宠旅格局。

浙江明确提出到2027年宠物经济消费市场突破300亿元，2030年建成全国宠物经济创新策源地，打造产业带，推动宠物产业与乡村文旅、农产品加工深度融合。

在步道上奔跑的“毛孩子”，不仅是消费密码，更是情感纽带。当政策、市场、标准和人心同向而行，宠物经济重塑文旅业态的故事，才刚刚开始。

(来源：中国新闻网)

宠物经济为何受“90后”青睐

当下，宠物经济持续升温。从传统猫狗到新潮宠物，从线下商超门店到沉浸式体验业态，宠物消费场景全面开花。“90后”已成为这一市场的主力军之一——在快节奏的都市生活中，宠物不再是单纯的玩伴，更是青年群体重要的情感寄托。宠物消费场景的不断迭代升级，也勾勒出城市青年消费的新图景。

一站式宠物超市
养宠青年的“补给站”

走进山西太原长风国贸第六馆宠物消费超市，宠物主粮、零食、玩具、洗护用品琳琅满目，爬宠专用饲养箱、温控设备、造景摆件等异宠配套用品也一应俱全。与普通商超不同，这里主打一站式精细化

养宠服务，兼顾猫狗日常消费与小众爬宠需求，同时提供宠物洗护、短期寄养、健康咨询等增值服务。

店内有不少“90后”带着爱宠选购各种服饰、玩具。“这里用品齐全，我平时都在这采购，出差的时候，还会把宠物寄养在这里，省心又方便。”家住附近的市民小李说。该店销售人员介绍，“90后”上班族、独居青年是门店消费主力，他们更愿意为高品质粮品、精致装备买单，持续带动门店营收稳步增长。

沉浸式“撸宠”
不养宠物也要陪伴

与此同时，猫咖、撸猫馆等沉浸式体验店也在省城遍地开花，成为年轻人休闲社交的新

去处。多数门店融合下午茶、文创打卡、萌宠互动等业态，打造温馨休闲空间，精准满足青年“无法长期养宠却渴望陪伴”的需求，成为好友小聚、放松解压的热门选择。

从宠物用品采购，到沉浸式撸宠体验，再到小众宠物兴起，宠物经济的多元发展，折射出青年情感消费的深层升级。如今，“90后”“00后”更看重精神陪伴，愿意为情感需求、体验价值买单，消费需求愈发个性化、多元化。

业内人士表示，宠物经济市场潜力巨大，但需倡导文明养宠、合规饲养，并规范市场经营秩序，严禁野生及保护类物种交易，让这份温暖的“陪伴消费”健康、有序、可持续发展。

(来源：《山西经济日报》)



宠物写真照 网络资料图